

# 欧派家居集团股份有限公司

## 投资者交流活动会议纪要

### 一、基本情况

- 1、时间：2023年3月13日
- 2、地点：广州市白云区广花三路366号欧派家居总部
- 3、公司参与人员：欧派大家居营销事业部总经理陈川、董事会秘书欧盈盈、投资者关系经理任才
- 4、交流会形式：电话会议
- 5、参会投资者：来自广发基金、易方达基金、长江证券、申万宏源证券、太平洋证券、招商证券、泰康资产、富国基金、博时基金、兴全基金、华宝基金、长城基金、华创证券、国海证券、信达证券、长信基金、汇添富基金、长信基金、万家基金、华夏基金、信诚基金、国投瑞银、鹏扬基金等60余位投资者。

### 二、基本情况介绍

欧派零售体系大家居项目是集团再一次向大家居事业方向发起的冲锋，鏖战红海、挺进蓝海。一方面，在传统渠道红海市场中，欧派占领绝对领先地位，面临的竞争很大，所以要鏖战；另一方面，给消费者提供更完整的家装服务体验是行业销售服务模式发展的大势，因此传统零售经销商同时也要布局蓝海。

目前，公司已经制定了明确的零售大家居布局方向：即一个中心、两个基本点。一个中心就是挺进蓝海，以围绕赋能零售经销商转型整装赛道为中心，进一步巩固及推动欧派零售成为整装赛道（蓝海）的领先者、领导者的地位；两个基本点是专业+服务，大家居业务的复杂程度远高于原有的行业商业模式，更不是单凭行政力量就能推动其发展的，而是根据对行业发展趋势的深度解析，配合灵活强大的业务中台赋能，并通过市场化的手段用服务来驱动零售经销商转型，重新掌握流量和主导权。

### 三、交流情况

**Q：公司认为大家居业务的难点在哪里？**

**A：**家装行业本身就是一个高度非标的行业，高度依赖设计师成交。设计师团体本身比较个性，在销售端不好做标准化；交付环节，施工管理可以标准化，但是在中国的家装产业工人还没有形成的情况下，施工组织高度非标。前后端面临的两个非标准化，意味着即便是有成功的东西也很难复制，从专业角度来看，就是如何用技术的手段更加专业地把两个非标的东西逐步标准化。

**Q：本次对于大家居业务的再次冲击，有什么关键核心抓手？**

**A：**一是严选好商好店，集合因地制宜的 3+1 业务模式，持续打造精干专业服务团队；二是紧贴消费者需求变化趋势，展示层面强化套系空间的展示能力，结合公司强大的信息化营销设计软件，快速转化；三是全方位立体引流+P8 销售流程+F6 设计转化流程的全面导入终端，提升消费者购买体验，持续建立服务口碑，获取欧派独有的增量私域流量；四是全面协助赋能终端打造全新业务模式，提供差异化的“装管家”增值服务，持续领先行业商业模式的发展，扩大公司在大家居领域的先发优势、品牌优势、中台运营赋能优势。

**Q：多年前互联网家装的各引流平台都在做整合监管，为什么我们做得比较好，并可以形成可复制的模式？**

**A：**首先，出发点不同。早年前的互联网家装平台希望把点评、监管作为盈利点，欧派是通过定选管保（定标准、选装企、管施工、有保障）四个维度，真正帮消费者解决问题，并且在不断迭代。从客服中心交付回访的净推荐值来看，目前是 9.28，即 10 个客户中有 9.28 个客户愿意向朋友推荐我们，证明我们的服务内容和体验获得了更多消费者的认可；第二，任何一个商业行为都需要利润支撑，之前的一些互联网家装平台的利润不是来自于消费者，而是来自装修公司，高度依赖被监管对象的平台，比较难持久提供消费者所需要的公正的服务；第三，欧派在行业中的地位构建了模式壁垒，能够提供平台监管模式的公信力，这就是品牌平台化运营的核心优势。

**Q：通过这种新型大家居模式的落实，能给公司及代理商带来什么积极变化？**

**A：**目前已有的大家居 140 多个商场基本都是原有体系内的代理商作为经营主体的，暂不体系外发展。集团的想法是鏖战红海，挺进蓝海，现在市场的实际状况

是，蓝海业务发展前景逐步明朗，越来越多的经销商开始全面挺进了，甚至有部分区域的经销商已经在筹划第二店的选址布局。不管是哪个方式，欧派品牌在当地市场的整体占有率都比原来有明显提高，实际上我们是用装修服务为欧派全品引流。

**Q: 如何保证经销商的工程管家达到欧派的标准?**

**A:** 每一位欧派大家居工程管家均由总部点对点系统培训，且有总部的飞行巡检，每一个交付的节点都会传回总部，如果有某一个工序异常延期超过总部规定期限，总部会直接介入处理，以最大程度地保证客户的服务。

**Q: 零售大家居今年有什么布局、发展目标?**

**A:** 今年预计可以新开 200 多家。

**Q: 在市场上有这样的装修+定制产品需求的客户有多少?**

**A:** 我们所做的客户是增量，传统建材卖场店大多都是半包型客户，整装辐射的客户是整装类型客户，是传统门店涉及不到的客户，因此比较少出现公司不同业务形态的内部流量分流，按照相关机构的统计结果来看，目前超过 40% 的客户需要一站式服务，也是我们做整装（装修+定制+装管家服务）的基础。

**Q: 观察到有些城市还没开出实体店就可以大量接单，是什么原因?**

**A:** 只要有团队，模式充分打造后，交给当地团队就可以实现接单，因为操作的主体本身就是非常成熟的欧派零售经销商。Shopping mall 开店的作用：1) 在人流密集的地方，宣传品牌；2) 聚合效应：辐射到在卖场辐射不到的客户，特别是潜在需求客户，或者是老带新客户；3) 整装高度依赖线上流量或本地化流量，新零售购物中心更好约客户。购物中心有一定的引流作用，但也能完全依赖购物中心的流量，必须通过零售其他高效的主动营销模式进行持续引流。