

# 广州好莱客创意家居股份有限公司

## 接待投资者调研的记录

会议时间：2023年4月13日 10:00；4月14日 10:00、13:00

会议人员：天风证券、安信证券、浙商证券、长江证券、华创证券、海通证券、峰境基金、甲乙丙资管、煜德投资、亿阳投资、淡水泉资本、平安资管、新华资产、长信基金、大家资产、中欧瑞博、国君资管、百嘉基金、长城证券、海富通基金、中科沃土基金、泰康资产、源乐晟资产、中信建投基金、东吴基金、九泰基金、银河基金、广发基金。

出席人员：好莱客董事会秘书甘国强

记录人员：庄淇

### 投资者答疑

问题 1：好莱客 2022 年年度自身净利情况？

回答：不含湖北千川 2022 年上半年并表损益及回购事项损益的影响，好莱客 2022 年度归属于上市公司股东的净利润同比增加 0%到 15%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润同比增加 5%到 25%。

问题 2：大宗业务情况？

回答：近年来好莱客自身的大宗业务能力有得到培育发展，大宗渠道会作为公司的战略补充渠道，并明确以央企、国企及优质民营企业为主要客户。公司在大宗业务的发展思路是控制风险、择优推进，按照既定节奏稳步发展。

问题 3：橱柜衣柜等单品类门店今年扩张计划？

回答：自公司推出大家居战略，新开门店都是大家居门店，同时对以往存量的单品类门店进行有序改造，极少数会根据当地市场需求布局单品类门店。

过往疫情等因素影响大家居开店节奏，今年有望恢复到疫情前的开店节奏。

问题 4：公司门店在一二三线城市主要分布情况？

回答：公司将各城市按 A、B、C 不同级别划分，在这些城市都有相应的门店，在华东地区的门店数量占比最大。

问题 5：公司哪些方面具有行业新特色或者差异化？

回答：好莱客秉承大师设计，在产品风格上一直不断引领，凸显好莱客品牌“潮”的时尚属性，还推出二次元潮 IP——Homie，触达年轻消费者市场。在产品环保上，好莱客于 2012 年推出原态板，是行业内首家推出无醛添加板材、提出“零甲醛添加”“环保”等理念的企业。到目前，公司推出“原态 G6”板材，将基材升级为实木多层板，完成了从“基材甲醛零添加”到“原态净醛”再到“零醛添加实木多层板”的递进式升级。

问题 6：今年渠道规划？

回答：今年公司在整装业务方面会发力。在整装方面有两种方式，一是在各地招整装渠道独立经销商，提供好莱客艺术整装的品牌产品；二是与当地乃至全国的装饰公司形成战略合作，向消费者推出好莱客产品。

问题 7：公司战略？

回答：公司会继续深化全渠道管理，坚持“新原态+大家居”战略，满足消费者一站式购齐需求。

问题 8：今年公司在经销商零售流量方面的赋能和支持？

回答：在赋能和支持方面，公司延续过往两年的政策；公司有流量赋能运营团队和培训人员，帮助经销商提高营销获客及转化等能力。

问题 9：今年大家居门店开店计划？

回答：过往疫情等因素影响开店节奏，今年有望会恢复到疫情前的开店节奏。公司在头部城市以城市运营平台模式加密网点，同时积极下沉三四线城市，继续推进空白城市的门店覆盖。

问题 10：公司目前的客单价水平？未来在客单价提升方面的展望？

回答：目前终端客单价水平大概是 3-4 万，未来会继续坚持新原态+大家居的战略，以提升客单价。

问题 11：局改、旧改的市场规划？

回答：为了加快以阳台为切入点的存量房以及局改、旧改市场布局，公司主品牌“好莱客”将加快开发相关阳台系列产品，以完善大家居产品矩阵，发挥“好莱客”的品牌力。

问题 12：哪些城市是经销模式？简单介绍下城市运营平台模式？

回答：除广州为直营之外，全国其他城市都是经销；公司在头部城市通过推行城市运营平台的方式加密网点，以分销形式分摊当地经销商的经营压力。原有经销商和新商之间是合作关系，分工有所不同。

问题 13：对疫情放开后消费力复苏的看法？

回答：目前整体消费的节奏可能只恢复到正常水平，消费者会先进行快消、日用消费，而家居产品属于大宗消费、耐用消费类别，因此消费力复苏传导到定制家居行业有一定滞后性。