

证券代码:603833

证券简称:欧派家居

公告编号:2024-037

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 2023 年年度及 2024 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”）分别于 2024 年 4 月 25 日、2024 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《公司 2023 年年度报告》及《2024 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 2024 年 4 月 30 日 15:00-16:30 召开了“2023 年年度及 2024 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

2024 年 4 月 30 日 15:00-16:30，公司通过全景路演（<http://rs.p5w.net>）以网络视频直播结合网络文字互动方式召开了“2023 年年度及 2024 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、独立董事江奇先生（其中，江奇先生采用了文字互动形式全程参与本次活动）出席了本次会议并与投资者进行了沟通交流。

二、投资者提出的主要问题及公司的回复情况

在本次说明会上，公司就投资者关心的问题给予了答复，并对相关问题进行了梳理，主要问题及答复如下：

（一）统一回复前期收集问题

1、公司报表中的短期借款规模较大，是出于怎样的业务考量？

答：公司短期借款主要是由于集团各子公司之间业务往来通过票据结算所形成。基于公司稳健的财务状况及良好的信誉度，多家银行与公司建立了长期紧密的合作关系；公司充分利用自身经营优势在合规、合法的前提下有效保障公司各类资金的收支使用和管理效率，从资金运转效率最大化综合考虑，通过现金管理等方式提高资金收益，为股东创造效益。

2、公司 2024 年的利润率有何展望？

答：2023 年，公司毛利率及净利润都呈现比较好的增长情况。考虑到目前家居行业生态极速变迁、终端客户家装家居消费习惯变化、理性消费崛起、竞争加剧及公司长期以来践行的树根文化，2024 年公司启用了更为灵活、更具竞争力的销售策略，让利于经销商及终端消费者，初步预计利润率较 2023 年将略有下降，但公司将会持续修炼内功，提升管理效率，强化向管理要效益，开展流程精细化管理，控本的同时降费，降低运营、管理成本，多维度对冲外部环境变化及公司阶段性营销策略实施给利润率所带来的不利影响。

3、公司在 2024 年还将通过哪些措施实现管理提升？

答：按 2024 年预算目标，管理费用增长率需要低于收入增长率的水平。公司在近年来持续开展全面的控本降费提效工作，积极成效不断呈现，集团各管理部门积极推行开源节流，提升效率，赋能业务，相信未来管理费用或仍有进一步改善空间。具体如下：1）组织结构与激励考核：通过动态管控、机构与人员精简、人才引进与发展赋能、业务赋能、目标与激励机制建设，绩效管理体系优化等方面进行创新改善，全面持续提升人效；2）推进与组织结构变革后相配套的制度与流程建设工作，从“定规划、建机制、赋能力”三方面完善基础建设，进行流程精细化管理，推动公司治理提质增效；3）完善费用管控体系：加强精细化管理,深挖降低成本费用空间,积极开展提质增效专项行动，提高管理水平和运营效率。

4、公司高度重视研发工作，研发费用的投入在未来有何规划？

答：2023 年公司研发费用投入 11.26 亿，较上年同期增长 0.27%，研发费用占收入比 4.94%。2023 年公司共获得国内外产品设计奖项 16 项；结合大家居战略，2023 年，公司研发大家居融合新品 17 套，从单品全面转向大家居空间研发。研发创新是公司持续发展的关键，未来公司会持续重视研发投入，使公司产品力始终处于定制家居行业的领先水平。预计随着收入规模扩大，研发费用率会有一定的下降，未来研发费用率预计在 4.5% 左右。公司响应国家工业 4.0 和工业 5.0 发展要求，所有的相关研发定位于工业智能化、网络信息化发展，实现生产过程自动化、智能化控制；公司坚持以绿色发展、健康家居为理念，推进数字化、智能化的绿色环保战略升级。在技术力量加持下，公司积极开拓绿色环保、节能减排的赛道，推动全产业链的绿色环保升级。2023 年公司在开展的研发项目有 312 个，公司拥有发明专利 30 项，其他各项目专利逾千项。

5、未来大家居的模式下，公司端还有哪些环节降本增效的空间？

答：在大家居战略的指引下，公司营销、制造、职能三大体系通力协同，全面推行改革优化，未来将通过：1) 营销组织变革，架构精简：公司由原来的以品类划分的营销事业部调整为按照区域划分的三大营销事业部，构建以城市为中心的经营模式，进行全品类、全渠道的统一管理，降低人工费用率，提升管理效率；实现总部与经销商对接更加高效、有序，减少区域管理的内耗，降低综合费用率、运营成本；2) 加快库存周转，减少资金占用：大家居模式下，通过对各品类、各渠道产品原材料的拉通，减少 SKU，提高原材料通用性，配套安全库存调整，VMI 模式的推进，加快库存周转，减少资金占用；3) 制造产线整合，资源高效利用：大家居模式下，公司已开启产线整合，各品类同质化订单柔性生产，提高材料利用率，促进成本下降；4) 推进交付改革，物流提效降本：以“完好、齐套、准时、低成本”为目标，通过城市干线整合、货运班车制、带托运输等措施，保障大家居交付，降低运损，提效降本；5) 持续质量改善，降低售后成本：生产端以区域基地化生产为抓手，持续推进产品质量改善，减少返工、遗留问题，降低售后成本。

(二) 互动问答

1、公司年度报告中制定 2024 年度的管理目标是出于怎样的研判、考量而制定的？

答：当下来看，作为房地产下游行业，公司所处行业的外部多重压力依然存在，公司的产品及服务有大宗改善型消费的属性，家居消费者的消费决策更趋于理性、慎重；同时，公司所处的行业生态正在发生“沧海桑田”式的快速变迁，原有消费者单品类购买家居产品的模式已经逐步快速变迁至一体化设计、一站式购买、一揽子搞定的大家居模式。2024 年的管理目标的制定与落地，主要考量为：1) 公司内部在 2023 年进行了一系列的大家居战略配套改革工作，成效喜人，加速了终端大家居模式的推行以及逐步落地，在去年已经开始尝试大家居模式的城市运营情况来看，未来可期；2) 公司 2024 年度目标的设定包含了一定的管理层面自我施压，虽有挑战，公司也将积极应对，全力以赴；3) 去年的上半年，在小阳春的影响之下基数偏高，但在公司大家居战略逐步有效推进落地的背景下，预计大家居所带来的向上拉力或在一定程度上克服甚至超越外部环境所带来的压力。

2、公司进入大家居深化改革阶段，目前的发展阶段如何？

答：2023 年，公司现有零售代理体系中，有超过一半已经开始了尝试大家居模式，运营状况也渐入佳境，公司的大家居战略得到了越来越多的零售代理商积极响应、参与。然而大家居模式的顺畅运行，给代理商、公司总部提出了更高的要求，公司将积极投身变革，加大对终端的赋能、引导，强化终端大家居模式之下各项必备能力的打造、强化，特别是信息化方面，公司是行业内率先打通全品类信息化企业之一，今年，将立足于已经具备并打通的信息化软件基础，全面向大家居方向升级迭代，适配不同终端业务形态的需求，打造更流畅、成本更可控、损耗更低、效率更高的领先于行业整体水平的信息化能力。

3、公司如何对待整装业务未来的发展？

答：整装大家居是公司攀越大家居之巅的其中一条重要路径，另一条路径则是通过零售大家居模式开展与家装、整装公司的合作，蝌蚪式的迭变实现加速登顶，无论是哪条路径，均与家装、整装行业密切相关。公司旗下除欧派品牌以外，还拥有铂尼思、欧铂丽、欧铂尼等已经具备一定销售规模的细分领域市场子品牌，各个品牌、各个品类的规模化效率、成本优势将越发凸显，今年公司还将进一步加大对于品牌宣传推广的力度，强化公司各品牌在大家居领域的消费者认知，采取更加灵动的销售策略，惠及终端经营者及消费者，积极拥抱行业变迁，并在变迁中筑稳、筑牢公司的竞争优势，与各合作方实现更长远的共赢。

4、公司对于海外业务有哪些布局考虑？

答：公司设立了专门的事业部门负责海外业务拓展，2023 年度的海外业务收入规模大概是 3 亿左右，虽实现了超 40% 的高速增长，对于整体的拉动仍比较有限。基于定制家居产品及服务的特性，目前产品在国内生产，但发往海外销售的模式由于环节众多，对于运营的要求比较高，另不同海外地区对于产品的需求也不尽相同，公司将持续关注海外业务的发展机会，积极尝试，逐步试点，稳健运营，当下以培育为主。

5、零售体系大家居的远期目标是什么？

答：大家居的销售模式相较于传统的单品类销售模式从长远来看具备明显的优势，但也给公司、公司经销商提出了更高的运营管理要求。公司将坚定推行大家居的战略部署，当下正处于全面推行落地的切换阶段。我国幅员辽阔，不同地区不同城市的经济形态、市场容量、家居消费者的消费习惯等都有显著的地区性差异。基于此，公司的大家居战略要在每个终端城市有所斩获，需采取为灵动的“以城市为中心”的一城一策经营策略，根据每一个城市的实际情况优化布局，强化、补齐大家居运营必备能力，相信公司的大家居之路将越走越顺，越走越宽。

特此公告。

欧派家居集团股份有限公司董事会

2024 年 5 月 7 日