

证券代码：000560

证券简称：我爱我家

我爱我家控股集团股份有限公司
投资者关系活动记录表（2020 年度业绩说明会）

编号：2021-01

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 checked="" 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）
参与单位名称及人员姓名	通过“全景·路演天下”（ http://rs.p5w.net ）参加公司 2020 年度业绩说明会的投资者
时间	2021 年 5 月 10 日 15:00-16:30
地点	“全景·路演天下”（ http://rs.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	董事长、总裁：谢勇 副总裁、北京公司总经理：高晓辉 副总裁、财务负责人、财务总监：何洋 副总裁、首席信息官：刘东颖 董事、董事会秘书：解萍 加盟事业部总经理：高志刚 IR 负责人：葛欣
投资者关系活动主要内容介绍	<p>我爱我家控股集团股份有限公司（以下简称“我爱我家”或“公司”）于 2021 年 4 月 28 日披露了《2020 年年度报告》。为便于广大投资者全面深入了解公司及公司年度业绩相关情况，公司于 2021 年 5 月 10 日下午 15:00-16:30 通过网络视频直播的方式在“全景·路演天下”（http://rs.p5w.net）召开了 2020 年度业绩说明会。公司董事长、总裁谢勇先生出席并致辞，公司经营管理层相关领导就公司经营情况进行了介绍。问答环节中，公司管理层就投资者关注的问题与投资者进行了交流。主要内容如下：</p> <p>一、董事长、总裁致辞</p> <p>感谢大家在线参加我爱我家 2020 年度的业绩说明会。</p>

2020年，是值得每个人铭记的一年。“新冠”疫情在年初肆虐全国，社区封闭，我们的线下业务一度被按下了暂停键。但是在全体爱家人的努力下，通过线上科技与线下人店的协同作战，我们经受住了各种艰难的考验，展示出自身强大的发展韧性和增长潜力。

这一年，是挑战也是机遇。

面对困境，我爱我家坚定数字化投入和转型，强化发展引擎，探索直营、合伙新模式，全面启动加盟业务，形成主业发展的双轮并进模式。公司业务布局在全国范围内进一步延伸，经纪人网络更加庞大立体，市场份额稳步提升。

集团直营业务在一级战略城市北上杭深等地持续健康发展，规模和效率不断提升，强化了华北、华东、华中三大区域的发展重心，同步进军粤港澳大湾区市场并初见成效。自2020年第三季度开始，集团正式将加盟业务定义为战略扩张的主要专业线，积极开展尽调、签约、城市落地运营等工作，吸引大批优质店东加盟我爱我家。截至目前，全国加盟门店已超过1300家，不仅在既有城市扩大了市场占有率，还将集团业务版图全新拓展至山东、山西、安徽、内蒙古等地。根据最新统计，我爱我家加盟城市已拓展至17城。

同样，从第三季度开始，i+产品群快速发展外部经纪人，仅2020年下半年，链接外部经纪人5万人，目前已增至7.5万人，其中付费用户超过5000人。

2020年，我们提出通过平台化整合优质资源，推动产业供求高效连接，构建多品牌共荣、服务多样共存的美好居住平台。

平台化的发展离不开强大的数字化技术支持。近三年来，我们始终对科技的执着投入，All in 数字化，累积近10亿元的投入，收获累累硕果。

2020年，随着新一代二手房业务、新房业务、房屋资管业务全国通版系统开发与测试的完成，我们形成了以数据为枢纽的三大产品群，全面赋能各条业务线，具备了强大的端到端数字化建设能力。

同时，我们保持对产品的持续迭代，仅二手核心业务系统，全年

实施了 46 次更版，1200 个迭代功能点，在提高作业效率的同时，带来了用户体验的大幅提升。公司官网自有流量逐年攀升，且增速在加快。2020 年月均 MAU 达 1067 万，2021 年第一季度更升至 1638 万，较 2020 年进一步增长 53.5%。

面对疫情，我爱我家经纪人大大爱逆行，化身“守护者”，守护社区、坚守一线，实践“志愿服务+社区守护+社会公益”三位一体的社会责任理念。

2020 年，公司在全国成立 650 多支志愿服务队，协助为中风险区域完成 4 万余人核酸检测；16 个城市 2500 多家门店变身 2020 “高考助力站”，服务全国考生及家长 10 万余人；“守护者计划”在生活守护、环境守护、健康守护、应急守护、房产守护 5 大方面，为社区一年提供超过 1000 万小时的守护。一年来，爱家人用实际行动诠释扎根社区、服务社区、服务社会的初心使命和责任担当，并受到北京共青团等上级部门的肯定与鼓励。

凡是过往，皆为序章。

经过 2020 年的洗礼与锤炼，我们更加懂得着眼未来。

2021 年，我爱我家进入平台化发展元年，这一年将是集团新业务、新产品全面列装的一年。我们将持续提升官网流量和各端产品转化效率，进一步深化大数据和人工智能技术的开发与应用，借助数字化产品的加速推广，带动平台业务吸引更多行业合作机会，以开放态度共建健康有序的行业生态。

新起点、新征程。

我爱我家愿与各位投资人一起，同心同行，共生共赢，积极探索商业模式创新，实现高质量发展，创造美好未来。

幸福生活，只因我爱我家。

谢谢大家！

二、投资者主要关注的问题

（一）公司进行非公开发行的背景和战略思考是怎样的？

答：公司在 2021 年第一次临时股东大会上审议通过了本次非公开发行

股票的相关议案。自公司 2017 年收购北京我爱我家以来，依靠公司全体员工不懈地努力以及主营业务优质的盈利能力，公司各项业务得到长足发展，并超额完成了业绩承诺。2020 年至今，市场环境发生了较大的变化，一方面市场参与者不断增加，从互联网巨头到传统房地产开发商纷纷加入竞争，另一方面监管政策推陈出新，持续构建行业新秩序。面对这些挑战与机遇，公司采取积极主动的经营策略，明确了以数字化建设作为重要战略抓手、将直营与加盟业务规模拓展作为中期目标的核心发展方向。选择实施非公开发行股票，是在综合考虑公司目前运营效率和未来投入等多方面因素的基础上，希望以专项资金支持公司进一步发展的最高效、风险最低的方式。未来我们会持续关注资本市场动态，结合自身业务发展需要，充分利用上市公司资本运作平台优势助力企业进一步发展。

（二）公司 IT 人员数量增长较快，主要用于哪些方向的开发？对于 IT 团队的建设规划是怎样考虑的？

答：1. 2020 年我爱我家数字化团队逆势增长。产品的进一步升级和平台业务的拓展需求较大，目前新增 IT 人员主要集中于：平台 SAAS 产品的建设、基于数据的官网产品优化及运营、大数据和人工智能应用的研发。

2. IT 团队的建设规划，重点在于制定人才和文化战略，发展关键能力，构建有实力的多元团队以及推动变革等。主要考量以下几个方面：

（1）IT 团队的建设规划与业务战略、业务任务优先级、产品和项目规划相匹配；

（2）从组织结构上，分为六个中心：运维中心、技术和数据中心、平台事业部、互联网中心、产品研发中心和 CIO 办公室；

（3）重视人才结构和人才梯队建设，人才的选用预留成体系化：从专业序列上，分为架构师、工程师、产品经理、项目经理、数据分析师、UI 设计师等。各个专业序列又细分为开发、测试、安全、运维、

运营等；从职级上，分为初级、中级、高级、资深和专家等；

(4) IT 团队强调责任、协作和创新的文化；

(5) IT 团队重视学习型组织的建设，重视每一位员工的成长和可持续发展。每周的“IT 英才计划”是 IT 团队知识和实践分享的舞台。

(三) 我爱我家的加盟模式相较市场中其他品牌有哪些优势？

答：1. 全国知名品牌，A 股主板上市公司背书；

2. 具有 21 年直营管理经验，北京、杭州等一线城市占据优势市场份额。加盟要做得好必须具备有价值的输出能力，相信公司有能力强到加盟商更多支撑；

3. 数字化平台建设能力，自建官网，持续投放，优化客户体验，自主 VR 技术等；

4. 6 大体系，8 大平台，为业务、运营和员工赋能；

5. 加盟合作模式多元化，如城市代理、联营、合伙等，以合作共赢为出发点，尊重创业者。

(四) 在加盟业务推广过程中，对加盟商的选择具体考虑哪些因素？

对签约加盟商如何进行管理？

答：考虑因素包括：

1. 认可我爱我家的品牌理念，能够接受我爱我家的管理模式；

2. 具有较好的信用及品格，商誉良好；

3. 具备一定行业经验，且能够全身心投入门店经营的管理者；

4. 具备一定的资金实力，能够经得起市场变化带来的影响；

5. 对市场了解，有韧性，期望在行业里长远持续发展。

管理方式包括：

1. 建立明确的加盟商人员、门店准入机制；

2. 新加盟商需经过标准的开业核准流程，如门店 VI 升级，合法合规经营，培训考试等环节，方可核准营业，保障服务者服务品质；

3. 建立统一的 ASC（经纪门店合作）机制，对作业规范，合作流程，

业务标准，红黄线等内容进行统一管理；

4. 专业线下赋能管理团队，包括运营、招聘、培训、交易、新房等专业线，对加盟商进行全维度的赋能与管理，与加盟商的管理相结合，扬长补短；

5. 以提升门店经营提效为导向，通过数据驱动运营，提升经纪门店经营能力；

6. 强化业务督查淘汰机制，通过系统闭环、举报、稽查团队、保障加盟商及经纪人利益，促进店间合作，淘汰不规范店面；

7. 建立全国荣誉体系，通过定期经营管理会议，让优秀的门店管理者及经纪人能够感受品牌的力量；

8. 通过自主研发的在线学习平台，提升门店专业水平，提升客户口碑。

（五）公司回购用于股权激励的股份是否有授予计划？

答：这部分股份公司将用于实施股权激励计划，具体方案将在研究制定完成并履行相关决策程序后披露，敬请关注公司后续相关公告，谢谢。

（六）能否通过一个案例阐述一下IT提升对公司拓展业务、扩大管理半径以及降低管理费等方面起到哪些实质性的作用？

答：效果非常明显。举例说明如下

1. IT 提升对公司拓展业务的实质性作用：

（1）官网-VR 带看：订单数上涨明显，一个季度内订单数上涨 20%；

（2）小爱助手上线 10 城，超 1.3 万经纪人使用了推荐的话术/房源，为经纪人推送了画像信息的客户数量，合计 33.6 万余人。仅一季度小爱服务过程中，为各城市经纪人推荐的话术量，合计 61.6 万余次。

2. IT 提升对公司扩大管理半径的实质性作用：

（1）标准化：以智能语音质检为例，实现官网客服电话的 100%语音质检，保证服务质量，而传统人工语音质检，覆盖率不到 5%；

	<p>(2) 智能外呼功能：仅 1 季度就有 36 万通外呼，相当于 9.6 个人 1 年工作量，且免去长时间培训。</p> <p>3. IT 提升对公司降低管理费的实质性作用：</p> <p>(1) 仅以一个城市为例，过去三年，中后台职能管理人员，由于 IT 系统的推广使用，减少了 1400 多人，减少比例为总人数的 2/3；</p> <p>(2) 由于电子签章产品的投产，2019 年 8 月上线以来，累计签署 12.5 万份；仅 2020 年使用电子签签署劳动合同超过 3.7 万份，如果签物理合同，从门店往返公司，签一份最少 2 个小时，相当于节省 7.5 万小时；</p> <p>(3) 官网产品逐步走向精细化，用户访问深度及线索转化提量。同比 2019 年和 2020 年一季度，2021 年用户量和有效线索涨幅均大幅提升，线索量的涨幅是用户量涨幅的近 3 倍左右，用户质量显著提升，获客成本大幅降低。</p> <p>(4) 基于私域流量运营的爱客多产品，每分享 1 次获得 1.6 个浏览；每分享 2.4 次获得一个访客；每分享 6.5 次激活一个有效客户。</p> <p>关于公司2020年度业绩说明会具体情况，投资者可登录“全景·路演天下” (http://rs.p5w.net) 查询。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 5 月 10 日