

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

编号：2022-02

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	一、参与人员 通过“全景·路演天下”网站（ http://rs.p5w.net/ ）或关注微信公众号：全景财经，或下载全景路演 APP 参加 2022 年云南辖区上市公司投资者网上集体接待日暨集体业绩说明会的投资者 二、公司出席人员 董事长、总裁：谢勇 副总裁、财务负责人、财务总监：何洋 董事、董事会秘书：解萍 IR 负责人：申剑光
时间	2022 年 5 月 19 日 14:30 - 16:00
地点	“全景·路演天下”网站（ http://rs.p5w.net/ ）、微信公众号：全景财经、全景路演 APP
形式	网络远程
交流内容及具体问答记录	<p>为进一步加强与广大投资者的互动交流，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”）参加了由云南省上市公司协会、深圳全景网络有限公司共同举办的“2022 年云南辖区上市公司投资者网上集体接待日暨集体业绩说明会”主题活动，就投资者关注的问题与投资者进行了交流。主要问题及回复内容如下：</p> <p>一、请问疫情影响下，2022 年公司将采取哪些措施保障持续健康发展。 答：虽然年初发生疫情、市场不振等因素不利影响，但公司仍然看好核心城市存量住宅交易市场的长期价值，因为有强烈的刚需和改善需求支持，存量交易市场的规模是新房市场发展的必要支持。目前的影响是短期的，也是全行业的，相信科学，相信并拥护党和政府的领导，短期因素必然会化解，压制的需求会恢复，公司要做跑赢行业者。为应对短期的不利因素影响，采取如下措施： 1. 发挥数字基础设施作用，推动楼盘字典、VR 看房、电子签约等线上</p>

	<p>服务的推广渗透，缓解线下业务受阻的影响并提升客户体验，提升运营效率，提升公司竞争力和业绩；</p> <p>2. 依托规模经营积累的现金储备以及上市公司的条件，努力保护宝贵的线下门店网络与经纪人团队资源，并积极组织门店网络和经纪人参与抗击疫情的志愿工作，守护社区，进一步强化和社区的连接，为迎接疫情过后的复苏并跑赢市场奠定基础；</p> <p>3. 进一步扩大强闭环的直营体系的规模和范围，保证运营效率和服务品质，为公司平台化面向消费者的客户价值提供核心保障，增强品牌力，从而有效提高公司业务的核心竞争力和平台化吸引力；</p> <p>4. 发挥租售联动的结构优势，加强更加抗周期、抗波动的长租公寓业务，成为驱动公司成长的第二产品线。</p> <p>二、请问贵公司 2021 年经营状况在同行业中处于哪个位置（好，中，一般，差）。2022 年有所突破吗？</p> <p>答：2021 年，全行业经历了市场冬季，公司在业务规模和整体业绩上保持住了增势和盈利，并完成了数字化升级转型的落地和验证成功，在行业中保持了领先地位。2022 年会在 2021 年成果的基础上进一步加强品质发展和卓越运营，通过三个一工程实现核心能力突破，完成向产业互联网平台的全面进化，随时迎接市场拐点的到来，在租售两条赛道上实现质与量的突破，成为行业领导者。</p> <p>三、请问定增的进展如何？</p> <p>答：目前仍在证监会审核当中。请关注公司持续披露。</p> <p>四、公司今年一季度营收为什么为负？</p> <p>答：今年一季度受新冠疫情和租赁准则的综合影响，导致一季度利润有所下滑。</p> <p>五、请比较一下和贝壳公司业务结构的相同点和不同点。贝壳目前市值 1000 多亿人民币，我爱我家 A 股市值才 70 亿不到，为什么？</p> <p>答：我爱我家与贝壳同处于一个行业市场，有很多观点认为两家企业相似点很多，都属于行业知名品牌，具有较强数字化能力，以互联网平台化为方向，实现了线上线下一体化，等等。与此同时，在行业内，我爱我家在业务结构上也具有鲜明特点，买卖与租赁并举且协同联动，聚焦 C2C 居住交易并严控新房业务风险，这些业务特点为公司建立了差异化优势和竞争护城河，形成了较强的抗周期、抗市场波动风险能力。双方在不同的资本市场上市，存在一定估值水平差异，且国内市场此前习惯按传统经纪业务模式来对公司进行行业定位，容易忽视公司的成长驱动正在切换为互联网平台化与数字化要素，与此同时，目前对公司的估值中，对于相寓和昆百大两块资产也缺少体现，因此相信随着公司互联网平台化转型与数字能力不断增强，以及相寓业务的持续发展，市场对公司的价值更加了解，公司估值水平也会得到合理调整和提升。</p>
--	--

六、2021 年公司在面临行业周期影响的前提总体经营稳健，预计经营性现金流和利润均表现良好，今年房地产服务行业平稳开局，市场开始回暖，相信爱家在 2022 年会抓住机遇，更上一层楼；考虑到物业板块与房屋经纪、房屋资产管理、新房交易、家电集采等联动性比较强，请问在长期战略方面，公司是否会考虑进入物业板块以构建更加多元化的业务布局，降低房屋经纪业务周期的业绩波动影响，助力高质量发展。

答：公司以存量住宅为核心的租售协同联动架构具有人居服务产业生态入口地位，是实现生态化产业创新的根基；以 CBS 为核心实现 2C 消费互联网、2B 产业互联网及线下门店网络三网融合的数字基建与平台化运营，是实现生态化产业创新的能力保证。在此基础上才能将生态化的产业创新变成真实的自然延伸。公司目前正在为生态化产业创新打下坚实基础，并一直积极探索多元创新的可能，随着创新基础不断夯实和壮大，会有更多高品质创新产业在我爱我家的平台上得到孵化和成长，这也体现了我们 2021 年所做工作以及今年正在开展工作的重要战略价值。

七、公司一直在说的数字化转型，请问目前是个什么情况？

答：如您所说，公司一直大力推进数字化建设。为此，我们一方面不断夯实数字基础，打造数字新基建；另一方面在已沉淀的数字资产上，进一步加大创新产品的研发，深化产品应用，实现了部分关键服务场景的智能化升级。房源端的智能找房、智能排序、VR 带看、智能讲房功能已全面应用，客源端的“画像描摹”、“好客识别”，直接带来了房客匹配效率的提升；交互端的 VR 助手和小爱助手等应用工具，既增强了客户的智能服务体验，又促进了经纪人的效能提升。未来，我们将持续夯实数据底座，强化 AI 能力，加快推进服务场景的智能化升级，打造基于智能产品的服务链，逐步实现从数字化向智能化发展。

八、请问公司业务覆盖了几个城市？有多少门店？

答：截至 2021 年年末，公司业务主要聚焦在国内一二线核心城市，展业地区包括北京、上海、杭州、南京、苏州、南昌等四十余座国内城市，门店总数超过 4600 家。

九、房地产经纪行业应该属于高度竞争的行业，贵司认为这个行业核心竞争力是什么？

答：品质服务始终是这个行业的核心主题。为客户提供的服务品质决定了客户体验，对客户的信任建立和消费决策产生重要影响，并最终影响客户对品牌的认知和认同。我爱我家始终在打磨服务品质方面精益求精，不断以卓越标准升级服务举措，推动线上线下的品质建设，提升客户体验。

十、公司之前召开了年度业绩说明会，请问可以看回放吗？

答：公司 2021 年度业绩说明会您可登陆全景网“投资者关系互动平台”(<https://ir.p5w.net>) 收看。

十一、相寓全年租金交易额 163.7 亿元，实现营收 32.6 亿元，20%的营租比，远高于 1/12 比率，请问能详细说下是如何实现的吗。

答：相寓营业收入包括服务费收入和租金收入，并于 2021 年度适用租赁准则，其中 2021 年 1 月 1 日后签订的适用经营租赁的合同，租金收入按受益期间全额计入营业收入，故大于您提到的比例。

十二、今年以来国内新冠疫情导致各行业不景气，成交估计比较低迷，股价也低迷，贵公司在总结过往业绩。对未来有什么规划？前景如何？具体如何实现？我爱我家未来会怎样？

答：公司会直面困难和挑战，并坚持正确方向。目前审视我爱我家所处的细分赛道，所拥有的业务资源、市场地位和财务状况，并不存在影响公司生存的严重挑战。我爱我家现在最重要的事情，是面向未来二十年的消费结构变化、科技变革与产业升级的趋势，来把握发展的方向和规划，并明确核心路线与关键举措，具体包括：

- 1.数字化、互联网平台化及产业链生态化推动下，大力发展长租公寓业务，增强居住交易服务和长租公寓的租售协同联动；
- 2.通过数字化和互联网平台化，实现数字产业化能力，进化为智能驱动的产业互联网平台，通过数字资产向同业赋能，推动产业升级；
- 3.在租、售、数字化三极发展的支撑下，不断强化居住服务大场景的入口战略地位，发展围绕人居服务场景的产业链生态，为居者、社区、生态伙伴提供如健康养老等更多创新的平台服务与产品，创造更多可能，并通过生态化发展反哺强化租售核心业务的竞争力与入口效应；
- 4.从而打造多元驱动的价值战略和多级联动成长曲线，推动我爱我家成为人居服务大产业的入口平台与核心数字资产运营者，成为最受消费者信赖和产业尊重的品牌企业。

十三、董秘您好！贵公司去年总利润很不错，净利润并不理想，有的人认为和租赁业务的押金有关？还有贵公司今年的目标是什么？谢谢！

答：去年利润表现好于行业水平，净利润与租赁业务押金没有关系。今年公司将努力在市场波动的外部环境中通过继续保持和增强卓越运营能力来实现业务的稳健经营和品质发展。

十四、公司不缺钱，为什么还要定增？

答：公司本次定增主要用于配合公司数字化转型战略，进一步加强数字化研发，以及降低公司有息负债率，以支持公司更好的发展。

十五、请问新的租赁准则具体是什么？

答：公司目前主要是相寓业务和门店租入的房租部分业务的核算适用租赁准则。其中相寓业务为 2021 年 1 月 1 日后签订的合同适用租赁准则核算，适用经营租赁部分的合同主要在营业收入和营业成本中核算，适用融资租赁的合同主要在资产处置损益和财务费用中核算。

十六、000560 今天涨停，成交金额 3.82 亿元，是否有互联网平台企业

或央企进场？请问怎么解读？

答：今天的市场波动可能与政策面利好因素相关。在战略投资者引入方面如有进展，我们会按照规定及时进行披露。

十七、为了更加合理的体现相遇的价值，公司是否考虑分拆相遇到港股上市？

答：公司持续保持对相关政策及事项的研究。如有重大事项会按规定及时进行信息披露。

十八、请问公司线上平台将来是否会走贝壳一样的路线？还是继续只做网点扩张到城市！

答：我们认为居住经纪行业必须牢记的内核始终是品质服务，我们坚信线上线下一体化的产业互联网战略会更加让公司在未来从容的面对不确定环境下的市场竞争，公司的线上平台一定不会走跟友商一样的路线。

十九、请问谢总:您对我爱我家的合理估值预期是多少？

答：公司 2017 年底收购我爱我家后，在数字化转型和品质发展战略的支持下，我爱我家各业务板块都获得了长足发展。您可以参考我和战略股东在 2018 年 2 月按照 6.8 元的价格参与的配套融资事项，那是我认认为的公司估值的起点。

二十、我爱我家连续几个财年都盈利，有什么与众不同之处吗？

答：公司一直坚持以存量房经纪业务的发展为基础，坚持稳健运营的策略，严控成本支出，故可以保持持续盈利。

二十一、您好，公司曾经提出三年计划的规模拓展目标，鉴于市场环境的变化，公司该目标是否需要调整，坚持质量第一、风险可控、财务健康的前提，构建更加合理健康的发展目标。

答：公司一直坚持“有质量增长”的稳健运营策略，坚持存量房业务为核心业务的发展方向，高度关注成本投入的风险和效率，保持公司的健康发展。

二十二、中介行业本质是服务业，员工的服务态度和服务水平决定了客户的留存率和对公司的整体评价。请问公司在员工培训方面有什么规划，如何保证员工的服务水平能够达到行业领先，如何实现员工服务质量的整体提升，不落后于竞争对手？

答：公司所从事的业务具有服务型消费的特点，人是决定服务品质的关键。公司一贯重视对经纪人员的培训，并专门开发数字化的繁星系统加强培训效率和效果。2021 年，公司提供超过 4000 门课程用于员工培训，并促进了全国各城市公司之间的知识资源共享，学习参与率整体维持在 80% 以上，全国员工人均学时近 50 小时，均达到行业优秀水平。2022 年，公司将进一步加强数字化培训的投入，通过科技增强培训效果，推动员工服务质量的整体提升，重点工作包括：通过对用户

学习行为和业务指标的分析，开发“我懂你”的学习推荐算法；通过 ASR、OCR 等技术手段赋能学习质量，增强学习数据评价可视化，激活激发 UGC；通过上线星途计划 2.0 等工作，加强城市公司培训需求线上化支持。

二十三、公司定位为社区服务。可有考虑和药店，快递，外卖，社区团购等协同合作。引入奶粉厂家自营、菜鸟包裹、美团等业态和战略合作方。公司对链家开便利店怎么看，是否有类似尝试

答：公司在社区服务生态链中持续展业 20 余年，深刻认识到社区生活包含了丰富的大消费需求，因此公司非常重视并在积极探索以用户需求为导向的战略级社区创新产品的开发。并且基于数字化转型战略，公司在社区客户的引流及转化方面也正在研究打造包括门店功能多元化在内的多种更具竞争力的接口与模式。门店作为公司数字化业务平台在社区的线上到线下接口、线下流量入口，也是公司数字化转型战略下沉社区服务生态布局的重要节点，构成公司宝贵的线下场景战略资源，公司对门店资产的建设发展和运营升级非常重视。目前公司门店在布局、坪效、人效等方面均处行业优势地位，依托数字化进一步挖掘门店的战略价值，为社区、客户、公司投资者创造更多价值是公司的使命和责任。在此过程中，我们也会积极响应国家的有关号召，顺应时代趋势，保持错位发展定位，避免出现与社区传统零售供给体系的同质化低效竞争，发挥好公司在数字化运营方面的资源和优势，积极为社区做好配套服务，为社区的智慧化运营生态提供支持。

二十四、近期杭州房管部门推出房产信息系统实现业主线上直接挂牌房源，若将来面向全国推广，公司经纪业务可能大受影响，公司管理层如何看待。是否会因此考虑调整现有门店扩张、加盟业务等战略。

答：我们支持监管部门规范行业管理并提供必要的公共产品，这有助于规范行业、改善市场环境。政府建设的房产信息系统作为公共产品，与我爱我家所提供的商业化产品，在产品定位和客户价值方面是有显著错位差异的。事实上，C2C 住宅交易市场上，目前专业机构提供的经纪服务所占成交量的比例还不高，市场交易的大部分还是买卖双方自主成交，受限于房源基本信息这一最基础问题，自主成交效率提升以及政府有效监管的难度是比较大的，杭州监管部门提供的此类产品如果验证成功，有利于解决自主成交双方和监管部门的基本需求痛点。而专业服务在交易信息咨询、交易高效撮合、交易风险控制、交易配套服务以及保证体验等方面的客户价值是难以被公共产品替代的，参考国外成熟市场经验，渗透率会随市场的发展成熟而不断提高，因此随着存量时代的到来，居住交易服务的发展空间还是非常大的。

二十五、之前看到公司成为中国社区发展协会常务理事单位，请问公司是想借此进一步整合社区业务？

答：公司获选中国社区发展协会常务理事单位，是公司一贯坚持企业发展与社会责任并重的美好体现，更是公司一贯追求的“打造幸福企业，履行安家使命”的企业责任感与中国社区发展协会宗旨的高度契合。

合。未来，公司将积极履行常务理事单位职责，与中国社区发展协会携手，积极探索社会力量参与社区治理，围绕广大市民构建一个“社区+生活+企业”的美好共同体共同努力。

二十六、公司数字化建设卓有成效，请问除支持主营业务和赋能行业外，科技本身是否还具备独立经营带来科技收入的可能性。

答：公司的数字化开发只是初见成效，且刚实现在北京的城市组织运营升级转型验证。2022 年的公司重点是把所有直营城市都实现转型升级，当下并未考虑独立经营带来科技收入的可能。

二十七、您好，请问 2022 年公司数字化重点投入哪些方面，成本投入和预期效果如何。

答：公司数字化建设的重点方向包括：1.数字化组织的建设；2.以 CBS 为核心的数字新基建加速全国覆盖和全体系打通；3.大数据平台和智能化平台的能力建设，以及围绕房、客、人要素的核心赋能产品迭代；4.互联网平台化运营品质提升，通过私域运营、直播带货等创新模式，强化自然流量入口能力；5.探索数字资产与数字产业化（如门店 SaaS、数据产品等）的创新。

公司近年来已在数字化、互联网平台化建设方面持续投入累计超过 10 亿元，随着数字基建取得突破，公司将进入数字化发展的快车道，今年预计将继续保持和扩大数字化投入，加速全体系覆盖。并利用数字化能力落地所带来的提效降本、加速成长的效果，更好的实现发展投入与当期效益之间的平衡和良性转化。

二十八、公司四块主营业务中经纪业务受到政策等影响具有较大的周期性，租赁业务虽然稳定但是毛利比较低，新房业务目前还处于起步发展期（与贝壳、易居等还有一定差距），商业不动产运营等体量还是不够大，请问公司后续新房业务是否会加大发展，并确保四块业务的平衡发展。

答：公司一贯秉承长期主义原则，以 C2C 住宅交易业务作为业务体系与核心竞争力的根基，并以租售协同联动的飞轮驱动及抗风险架构作为稳健成长的基础，新房业务与公司核心业务具有相关性，属于具有客源协同的机会性业务，但商业模式、业务逻辑、风控模型与公司核心业务存在本质区别。由于新房业务上游系统性风险尚待有效消化，公司重点布局的核心城市已进入存量市场时代，因此公司会坚持以存量市场业务价值根基，通过做强核心业务来增强在新房业务领域的议价能力，并基于新房业务的金融化属性，以风控作为前提来设计业务模式和平衡业务机会与业务质量。

二十九、请问公司目前官网 MAU 是多少？

答：公司 2021 年官网线上产品获客能力提升明显，年度活跃用户总量达 2.03 亿（较去年提升 60%），月均 MAU 达到 1693 万，同比 2020 年增长 60%，2020 年同比 2019 年增长 25%，2019 年同比 2018 年增长 15%。

	<p>三十、最近以来，房地产市场持续利好释放，我爱我家总资产 320 亿元，市值应该在 300 亿以上，上涨空间巨大，是否可期？</p> <p>答：您提出的目标也正是我们的发展动力，我们将努力推动公司不断前进，不负您的期待，为投资者创造更好的投资收益。</p> <p>关于公司参加 2022 年云南辖区上市公司投资者网上集体接待日暨集体业绩说明会具体情况，投资者可登陆“全景·路演天下”网站（http://rs.p5w.net/）或关注微信公众号：全景财经，或下载全景路演 APP 查询。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>否</p>
<p>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）</p>	<p>否</p>