

雪球访谈

谭木匠创始人谭传华作客雪球访谈解读公司战略

2018年04月09日

雪球

聪明的投资者都在这里

免责声明

本报告由系统自动生成。所有信息和内容均来源于雪球用户的讨论，雪球不对信息和内容的准确性、完整性作保证，也不保证相关雪球用户拥有所发表内容的版权。报告采纳的雪球用户可能在本报告发出后对本报告所引用之内容做出变更。

雪球提倡但不强制用户披露其交易活动。报告中引用的相关雪球用户可能持有本报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，也可能与这些公司或相关利益方发生关系，雪球对此并不承担核实义务。

本报告的观点、结论和建议不构成投资者在投资、法律、会计或税务等方面的任何操作建议。投资者应自主作出投资决策并自行承担投资风险，根据本报告做出的任何决策与雪球和相关雪球用户无关。

股市有风险，入市需谨慎。

版权声明

除非另有声明，本报告采用知识共享“署名 3.0 未本地化版本”许可协议进行许可（访问 <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/deed.zh> 查看该许可协议）。



访谈嘉宾



谭木匠 V 谭木匠控股有限公司官方账号

访谈简介

\$谭木匠(00837)\$2014年3月，谭木匠总部从重庆江北搬迁到江苏句容，成熟优秀员工的大量流失，以及设计师团队整体解散，连续两年出现业绩下滑，直至2016年12月才有了正增长。2017年，新的团队完成重建并成熟，自建设计队伍及社会设计资源磨合到位，设计大赛开展顺利，营销渠道转型走上正轨，大量投入品牌活动等。

2017年，在总店数减少6家的基础上，主营业务增长14.3%，年度溢利增长12.1%。谭木匠自2009年挂牌上市开始，每年按利润50%分红，8次合计分红1.994元港币，2017年继续50%利润分红0.3072以外，还特别派息0.3072港币。

明天（4月10号），谭木匠350名残疾员工，接到南京艺术学院盛情邀请，浩浩荡荡地从重庆万州乘坐动车到江苏南京，进行一次别开生面的文化艺术和手工体验交流，谭木匠到底在干什么？创始人谭传华第一次作客雪球访谈与投资者交流，速来提问~

访谈嘉宾：谭木匠董事长谭传华先生，财务总监陈汉云先生，投资者关系经理谭

尧女士。

[\(进入雪球查看访谈\)](#)

本次访谈相关股票：谭木匠(00837)

以下内容来自[雪球访谈](#)，想实时关注嘉宾动态?立即[下载雪球客户端](#)关注TA吧!

[问] 有股如云:

关于[\\$谭木匠\(00837\)\\$](#)@有股如云: 请问未来的派息政策是延续50%分红，偶尔加特别息，还是会调整派息比率？谢谢！，对[@谭木匠](#) 说:

[答] 谭木匠:

暂时没有新的计划，谢谢！

[问] 有股如云:

关于[\\$谭木匠\(00837\)\\$](#)，对[@谭木匠](#) 说: 请问陈先生，2017年业绩报告中，3033万元行政开支中有1200万元左右未披露具体用途，能说明一下么？谢谢！

[答] 谭木匠:

请财务总监汉云回答一下。

[问] nfbbc:

关于[\\$谭木匠\(00837\)\\$](#)，对[@谭木匠](#) 说: 谭木匠的匠心精神深有体会，但从公司经营角度来看，如何将梳子这一日常用品刻上自己品牌烙印，如何让消费者心甘情愿的付出溢价？公司在大百货的布局可见一斑，经我目测，进去逛店的顾客倒不是很多，而且我也去店里咨询了一下，店员主要还是从梳子的质量和价格来说，是不是应该相应增加些文化因素沉淀到品牌中去？

[答] 谭木匠:

谭木匠企业文化以“诚实劳动快乐”来统帅的。就如一杯白开水，喝起来没有什么味道，需要时间慢慢去揣摩，无论加盟商还是店员，员工以及消费者，理解都会有不一样的感受，不过我们需要努力做好才对。

[问] 雨枫:

关于\$谭木匠(00837)\$，对@谭木匠说：问题一：传统木梳作为耐用消费品，消费者的购买频率和品牌认知度始终比较受限，公司是否考虑过结合传统医学概念，往类似保健品的方向做延伸化发展？譬如在木材中加入某些带有提神醒脑作用的草药，为高考考生、孕产妇等特定人群推出健脑梳、气血梳之类带有一定保健功能性的产品？

问题二：公司是否有计划针对年轻人群和线上渠道，推出设计风格更时尚更现代的木梳子品牌？毕竟现在谭木匠的主品牌调性还是略显古典，未来谭木匠如何更好的迎合和服务于95后甚至00后这一代，公司是否有通盘的考量？

问题三：公司是否有借助于流行文化IP推授权产品的计划？譬如针对热门影视剧，或受欢迎的动漫角色，推出限量款主题木梳产品？公司对于这类营销活动的态度是怎样的？

[答] 谭木匠：

对保健方向，10多年前公司认真思考过，保健品植入中药有可能对身体有帮助，但很容易被市场末端销售追逐利益过度夸大，导致欺骗，所以谭木匠一直持谨慎态度。文化IP授权运用，公司在开始做。谢谢

[问] HareNTortoise：

关于\$谭木匠(00837)\$，对@谭木匠说：1.公司是否可以单独披露线上销售数据（根据16年公布的数据推算占比已接近30%）和线下同店销售数据？为什么往年都有披露的梳子类和镜子类的销量17年没有披露？2.公司组合礼盒销售占比从08年51%上升到了17年的77%，请问这种消费趋势背后的原因是什么？公司是否掌握礼盒销售中商务送礼和私人送礼的占比大致是多少？

[答] 谭木匠：

明年改进。

[问] 吹得王：

关于\$谭木匠(00837)\$，对@谭木匠说：你好，谭总 我首先有一个建议

(1) 谭木匠产品升级后，梳子变好看了，但是包装盒很难看，有些店里的营业员随便

找包装盒来装梳子，感觉像是穿着西装的人配了双草鞋 不协调，请关注一下；

一个问题：公司设计目前有部分来自于外部比赛和合作作品，如何协调外部设计师和公司内部设计师之间的关系，我担心的问题是公司设计部由于竞争的关系，会认为排斥，干预一些第三方的优秀设计作品，是否会出现这样的情况

[答] 谭木匠：

感谢您的提问，非常好的问题。设计是谭木匠非常重视的一项工作，也是我最不满意的一项工作，新的设计资源整合目前尽管走入正轨，但还有大量的系统工作没有做起来，关于排斥方面的情况，您们知道，谭木匠人老实，员工们还是比较朴实的，应该不会有排斥现象发生

[问] 群兽中的一只猫：

关于\$谭木匠(00837)\$，对@谭木匠 说：请问谭总，贵司对产品行业空间有没有具体测算过？测算的主要依据有哪些？对礼品梳行业的可持续性如何看待？如能回复，十分感谢。

[答] 谭木匠：

05年公司提出打造学习型组织，我们认为一家公司只要保持在学习状态下，无论市场怎么变化，总是能找到自己合适的位置。保持永远在路上，一直不成熟，无论智能化，新的商业模式，对他都不困难，就怕一家公司已经完美了，那么距离消失就不远了，所以，谭木匠今天有很多的课题需要去公关，有不少问题需要去解决。。

[问] 92路车：

关于\$谭木匠(00837)\$，对@谭木匠 说：谭总您好，是否听说过巴菲特十分推崇的喜诗糖果？个人感觉贵司与其有相似之处，目前公司经营层面是不错的，只是在资金使用效率上加强，就完美了，过多富余资金长时间存银行是低效的资金利用方式，也拖累目前净资产收益率只有16.3%，如果没有特别好的再投资机会，可以考虑加大分红，将净资产收益率提升至30%以上，甚至逐步提升至50%以上，试想有几家上市公司能长期做到如此收益率？到时谭木匠就堪称卓越、教科书式的公司。希

望谭木匠越来越好，一点建议，谢谢！

[答] 谭木匠：

谭木匠不刻意模仿某一家公司，我是从投资者口中知道喜诗糖果，谭木匠就是一个卖梳子的，走自己的路。关于资金问题，多年前松下一句话启发我，你有100万你不能全部用完，只能花50万，以防不测。一个人、一个组织，都要有居安思危的打算，不能把手上的钱全部花掉，不能全部拿去投资，否则这都是对企业对组织不负责任的。

[问] 財富智慧與美酒：

关于\$谭木匠(00837)\$，对@谭木匠说：请问现在谭木匠区县店营收盈利如何？国内业务单就梳子来说 公司计划如何扩张？还有新开的高铁站店盈利如何成本如何？公司下一步如何扩大影响力？

[答] 谭木匠：

区县店在谭木匠体系中占比不大，目前也不会重点去发展，但从区县店加盟商的投入产出比来说，也不算太差。公司主要发展新的购物渠道，关闭形象不好的超市和街边店。新开的高铁站目前的盈利情况还不错。公司会加大品牌宣传力度，会在体验式购物方面增加一些投入。

[问] 画地为牢：

关于\$谭木匠(00837)\$，对@谭木匠说：请问谭木匠如何持续提升自己的护城河？如何持续提升自己的市场空间和业绩？有没有扩张成为一个全球品牌的打算和具体计划？这次特别分红出于什么考虑？以后大概会是什么比率水平？

[答] 谭木匠：

在赛场上跑第一名的不需要看第二名，只顾朝着前面跑。国内渠道拓展空间还很大，这也是近几年应该主要抓的。国际市场现在才开始纳入正式的议事日程，近几年准备开一些店，做一些海外推广和营销。

[问] 乘凉者：

关于\$谭木匠(00837)\$，对@谭木匠说：谭木匠是我最欣赏最喜欢最钦佩的公司之一
请教董事长一个问题 能否增加些时尚简约 高端大气等不同风格的产品
以及对木匠谷整体运营是如何思考的

[答] 谭木匠：

木匠谷，请给谭力子一个时间来回答。。

[问] 扎卡林：

关于\$谭木匠(00837)\$，对@谭木匠说：感谢领导们的分享，有3个小问题：1) 17年公司毛利率65.2%，同比下降0.4pct，年报里的解释是线上产品结构变化的影响；但是按我的直观理解，线上毛利率要高于线下，在线上快速增长、占比提升的情况下，是否可以解释一下毛利率下降的具体原因？ 2) 公司披露线下客单价173元/单，请问线下客单价是否相同？另外，我从门店了解到，我们的单个梳子价格接近200元，礼盒在400-500区间，价格提升是否还有空间？ 3) 另外，想请教一下2018年是否会大力开拓海外市场？谢谢！

[答] 谭木匠：

请汉云回答一下，谢谢

[问] 新三板公司分析：

关于\$谭木匠(00837)\$，对@谭木匠说：谭木匠这些年的分红已远超当年的IPO融资金额，是港股市场不可多得愿意与小股东真金白银分享收益的上市公司！请问谭总是如何看待资本市场的？照理说谭木匠有充足的现金流，扩张不需要外部融资，而前些年增速放缓股价下跌得很厉害，大股东也没有选择私有化，是不是想未来利用资本市场做一些并购还是出于别的什么考虑？

[答] 谭木匠：

目前没有这方面的计划。

[问] 新三板公司分析：

关于\$谭木匠(00837)\$，对@谭木匠说：谭木匠这些年的分红已远超当年的IPO融资额，是港股市场不可多得愿意与小股东真金白银分享收益的上市公司！请问谭总是如何看待资本市场的？照理说谭木匠有充足的现金流，扩张不需要外部融资，而前些年增速放缓股价下跌得很厉害，大股东也没有选择私有化，是不是想未来利用资本市场做一些并购还是出于别的什么考虑？

[答] 谭木匠：

各位投资者下午好，谢谢大家的关注并提问，董事长回答的提问不一定让各位都满意，接下来有问题可以提给我。我们董事长这个人呢，他有点个性，有点文艺，很有趣，争取有机会面对面对话。下面董事长有几句话我记录下来，不一定完整记录他的意思，加之我的电脑水平有限，但愿能给大家带来美好享受。

[问] 新三板公司分析：

关于\$谭木匠(00837)\$，对@谭木匠说：除了梳子，会否考虑向其他的木制品类扩张？

[答] 谭木匠：

中国有句古话，物以类聚人以群分，喜欢谭木匠的人或许有相同的味道，有相同味道的人，坐在一起喝喝茶看看风景，做把梳子，偶尔相视一笑，甚至也不需要说话，或者就是幸福的味道。

[问] 新三板公司分析：

关于\$谭木匠(00837)\$，对@谭木匠说：除了梳子，会否考虑向其他的木制品类扩张？

[答] 谭木匠：

谭木匠做梳子，初衷还是为钱的，要养家糊口吧，但随着品牌不断成长，企业效益也不错，这时我们就在思考，到底我们要干什么，是要做一家大公司呢，还是做一家很赚钱的公司，还是做一个有理想有情操的公司呢，我们发现大公司昙花一现的太多，大家可以回想，这20多年来多少大公司消失，多少赚钱的公司也不在了，但是谭木匠

就是想走更远的路，做一家好公司，那个时候才确定下来“诚实劳动快乐”的企业理念。

[问] 新三板公司分析：

关于\$谭木匠(00837)\$，对@谭木匠说：除了梳子，会否考虑向其他的木制品类扩张？

[答] 谭木匠：

谭木匠有了诚实的理念，我们希望做好梳子，寻找那些有真诚、但内心软弱又渴望得到一些心灵安慰的人，20年前吧，我们就在思考，谭木匠梳子不想卖给人家，我要惜售，不追求卖的越多越好，毕竟上帝赐给我们的资源是有限的，我更希望这把梳子陪伴你一辈子，这才是对我们劳动的尊重。我们终身免费维修梳子，是希望你好好珍惜这把梳子，希望这把梳子成为你情感的载体。

[问] 新三板公司分析：

关于\$谭木匠(00837)\$，对@谭木匠说：除了梳子，会否考虑向其他的木制品类扩张？

[答] 谭木匠：

至今谭木匠还很弱小，一半是残疾工人，又是在三峡库区，产品也很小，如此能够在市场上有一点点成绩，能得到一点认可，这实在是很多默默无闻的人劳动和帮助的结果。在这么一个物欲横流的时代，一个变化多端的市场，谭木匠带着这几百个残疾人还能在市场上有一席之地，实在是我从内心感谢上帝的恩惠，各位投资者，你们的包容，你们的鼓励，我很感谢，多帮助嘛

(完)

以上内容来自[雪球访谈](#)，想实时关注嘉宾动态？立即[下载雪球客户端](#)关注TA吧！

没别的 就是比人聪明



雪球

聪明的投资者都在这里