

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：2024001

投资者关系活动类别	<input 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位	国盛证券、淡水泉、景顺长城基金、兴银基金、银华基金、汇添富、元兹投资、清水源投资、平安基金、前海联合基金、明世伙伴基金、英大基金、华夏未来、上海人寿、杉树资产、寻常投资、国寿养老、前海人寿、中银国际资管部、中信建投自营、pinpoint、准锦投资、明河投资、翎展投资、歌汝私募基金、诚盛投资、于翼资产
时间	2024年2月19日 16:00
地点	国盛证券电话会议
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	<p>一、主要问题及回答：</p> <p>问：简单总结2023年，并展望2024年。</p> <p>答：总体来说，2023年的战略和改革是成功有效的，年前我们也披露了业绩预告，预计2023年净利润同比增长25.28% - 62.00%。业务聚焦传统优势项目——定制+配套，运用全屋定制随心选新模式作为落地的抓手。战略聚焦+组织变革推动公司业务发展持续改善，2023年全年经营净现金流较2022年大幅改善，现金流层面持续释放的回暖信号给了我们信心。2024年，营收和利润对于我们来说都很重要。2024年的战略方向上会继续聚焦定制与配套、大家居，大力推进招商与组织发</p>

展。1) 招商：目前公司门店数量落后于竞品，这和公司过去 shopping mall 的开店策略和更多集中在高线级城市布局有关，招商比较慢，2024 年会把招商放在一个更重要的位置，招商速度会加快，下沉布局也会加快，有望带动加盟业务快速提升；2) 组织变革与人才培育：加强考核和优胜劣汰，激活组织活力，激发狼性。3) 直营门店：直营店会继续有序转加盟和优化，直营的利润情况会得到进一步改善。我们在直营城市会坚持执行 1+N+Z 城市发展模型，保留少量直营大店为整个城市做展示共享，同时更多地发展自营加盟店，并在物流、交付等维度帮助加盟商在多种渠道进行业务拓展。4) 流量层面：在新形势下原有渠道流量发生了较大变化，公司将持续开拓本地化新媒体、楼盘拎包等多样化渠道。

问：展望 2024 年主要渠道趋势会是如何的？

答：1) 直营：会继续转加盟；2) 自营整装：2023 年主动做了范围的收缩，基本已经调整到位；3) 加盟渠道的占比会持续提升，今年招商节奏加快，尤其是开拓空白城市和门店下沉。

问：在消费降级的情况下，公司推出的 699 套餐效果如何？

答：消费降级可能更多体现在一二线城市，一二线城市消费需求逐渐回归理性，但是大量的低线级城市其实消费并没有降级，部分小城镇随着城市化进程的不断推进，消费市场甚至还有升级，三四线城市的消费潜力正在逐渐释放。699 套餐不是价格战，而是一场引流战、转化战、效率战，自 2023 年 9 月推出以来，受到了加盟商和众多消费者的认可，通过 699 惠民专供系列我们能抢占流量入口，通过 699 引流后，充分分析和挖掘客户需求，并根据需求将流量有效地转化到 AiLife6 智享生活系列中去，更好地匹配各类用户不同层次的价值需求，帮助提升客单价和成交率。

问：直营店和自营城市的规划？加盟店的规划？

	<p>答：直营店会继续有序转加盟和优化，虽然直营门店减少但是自营城市总体的门店数量是要增加的，只是转为通过自营加盟店的方式。对于非自营城市，加盟策略更多会放在开拓空白城市招商和门店下沉。</p> <p>问：提效降本未来还有空间吗？</p> <p>答：肯定有空间。目前直营门店还有 4、50 家，2024、2025 年还会继续进行直营店的优化和直营店转加盟店，通过结构调整和优化降低刚性费用，提升利润；此外，公司还会持续在人员组织发展、流程优化层面积极开展变革，并通过生产管理系统重构、生产流程优化与精益管理相结合，推动工厂降本增效，同时加强费用管控，销售及管理费用都在持续改善，我们认为这些方面未来都还有提升空间。</p>
附件清单（如有）	无