

国泰海通证券股份有限公司
关于欧派家居集团股份有限公司
变更募投项目暨调整相关募投项目资产用途的核查意见

国泰海通证券股份有限公司（以下简称“国泰海通”或“保荐机构”）作为欧派家居集团股份有限公司（以下简称“欧派家居”或“公司”）2022年公开发行可转换公司债券的保荐机构，根据《证券发行上市保荐业务管理办法》《上市公司募集资金监管规则》《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第11号——持续督导》等有关规定，对欧派家居变更募投项目暨调整相关募投项目资产用途事项进行了审慎核查，具体核查情况如下：

一、变更募集资金投资项目的概述

（一）募集资金基本情况

经中国证券监督管理委员会《关于核准欧派家居集团股份有限公司公开发行可转换公司债券的批复》（证监许可【2022】1328号）核准，公司向社会公开发行可转换公司债券2,000万张，每张面值100元，按面值发行，募集资金总额为人民币200,000万元。经华兴会计师事务所（特殊普通合伙）“华兴验字[2022]21010220082号”《验资报告》审验，截至2022年8月11日止，公司募集资金总额为人民币200,000万元，扣除发行承销费500万元后，收到募集资金为199,500万元。

募集资金投资项目基本情况表

单位：万元

发行名称	2022年公司公开发行可转换公司债券
募集资金总额	200,000
募集资金净额	199,500
募集资金到账时间	2022年8月11日
涉及变更投向的总金额	32,028.43
涉及变更投向的总	16.01%

发行名称	2022 年公司公开发行可转换公司债券
金额占比	
改变募集资金用途 类型	<input type="checkbox"/> 改变募集资金投向 <input type="checkbox"/> 改变募集资金金额 <input type="checkbox"/> 取消或者终止募集资金投资项目 <input type="checkbox"/> 改变募集资金投资项目实施主体 <input type="checkbox"/> 改变募集资金投资项目实施方式 <input checked="" type="checkbox"/> 实施新项目 <input type="checkbox"/> 永久补充流动资金 <input type="checkbox"/> 其他: _____

(二) 拟变更募集资金投资项目的情况

变更募集资金投资项目情况表

单位：万元

变更前募投项目							变更后募投项目								
募集资金发行名称	项目名称	实施主体	实施地点	项目总投资额	募集资金承诺投资总额	拟投入募集资金总额	截至 2025 年 11 月已投入金额	是否已变更募投项目，含部分变更(如有)	募集资金发行名称	项目名称	实施主体	实施地点	项目拟投入总金额	拟投入募集资金金额	是否构成关联交易
2022 年公司公开发行可转换公司债券	欧派家居智能制造（武汉）项目	武汉欧派智能家居有限公司	武汉市蔡甸区	250,000.00	200,000.00	199,500.00	170,814.50	否	2022 年公司公开发行可转换公司债券	数智化赋能升级项目	见“三、新增部分募集资金投资项目的具体情况”	17,004.74	12,103.44	否	
										交付自动化升级项目		11,074.99	11,074.99	否	
										新媒体运营及品牌强化项目		8,850.00	8,850.00	否	

二、变更募集资金投资项目的具体原因

（一）原项目计划投资和实际投资情况

1、原项目计划投资情况

“欧派家居智能制造（武汉）项目”拟于武汉市蔡甸区投资建设“欧派家居华中智能制造基地”，新建厨柜、衣柜、木门、卫浴等智能家居全品类生产线及配套设施。本项目投资总额为 250,000.00 万元，其中 200,000.00 万元以募集资金投入，调整后的募集资金投资金额为 199,500.00 万元。本项目达产后预计所得税后财务内部收益率为 23.67%，投资回收期为 5.58 年。项目实施后，公司将进一步完善在全国、全品类生产基地的战略布局，缩小区域服务半径，降低长距离运输成本，提高公司产品的价格竞争力，提升服务质量和消费者体验。

2、原项目实际投资情况

根据公司《公开发行可转换公司债券募集说明书》披露的募集资金用途，截至 2025 年 11 月 30 日，欧派家居智能制造（武汉）项目累计已投入募集资金金额 170,814.50 万元，资金投资进度为 85.62%，2025 年 12 月已支付及后续待支付的募投项目资金为 2,551 万元，剩余的募集资金余额约为 32,028.43 万元。目前该项目建安工程已全部完成，主要产品产线已经投产运营，尚未使用部分募集资金为原计划的设备购置款，后续将根据公司生产经营管理需要，以自有资金分步实施。

（二）变更募集资金投资项目的具体原因

1、市场环境发生重大变化，行业增长不及预期

自 2015 年起，定制家居行业步入高速发展期，2015 年至 2021 年公司营业收入复合增长率达到 24.06%，快速的业绩增长使得公司产能利用率持续处于高位，产能需求旺盛，各生产基地均面临较大的产能压力。为配合“大家居”战略的实施并满足旺盛的市场需求，2020-2021 年，公司综合考虑了当时市场环境、行业发展趋势及公司实际情况等因素，经过充分论证制定了“欧派家居智能制造（武汉）项目”投资计划。

然而，在募投项目建设过程中，受宏观环境变化和行业周期波动的影响，国

内定制家居行业面临需求疲软、供求结构变化、竞争加剧等多重挑战，行业企业普遍面临较大的经营压力，市场环境发生重大变化。受此影响，募投项目实际订单需求未达到募投项目投资计划预期，公司原有的募投项目产能投建计划面临不确定性。

2025 年以来，尽管公司已积极推行多项改革举措，但盈利能力仍承受一定压力。在当前市场环境下，若继续推进欧派家居智能制造（武汉）项目，可能拉低公司整体产能利用率，增加固定资产折旧等，不利于募集资金的有效使用和资源的合理配置。

2、公司产能布局已能满足目前经营发展的需求

近年来，工业自动化、智能化、数字化技术得到了极大应用和推广。公司顺应现代制造业发展潮流，着眼欧派制造 2025 大格局，持续推动主要产品生产工序的自动化设备技术迭代与推广应用，加速制造体系的自动化、智能化升级改造。

随着公司各基地智能工厂的落地及持续升级，公司主要生产基地在人均效能、产品的稳定性、可靠性、生产效率等核心指标上，较武汉募投项目建设前实现显著提升。与此同时，欧派家居智能制造（武汉）项目稳步推进，主要产品生产线已投入实际生产运营，公司整体产能布局已满足现阶段的业务发展需求，并为订单适度增长预留了产能空间。

在此背景下，公司结合业务发展的实际节奏，对募投项目的实施进度进行了动态跟踪和适时调整。经公司 2025 年第四次临时股东会决议批准，为提升募投项目场地使用效率，在满足当前订单需求的情况下，公司暂时将部分闲置场地以市场价对外出租，拟临时出租的厂房面积共计不超过 2.6 万平方米（含），拟对外租赁期限为不超过 12 个月（含）。

综上所述，经对市场环境、客户需求、公司产能布局及未来战略进行全面评估，公司认为欧派家居智能制造（武汉）项目当前面临的市场环境与项目规划时相比，已发生重大变化，因剩余募集资金投向主要为“设备购置及安装”，若继续实施原项目，可能导致公司整体产能利用率下降，不利于募集资金的高效利用及资源的有效配置。

为保护全体投资者利益，优化资源配置，经审慎研究决定，公司拟变更募集资金投资项目。后续公司将紧密跟踪市场动态及公司战略布局推进情况，若市场

环境或大家居业务等出现积极变化，公司将运用自有资金推进欧派家居智能制造（武汉）项目的后续投资建设，确保产能的合理扩充。

（三）剩余募集资金的安排

为提高募集资金使用效率，公司拟将剩余募集资金 32,028.43 万元（最终金额以结转时募集资金账户实际余额为准）用于新增募投项目的建设使用。具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟以募集资金投入金额	自有资金投入金额
1	数智化赋能升级项目	17,004.74	12,103.44	4,901.30
2	交付自动化升级项目	11,074.99	11,074.99	/
3	新媒体运营及品牌强化项目	8,850.00	8,850.00	/
合计		36,929.73	32,028.43	4,901.30

三、新增部分募集资金投资项目的具体情况

（一）数智化赋能升级项目

1、项目名称

数智化赋能升级项目

2、项目实施主体

欧派家居集团股份有限公司

3、项目实施地点

广东省广州市白云区，本项目在公司现有场地实施建设，不涉及新增场地的情况。

4、项目建设内容

公司基于在家居制造与营销领域的信息化实践经验，围绕智能制造、数字营销、职能支持三大方向，系统规划并推进多项信息化能力建设，旨在提升运营效率与市场响应能力。具体建设内容如下：

在智能制造及职能支持方面，公司致力于打造智能制造体系，重点围绕生产决策、流程自动化与数据整合进行能力布局，搭建基地 AS 业务的智能与自动化技术体系，在多重约束与多目标场景下实现生产计划的最优决策；进一步完善数

字云工厂平台，实现生产数据自动采集、动态班组调度与板件级全流程管理，推动“人机料法环”要素的数字化协同；开发自动化技审系统、工程单管理系统等，统一业务与制造端流程，实现订单快速、标准化处理，降低人力依赖，提升产能利用率与订单响应速度；通过自动化业务工作流平台与财务系统集成，推进审批流程线上化、业财一体化，增强制造端内部管控能力。

在营销系统方面，公司以终端赋能和消费者运营为核心，构建覆盖经销商管理、客户运营与营销工具的全链路数字化平台，搭建臻惠家装云平台、优材商城、引流模式平台等，支持项目全周期管理、活动配置与商品交易，提升装企及经销商业务管理效率；建设消费者全生命周期运营分析平台与大数据数字化报表系统，实现用户分层与数据可视化，为营销策略制定提供依据；开发智慧营销、案例库展示、智能报价与设计检测系统，增强终端门店的体验交互与销售工具支持，提升成交转化与服务品质；通过云CRM、经销商导购系统、点将系统等功能，完善客户关系管理与任务流程协同，助力终端实现精准营销与移动化办公。

通过上述系统化建设，公司将进一步强化制造端与营销端的数字化协同能力，为企业在行业变革中提升综合竞争力奠定基础。

5、项目建设期

本项目建设期3年，自2026年1月至2028年12月。

6、项目投资规模

本项目主要投入为与数智化项目相关的软硬件、云端算力租赁费用、人力资源。项目投资具体构成如下：

单位：万元

类别	2026年	2027年	2028年	合计
软硬件及算力	3,274.49	4,155.32	4,673.63	12,103.44
人力资源	2,158.38	2,247.68	495.24	4,901.30
合计	5,432.87	6,403.00	5,168.87	17,004.74

7、项目资金来源

公司拟以募集资金投入12,103.44万元，剩余资金以公司自有资金投入。

8、项目实施的必要性和可行性

(1) 推进数字化与智能化升级，巩固并提升公司核心竞争力，促进大家居业务健康发展

在当前家居消费市场日益趋向个性化与定制化的背景下，公司积极推进智能制造系统部署，提升柔性生产与快速交付能力，并依托营销数据分析平台精准捕捉消费需求，从而更高效地响应市场变化，增强市场主动权。与此同时，随着行业利润空间收窄，竞争已延伸至全链路效率的维度。一方面，公司通过研发自动化技审系统等，结合数字云工厂实现资源优化调度，能有效降低运营成本，提升人效，持续巩固企业在成本与效率方面的竞争优势；另一方面，经销商作为品牌触达终端用户的关键环节，其运营能力直接影响公司市场占有率的表现，公司通过优化和完善智能报价系统、销售流程管理系统、超级导购系统等，系统化赋能经销商，降低其从单品经营转向多品、全屋、全案运营的难度和复杂度，增强渠道凝聚力与市场战斗力，为大家居业务持续增长提供有力支撑。

（2）提升公司生产经营管理能力，解决企业内部运营痛点

本项目重点布局数字化技术在公司产品设计、销售、生产等核心领域的深度应用，助力公司降低成本、提升效率以及增强用户体验，为大家居商业模式的推进提供强大的数字化支持。通过构建统一的大数据报表平台、消费者运营平台、数字云工厂，旨在打通从营销到制造的数据流，实现全链路可视化、可分析，为科学决策提供支撑。实施基地 AS 业务智能决策、自动化技审系统，可将专家知识沉淀为系统规则，提升生产计划的科学性和订单处理的准确率与效率。通过云 CRM 管理系统、消费者生命周期运营平台，实现对客户全生命周期的精细化管理和服务，优化客户体验，提升客户满意度、推荐率和复购率。

（3）构筑面向未来的长期数字化竞争优势

本项目的实施能够进一步提升公司大家居的生产经营管理能力。公司通过灵犀岛案例库与大数据平台等系统实现生产数据、产品信息及设计案例等数字资产的统一管理和深度挖掘，为业务创新提供核心支撑；在此基础上，积极布局智慧营销、智能与自动化技术等应用场景，以塑造品牌形象；与此同时，通过系统性信息化建设推动组织流程重构与协同模式升级，逐步构建以数据驱动、敏捷高效为特征的数字化组织，为企业持续适应市场变化、保持长期竞争力提供根本保障。

9、项目效益情况

本项目为研发项目，不直接产生效益。项目的实施有利于公司大家居业务的健康发展以及降本增效，对公司未来的经营业绩将产生正面的影响。

（二）交付自动化升级项目

1、项目名称

交付自动化升级项目

2、项目实施主体

清远欧派集成家居有限公司、江苏无锡欧派集成家居有限公司、天津欧派集成家居有限公司、成都欧派智能家居有限公司、武汉欧派智能家居有限公司

3、项目实施地点

公司清远基地（清远市清城区石角镇广清产业工业园）、天津基地（天津市静海经济开发区物海道 9 号）、无锡基地（无锡惠山经济开发区前洲配套区石洲路）、成都基地（中国（四川）自由贸易试验区成都市双流区西南航空港经济开发区物联大道 1 号）、武汉基地（湖北省武汉市蔡甸区大集街竹林二路与花园湾一街交汇处），本项目在公司现有场地实施建设，不涉及新增场地的情况。

4、项目建设内容

本项目以构建一体化的大家居交付体系服务平台为核心，支撑公司“完好、齐套、准时、低成本”的大交付服务战略落地，通过梳理各基地物流线、物流流量、物流作业人员、物流作业场、生产线及基础设施设备，对各基地物流作业进行全流程优化，协同计划-物流整体规划，科学制定各基地、各品类产品配套；新增、改造升级各基地物流自动化设施设备，推进物流自动搬运、自动下链、自动存储、自动拣选、自动合托等项目落地，减少全物流冗余作业，提高作业效率，降低物流成本，实现场内货物从下线、搬运、存储、拣选、打托、装车、发运等物流环节自动化全连线作业。

5、项目建设期

本项目建设期 2 年，自 2026 年 1 月至 2027 年 12 月。

6、项目投资规模

本项目旨在全面提升公司整体交付能力，将重点投入五大生产基地的交付设备，并推动各基地物流全流程的优化与自动化升级。公司将在总投资规模不变的前提下，根据各基地实际产能情况，灵活分配投资额并动态配置相关生产设备。本项目投资具体构成如下：

单位：万元

序号	类别	2026年	2027年	合计
1	仓储自动化设备	4,037.00	704.00	4,741.00
2	打托自动化设备	1,540.00	2,266.00	3,806.00
3	搬运自动化设备	639.29	324.50	963.79
4	入库自动化设备	1,124.20	440.00	1,564.20
合计		7,340.49	3,734.50	11,074.99

7、项目资金来源

公司拟使用募集资金 11,074.99 万元投入本项目。

8、项目实施的必要性和可行性

（1）适配公司大家居发展战略，全面优化物流体系

为支撑公司大家居战略落地，应对消费者对家居及其配套产品物流效率日益提升的需求，公司亟须对现有交付体系进行自动化升级，以系统性提升运营管理效率，并实现运损率、齐套发货率、发货准时率、单件物流成本及交付美誉度等方面的关键目标。

当前，伴随家居及泛家居产品品类持续丰富，现有交付体系在效率、完好性与弹性方面面临显著挑战：仓储与物流环节主要依赖人力、传统叉车及固定货运路线，导致作业耗时较长、运损率偏高，且常出现同一客户订单分批发货、齐套率与准时率难以保障等问题，影响终端客户体验与交付美誉度。本项目拟对交付体系进行全面自动化升级：通过引入与仓储、打托、搬运、出入库环节相关的自动化设备，提升公司大家居产品在物流全流程作业效率与准确性；并依托流程深度优化，实现库位动态优化、拣选路径智能规划与仓储空间高效利用，从而构建更完好、高效、弹性的现代化交付运营体系。

（2）应对人力紧缺与成本上升，推动自动化转型升级

伴随国内经济转型与劳动力结构变化，制造企业普遍面临技术工人供应趋紧、基础用工缺口加大与人力成本持续上涨的多重压力。当前，公司基地交付体系对于人工操作还比较依赖，交付环节的作业过程中存在工作强度大、易出错等风险，交付作业质量与效率的进一步提升存在一定的瓶颈。为应对上述挑战，公司拟通过实施“交付自动化升级项目”，进一步推进交付体系自动化与信息化融合。项目将重构作业流程，在关键环节部署自动化设备与智能系统，减少交付对人工作

业的依赖，提升任务执行的精准性与连续性。通过增强流程可控性、优化资源配置效率，项目有望系统性降低交付综合成本，为公司建立可持续、低依赖、高效率的现代化交付能力提供支撑。

（3）提升公司核心竞争力，支持公司大家居业务健康发展

本项目的实施有助于系统性降低产品成本，打造一体化、透明化、智能化、绿色化的敏捷交付体系，进一步链接生产制造流程的交付关键节点，实现全链路数字化交付闭环。通过引入智能交付设备，系统性优化物流动线、流量分布、作业人员配置、场地布局与产线协同，推动五大生产基地的物流体系整体向自动化、精益化、智能化方向升级，显著减少全流程冗余环节，提升作业效率，降低物流成本。该项目的实施将对公司和经销商盈利能力产生积极影响，支持公司大家居业务健康发展。

9、项目效益情况

本项目为降本增效项目，不直接产生效益。项目的实施有利于公司大家居业务的健康发展以及降本增效，对公司未来的经营业绩将产生正面的影响。

（三）新媒体运营及品牌强化项目

1、项目名称

新媒体运营及品牌强化项目

2、项目实施主体

欧派家居集团股份有限公司

3、项目实施地点

项目实施地点主要为线上运营平台及国内交通枢纽场所、核心商圈及重点景区。

4、项目建设内容

本项目的投资内容主要涵盖新媒体运营和推广、公共交通及核心商圈（含景区）户外媒体推广两大方向。其中包括：新媒体运营和推广用于在抖音、小红书、B 站、视频号等主流网络平台开展推广，涵盖平台 IP 项目品牌曝光、多领域 KOL/达人种草、UP 主内容合作、品牌自营账号运营以及线上主题活动等；公共交通及核心商圈（含景区）户外媒体推广主要包括在机场、高铁等交通场景设置的媒体广告，以及核心商圈、重点景区的户外广告投放。通过本项目的实施，将系统

化构建线上线下整合的品牌推广体系，有效提升品牌曝光度与市场影响力。

5、项目建设期

本项目建设期 3 年，自 2026 年 1 月至 2028 年 12 月。

6、项目投资规模

本项目投资金额为 8,850.00 万元，项目投资具体构成如下：

单位：万元

序号	类别	2026 年	2027 年	2028 年	合计
1	新媒体运营和推广	1,450.00	1,450.00	1,450.00	4,350.00
2	公共交通及核心商圈（含景区）户外媒体推广	1,500.00	1,500.00	1,500.00	4,500.00
	合计	2,950.00	2,950.00	2,950.00	8,850.00

7、项目资金来源

公司拟使用募集资金 8,850.00 万元投入本项目。

8、项目实施的必要性和可行性

（1）行业竞争升维，品牌建设成为破局关键

当前定制家居行业已从增量市场进入存量竞争阶段，行业利润空间不断被压缩。市场竞争焦点正从单一的产品功能与材质，转向涵盖设计审美、环保健康、服务体验与情感价值的综合竞争。与此同时，三大趋势正在重塑市场格局：绿色健康从加分项变为基本准入标准；个性化、设计感成为影响消费者决策的首要因素；一站式整家定制模式成为市场主流，考验企业的整合设计与全案服务能力。在此背景下，仅依靠渠道与产品难以构建长期优势，必须通过体系化、高质量的品牌传播，抢占用户心智，实现品牌定位升级，从“家居解决方案提供者”深化为“理想生活方式的共建者”，在强化“看过欧派再装家”功能认知的基础上，赋予品牌解决“情感赤字”的情绪价值。

（2）消费代际变迁，沟通体系亟待深度重构

消费决策链条发生根本性转变，消费者决策更趋理性且前置，他们的消费路径高度依赖社交媒体，在抖音、小红书、B 站等平台“做功课”“看测评”“被种草”成为决策标配。公司 2024 年用户画像显示，80、90 后占比达 64%，Z 世代及年轻家庭已成为核心消费群体。这一群体追求高颜值与整体美感，注重体验过程中的参与感与情感共鸣，乐于在社交平台分享生活。其媒介接触习惯高度视频化、碎片化、圈层化，更容易被真实用户分享（UGC）、专业创作者测评（PGC）

及品牌互动内容（OGC）影响。因此，构建以“优质内容”为纽带、以“社交互动”为场域、贯穿“发现-兴趣-信任-购买-分享”全路径的新沟通体系，是与未来消费者建立深度连接的唯一通路。

（3）营销环境承压，恰是品牌蓄力的战略窗口期

在当前市场需求收缩与房地产行业周期下行叠加的背景下，企业普遍缩减广告预算，营销方向更加强调“品效合一”与即时投资回报。线下建材卖场自然客流持续下滑，获客成本居高不下；与此同时，线上流量红利也逐渐见顶，从“流量获取”转向“留量运营”已成为行业必然选择。然而，挑战之中往往蕴藏战略机遇。在整体市场低迷时期，部分竞争品牌可能选择收缩营销投入，此时若能保持甚至加大品牌建设的战略性投入，不仅能够逆势抢占用户心智、巩固品牌信任，还能以更具竞争力的成本获取优质媒体资源，从而提升整体传播效率，为行业复苏后的市场竞争夯实基础、蓄力前行，因此实施该项目具备必要性。

（4）项目具备扎实的实施基础与可行性

公司已在产品、渠道与服务方面积累深厚基础，具备承接品牌曝光后流量转化与体验落地的能力。同时，当前媒体市场环境下，优质资源具有一定的议价空间，有助于提升预算使用效率。本项目设计的“线上线下整合、品牌效果协同”的传播模型，符合当前媒体融合趋势与消费者触媒习惯，具备较强的可执行性与可控性。

9、项目效益情况

本项目不直接产生经济效益，其实施旨在系统提升公司的营销推广能力与综合竞争优势，从而支撑公司的可持续发展。

四、新增募投项目的主要风险提示及拟采取的对策

（一）数智化赋能升级项目实施面临的风险及应对措施

在数智化赋能升级项目建设的过程中，公司可能面临多方面挑战：一是技术集成与协同风险，多个系统平台间的数据接口若未能有效打通，将影响全链路运营效率；二是新技术应用在实际业务中的表现仍需验证；三是组织与人才适配风险，现有团队的数字能力与复合型人才可能流失或后备人员储备可能不足。

为应对上述风险，公司将采取以下措施：分阶段实施与迭代验证，加强业务

需求的沟通和前瞻性技术布局，强化技术运维保障与持续优化机制；推动关键技术试点与行业合作，开展多场景测试与预案准备；同步加强数字化专项培训与复合型人才引进，全面提升组织适配力；同时，持续完善数据安全防护体系，确保项目稳健落地与长效运行。

（二）交付自动化升级项目实施面临的风险及应对措施

本项目在实施与运营过程中面临技术与经营两方面的风险。技术层面，系统需与现有 MOM、数据中台及 SCADA 系统深度集成，但在 SKU 繁多、订单结构复杂的场景下，可能因数据延迟或接口兼容性问题，影响分拣准确性与流程连贯性。经营方面，公司面临仓储自动化专业人才储备不足的挑战；同时项目达成目标也与家居行业需求紧密相关，若市场持续低迷将导致达成效果不及预期。

针对上述风险，公司将采取系统性应对措施以保障项目顺利实施与稳健运营。技术层面，通过分阶段试点验证、建立应急响应机制，提升系统集成兼容性与运行稳定性。实施过程中，将优化供应链管理、强化跨部门协同，并采用分区域优先投入策略。通过加强人才引进与内部培养、拓展多元化业务场景，增强组织韧性与市场适应性。此外，公司将持续强化技术迭代与成本优化，巩固竞争优势，全面提升项目抗风险能力与综合效益。

（三）新媒体运营及品牌强化项目

在实施过程中，主要面临三类风险：一是因消费者市场偏好快速变化、内容创意与受众匹配度不足、传播渠道碎片化等因素，可能导致传播效果未达预设目标；二是宏观经济波动、行业政策调整、社交平台算法规则变更等不可控外部因素，可能影响原有投放策略的有效性与执行节奏，影响传播效果。三是可能因新媒体投放价格波动、重点平台及重点户外展示区域价格波动等因素，导致投入超出预算。

针对上述风险，我们将持续追踪消费者偏好与内容表现数据，及时优化投放策略与创意方向；同时密切关注外部环境变化，预先制定备选执行方案，在平台规则或市场环境突变时快速切换实施路径；针对成本风险，将通过框架协议锁定核心资源价格，并推行效果导向的预算动态分配机制，持续将资源向高效益渠道倾斜。

五、新增募集资金投资项目的有关部门审批情况

本事项尚需经公司股东会以及可转债持有人会议审议。待公司股东会及可转债持有人会议通过后，公司将按照相关法律法规的要求办理新增募投项目相关的备案或审批手续（如需）。

六、募集资金管理计划

本次新增募投项目相关审批程序履行完成后，“数智化赋能升级项目”和“新媒体运营及品牌强化项目”拟继续使用公司在招商银行股份有限公司广州机场路支行和中国建设银行股份有限公司广州江高支行开设的募集资金专户（银行账户 2020900064910826 和银行账户 44050149110400002677），不再另外开立募集资金专用账户。“交付自动化升级项目”中实施主体“武汉欧派智能家居有限公司”将继续使用原“欧派家居智能制造（武汉）项目”的募集资金专用账户（银行账户：44050149110409603833），其余实施主体将另外开立募集资金专用账户。董事会授权公司管理层办理开立募集资金专用账户并与保荐机构、募集资金存放银行签署募集资金专户存储三/四方监管协议等相关事宜。

七、关于调整原武汉基地募投项目部分场地和设备用途的计划

“欧派家居智能制造（武汉）项目”的建筑工程已竣工，但受宏观经济波动及市场环境变化等因素影响，市场需求未达预期。同时，为提升公司资产的整体经营效率，公司已经对各个生产基地的产能布局进行了动态调整和整合。目前，鉴于公司变更募投项目，在不影响公司生产经营和该项目实施的前提下，公司拟根据经营情况，通过对外出租等市场化方式盘活该项目尚未用于生产经营的场地，待未来公司相关业务需要扩容生产经营场地时再提前进行收回利用。此外，公司拟根据市场需求与区域订单变化情况，将该项目部分设备在公司各个基地间灵活调拨使用，动态优化各基地产能布局，进一步提升募投项目资产使用效率和公司资产整体收益率。

八、本次审议事项对公司的影响

（一）变更募投项目对公司的影响

基于发展战略规划、募投项目建设进展及当前市场环境的综合研判，公司经

审慎评估后决定变更募投项目。该决策不会对公司的正常经营发展产生不利影响，此举有助于提升募集资金使用效率及公司资产整体收益率，不存在损害公司及全体股东利益的情形。

本次新增的募投项目有助于匹配公司大家居战略规划，进一步强化大家居业务发展，提升品牌影响力与市场竞争力，从而巩固公司在行业中的领先地位，增强长期盈利能力，切实维护上市公司及全体股东权益。相关安排将严格遵循《上市公司募集资金监管规则》等监管要求。

（二）调整募投项目部分资产用途对公司的影响

本次对募投项目部分资产的阶段性调整，系公司基于对当前经营实际、战略发展规划及募投项目实施进展的综合判断，经审慎评估后作出的资源配置优化决策。该举措旨在提升募投项目资产的使用效率与公司资产的整体收益率。实施过程中，公司将严格遵循“保障生产经营稳定性”的原则，该调整不会对公司正常经营产生重大不利影响，且通过提高场地利用率、盘活存量资产，有助于增强整体运营效能，不存在损害公司及全体股东利益的情形。

九、审议程序

（一）审议程序

公司于 2026 年 1 月 5 日召开第五届董事会审计与风险管理委员会 2026 年第一次会议、第五届董事会战略与可持续发展委员会 2026 年第一次会议和第五届董事会第四次会议，审议通过了《关于变更部分募投项目暨调整相关募投项目资产用途的议案》，保荐机构对上述事项出具了明确无异议的核查意见。该事项尚需提交股东大会和债券持有人会议审议。

（二）董事会意见

董事会同意公司根据实际情况变更募集资金投资项目，并将剩余募集资金用于新增募投项目。同时，在不影响公司生产经营和武汉项目实施的前提下，同意公司根据经营情况，通过对外出租等市场化方式盘活武汉项目尚未用于生产经营的场地，待未来公司相关业务需要扩容生产经营场地时再提前进行收回利用；同意公司根据市场需求与区域订单变化情况，将武汉项目部分设备在公司各个基地

间灵活调拨使用，动态优化各基地产能布局。本次变更募集资金投资项目不构成关联交易。董事会授权公司管理层办理开立募集资金专用账户并与保荐机构、募集资金存放银行签署募集资金专户存储三/四方监管协议等相关事宜。

十、前期保荐意见的合理性

公司募投项目“欧派家居智能制造（武汉）项目”系基于当时的行业发展情况、公司经营战略等多方面因素综合确定。在对项目可行性、必要性、风险因素及对公司未来发展的影响等方面进行了深入分析的基础上，保荐机构同意公司将2022年公开发行可转换公司债券募集资金投入该募投项目，具有合理性。

在募投项目建设过程中，受宏观环境变化和行业周期波动的影响，国内定制家居行业面临需求疲软、供求结构变化、竞争加剧等多重挑战，行业企业普遍面临较大的经营压力，市场环境发生重大变化，募投项目实际订单需求未达到募投项目投资计划预期，若继续推进欧派家居智能制造（武汉）项目，可能拉低公司整体产能利用率，增加固定资产折旧等，不利于募集资金的有效使用和资源的合理配置。

公司本次变更募投项目暨调整相关募投项目资产用途事项是公司基于行业发展趋势变化、公司经营发展需要及募集资金投资项目客观情况而做出的决定，旨在提升募投项目资产的使用效率与公司资产的整体收益率，符合公司长期发展战略和全体股东的利益。因此，本次变更募投项目暨调整相关募投项目资产用途不影响前期保荐意见的合理性。

十一、保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：

本次变更募投项目暨调整相关募投项目资产用途事项是公司基于行业发展趋势变化、公司经营发展需要及募集资金投资项目客观情况而做出的决定，不影响前期保荐意见的合理性。该事项已经董事会审议通过，尚需提交公司股东会、债券持有人会议审议。该事项符合《证券发行上市保荐业务管理办法》《上市公司募集资金监管规则》《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第11号——持续督导》等有关规定，不存在损害公司及股东利益的情形。

综上,保荐机构对本次变更募投项目暨调整相关募投项目资产用途事项无异议。该事项尚需提交公司股东会及债券持有人会议审议通过、履行相关法定程序并进行信息披露后方可实施,提请公司及时履行信息披露义务。

(以下无正文)

(本页无正文，为《国泰海通证券股份有限公司关于欧派家居集团股份有限公司变更募投项目暨调整相关募投项目资产用途的核查意见》之签章页)

保荐代表人： 李 宁 张 力

国泰海通证券股份有限公司

2026年1月6日