

证券代码：300616

证券简称：尚品宅配

广州尚品宅配家居股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025006

投资者关系活动类别	■特定对象调研 □分析师会议 □媒体采访 □业绩说明会 □新闻发布会 □路演活动 □现场参观 □其他（ ）
参与单位	西部利得基金、泰信基金、新华养老保险、民生加银基金、华夏久盈资产、路博迈基金、粤财信托、浙江益恒投资、上海启泰私募基金、明河投资、兴业资管（自营）、长江证券、中金公司、国信证券、华福证券、国海证券、国联证券、中信证券、方正证券、国金证券、中泰证券、银河证券、浙商证券
时间	2025 年 8 月 26 日 19:00
地点	长江证券电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书何裕炳
投资者关系活动主要内容介绍	一、主要问题及回答： 问：2025 年上半年的简单回顾。 答：2025 年上半年，家居行业受房地产市场持续低迷的传导影响，整体需求端仍显疲软。面对这一行业承压态势，公司主动出击、积极破局，在 AI 技术深化应用、门墙柜一体化、渠道布局优化、整装业务革新等关键领域持续精准发力，通过一系列务实举措积蓄发展动能，2025 年上半年公司实现营业收入 15.5 亿元，净利润同比改善 23.83%。 问：2025 年上半年的主要经营工作。

	答：2025 年上半年的主要经营工作包括：1、自研“AI+尚品宅配”智能体平台，打通公司多系统与应用矩阵，为自身及泛家居行业提供全链路支持；2、推出全屋星级定制“门墙柜一体化”产品，开启品质生活 5.0 时代；3、深耕国内市场渠道，创新招商优化门店结构；4、锚定“定制+配套+技术”，技术赋能 Sunpina 拓展海外市场；5、以 BIM 数智化驱动整装革新，引领“装 2 次，好品质”生态新范式；6、推出圣诞鸟 BIM 整装大家居，从技术创新与供应链整合两大维度发力，打造整装服务竞争力；7、持续深化“秒住房”平台，打造第三代甄选好房；8、双轮驱动，新居网 MCN 以内容+电商领跑生活家居赛道；9、通过核心管理举措促运营提效，立行为准则抢门墙柜一体化。 问：公司提到的“全屋星级定制”“门墙柜一体化产品”和过去产品的区别是什么？ 答：“全屋星级定制”是从豪华星级酒店设计中汲取灵感，以更高标准落地的个性化全屋定制，精准契合居家品质升级的核心诉求，真正实现“把五星级酒店安回家”。其通过门、墙、柜、配、家电一体化设计，实现全空间规划、全品类搭配与全案设计交付，让舒适性、实用性、精致感、体验感形成完美闭环。 门墙柜一体化是实现这一目标的关键，其搭载的全屋星级定制系统凭借五大“星级”优势重新定义居家体验。星级美学：通过门墙柜一体化设计打破单调大白墙，消除边界的空间相融，彻底告别传统装修的“拼凑感”。星级设计：依托 AI 智能设计，48 小时内可针对户型生成 4 套高品质方案，AI 全程智控纠错，助力生产交付实现所见即所得。 星级品质：坚守严苛环保标准，选用优于新国标的绿色环保材料，强化防潮、防裂、防污等实用性能。星级功能：聚焦居家生活痛点，通过入墙式、零嵌入等灵活收纳，让生活更高效。星级服务：覆盖从测量到安装售后全链路，提供一站式管家服务。 问：公司在 AI 技术应用方面的进展？
--	---

	答：公司仍在持续进行 AI 技术应用的投入。通过自研“AI+尚品宅配”智能体平台，集成混合 RAG、提示词管理、记忆管理、Agent 编排等核心技术模块，整合基于海量自有数据蒸馏的家居行业垂直模型、自研端到端空间布局模型及自研图生图/文生图等模型，打通公司多系统与应用矩阵，为自身及泛家居行业提供全链路支持。基于该平台，公司开发了 AI 销售视频、智能多模态客服、AI 找方案、AI 找我家、企业知识问答、智能店面大屏、AI 做图等大量应用。同时，对原有设计系统、生产系统进行智能化优化：K20 设计系统强化 AI 分析、检索、识别、生成能力，以门墙柜一体化设计为核心，新增智能需求解析、智能参数化组合及一键装修等功能，实现设计端 MCP 驱动，大幅提升门墙柜一体化产品的设计效率与质量；K 定制系统新开发的超级工具 2.0，可通过照片、手绘图快速匹配产品库并直接生成柜体方案，支持一键下单生产，显著提升柜体设计、报价、下单全流程效率。目前，AI 的深度赋能已在经营层面逐步转化为实际效益：通过优化设计效率减少人工成本损耗、推动生产流程智能化降低原材料浪费、依托精准需求匹配提升高毛利产品成交占比等多重路径，助力公司毛利率同比提升 3.65%。 问：公司如何看待下半年的国补节奏和需求恢复情况？ 答：家居行业受房地产市场持续低迷的传导影响，整体需求端仍显疲软。上半年的国补活动已经告一段落，下半年的国补活动需等待各地政府陆续重启。此外，国家也在持续推出各项促进消费的利好政策，例如《个人消费贷款财政贴息政策实施方案》明确对符合条件的个人消费贷款给予财政贴息，贴息范围包括单笔 5 万元以下消费，以及单笔 5 万元及以上的家用汽车、养老生育、教育培训、文化旅游、家居家装、电子产品、健康医疗等重点领域消费，公司业务在该政策覆盖的行业范围内，该政策将有利于降低消费者的借贷成本，减轻还款压力，从而提振信心，不断释放消费潜能。
--	---

	问：公司秒住房业务的商业模式以及业务进展？ 答：“秒住房”作为公司聚焦装修代卖的创新产品线，它将中介与装修业务深度融合，构建起独特的装修代卖生态。新一代“秒住房”进一步升级，聚焦打造“第三代甄选好房”：不仅实现设计、装修、家居、家电全屋配齐，更以门墙柜一体化设计交付为核心亮点。由资深设计团队量身打造品质空间，精选环保建材保障居住健康，搭配全屋定制家居系统适配个性化需求；同时，房源优先匹配优质核心地段，依托“专业设计、精工体系、智慧整家”三大核心标准，通过装配式装修技术将交付周期压缩至45天，真正实现“购房即享完整生活解决方案”，让购房者无需等待，实现“新家0天入住”。该模式推出后，在佛山、广州、中山、邯郸四城开放测试期间，短期内便储备了上百套房源装修需求订单，直观凸显出存量房改造市场的巨大潜力。截至目前，“秒住房”模式已累计服务广佛地区70位业主，完成58套房源升级，其中29套已成功售出，不仅验证了模式的市场可行性，更彰显出“第三代甄选好房”的商业价值与用户认可度。 问：目前行业的竞争态势以及小品牌的出清情况？ 答：家居行业受房地产市场持续低迷的传导影响，整体需求端仍显疲软，为促进销售，行业内各企业纷纷推出各类促销活动，竞争激烈。但因定制家具产品兼具个性化设计与服务绑定属性，价格逻辑异于标品，因此，当前行业内单纯依靠价格展开竞争的态势并未呈现愈演愈烈的趋势。与此同时，公司也在积极通过推出“门墙柜一体化”等产品，通过整合空间设计、优化产品组合，强化消费端的整体采购意愿，助力客单价的提升。 家居行业具有准入门槛较低、产品细分领域众多的特点。在此格局下，小品牌、小作坊凭借其灵活性与成本优势，难以被完全淘汰。若未来市场竞争进一步加剧，地方性中型品牌可能会面临更大生存压力——其市场份额可能会被两端挤压：一端是拥有品牌、渠道与规模优势的头部企业，另一端则是更具成本灵活性与本地化服务能力的小品牌。
--	--

附件清单（如有）	无