

证券代码：603833

证券简称：欧派家居

转债代码：113655

转债简称：欧 22 转债

欧派家居集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

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 <u>投资者集体接待日</u>
参与单位名称及人员姓名	通过“全景路演”网站线上参与由中国证券监督管理委员会广东监管局、广东上市公司协会联合举办的“向新提质价值领航——2025 年广东辖区投资者集体接待日暨辖区上市公司中报业绩说明会”的投资者
时间	2024 年 9 月 19 日 15:30-17:00
地点	通过“全景路演”网站（ http://rs.p5w.net ）采用网络远程的方式举行
上市公司接待人员姓名	财务负责人：王欢女士 董事会秘书：欧盈盈女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次线上投资者提出的问题及公司回复情况如下：</p> <p>1、公司提到要从大家居向泛大家居挺进，泛大家居具体会涵盖哪些新品类，目前有相关的研发或布局计划吗？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好！泛大家居一般是以设计为核心，整合定制家具、成品家居、智能家居、软装、家电及装修服务等全品类资源，通过数字化技术实现“一体化设计、一站式选购、一揽子服务”的家居空间解决方案。随着消费者需求的变化，泛大家居的内涵与外延还会不断演化。泛大家居业务的落地，需要经营主体在产品、渠道、场景服务等维度持续进化。近年来，围绕多品牌、多品类、多基地的大家居战略，公司已进行包括营销机构变革、交付模式变革、生产基地市场化竞争变革、供应链再造等一系列改革；目前的主要改革举措包括：一是面对消费者家装家居需求变化，迅速启动研发体系改革及人事调整；二是对沙</p>

发、电器、家配、门窗等较小事业部进行改革，推出“公司出资源、品牌及担风险；合作方出智慧”的创业机制和股权激励创新。

2、现在家居行业都在做整装，咱们在整装业务上的订单量和毛利率，跟传统单品比有没有优势，优势大概多少？

答：尊敬的投资者，您好！得益于绩效考核变革、经营效率提升、供应链改革、费用控制有效，公司 2025 年半年度实现的毛利率为 36.24%。随着国内整装市场的快速崛起，其作为家装流量前端入口的虹吸效应日益显著，对家具行业传统的零售渠道需求客流的冲击、分流越发明显。为开拓整装市场业务，公司在行业内率先开展整装渠道业务培育，并于 2018 年试点整装大家居商业模式，公司的竞争优势体现在：强大的品牌影响力，信息化、定制化、智能化赋能优势，柔性化大规模非标定制生产能力等，具体详见公司年度报告相关章节。

3、公司研发费用同比增了 2.53%，这些研发投入主要用在哪些方向了，有没有新技术或新产品快要落地？

答：尊敬的投资者，您好！集团研发体系围绕大家居产品研发核心战略，通过强化生活方式研究、定装一体化、定制与成品一体化及 AI 设计等策略，推动大家居研发内核落地，实现全案研发全面转型。一方面优化研发 IPD 流程与激励机制，激发研发活力，持续推出生活方式空间场景化案例，为消费者提供情绪价值，助力场景化营销，提升欧派全案设计落地性；另一方面，通过研发促进定制与成品、定制与装修的融合设计，从源头将定制与成品纳入一体化设计考量，为消费者提供更美观协调的整体解决方案，推进定装一体化，强化定制与装修的协同性，使定制产品在装修空间中更显和谐，并将定装一体化内容转化为产品，简化终端落地流程；此外，公司统筹自研智家云软件及其他第三方大家居设计生产一体化软件项目，全力提升大家居软件设计便捷性；后端实现定制品类工艺整合，从定制业务链条提升设计、下单及安装效率。

4、公司有 979 项有效专利，这些专利主要集中在哪些领域，有没有能形成核心竞争力、区别于同行的关键技术？

答：尊敬的投资者，您好！公司专利主要集中在家具及相关产品的生产工艺、技术创新、外观设计等领域。公司坚持以创新促发展，不断自主研发，推陈出新，持续巩固大家居领域研发、工艺和先进制造的领先地位，为行业高质量发展提供可复制的技术范式，与公司产品研发、工艺应用和先进制造的详细表述和成果，

请见公司 2024 年年报、2025 年半年度报告相关章节。

5、“爱家季”这个行业品牌 IP 推出后，对品牌影响力提升和门店客流带动有没有具体数据支撑，后续还会做类似的 IP 活动吗？

答：尊敬的投资者，您好！欧派启动打造长线营销 IP 项目—“欧派爱家季”，通过全域资源联动刺激消费，构筑专属品牌特权消费节记忆；并整合各事业部资源，形成统一的销售合力，推动消费节 IP 有序成长，沉淀欧派品牌资产。当前市场环境下，生活方式的价值所向，即是用户最深层的消费驱动力。用户对产品的功能、情感、社交等价值诉求，皆源于对生活方式的践行和追求。基于此洞察，2025 年欧派 425 “爱家季”消费节 IP 从用户“生活方式”角度出发。从品牌层面，作为欧派 2025 年的首场大型营销活动，着力强化“看过欧派再装家”的用户消费心智，进一步巩固欧派家居的品牌形象。从终端层面，以 2025 年新品为美好生活方式的载体，向用户生动呈现欧派为其打造的人居解决方案。

6、现在零售大家居门店超 1200 家了，60% 经销商也在布局，那目前这些门店的单店营收和盈利情况怎么样，有没有达到预期？

答：尊敬的投资者，您好！大家居转型并非一蹴而就，而是一个渐进式升级和摸索的过程。由单品类销售到全屋经营、全案设计到大家居生态的跨越，经营体系更为复杂、难度更大。总部和经销商需在团队搭建、产品整合、终端展示、销售模式、交付及安装服务等全链条环节进行系统性升级，因此需要经历一定时间的适应与调整周期。2024 年末，公司零售大家居有效门店已超过 1100 家，较期初增加 450 多家；截至 2025 年半年度，公司零售大家居有效门店数量已超 1200 家，超 60%经销商已经布局或正在布局零售大家居门店业务，并逐步结合本地市场实际情况，探索本土化的大家居发展新路径。

7、公司今年上半年营收同比降了 3.98%，但扣非净利润反倒涨了 21.41%，主要原因是什么？

答：尊敬的投资者，您好！公司扣非后净利润提升主要是以下原因导致：（1）公司深度推进“分田到户”机制深度变革，构建“自主经营、自负盈亏、自我迭代”的市场化经营机制，实现“经营型组织”的战略转型，上半年达成预期管控效果。（2）大供应链改革成效逐步显现，公司供应链系统围绕成本、情报、数字化、机制等维度进行全面变革，进一步充分发挥公司采购规模、品牌及信息化能力的优势，实现公司整体采购成本合理、可控，体系能力持续提升。（3）公

	<p>司持续推进主要产品生产工序的迭代及跨工序自动化设备技术的推广应用,加速一体化、透明化、智能化、绿色化的敏捷交付体系打造,实现生产效率的提升。</p> <p>(4) 资金筹划有效, 拉动净利润率提升。</p> <p>8、海外工程订单同比增超 40%，这个增长主要来自哪些区域呀？后续还会重点拓展哪些海外市场呢？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好！公司海外工程订单增长主要得益于澳大利亚、东南亚等市场的贡献。未来，我们将基于海外市场动态，继续深化对重点市场的布局与拓展。</p>
附件清单（如有）	无