

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：2024年11月1日、11月4日至11月5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：2024年11月1日第三季度业绩说明会活动由公司董事长兼总裁姚良松，独立董事鲁晓东，财务负责人王欢，董事会秘书欧盈盈参与接待，11月4日至11月5日交流活动由董事会秘书欧盈盈、投资者关系负责人任才参与接待

4、交流形式：网络文字互动、电话会议等

5、参会投资者：2024年11月1日通过网络文字互动形式参与公司2024年第三季度业绩说明会的投资者以及11月4日至11月5日通过电话会议形式来自长江证券、华福证券、国海证券、申万宏源证券、国泰君安证券、广发证券等机构投资者

二、互动问答内容

1、面对定制家居行业竞争格局的变化，公司有哪些具体的应对策略？

答：面对行业竞争加剧，欧派家居主要实施的改革应对如下：一是全面重构基于大家居商业模式的组织架构，更好地满足消费者一站式的家居产品和配套服务需求；二是五大生产基地市场化抢单机制改革，让终端经销商自由选择产品产地，从而引导各基地不断优化和改进，提升服务能力，形成你追我赶、良性的内部竞争局面，提升整个制造系统的活力和竞争力；三是启动大供应链体系改革，对集成采购业务体系进行重构，以期实现供应链全链条业务环节端到端拉通、信息联动、全流程监控预警，打造优质供应链生态，实现供应链管理综合成本最优；四是监察审计机制改革，强化对业务及人员履职的管控能力，进一步提升内控管

理水平；五是根据行业趋势、商业模式及公司实际情况，制定更适合当前经营环境的激励机制，充分激发组织中每一个细胞的活力。

2、净利润同比下降 12.08%，请问这一变化主要是由哪些因素导致的？

答：尊敬的投资者，您好！报告期内，房地产红利消退、消费者偏好变化、行业生态变迁、行业竞争加剧等因素的综合叠加给定制家居行业带来严峻的考验。报告内，因收入规模的同比下滑，导致固定成本难以摊薄，对利润达成产生了不利影响。面对前所未有的市场巨变，结合消费者需求，公司将持续推出更具市场竞争力产品，助力终端销售，围绕经销商经营模型，全面制度性减负，改善经销商利润表成本结构，提振终端信心；坚定大家居发展战略，稳定推进渠道和赋能建设，筑牢制造根基；交付、质量、研发体系改革持续深化，深度构筑欧派竞争护城河，持续内部挖潜，降低各类经营成本，感谢您的关注！

3、鉴于营业收入的下降，公司在未来的市场拓展和销售网络建设方面有何新的策略或计划？

答：国内市场是我司营业收入的主要来源，从行业发展阶段来看，家居行业整体已从快速发展红利期过渡到存量市场竞争阶段，对企业战略制定的前瞻性与敏锐性、前端经销商的获客策略、工厂端的组织生产方式和配套服务等各个环节均提出了更高的要求。尽管当下家具行业面临较大的发展和转型压力，但是我国家居行业市场空间广阔，家居龙头市占率仍处于较低水平，公司将持续探索“零售大家居”和“整装大家居”两种经营模式，为消费者提供优质的“一体化设计，一站式配齐，一揽子搞定”的家居产品及配套服务，快速适应并进行转型调整，打造能与未来行业发展方向相契合的跨品类综合引流、销售、交付、管理、运营、整合能力，夯实自身竞争壁垒。同时，公司将持续关注海外市场，从收入占比来看，海外业务占主营业务收入的比重相对较低，未来具有较大的提升空间。公司将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。

4、鉴于家居建材零售行业流量入口和客户结构的快速变化，欧派家居将如何调整其营销策略以适应这些变化？

尊敬的投资者，您好！公司顺应流量线上化趋势，加大电商渠道的投入力度，

持续构建总部通投、市场联投和本地电商的铁三角线上获客体系，打造行业领先的中心化电商，本地化电商、大家居电商，为公司大家居战略提供强而有力的推广和流量支持。加速流量建设，加大电商渠道的费用投放布局，重点破局新媒体账号矩阵、内容运营、直播等线上获客形式，驰援终端。同时结合当前消费特点，以客户为中心，不断优化产品力，全面优化产品和价格矩阵，重构欧派高端系列产品，大幅优化产品工艺，强化中端产品矩阵，增加多类网红风格产品，推广喷粉特价门型，补充刚需普及套餐类型，丰富刚需产品供给，提高公司各类产品在市场中的竞争力，以满足消费者的个性需求。

5、2024 年前三季度营业收入同比下降 16.21%。请问这一下降的主要原因是什么？

答：受房地产销售承压、行业景气度低迷、消费者购买意愿下降、家居消费延迟满足等多方面因素影响，过去的三个季度，定制家居行业营业收入同比承压。

6、欧派家居门店数量相比去年同期减少了 536 家，这是否会对公司的市场占有率和品牌影响力产生影响？公司将如何调整门店策略？

答：从去年公司的各项改革工作启动推进以来，为了配合终端逐步过渡到大家居经营业态，公司积极引导、鼓励代理商持续动态优化原有的相对低效率的单品类销售门店，一方面控制经营成本，另一方面集中资源转型过渡到大家居新型门店业态中，公司同步也降低了相应的考核力度，从管理制度上为代理商松绑，虽整体门店的数量有所减少，但能降低经销商经营成本，提升终端经营质量。

7、研发费用有所下降，公司在未来的产品创新和技术升级方面有何计划？

答：公司高度重视研发工作，坚持以创新促发展，不断自主研发,推陈出新,坚持不懈地研发新产品、新材料、新工艺、新技术,未来公司会持续重视研发投入,使欧派始终处于定制家居行业的领先水平。研发未来计划：一是以大家居为原则,转向大家居套系化空间研发模式创新,持续提升产品竞争力；二是通过融合经典产品的稳定性和流行产品的快速迭代能力,既增强产品市场适应性又满足消费者对个性化和多样化的追求；三是加强产品数据的管理和运用,提高精准开发效率；四是实施大家居跨空间色彩管理,实现跨品类同色材料的联合同步研发,提升大家居产品的整体性；五是通过打通销售系统与产品管理系统,将后端产品管理功能

前置到用户端,增强前端用户体验和后端数据管理的效率。

8、直营店与加盟店的营收存在较大差异，公司如何看待这一现象？未来是否有计划调整直营店和加盟店的业务策略？

答：尊敬的投资者，您好！公司采用以经销商专卖店为主，以大宗业务、直营店和出口为辅的复合销售模式。经销商专卖店销售模式是定制家居行业主要的销售模式，目前，公司仅在广东广州、东莞部分地区开设直营店。具体情况请您参阅《欧派家居 2023 年年度报告》第三节管理层讨论与分析之“二、报告期内公司所处行业情况”，感谢您的关注！

9、请问新房和旧房翻新的比例？

答：尊敬的投资者，您好！公司目前暂未在营业收入中拆分新房和旧房的占比。公司根据旗下各品牌的定位及目标客户的消费习惯采取差异化的产品设计、材料搭配，以更为精准地为客户提供全屋定制产品的设计服务。感谢您的关注！

10、请问以旧换新政府补贴政策对欧派家居三季度或者四季度是否有促进业绩增长？您对于定制家居行业未来半年到一年的发展有何判断？大家居战略的落地情况如何了？

答：今年下半年以来，各地政府陆续推出了各类家居消费、以旧换新的优惠补贴政策，公司将持续响应政府号召，积极配合各项有利于公司销售增长，让利消费者的政策实施落地。公司经营外部环境的复杂性和不确定性都仍客观存在，公司将积极投身改革，强化自身运营能力和抗风险能力，稳健穿越困境的同时积极拓展新的增长路径。目前公司大家居战略按照既定方向稳步推进，零售大家居、整装大家居之路的正确性正不断被消费者的选择及喜爱所印证，截止 2024 年 9 月 30 日，公司大家居门店接近 930 家，有部分城市经销商的运营生态慢慢步入轨道，较好地适应了行业生态变化。未来公司将继续坚持大家居发展战略，持续深化一城一策，分步推进，逐项改革、市场主导的经营方针，沉着应对市场变化，挺进大家居，感谢您的关注！

11、请问公司在订单端是否已经开始显著受“以旧换新”政策的影响？

答：今年下半年以来，各地政府陆续推出了各类家居消费、以旧换新的优惠

补贴政策，公司将持续响应政府号召，积极配合各项有利于公司销售增长，让利消费者的政策实施落地。

12、总资产和归属于上市公司股东的所有者权益均有所增加，请问这一变化背后的主要驱动因素是什么？

答：尊敬的投资者，您好，上述变化主要是由于经营积累增加所致，感谢您的关注！

13、整装和家装渠道越来越受到消费者的青睐，欧派家居在这方面有何布局？

答：公司是行业内最早启动整装渠道业务的公司之一，通过多年与合作伙伴的合作磨合，公司对整装业务的渠道需求痛点了解得更为深入，未来，公司将持续稳步拓展整装渠道业务，积极赋能整装渠道合作伙伴，将公司的渠道销售能力、信息化管理能力、大家居销售能力充分与合作伙伴共享，实现共赢。

14、请问 2024 年前三季度衣柜及配套家具产品的营业成本降幅大幅超过营业收入降幅的原因是什么？

答：尊敬的投资者，您好！变动原因主要是以下几方面因素影响：①原材料价格影响：市场 PPI 持续下行仍处低位，集团集中采购优势凸显；②产品结构影响：毛利高的定制类产品收入占比在持续上升，标品收入占比下降，影响整体毛利率；③人员控制有效，信息化、精细化管理、大供应链改革初见成效，人工成本下降；④公司持续向内要效益，通过交付改革、设备升级、工艺改善等途径多维度降本增效。

15、报告中提到了非经常性损益项目，请问这些项目对公司财务状况和盈利能力的影响有多大？

答：非经常性损益是指公司发生的与经营业务无直接关系，以及虽与经营业务相关，但由于其性质、金额或发生频率，影响了真实、公允地反映公司正常盈利能力的各项收入、支出，2024 年前三季度欧派归属于上市公司股东的净利润 20.31 亿，同比下降 12.08%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 17.63 亿，同比下降 19.88%。