

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：2025-002

投资者关系活动类别
☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☒ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名
投资者网上提问
时间
2025 年 5 月 13 日 (周二) 下午 15:00~17:00
地点
公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名
1、总经理陆利华 2、副总经理兼董事会秘书丁涛 3、财务总监阮飘飘 4、独立董事苏新建
投资者关系活动主要内容介绍
投资者提出的问题及公司回复情况 公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复： 1、2025 年装饰材料业务聚焦多个渠道业务，在满足不同渠道客户需求、优化产品结构体系方面，有哪些具体的产品规划和服务升级措施？ 门店零售渠道上，以乡镇渠道运营中心为抓手，加速推进乡镇市场布局，根据乡镇市场需求特点，完善乡镇渠道产品结构，导入柜门板、石膏板、顺芯板、地板、集成墙面等产品；家具厂渠道上，完善渠道专供产品体系和服务标准，根据不同区

域的市场需求导入多基材的家具板材和门板板材产品，提升产品的供应速度和服务支持，持续提升家具厂的合作力度和黏性；家装公司渠道上，公司针对各类型的家装公司推出基础材料套餐、易装定制、全屋定制等合作模式，加大专业服务商的扶商增商工作，持续推动家装公司业务发展。通过布局多渠道业务体系，加强业务综合竞争力，以提升市场占有率。

2、从地域角度看，公司在国内不同区域的业务发展各有特点。在区域市场拓展中，如何根据不同地区的市场特点和需求制定差异化的营销策略？

国内市场不同地区不同层级的市场产品需求和渠道流量都有较大的差异。如北方地区刨花板应用比例较高，南方地区多层板、生态板仍有较大占比；一二线城市流量渠道主要聚焦在整装公司、定制门店以及线上流量，下沉市场仍以传统的木工打制衣柜为主。因此公司推行多渠道运营策略，在不同地区不同层级的市场采取差异化的渠道策略，以分公司运营为抓手，因地制宜地帮助各地区经销商制定合理的营销方案，达到最佳的运营效果。

3、公司产品下游家具厂，他们的产能利用率怎么样。行业下行且行业出清难，公司如何持续保持品牌优势呢？

全国中小型家具厂众多，据公司不完全统计约有 8 万多家，产能利用情况参差不齐。因品质需求提升、市场渠道 B 端化等变化，中小企业退出速度加快，公司通过加快渠道建设、整合供应链、加强品牌建设等措施增强市场竞争力。

4、面对原材料价格大幅波动风险，公司在成本控制和采购策略上有哪些应对措施？如何通过供应链管理降低原材料价格波动对公司的影响？

公司成本管控部门协同供应链公司采购工作，通过及时的市场调研获取原材料价格波动信息，对价格波动较大的原材料，和供应商进行谈判，积极降低原材料价格波动给公司带来的成本增加的风险。同时供应链公司选择和优质供应商合作，与核心供应商建立长期合作关系，并避免依赖单一供应商，进而降低原材料价格波动对公司的不利影响。

5、公司门店渠道建设情况如何？在渠道拓展和管理上有哪些成功经验和独特策略？

截至 2024 年底，公司装饰材料门店共 5522 家，其中乡镇店 2152 家，易装门店 959 家；公司定制家居专卖店共 848 家，其中家居综合店 341 家（其中含全屋定制 254 家），全屋定制 286 家，地板店 146 家，木门店 75 家；各产品体系专卖店

合计 6000 余家。公司快速响应市场变化，加速布局多渠道业务体系，装饰材料业务在加大渠道下沉、密集分销的同时，大力拓展家具厂、家装公司、工装公司等小 B 业务渠道，为了更好地赋能经销商开展渠道业务，公司在实行分公司运营模式的基础上成立多个专业渠道运营中心，招聘优秀人才，组建专业化服务团队；公司全屋定制业务定位在中高端市场，门店主要集中在华东地区，并向周边及省会城市辐射，渠道上重视家装公司业务，积极与头部装企对接，争取业务合作。

6、兔宝宝一季度板材销售下降的原因。

公司所处行业具有明显的季节性特征，通常一季度的销量为全年四个季度中最低。今年一季度，由于受消费市场整体环境的影响，板材业务收入出现了一定程度的下滑，品牌授权使用费相比去年同期有所增长。公司将持续加强渠道运营和团队建设，重点聚焦家具厂渠道业务、乡镇渠道业务、家装公司业务等，以客户需求为导向，优化产品结构体系，赋能经销商提升各渠道客户的服务能力，拓展销售网络，以提升市场占有率。

7、公司预估房产存量市场多久会逐步释放装修需求？

国内存量房市场规模巨大，但更新的装修需求受政策推动、房价波动影响以及消费者的经济水平多重因素影响，从中长期来看，存量房的装修占比会占到相对较高的比例，公司会积极关注此方向，持续加强与获客能力强、服务能力突出的头部装企的战略合作力度，此外公司在部分头部城市推出板材定制+社区店试点模式，瞄准社区化的存量房装修需求。

8、乡镇渠道建设已达 2152 家门店，2025 年计划新增多少家？如何平衡渠道扩张与单店盈利水平？乡镇市场的客单价和复购率与城市市场相比有何差异？

公司乡镇渠道建设以越快越好的要求在加速推进，争取在 2025-2026 两年内进行可开发乡镇（街道）的全面覆盖。同时完善乡镇市场产品体系，除了传统基础板材和家具板材产品，新增加导入地板、木门、墙板、五金等产品，提升单店销量。

9、2024 年公司定制家居零售业务增长显著，兔宝宝全屋定制业务收入同比增长 18.49%，公司是如何打造区域性强势品牌推动该业务增长的？后续在拓展市场方面有什么计划？

公司全屋定制业务将坚持打造华东地区有影响力的品牌为目标，深耕江浙沪皖区域市场。推行“1+N 星耀计划”，通过建立共享大店展厅以提升周边门店流量单转化能力；同步开展交付中心建设，规范安装交付流程，提升服务，增强品牌实力。

渠道拓展上，以“一商一策”形式支持经销商积极开拓装企业务的同时，公司主动寻求与大型装企直营合作，助力业务增长。

10、董秘您好，针对一段时间以来公司股价不温不火，公司方面有何提振投资者信心的举措？比如有没有考虑回购股票以增强投资者信心

上市公司股价受宏观经济、行业景气度以及公司自身经营能力等多重因素影响，股价波动属于正常情况。公司将在整体行业需求承压的环境下，持续强化自身的经营管理能力，坚持以板材为主、定制为辅的行业定位，实施多渠道专业化运营，提升公司业绩销量，推动长期的健康稳健发展！同时公司采取多种措施（高比例现金分红+不定期回购）持续加强回报股东。关于回购股票的建议我们将会传达给公司董事会，感谢您对公司的关注和支持！

11、当前海外营收占比不足 5%，未来是否计划通过东南亚/欧美扩大出口？如何应对国际贸易摩擦（如反倾销税）的潜在风险？

当前公司国外业务占比较低，并且在柬埔寨设有生产基地，国际贸易摩擦对公司业绩影响较小。公司仍将密切关注国际政治与贸易格局变化，与海外客户保持积极沟通，及时调整策略以降低潜在风险影响。

12、公司在应收账款风险管控方面制定了详细方案和激励措施。在实际执行过程中这些措施取得了哪些成效？未来如何进一步完善应收账款管理体系？

定制家居工程业务近年来受地产销售和新开工持续下滑影响较大，同时因地产客户回款问题公司对该业务进行战略收缩、管控风险。经过持续调整后目前地产销售有明显的止跌回稳趋势，公司将会把该业务稳定在一个合理规模，要求新承接的业务有明确的回款预期以及合理的利润率水平；加大应收账款催收的力度，采取以房抵债等多种形式积极回收逾期的应收账款，降低应收款规模；应对市场变化优化组织架构降本增效，加大代理商业务模式比例，推动业务融合和渠道转型，实现可持续发展。

13、公司报告期研发和行业标准制定情况如何？这些研发成果如何转化为产品优势和市场竞争力？未来在研发方面有哪些重点方向？

截至 2024 年底，共申请专利 674 件，其中发明专利 352 件；授权专利 436 件，其中发明专利 140 件，其中 8 件国际发明专利；公司累计主持、参与标准制修订 324 项，其中参与国际标准 12 项，累计参与编制国家标准数量 138 份，累计参与编制行业标准数量 114 份；累计参与承担项目 147 项，其中国家级项目 14 项。多

年来公司通过不断创新产品工艺和功能研究，研发了多款行业标志性产品，如零醛超净板、难燃板材等，环保指标和质量性能都远高于行业标准要求。未来，公司基于兔宝宝板材的环保健康性能，将不断推进技术创新和业务发展，提升整体核心竞争能力。

14、公司产品的饰面板在变色和耐用度在全球是第几梯队，在饰面板变色和耐用性的研发方面是不是阶段性停滞。

公司饰面板产品与国际及国内头部的供应商达成长期稳定的合作，在装饰纸多项指标性能上都处于行业领先地位。未来公司将持续与国内头部的装饰纸供应商加大合作力度，个别供应商公司有参股投资（参考 2024 年报 P141），强化板材饰面板的花色设计开发能力以及压贴工艺水平。

15、自主研发的大豆植物胶和零醛超净板技术是否已申请国际专利？如何防止竞争对手模仿？

公司自主研发的大豆植物胶相关技术申请 7 项国内发明专利，已全部授权；零醛超净板相关技术申请 4 项国内发明专利，其中两项已授权。

16、2024 年公司在加强供应链管理方面做了诸多工作。在优化供应链配套布局、提升供应链管理水平上，有哪些具体的实践和成效？未来有何进一步提升的计划？

公司通过加强供应链平台的信息化建设，整合并优化板材、家居业务之间的供应渠道，实现资源的有效共享，缩短供应链层级，提高整体运营效率。未来，公司将持续加强供应链平台的信息化建设，增强数据的获取及分析能力，加大对优质供应商的管理能力和议价能力，提升产品竞争力。

17、2025 年 Q1 毛利率提升至 20.9%，主要受益于哪些产品提价或成本管控措施？

公司毛利率提升主要是第一季度公司其他装饰材料中毛利率较高的产品销售情况较好，同时公司积极提升供应链效率，加强生产管理，对采购成本进行了相应管控。

18、从公司的经营数据来看，不同业务板块和产品的毛利率有所差异。公司在提高产品毛利率、优化盈利结构方面有哪些策略和计划？

公司一方面积极通过品牌和渠道优势，推动高毛利率产品的销售，优化产品结构，同时通过采购成本和各项费用管控、生产效率提升等措施优化成本结构，进而

优化公司整体的盈利结构，提升整体毛利率。

19、公司在装饰材料业务上实现了收入增长，在市场竞争激烈的情况下，公司采取哪些市场营收提升战略？未来有哪些持续增长的规划？

目前国内板材行业需求承压、市场竞争激烈，在此环境下公司将持续强化经营管理能力，持续推动板材的多渠道运营策略，在传统门店销售模式，公司将持续推动渠道下沉，如华东华中地区的乡镇市场以及外围地区的县级市场，升级传统板材门店为板材定制+门店，为消费者或者木工提供定制加工服务；在核心的下游家具市场重点开拓地区型的本地定制工厂，通过多基材的供应优势持续加强家具厂客户的销量体量；在一二线城市，加强大型整装公司的合作力度，以材料+成品多产品体系全面导入装企供应体系。公司在多个渠道都有重点的推进方向和运营策略，仍有较大的可持续增长空间。

20、公司在环保产品研发和生产方面有哪些新的突破和进展？如何进一步满足消费者对环保家居产品日益增长的需求？

兔宝宝于 2024 年推出“零醛超净板”，首创 ENF+级“全程零醛添加健康饰面板”专利技术以及全新的企业标准，兔宝宝零醛超净板甲醛释放量低至 0.006mg/m³。公司以推进行业绿色进程为己任，始终坚持研发和生产高品质、健康环保的装饰材料，以环保家具板材为依托，拓展全屋木作定制家居业务体系，全力为消费者打造绿色、健康、环保的家居环境。

21、高端品牌 UNICO 的目标市场定位是什么？预计在多长时间内能贡献 10% 以上的营收占比？

兔宝宝全屋定制于 2024 年推出轻高定 UNICO 系列，该产品体系定位中高端消费人群，普通全屋定制板材表面为饰面纸，UNICO 系列采用木皮饰面搭配高端油漆工艺进行板材饰面处理，加上环保的 ENF 级基材为核心卖点，搭建门墙柜地配的整体木作体系，满足现代消费者高品质的健康家居生活。

22、面对市场流量碎片化和线上化趋势，公司新零售中心在推动新零售转型过程中采取了哪些举措

面对家居市场流量碎片化和线上化、年轻消费力量提升的趋势，公司新零售中心积极赋能经销商门店转型新零售营销模式，与公司共同构建 1+N 的新零售矩阵。通过整合线上线下资源，以精准触达分散在各渠道的消费者，有效捕捉线上流量，转化为实际购买力，同时提升消费者的购物体验；公司在天猫、京东、抖音、小红

书等电商、新媒体平台上，运用图文、短视频、直播、活动等多种形式，为经销商门店提供业务派单和品牌推广赋能。此外，公司还鼓励门店转型，加强线上新媒体运营，通过线上渠道实现同城引流和获客，助力门店业绩增长。

附件清单（如有）

无