

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：2018016

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（ <u> </u> ）
参与单位	高毅资产、朱雀投资、知著投资、广发资管、中泰证券、中信证券、东北证券、明达资产、国信证券、华创证券、阿特夏目投资、上海兴聚
时间	2018年07月09日下午
地点	东宝大厦4楼（整装展厅）
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	<p>一、参观整装展厅及简要介绍公司情况</p> <p>二、主要问题及回答：</p> <p>问：上半年招商情况顺利吗？</p> <p>答：今年上半年总体的招商的状态比较好，进展顺利。</p> <p>问：对比竞争对手，我们的竞争壁垒在哪里？可以维持多久？</p> <p>答：一个是前端的设计服务能力，我们从一开始的就定位全屋定制，不是只给客户提供单一柜体，而是为客户提供全屋的解决方案，免费设计、免费量尺，服务比重会高很多；对单品类企业来说，这是他们在转型进入全屋定制领域时必然要面对的一个挑战，无论是技术层面还是管理层面都需要做转变。另一方面是后端的生产制造能力，全屋定制的个性化、非标化要求更高，很难再像以往单品类一样预先做好库存，企业的排产、</p>

生产制造能力都会面临挑战。此外，从前端到后端，我们的一切流程都是打通的，很多竞品目前还没能做到这一点。

问：能介绍下对于设计师的培育和激励吗？

答：我们认为，在消费者的整个体验过程中设计服务是尤为重要的一环，因此我们十分重视对设计师的培育、激励。我们会通过组织当面授课、区域分享、在线教学等方式，给设计师提供定期、持续的培训和指导。我们拥有较为完善的薪酬体系和激励机制，我们还创新地为设计师搭建了“设计岛”平台，设计师均可登录这个平台。在平台上，我们通过积分、排名、升级等游戏化的手段去管理、推动设计师自我提升以及方案分享，从而构建一个健康而有序的设计管理生态圈。

问：为什么当时会选择进驻购物中心和做 O2O？

答：我们是做软件跨界过来的，从很早以前就接触到互联网，我们判断互联网是一个必然的趋势，所以我们做线上引流，后来线上流量入口从 PC 端转移到移动端，我们也迅速调整了我们的投放重心。那线下的流量入口又在哪里呢？我们在研究中发现，在消费转型升级和互联网的冲击下传统家居卖场的人流正在下滑，购物中心的人流正在不断上涨，而且购物中心内一些更倾向体验感的业态越来越多，这恰好跟我们重视服务体验的理念相吻合，而且购物中心还有流量靠前，品牌宣传的优势，因此我们率先进驻购物中心开店。

问：整装云进展怎么样了？

答：招商进展顺利，但整个模式真正转起来还需要点时间，目前正在积极进行会员的培训、导入和上样。

问：为什么说整装是未来的趋势？

答：消费者不会因为某个产品而成为流量入口，而应该是基于设计服务。从消费趋势来说，随着消费升级，消费者对于一体化的需求会越来越强

	<p>烈，对接消费者的供应商/服务商会越来越少，资源会得到进一步整合，消费者甚至愿意为此支付更多对价。反映到我们的行业中就表示未来越来越多的消费者不会再亲自去跑建材店、家具店，而是选择将这个事交付给更专业的人来提供整体的空间解决方案，因此我们认为整装是未来的一个必然的趋势。</p>
附件清单（如有）	无