

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：2024-015

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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	长江证券 米雁翔、尹姜子 华泰证券 方晏荷、王玺杰 中金公司 吕沛航、刘玉雯、张群心 方正证券 韩宇 中信证券 李鑫、郭韵、何亦啸、肖昊 中信里昂 史博一 申银万国 黄莎、魏雨辰、张文静、郝子禹、 国海证券 林昕宇、赵兰亭、孙馨竹 招商证券 袁定云 天治基金 张歌 仲春基金 于智伟 上海景林资管 吴宪 浙商证券 陈秋露、陈姗姗 民生证券 李阳、易智娴 西南证券 蔡欣、沈琪 西部证券 谭鹭 华安证券 余倩莹 东方证券 李雪君、谢雨辰 野村东方国际证券 章鹏 平安证券 郑南宏 国金证券 赵中平 海通证券 吕科佳 中信建投证券 叶乐、黄杨璐、丁希璞 光大证券 陈奇凡 中泰证券 张潇、邹文婕、农誉 国信证券 李晶、王兆康 兴业证券 储天舒、侯宜芳、赵宇 山西证券 孙萌 开源证券 吕明、蒋奕峰 华创证券 周星宇 东吴证券 房大磊 国投证券 罗乾生 财通证券 陈琳云 德邦证券 闫广 海南羊角私募 解睿 东北证券 庄嘉骏、陈渊文 国盛证券 姜文镒、曹馨茗 海南希瓦私募 胡周 华福证券 李宏鹏、李含稚 上海递归私募 陈曦 上海明河投资 杨伊淳 高盛证券 唐欢 华夏基金 范霖君 广发证券 张乾、钱子毅 天风证券 孙海洋、张彤、王悦宜 北京高华证券 伊健 富国基金 李峙屹 长城证券 王龙 国联证券 康璇 上海晨燕资管 李树荣 创金合信基金 李龔 鸿运私募基金 蒋睿
时间	2024年10月24日
地点	佛山市顺德区乐从镇创兴一路1号箭牌总部大厦
形式	电话会议
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	一、介绍公司2024年前三季度经营情况，主要内容如下： 2024年第三季度，公司营业收入174,378.47万元，同比下降5.55%，收入降幅环比略有收窄，1-9月累计营业收入同比下降8.49%；同时，由于消费市场需求持续放缓，产品价格持续下

滑，导致第三季度毛利率同比及环比均有所下滑，1-9月累计毛利率同比下降2.99%；此外，由于折旧摊销增加和收入规模下滑，导致第三季度期间费用率有所增长，1-9月累计费用率同比增长2.42%，导致1-9月净利润同比下降89.77%。从渠道情况来看，前三季度出口业务收入2.58亿元，同比增长146.81%；从产品情况来看，轻智能马桶销售数量及销售收入均有所增长。

二、主要交流内容如下：

1、四季度公司将会有哪些进一步的举措？

2024年四季度，公司将继续加强对海外市场的人才、产品等资源投入，优化海外产品布局，并重点布局发达国家市场和一带一路国家市场，实现海外市场的更快速增长。优化销售事业部的人员和资源配置，提高产品营销整合推广能力，优化产品销售结构；进一步细化各品类降本措施，优化促销政策，促进毛利率改善；强化电商渠道在新品类及新平台的拓展，并将积极把握政府推出的家居产品以旧换新政策机遇，力争促进销售增长。

2、家居品类的以旧换新补贴政策开展以来对促进公司销售的情况如何？在以旧换新补贴以外，公司是否有推出其他补贴或优惠？

目前，各地方政府相继出台了具体的以旧换新补贴实施方案，政策的实施促进了家居家装的消费，从初步情况看，线上平台因参与补贴政策的相对便利性更快体现了换新消费需求的增长，线下门店消费需求同样也会受到政策的带动，但从经销商终端销售传导到公司需要一定的周期。公司也将持续保持对相关政策的关注，也在积极协同线下门店及网上店铺及时跟进并落实相关政策，以把握政策带来的增长机遇。除了国家政策补贴，公司还结合市场情况，对部分产品推出了额外的补贴或优惠，开展系列的回馈消费者活动。

3、以旧换新政策的推进，对于行业竞争格局将会有什么样的影响？

以旧换新政策的推进将进一步促进行业参与者的规范化，有利于进一步提升集中度；激发消费者的换新需求，促进消费升级，这有助于形成持续的换新业务和消费增长；同时企业为了适应政策导向和市场需求，将不断推出符合节能环保、智能化等标准的新产品，并提升换新服务能力，以满足消费者对高品质产品的需求。随着消费者换新习惯的形成，以及企业换新产品和服务质量

	<p>的提升，以旧换新将逐渐成为行业内的常态化业务，为企业带来稳定的收入来源。</p> <p>4、智能马桶产品结构变化以及公司的应对举措</p> <p>从前三季度的情况来看，轻智能增长明显，全智能表现相对偏弱，这与消费环境、消费者对消费支出的谨慎态度也有一定关系。未来，轻智能将继续发展，满足更多场景需求，如公共卫生间、家庭第二卫生间和酒店智能化需求。对于全智能马桶，随着消费者对高品质生活追求的增加，以及国家政策的推动和消费刺激政策的持续推出，仍有较高的市场发展空间。因此，公司将继续把智能马桶作为重点发展品类，推进轻智能和全智能的共同发展。</p> <p>5、智能马桶的 3C 认证落地执行目前来看对行业格局的影响，以及后续展望？</p> <p>自 2025 年 7 月 1 日起，对电子坐便器等产品实施强制性产品认证（简称“CCC”）管理；2024 年 7 月，公司成为电子坐便器 CCC 认证首批 23 家获证企业之一，公司目前也在加速推进相关产品的认证工作，随着行业标准的进一步规范，将持续推动行业的优胜劣汰，加速中小产能的出清，行业集中度将得到进一步提升。</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