

## 茶花现代家居用品股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2025-003

<p><b>投资者关系活动类别</b></p>	<p><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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）</p>
<p><b>参与单位名称及人员姓名</b></p>	<p>信达澳亚基金 冯明远、西部证券 陈彤</p>
<p><b>时间</b></p>	<p>2025年6月6日 13:30-15:00</p>
<p><b>地点</b></p>	<p>公司会议室</p>
<p><b>上市公司接待人员姓名</b></p>	<p>董事、副总经理、董事会秘书：翁林彦 证券事务代表：林鹏</p>
<p><b>投资者关系活动主要内容介绍</b></p>	<p><b>1、公司近年经营业绩下降的主要原因？</b>          答：近年来，随着人们购物习惯和生活方式的变化，日用消费品线上消费持续较快增长且占比稳步提升，加速分流传统线下商超的市场份额，对公司销售构成冲击。同时，公司产能利用率不及预期也进一步影响公司整体毛利率水平。</p> <p><b>2、公司销售渠道构成及商超的业务占比情况？</b>          答：公司产品销售以经销模式为主，同时辅以直营商超、电商、外销等方式。近年来，国内传统商超渠道在产品分销市场的比重呈逐年下降趋势，公司营销策略也逐步从倚重商超渠道向多渠道并重转型，但商超作为公司产品的主要销售场景，其仍然保持过半的销售占比。</p> <p><b>3、公司未来提升经营业绩的相关规划？</b>          答：公司持续加强产品、品牌“出海”战略，稳步提升在欧</p>

	<p>美、南美地区的销售额，并重点拓展东南亚区域市场。以东南亚为突破口，重点围绕 MR. D. I. Y 门店进行深度营销推广，协助 MR. D. I. Y 在东南亚各地区门店开展营销活动，并大力开发东南亚其他渠道/客户，在东南亚地区组建营销网络。同时优化线上营销策略，进一步提升线上销售业务规模。</p> <p><b>4、公司产品品类的相关规划？</b></p> <p>答：公司产品系列齐全，款式丰富，主要包括收纳整理、水具用品、清洁用品、一次性用品、厨房用品、卫浴用品等八大类目，基本涵盖了所有与居家相关的日用产品。2025 年，公司主要围绕卫浴、厨房、收纳打造重点类目。</p> <p><b>5、茶花生活馆的进展如何？</b></p> <p>答：茶花生活馆作为茶花的核心战略、品牌传播以及全产品线消费者触达的主要载体，不但实现终端生动化、情景化营销，还给消费者提供了良好的消费体验和一站式购买的便利。公司将持续在 BC 渠道发力，推进茶花生活馆建设，并以此为载体，实现全产品线触达和新品的快速上市分销，加强品牌在 BC 渠道终端网点的大力推广，目前已建茶花生活馆百余家。</p> <p><b>6、公司收购达迈智能转型升级的进展情况如何？</b></p> <p>答：公司于 2025 年 1 月 17 日与第二大战略股东深圳市达迈科技信息有限公司签订《股权转让协议》，收购达迈科技持有的深圳市达迈科技智能有限公司 100% 股权并对其增资，用于达迈智能推进产品化方案业务的快速发展。目前，达迈智能正逐步推进上游芯片原厂的代理分销授权和下游产业链客户的合格供应商资质准入工作，相关业务正有序推进中。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2025年6月6日