

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：2018 年 9 月 20 日 9: 00

会议人员：Invesco(景顺资产管理公司)

出席人员：副总经理、董事会秘书、财务总监邓涛

记录人员：刘玉辉

一、简要介绍 2018 年上半年业绩

2018 年上半年，公司营业收入同比增长 25.69%，扣非后归母净利润同比增长 30.36%，经营性现金流量同比增长 83.61%，每股收益率同比增长 54.05，净利率为 20.06%，主营业务毛利率为 40.45%，业绩维持稳定增长。上半年，橱柜系列产品全线上市，木门面市，不断丰富公司的产品品类，为公司的下一个增长点蓄锐。公司从全渠道获取客流，不断创新营销模式，不断提升 IT 信息能力，实现高质量的可持续增长。

二、投资者答疑

问题 1：A 类城市的营收增速情况以及增速来源？

答：A 类城市营业收入增长约为 40%，1/3 的 A 类城市增长超过了 50%，沈阳和长春增速超 100%。A 类城市之所以能够实现高速度增长，主要得益于公司对经销商与门店的优化调整，不断提高经销商运营能力，优化好莱客门店服务体验等

问题 2：公司的营销策略如何开展？

答：公司实行“准投入、多渠道、强曝光、大覆盖”的营销策略，策划包括春节开门红预售、315 全国百城联动、426 世界无醛日全明星抖音推广、616 原态公益等一系列营销活动，品牌曝光度超以往。

问题 3：公司的门店分布如何？

答：截止 2018 年 6 月 30 日，公司的经销商门店接近 1700 家（含装修）。门店在全国范围内都有分布，其中，华东和华北占比较大，分别约为 27%和 22%。上半

年，全国净增加门店超过 140 家，约 50%是原有城市的加密门店，另外 50%是新开拓城市的门店。

问题 4：公司目前客单值的情况？

答：今年上半年，公司订单平均客单值提升超过 10%。

问题 5：公司经销商同店增长情况如何？

答：今年上半年，经销商同店（存续时间超过 1 年的门店）销售金额同比增长超过 15%。经销商整体盈利情况持续改善，为进一步增长奠定信心。

问题 6：公司产品的差异化体现在哪里？

答：从产品角度来说，原态板是公司的主要产品，并且已经注册商标，新产品中推出的新中式系类获得公众一致好评，新品类 T 型门采用德国工艺，差异化明显。从营销角度来说，公司采用套餐系列的打法，套餐组合多样，满足消费者的定制需求。从信息化角度来说，公司采用 3D 设计软件，SAP 系统切换完成，各流程环节打通并且持续不断在优化。

问题 7：精装房的趋势对公司影响？

答：精装房趋势对橱柜为主的企业影响较大，对衣柜为主的企业来说影响相对较小。

问题 8：公司的生产设备是国产还进口？

答：公司目前设备的战略基本上会以进口的为主，公司希望的是能为消费者提供最好、最优质的产品。虽然国产的设备从性价比的角度占优，但是从消费者的感觉、公司的环保诉求以及公司对工艺完美的要求等多角度出发，我们都更倾向于进口的设备，希望有更好的设备为消费者生产出更好的产品。

问题 9：下半年和明年对房地产的变化预期？对我们的影响？

答：房地产对企业的影响需要分市场看，渗透率比较高的一二线城市受到的影响

比较直接，要进行中长周期的调整，三四五线城市受房地产影响比较小。房地产对橱柜影响比较大，而对衣柜来说，影响较小；公司以往没有重点考虑存量房的开发和精细化的流量获取，因此在未来，我们会充分挖掘这部分市场，而这个是房地产不会影响到的市场。

问题 10：公司高端产品的占比提升，消费升级的逻辑为什么可以持续？

答：我们一直坚定认为消费升级逻辑，消费的进化不会停止。公司自身的产品结构方面有支撑，A 类城市的原态板占比连续四个季度占比超过 50%，BC 类城市（三四五线城市）也在提升。上半年客单价提升了 10%，主要是单个客户的购买的柜体提升和柜体板材结构优化带来的，下半年和明年产品的差异化维度会拉大，其他板材、高端工艺推出会打造更多的差异化元素。