

我爱我家控股集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2020-02

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	参与公司 2019 年度网上业绩说明会的投资者
时间	2020 年 5 月 19 日
地点	“全景·路演天下”（ http://rs.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	董事长、总裁：谢勇 董事、副总裁、董事会秘书：文彬 副总裁、财务总监、财务负责人：何洋 副总裁、首席战略官：朱威
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、董事长、总裁致辞</p> <p>2017-2019 年，在全体我爱我家人的共同努力下，公司控股子公司北京我爱我家房地产经纪有限公司累计扣非归母净利润实现 18.75 亿元，业绩承诺达成率 104.17%，超额完成业绩承诺的同时，开展了一系列“蓄势待发”的建设工作。</p> <p>2018 年，公司提出实施数字化转型，并将其贯穿于业务、管理和发展的全流程中。</p> <p>核心业务系统——新一代二手经纪服务系统践行“云上爱家”战略，积极构建“云上房产”，随时获取，按需使用，动态扩展，在 2019 年完成首发，计划在未来两年内覆盖全国。</p> <p>新一代系统嵌入规范的作业流程、严谨的风险管控、优化的运营管理体系，推动了业务服务标准化、作业过程合规和资金安</p>

全保障，为深耕精细化运营和客户全生命周期管理提供了强大的支撑。相寓资产管理系统完成全国城市公司的整体落地布局，实行全国相寓业务的统一全标准化线上化管理。实现了维修、保洁、配送、装修、租务、客服等整个服务体系的线上整合。

公司倡导“以客户为中心”的经营理念，始终坚守并践行“直营连锁”的专业、安全和高效。居住服务是百姓生活服务的“重中之重”。一间舒适、便利的出租房是“城市漂泊一族”的安身、安心之所，很多人的努力拼搏是为了拥有一套属于自己的房子，让我们的服务非常有价值。

2020年初，突如其来的“新冠疫情”，让人们拥有了难得的与家人朝夕相处的时光，与此同时，也让我们在思考和求变：人们逐渐意识到居住环境的舒适度对生活质量的影响何等重要。居住需求升级直面而来，互联网数据让我们看到了这些需求带来的变化，我爱我家官网显示，疫情期间，官网日均客户访问量和访问次数每周都在以50%的速度增长，VR装修方案的需求量同步提升。AI讲房+VR看房让客户足不出户即可感受“身临其境”般的看房体验，线上带看大大提高了客户的选房效率，并为业主减轻了看房负担。房子是“家”，是“居住”活动的承载空间，“家”的幸福感和“居住”质量息息相关。

我们在经纪人培养和考核机制方面持续迭代升级，公开交易流程进度，方便客户时时查阅以及对流程的监督；同时，加强中后台协同管理，从制度流程建设到核心绩效指标管理、日常业务追踪管理，形成了目标导向、激励有策、奖罚有据、督察有制的运营管理体系，实现了服务的专业性、交易的安全性和流程的高效性。因为一贯的坚守，在业绩领先的城市，我爱我家经纪人的作业效率是行业平均水平的3倍以上，成为这个行业的佼佼者，让我们倍感自豪。

我爱我家将打造中国一站式入口级的品质居住服务平台，

所有与“居住”有关的服务将在这里交易完成，充分发挥我爱我家直营业务资源、品牌号召力、上市公司优势，通过开展直营合伙、加盟业务、平台外延整合产业优质资源，严选优质品牌、严选优质店东、严选优质第三方，秉持“共建共赢”的合作理念，构建多品牌共荣、服务多样共存的一站式品质居住服务平台，推动产业供求高效连接，为客户提供全生命周期、全过程的高质量居住服务。这是我爱我家既定战略路线的延续和升级。未来我们将会采用加盟、合伙以及平台化的模式开展快速扩张并占有市场，向用户提供更有品质、有温度的居住服务。

我们愿携手合作伙伴共同推动房地产经纪行业的规范、健康、可持续发展，为经纪人创造更为广阔的职业发展平台，构建开放、和谐、合作、共赢的行业生态圈。

二、投资者主要关注的问题

1. 本次新冠疫情给公司带来哪些影响？公司有何应对举措？对公司不同业务条线的影响幅度是怎样的？

今年一季度，由于疫情原因，经纪业务开展受到一定程度限制。疫情期间，公司加快推进线上能力的建设，在原有VR看房基础上，推出了AI自动讲房、VR远程看房+讲房功能，实现看房服务向线上化、数字化的深入转化。4月起，各条业务线陆续复工，已基本恢复至同期正常水平。

2. 公司未来的业绩增长点在哪方面？

从以下几个维度着手：

- (1) 开拓多元化收入；
- (2) 通过纵向一体化提升市场份额；
- (3) 通过平台化扩张企业边界，进入新城市新区域；
- (4) 线上业务创新和数字化落地带来的业务创新和经营管理效率提升。

3. 公司员工持股计划进展情况如何？

公司会在今年推出首期员工持股计划，重点激励我爱我家基层骨干员工，增强基层业务团队的稳定性。实现员工和公司中短期和长期利益紧密结合，形成合力。建立长效的激励机制。

4. 公司做了哪些举措留住优质经纪人，从而降低流失率？

主要举措包括：增加人员入口，严把入口的质量关，逐步调整人员的学历结构，优化公司招募分配对接等规则，持续加大公司在经纪人招募上对营运的支持。保留真正的核心专业人才，同时提升对外部高端专业人才的吸引力度。大力推进经纪人队伍的职业化，从专业知识、经营能力、职业素养等方面实现标准化、制度化，从而系统性改善经纪人的专业性和职业发展瓶颈，使经纪人具有事业感、获得感，同时赢得社会尊重。实现经纪人职业化的同时，打造复合型人才，完善经纪人跨领域的专业化能力和作业能力。

疫情期间，公司通过基于“我家繁星”培训系统，提升人均培训时数和线上学习活跃度，并通过 VR 远程讲房、VR 带看功能的培训，帮助一线员工作业增效提质。

5. 我爱我家官网运营效率如何？VR 房源上线后带来了什么效果，是否提升了看房效率？未来如何提升线上能力？

2019 年，我爱我家官网持续升级产品，运用大数据和 AI 技术进一步提升选房过程的智能化程度、与第三方合作并挖掘经纪人潜能丰富官网资讯和问答等内容、升级业主服务和线上签约功能，提升官网全服务流程覆盖能力。

我爱我家官网全年日均活跃用户数（DAU）为 28.1 万，同比上升 16.4%。移动端（APP+WAP）的 DAU 为 20.6 万，占总量的 73%，较去年同期增长 4%。官网来源于自然搜索的 DAU 从年初的 1.34 万增长到 7.01 万，自然流量与付费流

量互补，有效推动网站商机转化效率的提升。我爱我家网全年为经纪人提供了 530 万次有效客户沟通量，同比增长 6%。

官网佣金贡献率在 2019 年 9 月达到 18.1%，首次超过外部线上渠道的贡献总和，2019 年 12 月，官网佣金贡献率占比进一步提高到 19.2%，相对外部线上渠道的优势进一步拉大。

2020 年，我爱我家官网计划进一步加快功能的升级和迭代。在 VR 房源的基础上，推出 AI 自动讲房和 VR 远程带看功能，并增加了 VR 装修功能，提升了客户看房体验及效率。截止目前，官网共自动生成 AI 讲房 15.6 万余套。

根据最新数据，截止 4 月底，官网在线房源中 VR 房源占比达到 40%，相比普通房源，VR 房源平均日访客量高出 50%，平均日带看量高出 29%。

4 月新增 VR 带看订单 13,000 余单，其中客户发起 12,000 余单，接通率达到 96%，可以看出随着科技的发展，人们生活习惯的改变，客户对 VR 看房的接受度达到了新的高度。

VR 装修作为新增加的模块，客户通过“一键换装”功能更加真实的体验装修效果，通过对客户数据的分析，我们推出了极简、北欧、欧式、现代四种风格，满足客户不同装修风格喜好，根据数据，4 月份新增“一键换装”渲染量达到 50,000 余套，极大受到了客户的欢迎。

未来我们将通过对经纪人的培训及 VR 技术的优化迭代，不断提升 VR 讲房的功能性和效果，提高客户服务体验。

6. 公司在 2019 年超额完成利润，股价却相对低迷，是何原因？公司未来有何举措提振股价？

首先提升股价的根本是要踏踏实实做好企业的经营和效益，发展好企业。由于疫情原因，全球及国内经济受到了一定冲击。实际上我爱我家上市三年来收入、利润均实现

持续、有质量的增长，经营性现金流稳定，在行业内一直处于头部阵营，未来通过新战略，我爱我家将会打造新的格局，资本市场也会通过实际经营成果对我爱我家有更进一步的认可。同时公司从业务和资本层面会和更多的战略方合作组建合作资源，共享、共赢，一起发展公司的业务。而且，公司会充分利用资本市场的工具做好公司结构、公司业务和公司发展模式的创新。

7. 2019 年，“相寓”在管规模减少了 3 万套，是何原因？

市场上的长租公寓运营商频频出现“爆雷”，现金流断裂的情况，意味着长租公寓的发展不再是追求规模快速增长，而是更加注重深耕细作，如何降低成本，提高利润率。

作为业内运营效率及盈利水平领先的长租品牌，相寓自年初开始就主动调整布局，研判租赁市场的变化趋势，降低不良库存，坚持以运营周转效率为核心策略，聚焦租赁需求稳定提升的区域。

8. 公司账面现金流不错，去年还做了发债，请问这些现金是如何规划使用的？

我爱我家多年以来一直保持现金充沛，主要是为了保持资金的流动性、安全性以及合理的债务结构。充足的现金储备是为了保证公司在面临房产市场的周期波动或者市场的突发状况，拥有较强的抗风险能力。

9. 公司对 2020 年后续的行业环境预判及业绩预期如何？

疫情会导致租房、买房需求的延后，但并未消失。从目前市场恢复和成交情况来看，我们对 2020 年后续的市场抱有信心。

10. 市面上各大长租公寓运营商均已获得多轮融资，作为开展

业务较早的相寓，从未公开进行融资，我爱我家未来是如何规划相寓业务的？

- (1) 市场回归理性；
- (2) 继续走差异服务效率制胜的商业模式；
- (3) 未来从战略上向租客的增值服务发展；
- (4) 公司正在研究和筹划独立发展路径。

11. 公司收购“蓝海购”后的业务协同情况如何？

蓝海购的定位为公寓及社区商业运营，与我爱我家原有新房销售业务形成互补，丰富、扩展了公司新房业务项目谈判及客户资产增值的能力，使得我爱我家可以为客户提供新房业务全链条、全产品线销售服务。2019年蓝海购主要业务聚焦在社区商业、公寓等商业地产的包销业务，通过我爱我家品牌、资金、技术上的加持，以及线下门店高效的去化能力，使蓝海购净利润同比实现大幅增长。

12. 新房业务毛利率下降的原因是什么？未来如何提升新房业务贡献占比？

新房毛利率下降主要是因为今年增加了与外部渠道商合作，渠道费成本增加。

公司新房业务会持续强化重点盘意识，加强门店穿透力度，做好盘店匹配，以及针对人效关键指标的督导、管理、培训等，进一步提升人均收入。发挥公司在渠道分销的优势，通过业务创新机制的落地，增强对中小机构的整合能力，实现新房业务贡献占比的提升。

13. 公司目前商誉如何进行减值测试的，会计处理原则以及未来处理计划是什么？

公司聘请了专业的评估机构，对2019年的商誉进行了评估，

无需计提减值准备。

14. 2019 年，研发投入金额同比提高较为明显，主要投入在哪些方面？

2019 年，科技及互联网投入较 2018 年增加了 24.6%，研发投入主要用于优化官网、我家经纪人、楼盘库、核心业务系统及大数据系统，这些系统的投入使用，为公司积累了销售和交易的全过程行为数据，为基于数据的运营奠定了基础。

15. 是否有回购股票计划？

公司曾在 2018 年回购 3486 万股用于股权激励，目前没有新的计划。

16. 2019 年净利润同比增长高于收入同比增长，原因是什么？

公司 2019 年实现营业收入 112.11 亿元，较去年同期增长 4.9%；实现净利润 8.55 亿元，较去年同期增长 22.9%，利润增速高于收入增速。

主要原因是：第一，前台提升管理效能，以目标为导向，紧扣过程量数据，优胜劣汰，不断提高店面和人员的效能。中后台赋能前台，提供配套服务和保障，实行全方位流程管理，降低成本，提升经营效率。用技术驱动业务提效，服务和业务支持线上化，线上线下一体化，重塑服务流程，技术不断迭代升级。注重人才招募和培育，搭建多层次的人才梯队，强化组织保障。

第二，聚焦主营业务，保证二手业务通过发挥核心城市的资源优势，聚焦重点盘，控市占、提费率，保持市场敏感度，抢占新的机会点和空白点。公司重点城市、核心区域二手买卖市占率保持领先优势，2019 年北京、杭州、南京、苏州、太原、天津、无锡等城市市占率稳居前三，其中杭

	<p>州市场占有率超过 30%，连续三年排名第一。新房业务以门店分销为核心，开展个盘聚焦和全员营销，提升客单价，增厚利润。</p> <p>（关于公司2019年度网上业绩说明会具体内容，投资者可登录“全景·路演天下” http://rs.p5w.net观看。）</p>
附件清单(如有)	无
日期	2020 年 5 月 20 日