

欧派家居集团股份有限公司

投资者交流活动会议纪要

一、基本情况

1、时间：2024年10月30日 15:15-16:15

2、地点：广州市白云区广花三路366号欧派家居总部

3、公司参与人员：财务负责人王欢、董事会秘书欧盈盈、投资者关系负责人任才

4、会议形式：电话会议

5、参会投资者：国泰君安证券、申万宏源证券、长江证券、广发证券、浙商证券、国海证券、国盛证券、兴业证券、花旗银行、广发基金、易方达基金、浙商基金、华安基金、富国基金等200余位投资者。

二、2024年前三季度经营情况介绍

受外部市场环境以及公司渠道变革等多方面因素影响，2024年1-9月，公司实现营业收入139亿元，同比下滑16.21%，单三季度营收同比下滑21%。

面对困难的市场环境，公司持续内部挖潜，降低各类经营成本，二季度开始进一步强化各类成本费用管控，进一步深化供应链改革、自动化、产品改革、质量改革及交付改革，降低公司生产成本。综合来看，各类措施的积极成果在今年三季度有比较明显的体现，公司主营业务毛利率、净利率均实现稳中有升，销售毛利率35.54%，同比提升1.55个百分点；销售净利率14.66%，同比提升0.76个百分点。单三季度，在满足前端市场需求的情况下，公司销售费用和研发费用的整体控制幅度优于营业收入的变动幅度。具体来看：

1、今年第三季度，公司延续上半年制定的经营和战略方针，坚持大家居发展战略，持续深化一城一策，分步推进，逐项改革、市场主导的经营方针，沉着应对市场变化，积极响应政府厂商让利和消费补贴措施，助力经销商接单、抢单。一方面，全面制度性减负措施逐步落地，降低经销商经营成本，今年前三季度经销商动态优化减少实体店面536家；另一方面，积极鼓励经销商转型，挺进大家

居，截止 2024 年 9 月 30 日，公司大家居门店接近 930 家，有部分城市经销商的运营生态慢慢步入轨道，较好地适应了行业生态变化。

2、从资本开支情况看，今年以来，公司进一步加强投资项目的决策流程管理，严控重大资本开支，更关注对项目效益考核；从现金流量表看，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金逐季减少。

与此同时，公司董事会着眼于可持续发展，贯彻“以投资者为本”的发展理念，提出《未来三年分红回报规划》，未来三年（2024 年-2026 年）原则上每年派发现金红利合计不低于人民币 15 亿元。公司是行业内首家提出年度固定分红金额的上市公司。

3、多措并举夯实公司的资金实力，提高公司的抗风险水平，利用好公司优质的信用能力，在保证公司资金安全性的前提下，灵活稳健使用资金，增厚股东收益，截止 2024 年 9 月 30 日，公司可用资金规模在行业内位居首位，2024 年前三季度，公司实现利息收入 4.10 亿元。

4、欧派广州分公司作为零售大家居的探路者和先行兵，前三季度实现营业收入 5.28 亿元，在市场困难局面下，仍然实现正增长，业务规模在广州区域保持前列。

展望四季度，公司将按照年初制定的各项战略方针，巩固前期开展的各类改革事项，深化考核体系、基地市场化改革的应用和落地，为明年的经营业绩打下基础。千淘万漉虽辛苦，吹尽狂沙始到金。面对凄风惨雨，欧派人义无反顾在大家居之路攀岩前行。

三、交流情况

（一）统一回复前期收集问题

1、在三季度收入下滑的情况下，三季度毛利还有所大幅提升，是什么原因所带动的？

答：公司前三季度实现收入 138.79 亿，同比下降 16.21%，毛利率 35.54%，同比上升 1.55%，收入同比下降，但是多品类、多渠道毛利率提升的主要原因：一是集团集中采购优势凸显，采购成本持续优化；二是产品结构影响；三是动态优化制造成本，提高生产效能，信息化、精细化管理、大供应链改革初见成效；四是公司持续向内要效益，通过交付改革、设备升级、工艺改善等途径多维度降

本增效。

2、今年二季度以来各地以旧换新、消费补贴政策出台，公司对 2024 年全年度的业绩预期是怎样的？

答：二季度以来以旧换新、消费补贴等政策的出台，一定程度上刺激了市场消费。从相关政策落地实施后市场终端的反馈来看，效果还是比较不错的。虽然上述的刺激消费的政策落地，预计会给行业景气度带来一定程度的提振，但全年度的业绩压力依然客观存在，针对该情况，公司将通过发挥集中采购优势、优化产品结构、精细化管理、内部经营改革等综合措施降低运营成本。

3、对于 2024 年度的信用减值有怎样的预期？会不会有重大影响

答：信用减值损失规模主要是受应收大宗客户账款影响，公司对于大宗业务的首要考虑因素是风险控制，选择优质客户，确保应收账款回款风险整体可控。对于坏账计提公司严守谨慎性原则，公司根据《企业会计准则》和公司会计政策的相关规定，计提相应的减值损失，。

4、对于 2025 年有怎样的财务预期，包括资本开支、各项费用的投放策略

答：2025 年公司资本支出主要集中于武汉基地、黄边项目、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更新购置项目，公司会根据经济发展情况、房地产市场行情情况及自身实际经营情况，适时动态调整资本开支进度，提供更高质、高性价比的产品至终端市场。

2025 年公司将继续坚守大家居战略，稳步推进大家居渠道转型，保持对品牌的战略投入，打造产品+服务的大家居品牌。根据国家统计局数据显示，按照近些年房地产施工、竣工情况看，明年定制家居行业依然有可能会面临较大的挑战，但公司会坚持深化内部改革，持续推进交付、质量、研发、大供应链体系改造，开展流程精细化管理，多维度降本增效，向内求效益，降低运营管理成本，将运营成效释放终端，让利经销商和消费者。

（二）互动问答

1、公司 10 月以来以旧换新政策实施效果如何？

答：今年下半年以来，各地政府陆续推出了各类家居消费、以旧换新的优惠

补贴政策，公司将持续响应政府号召，积极配合各项有利于公司销售增长，让利消费者的政策实施落地。

2、对于整装渠道业务如何展望？

答：公司是行业内最早启动整装渠道业务的公司之一，通过 6 年时间与合作伙伴的合作磨合，公司对整装业务的渠道需求痛点了解得更为深入，未来，公司将持续稳步拓展整装渠道业务，积极赋能整装渠道合作伙伴，将公司的渠道销售能力、信息化管理能力、大家居销售能力充分与合作伙伴共享。

3、报告期内公司的门店数量有所减少，原因是什么？

答：从去年公司的各项改革工作启动推进以来，为了配合终端逐步过渡到大家居经营业态，公司积极引导、鼓励代理商持续动态优化原有的相对低效率的单品类销售门店，一方面控制经营成本，另一方面集中资源转型过渡到大家居新型门店业态中，公司同步也降低了相应的考核力度，从管理制度上为代理商松绑，虽整体门店的数量有所减少，但能降低经销商经营成本，提升终端经营质量。

4、组织架构改革进展和成果如何？

答：去年年中启动的组织架构改革至今已近一年半的时间，虽改革的进程比我们预想的难度更大，但我们认为，本次改革已经取得了阶段性的成果，本次改革的及时性、必要性也逐步得到验证。未来公司将继续保持既定的改革方针理念并持续推进，协助并赋能终端顺利逐步完成大家居业务的布局，开辟新的业务增长路径。