

广州好莱客创意家居股份有限公司

2022 年半年度业绩说明会召开情况

广州好莱客创意家居股份有限公司（以下简称“公司”）于 2022 年 8 月 19 日 14:00-15:00 在全景网“投资者关系互动平台”以网络文字互动的方式召开“2022 年半年度业绩说明会”。公司董事长兼总经理沈汉标先生，独立董事李胜兰女士、独立董事袁英红女士，财务总监宋华军先生，董事会秘书甘国强先生出席了本次业绩说明会。具体内容请详见全景网“投资者关系互动平台”（网址：<https://ir.p5w.net/c/603898>）。

公司以文字形式回答了网络端投资者的提问，相关问题及回复情况如下：

1、请问湖北千川去年计提的坏帐今年应该充回吗？

回复：根据会计准则规定，湖北千川去年计提的坏账准备，截至 2022 年 6 月 30 日收回的部分有冲回，未收回的部分不冲回。自 2022 年 7 月 1 日起，湖北千川已不纳入本公司合并报表范围，感谢您对公司的关注。

2、请问这次购买的汉川基地项目，跟定制家居制造基地是一个地方吗，原来好像已经建成投产了吧，这次投资几亿？

回复：您好，湖北好莱客今年取得的国有建设用地使用权主要用于实施建设好莱客（湖北）定制家居工业 4.0 制造基地项目第二期，有助于完善公司的战略布局和产能布局，促进产能分布的持续优化。

3、定制家居服务链条较长，公司是如何做到为消费者提供最优质服务的？

回复：你好，定制家居服务链比较长，公司一直在大师设计/大师品质/大师服务三个方面为消费者提供优质体验和服务；通过门店模拟户型展陈、3D 设计效果图 AR/VR 应用、大师无忧安装交付服务等多方面给消费者提供优质服务，谢谢你的关注。

4、公司大家居有什么规划？

回复：你好，公司一直践行大家居战略，通过品牌和渠道一体化为消费者提

供橱衣木+宅配的全案设计和交付，目前公司所有渠道门店都具备大家居的销售和设计、交付的能力，未来也将继续深化大家居战略，提高橱柜和木门、宅配、门窗的销售比例，为客户提供更加完整的一站式服务，谢谢你的关注。

5、随着存量房时代的来临，定制家居行业整体增长进一步减速，行业竞争也愈发激烈，请问公司有哪些自身的优势？

回复：您好，好莱客作为定制家居行业的领军品牌之一，品牌设立已有 20 年，拥有相当的知名度和影响力，是国内少数拥有商标全类保护的定制品牌之一；公司拥有相对完整的渠道体系以及成熟的经销渠道沉淀，在全国形成多基地布局，具备行业领先水平的智能制造能力；公司推行健康环保的原态 IP 已经十年，从“基材甲醛零添加”到“原态净醛”再到“实木多层板”，已形成专属的原态环保文化。

6、请问公司今年是否会持续与各合作品牌开发联名产品，用以丰富产品矩阵？

回复：您好，公司今年将继续与各合作品牌开发联名产品，为大家居战略的贯彻实施保驾护航。

7、请问公司在零售渠道及品牌建设方面都有哪些布局？

回复：您好，在零售渠道方面，公司一方面通过持续推动城市运营平台模式，积极下沉无人区，深耕传统经销商渠道；一方面深化拎包、个性化家装、艺术整装、新零售、外贸等新渠道的布局；在品牌建设方面，公司提出“原态生活潮我看”的品牌主张，以“潮”为外衣，融入“原态”理念，以“有故事的生活方式”打动消费者，公司持续在央广覆盖及影响力较大、收听前三的中国之声和音乐之声进行投放，同时以综艺影视植入等多种方式增强品牌曝光度。

8、请问公司业绩几时能增长？持有几年了，巨亏中。

回复：您好，二级市场股价受多重因素影响而产生波动，敬请广大投资者从长期投资价值出发，理性投资。公司将一如既往深耕主业，扎实稳健经营，以提升经营业绩和市场价值，为股东创造更多的投资回报。

9、请问公司是否有精装修方面的业务？

回复：您好，公司通过与各大房地产商合作开展精装修方面的大宗业务，目前明确了以央企、国企为核心，以优质民营企业为辅的客户结构，在夯实规模的基础上持续优化客户结构，降低合作风险。感谢您对公司的关注。

10、贵公司新近有哪些项目或产品，或技术研发值得期待？

回复：您好，公司今年重磅推出“原态 G6”板材，将基材升级为实木多层板，完成了从“基材甲醛零添加”到“原态净醛”再到“零醛添加实木多层板”的递进式升级；公司以“未莱厨房”的概念推出不锈钢橱柜系列产品，持续与各合作品牌开发联名产品，丰富产品矩阵；公司瞄准家装后市场的旧改局改细分领域推出“呼呼莱装”新品牌，重新构建年轻人的家居消费场景，“呼呼莱装”创新性地融合了潮饮、潮居、潮店的多元化业态。

11、请问千川剥离后，木门业务如何继续？后续是否有相应的计划？

回复：你好，木门作为好莱客公司的战略新品类，是公司大家居的重要产品组成，在千川并购前后公司都有自己独立的研发设计和生产，未来木门在零售和工程两端都会持续发力，并且通过门墙一体化的设计来更好的推动发展和销售提升，感谢你的关注。

12、今年上半年国内疫情多发散发，请问对公司的影响有多大？后疫情时代下公司的经营环境会如何？

回复：您好，今年上半年，国际环境复杂严峻，国内疫情多发散发，二季度受疫情反复扰动及严格管控的影响，公司经营受到一定冲击。除橱柜产品同比增长 25.38%外，公司其余品类产品增速受二季度疫情影响均同比有所下滑。后疫情时代下经营环境存在诸多不确定性，对定制家居企业的发展提出了新的挑战，公司将贯彻既定发展战略，持续聚焦“新原态+大家居”核心战略，提升经营业绩和市场价值，为股东创造更多的投资回报。

13、对于 2022 全年，后续应收账款是否还存在减值风险？

回复：您好，湖北千川自 2022 年 7 月 1 日起不再纳入合并报表范围，好莱客自身开展的工程大宗业务中，除与恒大存在极小金额（2021 年已提减值）的应收款项外，截至目前其他工程客户回款均正常，我们会根据会计准则进行判断是否减值，感谢您对公司的关注。

14、公司使用的板材情况？

回复：您好，自 2012 年公司首张原态板面世至今，原态系列产品历经 10 年 7 次迭代升级，由原态 1.0 进阶到原态 6.0，已形成“原态板”、“原态净醛竹板”、“原态 G6”三重梯度的系列产品，从“基材甲醛零添加”到“原态净醛”再到“实木多层板”，一步步实现了从板材环保到空间环保的升级，为不同需求的消费者提供多样化选择，共同为消费者打造原态健康潮家。

15、请问公司是否有进行多产品线的布局？哪些方面具有行业新特色？

回复：你好，好莱客秉承大师设计，在产品风格上一直不断引领，凸显好莱客品牌“潮”的时尚属性；在产品环保性上，好莱客在行业率先推出无醛技术引领行业无醛升级，同时推出净醛技术和性能更好的净醛竹板和 G6 实木板材，不断推陈出新保持产品领先，推动行业发展，谢谢你的关注。

16、公司是致力于为消费者提供全屋整体解决方案的家居定制企业，能否介绍下未来三年的行业前景？

回复：公司一直坚持原态+大家居战略，为消费者提供一体化的服务，并且在产品风格上不断提高时尚和潮流引领，让品牌更加年轻化，坚持原态环保的机制追求；随着公司的产品和服务的提升，未来三年消费代际转移、存量房的市场兴起，公司竞争优势将会更加凸显，我们继续打造品牌，占领品质消费客户的心智，让好莱客成为品质客户的首选，通过市场占有率，谢谢你的关注。

17、请问近些年的消费场景多元化和消费行为碎片化，对家居卖场、实体门店是否造成较大冲击？

回复：您好，消费场景多元化和消费行为碎片化在持续，各类前置流量入口

（家装、精装、整装、社群营销、小区获客、互联网获客等）对家居卖场、实体门店造成较大冲击。公司将在深耕传统经销商渠道的同时，深化拎包、个性化家装、艺术整装、新零售、外贸等新渠道的布局。持续打磨管理中台，缩短全渠道终端职能链，推动终端轻量化转型。

18、针对存量房市场有什么规划吗？

回复：您好，公司瞄准家装后市场的旧改局改细分领域推出“呼呼莱装”新品牌，重新构建年轻人的家居消费场景，“呼呼莱装”创新性地融合了潮饮、潮居、潮店的多元化业态，不仅能给消费者带来生活空间轻改造的灵感和一站式解决方案，更实现了消费+体验+社交的多重需求融合。

19、今年是公司推行健康环保的原态 IP 第十年，能否介绍下公司在环保方面的成果？

回复：您好，今年是公司推行健康环保的原态 IP 第十年，公司取得如下主要成果：1、从首张原态板面世到原态 G6 实木多层板推出；2、从北京新阳光公益基金会成立到第 10 间病房学校建成；3、从首次发起世界无醛日到如今第八届历经 8 年，成功引发全民关注。公司不断巩固“原态”的健康环保 IP，形成好莱客的专属环保“原态文化”。

20、请问公司今年都与哪些综艺影视有合作，效果如何？

回复：您好，今年公司进一步加强与综艺影视的合作，不仅参与东方卫视《梦想改造家》暖心公益改造、携手《冠军的新家》持续为多个冠军家庭定制专属潮家，还植入《追爱家族》《亲爱的小孩》等热门电视剧，通过潮剧场景植入输出品牌主张。

21、你好，想问下贵公司有多少海外业务呢？占比多少

回复：您好，公司自去年开展海外业务，目前处于起步阶段，谢谢！

22、随着主力消费群体正在发生代际转移，公司是否有针对年轻人这个群体

进行重要战略布局？

回复：您好，自 2020 年起，公司制定潮牌战略，关注新消费群体，提出“原态生活潮我看”的品牌主张，通过跨界联合、超空间、潮玩等设计元素的引入，结合潮玩元素推出二次元形象代言人 Homie，打造潮牌、潮品、潮店，触达年轻客群圈层。

23、2022 年上半年，在大家居战略的推动下，公司大家居订单情况如何，能否介绍下？

回复：您好，今年上半年，在大家居战略的推动下，公司大家居订单占比稳步提升，橱柜产品、木门产品在营业收入中的比重持续提升，大家居战略成效显著。

24、请问公司在海外经营的业绩如何，都有重点推出哪些主打产品？

回复：您好，公司海外业务处于起步阶段，重点推出衣橱木等大家居产品，谢谢！

25、持续的创新和设计力是企业发展的核心要素，请问公司在创新和研发方面做的如何？

回复：你好，好莱客公司一直强调设计领先和大师设计，我们通过公司不断加大研发的投入以及和国内外的设计机构合作，不断提高产品设计水平；同时我们也通过公司和新浪家居发起的“原态”设计师俱乐部，集结全国优秀知名设计师进行巡回活动，提高终端设计师能力，为消费者提供更好的设计方案；另外也通过和国内高校开展产学研合作，攻克行业存在的技术壁垒，为持续的产品升级做好底层基础保障，谢谢你的关注。

26、公司今年打造的大家居战略成效是否显著，有哪些突出的特点？

回复：您好，在大家居战略的推动下，公司大家居订单占比稳步提升，橱柜产品、木门产品在营业收入中的比重持续提升。

27、公司在全国拥有超过 1700 家经销商、超过 2100 家经销商门店，明年是否还有继续扩大的趋势？

回复：您好，公司将结合市场情况及公司经营发展战略，持续推动城市运营平台模式，积极下沉无人区，深耕传统经销商渠道。

28、零售业务渠道发展？

回复：您好，零售业务作为公司核心渠道，公司在零售渠道及品牌建设方面继续完善布局，一方面通过持续推动城市运营平台模式，积极下沉无人区，深耕传统经销商渠道；一方面深化拎包、个性化家装、艺术整装、新零售、外贸等新渠道的布局。公司持续打磨管理中台，缩短全渠道终端职能链，推动终端轻量化转型。

29、从 22 年上半年数据看，公司主业是下滑的，但是买地，投置业公司，在大手笔花钱。希望大股东还是专注在自己的主营业务上，房地产是高风险行业，慎入。

回复：你好，感谢你的宝贵意见；公司一直聚焦主业经营，没有进入房地产领域；置业公司是解决未来办公场地和人才吸引，为公司提供稳定且良好的办公环境，能够有效解决公司、子公司、下属分支机构办公场所分散、紧缺的现状，通过集中办公提升整体管理效率；同时满足公司未来产业研发、销售、电子商务、智能展厅的场地需求，谢谢你的关注。