

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：2018024

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	东方资管、国泰基金、南方基金、景林资产、高毅资产、华夏基金、博时基金、宝盈基金、涌金、中欧基金、恒大人寿、清和泉、交银施罗德、裕晋投资、平安养老、申万菱信基金、众诚保险、泰康资产、盈峰资本、知著投资、淡水泉投资、星石投资、PV Capital、Aspex、天奥投资、华骏基金、天堂硅谷、广东辰阳、瑞华资管、凯丰投资、弘道投资、奕金安投资、中信证券、中金、申万宏源、招商证券、国泰君安、中信建投、安信证券、广发证券、天风证券、东吴证券、中泰证券、长江证券、中银国际、光大证券、长城证券、太平洋证券、华泰证券、东北证券、西部证券、汇丰前海、广州证券、海通证券、西南证券、方正证券、华创证券、国融证券、德邦证券等
时间	2018年10月26日上午
地点	尚品宅配广州总部（广州市天河区花城大道85号高德置地广场A座33楼大会议室）
上市公司接待人员姓名	董事及技术负责人彭劲雄、董事会秘书何裕炳

**投资者关系活动
主要内容介绍**

一、简要介绍 2018 年三季度报情况

公司在 10 月 25 日晚间通过巨潮资讯网发布了 2018 年三季度报：

公司 2018 前三季度实现营业总收入约 46.38 亿元，比上年同期增长 29.24%；实现归属于上市公司股东的净利润约 2.93 亿元，比上年同期增长 42.28%。

二、主要问题及回答：

问：能给我们简单介绍定制家具整个流程中会用到哪些软件工具吗？

答：我们的软件工具链，涵盖了从前端设计到送货安装各个阶段，涉及到各个岗位。前端设计用的是品牌定制版的圆方设计软件；后端拆单是用工厂定制版的圆方家具软件；批次排产阶段用圆方的排料软件；生产入库阶段会用到一些终端设备的软件，例如机台控制软件、包装质检软件、仓库管理软件等；送货安装阶段会有手机辅助软件，例如安装宝等。

问：使用我们自己开发软件的好处在于？

答：第一，产品 ID 唯一，每一块板都有唯一的二维码标签，相当于这块板有身份证，从创立到现在板件的数据都是跟着这个 ID 保存在数据库，这对于数据分析有非常重要的作用。第二，数据格式统一，产品数据格式在全流程里面是一致的，不需要花时间进行翻译，也不会因为前中后端的系统不同而带来人工的参与，从而导致出现信息误解等情况，因为大家说的都是同样的语言。第三，信息可以双向互通，ID 上记录的信息可以正向也可以反向流动，例如安装售后需要下补单时只要扫码就可以知道产品方案，从而进行补单。

问：友商基本都是使用第三方软件，会存在什么问题？

答：首先，使用第三方软件，在业务理解，需求沟通上会耗费非常多的时间；其次，如果完全依赖外部，公司会变得很被动，一旦外部因

素发生变化，公司就会不可避免地受到影响，而且更换软件的代价也是很大的；最后，软件投入使用需要有工厂能够持续不断配合验证、调试，最后达到相对稳定、顺畅的状态，并且后续还要持续的优化、改进，如果这个过程都需要第三方参与，难度更大、成本更高、需时更长。

问：C店目前的运营和拓展情况？

答：北京和上海的C店已经开业，目前运营情况在预期之内，广州C店也在近期开始试营业。C店是我们探索新零售的尝试，希望能将一些低频的消费变成偏高频的集聚，未来O店会往C店靠拢（展厅布局，业态等）。

问：加盟开店进展？

答：加盟招商进展顺利，预计能完成今年的招商目标。

问：公司今年对加盟商会有什么扶持政策吗？会有资金补贴吗？

答：没有资金补贴。会有一些技术上的支持，例如会针对部分O2O引流性价比、引流效果比较好的城市做一些定点支持，帮助提升成交率。

问：成交客户中旧房改造的比例怎么样？

答：目前还是一手房成交为主，旧房改造的占比在持续提升，一二线城市会更明显。

问：对于现在的市场环境，Q4有什么措施应对吗？

答：会在管理方面下功夫，让管理人员下沉一线，用“笨方法”，帮助一线业务人员踏实做好服务，提升成交率。另外，我们还推出了云设计支持，尝试定点支持部分城市，帮助其提高成交率。

问：整装会员的招收标准？

	<p>答：目前没有什么很明确的标准，因为数量、规模还很小，但目前的会员是中小型装修公司偏多。</p> <p>问：对未来竞争格局的看法？</p> <p>答：大家比较关心的就是会不会打价格战。其实目前价格竞争主要还是体现在衣柜和橱柜等高度标准化的产品上，巨头具备规模优势，成本较低，这对于小规模单品类和多品类的企业会不利。全屋的价格战比较难，因为产品个性化程度较高、服务比重大，消费者也不好比较。若友商在橱衣柜打价格战，可能会加快行业全屋定制和大家居模式的推进。</p> <p>问：对行业的未来展望？</p> <p>答：我们一直在思考，未来三年、五年后链接消费者的界面会是怎样的呢？首先，这个界面肯定不是单品类的。单品思路未来在接触消费者上会遇到非常大的问题，现在部分单品类企业零售端增速逐渐放缓，很多转去做工程单，随着工程占比的不断提升，他们投放在零售上的资源会愈发减少，如此循环，最终他们可能会逐渐变成这个品类的供应商，从而在零售市场失去竞争力。</p> <p>目前我们认为未来有可能通向消费者的道路有两条，一个是整装，一个是定制家具，目前这两条道路公司都在同步推进：整装，我们以整装云切入，赋能装修企业转型为整装企业；全屋定制，在现有业务上逐渐扩大品类，提升边际产出；会逐渐形成双平台、双通道的企业发展路径。</p>
附件清单（如有）	无