

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：2022-007

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	
广发证券、长江证券、国盛证券、国泰君安证券、东方阿尔法基金管理有限公司、圆信永丰基金管理有限公司、广发基金管理有限公司、银华基金管理股份有限公司、中银国际证券股份有限公司、光大证券股份有限公司、湘财基金管理有限公司、博道基金管理有限公司、国投泰康信托有限公司、深圳橡谷资产管理有限公司、永诚保险资产管理有限公司、嘉实基金、浦银安盛基金、九泰基金、西部利得基金、建信基金、浙商资管、中银资管等。	
时间	
2022年8月26日9:00-10:00、10:00-11:00、14:00-15:00、15:00-16:00	
地点	
线上电话会议	
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 2022 年半年度业绩情况</p> <p>1、上半年公司实现营业收入 37.32 亿元，同比减少 2.54%；净利润 2.67 亿元，同比减少 15.01%；扣非净利润为 2.14 亿元，同比减少 12.09%。股权激励费用影响净利润 5,212.28 万元，剔除掉股权激励摊销费用影响，扣非净利润较上年同期增长 2.54%。</p> <p>第二季度受到华东地区疫情的影响，公司几块业务都受到一定影响，实现营业收入 21.06 亿元，同比减少 14.5%；净利润 1.72 亿元，同比减少 18.57%；扣非净利润为 1.37 亿元，同比减少 20.46%。剔除掉股权激励摊销费用影响，扣非净利润较上年同期下滑 10.46%。</p> <p>受房地产政策调整和宏观经济的影响，工程定制业务的青岛裕丰汉唐上半年公司实现营业收入 4.67 亿元，同比减少 10.6%，第二季度公司实现营业收入 3.15 亿</p>	

元，同比减少 9.00%。

兔宝宝本部上半年公司实现营业收入 32.65 亿元，同比减少 1.3%；净利润 2.71 亿元，同比减少 8.2%；扣非净利润为 2.29 亿元，同比增加 1.1%。剔除掉股权激励摊销费用影响，扣非净利润较上年同期增长 15.4%。第二季度本部业务实现营业收入 17.90 亿元，同比减少 15.4%；实现归属于上市公司股东的净利润 1.61 亿元，同比减少 16.30%；扣非净利润为 1.37 亿元，同比减少 11.40%。剔除掉股权激励摊销费用影响，扣非净利润较上年同期增长 0.5%。

二、主要问题及回答

1、公司装饰材料业务各渠道的占比和增长情况？

回复：2022 年上半年，公司装饰材料业务持续深化分公司运营，打造全国范围的营销网络，深入开展区域渠道拓展，提升各渠道管控能力，运营效果较好。据公司统计，传统的零售分销业务占比约 57%、装饰公司占比约 11%，家具厂渠道占比约 26%，工程渠道占比约 4%。从发展情况来看，这两年随着定制家居的发展以及公司渠道的优化，地方家具厂业务增长较快，家装公司和工装渠道总量也有所上升，公司重点发展零售+大小 B 业务的多渠道覆盖营销战略，符合公司长久发展的目标。

2、如何看待目前装修市场的定制化、装修公司化趋势？以及未来公司如何布局公司板材业务？

回复：近年来随着板材定制化加工的提速，消费形式有所变化，小 B 渠道（家装公司、家具厂）逐渐取代门店零售成为重要的渠道，在此行业变化背景下，公司也积极调整经营结构以及丰富产品结构。

早些年，公司渠道相对单一（门店零售为主），产品也有很大的局限性（生态板系列），近几年公司迎合家装趋势变化和消费者需求转变，快速布局大小 B 渠道，特别是家具厂和家装公司；在产品端增加了家具厂专供系列、家装公司专供系列、工程系列（石膏板+定向刨花板+轻钢龙骨），从大品类角度来说也增加了定向刨花板（顺芯板）以及家具用刨花板的销售，产品线进一步完善；公司加强分公司运营的服务落地，加快外围区域的空白市场开发，深入服务原有经销商帮助其开拓新渠道，公司几方面的工作在持续不断推进，板材业务还是有很大的发展空间。

3、公司零售全屋定制上半年增速 26.40%，主要驱动力是什么？

回复：公司 2021 年零售全屋定制销售规模约 4.5 亿元左右，同比增速有 90%，公司零售全屋定制业务主要市场在华东地区，上半年受到疫情的影响没有完成上半年的目标。目前各地区销售逐渐恢复中，每月订单量环比都在持续好转，预计下半年会有较好的增长。

目前公司门店主要集中在江浙沪三个地区，含定制门店的数量（定制单店和综

合店)约400家左右,华东地区还有非常多的可覆盖地区,外围地区目前覆盖率很低未来会重点覆盖省会城市和重点城市,公司会持续扩大门店数量和提升门店运营质量。产品端的话公司目前最大的优势就是多基材选择(实木多层、杉木芯、顺芯板和颗粒板),给到客户家装空间更多更优的选择,更接近定制概念。此外销售渠道方面目前主要以门店零售为主,接下来会逐步和家装公司达成更多的合作关系。公司对于这块业务的发展还是比较看好的。

4、公司上半年费用率有所提升,原因是什么?

回复:主要原因是公司于2020、2021年推出的员工持股及限制性股票计划,今年上半年计提股权激励费用同比去年同期增加4,509.59万元;其次,公司为提升管理运营能力推行分公司模式,分公司数量从去年年底的9大分公司增加为16大分公司,营销人员有所增加,为提升公司全屋定制的能力,引进专业的定制设计、服务、信息化方面的人员,相应的职工薪酬有所增加。

5、裕丰汉唐上半年的客户结构以及今年对于裕丰汉唐的展望?

回复:现阶段房地产市场还是面临非常大的调整压力,但是我们认为随着降杠杆的过程中一些企业淘汰出局后,房地产市场未来的发展会更健康合理,优质的龙头房企市场占比会有较大的提升机会,精装板块供应链也会随之发生较大的变化。今年我们降低个别有风险的客户的接单,重点开发央企和国企客户,避免不必要的风险出现。今年上半年裕丰汉唐的前五大收入客户分别是万科、旭辉、融创、中南、中海,前五大签约客户分别是万科、华润、旭辉、远洋、新城。

附件清单(如有)

无