

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：2023-018

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）：线上会议 </p>
<p>活动参与人员</p>	<p> 大成基金 岳苗 黄万青 张家旺 齐炜中 李涛 侯跃隆 招商证券 赵中平 毕先磊 东证资管 周杨 泰康养老 孙巍 国华兴益资管 韩冬伟 汇添富基金 刘伟林、李泽昱 巨子投资 江源 工银瑞信基金 张凯旋 中信证券 张力琦 光大证券资管 严可人 固禾资产 王生瑞 华美国际 张天放 钦沐资产 童海川 中金基金 于智伟 中信建投自营 刘岚 源乘投资 余跃芬 玖鹏资产 陈勇 万家基金 王晨曦 西部利得基金 温震宇 广银理财 王未红 格林基金 唐嘉晨 国赞投资 郭玉磊 广发基金 张东一 富荣基金 郎骋成 金信基金 赵浩然 明河投资 杨伊淳 建信基金 李树磊 长城基金 储雯玉 观富资产 尹佳瑜 华泰柏瑞基金 莫倩 诺安基金 李晓杰 圆信永丰 田玉铎 珠江投资 王钟杨 上汽顾臻 沈怡雯 中金基金 张羽 太平养老 应鹏飞 淳厚基金 顾伟 域秀投资 李付玲 紫金财产保险 周子杰 沅京资本 汤晨晨 中再资产 韩璐 中意资产 沈悦明 摩根华鑫基金 薛一品 中邮人寿 高远 国泰基金 施钰 上海合远 田昊鹏 弘毅远方 王鹏程 国寿养老 高媛媛 博时基金 曾鹏 国寿安保 丁博 浙商证券 史凡可 陈秋露 盘京资产 陈静 中信建投证券 叶乐、黄杨璐 </p>
<p>时间</p>	<p> 2023年8月23日 10:00-11:00 2023年8月23日 14:30-15:30 2023年8月23日 16:00-16:30 </p>
<p>地点</p>	<p>-</p>
<p>形式</p>	<p>线上会议</p>
<p>公司接待人员</p>	<p>副总经理、董事会秘书杨伟华</p>
<p>交流内容及具体问答记录</p>	<p> 1、问：公司今年下半年的工作重点是什么？ 答：2023年上半年，基于对市场的判断，为扩大市场份额，公司实施了积极的销售政策，加大市场促销力度，促进了主要产品品类的销售增长，但促销力度加大同时也拉低了公司报告期的毛利率水平，毛利率的降低也影响了公司上半年的盈 </p>

利表现。下半年公司将重点推动零售渠道的增长、优化促销政策、全方位推动内部降本增效，进一步促进公司收入增长并提升盈利水平。

2、问：下半年公司对零售门店渠道有什么改善措施？

答：公司将进一步优化产品布局、新品上市流程和产品推广效率，优化门店布局提升店效，推动门店重装或局装，开展各种形式的营销活动，同时，持续推动经销商进一步布局销售空白区域，完善现有终端门店的布局，推动渠道下沉，从而促进零售渠道的增长。

3、问：公司下半年的促销政策将如何进行调整？

答：结合市场情况，公司下半年的促销政策将聚焦主销产品、聚焦主推产品、聚焦自产型号，在确保主要产品促销力度同时优化促销产品结构，减少销售政策对毛利率的影响。

4、问：下半年公司将如何稳定智能马桶均价？

答：上半年公司智能马桶销售数量同比增长 37.15%，收入同比增长 13.84%，占公司营业收入比例为 20.01%，同比增加 1.75 个百分点；轻智能产品的快速推广和占比提升，带动了智能马桶渗透率的加速提升，同时均价也有所下行。下半年，公司将通过产品创新等措施进一步拓展轻智能马桶的价格带，全功能智能马桶将持续增加高端产品布局和推广，从而推动智能马桶整体均价稳定。同时公司也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，从而保持智能坐便器较好的毛利率水平。

5、问：公司降本工作推进情况如何？

答：2023 年上半年，公司通过有效精简 SKU、零部件标准化以及外购转自产等举措推动降本并取得了一定成效。下半年，公司将继续落实智能盖板及组件、龙头五金外购转自产工作，进一步提升自产率，同时加快机器人在生产中的应用，加快推进无人化高压注浆成型工作站系统在各生产基地的规模化生产应用，进一步推动供应链降本、零部件标准化、精益管理等降本工作，实现降本增效。

6、问：网点拓展还有多大空间，以及公司下半年下沉渠道的拓展规划？

答：截至 2023 年 6 月末，公司终端门店网点合计 14,603 家，上半年增加的网点类型主要为家装店、社区店及乡镇店。下半年，公司将继续稳步推进下沉渠道建设，在下沉渠道经销

	<p>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。</p> <p>7、问：国产品牌同进口品牌的市场份额情况如何？</p> <p>答：进口品牌和国产品牌在对销售渠道的发展上各有侧重，在电商渠道，国产品牌占据主要市场份额，在零售渠道，进口品牌的销售网点主要布局于一线城市，而国产品牌渠道渗透率高，销售网点数量远远超过进口品牌，同时国产品牌也在逐步拓展原有进口品牌为主导的高端市场；工程渠道是外资品牌的优势渠道，国产品牌的市场份额最近几年也在持续提升，在渠道变化过程中，国产品牌也将抓住机会实现市场份额的进一步扩大。</p> <p>8、问：在存量房更新市场上，公司在服务方面将如何开展相关工作？</p> <p>答：公司在全国主要的省会城市建立了自营客户服务中心，为零售、电商、工程、家装渠道提供高效的服务支持，通过强化培训指导，加强对经销商的服务，进一步提升经销商的服务能力，同时，通过第三方城市服务商网络建设，作为二三级市场服务网络的重要补充，提高网络覆盖率，持续提升售后服务质量。针对存量房市场，公司推出“用心焕新装”服务模式，为顾客提供“送+拆+装”一站式服务，满足客户的旧房局部升级改造或全卫换装需求，今年公司进一步强化经销商的旧房局部升级改造服务能力，为消费者提供售前、售中、售后的全链路旧房改造服务。</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