

证券代码：000560

证券简称：我爱我家

公告编号：2023-027 号

## 我爱我家控股集团股份有限公司 2022 年年度报告摘要

### 一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

公司负责人谢勇先生、主管会计工作负责人及会计机构负责人（会计主管人员）董丽丽女士声明：保证年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

公司所有董事均亲自出席了审议本次年度报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

### 二、公司基本情况

#### （一）公司简介

股票简称	我爱我家	股票代码	000560
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	解萍	李亚君	
办公地址	云南省昆明市东风西路 1 号新纪元广场 C 座 12 楼我爱我家证券事务办公室		
传真	0871-65626688	0871-65626688	
电话	0871-65626688	0871-65626688	
电子信箱	xieping@5i5j.com	liyajun@5i5j.com	

## （二）报告期主要业务或产品简介

### 1. 主要业务概述

我爱我家是一家以居住交易服务为核心的互联网人居生活服务平台运营商，专注于数字化产业解决方案和一体化的运营服务。为客户的居住服务提供专业化解决方案与服务产品，公司将聚焦居住服务场景，坚持以用户价值为导向，致力于服务国内广大城市家庭、租客、社区与产业合作伙伴，打造品质生活与多元共赢的人居服务互联网平台。

2022 年，居住交易服务市场受宏观经济、政策变化、产业链传导等多重因素叠加的影响，面临较大的挑战。上半年，受经济下行压力冲击的影响，社会经济、企业经营以及消费者信心都造成较大负面影响。对于我公司所处行业，由于业务特点属于重决策型消费，强调线下体验和线下交付的闭环服务，因此受到比较明显的影响。下半年，随着宏观经济逐步恢复以及行业政策持续优化，全国住房交易市场环境明显改善。但经济的恢复与市场消费信心的重建尚需一定时日，这对企业经营的韧性、效能、竞争力、抗风险能力与创新能力均提出了更高要求。

报告期内，公司加速互联网居住服务平台的数字基建迭代升级，以及在重点业务区域的渗透覆盖。公司面向租住服务市场的“相寓”品牌旗下全量业务已实现数字化运营及服务交付。通过推动具有行业领先水平的核心业务系统 CBS 实现全国统一覆盖，以及官网统一流量入口的升级建设，“我爱我家”住房交易服务正在加速向互联网居住服务平台的升级转型。

截止报告期末，公司与居住服务相关的业务总量如下：

（1）公司业务主要聚焦在国内一二线核心城市，展业地区包括北京、上海、杭州、南京、苏州、天津、南昌等 15 余座国内城市；

（2）国内运营门店总量 3583 家，员工约 3.5 万人；

（3）报告期内实现总交易金额（GTV）超过 2600 亿元。

2022 年，受宏观经济形势下行、需求萎缩等客观因素的综合影响，公司主要落地城市的买卖经纪业务的市场成交总量仅 58 万套，同比下降幅度超过 32%，成为近 5 年以来成交量最低的一年。面对复杂的市场环境和客观因素，公司敏锐地洞察到市场变化、迅速调整战略、完成加盟收缩，旨在聚焦核心城市核心市场，提升运营效率，降低运营风险。同时，加快数字化能力建设在重点业务区域的部署投产速度，并积极发挥多业务协同互补的作用，努力平衡市场波动对经营的冲击。

2022 年，在复杂的市场环境下，房屋资产管理业务线（相寓）发挥了稳定器的作用，

全年租金交易额 163.30 亿，实现营收 56.47 亿，收入同比增长 75.27%。在住房交易业务趋势整体下行的一年，相寓业务线实现了收入的大幅增长，表现出了极好的经营韧性和抗风险能力，为公司整体经营情况构筑了防波堤。

## 2. 报告期公司从事的主要业务及经营模式

我爱我家是中国最早成立的全国性住房经纪服务企业品牌之一，报告期内，公司锚定“居住”这一生活刚需场景，主要围绕居住核心资产（住宅）的配置（交易与运营管理）需求提供专业服务，业务覆盖二手住宅经纪、新房销售、房屋资产管理。目前公司主要收入由以下业务所构成：

### （1）经纪业务

二手住宅经纪业务包括买卖经纪和租赁经纪服务。公司直营体系与加盟体系的经纪服务人员，依托公司自主开发运营的互联网线上服务平台和线下社区门店网络，为客户的全生命周期旅程提供一站式专业化服务，高效、安全的用户体验。

一方面，存量住宅买卖或租赁交易的供需双方（C 端）及经纪服务人员（B 端）可根据自己的用户身份而接受公司互联网平台提供的房源信息登记、核验、展示、查询以及专业咨询、交易对接等信息服务，以及交易过程中的验证、签约、履约及客服支持等线上服务。

公司通过线上平台提供的线上楼盘字典、VR 看房、智能推荐、IM 工具、经纪人作业平台、线上签约、智能客服等数字智能产品，使存量交易可以突破线下物理条件的限制，为消费者获取交易信息的透明、安全、效率提供了保障，提高决策效率，降低消费成本；提高了获取资源效率，促进专业认知与绩效的快速提升。

另一方面，线下门店在较高运营效率基础上，通过线上赋能，大幅提升业务运营标准化水平，突破组织与销售半径的条件限制，实现房、客、人等业务资源的开放共享与多边高效协同，进而降低整体运营成本、提升组织绩效，从而为消费者提供高品质的解决方案及服务，创造客户价值。

报告期内，经纪业务在数字化引领业务提效、赋能业务规模扩充以及打通线上线下闭环融合体验能力等方面，均处于行业领先梯队。

### （2）新房业务

新房业务是公司居住交易业务的补充，新房销售业务主要向房地产开发商提供渠道服务与代理销售服务。

其中，渠道业务是将经纪人线上、线下获取的客户与新房楼盘进行房客匹配，为开

发商提供客户成交的机会，从而获取中介服务佣金的业务模式。公司新房业务强化业务赋能能力、风险防范能力和客户服务能力，推动创新产品落地，进一步发挥一二手联动优势。

### （3）资产管理业务

“相寓”是公司旗下的房屋资产管理品牌，始于 2001 年，我们创建了国内最早房屋资产管理服务，是拥有超 20 年住房租赁经营发展经验的先行者，相寓坚持数字引领，科技驱动，致力于打造国内领先的、以城市房屋资产管理运营业务为核心、以品质租住生活与多元空间产品应用体系为结合的综合生活服务平台——中国首个“新市民和青年人”的安心租房科技平台。产品涉及分散式两大产品线：相寓 HOME、相寓 ROOM，集中式四大产品线：相寓 PARK、相寓 INN、相寓 DORM、相寓 BASE。

在打造“安心租房科技平台”的理念下，“相寓”业务已实现全链路数字化运营并不断进行数智化升级和服务产品创新。

公司在二十多年行业运营经验和数据沉淀的基础上，通过房屋委托与出租运营两端的大数据模型，推动业务智能运营，使“相寓”业务运营效率长期保持行业领先水平。从市场需求出发到租住服务交付，以覆盖客户全生命周期场景的“小寓智系”智能化数字基建产品，进一步提升客户体验和中台效率。

报告期内，通过 AMS 业务系统的数字化赋能，相寓的业务运营能力和客户体验进一步提升，在分散式长租公寓领域实现了运营房源规模与出房率的持续提升并保持市场领先水平。

### （4）商业租赁及服务

公司拥有完整的商业资产管理产业链，运营产品涵盖社区购物中心、写字楼等多种商业形态。公司旗下的商业资产运营品牌各具优势并形成有效互补，“昆百大”是具有高知名度的零售商业品牌，主要经营模式是对自持购物中心和受托商业资产的运营管理。

## 3. 主要业绩影响因素及公司经营优势

### （1）平台能力

2022 年，我爱我家以“三个一工程”为目标，形成数据与技术驱动线上平台运营能力，利用多年积累的行业经验，从消费者旅程出发，聚焦业务底层平台支撑能力提升，聚合数字化智能能力，有效赋能 CEN（经纪人合作生态网络）核心运营网络。

在平台赋能方面，以销售系统、消费者系统、研发效能平台、AI 算法平台、大数据

平台、云计算平台、信息安全平台为底座，不断提升服务环节的标准化、线上化、智能化，全面实现房地产经纪服务与智能科技的深度融合，通过信息技术和大数据智能，重塑平台服务能力，提升经纪人效率与消费者体验。

在经纪人效率提升方面，进一步强化楼盘库中台建设、SSC 线上商机挖掘建设，搭建了房源平台能力体系、私域数字化运营体系，并统一各模块数字化技术与应用体验，极大提升了内部资源流转效率。

在消费者体验改善方面，公司以消费者价值为中心，结合用户画像能力建设，实现千人千面精准服务；智能化洞察消费者需求，全面升级服务品质，大幅提升了消费者满意度。

以上线上体系整体赋能经纪人合作生态网络，消除由于个体差异带来的服务水平方差，提升各服务场景的及时响应能力；支撑房产交易、资产管理等各项业务，助力业务高效转化，还极大提升了服务美誉度；通过营销渠道资源整合，线上引流精准投放，打造全方位数据驱动型平台增长模式。

在平台管理方面，打造了以人力服务系统、门店供应链管理系统、交易服务系统为核心的线上管理平台，支持大规模人员的有序作业、品质服务，实现了门店全生命周期管理，提升了客户在交易效率和安全性方面的体验。科技加码串联多服务场景，全面推进集团数字化转型和科技服务再创新，提升公司核心竞争力。实现了集团管理标准化、统一化、信息化、智能化，全面加速集团房产互联生态共赢，极大推动中国居住产业互联网的发展进程。

## （2）品牌能力

2022 年，我爱我家以集团的“以一流标准重塑品牌”的战略目标为牵引，重新确定了中国最亲民的大众房产服务定位，重塑了以消费者心智和满意度为指标的品牌评价体系。

与全球领先的研究和咨询公司益普索展开战略合作，关注新时代消费者的购买和使用趋势，以消费者需求为核心，围绕消费者购房全流程，读懂消费者的期待和经纪人作业痛点，系统化提升品牌触点体验。

升级我爱我家服务承诺，提出“如实说”、“提前做”、“主动赔”的服务主张，引领行业服务品质升级，重视更深层、更人性化、前置化、主动化服务，为用户提供全方位的服务体验，将全行业同质化的硬条款，升级至我爱我家品牌独有的暖服务。

与全球领先的传播集团 WPP 合作，打造“无诚意不承诺”品牌主题传播，继承并发扬我爱我家以诚为本的品牌基因，立体展示经纪人和店面的新风貌。

### （3）融入社区的门店网络

门店网络由社区门店和经纪人团队组成，由于居住服务业务的天然特点，以门店网络为基础的线下服务资源对于客户体验和价值闭环必不可少。

社区门店作为线下渠道的主要形态，既是承载业务、对接社区的物理空间，也是业务线下规范作业和资源管理的最小运营单元，还是业务团队的组织载体。门店的规模、布局及全生命周期运营质量，在支撑业务品质和业绩规模方面具有重要价值。

通过二十三年的全国布局和深耕核心城市的积累，我爱我家打造了一张庞大的“融入社区的线下门店网络”，规模和运营质量保持行业前列。在报告期内，面对市场低潮的不利环境，公司在核心市场布局的门店网络仍然能够得到保持乃至增强。公司在二十多年穿越周期的门店运营经验积累基础上，科学管理，深入社区，线下精耕，进一步增强公司在门店网络方面的核心竞争力。

### （4）多元协同、良性循环的业务结构

公司在住房买卖与租赁两个相互关联的市场长期保持了优势地位，是国内最早开展房屋资产管理业务的企业，建立了业务体系完整、紧密协同联动的居住服务产业群。公司在数字化基础设施支持下，实现了房、客、人、店等核心业务要素在二手住宅买卖、新房销售以及租住服务等市场中的协同共享、优化匹配，从而提升业务运营效率和系统抗风险能力，为经营体的生命力与盈利能力提供保证。例如，公司可利用频次和粘性较高的租住服务实现蓄房蓄客，再导入低频高价的买卖服务来促进增收增利。作为一种高毛利的机会型业务，新房销售业务具有低粘性的特点。对于具有社区客群基础的成熟门店而言，新房业务是二手房业务的补充；而对于社区根基不深的新拓门店来说，新房业务可以成为保持运营、培养团队、积蓄客源的现金牛业务。

住房交易服务会受到政策、宏观经济等外部因素的影响，波动性大。公司租售联动的业务架构可高效引导“房、客、人、店”核心资源配置到租住服务业务，从而保证业务体系的整体活力与收入稳定性。

## 4. 报告期公司主要经营指标完成情况

2022 年公司的业务受宏观经济、产业政策及产业链传导等多重因素叠加影响，面临较大压力。上半年，我国经济延续恢复态势，公司的营收与去年同期基本持平；下半年，随着宏观经济逐步走向复苏以及行业政策持续优化，全国住房交易市场环境明显改善，但市场消费信心的重建尚需一定时日。

报告期内，公司实现营业收入 1,167,341.02 万元，按同口径对比较 2021 年下降 2.42%；实现营业利润-28,724.69 万元，较去年同期下降 231.63%；实现归属母公司所有者的净利润-30,598.13 万元，较去年同期下降 284.37%；经营活动产生的现金流量净额为 431,148.18 万元，较上年同期增加 102.26%；报告期末，公司总资产 3,263,897.37 万元，较期初减少 0.98%；归属于上市公司股东的净资产 1,029,766.39 万元，较期初减少 2.57%。

## 5. 报告期经营管理情况

2022 年上半年，在宏观经济低迷的背景下，公司保持战略定力，苦练经营内功，坚持推动数字化升级与品质发展战略，不断提升业务的服务价值与运营效率。下半年，公司加速实施 CBS 核心系统的全国一体化升级部署，推进全国统一的互联网品质服务工程和基础设施建设，公司的整体智能化水平得到进一步提高。

公司开发的 CBS/AMS 核心业务系统，搭建了覆盖居住服务各类业务全链路的合作网络，实现资源共享、精细分工、标准作业、科学分配，有效解决了房、客、人、店、业务线之间的联动协同问题，并在标准化基础上，通过在线化、数字化、智能化，使合作网络能够自动、高效地运行和持续迭代优化。

以 CBS/AMS 业务系统为核心，公司实现了线上消费互联网、产业互联网与线下门店网络的三网融合，形成了数智中台+互联网入口+数字智能产品的完整数字基础设施。北京公司作为数字化升级转型样板，实现了中后台运营效率不断提高，单位运营成本投入持续降低：例如，房源审核时效从 2021 年的 5 小时进一步缩减至 2.56 小时；应用 CBS 系统后直接节约中后台人力成本近 2 亿元；业务新人流失率降低 3.14 个百分点。以房屋资产管理业务为例，全年各类服务订单量达到 287.1 万单规模，全部实现线上智能化、自动化、端到端运营，中后台人力资源投入大幅降低，同时运营效率进一步提升。

配合数字基建的落地推广，公司紧抓“人”在组织变革中的核心作用，通过智能化培训系统“繁星”营造的数字环境，公司持续加强对前端经纪人员及中后台运营管理人员对于数字化、互联网化的体验和认知，并通过唤起居住服务产业与互联网产业对于“以客户价值为中心”核心价值理念上的共鸣而推动心智转换，为实现组织的数字化变革奠定基础。报告期内，“繁星”系统实施培训课程总学时超过 200 万小时，人均学时超过 57 小时。

房源是居住交易服务和房屋资产管理业务的根基，房源的数量和品质决定了公司业

务的流量、收入与利润。公司以真房源楼盘库为核心，持续加强房源建设。报告期内，公司在楼盘库的建设上取得突出成绩。目前，在公司的 8 个主要业务城市，楼盘字典已经覆盖了 48,522 个小区的 28,196,565 套房源，有效户型图 2,417,628 张，房源录入应用覆盖率 98.63%。对于每一套房子，楼盘库都用 31 个不同字段的信息去进行描述，当前 31 个字段中完备率超过 80%的有 15 个，整体字段完备率稳定在 60%左右。

报告期内，公司楼盘库新增买卖房源 70 万套，期末在手买卖房源规模为 76 万套；北京、杭州、苏州、南京、南昌等业务重点城市，新增房源、在手房源规模均在本地市场处于头部；报告期末，房屋资产管理业务的在管房源达到 25.4 万套，同比增长 0.4%，继续保持行业领先规模。

## 6. 报告期各项业务发展情况

### （1）存量住宅交易服务

受宏观经济低迷的影响，2022 年我爱我家官网年度活跃用户总量为 1.9 亿，较 2021 年下降 6.1%，重点投放的 app 和小程序端，与 2021 年持平；月均 MAU 为 1590 万，较 2021 年下降 6.1%；截止 2022 年底，自 VR 房源上线以来累计拍摄量达 154 万套，2022 全年拍摄增量为 42 万套。在效果方面，拍摄 VR 房源的套均页面浏览量是普通房源的 5 倍，套均带看量是普通房源的 2 倍。

报告期内，公司以防范风险、提升运营质量为核心，大幅缩减了加盟体系内低效业务的经营规模，退出了存在系统性经营风险的区域市场。截止报告期末，公司门店总数为 3583 家，覆盖城市从年初 33 城下降至 15 城，在运营中的加盟门店及特许门店总数量为 1215 家，较年初减少 744 家。通过缩减加盟体系中的低效业务，公司降低了整体的经营风险与品牌风险。

### （2）房屋资产管理

“相寓”业务是公司在居住服务产业重要的经营增长引擎与防波堤。“相寓”致力于打造“中国首个‘新市民和青年人’的安心租房科技平台”，近年来通过完成“质量导向”的战略调整实现了依托“相寓”APP 的全量业务互联网数字化运营，成功穿越市场周期，实现了稳步成长、专业致胜，在经营规模与运营效率方面均稳占行业鳌头。

“十四五”规划纲要指出“坚持房住不炒的定位，加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度，让全体人民住有所居、职住平衡”。政策将租赁住房的发展提升到国家战略层面，突出了住房租赁行业的民生属性。



报告期内，“相寓”业务确立了“数字运营、智能服务管理”的经营方针，以“数智服务中台”规划为依托，启动了“数字化驾驶舱”、“小寓智系”等数智化产品的开发和应用，积极推动专业品质和运营效率的持续精进，提升业务的数智化水平。通过加速数智化改造，在实现中后台运营持续增效降本的同时，也使得各城市公司的回款风控与客户服务水平得到显著增强，为业务保持持续高效运营与规模良性增长提供了强大的科技保障。

报告期末，房屋资产管理业务在管房源覆盖北京、上海、深圳、杭州等 15 个城市，规模达到 25.4 万套，相比 2021 年增长 0.4%。受宏观经济低迷的影响，报告期内房屋资产管理业务平均出房天数 9.4 天，环比增长 20.5%；出租率 94.1%，环比降低 1.3 个百分点，全年租金交易额 163.30 亿元，实现营收 56.47 亿元。

### （3）新房业务

公司在住宅交易服务类业务中，将新房销售业务定位为机会与补充型业务，收入规模占比较小。报告期内，面对全国新房市场投资与消费持续走低、行业风险频发、需求向二手房市场流失的严峻态势，公司以控规模、保质量、增效率作为新房销售业务的经营原则，在确保收入质量的前提下发展新房销售业务，重点发展与央企、国企等品牌开发商的合作，并加强业务回款管理。

报告期内，新房业务实现收入 12.7 亿元，同比下降 37.2%。渠道业务月均直签项目占比提升 29.4%，月均有认购项目占比降低 18.8%。报告期内，全部直营城市及重点加盟城市均已完成新房 CBS2.0 系统的覆盖上线，进一步加强了业务管控，提升运营效率和风控能力。

### （4）商业资产管理

受宏观经济低迷等不利因素的影响，线下消费遇冷，商业投资亦受到抑制，商业资产管理业务面临较大压力。

为应对多种市场短期变化因素所带来的挑战，作为西南地区知名品牌以及云南商业龙头，报告期内昆百大持续深化对客户群的需求研究和会员服务工作，积极挖掘客群在消费升级与代际变化下对于品牌消费的新需求，持续优化客户消费体验和客户黏性。昆百大以企业品牌为杠杆，加强项目招商力度，进一步增加了知名消费品牌的入驻，优化了业态和品牌配置，使消费场景吸引力得到持续提升，保证了企业经营的稳定和改善。

**(三) 主要会计数据和财务指标****1. 近三年主要会计数据和财务指标**

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产（元）	32,638,973,696.93	32,963,511,406.73	-0.98%	20,123,743,078.13
归属于上市公司股东的净资产（元）	10,297,663,922.98	10,569,590,116.54	-2.57%	10,282,342,952.65
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入（元）	11,673,410,158.40	11,962,873,818.75	-2.42%	9,574,944,513.57
归属于上市公司股东的净利润（元）	-305,981,271.08	165,960,237.25	-284.37%	311,988,782.13
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	-317,980,438.42	121,941,082.92	-360.77%	319,770,635.75
经营活动产生的现金流量净额（元）	4,311,481,822.10	2,131,620,293.25	102.26%	2,243,052,983.18
基本每股收益（元/股）	-0.1299	0.0711	-282.70%	0.1344
稀释每股收益（元/股）	-0.1299	0.0711	-282.70%	0.1344
加权平均净资产收益率	-2.93%	1.59%	-4.52%	3.05%

**2. 分季度主要会计数据**

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	3,479,224,191.59	2,603,155,051.52	2,802,733,074.06	2,788,297,841.23
归属于上市公司股东的净利润	-241,269,859.70	-142,378,153.94	164,634,524.86	-86,967,782.30
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-239,545,959.66	-140,433,776.95	162,774,762.35	-100,775,464.16
经营活动产生的现金流量净额	2,571,034,314.94	-260,504,004.04	1,014,497,503.06	986,454,008.14

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

**（四）股本及股东情况****1. 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表**

单位：股

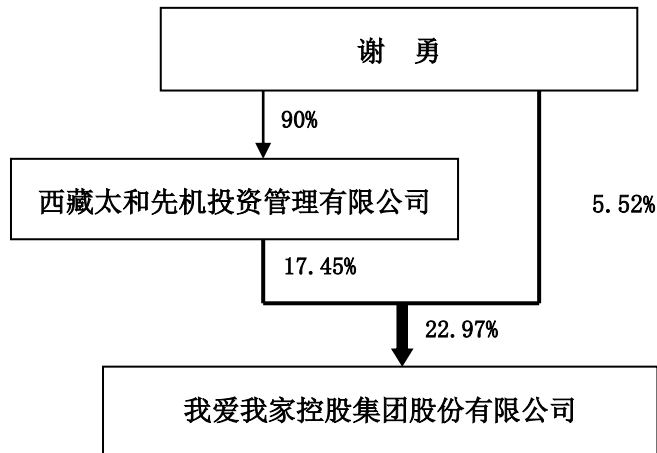
报告期末普通股股东总数	39,829	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	40,149	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
西藏太和先机投资管理有限公司	境内非国有法人	17.45%	411,028,689	0	质押	248,642,397	
五八有限公司	境内非国有法人	7.73%	182,000,000	0	-	-	
天津东银玉衡企业管理咨询中心（有限合伙）	境内非国有法人	7.43%	175,073,202	0	-	-	
谢勇	境内自然人	5.52%	130,000,000	97,500,000	质押	130,000,000	
天津海立方舟投资管理有限公司	境内非国有法人	3.10%	73,033,706	0	-	-	
我爱我家控股集团股份有限公司—第二期员工持股计划	其他	2.82%	66,439,073	0	-	-	
青岛中建新城投资建设股份有限公司	境内非国有法人	2.23%	52,417,869	0	-	-	
香港中央结算有限公司	境外法人	1.50%	35,357,682	0	-	-	
桐庐岩泰投资管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.43%	33,754,113	0	-	-	
上海福翌投资咨询有限公司—赣州瑞德投资管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.43%	33,619,642	0	-	-	
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，谢勇先生和西藏太和先机投资管理有限公司为一致行动人，谢勇先生为本公司实际控制人，其控制的西藏太和先机投资管理有限公司为本公司控股股东。谢勇先生持有公司第二期员工持股计划 1.15% 的份额。除此之外，上述股东之间不存在关联关系，不属于一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	上述股东通过信用担保证券账户持有公司股票情况为：西藏太和先机投资管理有限公司通过东北证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司股票 65,155,000 股，通过普通证券账户持有 345,873,689 股，其合计持有公司股票 411,028,689 股。						

**2. 公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表**

□适用 √不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

3. 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



(五) 在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

报告期内发生的重要事项，详见公司 2022 年年度报告“第六节 重要事项”。

我爱我家控股集团股份有限公司

董 事 会

2023年4月28日