

证券代码：603801
债券代码：113693

证券简称：志邦家居
债券简称：志邦转债

公告编号：2025-087

志邦家居股份有限公司

关于 2025 年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个别及连带责任。

志邦家居股份有限公司（以下简称“公司”）于 2025 年 10 月 31 日在《证券日报》《证券时报》《上海证券报》和上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）上披露了公司《2025 年三季度报告》。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 2025 年 11 月 25 日召开了“2025 年三季度业绩说明会”。现将会议召开情况公告如下：

一、业绩说明会召开基本情况

公司于 2025 年 10 月 31 日在上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)和《证券日报》《证券时报》《上海证券报》披露了公司《2025 年三季度报告》。

2025 年 11 月 25 日 15:00-16:00，公司通过价值在线(www.ir-online.cn)以视频直播和网络互动方式召开了“2025 年三季度业绩说明会”。公司董事长孙志勇先生、董事会秘书兼财务总监孙娟女士、独立董事徐欢生先生出席了本次会议，与投资者进行互动交流，并就投资者普遍关注的问题进行了回答。

二、投资者提出的主要问题及公司回复情况

在本次说明会上，公司对预征集问题及网络文字互动的问题给予了答复，主要问题及答复如下：

问题 1：行业传统业务普遍承压，公司在产品力、渠道开拓、品牌推广、数字化等方面有哪些能够在未来提升公司核心竞争力的创新举措？

答：产品力方面，当前家居行业市场已从增量市场转向存量市场，消费者总体需求减少。近期公司已着手重新规划产品体系，提升产品竞争力。本次产品规

划一方面要遵循整家一体化的战略，要有完整的产品品类以提供整家一体化解决方案；另一方面要体现产品的独特性，让产品更有魅力。真正在行业不景气的环境下凸显出产品力，回归到产品本身、客户价值本身。产品力构建时，一是要把衣柜、橱柜作为双核心品类带动全品类的发展，包括软体家居、木门墙板、门窗等产品；二是要基于渠道的细分精准匹配产品，因为不同渠道的客户群体不同，如整装渠道客户需求是快捷且性价比高的产品，个性化家装公司客户需求是高档且柔性化更强的产品等等，因此要以更精准的适配产品用于满足细分渠道的客户需求。另外，当前产品正向简约、现代风格发展，客户关注点从价格和材质开始转向实用性和功能性，因此公司在产品力构建上更加注重产品的便利性和实用性。

渠道开拓方面，一是家装渠道，很多消费者选择公司产品前首先选定了家装公司，我们要在与传统的家装公司合作的同时更加注重与新型家装公司的合作，因为新型的家装公司代表着家装行业的变化和未来发展趋势，有数字化平台和线上运营能力的新型家装公司将是我们的重点合作对象。所以在家装渠道开拓上要选择好家装公司，关注运营风险，作为我们在家装渠道突破的重点。二是线上渠道，公司努力实现定制产品在线上渠道闭环销售，标品化销售定制产品，即根据可选择的尺寸和颜色等做出价格确定的产品并在线上实现销售闭环。

在当前阶段，数字化对于提高运营效率、沉淀企业流程及分析产品结构、渠道结构等具有重要意义。公司将通过数字化手段优化现有结构性机会，分析利润产品和跑量产品，以期尽快反映运营效率和成果。公司会打好数字化运营的基础，为下一阶段的发展做准备。

品牌推广方面，互联网时代品牌推广不再局限于传统推广，而是通过线上推广达到销售产品和品牌推广相结合的目的。线上推广的特征明显，口碑评价好的品牌更易被客户信任。公司未来会把做好客户服务、形成口碑效应作为品牌推广的重点方向。

问题 2：公司前三季度经营性现金流净额同比下滑的主要原因是什么，公司有何改善措施？

答：公司前三季度经营性现金流净额同比下滑主要是受外部市场环境与公司

内部主动战略调整共同作用的结果。受整体市场需求疲软及行业竞争加剧影响，公司零售业务收入有所下滑。同时，公司今年基于去风险化主动收缩了大宗业务规模，这两部分业务的下滑和收缩直接影响了销售回款总额。另外叠加应收账款回款速度放慢和毛利率下降的间接影响了现金生成能力。

公司高度重视现金流管理，在业务方面，持续优化大宗业务客户结构，主动收缩高风险地产项目，积极开拓保障性住房、企业公寓、学校宿舍等支付能力更有保障的创新业务领域；深化整家战略，针对存量房市场推动老房改造和局部更新业务，同时加速拓展回款周期相对稳定、增长迅速的海外市场。在财务管理方面，强化预算与资金管理，加强合同审核与履约管理，加强资金均衡高效回笼；最后，公司将持续推进数字化、智能化转型，通过信息化系统优化贯穿研发、设计、生产、营销、服务的全流程运营，提升决策效率和资源利用效率。

公司将通过专项部署、考核强关联和业务转型等多措并举，为公司稳健经营和高质量发展提供坚实保障。

问题 3：请问公司零售业务在新零售和新媒体等渠道方面有什么创新举措，这些措施在定制家居行业开展效果如何？

答：公司在新媒体营销方面，借助 AI 赋能内容矩阵，提升曝光与互动。公司重点布局小红书、抖音等社交平台，通过短视频、图文种草、直播等形式打造品牌内容矩阵，增加话题曝光度。借助 AI 技术赋能终端内容创作，实现各城市门店海量内容的标准化输出。通过 AI 设计、AI 客服等功能，提升内容生产效率和个性化水平，品牌相关话题播放量持续创新高。线上全渠道线索引流，深耕货架电商、全域直播，形成总部和经销商直播矩阵。

在新零售模式上，轻定制品类与数字化整合，优化体验与效率。与天猫联合推出“轻定制”新品类，聚焦存量房焕新需求，填补了标准化产品与传统重定制之间的空白。该模式融合成品家具的交付效率与定制家具的个性化优势，通过模块化设计、数据驱动和柔性供应链，实现快速交付和更具性价比的价格，精准满足年轻消费者“恰到好处的个性化”需求。同时在组织上适配新零售的能力建设，终端团队结构向“销售顾问+设计师+安装师”转型，强化全案设计与服务能力。

本次说明会具体情况详见价值在线(www.ir-online.cn), 公司有关信息以公司在指定信息披露媒体《证券时报》《证券日报》《上海证券报》及上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)刊登的公告为准, 敬请广大投资者注意投资风险。在此, 公司衷心感谢长期以来关心和支持公司发展的广大投资者, 欢迎继续通过上证 E 互动、投资者电话等方式与公司互动交流!

特此公告。

志邦家居股份有限公司董事会

2025 年 11 月 25 日