

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：2020-03

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 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 √其他（ <u>云南辖区上市公司2020年投资者网上集体接待日活动</u> ）
参与单位名称及人员姓名	通过深圳市全景网络有限公司提供的网上平台“全景·路演天下”网站（ http://rs.p5w.net/ ）参加云南辖区上市公司2020年投资者网上集体接待日活动的投资者
时间	2020年9月18日
地点	“全景·路演天下”网站（ http://rs.p5w.net/ ）
上市公司接待人员姓名	副总裁、财务负责人、财务总监 何洋 董事、董事会秘书 解萍 董事会办公室主任 葛欣
投资者关系活动主要内容介绍	<p>为进一步加强与广大投资者的互动交流，我爱我家控股集团股份有限公司（以下简称“我爱我家”或“公司”）参加了由中国证券监督管理委员会云南监管局指导，云南省上市公司协会主办、深圳市全景网络有限公司协办的“诚实守信 做受尊敬的上市公司”——云南辖区上市公司2020年投资者网上集体接待日活动，就投资者关注的问题与投资者进行了交流。主要问题及回复内容如下：</p> <p>1.面临近期部分长租公寓公司暴雷及财务恶化，相寓下一步是增大规模还是优化结构精简规模，如何避免风险？ 2018年下半年起，公司所在城市的租赁市场普遍进入了稳定或略有下降的阶段，结合市场的实际情况，“相寓”从2019年起，持续优化在管资产的结构，以减少对公司运营质量的影响；随着优化的进度，在部分市场开始有计划的提升规模。</p> <p>2.公司财务方面是否会发行债券来优化资本结构？ 从融资策略方面，公司持续推进债务结构的优化，为公司发展储备资源。</p>

	<p>3.公司长租公寓提供了哪些附加服务？ 相寓在提供专业的房屋租赁管理的同时，向租客提供保洁、家政、家电维修等服务。相寓一直致力成为租客们的专业、贴心管家。</p> <p>4.万科在深圳进入了小产权房改造成长租公寓这个市场，公司对这块业务如何看待？是否打算跟进？ 未来受都市圈发展趋势、高房价及限购政策、新生代人群消费升级的影响，将长期支撑长租公寓行业向好发展。其中都市圈人口持续增长是长期趋势，我国发达地区人口长期正向流入，一二线城市政府相继出台严格的限购及贷款政策，部分已有经济能力但在限购政策下没有购房资格的外来人口，对于住房的需求将转移至租房市场。较高的购房成本使得我国的购房者的首置年龄被推后，使得更多人更长时间停留在租房市场，从而扩大了租赁市场。 目前，长租公寓市场产品主要分为集中式公寓和分散式公寓两种类型，集中在一线城市和强二线城市。相寓主要是以分散式为主，接受房东住宅资产的委托管理，90%以上为整租房源，在管规模和盈利能力均处于行业领先地位。随着主管部门各项管理制度的出台，行业规范度会越来越来高。</p> <p>5.公司对粤港澳大湾区的房地产市场发展前景如何看待？ 公司在粤港澳大湾区已布局城市有深圳和东莞，未来将在市场条件合适的情况下，进一步提高在该区域的线下布局。</p> <p>6.公司能够被挑选到一些指数样本股的原因是什么？ 我爱我家是首家登录 A 股的居家综合服务企业，是业内深耕超过 20 年的头部企业，主业基础扎实、产业链条完整、业绩表现优异，具有非常好的行业代表性。</p> <p>7.公司未来还是打算重点布局一二线城市的市场吗？ 新进入城市与该市场的成熟度相关，会综合考虑人口、GDP 发展水平、新房及存量房的交易量等相关数据。</p> <p>8.公司有没有属于自身的长租公寓业务？ 公司长租公寓品牌“相寓”是国内创立时间最早、管理规模最大、为数不多持续盈利的房屋资产管理领航者。“相寓”以高效率、高质量资产管理服务为导向，基于广大客户的差异化需求，面向业主和租客定制了多种委托、装修、租住、家居产品和服务，从品牌建立之初推出了相寓 HOME、相寓 ROOM、相寓 PARK、相寓 INN 四大产品品牌，租住体验不断升级，旨在打造以住宅资产管理为核心、品质生活相结合的综合服务平台。“相寓”荣获 2019 上半年度涵寓长租公寓综合榜·分散式 TOP10、2018-2019 第一届“中国租赁空间设计奖”·最佳项目奖。 2020 上半年，相寓实现收入 73,169.82 万元，新增服务客户 22.59 万人次。截至 6 月 30 日，全国在管房源规模 25.3 万套。4 月起，市场需</p>
--	---

	<p>求量及承租交易量开始逐步恢复。2020 年上半年，相寓的平均出租率达到 94%，维持了较好的水平；租客续签率稳步提升，达到 38.6%，同比提升 1 个百分点。通过加强线上化服务能力，线上签约率(官网+APP)创新高，达到 48.3%，同比提升 12.9 个百分点。</p> <p>9.疫情期间楼市逆势火爆，对公司业务产生何种影响？</p> <p>2020 年上半年，受疫情影响，因社区封闭等原因导致部分客户选择延后交易，公司一季度的经营受到了明显冲击；自二季度初，疫情得到有效控制，需求快速释放，市场出现反弹，公司存量房业务和新房业务共实现总交易金额(GTV)1600 亿元。</p> <p>疫情期间，公司恪守契约精神、主动承担社会责任，及时、全额向房屋资产管理业务的房东、房产经纪业务的门店房东及商业资产业务的业主支付租金。同时，公司本着最大限度承担社会责任的精神，主动减免租金，房屋资产管理业务针对疫情中遇到困难的租客以及医务人员推行爱心租金减免政策；云南的商业购物中心不仅主动响应政府号召阶段性停业，还大幅度降低商户租金以减轻商户运行负担，上述举措阶段性的影响了公司利润。</p> <p>2020 年上半年，公司各条业务线及职能部门主动采取多种应对措施，降低管理成本，提高运营效率，重点推进线上化能力建设，陆续投产多项数字化、智能化工具，为市场反弹做好充足准备。2020 年二季度，公司在交易金额、交易单量等方面均保持了快速增长态势，随着疫情缓解及市场恢复，公司各项业务逐步恢复至 2019 年同期水平。第二季度，公司实现营业收入 26.56 亿元，环比上升 108.15%，各业务线回归正轨，迅速扭亏为盈。</p> <p>10.在长租公寓这块业务，公司目前在哪些城市重点布局？</p> <p>相寓业务已覆盖国内 15 座城市：北京、天津、太原、郑州、武汉、青岛、杭州、上海、无锡、南京、苏州、长沙、成都、深圳、南宁。目前，住宅资管管理规模较大的城市主要集中在京津冀和长三角地区。</p> <p>11.请问公司经纪人有多少？</p> <p>公司现有经纪人近 5 万人。</p> <p>12.全国门店有多少家？</p> <p>目前公司全国门店数量超过 3400 家。</p> <p>13.公司各大业务营收分别占比多少？</p> <p>公司各类业务发展稳定，截至 2020 年 6 月 30 日，经纪类业务收入占比 53%，资产管理业务收入占比 19%，新房业务收入占比 16%，商业销售及其他各类孵化业务收入占比 12%。</p> <p>14.公司近三年股东回报做的如何？</p> <p>公司始终坚持秉承回报股东的原则，积极承担社会责任，努力提升业绩，实施灵活务实的派息政策，努力为股东带来较好回报。2017 至 2019</p>
--	---

年，公司分红比率分别为 24.86%、25.74%、19.63 %。

15.面对庞大的经纪人团队，公司如何做好人才管理与培养？

公司将借助数字化转型，持续推进组织与人才管理的变革。为了更好地适应新形势，服务新战略，依托集团数字化建设的进程和赋能，持续推进经纪人招聘、人才发展、人力服务等领域流程化、线上化建设，更好的支持组织与人才管理的变革。

16.未来楼市的走势对公司有哪些冲击？

目前，房地产市场整体平稳，但也不容乐观，国外疫情还没有完全被控制，国内在一段时间内还将继续保持疫情防控常态化状态。受疫情冲击，世界经济衰退，经济发展外部环境严峻，内部发展面临挑战。面对这些不确定、不稳定因素，公司将围绕“突破与提升”，探索应对外部挑战的手段，认清未来发展的趋势，抓住机遇谋求发展。公司将集中精力专注于 IT 系统能力建设，通过 IT 技术创新、AI 技术的进一步植入、互联网推广的强化，深化促进业务的线上与线下联动，进一步夯实数据库的内容质量，优化客户体验，通过平台化运作和数据化工具开发多角度赋能经纪人。进一步扩大业务边界，为走向平台化做好准备，在多品牌多业务模式下，加速在房源管理、运营管理、品牌营销等方面的联动，在产业链上联合更多细分领域的合作伙伴，实现共赢。

17.和其他同类型公司相比，贵公司的竞争优势是什么？是否计划有创新性业务的出现？

历经多轮市场周期变化和行业格局演变，公司通过 20 年的积累，搭建起覆盖房产交易全产业链的业务结构，拥有一支近 5 万人的优质经纪人队伍，并形成兼具专业、安全、高效的运营管理体系。公司的竞争优势主要体现在：全国化终端布局，深耕社区，房客源基础扎实；产业链完善，多业务协同，凸显经营韧性；突出重点，多区域布局，形成公司业绩稳定增长的有力保障；注重线上布局，多年持续投入，线上线同步迭代，自有流量逐年攀升；资本市场助力，品牌吸引力与资源获取能力显著提高。

18.公司长租公寓（相寓）有无考虑资产证券化或 Reits？

公司一直注重加强对资本市场创新工具的研究，REITs 有助于盘活存量资产，为持有类业务的运营提供新的解决方案。若后续根据相关规则结合公司实际考虑推出，公司会按照相关规定履行必要程序并及时履行公平信息披露义务。

19.请问公司如何看待二手业务的获客渠道和成本？

存量房获客渠道主要为网络、老客户转介绍、社区精耕，比例为 1:1:1，成本主要投入在网络端口费和广告营销费用。

20.公司如何看待二手佣金率的变化趋势？

二手佣金费率随着服务同质化问题的解决以及服务质量标准化和专业化的提升会趋于稳定，并逐步体现出与不同服务品质相匹配的分化趋势。

21.技术手段在中介行业中发挥了什么作用？

随着公司业务的发展，我们的房源和客源持续递增，业务场景也越来越多样化。如何能够精准地掌握房源信息、洞察客户、让房源和客源之间达到精准的匹配，这需要结合数字化技术去应对和赋能。

22.我爱我家似乎没有链家等知名，提高知名度有什么措施吗？

我爱我家是最早成立的全国性房地产中介服务连锁企业之一。存量房经纪包括房产买卖中介和房屋租赁中介服务，为业主和租房人提供信息、房源带看、交易条件谈判、签约到售后的一站式专业化服务。新房业务包括营销顾问、代理销售、渠道分销、渠道整合、电子商务等业务形式。其中，“伟业顾问”为开发商提供土地顾问、营销策划、以及销售代理的前、中、后台服务；“汇金行”为开发商提供机构整合、渠道分销等服务。“我爱我家”拥有“全国驰名商标”荣誉称号，2012年起至今连续五次荣获中国品牌力指数 C-BPI 房地产中介服务行业品牌力第一名。我们将持续打造公司的品牌竞争力。

23.贵司在一线城市的经营，与同业相比，竞争情况如何？

历经多轮市场周期变化和行业格局演变，公司通过 20 年的积累，搭建起覆盖房产交易全产业链的业务结构，拥有一支近 5 万人的优质经纪人队伍，并形成兼具专业、安全、高效的运营管理体系。公司的竞争优势主要体现在：全国化终端布局，深耕社区，房客源基础扎实；产业链完善，多业务协同，凸显经营韧性；突出重点，多区域布局，形成公司业绩稳定增长的有力保障；注重线上布局，多年持续投入，线上线下一体化同步迭代，自有流量逐年攀升；资本市场助力，品牌吸引力与资源获取能力显著提高。

24.维护公司股价的稳定，公司有哪些措施？

股价波动受多方面因素影响且属市场行为。我们的最根本方法就是把公司做好。公司一直致力于加强管理，努力提高经营业绩，力争在企业创造最大利润的同时，实现各方利益的平衡，共同推动公司持续、健康发展。

25.房产中介行业的发展前景是怎样的？

目前行业的集中度水平还很低，仍有很大的提升空间。从变化趋势看，行业进一步向头部品牌集中，区域经纪机构的市场份额逐步被压缩，以我爱我家为代表的具备线上线下一体化闭环能力且完成全国化布局的头部企业对行业中小机构的吸引力逐步增强。

26.公司如何抵御疫情带来的不利影响？

公司通过推出适当的人力政策稳定员工、对成本结构进行合理的调整

等方式，抵消疫情的影响，并为疫情后发展提供基础。

27.您怎么看待当前宏观经济变化给公司经营带来的压力？

房地产仍是房地产市场能够平稳健康发展便能保就业、保基本民生、保市场主体，符合政府工作报告所提到的“六稳”、“六保”底线要求压舱石。核心城市产业结构将不断优化调整，高素质人才将大量导入，有望给房地产市场提供更为坚实的需求支撑；卫星城市支柱产业不断培育发展，有望导入大批产业人口，房地产市场仍有较大的挖潜空间。

28.一线城市是否已经发展空间有限？

北京、深圳、上海、苏州、南京、天津、广州、厦门、大连等城市已经进入存量房时代。未来，受到城镇常住人口增加、城市更新改造、居住条件改善等因素的影响，需求将进一步向一线城市集中。

29.一线城市的房地产市场，您怎么看？

城镇常住人口增加、城市更新改造、居住条件改善等因素将会使需求向一线城市进一步集中。

30.你们现在业务上在线上做了哪些先进的技术手段？

公司在数字化转型方面成果明显，VR看房、AI讲房、选房卡、爱聊助手、大数据房屋估价、小区测评报告、智能推荐、我家繁星、5i学习等技术产品和工具陆续上线，得到了用户的高点击量和积极反馈。欢迎登陆 www.5i5j.com 体验。

31.看相关报表，二季度公司营收降幅收窄。请问，公司在成本管控上有哪些措施可以继续促进利润增加？

结合后疫情时期的市场及竞争情况，公司在人力成本结构及大额费用类支出预算管理流程优化方面进行调整，以提升管理效率，保证利润稳定。

32.您好，能举例或简单讲一下，你们的“数字化转型”有哪些具体的内容吗？

我爱我家围绕“数字化转型”战略，在产品、技术、基础研发等方面持续投入，运用大数据、云计算、人工智能（AI）、虚拟现实（VR）等技术，以数字科技创新为核心引擎，构建共享的数据资源生态体系。公司搭建的大数据平台，结合自然语言处理、语音识别、知识中心、机器学习等技术，在多个业务场景中进行智能应用研发，高效赋能经纪人、整合全渠道资源，为客户提供专业、安全、灵活、高效、体验优良的数字化、智能化服务。

围绕“数字化转型”战略，公司2019年研发投入7,933万元（2019年比2018年增加27.01%），2020年1-6月研发投入3,995万元。2020年上半年，IT团队新增82人，人数达到486人，占控股总部总人数的73%，加上杭州、南京、上海的IT技术人员，全国有700人左右。2020年上半年，我爱我家网总UV到有效商机的转化率提升至2.28%，6月

份，我爱我家官网的PV同比提升28%，自有流量逐年攀升，且增速在加快，官网DAU 39.8万，环比提升4%，整体访问量在上半年持续上涨，其中PC端11.95万，环比提升2.03%，WAP端14.8万，环比提升7.82%，APP端13.0万，环比提升1.71%；除了活跃度的不断提升，官网佣金贡献率自2019年9月首次超过外网后，保持稳步提升，贡献率持续2个季度超过外网，2020年上半年贡献率达到19%。未来我爱我家会坚定不移地在自主渠道能力建设上持续投入，强化入口效应。

33.请介绍一下，我爱我家目前进驻了哪些主要城市？目前是不是速度较慢？

公司始终坚持高质量稳健发展的经营策略，持续实现经营业绩的高质量增长。目前公司业务覆盖北京、杭州、上海、南京、苏州、天津、太原、南昌、成都、武汉、郑州、东莞、深圳等国内20个主要一、二线城市，门店总数超过3,400家，覆盖7万多个社区，拥有员工近5万人。开设海外城市公司6家，海外业务覆盖美国、加拿大、阿联酋、越南、马来西亚、日本等。公司线下门店的扩策略为：以加盟、直营合伙、城市代理为主要的拓城和拓店方式，同时考虑通过收购或外部品牌合作等方式进行规模扩张。

34.对于一线城市的楼市，公司认为进入了存量房时代吗？

存量房城市主要集中在房地产开发起步早、市场活跃度好、机构成交率高的一、二线城市，北京、深圳、上海、苏州、南京、天津、广州、厦门、大连等城市已经进入存量房时代。

35.华南作为新拓区域，增长迅速，请问公司未来在开拓华南市场方面有什么具体计划？

目前公司已经完成在东莞的布局，并在今年上半年取得了较大的规模提升；同时，今年上半年公司在深圳设立了“相寓”，籍此展开资产管理业务；公司将以上述经验加速在大湾区的布局。

36.请问解总如何看待阿里进军房地产销售及租赁领域的动作？

随着城镇化加速发展，基于人们的居住需求，房地产经纪和住房租赁行业市场规模越来越大，且品类分工细、地区差异明显，市场是充分竞争、百花齐放的，业内企业都有自己的市场定位和足够的发展空间。我爱我家将持续推动开放、连接、共享的行业生态圈建设。我们尊重市场各方，秉承开放、合作、共赢的态度，欢迎不同领域的伙伴进入这个行业，共同助力房产经纪市场持续健康发展。

37.贵公司对员工持股是否有计划？

公司于2020年4月启动首期员工持股计划，经股东大会审议通过，2020年7月初，公司完成首期员工持股计划的授予，旨在充分调动城市公司基层业务骨干和管理人员的积极性，增强员工对公司持续、健康发展的责任感、使命感，有效地将股东利益、公司利益和员工利益相结合，共同推动公司的战略转型与持续发展。具体情况您可参看公司在

	巨潮资讯网披露的相关公告。 (关于公司参加云南辖区上市公司2020年投资者网上集体接待日活动具体情况,投资者可登录“全景·路演天下”网站(http://rs.p5w.net/)查询。)
附件清单(如有)	无
日期	2020年9月18日