

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：2023-006

<b>投资者关系活动类别</b>	
<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
<b>参与单位名称</b>	
国泰君安证券、广发证券、长江证券、华泰证券、华西证券、银华基金管理股份有限公司、全国社会保障基金理事会、富国基金管理有限公司、国新证券股份有限公司、朱雀基金管理有限公司、汇丰晋信基金管理有限公司、国盛证券、西部证券、上海海通证券资产管理有限公司、中海基金管理有限公司、天治基金管理有限公司、厦门中略投资管理有限公司、长城基金管理有限公司、浦银理财有限责任公司、长江养老保险股份有限公司、圆信永丰基金管理有限公司、国泰证券投资信托股份有限公司、北京联创投资集团股份有限公司等 108 位投资者。	
<b>时间</b>	
2023 年 8 月 29 日	
<b>地点</b>	
线上电话会议	
<b>上市公司接待人员姓名</b>	
董事会秘书丁涛、财务总监谢新	
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	
<p><b>一、公司 2023 年半年度业绩情况</b></p> <p>上半年公司实现营业收入 32.63 亿元，同比减少 12.58%；净利润 2.89 亿元，同比增加 8.27%；扣非净利润为 2.18 亿元，同比增加 1.86%。股权激励费用影响净利润 3,123.06 万元，剔除掉股权激励摊销费用影响，扣非净利润较上年同期减少 6.87%。</p> <p>青岛裕丰汉唐上半年公司实现营业收入 2.61 亿元，同比减少 44.19%，净利润 -3355.36 万元；剔除青岛裕丰汉唐，兔宝宝本部上半年公司实现营业收入 30.02 亿元，同比减少 8.05%；净利润 3.21 亿元，同比增加 18.27%；扣非净利润为 2.73 亿元，同比增加 19.19%；剔除掉股权激励摊销费用影响，扣非净利润较上年同期增长 9.49%。</p>	

## 二、主要问题及回答

### 1、公司装饰材料业务渠道的占比和增长情况？以及全年预计情况。

回复：公司上半年装饰材料业务分销零售渠道占比约 56%，家具厂占比约 28%，装饰公司占比约 11%，工程渠道占比约 5%。按销量增速来看，家具厂业务是增量重点，增幅达 15%。初步统计，全国家具厂数量达 8 万多家，目前公司合作数量达到 14,000 多家，公司通过组织家具厂商游学、参观等活动，增加客户黏性，持续为家具厂商赋能，预计合作数量未来可以达到 2-3 万家，渠道占比也会相应增长。零售分销渠道业务上，公司大力开发乡镇空白市场，上半年完成乡镇店招商 400 余家，完成乡镇店建设 186 家。同时为了迎合消费者消费习惯的变化，门店导入新零售业务模式，通过抖音、小红书等平台实现线上引流线下成交。近两年通过分公司运营及渠道模式的探索，家装公司和家具厂渠道总量也有所上升。

### 2、如何看待目前板材市场的家居化，装修市场趋于小 B 端业务？公司会如何应对？

回复：近年来随着板材定制化加工的提速，消费形式有所变化，家装公司、家具厂等逐渐成为重要的渠道，小 B 业务的发展对经销商的服务能力提出了更高的要求。在这个市场环境下，公司也在积极调整经营结构以及丰富产品结构。

公司通过加强分公司运营，目前已成立 19 大分公司进行属地化办公，组建专业化服务团队，赋能经销商，协助其开展小 B 端业务。家具厂渠道方面，公司在原有板材经销商的基础上，积极开发独立的家具厂代理商，依托产品优异的环保性能和品牌影响力，不断扩大与地方定制家具工厂合作的数量，通过完善渠道专供产品体系和服务标准，根据不同区域的市场需求在原有胶合板、细木工板的基础上，导入刨花板基材的家具板材和门板板材产品，提升产品的供应速度和服务支持，持续提升家具厂的合作力度和黏性。针对家装公司渠道，公司推出板材材料包、易企装服务模式以及易装成品定制多种合作模式。工程渠道方面，公司内部成立工程专业团队，对外吸纳服务能力强的工程代理商。在渠道探索发展的过程中，通过试点建立标杆，快速推进至其他城市，公司板材业务还是有很大的发展空间。

### 3、上半年公司品牌使用费占比提速较快，原因是什么？

回复：品牌使用费以家具板为主，基础板材如石膏板和 OSB 板都计入装饰材料收入，近年来公司布局分公司开展多渠道运营效果显著，零售业务加速推进渠道下沉和密集分销，外围区域销量逐步提升，小 B 端业务家具厂、家装公司、工程业务等渠道销量也快速增长。外围区域市场及小 B 端业务中家具板占比较高，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。

**4、公司定制家居业务这几年发展较快，和其他定制家居品牌相比，核心优势是什么？**

回复：公司定制家居产品涵盖全屋定制、地板、木门，产品品类齐全。近几年，公司以华东市场为核心，一二线城市为重点，开展定制家居渠道建设工作，目前拥有定制家居门店 773 家，其中全屋定制门店 434 家。公司全屋定制业务的核心优势主要还是体现在材料端，市面上大多一线定制品牌板材以颗粒板为主，公司坚持产品中高端的定位，以兔宝宝优选胶合板、细木工板、OSB 板为基材，全面升级 ENF 级新产品，获得消费者的认可。

**5、裕丰汉唐上半年的客户结构以及今年对于裕丰汉唐的展望？**

回复：裕丰汉唐客户主要还是以万科为主，其他客户还在持续调整中，考虑到房地产市场还是面临较大的调整压力，资金链紧张，今年主要还是以控规模、降风险为主，对新签项目风险把控及利润要求较高，预计全年签约量会有小比例下降。

**附件清单（如有）**

无