

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04月）

编号：2024-004

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：线上交流（不含公司2023年度暨2024年第一季度业绩说明会交流）
参与单位名称	西部利得基金、万家基金、景顺长城基金、易方达基金、华宝基金、方正富邦基金、中科沃土基金、招商基金、建信基金、华商基金、广发基金、华夏基金、信达澳亚基金、汇丰晋信基金、鑫元基金、兴证全球基金、国寿安保基金、中加基金、兴业基金、金鹰基金、博远基金、淳厚基金、汇安基金、贝莱德基金、博时基金、东方阿尔法基金、富国基金、富荣基金、工银瑞信基金、光大保德信基金、华安基金、华泰柏瑞基金、汇泉基金、九泰基金、诺安基金、泰信基金、天治基金、兴银基金、永赢基金、中金基金、中欧基金、鹏华基金、兴华基金、泉果基金、太平基金、富安达基金、国金基金、嘉实基金、民生加银基金、新华基金、北信瑞丰基金、宁银理财、施罗德交银理财、东方自营、国融证券自营、中信建投证券自营、广发证券自营、开源证券自营、海通证券自营、百年人寿保险、国华人寿保险、国华兴益保险资管、信泰人寿保险、中邮人寿保险、上海人寿保险、泰康养老保险、国任财产保险、中英人寿保险、泓德基金、五地私募基金、正圆私募基金、和基投资、山石私募基金、明世伙伴私募基金、深圳中天汇富基金、南京睿澜私募基金、天下溪投资、中金资管、域秀资本、中信建投资管、太平洋证券资管、淡水泉投资、国君资管、景顺资管、巨杉资管、远致瑞信、申万亚洲、道明投资、前海海富资管、望正资产、泰康资产、趣时资产、上海君和立成投资、挚远资本、聚鸣投资、理成资产、长城财富资管、中银证券资管、中银资管、海金投资、平安资管、金涌资本、拓璞投资、上海丰煜投资、东恺投资、国投泰康信托、红筹投资、开源证券投资、浙江朝景投资、上海天猗投资、杭州长谋投资、北京安途投资、工银国际控股、申万宏源证券资管、广东富业盛德资管、沅京资管、泸州盛笃投资、景熙资产、世诚投资、敦和资产、上海东亚期货、睿郡资产、天风国际资管、东证融汇资管、国盛证券、财通证券、兴业证券、申万宏源证券、广发证券、中信证券、国金证券、民生证券、招商证券、浙商证券、高盛证券、方正证券、西部证券、国海证券、信达证券、中信建投证

	券、红塔证券、长江证券、国泰君安证券、中原证券、财信证券、天风证券、华泰证券等机构。
时间	2024年4月
地点	年报、一季报线上交流
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，位于中国木门之都—江山，公司以实木复合门、夹板模压门等门类产品为核心，推出门类、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373,795.34万元，较上年同期增长16.49%；归母净利润38,992.65万元，同比扭亏为盈。2024年第一季度，公司实现营业收入62,649.08万元，较上年同期下降8.17%；归母净利润2,878.87万元，较上年同期下降50.79%。</p> <p>二、 投资者问答</p> <p>1、 请问行业的竞争情况。</p> <p>答：随着行业竞争的加剧，市场份额进一步向头部企业集中，优势将逐渐被放大，经过洗牌和分化，品牌集中度进一步提升。</p> <p>2、 请问公司分渠道的收入情况。</p> <p>答：2023年度经销商渠道收入9.81亿元，工程直营渠道收入13.39亿元，代理商渠道收入11.10亿元。</p> <p>2024年一季度经销商渠道收入1.29亿元，工程直营渠道收入1.76亿元，代理商渠道收入2.53亿元。</p> <p>3、 请问公司分产品的收入情况。</p> <p>答：2023年度夹板模压门收入21.69亿元，实木复合门收入8.29亿元，柜类产品收入2.32亿元，其他产品收入3.01亿元。</p> <p>2024年一季度夹板模压门收入3.65亿元，实木复合门收入0.91</p>

亿元，柜类产品收入 0.50 亿元，其他产品收入 0.72 亿元。

4、 请问公司一季度净利润下降的原因。

答：原因主要有：（1）2023 年同期基数较高；（2）一季度收入下滑；（3）工程客户渠道产品单价同比下降；（4）收到的政府补助同比减少。

5、 请问公司其他业务收入的构成。

答：公司其他业务收入目前占营业收入比重较小，其他业务收入主要系品牌使用费、材料销售、加盟费等。

6、 请问公司 2023 年度净利润同比扭亏为盈的主要原因。

答：（1）公司持续推动营销变革，驱动收入稳健增长，规模效应进一步显现。

（2）因公司 2022 年度计提了信用减值损失 53,945.48 万元，本报告期计提的信用减值损失 10,706.35 万元，较上年同期大幅减少。

7、 请问公司目前经销商的数量。

答：截至 2024 年 3 月 31 日，公司拥有加盟经销商 44,559 家。

8、 请问公司对经销商如何管理。

答：（1）公司对经销商，更多的是服务和产品的支持；

（2）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。

9、 请问公司目前代理商的数量。

答：截至 2024 年 3 月 31 日，公司拥有代理商 800 余家。

10、 请问公司非住宅类业务通过什么渠道开拓。

答：公司主要通过直营工程渠道和代理商渠道开拓非住宅类业务。

	<p>11、 请问公司外贸和出口业务的情况。</p> <p>答：公司执行走出去战略，组建外拓团队，持续开拓中东、东南亚、北美等市场，参加境内外展会。跟进主流市场项目，加快主流客户开发及转化，主流媒介引流及品牌推广，加强产品销售体系建设，加强木塑门、原木门等主流市场新品开发，扩充销售类别，实现三胺门、木塑门、模压门等多品销售。</p> <p>12、 请问公司未来的分红情况。</p> <p>答：公司一贯重视股东回报，2021年以来，现金分红比例均在80%以上。未来的分红政策会在综合考虑公司盈利情况、现金流状况及资金需求等各种因素的情形下制定具体的利润分配方案，争取保持分红的稳定性、持续性和可预期性，提高投资者的获得感。</p> <p>13、 请问公司目前的战略。</p> <p>答：公司坚持平台赋能、合伙共享、营销引领、产品驱动、供应为王的战略方针。坚持经销商渠道、工程客户渠道、外贸和出口渠道多轮驱动的渠道策略。坚持推行1+N的产品战略，以门类产品为核心，推出门类、窗类、墙板类、柜类、地板、卫浴、五金等一体化健康家居产品；坚持以消费者为中心，不断提升产品品质和服务质量，与全球用户共绘健康家居美好生活。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	
<p>日期</p>	<p>2024年4月</p>