

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：2023-002

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 checked="" type="checkbox"/> 电话交流会议
参与单位名称	
广发证券、财通证券、光大证券、西部证券、华宝基金、前海人寿保险、招商银行、银华基金、新华基金、红土创新基金、海通基金、嘉实基金、长江证券、光大证券、太平基金、园信永丰、中国人保资产、国寿安保基金、兴业基金、华夏基金等 90 余家机构。	
时间	
2023 年 2 月 28 日	
地点	
公司+线上	
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>1、公司 2022 年度业绩快报情况？</p> <p>回复：2022 年度，公司营业总收入 89.18 亿元，同比下降 5.39%，归属于上市公司股东的净利润 4.61 亿元，同比下降 35.19%，扣非净利润 3.61 亿元，同比下降 38%。其中青岛裕丰汉唐木业有限公司 2022 年度营业收入约为 12.82 亿元，同比去年下降 32%，净利润亏损 2628 万元，去年同期盈利 1.42 亿元；公司本部业务营业收入 76.36 亿元，同比增长 1.39%，净利润 4.89 亿元，同比下滑 16.32%，扣非净利润 4.12 亿元，同比下滑 9.28%。</p> <p>报告期裕丰汉唐公司受房地产企业流动资金紧张影响，应收账款回款放缓，报告期计提信用减值损失增加，同时，由于裕丰汉唐公司业绩不达预期，本期预计计提相应的商誉减值准备 1.18 亿元。如果把商誉加回，实际上公司合并层面的净利润为 5.8 亿，同比 2021 年 7.1 亿下降 18.62%，扣非净利润 4.79 亿，下降 17.7%；公司本部的净利润是 6.07 亿，同比增长 3.84%，扣非净利润 5.3 亿，同比增长 16.68%。</p>	

2、2022 年哪些地区的销售增长较快？

回复：2022 年公司装饰材料业务各地区受到了疫情不同程度的影响，总的来说近几年公司加大了外围区域市场的开发力度，外围区域的增速会更快。公司这两年持续通过分公司落地办公运营，招收区域本地优秀的销售人员。同时对经销商队伍的管理和渠道赋能也在逐步加强，同时终端的网点以及渠道的建设，包括家装公司、家具厂等小渠道都在大力开发，增长潜力的空间很大。

3、公司 2023 年的计划目标？

回复：公司将继续坚持以装饰材料为主，定制家居为辅的战略方向，推进公司整体业务的持续发展。装饰材料业务上，随着市场消费习惯的变化，家具厂和家装公司渠道的重要性日益突出，也是未来市场的核心渠道。随着分公司管理模式的不断推进，公司团队对于区域市场的管理能力不断加强，为小 B 渠道提供更为精细化服务和管理，同时公司不断完善优化产品结构，进行产品整合，以配合不同渠道的产品需求。除了城市的商品住宅以外，各种公共建筑以及乡镇农村的自建住宅装修需求量也非常大，接下来公司也会重点开发乡镇市场。公司整体判断随着今年疫情防控的影响消除后以及地产的逐步企稳后，家装市场需求同比会比去年更好，板材业务有望持续的增长。

兔宝宝家居业务分为本部零售定制和青岛裕丰汉唐的工程定制业务。本部定制业务上的销售范围主要集中在华东地区，2022 年受到疫情的影响较大，面对 2023 年逐步好转的市场趋势，本部零售定制业务预计会有更好的表现。工程定制业务 2022 年受房地产资金链短缺、房地产开盘数大幅下降影响，收入和回款均面临较大的压力。2022 年四季度开始，地产政策支持力度加大，展望 2023 年，预计地产竣工量会有增长，公司将在优化客户结构的同时重点抓项目回款，保持健康稳健的发展。

4、公司装饰材料业务的渠道结构情况？

回复：公司装饰材料业务近年来推行多渠道运营发展，改变原来零售分销渠道单一的不利局面，通过这两年小 B 业务的不断推进，目前，零售分销渠道、家装公司渠道、家具厂渠道以及工程渠道的占比大约分别为：55%、12%、28%、5%。尤其是家具厂渠道业务的增速是非常快的，目前家具厂数量庞大，板材需求量还在提升，公司与经销商团队共同开拓维护地区家具厂，经销商团队配置和资金实力较同行更突出，公司产品能力和品牌影响力也更有优势，因此家具厂渠道未来增量空间会比较大。而家装公司和工程渠道公司近两年也在加快布局，多渠道运营策略是公司综合能力优势的体现，也是未来几年业务持续增长的保障。

附件清单（如有）

无