

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2月9日14:00

会议人员：国盛证券、华能信托、敦和资管、汐泰投资、恒大人寿。

出席人员：好莱客董事会秘书甘国强

记录人员：庄淇

一、2022年年度业绩预告

（一）预计2022年度实现归属于上市公司股东的净利润40,489.66万元到47,020.25万元，与上年同期相比，将增加33,959.07万元到40,489.66万元，同比增加520%到620%。

（二）预计2022年度实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润22,194.89万元到26,478.11万元，与上年同期相比，将增加18,301.05万元到22,584.27万元，同比增加470%到580%。

二、业绩变动的主要原因：

（一）2022年度，面对高度不确定的外部经营环境，公司贯彻既定发展战略，持续聚焦“新原态+大家居”核心战略，稳健经营，经营质量持续恢复提升。

（二）公司2021年度计提各项减值损失合计43,721.66万元，导致公司2021年度合并报表净利润基数较小。而经财务部门初步测算，公司2022年度预计计提各项减值损失同比大幅减少。

（三）报告期内，湖北千川门窗有限公司（以下简称“湖北千川”）业绩承诺方回购公司所持湖北千川51%股权，经财务部门初步测算，本次交易事项确认投资收益税后17,437.75万元，导致公司报告期内非经常性损益同比大幅增加。

（四）湖北千川自2022年7月1日起不再纳入公司合并报表范围，经财务部门初步测算，好莱客（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）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%。

三、投资者答疑

问题 1：剔除千川后公司自身经营情况？增长驱动力在哪？

回答：经财务部门初步测算，好莱客自身 2022 年度扣非前净利润同比增加 0% 到 15%，扣非后净利润同比增加 5% 到 25%。新增品类和新增渠道对业绩拉动会持续发力。

问题 2：2022 第三季度关店数量很多，剔除千川后自身关店数量？

回答：第三季度的关店数量较多，主要因为湖北千川出表，其门店视为关闭。从好莱客自身门店的情况来看，去年关店数量不多。

问题 3：大家居订单数量占比？成品配套情况？

回答：大家居订单数量占比逐年在提升，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。针对存量房市场和消费者需求，成品配套在销售端配合大家居战略，融入套餐销售。

除自有品牌外，公司与英国床垫品牌「斯林百兰」、与欧洲家电品牌「倍科」等国内外知名品牌达成战略合作，合作开发联名产品。通过有一定品牌力背书的联名产品丰富公司大家居产品矩阵，可以有效地拉动整个“大家居”的订单。

问题 4：今年开店计划？

回答：过往疫情等因素影响开店节奏，今年随着组织架构的调整相信会恢复正常的开店节奏，公司也将按 A、B、C 不同城市级别制定相应的扩张模式，做到因城施策。

问题 5：今年直营会加强拓展吗？

回答：直营会保持稳定。因为各地生活习惯、需求不同，需要当地经销商做加盟商，能更好开拓当地市场。直营渠道主要在广州这边，方便公司总部直接触达市场。

问题 6：大宗业务渠道情况？

回答：零售业务依旧是公司的核心渠道，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、国企为主要客户，再加少量优质的民营企业组成客户结构。公司在大宗业务渠道会按照既定节奏稳健发展。

问题 7：毛利率情况？

回答：2022 年前三季度毛利率维持在 36%-37% 的水平。公司从 2020 年开始主动让利终端，更好地支持和帮扶经销商，未来也将会支持经销商加大市场份额。

问题 8：新房与存量房情况？

回答：在一线城市，新房占比少，存量房占比较多。

问题 9：吉吉招商安排？

回答：公司去年 7 月份以“HD 吉吉”品牌进入高定领域，目前已经在广州罗浮宫的门店对外营业。公司主要市场放在好莱客这个主品牌面向的大众市场，高定品牌 HD 吉吉对招商的要求会更高。