

证券代码：300616

证券简称：尚品宅配

公告编号：2018-017

广州尚品宅配家居股份有限公司 2017 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
肖冰	董事	工作原因	傅忠红

广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 110390000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 10 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 8 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	尚品宅配	股票代码	300616
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	何裕炳	罗时定	
办公地址	广州市天河区花城大道 85 号 3501 房之自编 01-05 单元	广州市天河区花城大道 85 号 3501 房之自编 01-05 单元	
传真	020-85027985	020-85027985	
电话	020-85027987	020-85027987	
电子信箱	securities@spzp.com	securities@spzp.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主营业务情况

本公司主要从事全屋板式家具的个性化定制生产及销售、配套家居产品的销售，并向家居行业企业提供设计软件及信息化整体解决方案的设计、研发和技术服务。

本着为消费者提供个性化家具的理念，公司以圆方软件的信息化技术、云计算、大数据应用为驱动，依托新居网的 O2O 互联网营销服务平台，以及佛山维尚大规模定制的柔性化生产工艺，实现了“尚品宅配”和“维意定制”全屋板式家具定制个性化设计、规模化生产的“C2B+O2O”商业模式。

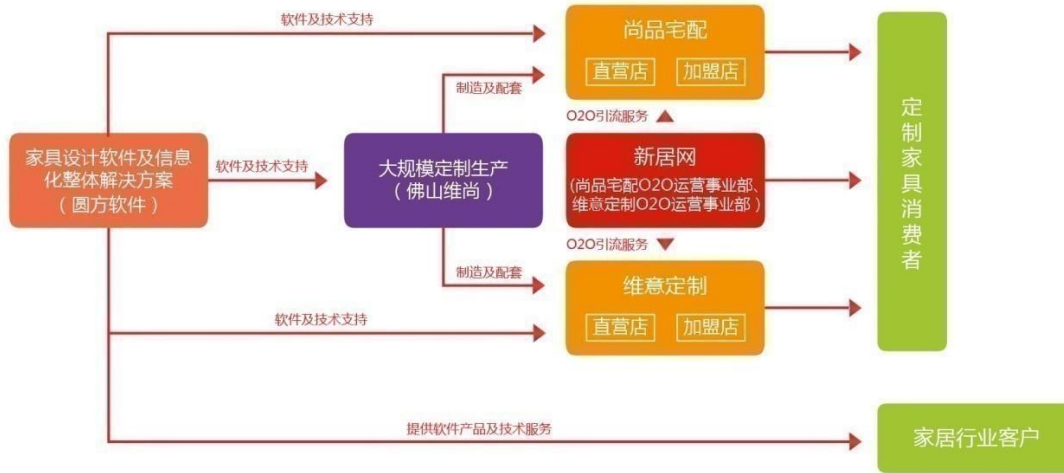
公司主要产品及服务包括卧室、书房、儿童房、客厅、餐厅、厨房等家居空间所需的衣柜、橱柜、书柜、电视柜、床等全屋板式定制家具产品，沙发、床垫、厨电、饰品等配套家居产品，通过与消费者对家居方案的互动设计、上门量尺、柔性化生产、配送安装等服务实现消费者对家居产品的个性化定制需求；此外，公司还从事家居行业设计软件及信息化整体解决方案。

通过云设计和大数据技术，公司在销售设计端能够快速实现消费者的个性化设计需求。经过十多年对不同区域的上万个楼盘、数十万个房型的数据积累，以及多年生产销售积累的数字化定制家具产品和配套家居产品 3D 模型，公司建立了庞大的“房型”数据库和参数化“产品库”，应用虚拟设计系统，形成海量的“空间解决方案库”。基于图形图像的房型搜索和云匹配技术，通过与客户的互动沟通，设计师能够快速从空间解决方案库搜索到匹配的设计方案，并融入客户个性化需求，经过再设计得出客户满意的个性化空间解决方案，实现了消费者自主设计家具的消费体验，使家具消费由过去的客户被动选择模式转变为以客户需求为导向、主动参与设计的 C2B 商业模式，促进了家具行业由传统的制造业向现代服务业转型。

通过信息化与工业化的深度融合，践行智能化制造思维模式，公司在家具生产领域实现了全屋板式家具大规模定制的生产模式。公司运用自主设计的软件及信息化技术对数控设备进行技术升级改造，通过虚拟制造技术、订单处理中心对订单进行审核、拆单、排产，将一定数量同类板材的订单合并成一个加工批次并形成加工、分拣、分包、入库等指令，按照批次而不是按照订单组织生产，使公司实现了大规模定制的柔性化生产工艺，解决了定制家具个性化与规模化生产矛盾的难题。

公司采取实体连锁经营模式和线上线下相结合的 O2O 营销模式，实现了快速发展。经过多年实体连锁店的建设和快速扩张，公司已开设了上千家实体连锁店，为线上营销提供了有力的支撑；依靠十多年积累的互联网运营经验和信息技术优势，公司建立并成功运营 O2O 网络营销平台，进一步推动“尚品宅配”“维意定制”两大品牌的快速传播和品牌价值的提升。网、店相结合的营销模式使公司报告期内实现了业绩的快速增长。随着移动互联爆发式增长，新居网移动端流量导入快速增长，已经超越了 PC 端流量导入，成功从 PC 互联网企业转型成移动互联网企业。

公司及其主要子公司的职能及相互之间业务关系如下图所示：



(二) 主要服务、产品及用途

本公司主要从事全屋板式家具的定制生产及销售、配套家居产品的销售，并向家居行业企业提供设计软件及信息化整体解决方案的设计、研发和技术服务。

公司主要产品及服务包括卧室、书房、儿童房、客厅、餐厅、厨房等家居空间所需的衣柜、橱柜、书柜、电视柜、床等全屋板式定制家具产品，沙发、床垫、厨电、饰品等配套家居产品，以及家居行业设计软件及信息化整体解决方案。其中全屋板式定制家具拥有新实用主义、简约风、欧式风、中式风和田园风等多种家居风格，涵盖丹麦风情、北欧阳光、新中式主义、英伦印象、米兰剪影、挪威月色等 20 多个家具系列，在家居风格数量、家具系列数量、可定制家具范围上具有较强竞争力。

(1) 全屋板式定制家具












应用空间	定制家具分类	图例
卧室	整体衣柜、衣帽间、定制床、飘窗利用、装饰柜组合、电视柜组合	

应用空间	定制家具分类	图例	
			
<p>书房</p>	<p>书柜组合、直角书桌组合、转角书桌组合、多功能室、榻榻米</p>		
			
<p>青少年房</p>	<p>衣柜组合、上下床、书柜组合、书桌组合、飘窗利用、榻榻米</p>		
			
<p>客餐厅</p>	<p>电视柜组合、餐柜组合、沙发茶几组合、鞋柜组合、隔断柜组合、吧台组合</p>		

应用空间	定制家具分类	图例	
			
厨房	一字型、L型、U型	 <p>美家 魏伟 尚品宅配</p>  <p>美家 葛志强 尚品宅配</p>	 <p>美家 程武兵 尚品宅配</p>  <p>美家 宋登坤 尚品宅配</p>

(2) 配套家居产品

应用空间	配套品	图例	
客厅	沙发	 	 

应用空间	配套品	图例	
客厅	茶几		
餐厅	餐桌椅		
卧室	软床		
卧室	床垫		
厨房	厨电星盆 龙头等	 	 

(3) 家居设计软件

领域	产品及服务	图例	用途
家具通用领域	圆方家具设计生产系统		圆方家具设计生产系统针对家具企业的设计、拆单、生产瓶颈推出，主要解决板式家具企业在产品设计、成本核算、零件图绘制、订单分解、物料计算、产品报价及后续生产安装等环节所面临的问题。
	圆方家具销售设计系统		圆方家具销售设计系统是专门为家具终端店面量身打造的智能型营销工具，将家具店面的传统销售展示与个性化家具布置有机结合，实现“所见即所得”的消费体验。
	圆方办公空间规划设计系统		圆方办公空间规划设计系统是针对办公家具行业工程投标过程研发的一款辅助家具企业进行工程投标快速响应的有效工具。首创空间规划、方案报价、标书制作一体化全面整合，并能迅速把握客户需求，与甲方进行现场互动展示，大幅提升投标效率。
橱柜、衣柜	圆方橱柜销售设计系统		圆方橱柜销售设计系统是专门针对橱柜终端店面销售使用的一款智能、便捷的软件，能根据实际厨房空间并以消费者个性需求为导向合理布置产品，让顾客通过3D展示感受逼真的厨房空间及橱柜搭配效果。
	圆方衣柜销售设计系统		圆方衣柜销售设计系统是一款辅助衣柜终端店面销售使用的智能型设计软件，以设计服务帮助提升销量，根据客户户型尺寸和个性需求快速完成设计，通过虚拟现实全角度展示布置方案，使消费者感受衣柜整体效果。
装修建材	圆方室内设计系统A6		全新的第8代虚拟现实技术。第8代虚拟现实技术，配备了最新高品质精密渲染器，采用了光子图(PhotonMap)、光线最终收集(FinalGarther)、真实阳光系统、灯光材质分层展示等十几种先进技术，可以实现各种立体造型、天花、顶棚、地面、楼梯、栏杆等造

领域	产品及服务	图例	用途
			<p>型设计，并可三维放样，三维弯曲，充分表现设计师的创意。为室内装修企业提供快速设计空间效果。</p>

（三）公司主要业务模式

1、商业模式

公司的商业模式为 C2B 模式，即：以消费者需求为核心，根据消费者的个人偏好、期望风格、户型尺寸等众多需求因素，通过方案互动设计、上门量尺、柔性化生产工艺、配送以及上门安装等为消费者提供家居产品的个性化定制生产及服务，消费者可以亲身参与产品设计，按需定制。

本公司依托信息化技术和柔性化生产工艺，突破了“C2B”商业模式难以规模化生产的难题，实现了消费者个性化家具的“多品种、大批量”的规模化生产。

2、采购模式

（1）原材料采购模式

①生产所需原材料

公司家具产品生产所需原料，主要由子公司佛山维尚负责采购，由佛山维尚与供应商签署年度框架合同，并按订单进行采购，主要采购原材料包括板材、五金配件、铝材、包装材料、封边条等，其中部分板材为采购素板委外贴面加工为成品板材后用于生产。

采购部门对每类原材料选定一定数量的长期合作供应商，协商供应价格及交易条件，签署年度合同，具体采购时，根据公司家具订单及库存情况向供应商下达供货数量等。

②配套家居产品

采购部门根据客户订单或销售需要向家居配套供应商下达采购计划，并要求供应商建立成品库存，物控部门按订单需要要求供应商供货，并集中向客户发货，同时公司也会根据销售需要建立部分成品库存。

（2）供应商管理

公司对新供应商的甄选流程为：由采购部门的供应商开发工程师寻找供应商来源，并组织品质、研发等部门组成采购专家团对新供应商的品质、技术、生产管理等方面进行评估考核，引入符合公司标准的供应商。

3、生产模式

公司定制家具的生产由佛山维尚负责，采用“批量为 1”行业最高柔性化水平的“大规模定制”生产模式。

面对消费者个性化的家具产品，公司凭借信息化和工业化的深度结合，利用柔性化生产工艺，实现了个性化家具的大规模生产。

公司将同一板材风格的一定数量订单，通过虚拟制造技术，将该等订单所需要的板材在信息技术系统中拆分成独立的各种部件，为各个部件生成尺寸和加工要求等数据信息，并在信息技术系统中生成领料指令、二维码信息指令、加工指令、包装指令、计件工资指令等一系列生产指令并进行排产，实现个性化家具产品的多订单混合生产。

4、销售模式

公司目前已形成实体连锁经营模式和线上线下相结合的 O2O 营销模式。

（1）实体连锁经营模式

公司线下销售主要是在实体店实现，通过在实体店内向消费者展示定制家具、与消费者关于个性化家具方案的互动设计、安排设计师进行上门量尺服务、反复沟通和修改方案、上门量尺确认、配送和上门安装等工序，实现消费者对定制家具的个性化设计、家具尺寸与户型贴切、家居风格统一等多方面的需求。

公司的实体店包括直营店和加盟店。直营店包括旗舰店（O 店）和标准店，其中旗舰店为实用面积在 2,000 平方米左右，标准店为实用面积 300 平方米左右，为公司向消费者提供服务的零售终端。

直营店目前主要选址在广州、北京、上海、南京、武汉、佛山、成都、厦门等重点城市，这些城市经济发达、定制家具消费理念相对成熟、居民购买力较强。直营店对稳定公司销售渠道、提高公司盈利能力、提升品牌和市场地位起到重要作用。

加盟店主要位于其他二、三、四及五线城市。加盟店对快速扩大公司营销网络、扩大品牌影响力、带到销售增长起到重要作用。

公司的加盟店为消费者提供的服务和产品与直营店不存在差异，也为消费者提供个性化家具方案的互动设计、安排设计师进行上门量尺服务、反复沟通和修改方案、上门量尺确认、配送和上门安装等服务。

（2）O2O 营销模式

本公司以新居网运营的网络商城，通过与腾讯、百度、阿里巴巴、京东、今日头条、360 等互联网企业的流量合作，使定制家具的潜在消费者与在线导购客服人员沟通、互动，使新居网获得为消费者免费上门量尺服务的机会，进而将线上流量引入到线下实体门店，再由实体店设计师跟进后续设计、方案制作、下单等服务，实现定制家具的线上营销到线下服务。对由线上引流至加盟店并实现终端收入的情况，新居网向加盟商按照其向终端消费者实现的收款额以一定比例收取引流服务费。

（四）主要的业绩驱动因素

（1）随着公司成功上市，品牌知名度及美誉度逐步提高。“尚品宅配”和“维意定制”品牌借助上市契机，加大品牌宣传及营销力度，有效促进终端消费者成交。

（2）公司加快全国加盟门店布局，截至 2017 年 12 月底，公司加盟店总数已达 1557 个（含在装修的店面），相比 2016 年 12 月底净增加了 476 家，为本期及 2018 年全国市场高速拓展打下坚实基础。同时公司稳定推进直营门店布局，截至 2017 年 12 月底，公司直营店总数已到 85 个，相比 2016 年 12 月底净增加了 9 个，销售订单稳步上升。

（3）公司持续推进一口价衣柜，使衣柜业务获得更加快速的增长；同时公司全面发力客餐厅宅配配套产品，推出“宅配优选”“维意甄选”系列套餐产品，丰富了配套产品销售品类，有效提升配套产品销售同比增长。

（4）随着“智能制造生产线建设项目（五厂）”的逐步投产，公司的生产产能大为增加；另外，随着高度自动化、数字化的智能生产系统使用，工人单位时间人均产出也得到提升，生产效率稳步上升。

（五）公司所属行业的发展阶段、经营特点

本公司主要从事全屋板式家具的定制生产及销售、配套家居产品的销售，并向家居行业企业提供设计软件及信息化整体解决方案的设计、研发和技术服务。依据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），其中公司全资子公司佛山维尚所处的家具定制业务属于家具制造业（C21）中的新兴子行业；全资子公司圆方软件所处的家居设计软件行业属于软件和信息技术服务业（I65）；全资子公司新居网所处的电子商务行业属于互联网和相关服务业（I64）。

1、行业简介

（1）定制家具行业介绍

家具是指用木材、金属、塑料、竹、藤、玻璃、石材等材料制作的，具有坐卧、储藏、间隔等功能，可用于住宅、办公室、旅馆、学校、餐馆、医院、剧场、公园、车辆等诸多人类活动场所的产品。其中板式家具是指以人造板为主要基材、以板件为基本结构的拆装组合式家具。

按生产模式不同，板式家具可分为：手工打制家具（以下简称“手工家具”），机械化、规模化生产的标准化家具（以下简称“成品家具”），机械化、规模化生产的个性化家具（以下简称“定制家具”）。

本公司主要从事全屋板式定制家具的生产。

①板式定制家具的概念

本年度报告所指板式定制家具是指机械化、规模化生产的个性化板式家具，也就是板式家具生产企业借助现代化信息技术及柔性化生产工艺，为消费者量身定制的满足消费者个性化需求的板式家具。

与传统的成品板式家具相比，板式定制家具因需要满足消费者的个性化需求，必须解决个性化产品大规模机械化生产的难题。随着现代信息技术的提升，部分家具生产厂商借助信息系统、自动加工系统等，将数字控制加工设备转变为能根据加工指令智能操作的自动化机械制造系统，实现了柔性化生产（Flexible Manufacturing System），解决了上述难题。

依托圆方软件多年的软件技术研发和经验积累，本公司研发出板式定制家具产品的柔性化生产工艺，解决了板式定制家具设计个性化与生产规模化的难题。

②板式定制家具的优劣势

板式定制家具具有量身定做、个性化设计等特点，与成品家具、手工家具相比，具有明显的优势：

各种板式家具优劣势对比				
项目	手工家具		成品家具	定制家具
	现场手工制作	高档手工制作		
主要优势	1. 尺寸贴切、空间利用率高 2. 个性化设计 3. 价格较低	1. 尺寸贴切、空间利用率高 2. 个性化设计 3. 材料高档、做工精美	1. 形式美观，多种材质可选 2. 标准化产品，即买即用 3. 价格稍低	1. 尺寸贴切、空间利用率高 2. 个性化设计 3. 工厂生产、安装便捷 4. 整体款式、风格统一 5. 款式新颖、潮流
主要劣势	1. 质量不稳定 2. 欠缺美观 3. 一般需油漆，材料存在环保隐患	1. 价格较高	1. 空间利用率低 2. 风格、尺寸等较难自由选择	1. 生产周期较长 2. 价格稍高 3. 难以规模化生产

随着居民收入水平的提高，以及对居住环境的逐步重视，消费者对家具的个性化需求日益增加。板式定制家具凭借对家居空间的高效利用、能充分体现消费者的个性化消费需要、现代感强等特点，成为近年家具消费领域中新的快速增长点。

本公司凭借柔性化生产工艺，解决了板式定制家具难以大规模、高效率生产的难题，并通过信息化和规模化生产，大幅提高了生产效率，缩短了生产周期。

③板式定制家具的柔性化生产水平

对板式定制家具生产企业来说，板式定制家具生产的主要优势有：按客户订单进行生产，大幅降低库存资金占用，存货周转快，降低了经营风险、提高了盈利能力；但定制家具的生产，特别是多品类定制的生产，其工艺及管理流程相对复杂，对企业的信息化技术、柔性化生产工艺技术等要求较高。

受消费者订单多样性、产品复杂性的制约，目前板式定制家具行业中大部分企业仍面临难以实现大规模柔性化生产。行业内的一般企业仅能按订单逐一排产，由于每个订单均为个性化产品，导致其生产效率较低；部分企业虽然能够将订单拆分为标准件和非标准件，但仅能对标准件实行规模化、库存化生产，对非标准件的柔性化生产工艺仍然不足；行业内仅有少量信息化、自动化程度高的板式定制家具企业，结合柔性化生产工艺实现了大规模、自动化、个性化生产。

本公司利用虚拟制造技术，将订单中的每个零部件均视为非标件进行拆分，利用柔性化生产工艺进行规模化生产。

(2) 家居软件及信息服务行业概况

家居是指包括家具、装修、电器等一系列与居室有关的物件及环境布局。

家居软件及信息服务行业是计算机应用软件的一个细分市场，它具体包括用于装修、家具等空间和家居产品设计的信息系统及软件工具，它是传统家居行业进行现代化、信息化和自动化改造的主要应用工具。

目前，国际上从事家居软件及信息服务的企业主要包括德国豪迈集团（主要从事 WCC 和 IMOS 软件系统的研发）、加拿大 2020 科技有限公司，国内从事家居软件及信息服务的企业主要包括成都造易软件有限责任公司、广东三维家信息科技有限公司等。

本公司全资子公司圆方软件是我国国内较早从事家居设计软件产品及信息技术服务的知名公司。

(3) 电子商务行业概况

电子商务是指以网络信息技术为手段，基于浏览器/服务器应用方式，交易双方在未见面的情况下进行的各种商贸活动。

随着电子商务的快速发展，家居网络营销也日益普及，目前家居企业的网络营销主要包括自建网站营销和借助第三方网络平台营销等两种方式。

①建立自己的网站进行线上营销：前期平台建设投资较大，但可充分展示自己产品的性能及特征，完全掌握线上销售渠道，并能为消费者提供更好的服务。

②借助第三方网络营销服务平台进行网络营销：可大大节约平台前期建设成本，但线上销售渠道受制于第三方网络平台，且每年发生的线上营销费用较高。

本公司全资子公司新居网以自有网站“新居网”和微信公众号“尚品宅配”“维意定制”为 O2O 平台为本公司的定制家具“尚品宅配”和“维意定制”两大品牌提供线上营销服务。

2、行业的经营特点

(1) 周期性

定制家具行业作为家具行业中的子行业，与我国整体的经济增长、房地产投资情况存在一定的关系，但由于我国家具人均消费低，人均消费以及增长率都比较高，定制家具行业目前处于快速发展阶段，其周期性不强。

(2) 季节性

受消费者商品房新购装修、改善型住房和装修等季节性因素影响，定制家具行业的销售存在一定的季节性。总体来说，受气候情况、春节假期等因素影响，第一季度为定制家具的销售淡季，第二季度销售逐步恢复，下半年进入销售旺季。

(3) 区域性

我国家具行业在生产上有一定的集中度，逐渐形成了珠江三角洲、长江三角洲、环渤海、东北、中西部五大家具制造产业基地和产业链布局，但是家具消费则主要面向全国消费者，因此，定制家具的销售没有区域性限制。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2017 年	2016 年	本年比上年增减	2015 年
营业收入	5,323,447,093.00	4,026,001,828.18	32.23%	3,087,730,797.87
归属于上市公司股东的净利润	380,044,995.99	255,510,652.25	48.74%	139,534,451.54
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	334,561,355.48	255,311,202.21	31.04%	136,529,550.93
经营活动产生的现金流量净额	878,932,776.20	717,865,316.31	22.44%	455,190,109.20
基本每股收益（元/股）	3.71	3.15	17.78%	1.72
稀释每股收益（元/股）	3.71	3.15	17.78%	1.72
加权平均净资产收益率	18.00%	35.20%	-17.20%	25.79%
	2017 年末	2016 年末	本年末比上年末增减	2015 年末
资产总额	4,565,678,692.33	2,149,965,112.56	112.36%	1,594,554,986.28
归属于上市公司股东的净资产	2,619,490,414.84	834,341,361.21	213.96%	610,830,568.96

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	793,770,219.24	1,351,461,594.43	1,443,631,696.23	1,734,583,583.10
归属于上市公司股东的净利润	-46,571,401.03	112,441,500.60	139,901,553.76	174,273,342.66
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-46,540,001.21	105,242,456.64	120,222,114.55	155,636,785.50
经营活动产生的现金流量净额	-147,424,494.47	374,614,830.00	238,055,876.98	413,686,563.69

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	10,323	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	8,138	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数	质押或冻结情况		

				量	股份状态	数量
李连柱	境内自然人	23.48%	25,922,186	25,922,186	质押	4,000,000
深圳市达晨财信创业投资管理有限公司	境内非国有法人	11.01%	12,150,025	12,150,025		
天津达晨创富股权投资基金中心(有限合伙)	境内非国有法人	11.01%	12,150,025	12,150,025		
周淑毅	境内自然人	8.80%	9,718,887	9,718,887	质押	3,000,000
彭劲雄	境内自然人	8.72%	9,622,325	9,622,325	质押	2,500,000
付建平	境内自然人	4.40%	4,859,186	4,859,186	质押	1,500,000
李钜波	境内自然人	4.40%	4,859,186	4,859,186	质押	1,560,000
吴璟	境内自然人	1.56%	1,718,180	1,718,180	质押	300,000
交通银行股份有限公司-国泰金鹰增长灵活配置混合型证券投资基金	其他	1.50%	1,659,715			
招商银行股份有限公司-东方红睿丰灵活配置混合型证券投资基金(LOF)	其他	1.37%	1,509,787			
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中李连柱和周淑毅为一致行动人，其他股东公司未知是否存在关联关系或一致行动。					

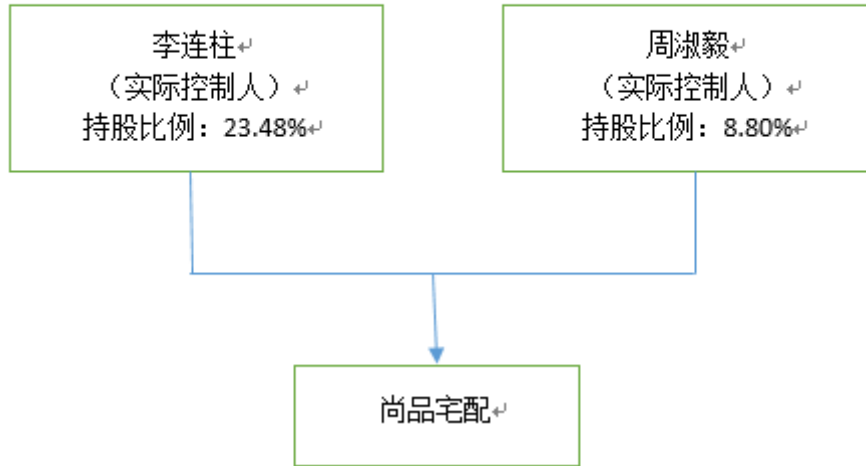
(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

尚品宅配实际控制人图



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求
否

公司通过持续加强在品牌营销、产品及技术研发、大规模柔性化生产制造、销售渠道、O2O 营销模式、配套家居产品等方面的工作,报告期内,公司实现营业收入 532,344.71 万元,较上年同期增长 32.23%;归属于公司股东的净利润 38,004.50 万元,较上年同期增长 48.74%。公司资产质量良好,财务状况健康。具体表现在如下几个方面:

(一) 品牌营销

2017 年 3 月 7 日,公司在深圳证券交易所创业板上市。借助上市契机,公司开展了一系列品牌营销活动,促进营业收入快速增长。

(1) 32项媒体传播为公司上市营造最大声势,投放品牌户外广告抢占全国核心枢纽;

(2) “尚品宅配”品牌全年共举办上市答谢惠162场次、明星钜惠日48场次、百城总裁签售会123场次、“匠爱设计周555 场次”;

(3) 通过《银河护卫队》《明月几时有》《战狼2》等贴片、包场、影院灯箱等整合投放覆盖407城、2481影院;

(4) 策划情怀营销等15起事件公关传播,联合数位“老戏骨”,掀起80后怀旧风;

(5) 公司与暨南大学生活方式研究院成立尚品宅配生活学院，与3M、施华洛世奇元素等国际知名品牌建立跨界合作，举办单身贵族发布会、联合宝马MINI，倡导都市健康生活方式；

(6) 公司对“维意定制”的品牌形象做了升级，并利用多项媒体传播为“维意定制好设计”营造声势，投放品牌户外广告抢占全国核心枢纽；

(7) “维意定制”品牌全年策划区域联动大活动52场、中庭活动500场、全国总裁签售会128场、全城热卖5小时活动20场、团购会/家博会/婚博会共12场。

(二) 产品及技术研发

1、产品研发

(1) 公司持续完善一口价衣柜，在款式、设计、工艺、品质等全方位实现衣柜体系升级。全年衣柜销售套数同比增长58%。

(2) 公司发力客餐厅宅配产品研发和销售，推出“宅配优选”“维意甄选”系列套餐，极大的丰富产品品类，满足各线城市对款式、功能和尺寸的需求，实现宅配销售套数同比大幅增长，同时也有效增加客餐厅客单价。

(3) 针对二孩政策的放开，公司专项对儿童生活空间进行深入研究，上市一批优秀产品：丰富的上下床、儿童专用衣柜、多功能书桌、小空间半高床、飘窗床等。全年儿童房单空间升级客户数量大幅增长。

(4) 公司全年致力于新一代定制升级厨房空间研究，发布6款生活化厨房新品系列。丰富厨房电器，上市多款畅销老板、方太厨电和净水系统产品。新一代升级定制厨房空间产品体系为客户提供一站式购买全新体验。厨房全年销售业绩增长37%，厨房配套电器与去年同比大幅增长，增幅达74%。

(5) 年底推出现代欧式和古典欧式等一批高品质新系列（如针对成功人士首选的拉菲庄园系列），进一步完善产品竞争力。

2、技术研发

针对技术研发，公司主要围绕“赋能平台”“整装云”“智能化平台”“自动化项目”等开展技术研发工作。

(1) 赋能平台

以大数据为基础开发用于精细化运营的赋能平台，提升获客能力和成交率。配合公司518套餐的推出，开发518智享套餐互动系统，同步升级设计端软件、方案宝、美家等平台，形成完整的518套餐设计服务闭环。推出微电商平台，无缝打通线下体验、线上购买的新零售模式。升级美家自媒体平台，驱动全国设计师设计好方案、分享好方案。全年10768名设计师分享的真实方案让161万名客户在美家邂逅了定制灵感。美家平台成为公司又一个客户引流来源。

(2) 整装云

公司推出全新的整装云平台，包含高效的整装BIM设计软件、会员下单系统、整装调度服务平台，运用云计算、VR、3D打印等技术服务于公司整装云战略。

(3) 智能化平台

智能拆单系统上线，利用虚拟制造的大数据，结合机器学习AI算法大幅提升自动化拆单的能力。在设计端软件推出智能辅助设计模块，提升设计质量，降低工作量。升级版云渲染平台上线，改进了自主研发的光子渲染引擎，大幅降低了渲染时间，智能灯光、智能美图功能同步上线，云渲染平台每天可以为设计师提供4万多张高质量的渲染图。

(4) 自动化项目

升级抽屉板生产系统、喷胶系统、智能贴标机、前基准拉槽机、钻孔机等自主研发系统，提升生产效率。加快研发自

动板件分拣线、龙门机替代 NC 机方案、智能通过式板件检查系统等自动化项目，满足更加规模化、高效化、定制化的生产需求。

（三）大规模柔性化生产制造

（1）截止 2017 年年底，公司募投项目之一智能制造生产线建设项目（五厂）已达到设计产能的 65%，作为国家工信部指定的智能制造示范基地，五厂已具备大规模柔性化生产制造的要求。五厂拥有的 2 座原材料全自动立体仓库全部投入使用，配备了机器人分拣系统、机器人喷胶系统，结合信息化升级，实现了原材料的自动收货、拣选、发货的无人化作业；五厂配置了大量的 RGV 及自动输送线，使用了先进的开料、封边、钻孔设备，并通过自主研发的 MES，打造了高度自动化、数字化的智能生产系统；五厂还建造了 2 座成品自动立体仓库，从包装下线到装车发运，实现了全自动无人化仓储，且拥有 15 个发运站台，单位小时内可以同时完成 15 个不同的物流方向发运货物。

上述募投项目的逐步投产，公司工厂产能已逐步释放，基本解决了公司 2018 年产能瓶颈。

（2）2017 年生产系统全面导入精益生产，同时随着五厂高度自动化、数字化的智能生产系统使用，以及原有生产工厂的技改，人均效率比 2016 年提高 11%、同时产品质量也得到了明显的提高。

（3）公司致力于大数据技术和人工智能技术在提高订单受理效率方面的应用。通过定义一级订单的模式实现各类型订单的全自动无人值守自动拆单。衣柜订单实现了 60%的自动拆单率，系统柜订单实现了 30%的自动拆单率。公司工艺部 2017 年的人数比 2016 年减少，但全年人均订单受理效率提高约 35%。

（四）销售渠道

1、加快全国加盟店布局

为扩大公司业务规模，公司加大人力、物力，并采取各种创新方法进行市场开拓。加盟商的快速开拓对公司未来 2-3 年营业收入持续增长起到重要作用。截至 2017 年 12 月底，公司加盟店总数已达 1557 家（含在装修的店面），相比 2016 年 12 月底净增加了 476 家。报告期内，公司加快招募新加盟商开拓市场。在新开店中，新加盟商开店占 71%，老加盟商开店占 29%；同时公司加快下沉销售网络至四线五线城市，完善加盟网点布局。在新增店铺中，四线五线城市开店占比约七成。截至 2017 年 12 月底，一二线城市加盟门店数占比 19%，三四五线城市加盟门店数占比 81%。报告期内，公司对加盟店实现主营业务收入约 27 亿元，较上年增长约 41%，其中一二线城市占比约 33%，三四五线城市占比约 67%。

2、稳定推进直营店布局

报告期内，公司虽未增加直营店布局城市的数量，但公司还是根据相关城市直营店的产出情况及该城市的市场饱和度，在该直营城市适当加密了直营店数量。截至 2017 年 12 月底，公司直营店总数已达 85 家，相比 2016 年 12 月底净增加了 9 家。报告期内，公司直营店实现主营业务收入约 23 亿元，较上年同期增长约 21%，由于全年新增直营店比较少，因此同比增长主要来源于原有直营店的效益释放。

3、稳定推进进驻购物中心店策略

截至 2017 年 12 月 31 日，公司已有购物中心店铺 886 家（含正在装修的店铺）。其中，直营店中购物中心店已达 63 家，0 店达 15 家，分别占直营门店总数的 74%和 18%；加盟店中购物中心店已达 823 家（含正在装修的店铺），在一线至五线城市的加盟店中，购物中心店数量占比依次 82%、79%、73%、55%、32%。

随着购物中心店经营年限的增加，加盟商购物中心店运营能力的日趋成熟，购物中心店营收及盈利能力皆得到大幅提升，对公司的营收贡献大大高于非购物中心店，并且差距随店铺经营年限的增加在逐步扩大。根据 2017 年内实际运营满一年的加盟店测算，购物中心店平均单店终端年销售额约为 660 万，对比非购物中心店为 380 万。

4、报告期内，各直营店也加大了与地产公司、物业公司、装修公司等的合作力度。

(五) O2O营销模式

本公司以新居网运营的网络商城和微信公众号作为 O2O 营销平台，通过与腾讯、百度、阿里巴巴、京东、今日头条、360 等互联网企业的流量合作，使定制家具的潜在消费者与在线导购客服人员沟通、互动，使新居网获得为消费者免费上门量尺服务的机会，进而再由实体店设计师跟进后续设计、方案制作、下单等服务，实现定制家具的线上营销到线下服务。针对由线上引流至加盟店并实现终端收入的情况，新居网向加盟商按照其向终端消费者实现的收款额以一定比例收取引流服务费。2017 年引流服务费较 2016 年增长了 82%。

(六) 积极开拓整装云新业务

公司推出的整装云平台，包含高效的整装 BIM 设计软件、会员下单系统、整装调度服务平台，运用云计算、VR、3D 打印等技术服务于公司整装云战略。公司通过集采优势，节省中间商差价，以更优惠的价格向整装云会员企业提供主辅材。另外公司向整装云会员企业提供整装销售设计系统、BIM 虚拟装修系统、中央厨房式供应链管理系统、机场搭台式中央计划调度系统四大系统，赋予其以计划调度为中心的交付能力。整装云会员企业通过公司平台，还可以向客户提供定制家具和配套产品，从而获得了提供整体化家装的能力。

另外，公司也在广州、佛山、成都三地进行自营整装，目的主要是希望能通过自营装修团队实际体验整装云项目的所有环节，有利于公司实际体会整装云会员企业的痛点难点，并有针对性地进行项目调整和优化，也便于以后可将一些更好的经验分享给整装云会员企业。

(七) 进一步发力配套家居产品

截止 2017 年年底，公司现有家居配套业务实现了 32.75% 的增长。作为家居一站式服务的先行者，通过买手模式快速整合供应链，实现了客餐厅套餐（沙发、电视柜、茶几、餐桌椅）和睡眠套餐（床、床垫、床头柜、枕头、床品四件套）的个性化套餐销售，较好地满足了客户一站式家居消费的需求。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10% 以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
定制家具产品	4,280,586,876.94	355,918,025.57	46.12%	30.60%	33.33%	-1.10%
配套家居产品	785,226,028.64	63,803,039.90	26.96%	32.75%	35.82%	-1.65%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

按业务年度口径汇总的主营业务数据

适用 不适用

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

（一）与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

（1）本次会计政策变更的概述

1) 会计政策变更原因

①2017年4月28日，财政部发布了《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》（财会[2017]13号）。该规定自2017年5月28日起实施，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

②2017年12月25日，财政部发布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会[2017]30号），对一般企业财务报表格式进行了修订，适用于2017年度及以后期间的财务报表。

按照上述通知及上述企业会计准则的规定和要求，公司对原会计政策进行相应变更。

2) 变更前公司所采用的会计政策

本次会计政策变更前，公司执行2006年2月15日财政部发布的《企业会计准则——基本准则》和38项具体会计准则、后续发布和修订的企业会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其它相关规定。

3) 变更后公司所采用的会计政策

①2017年4月28日，财政部发布了《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》（财会[2017]13号）。该规定自2017年5月28日起实施。

②2017年12月25日，财政部发布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会[2017]30号）。

4) 变更日期

根据规定，公司于以上文件规定的起始日开始执行上述企业会计准则。

(二) 本次会计政策变更对公司的影响

本次会计政策的变更不会对本报告期公司财务报表数据产生影响。

(二) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

(三) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

详见第十一节、八、合并范围的变更

广州尚品宅配家居股份有限公司

法定代表人：李连柱

二〇一八年四月四日