

证券代码：002818

证券简称：富森美

## 成都富森美家居股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-001

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 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"/> 其他
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input checked="" type="checkbox"/> 网络远程 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司2022年度业绩说明会的全体投资者
时间	2023年04月18日 15:00-17:00
地点	价值在线（ <a href="https://www.ir-online.cn/">https://www.ir-online.cn/</a> ）
上市公司接待人员姓名	董事、总经理 刘义 独立董事 罗宏 副总经理、财务总监 王鸿 副总经理、董事会秘书 张凤术
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 公司的权益类投资业务决策具体是由公司自己操盘，还是由第三方专业机构管理？</p> <p>答：尊敬投资者您好！公司权益工具投资主要为股权投资，由公司投资部对拟投资项目或企业进行考察、调研、尽职调查，分析论证其市场价值和投资必要性，编制可行性分析报告或投资项目建议书、实施方案、协议性文件等材料。上述材料齐备后，由投资部负责提交对外投资工作领导小组讨论决定，达到董事会审议标准或股东大会审议</p>

标准的依据相关规定执行和进行信息披露。谢谢！

**2. 公司报表中归类为“交易性金融资产”中的权益类投资，和归类为“其他非流动金融资产”中的股权投资，具体有何区别，公司如何对其进行分类？**

答：尊敬投资者您好！公司报表中“交易性金融资产”中的权益类投资主要为证券类投资，“其他非流动金融资产”为股权投资，主要根据其流动性进行判断列报。谢谢！

**3. 在公司未来的规划中：1. 用于投资的资金会占到利润的多大比例？ 2. 分红会占多大比例？**

答：尊敬的投资者，根据公司第五届董事会第九次会议审议通过《关于使用闲置自有资金进行证券投资和委托理财的议案》和《关于制定〈未来三年（2023-2025）股东回报规划〉的议案》，公司进行证券投资额度不超过人民币100,000万元；公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之十。上述事项都需提交4月20日股东大会审议。具体内容详见公司于2023年3月31日披露的相关公告。

**4. 公司现在的装修业务利润率很低，是个苦力活，行业竞争压力也非常大。为何公司还在不断加大这部分的投入？之后的规划是什么样的？希望公司不要为了规模盲目扩大，盈利质量才是最重要的。**

答：尊敬投资者您好！公司装饰装修业务为公司产业链布局的重要环节，由公司控股子公司富森建南承接，依托公司在家居建材产业链上的资源、资金优势以及富森建南成熟装饰装修设计、管理和施工能力，深入拓展各类工装、整装和商品房的精装修业务。谢谢！

**5. 希望公司能把赚来的利润尽量回购或者分红来回馈股东，而不是做出一些“价值毁灭”的无意义投资。实在没有好的投资机会最好还是分红让股东自行处理。**

答:您好! 公司根据《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》《深圳证券交易所股票上市规则》以及《公司章程》及《未来三年(2023-2025)股东回报规划》等相关分红规定制订每年分红方案。谢谢!

**6. 在家居卖场供给过剩的背景下,公司新商业“家的乐园”如何做出差异化?在与两侧美凯龙家居商场的竞争中优势在哪里?**

答:尊敬投资您好! 富森美家的乐园项目位于成都市天府新区,该项目体量为24万平方米,主要功能定位为城市级生活方式商业体,打造成融合设计、艺术与生活方式的家居艺术公园。核心业态为家居生活商业,复合业态包括泛设计创意群落、设计师酒店、场景经营会客厅、艺术设计中心4大业态。该项目依托富森美深耕区域市场多年,差异化定位、全品类服务、精细化运营和创新型营销及高效的资源配置,拥有商户和消费者对“富森”品牌市场的忠诚度和美誉度,能满足不同消费群体“一站式家装”需求的交易平台。谢谢!

**7. 在整装渠道增长迅速的背景下,公司如何看待家居卖场这种商业模式的未来。对比整装渠道,我们的根本优势在哪里?**

答:尊敬投资者您好! 随着互联网发展以及各种APP的兴起如小红书、抖音、快手,整装以及各种渠道在各个终端承接家居消费,家居卖场不再是唯一消费场地。但家居行业的典型购买特征是低频率、高单价、非标化,消费者倾向于先体验后购买,家居卖场特别是知名品牌家居卖场能够为消费者提供专业的一站式购物服务,且具备品牌输出能力强、运作模式成熟、资源整合突出等特点,依然是主流消费渠道,成为承接各渠道流量线下体验和交易的重要载体。谢谢!

**8. 据成都市政府发布的《关于进一步加快推进成都市成品住宅发展的实施意见》，到2022年底，全市新开工商品住宅和保障性住房成品住宅面积比例达到100%。精装房的全面普及对公司的建材市场业务影响如何？公司如何应对这一挑战？**

答:尊敬投资者您好！上述政策为2017年底成都市颁布的，随着近几年市场和政策的不断变化，公司家居卖场也根据这些变化，不断对产品结构进行调整和优化，同时集合品牌优势特别是家具和软装等方面的优势为精装市场提供更具多样化的选择。根据我们的统计，2022年成都市共计举办四次集中供地，住宅供地均是以清水房进行的宗地限定房价。目前根据相关数据显示，成都市二手房存量住宅交易量首次超过新房住宅交易量，成都正式步入存量房时代，建材家居以存量房再装修为主导的市场份额在逐步增大，存量房再装修市场有望成为驱动建材家居市场持续增长的长久引擎。谢谢！

**9. 公司在成都地区市场份额是多大？近三年市场份额是扩大了还是缩小了，希望公司在每年年报中对市场份额数据予以披露。**

答:尊敬的投资者您好！公司作为西南地区规模较大、综合竞争力较强的大型装饰建材家居流通企业，深耕成都二十年，渗透率高，自持物业成本优势突出，经营稳定持久盈利，截止2022年末拥有自营卖场建筑面积超过110万平方米，合作商户超过3,500户，交易额和市场占有率继续稳居区域前列。具体内容可详见公司于2023年3月31日披露的《2022年年度报告》。谢谢！

**10. 公司卖场目前的出租率是多少？**

答:目前公司各卖场经营情况良好，基本上处于满租状态谢谢！

**11. 公司对金融投资这块未来的布局是怎样的？基于什么样的投资体系作出投资标的的决策？如何控制这块业务的风险？**

答:尊敬的投资者您好，公司将根据经济形势和发展趋势，准确把握投资方向、投资主线和热点赛道，有效甄选和参与股权投资和上市公司优质项目定增，科学防范投资风险。

**12. 管理层对2023年的增长预期如何？营收方面的经营目标是多少？**

答:尊敬投资者您好！请持续关注公司披露的相关公告。

**13. “家的乐园”项目进展如何？该项目总投资预计多少？自营经营面积和供出售面积分别是多少？**

答:尊敬投资者您好！目前富森美家的乐园项目主体工程已实现全部封顶并达到验收合格，该项目总投资不低于10亿元人民币（不含土地款），建筑面积为24万平方米，项目物业自持比例不低于70%。谢谢！

**14. 公司管理层对公司的成长性如何判断？营收利润指标在3至5年内的增长预期是怎样的？**

答:尊敬的投资者您好，家居建材消费行业是一个超万亿的市场，围绕家居建材消费和服务仍然是公司利润增长的主要发力点。一是巩固基本盘，通过扩大卖场规模、精准定位卖场业态、合理布局产品结构、支持商家做强服务能力，不断优化管理效率，提高公司的营收规模和降本增效；二是提高供应链整合能力，挖掘新的收入增长点，目前公司在新零售、装饰装修、金融服务等方面进行了有益的探索，已经取得一定的效果。

**15. 公司报表显示有大量金融资产用于理财和股票基金投资，这是否意味着公司成长性不行，开始“不务正**

业”？对外投资的逻辑以及选择标的物的依据主要是什么？

答：公司流动资产的配置是基于安全性和收益的双重考虑，在保障安全的基础上获得最大收益，这个是财务管理的日常工作，是职责所在。公司所处传统行业，在行业内做到了一流水平，家居需求在增长，我们就是有成长性的，因为我们从来没有放弃做行业标杆的自我要求，而且一直持续精益求精。至于对外投资的逻辑，尽量做到确定性安全性第一，预判前置。选择标的，最近两年比较集中在军工和新能源领域，详见年报披露相关内容。

16. 祝贺公司取得的经营成绩，感谢公司的丰厚分红回报！我有两个问题：一是富森美家的乐园项目何时竣工开业？对当期业绩有何影响？并请展望未来的经营目标和预期收益？二是公司投资规模较大，如何控制投资风险？能否对投资项目经营成果有个大致的说明，对未来有何预期？另外有个建议，就是希望像伯克希尔那样加大公开市场的投资，投资哪些有稳定可预期收益的项目。

答：感谢您的关注！富森美家的乐园项目预计今年下半年开业，该项目是公司在天府新区战略布局的重要一环，进一步巩固和增强公司在四川乃至西南地区的品牌影响力，对公司未来发展和经营成果产生积极影响。

公司的对外投资严格执行投资管理制度的相关规定和要求：1、由公司董事长在董事会或股东大会授权范围内签署相关的协议、合同，并由投资部对相关项目进行调研、洽谈、评估及执行相关事项；2、公司财务部门负责投资事项资金的筹集、使用管理；3、公司审计部负责对投资事项的审计与监督，并向审计委员会或董事会汇报；4、董事会秘书负责公司达到信息披露条件的对外投资项目进行对外公布，非经董事会书面授权，不得对外发布任何公

司未公开的对外投资信息。公司具体对外投资项目及情况请详见公司于2023年3月31日披露的《2022年度报告》的相关内容。

**17. 公司金融投资规模较大，但较分散，建议整合投资项目**

答:尊敬的投资者您好!感谢您的关注和建议!

**18. 最近减持成风，请问贵司有没有近期减持计划?**

答:尊敬的投资者您好，公司控股股东及实控人、持股5%以上的股东，以及董监高暂无减持计划，如涉及相关事宜，公司会根据相关法律法规进行披露，谢谢!

**19. 感谢管理层辛苦了!高分红，是回报社会股东的，谢谢!我有个问题请教一下:22年10月份和23年2月份贵公司收到分红款，是不是在2022年报就公布分了，谢谢!那么稳定的收入，负债率那么低，是个好公司。**

答:尊敬的投资者您好，公司于2022年10月12日披露的收到全资子公司富森投资、富森实业、富森营销分红款合计519,000,000.00元，2023年2月3日披露的收到全资子公司富森小贷、富森保理分红款合计120,000,000.00元，上述分红主体均为公司纳入合并报表范围内的全资子公司，所得分红增加母公司2022年度净利润，但不增加公司2022年度合并报表净利润，具体内容详见公司于2023年3月31日披露的《2022年年度报告》(公告编号:2023-005)。

**20. 2022年应收保理款、贷款余额大幅缩减，是公司有意收缩该项业务还是其它原因?**

答:尊敬的投资者您好，金融业务方面，公司坚持审慎经营的原则，稳步推进保理业务和小贷业务，保持了业务的稳定性和持续性，在科学预防和控制借贷风险的前提下，有效提高供应链金融效率和客户粘度，促进了公司的主营业务发展。

**21. 领导您好，请问目前行业的下游需求情况是怎么样的？**

答:尊敬的投资者您好，截止2023年2月，全国建材家居市场仍处于传统淡季，但伴随着春节结束，人员流动回归正常，叠加各项促消费政策持续发力，前期抑制的建材家居刚性的消费需求快速释放，BHI为119.88，环比上涨24.26点，同比上涨16.91点，创近年来新高，下游需求旺盛。

**22. 在装饰装修业务，公司是否有接入新的客户？**

答:你好！公司的装饰装修业务每年都有新接入的客户，谢谢你的关注！

**23. 请问公司每年的租金是按固定比例上涨的吗？如果是的话，大概是什么样的一个比例**

答:商铺租金单价主要取决于市场环境，商户经营情况等，未按固定比例上涨，感谢您的关注！

**24. 公司有打算拓展四川以外的销售区域吗？未来的销售规划是怎么样的？**

答:尊敬投资者您好！公司继续通过有选择性地在核心城市拓展委管项目，发挥自身品牌组合、招商营销、系统管理的经验和优势，加快市场渗透，提高市场占有率。谢谢

**25. 请问公司所在行业的竞争格局如何？主要的竞争对手有哪些？**

答:尊敬的投资者您好，从经营规模和市场影响力来看，国内装饰建材家居市场可以分为全国性连锁经营市场、区域优势品牌市场、其他传统的小型市场三类，公司深耕成都地区，市场交易额和市场占有率连续多年位居区域市场前列，在区域优势品牌市场的领域极具竞争力。

**26. 公司对金融投资的布局是短期过渡还是长期布**



局？如果是长期的，怎么布局？基于什么样的投资体系作出投资决策？如何控制风险？

答：尊敬的投资者您好，公司将根据经济形势和发展趋势，准确把握投资方向、投资主线和热点赛道，有效甄选和参与股权投资和上市公司优质项目定增，科学防范投资风险。谢谢！

**27. 公司能源成本同比上升的原因是什么？**

答：尊敬的投资者您好，公司能源成本上升主要系电费单价较上年同期上涨所致，谢谢！

**28. 公司和下游客户的签单模式是怎么样的？合同签订时间一般是多久？**

答：合同是一年一签，预收租金模式，谢谢！

**29. 请问领导，咱们2022年营收和利润同比下降但是销售费用却同比增长21.54%，这是什么原因导致的？**

答：尊敬的投资者您好，主要系2022年经营环境比较复杂，富森美一直秉承为合作伙伴赋能的经营理念，为扶持商户经营和发展，我们不仅减免了将近一个月的房租，还加大了营销力度帮助商户引流获客，并直接向消费者发放现金补贴，导致销售费用有所增长，谢谢！

**30. 请问公司所在行业的未来发展趋势是怎么样的？**

答：尊敬的投资者您好，经历三年建材家居行业高速洗牌，行业的重构与整合加速进行迭代，新的消费逻辑、消费结构、消费趋势得到重塑。随着中国经济走向正常化，新的发展机遇如约而至，建材家居行业在新形势下主要表现出以下几点特征：1、促进综合能力竞争加剧，头部企业马太效应明显；2、场景消费修复，线下流量复苏；3、二手房销售迎来历史拐点，存量房再装修业务蓬勃发展；4、智能家居景气上扬，行业规模持续扩容。

**31. 在家装行业流量不断前置和遭到分流的大趋势**

下,公司有什么应对策略?如何更有效率的做到流量聚合与分发?

答:尊敬投资者您好!公司聚焦流量创造与流量变现,客户在哪里,公司的业务和内容就在哪里。基于泛家居行业重体验、重服务、重场景、流程长的特点,公司当前策动实施“富森美1+3”新营销行动,通过腾讯生态(公众号、视频号、小程序、企业微信等)、用户社群、抖音、小红书、信息流等,同步发力品类活动、商户活动、联盟活动、设计师活动、社群运营、设计师运营、内容运营、直播运营,与多个头部品牌工厂和地板社联合营销,试跑直播、卖货直播、种草直播、日播。谢谢!

**32. 各位领导好,想问一下公司和客户的付款模式是怎么样?**

答:需要我们付款的对象,主要是物业管理维修、水电费等类别,通常都是现金支付。

**33. 领导您好!请问公司未来的业绩增长点的什么?**

答:尊敬的投资者您好,家居建材消费行业是一个超万亿的市场,围绕家居建材消费和服务仍然是公司利润增长的主要发力点。一是巩固基本盘,通过扩大卖场规模、精准定位卖场业态、合理布局产品结构、支持商家做强服务能力,不断优化管理效率,提高公司的营收规模和降本增效;二是提高供应链整合能力,挖掘新的收入增长点,目前公司在新零售、装饰装修、金融服务等方面进行了有益的探索,已经取得一定的效果。

**34. 贵公司是采取什么措施降本增效的?**

答:尊敬投资者您好!公司以信息化、精细化、标准化管理为抓手,以经营为导向,以提高经济效益为中心。公司建立了统一招商、统一运营、统一营销、统一管理等平台系统,同时,推行“招商、营销、运营”三位一体和“物

业、安保、财务、人力”四向协同大运营体系形成合力打通业务模块，实现数据、资金、信息的精确管理和共享，提高业务反应和执行能力；公司建立了从招商、运营、营销、物业、安保到服务的完整业务标准化流程，提升了管理的准确性与及时性，降本增效，进一步提高公司高质量运营及综合能力。谢谢！

**35. 请问贵公司今年会继续投资其他企业吗？**

答：会不会投资其他企业，要看具体标的，根据当时的宏观经济形势、行业特点、被投资企业估值和成长性来判断，并做相应决策。

**36. 公司所在行业是否有进入壁垒，核心竞争力是什么呢？**

答：投资者你好！行业主要壁垒包括：资本壁垒，消费者对购物环境的要求不断提高，新建装饰建材家居市场的规模和档次也不断提升，对新进入者资金实力要求较高。商圈壁垒，商圈环境对装饰建材家居市场的经营和发展至关重要，优质商圈需要较长时间的人气积聚，并受城市商业规划、交通等配套设施的影响，土地通常极为稀缺。如果一个成熟优质商圈已被抢占，其他同类卖场很难进入。品牌壁垒，良好品牌形象的形成有赖于企业多年卓越经营的积累，对普通市场和新进入者而言，构成较高的进入壁垒。管理能力壁垒，管理团队需要具备市场开发、招商、营销、管理等方面的经验。

**37. 领导们好，请问公司市场租赁的客户都是什么类型的？智能家居的比例大吗？**

答：租赁客户都是家居建材家电等商家，包含智能家居板块。根据市场消费行为习惯，商场会做一些主动调整，各类占比会不断变化。谢谢您的关注！

**38. 公司创新营销来推进卖场的效果如何？**

答:报告期内,公司聚焦流量创造与流量变现,高效赋能商户,策动实施“富森美1+3”新营销行动,通过流量王比赛、小红书训练营、直播/短视频大赛、共创会、分享会、线下交流会和富森美大课堂等形式,一对多、多对多使能商户,同步发力品类活动、商户活动、联盟活动、设计师活动、社群运营、设计师运营、内容运营、直播运营,与多个头部品牌工厂和地板社联合营销,试跑线索直播、卖货直播、种草直播、日播。取得了非常好的效果。

**39. 从目前的来看,公司的金融投资还是相对稳健的,但是金融投资是一个非常专业的事情,之前有效的策略可能会失效,并需要相关专业人才的储备。企业对金融投资的布局是短期过渡还是长期布局?如果是长期的,布局是怎么样的?基于什么样的投资体系作出投资决策?如何控制投资风险?**

答:感谢您的建议,公司将积极调整投资策略、加强引进专业人才、发掘长期赛道,提高公司资金使用效率,为股东谋取更多的投资回报!

**40. 公司在装饰装修工程收入业务的规划是什么?**

答:尊敬的投资者您好!公司相关经营计划请参阅公司披露的定期报告。谢谢!

**41. 目前公司商户的品类结构大致是什么样的,最近三年有没有明显变化?**

答:近年来,公司根据市场变化和经营情况,及时优化各个卖场业态组合和经营品类,着力打造特色街区、特色场馆和高品质消费场景,扩大电工电料、全屋定制、进口电器、定制门窗、智能家居、睡眠中心、客厅空间、整体软装、空间设计等成长性品类,有力保障了卖场的稳定运营。

**42. 您好!您刚提到“公司将继续通过有选择性的在**

	<p><b>核心城市拓展委管项目” 请问已经在这么做了吗？能提供具体城市名称吗？</b></p> <p>答:感谢关注，如有相关进展，公司将按照规定及时披露相关信息，谢谢！</p> <p><b>43. 请问宏明电子IPO目前进展情况？</b></p> <p>答:根据公司掌握的情况，宏明电子正在按计划推进IPO中，公司将持续关注宏明电子的上市进展。感谢您的关注！</p> <p><b>44. 未来十年如何应对其它网上平台的冲击？</b></p> <p>答:尊敬投资者您好！公司近年来持续探索各种新设备、新技术、新场景、新体验的应用，聚焦流量创造与流量变现，高效赋能商户。公司通过流量王比赛、小红书训练营、直播/短视频大赛等形式，一对多、多对多赋能商户，同步发力品类活动、商户活动、联盟活动、设计师活动、社群运营、设计师运营、内容运营、直播运营，与多个头部品牌工厂和地板社联合营销，试跑线索直播、卖货直播、种草直播、日播。互联网平台已成为并将持续成为公司营销与引流的重要载体。谢谢！</p>
<p><b>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</b></p>	<p>无</p>
<p><b>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</b></p>	<p>无</p>
<p><b>日期</b></p>	<p>2023年04月18日</p>