

证券代码：301061

证券简称：匠心家居

常州匠心独具智能家居股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input checked="" type="checkbox"/> 网上 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司2022年度网上业绩说明会的投资者
时间	2023年06月01日 15:00-17:00
地点	全景网（ http://ir.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	董事长：李小勤 董事兼总经理：徐梅钧 董事会秘书：张聪颖 财务总监：王俊宝 独立董事：郭欣
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 公司现阶段越南产能的利用率多高？如果公司产品热销，越南产能饱和，公司如何筹划新的产能规划？新产能投入周期一般需要多久？</p> <p>答：您好，感谢您对公司的关注！</p> <p>和越南同行业其他工厂相比，公司目前能确保所有员工6天工作。需要的时候，越南员工星期天、节假日也愿意加班。</p> <p>目前，大部分车间仍然是一班制。如果需要的话，我们可以开两班</p>

甚至三班。我们的员工非常配合，招募新的员工没有太大的困难，尤其是农历新年之后。

随着销售额的增长，公司一直在提高核心零部件的产能，最近刚刚又从韩国三星引进全套、全新的SMT生产线。

2. 公司在一季度报告中说公司正在积极筹备与海外市场拓展及海外品牌建设相关的新的投资计划，请问最近有什么进展？

答：您好，感谢您对公司的关注！

1) 公司一如既往地关注产品力。自美国家具行业优秀的软体沙发设计师Jason Carpenter加盟后，公司开创的高端产品系列MotoLiving已被现有的大客户选中，下半年将开始在全美几百个零售店销售。MotoLiving也为公司带来了全新客户和潜在新客户，基本都在2023年5月22日公布的全美前100位家具零售商之列。

2) 匠心美国配置了新的市场营销人员，逐步调整、完善了对零售客户的各种服务，包括就近访问、就近服务等。

3) 公司已开始进行Logo、广告语、宣传资料、网站等的重新设计和制作，计划在2023年7月下一届（Las Vegas）行业展会前陆续推出。

4) 公司有了美国IT团队，正着手开发能更好地为客户、营销团队及售后服务团队服务的门户网站，1.0版本的推出时间也是2023年7月Las Vegas展会前。

3. 现阶段原材料下滑，人民币贬值，公司又碰到了一个美好的时刻，请问公司会及时做结汇、套保吗？

答：您好，感谢您对公司的关注！

1) 在有的原材料成本降低的同时，也有部分原材料（例如铜）的价格在上涨。

2) 美元升值到了一定的程度，公司也需要和客户分享，并不能完全独享。

3) 从今年1到5月的情况来看，公司的汇兑收益不如2022年。

4) 公司目前没有做套保的打算。

5) 公司关注的重心依然会是产品开发、市场及客户开发。

4. 公司推出了新高端品牌MoToLiving, 请问高点展会反响如何? 这1个月给公司带来了多大的增量呢?

答: 您好, 感谢您对公司的关注!

MotoLiving已被现有的大客户选中, 下半年将开始在全美几百个零售店销售。

MotoLiving也为公司带来了全新客户和潜在新客户, 他们都在2023年5月22日公布的全美前100位家具零售商之列。

我们对MotoLiving带来的增量和更大的品牌及行业影响力充满信心!

5. (1) 之前所说设计师加盟贵公司, 目前其是否参与了家居设计? 设计产品是否推广到市场? 市场反响如何? (2) 贵公司此前说开拓中西部市场, 目前进展如何? (3) 这两年销售额下降原因? 以及净利润却增长的核心原因是什么? (4) 目前在康养市场是否有开拓? (5) 目前公司工厂排产率如何, 产销如何?

答: 您好, 感谢您对公司的关注!

(1) 自美国家具行业优秀的软体沙发设计师JasonCarpenter加盟后, 公司开创的高端产品系列MotoLiving已被现有的大客户选中, 下半年将开始在全美几百个零售店销售。MotoLiving也为公司带来了全新客户和潜在新客户, 他们都在2023年5月22日公布的全美前100位家具零售商之列。我们对MotoLiving带来的增量和更大的品牌及行业影响力充满信心!

(2) 我们已开始在美国的西部和中西部地区布局, 重点关注加州、德州等区域, 下半年会逐步体现增量。

(3) 销售额下降固然有北美市场疫情、去库存、通胀的因素影响, 公司更是要反省自己不足的地方。所以, 自去年四季度以来, 公司在各个方面都进行了改革和改良, 在战略上也特别明确了在海外建立、建设品牌的长期路线。就目前的业绩来看, 这些都是行之有效的。自2022年以来, 公司的产品及客户结构有了较大的调整。多功能、高性能、自主品牌的产品在增加, 零售客户的比例在扩大, 盈利能力明显提高。当然,

2022年的汇兑收益对公司净利润的增长也有较大帮助。

(4) 公司的长期战略是继续做大做强海外市场、打造自身的国际品牌。公司所有的资源都在为这样的目标服务，国内市场目前不是重点。

(5) 得益于去年四季度以来的各种有效的改革和改良，各个客户的各种订单基本都能得到及时处理，大部分客户要求提前发货的诉求也能得到满足。从今年1到5月的收入情况来看，今年的营业收入增长可期。

6. 中国大陆目前像匠心家居这样产品以出口美、欧为主在国内几乎没有销售的家居制造类企业多吗？公司在欧美市场上的竞争对手都有哪些实力如何？公司的竞争力在哪里？请对公司的竞争对手和公司的自身优势做个情况说明。

答：您好，感谢您对公司的关注！

我们行业肯定有相当一部分以出口业务为主的实体工厂，公司的侧重点在于：1) 做差异化的产品；2) 推广、建设自己的海外品牌；3) 直接为更多的零售客户服务。

因为公司的长期海外品牌战略，我们更注重在欧美市场上与本地企业及品牌的竞争，例如LA-Z-BOY、BestHome, SouthernMotion和前不久刚刚倒闭的Lane。在产品上，我们和这些品牌的差异化是极为明显的，也是非常具有优势的。他们有优势的是品牌、客户的心智和这么多年来积累的客户关系及销售代表关系。这些，我们后面都会逐步改进与提高的。

7. 请教公司财务总监，22年财报的筹资现金流中“支付其他与筹资活动有关的现金”4428万，能否说明具体用途？谢谢！

答：您好，感谢您对公司的关注！

公司年报中披露的“支付其他与筹资活动有关的现金”4,428万由租赁负债科目下本期支付的金额（租赁费用）及支付的前期募股费用（律师费）组成。公司在2022年年报第58-60页对相关情况作出了详细披露，欢迎查看。

8. 徐总经理，您好！公司近期推出股权激励计划，制定了未来四年的业绩目标，但是年报中提及关税问题，募投的常州的生产项目一直没有开工。为了满足国外客户需求增长，新建产能的问题，徐总能否和股东交流下未来的规划吗？谢谢！

答：您好，感谢您对公司的关注！

的确，因为美国一直未能解除中国出口美国部分产品的惩罚性关税，公司不得不延期募投的常州生产基地项目。

然而，因为公司已经有了有效且可靠的越南生产基地，我们完全能满足各个客户目前的需求。和越南同行业其他工厂相比，公司目前能确保所有员工6天工作。需要的时候，越南员工星期天、节假日也愿意加班。目前，大部分车间仍然是一班制。如果需要的话，我们可以开两班甚至三班。我们的员工非常配合，招募新的员工没有太大的困难，尤其是农历新年之后。

随着销售额的增长，公司一直在提高核心零部件的产能，最近刚刚又从韩国三星引进全套、全新的SMT生产线。

由于东南亚不少的企业受国际市场影响而开工不足，我们可随时根据需要租赁更多的厂房，甚至购买自己的土地、建设新厂房。

我们不担心业务增长带来的产能问题，公司有足够的能力可以协调、解决。

9. 请问2023年度，匠心家居新开发的国际市场有哪些？本年度匠心家居有扩产计划么？

答：您好，感谢您对公司的关注！

自去年四季度以来，公司的重心是继续做大、做强美国和加拿大市场，各种改良和改革已初见成效。

就公司目前的营业收入而言，无论是全球市场的占比（不足0.04%）还是美国市场的占比（不足0.15%），都有着巨大的提升和拓展的空间。随着销售额的增长，公司一直在提高核心零部件的产能及成品制成的能力，包括陆续在更多的车间实行两班制。

由于东南亚不少的企业受国际市场影响而开工不足，我们可随时根据需要租赁更多的厂房，甚至购买自己的土地、建设新厂房。

10. 你好，公司是否有研发人工智能家居大健康方面的，例如全屋互联，例如医疗检测，监测功能，提醒功能？

答：您好，感谢您对公司的关注！

我们虽然没有在国内研发与人工智能家居大健康相关的项目，却已经在美国接触到在这方面很有建树的本地企业。未来不排除公司和这些优秀的美国企业进行深度合作的可能性。

11. 来自搜众财经（ID: jscaijing）的提问：（1）公司主营产品智能家居，请问国内对标企业是哪几家？如何打造属于自身品牌的产品，并实现线上线下双渠道？（2）今年海外市场的比重？及业绩展望？（3）公司是否欢迎中小投资者、专业研究机构来贵行实地调研与高管互动，如近期有调研需求的话，采取何种方式与董秘或证代预约。

答：您好，感谢您对公司的关注！

（1）公司的长期战略是继续做大做强海外市场、打造自身的国际品牌。公司所有的资源都在为这样的目标服务，国内市场目前不是重点。

（2）基于公司的长期战略，2023年海外市场的份额依然会相当大。从今年1到5月的情况来看，今年的营业收入增长可期。

（3）公司十分欢迎个人和机构投资者来公司总部、越南生产基地及美国的展厅（一年有四次行业展会）进行调研与互动。各位投资者可通过电话（0519-85582889）及/或邮件（investor_relations@hcg-group.com.cn）与我们联系，我们一定快速并积极地回应。

12. 董事长您好，请问（1）当前的市场竞争情况，我们有什么竞争对手，以及有什么应对措施？（2）我们的主要客户是所有型号都用我们的odm还是说部分型号？（3）当前的市场空间以及我们对未来一到两年市场的判断？（4）市场占有率是多少？（5）核心供应链是否稳定？谢谢！

答：您好，感谢您对公司的关注！

就公司目前的营业收入而言，无论是全球市场的占比（不足 0.04%）还是美国市场的占比（不足 0.15%），都有着巨大的提升和拓展的空间。

因为公司的长期海外品牌战略，我们更注重在欧美市场上与本地企业及品牌的竞争，例如LA-Z-BOY、 Best Home, Southern Motion 和前不久刚刚倒闭的 Lane。

在产品上，我们和这些品牌的差异化是明显的，也是有优势的。他们的优势是品牌、消费者的心智和多年来积累的客户关系及销售代表关系。这些，我们后面都会逐步改进与提高，公司的营业收入及市场占比也一定会随之增长。无论对零售客户还是品牌客户，我们推荐的都是自主设计的产品，前者大部分都允许我们用自主品牌。公司的垂直整合能力在行业里比较领先，这是我们的优势，也是我们不断深入、强化的领域。

13. 今年通过本地仓开拓了2个新的上市公司客户，问今年能大概带来多大的增量空间？

答：您好，感谢您对公司的关注！

这两个新客户带来的增量会在今年下半年有所体现。

14. Chatgpt的出现，让人机对话交互形式从可用跨度到好用，而沙发是否可以添加相关的AI语音交互功能，通过AI赋能，融合出新的场景，公司有这方面的打算吗？

答：您好，感谢您对公司的关注！

公司虽然有部分产品已具备语音交互的功能，目前在北美的家具市场，这类产品尚没有成为热点。我们会持续关注并学习，未来不排除和一些优秀的美国企业进行深度合作的可能性。

15. 公司现金那么多，有股票回购的计划吗？

答：您好，感谢您对公司的关注！

目前，公司所有的非公众股都在禁售期，不符合回购的条件。

16. 李总，你好！请问我们加拿大市场拓展情况如何？今年和明年有什么具体举措？感谢感谢！

答：您好，感谢您对公司的关注！

随着去年四季度以来的各种改良及改革措施，加拿大市场的拓展情

况比较顺利，主要表现在几个方面：1) 增加了新客户；2) 现有的大客户增加了采购的品类；3) 现有客户追加订货的频次提高。

公司出口加拿大的反倾销税和反补贴税相对较低，能有效帮助加拿大的客户降低成本，提高竞争力。

17. 李总，你好！请问我们欧洲市场拓展情况如何？今年和明年有什么具体举措？感谢感谢！

答：您好，感谢您对公司的关注！

欧洲市场尚没有全面展开，我们还需要做更多的调研及比较。未来有什么具体的进展，我们再向各位投资者通报。

18. 公司今年海外订单预期如何？是否存在继续下滑风险？

答：您好，感谢您对公司的关注！

从今年1到5月的情况来看，今年的营业收入增长可期。

19. 徐总，你好！请问我们一季度收入中，自主品牌占比多少？和2022年一季度比较，自主名牌占比提升了多少个百分点？感谢感谢！

答：您好，感谢您对公司的关注！

无论对零售客户还是品牌客户，公司推荐、销售的都是自主设计的产品，前者大部分都允许我们用自主品牌。由于这些产品有自主知识产权而且在市场上有差异化，公司自己能决定它们的售价和毛利率，报价并非取决于客户类型。

根据2023年5月22日公布的全美前100位家具零售商的排名，其中33位零售商是公司的客户，比2022年增加了10%。

20. 徐总，你好！伴随美国客户主动去库存周期结束，我们公司订单二季度乃至三季度恢复情况怎么样？感谢感谢！

答：您好，感谢您对公司的关注！

根据我们的观察，美国市场去库存的周期并没有完全结束。

自去年四季度以来，公司在各个方面都进行了改革和改良，在战略上也特别明确了在海外建立、建设品牌的长期路线。就目前的业绩来看，这些都是行之有效的。我们因此对二、三季度乃至全年的营收均充满信心。

心。

21. 我们看到，公司参股了一些养老机构，参股养老机构对产品销售有多大程度的助力？目前国内产能利用率不高，虽然在一些城市设置展厅，但国内的订单量依然非常小，公司剩余产能转内销的战略目前进行到哪个阶段？

答：您好，感谢您对公司的关注！

公司的长期战略是继续做大做强海外市场、打造自身的国际品牌。公司所有的资源都在为这样的目标服务，国内市场目前不是重点。

22. 公司大部分销售来自美国市场，有没有考虑过单一市场的风险，未来有没有其他市场开拓计划？

答：您好，感谢您对公司的关注！

公司目前的重心是继续做大、做强美国和加拿大市场。随着各种改良及改革措施的推进，加拿大市场的拓展情况比较顺利，所占份额一直在提高。澳洲、意大利及英国的市场也在持续增长，虽然公司还没有成立真正的欧洲总部。

这些发达的国家和地区未来都是公司重点推进的市场。公司的核心是产品力，我们的知识产权可以在这些国家得到较好的尊重和保护。

23. 没有视频直播嘛？

答：您好，感谢您对公司的关注！

每一种交流、互动的方式都有它的优势。目前我们采用的文字问答形式，可以让公司用一种更为严谨的方式回复各位投资者关心的问题并确保留痕。

24. 海南匠心医疗和江苏匠心医疗共同构成了匠心家居进入康养产业的架构体系，到目前有没有实质进展，如有进展会不会提升今年的业绩增长？

答：您好，感谢您对公司的关注！

公司的长期战略是继续做大做强海外市场、打造自身的国际品牌。公司所有的资源都在为这样的目标服务，国内市场目前不是重点。

	<p>25. 公司对国内市场有什么布局或者规划吗？</p> <p>答：您好，感谢您对公司的关注！</p> <p>公司的长期战略是继续做大做强海外市场、打造自身的国际品牌。公司所有的资源都在为这样的目标服务，国内市场目前不是重点。</p> <p>26. 股权激励大概什么时候实施？</p> <p>答：您好，感谢您对公司的关注！</p> <p>公司将于7月10日前择机做股权激励正式授予，按约定比例分4次（4年）归属，每次权益归属以满足相应的条件为前提。</p> <p>第一个归属期为授予之日起12个月后的首个交易日至授予之日起24个月内的最后一个交易日止。</p> <p>27. 2023年起公司加大自主品牌建设力度，以店中店形式实现自主品牌输出，请问公司现在店中店的规模有几家了呢？</p> <p>答：您好，感谢您对公司的关注！</p> <p>公司正在进行Logo、广告语、宣传资料、网站等的重新设计和制作。这些是海外自主品牌建设的前提，目前进展顺利。</p> <p>28. 请问公司营业收入中来源于自主品牌和ODM的份额分别是百分之多少？自主品牌和ODM毛利率有多少差别？</p> <p>答：您好，感谢您对公司的关注！</p> <p>无论对零售客户还是品牌客户，公司推荐、销售的都是自主设计的产品，前者大部分都允许我们用自主品牌。由于这些产品有自主知识产权而且在市场上有差异化，公司自己能决定它们的售价和毛利率，报价并非取决于客户类型。</p> <p>（全部问答详见全景网https://ir.p5w.net/）</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年06月01日