

# 居然之家新零售集团股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

<p><b>投资者关系活动类别</b></p>	<p> <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 type="checkbox"/>其他                 </p>
<p><b>参与单位名称</b></p>	<p>天风证券、中信证券、华泰证券、国泰基金、博时基金、平安基金、西部利得基金、国寿安保基金、金信基金、中信建投、长江证券、中银国际、兴业国际信托、LCRICH CAPITAL MANAGEMENT、Inatai Foundation、长城财富保险资产、上海睿郡资产、华夏久盈资产、上海云汉资产、上海宁泉资产、淡水泉投资、青岛幂加和私募基金、湖南源乘私募基金、序列(海南)私募基金等共58家投资机构</p>
<p><b>时间</b></p>	<p>2024年06月28日</p>
<p><b>地点</b></p>	<p>电话会议</p>
<p><b>上市公司接待人员姓名</b></p>	<p>副总裁 方予之 董事会秘书 王建亮</p>
<p><b>投资者关系活动主要内容介绍</b></p>	<p><b>投资者提问及公司回复情况：</b></p> <p>1、请公司介绍一下与华为战略合作的背景、目的、战略意义，以及目前的合作进展。</p> <p><b>回答：</b>公司与华为已于2023年3月签订《战略合作备忘录》，双方主要围绕全屋智能产品销售、合作建店、营销赋能等方面开展合作。近日签署战略合作协议，双方将共同深化数智化合作。</p> <p>首先是居然之家旗下的设计家、洞窝、智慧家三个APP与鸿蒙进行适配；其次在线下业务层面，居然之家依托全国连锁卖场积极落地华为手机和智选汽车等终端产品的销售场景，为消费者带来人、车、家三位一体的智慧生活新理念。</p> <p>2、目前与华为在全屋智能业务方面的合作进展如何？商家反馈情况怎么样？</p> <p><b>回答：</b>公司与华为全屋智能业务的合作主要有两种形式，一是居然智慧家作为华为授权经销商，已在北京、呼和浩特、武汉等地以自营方式拓展业务；二是积极拓展华为在各个省市的其他代理商，在公司卖场中开设华为全屋智能门店。</p> <p>根据商家反馈及公司销售数据观察，华为全屋智能店单价及坪效领先于同行业</p>

其他商家，华为全屋智能入驻对于卖场其他智能家居品牌招商具有带动作用，会相互促进。

### 3、智慧家智能家居业务的核心竞争力体现在哪方面？

**回答：**从消费者需求来看，智能家居具有重体验和重服务两个特性，这正是智慧家商业模式中两个关键点。从重体验来看，智慧家为消费者提供了便捷体验场景。在服务过程中，公司观察到消费者会同时购买多个品牌的智能家居产品，多品牌对应多个操作系统，反而会让消费者操作更加繁琐。公司提供通用开放的操作系统能将多品牌产品进行整合，优化消费者使用体验。从重服务来看，公司通过自营模式，为智能家居产品、智能汽车产品建立了标准化交付、售后等服务，将有效提升消费者体验感和客户口碑。

### 4、公司目前在东南亚的布局进展和开店经营情况？出海的战略考量？

**回答：**居然之家目前已在海外开业柬埔寨和澳门店，两个店目前招商率均在96%以上，经营状况良好。

与国内市场激烈竞争形成鲜明对比的是国际市场的供给不足。选择东南亚作为国际化第一站主要有以下原因：（1）东南亚近年来经济高速增长；（2）人口红利和文化优势；（3）贸易便利及政策支持；（4）地理位置优越，辐射全球。

### 5、东南亚家居卖场环境和我国有何不同？公司卖场入驻的品牌类型主要是当地品牌还是国内品牌？

**回答：**东南亚家居卖场主要为两种模式，一种是街边店，另一种是宜家。街边店产品品类丰富度较差，相对来说宜家比较受欢迎，类似居然之家的高端一站式卖场在东南亚是空白业态，公司卖场可以很好满足东南亚中高端客户需求。

公司入驻的品牌主要是国内品牌，公司通过渠道出海带动中国家居产业整体出海，扩大中国产品全球销售，提升中国家具知名度。

### 6、公司海外业务未来几年的发展规划？

**回答：**未来几年公司将通过线上线下相结合方式，通过渠道出海带动产品出海、制造出海、品牌出海，实现全产业链出海。

线下业务方面：在未来 3 至 5 年内，公司将完成对东盟各国的战略布局，目前柬埔寨和澳门店已开业运营。将充分利用海外资源、区位、成本要素优势，建立集设计、智能制造、仓储物流、进出口为一体的综合性、全链条家具产业园区，带领中国家具、陶瓷、建材、智能家居集体出海，发挥中国家居整体优势。智慧家海外商业模式与国内轻资产发展模式一致，以“居然智慧家”为统一商号，主要发展加盟合伙人，智慧家出海首店为澳门店。

线上业务方面：一是“洞窝”国际化，（1）与线下门店合作建设海外产业服务平台（目前已经上线新加坡、柬埔寨）；（2）开展独立跨境电商（App+pc）自营业务以及境外第三方平台渠道的拓展。二是居然设计家业务国际化，设计家平台注册用户已超过 1477 万人，其中主要为海外用户（海外用户为 1282 万人），未来将以 3D 云设计工具为核心，打造高活跃度、高价值的设计师生态体系，通过“全球城市合伙人计划”快速拓展海外市场，努力成为全球领先的家装行业 AI 设计+营销服务平台。

### 7、洞窝今年上半年大概实现了多少GMV，内外部各自贡献了多少？

**回答：**截止 6 月，洞窝平台 GMV460 亿元，其中非居然近 130 亿元，占比约 30%。

### 8、公司洞窝平台为商家主要提供哪些方面的赋能？商户反馈情况如何？

**回答：**洞窝定位于家装家居数字化产业服务平台，为产业各主体提供从基础设施到场景应用的全域解决方案，打通产业链、重构价值链，实现整体产业的提能增效。除此之外还提供围绕经营提效、流量推广、内容服务、IP 营销等一系列增值服务。

	<p>目前，洞窝与商家的合作取得了显著的积极反馈。举例来说，索菲亚在北京的经销商凭借先进的数字化经营管理系统，实现了旗下各店铺订单数据与卖场之间的即时同步。这不仅使繁琐的人工对账操作完全转化为高效的数字化自动对账，而且极大地节省了人力成本，提升了运营效率。</p> <p>友邦吊顶的经销商反馈，利用洞窝平台提供的精准用户触达服务，获客成效斐然而获客成本极大降低。</p> <p>安吉尔空间大师系列产品亮相于交换空间直播间。此次活动不仅刷新了抖音平台家居垂类团购带货专场的单场观看人次与订单量的新纪录，而且直播期间安吉尔的预约量也呈现出爆发式增长。这次成功的合作无疑为双方后续更深入的合作奠定了坚实的基础。</p> <p><b>9、传统业务方面，公司去年创新销售分成，一店两制模式进行招商，目前该模式的总体表现怎么样？</b></p> <p><b>回答：</b>2023年，哈尔滨先锋店率先试点销售分成模式，截至2023年12月31日，先锋店招商率提升至98%，转型后日均销售额近60万元，比转型之前提升一倍以上，营业收入及利润同比增加。四川内江店通过实施销售分成模式实现了开业快速招商，从2023年6月召开招商发布会到2023年12月正式开业，招商率达到98%。销售分成模式收到了经销商广泛欢迎。</p> <p>今年公司在其他直营店继续推广，截止2024年5月底，居然之家共计1.2万个商户实施了销售分成模式。</p> <p><b>10、在当前经营环境下，公司后续如何考量国内卖场业务的发展？</b></p> <p><b>回答：</b>家居卖场是家居行业的重要流通渠道，也是公司的经营主业。公司经过研判，认为家居卖场未来需要向着精细化运营、数字化、智能化、新营销上转型升级，公司未来也将在这些方面重点发力。</p> <p><b>精细化运营方面：</b>随着家居家装市场步入存量时代，要求家居卖场从“仅运营场”转向“深度运营场、人和货”。这对经营方的运营能力提出了更高的要求。随着市场竞争，劣势卖场将逐渐出清，行业龙头企业的市场净利率和市占率将逐步提高。</p> <p><b>数字化方面：</b>人类已经迎来以数字化、智能化为主的第四次科技革命，数字技术、物联网技术、人工智能等技术正在推动家居产业发生深刻变革。公司自主研发的洞窝、设计家和智慧家正是公司顺应数字化时代自研的家居家装数字化平台，已取得了较好的经营成果，未来公司将加大市场推广。</p> <p><b>智能化方面：</b>在商品类别上，智能家电、智能安防、智能照明、智能睡眠、智能康养、智能影音娱乐等智能家居产品逐步受到消费者的青睐。公司未来将在家居卖场中逐步建立智能家居体验中心，以更好满足消费者对智能家居的需求。</p> <p><b>新营销方面：</b>新媒体营销时代已到来，公司深入开展“全员直播拍视频当网红”活动。2024年618期间居然之家董事长汪林朋与执行总裁王宁亲自领衔，联手近30位一线品牌负责人，围绕“家具家电以旧换新”、“家有困难找居然”为主题，共同打造“老汪来了”与“总裁价到”两大直播盛事，引发广泛关注。两场直播累计吸引1176万人次在线观看，订单量突破3.7万笔，获客成本比往年同期降低16.4%。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024年06月28日