

证券代码:603833

证券简称:欧派家居

公告编号: 2025-033

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 关于 2024 年年度及 2025 年第一季度 业绩说明会召开情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

欧派家居集团股份有限公司（以下简称“公司”或“欧派家居”）分别于 2025 年 4 月 26 日、2025 年 4 月 30 日在《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》《证券时报》和上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）上披露了《欧派家居 2024 年年度报告》及《欧派家居 2025 年第一季度报告》。为便于广大投资者更深入、全面地了解公司经营情况，公司于 2025 年 5 月 6 日 15:00-16:30 召开了“2024 年年度及 2025 年第一季度业绩说明会”。现将会议召开情况公告如下：

一、业绩说明会召开基本情况

2025 年 5 月 6 日，公司通过全景网（<http://rs.p5w.net>）以网络视频直播结合网络文字互动方式召开了“2024 年年度及 2025 年第一季度业绩说明会”。公司董事长兼总裁姚良松先生、公司财务负责人王欢女士、公司董事会秘书欧盈盈女士、独立董事李新全先生出席了本次业绩说明会。公司就 2024 年度及 2025 年第一季度的经营情况、财务状况及行业发展、公司战略等问题与投资者进行互动交流和沟通，在信息披露允许的范围内就投资者普遍关注的问题进行回答。

二、投资者提出的主要问题及公司的回复情况

（一）现场问答环节

1、面对市场的下行挑战，公司 2024 年、2025 年一季度的毛利率、净利率依然有提升，主要原因是什么？2025 全年的毛利率、净利率展望如何？

答：在房地产行业承压背景下，定制家具行业市场规模整体收缩，公司收入也受大环境影响同比下降，但公司坚持强化内生发展动能，提升战略韧性。

公司毛利率、净利率仍有提升主要是以下原因导致：（1）公司建立大宗材料价格动态监测机制，确保采购成本合理可控。（2）公司系统推进组织效能提升，同时根据业绩表现动态调整费用考核，达成预期管控效果。（3）产品结构变动，公司实施 SKU 精简计划，建立统一建库标准，通过存量材料与存量工艺升级迭代融合、材料利用率提升等项目，实现多维度降本增效。（4）交付体系改革：公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，明显缩短交付周期，显著降低终端成本。

从外部环境来看，房地产行业仍处于深度调整转型期，受消费预期疲软等因素影响，短期内购房需求及配套装修市场复苏态势尚不明朗，这为行业整体及公司业绩增长带来不确定性；从内部发展来看，2025 年公司将坚持“向管理要效益”的经营策略，通过组织架构优化、流程再造、数字化赋能、供应链改革及绩效体系改革等系统性举措，全面提升运营效能，夯实发展根基。

2、公司未来的资本开支规模大概是怎样的？主要支出方向有哪些？

答：2025 年公司资本支出主要集中于武汉基地建设、黄边项目建设、欧派智能创新项目建设以及各生产基地基于提升生产效率、产品品质等需要进行的设备迭代项目。以上项目除了武汉基地建设属于募集资金项目外，其他项目都是公司自筹资金，公司会根据经济发展情况、行业运行情况及自身实际经营情况，在合法合规的前提下，适时调整资本开支进度，确保总体开支可控。

3、未来应收账款的信用减值风险如何？公司将如何控制风险？

答：公司对于大宗业务的首要考虑因素是风险控制，遵循源头筛选与过程管控相结合的方式，增强客户风险评估力度；通过完善风险管理控制体系，加强客户信用调查、业务审批、资金收付、过程监督、回款等各个环节的内部控制，选择优质客户和稳健收款方式，确保应收账款回款风险整体可控。未来公司仍将对坏账计提严格遵守谨慎性原则，充分体现应收坏账风险，随着国家对房地产行业扶持力度加大，预计公司未来的应收账款信用减值损失趋势会趋向平稳。

4、去年以来家居国补效果如何，会影响公司的盈利能力吗？

答：2024年下半年以来，国家以旧换新、消费补贴等政策陆续出台，2025年国家发改委、财政部进一步推进国补政策落地，发布《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》等相关要求，聚焦绿色、智能、适老等方向，支持个人消费者开展旧房装修、厨卫等局部改造、居家适老化改造所用物品和材料购置，这与公司的长期战略（绿色化、环保化、智能化）高度契合，一定程度上促进了市场消费，提振了行业信心。

从我们了解到的情况看：2024年及2025年一季度，国补激活的需求订单呈现一定的结构性分化，龙头企业凭借渠道、信息化、执行力等竞争优势，在国补订单中的份额有所提升。从财务角度看：集团基于财务谨慎性原则，在总部实现的国补订单均通过净额法予以体现，收入是以经销商的结算额予以体现。

国补给家居行业景气度、企业的短期业绩带来了正向积极影响，未来家居消费的表现仍有赖于国补政策的力度和持续性。同时，消费领域需求仍面临挑战，对此，公司将坚持在产品创新、服务提升、成本控制等核心竞争力打造上持续发力，为消费者提供更智能化、绿色环保化、高质高性价比的产品。

5、公司在大的改革方向下，涉及到众多的终端零售商做的转型，目前进度如何？

答：终端代理商的转型，尤其是大家居的转型，涉及到原有零售商的产品+装修服务的融合，是一个持续推进，动态调整的过程。根据公司评估，转型进程将呈现梯度化特征：部分能快速突破，部分需稳步推进，另有部分则需逐步培育。需要特别指出的是，大家居全屋定制（产品+服务）模式与传统单品类销售存在本质差异，其商业逻辑在展示体验、专业导购、方案设计、安装交付等全链条环节都提出了系统性能力要求，不是简单的品类销售的加法叠加，而是乘法、甚至指数级别的差异，系统性的能力要求提升。小部分传统零售商由于习惯了单品销售，转型能量不足，可能导致转型困难，公司将实施差异化策略：一方面引入更具活力的新经营主体，全面激活当地大家居市场；另一方面按照经营主体的实际经营能力和能量，因地制宜合理重新分配市场经营资源，并适时做出动态调整。

所以进度也无法有明确的完成时点，从已经开始布局大家居业务的城市经营主体状态来看，在探索的过程中也会经历投入期-磨合期-成长期-稳定发展期的各个阶段，有越来越好的，也有遇到阻力的，微观层面公司整个体系都在积极地寻求不同的赋能方式，协助有能量的市场经营主体转型突破。

6、公司的年报中指出“2025 年公司将以净利润质量提升为核心目标，实现经营质量与规模发展的良性互动”具体设置的是怎样的管理目标呢？

答：2025 年，公司重点推进“分田到户”改革：该改革方案涵盖目标核算体系重构、中上层管理与底层执行岗位的专项改革方案，经过半年的深入研讨与方案论证，于今年 1-2 月最终定稿。这项改革的核心价值在于：通过建立权责利对等的市场化机制，实现精细化的责任划分与利益分配；重构毛利率、毛利额、费用投入与总利润之间的动态平衡关系；在保持合理毛利率水平的基础上，提升费用使用效能，推动各项支出与市场价值高度匹配，最终实现“以经营质量带动规模增长”的良性发展格局。

随着过去改革成效的持续释放，公司在控本降费、提质增效方面的成果不断显现，2024 年下半年至 2025 年一季度的部分盈利指标呈现积极态势。这一过程中积累的宝贵改革经验，使我们能够更加精准、灵活地配置营销资源：一方面加大品牌建设投入，优化电商全域营销策略（包括平台通投、跨渠道联投及区域化精准运营）；另一方面建立动态调整机制，始终坚守经营质量底线，通过科学资源配置实现规模与效益的平衡发展，为企业的长期可持续发展筑牢根基。

7、公司采取了哪些措施应对上游地产行业的深度调整，包括新房和存量房的业务？

答：大宗业务是公司与房地产新房市场景气度最为相关的业务之一，在过去房地产行业深度调整的背景下，整体业务表现依然能够保持相对稳定，并且较好地控制了风险。大宗业务部门在控制风险的前提下，拓展新形态非地产项目，并积极响应公司的改革号召，创新机制，优化人才团队；在新房市场持续调整，深度承压的背景下，公司主张终端“在骨头缝里找肉”，不拘一格拓流量，包括存量旧改、二次装修、局改等消费形态。适者生存，无论是大宗业务还是零售业务，只有掌握了新的经营思维和业务理念才能存活下来，并在未来有所发展。

8、行业生态还在不断地迭代变迁，公司是如何快速适应、调整跟进并体现自身的竞争优势的？您希望公司未来能成为怎样的公司？

答：目前公司所处行业的上游地产行业依然处于深度调整期，导致整个家居行业的生态随之也发生了快速的变迁，作为行业的头部企业，公司必须适应这个生态，并在这个环境下生存下来，并谋求新的发展动能，从单品逐步过渡到大家居的销售模式。

未来，公司更多地会聚焦自身的能力提升和商业模式打造，勇闯行业无人区，利用好公司的规模化优势、数据化优势，积极拥抱人工智能技术，从销售、管理、制造等多维度

全面流程再造，提高效率，把欧派打造成最流畅的大家居平台（包括供应链、制造链、服务链、仓储链等）。走稳大家居，并逐步挺进泛大家居，让消费者有更好的消费体验，消费者的好评才是公司未来的效益。泛大家居业务目前还只是在初期阶段，但只要公司持续探索求进，不断强化平台化运营能力，相信未来有很多业务边界是可以被不断突破的。

9、公司是行业内较早布局整装业务的企业，近几年整装大家居业务有怎样的变化？

答：截至目前，公司不直接为消费者提供装修服务，但在业务终端，经销商会通过多种形式为消费者提供装修资源的引荐或者协助监理服务，也有部分能力较强的经营主体已经可以为消费者提供自营的装修服务。未来，公司将以开放的姿态，与装修行业的优秀友商共同构建共促共销，互惠互利的良性发展局面。

10、过去公司的海外业务有了不错的增速表现，后续有在这方面的战略布局考虑吗？

答：公司的海外业务团队长期关注海外业务的开拓，并取得了不错的成绩，但目前公司海外业务的整体业务体量仍然比较小，采取目前“国内生产+海外销售”的业务模式也能有比较不错的效率表现。未来，公司会持续关注海外业务的发展进程，随时动态观测并审慎决策，稳健进行资源布局，杜绝“凭感觉、拍脑袋”式的决策。

11、整装行业经历了几年的快速发展，逐步有所降速，若整装业务的渗透率提升放缓，是否会出现整装渠道业务与零售业务的再平衡过程？

答：公司的大家居之路正越走越顺畅，路也越走越宽，县级市、地级市频现成功转型的优秀案例，更高线别的城市由于城市业务体量的原因，转型进程会稍有落后；单品类零售经销商在转型大家居的过程中，对于经营主体的能量要求更高，每个城市的经销商能量、能力情况又有所不同，公司会结合每一个细分市场的实际情况，通过“一城一势，一城一策”的策略，科学配置每一个细分市场的零售大家居、整装大家居的经营资源。

公司重磅推出“逆风飞鹰”全球创业与发展精英扶助计划，重点布局暂未有合适大家居业务经营主体的城市，对于有强烈创业与发展意向的大家居行业新生力量，给予系统培训、实战赋能等全方位的资源支持。无论是零售业精英还是整装业精英，甚至是跨行业精英，都能成为公司大家居业务拓展的中坚先锋力量。

（二）线上文字互动环节

1、欧派家居在自动化产线升级、工艺研发升级等方面有哪些具体措施？

答：公司已成功打造符合工业 4.0 标准的高度自动化和智能化生产体系。报告期内，公

司持续在主要产品生产工序迭代单工序及跨工序自动化设备技术的推广应用。通过家具柜身机器人及自动分拣包装 4.0 全自动生产线、橱柜柜身开料-封边-排孔-水平库自动分拣包装线、质量 AI 智能视觉检测技术，成品下线 AGV 无人化运输等项目的实施，进一步提升产品的稳定性和可靠性，并实现了生产效率的提升，明显缩短了交付周期，持续巩固公司在家具智能制造领域的领先优势。

2、现在消费者对环保和绿色家居的关注度越来越高，公司在这方面有没有加大研发投入？

答：公司积极拥抱可再生能源，全力打造绿色家居产业链，对产品全生命周期实施绿色管理，在广州总部、清远、天津、无锡基地持续投入可再生能源建设项目，通过性能升级（防潮防变形）、环保强化（板材工艺优化）、颜值提升（花色调色统一）、智能迭代（海烈鸟智控系统）等措施，依托 C+P/S+N 研发体系平衡经典与流行开发、系统与敏捷开发，划分 8 大生活空间场景，持续提升产品竞争力和用户体验。

3、面对行业调整 and 市场需求变化，欧派家居在供应链管理上有哪些创新？

答：报告期内，公司建立大宗材料价格动态监测机制，定期跟踪大宗材料的 PPI 价格走势和主要原材料市场供需关系，及时与供应商协商调整采购价格，确保采购成本合理可控。另外，充分发挥集团规模化采购优势，通过集中招标、竞争性谈判等采购策略，持续优化供应商体系，实现采购成本最优。同时，公司还启动了大供应链改革，对公司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。

4、欧派家居在年报中提到了“刀刃向内”的改革措施，请问这些改革具体指哪些方面？

答：2023 年公司实施了“营销机构变革”“交付模式变革”和“各基地市场化竞争变革”后，2024 年公司又陆续实施了“监察、审计制度变革”“供应链再造变革”。与此同时，公司还开展了一系列全面极端倒逼式的“零基”变革，例如内部业务全面市场化改革、KPI 考核机制改革等。2025 年，公司将深度推进“分田到户”机制深度变革，以“利润中心下沉、核算单元颗粒化”为改革主线，在“规则清晰、机制明确、权责到位”的背景下，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。同时以客户需求和市场竞争为导向，全面推进欧派制造平台战略升级。

5、未来公司如何进一步优化线上渠道，提升线上销售占比？是否有计划拓展新的线上平台或业务模式？

答：报告期，公司加大线上引流的资源投放力度，强化中心化电商运营优势，联合经销商打造本地电商阵地：一方面通过全渠道的业务创新及 AI 电商的应用，实现线上引流业绩同比增长近 10%，流量赋能经销商超过 4,000 家；另一方面整合抖音、小红书等平台资源，助力经销商开通、联营线上云店近 15,000 家。报告期，大家居引流客户数同比增长 60%，线上引流业绩同比增长 128%。未来，公司将全面升级流量运营体系，赋能经销商发展：加大资源投入力度，强化经销商线上线下全渠道获客能力，包括加速推进本地电商平台建设和联投业务落地；整合公司营销资源和技术支持，系统性提升经销商的流量转化效率，通过优化销售流程、提升客单价等方式，实现经营效益的提升。

三、其他事项

关于公司 2024 年年度及 2025 年第一季度业绩说明会的详细情况，投资者可通过全景网（<http://rs.p5w.net>）进行查看。投资者如有进一步的问题及意见建议，欢迎通过公司投资者关系邮箱、投资者热线电话、上海证券交易所互动平台等渠道与公司进行沟通交流。公司对长期以来关注和支持公司发展的投资者表示衷心的感谢！

特此公告。

欧派家居集团股份有限公司董事会

2025 年 5 月 8 日