

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：2023-025

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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）：
活动参与人员	中金公司 戎姜斌 刘玉雯 信达澳亚基金 李博 邹运 东吴基金 赵政 招商证券 徐叶 新思哲投资 谢远熙 上海彬元资本 张帆 惠通基金 刘利钊 旌安投资 王莹迪 兴业证券 王凯丽
时间	2023年9月21日 10:00-12:00 2023年9月21日 14:00-15:30
地点	佛山市禅城区南庄镇科洋路20号箭牌大厦会议室
形式	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）投资者参观公司产品展厅</p> <p>（二）与投资者进行交流，主要交流内容如下：</p> <p>1、公司如何看待智能马桶价格走势？</p> <p>基于对市场的判断，为扩大市场份额，上半年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，而轻智能产品的快速推广和占比提升，也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，全功能智能马桶则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。</p> <p>2、公司将如何提升毛利率水平？</p> <p>结合市场情况，下半年，公司积极调整销售政策，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；并持续推进降本增效工作，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</p>

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。

3、公司未来对于各渠道占比是如何规划的？对于零售门店渠道的发展规划以及如何推动渠道下沉？

公司将坚持深耕零售门店渠道，巩固和提升公司的市场份额，为公司业务稳定发展以及盈利提升提供保障，并在此基础上推动全渠道发展，打造覆盖零售、电商、家装、工程等全渠道营销体系。公司将推动零售渠道的增长作为下半年重点工作之一，一方面，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，提升消费者的体验，开展各种形式的营销活动，促进零售渠道的增长；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，继续稳步推进下沉渠道建设，而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，公司将继续推进“用心焕新装”服务，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，满足客户的旧房局部升级改造或全卫换装需求。

4、公司如何开展与家装公司的合作？

公司积极把握渠道流量变化趋势，积极拓展家装渠道，对于全国性的家装公司，由公司与其签署战略合作协议，具体合作则由当地经销商落实，对于地方性的家装公司，主要引导当地经销商与家装公司直接开展合作，以保障对家装公司客户的安装及售后服务，同时，公司各区域服务人员协同经销商开展“家装城市合伙人”等活动以开拓当地中小微家装企业，并提供专项产品方案。

5、在同进口品牌及国内品牌的竞争中，公司将采取什么竞争策略？

公司将从产品端、渠道端、服务端共同发力，持续推进产品力的提升以及产品体验感的提升，同时打造智能家居产品的先行优势；开展全渠道营销，巩固提升优势渠道并持续推进渠道下沉，提升消费者体验；并持续提升公司服务水平，打造优质的服务品牌，向客户提供标准化、专业化、多元化的服务，并将服务打造为公司的核心竞争力。

	<p>6、在同进口品牌的竞争中，国产品牌在各个销售渠道上有什么优势？</p> <p>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，在渠道变化过程中以及借助智能家居产品的先行优势，国产品牌也将抓住机会实现市场份额的进一步扩大。</p> <p>7、公司如何开展存量房市场业务？</p> <p>旧房更新、二手房二次装修等目前已成为市场需求重要来源，针对存量房市场，公司将从产品端、渠道端、服务端共同发力。产品方面，公司将深度挖掘存量房客户需求针对性开发产品，渠道方面，巩固提升优势渠道并将进一步加大社区门店等下沉渠道的开发，使得产品能更快触达消费者；服务方面，公司将继续推进“用心焕新装”服务，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，满足客户的旧房局部升级改造或全卫换装需求。</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