

# 广州尚品宅配家居股份有限公司

## 2018 年度董事会工作报告

报告期内，公司董事会根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律、法规、规范性文件的要求，结合本公司的具体情况和《公司章程》的规定，严格执行股东大会决议，积极推进公司各项工作的开展，加强公司内部控制、完善公司治理结构，全面促进公司可持续发展经营，先就公司董事会 2018 年工作情况做出如下报告：

### 一、2018 年公司总体经营情况

在公司董事会和管理层的带领下，全体员工发扬“2359”“3124”的燃战精神，不惧严寒，协力攀登，在行业整体承压的情况下，仍旧取得了不错的成绩。公司2018年度实现营业总收入664,538.55万元，比上年同期增长24.83%；实现归属于上市公司股东的净利润47,707.52万元，比上年同期增长25.53%。

一年来，公司围绕2018年“新格局、新跨越”战略目标，发挥公司五大核心团队（尚品宅配、新居网、圆方软件、佛山维尚、维意定制）的协同作战能力，坚持稳中求进工作总基调，稳妥应对行业寒冬，着力围绕引领实践消费互联网和产业互联网，创研发、拓渠道、新营销、攻整装、重品牌、输产业，主要做了以下工作：

#### （一）公司继续加强软件技术研发，进一步提升公司的核心竞争力。

实践告诉我们，伟大事业都基于创新。创新决定未来，唯有创新才能抢占先机。为打造尚品宅配高效整合的信息系统，全体研发人员紧紧围绕公司战略目标，刻苦钻研，协心同力，取得了一个个靓丽的研发成果，为前端设计师、后端生产线提升工作效率提供诸多利器。2018年，公司软件研发团队推出了多项重大成果：

##### 1. 智能设计平台。

（1）光速云渲染。全新的光速云渲染可以10秒内输出4K高清效果图，比已在线服务的光能渲染、光子渲染出图速度提升20-100倍。配合全新的智能灯光系统，

可以节省设置灯光的时间，从而大幅提升设计效率。光速云渲染与光能渲染、光子渲染形成强大的云渲染矩阵，光速云渲染适用于设计师接待客户的第二现场，在与客户面对面沟通中快速调整方案，形成更具说服力的设计方案销售互动模式。

(2) AI云设计。设计师每日用云渲染产生10万以上的方案效果图，应用人工智能技术对每一张效果图、每一个布置方案进行实时分析，得到上百个维度的数据，根据这些数据计算家具、饰品、材质、灯光、色彩搭配等方面的得分，对得分低的部分并进行调整和修改，形成第二个设计方案，完成云渲染后再推给原设计师。AI云设计在公司双抢战役中表现突出，改善了设计服务质量，提升了成交率。

(3) 灵感柜平台。采用去中心化的思想，灵感柜平台提供了方便的参数化产品设计前端工具，以及强大的虚拟生产后端系统，推动全国设计师参与定制家具产品创意，并确保这些产品可以顺利生产出来。灵感柜还为设计师提供了一个可以发现、使用、交流家具创意的平台，设计师可以发布自己的定制家具创意并授权其他人使用，提升创意的价值，扩大自己的影响力。平台上线后每月都有海量新产品发布，为公司两个销售品牌贡献了大量有价值的创意。

(4) 整装销售设计系统。为整装业务度身打造的整装销售设计系统采用新的设计理念，包含设计模式和展示模式。在设计模式下强调专业性、易用性，设计师可以先用风格引擎、智能布置高效完成整体设计，再使用自由灵活的工具完成细节设计；展示模式下屏蔽设计功能，重构界面和操作，强调易传达和易演示，可以方便与客户深入沟通设计细节，彰显设计价值。整装销售设计系统除了满足公司自营业务发展外还面向整装云用户需求做了专项开发，赋能整装云的合作伙

2. 智能生产平台。2018年，公司生产平台的研发侧重于智能化、中台化，始终围绕提升效率、降低成本来做，推动公司在生产、仓储、物流、供应链方面的精细化运作，主要包括：

(1) 智能排产系统。智能排产系统依托虚拟制造、生产、仓储、物流大数据，采用机器学习人工智能算法组织生产批次，安排生产计划，大幅提高生产计划的准确性，仓库利用率也得到提升。

(2) 智能拆单系统。智能拆单系统得到升级，自动拆单能力继续提升，更加

智能更加灵活。自动拆单订单比例进一步扩大，虚拟制造环节同期节省人手100人左右。

(3) 全新的窗帘、瓷砖拆单排产系统，以及整装供应链系统上线，有力的支援了公司新业务发展。

3. 销售赋能平台。2018年基于微信服务号开发的销售赋能平台，依托人工智能技术，以家居服务号为核心，不断推出新模块：遇见美家、美家微店、会员系统、接待系统、好物集、微商城...形成功能矩阵，覆盖从分享引流、约尺获尺、店面接待、粉丝运营、会员运营、老介新、新零售等线上、线下各个环节，精细化、智能化运营，激发模式创新，不断提升运营效率加强用户体验，为引流、获尺、运营赋能。

4. 自动化设备。2018年自动化设备的研发进入攻坚阶段。板件自动分拣线完成安装调试，进入试生产阶段，项目包含大量的软硬件自主研发系统和机构，正式投产后将大大提升板件分拣的效率。2018年还升级了龙门开料机、钻孔机、拉槽机；完成了自动扫描贴标线、自动喷蜡、自动喷胶线等设备；新增开发智能封边机器人、自动调整吸塑垫板设备、智能吸塑分拣机器人等项目，满足更加规模化、高效化、定制化的生产需求。

5. 产品优化。优化了系统柜结构，减少系统柜过配板件，提升系统柜产品竞争力；优化衣柜趟门结构，重推明轮体系，提升衣柜产品竞争力。

**(二) 公司不断推出定制家具新产品和大家居配套新品，打造更多新中产生活方式之首选产品，在“多选”的基础上实现了“更多选”。**

本着满足消费者“品质消费、美好生活”需求为使命，以定制为起点，研究消费者需求，尚品宅配创新性地建立了生活方式研究中心，旨在探索中国家庭的当代生活方式。生活方式研究中心将人的生命分为六个阶段，并匹配出对应的六大“我+”生活方式系列产品，并不断推出新的产品，如拉菲庄园、凡尔赛之光、爵士流影、莫奈花园、萌宠乐园等系列产品，全年衣柜增长约19%，其他全屋柜类产品（系统柜）增长约15%。而针对厨房空间，全年上市四款新品，与老板、方太深度合作，年中重磅推出9999厨房单空间套餐，大幅促动全年销售，全年橱柜（不含厨电配套等）增长约26%。

为了发挥公司全屋家具定制优势，满足客户一站式购物与价格透明需求，有

效带动客单价提升，实现业绩持续稳定增长，公司推出518拎包入住套餐；为了实现真正的全屋定制、全屋配齐，公司加快了装配式内装新课题的产品研发，研发推出了美家背景墙。美家背景墙在2C领域的推出，进一步辅助扩张公司的能力圈及边界，对于新装房、在住房客户有较大的吸引力。

而针对大家居配套产品，则做了大量的更新迭代，打造“家居严选”宅配精品模式，提升品质、丰富款式。在原有配套业务稳定增长的情况下，通过买手模式新拓软装饰品（窗帘、灯饰、挂画）及家居百货（家用电器、居家用品、婴童特护）两条产品线，进军新零售。迭代后的款式更丰富，品质和价格更具备竞争力，开发方面跟定制去做融合匹配，更大限度的满足设计师的全屋空间效果搭配，以及客户的一站式购买需求。目前配套业务已完成大配套、新配套、微商城三足鼎立的战略布局。2018年，配套家居产品收入超过11亿元，较上年同期增长了42.47%。

高颜值、高品质、高格调的新产品的不断推出，不断满足了消费者日益增长的美好生活的需要，也促进了公司经营业绩的提升。

在推出新产品的同时，公司也上线了“尚品宅配家居”与“维意定制好设计”服务号及“美家岛”，通过积分体系驱动全国万名家居顾问高质量服务门店客户，提高了获尺量；公司在全国普及云渲染，有效提高了方案设计效率。筋斗云月度交易20万次、美家阅读量月度突破百万，有效提升了方案设计质量。

**（三）公司持续发力加盟店铺的拓展和努力提升直营店效益，实现了加盟渠道的快速扩张和直营业绩的稳定增长。**

得渠道者，得天下。“尚品宅配”品牌采取“全城渠道覆盖”战略，采用各类方式拓展店铺数量，获取潜在客户。首先在北京、上海、广州三地跨界咖啡、花艺、亲子玩乐等多业态，打造新生活方式体验空间（C店），探索与升级“家居零售模式”；其次，通过发动员工创业、放开自营城市加盟、开设SP点/微店、全面举办59场发布会、5场研修班等方式，发力加盟店铺的拓展；另外，通过主动进行楼拓、多渠道多样化合作、客服老介新等，稳步提升直营店业绩。

而“维意定制”品牌全年共举办33场加盟商招商发布会；主动探索“好设计+强销售”运作新模式，携手国内设计明星开展12场对话好设计活动，并开展“百团大战”“冲锋战役”等活动，刺激年度业绩超越里程碑。

而在自营城市进行招商，可以让加盟商共享公司全城广告覆盖，享受公司直营店成熟操盘及管理模式指导，享受公司物流安装售后无忧保障，可以让加盟商更省心、省力、省钱的去经营管理，减轻加盟商的经营压力和管理成本；加之目前友商在公司自营所在城市多为独家代理，意向加盟商可以选择的一线品牌机会性较小，因此公司在自营城市进行招商颇受意向投资者青睐。而放开自营城市加盟，也有助于提升该城市的市场饱和度及占有率，有助于提升公司品牌曝光度，有助于员工创业，解决员工职业生涯规划问题。截至2018年12月底，自营城市加盟店数量已有78家（含在装修的店面）。

通过上述创新方式的拓展，公司加盟店铺数量有了较大的提升，截至2018年12月底，公司加盟店总数已达2100家（含在装修的店面），相比2017年12月底净增加了543家，其中购物中心店占46%。在新开店中，新加盟商开店占80%，老加盟商开店占20%；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六成。截至2018年12月底，一二线城市加盟门店数占比23%，三四五线城市加盟门店数占比77%。报告期内，公司加盟店实现主营业务收入约36亿元，较上年同期增长约30%，其中一二线城市占比约35%，三四五线城市占比约65%。

而报告期内，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2018年12月底，公司直营店总数已达101家，相比2017年12月底净增加了16家。报告期内，公司直营店实现主营业务收入约26亿元，较上年同期增长约13%。

**（四）公司持续创新O2O营销模式，打造千万级短视频矩阵，深化平台运营能力，打造互动生态圈，以此提升品牌曝光度和提升经营业绩。**

1. 打造千万级短视频矩阵，实现视频粉丝突破7000W。2018年通过抖音、快手、火山、西瓜等短视频平台全网增粉7000多万，其中1000万粉丝级别账号1个，600万粉丝级别2个，百万级粉丝账号共18个；目前新营销从增粉到变现都在稳步增长，实现月获客2000+。

2. 持续深化平台运营能力。2018年在天猫渠道，尚品宅配品牌年度线上成交达成9亿，维意定制品牌年度线上成交3.5亿，其中双十一期间，尚品宅配品牌在

天猫全屋定制类目流量排名第二，线上成交达成2.1亿，全屋定制类目排名第六，荣获新浪家居发布天猫美家排行榜第五；维意定制品牌在天猫全屋定制类目流量排名第三十，线上成交达成1.1亿，全屋定制类目排名第十，荣获新浪家居发布天猫美家排行榜第九。

3. 深耕微信朋友圈平台，通过微信公众号矩阵打造互动生态圈。2018年尚品宅配微信号粉丝1100W，稳居微信公众号行业第一；维意定制主号粉丝650W，打造100W+粉丝矩阵号1个，30W+粉丝矩阵号2个。

4. 通过朋友圈等渠道持续加强品牌曝光率，不断扩大品牌影响力。微信朋友圈广告覆盖率高，在全国一二线城市人群触达率超过50%，据腾讯官方统计，2018年尚品宅配品牌总触达用户数为298,786,743，维意定制品牌总触达用户数为118,538,730，品牌影响力进一步扩大。

**（五）公司有序开展三地自营整装业务，快速推进Homkoo整装云全国布局，赋能整装云会员，为公司在产业互联网时代快速发展奠定良好的基础。**

凭借着过硬的软件技术、行业内互联网的优势，再加上十几年实践打造出来的生产和供应链管理的能力，公司带着不破不立的决心，以产业赋能者的身份正式进入整装领域。公司采用最新的S2B2C商业模式，把整装云平台作为强大的后端赋能平台，对家装企业赋能，提供后端有力支持，使家装企业具备能高效地向终端客户提供整体化家装服务的能力。

一方面，公司持续加强在成都、广州、佛山三地的新居整装业务，持续深化整装交付技术，推出了标准门、数字化墙面地面顶面设计施工模式、BIM施工指导书等，并研发了《整装销售设计系统》，提升客户体验，确保了自营整装客户交付。2018年，自营整装工地交付数849个。基于Homkoo整装云在广州、佛山及成都三地的自营整装落地的实际经验，对于整装会员企业在整装业务导入、展厅规划及上样指引、展厅样板间设计与动线规划、销售团队组建及销售工作开展、DDC标准工法的推广普及、施工工艺优化、工地管理优化示范等方面都有完备的系统支持，真正帮助装企会员提高经营效率并形成优势竞争力。

另一方面，公司持续发力Homkoo整装云平台会员的招募，并对整装云平台进行升级优化，实现消费者真正的拎包入住。截至2018年末，公司Homkoo整装云会员数量已超过1200家，市场初具规模。

在市场初具规模的同时，针对这些Homkoo整装云会员，本着连接共生，赋能发展的原则，公司通过互联网、大数据、云计算、AI人工智能、敏捷供应链管理等创新技术手段为传统家装企业进行新型产业模式赋能，并通过提供软件系统、硬软装配套产品和培训实施服务，让装企合作伙伴能为终端客户提供更全面、更优质的整装服务能力，提升行业竞争力，也为公司未来十年间在产业互联网时代的快速发展奠定良好的基础。

通过Homkoo整装云平台的打造，在提升装企合作伙伴服务能力的同时，更重要的是提升了整装云会员的销售能力，助力整装云会员的销售。公司把在广州、佛山及成都三地的销售模式及销售方法复制、导入给整装云会员，同时把公司在整装、定制家具的销售管理模式及企业文化包括公司较为成熟的质询会制度以及2359、3124的公司企业文化，导入给整装云会员。在复制的同时，公司还对整装云会员进行整体销售能力的培训，规范话术和优化沟通，帮助会员完善团队的日常销售管理，并指导和支持会员的营销活动推进，包括如何做客户邀约、怎样做市场营销推广、怎样做小区楼盘落地、怎样组织开业等营销活动的开展。

通过系统和技术的创新，公司持续优化智能供应链系统，持续提升供应链协同水平，以降低供应链总成本。目前公司具备10万+SKU的供应链管理能力和当前管理的SKU超过3万个，具备很强的品类扩张空间，通过持续丰富品类满足客户的多样化需求。公司供应链具备较强的优势寻源能力，与行业大厂合作，保证产品品质，同时不断提升管理水平，存货周转率高于传统家具企业。在供应链策略上，公司得以发挥现金流优势，采取规模化采购策略，获取价格优势，促进销量增长。供应链管理能力的持续提升，使得公司不断强化整体竞争力，助力“全屋配齐”和公司整装战略落地。

**（六）公司“尚品宅配”和“维意定制”品牌通过开展系列品牌宣传和营销活动，提升了品牌知名度。**

（1）2018年3月份，尚品宅配全渠道广告覆盖“518元智选套餐”；6月份尚品宅配与“cool魔”张智霖、街舞群星等合作开展明星营销活动；9月份尚品宅配借势代言人周迅大戏《如懿传》，如意帖品牌植入创意升级，亿万曝光玩转周迅大剧营销；11月份“尚品宅配家居”公众号通过好内容、小家居、老介新等形式，粉丝数突破160万，单篇阅读量突破10W+。

通过上述以网络贴片、如意帖、内容创意、H5互动话题、线下门店/中庭主题活动等形式的投放策略，利用社会化媒体进行全方位立体式传播推广，强关联IP资源，输出“个性化定制”的品牌传播主张，2018年尚品宅配品牌获得了“中国管理模式杰出奖”“年度创新影响案例类IP影响大奖”“年度潮流风尚奖”“年度中国家居产业品牌大奖影响力品牌”等荣誉。

(2) 同样，维意定制品牌也开展了系列宣传和营销活动。2018年5月份，维意定制品牌亮相广州白云机场T2航站楼，品牌广告覆盖全国42个城市，刮起了线上+线下品牌营销风暴；2018年7月份，维意定制发起“感谢有你”快闪、广州白云机场“双李”同框、琶洲飞艇高空致谢等系列主题活动；2018年10月份，维意定制V3.1门店形象发布，新门店注入科技感，“花蝴蝶”对品牌超级符号进一步升级，引入“语音导购”系统，丰富顾客的到店体验。

维意定制品牌通过上述品牌宣传和营销活动，也获得了诸多荣誉，如南都家居权力榜2018“年度最具影响力品牌”“2018年度最具影响力品牌”等。

**(七) 随着全球化和区域经济一体化的加速推进，公司稳步推进海外产业模式输出项目，复制公司探索传统家具行业转型的成功经验，赋能合作伙伴，连接共生，海外一带一路开创公司新未来。**

海外产业模式输出指的是，摒弃传统的软件海外出口模式和海外家具代理商出口模式，利用公司在IT及信息系统技术领域的强大优势，将尚品宅配全屋家具定制产业模式，包括VI/SI、设计与销售、产品研发、生产线改造、送货安装全流程的商业模式，整体对海外输出，并向海外合作客户收取占销售额一定比例的技术授权费用。

借助公司整体的产业模式输出，海外合作伙伴无需投入大量的软件及信息系统研发、产品研发等费用，直接适用公司研发的前端设计及销售软件为当地客户提供定制家具设计。产品信息经由互联网传递，在圆方软件基地进行虚拟制造处理。处理完毕后，软件自动指令从国内工厂的电脑发送到合作方的工厂设备里。加工设备经由圆方软件进行了信息化改造和对接，收到指令，设备便指挥国外合作方的工人进行生产，从而实现远程控制下大规模定制家具生产。目前该技术已成功输出到泰国、波兰、印度等国家。截至目前，泰国合作方一共开出8家展厅，2018年全年实现销售业绩约合5800万人民币，单店月销售额达170万人民币。



通过产业模式输出，公司的海外拓展方式有了质的变化，从传统的出口模式走向依托技术为核心的深度产业模式输出，为公司的全球业务扩张迈出了极富创造性尝试的一步。

## 二、董事会日常工作的开展情况

### （一）公司召开股东大会及董事会会议情况

#### 1、公司股东大会召开情况

会议届次	会议类型	投资者参与比例	召开日期	披露日期	审议议案/索引
2018年第一次临时股东大会	临时股东大会	45.5654%	2018年1月15日	2018年1月15日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn 《2018年第一次临时股东大会决议公告》 (公告编号: 2018-001)
2017年度股东大会	年度股东大会	68.0017%	2018年5月3日	2018年5月3日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn 《2017年度股东大会决议公告》(公告编号: 2018-019)
2018年第二次临时股东大会	临时股东大会	56.6562%	2018年8月10日	2018年8月10日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn 《2018年第二次临时股东大会决议公告》 (公告编号: 2018-033)

#### 2、董事会召开情况

会议届次	召开日期	披露日期	审议议案/索引
第二届董事会第二十次会议	2018年4月3日	2018年4月9日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn《第二届董事会第二十次会议决议公告》(公告编号: 2018-006)
第二届董事会第二十一次会议	2018年4月23日	免于披露	《关于审议〈2018年第一季度报告〉的议案》
第二届董事会第二十二次会议	2018年7月25日	2018年7月26日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn《第二

			届董事会第二十二次会议决议公告（公告编号：2018-025）
第三届董事会第一次会议	2018年8月10日	2018年8月10日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn《第三届董事会第一次会议决议公告》（公告编号：2018-034）
第三届董事会第二次会议	2018年8月17日	2018年8月18日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn《第三届董事会第二次会议决议公告》（公告编号：2018-044）
第三届董事会第三次会议	2018年9月12日	2018年9月12日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn《第三届董事会第三次会议决议公告》（公告编号：2018-049）
第三届董事会第四次会议	2018年10月25日	2018年10月26日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn《第三届董事会第四次会议决议公告》（公告编号：2018-057）

### （二）董事会专门委员会履行职责情况

公司董事会下设薪酬与考核委员会、战略委员会、审计委员会及提名委员会。2018年，各委员会根据工作细则等相关制度规定，勤勉尽责，充分发挥各自专业作用。履行对公司股权激励计划的管理及对公司董事及高管履行职责情况的考评，对公司长期战略及重大投资决策提出宝贵建议，对公司外部、内部审计起到监督、核查作用。各委员会成员切实履行相关责任和义务。

### （三）公司治理情况

报告期内，公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律、法规、规范性文件的要求，结合本公司的具体情况，健全和完善了《公司章程》和各内部控制制度，发挥了董事会各专门委员会的职能和作用，完善了董事会的职能和专业化程度，保障了董事会决策的科学性和程序性，不断完善本公司法人治理结构和内控制度，进一步规范公司运作，提高公司治理水平。公司根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司信息披露管理办法》、

《公司章程》以及公司《信息披露管理制度》《内幕知情人登记管理制度》等相关法规制度的规定,认真履行信息披露义务及内幕信息保密工作。截至报告期末,本公司治理实际情况基本符合中国证监会、深交所发布的有关上市公司治理的规范性文件的要求。

#### (四) 独立董事履职情况

公司独立董事按照《公司法》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律法规的要求履行独立董事的职责;对公司内部控制建设、管理体系建设、人才梯队建设和重大事项提出了宝贵的专业意见,为完善公司监督机制、促进公司稳健经营、创造良好业绩起到应有的作用。

### 三、公司未来发展展望

综合分析国内外形势,2019年行业面临的环境将更复杂更严峻,可以预料和难以预料的风险挑战更多更大。2019年,公司董事会继续秉承“真诚服务每一个客户、负责任地做好每一个产品、高效执行每一个工作任务、团结协作并尊重每一个员工”的核心价值观和“成就你我家居梦想”的愿景,围绕2019年公司制定的“**强化核心、创造全新产业价值!**”战略,强调开展如下几项工作:

#### 1、强化核心,即强化定制家具及配套全流程核心业务

##### (1) 推出“智善 智美”第二代全屋定制

2019年公司将继续强化核心业务竞争力,推出“智善 智美”第二代全屋定制,一个包含全屋配齐、生活美学、极“智”服务、AI云设计等一体的新一代全屋定制。全屋配齐,所见即所得,从功能型定制升级到美学生活方式定制;从简单信息化,升级到消费互联网和工业互联网的无缝对接;从基于数据库的设计升级到AI智能云设计。从第一代全屋定制,到第二代全屋定制,不是简单的扩品类,也不只是产品风格的扩充,而是从内到外的升级,是商业模式的革新。

##### (2) 强化核心业务的全流程

公司将继续强化核心业务中包含设计、引流、销售、交付在内的全流程,也包括招商、市场驱动、渠道管理等全流程服务。通过不断提升产品品质、服务质量、品牌价值,为客户、加盟商创造价值。

#### 2、创造全新产业价值, HOMKOO整装云赋能进军产业互联网

流量入口不在于物理层面上的选址，而在于“设计服务”！整装和定制家具是未来最有可能通向消费者的两条通道，因此两者的战略地位同样重要，2019年公司将继续加速、全力开拓第二战场——整装。公司将继续进行创新平台模式探索：一要继续发力整装云会员的招募，二要继续强化对整装云会员的赋能服务，为会员提供更为优化、便捷的软件系统、硬软装配套产品和销售模式等培训实施服务，让会员企业能为终端客户提供更全面、更优质的整装服务能力。公司希望作为产业的赋能者，用创新商业模式、技术革新整装产业，为产业创造全新价值。

广州尚品宅配家居股份有限公司

董事会

2019年4月19日