

证券代码：002830

证券简称：名雕股份

公告编号：2021-011

深圳市名雕装饰股份有限公司

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。

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
-----------	-----------	-----------	--------

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

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 133,340,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.2 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

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	名雕股份	股票代码	002830
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	刘灿星		
办公地址	深圳市宝安区兴华路南侧龙光世纪大厦 1 栋 2-36、37、38、39、40		
电话	0755-23348796		
电子信箱	mingdiaozhuangshi@yeah.net		

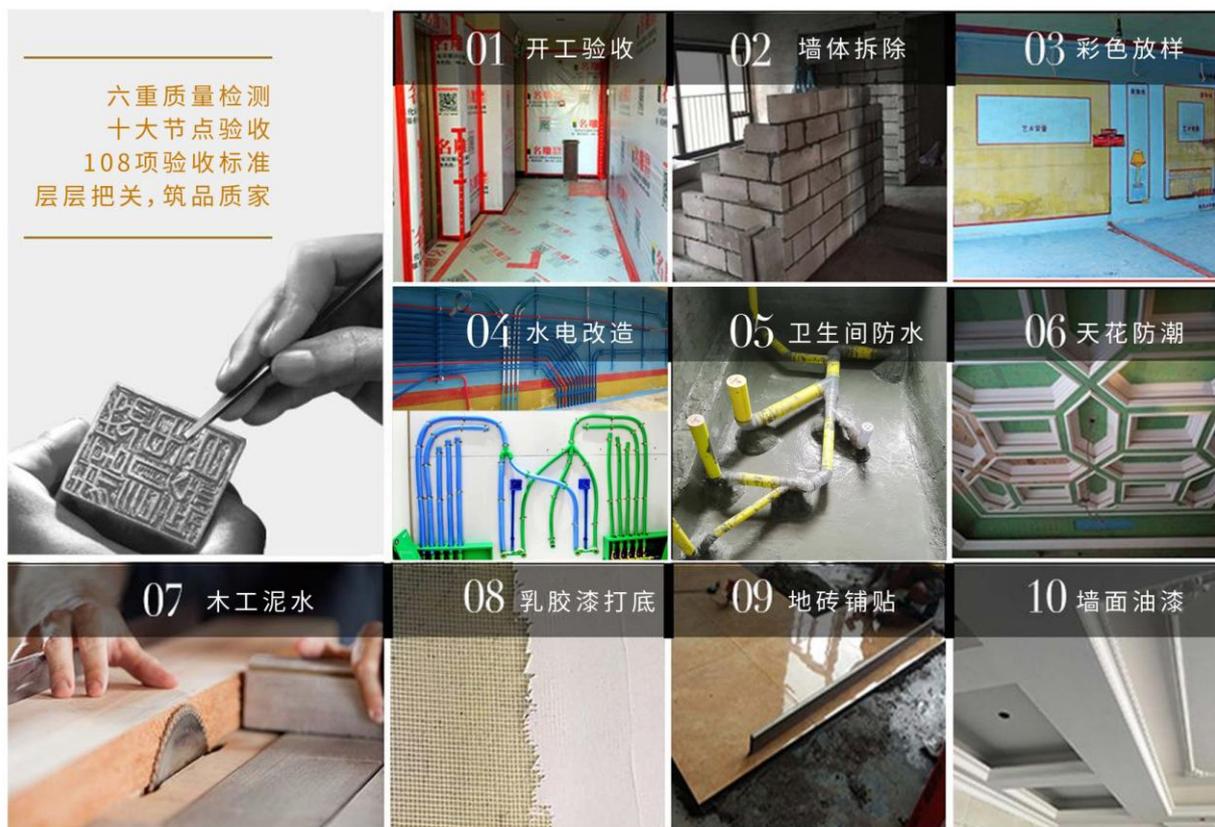
2、报告期主要业务或产品简介

一、公司的主营业务情况

公司是一家面向中高端客户的、产业链最完整的家装及家居综合服务提供商。多年来，公司致力于装饰业务一体化发展，始终以设计与品质为核心、以材料和工艺研发为驱动，以人才培养和信息化为支撑，为客户提供集原创设计、工程施工、辅材配送、木制品定制、主材及配饰选购、售后服务为一体的家居综合服务价值链。通过持续的精细化管理和运作，公司已逐步发展为在品牌知名度、专业能力、配套服务及运营管理等方面领先的一体化住宅装饰企业，市场渗透能力和影响力日益增强。公司秉持“与时俱进，开拓创新”的发展思路，将科技、智能、互联网思维融入家装，建立大数据资源库，推出了“云体验、云设计、云智控、云生态、云金融、云呼叫”的一体化·云家装体验式服务，客户使用移动智能终端即可通过APP客户端、PC客户端、微信和电商平台等入口，体验由VR、3D技术所展现的装饰全流程服务。

公司作为业内领先的一体化家居综合服务提供商，主要的业务有：住宅原创设计及工程施工、木制产品定制、主材软装配套服务，具体如下：

1、住宅原创设计及工程施工业务 公司多年来坚持原创设计为本，在吸收国内外先进设计理念的基础上进行创新，形成了以人为本的“时尚、合理、人性、先进、功能、健康、环保”独特的设计理念。公司在施工项目中严格执行“名雕TQM”质量管理体系，全方位保障每一项工程的出品与交付，确保设计方案能够完美呈现。



2、木制品定制化服务 木制品定制化生产是公司实现一体化家居综合服务战略中工厂化生产的重要组成部分，全资子公司东莞名启已推出“德拉尼”品牌，并开发出“北岛木歌”、“睿”、“漱石”三大系列，涵盖木门及门套、书柜、衣柜、背景墙和活动家具等多系列、多风格的定制家居产品，为公司整体定制家居奠定了工业化基础。



3、主材及配饰选购服务 公司通过美家世邦建材体验馆整合了建材行业内众多知名、优质品牌，产品及服务涵盖了大部分的装饰主材、软装配饰以及综合配套服务，实现客户追求美好生活的夙愿。

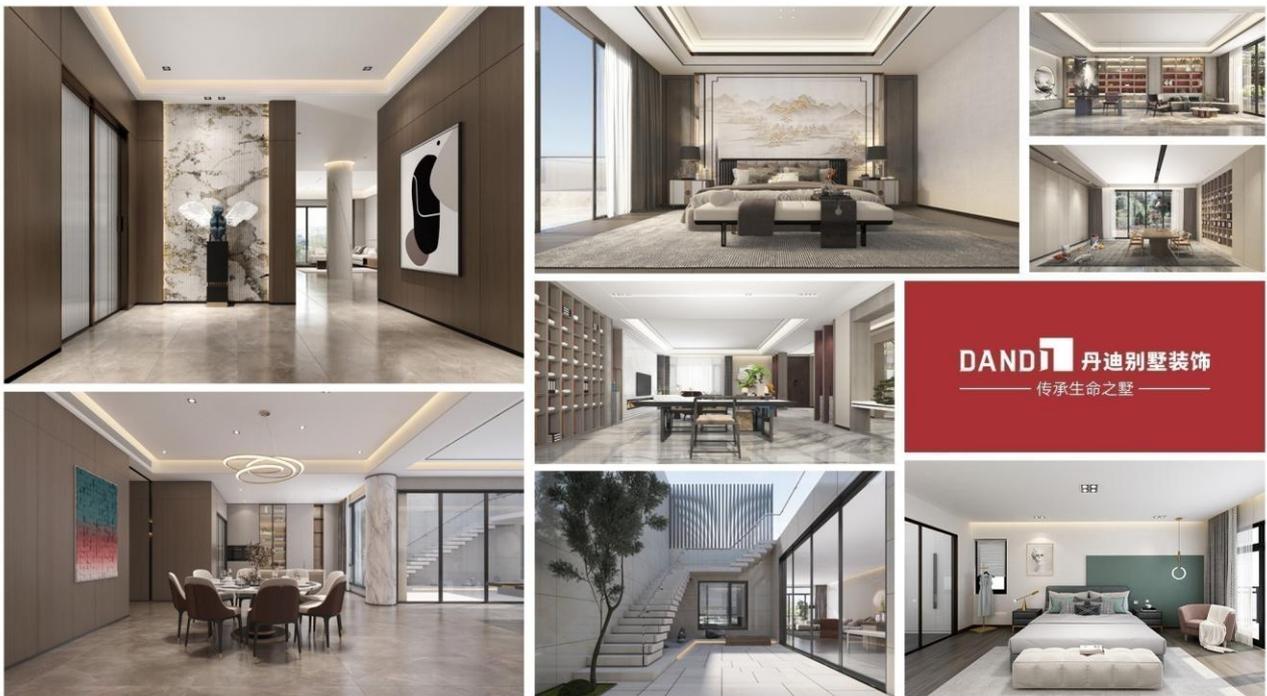


为更有针对性地满足不同消费人群对空间装饰的差异化需求，公司推行多品牌运营战略，主要有“名雕设计”、“名雕丹迪”、“名雕盛邦”、“佰恩邦”四个子品牌：

(1) 名雕设计：公司第一大子品牌，定位于为90平方米以上中大户型住宅提供装饰设计 & 施工等一体化服务。品牌创立十多年来，创造了大量备受业界和客户赞誉的经典案例，成功地将卓越的设计能力与对客户需求的精准把握相结合，令“名雕设计”成为住宅装饰行业的领先者。产品案例实景如下：



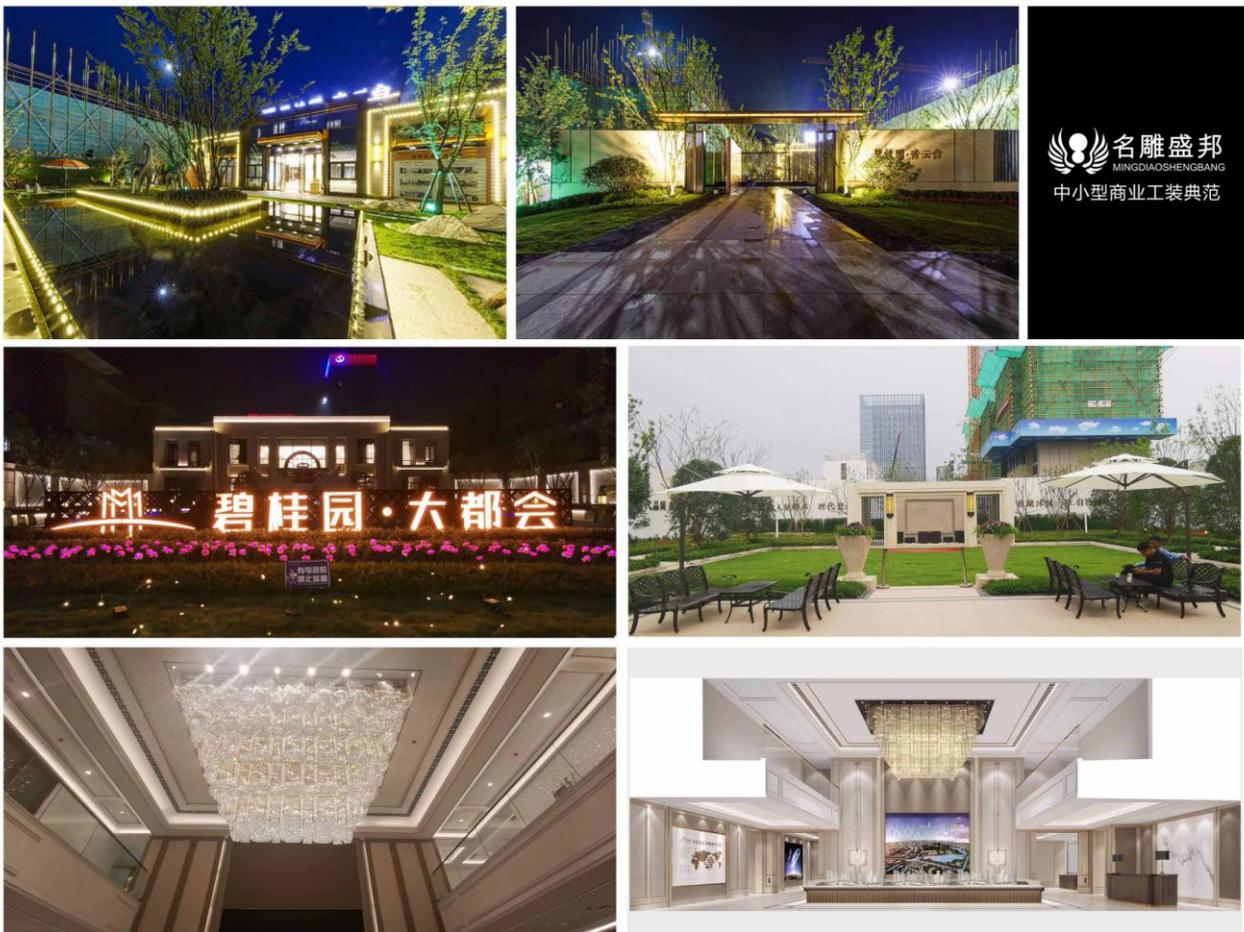
(2) 名雕丹迪：公司倾力打造的专门面向别墅、豪宅市场的高端品牌，凭借多年积累的设计优势，在行业内享有“别墅、豪宅设计专家”的美誉。产品案例实景如下：



(3) 佰恩邦：公司聚焦精英家庭理想生活的整装定制品牌，整合装饰、主材、配饰、家具、电器等全方位规划设计，通过以产品包实现定制化服务，聚焦100平米30万元级的精英客户。产品案例实景如下：



(4) 名雕盛邦：公司在住宅装饰领域经验积累的基础上延伸发展的精工装品牌，专门针对写字楼、地产商样板间、售楼处、豪华会所等中小型高端工装项目提供更有设计感的装饰服务。产品案例实景如下：



公司开创了“体验式营销+顾问式营销”和“直营分公司及其配套连锁式拓展市场”的营销模式、全流程设计管理模式、自我可复制的商业模式，具体情况如下：

（1）体验式营销+顾问式营销

区别与住宅装饰行业的传统模式是“先消费后获得服务”，公司构建了五重体验式营销体系，将施工、家具制作、辅材配送、主材选购等各个环节及整体装修质量全部透明化，向客户提供全程现场体验，并且通过虚拟现实技术，为用户提供720°全景体验模式，进一步提升客户对家装设计的体验感。

（2）直营分公司及其配套连锁式拓展市场

公司在发展过程中，一直采用直营连锁的模式进行区域性扩张，通过不断增设直营分公司营业网点的方式拓展市场。公司跨区域扩张主要采用新设直营分公司的方式并配套物流配送中心和高品质生活示范间。通过物流配送中心，将主要装饰辅材统一配送至每个直营分公司的工地现场；在直营分公司所在城市设立多套户型、装饰风格不同的高品质生活示范间，向客户全面、直观地展示公司在设计、工艺、材料、工程管理等方面的优势。

（3）全流程设计管理模式

公司倡导“以设计为导向”的全流程设计管理模式，在选择方案的时候充分考虑材质材料的选购、装饰配饰的搭配和施工工艺的考量，并要求设计师参与施工过程的各个阶段，使设计师成为整体装饰工程的规划者和监督者。全流程设计管理模式使得公司能够在满足客户对使用功能、感观功能需求的同时，使施工效果充分尊重原创设计，真正实现住宅装饰“以设计为导向”的装饰理念。

（4）可自我复制的商业模式

通过多年精细化管理和运作，公司深刻认识到，面对外部市场，能够快速复制的“家装产品化”模式将成为未来发展趋势，因此，公司不断加强在装饰材料与工艺研发、设计、材料配送、主材选购、木制品工厂化定制、一体化信息平台等方面的建设，通过自有平台实现各业务单元的套餐化；面对内部管理，对异地经营机构的管控能力，成为能否成功复制的核心，公司通过上述自有体系内的配套资源，减少门店独立完成的业务环节，降低了对个人技能的要求，并依托一体化信息平台加强管理，对各个业务节点拥有很强的控制力。目前公司已搭建完善的自有业务平台，并获得良好的运营效果；基于自身资金积累再投入，公司发展相对稳健，未来结合资本市场等多种融资渠道，公司能够将该商业模式迅速复制，步入快速增长的新阶段。

公司通过吸纳、整合国际环保理念和技术标准，结合自身十余年家装行业的经验积累与沉淀，通过持续研发和提升工程管理，形成了行业领先的“金钻工程”质量管理体系和工程智能现场管理系统，全方位、严格保障每一项工程的品质。公司拥有工艺与材料的78项国家专利、多项自主品牌产品等研发成果，是行业内鲜有的研发能力强、拥有较多自主知识产权的企业之一。公司拥有住宅装饰设计领域最高等级的资质《建筑装饰工程设计专项甲级》以及《建筑装修装饰工程专业承包壹级》资质。“名雕设计”被国家工商总局认定为“中国驰名商标”。公司在中国建筑装饰协会发布的“2015中国家居产业百强企业榜单”中，位列家居装饰类十强。此外，公司及下属公司曾获“全国住宅装饰装修行业知名品牌企业”、“全国住宅装饰装修行业百强企业”、“全国家居装饰优秀标兵企业”、“广东省守合同重信用企业”、“全国住宅装饰装修行业明星标杆企业”、“中国家居产业家装领军品牌”、“2017~2018年度深圳室内设计最具创意机构”等重量级奖项和荣誉，以及新浪家居、腾讯家居颁发的“年度影响力品牌”、“消费者喜爱品牌”等新媒体荣誉，标志着公司在中国住宅装饰行业的重要地位。

二、公司所处的行业及市场情况

公司所属的行业为建筑装饰业细分的住宅装饰业。历经三十多年的发展，建筑装饰行业的市场规模持续扩大，其产值从2010年的2.10万亿元增加到2019年的4.60万亿元，市场规模持续扩大。其中住宅装饰行业产值从2010年的0.95万亿元增加到2019年的2.24万亿元，总规模扩大了1.29万亿元，增幅达1.36倍。

与万亿级的市场规模不同的是，中国住宅装饰业典型的“大市场、小企业”现状仍未改变，单个企业的市场集中度较低。随着市场经济的发展、住宅装饰消费需求的升级，促使住宅装饰行业从粗放到精细，通过制定技术标准、加强行业自律等举措，真正涌现出一批资质高、规模大、具有一定影响力的大中型家装企业，从而带动整个行业朝着健康、持续、有序的市场

环境发展，促进整个住宅装饰行业发展水平的提高。

住宅装饰业属于典型的房地产后周期行业，与房地产行业景气度相关，且住宅装饰的主要业务来自于新建毛坯房、改造性住房及精装后成品房三种类型。2019年初，多城调降人才落户门槛，呼和浩特、宁波等市更是出台人才购房补贴这类刺激性政策，2019年7月中央政治局会议明确提出：坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，落实房地产长效管理机制，不将房地产作为短期刺激经济的手段。2020年，中央继续坚持“房住不炒、因城施策”的政策主基调，强化落实城市主体责任，实现稳地价、稳房价、稳预期的长期调控目标，促进房地产市场平稳健康发展。房地产调控政策的短期变化，对于房地产后周期行业的波动影响显而易见，因此住宅装饰业的业务亦有一定的波动风险。

三、公司的施工及质量控制情况

报告期内，公司持有住房和城乡建设部颁发的《建筑装饰工程设计专项甲级》资质，有效期至2022年1月14日，《建筑装修装饰工程专业承包壹级》资质，有效期至2021年12月26日。公司不断探索更适应行业经营特点的用工模式，在以自有工程项目人员实施的基础上，将施工作业中的部分砌筑、木工、水暖电安装等作业内容发包给劳务分包公司，由其按约定完成劳务作业内容。该等劳务分包公司均具备装修过程中所需工种的分包作业的专业资质，能够独立组织施工团队，按照施工图纸及公司制定的施工和验收标准完成相关的分包工作，公司在施工现场派遣项目管理人员，监督分包作业的工程进度及施工质量即可。

为更好保障广大客户的装修利益，维护行业信誉，公司在参考行业相关信息资料的基础上，总结、沉淀十余年精良的施工工艺、严格的验收标准、优秀的服务水平，率先在行业提炼出装饰工程质量验收的各项标准，推出行业内领先的一体化服务标准——“金钻工程”。公司的质量管控、工艺和材料应用均严格按照“金钻工程”的体系运作，确保公司的装饰工程具备钻石级的品质。公司主要的质量控制措施如下：

1、材料采购控制

材料产品和工艺技术是工程施工最主要的两大体系，高品质、高环保的材料产品，是保障工程质量与环保的重要基础。为更好保障客户利益，公司成立了专业的、规模领先的材料采购和配送中心、研发中心，通过对外采购和研发各类高品质、高环保的材料产品，保证了装修辅材和名启木制品所用板材的绿色环保和优良品质。

2、材料配送控制

在主要辅材方面，公司采取由配送中心统一采购、统一配送的体制，通过“名雕智装”系统实时管控配送全流程。

3、施工节点控制

公司统一制定专业、全面、精细的验收标准和程序，形成了“十个分项、六大阶段”的施工质量控制和验收标准流程，客户通过“名雕智装”客户端可以清晰地了解施工步骤和质量状况，确保项目工程品质。“十个分项及验收标准”包括工程开工验收项目及标准、拆除和基础改造验收项目及标准、隔墙及水电类验收项目及标准、防水防潮验收项目及标准、天花及家俬底板验收项目及标准、木工和部分泥水项目验收及标准、乳胶漆打底验收项目及标准、油漆项目验收及标准、地面装饰及乳胶漆面漆和裱糊项目验收及标准、安装项目验收及标准。

4、施工工艺控制

公司在施工工艺控制方面注重创新与效率，开创了业内先进的“名雕颜色工程”，对主要的施工工艺进行高效管控，杜绝偷换材料、偷工减料等现象，避免安全隐患。

5、工程验收控制

公司制定了“十个分项行业高标准透明验收”，将验收过程向客户完全开放，让客户清楚明白地了解验收环节和验收标准。公司施工工程的所有验收节点均主动邀请客户现场参加，同时公司会通过“名雕智装”APP向客户提供由工程项目人员现场采集的验收图片及视频资料，将每个验收节点的验收标准和验收要点清晰直观地向客户展示，彻底杜绝偷工减料、工艺粗糙、模糊验收标准等侵害客户装修利益的行为。

6、售后服务控制

公司拥有统一完善的售后服务体系和独立于一般工程业务的专业售后服务中心，坚持为客户提供全过程、全天候、全方

位的“名雕24小时金牌服务”——接到客户需求信息后，24小时内上门提供服务。公司还制定了四级投诉响应机制，根据客户投诉的内容和严重程度，分四级采用相应的措施进行处理，从而实现快速响应和高效处理。

报告期内，公司不存在重大项目质量问题。

四、其他需要说明的事项

报告期内，公司未完工项目金额合计108,481.40万元，累计确认收入34,075.12万元，未完工部分金额74,406.28万元。该等未完工项目合同履行正常，项目进展与合同约定基本保持一致，未出现重大变化。

报告期内已完工未结算项目均为已履行完毕的装饰装修施工合同，累计已发生成本为11,395.81万元、累计已确认毛利8,357.77万元、已办理结算的金额为19,753.58万元、已完工未结算的余额为3,085.36万元，公司不存在重大已完工未结算项目。

报告期内，公司未发生重大安全事故，亦未开展境外项目。

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：元

	2020年	2019年	本年比上年增减	2018年
营业收入	867,205,584.01	898,142,578.62	-3.44%	763,949,608.26
归属于上市公司股东的净利润	22,394,375.84	24,232,325.13	-7.58%	45,938,089.68
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	19,841,767.52	22,315,423.51	-11.08%	44,396,747.73
经营活动产生的现金流量净额	179,841,720.07	146,356,846.51	22.88%	125,837,338.99
基本每股收益（元/股）	0.17	0.18	-5.56%	0.34
稀释每股收益（元/股）	0.17	0.18	-5.56%	0.34
加权平均净资产收益率	3.49%	3.80%	-0.31%	7.39%
	2020年末	2019年末	本年末比上年末增减	2018年末
资产总额	1,498,377,879.50	1,305,060,258.45	14.81%	1,208,512,723.37
归属于上市公司股东的净资产	646,174,853.23	641,114,677.39	0.79%	638,216,752.26

(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	93,369,310.74	184,673,648.10	265,708,245.56	323,454,379.61
归属于上市公司股东的净利润	-25,811,584.79	6,929,784.79	15,335,441.66	25,940,734.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-26,695,108.20	5,785,530.74	15,104,454.39	25,646,890.59
经营活动产生的现金流量净额	-105,375,748.35	185,265,616.75	112,222,071.55	-12,270,219.88

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

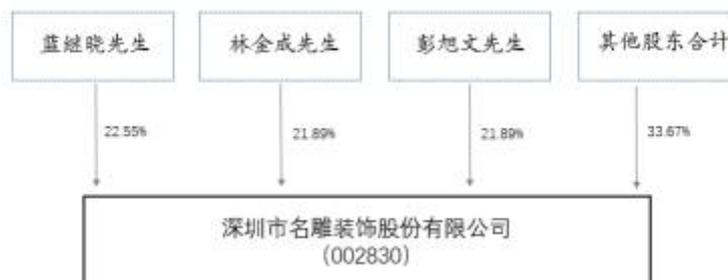
报告期末普通股股东总数	9,224	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	9,849	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
蓝继晓	境内自然人	22.55%	30,073,000	22,554,750			
林金成	境内自然人	21.89%	29,188,500	21,891,375			
彭旭文	境内自然人	21.89%	29,188,500	21,891,375			
陈奕民	境内自然人	3.75%	5,000,000	0	质押	5,000,000	
谢心	境内自然人	1.12%	1,500,000	0			
北京鼎运众弛投资管理有限公司—汇盈稳健三期私募证券投资基金	其他	0.65%	871,600	0			
张剑飞	境内自然人	0.47%	629,100	0			
蓝晓宁	境内自然人	0.47%	625,000	0			
彭有良	境内自然人	0.45%	600,000	0			
林列华	境内自然人	0.35%	462,000	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	蓝晓宁先生系蓝继晓先生之弟，彭有良先生系彭旭文先生之兄，林列华先生系林金成先生之堂弟。除此之外，公司未知上述股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	前 10 名普通股股东北京鼎运众弛投资管理有限公司—汇盈稳健三期私募证券投资基金，通过国融证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有无限售流通股 871,600 股。						

(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



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

公司需遵守《深圳证券交易所行业信息披露指引第6号——上市公司从事装修装饰业务》的披露要求

2020年，公司秉着诚信稳健的经营理念，坚守“客户满意”这一核心价值，为客户提供高品味、高品质的家居综合服务。

2020年，受疫情等影响，新开工不足，完工进度低于预期，成本及费用有所上升，因此经营整体平稳。报告期内，实现营业总收入86,720.56万元，比上年下降3.44%；实现净利润2,239.44万元，比上年下降7.58%。

报告期内，面对装饰行业的市场调整，公司侧重内部提升，从提供服务转型升级提供产品，深耕既有市场，不断新增客户服务内容，保障营收增长。主要经营工作如下：

生产经营方面，2020年上半年，受新冠疫情影响，公司所在的业务区域均采取了不同程度的防疫措施，设计签单、工程施工均受到较大影响，董事会快速反应，通过各种防疫措施，保障了全体员工的生命健康，同时采取线上办公、线上培训、网络直播获客等形式，保证各项工作有序开展。在设计方面，公司依托M-BOSS系统，将核心设计案例库、主材辅材软装资源库、智能报价系统整合至云设计平台，云设计的应用推广，如1分钟极速3D立体成像、VR全景体验设计效果，有效帮助客户多维度感知设计效果，满足客户个性化需求，大大提升公司的整体设计服务能力。在客户服务方面，CRM客户管理系统落地实施，增强新客户开拓能力的同时，提升售前、售中、售后的精细化服务水平，提升公司销售数据的管理与整合能力，从而为客户提供高效、精准、周到的全流程装修服务。在软装业务方面，深圳、东莞软装旗舰店相继投入运营，集结国际一线及国内知名品牌及厂商，产品覆盖家私、窗帘、灯饰、地毯、配饰等，为客户提供量身定制、个性化需求的全屋软装服务。在设计研发方面，产品设计中心推出各种全屋功能方案，并融入供应链、材料、工艺优势，为客户提供更加个性化、智能化、多样化的全案整装服务；材料研发中心升级名雕物流配送中心的各项辅材，为工程质量保驾护航；工厂技术中心攻关装配式工艺，在全屋给排水方面实现多项突破，取得集成排水系统、热水循环系统、纳米抗菌给水系统等多项发明专利。

公司所属的行业为建筑装饰业细分的住宅装饰业。历经三十多年的发展，建筑装饰行业的市场规模持续扩大，其产值从2010年的2.10万亿元增加到2019年的4.60万亿元，市场规模持续扩大。其中住宅装饰行业产值从2010年的0.95万亿元增加到2019年的2.24万亿元，总规模扩大了1.29万亿元，增幅达1.36倍。与万亿级的市场规模不同的是，中国住宅装饰业典型的“大市场、小企业”现状仍未改变，单个企业的市场集中度较低。随着市场经济的发展、住宅装饰消费需求的升级，促使住宅装

饰行业从粗放到精细，通过制定技术标准、加强行业自律等举措，真正涌现出一批资质高、规模大、具有一定影响力的大中型家装企业，从而带动整个行业朝着健康、持续、有序的市场环境发展，促进整个住宅装饰行业发展水平的提高。

住宅装饰业属于典型的房地产后周期行业，与房地产行业景气度相关，且住宅装饰的主要业务来自于新建毛坯房、改造性住房及精装后成品房三种类型。2019年初，多城调降人才落户门槛，呼和浩特、宁波等市更是出台人才购房补贴这类刺激性政策，2019年7月中央政治局会议明确提出：坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，落实房地产长效管理机制，不将房地产作为短期刺激经济的手段。2020年，中央继续坚持“房住不炒、因城施策”的政策主基调，强化落实城市主体责任，实现稳地价、稳房价、稳预期的长期调控目标，促进房地产市场平稳健康发展。房地产调控政策的短期变化，对于房地产后周期行业的波动影响显而易见，因此住宅装饰业的业务亦有一定的波动风险。

报告期内，公司未完工项目金额合计108,481.40万元，累计确认收入34,075.12万元，未完工部分金额74,406.28万元。该等未完工项目合同履行正常，项目进展与合同约定基本保持一致，未出现重大变化。

报告期内已完工未结算项目均为已履行完毕的装饰装修施工合同，累计已发生成本为11,395.81万元、累计已确认毛利8,357.77万元、已办理结算的金额19,753.58万元、已完工未结算的余额为3,085.36万元，公司不存在重大已完工未结算项目。

报告期内，公司的主要业务模式、市场竞争环境、施工作业模式、行业资质管理、质量控制体系等未发生变化，不存在重大项目质量问题，亦未发生安全生产事故。

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
住宅装饰设计 & 施工	492,915,758.45	167,656,062.12	34.01%	-1.99%	-12.36%	-4.03%
建筑材料及木制品销售	276,364,680.92	40,623,292.54	14.70%	-11.60%	-6.40%	0.82%

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

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、面临退市情况

适用 不适用

7、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

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。

详见本报告“第十二节 财务报告 五、重要会计政策及会计估计 44、重要会计政策和会计估计变更”。

(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

公司本期新设全资子公司深圳市星居网联科技有限公司；本期注销全资子公司东莞市名雕装饰有限公司、长沙市拉克锐装饰设计工程有限公司、重庆市拉克锐装饰设计工程有限责任公司。