

居然之家新零售集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：

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）
活动参与人员	1、董事、执行总裁王宁 2、副总裁李杰 3、财务总监朱蝉飞 4、董事会秘书、证券事务部总监高娅绮 5、独立董事傅跃红
时间	2022年4月26日（周二）下午 15:00-17:00
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）
形式	线上问答
交流内容及具体问答记录	<p>问题 1：王总你好，公司有没有做到千亿市值的信心，或者说有无此类规划？</p> <p>回复：感谢投资人对居然之家的关注！公司有做到千亿市值的信心，公司未来的市值和业绩增量主要源自于：1. 现有门店不断提升精细化管理水平，提质增效；2. 持续推进轻资产运营连锁发展，不断扩张，进一步提升市占率；3. 大家居和大消费相融合，打造的第二增长曲线；4. 自营和 IP 业务经营收入的持续提升；5. 加大数字化转型力度，家居产业服务平台——洞窝的运营，赋能同行及上下游生态企业，打破收入天花板，进一步获得市场的价值认可。</p> <p>问题 2：您好，总裁先生，当前在疫情多地频发严峻的形势下，是否会对公司直营店和加盟店构成重大的负面影响？</p> <p>回复：感谢您的关注！新冠疫情对家居零售行业造成了影响，对企业的经营业绩造成了一定冲击，公司采取一系列措施稳定经营业绩，一是继续以线上渠道为营销重心，一方面加大“同城站”营销力度，加大天猫、淘宝、微信、抖音、小红书等第三方平台的流量获取、内容种草和直播力度，全力打造以“微信小程序+企业微信”为核心的私域流量种草、获客和分发转化的营销体系。另一方面以“洞窝”为核心，自建私域流量平台，向商户赋能，创造协同价值。二是加快数字化转型步伐，打造 S2B2C 模式的数字化产业服务平台；三是与商户抱团取暖，携手工厂、商户共同开展联合营销。四是高密度开展营销活动，疫情期间消费者延迟了家装需求，但需求没有消灭。居然之家通过线上营销锁定储备客户资源，等待疫情结束后再将储备客户进行转化。这一经营策</p>

略会带来爆发性增长，不但弥补了疫情期间的销售缺口，还能通过疫情期间线上主动抢客户，使居然之家具备其他卖场不具备的增量。

问题 3：在疫情反复情况下，公司如何解决搞扩张速度与家居消费预期疲软的矛盾，第一季度营收是否出现严重下滑？

回复：尊敬的投资者，您好！新冠疫情对家居零售行业造成了影响，对企业的经营业绩造成了一定冲击，公司采取一系列措施稳定经营业绩，一是公司大力推进渠道下沉，以轻资产、委管店的形式开拓蓝海市场，进一步提升扩张速度，做大连锁规模。二是以线上渠道为营销重心，一方面加大“同城站”营销力度，加大天猫、淘宝、微信、抖音、小红书等第三方平台的流量获取、内容种草和直播力度，全力打造以“微信小程序+ 企业微信”为核心的私域流量种草、获客和分发转化的营销体系。另一方面以“洞窝”为核心，自建私域流量平台，向商户赋能，创造协同价值。三是加快数字化转型步伐，打造 S2B2C 模式的数字化产业服务平台。四是与商户抱团取暖，携手工厂、商户共同开展联合营销。2022 年第一季度经营业绩具体情况，请持续关注公司公告。

问题 4：请问公司今年门店还会扩张吗？预计净新增店铺将达到多少？门店结构预计会出现什么样的调整？

回复：尊敬的投资者您好！今年公司会继续采取轻资产方式进行门店扩张，预计净新增门店 50 家以上，门店会着重往下沉市场布局，力争在县级城市开设一半以上。

问题 5：王总，您好！看到此前跟泰康签署了战略合作的协议的新闻，可否就目前与股东方未来深度合作的领域以及合作方向做下展望（包括阿里以及泰康）？谢谢！

回复：感谢投资人对居然之家的关注！阿里和泰康均在各自的领域处于领先地位，通过与居然之家的战略合作给居然之家的业务发展带来了诸多积极正向的帮助，未来我们会与阿里继续探讨线上线下一体化的业务共建，通过阿里线上的流量优势为居然之家的线下门店带来更多增量；公司与泰康合作领域包括员工保险产品、财产保险产品、居家保业务、适老装修、资本和金融合作、会员服务体系等方面，以保险产品为纽带为居然之家赢得更大的市场空间。

问题 6：王总，您好！请问在同行业平台中，居然之家是否寻找到一条另类具有竞争优势的经营渠道以提升品牌在市场的竞争力？具体的举措有哪些？

回复：尊敬的投资者，您好！居然之家对于树立自身竞争优势及扩宽行业护城河方面进行过多次尝试，目前公司已建立线上线下一融为一体、线性的服务和平台服务相结合的 S2B2C 产业互联网经营模式，服务行业上下游企业，进行生态赋能，实现价值协同。

为实现以上战略，公司在 2021 年上线洞窝平台，目前已实现商家入驻和用户注册数量、交易额的飞速增长。

问题 7：公司在行业地位排行第几位？

回复：尊敬的投资者，您好！居然之家成立于 1999 年，是以“让家装家居快乐简单”为使命，以家居为主业的大型商业连锁集团，其业务涵盖室内设计、装修、家居建材销售、智能家居、智慧物流、后家装服务以及百货商场、购物中心、生活超市等领域。从财务指标方面：2021 年公司归属于上市公司股东的净利润 23.35 亿元，净资产收益率 12.43%，家居流通行业内排名第一；从行业数字化程度方面：公司持续对数字化工具和数字化改造方面进行了改造和升级，打通线上线下全域营销，构建了新零售转型基础能力；实现品牌和商品数字化，满足消费者线上线下购物场景，提升商品全生命周期管理能力；实时展示销售、招商、会员等经营主题的关键指标，提高数据获取效率，提供日常数据跟踪能力，在数字化方面也属于行业龙头。

问题 8：公司 2022 年开店计划是什么，能保持每年 60 家的增速吗，其中县城城市的占比是多少？

回复：尊敬的投资者您好！公司 2022 年计划开店 50 家以上；今年公司会继续以轻资产运营方式，响应国家“乡村振兴”和支持县域经济发展的号召，贯彻落实“百县百 Mall”的发展战略，加速渠道下沉，争取在县级城市开店占新开店一半以上。

问题 9：公司怎能看待头部品牌厂商在非家居卖场，自行开所谓大型门店，品牌商零售渠道多样化，公司要如何应对？

回复：感谢投资人对居然之家的关注！家居行业的消费者比较倾向于在一个大卖场解决建材和家居的所有问题，相较于独立品牌门店，大卖场对用户体验、决策成本有更高的服务效率，所以曾经开设独立门店的品牌都普遍反映，获客成本、成交转化、服务心智等均不如在居然之家的经营结果。我们相信在很长时间内，家居大卖场仍然会是满足消费者家装家居需求的主流渠道。

问题 10：王总好，国内企业尚无与宜家正面竞争的企业，公司有没有计划往这方面发展？

回复：感谢投资人对居然之家的关注！宜家家居是家居零售行业的典范，主要采取超市运营模式，是我们学习的榜样。其优势一是全球化采购；二是其强大的信息化管理系统。但伴随着消费者需求主导和数字化时代的到来，超市过去拥有的优势需要持续升级，需要结合中国家居行业的长尾需求特点。居然之家大卖场模式更符合未来的消费趋势，一是大卖场可以通过精准的市场定位挑选最优秀的品牌合作，满足消费者的定制化、个性化的服务需求；二是居然之家这种业态是更符合中国特色的商业模式，更适应中国的营商环境，更容易从信息化时代跃升至数字化时代。

问题 11: 有消息说软体家居品牌商在加速抢占卖场核心位置, 这种情况普遍吗? 预计对公司业绩会有什么影响?

回复: 感谢投资人对居然之家的关注! 软体家居品牌在居然之家卖场中的经营面积占比和销售比重略有上升, 软体家居的变化均在正常范围内, 对公司业绩没有特殊影响。

问题 12: 董秘要把乡村振兴的概念要添加一下吧

回复: 感谢投资人对居然之家的关注和看好! 居然之家积极响应国家“乡村振兴”和支持县域经济发展的号召, 在 2022 年初举办了“百县百 MALL, 千镇千店”战略发布会。居然之家在未来 3-5 年内, 将在全国选择 100 个人口不低于 30 万、经济相对活跃的县级城市投资建设 100 座家居生活 MALL; 在全国 1000 个乡镇投资建设 1000 家中商超市和生活便利店, 进一步推动乡村商业网点的升级, 打造推进乡村振兴县域商业标杆, 助力县域经济发展, 推动乡村振兴和共同富裕。同时, 公司旗下的下中商超市也将持续发挥流通主渠道优势, 主动开展农超对接、产销对接, 助推巩固拓展脱贫攻坚成果和乡村振兴, 通过建立“农超对接——田间考察——基地建设——自营发展”的销售链条, 在成熟的渠道基础上着力推进消费扶贫工作, 做到真正的利民惠民, 造福社会。

问题 13: 去年总计增加多少门面? 今年计划拓展多少门店?

回复: 尊敬的投资者, 感谢您的关注! 2021 年公司新增开业门店 49 家, 预计今年新开门店 50 家以上。

问题 14: 各位管理层好, 21 年度居然整体的经营业绩表现良好, 想问一个关于免税店的问题, 目前公司是海南最大的免税店业主, 公司是否有计划进一步申请免税的经营牌照? 谢谢!

回复: 投资者您好! 目前公司在海南三亚与海旅投进行合作, 初步达到了预期, 目前正在关注免税店经营领域, 同时也在密切关注国家相关政策。

问题 15: 李总, 你好, 每平每屋, 居然装饰的 IPO 进展如何? 去年业绩如何?

回复: 感谢投资人对居然之家的关注! 截至 2021 年, 每平每屋·设计家拥有国内设计师 110 余万人, 境外用户超 890 万人, 国内商品模型库 468 万件, 海外商品模型库 220 万件, 案例库达 766 万件, 已形成丰富的数据资产。每平每屋·设计家已拥有超 9 万家合作商家, 包括大型装饰装修公司, 目前每平每屋·设计家的业务和 SaaS 解决方案已经在多个客户场景得到验证, 集中精力突破硬装服务的 SaaS 能力, 已经具备商业化的条件和成熟度, 将快速推广。2021 年北京居然装饰公司实现销售 7.57 亿元, 同比增长 57.2%; 外埠 21 家分公司已经开设 56 家家装门店。装饰公司通过加大与每平每屋·设计家业务生态共建, 开展从设计、主材到施

工自动算量的一体化链路建设，推进家装设计和施工的标准化、规范化。居然装饰目前已完成了 AI 设计与居然装饰 APP 的对接连通，家装 APP 累计注册用户 4.15 万人；并逐步建立了集营销获客、CRM 管理、报价、合同签订、电子签章、结算、工单和数据看板等一整套数字化和智能化集成系统，提升了运营管理效率，改善了客户装修体验。每平每屋、居然装饰目前已完成内部改制，后续运作请关注公司公告。

问题 16: 朱总，你好，目前租赁负债的平均租赁年限以及分摊到每年的租赁成本大概是在什么区间？

回复：感谢您对居然之家的关注！居然之家直营店的租赁期限基本为 20 年，按新租赁准则，分摊到每年的租赁成本前高后低，按照目前已签订的租赁合同，新租赁准则对公司 2022 年利润为正向影响。

问题 17: 朱总你好，请问公司为什么不选择回购 10.6 个亿，而是分红 10.6 个亿，公司股价成交量低迷；净利润是欧派的 1.2 倍，净资产是欧派的 1.5 倍，但是市值只有欧派的三分之一。增发的股东折价清仓公司股票，公司是出于什么考虑选择分红而非巨额回购？

回复：感谢投资人对居然之家的关注！公司业务目前主要集中于家居零售卖场，股价和零售业的相关估值更具备可比性。国内看，零售行业整体的动态 PE 估值在 28 倍左右，A 股上市的家居零售企业动态平均 PE 估值约 15 倍；从海外看，美国的家居建材卖场家得宝、劳氏及日本最大的家居零售商宜得利近十年来的 PE 均值在 22-25 倍左右。公司当前动态 PE 在 12 倍左右，考虑到公司在中国家居零售行业领先地位、持续扩张能力，综合来看在股价及估值层面有非常大的提升空间。公司将继续发挥头部企业的优势，在存量竞争的时代让企业发展得更好，同时公司将在疫情之下保持经营业绩的稳定，并加快数字化转型的步伐，通过做好公司的基本面发展来实现股价的提升。

问题 18: 朱总，你好，自 2021 年度初期开始，因针对租赁资产的会计准则调整，公司的资产负债率从 47.37% 提高到 2021 年一季度的 68.43%，针对此项，目前公司是否做过相应的风险，公司是否会有进一步的措施降低公司的资产负债率？如果有，可否讲下未来规划。谢谢！

回复：感谢您的关注！公司 2021 年执行新租赁准则，导致使用权资产增加 164.34 亿元，租赁负债增加 203.99 亿元，综合导致资产负债率由 47.37% 增加至 63.99%，但公司有息负债率一直维持在比较低的水平，不超过 7%。公司一直控制经营、债务等风险，确保现金流充足，保证经营的稳健性。

问题 19: 现在政府有说扶持消费企业，公司有收到政府补助么？

有房租减免政策么？

回复：感谢您的持续关注！公司将持续关注政府补助政策，积极申请获得政府补助及免租等，并积极采取各项疫情应对措施，与公司上下游企业抱团取暖，共克时艰。

问题 20：居然之家绝对是可以长期持有并走出几倍行情甚至更多的一只股票，不管从基本面还是技术指标现在正是绝佳的介入时机，居然之家的后期会有什么利民的惠民策略呢？造福社会居然之家有这个趋势发展看好居家

回复：感谢投资人对居然之家的关注和看好！居然之家一直秉持着让家装家居快乐简单的企业使命，同时积极响应国家“乡村振兴”和支持县域经济发展的号召，在 2022 年初举办了“百县百 MALL，千镇千店”战略发布会。助力县域经济发展，推动乡村振兴和共同富裕。同时，公司旗下的中商超市也将持续发挥流通主渠道优势，主动开展农超对接、产销对接，助推巩固拓展脱贫攻坚成果和乡村振兴，通过建立“农超对接——田间考察——基地建设——自营发展”的销售链条，在成熟的渠道基础上着力推进消费扶贫工作，做到真正的利民惠民，造福社会。不断与时俱进的根据消费者需求的变化调整经营策略，更好的满足消费者的需求，近年来随着大量存量房进入二次装修和局部翻新的阶段，居然之家正在研究推出家居“以旧换新”等惠民工程，在开发增量市场的同时服务于循环经济的发展。

问题 21：王总，你好。今年是居然之家上市第三个年头，从引进战略投资者到定向增发，还有像我这样持有两三年的小股东，都在用自己行动来支持公司的发展。你是否觉得公司应该用实际行动来回馈长期，长期支持公司发展的股东？一来公司对外建立良好形象。二来，维护好股东与公司之间关系。期待王总回复

回复：尊敬的投资者您好，公司从上市至今，一直致力于用实际行动回馈股东。一方面，深入贯彻“巩固家居主业，加快数字化转型”的企业发展战略，并致力于打造家装家居产业服务平台。一是随着国家乡村振兴战略的实施，加快县域城市连锁发展。未来三至五年，居然之家将以每年新开 50 家以上门店，加快渠道下沉，冲刺“百县百 MALL”、“千镇千店”目标。二是“大家居”与“大消费”相融合，未来三至五年，中商世界里将以湖北为大本营，以每年新开 3 至 5 家店的速度，推进购物中心连锁发展，开辟实体店第二增长曲线。三是加快商业模式的转型升级，向 S2B2C 的数字化产业服务平台迈进。四是践行社会责任，助力“双碳”共同富裕。另一方面，公司积极通过分红方式回报股东，2019-2021 年持续实施现金分红，并推出两期回购股份，三年间公司实际现金分红金额合计 18.56 亿元，约占过去三年年均归母净利润的 82%。伴随着数字化时代的到来和全面建设社会主义现代化国家新征程的开启，公司将以崭新的面貌和无限的活力，不断变革，持续稳健发展，积极回报股东！

问题 22: 您好! 公司近几年股票价格一路往下走, 请问 1) 公司有什么样的措施在现有基础上提升业绩, 以鼓励投资者信心 2) 之前回购股份目标是不是已经完成? 如果没有完成下一步计划是怎么打算的? 3) 2021 年年度报告为什么要 4 月末才公布, 虽然符合规章制度, 但是时间跨度太久, 这反应一个企业管理水平, 建议在这方面下一点功夫, 进一步提高工作效率, 对于企业来说, 时间也是一种成本

回复: 感谢投资人对居然之家的关注! 公司未来的增长点: (1) 现有门店的提质增效。公司自上而下严格贯彻落实“巩固家居主业, 争当行业老大”和“以销售为核心带动招商和收费, 以流量运营为核心抢销售, 以唤醒会员和种草为核心建立私域流量平台”的经营思路。通过对现有门店的提质增效实现增长。(2) 加快连锁发展步伐, 公司贯彻落实“百县百 Mall”的发展战略, 加速渠道下沉。(3) 打造实体店第二增长曲线。跨界融合是未来商业发展的必然趋势, 线上如此, 线下也是如此。2021 年成功开业呼市中商·世界里和长春中商·世界里两家购物中心, 业绩表现良好, 武汉光谷店也将于 2022 年 7 月开业。(4) 提升自营和 IP 业务的经营收入 (5) 提升数字化平台服务收入。

问题 23: 董秘你好: 公司的回购能否加快一下步伐, 请理解我们中小投资者, 坚定看好公司未来但被股价惨烈伤害的心情。不少无良媒体蓄意诋毁公司业绩, 更有媒体人恶意造谣公司 2021 业绩实际未达标, 更多的诋毁者则利用新会计准则导致负债率增加恶意诋毁公司激进扩张导致负债率增加制造焦虑情绪。请公司拿起法律的武器对着造谣者绝不手软! 加强市场沟通: 阐明租赁业的特殊情况, 合同负债导致资产负债率高不一定代表经营风险大。

回复: 感谢投资人对居然之家的关注! 我司于 2021 年实施两期股份回购, 一期总购买金额 2.05 亿元, 二期回购 1.35 亿元, 公司 2021 年度现金分红总额预计为 13.88 亿元, 其中现金分红 10.48 亿元, 回购股份(视同现金分红)的金额为 3.4 亿元。公司积极通过分红方式回报股东, 2019-2021 年持续实施现金分红, 并推出两期回购股份, 三年间公司实际现金分红金额合计 18.56 亿元, 约占过去三年年均归母净利润的 82%。伴随着数字化时代的到来和全面建设社会主义现代化国家新征程的开启, 公司将以崭新的面貌和无限的活力, 不断变革, 持续稳健发展, 积极回报股东! 针对网络上的不实新闻及恶意诋毁, 公司已向相关部门反映并采取措施!

问题 24: 利好频出, 业绩亮眼, 股价却创新低, 公司市值缩水。可否有具体措施, 提振股价?

回复: 感谢投资人对居然之家的关注! 公司未来的市值和业绩增量主要源自于: 1. 现有门店不断提升精细化管理水平, 提质增效; 2. 持续推进轻资产运营连锁发展, 不断扩张, 进一步提升市占率;

3. 大家居和大消费相融合，打造的第二增长曲线；4. 自营和 IP 业务经营收入的持续提升；5. 加大数字化转型力度，家居产业服务平台——洞窝的运营，赋能同行及上下游生态企业，打破收入天花板，进一步获得市场的价值认可。

问题 25：董秘你好，投资居然之家使我损失惨重；我开始怀疑自己的投资决策，扣非净利润创历史新高，市盈率接近银行股；有息负债率极低，股价创历史新低。完全不能理解市场行为，请问我们中小投资者应该继续坚持看好公司？

回复：感谢投资人对居然之家的关注！公司在中国家居零售行业处于领先地位，具备持续扩张能力，有非常大的提升空间。公司作为家居行业龙头企业，具备长期价值投资属性。公司将持续聚焦主业，率先引领行业的数字化转型升级，打造家居行业的 S2BSC 互联网产业平台，提升顾客体验，提高盈利能力，构建长期投资价值，持续回报投资者。

问题 26：相比上一次回购，每股已经跌去一元，最近有计划回购吗？

回复：感谢您的关注！公司回购公司股份方案（第二期）将根据回购方案实施期间股票市场价格的变化情况，结合公司经营状况，在股东大会授权的回购总金额、回购期间内实施。

问题 27：为什么这么久了还不进行回购公司是资金出现问题吗？

回复：感谢您的关注！公司回购公司股份方案（第二期）将根据回购方案实施期间股票市场价格的变化情况，结合公司经营状况，在股东大会授权的回购总金额、回购期间内实施。

问题 28：公司股价与市场背离，与业绩背离，与同行业对手某个区间段也背离，公司最好公司经营管理的同时，对股价能做些工作吗？

回复：感谢投资人对居然之家的关注！家居零售行业呈现大行业、小企业的现状，行业未来发展空间巨大，出现市场规模超千亿的龙头企业的概率非常大。居然之家目前在家居零售行业数字化转型方面遥遥领先同行，最有可能在未来 3-5 年内成为 S2B2C 的产业服务平台。

问题 29：年报里多家股东，比如顾家家居、小米科技都未出现在股东内，是否都已止损离场？贵司有无想过何原因导致？

回复：感谢投资者对居然之家的关注！2021 年报中披露的股东明细为前 10 名股东持股情况及前 10 名限售条件股东持股情况，顾家家居和小米科技均未在上述前 10 名股东中。

问题 30：请解释一下股价一直跌的原因

回复：感谢投资人对居然之家的关注！公司作为家居行业龙头企

业，具备长期价值投资属性。居然之家将持续聚焦主业，率先引领行业的数字化转型升级，打造家居行业的 S2BSC 互联网产业平台，提升顾客体验，提高盈利能力，构建长期投资价值，持续回报投资者。

问题 31：自上市以来业绩连续增长，但是股价连续下跌两年之久，公司是否有请专门的团队做市值管理？针对现阶段的股价，公司如何提升股东及股民的信心，具体举措有哪些？

回复：感谢投资人对居然之家的关注！公司作为家居行业龙头企业，具备长期价值投资属性。居然之家将持续聚焦主业，率先引领行业的数字化转型升级，打造家居行业的 S2BSC 互联网产业平台，提升顾客体验，提高盈利能力，构建长期投资价值，持续回报投资者。

问题 32：请问贵司从 2019 年重组以来至今股价连创新低，作为公司高管，试问你们有重视过吗？

回复：尊敬的投资者您好！公司将持续地打造业绩增长点，确保公司业绩持续不断增长，具体措施包括但不限于：1、公司将脚踏实地的做好线下实体店经营，提高直营店和加盟店收益；2、创新连锁发展模式，加快渠道下沉和县域城市的连锁发展，推进向中南部省市、四五线城市以及周边国家和地区的连锁发展；3、继续推进“大家居”与“大消费”相融合，打造实体店第二增长曲线；4、提升自营和 IP 业务的经营收入；5、提升数字化平台服务收入等。公司高管对公司充满信心，基于对公司未来发展前景的信心以及对公司价值的认同，自 2021 年 6 月 22 日起的 6 个月内，高管增持公司股票合计金额人民币 2,291.60 万元，超过增持计划金额下限。

问题 33：业绩既然这么好，为何股价大跌，一季报很差吗？

回复：感谢投资人对居然之家的关注！公司业务目前主要集中于家居零售卖场，股价和零售业的相关估值更具备可比性。国内看，零售行业整体的动态 PE 估值在 28 倍左右，A 股上市的家居零售企业动态平均 PE 估值约 15 倍；从海外看，美国的家居建材卖场家得宝、劳氏及日本最大的家居零售商宜得利近十年来的 PE 均值在 22-25 倍左右。公司当前动态 PE 在 12 倍左右，考虑到公司在中国家居零售行业领先地位、持续扩张能力，综合来看在股价及估值层面有非常大的提升空间。公司将继续发挥头部企业的优势，在存量竞争的时代让企业发展得更好，同时公司将在疫情之下保持经营业绩的稳定，并加快数字化转型的步伐，通过企业做好公司的基本面发展来实现股价的提升。2022 年一季度业绩情况，请大家持续关注公司公告。

问题 34：公司高管回购股票，高总是否积极响应且有没有具体行动？

	<p>回复：感谢投资人对居然之家的关注！公司于 2021 年实施两期股份回购，一期回购总金额 2.05 亿元，二期回购 1.35 亿元，以上回购股份拟用于员工股权激励或持股计划。公司实际控制人、部分董事及部分高级管理人员基于对公司未来发展前景的信心以及对公司价值的认同，截至 2021 年底，上述增持主体通过集中竞价交易方式累计增持公司股票 4,457,961 股，占公司总股本的 0.0683%，2021 年已具体实施。</p> <p>问题 35：傅老师，在独董工作范围内，中小投资者合法权益不受损害方面，您是如何开展工作的？您是通过哪些渠道倾听中小投资者声音的？</p> <p>回复：尊敬的投资者您好。作为居然之家的独立董事，围绕保护中小投资者合法权益不受损害方面，主要开展了以下工作：（1）充分了解公司经营情况，主动搜集获取对审议事项所需的资料和信息，切实履行与年审会计师沟通的职责，以专业角度积极为公司建言献策；独立审慎、客观地发表事前审核意见和独立意见，行使表决权。（2）重点关注公司关联交易、对外担保及资金占用情况、募集资金使用情况等重要事项，持续关注公司经营和信息披露的合规性，内部控制制度的有效执行等。主要通过列席公司股东大会、业绩说明会等方式倾听中小投资者声音。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无