

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：2022-003

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、中信证券、兴业证券、国泰君安证券、上海证券、上投摩根基金管理有限公司、上海东方证券资产管理有限公司、上海聚鸣投资管理有限公司、华夏基金管理有限公司、嘉实基金管理有限公司、民生证券股份有限公司、开源证券股份有限公司、西部利得基金管理公司、东海基金管理有限责任公司、深圳市前海德毅资产管理有限公司、浙商基金管理有限公司、武汉昭融汇利投资管理有限责任公司、光大证券股份有限公司、东吴人寿保险股份有限公司、国联安基金管理有限公司、南华基金管理有限公司、东方阿尔法基金管理有限公司、东北证券股份有限公司、中信保诚基金管理有限公司、银华基金、中邮基金、华宝基金、光大保德信基金、中银基金、九泰基金、金信基金、华富基金、金元顺安、浦银安盛、建信基金、万家基金等。	
时间	
2022年4月28日、2022年4月29日	
地点	
电话会议，线上	
上市公司接待人员姓名	
董事会秘书丁涛、财务总监姚红霞	
投资者关系活动主要内容介绍	
<p>一、公司 2021 年年报及 2022 年一季报情况</p> <p>2021 年公司实现营业收入 94.26 亿元，同比增长 45.78%；实现归属于上市公司股东的净利润 7.12 亿元，同比增长 76.70%；扣非净利润为 5.82 亿元，同比增长 39.66%。</p> <p>2022 年一季度公司实现营业收入 16.27 亿，同比增长 18.97%；实现归属于上市公司股东的净利润 9,490.31 万元，同比-7.71%；扣非净利润为 7,735.86 万元，同比增长 8.06%。公司 2022 年一季度承担股权激励摊销费用 3,359.10 万元，同比去</p>	

年增加 2,406.4 万元，剔除股权激励摊销费用的影响，公司 2022 年一季度扣非净利润同比去年增加 31.59%，符合公司预期。

二、主要问题及回答

1、公司装饰材料业务去年增速较快，能否拆分下各渠道的业务占比情况？公司对于未来各个渠道的目标规划是怎么样子的？

答：2021 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，我们的传统的零售分销业务占比由 2018 年的 73% 降至 2021 年的 57% 左右，占比逐年下降。我们小 B 业务以家具厂和家装公司为核心，家具厂目前是占比第二大的渠道，从 2018 年的占比 8% 上升至 2021 年的 24 左右%；家装公司业务较为稳定在 10% 左右；工程渠道近几年保持增长态势，21 年占比为 6%。从发展情况来看，2018 年前公司装饰材料业务以零售分销为主，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，公司已摆脱单一零售业务营销模式，发展零售+大小 B 业务的全渠道覆盖营销战略，符合公司长久发展的目标。

目前公司各渠道发展策略确定，渠道的营销和服务架构在逐步完善，从中长期来看，我们认为零售分销业务占比会到 45% 左右，家具厂占到 30% 左右，家装公司我们目标占到 15%，工程渠道差不多 10% 左右。

2、三月份疫情之后对于销售的影响？物流与终端销售受影响的具体情况？

回复：一二月份整体销售比较理想，3 月份装饰材料业务受疫情影响有一定下滑，差不多 10% 左右的增长。疫情控制得比较好的地区，整体销售增长良好，而受疫情比较严重的省份影响无可避免。像上海、江苏、安徽等华东地区影响较大，此外东北区域也受疫情影响比较大。目前有病例的城市小区进行封控管控，家装业务进展就停滞了。物流因素也影响比较大，发货不顺畅，以及物流成本大幅上涨影响了经销商下订单的积极性。

展望二季度，我们认为随着疫情的有效控制和保障物流措施逐步推进，公司业务会逐步修复。

3、上海和华东地区各项业务收入占比？

回复：上海地区装饰材料业务占比约 6%，华东六省一市约 50%。目前华东有几个省份相对受疫情影响较小，目前销售相对正常，例如浙江、山东、江西。

4、公司全屋定制业务与其他品牌的差异在哪里？

回复：公司定制业务的核心优势主要还是体现在材料端，兔宝宝板材的产品知

名度和品牌美誉度是我们发展定制业务最好的基础，板材材质的差异化和突出的环保性能是门店获客强有力的手段。同时在外观设计以及交付、安装服务等方面不断补强，目标通过几年发展成为华东地区强势品牌。全屋定制在 2019 年前后起量，截止 2021 年末含全屋定制的专卖店达到 403 家，销售规模 4.5 亿元，同比增长 90%。

5、今年对于裕丰汉唐的展望？

回复：我们认为 2021 年是地产链压力最大的一年，原材料涨价的成本压力也是最大的，但是地产链的结构未来也会发展更为合理，大型房产企业占比会提升，负债率差的房企会逐步退出市场，精装板块供应链也会发生比较大的变化。今年我们会降低个别有风险的客户的份额，把多的份额倾斜于央企和国企，避免不必要的风险。在产品结构方面我们也会一直去提升，我们认为在房地产精装领域，产品升级和木作一体化的需求是比较明确的，所以我们也在这往这方面做一些调整。在销售模式方面，我们去年也陆陆续续展开工程代理商业务模式，通过代理商模式去加快回款。

附件清单（如有）

无