

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6月15日14:30

会议人员：中信证券、圆石投资、趋势（横琴）资产管理、叁道资产、展富资产、鑫淼基金、广州产投、赢韬投资、瑞锋投资、民沣投资、聚众鑫创投、深圳市上市公司并购协会、其他个人投资者14人。

出席人员：好莱客证券事务代表刘玉辉

记录人员：庄淇

一、参观生产基地

投资者参观公司位于广州从化的智能制造生产基地。公司智能工厂以领先的生产水平牵引全链智能制造，通过柔性化智造对接人性化设计，让后端规模化生产精准匹配前端个性化订单需求，在环保品质、交付效率、节能减排等方面奠定了家居行业新高度，推动了中国定制家居行业工业智造的质的飞跃。

二、参观展厅

投资者参观广州从化生产基地的展厅“好莱客原态潮居智造所”。整个展厅占地5,000平米，包含“公共区”“大家居精品馆”“整装馆”“工程馆”“未莱厨房”“集成馆”6个部分，走进原态潮居智造所，沉浸式地体验好莱客的原态生活。

三、业绩介绍

1、2022年业绩情况

2022年度，因湖北千川业绩承诺方回购公司所持湖北千川51%股权，湖北千川自2022年7月1日起不再纳入公司合并报表范围，导致公司2022年度合并报表经营数据同比口径存在差异。2022年，公司合并报表实现营业收入28.23亿元，同比减少16.25%，归属于上市公司股东的净利润4.31亿元，同比增加560.07%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润2.48亿元，同比增加538.07%。

剔除湖北千川 2022 年上半年并表损益及回购事项损益的影响，好莱客实现营业收入 25.31 亿元，同比减少 2.59%，归属于上市公司股东的净利润 2.36 亿元，同比增加 7.97%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 2.31 亿元，同比增加 16.51%。好莱客自身经营成果如下：

产品方面，2022 年，公司衣柜及全屋产品实现营业收入 19.08 亿元，占主营业务收入 78.61%，毛利率为 38.69%，仍为公司主要的产品品类。在大家居战略的推动下，公司大家居订单占比稳步提升，零售客单值同比提升超 15%，橱柜产品、木门产品在主营业务收入中的比重持续提升，大家居战略成效显著。

渠道方面，零售业务依旧是公司的核心渠道，受房地产行业下行以及居民消费减弱等因素影响，公司零售业务 2022 年营业收入总体同比减少 8.07%，其中直营店实现营业收入 0.87 亿元，同比增长 11.82%，经销店实现营业收入 21.87 亿元，同比减少 8.71%。公司在零售渠道及品牌建设方面继续完善布局，一方面在头部市场通过持续推动城市运营平台模式的方式加密网点，积极开拓下沉市场，推进空白城市的门店覆盖，深耕传统经销商渠道；一方面深化拎包、个性化家装、艺术整装、新零售、外贸等新渠道的布局。2022 年度，公司整装业务加大与头部装企的合作力度，同时作为独立渠道进行招商，整装业务规模同比增加超 60%。

大宗业务方面，为强化对大宗业务的风险管控，公司坚持以央企、国企为核心、优质民营企业为辅的客户结构，在夯实规模的基础上持续优化客户结构，降低合作风险。经过多年培育发展，好莱客自身大宗业务团队能力得到较大提升，主要客户包括保利、越秀、万科、华润、星河、中建系等国内优质房地产企业，2022 年好莱客自身大宗业务规模同比增加 297.80%。

2、2023 年第一季度业绩情况

湖北千川自 2022 年 7 月 1 日起不再纳入公司合并报表范围，导致 2023 年第一季度同比口径存在差异。好莱客自身 2023 年第一季度营业收入同比减少 22.89%，归属于上市公司股东的净利润同比减少 54.68%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润同比减少 95.32%，主要是 2023 年第一季度终端零售市场仍在恢复中，且公司产品交付较订单接单存在滞后性所致。

四、投资者答疑

问题 1、公司产品的优势或差异化体现在哪里？

回答：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。

此外，好莱客秉承大师设计，在产品风格上一直不断引领，品牌路径更年轻化，凸显好莱客品牌“潮”的时尚属性，触达年轻消费者市场；公司新开发的产品在生产和工艺方面更加人性化，这都是差异化的体现。

问题 2、现在新房、二手房客户情况？

回答：一线城市二手房占比增加，三四线城市新房偏多。除一手房、二手房之外，非交易性的改善型住房也在增加。

问题 3、对家居市场的看法？

回答：家居的消费需求属于刚需，从目前来看，刚需消费的需求并没有消失，只是传导到定制家居行业有所滞后。

问题 4、橱衣木的连单情况？

回答：2022 年度衣柜占主营业务收入 78.61%，仍为公司主要的产品品类。在大家居战略的推动下，公司大家居订单占比稳步提升，橱柜产品、木门产品在主营业务收入中的比重也持续提升。

问题 5、今年或未来的战略定位？

回答：公司持续聚焦“新原态+大家居”核心战略，关注全品类，满足消费者一站式购齐需求，稳健经营，持续提升经营质量。

问题 6、一次安装成功率如何保证？

回答：公司配有专门培训人员，定期开展培训，帮助经销商的安装团队提高

安装能力，最大程度保证客户的消费体验。

问题 7、库存周转情况？

回答：零售是好莱客的核心业务，采用先款后货的商业模式，存货以原材料为主，订单完成生产后产品会按时发出，因此该模式下公司的现金流状况很好，风险承受能力也较好。

问题 8：湖北千川股权转让情况？款项是否全部收回

回答：湖北千川业绩承诺方以 7.92 亿元现金回购了公司所持湖北千川 51% 股权，公司确认了投资收益约 1.79 亿元，至 2023 年 1 月股权转让款已全部收回。