

# 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：2024年11月19日13:00

会议人员：Value Partners、Principal、汇丰前海证券。

出席人员：好莱客董事会秘书甘国强

记录人员：庄淇

### 投资者答疑

问题1：目前以旧换新政策在各地的落地情况及对公司的影响？

回答：目前各地陆续出台并落实“以旧换新”等支持政策，“以旧换新”活动推行情况因线上、线下渠道及地区补贴政策差异而有所不同。以旧换新政策对公司有积极影响，一方面刺激释放终端即时的消费需求，另一方面有助于品牌集中度的提升，公司的市场份额将得到提升。

公司目前正在积极协同经销商线下门店及线上店铺及时跟进并落实相关政策，赋能线下门店，充分发挥在中高端品牌定位、全品类全渠道布局等方面优势，驱动零售增长，不断改善公司经营业绩。

来以旧换新政策持续发力，终端消费者换新需求释放，将为家居行业发展带来增长空间。

问题2：如何获取存量房客户？

回答：存量房市场端流量分散，需要投入更大获客成本，公司通过加大渠道投入，包括线上新零售、小区、家装等，增加前端触达消费者的方式，多渠道不断地去把好莱客品牌呈现到消费者眼前，让潜在客户有需求的时候能想到好莱客。

存量房客户相比新房客户增加了局改、拆装的需求，在这一方面，好莱客整装渠道加大与装企合作力度，赋能装企，共同打造整装产品和服务体系。

问题3：整装三季度业绩情况？整装分别有哪几种模式？

回答：整装渠道比传统零售的节奏稍微慢一些。整装渠道作为公司重要补充

渠道，第三季度同比增长超 60%，前三季度同比增长超 100%。

目前，公司主要有三种方式在做整装，一是传统零售经销商与地方性装企合作，二是公司招募经销商开独立的艺术整装门店，三是由公司与全国性装企合作的直营家装。

问题 4：大宗业务客户结构如何？

回答：在工程大宗渠道，公司坚持以央企、国企为核心、优质民营企业为辅的客户结构，持续优化客户结构，降低合作风险。同时构建由销售、技术与服务组成的铁三角团队，形成“市场开拓-方案解决-项目保障”的闭环管理，助力工程大宗业务的持续稳健发展。公司 2024 年前三季度，公司大宗业务实现营业收入 2.09 亿元，同比增长 72.02%。

问题 5：前三季度门店数变化原因？

回答：前三季度公司经销渠道新开门店 71 家，关闭门店 253 家。主要是出于优化调整低效门店，降低经营风险的考量。公司对不符合公司战略发展要求的门店做了优化汰换，力求通过优化调整去打造一支健康良性有竞争力的团队。目前通过对经销商培养、主动优化、末位淘汰进一步优化经销商管理体系。优质新商在陆续补充进来，预期门店数量及质量会得到改善。

问题 6：全品类的建店情况？

回答：自 2019 年公司推出大家居战略，新开门店都是大家居门店，同时对以往存量的单品类门店进行有序改造，极少数会根据当地市场需求布局单品类门店。

问题 7：今年管理费用、销售费用增长的原因？

回答：公司有这个能力而且也需要逆势加大投入，要构建全品类全渠道的体系重塑企业核心竞争力，缩小与行业头部的差距，积极变革打磨利剑，为承接可能进一步复苏的市场做好准备。

要快速地把渠道构建起来，包括招商建店、渠道的赋能，销售费用的投入是

保持增长的，而目前新构建的渠道对公司业绩的贡献还没特别大，叠加整体营收承压，所以单看费用率会相对大一些。

管理费用方面，公司新渠道构建，要组建新的团队的投入是固定的。

问题 8：公司 2025 年的营收预期？

回答：根据公司员工持股计划业绩考核目标，2025 年的营收增长目标是 10-16%。

问题 9：公司现金流状况如何？

回答：在零售市场，好莱客采用先款后货的商业模式，所以公司的现金流状况很好，风险承受能力也较好。

问题 10：可转债是否下修？

回答：公司已于 2024 年 9 月 9 日召开董事会，决议在公司股票收盘价格达到最近一期经审计的每股净资产值前，如再次触发“好客转债”转股价格向下修正条款，亦不提出向下修正方案。从公司股票收盘价格达到最近一期经审计的每股净资产值当日重新起算，若再次触发“好客转债”转股价格向下修正条款，届时公司董事会将再次召开会议决定是否行使“好客转债”的转股价格向下修正权利。未来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，为股东及债券持有人创造更多的投资回报。