

欧派家居集团股份有限公司

投资者交流活动会议纪要

一、基本情况

- 1、时间：2025 年 11 月 4 日
- 2、地点：广州市白云区广花三路 366 号欧派家居总部
- 3、公司参与人员：财务负责人赵莉莉，董事会秘书欧盈盈，投资者关系总监任才
- 4、交流形式：电话会议
- 5、参会投资者：来自申万宏源证券、长江证券、国海证券、国泰海通证券、广发证券、浙商证券、中金公司等机构投资者

二、整体经营情况回顾

2025 年 1-9 月，公司实现营业收入 132 亿元，同比下降 4.8%；其中第三季度营业收入 49.7 亿元，同比下降 6.1%。利润端，1-9 月归母净利润 18.3 亿元，同比下降 9.8%；第三季度归母净利润 8.14 亿元，同比下降 21.79%。

当前，定制家居行业普遍面临增长压力，需求疲软进一步压制了企业的盈利空间。从主要定制家居上市企业的三季度表现来看，多数企业营收下滑幅度有所扩大。面对行业挑战，公司围绕“大家居”战略，实施了与之匹配的营销组织变革、供应链改革、“分田到户”激励机制改革、打造制造开放式平台及交付体系改革等核心举措。尽管本期净利率面临阶段性压力，但公司盈利能力保持稳健，充分体现了公司在严峻市场环境下的抗风险韧性与综合竞争优势。公司将积极应对行业周期波动，持续夯实运营基础，厚积薄发，努力为投资者创造长期价值。

三、普遍关注问题的回复

- 1、公司 1-3 季度毛利率同比有所提升，主要来源是什么，未来毛利率是否

还有提升空间，全年展望如何？

答：2025 年以来房地产投资端、竣工端、销售端均呈现同比下降的趋势，给下游定制家居行业带来直接冲击，叠加行业内部竞争加剧、流量碎片化的挑战，公司面临多重压力。2025 年 1-9 月公司实现毛利率 37.19%，同比提升 1.65 个百分点，这份成绩实属不易，毛利率提升的主要来源为：

（1）大供应链改革：通过大供应链体系改革，实现采购成本的最优化，规模化战略采购的效益由此得到进一步释放；

（2）生产效率升级：深化智能化和数字化建设，持续推进生产全流程智能化，融入 AI 技术与自动化设备，实现生产效率与整体运营效率双提升；

（3）交付体系改革：重构全链路模式，释放协同价值。通过工序迭代与技术集成，打造敏捷交付体系，增强市场响应与成本竞争力；

（4）有效的内部人力资源管控：以精细化管理实现效能与成本双优。通过“动态配置+机制革新+刚性管控”三维发力，实现组织效能提升与人工成本优化的有机统一。

对 2025 年全年毛利率、净利率的展望情况，毛利率方面：目前承压前行，力争稳健，在当前市场环境下，收入规模的变化导致固定成本摊薄压力增大，公司将不断对冲压力，加速业务模式转型，持续推进大家居战略，对内向管理要效率、深化改革，部分抵消成本影响。

净利率方面：短期承压，费用投入效率优先为原则。综上所述，2024 年下半年的基数比较高，2025 年公司毛利率和净利率都面临一定压力，公司会采取坚定的应对策略，减弱市场波动对经营的干扰。

2、合同负债减少的主要原因？

答：2025 年三季度报公司合同负债 16.68 亿，较期初 19.64 亿减少 2.96 亿，主要原因如下：

（1）2024 年下半年，国家推出专项补贴政策，家居行业作为重点领域之一，受益于政策带动，行业景气度及需求释放得到了较好的集中改善，这也使得 2024 年末的合同负债基数处于较高水平。随着 2025 年中下旬国补资源的阶段性调整

变化，与去年同期相比，合同负债规模较去年高点有所回落；

（2）前期预收款项逐步结转至收入：合同负债的核心构成是客户预付的订单款，随着公司对 2024 年末及 2025 年中上旬预收订单的生产和交付完成，这部分前期沉淀的合同负债已按照会计准则逐步结转至营业收入，对应合同负债金额随之减少。

3、公司目前应收账款的结构是怎样的，未来是否存在信用减值计提大幅增加的情况？

答：公司应收账款主要是由应收工程客户账款构成，公司在大宗业务开展中，始终将风险控制放在首位，严格遵循“源头筛选+过程管控”的全流程风险管控规则，源头端，聚焦优质客户选择，优先与经营稳健、信用良好的客户合作；合作中，采用稳健的收款方式，确保应收账款回款风险整体可控。

在坏账计提上，公司严守谨慎性原则，对存在风险的应收款项及时足额计提，充分反映潜在坏账风险，确保整体应收账款回款风险可控。若未来房地产市场保持平稳运行，未出现大规模行业性极端情况，预计未来信用减值计提不会出现大幅增加，如未来业务规模适度增长，或受行业整体环境影响，信用减值计提可能随应收款项规模或市场风险同步提升，但这种增长是与业务发展相匹配的“渐进式”增长。

4、如何展望未来财务费用给利润带来的影响，主要的影响因素有哪些？

答：综合多方面因素判断，未来公司财务费用对利润的正向带动可能会有波动变化。主要原因是，在市场利率下行的背景下，此前对利润有正向贡献的部分因素对利润的正向支撑减弱。

针对上述情况，公司将优化资金管理，在控制风险的前提下，通过合理配置资金品种，尽量减少存款利率下降对利息收入的冲击，提高资金使用效益；尽量降低其影响，保障利润的稳定性。

四、提问环节

1、当下国补政策有阶段性变化，终端景气度变化趋势如何？公司做了哪些应对？

答：去年同期是国补政策推出的前期阶段，家居行业作为重点领域之一，受益于政策带动，行业景气度及需求释放得到了较好的集中改善。今年同期政策对于行业景气度的带动有所减弱。

理性消费浪潮之下，公司今年在产品销售端的高性价比套餐、SKU 受到了更多消费者的青睐，公司始终坚持向消费者提供高性价比、高质价比的定制家具产品，面对市场压力，公司在维持终端销售价格相对稳定的情况下，不断提升产品的各项性能，环保、工艺、功能性和改造升级等，以满足更多消费者的需求。

面对行业性的阶段性经营压力，公司始终致力于全面赋能、支持终端业务开展，通过经销商端的持续制度性减负、加大战略性电商引流投放，充分运用总部资源，助力终端平稳度过行业冰河期。

2、整装大家居业务表现如何？

答：报告期内，公司整装大家居业务保持正增长。公司是行业内首推整装大家居模式的企业，抢占了定制企业转型整装渠道的先机，公司整装业务平稳、良性增长，充分体现了公司渠道布局的业务韧性及可持续性，未来将持续与整装合作伙伴充分深度磨合，共同探索行业变迁背景之下的破局之路，利用好公司品牌、渠道运营、产品研发、产品交付等多方面的优势，与合作伙伴强强联手，合作共赢。

3、公司零售大家居业务目前运营情况如何？

答：截至今年三季度，零售大型门店（含已开店运营及建店中）数量已接近1300个。零售大家居业务作为公司的核心战略，是公司结合自身实际情况及发展阶段，探索出的未来渠道门店及商业模式转型的重要方向，公司将坚定持续推进。

零售大家居业务作为公司的长期战略，旨在为传统零售端代理商探索未来转型方向，但未必能够迅速解决当下遇到的行业困境。未来，公司会持续关注零售大家居业务培育、打造更多优秀的单店模型并加以总结、复制、推广。

4、关注到行业内有公司布局轻定制品类，和现有客群不完全一致，公司怎么看？

答：这是定制家居产品近几年兴起的一个更为细分的领域赛道，从近年来发展情况来看，确实此类客群受到宏观消费预期变化的影响较小，公司也在持续关注，并配合研发、制造、渠道储备相应的经营要素，积极探索及培育潜在的业务增量来源。

5、在过去的改革过程中，对系统性控本降费的贡献有多大？

答：今年 1-3 季度，在收入增长承压的背景下，公司的毛利率依然取得了优于行业平均水平的提升，证明了公司过去两年多一系列的改革及管理挖潜是行之有效的。公司执行“分田到户”的机制改革之后，大大提高了组织内部的每个环节的主观能动性，主要体现在各项费用的有效管控和效率提升。

6、公司对海外业务的拓展有何规划？

答：公司一直都持续关注海外市场，自 2003 年开始布局海外业务，2004 年在洛杉矶开启公司的第一家海外门店。从收入占比来看，海外业务占公司主营业务收入的比重相对较低，只有小个位数左右。公司生产布局一直比较稳健，区域产能的布局取决于区域市场的体量，是一个多维度的动态决策的过程。未来，公司会根据海外业务的拓展情况及国际贸易政策的变化，持续关注海外市场的发展机会并作出科学、合理的投资决策。

7、请问公司未来资本开支计划如何？分红是否计划提升？

答：开支方面，公司将结合市场情况、行业动态变化，谨慎支出，随着武汉基地的建成，短期来看产能已经能够支持目前公司业务需求，短期更加聚焦如何提升设备使用效率、资产周转率，替代持续的大规模资产投入。

分红方面，公司目前在执行 2024-2026 年的三年分红规划，原则上每年分红总额不低于 15 亿元。另外公司将持续关注市场变化及股东诉求，努力提升投资者回报力度，增强股东的获得感。

8、公司是否有考虑通过整合进行对外扩张？

答：公司更多聚焦在家居主业，以定制家居为核心的产品联动，衣柜配套、橱柜配套以及定制产品本身的联动。公司的投资部门，关注的方向还是以家居行业为核心的产业，未来的家居行业将逐步从分散化走向集中化，而公司的大家居

战略能起到很好的串联，并提供与之配套的销售场景，对于未来是否要通过整合资源进行扩张，我们将持续动态跟踪市场需求变化，动态决策，尽量不放过好的发展机遇。