

证券代码：000560

证券简称：我爱我家

我爱我家控股集团股份有限公司

投资者关系活动记录表（2022 年年度业绩说明会）

编号：2023-02

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	通过“全景网投资者关系互动平台”（ http://ir.p5w.net ）参加公司2022 年年度业绩说明会的投资者
时间	2023 年 5 月 9 日 15:00-16:30
地点	“全景网投资者关系互动平台”（ http://ir.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	董事长、总裁：谢勇 独立董事：常明 财务负责人：董丽丽 董事、董事会秘书：解萍
投资者关系活动主要内容介绍	<p>我爱我家控股集团股份有限公司（以下简称“我爱我家”或“公司”）于 2023 年 4 月 28 日披露了《2022 年年度报告》。为便于广大投资者全面深入了解公司经营情况及年度业绩相关情况，公司于 2023 年 5 月 9 日下午 15:00—16:30 通过网络远程的方式在“全景网投资者关系互动平台”（http://ir.p5w.net）召开了 2022 年年度业绩说明会。问答环节中，公司管理层就投资者关注的问题与投资者进行了交流。主要内容如下：</p> <p>投资者主要关注的问题：</p> <p>（一）管理层好，随着 ChatGPT 的出现，AIGC 技术快速发展，请问相关技术在房地产经纪行业的应用现状及发展前景如何？能否介绍一下公司在 AIGC 技术能力上的储备和未来的发展战略？</p> <p>答：目前 AIGC 技术在各行业的应用已经逐渐成为趋势，并且越来越多的企业开始积极尝试。未来，AIGC 技术在房地产经纪行业的应用前景非常广阔。随着技术的不断进步和创新，我们可以预见到更加智能化、个性化、全流程的服务模式将逐渐成为主流。AIGC 技术也将为房地产经纪行业带来更多的商业机会和竞争优势，提高企业的服务质量和客户满意度。公司正在持续推进数字化转型，并已经取得了显著的成效。</p>

目前公司正在与人工智能领域的头部公司密切合作，结合我爱我家在房地产行业 23 年的经验与数据积累，通过将海量的房产服务数据进行收集、整合、分析和预测，在房产交易过程中提供更加个性化、精准的服务，从而提升运营效率与客户满意度。

（二）对国内租赁市场的长期趋势如何看待？国内房屋租赁市场长期发展空间较大，但竞争对手也较多（比如链家自如等），请问公司将采取何种措施保证自己在租赁领域的头部地位？

答：目前，国内住房租赁市场规模已近 2 万亿，我们预计未来 5-10 年，租赁市场仍将继续保持稳健增长的态势，整体预计国内住房租赁市场规模在 2030 年将突破 3 万亿。驱动租赁市场保持稳健增长的四大核心要素包括：人口结构变化、租住时间延长、租住空间变化、租房支出增加等。

我爱我家是行业中长期专注于租赁市场并持续精耕细作的服务品牌，相寓品牌成立以来服务超过千万人次。在二十几年卓越运营的基础上，公司深耕品牌多年，拥有成熟的数字化运营经验、组织经验、卓越的业务洞察与经营管理经验，不仅能保证一线业务的稳步增长，实现中后台运营持续增效降本，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。

（三）租售并举已经成为中国房地产市场的长期政策，公司作为房屋租赁领域的头部企业，目前对于该业务的总体发展战略是什么？

答：“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，相寓品牌立足于独立发展，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；在经营战略上，“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。在业务扩张和规划布局上，公司目前房屋租赁业务主要聚焦在北京、上海、杭州、苏州等一线和新一线城市，未来也会积极在人口规模及经济活跃的新一线城市寻找机会、稳健拓展业务。

（四）请问公司相寓业务未来的增长前景如何？

答：相寓将以健康发展为原则和指引下，充分发挥数字化运营能力的基础，积极拓展多产品、多元化产品、多业态产品模式，同时增强品牌和渠道能力建设，丰富运营能力。公司预计相寓资产管理业务未来几年均会保持持续稳健的增长。

（五）公司在 2022 年年报中提到，2023 年的工作重点之一是升级品牌战略，能否详细说明一下我们品牌升级的战略举措有哪些？

答：2022 年，公司以一流标准重塑品牌作为重要的战略目标，重新确立了中国最亲民的大众房产服务商的定位，重塑了以消费者满意度为指标的品牌评价体系。此外，公司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。在业主服务

和客户服务的全旅程中，提升经纪人的服务品质，优化门店设计与布局，积极探索多元社区服务模型，全面升级品牌视觉识别系统和品牌主张，关注消费者更加多元化、个性化的需求，强化“身边亲切伙伴”的形象，巩固更亲民的国民品牌定位。

（六）公司未来的扩张战略？

答：随着公司数字化转型的不断深入，数字化能力的不断提升，未来几年，公司会继续积极采取稳步扩张的布局策略。在城市方面，公司将继续聚焦一线和新一线城市，首先巩固和提升公司现有布局城市的市场份额，然后在人口规模较大、经济活跃的新一线城市积极寻找扩张的业务机会。在扩张战略方面，公司将以自营为主、加盟为辅的模式，公司会首先保证单店效率在行业内的领先地位，不单纯以扩张为目的，不采取牺牲效率的方式进行盲目规模扩张。

（七）请问公司未来的整体发展战略

答：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，业务专注于存量房经纪、新房销售、房屋资产管理等业务；其中，存量房经纪业务和资产管理业务，公司将持续聚焦在一线和新一线城市，通过品牌升级、数字化建设，持续扩大市场份额，提升运营效率；新房业务作为公司居住业务的补充，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。

（八）公司在行业内的主要竞争优势是什么？

答：公司在行业中的竞争优势主要体现在以下几个方面：（1）平台能力。公司以“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；（2）品牌能力。公司以一流标准重塑品牌作为重要的战略目标，重新确立了中国最亲民的大众房产服务商的定位，重塑了以消费者满意度为指标的品牌评价体系。（3）融入社区的门店网络。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。（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。

（九）2023 年以来，国家对房地产政策逐步放松，二手房市场也看到了明显的回暖，请问公司 2023 年存量房业务的收入增长目标如何？

答：2023 年一季度，公司存量房业务 GTV 达到约 700 亿，同比 2022 年一季度上涨约 66%。可以看到，今年存量房市场有明显的回暖，同时，公司一季度存量房市场的收入涨幅领先市场。我们对公司 2023 年整体存量房经营情况保持乐观和自信，总体预计全年收入保持稳健增长。

（十）管理层好，公司 2022 年经纪业务毛利率 16.7%，同比下降了 6 个百分点，请问是什么原因造成的？2023 年国内二手房市场回暖明显，请问该业务的毛利率是否会看到显著的回升？

答：2022 年由于市场环境因素影响，存量房市场成交量整体出现显著下降，但考虑到保持公司业务发展的竞争力，维护核心人员和资产的稳定性，公司的人员薪酬以及门店租金等固定成本并未发生大的变化，这导致公司经纪业务毛利率的下降。展望 2023 年，考虑到目前市场环境已经恢复正常，存量房交易量呈现显著的回暖态势，同时公司的数字化持续提升，带动公司运营成本的持续下降，预计公司 2023 年存量房业务的盈利能力将有较好的恢复。

（十一）公司 2022 年的销售费用率约为 5%，比 2021 年下降了 3.4 个百分点，管理费用率 9%，比 2021 年下降了 2.5 个百分点，均出现显著下降，请问是什么原因？

答：2022 年，公司销售费用率较 2021 年下降，主要原因系公司以防范风险、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，减少相关销售人员的职工薪酬所致。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。公司管理费用率较 2021 年下降，主要原因系公司 2022 年全面推进集团数字化转型和科技服务再创新，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，从而减少办公通讯应酬等费用所致。

（十二）相寓业务是否考虑独立上市？

答：公司今年将会启动相寓业务独立上市的准备工作。若涉及披露事项，请以公司信息披露为准。

（十三）今年一季度，国内二手房市场出现显著回暖，请问管理层对于二季度、三季度国内二手房行业走势如何判断？

答：2022 年一季度存量房市场回暖，同比 2021 年一季度涨幅比较明显。从今年 4 月份数据看，存量房市场成交量有小幅降低，主要是一季度短期需求迅速拉升之后带来的市场自然回稳。今年两会再次强调了行业的平稳发展，防止市场大起大落，虽然二、三季度存量房交易仍存在一定的不确定性，但我们对市场整体的稳定状态充满信心，预计今年市场交易量相对于去年将迎来稳健的复苏。

（十四）公司在年报中提到，2022 年实现房屋交易 GTV 约为 2600 亿元，请问其中存量房业务的 GTV 金额约为多少？相对于 2021 年变化幅度为多少？2023 年一季度情况如何？

答：2022 年受经济下行压力影响，存量房市场需求不足，市场成交量较 2021 年下降非常明显；公司 2022 年存量房 GTV 为 1860 亿，同比 2021 年（2861 亿）下降约 35%，与行业下降幅度基本相符，市场份额保持

	<p>基本稳定；2023年一季度，公司存量房业务 GTV 达到约 700 亿，同比 2022 年一季度上涨 66%。</p> <p>（十五）请问公司在 2022 年国内存量房交易市场中，GTV 市占率相对于 2021 年是上升还是下降？公司未来会采取哪些措施来提升存量房业务的市占率水平？</p> <p>答：在市场下行趋势中，公司在北京、杭州、南京、苏州等主要城市的存量房交易市场中始终保持较强的竞争力，其中杭州、北京的市占率持续名列前茅；总体来看，2022 年公司存量房业务的整体市场占有率与 2021 年基本保持稳定。另外，公司始终将存量房市场占有率增长作为经营关注的重要指标，未来会在落地城市持续的提高经纪人服务品质，精耕责任楼盘，服务好每一个客户和业主；同时，我们也在积极布局新的城市，用我爱我家的数字化平台能力落地赋能更多的门店。</p> <p>关于公司2022年年度业绩说明会具体情况，投资者可登录“全景投资者关系互动平台（https://rs.p5w.net/html/137029.shtml）查询。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 5 月 9 日