

证券代码：300616

证券简称：尚品宅配

广州尚品宅配家居股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2022001

| | |
|---------------|--|
| 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会） |
| 参与单位 | 长江证券、天弘基金、汇添富基金、嘉实基金、民生加银基金、鹏华基金、前海开源基金。 国泰君安、上海和谐汇一、南方基金、新华资产、基石资本、浙江银万斯特投资、前海联合基金、中加基金、Arohi Asset Management Pte Ltd、深圳纽富斯投资、东方证券、淡泰资本、天融博汇资本、上实投资、上海益理资产、韶夏资本、浙商证券资管、红阳资本。 |
| 时间 | 2022年2月23日 |
| 地点 | 现场：高德置地A座35楼、电话会议 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事会秘书何裕炳 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 一、主要问题及回答： 问：复盘2021和展望2022年？ 答：我们复盘2021发现行业中很多企业也在往整装领域去靠拢，这也在印证整装确实是行业的发展趋势。我们在整装上积累了很多技术、供应链以及全流程打通的宝贵经验，这些都为我们整装战略的推进打下了坚实的基础。今年公司整体目标是收入增长以及利润回归，工作重心分为两条路，第一是整装团队继续专注于整装领域的投入、研发、运作；第二是传统业务团队的专注于传统业务。整装是我们长期的战 |

略目标，在实现这个战略目标的过程中传统业务的优势也要继续保持。

问：整装的业务规划如何？

答：整装是长期战略目标，自营整装+整装云业务都需要往深度和广度去走。首先，整装云要努力把理念和好的产品推给更多会员装企，同时在提供产品的过程中慢慢向装企渗透数字化思维；其次，自营整装继续在自营城市里深耕，自营城市的空间还很大。预计整体能够保持比较好的发展态势。

问：行业竞争越来越激烈，公司的核心竞争优势在哪里？

答：因为我们是 IT 企业起家，所以我们一个重要的核心竞争力是数字化能力，过去面向软装、定制家具，未来面向整个家居空间的数字化能力。各个环节的配合与交付都涉及到大量的数字积累与处理，企业的数字化能力也是未来整装能走向整装工业化（规模化）的一个必要能力。

问：您认为公司的整装模式存在的优势与劣势有哪些？

答：不同模式的整装公司，落地业务大不相同。有些只是面向整装企业提供定制家具，其优势便体现在资产相对较轻。相比起来，我们的整装模式涵盖很多主辅材，相对较重，但后续通过与京东的合作可以借助京东强大的供应链能力来解决。在自营整装方面，公司圣诞鸟整装模式是很独特的，很难找到做相似业务的友商。有些装修公司可能也在做软硬一体的整装服务，和这类公司相比，我们的优势是拥有软硬装结合的能力，并且公司软装配套率非常出色，传统家装公司在硬装里融入软装的难度非常大。此外，我们优秀、扎实的技术和数字化思维也是整装模式探索中非常重要的一项能力。我们的模式确实是比较难的，需要长期去做，无法一蹴而就，但空间很大。

问：同行做 BIM 的技术壁垒会很高吗？

答：BIM 只是整装模式的其中一环，BIM 是实现数字化的重要工具，但实现整装规模化并不是仅把 BIM 做出来。我们的整装模式会深入行业，关注于如何做好整装这件事，帮助装企提升整装销售、信息化、数据化和供应链整合的能力，从而实现软硬一起设计、软硬一起销售、赢得竞争、赢得利润。同时，我们认为，真正的整装应该是供应链整合，而不是简单的供应商整合，只有在数字化的前提下，通过供应链整合，才能更好地管控施工材料质量以及施工工期，保证设计效果与交付效果的一致性，真正做到“所见即所得”。在整装全流程数字化，以及供应链整合的协同下，未来随着干法施工工艺的应用和装配式产品的逐步成熟，将逐步降低对施工工人的依赖，进一步提升施工标准化的程度，最终实现工业化整装。

问：今年的招商计划？

答：今年传统业务团队其中一个工作重点是招商，目前我们两个品牌合计才 2000 多个门店，对比同行公司单品牌就做到 4000、5000 个门店，我们在全国招商和布点上仍然有很大的内生增长空间和弹性，今年招商节奏会加快，同时也会关注下沉和填补空白城市。

问：今年对于加盟商的策略会有什么改变吗？

答：今年面向存续加盟商以夯实定制家具业务能力为主，通过 IT 系统、技术等来帮助加盟商提升定制能力，帮扶加盟商；在新加盟商方面，要扩大招商，下沉和填补空白城市。今年会花大力气让加盟业务能够重新回到快速增长的趋势上来。

问：公司和京东合作的情况如何？

答：一切都在快速推进中。经过去年大半年的磨合，双方对各自能力和基础都有更深入的认识，接下来双方会开全年会议进行今年的业务推进安排。我们和京东在北京的合作门店预计在 4 月份会和大家见面；Saas 技术服务合作也会很快落地。

| | |
|----------|--|
| | <p>问：定制企业和装企、设计师合作的过程中，话语权的划分、转变如何？竞争格局和趋势的转变如何？</p> <p>答：公司是能够感受到面向装企的话语权会弱于面向加盟商的话语权，未来随着整装的大行其道、品牌集中度提升，这种话语权会持续动摇定制家具企业，这也是我们为什么要进入整装领域、为什么要做 BIM 技术的原因之一。</p> <p>问：客单价情况？</p> <p>答：定制业务近年客单比较稳定，整装的客单有在提升。</p> <p>问：公司的直营门店合伙人布局如何，进展如何？</p> <p>答：直营门店实践下来效果不错。这种形式接下来会持续深度去做，并应用到其他业务模块、层级中，用经营、合伙的思维来逐步替代单纯的打工思维，最终成为具有活力、管理逐步扁平化的状态。</p> |
| 附件清单（如有） | 无 |