

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：2023006

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（2023 广东辖区上市公司投资者集体接待日）
参与单位	现场：中金公司 戎姜斌、刘玉雯，惠通基金 刘利钊，彬元资本 张帆 2023 广东辖区上市公司投资者集体接待日：投资者网上提问
时间	2023 年 9 月 19 日 现场：10:00；2023 广东辖区上市公司投资者集体接待日：15:45
地点	现场：广州总部（高德置地 A 座） 2023 广东辖区上市公司投资者集体接待日：全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	现场：董事会秘书何裕炳 投资者网上集体接待日：董事长李连柱、总经理周淑毅、董事会秘书何裕炳、财务总监张启枝
投资者关系活动主要内容介绍	一、主要问题及回答： 问：699 套餐的战略定位是什么？家居行业会进入价格战吗？ 答：699 不是价格战，而是引流战。我们通过 699 惠民专供系列，期望以亲民实惠的价格抢占流量入口，挖掘下沉市场消费潜力，同时也是在现有的产品线的基础上，通过补充惠民系列产品，更好地满足消费者多元的价格需求。除了 699 套餐外，尚品宅配仍以“随心选”全屋定制新模式作为战略重点，并会持续推出针对不同人群需求的套餐产

品，从而扩大销量，抢占市场份额。

问：699 对毛利率的影响？

答：我们的 699 惠民专供为限时限量的阶段性营销政策，并非长期行为。除了 699，尚品宅配仍以“随心选”全屋定制新模式作为战略重点，持续推出针对不同人群需求的套餐产品。同时，我们希望能充分挖掘客户需求，将流量有效转化到 AiLife6 智享生活系列中去。AiLife6 智享生活系列是公司针对四类主要户型（二房、小三房、大三房、四房），结合中国家庭全生命周期六大定制模型（单身贵族、二人世界、伴你童行、学业有成、家成业就、安家怡养）推出的，内含 23 款大产品，通过清晰的产品矩阵实现各级用户不同层次的价值需求。预计对毛利率影响不大，但对加盟商扩大收入会有正面积极的影响。

问：如何看消费降级？

答：现在大家看到的“消费降级”本质上更多的是代表一种价值回归，消费者不再仅仅追求品牌和包装，而是更加理智地进行消费决策，大家更关注自己的实际需求，关注产品的实用性、舒适性和性价比，但这并不意味着不消费。这也要求家居企业更关注解决消费者需求推出针对性的产品，同时更关注于提升产品品质。

问：提升产能利用率的措施？

答：最直接的方式是增加渠道增加订单。拎包是我们今年从集团层面确定要去大力开拓的渠道。现在的流量获取越来越前置，拎包就是一个流量很前置的渠道，今年我们大力推动各地直营公司和加盟商积极与物业合作，进驻全国楼盘开展拎包业务，将样板间升级为样板店，使其成为我们新的获客渠道和消费成交场景，预计今年下半年会有更多项目落地，为我们带来增量。

问：最近几年公司都在做直营店转加盟店的调整，未来直营店的定位

是怎样的？

答：直营城市还是会坚持 1+N+Z 的城市发展模型，直营店会作为大店为整个城市做展示共享，更多地发展自营加盟店，并在物流、交付等维度帮助加盟商在多种渠道进行业务拓展。

问：如何更好地利用抖音、小红书等新兴渠道的流量？

答：现在的线上流量不再像过去一样统一都由总部获取和分发，现在的线上流量获取渠道更分散，除了总部分发的流量外，还需要各加盟商也积极动起来，例如我们鼓励各加盟商都开通直播来引流获客、积累自己的客户流量池。

问：1、尊敬的公司管理者：1，请问公司下来的发展计划是什么及经营方向？2，公司对股价从 2021 年 7 月开始的下跌有何说明？3，2 家达晨系股份合并仍然超 5%，下来是不是按新规要求不允许再减持了？

谢谢

答：投资者您好！1、公司 2023 年经营计划的核心关键词是“聚势抢滩 赢的力量”，重点开展如下工作：1) 发力客户生活方式方案设计和“定制家居+配套”，以“全屋定制，就要随心选”全力开拓全国渠道；2) 聚焦“广佛深”，大力做、深入做并取得创新突破，通过“装两次，才省心”开展圣诞鸟整装业务；3) 树立品质文化，确定品质管理责任，保障质量口碑，提高生产效率，改善管理支援前线打胜仗；4) 推动企业文化引领经营管理、塑造员工行为、服务内外部客户，实现公司高质量可持续发展。2、股价受众多因素的影响，公司管理层会不懈努力，致力于规范经营，提升经营业绩，不断提升公司的综合实力和内在价值，力求以更好的市值表现回馈广大投资者。3、《证监会进一步规范股份减持行为》文件提及证监会正在抓紧修改《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》。更具体的细则尚待明确。公司将严格遵守相关法律法规及交易所的要求，并及时告知相关股东最新政策规定。感谢您的关注。

问：3、即使第一季度房地产复苏明显，公司的业绩依然没有扭亏为盈的原因？请问公司对存量房的布局？今年的招商情况如何？

答：投资者您好！第一季度主要是由于前期仍有外部不确定因素延续，叠加过年和行业淡季等因素影响。面对存量房市场，我们在广佛深三城通过自营整装进行覆盖和深耕，持续夯实强化整装数字化能力；在其他城市积极发展整装云会员，并积极推动各地加盟商和当地大中型装企开展合作。今年我们持续加大招商力度，着重招大商、总经销商，增加对大商、总经销商的支持和倾斜，继续推进 1+N+Z 的城市发展模式。感谢您的关注。

问：4、请问招商策略依然是大商为主吗？整个行业极度分散，流量分散的情况下，更多的小的加盟店会不会更加好一点？

答：投资者您好！大商不代表只开大店。今年我们持续加大招商力度，着重招大商、总经销商，增加对大商、总经销商的支持和倾斜，继续推进 1+N+Z 的城市发展模式。同时，积极推动各地加盟商积极与物业合作，进驻全国楼盘开展拎包入住业务，将样板间升级为样板店，使其成为我们新的获客渠道和消费成交场景。感谢您的关注。

问：5、还有行业共识的整装，当年在广佛大本营打磨这么久，为什么不能复制粘贴到其他城市？请问整装模式未来会推给其他加盟商吗？

答：投资者您好！我们的整装模式不是简单的供应商整合，而是需要变革传统装修的流程，通过信息化、数字化和装配化，帮助装企建立起工业化整装的能力。信息化、数字化我们都已经搭建好，但装配化尤其是面向 C 端的装配化还需要时间去探索和沉淀。我们会在整装上持续进行探索和打磨：自营整装会更聚焦在广佛深三城进行针对性的打磨，关注是否有打磨出数字化、信息化及装配式三个层面上的能力提升，同时今年也会继续发展整装云会员企业，在整装云的产品策略上也会更多聚焦在以随心选全屋定制新模式来作为我们和装企的连

	<p>接。感谢您的关注。</p> <p>问：6、根据你们最新透露的信息，会以定制 软装为主，行业最大的痛点硬装，公司打算如何解决？</p> <p>答：投资者您好！我们会在整装上持续进行探索和打磨：自营整装会更聚焦在广佛深三城进行针对性的打磨，关注是否有打磨出数字化、信息化及装配式三个层面上的能力提升，同时今年也会继续发展整装云会员企业，在整装云的产品策略上也会更多聚焦在以随心选全屋定制新模式来作为我们和装企的连接。感谢您的关注。</p> <p>问：7、7、公司未来 5-10 年目标是什么？对公司未来定位如何？面对竞争对手欧派、索菲亚、志邦公司有什么规划应对未来竞争？</p> <p>答：投资者您好！公司秉承“客户为本、结果导向、拼搏进取、专业成长”核心价值观，以“创新科技，服务家居”为理念，以“成就你我家居梦想”为公司愿景，通过不断的创新研发，应用云计算、大数据技术进行信息化和工业化深度融合，致力于为消费者提供全屋整装、全屋定制、全屋配套等一体化服务，坚定而持续地去投入去探索中国家装行业整装发展之路。每家企业的业务模块、自身优势都不相同，尚品宅配作为 IT 起家的家具企业，始终在设计、营销、生产等各环节发挥自身信息化、数字化等技术优势，始终坚持创新，在执行发展战略的同时，公司将继续努力做好各项经营管理工作，降本增效，强化核心竞争力，以更好的业绩回报投资者。感谢您的关注。</p>
附件清单（如有）	无