

## 致欧家居科技股份有限公司 2025 年度董事会工作报告

2025 年度，致欧家居科技股份有限公司（以下简称“公司”）董事会严格按照《公司法》《证券法》等法律法规以及《公司章程》《董事会议事规则》等相关规定，本着对全体股东负责的原则，不断完善公司法人治理结构、建立健全公司内部管理和控制制度，持续深入开展公司治理活动，提升公司规范运作能力，积极推动公司各项业务发展。现将公司董事会 2025 年度工作情况汇报如下：

### 一、2025 年公司总体经营情况

2025 年全年，公司实现营业收入 87.09 亿元人民币，同比增长 7.1%；主营业务毛利率 34.51%，较 2024 年同期下降 0.23 个百分点；实现净利润 3.36 亿元，同比增长 0.98%。面对复杂多变的国际贸易环境与成本抬升压力，公司始终坚持合规经营、主动求变，在多重压力下依然实现了营收与利润的双增长。报告期内，公司重点推进了以下战略调整，着力抵御风险冲击，确保企业稳健前行。

### 二、2025 年董事会日常工作情况

#### （一）董事会会议召开情况

2025 年，公司共召开了 7 次董事会，全体董事积极参加会议，认真仔细审阅相关材料，积极参与讨论，提出合理建议，并以谨慎的态度行使表决权。董事会具体召开情况如下：

会议名称	召开日期	审议议案名称
第二届董事会第十三次会议	2025 年 2 月 10 日	1、《关于回购公司股份方案的议案》 2、《关于为全资子公司提供担保额度预计的议案》 3、《关于委托理财及现金管理额度预计的议案》 4、《关于开展外汇套期保值业务额度预计的议案》
第二届董事会第十四次会议	2025 年 4 月 27 日	1、《关于公司 2024 年年度报告全文及其摘要的议案》 2、《关于公司 2025 年第一季度报告的议案》 3、《关于 2024 年度董事会工作报告的议案》 4、《关于 2024 年度总经理工作报告的议案》 5、《关于 2024 年度财务决算报告的议案》 6、《关于 2024 年度利润分配预案的议案》 7、《关于提请股东大会授权董事会制定 2025 年中期分红方案的议案》

		<ul style="list-style-type: none"> <li>8、《关于董事、高级管理人员薪酬方案的议案》</li> <li>9、《2024 年度内部控制自我评价报告》</li> <li>10、《2024 年度募集资金存放与使用情况的专项报告》</li> <li>11、《关于公司控股股东及其他关联方占用资金情况的议案》</li> <li>12、《关于拟续聘会计师事务所的议案》</li> <li>13、《关于 2025 年度委托理财及现金管理额度预计的议案》</li> <li>14、《关于 2025 年度外汇套期保值业务额度预计的议案》</li> <li>15、《关于 2025 年度为全资子公司提供担保额度预计的议案》</li> <li>16、《关于 2025 年度公司及全资子公司向银行申请授信额度的议案》</li> <li>17、《关于变更部分募投项目实施方式并调整内部投资结构的议案》</li> <li>18、《关于 2024 年限制性股票激励计划首次授予部分第一个归属期归属条件成就的议案》</li> <li>19、《关于调整 2024 年限制性股票激励计划首次及预留授予限制性股票授予价格的议案》</li> <li>20、《关于作废 2024 年限制性股票激励计划部分已授予尚未归属的限制性股票的议案》</li> <li>21、《关于补选第二届董事会非独立董事的议案》</li> <li>22、《关于提议召开 2024 年度股东大会的议案》</li> </ul>
第二届董事会第十五次会议	2025 年 8 月 26 日	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、《关于公司&lt;2025 年半年度报告全文及其摘要&gt;的议案》</li> <li>2、《关于公司&lt;2025 年半年度募集资金存放、管理与使用情况的专项报告&gt;的议案》</li> </ul>
第二届董事会第十六次会议	2025 年 9 月 5 日	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、《关于公司&lt;2025 年限制性股票激励计划（草案）&gt;及其摘要的议案》</li> <li>2、《关于公司&lt;2025 年限制性股票激励计划实施考核管理办法&gt;的议案》</li> <li>3、《关于提请股东大会授权董事会办理 2025 年限制性股票激励计划相关事宜的议案》</li> <li>4、《关于公司&lt;2025 年员工持股计划（草案）&gt;及其摘要的议案》</li> <li>5、《关于公司&lt;2025 年员工持股计划管理办法&gt;的议案》</li> <li>6、《关于提请股东大会授权董事会办理公司 2025 年员工持股计划相关事宜的议案》</li> <li>7、《关于提议召开 2025 年第一次临时股东大会的议案》</li> </ul>
第二届董事会第十七次会议	2025 年 9 月 29 日	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、《关于 2024 年限制性股票激励计划预留授予部分第一个归属期归属条件成就的议案》</li> <li>2、《关于调整 2024 年限制性股票激励计划首次及预留授予限制性股票授予价格的议案》</li> <li>3、《关于作废 2024 年限制性股票激励计划部分已授予尚未归属的限制性股票的议案》</li> <li>4、《关于调整 2025 年限制性股票激励计划授予激励对象名单及授予数量的议案》</li> <li>5、《关于向 2025 年限制性股票激励计划激励对象授予限制性股票的议案》</li> </ul>
第二届董事会第十八次会议	2025 年 10 月 27 日	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、《关于公司 2025 年第三季度报告的议案》</li> <li>2、《关于公司 2025 年前三季度利润分配预案的议案》</li> <li>3、《调整董事会成员、变更注册资本、修订&lt;公司章程&gt;及其附件并办理</li> </ul>

		工商变更登记的议案》 4、《关于修订并新增制定公司部分治理制度的议案》 5、《关于提议召开 2025 年第二次临时股东大会的议案》
第二届董事会第十 九次会议	2025 年 11 月 24 日	1、《关于调整公司第二届董事会提名委员会委员的议案》

## （二）董事会对股东（大）会决议的执行情况

2025 年度，公司共召开了 3 次股东（大）会，公司董事会根据《公司法》《证券法》等相关法律法规和《公司章程》的要求，严格按照股东（大）会的决议和授权，认真执行股东（大）会通过的各项决议，不存在重大事项未经股东（大）会审批的情形，也不存在先实施后审议的情形。

## （三）董事会下设的专门委员会的履职情况

### 1、审计委员会履职情况

2025 年度，董事会审计委员会严格按照相关法律法规及《公司章程》《审计委员会工作规则》的有关要求，认真履行职责，充分发挥了审核与监督作用，对公司的内部审计工作、财务报告、募集资金存放与使用、内部控制自我评价报告等进行了审议，并提交董事会审议，配合审计工作。

### 2、提名委员会履职情况

2025 年度，公司董事会提名委员会严格按照《公司章程》《提名委员会工作规则》的相关要求，以勤勉尽职的态度履行职责，对公司补选第二届董事会非独立董事等事项提出意见建议，依法履职尽责。

### 3、薪酬与考核委员会履职情况

2025 年度，薪酬与考核委员会对公司薪酬与考核制度执行情况及 2024 年限制性股票激励计划实施情况进行监督，对 2025 年限制性股票激励计划及 2025 年员工持股计划进行审核并发表意见，对 2026 年董事、高级管理人员的薪酬政策与方案提出意见建议。

### 4、战略委员会履职情况

2025 年度，公司战略委员会积极履行职责，对公司 2025 年海外市场环境发生变化下的业务发展情况进行了总结和复盘，就公司 2026 年的发展路径进行深入讨论及规划，对公司中长期战略给予合理建议。

## 5、独立董事履职情况

2025 年度，公司独立董事严格按照《上市公司独立董事管理办法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》等相关法律、法规、规章的规定和要求，独立、客观、公正地履行职责，出席和列席了报告期内历次董事会和股东大会，认真审阅相关议案资料并独立作出判断，根据相关规定对公司的重大事项召开了独立董事专门会议并发表独立意见，独立董事凭借自身专业知识和实务经验，为公司日常经营管理提供了指导意见，切实维护了公司及全体股东的利益。

## 三、2026 年度公司的经营计划

2026 年，公司将执行“欧洲全面扩张，北美聚焦增长，新兴市场快速突破”的战略增长组合。将公司的核心竞争优势升级至“供应链整合效率+全品类货盘矩阵+数字化组织力+多渠道生态位”的综合护城河体系。

### 1、欧洲市场：巩固优势，扩品提效，提升市占

欧洲市场作为公司核心战略根据地与主要利润来源，其领先地位正由传统的规模优势加速向“平台化生态能力”升级。2026 年，公司将围绕“全链条成本领先、继续拔高市占、平台合作深化、线下渠道试水”四大方向，持续巩固欧洲亚马逊家居垂类的市场龙头地位。

公司将依托既有仓网账号优势，深化前置仓网络布局。2026 年计划在推进德国中心仓分流及快递线路优化的基础上，优化多地仓网布局，进一步提升前置仓覆盖率，减少跨区二次中转，持续巩固大件尾程物流与履约时效的核心壁垒。

针对已布局但尚未登顶的品类，公司依托规模化成本优势，集中资源攻坚细分赛道头部位置，持续提升核心品类市占率与市场统治力。与此同时，稳步切入床垫、灯具等增量赛道，充分复用成熟品类的成功运营经验、大件物流优势、叠加与核心平台的深度合作模式开辟全新盈利增长点。

依托欧洲本土完善的仓配网络及全品类货盘能力，于欧洲三方平台，公司已具备综合解决方案的能力。2026年，公司将持续扩大与亚马逊VC (Vendor Central) 业务合作，构筑相对竞争对手的政策与成本壁垒。同时，以“货盘+履约”的能力，成为新进平台拓展欧洲家居品类的首选生态合作伙伴。

在线下渠道方面，在2025年成功切入欧洲7家大型KA商超渠道的基础上，2026年计划在西班牙落地首批品牌旗舰店，全面验证“店中店”等线下实体模式的可行性，推动品牌影响力从线上向线下延伸，实现从渠道销售向品牌心智体验的战略升级。

## 2、美国市场：收缩聚焦，深打头部，模式转变

面对北美市场因关税扰动及同质化竞争带来的压力，公司2026年将贯彻“收缩聚焦、提质增效”的方针，推动业务在局部优势品类上率先突破。

公司将以板材、铁木两大核心优势品类（如床、电视柜等）为战略基石，主动精简非核心SKU。前期通过营销投入抢占坑位，起量后依托规模效应与精细化运营实现盈利修复。同时，依托成熟的供应链能力，在成本约束下稳步拓展软包、家纺等品类，全新品类将严控冲盘规模，聚焦少数具备成本优势的核心Listing，集中资源提升攻坚成功率，高效打造新品增长引擎。

北美市场将大力推进销售模式转型，推动亚马逊SC向亚马逊VC模式转化，依托多仓直发高效获取自然流量。同时，全面推进VC核价机制的精细化管理控，将前端核价释放的空间转化为实质净利润。在供应链端，推动巩固对美供应链中国加东南亚的两地产能布局，建立灵活的两地发货机制对冲地缘政治风险，增强供应

链韧性。在渠道端，通过“一盘货高效上架”策略，积极拓展Wayfair、Walmart等优质三方平台，降低对单一平台的依赖，获取更多独家资源与盈利空间。

### 3、新兴市场：复用成熟优势，打造增长新引擎

2026年，公司将以墨西哥、巴西作为核心增量市场进行重点拓展，通过复用欧美市场的成熟经验，实现业绩的跨越式增长。公司将把在欧美市场验证成功的产品供给体系与成本优势直接平移至新兴市场。凭借同源化的设计逻辑与标准化的品质底座，快速填补当地线上家具家居品类的优质供给的空白，建立差异化竞争壁垒。

同时，公司将结合区域消费偏好与渠道特性进行精准布局。在墨西哥市场重点发力营销端加速市占率提升；在巴西市场以亚马逊及Mercado Libre为双主阵地，集中引入头部优势品类抢占市场份额，冲击细分赛道头部位置，推动新兴市场从单点突破转向规模增长。

### 4、加强AI应用：全链路技术赋能与一站式智能营销

数字化与AI应用是支撑公司全渠道、多品类、全球化布局的底层基础设施。2026年，公司计划推动核心业务流程实现AI赋能，并达成由管理层应用向下延伸至员工层100%全员技术赋能的目标。公司正积极筹建采用“IT+业务”双轮驱动模式的“AI试验田”机制，深化与字节跳动等头部科技企业的战略合作，持续引入前沿AI能力，赋能产供销全链路。

营销前台将全面落地全球多语言、多平台智能营销系统。深度集成智能价格监控、库存预警、广告自动投放以及涵盖文、图、视频的全链路AIGC生成流程，

实现一站式智能营销管理。同时，依托该系统沉淀“标准化销售方法论”，赋能多渠道拓展。

### 5、深化组织变革：产供销归一，构建“大中台+敏捷BU”生态

技术的深度落地必须依托组织架构的同频升级。报告期内，公司改变了产品、供应链、销售垂直管理的架构，全面推行产供销共背业绩指标的机制，确保各业务线利益绑定、目标统一。集团层面进一步完善以PLM（产品生命周期管理）为主线的主干系统建设，打破跨系统数据壁垒，全面实现产、供、销全链路的数据同源与可视，系统性拉升业务运转效率与决策精准度。

在集团“大中台”提供底层支撑与资源赋能的基础上，公司激活一线“敏捷BU”的决策权。集团层面输出统一的“一体化供应链平台（极致成本与高交付）”、“标准化销售方法论（多渠道打法沉淀）”及“智能化数据中台”三大底层能力共享。各BU则聚焦垂直赛道，深耕细分品类。通过这种“大中台”资源赋能与一线高效协同的有机结合，公司实现了全流程的高效协同和精细化运营，为整体业绩的长期可持续增长注入强劲动力。

致欧家居科技股份有限公司董事会

2026年4月29日