

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：2023-010

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）：电话会议
活动参与人员	安联投资：张文蔚、张煜 安信证券：罗乾生、汪亦涵、谢秋昊 安信自营：周雅迪 安信资管：王晗畅 百嘉基金：杨钰其 百年保险资管：陈乐松 北京衍航投资： 张家庆 本营国际：张宇晴 长城财富保险资管：田环 长江证券：范超、蔡方羿、董超、米雁翔、张佩 长城基金：柴程森 长信基金：祝昱丰 财通证券：陈琳云 财通资管：何智超 冲积资产：何益臻 创金合信基金：李龔 淳厚基金：田文天 大成基金：岳苗、黄涛 大家资产：张婧 摩根斯坦利华鑫基金：胡斯雨 淡水泉投资：陈睿婕 淡泰资本：林祎露 德邦基金：熊泰来 德邦证券：闫广、杨东谕 东北证券：陈渊文 东方红资产管理：蔡毓伟 东方证券：李雪君、谢雨辰 东莞证券：李紫忆 东吴证券：任婕、杨默曦 敦和资管：陈文敏、韩立强、陈超玥 丰岭资本：金斌 富达基金：杨扬阳 沅京资本：汤晨晨 富敦投资：陆筱薇 富国基金：彭陈晨、赵晨阳 高盛高华：王梦雯、唐欢 工银瑞信：文杰 观富资产：尹佳瑜 光大保德信基金：谢东 光证资管：何伟 光大证券自营：刘勇 广发证券：邹戈、陈伟豪、黄雪茹 国海证券：林昕宇、杨蕊菁 国华兴益保险：韩冬伟 国泰君安资管：范杨 国联安基金：楼枫烨 国联证券：姜好幸 国盛证券：姜文镭、张彤 国寿安保：余罡 国寿资产：刘卓炜 国泰君安：林展越 国信证券：丁诗洁、刘佳琪 海通国际：寇媛媛 海通证券：吕科佳、高翩然 海通资管：李坤、钱玲玲、贺然 恒越基金：王晓明 泓德基金：秦臻 华安基金：李振兴 华安证券：马语晨 华创证券：郭亚新、刘一怡 华创自营：黎泉宏

华富基金：聂嘉雯	华泰证券：王玺杰
华泰证券资管：冯潇	华西证券：金兵、宋姝旺
华夏基金：林瑶	汇添富基金：费海墅
火星资产：樊蔚文	景顺长城基金：孟禾
九泰基金：赵万隆	聚鸣投资：王宇俊 建信基金：吴斯
开源证券：吕明、骆扬	宽远资产：吴相贤
蓝墨投资：吴洁	利檀投资：毛志伟
六禾投资：石嘉婧、李振江	民生证券：李阳、徐皓亮、胡宝莹
明曜投资：赵康杰	南方基金：车育文
宁银理财：孙文瑞	牛乎资产：方菲
诺安基金：刘鑫、王晴、黄友文、王月、罗春蕾、李迪、占叶琨、王创练	松垚资本：张惠灵 鹏华基金：林伟强
平安证券资管：唐宇	奇盛基金：谌红梅
山西证券：王冯、孙萌	山楂树资产：岳路路
上海彬元资本：张帆	大朴资产：姚永华
上海璞远资产：童昱霏	上海耀之资产：叶祎梦
申万宏源：屠亦婷、黄莎、庞盈盈	汐泰投资：黄振航
深圳丰岭资本：赵可	石锋资产：杨舒妍
太平洋资管：徐军平	太平洋证券：陈天蛟、刘洁冰
天风证券：孙海洋、尉鹏洁、马莹	太平资产：邵一真
上海保银：张凤涛	天治基金：张歌
万家基金：王晨曦	万纳资产：杨君弈
五地基金：陆艺飞	长城证券：花江月
五星控股：汤伟栋	西部证券：李华丰、谭鹭
西部证券资管：杜新航	西南证券：赵兰亭 西泽投资：于雪雯
信达澳亚基金：曾丹悒	信达证券：李宏鹏、李含稚
信泰保险：雷茜茜	星泰投资：陈婷婷
行知创投：周峰	兴全基金：李君
兴业证券：赵树理、王凯丽、侯宜芳	修实基金：张翔
玄卜投资：夏一	银华基金：周晶 永赢基金：王昕妍
阳光资管：张凌禹	野村东方国际证券：章鹏
易方达基金：张璐婷	银河基金：施文琪
甬证资管：秦庆	友邦保险：姬雨楠、黄文婧
煜德投资：程跃	源乘投资：彭晴 源峰基金：欧阳婧
远信投资：马路欣	招银理财：姚思劼
招商证券：袁定云、毕先磊	招商资管：王博
浙商基金：韩佳伟、邓怡	浙商证券：史凡可、傅嘉成、陈秋露
浙商证券资管：殷铭、唐靓	中环资产：宋雅

	<p>中金公司：戎姜斌、刘玉雯 中欧基金：陈欣宜 中欧瑞博：杨孟哲 中泰证券：孙颖、郭美鑫、韩宇、刘毅男 中信建投证券：叶乐、黄杨璐 中信建投基金：张睿 中信证券：郭韵、郭羽、肖昊、何亦啸、李郑 中庸资本：王一诺 中邮证券：曹文艺 Point72：于彤 Polymer Capital：卢佳玥</p>
时间	<p>2023年4月24日 17:30-19:00（电话会议） 2023年4月28日 10:00-11:00（电话会议） 2023年4月28日 14:00-16:00（现场会议）</p>
地点	佛山市禅城区南庄镇科洋路20号箭牌大厦23楼会议室
形式	电话会议、现场会议
公司接待人员	副总经理、董事会秘书杨伟华；财务总监彭小内
交流内容及具体问答记录	<p>（一）副总经理、董事会秘书杨伟华先生介绍公司2023年第一季度相关情况</p> <p>（二）与投资者进行交流，具体问答如下：</p> <p>1、问：公司一季度毛利率下滑的原因是什么？如何提升毛利率水平？</p> <p>答：2023年一季度由于延续了2022年四季度的销售政策，以及销售金额占全年比例相对较低，同比2022年毛利率有所下降，但环比2022年四季度略有增长；公司也将持续通过提升智能产品占比、产品结构优化以及做好内部生产及管理降本增效等措施从而保持较好的毛利率水平。</p> <p>2、问：智能马桶的单价变化情况以及毛利率变化趋势情况如何？公司将如何进一步提升智能马桶的渗透率？</p> <p>答：目前智能马桶行业处于低渗透率阶段，轻智能产品的推广普及，以及行业技术的成熟，也一定程度上推动智能马桶均价逐步下行，从而进一步推动智能马桶渗透率的提升，但同时随着产品功能创新升级也拉动部分产品价格上行，从公司情况来看，近两年均价略有下降。公司也将通过进一步提升自产率、零部件标准化以及内部管理降本等方式，实现降本从而保持较好的毛利率水平。</p> <p>3、问：公司一季度研发费用率同比进一步提升，主要是投入在智能坐便器产品方面吗？</p> <p>答：产品方面，公司主要围绕智能、环保、健康三大方向进行研究，重点是围绕全品类的智能化进行研究，一方面对现有智能产品进行更深度的开发，开发更多的满足消费者需求的功能，同时扩大智能产品品类，布局家居智能化技术研发，打造智慧场景生态，同时，针对不同渠道的需求，进行产品的专款研发；生产工艺上，持续通过自主创新实现传统工艺与新型</p>

设备的协同，推动无人化高压注浆成型工作站系统的规模化应用，并对连体坐便器、智能坐便器、蹲便器等产品结构在高压注浆工艺下进行适应性开发，进一步提升自动化生产水平。

4、问：智能马桶自产比例是如何规划的？

答：公司智能马桶陶瓷体全部自产，上盖部分部件因产能不足尚需外购，目前的外购占比约 30%，随着公司 IPO 募投项目智能家居产品产能项目在乐从基地的陆续投产，上盖部件自产比例也将持续提升。

5、问：公司在销售网点拓展上的目标，以及今年在下沉渠道的网点拓展规划？

答：公司 2022 年末终端门店网点合计 13,378 家，相较于 2021 年末增加的网点类型主要为家装店及乡镇店，下沉渠道还有比较大的拓展空间，根据公司 2023 年业务规划，在保持专卖店数量平稳增长的情况下，将进一步加大渠道下沉力度，加大家装渠道、社区店、乡镇店、小五金店的市场布局，形成对市场的深度覆盖。

6、问：公司如何拓展下沉渠道？

答：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，针对下沉渠道产品进行专款研发，事业部统一制作展板/展架/地台等提供给经销商从而统一终端形象。

7、问：公司在渠道端的营销及管理方面，今年会有哪些变化？如何对渠道进行赋能？

答：产品方面，公司将主要围绕产品功能升级和体验提升，也将通过细分消费人群，深度挖掘消费者需求，针对性开发产品，从健康、安全、舒适、美妆等更多方向开发智能家居产品满足消费者需求。渠道方面，公司将优化门店展示模式，增加套系化产品展示空间，加大设计师队伍建设，提升消费者体验感，使得产品能更有效触达消费者；同时，线上线下联动引流，除了在天猫京东等传统电商平台之外，增加抖音等内容电商以及其他新兴平台销售渠道，开展新零售，同时，积极推进下沉渠道的地推活动，实现线上线下打通。服务方面，继续加强经销商对于服务能力的提升，保证对终端消费者售后服务质量，持续提高公司服务水平，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。在赋能的同时，公司也将持续优化经销商评价评级管理制度，根据经销商的业绩达

	<p>成、经营管理等指标，对经销商进行综合评价评级，并对评级结果进行应用，从而进一步加强对经销商的过程管理，明确经销商的核心工作指标。</p> <p>8、问：如何协同直营电商和经销电商的发展？电商渠道今年 618 会有哪些政策，618 期间的增长目标如何？</p> <p>答：对于电商渠道，公司希望经销、直销能够同步发展。公司自建电商运营团队，同时和电商经销商长期合作，开展直营电商和经销商电商业务，并在产品品类型号上各有侧重。公司营销事业部每年都有制定营销节点规划并分季度推进实施，公司将通过专款研发对线上线下产品实现有效区隔，打造更多电商爆品，扩大电商产品品类、产品组合以及增加电商新兴平台销售渠道，保持电商渠道的持续增长。</p> <p>9、问：在拓展家装渠道时，公司如何与当地经销商协同？</p> <p>答：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。</p> <p>10、问：公司如何来提升终端门店的客单值？</p> <p>答：公司将通过加大卫浴空间套系化产品开发，加速各品类产品的功能升级，增强卫浴空间产品竞争力；同时优化门店展示模式，增加套系化产品展示空间，加大设计师队伍建设，提升消费者体验感，进一步提升卫浴空间产品配套率、定制化以及智能化产品的占比，从而提升客单值。</p> <p>（三）参加现场会议的投资者参观公司产品展厅</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