

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：2026-008

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	国海证券 赵兰亭 孙馨竹 信达证券 李晨 平安证券 郑南宏 中信建投证券 叶乐 黄杨璐 长城证券 谭鹭 东吴证券 黄诗涛 中金基金 于智伟 远信基金 张骏 太平洋证券 赵梦菲 中金公司 徐卓楠 刘玉雯 方正证券 李珍妮 左奇峥 国信证券 李晶 长江证券 尹姜子 米雁翔 华福证券 汪浚哲 招商证券 袁定云 国金证券 陈伟豪 谢俪丹 东北证券 李强 浙商证券 毕春晖 傅嘉成 华泰证券 方晏荷 申万宏源 魏雨辰 天风证券 孙海洋 张彤 中信证券 郭韵 林镇潘 红星美凯龙 许晓媛 程相
时间	2026年4月28日
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 邓庆慧
交流内容及具体问答记录	<p>一、介绍行业整体情况以及公司2025年及2026年第一季度经营情况，主要内容如下：</p> <p>当前行业正经历从增量扩张到存量竞争的深刻转型，市场总量趋于平稳，增长依托于产品智能化转型，但行业整体利润承压。</p> <p>公司2025年实现营业收入64.74亿元，同比下降9.21%，综合毛利率为26.03%，由于店效倍增项目的推进和产品结构的调整，同比提升0.78个百分点。由于规模下降，公司期间费用率同比上升0.77%，导致公司净利润下降32.30%。公司各渠道展现出不同发展态势，零售渠道作为核心渠道，国内经销零售收入实现人民币26.03亿元，同比增长4.96%，营收占比提升至40.71%，渠道韧性凸显。电商、家装及工程渠道收入同比有所下降，公司正针对各渠道特点积极推进深度变革与结构优化。境外收入为1.01亿元，占营收比重1.58%。尽管北美市场环境影响导致整体境外收入同比下降，但公司在东南亚等新兴市场的布局</p>

已取得初步进展。智能坐便器产品销售数量同比增长 4.92%，受产品均价影响，该品类销售收入同比略有下降。

2026 年第一季度，公司营业收入 9.78 亿元，同比下降 6.86%，综合毛利率为 29.86%，同比提升 0.84 个百分点。当期净利润虽有所增加但仍为亏损。

公司 2026 年的核心经营目标之一是着力提升盈利能力，为此将重点推进以下举措：深化“店效倍增”模式，在零售渠道全面推行“店效倍增 2.0”项目，同时，将该精细化运营的成功经验向电商、家装等渠道复制推广，优化全渠道结构。持续深化与央视《大国品牌》、鸿蒙智选的战略合作。依托已构建的 IPD（集成产品开发）、IPMS（集成产品营销和销售）体系，对智能马桶、智能花洒、鸿蒙生态产品等旗舰产品进行全生命周期的精心策划与市场推广，确保上市即上量。推进 SKU 聚焦，将资源集中到核心品类和高价值产品上，持续优化产品结构，带动整体毛利率改善。

二、主要交流内容如下：

1、公司 2026 年智能化产品布局与规划

公司 2026 年的智能化布局一方面夯实并做大智能马桶这一基本盘，为此，我们将通过旗舰产品操盘，系统性地在中高端市场发力，并布局具有竞争力的主力产品。比如，去年推出的 P50 系列和刚新推出的 D30 系列（主打“泡泡自洁”功能，告别手动刷洗）。另一方面，鸿蒙生态产品（包括花洒、浴霸等）是公司智能战略的重要增量，公司将全力开拓鸿蒙智联生态，从单品到空间，构建差异化的智慧生活体验，共同支撑公司的智能化增长目标。

2、店效倍增项目向电商渠道复制的具体举措

自去年底至今年初，我们对电商管理团队进行了优化调整，将线下零售渠道在店效倍增实践中表现突出的骨干力量，部分调配至电商团队，负责推动相关工作，此举带来了成熟的精细化运营方法论，使得店铺转化率、店铺评分等关键运营指标得到显著提升，对电商运营效率产生了直接的正面影响。在团队调整的基础上，我们进一步强化了内部的集成作战能力。产品线等中后台部门对电商前端的支持与赋能得到系统性加强，确保了在推进店效倍增项目过程中，能够快速响应市场、精准匹配资源。未来，

	<p>我们将持续深化这一模式，优化全渠道运营结构。</p> <p>3、近期，受宏观环境与国际形势变化影响，原材料价格出现上涨，对公司成本及毛利率的影响</p> <p>公司将根据成本变化，对不同产品型号进行分阶段、有针对性的价格调整，以对冲部分成本压力。并将通过工艺优化、效率提升等内部精益管理与价值链降本举措，消化成本上涨影响，从而最大限度减轻原材料波动对毛利率的影响，确保年度经营目标达成。公司将持续关注市场动态，灵活调整策略，保障业务稳健运行。</p> <p>4、公司海外市场发展规划</p> <p>海外市场是公司中长期发展的重要战略方向之一。2026 年及未来，公司在海外市场的拓展将遵循清晰、务实的策略，并聚焦于具有增长潜力的区域与模式。比如对于东南亚市场，以线下零售与经销商模式为核心，通过开设线下专卖店、发展本地经销商网络的方式进行市场深耕与品牌建设，实现本土化运营。对于欧洲市场，公司将优先通过跨境电商平台进行切入和探索，在建立一定的市场认知与业务基础后，再评估后续线下布局的可能性。</p> <p>5、店效倍增项目长效性及持续赋能机制</p> <p>店效倍增项目的长效性依赖于我们构建的动态赋能体系，而非简单的驻店模式。总部团队以赋能巡检方式传递方法论。为确保效果持续，我们聚焦产品持续赋能，比如通过旗舰产品操盘推出主销产品，帮助门店优化结构、提高客单价，为店效增长提供持久动力；同时聚焦方法论迭代，对运营方法论进行持续迭代和滚动培训，使赋能随市场变化而升级。旨在帮助经销商构建自我造血能力，实现门店绩效的稳态提升与长期增长。</p> <p>6、关于鸿蒙智选合作的赋能与展望</p> <p>与鸿蒙智选的合作，为公司在产品开发、用户体验与渠道协同三大维度带来深度赋能。鸿蒙智选团队深度参与产品开发，为公司导入了以极致用户体验为导向的科技产品开发体系；以及用户体验闭环前置，产品上市后的全渠道协同销售与推广。公司也将在鸿蒙生态基础上围绕智慧卫浴空间探索推出更多协同创新的智能产品，以丰富空间互联体验。</p>
关于本次活动是否	无

涉及应披露重大信息的说明	
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