

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：2023-005

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"/> 电话交流会议
参与单位名称
投资者网上提问
时间
2023年5月12日(周五)上午 09:00~17:00
地点
公司通过全景网“投资者关系互动平台” (https://ir.p5w.net) 采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名
1、董事长丁鸿敏 2、总经理陆利华 3、董事会秘书丁涛 4、财务总监姚红霞 5、独立董事叶雪芳
投资者关系活动主要内容介绍
<p>投资者提出的问题及公司回复情况</p> <p>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>1、公司板材产品收入同比减少的原因是什么？</p> <p>2022年，公司装饰材料业务实现收入66.42亿元，同比增长0.91%，其中板材产品收入为44.82亿元，同比减少1.88%；板材品牌使用费（含易装品牌使用费）3.78亿元，同比增长43.88%；其他装饰材料17.82亿元，同比增长1.75%。公司装饰材料业务收入主要分为板材收入（A类）、品牌费使用收入（B类）和其他装饰材料业务</p>

收入，近两年品牌使用费增速较快，主要原因为品牌授权模式以家具板为主，基础板材如石膏板和 OSB 板都是 A 类收入，从产品的渠道来看，家具厂渠道增速更快；分区域来看，外围区域家具板占比较高，随着分公司运营的不断加强，外围区域销量占比逐年提升，从而加速了品牌使用费的增长。从实际业务推进情况来看，公司装饰材料业务的运营规模保持了稳步的增长态势。

2、请问 4 月份不是开了个誓师大会后，近一个月公司各门店业绩是否比去年增加了

尊敬的投资者，您好，公司经营情况请关注公司披露的定期报告，感谢您的关注！

3、科技木皮、装饰纸、封边条、五金和胶黏剂等配套辅材产品在公司装饰材料业务中的销售情况如何？

2022 年，公司其他装饰材料完成收入 17.82 亿元，同比增长 1.75%。

4、兔宝宝在 2023 年面临的主要市场挑战是什么？

2023 年，市场仍然面临“需求收缩、供给冲击、预期转弱”的压力，这不仅仅是公司面临的挑战，也是所有行业面临的挑战，公司将肩负着新的使命，坚持围绕以装饰材料业务为主，定制家居业务为辅的战略定位，通过提升研发设计建立产品矩阵，加强供应链管控，构建全渠道销售体系，实现业务深度协同。

5、兔宝宝未来怎么样？

未来，公司将坚持围绕以装饰材料业务为主，定制家居业务为辅的战略定位，通过提升研发设计建立产品矩阵，加强供应链管控，构建全渠道销售体系，实现业务深度协同，致力成为家居装饰行业领先企业。

6、公司如何应对原材料价格波动对业务的影响？

尊敬的投资者您好，公司会根据原材料价格的波动情况，充分对接公司上下游合作客户，对产品定价进行综合评估，从而进行价格上的相应调整，感谢您的关注。

7、公司与竞争对手相比，在产品创新方面有何优势和不足？

公司建有省级重点企业研究院、国家模范院士专家工作站、国家级博士后科研工作站、CNAS 实验室等各类科研平台，设立专家咨询委员会，为兔宝宝战略决策、产品研发方向、研发人员培养提供强有力的支持。

8、有定制衣柜、橱柜、地板、木门、墙板等产品在公司定制家居业务中的销售情况如何？

2022 年公司定制家居业务紧紧围绕定制柜类、地板和木门等木作产品，依托兔宝宝品牌优势和裕丰汉唐的客户资源，打造“零售+工程”双轮驱动战略，2022 年实现营业收入 21.77 亿元，同比减少 19.87%，其中零售业务板块的兔宝宝全屋定制业务实现收入 5.16 亿元，同比增长 16.1%，工程业务板块的青岛裕丰汉唐实现收入 12.82 亿元，同比减少 32.33%，主要原因为报告期内房地产行业下行压力影响大，对青岛裕丰汉唐的地产精装定制业务做了主动的规模压缩，工程业务收入同比下降。

9、公司未来几年在定制家居业务方面的发展规划是什么？

公司定制家居业务坚持零售和大宗业务双轮驱动发展战略，未来将加快零售端的门店布局，优化大宗业务的客户结构，确保定制业务实现持续稳定健康发展。

10、公司定制家居业务的品牌使用费(含易装品牌使用费)同比增长了多少？

2022 年度，公司品牌使用费收入为 3.86 亿元。

11、公司如何加强市场营销以提高品牌知名度和市场份额？

尊敬的投资者您好，公司注重市场营销的持续创新，通过线上线下丰富的营销活动赋能渠道业务，提升市场美誉度和品牌影响力。感谢您的建议和关注。

12、其他装饰材料在公司装饰材料业务中的销售情况如何？

2022 年，公司其他装饰材料完成收入 17.82 亿元，同比增长 1.75%。

13、公司针对这些市场挑战采取了哪些措施？

2023 年，市场仍然面临“需求收缩、供给冲击、预期转弱”的压力，这不仅仅是公司面临的挑战，也是所有行业面临的挑战，公司将肩负着新的使命，坚持围绕以装饰材料业务为主，定制家居业务为辅的战略定位，通过提升研发设计建立产品矩阵，加强供应链管控，构建全渠道销售体系，实现业务深度协同。

14、公司采用经销商模式和大宗模式的优势和劣势分别是什么？

经销商渠道为兔宝宝各产品体系主要的销售渠道，公司致力于打造全国范围的营销网络体系，截至报告期内公司拥有各个产品体系专卖店 3000 余家。随着业务的发展需求，公司成立了销售分公司，以分公司为抓手，加强对经销商和终端渠道的管理和赋能，分公司团队对所负责区域的经销商进行管理，引导经销商开拓销售渠道、转变营销方式、加强订单管理等。

大宗业务模式主要由公司通过工程代理商或直接与房地产开发商签订销售合同，按照合同约定完成到货、安装及验收等工作并收取货款。大宗业务是公司定制家居业务全面发展的补充，构建零售和大宗业务双轮驱动的业务架构。

15、公司在经销商模式和大宗模式下的销售渠道有哪些特点？

经销商渠道为兔宝宝各产品体系主要的销售渠道，公司致力于打造全国范围的营销网络体系，截至报告期内公司拥有各个产品体系专卖店 3000 余家。随着业务的发展需求，公司成立了销售分公司，以分公司为抓手，加强对经销商和终端渠道的管理和赋能，分公司团队对所负责区域的经销商进行管理，引导经销商开拓销售渠道、转变营销方式、加强订单管理等。

大宗业务模式主要由公司通过工程代理商或直接与房地产开发商签订销售合同，按照合同约定完成到货、安装及验收等工作并收取货款。大宗业务是公司定制家居业务全面发展的补充，构建零售和大宗业务双轮驱动的业务架构。

16、公司定制家居业务主要包括哪些产品类型？

定制家居业务通过经销商模式和大宗模式实现销售，产品包括有定制衣柜、橱柜、地板、木门、墙板等。

17、家装公司、家具厂以及工装渠道业务分别占公司装饰材料业务收入的百分比是多少？

2022 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。2022 年零售分销渠道占比约 56%、家具厂渠道占比约 27%，家装公司渠道占比约 12%，工程渠道占比约 5%。从发展情况来看，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，零售分销和家装公司渠道销量也稳步上升。

18、公司如何优化供应链管理以降低采购成本和风险？

经过多年的积累，公司在全国已经建立较为完善的供应链体系，通过制定统一标准，对 OEM 供应商和采购商的开发准入、维护与质控等方面做出管理。2022 年，公司成立德华兔宝宝供应链管理有限公司，加强供应链平台的信息化建设，实现公司与供应商、经销商之间的分工协作和快速反应，在兔宝宝信息化系统支撑下的数据获取、分析能力不断增强，公司对供应商在产品发展趋势、成本优化、生产规划等方面的指导能力得到加强；同时，进一步加大差异化产品的采购力度，扩大定制产品的范围和比重，缩短供应链层级，进一步降低供应链运行成本提升对消费者响应速度，增强了公司的盈利能力。

19、公司如何提高产品质量以满足市场需求？

公司建有省级重点企业研究院、国家模范院士专家工作站、国家级博士后科研

工作站、CNAS 实验室等各类科研平台，设立专家咨询委员会，为兔宝宝战略决策、产品研发方向、研发人员培养提供强有力的支持。

20、公司如何降低成本以提高盈利能力？

通过多年的积累，公司在全国已经建立较为完善的供应链体系，通过制定统一标准，对 OEM 供应商和采购商的开发准入、维护与质控等方面做出管理。2022 年，公司成立德华兔宝宝供应链管理有限公司，加强供应链平台的信息化建设，实现公司与供应商、经销商之间的分工协作和快速反应，在兔宝宝信息化系统支撑下的数据获取、分析能力不断增强，公司对供应商在产品发展趋势、成本优化、生产规划等方面的指导能力得到加强；同时，进一步加大差异化产品的采购力度，扩大定制产品的范围和比重，缩短供应链层级，进一步降低供应链运行成本提升对消费者响应速度，增强了公司的盈利能力。

21、公司如何提高员工培训和发展水平以提升整体竞争力？

兔宝宝商学院为公司员工培训的主要载体，主要聚焦战略落地、业务支持、绩效提升三大方面，对内建立梯队人才体系，对外有效赋能上下游合作伙伴为目标，2022 年共举办培训 370 场；共覆盖 25302 培训人次；全年参训率为 97.33%，全年培训满意度为 98%。

22、公司在门店零售分销业务方面的主要客户是谁？

尊敬的投资者，公司门店零售分销业务的主要客户为终端消费者。

23、业绩下滑 股票跌成这样，公司没有考虑转型或者开发其它业务渠道提升业绩，保障广大投资者的权益吗？

尊敬的投资者，您好！公司将坚持围绕以装饰材料业务为主，定制家居业务为辅的战略定位，通过提升研发设计建立产品矩阵，加强供应链管控，构建全渠道销售体系，实现业务深度协同，致力成为家居装饰行业领先企业。

24、怎么看待房地产对公司业绩的周期性影响？另外有第二增长业务的预期吗？

公司主营业务为装饰材料以及定制家居两大体系，其中装饰材料业务通过经销商模式实现销售，销售渠道主要有门店零售分销业务、家装公司、家具厂以及工装渠道业务，产品包括家具板材、基础板材、石膏板等主材产品和科技木皮、装饰纸、封边条、五金和胶黏剂等配套辅材产品；定制家居业务通过经销商模式和大宗模式实现销售，产品包括有定制衣柜、橱柜、地板、木门、墙板等。

2022年，面对复杂多变的国内外经济形势和各种挑战，公司团队紧紧围绕新五年发展目标，坚定信心保持定力，较好地完成了全年的目标任务。

未来，公司将坚持围绕以装饰材料业务为主，定制家居业务为辅的战略定位，通过提升研发设计建立产品矩阵，加强供应链管控，构建全渠道销售体系，实现业务深度协同，致力成为家居装饰行业领先企业。

25、贵公司在智能家居方面有多少布局？

近年来，消费者对于家居产品的需求不断的创新迭代，为了满足消费者的健康生活方式和功能集成需求，公司也在积极开发集成智能家居，该项目的开发，将进一步丰富相关产品体系，为个性化产品定制提供新的解决方案，提升产品功能性。

附件清单（如有）

无