

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：2026-002

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 checked="" 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"/> 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
投资者网上提问
时间
2026年5月13日（周三）下午 15:00-17:00
地点
公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名
1、总经理陆利华 2、副总经理兼董事会秘书丁涛 3、独立董事叶雪芳 4、财务总监阮飘飘
投资者关系活动主要内容介绍
投资者提出的问题及公司回复情况 公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复： 1、其他装饰材料（辅材）连续两年保持两位数增长，封边条、柜门板这些高毛利产品势头很好。公司对辅材业务的发展有什么长远规划？ 公司充分发挥板材业务带动的边际效应，通过主辅材的合理配比，重点推动柜门板、石膏板、封边条、家具五金等高毛利产品的销售增长。同时，公司将持续完善辅材产品体系，依托供应链整合优势，不断拓展辅料品类，以提升整体盈利能力。

2、乡镇渠道前两年布局很快，现在已经超过 3200 家门店。今年在乡镇下沉这块有什么新目标？

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。公司将持续以客户需求为导向，优化产品结构体系，赋能经销商提升服务能力，布局可开发的乡镇区域，以提升市场占有率。

3、家具厂渠道现在已成为公司最大的销售渠道，占比快接近一半了。目前合作的家具厂有多少家？未来这个渠道还有多大空间？

截至 2025 年末，公司经销商体系合作家具厂客户达 3 万多家，通过对市场调研了解，全国家具厂市场有 8 万多家，目前合作率仅为 40%+。在家具厂渠道上，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；同时，公司推出“纯芯版”等中高端产品，填补刨花板市场在中高端产品领域的空白，完善产品布局。

4、颗粒板市场竞争很激烈，公司的彩臻板去年销售增长很快。未来公司在产品结构升级上有什么打算？

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，公司推出“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。

5、公司刚发布了 2026-2028 年分红规划，固定分红下限每年递增，还设了特别分红，这个规划体现的回报诚意很足。想问一下管理层制定这个规划的考量是什么？

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。

6、2026年一季报分红力度很大，股利支付率接近100%。未来公司在平衡发展与股东回报上会保持这个力度吗？

公司积极响应国家政策号召，实施持续稳定的现金分红策略，强化投资者信心。2026年，公司制定了《未来三年（2026-2028年度）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。

7、2026年一季度营收和利润增速都很亮眼，这个增长势头主要来自哪些业务的贡献？全年来看能否延续？

公司2026年第一季度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%，主要系公司子公司投资的悍高集团公允价值损益对净利润影响增加3121.85万元，公司主营业务较为稳健。

8、裕丰汉唐的商誉经过几轮计提后已降至较低水平，工程端的减值风险是不是已经基本出清了？

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，目前商誉剩余8044万元。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。

9、公司在应收账款管理和风险控制上主要做了哪些工作？

定制家居工程业务近年来受房地产市场的宏观影响，公司通过持续收缩该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，管控应收账款风险；加大应收账款催收的力度，采取以房抵债等多种形式积极回收逾期的应收账款，降低应收款规模。

10、原材料价格波动对公司毛利率有一定影响，公司在供应链管理和成本控制上有什么应对措施？

在供应链管理方面，公司设立了成本管控部门，在严守产品质量底线的基础上，通过集中大商采购、整合资源、淘汰分散低效的小型供应商等方式，强化成本控制，优化成本结构。

11、公司在整家定制方向上的核心竞争力主要体现在哪里？

2025年，兔宝宝定制家居零售业务持续品牌升级，在完善产品矩阵的基础上，

配套 UNICO 轻高定系列，以满足市场对高品质家居的需求；践行“1+N 星耀计划”，通过建立共享大店展厅以提升周边门店流量单转化能力；围绕前端销售赋能、生产订单保障、安装服务规范三大核心要点，开展数智化转型，升级线上营销系统；同步开展交付中心建设，规范安装交付流程，提升服务，增强品牌实力；渠道拓展上，以“一商一策”形式支持经销商积极开拓装企业务的同时，公司力争达成与大型装企直营合作，助力业务增长。

12、当前家居消费需求还是有压力的，公司在品牌推广和流量获取上有什么新打法？

面对市场流量碎片化和线上化、年轻消费力量提升的趋势，公司新零售中心积极赋能经销商门店升级新零售营销模式，与公司共同构建 1+N 的新零售矩阵。公司在天猫、京东、抖音、小红书等电商、新媒体平台上，运用图文、短视频、直播、活动等多种形式，为经销商门店提供业务派单和品牌推广赋能。同时，要求门店加强线上新媒体运营，通过线上渠道实现同城引流和获客，助力门店业绩增长。此外，公司加大品牌推广投入，包括高铁、传媒等线下公共类投放、经销商区域投放，拓展获客渠道。

13、请问公司在 2C 整装家居领域的布局是怎么样的？主要采取自营还是加盟的方式？

公司定制家居零售业务以华东地区为核心市场，逐步向周边及外围省会城市扩展，以兔宝宝高端环保板材为依托，通过精准招商快速布局以全屋定制为主的健康家居终端门店网络体系，全面提升门店运营管理和服务水平；同时，积极开拓家装公司渠道，深化与优质装企的战略合作，实现产品与服务的深度嵌入。

14、公司在环保板材领域一直是行业标杆，新国标实施后公司的技术优势是否更明显了？

产品甲醛释放量管控是涵盖胶黏剂配方技术、板材生产工艺、全流程质量管理体系的系统性工程。公司自建专业胶黏剂生产车间，构建了严苛完善的品质管控体系，旗下检测中心已通过 CNAS 实验室认可。公司在甲醛释放量精准管控领域已形成成熟成套技术，随着新国标落地实施，企业综合技术优势将进一步凸显，产品环保核心竞争力与市场口碑也将持续领跑行业。

15、管理层您好。在当前行业环境下，降本增效和数字化转型是很多企业的共识。请问公司今年在优化内部管理或推进业务数字化方面，大致的重点投入方

向是什么？管理层预期这将在未来对公司的运营效率带来怎样的改善？

公司通过建成省级智能工厂，结合数智化平台与“一物一码”溯源系统，实现从源头到终端的全链路品控与透明化管理，依托数字化平台建立了 400 服务热线、官网、公众号等全渠道全时段客户反馈接收机制，构建覆盖设计研发、柔性生产、智慧交付、数字营销的全链条体系等措施提高数字化转型，实现成本、品质与效率的协同提升。

16、目前柬埔寨生产基地运行得怎么样？出口这块今年有什么预期？

公司出口业务占比较低，目前柬埔寨生产基地运行稳定，公司通过海外市场考察与全球展会营销，争取出口业务能取得增长。

附件清单（如有）

无