

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：2025004

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	申万宏源、国寿养老、上海灏象资管、广州玄甲私募基金、长江证券、国海证券
时间	2025 年 4 月 29 日 15:15
地点	申万宏源电话会议
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：2024 年和 2025Q1 的经营情况回顾。 答：在国内外经济不确定因素增多、国内房地产承压、消费不及预期、市场竞争加剧的背景下，公司秉持长远发展的战略眼光，坚定不移地聚焦主营业务，稳健有序地推进各项战略规划与业务布局，来应对短期外部环境对公司经营带来的压力和挑战。2024 年公司实现营业收入 37.89 亿元，经营活动产生的现金流量净额 3.43 亿元，主营业务具备强大的现金创造能力。随着 2024 年末以旧换新国补政策的启动，公司 2025 年第一季度实现营业收入 7.41 亿元，净利润实现大幅改善，同时实现收款规模与去年同期持平，期末合同负债较去年同期大幅增加 70%，这也印证了公司战略调整、降本增效的有效性，更彰显出其在市场波动中强劲的复苏动力与发展韧性。

	问：2024 年主要经营工作。 答：2024 年主要经营工作包括：1、AI 的系统性部署，推动业务全链条效率与能力的跨越式提升。2、“AI 设计工厂”打造需求预判引擎，为门店经营注入强劲动力。3、政企双重补贴携手随心选，借营销创新之力，提升渠道运营效率。4、力推“1+N”模型，开创拎包开业模式，多元招商谋划新发展。5、“装 2 次，才省心”，装修代卖引领二手房交易与整装融合新方向。6、数智领航，布局未来，圣诞鸟 BIM 整装大家居全新定位进军市场。7、内容生态+电商变现双轮驱动，继续领跑生活家居 MCN 生态。8、加速海外布点，加力“定制+配套+技术”出口，打赢出海战。9、企业文化价值观落地生根，推动组织效能与人才战略双突破。 问：目前以旧换新政策的参与度如何？怎么看到这个政策的持续性？ 答：相较于去年，2025 年经销商对以旧换新政策的响应更为积极踊跃，参与度有显著提升，更多经销商享受到了政策红利。国家发展改革委、财政部发布的《关于 2025 年加力扩围实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》中提到，2025 年“积极支持家装消费品换新。加大对个人消费者在开展旧房装修、厨卫等局部改造、居家适老化改造过程中购置所用物品和材料的补贴力度，积极促进智能家居消费等。”，这一系列政策举措，充分彰显了国家激活消费市场、推动经济高质量发展的坚定决心。由此可见，2025 年国家补贴政策的延续性与支持力度值得市场各方保持积极乐观的预期。 问：公司披露的分红方案很优秀，怎么看未来的分红策略？ 答：为积极响应“国九条”文件精神，强化回报股东的意识，切实保护投资者的合法权益，公司发布了 2024 年度利润分配方案，拟以 2024 年年度权益分派实施公告中确定的股权登记日当日公司总股本扣除回购专户上已回购股份后的股份为基数，向全体股东每 10 股派发现金红
--	--

	利 9 元（含税），参考 4 月 28 日收盘价计算股息率高达 7.17%。此外，公司已在《未来三年（2024 年-2026 年）股东回报规划》中明确“在符合现金分红的条件下，公司未来三年（2024 年-2026 年）的利润分配目标：原则上每年度分配的现金红利总额合计不低于人民币 1 亿元（含本金额，该分红金额为含税金额）。若当年公司经营活动产生的现金流量净额为负值，经股东大会决议同意，可以适当调减当年现金分红总额。”进一步明确了投资者分红回报预期。公司未来也将通过持续且合理的现金分红来回报股东，与投资者共享公司经营成果。 问：今年的产品策略有什么变化吗？ 答：今年在产品端推出了门墙柜一体化产品，这一新品也是尚品宅配“全屋定制随心选”模式的再度进阶。门墙柜完整风格同系开发，一体化的设计、交付与服务，让空间更连贯开阔，打造更具整体性与和谐感的高级感家居美学环境，满足消费者对高品质生活空间的极致追求。 问：公司 AI 技术应用的进展？ 答：2024 年，公司通过 AI 的系统性部署，推动业务全链条效率与能力的跨越式提升：1）通过整合公司 30 万产品库、300 万户型库及 3000 万方案库，构建起覆盖引流、营销、管理、设计、工艺、生产全流程的知识库体系，作为创新基座。该基座集成通过蒸馏技术打造的家居行业专属模型、升级后的自研端到端空间布局模型，以及自研图生图模型等。采用混合云架构搭建动态算力池，既确保核心数据私有化部署的安全性，又能借助弹性调度公有云资源应对流量峰值。2）AI 创新基座落地后，AI 设计家、绘家、美家等获客程序协同自研空间布局模型与自研多模态模型，实现房间布局、家具摆放、AI 渲染等功能，显著增强了用户互动。线上获取流量后，随即对接 AI 设计工厂，为每个流量机会生成优质设计方案，将销售方案前置，有效提升最终成交率。同时，基于 AI 创新基座，还开发了多款线上流量获取 APP、小程序及
--	--

	小游戏，实现精准流量获取。K20 设计工具亦实现从 “效果图输出” 到 “全屋空间规划” 的跃升，可生成包含收纳优化、动线规划及销售 PPT 的 AB 方案，设计交付周期大幅缩短。前端用户可通过自然语言描述需求，降低设计下单门槛；后端系统能更精准理解设计需求，智能完成拆单与设计任务。公司生产系统的异形单拆单自动化率得以提升，MOM 智能化使众多普通技能岗位得以解放，达成降本增效目标。
附件清单（如有）	无