

证券代码：603208

证券简称：江山欧派

江山欧派投资者关系活动记录表

编号：2022-006

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：线上交流
主要参与单位名称	交银施罗德基金、嘉实基金、富国基金、平安基金、海富通基金、西部利得基金、德邦基金、汇安基金、财通基金、中海基金、鹏扬基金、惠升基金、光大保德信基金、湘财基金、国联安基金、融通基金、兴全基金、永赢基金、恒生前海基金、富荣基金、诺安基金、申万菱信基金、宝盈基金、太平基金、中庚基金、南方基金、万家基金、玖鹏资产、国海资管、天下溪投资、乐瑞资管、平安资管、国君资管、中邮理财、兴银理财、建信养老金管理、光证资管、泰康资产、国寿资产、人保养老、中邮人寿保险、鸿运私募基金、广州思诺铂投资、耀之资管、真龙资本、尚诚资产、同犇投资、朴易资产、中新融创、杉树资产、盛宇投资、尚道投资、领骥资本、益菁汇资产、金建投资、深梧资产、涌贝资产、健顺投资、广发信德、绿金投资、远信投资、国信投资、万纳资产、华夏财富创新、建信信托、志开投资、启石资管、鲲鹏恒隆投资、鑫宇投资、宏道投资、和聚投资、量利投资、凯宝投资、凯恩资本、圆信永丰、颐和久富投资、混沌道然资产、中信建投、国盛证券、中信证券、开源证券、天风证券、长江证券、海通证券、兴业证券、安信证券、广发证券、华创证券、华金证券等机构。
时间	2022年10月
地点	线上交流
上市公司接待人员姓名	郑宏有、陈烨佳
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、 公司基本情况介绍</p> <p>江山欧派是一家集设计、研发、生产、销售、服务于一体的专业制门企业，根据《上市公司行业分类指引》，公司所处行业属于家具制造业（代码：C21）。目前公司拥有多个生产基地，占地面积近两千亩。公司目前产品有门类、窗类、柜类、墙板类等门墙柜一体化健康家居产品。</p> <p>2022年前三季度，公司实现营业收入22.13亿元，较上年同期减少3.26%；实现归属上市公司股东的净利润0.31亿元，较上年同期减少89.37%。</p>

二、 投资者问答

1、 请问在精装市场修复缓慢的情况下， 公司如何提升市场份额。

(1) 根据奥维云网统计， 2022 年 1-8 月精装市场， 户内门配置率 97.7%， 配套项目 1244 个， 同比下降 40.7%； 规模 92.99 万套， 同比下降 47.8%。 江山欧派作为户内门行业的龙头品牌， 精装市场份额同比增长 2.6 个百分点。

(2) 2020 年， 公司直营工程渠道收入占比超过 70%， 经公司近两年努力， 经销商渠道和工程代理商渠道的份额提升较快， 公司同时加强出口渠道布局， 目前直营工程渠道收入占比下降至 40%以下， 成为公司三大重要的销售渠道之一。

(3) 近年来， 公司大力拓展经销商渠道、 工程代理商渠道， 前三季度均保持较快增长， 经销商数量从 2020 年的 3,000 多家拓展到目前的 22,000 余家， 工程代理商数量从 2020 年的 100 多家增加到现在的 400 余家。 同时直营工程渠道的客户群体在扩大， 优质客户在增加， 对每一个客户的销售品类在增加， 工程渠道合作的项目类型进一步多样化， 开辟学校、 医院、 酒店、 康养等新的业务渠道， 创造新的增量， 这为公司未来进一步提升市场份额做了较好的铺垫。

2、 请问公司三季度分产品的收入情况。

答： 公司前三季度， 夹板模压门收入 13.44 亿， 实木复合门收入 4.42 亿， 柜类产品收入 1.26 亿， 其他产品收入 1.32 亿元。

3、 请问公司三季度分渠道的收入情况。

答： 公司前三季度， 经销商渠道收入 6.10 亿元， 同比增长 45.46%； 直营渠道收入 8.15 亿元， 同比下降-34.61%； 代理商渠道收入 5.55 亿元， 同比增长 66.01%。

4、 请问代理商渠道增长的原因。

答： 今年， 公司对代理商渠道， 实施招、 育、 服、 管一体化， 将无效

商转化为有效商，将小商培养为大商，将大商培养为优质商，提升工程代理商渠道收入占比长。

5、请问大宗渠道毛利率下滑的原因。

答：主要系市场需求放缓叠加疫情影响，收入同比下降；原材料价格上涨，成本同比上升。

6、请问代理商渠道和直营工程渠道毛利率差异的原因。

答：针对直营工程客户，公司盈利来源主要为产品利润和服务利润；针对工程代理商开发的工程客户，公司盈利来源主要为产品利润。因此，直营工程渠道的毛利含产品毛利和服务毛利两部分，代理商渠道的毛利主要为产品毛利。

7、目前越来越多的公司进入木门零售渠道，公司有何竞争优势。

答：公司竞争优势主要体现在以下几方面：

(1) 品牌响：江山欧派是上市品牌、国家绿色工厂、国家知识产权优势企业、国家林业标准示范企业、国家高新技术企业、全国绿色建材下乡活动推广企业。

(2) 品类多：目前公司拥有门类、窗类、柜类、墙板类等门墙柜一体化健康家居产品。

(3) 品质好：公司产品选用环保等级较高的板材和水性漆等，生产工艺成熟，产品品质可靠，健康环保，好材料好工艺铸就好品质。

(4) 价格优：公司具备规模化生产和集中量采的优势，成本持续优化，公司产品品价比高。

(5) 产能大：公司产能规模位于行业前列，具备批量化规模化的生产能力和交付能力。

(6) 交期快：公司产品交期短，能及时响应客户的需求。

(7) 服务优：公司已形成全方面多渠道的立体营销网络及服务体系，为全球消费者提供优质的产品和服务。

	<p>(8) 家文化：江山欧派文化核心是家文化。</p> <p>8、请问公司如何对经销商进行管理。</p> <p>答：公司对经销商，更多的是服务和产品的支持；管理体现在：品牌维护管理、产品授权管理、经销商服务标准管理、规范促销活动、下单管理、结算管理等方面，如发现有消费者投诉等不利于公司品牌维护的行为，公司有权收回其经销权。</p> <p>9、请问公司目前的生产基地分布情况。</p> <p>答：公司目前拥有三大生产基地：浙江江山生产基地，门墙柜产品均有生产；重庆永川生产基地，主要生产木门；河南兰考生产基地，主要生产木门。</p> <p>10、请问公司未来会不会拓展新的品类。</p> <p>答：目前公司的产品战略是 1+N，以门类产品为核心，延伸到窗类、墙板类、柜类等一体化健康家居产品。比如产品从木门扩展到泛门类产品，比如室内防火门、铝合金门、玻璃门、入户门等；再从泛门类产品扩展到其他木制品，比如墙板、柜类等。</p> <p>11、请问公司本次计提减值的情况。</p> <p>答：公司根据《企业会计准则》和公司会计政策等相关规定，对截至 2022 年 9 月 30 日合并报表范围内的各类资产进行了全面的检查和减值测试，本次计提资产减值准备的范围包括应收账款、应收票据、其他应收款、应收款项融资、存货、合同资产，计提各项资产减值准备共计 24,648.33 万元。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2022 年 10 月