

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： 2025-008

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他 （请文字说明其他活动内容）：线上会议
活动参与人员	东吴证券 房大磊 石峰源 华福证券 李宏鹏 李含稚 信达证券 姜文镗 龚轶之 平安证券 郑南宏 国海证券 林昕宇 赵兰亭 孙馨竹 西部证券 谭鹭 太平洋证券 赵梦菲 金桐羽 方正证券 李珍妮 马莹 中金公司 刘玉雯 李晓玉 国信证券 李晶 西南证券 沈琪 长江证券 蔡方羿 米雁翔 尹姜子 朴易资产 董国星 东方财富 毕先磊 刘雪莹 中信证券 郭韵 何亦啸 国金证券 陈伟豪 麦婷婷 国泰海通证券 吕科佳 财通证券 毕春晖 陈琳云 陈悦明 广发证券 李陶然 光大证券 陈奇凡 华安证券 余倩莹 耕霖资产 陈洋洋 天风证券 张彤 王雯 东方证券 李雪君 申银万国 魏雨辰 东北证券 陈渊文 庄嘉骏 野村东方国际证券 章鹏 华泰证券 方晏荷 王玺杰 国联民生证券 李陌凡 康璇 远信基金 张骏 国投证券 刘夏凡 高盛高华证券 伊健 唐欢 于翼资管 陈竞 长江证券资管 汪中昊 辰禾投资 吴超 北京橡果资管 魏鑫
时间	2025 年 8 月 21 日
地点	箭牌总部大厦会议室
形式	线上会议
公司接待人员	副总经理、董事会秘书 杨伟华 财务总监 邓庆慧
交流内容及具体问答记录	一、财务总监邓庆慧先生介绍公司 2025 年上半年经营情况 2025 年上半年，公司营业收入 28.37 亿元，同比下降 8.12%，毛利率 29.47%，同比增加 2.43 个百分点，费用率 27.47%，同比增加 2.53 个百分点，从而导致净利润同比下降 25.96%。2025 年

	上半年，公司扣非后净利润同比增长 6.33%。 2025 年上半年，公司国内主营业务收入 27.26 亿元，同比下降 5.83%，占比 97.37%，其中国内零售收入 11.38 亿元，同比增长 4.22%，主要是公司在经销零售门店开展的店效倍增项目带动；电商收入为 5.76 亿元，同比下降 7.85%（其中，直销电商增长 9.26%），占比 20.59%；家装渠道收入 4.62 亿元，同比下降 3.51%，占比 16.51%；工程渠道收入 5.49 亿元，同比下降 21.35%，占比 19.62%。出口方面，目前海外收入占公司营业收入比重较低，公司在北美以外市场的收入增长明显，但受国际经贸环境变化影响，公司出口北美市场业务收入下降，导致总体境外收入同比下降。 2025 年上半年，智能坐便器收入增长 4.20%，浴室家具、龙头五金收入有所增长，卫生陶瓷、浴缸浴房、瓷砖收入有不同程度的下降；主要产品的毛利率均有所改善。 2025 年上半年，期间费用增加 1.19%，其中销售费用增加 5.41%，主要是公司加大了对海外市场的战略投入。由于收入下降，导致期间费用率增加 2.53%。经营活动现金流情况同比略有改善。 二、主要交流内容 1、行业发展情况以及竞争情况如何，以及公司下半年的经营策略？ 新房市场的波动对卫浴行业需求增长造成了一定的影响，但存量房需求也在持续释放，国补政策也有效激活了消费需求；行业标准规范以及双碳政策持续加码，进一步促进行业集中度提升；同时，当前卫浴行业进入存量竞争阶段，伴随智能化渗透加深，本土企业凭借零售渠道快速布局及新兴渠道发展，品牌集中度与市场份额也在提升。 下半年，公司将以零售渠道建设为核心，深耕零售渠道的精细化运营管理，并计划将店效倍增项目由点及面、向更大范围门店全面铺开，有望进一步释放单店效能，为公司收入稳健增长提供持续动能；同时系统梳理工程、家装、电商等渠道的增长路径，推动全渠道协同发展。实施产品和营销双轮驱动，打造旗舰产品，提升产品力，以产品销售结构优化带动毛利率的提升；进一步推进内部管理变革和降本增效工作，改善毛利率，降低费用率，确
--	---

	保公司经营质量稳步改善。 2、公司在终端销售门店精细化运营工作的开展情况如何？ 2025 年上半年，公司以零售渠道建设为核心，深耕零售渠道的精细化运营管理，为此公司以店效倍增项目为核心抓手，向经销商持续赋能。公司分阶段推进店效倍增项目，通过店效倍增项目，经销商试点门店的店效显著提升。由于上半年试点范围仍局限于部分核心经销商的部分门店，下半年，公司计划将该项目由点及面、向更大范围门店全面铺开。同时，公司也将分阶段由点及面地其他渠道推进该项工作。 3、公司出海策略 公司在国内市场精耕细作的同时，持续推进国际化战略，加大对海外市场拓展，针对不同区域制定差异化的市场策略：通过与当地经销商建立合作关系，加速专卖店的布局和发展，截至目前，公司已在海外开设多家销售门店及网点；同时依托海外电商平台拓展线上销售，并通过品牌合作等多渠道推进海外业务的发展。 4、国补政策对公司的影响？ 公司积极把握国补政策机遇，优化销售结构，叠加公司零售渠道的精细化运营及管理，有效促进了公司毛利率的提升。国补政策明确与否对公司经营策略有一定影响，但更重要是公司精细化管理的持续推进。
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，可作附件）	无