

证券代码：002678

证券简称：珠江钢琴

珠江钢琴集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-001

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	广东博众证券投资咨询有限公司：邓刚、黄正、刘刚、容伟彪、刘家俊、李佳盈、施佳磊、代滢
时间	2021年10月20日14:00—16:00
地点	广州珠江钢琴集团股份有限公司
上市公司接待人员姓名	珠江钢琴财务负责人梁永恒、证券事务代表李丹娜
投资者关系活动主要内容介绍	<p>企业参观：公司证券事务代表带领投资者参观公司钢琴生产车间，了解钢琴生产工艺流程。同时带领投资者一同参观了公司艺术馆，了解公司发展历程，欣赏展厅展示的钢琴艺术品。</p> <p>会议情况：公司证券事务代表介绍了公司发展历程和基本情况。</p> <p>1、双减政策的实施对公司的影响？</p> <p>答：双减政策从长远来看为素质教育、艺术培训等行业的发展创造了一定的成长空间，公司将持续关注最新的国家政策和行业动态，把握最新政策动态与行业趋势，积极推进艺术教育培训业务，做好前期调研、市场布局等工作，打造全国性的艺术教育品牌并拉动公司乐器销售。</p>

	<p>2、钢琴行业未来的发展空间如何？</p> <p>答：近年来，全球钢琴产销量基本稳定在 40-50 万架，中高档钢琴需求呈现增长趋势，技术改造和科技创新更加活跃，钢琴产业与音乐教育、技术服务结合更加紧密。目前中国市场已发展成为全球产销规模领先的钢琴市场，但中国钢琴行业尚处于普及阶段，城镇居民每百户钢琴保有量远低于日本和欧美水平，未来仍有较大的增长空间。公司也将继续加大研发投入，加强新材料新工艺的开发设计，做好新型设备改造工作，实现加工工艺的优化和产品品质的提升；结合智能钢琴发展趋势，持续开展传统钢琴智能化改造技术及应用研究，优化智能钢琴及其他钢琴智能化产品，进一步丰富公司产品体系的差异化。</p> <p>3、智能钢琴对传统钢琴的冲击如何？是否有替代的可能性？</p> <p>答：与传统钢琴相比，智能钢琴销量增长迅速，公司已在数码智能钢琴市场积极布局，由控股子公司艾茉森负责开展数码乐器业务。公司智能钢琴包括数码钢琴和智能声学钢琴两种。传统钢琴跟数码钢琴生产工艺及发音的原理不一样，其次，传统钢琴传播的是古典文化，专业性较强；而数码钢琴传播的主要是潮流、流行的文化，具有较强的娱乐性和智能化功能，产品更新换代较快，两者在费群体上有差异。数码钢琴可以加大消费者对钢琴音乐等方面的认识，因此，数码钢琴对传统钢琴具有互补作用，是对传统钢琴有力的补充，不会对传统钢琴市场产生冲击。此外，公司将结合智能钢琴发展趋势，持续开展传统钢琴智能化改造技术及应用研究，优化智能钢琴及其他钢琴智能化产品。</p> <p>4、目前公司钢琴后服务业务进展如何，是否会进一步拓展</p>
--	--

这方面的业务？

答：集团控股子公司琴趣科技负责运作钢琴售后服务市场业务，主要通过微信公众号、APP 等平台开展网约调律服务。2021 年上半年，琴趣科技以拓宽钢琴售后服务市场为主要着力点实现盈利。今年 9 月，公司珠江钢琴技能培训中心正式揭牌，为售后服务提供丰富的人才储备。未来公司将加快推进珠江云服务平台建设。依托现有珠江钢琴售后的首次调律基础上开拓新的市场，扩大调律覆盖范围，积极拓展收费调律业务，培养客户良好的保养习惯。

5、目前市场二手钢琴越来越多，是否会对钢琴市场造成一定的冲击？

答：二手钢琴加大了国内普及型及中低档钢琴市场的竞争；进口二手钢琴产品存在信息不透明、缺乏标准的翻新工艺和不规范的市场销售，造成了技术质量、环保安全等不达标，诚信服务缺失和不平等竞争等问题严重，不仅损害消费者利益，破坏市场秩序，也对钢琴行业健康发展造成一定冲击和影响。随着消费者对钢琴产品知识的进一步了解，越来越多的消费者懂得去鉴别钢琴的优劣，相信会有更多的消费者在选购钢琴时会选择有品牌、品质、售后保障齐备的产品。

6、公司的经销模式是怎么样的？

答：公司建立了研发+生产+销售的钢琴业务经营模式和遍布全球的营销网络，其中国内形成以省会及地级城市为中心，向周边城市辐射的营销服务网络，全国拥有 300 多个直接经销商，1000 余家销售网点；国际以亚洲、欧美为核心，形成销售服务网点 200 多个，营销和服务网络覆盖全球一百多个国家和地区。公司探索智能营销模式，先后成立了天猫、京东线上品牌旗舰店，采用 O2O 模式拓展线上销售业务，采用

	<p>创新电商营销方式，持续发展“大电商”模式。</p> <p>7、疫情和运费上涨对公司原材料方面有影响？</p> <p>答：疫情和运费上涨对公司原材料方面有一定影响，但影响可控。公司一直积极采取措施有效应对木材价格波动，目前有较为充裕的木材库存。为应对钢琴制造成本上升带来的压力，公司不断加大研发力度，提升制造工艺技术水平，促进公司产品竞争力不断提高，满足客户日益丰富的需求。</p> <p>8、在培训教育业务方面，公司是否开设有培训点，未来对艺术教育产业的规划？</p> <p>答：公司艺术教育培训业务持续稳定发展，目前已有艺术教育培训直营实体店开业运营（包括北京艺术之家、佛山旗舰店、广州旗舰店、广州荔湾区社区店、广州天河区社区店等实体店）。公司在完善已有实体店经营管理模式的基础上，拓展其他地区的实体店的建设，不断完善珠江钢琴艺术教育体系，打造全国性的珠江艺术教育品牌并带动公司乐器销售。未来公司将持续关注双减政策的最新动态和行业趋势，积极推进艺术教育培训业务。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021年10月20日