

证券代码：603385

证券简称：惠达卫浴

惠达卫浴股份有限公司 投资者关系活动记录表

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 checked="" type="checkbox"/> 现场调研 <input checked="" type="checkbox"/> 其他形式
参与单位	东吴证券、浙商证券、申万宏源证券、华创证券、博时基金、开源证券、国投证券、万家基金、海富通基金
调研时间	2024年5月
调研地点	河北省唐山市丰南区黄各庄镇惠达路2号办公楼六楼会议室
接待人员	董事、常务副总经理、董事会秘书张春玉先生 证券事务代表方倩女士
主要调研内容	<p>（一）投资者实地参观公司产品展厅及募投项目 280 万件卫生陶瓷生产线，了解生产基地的运作情况。</p> <p>（二）与投资者进行交流，具体问答如下：</p> <p>1. 公司今年的工作重点是什么？</p> <p>答：为更好地顺应行业的发展趋势，2024，公司毫不动摇坚持“四化战略”，持续加强渠道建设，深挖零售渠道，在巩固现有市场的基础上，积极开拓空白市场，下沉大众市场，构建高质量营销渠道体系，进一步提升公司营销网络的渗透力度和市场覆盖率。</p> <p>零售端（包括传统门店、家装渠道和电商渠道）：加速推进“千商万店”计划、“千县万镇”计划和“新零售”计划，在巩固现有市场的基础上，积极开拓空白市场，下沉大众市场，构建高质量营销渠道体系，进一步提升公司营销网络的渗透力度和市场覆盖率。</p>

其中在家装渠道方面，公司将继续加快与头部装企的深度战略合作，调整产品结构，增强产品竞争力，同时通过京东居家、苏宁零售云等平台，全面布局三四五线家装市场。在电商渠道方面，通过增加线上店铺数量、直播和外部达人合作、智能和五金品类重点突破等举措，全面深耕电商业务。

工程渠道，公司将更加审慎地识别房地产企业风险，加强应收账款管理，在继续深耕地产、央国企核心业务板块的同时，通过战略指引加大酒店板块业务投入，稳步推动企业高质量发展。

在国际市场，公司将继续聚焦深耕重点市场及重点渠道，在欧美等市场部署本地化团队。更加深入的关注客户需求，营销团队与产品团队共同深入市场，挖掘客户需求，不断地提升产品附加值及服务，提升公司产品及服务竞争力。

2. 请问目前国内房地产行业形势低迷，是否会影响公司未来几年业务增长？

答：短期来看，下游房地产行业的不确定性给企业业务增长带来一定压力。但中长期来看，随着降低首付比例、降低房贷利率、优化区域限购、保障性住房等需求端政策的落地，房地产市场将迈向高质量发展新阶段。随着人们生活水平的提高、城镇化深入推进，市场改善性需求、刚需都还比较大，存量房装修、二手房以及家庭的二次装修、整装等市场需求在一定程度上能够对冲新房装修需求的下滑。同时，随着旅游消费的持续增长，酒店市场活力增强，酒店版块成为公司工程渠道重点关注领域。

3. 2023年，公司以智能马桶为突破点，开展了哪些举措？成效如何？2024年计划如何？

答：近年来，国民的消费偏好和消费习惯呈现出新的变化，加之我国智能马桶渗透率较低，以智能马桶为代表的智能化卫浴产品展示出蓬勃的发展潜力。

2023年，公司采取智能马桶品类突围策略，确立“中国智能马桶 我选惠达”品牌宣传口号，展现公司品牌定位和市场策略，传递智能品类突围的决心。主要举措包括如下几个方面：一是，加大研发投入，提升供应链管理水平和提高产品迭代速度；二是，分别推

出轻智能马桶和全智能马桶，并不断扩宽价格带，满足消费者多样化、多层次的消费需求；三是，打造智能马桶爆款产品，并以此带动其他品类产品销售；四是完善售后服务体系，为顾客提供高质量服务体验。2023年智能马桶的销售收入同比增长37.55%，销售数量同比增长53.24%。

4. 国家以旧换新的政策，这对公司来说应该是利好，公司有哪些举措？

答：商务部等14部门近日联合发布《推动消费品以旧换新行动方案》明确消费品以旧换新重点任务，推动家装厨卫换新，进一步激发卫浴行业消费潜力。目前，各地正相继出台相关以旧换新实施方案，推动旧房装修、厨卫等局部升级改造和居家适老化改造，推动智能家居在健康卫浴、养老监护等更多生活场景落地，促进智能家居消费。

公司将积极响应政策号召，把握行业机遇，从不同营销渠道出发，持续关注相关政策实施及消费市场需求，做优做强主营业务，努力提升公司整体业绩水平。

5. 公司如何保证售后服务质量？

答：2024年，为做好售后服务，公司计划制定更加严格的服务标准，并逐步完善服务履约体系。公司选择优质的经销商在全国主要区域建立星级服务中心和特约服务中心，并在每个服务中心配备了资深服务人员，各服务中心人员严格按照公司输出的标准执行，同时推动传统经销商向品牌服务商转变，让企业的服务与经销商的服务真正满足顾客需求，给予顾客更好的体验。此外，公司也会与第三方的安装与维修服务团队合作，形成服务履约的竞争格局，逐步实现优胜劣汰，持续提高公司服务水平。

6. 公司是如何进行经销商管理的？对经销商的考核机制是怎样的？

答：在经销模式下，公司选择优质经销商进行合作，与经销商签订经销合同，给予经销商在特定区域销售公司产品的权利，由公司直接向其供货，并允许经销商在特定区域使用公司统一的商标、品牌等，公司适时给予经销商人员培训、店面布局、样品展示、运

	<p>营管理、服务体系搭建等方面的帮助。同时，经销商可根据自身情况在经销区域内开发二级经销商，以提高区域市场销售能力。公司目前的经销商根据渠道不同，分为零售经销商、家装经销商、工程经销等。</p> <p>在经销商考核方面，公司严格按照经销合同执行，明确经销商考核目标及达成路径，同时打通对二级经销商的控价，充分保障二级经销商的盈利空间。</p>
附录清单	无