

证券代码：002043

证券简称：兔宝宝

德华兔宝宝装饰新材股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-001

投资者关系活动类别	
<input 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 checked="" type="checkbox"/> 电话交流会议
参与单位名称	
兴业证券：Boyu Capital Investment Management Co Limited、LyGH Capital Pte Ltd. 立格资本、万家基金、万联证券自营、上海涂灵资产、上海盘京投资、上海聆泽投资、东方阿尔法基金、东海证券自营、中信建投基金、中海基金、中邮基金、中银基金、九泰基金、农银汇理、创金合信、千合资本、华信证券、华安基金、合众资管、国信资管、国寿安保、国寿资产、国泰投信、国海富兰克林、大家资产、太平洋资产、富敦投资、寻常（上海）投资、惠理基金、招商自营、新华基金管理股份有限公司、武汉听涛投资、海富通基金、海通自营、湘财基金、莫得基金、建信养老、长盛基金； 西南证券：华富、泰信、太平资产、浦银、中邮、志开投资、融通基金、银河基金、长城、诺德基金、国泰基金、前海联合、山石基金、工银安盛、国信自营、东证自营、东方阿尔法。	
时间	
2021年2月23日、2月24日	
地点	
电话会议，线上	
上市公司接待人员姓名	
董事会秘书丁涛	
投资者关系活动主要内容介绍	
<p>一、公司情况介绍</p> <p>董事会秘书丁涛先生介绍公司2020年经营情况：</p> <p>公司于2021年2月23日发布《兔宝宝2020年度业绩快报》，公司2020年实现营收64.64亿元，同比+39.55%，归母净利润4.05亿元，同比+2.65%；扣非后净利润4.19亿元，同比+47.25%；剔除大自然家居的公允价值变动影响，公司净利润为4.98亿元，同比增长32.53%；</p>	

兔宝宝本部（剔除青岛裕丰并表）的营业收入为 50.23 亿，同比增长 8.44%，净利润为 3.18 亿，同比下滑 19.35%，主要受大自然家居股价的影响，剔除后公司净利润为 4.11 亿，同比增长 9.45%，扣非净利润 3.22 亿，同比增长 16.77%。

公司单四季度公司营业收入为 26.24 亿，同比增长 84.38%，扣非净利润同比增长 178.25%；兔宝宝本部营业收入为 17.89 亿，同比增长 25.71%，扣非净利润同比增长 65.7%。

二、主要问题及回答

1、2020 年青岛裕丰汉唐公司的主要情况如何？

回答：裕丰汉唐 2020 年收入 14.41 亿元，同比增长 45.56%；全年实现净利润 1.24 亿元，同比增长 56.85%。截至目前，合作的地产集团战略客户共 39 家，其中前 30 强地产 16 家。公司在持续拓展新客户的同时优化调整客户结构，随着规模效应显现、德清新产能基地配套、品类进一步拓展，在当前精装房趋势下，2021 年裕丰汉唐将继续保持稳定的增长。

2、公司板材目前的市占率大概在多少？

回答：根据有关机构的测算零售装饰板材规模约 1000 亿元，当前市场仍高度分散，按照公司 2020 年营收（A+B 折算）64 亿元，对应市占率约 7%。公司 2021 年在核心及重点市场继续以渠道下沉+密集分销为主策略，外围市场大力开发空白市场，争取三年内宜建专卖店区域全覆盖，落实分公司运营机制，发展渠道多元化，使板材业务市占率稳步提升。

3、易装业务目前进展情况如何？

回答：易装作为公司从装饰材料向定制成品转型的重要战略，经过几年的摸索与尝试，易装模式已逐步成熟，公司将通过分公司运营模式，助力易装业务的快速发展。截至 2020 年底，公司共有易装门店（含社区店）632 家，新增易装店 362 家。2020 年公司调整易装经销商招商由传统板材经销商向定制行业经销商转变，取得了理想的效果，2021 年公司制定目标新增易装门店 1000 家，易装渠道建设进入快速发展阶段。

易装柜体加工中心现在合作的共 53 家，其中标杆加工中心 12 家，20 年新增合作的门板工厂共 18 家，21 年会在原来板材+五金封边条等辅料销售的基础上导入门型线条产品。同时，公司信息化系统已逐步导入加工中心和门店，加强公司对门店订单及生产端的掌控力度。

4、易装的盈利模式及未来发展目标是什么？

回答：公司 20 年大力推广易装模式，在门店和加工中心两端逐渐凸显成效，证明易装模式已经得到市场的认可，在板材产品工厂化定制生产的趋势下具备良好的发展前景。当易装形成规模后，打造易装平台化，通过供应链资源整合，将板材、门板、五金等材料通过集采集供降低采购价格，并将利润由经销商、加工中心、公司共享，形成多方共赢局面。

公司看重的是易装的规模效应，模式中的盈利能力并未完全释放，现阶段公司盈利点主要在于易装品牌使用费（100 元/1 组柜子），以及板材、五金封边皮带来的增量利润，后期在较强的管控基础上可采取 B 类转 A 类的形式增加公司的营收和利润。

5、公司装饰材料在小 B 业务的推广上进展情况如何？

回答：2020 年装饰材料销售公司签订家装公司 450 家、产品导入家具厂 1991 家、签订工程经销商 227 家。

附件清单（如有）

无