

证券代码：002043

证券简称：兔 宝 宝

德华兔宝宝装饰新材股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-003

投资者关系活动类别	
☐ 特定对象调研	☐ 分析师会议
☐ 媒体采访	☐ 业绩说明会
☐ 新闻发布会	☐ 路演活动
☐ 现场参观	☒ 电话交流会议
参与单位名称及人员姓名	
广发证券股份有限公司、长江证券股份有限公司、天风证券股份有限公司、华泰证券股份有限公司、国信证券股份有限公司、国金证券股份有限公司、国投证券股份有限公司、中信证券股份有限公司、财通证券股份有限公司、国泰海通证券股份有限公司、华西证券股份有限公司、中国银河证券股份有限公司、上海睿郡资产管理有限公司、工银瑞信基金管理有限公司、南方基金管理股份有限公司、富国基金管理有限公司、光大保德信基金管理有限公司、西部证券股份有限公司等 78 位投资者。	
时间	
2025 年 8 月 19 日	
地点	
线上电话会议	
上市公司接待人员姓名	
1、副总经理兼董事会秘书丁涛 2、财务总监阮飘飘	
投资者关系活动主要内容介绍	
一、公司 2025 年半年报数据解读 2025 年上半年公司实现营业收入 36.34 亿元，同比减少 7.01%；实现归属于上市公司股东的净利润 2.68 亿元，同比增长 9.71%；扣非净利润为 2.36 亿元，同比增长 0.63%。其中青岛裕丰汉唐上半年实现营业收入 0.53 亿元，同比下降 60.45%，净利润为-7860.00 万元。剔除青岛裕丰汉唐影响后，兔宝宝本部业务实现营业收	

入 35.81 亿元，同比减少 5.11%；净利润为 3.43 亿，同比增长 10.28%；扣非净利润为 3.24 亿元，同比增长 3.14%。

2025 年二季度公司实现营业收入 23.63 亿元，同比减少 2.55%；实现归属于上市公司股东的净利润 1.67 亿元，同比增长 7.15%；实现扣非净利润 1.49 亿元，同比减少 3.15%。青岛裕丰汉唐第二季度由于收入较少及减值影响，实现净利润为 -5507.68 万元。兔宝宝本部二季度实现营业收入 23.10 亿元，同比增加 0.23%；净利润为 2.19 亿，同比增长 18.21%；扣非净利润为 2.07 亿元，同比增加 10.14%。

分业务来看，装饰材料业务完成收入 29.85 亿元，同比减少 9.05%，其中板材业务收入 17.93 亿元，同比减少 16.45%，其他装饰材料业务收入 10.07 亿元，同比增长 9.87%，装饰材料品牌使用费 1.85 万元，同比减少 12.44%；定制家居业务完成 6.21 亿元，同比增加 4.46%，其中全屋定制业务完成 3.09 亿元，同比增加 3%，工程定制业务的青岛裕丰汉唐实现收入 0.53 亿元，同比减少 60.45%。总体来说，板材业务因整体市场下滑今年有一定的压力，公司通过拓展其他装饰材料的销售，保持整体业务稳健发展，兔宝宝家居业务较去年同期实现了正增长，二季度以来增速有所提升。

二、主要问题及回答

1、装饰材料业务渠道占比及销售情况。

答：在渠道管理体系优化下，公司现按照渠道“专供板”进行数据统计，取代了以往依赖门店上报的统计方式，使得数据采集更加精准。根据上半年数据显示，公司分销渠道占比 38.5%（其中乡镇渠道占 8.9%），家具厂渠道占比 49.6%，家装公司渠道占比 8.1%，工装渠道占比 3.8%。受整体市场环境及消费习惯变化的影响，板材门店零售业务有所下滑，但在下沉的乡镇市场里，消费者主要还是通过门店采购板材，公司大力发展乡镇渠道业务，上半年完成招商 847 家，完成建店 334 家；家具厂渠道业务上半年较去年同期有一定提升，今年重点推广产品——彩臻板（颗粒板）上半年销售约 600 万张，已达到去年全年销售水平。家装公司业务在加强运营管理后，也实现了较快增长。

2、2025 年上半年装饰材料业务毛利上升的原因？

答：装饰材料业务的毛利率主要受板材业务及其他装饰材料业务的影响。在板

材业务方面，公司通过强化成本管控，有效降低成本，让利于经销商和终端市场，公司保持相对稳定的单位利润，在单价有所下调的情况下，板材业务的毛利率提升。其他装饰材料业务方面，公司积极推进辅材配套策略，通过板材销售带动高毛利的其他装饰材料增长，如封边条、五金、胶粘剂、石膏板等产品，优化整体产品结构与毛利水平，上半年其他装饰材料销售额同比增长 9.9%，拉动了装饰材料板块整体毛利率的提升。

3、在当前市场环境下，公司采取了哪些应对策略？

答：在供应链管理方面，公司设立成本管控部门，在严守产品质量底线基础上，强化成本控制，通过集中大商采购，整合资源，淘汰分散低效的小型供应商。销售端，公司加强一、二级经销商价格管控，提升产品市场竞争力；通过“扶商、增商、换商”策略，完善渠道布局；动态评估经销商库存，推动库存水平回归合理区间，确保板材业务以稳为主、健康发展。产品上，公司提供四种基材及多样化功能选项，满足差异化需求，并同步配套封边皮、五金、胶粘剂、柜门板等关键辅材，拓展辅料销售；持续完善产品体系，当前公司家具厂渠道重点推广的彩臻板（颗粒板）定位流量型产品，性价比高，旨在快速开拓市场，未来考虑推动产品体系升级，逐步推出高设计感、高品质、高附加值的中高端产品，提升单客产值与整体盈利能力。

4、公司全屋定制业务情况及国补的影响？

答：上半年，公司定制家居业务保持稳定增长，公司通过持续优化经销商体系，提升运营质量和效率；渠道上，公司重点加强家装公司渠道的运营，助力经销商积极开拓装企业务的同时，主动寻求与大型装企直营合作，进一步扩大市场份额，上半年家居业务家装公司渠道销量同比增加 46.5%。公司将国补政策纳入家居业务整体考量，目前主要是县区补贴，通过定制柜类产品形式享受补贴，产品具备了价格优势，拉动了品牌销量。公司持续关注各地政策动态，并要求省级分公司及门店积极跟进政策变化，鼓励经销商参与相关政策申报。

5、板材品类变化趋势如何？

答：在家具市场，目前颗粒板用量呈上升趋势，多层板因平整度、稳定性等

优势用量也相对平稳，生态板用量有所下滑。全国范围的家具厂渠道，颗粒板用量已超过多层板和生态板，但在零售木工领域生态板和多层板仍占主导。

6、我们目前的国外业务有哪些变化？

答：公司现有的国外业务仍以板材和地板为主，其中板材由装饰板分公司及位于柬埔寨的子公司生产管理，负责出口业务。公司管理层对出口业务较为关注，今年已组织相关人员赴国外考察，并积极参加全球各地展会，争取出口业务能取得持续的增长。

附件清单（如有）

无