

广州尚品宅配家居股份有限公司

2022 年度董事会工作报告

2022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》《上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》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2022年工作情况做出如下报告：

一、2022年公司总体经营情况

报告期内，受房地产市场萎靡和居民预期消费信心不足等不利因素影响，公司生产经营受到前所未有的冲击。越是艰难期，就越考验我们的内功。不管外部世界发生什么样的变化，内功为要，唯有做好自己、积蓄内功才能度过危机。

——数字化能力。数字化能力的升级，实现高效的设计及拆单能力，提供千人千面的精准服务来提升客户服务水平，重构生产管理系统从而有效的将生产流程优化和精益管理相结合。

——差异化产品。公司聚焦品牌核心定位，洞察人群生活需求，不断梳理产品架构、技艺革新，打造产品生命周期管理模式与流程，为客户提供更具价值的人居生活解决方案。

——BIM整装。对BIM软件功能进行迭代升级，全流程模拟施工过程，实现软装施工问题的提前排雷，缩短交付周期及提升人员效率。

——MCN直播。以IP工作室为工作单位，完成账号差异化、精细化、个性化的IP定位及内容规划；全面发力优选电商，大力发展自营电商和合作电商。

公司聚焦客户价值，以产品致胜，重视成本、质量、交付期，加强内部改造，狠抓基础管理，以更积极的面貌对抗市场环境，缓解不利因素带来的冲击。报告期内，公司主要开展如下工作：

1、持续强化科技赋能，AI全面加速数字化应用落地

公司在设计、营销、生产各环节与AI结合，关注设计核心、促进智能设计与生产能力提升，服务于公司应用层产品的研发与生产活动。

(1) 数字化赋能智能设计。K20设计系统的“K定制”前后端一体化定制家具模块完成重要升级，加入智能适应技术，“氢设计”“琢磨一下”等AI服务对K20设计系统进行升级，更加简单易用，可以让设计师更快的定位需求，完成设计实现高效的设计能力。“K整装”BIM深化设计模块新增智能检测工具和协作功能，支持VR头盔，可以让用户更好体验“装一次”的过程。基于Transformer多模态模型和海量的3D场景数据，全新的自然语言驱动的智能设计可以大幅提升设计效率，目前已经进入测试阶段。

(2) 数字化赋能数字营销。“K系统”CRM系统，有效管理顾客关系，提供千人千面的精准服务，提升客户服务水平。以数据中台为基础构建的“数智助手”等数智应用以及升级的“美家”“i'Scan”等营销工具，基于云和大数据的强大大数据分析系统，可预测顾客行为，提高了公司运营效率。以海量的用户数据和设计数据为基础，运用新一代AIGC技术升级的“美家”等数字营销工具，给用户带来更加智能，更加丰富的体验，目前已经进入测试阶段。

(3) 数字化赋能智能制造。上线的智能拆单系统，利用虚拟制造的大数据，结合机器学习AI算法大幅提升自动化拆单的能力。“MES20”升级为“MOM20”制造运营平台，通过生产管理系统重构、智能装备应用、设备联网、数据采集、数据分析和生产流程优化与精益管理相结合，推动工厂降本增效。

2、大力推进“融合”布局，积极与睿住智能等泛家居类企业融合共创

泛家居行业正在逐渐发生着深层次的变革，行业的参与者都在积极升级自身能力，努力探索产业发展的方向和内涵，尤其是在智能家居解决方案的创新研发、融合与落地。

为进一步探索智能家居生活方式，大力推进“融合”布局，公司与在全屋智能领域具备较强研发能力和技术沉淀的睿住智能开展战略合作，成立合资公司，共同研发，开拓市场。双方联手打造基于家居场景的软硬件一体的产品及解决方案、智慧家居升级方案，为消费者提供美好的智慧家居生活体验。公司也配合睿住智能用户设计全屋定制方案，为用户定制更直观、丰富的居住体验。除与睿住智能设立合资公司外，公司也曾和创米科技、立林科技等达成战略合作。

从设计、生产到制造、交付，再到打造智慧家居空间，公司以智能技术优势为基础，以新世代消费者生活方式洞察为导向，实现一体化智慧家居消费新场景

的真正落地，满足当下新消费群体对智慧家居空间和功能的多元化需求。

3、创新产品研发，提供更具价值的人居生活解决方案

面对市场的变化和挑战，公司产品研发坚持“以创新求发展、以产品拓市场”。公司聚焦品牌核心定位与价值优势，引领行业设计新方向，全年共完成32套新系列产品的研发，涉及全屋和厨卫卫系列，构建融合渠道产品库，打造延米、平方两种全新计价模式。

公司多维度进行生活方式研究，洞察人群生活需求，为客户提供更具价值的人居生活解决方案。公司完成“伴你童行”生活方式研究成果图册，输出“陪伴家”“学习家”“培育家”等设计攻略；对现有产品进行梳理及管理，淘汰不符合市场需求的花色、拉手及风格等，确定产品生命周期管理模式与流程；打造“随心选”全屋定制新模式，完成4大核心客群重点空间解决方案，输出8个主流户型生活方式解决方案。

4、持续挖掘BIM系统装1次的价值，提高实装1次的能力

公司持续挖掘BIM系统装1次的价值，通过线上客户互动工作法、提前采集客户需求、制作装修预方案、外协品及软硬装配套品在BIM系统全流程模拟展示，来提升实装1次交付的精准性。通过BIM系统功能的迭代升级，实现软硬装施工问题的提前排雷，把隐患消灭在萌芽阶段，实现实装1次让客户省心。

依托BIM系统装1次，重构工地管理业务流程，提升工地质量及客户满意度，降低客诉率、整改率。通过项目管家、产业工人、计划调度中心、工艺中心、装修导航系统等平台系统的迭代升级并形成闭环管理，缩短交付周期及提升人员效率。

5、多维度赋能支持装企会员，打造专业整装赋能平台

HOMKOO整装云坚持系统赋能，持续深化K20设计系统培训，加强BIM系统在装企会员销售端的应用，通过“设计一体化”“试装可视化”将数字化变成数字化装修场景，为未来数字化整体场景交付打下基础；坚持支持赋能，组建总部支持中心，通过区域经理（线下）+客户经理（线上）的服务模式快速响应需求，复制东宝0店软硬销售流程，采取设计督导、活动督导（全年点将支持会员活动103场）、教育培训（全年培训277场）等方式强化装企会员的设计及营销能力；坚持产品赋能，为装企会员提供各类套餐产品（88888整装拎包套餐、26800全屋臻选

套餐、18800全屋定制套餐等), 助力成交率、客单价、软装配比率提升, 满足一站式全屋配齐满足多元化消费需求。

6、加大市场行动力度和多渠道业务拓展, 占据空白市场

公司加快步伐去占据空白市场, 加大空白区域的市场行动力度。直营城市公司坚持1+N+Z的城市发展战略, 以有限的超级大店为整个城市做展示共享, 以及在物流、交付等维度帮助N个经销商在Z类多种渠道的业务拓展。截至报告期末, 公司直营门店数量为72家, 自营城市加盟店数量为303家。

对于加盟业务, 公司优化服务团队布局、优化系统建设, 让加盟商减少资金投入, 降低运营难度。店面形态、店面选址因地制宜, 公司推出由总部重点扶持投入, 基于核心技术优势打造的轻时尚、轻资产、重设计、快转化的“小橙店”“小蓝店”。报告期内, 公司新开加盟店373家。截至报告期末, 公司加盟店数量为2056家。

而随着家居需求流量入口进一步分散和成交场景多元化, 公司也在相应调整, 拎包、整装和传统零售渠道多元发展。公司加强和地产、物业公司的合作, 在更前置的位置接触消费者。

7、持续深耕家居内容创新, 发力新居优选电商

以IP工作室为工作单位, 新居网MCN完成账号差异化、精细化、个性化的IP定位及内容规划, 全网粉丝量1.7亿, 全年短视频播放量破20亿, 爆款视频突破200条。目前上线《家的100种可能》《元气满满的新家》《收藏你的城市》《记录家居创业者故事》等短视频新栏目, 其中设计师阿爽账号上线的《家的100种可能》更新至69期, 总播放量超5亿, 单条视频播放量超3000万, 最高点赞量达97.6万+。

自营电商全面发力, “新居专营店”抖音店铺会员突破100万, 位居热销店铺榜单前十。自营专场直播最高达成GMV550万+。合作电商业务再创新高, 与超200家一线品牌开展带货直播373场, 年GMV突破4亿, 单场GMV突破1300万。双十一双大促期间开创家装明星联动模式, 著名港星石榴姐、非凡哥、黎耀祥轮番助阵阿爽直播间, 场均GMV超800万, 单场GMV达到1000 W, 帮助品牌实现品销合一。

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
2021年年度股东大会	年度会议	58.2769%	2022年5月18日	2022年5月18日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn 《2021年年度股东大会决议公告》（公告编号：2022-032）
2022年第一次临时股东大会	临时会议	55.3328%	2022年12月21日	2022年12月21日	巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn 《2022年第一次临时股东大会决议公告》 （公告编号：2022-064）

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
第四届董事会第六次会议	2022年4月27日	2022年4月28日	巨潮资讯网www.cninfo.com.cn 《第四届董事会第六次会议决议公告》（公告编号：2022-016）
第四届董事会第七次会议	2022年8月26日	2022年8月27日	巨潮资讯网www.cninfo.com.cn 《第四届董事会第七次会议决议公告》（公告编号：2022-046）
第四届董事会第八次会议	2022年10月27日	免于披露	《关于〈2022年第三季度报告〉的议案》
第四届董事会第九次会议	2022年12月5日	2022年12月6日	巨潮资讯网www.cninfo.com.cn 《第四届董事会第九次会议决议公告》（公告编号：2022-060）

(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。

2022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等，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》《上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》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》《上市公司独立董事规则》等法律法规、规范性文件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

基于外部环境变化分析、环境变化分析、客户需求分析、自身状况分析，公司各团队制定相应的经营计划。2023年经营计划的核心关键词是“聚势抢滩赢的力量”，重点开展如下工作：

- 1、发力客户生活方式方案设计和“定制家居+配套”，以“全屋定制，就要随心选”全力开拓全国渠道；
- 2、聚焦“广佛深”，大力做、深入做并取得创新突破，通过“装两次，才省心”开展圣诞鸟整装业务；

3、树立品质文化，确定品质管理责任，保障质量口碑，提高生产效率，改善管理支援前线打胜仗；

4、推动企业文化引领经营管理、塑造员工行为、服务内外部客户，实现公司高质量可持续发展。

广州尚品宅配家居股份有限公司董事会

2023年4月27日