

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：2026-001

投资者关系活动类别	
<input 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 checked="" type="checkbox"/> 电话交流会议
<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	
长江证券股份有限公司、广发证券股份有限公司、国泰海通证券股份有限公司、国投证券股份有限公司、国金证券股份有限公司、财通证券股份有限公司、国信证券股份有限公司、国联民生证券股份有限公司、上海申银万国证券研究所有限公司、平安证券股份有限公司、华源证券股份有限公司、西部证券股份有限公司、中国银河证券股份有限公司、国盛证券有限责任公司、国海证券股份有限公司、东方财富证券股份有限公司、中泰证券股份有限公司、浙商证券股份有限公司、长城证券股份有限公司、上海睿郡资产管理有限公司、鹏华资产管理有限公司、富国基金管理有限公司、兴证全球基金管理有限公司、国投瑞银基金管理有限公司、交银施罗德基金管理有限公司等 69 位投资者。	
时间	
2026 年 4 月 29 日	
地点	
线上电话会议	
上市公司接待人员姓名	
副总经理兼董事会秘书丁涛、财务总监阮飘飘、证券部经理陈怀远	
投资者关系活动主要内容介绍	
<p>一、公司 2025 年年报及 2026 年一季报数据解读</p> <p>2025 年公司实现营业收入 88.83 亿元，同比下滑 3.33%；实现归属于上市公司股东的净利润 7.02 亿元，同比增长 20.00%（悍高集团等公允价值变动损益增加 2.08 亿元、青岛裕丰汉唐商誉计提 1.19 亿元）；扣非净利润 4.01 亿元，同比下滑 18.20%。剔除青岛裕丰汉唐影响后，兔宝宝本部 2025 年实现营业收入 86.34 亿元，同比增长 0.65%；净利润 9.33 亿元，同比增长 26.72%；扣非净利润 6.55 亿元，同比下滑</p>	

3.61%。

2026 年一季度公司实现营业收入 16.86 亿元，同比增长 32.68%；实现归属于上市公司股东的净利润 1.48 亿元，同比增长 46.36%（悍高集团公允价值损益增加 3121.85 万元）；扣非净利润为 9034.06 万元，同比增长 4.18%。青岛裕丰汉唐一季度实现营业收入 91.27 万元，净利润为-670.16 万元。兔宝宝本部实现营业收入 16.85 亿元，同比增长 32.57%；净利润为 1.55 亿元，同比增长 25.30%；扣非净利润为 1.12 亿元，同比下滑 3.81%。

二、主要问题及回答

1、公司 2026 年一季度业务板块情况。

答：2026 年一季度公司装饰材料业务完成收入 14.74 亿元，同比增长 38.54%，其中板材业务收入 9.18 亿元，同比增长 56.13%，其他装饰材料业务收入 4.81 亿元，同比增长 26.58%，装饰材料品牌使用费 7482.81 万元，同比下滑 22.00%；定制家居业务完成收入 1.96 亿元，同比下滑 1.38%，其中全屋定制业务完成 1.23 亿元，同比下滑 1.86%。

2、公司在装饰材料业务上，针对快速提升市场份额采取了哪些策略？

答：公司坚持渠道深耕，在乡镇市场上，持续推动传统门店转型升级为“板材定制+”门店，从单卖板材到为客户提供板材加工、定制服务。通过导入柜门板、石膏板、家具五金、地板、集成墙面等产品，提升门店客单值和盈利能力。公司装饰材料业务目前有 5000 多家门店，结合线上新媒体运营，通过短视频、直播等形式向乡镇消费者普及板材及定制知识，为门店精准输送客源，同时联动门店开展线下活动，强化消费者对品牌的直观认知，充分发挥公司门店网络优势，提升公司产品及产品在 C 端消费者中的影响力。面对家具厂渠道当前市场疲软、竞争激烈的局面，一方面，公司以高性价比产品“彩臻板”为核心抓手快速抢占市场，同步带动封边条、五金、柜门板等高毛利辅材销售，提升渠道整体盈利水平；另一方面，推出“纯芯版”等中高端产品，填补颗粒板市场在中高端产品领域的空白，完善产品布局；此外，公司采取“一商一策”策略及促销政策拉动销量增长，加速产品渗透，进一步巩固渠道竞争优势。

3、公司在销售上采取更积极的策略后，今年销售费用会如何变化？

答：销售费用中人员费用基本维持稳定，依托公司完善的渠道体系，许多终端营销费用由经销商协同承担，有效控制内部成本；在品牌推广费用方面，公司将加大投入，包括高铁传媒等线下公共类投放、经销商区域投入以及线上新零售的流量投放和获客成本投入。

4、公司发布了未来三年分红规划，以“固定现金分红+特别现金分红”组合形式进行，具体是基于什么原因？

答：从经营层面来讲，尽管当前建材家居行业处于阶段性调整期，但公司产品在国内市场的占有率仍处于较低水平，发展空间较大。基于对公司未来发展的信心，公司稳健的现金储备以及为践行公司“以投资者为本”发展理念，强化投资者信心，吸引长期价值投资者等方面的考虑，公司制定了新一轮未来三年股东回报规划：在满足现金分红条件的前提下，计划未来三年（2026-2028 年度）每年固定现金分红金额分别为 5 亿元、5.5 亿元、6 亿元人民币（含税）；同时公司分红政策与业绩表现挂钩，若业绩达到相应条件，每年将增设不低于 5000 万元的特别现金分红。

5、公司对子公司青岛裕丰汉唐木业有限公司的定位及未来规划。

答：青岛裕丰汉唐木业有限公司因受房地产市场的宏观影响，公司持续收缩其业务规模以及调整业务模式，转变为以收取服务费等形式为主的代运营模式。青岛裕丰汉唐原有的工程定制业务收入规模将进一步收缩，其实际经营风险已大幅降低，目前应收账款的回收和工抵房的处置仍是重点工作。

附件清单（如有）

无