

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：2023-01

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 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（排名不分先后）	广发基金、兴业证券、浙商证券、天安人寿、中荷人寿、招商信诺资管、安信证券、九泰基金、泰康基金、天风证券、泰康养老、泓德基金、国泰资产、中金公司、东兴证券、兴合基金、明世伙伴基金、中信证券、中信建投、华泰柏瑞、融通基金、宁银理财、申万宏源
时间	2023年2月15日
地点	北京市朝阳区朝来高科技产业园西区创远路36号院8号楼我爱我家公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长、总裁：谢勇 副总裁、北京我爱我家总经理：高晓辉 副总裁、党委书记：刘海琦 董事、董事会秘书：解萍
投资者关系活动主要内容介绍	<b>一、公司基本情况介绍</b> <b>（一）公司主要业务概述</b> 我爱我家控股集团股份有限公司（公司代码：000560，以下简称“公司”或“我爱我家”）于1994年在深圳证券交易所上市，是全国领先的以综合性居住服务为核心的互联网人居生活服务平台运营商，公司主营业务包含存量住宅经纪、房屋资产管理、商业资产管理等。公司聚焦居住场景，以用户价值为导向，以为消费者创造品质生活和追求企业卓越运营为目标，基于网络平台和数字智能开展线上线下一体化的运营服务，为客户提供居住交易相关的优质服务。目前，公司业务覆盖北京、上海、杭州、南京、苏州、南昌等国内一二线核心城市，运营门店总量超过3300余家，员工超过4万人。

## **（二）公司发展历程简述**

公司始终保持企业的创造性和创新性，1998年“我爱我家网”上线首创房产交易线上服务平台，2000年，我爱我家开设国内第一家房地产经纪直营门店；2003年，率先推出行业服务标准承诺，包括阳光交易、不吃差价、透明服务等；2001年，公司创建房屋资产管理的业务模型，2015年将这项业务战略性定位为房屋资产管理品牌“相寓”；2017年登陆A股主板市场，成为中国房产经纪企业第一股；2018年起，公司提出数字化战略转型，通过数字化赋能经纪人团队，更好地传承“以人为本、诚信服务”的服务理念，坚持强调服务、强调诚信，实现全流程数字化运营，在整个业务场景里，具备了越高的科技赋能手段，越来越强的数字化建设能力，用科技提高人文服务水平、强化品牌溢价能力；2019年，经纪人作业平台CBS业务系统以及繁星学习平台全面上线，快速解决了经纪人团队成长和效率的问题；2020年，AMS资产管理系统全面实现了生态闭环管理，为相寓的发展打下坚实的基础，意味着“相寓”品牌已具备在市场上独立发展的能力；2021年，经纪人作业生态平台建立，坚持干部培养卓越文化，使客户与内部员工看到我爱我家的活力与成长；2022年，CBS全国化，凭借雄厚的品牌实力、近4万具备成熟工作经验的经纪人、近5年数字化战略中积累的数字化运营能力，公司向外提出新的品牌主张，重塑、升级经纪人的文化价值观和企业服务理念，服务诚诺全面升级，强调以对客户整个长生命周期运营为核心经营原则的主动服务体验，长期建立客户关系，迈向新的使命愿景价值观，展现我爱我家的企业活力和成长空间。

## **（三）品牌价值**

在保持诚信品牌底色的同时，公司提出信任、包容、合作这些以组织活力为基础的基础基因，明确关注用户需求，打造优质产品，提供用心服务体验，力争做将具备科技智慧与人类关怀完美结合的有社会责任感的企業。在近五年的数字化战略里，公司持续提高科技智慧，而公司的基因与内核是人文。在这些前提和基础之上，公司提出新的愿景：成为更好居住生活智慧服务的推动者，公司的使命是：激发每个人、每个家庭、每个城市关于家更美好的向往。

## **（四）数据资产及能力**

公司已经完成四大类核心数据资产的盘点，这些数据价值可以帮助我们全面提升客户和房源的匹配效率、运营效率以及品牌C端满意度的品牌美誉度。在楼牌信息数据部分，重点一二线城市（八个城市）里有

4.9 万套的楼盘信息，积累的房源字段有 1.5 万亿个；在客户/业主数据部分，累计服务 3300 万个客户，累计服务 900 万业主；在经纪人网络数据部分，拥有经纪人员工数量近 4 万，全国的直营门店约 2800 家以上；在房屋交易类数据部分，累计服务 607 万间房屋。

### （五）平台价值

**重构数字化能力的架构**，首先是数字化办公能力，把公司的文化价值观和服务理念传递给每个内部的员工。

**深度化运用科技技术**，公司近几年数字化战略转型中，对于集团化运营、用户体验、经纪人赋能和品牌竞争力等方面，战略落地的实践中已取得一定成果，线上运营能力在疫情期间价值显著。

#### 1. 语言的处理技术

在打造卓越用户体验方面，NLP（自然语言处理）、OCR（光学字符识别）、ASR（自动语音识别）、TTS（语音合成技术）、IVR（交互式语音应答）的应用实现高频场景交互中的智慧理解客户和员工服务客户场景中的行为质检。

#### 2. VR 找房的技术

2022 年与华为技术公司联合研发行业效率领先的 VR 技术，提高经纪人作业效率和用户找房体验。

#### 3. AI 智能机器人的应用

AI 智能机器人的应用落地，从 20 年积累的房产行业知识图谱及 QA 问答知识库，全方位洞察客户需求，快速提供高满意度的解决方案。RPA（机器人流程自动化）在高频重复工作中以机代人，提高生产效率。

#### 4. RPA 电子签约的普及

电子签约在售前、售中和后台服务全链路场景中，实现全面电子签约，大大提高了服务效率，提升了用户体验。

CBS（经纪平台系统）、AMS（相寓资产管理系统）、HRIS（人力资源信息系统）、FSSC（财务共享系统）、繁星 E-learning（培训管理系统）、CTN 积分系统（合作生态网络）、数字化办公系统为代表的数字化能力建设，构成集团数字化运营的核心能力。数字化能力建设，为公司进一步提升服务品质、运营效率奠定了坚实的基础，为公司实现战略目标提供了保障。

## 二、交流环节

### 1. 公司未来战略发展方向及核心业务的发展计划如何？

答：公司聚焦房屋资产管理、二手房经纪业务及商业资产管理业务，推进数字化战略转型并持续投入和发展，继续发挥品牌、数字化以及优秀经纪人团队的优势作用，不断提高在已进入城市的市场占有率。

## **2.数字化投入是否已见到成效？后续的投入有何计划？**

答：近三年数字化的能力建设分三个维度。第一个维度是经纪人的作业平台，数字化能力的提升大大提高了经纪人作业平台的生产效率。第二个维度是中台建设，如人力中台可以解决各城市和城市本身的人员管理，实现线上面试、培训、评估、洞察，疫情期间亦保持了工作效率；管理中台实现全线上化，经纪人的查询平台和整个工作过程的可视化，提高企业分析数据的时效性。第三个维度是大数据，通过大数据科学精准的分析洞察实现精准营销，节省营销费用。我爱我家行业的特殊性决定企业数字化的投入在短期内不会像制造业的科技升级带来的产品升级那样立竿见影，因为我们的产品是服务，数字化带来的产品升级和业绩成效需要通过将科技管理手段内化为经纪人团队的服务理念和行为来实现，数字化建设势必为企业未来长远的发展奠定夯实的基础，随着时间的推移势必会为企业带来厚积薄发的业绩贡献。我爱我家数字化的建设会一直持续下去，因为数字化在这个时代已经成为一种经营理念和思维方式。把我我爱我家二十多年沉淀下来的经营管理理念、专业能力和对理想追逐的信念形成科学的管理原则，用科学的方法将其变成管理流程、管理机制以及外显的管理文化，用数字化的方式使其持续的越做越强，越走越远。

## **3.未来在各个城市的发展规划如何？**

答：2022年，我们完成了管理中台的全线上化，实现了工作系统的全国统一以及集团化运营管理，在90%的城市进行了干部优化，对各城市公司进行排兵布阵，从发展优秀的城市公司调集高级别的业务精英派驻到业绩下滑的城市公司任职。同时也完成了品牌的重塑向各城市赋能。公司通过以上工作稳定和提升各城市公司业绩和市场份额，实现各城市公司市场份额稳定提高。

## **4.请介绍一下春节后二手房市场的回暖情况以及公司未来在二手房经纪业务的规划。**

答：北京二手房市场从去年12月份以来回暖，我们认为2023年整个二手房交易市场会有比较明显的活跃提高，在不同城市可能会由于市场发展阶段和地区政策的不同导致回暖的程度和时间进展有所差异。公司在二手房经纪业务上会加大投入，继续保持直营的领先效能。

	<p><b>5.对于新房业务公司有哪些发展思路?</b></p> <p>答：公司的新房业务做的是渠道分销，渠道分销需要具备三大实力，第一，足够强的品牌力；第二，足够的经纪人和客户量；第三，足够强的新房运营的管理原则，通过对开发商严格的评估和甄选有效规避资金回款风险。相对于二手房经纪业务，公司的新房业务占比较小。</p> <p><b>6.公司未来对相寓资产做怎样的考虑?</b></p> <p>答：相寓的发展目标一直是全国化的可独立发展的科技平台。</p> <p><b>7.公司未来三到五年有怎样的扩张计划?</b></p> <p>答：首先公司不会做简单的品牌特许加盟，不做简单的 SasS 系统扩充，不会通过收购或盲投的方式进入一些还没有准备好的城市市场。公司将大力发展平台化，在有需求潜力的二三线城市发掘在行业深耕五年以上具有一定品牌力的合作伙伴，合作方式可以是多元化的，在保证高质量市场及合作伙伴的前提下实现快速覆盖。</p> <p><b>8.公司对于发展相对较慢的城市公司将进行哪些投入?</b></p> <p>答：除北京、杭州、上海、天津、南京、苏州这些发展超过 15 年以上的市场外，公司将持续增加对其他发展相对落后的城市公司的人力资源投入，向各城市公司派驻优秀管理人才，这些人才是公司多年培养的精英，这些人才的输出能够促进各城市公司业务规则的统一以及经营理念的统一，推进数字化的践行，形成策略的统一性，提高资源投入的有效性，实现组织和干部的培养和发展。</p> <p><b>9. 中长期二手房如何迎接增长空间?</b></p> <p>答：公司在近两三年做了行业外的人都不太关注的人才策略——打造行业干部最佳雇主品牌。去年新加入的优质干部比例占核心干部的 30%。此外，以北京为例，去年超过 5 年行业经验的经纪人加入我爱我家的超过 600 人，为后续发展奠定人才基础；通过品牌升级创建新的行业发展理念。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 2 月 17 日