

证券代码：002853

证券简称：皮阿诺

广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-004

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	招商证券、景顺长城基金、嘉实基金、大成基金、保利资本、弘毅远方基金、前海鼎业投资、津渡资产管理、西部利得基金、银华基金、长城财富资产管理、富国基金、太平基金、国投瑞银基金、博道基金、九泰基金、中信建投、恒大人寿保险、沅京资本管理、杭州长谋投资、深圳中天汇富基金、尚城资产、秋阳投资、国信弘盛、中银国际证券资管、上海谦心投资、上海耀之资产管理、FountainCap、上海牛乎资产管理、华展金丰投资、国海证券、浙商证券、国盛证券、长江证券、华泰证券（排名不分先后）
时间	2023年8月26日 10:00-11:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书钟鼎、证券事务代表柯倩
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、董事会秘书对公司2023年上半年经营情况进行了简要回顾介绍</p> <p>公司2023年上半年实现收入为5.7亿元，同比下降0.7%；归母净利润为3,262.77万元，同比下降45%。从资产负债表来看，总资产和净资产相对持平，负债端略有压缩，整体表现相对稳健。</p> <p>收入端，从产品品类来看，整体橱柜和门墙类的收入呈现增长，分别为5.43%、4.87%，整体衣柜下降了8.33%。分渠道来看，零售渠道收入为2.9亿元，同比下滑18.8%，工程渠道收入为2.7亿元，同比增长33.5%，上半年基本呈现出零售承压、工程增长的态势。</p> <p>利润端，同比下滑主要受两点影响：去年12月公司板芙基地建设完毕正式投产，房屋及设备的折旧形成了新增成本；此外，22年上半年转回了部分21年计提的恒大暴雷造成的存货减值，同比本期报表形成了一个利润差。综合来看，公司正积极推进的降本增效始见</p>

成效，供应链、管理费用、营销费用等同比有所压缩，成本控制较为良好。

工程和零售渠道业务在上半年都呈现出一些变化：

从工程端来看，收入同比增长迅速，经销商渠道增长较为明显。相比于直营渠道，经销商渠道的账期和回款更加可控，上半年公司有意识增加工程经销商渠道的开发合作，该渠道收入占工程渠道收入超过 1/4，这也体现了公司强化风控的导向。在客户的选择上，公司更加侧重与央国企和优质民企的合作，优质客户所贡献收入的集中度进一步提升，前五客户收入占工程收入超过 70%。总体来看，工程业务在渠道及客户结构上均有积极的调整和优化。

在零售端方面，上半年业务发展还是有较大压力，但也跟市场大势较为贴合。公司始终坚定中高端定位，在门店和经销商的选择上坚持优胜劣汰，积极发展更优质的新商。去年末今年初公司推出的新品大部分已跻身公司十大主力产品，相信随着公司下半年加快新一期新品的推出，以及对应产能和交付能力的持续强化，会对零售业务形成有力的正向推进。

二、问答交流环节

1、关于公司和保利合作的进展情况，是否可以展开一下？

答：目前与保利各方面的合作顺畅，上半年来自于保利的收入同比增长约 40%，较为明显，下半年将公司继续积极推进与保利发展、保利置业等的合作。

2、装配式建筑目前也是探索阶段，国家有很多相关的政策出台。请问下公司针对装配式业务有怎样的布局？

答：现在公司把装配式业务分为 To B 端和 To C 端来做尝试或孵化。To B 端，主要的合作逻辑是要解决团队、技术和目标群体的问题。公司希望与专业的技术团队合作，通过设立合资公司或者小型并购等形式，直接把团队和技术并进皮阿诺体系内，业务一开始会倾向于聚焦长租公寓、酒店等。To C 端层面，更多强调个性化设计能力，在技术上需要大量深耕，并能生产及交付，目前在团队、软件和区域市场选择等方面已有一定进展。

3、目前工程业务的在手订单、上半年新客户开拓的情况怎样？上半年工程渠道的毛利率是多少？

答：工程业务在手订单同比略有增加。毛利方面，工程经销商渠道收入占比的上升影响了工程整体的毛利，同比去年略有下降，但从现金流和账期角度来看更为健康。

	<p>4、公司预计对零售业务恢复节奏的判断是怎样？今年下半年到明年，在开店、经销商赋能等领域是否会有新的规划？</p> <p>答：在整体的战略方向上，公司坚持中高端的产品定位，逐步推出轻奢系列产品。上半年不是传统意义上的旺季，业绩有一定的承压，但公司持续在新品研发、线上渠道、设计师联盟、门店优化等方面进行赋能和调整。下半年随着新品的持续推出、交付能力逐步提升，以及线上渠道的持续发力，零售方面会有新的变化和增长。</p> <p>5、对于未来的产能规划以及供应链的能力提升，公司目前是怎么的计划？</p> <p>答：公司工程与零售渠道端各自拥有两个专属生产基地，目前产能可满足日常订单需求，近期暂无产能扩张计划。关于供应链，上半年公司实现了一定成本优化和效率提升，公司在供应链科学化管控方面力度很大，将不断挖掘出降本空间。</p> <p>6、未来工程业务的毛利率可能会稳在什么样的水平？跟上半年的水平比，未来的盈利趋势会是怎样的？</p> <p>答：毛利的水平会随房地产市场的大势而变化，若地产商利润收窄，也很难让利给家居行业，近两年工程业务毛利收窄与地产市场的周期表现几乎一致。目前国家推出了“认房不认贷”政策，很多城市也在放开限购，预计地产销售情况可逐步回暖，开发商现金流将得到改善。此外，相信经过这次较大力度的调整，头部和优质开发商的拿地会越来越精准，项目的利润率或许将逐步稳定下来。若这些趋势能获保持，传导到公司的工程端业务，毛利或许能够稳定下来。</p> <p>7、公司定位于中高端产品，后面如果想要做价格带的下沉，是否会考虑做产品系列或者做子品牌的布局？</p> <p>答：皮阿诺自 2019 年末提出中高端品牌定位，持续从品牌、产品、渠道、服务、形象等多个维度全面推进中高端品牌战略布局，在当下市场情况下，公司选择相对差异化的产品路线需要很大的战略定力。我们也关注到类似家装渠道、流量产品套餐等模式的确会给企业的销量带来增长，公司也在深入研究和探索，预计有可能是伴随新的业务模式或新的渠道开拓衍生或配套出更高性价比的产品系列来，将来也不排除对应衍生出子品牌或新的产品系列。</p>
附件清单	无
日期	2023 年 8 月 29 日