证券代码：002375 证券简称：亚厦股份

**浙江亚厦装饰股份有限公司投资者关系活动记录表**

编号：2014-11

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | √特定对象调研 □分析师会议  □媒体采访 □业绩说明会  □新闻发布会 □路演活动  □现场参观  □其他 （请文字说明其他活动内容） |
| **参与单位名称及人员姓名** | 景林投资 李署  东方证券 李威  华宝兴业 彭耀民  华泰柏瑞 韩笑  华商基金 孙钊  汇添富基金 赵宇烨  海富通基金 王挺  银河基金 王翊  华安基金 张嘉辉、钱坤、张峦  上投摩根 朱晓龙  中海基金 封晴  招商基金 马柯  美浓投资 何赛娜、傅姗姗  天健天晴投资 赵慧新  伟亚投资 王亚卫  Libra投资 郭颖  兴业全球 李跃  鹏华基金 伍旋、刘苏  平安资管 程亮  交银施罗德 张迎军  泊通投资 徐斌  璞盈投资 高莉  敦和资管 吴来迪  白鹭投资 张艳军  安信证券 杨涛、夏天  申银万国 陆玲玲  海通证券 赵健、张显宁  招商证券 戴计辉  兴业证券 孟杰  中金公司 廖明兵  银河证券 周松  国金证券 刘晨辰  广发证券 岳恒宇  国泰君安 张琨  华融证券 毕子男  光大证券 杜市伟  东方证券 李威 |
| **时间** | 2014年10月28日 下午1：00 |
| **地点** | 杭州洲际酒店新闻发布厅 |
| **上市公司接待**  **人员姓名** | 亚厦控股董事长 丁欣欣  董事长 丁海富  副董事长 王文广  总经理 俞曙  董事会秘书兼副总裁 吴青谊  副总裁兼投资者关系总监 戴轶钧  浙江亚厦未来加电子商务有限公司董事 丁泽成  深圳炫维网络技术有限公司总经理 朱金皓  会议记录人 徐丹露 |
| **投资者关系活动 主要内容介绍**  **投资者关系活动 主要内容介绍**  **投资者关系活动 主要内容介绍** | 1、亚厦成立未来加电子商务公司的定位？  答：亚厦投资5000万设立未来加电子商务子公司，未来将整合优化智能家居、家装和电商等资源，丰富公司业务结构。  2、亚厦为何选择在此时做家装？  答：亚厦其实从2013年年底就已经有介入家装领域的想法，这本身也是亚厦在未来转型创新发展的战略布局中非常重要的一个环节。从今年年初开始，亚厦陆续对泛家装行业的上下游所有知名的公司做了非常全面的深入研究，最终在比较各家公司的模式之后选择了炫维。炫维是国内第一家提供三维共享网络社区和客户端三维室内设计软件(IDesign-Home)的公司，以家居、建材、家装等泛家居产业软件开发与销售为主营。自2002年以来，其一直致力于三维技术于互联网应用服务开发，具有雄厚的技术实力和完善的开发体系，此次的收购，将使亚厦快速切入家装领域，是公司倡导的科技先行、五装齐发战略的重要内容之一。   1. 炫维为何选择和亚厦合作？   答：炫维目前采用的事定点楼盘销售的模式为主，做的是B 2 C的业务。而亚厦作为装饰行业的行业龙头公司之一，在公装以及住宅精装领域有非常充分的资源、渠道以及营销网点，炫维和亚厦合作，能够很好地突破其营销渠道壁垒，用亚厦B2B的模式来做B2C的业务，楼盘集中营销，形成规模化效应，快速、低成本地获取客户流量。  4、请具体介绍一下炫维在设计方面的优势？  答：从炫维的用户软件平台（www.mhome.com）可以非常明显的感受到，其推广的设计服务是通过标准化、套餐化、快销化的方式，以3个系列和12种风格，涵盖高中低三类客户群，在家庭装修的最前端—设计，给予客户非常完整优质的真实的设计效果图体验，实现全宅交钥匙工程，完美诠释了“所见即所得。”  5、请问炫维这套应用软件，目前在市场有同行业的竞争对手吗？是否存在技术壁垒？  答：炫维的这套应用软件完全是公司自主研发的，包括了一个营销软件和一个设计软件，由设计软件提供原始数据采集和设计方案，包括水电隐蔽等核心都是交由专业的设计软件来做的。而营销软件“炫动”则提供全拟真的客户体验方式，因为客户不会用软件，也不懂装修，给客户一个软件来DIY，是有难度的。炫维网络的方式非常有效的把客户前端体验和后端设计的需求区分了开来，简洁、极致、易用、所见即所得。目前，行业内的一些公司使用的应用软件大多比较简单、功能单一，或者把后端设计和前端营销两个方面是合在一起的。和其他采用直接购买应用软件的公司相比，炫维自主研发的软件是从底层架构做起，如有任意数据的修改需求，炫维的应用软件反应速度快，灵活性强，后续升级性能效率高，迭代快速，是一般的软件无法媲美的。   1. 请问炫维的商业模式是怎么样的？   答：炫维与传统的家装模式不同之处在于，炫维采用的是“整车概念”提供整体家居解决方案，运用互联网思维，从客户的需求出发，把家居、家电、硬装、软装整合在一起，用打包推广的形式，以功能空间为单位，用产品模块化的方式做自由搭配组合，提供给客户挑选。这种方式标准化程度高，非常好的呈现了设计产品化，产品标准化的特点。   1. 炫维和同行业其他的公司相比，其竞争优势是什么？   答：炫维自2009年成立一路走来，以“集成家”为概念，：在设计方面通过标准化套餐，提供三个系列和12种风格的形式，满足了不同档次不同喜好的客户需求；在价格方面通过和泛家居材料供应商的合作，有效控制产品的供应链和成本，真正做到了价格全透明无增项；在施工方面推行施工标准化工艺和流程，体现了设计产品化，产品标准化的特点；在营销方面采用自主研发的炫动四维展示软件，消除了用户对家装前后风格和价格不一致的顾虑，诠释了“所见即所得”的概念；在管控方面炫维运用自主研发的现场监控管理系统，为客户提供了AAP全程实时建工，确保了工程的质量和工期，也节省了客户不少的精力和时间；在服务方面通过家装后的衍生服务，增强了客户粘性和二次接单率；在推广方面炫维目前在郑州和武汉已经签约了当地的装饰公司，以加盟商的形式，实现高客户转化率和强复制性的特点。可以说，炫维是将设计、施工等7个方面融为一体，形成了一套以家为中心的生态系统，完全是围绕“服务”来做，围绕“家”的需求来做的。  8、其供应链的采购优势？  答：炫维采用的全球采购方式，以F2C的模式，采用规模化采购，成本低，性价比高。另外，差异化产品则采用定制的方式，通过和定制工厂合作，定制产品出厂后以炫维的自主品牌进行销售。以供应商投建仓库的形式，为炫维的业务推广提供了良好的仓储和物流基础。目前市场上主流公司要花20多万装修的100平的房子，炫维实际只需要收取12万。核心是两个原因，1、对国内产品，供应商想要开拓新的渠道，减小原渠道的约束。而很多供应商本来就是公司原先的软件服务客户，有过很深的合作。2、对欧洲产品，炫维为它们提供了进入中国市场成本相对低的渠道，从工厂到公司仓库就到客户家里了。未来跟亚厦合作放量后，采购价格上更有优势。  9、炫维在施工端是如何操作的？  答：炫维的施工运作方式有两种，其一是通过传统模式，采用大量工业化成品和半成品，以及代工定制的方式；其二是通过对原有施工团队进行培训升级。炫维针对项目经理和工长，推行“成长包”模式，这是公司专门按照公装体系研究出来的家装施工体系。  10、关于之前介绍中提到的其中一个核心优势金融服务，请具体说明一下？  答：炫维和国内一家大型商业银行合作，以“M金融，M支付”为口号，推出零首付，零利息，零手续费的业务增值服务。目前采用的是支付宝的平台，在未来炫维会打造自主研发的支付平台。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2014年10月28日 |