

证券简称：箭牌家居

证券代码：001322

箭牌家居集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-014

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）：电话会议
活动参与人员	汇丰前海证券 薛丹彬 领仁投资 吕若晨 华夏基金 林瑶 天风证券 孙海洋 尉鹏洁 willing capital 王波锦 北京泓澄投资 丁力佳 中泰证券 张潇 邹文婕 鹏华基金 陈金伟 刘文昊 仲春基金 于智伟 修实基金 严理 永安国富 周逸云 平安资产 李竹君 兴全基金 李君 棣增投资 庞宇翔 兴银理财 王毅成 宁银理财 王汉超 Polymer Capital 王明昊 新同方投资 陈作佳 丹羿投资 张昭丞 西京投资 于雪霏 重阳战略 方溢涵 陈瑶 摩根华鑫 赵综艺 敦和资管 丁宁 明河投资 姚咏絮 远信投资 马路欣 肖运柯 淡马锡富敦 陆筱薇 恒复投资 卢灏 上海保银投资 张凤涛 景林资产 雨晨 火星资管 赵秋实 北京天时开元 刘博 交银施罗德基金 刘鹏 Alpines Capital 张惠灵 紫阁投资 唐润民 犁得尔资产 周晓通 海通证券 金媛媛 AIIM Investment 秦云山 瀚亚投资 黄海晨 富达基金 杨扬阳 中信证券 李鑫 肖昊 郭韵 何亦啸 冯博佳 施佳斌 中金公司 樊俊豪 戎姜斌 刘玉雯 宽远资产 吴相贤 景林资产 吴宪 平安证券自营 聂潇 华泰证券自营 陶纯慧 紫金投资 王梦如 摩根华鑫 沈菁 华夏久盈 徐艺铭 姜微 胡朝凤 国盛证券 姜文镪
时间	2023年7月3日 10:00-11:00（电话会议） 2023年7月3日 15:00-17:00（现场会议） 2023年7月5日 10:00-12:00（现场会议） 2023年7月6日 10:00-12:00（现场会议） 2023年7月6日 14:30-16:30（现场会议） 2023年7月7日 10:00-11:00（电话会议） 2023年7月12日 中信证券投资者交流会（上海） 2023年7月13日 14:30-16:30（现场会议） 2023年7月14日 10:00-11:00（电话会议） 2023年7月14日 14:00-15:00（电话会议）
地点	佛山市禅城区南庄镇科洋路20号箭牌大厦2楼会议室

形式	电话会议、现场会议
公司接待人员	副总经理、董事会秘书杨伟华
交流内容及具体问答记录	<p>(一) 参加现场会议的投资者参观公司产品展厅</p> <p>(二) 与投资者进行了交流，主要交流内容如下：</p> <p>1、问：目前智能马桶的均价变化情况如何？公司如何保持智能马桶的毛利率？</p> <p>答：随着轻智能产品的快速推广和占比提升，使得智能马桶均价有所下行，但也带动了智能马桶渗透率的加速提升。公司将通过进一步提升上盖部件自产率、零部件标准化以及内部管理降本等方式，持续降本从而保持较好的毛利率水平。</p> <p>2、问：公司目前外购转自产工作推进情况如何？</p> <p>答：智能马桶上盖部分部件以及龙头五金因产能不足尚需外购，随着公司 IPO 募投项目智能家居产品以及年产 1000 万套水龙头、300 万套花洒项目产能项目今年陆续投产，自产比例将持续提升。</p> <p>3、问：公司目前降本方面的工作推进情况如何？公司整体毛利率情况如何？</p> <p>答：公司通过研发、采购及生产等多方面举措共同推进降本工作，研发方面，进一步有效精简 SKU，推进零部件标准化等举措；采购方面，通过推行集采模式以及议价与对供应商付款条件优化支持等措施，实现采购降本；生产上，持续通过自主创新实现传统工艺与新型设备的协同，推动无人化高压注浆成型工作站系统的规模化应用，并对连体坐便器、智能坐便器等产品结构在高压注浆工艺下进行适应性开发，进一步提升自动化生产水平。目前，上述降本工作取得了一定成效，也在持续推进中。公司将持续通过提升智能产品占比、产品结构优化以及做好内部生产及管理降本增效等措施从而保持较好的毛利率水平。</p> <p>4、问：公司目前下沉渠道网点拓展情况如何？</p> <p>答：公司根据年初的业务规划，稳步推进渠道下沉，持续推进家装渠道、社区店、乡镇店、小五金店的市场布局，形成对市场的深度覆盖。在下沉渠道经销商选择上，优先选择有下沉渠道网点资源、有分销团队的现有优质经销商，对规模小、实力弱、团队不健全的经销商，针对下沉渠道单独开发下沉渠道经销商，并开展下沉渠道分销商订货会等方式支持活动落地；同时，针对下沉渠道产品进行专款研发，事业部统一制作展板/展架/地台等提供给经销商从而统一终端形象。</p> <p>5、问：公司在 618 期间电商销售情况如何？</p>

	<p>答：公司通过经销以及自营共同发力电商渠道，在天猫、京东等传统电商平台、抖音等内容电商以及其他新兴平台销售渠道持续拓展，同时开展新零售，线上线下互补互融，以及通过内容营销、直播助力等方式，取得了良好的表现。</p> <p>6、问：公司下半年在市场策略上是否会有所调整？</p> <p>答：整体上基本延续年初的各项策略，产品端、渠道端、服务端共同发力，同时也将结合市场情况以及专项产品、新品上市情况，相应调整下半年的市场促销政策。</p> <p>7、问：未来几年公司各销售渠道占比情况会发生怎样的变化？</p> <p>答：2022年，公司经销零售（门店）收入占比40.71%，电商渠道收入占比20.08%，家装渠道收入占比13.91%，工程渠道收入占比24.63%。公司将继续开展以零售为主的全渠道营销，力争各渠道均实现增长，同时基于公司的发展策略和市场情况，电商渠道及家装渠道将会有更高的增速。</p> <p>8、问：对于线下门店，公司的市场策略重点是什么？</p> <p>答：对于线下门店，公司将同步推动专卖店形象优化升级、提升门店定制能力，提升消费者体验，以及加大渠道下沉布局，使得公司的产品及服务可以更好更快地触达消费者。另外，通过公司强大的线下服务团队，打造优质的服务品牌，向线上及线下客户提供标准化、专业化、多元化的服务，将服务打造为公司的核心竞争力。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无