

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：2023-026

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 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	中金公司 樊俊豪 吕沛航 刘玉雯 谢一飞 张雅茜 申万宏源 黄莎 魏雨辰 海通证券 吕科佳 长江证券 范超 米雁翔 张佩 应奇航 浙商证券 陈秋露 安信证券 罗乾生 刘夏凡 广发证券 谢璐 黄雪茹 陈伟豪 兴业证券 王凯丽 侯宜芳 储天舒 财通证券 陈琳云 招商证券 袁定云 赵中平 毕先磊 东吴证券 房大磊 任婕 中泰证券 孙颖 郭美鑫 邹文婕 韩宇 万欣怡 方正证券 马莹 万宇昕 华西证券 金兵 朱昊冉 宋姝旺 天风证券 孙海洋 尉鹏洁 张洛瑜 王悦宜 首创证券 陈梦 长城证券 蔡志明 王龙 开源证券 骆扬 东方证券 李雪君 谢雨辰 民生证券 李阳 谭雅轩 信达证券 李宏鹏 李含稚 中银证券 杨逸菲 郝子禹 西部证券 李华丰 谭鹭 国海证券 林昕宇 杨蕊菁 国盛证券 姜文镗 汪亦涵 中信建投证券 叶乐 黄杨璐 中信证券 郭韵 何亦啸 马骏锐 华创证券 刘一怡 中信里昂证券 陈守理 冯瑞林 高盛高华证券 王梦雯 汇丰前海证券 薛丹彬 野村东方国际证券 章鹏 西南证券 赵兰亭 太平洋证券 刘洁冰 山西证券 孙萌 平安证券 郑南宏 瑞银证券 陈程智 华泰证券 王玺杰 东北证券 莫然 陈渊文 国联证券 康璇 长城基金 柴程森 富敦投资 陆筱薇 观富资产 尹佳瑜 明河投资 杨伊淳 驼铃资产 赵若然 景林资产 吴宪 利檀投资 毛志伟 百嘉基金 杨钰其 国华兴益资管 韩冬伟 修实基金 严理 君怀投资 倪澄澄 汐泰投资 黄振航 六禾投资 石嘉婧 会远资产 李南冷 太平洋资管 徐军平 国寿养老 洪奕昕 交银施罗德基金 孔祥睿
时间	2023年10月27日 19:00-20:00
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，财务总监彭小内
交流内容及具体问答记录	一、副总经理、董事会秘书杨伟华介绍2023年前三季度生产经营情况 2023年第三季度，公司收入同比下降5.81%，主要系运输模式

切换所致，公司自 2023 年 7 月 1 日起实行主要产品（瓷砖除外）统一配送的运输模式，由经销商到公司仓库自行提货变更为公司安排运输送到经销商仓库，由于运输模式的切换，商品控制权转移的节点由公司仓库出库确认延至送达经销商仓库签收后确认，以成本计价的发出商品金额增加约 0.77 亿元，此部分发出商品对应的收入确认也相应延后。公司第三季度毛利率为 29.36%，同比下降 3.17 个百分点，环比有所改善增加 0.40 个百分点，费用率基本持平，第三季度净利润下降 36.85%，主要是毛利率下降的影响。2023 年第三季度，分月度的收入来看，由于运输模式切换的影响，7 月份收入同比下滑，8、9 月份开始恢复并实现增长；同时，主要产品品类（包括智能坐便器）的销售数量保持增长，均价同比有所下降但环比基本稳定；2023 年前三季度经营活动产生的现金流量净额为 4.72 亿元，同比增长 389.19%。

二、主要问答情况

1、公司主要基于什么原因对运输模式进行切换？运输模式切换对公司收入的影响是持续性的吗？切换之后是否会对成本造成影响？

为了实施全国统一出货价，提高运输效率，保证运输质量，公司自 2023 年 7 月 1 日开始进行主要产品（瓷砖除外）统一配送的运输模式，运输模式切换主要影响收入确认的时点，即商品控制权转移的节点由切换前的公司仓库出库确认延至切换后的送达经销商仓库签收后确认，同时，使得期末发出商品的金额较切换前会有所增加，比如三季度末以成本计价的发出商品金额增加约 0.77 亿元，对应的收入确认也相应延后；运输模式切换短期会有磨合期，7 月份受到的影响相对较大，8、9 月份已开始逐步恢复并实现增长。运输模式切换对经销各渠道、各品类均有所影响，收入和成本均相应增加运费，对毛利额没有影响，但对毛利率会有所影响。

2、智能坐便器的价格及毛利率都有所波动，公司预计未来趋势如何？智能坐便器中，未来轻智能的占比是否会进一步提升？

考虑到上半年政策延续性，第三季度对部分产品的促销政策进行调整、产品结构优化，各个品类的毛利率环比均有所改善，产品均价基本稳定，第四季度公司将继续延续调整思路，更加全面地推进销售政策的调整与产品结构优化，进一步改善毛利率水平。

第三季度，智能马桶的毛利率环比略有下降，主要是受到运输模式切换的影响以及第三季度电商渠道的销售结构影响；而第三季度全智能以及轻智能马桶的均价环比均有所上升。目前入门级的轻智能产品只有座圈加热及离座自动冲水功能，轻智能与全智

	<p>能产品的使用场景略有不同，随着轻智能产品在非住宅物业渗透率的提升，轻智能产品的占比将略有提升，但未来占比仍将低于全智能产品。未来，公司将持续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以及收入增加。</p> <p>3、公司将如何对经销零售渠道进一步赋能？</p> <p>对零售渠道的精耕细作一直以来都是公司的重点工作之一。一方面通过产品结构的调整，为经销商提供更有竞争力的产品；同时，进一步加强对经销商的精细化运营管理，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>4、目前自产率推进情况如何，以及其他环节降本工作推进情况如何？</p> <p>公司持续落实智能盖板及组件、龙头五金外购转自产工作，随着公司自有产线的建成，自产率也将持续提升。前三季度，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，未来将继续落实上述工作，进一步实现公司降本增效目标。</p> <p>5、双 11 促销活动已经开始，公司在线上渠道的策略以及目标如何？</p> <p>今年的双 11 活动，公司主要还是在京东与天猫平台继续发力，抖音、快手平台目前成立了自营团队进行筹划运营，未来将在线上渠道发挥积极作用。</p> <p>6、公司目前渠道下沉工作推进情况如何？</p> <p>根据年初的业务规划，公司持续稳步推进渠道下沉，推进家装渠道、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，同时，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，并结合针对下沉渠道单独开发下沉渠道经销商，以及开展下沉渠道分销商订货会等方式支持活动落地。</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