

证券代码：002853

证券简称：皮阿诺

广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2019-002

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（2019 皮阿诺全国战略经销商营销峰会）
参与单位名称及人员姓名	国盛证券、太平洋证券、海通证券、华泰证券、安信证券、中涛基金、东北证券、申万宏源证券、广发证券等投资机构及券商研究员共 10 人
时间	2019 年 8 月 21 日
地点	贵州省贵阳市贵阳万丽酒店
上市公司接待人员姓名	董事长马礼斌、董事会秘书管国华
投资者关系活动主要内容介绍	<p>情况介绍：</p> <p>一、2019 皮阿诺全国战略经销商营销峰会</p> <p>董事长作公司主题报告</p> <p>二、投资者交流会</p> <p>公司董事会秘书简要介绍公司 2019 年上半年业绩、经营情况。</p> <p>问答环节：</p> <p>1、大宗业务作为战略方向，未来规模是否会控制在一个水平？</p> <p>回复：工程业务公司关注成本控制和资金支持，需要现金流作为支撑。工程业务占比预想的理想状态约在四成左右。</p> <p>2、广告投放同比例是否减少？</p> <p>回复：零售销售费用的预算较去年有所增加。公司目前的广告投放更侧重于终端市场，营销渠道方面以营销落地为主，一个是开店支持，一个是培训和活动支持。公司强调，广告投放要精细化投放，要能直接对销售业绩产生作用。</p> <p>3、对当前行业情况的感受与看法？</p> <p>回复：定制家居行业零售变化很快，传统零售普遍下滑，品牌定制公司增长主要来自工程业务。皮阿诺衣柜保持良好的增长势头，渠道发展也还有向上的空间。今年大众化品牌普遍都遇到发展瓶颈，前</p>

	<p>端流量入口收窄，转型、做差异化、个性化是行业发展方向，还需通过提高客单值来对冲客流下滑。</p> <p>4、公司今年的开店意愿如何？公司如何赋能？</p> <p>回复：公司会选择和培育具有品牌意识、资金实力、信誉度良好、具有较丰富市场经验的经销商，与之签订合作协议，授权其在一定区域内，按照公司要求开设门店，销售“皮阿诺”品牌整体家居产品。在赋能方面，一是通过品牌及产品升级；二是公司帮扶经销商开拓家装、线上等渠道，逐步实现全渠道营销。</p> <p>5、如何看待定制行业的整装渠道？请问整装方面合作如何进行？</p> <p>回复：家装渠道方面，主动拥抱家装渠道的经销商增速较为乐观。由于传统门店客户数被分散，所以必须把握新的客流。家装市场大方向还是上行，未来这个市场不会太差。现在家装市场劣币驱逐良币、低价竞争的时代慢慢过去，开始出现良性发展。</p> <p>目前各种合作方式公司都在积极探索，当前采用的主要方式是由总部与家装公司谈好合作，开发好后交付给经销商。</p> <p>6、请问在大宗业务占比方面零售是否有所下滑？</p> <p>回复：2019 年上半年度，橱柜零售是有所下滑的，但影响并不大。一是因为业务调整，二是报告期内订单未交付，下半年的交付速度应该没问题。衣柜业务零售在增长。目前，公司产品定位已基本调整到中高端市场，店面调整初见成效，预计橱柜零售下滑趋势将扭转。未来零售业务整体预计呈增长态势。</p> <p>7、工程业务应收账款问题如何解决？</p> <p>回复：工程业务增长是会占用公司一定的资金，目前公司工程业务应收账款以恒大地产为主，未来随着其他工程客户收入占比提升，账期综合考虑下，应收账款压力能有所缓解。公司现有资金还能可以维持运营，所以暂不需要牺牲财务费用去做处理。在未来工程业务如持续高增长的情况下，公司会视情况考虑应收账款融资，如保理业务等。</p> <p>8、请问公司未来渠道战略是怎样的？如何有效优化一、二线城市的经销商？</p> <p>回复：一方面公司聚焦重点省份渠道建设，优化一、二线城市渠道布局，提升终端店面形象，提升市场定位，并加大零售网络拓展，全力推动销售网点向主要三、四、五线城市有质量的下沉。</p> <p>公司对一、二线城市的经销商进行优化，鼓励优秀经销商做分销；将主力市场的三、四线城市进行渠道优化；在五、六线城市发展增量市场。</p> <p>9、公司要进行产品升级是否与渠道主要在三到五线城市存在矛盾呢？</p>
--	--

	<p>回复：产品升级在三、四线城市是比较容易推广的。公司现在业务主要针对区域市场进行：在一线和有条件的经销商方面会推行 A 类店，定位中高端市场；能力较弱的则会推 B 类店；三四线城市推 B 类店，以品牌调性统一，定位中端市场为主；五六线城市主推 C 类店，C 类店算补充店铺，类似社区店。</p> <p>10、公司目前的产能情况？</p> <p>回复：目前公司正遭遇产能瓶颈。阜沙项目二期尚未建成，兰考的产能主要是供给工程业务需求，天津项目释放的产能部分缓解公司目前的销售增长。</p> <p>为缓解产能瓶颈，公司目前通过优化生产效率发掘现有生产线产能潜力，看未来如在必要的时候，公司可能通过租赁厂房开展生产以满足订单需求。公司同步推进阜沙项目二期的建设，并于今年上半年与中山板芙镇签约，拟购置土地投资新建生产基地，以解决公司产能瓶颈问题。</p>
日期	2019 年 8 月 21 日