

证券代码： 002713

证券简称： 东易日盛

## 东易日盛家居装饰集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号： 2023-03

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 <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	泰康资产 王栋 邹志 李金桃 蔺皓天 张烁 鲍亮
时间	2023 年 8 月 2 日
地点	东易日盛总部大厦
上市公司接待人员姓名	董事长 陈辉
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、体验公司数字化系统及参观店面</p> <p>1、参观数字化营销获客及转化系统、真家 AIGC 及 DIM+ 深化设计系统、家装业务全链条智能运营管理系统。</p> <p>2、现场演示新项目从户型图到三维漫游模型、从漫游模型的某一个角度到 AIGC 风格创意图、从 AIGC 风格创意图到同风格的空间 4D 漫游模型、最后到 DIM+ 实现方案的精准落地，展示不同方案切换、主材辅材动态调整、整体报价全过程。</p> <p>二、问答交流</p> <p>1、过去三年，家装行业同时受到疫情及房地产政策调控影响，业务端承压明显，近期密集出台了多项政策，包括促进家居消费、地产松绑、城中村改造、促进民营经济等，公司是否体会到了行业的复苏？</p> <p>家装公司主要受消费（二手房交易和老房改造业务）和地产（毛坯房和精装改造业务）两个因素的影响。过去三年，受大环境的影响，两条线都给行业带来很大的压力。进入 2023 年以来，</p>

一季度我们明显能感受到市场环境在向好，但二季度开始又明显感觉消费信心出现了不足。近期，国家采取各种措施“保交楼”、出台了多项调整优化房地产政策、促进家居消费的政策。其中绝大部分政策的导向对我们公司是直接利好，比如多项地产政策意在促进换房需求；比如特大超大城市城中村改造，东易作为全国性装企，基本主要战场就在这些城市；比如促进家居消费的 13 条，支持绿色供应链、智能消费、旧房装修、规范市场秩序等等多条政策，都会利好东易日盛这种规范经营龙头企业。我们预计很快在各级政府会有更加实际的政策落地。进而在业务端就会有订单数据的改善。

2、公司于 2022 年提出全新“数字化家装”产品，我们应该如何理解“数字化家装”？

“数字化家装”指的是公司通过自主研发的数字化科技家装系统，运用数字化、智能化等技术手段，实现获客、设计、施工交付、售后服务的全链路数字化赋能下的整装模式。数字化最终带来客户体验的极大改善和运营效率的极大提升。各个环节包括的数字化工具分别包括：

(1) 数字化营销获客及转化系统：该系统通过应用互联网营销工具，帮助公司提高获客效率；在此基础上，再通过大数据工具对客户进行精准画像，深度挖掘客户需求，进行有针对性的深度沟通，提供客户线索转化效率。

(2) 真家 AIGC 及 DIM+深化设计系统（数字化设计系统）：“真家 AIGC”基于公司 20 多年家装业务实践，应用自主研发的业内领先的 3D-VR 渲染引擎及 AI+3D 云智能设计，结合人工智能、推荐算法等新技术的运用，通过裸眼 VR 云台为客户极速呈现全屋渲染及高清全景图，可以实现全屋漫游式体验，这里说的全屋漫游式体验和大家常见的房屋跳转式 VR 有显著的差异，是真正的“所见即所得”。此外，DIM+数字化深化设计系统，使设计方案、图纸、报价直接对接后端真实供应链、工程管理等交付系统，大大提升运营效率的同时，实现了精准设计、精

准列项、精准算量、精准报价，真正做到“零增项”，解决了家装领域消费者一贯诟病的透明度问题。

(3) 星耀 SaaS (家装业务全链条智能运营管理系统)：客户可以通过 APP 端了解验收标准和自己家中的施工进度，在线上即可完成验收事项，节约时间成本的同时，实现管理精细化、业务数据化，并具备灵活与扩展的特性，让客户随时随地了解作业进度及家中真实情况，真正体验科技家装全流程，大大提升了客户的参与感和信任感。

3、公司“数装”产品相较于公司过去的业务模式，带来了哪些变化？

1) 客户体验和满意度的提升，客户进店到最终签单时间明显减短，最快达到一次进店半天签单。进而会使线索转化率提升，最终体现为产值的提升和获客成本的下降，同时达成降本和增效的目的；

2) 数装相比传统模式，会更加有机会为客户提供整体拎包入住的机会，也就是可以打包卖更多的包括主材、软装在内的产品给客户，最终体现为客单价的提升，达成增效的目的；

3) 因为数字化的加持，可以更多使用垂直供应链，材料成本明显降低，毛利有较明显的提升；同时因为设计效率的提升，最终会给客户带来更好的性价比。过去几年公司在保证高质量、真材料、不增项的原则下，客户感受报价略高，目前在价格上也开始具备优势。这同时达成降本和增效的目的。

4) 有 DIM+ 和后端交付 SaaS 工具，使报价极其精准且透明，交付效率和品质得到很大提升，最终形成口碑相传，同时达成降本和增效的目的。

4、在数字化及智能化产品的研发及应用上，公司是否有更长远的计划？

1) 公司会持续迭代现有产品，让其变得更加好用，易用。同时尽快完成团队的培训和应用，把效率提升到实处；

2) 公司也会研发更多的新产品，比如人工智能监理等可以

	<p>进一步提升客户满意度和公司运营效率的工具；</p> <p>3) 将这些数字化产品择机向行业开放，推动行业高效发展的同时，尝试成为技术输出型公司的可能。</p> <p>5、公司在经营目标上有什么计划？</p> <p>1) 随着房地产和家装、家居等政策刺激的出台，我们认为宏观环境上给公司提供了进一步提升经营质量机会。</p> <p>2) 今年上半年亏损已经明显收窄，明年我们希望能够在收入和利润率上达到正常的经营效果；同时，随着数装产品的发挥效力，我们希望未来 3-5 年能够进一步扩大市场占有率，利润率突破过去传统装修的限制；远期来看，希望能做到技术输出，成为家装领域的技术型企业，为行业赋能。</p>
附件清单(如有)	
日期	2023-08-02