

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：2024-001

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
活动参与人员	线上参与公司2023年度暨2024年第一季度业绩说明会的全体投资者
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理 马礼斌、独立董事 许柏鸣 董事会秘书 钟鼎、财务总监 刘慧奇
时间	2024年5月14日（星期二）15:30-16:30
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）
形式	网络互动
交流内容及具体问答记录	<p>公司就投资者在本次业绩说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>1. 请问贵司最近有收购计划吗？</p> <p>答：尊敬的投资者您好！我国定制家具行业发展仍处于成长期，市场集中度较低。伴随定制家具行业品类融合、渠道多元化发展、一级消费升级趋势的推进，消费者对于产品力与服务质量要求的逐步提升，公司有望凭借品牌、渠道、产品等综合优势进一步提升市场份额。如有收购计划请关注后续披露的相关公告。</p> <p>2. 归母净利润下降的主要原因是什么？未来预期如何？</p> <p>答：尊敬的投资者您好！2023年，受制于房地产及产业链需求恢复不及预期等客观因素，公司净利润出现一定程度下滑。随着地产竣工数据伴随“保交楼”政策显现好转，且中央和地方出台多项政策，从认房不认贷、降低首付、降低贷款利率、放松限购等各方面释放积极信号，支持刚性和改善性住房需求。未来，政策利好叠加竣工数据的回暖，家居行业景气度有望有所提升。</p> <p>3. 在定制家具行业中的市场定位是什么？如何通过品牌策略来提升市场份额和客户忠诚度？</p> <p>答：公司凭借突出的独创设计、精益品质、市场开拓能力和以客户为中心的服务态度，经过多年的经营积累获得了较高的市场口碑和</p>

品牌忠诚度，现为国内领先的定制家居产品企业之一。公司自 2019 年末提出中高端品牌定位，进而持续从品牌、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。2023 年，公司启动《独创者联盟》活动，不断加深设计师渠道运营；在全国经销商门店举行 500+场小微活动，让品牌营销下沉到一线；与乐高、京东深度合作，联合打造了 6·18 品牌盛宴，实现了在新渠道上的突破和全网高频次的曝光引流；携手全国经销商共同打造内容数字工厂，赋能全国各地超过 400+家经销商建立自媒体推广矩阵。公司通过上述活动，不断争取市场份额，提升客户满意度与忠诚度。

4. 考虑到家居行业的快速变化，公司如何适应消费者行为的变化和市场需求的新趋势？

答：公司秉承以市场需求为导向，用户创新推动进步的研发理念，不断快速推出满足客户需求及符合定制家具行业发展趋势的产品和技术解决方案。在产品调研阶段，通过深入的市场洞察和客户需求分析，结合全球行业材料、工艺、结构趋势，定位不同的产品开发类别，确定符合中国消费者的定制研发方向。产品研发过程中，以项目方式推进产品开发，严格遵循“以消费者需求为中心”的导向，把控项目风险及质量，形成橱柜、全屋、门墙及宅配家具的智能全屋定制套系化产品。

5. 贵司股价怎么看？已经破发这么多了，不准备增持回购吗？

答：尊敬的投资者您好！二级市场股价走势受经济环境、市场波动、政策导向、投资者偏好等多种因素影响。公司管理层将继续勤勉尽责，持续提升整体经营能力，持续回报广大投资者。感谢您的关注。

6. 公司在品牌建设和市场营销方面的优先事项是什么？

答：在品牌推广上，公司始终坚持设计引领的轻高定品牌建设，秉持“忠于独创，生而不同”的品牌主张，聚焦产品的独创设计，持续深化设计师渠道，汇聚优秀设计师加入「独创者联盟」；大力发展经销商新零售本地化能力建设，提升终端门店成交能力；联合权威媒体和 KOL 达人，打造年度品牌 IP 活动落地，以全方位构建高级场域、开辟高端渠道、链接高端人群、打造高级服务、创作高价值内容的品牌建设核心策略，持续夯实“轻高定”品牌建设。

7. 公司的产品线有哪些核心竞争力？近期有哪些新产品或设计创新？市场表现如何？

答:尊敬的投资者您好!“忠于独创”的“设计引领”、“超级收纳”的产品特性和“轻高定”品牌定位为公司品牌的特性优势。2023 年公司产品荣获众多国际国内奖项,如「圆舞·月光曲」、「协奏·青律」荣获法国巴黎 DNA 设计奖,「圆舞·西雅图」荣获 IAIDESIGNAWARD 全球设计大奖(智造奖)设计优秀奖,「协奏·缪斯 S」、「协奏·新纪元」一举斩获 2023 年度喜马拉雅设计之巅峰定制家居设计奖等。

8. 在产品质量、价格、设计等方面公司如何与竞争对手区分开来?

答:产品质量方面,公司采用“标准件+非标件”相结合的复合生产模式,引进先进的德国豪迈柔性生产线,标准件规模化生产,非标件柔性化制造,兼顾个性化和高质量的同时形成规模生产,提升产品性价比。价格方面,定制家具行业面临的市场竞争已经逐步由发展之初的价格竞争,转变为品牌、设计、营销、人才、服务等方面的综合竞争。公司将进一步加强品牌管理、营销网络、设计研发等方面的竞争优势,实行差异化竞争战略,聚焦中高端目标市场,做好品质和服务升级获取溢价。设计研发方面,公司通过自主研发、大师设计、“产-学-研”合作、上下游产业链互动研发等模式,建立了完善的内外部研发管理体系。依托良好的资源整合能力和强大的设计、工艺团队及扎实的技术储备与积累,公司上市销售产品拥有多项自主知识产权,荣获多项国内外设计大奖。

9. 面对原材料成本波动和供应链中断的风险,公司如何确保成本效率和供应稳定性?

答:公司将一方面通过采购成本控制、建立与供应商长期合作机制等手段来规避主要原材料价格波动的风险;另一方面通过不断改进生产工艺技术,提高生产的自动化、智能化水平,提高材料利用率,减少材料损耗率,以此降低主要原材料价格波动对产品成本的影响程度。

10. 计划加强海外布局吗?

答:随着市场环境变化,公司已注意到海外市场存在一定的发展机会,并已开始积极探索,将来会视可行性谨慎布局。

11. 在智慧家居方面有何布局和规划?

答:感谢您的关注。

12. 在数字化转型方面取得了哪些进展？在线销售渠道的发展如何，对公司整体销售的贡献度有多大？

答:公司近年来持续重视数字化及线上渠道建设。2023年,DMMS(数字营销管理系统)在赋能经销商门店端数据化运营,拉通订单后端生产数据可视化的同时,深化营销渠道建设流程,开展了全面的系统流程梳理和系统开发。公司在渠道管理信息化方面持续深化,升级上线了营销增量指标、五度能力考核、装修返款自动化等各项营销管理功能。生产制造流程上,公司持续深化四大生产基地生产管理3S系统(APS+MES+WMS),在各个基地完成功能开发、上线推行。在平台电商渠道,公司通过运营官方内容平台(微信、抖音、小红书等)和第三方电商平台(天猫、京东、拼多多)旗舰店,获取线上流量,再由线下完成量尺、设计、制造、安装等一系列服务,实现定制家居线上营销到线下服务的闭环。

13. 在可持续发展方面的实践是什么？公司如何平衡环保责任与商业利益？

答:尊敬的投资者您好!公司积极承担社会责任,高度重视安全生产、环境保护、节约资源等工作,实现公司的战略目标和可持续发展;重视保护股东特别是中小股东的利益,致力于与股东建立信任共赢的关系。在追求经济效益、保护股东利益的同时,切实诚信对待和保护其他利益相关者,尤其是员工、客户的合法权益。

14. 有哪些增长目标和战略？公司打算如何实现这些目标并确保持续的竞争优势？

答:公司始终坚定品牌中高端、工程多品类,坚持产融互动,借助资本市场做大做强的差异化战略。零售业务方面,秉承“忠于独创,生而不同”的品牌主张,以设计、服务打造经销商差异化竞争点;工程大宗业务方面,坚持“直营+经销商双轮驱动”,聚焦央国企和优质民企战略地产商,深耕强化战略合作。

15. 未来会分红或回购股票吗？管理层如何看待公司的股价表现和市值管理？

答:尊敬的投资者您好!不断提升公司经营业绩,为股东创造价值是公司一直在努力的方向。公司将一如既往地专注于主业经营,推动业务高质量发展,做好市值管理工作,为广大投资者带来持续稳定的回报。2023年度,公司拟向全体股东每10股派发现金红利2元

	(含税), 共计派发现金红利 36,583,189.60 元 (含税)。关于您提到的回购事项, 公司董事会及管理层会认真研究考量。后续如有发展动向, 公司会严格按照法律法规进行披露, 感谢您的关注。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否
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