

证券代码:603833

证券简称:欧派家居

公告编号: 2026-044

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 年年度及 2026 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 2026 年 4 月 25 日、2026 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 2025 年年度报告》及《欧派家居 2026 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 2026 年 5 月 8 日 15:00-16:30 召开了“2025 年年度及 2026 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

2026 年 5 月 8 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 年年度及 2026 年第一季度业绩说明会”。公司董事长兼总裁姚良松先生、公司财务负责人赵莉莉女士、公司董事会秘书欧盈盈女士、独立董事李新全先生、鲁晓东先生、王卫先生出席了本次业绩说明会。公司就 2025 年度及 2026 年第一季度的经营情况、财务状况、行业发展及公司战略等问题与投资者进行互动交流和沟通，并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、2025年第四季度、2026年一季度毛利变动的主要原因是什么？2025年净利率下降的原因是什么？公司对2026年全年的毛利率和净利率走势有何展望？**

答：2025年第四季度毛利下降的主要原因是当期与大宗业务相关的订单全部实现结转，公司对大宗业务进行结算清算，导致同比毛利波动；2026年第一季度毛利率为35%，较2025年同期上升0.78个百分点，主要驱动因素一是2026年原材料价格较2025年年初处于低位，二是公司持续推行降本增效、提升生产效率的措施。

2025年毛利率提升但净利率下降主要有两方面原因：第一，当期收入规模绝对值下降对净利润的负面影响，无法被毛利率的提升完全抵消；第二，公司存在较多刚性固定成本费用，包括折旧摊销、办公运维、必要市场费用、客户服务及物流后勤费用等，这类费用无法随营收下降同步减少，营收下滑会削弱固定费用的摊薄效应，进而影响净利。

当前宏观消费需求疲软，房地产行业处于深度转型阶段，2026年一季度房地产开发投资、施工面积、新建商品房销售面积均同比下降，家居消费端景气度偏弱，会对公司营收造成一定影响；同时一季度PPI有所回暖，原材料成本存在上升趋势和风险，收入端和成本端的双重变化给2026年业绩带来较大不确定性。内部因素方面，若收入规模下降，固定成本费用的摊薄效应会进一步减弱，毛利率和净利率将承受一定压力。目前公司以再创业为奋斗目标，搭建开放共享的创新大平台，高效整合内外部资源、强化协同赋能，力争稳住盈利基本盘，但如果外部环境持续偏弱、材料价格上涨明显，仍将不可避免地对公司业绩产生不利影响。

**2、2025年经营现金流和合同负债减少、2026年一季度经营现金流下降的原因是什么？**

答：2025年经营活动现金流下降首先是受当期营收下降的直接影响；其次是2024年末受相关政策带动，公司收到的预收订单款项规模明显高于以往同期，2025年的收现和合同负债基数偏高。2026年一季度经营现金流下降，一是受营收下降影响，销售商品、提供劳务收到的现金同步减少；二是2025年一季度处于政策窗口期，市场需求旺盛，客户预收订单款项规模较高，同期收现基数偏大，而2026年同期没有相关政策带动影响，预收和回款回归常态化水平。

**3、公司整装大家居业务开展情况如何？该业务未来发展规划是怎样的？**

答：2025年公司整装大家居业务收入为32.8亿元，同比增长约5%，在行业整体偏弱、市场需求持续减少的背景下，整装业务依然保持稳健增长，在公司整体营收中的比重不断提升，已成为公司重要的业务组成，验证了公司在零售大家居、整装大家居方向的模式创新

与系统赋能效果。未来随着整装业务规模扩大、产品结构优化、全链条运营效率改善，整装板块有望持续增长，为公司整体稳健发展提供更有力的支撑。

#### **4、公司 2026 年的资本开支计划是怎样的？**

**答：**2026 年公司资本开支主要投向三个方向：一是黄边二期工程建设，二是现有厂房的升级改造，三是生产端的设备置换更新以提升生产效率，全年资本性开支预计约 1.4 亿元。公司会结合宏观经济走势、地产及家居行业发展趋势，以及自身经营现金流和经营发展需要，动态优化调整资本开支规模与投放进度，保障资本开支既支持经营发展，又具备投入效率。

#### **5、公司当前大家居战略的改革效果如何？**

**答：**公司已经开展多年的大家居配套改革是顺应行业生态变化的必要举措，当前改革已取得一定成效，若不推进改革，传统单一品类门店基本难以适应当下及未来的行业变迁。目前已有部分代理商经营状况良好，但也存在部分代理商无法适应业务转型要求的情况，行业客户量减少和生态内卷的压力仍在持续，改革还在动态推进过程中。

#### **6、公司提出的“再创业”改革如何定义？具体改革方向和组织架构调整措施有哪些？**

**答：**“再创业”改革是针对原内部配套的小品类事业部（如电器、家具、台面等）实施的核心管理团队持股市场化改革，通过成立合资子公司，取消内部保护政策，实现子公司与外部厂商全面市场化竞争。一方面提升了产品竞争力，降低了成本；另一方面也激发了团队积极性。目前，大部分相关子公司业务发展态势良好，正逐步为公司的整体业务稳定增长提供新的动能。此外改革也延伸至内部事业部和直营公司，激发公司内部各业务单元潜力。尽管公司 2026 年第一季度业绩表现依然承压，但改革成效已在团队凝聚力上有所体现，后续改革还将持续深化。

#### **7、公司如何判断家居行业后续的复苏趋势？会采取怎样的价格竞争策略？**

**答：**价格策略方面，公司正研究通过调整非市场化费用的投放机制（如点将、电商等），使其更进一步贴近市场实际需要，将费用效率释放的空间让利给终端。预计欧派主品牌毛利率基本保持稳定，通过市场化费用优化实现终端价格更贴合市场；铂尼思、欧铂尼等子品牌会适当降低利润水平，以抢占市场，整体不会进行单纯的价格战，而是通过机制改革实现价格调整。行业复苏方面，当前行业承压是多重因素共同作用的结果，并非通过价格手段就能直接化解，公司会持续通过改革优化自身竞争力，随时快速适应市场新变化。

#### **8、行业竞争激烈的背景下，公司如何保持领先的竞争优势？对行业未来趋势有何判**

## 断？2026 年公司的经营目标是什么？

答：竞争优势保持方面，公司将持续顺势优化改革：一是推进价格机制改革，让终端价格更贴近市场；二是精简优化集团职能部门架构，持续降低运营成本；三是攻关装修全流程 IT 工具，涵盖装修设计、施工单生成、报价、工地管理等环节，为代理商转型整装提供赋能。行业趋势方面，当前行业整体蛋糕萎缩，竞争加剧，预计不会出现快速回暖的情况，预计也不会出现加速恶化的情况。2026 年经营目标方面，争取公司全年业绩表现优于行业平均水平。

## 9、公司对国际化业务的长期规划是什么？当前海外业务的发展情况如何？

答：当前海外业务发展态势良好，是公司少数扩招人员的业务板块，且公司海外业务盈利质量较高，毛利率和净利率相较行业表现更为良好，发展较为良性。长期规划方面，海外业务扩张会以经济效益为核心，是否在海外建厂会充分核算成本，在达到规模临界点前优先从中国基地发货；市场拓展方面会平衡盈利和份额的关系，在保持稳健盈利的基础上，适当调整部分产品价格抢占市场，实现市占率稳步提升。

## 10、公司大宗业务后续发展前景如何？

答：大宗业务景气度与上游地产行业的景气度最为密切相关，当前增长压力较大，主要受今年以来民营房企新房精装修业务需求大幅萎缩、国有房企需求也未明显好转的影响。后续随着“好房子”政策、存量整改政策推进，叠加公司主动拓展各类非住宅工程渠道，调整价值体系和商业模式，后续业务表现会有所改善，但整体增长压力依然大于零售市场。目前大宗业务占公司营收比重约 15%左右。

## 11、公司下一阶段的改革重点聚焦在哪些方面？

答：公司改革是顺应市场变化的动态过程，当下没有固定的时间表，也没有固定的具体方向，公司会根据市场情况优化调整，动态发现问题、优化改革举措。

总的来说，即便当下来自外部的经营不确定性及压力依然客观存在，但公司稳健经营的基础没有改变，各业务板块经营风险可控，持续改革带来的积极成效也正逐步显现，未来，公司将进一步投身动态变革，积极应对市场变化，有信心能成为行业率先从经营泥淖中走出的企业。

## （二）线上文字互动环节

### 1、公司在高端化、智能化、套餐化、整装化等新趋势上的战略布局与落地节奏是什么？

答：2025 年度，公司聚焦于构建定位适配、风格统一、色彩协调、功能完备的一体化

家居新生态。研发体系从“定制+宅配”大家居 2.0 解决方案向“定制+宅配+电器+软装+硬装+智能化”融合的全案大家居 3.0 的升级转型。围绕颜值、品质、环保、智能化四大维度，全面提升全案系列产品的综合竞争力，构建了“零售”与“整装”并行的产品体系格局。与此同时，重构定制装修一体化设计，新增 3 大柜门墙对齐标准与 5 大设计原则；引入搭建柜顶地、水电隐蔽、新型标准装修材料三大定装衔接一体化系统；开发水电避让、定装衔接等 90 个定装一体化模块。

**2、定制家居行业从增量转向存量竞争，公司在存量房翻新、二手房改造、局改市场的布局与获客策略是什么？**

答：2025 年，公司全面转向构建主动、立体的“全域流量”获客体系，加强与电商、自媒体、地产中介、旧改等多渠道合作与激励。打造集团旧改战略品牌“青岚小筑”，通过社区化网络运营模式，创新“1+N”社区店模型（1 个区域运营中心+N 个社区小店），精准触达、快速响应，解决传统开店模式对存量需求客流获取成本高、响应慢的业务堵点，依托自研“智家云 2.0 定装一体”设计平台高效前置服务、锁定客户，并最终通过公司全国五大定制家居智能制造基地及全链路供应链赋能，能快速交付落地，化解客户对于旧改工期长、施工混乱、返工频繁的消费疑虑，公司已布局青岚小筑门店超 150 家。

**3、公司经销商、大宗、直营、海外四大渠道的发展情况与结构占比如何？各渠道面临的挑战及应对策略是什么？**

答：2025 年公司实现营业收入 172 亿元，渠道结构上以经销商专卖店为核心基本盘，该渠道主营业务收入占比接近 80%；大宗、直营及海外渠道合计贡献约 20% 营收。当前各渠道均面临行业需求疲软、市场竞争加剧等压力。公司将持续优化渠道结构，一方面深耕经销渠道、强化终端赋能与门店提质增效；另一方面稳健规范大宗业务准入风控，做精做强直营渠道运营，并积极拓展海外市场增量，通过多渠道协同发展，对冲行业周期压力，夯实长期经营韧性。

**4、如何平衡短期业绩压力与长期战略投入？资源分配的核心逻辑是什么？**

答：公司将秉持以短期经营韧性夯实长期发展底座、以长期战略投入引领发展的动态平衡逻辑，优先保障核心业务现金流安全，按既定节奏将资源精准投向决定未来的战略高地，在充分考虑全体股东权益的基础上，实现短期业绩与长期战略的协调统一。

**5、AI、数字化、智能制造在生产、设计、营销、服务等环节的应用进展如何？对运营效率与用户体验带来哪些实质提升？**

答：2025 年度，公司以数字化与 AI 深度融合为核心驱动力，赋能全业务链路升级提效，形成“全员协同、数据驱动、AI 赋能”新格局。同时智能制造转型升级，通过技术创新构建长期竞争优势，聚焦高品质智能制造升级，自动化设备占比持续提升，加工精度、制程质量损失同比大幅改善，跨工序设备连线改造和 PUR 封边胶全面应用等技术创新将带来长期竞争优势。2025 年度，数字化等方面的主要工作情况如下：一是智家云设计软件全面升级与全域落地推广，支撑从“单品类定制”到“全案大家居”的战略转型；二是率先打通并试点酷家乐设计生产一体化模式，落地整装渠道建库技术路线；三是 OPLINK 平台已在供应商、经销商体系推广实施，为泛欧派体系高效协同组织的搭建筑牢数字化基座；四是推进 AI 技术创新试点应用，聚焦 AI 出图、设计、客服等核心场景开展技术研发与试点验证，为未来 AI 技术全面赋能夯实基础。

### 三、其他事项

关于公司 2025 年年度及 2026 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

2026 年 5 月 12 日