

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：2021-004

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
UBSS - Lei Meng 、 UBSS - Xinlei Li、 Allianz Global Investors - Catherine Chan、Aspoon Capital - Ryan Yin、 Eastspring Investments - Kieron Poon、 Eastspring Investments - Nathan Yu 、 Elephas Investment Management - Danni Wu 、 FIL - Jason Fu、 FIL - Nan Sheng、 Infini Capital Management - Fred Zhang、 Nomura Asset Management - Yuchi Fan、 Optimus Prime Fund - Sally Yang、 Picea Investment - Jonathan Cai、 Value Partners - Jose Xu。
时间
2021 年 4 月 27 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基本情况。</p> <p>二、主要问题及回答</p> <p>1、公司 AB 类板材业务经营情况如何？对房地产竣工如何看？公司板材是否有运输半径，在行业市占率如何？</p> <p>答：人造板市场规模很大，公司 2020 年板材 AB 类销售规模在 70 亿左右，行业市占率不足 5%。公司从 2010 年开始向外协供应的模式进行转变，目前公司板材供应商有 40 家左右，利用当地原材料采购成本和运输费用的优势，可以快速响应终端的需求，公司在供应商生产端加强管控，特别是胶水、装饰纸这块由</p>

公司指定供应商进行供应。

根据国家统计局的数据表明房地产竣工端 2020 和 2021 年的同比增速分别为 8%、6%。根据实际终端需求来看，近两年零售业务有较为明显的复苏趋势。

2、家装市场在精装房政策后发生了比较大的变化，公司对精装房渗透率是否有预测，公司在零售端有什么展望？

答：近几年，国内精装市场提升非常快，2020 年精装房发展速度受到疫情和地产宏观政策影响，短期趋势稍有回落，但长期角度来看精装房会持续增长，发达国家精装率普遍在 60-80%以上，国内目前只有 30%左右的比例还有很大的提升空间。公司将不断发展工程渠道业务，公司于 2019 年并购青岛裕丰汉唐，完善了成品家居业务板块的渠道布局。

公司原有的装饰材料业务近几年受到成品化的趋势影响比较明显，公司积极调整发展思路，核心的一二线城市在做好传统零售分销业务的基础上，大力开拓小 B 渠道，以及快速布局易装业务；在外围地区主要做好空白市场开发和渠道布局工作。利用公司分公司的运营机制，做好精细化管理工作，特别是加强对经销商的服务和管理工作。从目前情况来看，公司的各项工作逐步取得了成效，未来还将继续提升管理能力，促进公司的健康发展。

3、三道红线政策后，B 端业务的提升是否对现金流造成影响？

答：2019 年裕丰汉唐完成营业收入 10 亿，2020 年完成营业收入 14.4 亿，预计今年会保持 50%的增长。裕丰汉唐目前的客户主要集中在地产 top30，公司 2020 年前五大客户分别是万科、融创、新城、龙湖和中海，我们会持续聚焦头部房产商，客户资源相对优质，风险较低。

4、今年对易装的规划？

答：易装作为公司从材料向定制成品转型的重要战略业务，2020 年公司完善了易装的材料体系，新增款式众多的柜门板以及升级五金产品体系，同时配套兔宝宝家具板材，为消费者提供一个完整的定制柜类产品解决方案。此外 2020 年新开了 350 家易装门店，签订合作加工中心 50 多家，易装业务已经进入到快速发展的阶段。2021 年公司提出新增 1000 家门店的目标，进一步加速易装业务落地。公司正在开展线上线下同步招商，目前报名情况良好，公司会对门店经销商进行详细的评估，重点考量经销商的营销能力、设计能力以及服务能力。同时，加工中心端的投入也非常重要，公司今年计划继续升级加工中心，提升生产能力

和效率，通过信息化的系统配套，提升对终端门店的服务能力。

5、从板材到易装，公司的主要竞争优势在哪里？

答：兔宝宝板材拥有较大的品牌影响力和良好的消费者口碑，公司重点突出我们的材料优势，板材基材的环保性能、防水防潮性能、实木结构等优势特别突出，公司在门店端会重点展示我们的材料和其他品牌的区别，加深消费者对定制产品基础材料的重视。公司正视我们现阶段存在的短板和不足，特别是产品研发设计能力、信息化建设等方面，公司在未来几年将在上述方面加大投入，快速提升整体的运营能力。

6、针对软体家居公司进入定制行业，您如何看？

答：全屋整装或全屋定制是目前行业发展的趋势，现阶段定制行业的产品同质化程度还是比较高的，行业竞争也较为激烈。当然每家公司都有自己的优势，如何运用优势扩大终端影响力是非常重要的，兔宝宝公司自身拥有的材料优势是其他企业较少具备的，我们会加大在材料端的研发和产品升级，突出自身优势来提高终端影响力。

7、上游原材料价格变动很多公司计划提价，公司有无成本优势，定价如何？

答：公司有较好的供应管控体系，原材料的价格波动可以较好地得以转嫁。材料零售业务面对目前原材料涨价情况，已于今年3月底进行了产品调价，目前看来原材料涨价因素对公司经营影响很小。

附件清单（如有）

无