

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：2023-020

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）：线上会议
活动参与人员	工银瑞信基金 袁文韬 杨柯 赵栩 林梦 浙商证券 陈秋露 长城基金 廖瀚博 杨建华 谭小兵 周诗博 柴程森 永赢基金 王昕妍 信达证券 李宏鹏 李含稚
时间	2023年8月28日 10:00-11:00 2023年8月28日 14:00-15:00 2023年8月28日 16:00-17:00
地点	-
形式	线上会议
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>1、问：针对上半年的情况，公司今年下半年将会采取哪些改善措施？</p> <p>答：2023年上半年，基于对市场的判断，为扩大市场份额，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，促销力度加大同时也拉低了公司报告期的毛利率水平，毛利率的降低也影响了公司上半年的盈利表现。下半年公司将重点推动零售渠道的增长、优化促销政策、全方位推动内部降本增效，进一步促进公司收入增长并提升盈利水平。</p> <p>推动零售渠道的增长方面，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，开展各种形式的营销活动，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，推动渠道下沉，从而促进零售渠道的增长。</p> <p>促销政策优化方面，结合市场情况，公司下半年的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。</p> <p>降本增效方面，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</p>

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。

2、问：下半年公司将如何稳定智能马桶价格？

答：上半年公司智能马桶销售数量同比增长 37.15%，收入同比增长 13.84%，占公司营业收入比例为 20.01%，同比增加 1.75 个百分点；轻智能产品的快速推广和占比提升，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。同时公司也将通过进一步提升上盖部件自产率、零部件标准化以及内部管理降本等方式，从而保持智能坐便器较好的毛利率水平。

3、问：公司下半年将如何进一步推进下沉渠道建设？

答：下半年，公司将继续稳步推进下沉渠道建设，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，并开展下沉渠道经销商订货会等方式支持活动落地。

4、问：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？

答：公司将从产品端、渠道端、服务端共同发力，通过产品力的提升、产品体验感提升，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。

5、问：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？

答：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，国产品牌也将抓住机会实现市场份额的进

	<p>一步扩大。</p> <p>6、问：公司未来对于渠道发展是如何规划的？</p> <p>答：公司将继续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。电商渠道方面，公司在深耕天猫、京东等传统电商同时加快在抖音、快手、拼多多、小红书等平台上的服务渗透，加大新兴渠道的布局和投入力度，同时积极开展新零售，线上线下互补互融，并通过内容营销、直播助力等方式，促进电商渠道发展。另外，公司积极把握渠道流量变化趋势，积极拓展家装渠道，与全国性头部家装公司达成战略合作并由各地经销商落地实施，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。工程渠道方面，公司在严格控制应收风险的前提下，积极拓展精装房和公共工程项目，使工程渠道实现相对合理的收入结构，同时保持一定规模和体量，从而形成较为合理的渠道布局。</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