

证券代码：300616

证券简称：尚品宅配

公告编号：2020-024 号

# 广州尚品宅配家居股份有限公司 2019 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。

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 198,678,600 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 6.00 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 0 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

### （一）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	

## （二）报告期主要业务或产品简介

### 1、公司主营业务情况

在2C消费者业务领域，公司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，通过上门量尺、方案互动设计、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。

在2C消费者业务领域，公司又推出迭代升级的第二代全屋定制，不断拓宽品类边界，实现家装主辅材、装配式背景墙及配套家居产品、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。

在2B产业互联网领域，HOMKOO整装云赋能家装行业，打造家装行业互赢共生的新业态。通过设计一体化、采购一体化、施工一体化的贯通，解决了家装行业和消费者之间存在已久的痛点问题。公司整合全屋整装全产业链资源，通过数据智能、服务集成、共同的品质保证、资源的集中采购以及SaaS化工具等，帮助中小家装企业拓展全屋整装业务能力、实现服务模式升级，共同为终端消费者服务，从而打造国内领先的家居产业互联网平台。

在2B海外产业输出领域，公司又利用在IT及信息系统技术领域的强大优势，将公司全屋家具定制产业模式整体对海外合作客户输出，同时公司利用自身较强的供应链管理能力和供应链体系延伸到海外，向海外合作客户输出定制家具生产所需原材料、设备，并为海外客户提供泛家居各类配套供应。目前该技术已成功输出到泰国、波兰、印度、印度尼西亚、新加坡、美国等国家和中国台湾地区，现海外合作方一共开出25家展厅。

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，公司利用领先的柔性生产线、自主研发机器人和自动化立体仓智能物流，打造工业4.0智能制造工厂，将“人指挥机器干活”变成了“机器指挥机器干活”。公司通过使用自动化智能审单、拆单、排产、供应系统以及基于二维码的过程控制系统进行流程控制，并运用透明工厂MES系统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，最后通过电子开料锯、CNC数控加工中心设备信息化改造技术来实现最终的生产。

公司已建立起以“直营店+加盟店”的线下实体店与新居网运营的O2O互联网营销平台的线上渠道，为保障公司的快速扩张奠定了营销网络基础。通过新居网O2O营销平台，公司能有效地将线上消费者引流至实体店进行体验，并最终实现销售。公司又在重点城市建立直营店，加强实体店销售渠道的掌控能力，同时在全国大力发展加盟店，利于公司业务规模快速发展。

### 2、主要服务及产品

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，同时覆盖家装主辅材、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；此外，公司还在从事家居行业设计软件及信息化整体解决方案的同时，为全国家装企业提供装修用主辅材及上述家居产品。

### 3、公司所属行业

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，同时为全国家装企业提供装修用主辅材及上述家居产品。按照国家统计局2017年颁布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所从事的行业为家具制造业（C21）中的木质家具制造业（C211）；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）。

本公司主要从事全屋板式定制家具的生产。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。

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。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。

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。新居网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。

### （三）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：元

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入	7,260,786,804.80	6,645,385,450.08	9.26%	5,323,447,093.00
归属于上市公司股东的净利润	528,398,840.90	477,075,201.21	10.76%	380,044,995.99
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	445,039,922.53	350,585,726.78	26.94%	334,561,355.48
经营活动产生的现金流量净额	618,893,330.56	650,307,122.93	-4.83%	878,932,776.20
基本每股收益（元/股）	2.69	2.46	9.35%	2.09
稀释每股收益（元/股）	2.68	2.43	10.29%	2.07
加权平均净资产收益率	16.14%	17.08%	-0.94%	18.00%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
资产总额	6,117,659,385.27	5,321,936,870.75	14.95%	4,565,678,692.33
归属于上市公司股东的净资产	3,517,026,316.85	3,046,810,489.18	15.43%	2,619,490,414.84

#### 2、分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,273,859,914.50	1,863,598,924.21	1,920,100,745.71	2,203,227,220.38
归属于上市公司股东的净利润	-22,572,003.90	186,044,100.50	171,700,427.93	193,226,316.37
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-36,734,864.98	168,454,323.78	153,304,373.81	160,016,089.92
经营活动产生的现金流量净额	-600,839,133.57	417,812,249.87	228,691,553.53	573,228,660.73

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

(四) 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	6,148	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	5,735	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量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
李连柱	境内自然人	23.49%	46,659,935	46,659,935	质押	7,200,000	
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%	21,870,045	21,870,045			
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%	21,870,045	21,870,045			
周淑毅	境内自然人	8.81%	17,493,996	17,493,996	质押	5,400,000	
彭劲雄	境内自然人	8.72%	17,320,185	12,990,139	质押	6,260,000	
付建平	境内自然人	4.40%	8,746,535	6,559,901	质押	2,700,000	
李钜波	境内自然人	4.40%	8,746,535	0	质押	4,650,000	
香港中央结算有限公司	境外法人	3.58%	7,114,428	0			
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	2.03%	4,028,888	0			
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	1.77%	3,520,238	0			
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，深圳市达晨财信创业投资管理有限公司和天津达晨创富股权投资基金中心（有限合伙）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



### (五) 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

### (一) 报告期经营情况简介

2019年公司所在的家居行业遇到了非常大的困难和挑战，大多数企业的市场销售都遇到了业绩下滑和在顾客端炽热化的竞争，这种市场不景气和竞争态势一定会延续一段时间。

2019年公司的关键词有很多，有“困难”“复杂”，也有“忙碌”“前进”“自信”。在公司董事会和管理层的带领下，公司全体员工和合作伙伴用汗水浇灌收获，以实干笃定前行，最终在困难复杂的环境里取得了一定的成绩，更重要的是收获了自信和勇气。

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、强化软硬件系统的研发，通过核心科技驱动公司前进发展。

在互联网、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。

随意定制品牌则通过“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HOMK00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HOMK00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HOMK00整装云会员数量有2497家，同比增长了108%，HOMK00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。HOMK00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）报告期内主营业务是否存在重大变化

是  否

**(三) 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	5,266,698,641.52	458,540,852.68	44.80%	4.96%	0.31%	-0.94%
配套家居产品	1,200,398,802.91	67,716,696.56	28.45%	7.30%	6.64%	-0.05%

**(四) 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

**(五) 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

**(六) 面临暂停上市和终止上市情况**

适用  不适用

**(七) 涉及财务报告的相关事项**

**1、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) 第一次会计政策变更

① 会计政策变更原因

财政部于2017年度发布了《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》（财会[2017]7号）、《企业会计准则第23号——金融资产转移》（财会[2017]8号）、《企业会计准则第24号——套期会计》（财会[2017]9号）、《企业会计准则第37号——金融工具列报》（财会[2017]14号），要求境内上市企业自2019年1月1日起施行新金融工具相关会计准则。由于上述会计准则的颁布，公司需对原会计政策进行相应变更，并按以上文件规定的起始日开始执行上述会计准则。

② 变更前公司所采用的会计政策

本次变更前，公司执行财政部发布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定。

③ 变更后公司所采用的会计政策

本次变更后，公司的会计政策按照《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产

转移》、《企业会计准则第24号——套期会计》、《企业会计准则第37号——金融工具列报》的规定执行，其余未变更部分仍按照财政部前期颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。

#### 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。

#### ⑤对公司的影响

《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《企业会计准则第24号——套期会计》、《企业会计准则第37号——金融工具列报》主要变更内容如下：

以企业持有金融资产的“业务模式”和“金融资产合同现金流量特征”作为金融资产分类的判断依据，将金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产以及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产三类；

将金融资产减值会计处理由“已发生损失法”修改为“预期损失法”，要求考虑金融资产未来预期信用损失情况，从而更加及时、足额地计提金融资产减值准备；

调整非交易性权益工具投资的会计处理，允许企业将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益进行处理，但该指定不可撤销，且在处置时不得将原计入其他综合收益的累计公允价值变动额结转计入当期损益；

进一步明确金融资产转移的判断原则及其会计处理；

套期会计准则更加强调套期会计与企业风险管理活动的有机结合，更好地反映企业的风险管理活动。

根据新旧准则衔接规定，企业无需追溯调整前期可比数。因此，公司自2019年第一季度起按新准则要求进行会计报表披露，不追溯调整2018年可比数，本次会计政策变更不影响公司2018年度相关财务指标。

### (2) 第二次会计政策变更

#### ①会计政策变更原因

2019年4月30日，国家财政部印发了《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6号）（以下简称“《修订通知》”），对一般企业财务报表格式进行了修订，要求执行企业会计准则的非金融企业按照企业会计准则和《修订通知》的要求编制2019年度中期财务报表和年度财务报表及以后期间的财务报表。

根据《修订通知》的要求，公司对会计政策相关内容进行调整。

#### ②变更前公司所采用的会计政策

本次会计政策变更前，公司执行财政部发布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定（以下简称“原会计政策”）。

#### ③变更后公司所采用的会计政策

本次会计政策变更后，公司将按照财会[2019]6号《修订通知》的相关规定执行，其他未变更部分，仍按照原会计政策相关规定执行。

#### ④变更日期

公司按照《修订通知》规定的起始日期开始执行。

#### ⑤对公司的影响

根据《修订通知》的要求，公司对企业财务报表格式进行相应调整：

资产负债表项目

原“应收票据及应收账款”项目拆分为“应收票据”和“应收账款”；

原“应付票据及应付账款”项目拆分为“应付票据”和“应付账款”；

利润表项目

原“减：资产减值损失”调整为“加：资产减值损失（损失以“-”号填列）”。

现金流量表项目

明确了政府补助的填列口径，企业实际收到的政府补助，无论是与资产相关还是与收益相关，均在“收到其他与经营活动有关的现金”项目填列。

本次会计政策变更仅对财务报表格式和部分项目填列口径产生影响，对公司资产总额、负债总额、净资产、营业收入、净利润均无实质性影响。本次会计政策变更属于国家法律、法规的要求，符合相关规定和公司的实际情况，不存在损害公司及股东利益的情况。

上述两次会计政策变更经第三届董事会第六次会议、第八次会议审议通过。董事会认为会计政策变更是公司根据财政部相关文件要求进行的合理变更，符合相关规定和公司实际情况，不存在损害公司及股东利益的情形。

## 2、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

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

## 3、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

详见第十二节、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

2020年4月17日