

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：2021-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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
参与单位名称及人员姓名	线下参与单位： 申万宏源：徐睿潇、赵文琪 国君资管：张又天 申万川投基金：唐麒丰 奥天奇投资：张天足 个人投资者：居平 线上参与单位： 光大永明资产：孙伟娜、杨岚、王申璐、牛继中 平安保险：陶阳 华泰保险：杨林夕 社保理事会：费立孝 国寿资产：李珊珊 长江养老：张学瑞 汇添富基金：张伟 汇鸿资管：徐云涛 南投资本：蔡国南 平阳瑞和投资：顾芸芝
时间	2021年1月22日（星期五）10:00-17:00
地点	成都市蓉都大道将军路68号家具馆动物交响团（线上视频会议）、高新区天和西二街189号富森创意大厦B座（线下会议）

<p style="text-align: center;">上市公司接待人员 姓名</p>	<p>副董事长：刘云华</p> <p>董事会秘书：张凤术</p> <p>副总经理、新零售总经理：吴宝龙</p> <p>新零售供应链负责人：王佳</p> <p>品牌部经理：张玮</p> <p>证券事务代表：谢海霞</p> <p>证券事务专员：刘通</p>
<p style="text-align: center;">投资者关系活动主要 内容介绍</p>	<p>本次交流包括三个环节：</p> <p>一、通过视频直播方式介绍富森美新零售直营店即动物交响团的区位、功能、布局、产品和品牌等情况。</p> <p>二、线上视频交流问答。</p> <p>三、线下交流问答。</p> <p>问一：请简单介绍家居行业发展状况和公司基本情况</p> <p>答：从产业基本面和公司基本面来回答这个问题。</p> <p>从产业基本面来说，家居是一个万亿级的大市场，年产值超过4万亿元且仍保持稳定增长。对美好家居生活的向往，是人们永恒的追求。新房、存量房、局部改造和消费升级，奠定了家居产业永续发展的动力。而家居家装行业的重体验、重服务、重个性化的特性，决定了家居业的渠道，以“线下+本地化”为主。</p> <p>从公司基本面来说。首先，企业安全边际高：1、自持物业规模大，质量好，升值潜力大；2、股权结构清晰，大股东核心资产和业务都在上市公司，股权无质押；3、营收稳定，现金流充沛，几乎没有负债；4、上市以来每年分红，与股东同享公司发展利益。</p> <p>其次，公司实施差异化战略：1、单一市场渗透率高；2、创新能力强，“富森美模式”备受认可；3、公司“平台战略”稳步推进，除多业态家居商场外，还构筑家居进出口、对接精装房市场的公装业务、卢博豪斯科技公司、围绕家居产业的供</p>

应链金融和消费金融、围绕家居产业的相关性投资等，多业务系统，不断增强企业网络效应。

第三，公司以“巩固基本盘，发力新赛道”为发展战略，全力推进以“家居新零售”为核心的新赛道、新业务，目标成为万亿级家居新零售产业的领跑品牌。

问二：请介绍富森美新零售的战略和发展情况。

答：富森美新零售，是公司全力发展的第二增长曲线。富森美新零售的本质，是面向新人类打造的新消费模型。利用富森美 20 年的产业沉淀、行业沉淀和品牌沉淀，整合与新生代消费需求匹配的供应链，线下打造用场景驱动、用服务增强黏性的潮店，线上连接各种渠道和平台，借力内容、社群和数智化，成为“服务+产品”家居新零售领跑者，成为覆盖城市最多、市场渗透率最高、新一代消费者最认可的新经济标杆。

公司已经斥资 2 亿元成立成都富森美新零售有限公司，在凝聚公司多年资源和能力禀赋的基础上，以独立团队发力新零售业务。

公司通过新零售战略驱动，实现三个迭代：1、目标市场，从区域到全国布局；2、业态，从线下为主到线上线下一体化；3、商业模式，从相对单一营收模式（招商制专业卖场），到双轮驱动营收模型（现有业务+新零售）。

公司新零售将呈现两个板块：1、线上线下融合的新型家居商场，其特点是自控供应链，构建自有品牌，发展数智化系统，通过自营、联营、加盟等形式，实现“线下可复制，线上卖全国”；2、电商，包括富森美天猫商城和其它互联网渠道的电商平台，该业务核心是 B2C 卖全国。

问三：富森美的新零售，新在哪里

答：富森美的新零售，本质是面向新人类（90 后/新生代）的新消费模式，是线下业态的重构升级，瞄准了 6 个新：1、

	<p>新人类，主要面向 90 后和新世代消费者；2、新流量，触达传统渠道无法触达的人群；3、新场景，包括线下的沉浸式场景和线上各种可视化、有趣及目标受众相对聚集的场景；4、新工具，包括技术工具、营销工具、内容工具和设计工具等；5、新内容，包括未来家、社群内容、直播、短视频及可视化的设计场景等；6、新消费，特点是高效运营、快速迭代、数智化驱动和丰富的内容。</p> <p>问四：公司新零售店铺的发展计划。</p> <p>答：目前公司开设新零售试跑店，以此完善数智化系统、供应链、设计、运营等一体化模型。公司将以此为蓝本，迅速推动全国规模复制。公司预计年内在家居商城开设 2-3 个 3000-5000 平方米新零售自营大店，并同时开通线上购物渠道。计划明年在购物中心、社区等开设不同业态、不同规模的线上线下结合的新零售店铺。</p> <p>问五：富森美电商的发展情况？</p> <p>答：电商是富森美新零售的一部分。富森美天猫店，采取公司自营模式，由专业团队运营，计划于 2021 年春节后正式上线。公司依托和快手的战略合作和西南泛家居直播基地，发展直播电商，同时，将打造数以万计新零售导购，实现线下销售+线上销售+直播销售。</p> <p>其他情况说明：</p> <p>接待过程中，公司接待人员与投资者进行了交流、沟通，严格按照有关规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深交所有关规定要求来访人员签署调研《承诺书》。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 1 月 22 日