

证券代码：603801

证券简称：志邦家居

志邦家居股份有限公司投资者关系活动记录表

公告编号：2022-012

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"/> 其他（电话会议）
参与单位名称	国君证券、长江证券、海通证券、浙商证券、华夏基金、南方基金、富国基金、广发基金、东兴证券、中天国富证券、华宝基金、国信证券、中邮证券、惠通基金、中信证券、东海基金、上银基金、兴业基金、长城证券、嘉实基金、东吴基金等。
时间	2022年3月12日、3月13日、3月14日
地点	电话会议
上市公司接待人员	公司董秘孙娟女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">一、基本情况介绍</p> <p>2021年报告期内公司实现营业总收入 51.53 亿元，同比上年同期增长 34.17%，实现归属于上市公司股东的净利润 5.06 亿元，同比上年同期增长 27.84%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 4.60 亿元，同比上年同期增长 28.31%。</p> <p>公司在 2021 年较好地完成了既定经营目标。面对地产产业资金链收紧、原材料以及人力成本上涨等环境因素变化，公司始终坚持围绕中长期战略和 2021 年经营目标，完善品类，全面布局全屋定制品类；深耕渠道，重点抢夺整装流量入口；严控风险，降低大宗工程客户集中度；并紧紧围绕环保、质量、价格这三大购买驱动因素，打造具有竞争力的产品和服务。与此同时，面对严峻的外部环境，公司以市场导向倒逼内部系统能力构建，针对性地制定应对策略。2021 年没有向下游加盟商提价，通过系统性梳理供应体系，集中招标、以量换价、提前锁价等各种方式消化采购成本压力。在成本和费用管控方面，公司严格推进降本增效措施落地，成本管控和经营效率得到有效提升。产供销环节联动，及时对市场做出快速反应，从而实现全年业绩稳步增长。</p> <p style="text-align: center;">二、投资者答疑</p> <p>1、整家定制概念如何进行落地，在形式、品类上有什么变化？</p> <p>答：“整家定制”之所以兴起，是具备了全品类供应能力的定制家居企业，迎合消费者全品类整家定制的需求。整家定制满足消费者全品类购</p>

买的需求同时，具备供应能力的定制企业在原有单空间、组合空间销售的方式上，又叠加了多空间销售。目前，我们志邦是为数不多的定制家居具备全品类供应能力的企业之一。志邦的品类已经相对完整，有橱柜、衣柜、卫浴柜、阳台柜、厨房电器、家居配套产的软体家居等品类，基本已经包含了以定制为主的九大空间的常用家居产品。目前各品类产品的发展各有侧重的，发展的节奏也有所不同。

2、家配产品的生产合作方式？

答：公司已经覆盖了家庭常用的家电、软体产品品类。目前家配产品的生产方式既有明星品牌合作供应，也有 OEM 模式。根据不同的产品品类，我们致力于给客户提供更多选择空间。

3、广州直营门店与南下战略的发展情况？

答：广州直营门店近两年的发展还是符合公司预期的，广州子公司的设立是南方市场发展的重要里程碑。随着广州市场市占率的提升，品牌影响力也随之提升，整个南方市场的招商优化工作也在稳步推进。去年投资的清远志邦智能制造项目，践行了公司的南下发展战略，进一步提高全国布局水平和产能水平，进一步丰富公司现有产品品类，拓展公司发展空间。未来清远工厂，将成为集研发、生产、制造、供应链甚至人才培养为一体的基地。

4、如何看待大宗与零售业务未来的发展趋势？

答：随着地产宏观环境的变化以及公司风险管理能力的提升，预计大宗业务的增长速度会有所放缓。随着地产行业集中度提升及公司地产客户结构的优化，大宗工程业务仍能保持一定的增长水平。零售业务始终是公司占比最高的主营业务，在现在新房市场的基础上，随着二手房装修市场的逐步释放，零售业务将迎来巨大的存量市场。同时，当前定制细分行业的头部企业集中度非常低，中小品牌的去化还需要经历较长一段时间。所以，我们预判头部几家定制企业市场空间非常大。

5、公司在线上业务是如何规划发展的？

答：公司一直将线上业务作为流量的一个重要入口，通过线上订单的引流，将客户引导至线下的门店进行相关的方案沟通落地服务。公司也在积极拓展线上新零售渠道，搭建一套新的引流、转化体系，帮助加盟商提高整体的营销获客及服务转化能力。

6、公司未来的发展策略？

答：公司中长期的战略目标是用三年的时间实现 100 亿收入目标。这几年公司会重点以提升市场占有率为核心目标，以客户价值为导向的产品与设计，坚持全品类、多渠道的战略不动摇，加以全价值链的数字化、流程化改造为重心，打造具有一定竞争优势的供应链体系，构建与公司高速发展匹配的人才梯队，通过全方位系统性能力的提升，实现中长期发展目标。

