

证券代码：300616

证券简称：尚品宅配

公告编号：2021-007 号

广州尚品宅配家居股份有限公司 2020 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。

华兴会计师事务所（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。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）变更为华兴会计师事务所（特殊普通合伙）。

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：以截至 2020 年 12 月 31 日公司的总股本 198,675,000 股扣除回购专户上已回购股份后（公司已累计回购公司股份 807,920 股）的股本总额 197,867,080 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.5 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，公司推出BIM整装模式，即实现软硬一体设计、销售，实现软硬一体的数字化、信息化。把每一个客户的家庭空间数字化，通过从前端所见即所得的设计，实现家装、家装主辅材、全屋定制家具及配套家居产品、装配式背景墙、软装配饰、电器等家居全品类的一站式配齐，致力于为消费者提供全屋整装、全屋定制、全屋配套等一体化服务。

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。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、印度、印度尼西亚、新加坡、美国、加拿大等国家和中国台湾地区。

2、主要服务及产品

公司主要产品及服务为客户打造全屋整体一体化解决方案，实现家装、家装主辅材、全屋定制家具（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）及配套家居产品、装配式背景墙、软装配饰、电器等家居全品类的一站式配齐；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整装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

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	6,513,432,197.51	7,260,786,804.80	-10.29%	6,645,385,450.08
归属于上市公司股东的净利润	101,402,212.76	528,398,840.90	-80.81%	477,075,201.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	39,979,975.42	445,039,922.53	-91.02%	350,585,726.78
经营活动产生的现金流量净额	132,035,969.36	618,893,330.56	-78.67%	650,307,122.93
基本每股收益（元/股）	0.510	2.690	-81.04%	2.46
稀释每股收益（元/股）	0.510	2.680	-80.97%	2.43
加权平均净资产收益率	2.90%	16.14%	-13.24%	17.08%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	6,239,433,209.45	6,117,659,385.27	1.99%	5,321,936,870.75
归属于上市公司股东的净资产	3,505,028,518.98	3,517,026,316.85	-0.34%	3,046,810,489.18

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	669,295,520.58	1,596,930,474.91	2,115,450,332.17	2,131,755,869.85
归属于上市公司股东的净利润	-155,578,770.48	32,840,267.31	180,443,114.94	43,697,600.99
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-167,640,337.28	21,223,562.26	171,775,288.36	14,621,462.08
经营活动产生的现金流量净额	-1,073,693,092.01	522,829,092.90	200,040,891.80	482,859,076.67

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	6,004	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	4,885	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	34,994,951	质押	5,640,000	
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	9.44%	18,755,037	0			
深圳市达晨财信创业投 资管理有限公司	境内非国有法人	9.44%	18,752,985	0			
周淑毅	境内自然人	8.81%	17,493,996	13,120,497	质押	3,700,000	
彭劲雄	境内自然人	8.72%	17,320,185	12,990,139	质押	6,580,000	
付建平	境内自然人	4.40%	8,746,535	6,559,901			
李钜波	境内自然人	3.84%	7,621,995	0	质押	3,370,000	
JPMORGAN CHASE BANK,NATIONAL ASSOCIATION	境外法人	2.04%	4,057,592	0			
中国工商银行股份有限 公司－东方红中国优势 灵活配置混合型证券投 资基金	其他	2.01%	4,002,304	0			
UBS AG	境外法人	2.00%	3,973,021	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



(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

报告期内，公司加大未来面向整个家居空间数字化能力的投入，持续加强大数据、人工智能、科技大基建等投入，通过全流程数字化、供应链整合及施工标准化等赋能整装，为公司全面转型整装，为未来走向工业化整装创新开展各项工作。

1、加强技术研发，始终保持IT技术在全行业持续领先

以“数智融合”作为研发方向，公司将营销、设计、生产、交付等各个环节数字化、云端化，形成数据链路闭环。

(1) 智能设计

①氢设计。基于公司已有的数据集，公司开发了全新的zero系列户型匹配等引擎。以这些人工智能引擎为基础，公司推出了氢设计智享版和氢设计3.0。氢设计智享版和3.0上线后，对一线工作人员获取设计灵感、在线谈单、中期跟进、线下成交都有积极的促进作用。

②琢磨一下。基于公司已有的数据集，依托自有人工智能算法，公司开发了one系列产品3D匹配搜索引擎。以该引擎为核心推出“琢磨”产品平台，改善了设计交互体验，提升了产品搭配选择的效率。

③全新整装设计系统和BIM设计系统。为配合公司“看着BIM做装修”战略，公司升级了整装设计系统和BIM设计系统，极大提高了其方便性、易用性，在虚拟世界中1:1地完整建设消费者的家，并提前模拟家装的全过程，通过可视化让消费者实现“尚未动工、却已竣工”的体验。

④大基建房型库。2020年开始的大基建房型库建设项目，以建设全国的、可以详细关联具体楼栋的数字化户型档案库为目标，分阶段展开。目前户型库已经覆盖全国400多个城市，拥有120万个精确户型，和上千万个户型的专属设计方案。海量的大基建房型库为公司的O2O线上量尺、楼盘引流、拎包入住等项目提供了很好的设计资源。

(2) 智能营销

以设计为核心，公司每天产生海量的优质的效果图、VR全景图、小视频，这些内容通过美家平台的遇见美家、晒家、装修攻略等内容矩阵分发出去。公司又上线了一批新应用。如最新的“懂你”智能PPT，让设计师可以更加有效的包装设计方

案；“我趣设计”小程序，把“氢设计3.0”接到了toC的应用，让用户可以玩自己家的设计等。

（3）智能生产与交付

①供应链系统。智能供应链系统升级了AI分析引擎，以应对华东生产制造基地的启用。用动态数据预测各区域销量，通过监控、模拟、仿真、指挥采购、叫送、自动补货，实现多地供求资源自动最佳匹配，提升了整体工作效率和仓库利用率。

②智造设备及生产线。随着华东智造基地投产，一大批自主研发的生产设备走向一线。如木工分拣线把上料、扫描、抓取、贮存、分拣、取出、出料整线全自动化，减少了中间搬运与调度环节，中间无人工干预，实现了无人化运作。

③智能交付。随着各地整装事业的发展，BIM工程管理系统上线。订单管理、安装宝、客服管理等系统也同步完善，一起构建了强大的整装技术矩阵平台，覆盖装修项目的全生命周期，推动各个环节信息化、数字化。

2、免费BIM设计，打造家装行业新服务标准

通过BIM工程管理系统，实现施工过程全流程数字化、系统化和智能化，通过供应链整合、施工标准化等措施，助力公司自营整装业务规模的提升；同时公司持续深耕HOMKOO整装云市场，助力整装云会员一体化整装战略的有效实施。

（1）依托“免费BIM设计”“看着BIM做装修”的战略定位，公司形成看着BIM签套餐合同、深化设计、按图施工、现场管理、整装交付等管理模式，为客户打造一套全新的全屋整装解决方案。将装修的细节数字化、信息化后融合在BIM系统里，提前发现及规避实际施工中存在的隐患，避免返工和延误，并精准统计用量，减少材料浪费。

区别于家装公司转型做整装（从装修服务向后整合产品，含家具），公司是从产品（家具）向前延伸到装修服务来做整装。公司通过软硬一起设计、软硬一起销售，把全屋硬装+全屋家具+全屋软装融合，将软装配比率提升到95%左右。

目前我国处于城镇化进程中后期，一线城市的新建住房市场趋于饱和，市场逐步迈入存量房时代，存量房再装修的需求正在逐步释放，家装后市场发展潜力巨大。布局在一线城市的圣诞鸟自营整装，能很好地匹配这类存量房再装需求。2020年，广州、佛山、成都三地圣诞鸟整装交付1968户，自营整装渠道收入（全口径，含家具配套）达成约3.45亿元，同比增长约25%。

（2）2020年，公司持续深耕HOMKOO整装云全国市场。截至报告期末，HOMKOO整装云全国会员数量超过3000家。为帮助HOMKOO整装云会员进一步提升竞争力，抢占市场份额，赢得业绩和利润增长，公司做了一系列的工作创新和探索。

2020年3月，公司正式推出仔酷MRKOQ定制品牌，专供HOMKOO整装云会员。基于会员多样化的经营现状，公司先后为不同会员，对定制带整装模式、整装带定制模式、拎包模式以及流量赋能模式等整装运营模式进行创新和探索，帮助会员找到更适合的发展方向。

通过上述一系列举措，HOMKOO整装云2020年渠道收入（全口径，含家具配套）达成约4.67亿元，同比增长35%。

3、加大力度深耕自营城市，打造可持续的城市发展模型

公司持续推进自营城市五大业务模块工作，同时在重点城市招商开大店，提升该城市的市场占有率及招商质量，提升公司品牌曝光度。

（1）2020年，公司在自营城市全面执行以“直营门店”“直销020”“自营加盟”“拓展（拎包）”“整装（全案）”五大业务模块为核心的发展战略，展现出了可持续的蓬勃发展态势。公司坚定地继续加强五大业务模块的组织建设，打造一支高效协作、充满斗志的敢打敢拼的销售队伍。截至报告期末，公司直营门店数量为91家，自营城市加盟店数量为232家，未来随着组织建设的优化，公司自营城市直营和加盟终端门店的竞争实力和优势，将进一步得到提升。

（2）公司创新招商模式，通过专家大课，联合新浪家居、乐居财经·家居、腾讯家居、网易家居等媒体，邀请著名经济学家马光远、前故宫博物院院长单霁翔、知名财经评论家叶檀、著名财经观察家秦朔等专家学者，举办数场行业大课，吸引

大批投资人慕名而来。

公司也调整招商策略为招大商开大店，同时优化了部分存量加盟店，未来公司计划打造100个城市No. 1的标杆加盟商。截至报告期末，公司加盟店数量为2235家，仍具备巨大的内生渠道红利。

4、深耕家居内容营销生态，打造家居MCN流量新入口。

公司深耕家居内容营销生态，打造私域阵地，开创直播电商等O2O营销新模式，实现O2O营销闭环及O2O量尺业绩高速增长。

(1) 公司持续全网营销，与腾讯、阿里、京东、百度、头条、抖音、快手等平台构建内容营销生态，成为家居行业优质内容的制造者，为用户提供丰富而有价值的家居内容。2020年尚品宅配和维意定制的微信公众号矩阵发布原创文章400余篇，其中阅读10万+文章200余篇，总阅读量超过2500万，新增粉丝300多万，是用户寻找高价值家居内容的首选。

(2) 公司打造了新居网MCN机构，自主孵化和签约了300多个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全网粉丝超1.8亿，其中短视频粉丝约1.3亿，微信粉丝约2100万。公司自行孵化达人矩阵20+，签约外部达人300余人，新居MCN旗下达人包括全网粉丝超4500万的“设计师阿爽”、全网粉丝超1500万的“设计帮帮忙”、全网粉丝超1200万的“Wuli设计姐”等优秀头部家装达人。

通过上述一系列创新O2O营销引流模式，公司来源于线上的量尺数同比增长43%，但来源于线上的量尺成本同比下降36%。

(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	4,743,414,085.55	151,864,571.65	35.12%	-9.94%	-66.88%	-9.68%
配套家居产品	922,715,745.87	16,051,422.10	22.99%	-23.13%	-76.30%	-5.46%

(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

参见2020年度报告第四节“经营情况讨论与分析”中的“一、概述”相关内容。

(六) 面临退市情况

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) 重要会计政策变更

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注(受重要影响的报表项目名称和金额)
2017年7月，财政部颁布了修订的《企业会计准则第14号——收入》（财会〔2017〕22号），并要求境内上市的企业自2020年1月1日起施行新收入准则。本公司自规定之日起开始执行。	公司于 2020 年 4 月17日召开第三届董事会第十四次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》（公告编号：2020-032）	详见其他说明

其他说明：

2017年7月5日，财政部颁布了修订的《企业会计准则第14号——收入》（财会〔2017〕22号），并要求境内上市的企业自2020年1月1日起施行新收入准则。

公司自2020年1月1日起执行新收入准则，新收入准则要求首次执行该准则的累积影响数调整首次执行当期期初(即2020年1月1日)留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。此项会计政策变更已经公司董事会审议通过，采用变更后会计政策编制的2020年度合并利润表及母公司利润表各项目、2020年度合并资产负债表及母公司资产负债表各项目，与假定采用变更前会计政策编制的这些报表项目相比，除部分财务报表科目重分类外，没有重大影响，相应财务报表项目变动详见附注 三、（三十一）3. 2020年起首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况。

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2020年度报告第十二节、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

2021年4月27日