

证券代码:603833

证券简称:欧派家居

公告编号: 2025-067

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 2025 年半年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”)于 2025 年 8 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 2025 年半年度报告》。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 9 月 1 日 15:00-16:30 召开了“2025 年半年度业绩说明会”。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 9 月 1 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“2025 年半年度业绩说明会”。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、独立董事鲁晓东先生出席了本次业绩说明会。公司就 2025 年半年度经营情况、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、公司从 2023 年开始围绕大家居实施了一系列的改革，但今年中报收入依旧承压，面对这一情况，公司采取了哪些改革举措？

答：公司改革是永不止步的。近两年围绕多品牌、多品类、多基地的大家居战略，公司已进行诸多改革，且一系列的改革起到了中流砥柱的作用。

目前及未来的改革举措包括：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；二是对沙发、电器、家配、门窗等较小事业部进行改革，通过“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，与行业内优秀人才合作，以期将培植多年但未见起色的业务转化为盈利且能为大家居提供有竞争力产品的板块。

2、公司对 2025 年全年的经营目标是否有所调整？当前行业存在哪些影响目标实现的因素？

答：2025 年上半年公司营业收入下降 3.98%，目前来看全年营业收入要实现增长是小概率事件，但利润目标，公司将努力争取延续上半年趋势（特别说明：以上指标旨在明确公司经营及内部管理控制目标，并不代表公司 2025 年度的业绩指引或盈利预测，更不代表对投资者的业绩承诺。上述目标能否实现受宏观经济环境、市场情况、行业发展情况及管理团队努力程度等诸多因素影响，存在一定的不确定性，敬请投资者注意风险）。

当前行业影响因素主要有：一是公司所处行业与房地产行业景气度关联度高，房地产行业的深度调整或仍在持续，但随着国家“建好房子”的政策可能会逐步改善，但当下影响仍不可忽视；二是公司主营产品属于居民大宗、可选、改善型消费品，受到消费品行业整体有效需求不足的影响会更明显。

3、公司如何看待当前国内家居行业的竞争格局？市场份额集中化的趋势是否存在？公司将采取什么样的措施实现份额的持续提升？

答：当前行业竞争格局下，行业份额集中化趋势越来越明显，公司有信心实现市场份额的持续提升。公司将采取的措施包括：

一是推进研发改革，明年大家居工具、产品形态、定制与软装及建材配套等方面将有较大改进；

二是集中力量打造数字化工具，包括设计、引流、管理（如装修现场管理）及人工智能 AI 工具，目前已有两三个工具开始试用，十月底预计再推出一个，将进一步改善相关业务的效率；

三是优化前端城市布局，对大家居业务能力不足、转型运行情况不佳的城市经销商进行科学优化、组合；

四是依托东西南北中五大生产基地布局及大家居研发体系赋能，提升后端赋能能力及管理效率，同时利用规模优势，在保证价格竞争力的前提下实现较好利润，并通过品牌宣传及前端终端生态优化（工具、产品提升带来消费者体验与代理商盈利改善，进而增强招商优势）形成良性循环。

4、公司客户结构中来自新房交付、二手房交易、存量房翻新的比例大致是多少？未来的结构性变化趋势如何？公司将如何应对？

答：公司客户结构中在不同层级城市差异较大：高线城市（如广州）二手房与旧房改造（存量房翻新）两者合计占七八成，新房占比仅一两成；低线城市以新房为主，二手房为辅，旧房翻新很少；中线城市处于两者之间。

未来结构性变化趋势方面，存量房翻新是未来潜力所在，但目前整体比例不到 10%。当前的旧改消费需求主要集中在厨卫等局部整改。公司应对需求变化的策略是将大家居做到一体化设计，包括空间及材料配套，确保设计效果亮丽美观、辅材质量可靠、产品搭配最佳，同时保证价格有竞争力、服务流畅高效，以成为更多有需求消费者的首选品牌。

5、如何看待以旧换新政策过去一年的影响及对后续景气度的判断？

答：以旧换新政策过去一年对行业有正面影响，包括刺激观望的消费者下单、促使部分未来有需求的消费者提前下单等。公司不能过分依赖政策刺激，应专注自身发展，有政策刺激更好，无政策也要适应市场新常态，积极开展经营活动。

6、与装企合作的现状如何？面临哪些挑战及未来展望？

答：从过去几年公司开展整装相关业务的成效看来，整装大家居是大势所趋，虽增速有所放缓，整体仍保持增长，上半年增长约 7%，部分区域经销商甚至能实现 50%以上的高速增长。目前，公司面临的挑战主要是行业经营主体无序内卷，对装修公司合作意愿的稳定性造成一定的冲击。长远来看，整装合作及零售代理商自身或与装修公司合作开展整装大家居的趋势非常明确，公司将通过做好产品研发、数字化、AI 工具开发，提升竞争力，吸引更多认同欧派整装赋能能力的优质装企合作。

7、未来在存量市场的局改及社区店、云店等小型分散店的探索有何考虑？

答：存量市场的局改及社区店、云店等窗口店是未来的潜力方向。对于局改，目前消费者更多进行厨卫等空间的局部整改（如新装或更换厨卫、软体等），整体翻新较少，未来若能提供够快够流畅（一两个月内完成）、价格有优势的整装服务，这部分潜力将逐步释放；对于社区店、云店等探索，公司已在大部分中高线城市进行试点，开设一百平方米左右的社区小店作为窗口店，主要功能是引流至大店，引导消费者进行橱柜翻新等业务。部分代理商已从中获得了宝贵的业务开拓经验，公司将继续引导并探索模式，随着消费趋势形成，未来有望逐步发展，补充传统需求流量来源。

8、公司在管理上是否有新的措施？

答：公司在管理上已实施的“分田到户”措施效果显著，具体表现为：一是费用管理更高效，市场投放资源按照公司、事业部、经销商科学合理分配承担，各方均能有效核算成本与收益，资源投放效率持续改善；二是提升管理自主性，减少总部管理压力，大部分事业部管理效率、人均效能持续提升；此外，公司对沙发、电器、家配、门窗等较小事业部也在进行激励模式改革。

（二）线上文字互动环节

1、请问在公司货币资金、银行理财和银行存款等合计账面金额超 200 亿元的情况下，董事会依然提议下修公司可转换债券转股价格的原因是什么？

答：尊敬的投资者，您好！公司于 2022 年发行可转债时，定制家居行业正处于高速扩张的黄金发展期。考虑到直接股权融资对即期股东权益的稀释压力，公司通过可转债的形式募集资金建设募投项目，以匹配市场需求增长、突破产能制约瓶颈。最近几年，受房地产行业周期性调整等多重因素冲击，定制家居板块整体估值中枢回落。公司在经营决策中注重长期战略布局与短期经营效益的动态平衡。尽管公司在手现金充裕，但需特别关注可转债财务成本对利润的阶段性影响。随着可转债募投项目投入的资产陆续转固，可转债财务利息支出对利润的侵蚀效应将加速显现，由于可转债存续规模较大，对公司利润的影响效应将更加明显，公司需要特别考虑上述费用影响。转股价下修后，转股也是一个动态过程。一方面，公司将提质增效，聚焦主营业务盈利能力提升与运营效率优化，注重投资回报，通过各种方式努力降低可转债转股对现有股东的影响。另一方面，公司当前货币资金储备充足，现金流状况稳健，完全具备覆盖未来年度债券本息兑付的能力。

2、根据 2025 年半年报推算，在今年上半年公司零售大家居有效门店数量净增 100 家左右，而去年全年是净增 450 家左右，请问预计今年全年零售大家居有效门店数量净增加量有望达到去年的水平吗？

答：尊敬的投资者，您好！终端代理商的转型，尤其是大家居的转型，涉及原有零售商的产品+装修服务的融合，是一个持续推进、动态调整的过程。公司在推进大家居的过程中，不会设立大家居的开店目标，将结合当地的实际情况，因地制宜拓展大家居战略。

3、请问 2025 年上半年公司零售大家居具体做到了多少规模？和去年同期相比总体上是否保持增长？

答：尊敬的投资者，您好！从订单情况看，2025 年上半年公司零售大家居业绩仍保持

较快速度增长，感谢您的关注。

4、2025 年半年报显示，今年上半年公司财务费用中的“汇兑损益”增加约 2.01 亿元，而投资收益中的“处置交易性金融资产取得的投资收益”损失约 0.35 亿元、公允价值变动收益中的“衍生金融工具产生的公允价值变动收益”和“交易性金融负债”合计损失约 1.31 亿元，请问三者是否存在关联性？

答：尊敬的投资者，您好！汇兑损益、处置交易性金融资产取得的投资收益以及衍生金融工具等产生的公允价值变动收益，这三者之间存在一定的关联性。

5、请问公司今年上半年毛利率大幅提升主要有哪些原因，是否可持续？

答：尊敬的投资者，您好！公司毛利率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。（4）资金筹划有效，拉动净利润率提升。

6、请问定制家居行业的营业收入是否能够在今年触底或开始好转？

答：尊敬的投资者，您好！因为定制家居行业的上市公司众多，各家公司的战略重点和经营策略不一，比较难作出合理的判断，建议您实时关注各家上市公司后续披露的定期报告。感谢您的关注。

7、公司之前业绩交流会中提到海外业务规模达到 5 亿元左右时才会考虑建立海外生产基地，请问公司是否考虑过像金牌家居那样在主要的海外市场先建立相对小型的“卫星工厂”以加快海外市场布局？

答：尊敬的投资者，您好！今年上半年公司海外业务全线突破，多维发力巩固增长态势，外贸渠道营收增长 30%，公司多品牌战略布局成效凸显，目前已在全球 146 个国家和地区构建了稳固的销售网络，进一步夯实公司全球业务基础。但目前公司海外业务的整体业务体量仍然比较小，目前采取“国内生产+海外销售”的业务模式更经济。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。

8、在整家大家居战略下，公司对整装公司的赋能体现如何规划？在哪些产业链环节需

要或正在建立平台能力，有无相应的时间表？

答：尊敬的投资者，您好！大家居模式在信息化建设、展示体验、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。现从几个方面介绍公司当前大家居的赋能内容：在终端支持方面，公司将持续对大家居的商业模式进行深入研究和推广，通过“一城一策”强化营销体系对经销商的帮扶、落地成效的考核，并同步开展终端点将和帮扶政策的改革。在信息化方面，针对大家居的业务需求，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；同时借助软件的 AI 应用生成配套产品解决方案及空间设计方案，提高终端设计师的方案设计水平。在流量赋能方面，公司加大电商渠道的投入力度，持续强化总部通投、市场联投和本地电商的铁三角线上获客体系，在加大电商渠道的费用投放布局的同时，加强 AI 的应用，重点破局新媒体账号矩阵、内容运营、直播、线上社群团购等线上获客形式，提升终端电商客流转换，赋能终端业务发展。

9、请问公司海外业务在工程端订单同比超 40%，零售端也有新的经销商签约和开业，请问海外业务的具体拓展策略是什么，未来海外业务在公司整体业务中的占比目标是多少？

答：尊敬的投资者，您好！公司持续强化海外市场投入，在零售与工程双轮业务驱动下，聚焦核心市场品牌投放，加速提升全球曝光度。同步深化展会布局，进驻广交会核心展区强化国际影响力，并积极拓展重点区域行业展会，开辟多元获客渠道，积极深化海外 RTA 产品模式的拓展和应用。当前海外业务整体营收规模占公司总营业收入的比例仍处于较低水平，公司将聚焦资源继续拓展海外市场。

10、公司在执行大家居战略的过程中，存在哪些比较关键的问题，如何突破？

答：尊敬的投资者，您好！大家居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。上述变化对公司及渠道均提出了一系列的要求。从公司层面，2023 年中启动了一系列配合公司大家居核心战略的改革工作，其中包括“营销机构”“交付模式”“各基地市场化竞争”“监察、审计制度”“大供应链体系再造”等领域的改革，同时加大集团的信息化和数字化建设，并配以更精准科学的考核机制。在渠道端，重塑渠道管理运营理念，全面支持终端转型，公司营销系统全面从管理角色向帮扶和服务角色转变，赋能经销体系走向大

家居、走稳大家居。

三、其他事项

关于公司 2025 年半年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 9 月 3 日