

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（2024年01月）

编号：2024-001

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"/> 现场参观交流 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：线下策略会、线上交流
参与单位名称	景顺长城基金、汇丰晋信基金、嘉实基金、交银施罗德基金、太平基金、睿远基金、兴业基金、申万菱信基金、工银瑞信基金、嘉合基金、前海联合基金、淳厚基金、东方基金、金元顺安基金、新华基金、建信基金、光大保德信基金、兴银理财、建信理财、宁银理财、友邦人寿保险、国华兴益保险资管、华泰资管、泰康养老保险、中邮人寿保险、国华人寿保险、方正证券自营、中信建投证券自营、光大证券自营、国投证券自营、长江证券自营、远信投资、拾贝投资、上海见龙资产、阿巴马资产、中庸资产、中航信托、睿郡资产、中意资产、玖鹏资产、正圆投资、淡水泉投资、敦和资产、汐泰投资、海金投资、泮谊投资、复和资产、灏霖投资、成泉资本、浙商资管、国联资管、国君资管、长证国际、路博迈投资、暖逸欣私募基金、新余中道私募基金、幂加和私募基金、源乘私募基金、微宇私募基金、承启私募基金、国泰君安证券、国融证券、兴业证券、方正证券、国金证券、长江证券、浙商证券、东方财富证券、华创证券、国盛证券、信达证券等机构。
时间	2024年1月
地点	线下策略会、线上交流
上市公司接待人员姓名	郑宏有、陈焯佳
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。目前，公司以实木复合门、夹板模压门等门类产品为核心，推出窗类、墙板类、柜类、地板、卫浴、五金等一体化健康家居产品。</p> <p>2023年度，公司实现营业收入约372,000.00万元，同比增长约</p>

16%; 预计 2023 年年度实现归母净利润为 35,000.00 万元到 45,000.00 万元, 与上年同期数-29,850.75 万元相比, 将实现扭亏为盈。

二、 投资者问答

1、 其他家具上市公司纷纷涉足木门对行业竞争格局的影响。

答: 木门行业情况和竞争格局如下:

(1) 根据中国木门窗协会制定的《中国木门行业发展规划(纲要)(2021—2025 年)》, 规划期间, 木门行业产值保持年均 4-5% 的增长速度, 到 2025 年行业产值超过 1,900 亿元。

(2) 根据《中国木门产业发展研究报告(2016-2021)》统计, 木门产业产值排名前 10 位的企业, 约占总产值比例为 8%。公司在木门行业市场占有约 2%, 行业发展空间广阔。

(3) 其他家具上市公司纷纷涉足木门, 给木门行业带来新的、多层次的市场竞争。面对竞争, 江山欧派具备以下核心竞争力: 内外兼修的品牌优势、物美价廉的品价比优势、规模强大的产能优势、快速响应的交期优势、完善专业的服务优势, 公司坚持平台赋能、合伙共享、营销引领、产品驱动、供应为王的二十字战略方针。

2、 请问公司如何确定新产品的的设计方向。

答: 公司拥有专业的设计团队, 通过对新产品上市销售数据、消费者意见及相关网络信息的搜集, 积极研究、分析及运用, 不断推出美观性与实用性俱佳的产品, 确保产品的材质、外观、花纹、色彩等设计与消费者多样化个性化需求同步。

3、 请问经销商渠道主要系列产品价格是否会下调, 目前价格是否还具备竞争力。

答: 经销商渠道主要系列产品价格调整与否要综合考虑材料成本、人工成本、市场行情等因素。目前公司木门产品线非常丰富, 产品品价比非常高。

4、 请问公司产品品类拓展的情况。

答：目前，公司以实木复合门、夹板模压门等门类产品为核心，推出窗类、墙板类、柜类、地板、卫浴、五金等一体化健康家居产品，品类丰富、款式齐全、风格多样。

5、 请问公司防火门项目的主要客户与应用场景。

答：公司与保利、万科等客户建立了合作，公司有入户防火门、室内木质防火门，可应用于住宅、酒店、医院、学校等多种场景。

6、 请问公司对原材料价格波动的风险控制措施。

(1) 公司针对每一种主材与多家供应商保持长期战略合作关系，减少原材料价格波动对公司的影响。

(2) 公司通过研发新材料，在保障产品质量的前提下，寻找质优价廉的新材料，优化供应链成本。

(3) 公司建立了原材料价格风险管控机制，根据业务发展需求，制定科学合理的原材料采购计划，根据市场情况和原材料价格走势等因素，提前增减备货。

7、 请问公司的现金流情况。

答：公司 2021 年前三季度、2022 年前三季度、2023 年前三季度经营活动产生的现金流量净额分别为-2.82 亿、2.71 亿元、3.16 亿元。现金流情况持续优化，主要得益于公司销售结构持续优化、款清业务占比不断提升。

8、 请问公司工程代理商渠道的终端项目类型。

答：工程代理商渠道的终端项目类型有：住宅、学校、酒店、医院、康养、公寓、企业办公楼等。

9、 请问公司目前哪些区域的经销商会比较活跃。

答：公司活跃的经销商主要在华中、华东、华南地区，目前销售网点逐步拓展到各省市县门店、家装公司、建材市场、建材超市、工装市场等各种场所。

10、 请问公司经销商、工程代理商的付款方式。

答：公司对经销商基本采用“下单前付全款”的结算方式。代理工程客户采用款清发货的结算方式。

11、 请问公司目前的产能利用率情况。

答：目前，公司浙江江山生产基地产能利用率较高，重庆永川生产基地和河南兰考生产基地产能利用率逐步提升。

12、 请问公司原材料和产成品周转比较快的原因。

答：公司充分发挥机械化大规模制造优势，充分了解客户对产品的需求，通过产销协调、信息前置、控管投料和优先级管理，提高计划准确性，实现预投单管理和进度管控，缩短材料采购周期和产品生产周期，提升库存周转率。

13、 请问公司如何保障经销商的安装服务。

答：公司已培育一批专业的安装服务团队，具备测量、安装、售后等服务能力，专业团队、星级服务、快速交付、售后无忧，可为经销商提供服务支持。

14、 请问木门处在装修什么环节。

答：木门处在后装修环节，一般在橱衣柜、地板安装之后再安装木门。

15、 请问公司海外市场的拓展计划。

答：公司执行走出去战略，持续开拓中东、东南亚、北美等市场，跟

	进主流市场项目，加强主流客户开发及转化，主流媒介引流及品牌推广，扩充销售类别，助力多品类销售。
附件清单 (如有)	
日期	2024年1月