

## 喜临门家具股份有限公司

### 关于 2025 年第三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。

#### ● 前瞻性陈述的风险提示:

本次会议交流中涉及的未来计划、市场发展战略、市场预测等前瞻性陈述不构成本公司对投资者的实质承诺，投资者及相关人士均应当对此保持足够的风险认识，并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异，注意投资风险。

喜临门家具股份有限公司（以下简称“公司”）于 2025 年 11 月 21 日 9:00-10:00 在上海证券交易所上证路演中心 (<http://roadshow.sseinfo.com/>) 以网络互动方式召开了 2025 年第三季度业绩说明会。现将本次业绩说明会召开情况公告如下：

#### 一、 业绩说明会召开情况

公司于 2025 年 10 月 30 日在上海证券交易所网站 ([www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn)) 和《中国证券报》《上海证券报》《证券时报》《证券日报》披露了《关于召开 2025 年第三季度业绩说明会的公告》（公告编号：2025-053）。

2025 年 11 月 21 日上午 9:00-10:00，公司在上海证券交易所上证路演中心 (<http://roadshow.sseinfo.com/>) 以网络互动方式召开业绩说明会。公司总裁陈一铖先生、董事会秘书沈洁女士、财务总监张冬云先生、独立董事王光昌先生出席了本次业绩说明会，就公司 2025 年第三季度的经营成果及财务状况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了回复。

#### 二、 投资者提出的主要问题及公司的回复情况

在本次业绩说明会上，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：

**问题 1、公司在智能床垫的发展策略是什么？目前的市场接受度和技术门槛如何？**

答：1、**发展策略**：实施“高低并行”产品矩阵战略：高端旗舰产品搭载完整 AI 智能系统，构建技术标杆与品牌势能；普及款产品通过智能功能模块化拆分，满足消费者的差异化需求。随着规模化生产带来的成本优化与技术迭代加速，产品价格将呈现阶梯式下探，逐步实现从技术尝鲜市场向主流大众市场的渗透，同步完成用户行为数据积累与模型训练闭环。

2、**市场与需求**：用户对智能功能的接受度在提升。软硬可调、加热通风以及按摩功能等均有可能成为用户付费决策的核心驱动因素。具备主动干预、自适应调节的 AI 智能床垫，是未来发展方向，目前处于技术起步与市场教育阶段。

3、**技术门槛与投入**：门槛较高：AI 床垫并非简单“床垫插电”，涉及硬件、软件、算法和新的产品标准的全链条融合，需长期技术积累与持续研发投入。随着技术门槛的持续提升，行业将加速洗牌，中小厂商因缺乏技术沉淀与资源整合能力逐步退出，头部企业将占据主导地位。核心自研：公司以自研“空气弹簧”技术为核心支撑，构建了智能床垫的自适应调节能力，形成核心专利技术壁垒；随着规模扩大，公司会逐步增强对整个供应链的掌控能力。

**问题 2、开场提到“从传统家具制造商向科技型睡眠解决方案供应商的战略转型”，目前具体的业务布局是什么？公司主要的业务分类是什么样的？另外看到投资性现金流连续三年前三季度累计都是净流出 2-3 亿元的规模，具体投资了哪些方面？**

答：1、**公司主要业务分类**：

- (1) 零售业务：涵盖线下加盟商渠道与线上电商渠道，直面终端消费者；
- (2) 大宗业务：包括国内外代工合作、酒店工程类项目合作，聚焦 B 端客户需求。

2、**业务布局重点**：公司扎实巩固床垫主业根基，通过持续技术创新推出 AI 智能床垫及配套产品，集成感应监测、气动支撑和决策控制系统，实现从“被动承托”到“主动管理”的功能跃升，目前已布局旗舰产品 aise 宝寐系列和大众普及款 AI 净眠 E 系列。渠道上采用“线下专卖店+线上主流平台”的 1+N 全渠道体系，并加速下沉市场分销网点建设，同时通过智能客服、门店选床系统等数

字化工具提升消费者体验。

**3、投资活动产生的现金流量：**2023–2025 年前三季度，公司投资活动现金流出主要系新增产能布局及智能化升级相关投入，具体包括北方、江西、河南等多个生产基地厂房及设备投入，以及河南基地的智能化改造升级项目投建支出。

**问题 3、公司电商业务今年增长强劲，尤其是在双十一期间，请问其核心驱动力是什么？**

答：公司电商业务凭借用户洞察与产品策略上的核心能力以及精细化商品策略，叠加“国补”政策的助推，前三季度实现超 30%的高速增长。具体表现为：

**1、渠道协同：**公司通过深度运营天猫、京东等成熟平台，同时加大在抖音、小红书等新兴内容渠道的布局，形成“直播带货+短视频种草+会员私域”一体化模式，精准触达消费人群，显著提升品牌渗透率与复购率。线上线下协同效应不断增强，为自主品牌的持续扩张与长期成长注入强劲动力。

**2、用户需求驱动：**用户分层与需求挖掘：通过大量的用户调研和数据分析，对不同消费群体进行分层，并针对其特定需求进行产品开发。产品上探与价值提升：针对用户需求推出被用户认可的“高价值”产品；同时，电商渠道也上线了高价位段产品和智能床垫产品，这使得电商业绩增长的同时，利润也得以提升。

**3、精细化产品策略及售后服务：**通过分价位段精细化运营驱动市场份额提升，打造软床、沙发、家纺等多品类爆款实现跨品类连带销售增长。服务体验促进复购：电商透明、标准的退换货服务以及售后服务，形成了强大的用户体验优势，积累了用户口碑和复购。

**4、“国补”是加速器：**我们将“国补”视为电商业务增长的“加速器”，而非根本依赖。我们的底层业务逻辑是，即使在没有任何补贴的情况下，电商业务也必须具备独立增长的能力。

**问题 4、中美关系波动背景下，公司业务是否受到影响？**

答：公司当前对美业务主要有：跨境电商及小量 OEM 业务，占公司总业务不足 5%，对公司整体经营影响有限。在品类布局上，公司精准聚焦反倾销类目之外的高潜力产品，核心包括薄垫、沙发、床托等，通过差异化品类选择规避贸易政策风险，稳步拓展美国市场份额。

**问题 5、请问公司未来在提升利润方面有何规划和动作？**

答：公司将从“规模降本、结构提利、费用增效”三大维度推进系统性

规划，具体动作如下：

**1、强化规模效应，摊薄单位成本：**聚焦整体业绩提升，通过扩大市场份额、优化产能利用效率，充分释放规模效应优势，持续降低单位生产成本与运营成本，夯实利润基础。

**2、优化业务结构，提升高毛利占比：**重点加大自主品牌业务（含线上线下零售板块）的拓展力度，稳步提升其在整体业务中的占比，通过业务结构的优化升级，拉升整体盈利水平。

**3、结构性优化销售费用，提升费效比：**逐步缩减传统广告投入，将资源向效果营销领域倾斜。通过精准聚焦高转化场景与渠道，实现营销费用与业务转化的直接挂钩，实现销售费用 ROI 的持续提升。

关于本次公司 2025 年第三季度业绩说明会的召开情况及主要内容，详见上证路演中心 (<http://roadshow.sseinfo.com/>)，请广大投资者注意投资风险。公司在此对关注和支持公司发展并积极提出建议的投资者表示衷心感谢！后续欢迎大家继续通过电话、邮件、上海证券交易所 E 互动平台等方式与公司进行交流。

特此公告。

喜临门家具股份有限公司董事会

二〇二五年十一月二十二日