

欧派家居集团股份有限公司

投资者交流活动会议纪要

一、接待基本情况

(一) 时间：2017年9月19日上午9:30-10:30

(二) 地点：广州市白云区广花三路366号欧派家居总部一楼

(三) 公司参与人员：行政副总经理兼董事会秘书杨耀兴

(四) 投资者参与人员：瑞士信贷、摩根士丹利、旌乾资产、荷宝投资、凯思博投资、益尚资本、Generation-Investment、NF Trinity Capital、Senrigan Capital、麦格理基金、资本世界投资、万方资产、奥氏资本、紫金港资本、贝莱德、中庸资本、Ishana Capital

二、公司上半年经营情况介绍

1、主营业务收入-按产品划分

答：2017年上半年厨柜实现营业收入21.82亿元，同增19.28%；衣柜12.3亿元，同增63.23%；木门9972万，增长52.97%；卫浴1.21亿元，同增29.22%；其他是2.4亿（包括了墙饰、奥维、寝具、家装配件等），增长182.67%，其中欧铂丽橱柜实现营业收入1.2亿元。

2、销售毛利率的变动情况

答：从2011年到2016年，公司毛利率不断增长，2017年上半年较2016年年末下降2个百分点。原来主要如下：第一，上半年原材料价格处于高位，上涨幅度较大，但是公司基本上没有对经销商出厂价进行提价，公司一直以来坚持树根理念，企业原材料上涨导致费用上升由公司自己承担；第二，随着销售的增长，耗用材料相应增加，生产人工成本也相应增加，基地扩展成本增加，导致营业成本相应上升；第三，公司业务持续发展，大力拓展市场，导致人员及各项培训费用增幅较大。

3、各市场级别收入占比

答：橱柜分 ABC 三级市场，A 类是最大的省会级城市。2017H1 各个市场级别的店面分布占比——A 类为 13.74%，B 类为 26.78%，C 类为 59.48%；收入占比：A 类为 38.03%，B 类为 38.27%，C 类为 23.71%。

衣柜店面数量占比：A 类 15.22%，B 类 28.04%，C 类 56.74%；店面收入占比：A 类 27.35%，B 类 36.52%，C 类 36.13%。

4、2017 年上半年橱柜增长情况

答：在高基数的前提下实现 19% 增长。行业首创橱柜+，深度挖掘中国家居的痛点和需求点，倡导魔方收纳、品质生活等五大系统，并从产品套餐设计方案构建橱柜+生活体系，强化消费者品牌信赖度，巩固欧派橱柜行业龙头地位。2017 年上半年零售订单 16 万多，同增 12%，客单价同增 5%，橱柜遗留发生率为 17.63%，同比下降了 2.34%。

5、2017 年上半年衣柜增长情况

答：①衣柜率先推出特惠装——全屋 19800，定制家具装满家，开场行业新营销模式，解决价格虚高、价格不稳定固有顽疾；

②推行六大空间，各个功能模块在市场推广中得到终端和消费者全面认可；

③五大转型：展示、促销、服务、销售、盈利模式等五大转型落地；

④订单和客单价双增长，产量 53.55 万套，同比增长 68.13%，订单比收入增长更大，客单值 12000 元，同期上升近 30%，遗留单发生率 11.37%，同比下降 0.93%。

三、投资者交流环节

1、2017 年是家居企业的上市年，随着家居企业投产扩能抢占市场，是否会出现价格战？

答：应该说出现盲目价格战的可能性是不大的，首先，定制家居行业市场渗透度有限，仍然有较大的市场空间去开拓，其次，主流家居企业经销商渠道占营收比重较大，价格战换句话说就是降价促销，牺牲经销商的利润率去抢占市场，这对于家居企业或者经销商来说是不愿意看到的，或者去强力推行的。

2、今年上半年衣柜业务增速明显，请简单介绍一下衣柜高速增长的驱动力？

答：增长主要来源于几个方面：

首先，公司在全屋定制行业近年来的快速变革中占据了较好的位置。行业正在发生快速的变革，公司抓住了机会，去年首先提出六大系统的概念。六大系统是入户系统、餐厅系统、客厅系统、卧房系统（包括厨房、卧房、客房、儿童房）、功能房系统、阳台系统。每一个空间都提出公司的需求解决方案和产品推广方案。今年又提出全生命周期定制——客户人生的不同阶段会有不同的需求。将人生分为六个阶段——单身期、新婚期、单孩期、二孩期等、成就期、产脱期。每个阶段都有不同的方案进行匹配。

第二，从去年开始提出五大转型，包括展示模式、销售模式、服务模式、盈利模式、促销模式的转型。以展示模式转型为例，公司要做到体验化、生活化。

第三，渠道布局加大力度，独立代理商（只做衣柜或橱柜）增加 168 家，代理商 1265 家，上半年新增店面 371 家。

第四，信息化系统完善。

第五，客单价提升至 12000。

3、请问下公司的遗留单发生率是什么，是不是对应着一次安装成功率？

答：不同公司对订单效率的考核标准不一样，欧派使用的是遗留单发生率，什么是遗留单发生率呢，就是合同单产品出仓后因产品设计、生产质量、安装、运输、售后服务以及客户原因造成的产品返修、更换、重制和补充订货。

4、衣柜和木门的整合情况如何？

答：行业目前索菲亚、好莱客都在着手做木门，木门本身 TATA、梦天都在做护墙纸、柜体，出现的趋势是全屋定制向木门转，木门向全屋转，以后可能变为一种店，欧派希望可以在这样趋势中抢占先机，现在公司的试点店面效果非常不错。

消费者装修面临包括橱柜、衣柜、木门等品风格、价格、服务、品质的选择，以前分开的时候，消费者买完衣柜后到其他店面买木门就面临一个匹配的问题，今年会把木门系统和全屋定制产品放在一起集中展示，品质价格服务的匹配解决消费者的选择痛点。

5、今年上半年公司面对原材料价格上涨，未对终端经销商提价，请问明年是否会提价？

答：明年的标准销售价会结合明年的原材料价格和市场情况进行调整。