

广州尚品宅配家居股份有限公司

2019 年度董事会工作报告

2019 年，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 2019 年工作情况做出如下报告：

一、2019 年公司总体经营情况

2019 年，公司财务状况良好，经营规模持续扩大：公司资产总额 611,765.94 万元，比年初增长 14.95%；年末资产负债率为 42.50%，比年初数下降了 0.24%。2019 年度，公司实现营业总收入 726,078.68 万元，较上年增长了 9.26%，归属于上市公司股东的净利润为 52,839.88 万元，较上年增长了 10.76%。

2019 年公司围绕“**强化核心、创造全新产业价值**”战略目标，强化定制家具及配套全流程，“**创&造**”整装一条路，主要做了如下几项重要工作：

1、强化硬件系统的研发，通过核心科技驱动公司前进发展。

在移动互联网、大数据、超级计算、物联网等新理论新技术驱动下，人工智能呈现深度学习、人机协同、自主操控等新特征，正在对经济发展、社会进步等方面产生重大而深远的影响。公司高度重视创新发展，把科技创新作为推动科技跨越发展、产业优化升级、经营能力跃升的驱动力量，持续提升设计、营销、生产、供应链、施工方面的技术壁垒，通过核心科技驱动公司自身发展。

(1) 设计平台

全案设计软件发布。新软件以全新智能参数化引擎为核心，融合硬装、软装、定制等多个模块。新软件面向公司自有品牌定制产品，新增橱柜衣柜智能布置、智能空间报价、AI 谈单等多项功能，为设计师带来精准、快捷的操作体验。

云渲染升级。公司自主研发的渲染引擎是渲染出图的核心技术，2019 年经过全面升级，提升了渲染速度、灯光效果以及材质的表现力。由于速度快、质量稳定，云渲染获得了广大设计师青睐。光速云渲染、光子云渲染、光能云渲染组成

的云渲染矩阵平均每日产生40万张效果图、3万张全景图，全景图全年浏览量接近1亿次。

氢设计。氢设计是基于海量云渲染大数据，依托智能匹配引擎的最新应用。设计师根据客户需求绘制平面布置图，选择一个装修主题提交需求，很快就可以收到一个高质量的设计方案，大大节省了制作时间。

灵感柜升级。灵感柜模块升级前端工具和虚拟制造后端，优化了参数化结构，降低了设计难度，设计师可以灵活、高效的搭建个性化柜体，并确保这些产品可以顺利生产出来。

（2）营销平台

新上线的美家导购助手，将导购的个人行为统一到公司平台上，帮助门店做商机管理，把设计赋能的价值传递到营销端。用智能推荐算法升级遇见美家、美家微店、会员系统、接待系统、微商城等模块，实现千人千面的展示效果。新开发美家时刻、晒家、趣家、绘家等小程序，通过视频、全景图、互动游戏方式实现设计师、方案、产品的无缝连接，让消费者获得更丰富的营销场景体验。

（3）生产平台

虚拟制造升级。智能拆单系统升级自动拆单引擎，更加智能更加灵活，自动拆单订单比例上升，新增定制包装模块，包装效率得到显著提升。智能排产系统升级机器学习人工智能算法，新增云排料模块，优化了生产批次组织模块、生产计划模块，提高了生产计划的准确性和仓库的利用率。

生产设备创新不断。龙门开料机、自动钻孔机、自动喷蜡机等设备得到升级；吸塑分拣机器人、开料工作站、六轴贴标机器人、五金分拣线等一批自主创新的设备顺利落地，满足更加规模化、高效化、定制化的生产需求。

透明工厂升级。运用5G通信技术、IoT物联网技术获取每个生产设备的状况，基于大数据和人工智能算法，实现生产资源与生产任务的动态匹配，有效提升设备利用率。

（4）供应链平台

智能供应链系统升级AI分析引擎，用动态数据预测销量，实现监控、模拟、仿真，指挥采购、叫送、自动补货，实现供求资源自动最佳匹配、自动调度。智能供应链系统的升级提升了供应链环节的工作效率，提升仓库利用率，减少资金

占用。

(5) 施工交付平台

整装BIM系统升级虚拟装修、精确算量、施工指导书等功能，与整装销售设计系统、施工管理系统、塔台调度系统、中央厨房供应链系统一起构建了强大的整装技术平台。整装BIM系统覆盖装修项目的全生命周期，管理装修施工的每一个细节，推动行业信息化、数字化。

2、强化定制家具及配套产品研发，不断满足用户日益增长的美好生活需要。

随着中国特色社会主义进入新时代，人们的物质性需要不断得到满足，开始更多追求社会性需要和心理性需要，比如期盼更舒适的居住条件、更优美的环境、更丰富的精神文化生活等。

如何认识和把握用户日益增长的美好生活需要？2019年初，公司推出“只为美好生活”的第二代全屋定制，突破以橱柜+衣柜为核心的全屋柜类定制，实现家装主辅材、装配式背景墙、全屋定制家具及配套家居产品、电器等家居全品类的一站式配齐，同步实现生活美学定制、消费互联网与工业互联网无缝衔接、AI智能交互云设计、智能家居解决方案等功能。

随着新中产消费的升级，公司和故宫宫廷文化共同打造了新中式系列“锦绣东方”，从色、材、型、纹、制、艺六大层面萃取皇家宫殿设计精髓与文化底蕴，将传统文化与现代家居审美结合，让东方之美以一种新的方式融入生活，让深厚悠久的故宫文化进入寻常百姓家，让少数人的定制成为多数人的生活方式。

在推出新中式产品的同时，公司还上市四套厨阳新系列新品（罗曼蒂克、蒙特卡洛、斯图加特、西西里亚）。目前公司已经有6大主流的门板材料，50款+畅销厨柜风格，近10000种时尚风格颜色搭配。公司与老板、方太、3M、安吉尔实现跨界合作，推出厨柜9999爆款套餐，带来厨+电增长，厨柜销售突破10万套。

而针对配套产品，公司也强势推出“大国品牌配全屋名牌”的置家服务，与战略合作商喜临门、松堡王国、联邦、芝华仕、曲美、健威等知名家具品牌大力合作，更好地满足了消费者关于美好生活与品质家具的个性需求；公司进一步整合背景墙、窗帘、灯具、挂画、地毯、饰品等整体软装资源，打造以设计为驱动的一站式软装能力，实现全屋全品类销售与定制，为消费者真正实现拎包入住；另外，公司还结合自身的全屋定制优势和物联网技术，推出了第二代全屋定制智

能家居，在全屋家具解决方案基础上提供更智能的家居场景服务。在上述一系列强化动作的影响下，公司配套品营业收入同比增长了7.30%。

3、强化加盟渠道拓展和实体店销售，精耕细作、求新求变，终端制胜。

（1）强化加盟渠道拓展

渠道为王。尚品宅配品牌通过多种形式加速加盟渠道拓展，如招商区域化，邀约+谈判+授课分工配合，举办招商珠江杯；启动普罗米修斯员工创业计划，发动员工创业、持续放开自营城市加盟，2019年员工创业共开店35家；启动第二代全屋定制加盟模式，共有64个家装公司加盟；大力举办招商51场招商发布会，邀请行业大咖、媒介主编、成功大商，共同助力加盟渠道的拓展。

维意定制品牌则通过“自营城市创新标杆，加盟城市标准复制”战略进行渠道拓展，招好商、开好店，全年举办46场总裁研讨与游学之旅，并进行“设计管理、销售管理、店铺管理、营销管理”等标准的复制，提升加盟商获尺能力、三个现场能力、安装客服能力、团队建设能力等。

通过上述强化工作，公司加盟店铺数量有了较大的提升。截至2019年12月底，公司加盟店总数已达2327家（含在装修的店面，其中购物中心店占40%），其中自营城市加盟店数量已有177家，加盟店总数相比2018年12月底净增加了227家。在新开店中，新加盟商开店占81%，老加盟商开店占19%。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60%。截至2019年12月底，公司一二线城市加盟门店数占比24%，三四五线城市加盟门店数占比76%。

（2）强化实体店销售

终端制胜。为提高实体店终端销售能力，公司开展了“强化设计管理”“细分客群服务”等两项重要工作。

强化设计管理，即加强设计管理系统应用能力的培训，把登记+查房+评星作为各级管理人员的考核指标；发布52套风格模板给设计师进行方案临摹，提升设计师的设计能力；美家岛+量尺宝+氢设计上线加速量尺转化，提升设计师设计效率；组建全案设计团队，开展第二代全屋定制业务。

细分客群服务，即针对不同城市体量，实施细分渠道驱动及支持策略；细分产品线，针对高端客户和大众客户分别推出不同的产品，如对高端客户的暮雪江

南、锦绣东方等系列，针对大众客户的云上乐章、罗曼小镇等系列。

通过加盟渠道的拓展和实体店销售能力的提升，2019年公司加盟店实现主营业务收入约38.09亿元，较上年同期增长约6%；而2019年公司直营店在店铺数量减少的情况下（相比2018年12月底净减少7家），自营城市消费者零售终端的销售收款规模仍同比增长约16%，自营城市市场份额快速提升。

4、强化创新O2O营销引流模式，通过新居网MCN机构，打造一套完善的商业变现闭环。

（1）公司致力打造以用户体验为本，以品效结合为核心的O2O营销模式，构建多平台品效结合的运营模式。

通过与抖音、快手、火山、西瓜等短视频平台的合作，公司全网增粉4000多万，累计短视频粉丝共1.2亿。其中2800万以上粉丝账号1个，1000万粉丝账号2个，100万粉丝账号17个。

通过携手腾讯，公司打造公众号、朋友圈、小程序相结合的流量生态矩阵，尚品宅配品牌微信总粉丝1400W，维意定制品牌微信总粉丝800W；打造设计师阿爽、wuli设计姐等一批家居达人IP公众号，粉丝也超过300W；上线微信小程序11个，总阅读量超过1000W。据腾讯官方统计，品牌在一二线城市人群覆盖率超过50%；尚品宅配品牌总触达用户数超过4亿人次，维意定制品牌总触达用户数超过2亿人次。

而通过与阿里等零售平台的合作，公司开始打造家居行业新零售标杆。2019年在天猫渠道，尚品宅配品牌年度线上成交达成10.5亿，维意定制品牌年度线上成交4亿。其中双11当天，尚品宅配品牌在天猫全屋定制类目流量排名第3，线上成交达成2.3亿；维意定制品牌在天猫全屋定制类目流量排名第10，线上成交达成1.3亿。

（2）通过新居网MCN机构，打造一套完善的商业变现闭环。

凭借公司在短视频赛道上的超前布局，公司打造了新居网MCN机构，自主孵化和签约了近300个IP家居类达人，打通从视频和直播圈粉、到粉丝互动评论、再到私域粉丝运营、线下变现的全链路。

新居网MCN成为抖音、快手、淘宝官方认证机构，并登上抖音MCN新势力榜。旗下多个帐号获得抖音优质家居自媒体、抖音知识分享官、今日头条人气作者、

今日头条家居领域十大头条号、快手技能达人等荣誉。

5、强化品牌宣传力度，提升企业品牌形象。

(1) 尚品宅配品牌在行业首次提出第二代全屋定制概念，首发全屋配齐拎包入住新模式，联合新浪、腾讯等多家权威媒体召开发布会，开启全屋定制新阶段；入选CCTV《大国品牌》，录入央视首发品牌专题片；在尚品宅配15周年“只为美好生活”第二代全屋定制发布会邀请财经作家吴晓波、CCTV大国品牌出品人吴纲等专家学者深度解读第二代全屋定制，在财经、综合门户、视频、电视、报纸等发布250+篇稿件；全网首发尚品宅配X关晓彤《懂你》微电影，视频网站播放211.8万次，微博传播矩阵KOL直发微博5条，阅读量为1623.6万，#关晓彤温情微电影#微博话题阅读量737.6万。

2019管理界极具含金量的彼得·德鲁克中国管理奖揭晓，尚品宅配品牌获提名；第四届家居产业创新峰会，尚品宅配品牌斩获“年度影响中国家居生活方式品牌榜”“产品榜TOP10”“家居产业品牌奖影响力品牌及影响力人物奖”等大奖。

(2) 维意定制品牌也开展了系列品牌宣传和营销活动。品牌传播布阵全国，广告投放全国核心枢纽（国内机场、高铁站、高速高炮），其中累计覆盖城市31个，累计投放量达531个，包括广州白云机场T1、T2航空港全覆盖，占据北京、上海、深圳等一线重点城市核心媒体；品牌公关传播投放44次，覆盖国内知名媒体362家次，保持品牌热度；策划泛社会性品牌创意传播56个，提升社会关注度；策划“维意定制16周年庆全国亮灯”品牌活动，在广州航空港刷脸、在深圳抢占制高点、在济南霸屏告白。

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。2019年维意定制获得了“2019年珠三角服务型制造示范企业”“佛山市标杆高新技术企业”“2019年度家居行业服务榜样”等荣誉。

6、强化精益生产和供应链整合，打造工业4.0智能制造基地，佛山维尚喜获政府质量奖。

佛山维尚继续加力推进精益生产的深度和广度，运用QC课题、工序质量分析、TPM、指标管控等手法，提高企业经营管理能力，促使单板生产成本同比下降，人均效率提升15+%，品质管理提升显著。同时，技改创新捷报频传，自动分拣线成功运行、核心产品实现单片流、机器人和自动输送系统开始广泛应用，整装中

心WMS系统升级、仓库智能化扩容，助推效率提升20%。

另外，佛山维尚也在强化全流程供应链的整合，SKU扩容提质，保障供应无忧并使周转率大幅提升。同时佛山维尚围绕“重视口碑，全面做好质量管理”开展品质提升工作。2019年9月，佛山维尚喜获“佛山市政府质量奖”。

2019年下半年，华东无锡维尚工厂第一期成功批量试产，稳定运营后，无锡生产基地不仅能支持华东直营及渠道定制家具客户的生产及服务，还为华东整装及整装云提供有力的供应保障及快捷的物流配送，为未来渠道拓展提供有力支持。

7、“创&造”整装客户价值，创新平台模式探索，努力提升为消费者提供一站式装修服务的能力，为公司在产业互联网时代快速发展奠定良好的基础。

(1) 公司持续加强在广州、佛山、成都三地的自营圣诞鸟整装业务。圣诞鸟整装凭借设计一体化、产品一体化、施工一体化、售后一体化模式，为客户打造全屋整装一体化解决方案，同时实现施工全流程数据化、智能化管理。

2019年，圣诞鸟整装重点发力交付质量。首先公司引进全行业高水平设计总监，结合客户类型开创不同的设计提升及管理方式，凭借专业设计能力赢得客户的满意；其次，开发整装交付技术，其中以标准门模技术和6大DIM整装工艺系统（强弱电工艺系统、厨卫水电工艺系统、薄贴工艺系统、双层板吊顶工艺系统、新砌隔墙工艺系统、墙面涂饰工艺系统）为代表重点应用在施工工地，并在新居网东宝展厅打样和社区店展示了核心工艺；最后，依托工艺研发基地的不断探讨迭代，对施工工艺优化、项目经理培训认证上岗、前端工艺培训等，持续优化施工工艺及提升工地管理人员专业。在不断优化标准工艺的同时，公司陆续认证了683名产业工人、117名项目经理、29名安装经理，前端工艺培训约200人次。

2019年，广州、佛山、成都三地圣诞鸟整装交付1693户，同比增长了99%，广州区域打造出多名年度业绩超千万的标杆设计师。圣诞鸟自营整装渠道收入（全口径，含家具配套）达成约2.75亿元，同比增长约109%。

(2) 公司继续大力推进HOMKOO整装云业务，进一步完善全屋一体化整装服务，以产业赋能者身份，持续通过经实践切实有效的S2B2C商业模式为传统家装企业赋能，帮助其快速专业地拓展整装业务，提升其为消费者提供一站式装修服务的能力。

2019年HOMKOO整装云市场布局进一步向全国各地县、市渗透，会员基数已达

到一定规模。截止年末,公司HOMKOO整装云会员数量有2497家,同比增长了108%,HOMKOO整装云已成为业内会员数量、会员区域分布领先的整装赋能平台。HOMKOO整装云渠道收入(全口径,含家具配套)达成约3.46亿元,同比增长190%。

为帮助整装云会员占据更多的整装市场份额,公司持续通过互联网、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,在《整装销售设计系统》基础上进一步探索,研发出可智能调用的《K系统空间》软件系统,帮助整装云会员企业设计师快速高效完成方案设计。该系统内置了海量的高品质设计方案,这些方案经数据处理变成可自由调用的素材模块,供设计师灵活调用,不仅让设计更智能更高效,同时也降低了设计门槛,让欠缺经验的设计师经过简短培训后也能设计出较高品质的整装方案,解决了传统装修企业整装业务开展被设计门槛制约、受设计师能力局限的问题。同时,公司成功通过技术攻坚将该软件系统和供应链全面打通,由数据处理中心把设计方案转成生产、排单数据,无缝对接消费者家居空间。

公司还大量扶持标杆企业,不断总结自营圣诞鸟整装的优质实战经验,将可复制、能监督、易管理的销售模式、销售方法等核心工作法,及切实可行的企业管理模式如质询会制度等对整装云会员导入,进一步帮助整装云会员提升销售服务能力。公司还持续发力营销领域,充分调用品牌、设计、培训、软件技术等各类资源,为整装云会员提供营销活动推广、产品销售方案、线上获客工具、教育培训课程等方面服务,助力整装云会员的一体化整装战略有效落地。

此外,公司通过系统和技术创新,持续优化智能供应链系统,提升供应链协同水平,以降低供应链总成本。2019年,公司供应链体系共上市424款产品,不断丰富供应链品类满足市场的多样化需求。公司利用大数据制定合理的采购策略,保证销售预测的波动能被控制在合理的范围水平内,确保采购规模与频次的安排与企业需求协同。

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年度 股东大会	年度股 东大会	72.3023%	2019年5 月24日	2019年5 月24日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn 《2018年度股东大会 决议公告》（公告编 号：2019-026）
----------------	------------	----------	----------------	----------------	---

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
第三届董事会第五次 会议	2019年4月2 日	2019年4月2 日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn 《第三 届董事会第五次会议决议 公告》（公告编号： 2019-008）
第三届董事会第六次 会议	2019年4月 19日	2019年4月 20日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn 《第三 届董事会第六次会议决议 公告》（公告编号： 2019-013）
第三届董事会第七次 会议	2019年4月 22日	免于披露	《关于审议〈2019年第一季 度报告〉的议案》
第三届董事会第八次 会议	2019年8月 23日	2019年8月 24日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn 《第三 届董事会第八次会议决议 公告》公告编号：2019-032）
第三届董事会第九次 会议	2019年10月 11日	2019年10月 11日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn 《第三 届董事会第九次会议决议 公告》公告编号：2019-041）
第三届董事会第十次 会议	2019年10月 29日	免于披露	《关于审议〈2019年第三季 度报告〉的议案》

第三届董事会第十一次会议	2019年12月 27日	2019年12月 27日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn 《第三届董事会第十一次会议决议公告》（公告编号：2019-047）
--------------	-----------------	-----------------	--

（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。2019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

受新冠肺炎疫情影响，公司生产经营面临较大挑战。这次新型冠状病毒的突袭，对中国制造业无疑是一次巨大的打击，对我们所在的家居行业更是影响巨大。外部经营环境的完全改变，我们以往的引以为豪的创新商业模式和服务顾客的方式都将面临巨大的挑战。在这种艰难环境下，我们更要坚持我们的发展主张，打造“新模式”+“科技大基建”，朝着“让实现美好生活的过程更美好”的方向创新开展工作；同时围绕“精耕开拓，协同共赢”开展相关工作，精耕定制家具及配套，开拓整装及整装云业务，内外部高协同，共生共赢。

1、“新模式”与“科技大基建”

面对疫情影响，公司探索出“新模式”+“科技大基建”的发展策略。

(1) 新模式：以往的定制服务，用户在线上预约设计师上门进行量房和沟通，再前往门店沟通方案和体验样板间，需要线上线下多个环节，售前服务周期较长。

而在新模式下，公司在多年运作O2O的良好基础上，充分发挥自身线上技术和团队优势，把原来的线上线下多个环节都搬到了线上，创新开展“线上门店”业务。在线上营销推广技术及手段继续引领行业外，进一步让用户足不出户，就可以享受到线上量房沟通、设计师免费设计，并且可以一对一地在线实时通过视频看3D方案、讨论和修改方案，极大地满足顾客“无接触购买家具”的需求。把原来线下服务的“几小步”，变成了线上服务的“一大步”，极大地缩短售前服务周期。未来将会有更多的环节整合在“线上”，形成线上全流程服务闭环，全力打造行业O2O的2.0版本。

(2) 科技大基建：新模式背后，公司也将进行着一场贯穿上下的“科技大基建”工程建设。

利用公司上千家终端门店网络和一万多名设计师，借助AI云技术对现有的三大数据库（户型库、产品库、方案库）进行全新升级，将打造全国各个地区、各个楼盘的各种房型、顾客的不同生活阶段画像、不同职业标签、不同风格的设计案例等大型数据库。整合行业多种配套产品，对用户一站式需求进行大数据精准匹配，大幅提升设计效率和方案质量，让设计师解放出来，转型为顾问型服务人员，为用户提供更高效、个性化的高品质设计服务。

2、大直播：线上营销创新

凭借公司在短视频赛道上的超前布局，公司打造了新居网MCN机构，自主孵化和签约了近300个IP家居类达人，打通从视频和直播圈粉、到粉丝互动评论、再到私域粉丝运营、线下变现的全链路。2020年公司将发力大直播，打通线上和线下，让直播成为连接消费者的新销售工具。

3、精耕：定制家具及配套

过去十年，公司做的最有价值的事，是公司的思维方式对行业的贡献，引领行业从卖产品思维走向卖服务思维，走向卖服务的高质量发展之路。新十年，公司将继续精耕定制家具及配套，把设计服务、O2O营销引流、口碑提升等再做一遍，满足用户日益增长的美好生活需要。

4、开拓：整装及整装云业务

如何通过模式的创新，应用先进的经营理念、技术驱动，用公司二十多年来对行业的深刻理解和不断满足顾客未被满足的需求的企业理念，以一个价值企业的高度，努力探索新一代家装创新发展之路。公司将持续开拓整装及整装云业务，强化整装的销售能力、设计能力、产品供应能力和施工交付能力，最终实现整装大规模、个性化、全国异地化目标。

5、协同共赢：内外部高协同、共生共赢

目前公司生态链内外部角色愈加多样、数量不断增多，公司应利用更先进的方式，与更多优秀的主体合作和链接。在与潜在生态对象（如加盟商、会员、供应商）合作中，应注重推介公司的模式，而非公司的产品。保持思维与系统与时俱进，实现公司生态链内外部角色的共生共赢。

广州尚品宅配家居股份有限公司

董事会

2020年4月17日