

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：2017-001

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	华泰证券：许世刚、丁浙川、陈玲、徐竞舟 昊宸资产：赵希、石雯婷 林柯投资：唐山 上信基金：张芳铭 招商证券：杨宇熙、徐叶 诺安基金：陈衍鹏 富国基金：刘博 巨石基金：唐红宇 湘商联盟：廖斌
时间	2017年2月9日（星期四）下午 14:00—17:00
地点	成都市成华区蓉都大道将军路 68 号富森美会议室
上市公司接待人员姓名	董事长：刘兵 董事会秘书：张凤术 证券事务代表：易盛兰 证券专员：谢海霞
投资者关系活动主要内容介绍	问：公司发展状况，未来公司对外扩张方向和方式是什么？ 答：目前公司全部卖场集中在成都市区，基本完成成都南

北两大商圈的市场拓展，但在四川省内其他城市和省外地区尚未建设和运营卖场。未来公司主要考虑向成都以外（包括省内和省外）经济发展中和经济发达的区域扩张，重点通过并购重组、合资合营、输出管理等方式与具备市场潜力和成长空间的现有卖场进行强强合作，进一步巩固公司的行业地位和市场竞争能力。

问：面对激烈的行业竞争，公司核心竞争力是什么？与行业内主要竞争对手的区别？

答：公司采取差异化市场定位、连锁化市场管理的经营策略，在区域市场既延续了经营模式的可复制性，实现了市场稳健扩张，并通过规范化、标准化和精细化的市场管理为本地商户和消费者提供了良好的经营环境和产品服务，提高了商户和消费者对“富森”品牌市场的忠诚度和美誉度。

与行业内主要竞争对手区别为 1、产品结构不同：公司经营的产品链更长，涵盖了从批发到零售，从创意设计到软装饰品，基础辅材到家居成品等；2、扩张方式不同：公司重在对项目的精耕细作，在市场扩张的质量和速度上，公司更重视项目质量，重视盈利导向，不以数量取胜。

问：公司的主要收入为租金和服务费，租金和服务费的定价标准和合理性？

答：公司与商户签订的入市经营合同的收费内容分为市场租赁费和市场服务费。其中，市场租赁费是以出租商铺的土地成本、建造成本、维修成本以及后续改造成本等与土地、房屋相关的成本为基础，并综合区域市场同行业收费水平、土地房产增值溢价、具体商铺所处位置等因素确定；市场服务费是以市场管理、营销、配套设施等为基础，综合区域市场同行业收费水平、富森市场品牌影响力、市场竞争环境等因素确定。市场租赁费和市场服务费每年根据行业竞争情况、市场经营状

况、当地物价水平、宏观经济环境、通货膨胀率等因素进行小幅调整。

问：公司与商户的租约是几年一签？这种签约的合理性？会不会发生变化？

答：公司与商户签订的入市经营合同都是一年一签。这样便于公司实行末尾淘汰制度，将经营业绩差或出现经营不合格商品的商户淘汰退市。同时，一年一签也有利于公司精心挑选有良好品牌形象、比较优势明显的生产厂家和优质商户入场经营，实现公司各卖场良性发展。

公司目前没有调整与商户之间的租约一年一签的任何计划。

问：走出成都后，富森美的优势是否和成都一样？当地商户和消费者对富森美的接受度如何？

答：公司走出成都后，将主要采取与当地成熟卖场进行合作或品牌输出等方式，把公司统一对外招商、精细化管理、集合式营销、售后等综合性市场增值服务的经营模式，融入当地卖场的经营管理过程中，形成符合当地情况的经营、管理和业务发展优势，提升当地卖场的管理水平和市场竞争能力。

公司将保留当地卖场品牌形象好、信誉佳、有实力的商户，同时，也会依托现有的品牌资源，优化合作卖场的品牌结构。公司也欢迎有实力的商户跟随公司“走出去”在当地开设门店，也愿意通过参股、合资、品牌和管理输出等多种方式与当地商户进行合作探讨。

公司的“走出去”，将始终坚持“共赢”的理念，方式可以多样，但如果不会产生“共赢”的效果，达不到共同发展的目的，公司是不会选择的，否则不但与公司的发展理念不一致，在业务上也很难达到预想的结果。

其他情况说明：

	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》。
附件清单（如有）	无
日期	2017年2月9日