

证券代码：000785

证券简称：居然之家

# 居然之家新零售集团股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称	中信证券、国金证券、长江证券、建投华文、易方达基金、博时基金、招商基金、华宝基金、浙商基金、红杉中国、淡水泉投资等共40家机构
时间	2024年08月30日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 王建亮 财务总监 杨帆
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、公司 2024 年上半年业务发展情况</b></p> <p>2024 年上半年，全国建材家居行业有效需求不足的问题仍比较突出，面对严峻的市场考验，公司经营班子坚定信心，积极挖品牌、抢销售、抓转型，并根据市场变化打造新模式、铸造新能力、探索新布局，寻找新的增长动力。报告期内，公司家居主业虽然受市场影响收入有所减少，但总体保持稳定，创新策略加速落地；实体店第二增长曲线稳步拓展，经营特色逐步显现；数智化转型效果继续得到深化，各板块继续保持较快发展速度，并且对稳固主业起到明显支撑作用；国际化战略迈出坚实步伐。</p> <p>2024 年上半年公司实现市场销售（GMV）559.2 亿元，同比增长 16.2%；实现营业收入 63.47 亿元，同比下降 0.88%；实现归属于上市公司股东的净利润 6.03 亿元，同比下降 30.44%；实现归属于上市公司股东的扣非净利润 6.75 亿元，同比下降 22.97%。</p> <p>报告期内，公司净利润下降的主要原因为：家居建材作为一类客单价相对较高、决策链条相对较长的消费品类，特定外部因素影响后复苏过程相对缓慢。商户经历特定外部因素影响，经营也面临较大的压力。公司基于市场的动态变化，为支持商户持续经营，继续对合格商户减免了部分租金及管理费，导致毛利水平高的租金收入、管理费收入出现阶段性下滑。为消化收入下滑的不利影响，公司不断创新卖场合作新模式，在租赁成本端推行营业收入分成合作模式，虽然租赁收入阶段性下滑，但固定租赁成本也在逐步下降，租赁业务的毛利率维持稳定水平。同时，公司加强</p>

费控管理，管理费用率、销售费用率、财务费用率同比均有明显改善。

### 1、家居主业保持稳步发展

截至 2024 年 6 月 30 日，公司在国内 30 个省区市及海外柬埔寨经营 409 家家居卖场，包含 85 家直营卖场及 324 家委托管理及加盟卖场。

上半年，公司围绕家居主业积极推进各项转型策略。一是在总结试点经验基础上，全面落实“一店两制”的招商策略。上半年通过“销售分成”模式招商面积占新招商面积的 65.4%，有效带动招商率稳步提升。二是加速家居卖场向智能家居体验中心方向转型升级。公司在卖场一层集中规划智能汽车、智能家居及电器品类，将智能家居打造成市场热点和第一大品类。智能家居体验中心带动招商率提升的同时，体验式的消费场景对于引流亦有巨大作用，2024 年上半年，首家智能家居体验中心通州店智能家居及电器面积占比达 15.6%，销售净额占比达 24.4%。上半年公司直营门店智能家居及电器经营面积较 2023 年底新增 2.81 万平米。三是营销活动的方式、广度和深度不断创新，各地以旧换新政策陆续落地，较好地促进了销售增长。2024 年上半年，集团总部开展了“老汪来了”、“总裁价到”、“以旧换新”等 10 余场大型直播，成交订单 5.8 万笔，直播间总计曝光 2,123.5 万次，分公司分店开展“约惠总经理”直播 1.3 万场。通过开展“旧房焕新颜”、“家具家电以旧换新”等营销 IP 活动，上半年实现获客 11.7 万人，引导销售 4.6 亿元，回收旧物 1.4 万件。公司北京等多地卖场已入选当地以旧换新政策补贴合作企业。公司与箭牌、喜临门、方太、索菲亚等 38 个品牌开展全国联合营销活动 75 场，活动期销售额同比增长 19.8%。四是淘汰不力门店的同时，优选优质项目稳妥开展连锁拓展业务。长沙智能家居体验中心近日已开业，北四环智能家居体验中心、广州番禺智能家居体验中心下半年即将开业，深圳等店也在筹备中。

### 2、公司实体店第二增长曲线稳步拓展

截至 2024 年 6 月 30 日，公司在长春、呼和浩特、武汉已开业 4 家“中商世界里”购物中心。2024 年上半年购物中心实现销售额 12.67 亿元，同比增长 193.7%，上半年客流达 2,044 万人次，同比增长 156.3%。公司孵化和自营的海洋畅想中心运营日渐成熟，长春“中商世界里”海洋畅想中心 2024 年上半年累计进店客流 5.9 万人，荣获长春市美团景点收藏榜第 1 名，城市景点热销榜第 3 名。公司孵化和自营的极动公园项目表现靛眼，北京、广州、长春、呼和浩特 4 家已开业极动公园，上半年销售额同比增长 22.0%，客流量同比增长 91.4%。

### 3、数智化转型成效明显

2024 年上半年公司数智化转型的三大抓手，洞窝、居然设计家和居然智慧家均取得了较好发展。

洞窝：截至 2024 年 6 月 30 日，洞窝累计上线卖场达 1,016 家，同比增长 82.4%；入驻商户超过 11 万家，同比增长 66.7%；注册用户超 3,150 万，同比增长 79.4%；上半年实现平台交易（GMV）466 亿元，同比增长 11.8%；6 月月活用户 403.73 万，同比提升 18.3%。

设计家：截至 2024 年 6 月 30 日，居然设计家的全球注册用户数量超 1,616 万，同比增长 19%；设计案例数超 3,522 万，同比增长 16%；模型数量超 1,391 万，同比增长 23%。

智慧家：上半年居然智慧家新开门店 11 家，完成了华为、比亚迪、小鹏、长城、哪吒等汽车品牌的自营授权审批。截至 2024 年 6 月 30 日，与居然智慧家实现互联互通的合作品牌超 200 家，接入设备超 20 万，注册用户数超 20 万。已累计在全国 15 个省市开业门店 128 个，其中：人、车、家融合店已开业 2 家，北四、十里河、丽泽、太原、西安、天津店已在筹备中。2024 年 6 月 25 日，公司与华为达成战略合作协议，将依托全国连锁卖场积极落地华为手机和智选汽车等终端产品的销售场景，为消费者带来人、车、家三位一体的智慧生活新理念。上半年，居然智慧家实现销售额 22.5 亿元，同比增长 30.6%。

#### 4、加快国际化步伐

线下业务方面：金边店、澳门店分别于2024年3月、6月正式开业，截至2024年6月30日，两个店招商率均在96%以上。

线上业务方面：跨境电商平台“新窝”上线运营，围绕流量、用户和商品构建完整的运营体系，上线以来，注册用户超13万人。2024年4月，居然设计家在米兰召开合伙人大会，截至2024年6月30日，已拓展意、美、德、巴西等国共13个合伙人、9个直客，涵盖设计机构、家具零售、地产、软件代理等行业。

## 二、投资者提问及公司回复情况

### 1、公司去年创新销售分成、一店两制模式，目前该模式的总体表现怎么样？

回答：

公司通过“销售分成”的招商策略，努力与商户形成风险共担、利益共享的关系，与品牌、经销商共同构建“命运共同体”。该策略首先在哈尔滨和内江进行试点，取得良好效果，招商率达到98%以上。2024年上半年，公司全面推行销售分成、一店两制模式，通过“销售分成”模式招商面积占新招商面积的65.4%，有效带动招商率稳步提升。

### 2、请问公司智能家居体验中心的发展情况如何？

回

答上半年，公司加速家居卖场向智能家居体验中心方向转型升级，打造“人、车、家”三位一体的智能生活新场景。目前已在北京通州、长沙、内江、许昌、呼和浩特等十几家门店开设智能家居体验中心，北四环智能家居体验中心、广州番禺智能家居体验中心下半年将开业。2024年上半年居然智慧家新开门店11家，“人车家”融合店已在北京通州店、北京玉泉营店开业，北京北四环店、北京十里河店、北京丽泽店，太原、西安、天津等地的直营店已在筹备中。2024年上半年公司直营门店智能家居及电器经营面积较2023年底新增2.81万平米。

### 3、请问新一轮以旧换新补贴细则发布，对公司有什么影响？

回答：

近日，国家新一轮以旧换新政策出台，补贴比例较第一期大幅提升。公司积极响应国家号召，北京等多地卖场已入选当地以旧换新政策补贴合作企业。公司加速落实“家具家电以旧换新”政策，全国门店均推出“以旧换新”活动，各个门店通过设立“以旧换新”抖音账号等方式增加宣传力度。公司“以旧换新”活动可与政府推出的“家电以旧换新”政策优惠叠加，2024年上半年实现获客11.7万人，引导销售4.6亿元。

除了家电以旧换新外，公司正积极推进家装以旧换新政策落地，已有多店适老样板间获得政府补贴。

### 4、公司毛利率下降的主要原因是什么？

回答：

公司毛利率下滑主要是由于商品销售收入快速增长，营收占比提升，导致公司整体业务毛利率下滑。报告期公司核心主业租赁及加盟管理业务毛利率保持稳定，其中租赁及其管理业务、加盟管理业务毛利率分别提升0.21%、0.37%。

### 5、请问公司与金隅集团战略合作有什么进展？

回答：

公司引进金隅集团战略合作后，双方已在卖场业务、房地产开发（建材采购）、资产盘活利用、整装与物业管理、数字化转型、物流与检测业务、资源综合利用等

	<p>领域开展对接，产业协同在全国范围内快速展开，双方优势加速互补，效果开始显现。比如在卖场业务方面，金隅集团所属企业品牌(天坛家具、爱乐屋、科勒、TOTO)加速入驻公司卖场，截至6月30日，入驻摊位数量达50个，同比增加8个；新开门店方面，天坛整家石家庄、保定门店选址公司卖场；整装方面，科勒、TOTO等品牌已进入居然乐屋整装供应链。作为两个龙头企业，双方合作提升了经营效益的同时推动了家居建材行业稳定健康发展。</p>
<b>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</b>	<p>本次活动不涉及应披露重大信息。</p>
<b>附件清单(如有)</b>	<p>无</p>
<b>日期</b>	<p>2024年08月30日</p>