

证券代码:603833

证券简称:欧派家居

公告编号: 2026-087

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 2026 年半年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”或“欧派家居”）于 2026 年 8 月 29 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](http://www.sse.com.cn)）上披露了《欧派家居 2026 年半年度报告》。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 2026 年 9 月 2 日 15:00-16:30 召开了“2026 年半年度业绩说明会”。现将会议召开情况公告如下：

### 一、业绩说明会召开基本情况

2026 年 9 月 2 日，公司通过全景网（<http://rs.p5w.net>）以网络视频直播结合网络文字互动方式召开了“2026 年半年度业绩说明会”。公司董事长兼总裁姚良松先生、公司财务负责人赵莉莉女士、公司董事会秘书欧盈盈女士、独立董事李新全先生、鲁晓东先生、王卫先生出席了本次业绩说明会。公司就 2026 年半年度经营情况、财务状况及行业发展、公司战略等问题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回答。

### 二、投资者提出的主要问题及公司的回复情况

#### （一）现场问答环节

1、报告期内衣柜品类的毛利逆势有所提升，主要原因是什么？分品类收入中的“其他”主要是什么品类？毛利率变动较大的原因是什么？2026 年度的毛利率、净利率的展望如何？

答：报告期内，公司衣柜及配套家具产品实现营业收入 27.76 亿元，同比下降 34.51%；实现毛利率 43.10%，同比上升 1.71 个百分点。收入有所下滑而毛利率稳步提升，主要系公司持续深化降本控费、精益生产、产线自动化及供应链优化，衣柜制造产线自动化程度目前在各品类中处于领先水平，运行成效突出，生产效率持续改善，有效对冲了收入端下行压力，带动该品类毛利率稳步提升；分品类中的“其他”主要为装饰物料、装甲门、金属门窗等配套品类，毛利率波动，主要是产品结构变动所致，低毛利产品销售占比阶段性提升，使得该品类毛利率出现波动。

2026 年以来，家居消费市场复苏节奏不及预期。从外部看，房地产行业仍处于深度调整期，新房装修需求持续偏弱，行业收入端压力犹存；同时原材料价格逐步回暖，成本端进一步承压，行业整体不确定性较强。从内部看，收入规模回落使得固定成本摊薄难度加大，对毛利率、净利率形成压制。在内外双重压力下，公司将持续深挖内部潜力，优化供应链管理与整体经营效率，全力做好成本管控，稳固盈利基本盘。整体来看，全年盈利水平仍将随行业环境及原材料成本波动而阶段性承压，公司将以内部变革推动提质增效，尽可能平滑业绩波动，努力改善经营成果。

## **2、2026 年半年度，财务费用变动的主要原因是什么？年度的财务费用预期是怎样的？**

答：2026 年半年度公司财务费用同比出现较大幅度上升，主要是受汇兑损益波动影响。展望全年，财务费用整体将随汇率走势、衍生品结算节奏等呈现阶段性波动。公司盈利增长的底层逻辑始终立足于主业，依托产品力升级、渠道精细化运营及全链条降本增效等内生驱动因素，保持主业经营的韧性与稳健性。

## **3、“再创业”改革目前推行情况如何，有何积极变化或成效？是否达到了改革预期？**

答：公司“再创业”改革已实施半年有余，从阶段性成效看，改革方向正确。本轮改革沿两条主线推进：一是主阵地改革，聚焦制造与营销环节，参照“合资”模式，建立利益共享机制，加强利润核算；二是边缘品类业务体系改革，对成品家具制造、电器制造、台面板材、优材等业务，开展“合资业务”。从成效看，相关业务改革前普遍经营情况不佳，改革后部分业务模块经营状况好转。

今年以来，公司实际面临的行业调整与竞争远超年初预期，公司持续进行经营策略和激励机制的动态调整与完善。总体而言，近两年改革的力度与深度为历史之最，这是公司创业以来最为艰难的时期。但公司有信心，上述一系列改革成效将逐步显现，助力公司穿越行业周期。

#### **4、关注到公司推出了菲思卡尔的“499套餐”，目前推行情况和效果如何？**

答：“菲思卡尔”是公司为了顺应消费分层、扩大市场覆盖面而推出的全新系列产品，该品牌定位刚需客群。在主品牌“欧派”方面，公司维持现有价格体系，同步提升产品配套配置，稳定主品牌定位，形成价格带互补的经营策略。

从业务节奏看，“菲思卡尔”会经历招商、上样、接单、下单、出仓并确认收入的完整周期，业务成效将逐步显现。从接单情况看，自今年推出以来，该系列产品在公司订单的比例呈逐月上升态势。

通过对营销策略和生产经营的统筹规划，预计菲思卡尔对欧派品牌的整体影响可控。公司将顺应理性消费的客观趋势，在维护主品牌盈利的同时，积极满足刚需客群的家居需求，推动子品牌逐步放量，为整体业绩提供增量支撑。

#### **5、公司半年度报告中所述公司开展的行业首创的“放心购”行动，作为龙头企业开展这个行动的战略考量是什么？**

答：“放心购”行动的核心模式为搭建集团、经销商、银行共管账户，交易资金统一存入共管账户进行规范监管，“放心购”适用范围、核心措施等内容见公司官网。

公司持续优化共管政策、加强与经销商的宣贯和沟通，最大程度降低共管机制对其经营的影响，也为经销商提供赋能支持。推广方面，公司初期通过电商平台、抖音等线上渠道小范围推进，后续经销商主动在线下向消费者推广，行动覆盖面逐步扩大。

从成效看，目前共管账户实际入账金额有限，但行动的核心价值更多体现于信任层面，提升了消费信任度。电商板块数据显示，同等条件下附加“放心购”保障后，客户报名率与成交成功率均有所提升，对终端接单形成正向促进。

作为深耕行业三十余年的家居企业，公司始终坚守商业底线，全力保障消费者合法权益。长期来看，“放心购”是公司多项改革举措的重要一环。

#### **6、请问公司对于未来的存量市场打法有何战略思考或布局？**

答：2026年，家居行业呈现市场规模明显萎缩与竞争加剧并存的格局。行业生态发生根本性变化，消费者更倾向全屋整装、全品类定制的一体化家装模式，整装一体化市场占比持续提升。公司多年来持续推动零售大家居、整装大家居、全品类融合发展，与行业消费变化趋势高度吻合。

基于行业生态的深刻变化，公司持续推进改革：一方面，顺应市场环境 with 行业形势变化，革新整体运营体系；另一方面，通过实践检验，持续优化存在不足的运营模式与工作方法。

法，目前各项改革已取得一定成效。改革的核心依托有：一是优选核心人才，各细分业务负责人须从团队中选拔顶尖人才；二是完善利益机制，部分业务采用合资模式，非合资业务全面推行准合伙人机制，同时要求各单元提升竞争力，在服务集团内部渠道之外对外开放销售、拓展外部市场；三是分层品牌布局，中高端产品以欧派主品牌运营，常规品类依托菲思卡尔、欧铂丽、欧铂尼等子品牌布局，终端渠道设立第一、第二、第三核心事业部及欧铂丽、工程、外贸等专项事业部。

在发展逻辑上，公司坚持内外双循环：终端渠道深挖市场潜力、运营全品牌矩阵，总部供应链打造全品类极致竞争力，细分品类成立独立事业部，各事业部不再局限于服务集团内部渠道，依托自身能力对外开放招商、拓展、销售。公司以“能否在体系外独立生存”作为检验业务真实竞争力的标准，要求各业务单元打通内循环与外循环，全力拓展外部市场。

当前行业的激烈变革，是公司深度挖掘内生潜力、锤炼团队能力的重要契机。公司对未来保持审慎乐观，有信心在严峻环境中持续变革、稳步前行，打造差异化竞争优势，巩固龙头地位。

#### **7、公司今年业绩怎么预期？对于公司未来的分红有什么规划？**

答：目前公司所处定制家居行业依然处于深度调整阶段。今年上半年，行业形势较年初预期更为严峻。就大方向而言，即便市场形势持续承压，亦将努力稳住经营基本盘。公司始终保持敬畏之心与忧患意识，不因已有的规模与行业地位而心存侥幸，并清醒认识到在极端行业变局中，无论企业规模大小均可能面临风险。正是基于这一认识，公司持续推进改革、优化经营，通过不断自我革新、补齐短板，努力提升应对市场挑战的确定性。对于下半年市场走势，公司无法精确预判。仅从趋势看，下半年行业景气度或较上半年略有改善。关于分红事宜，公司将于年底结合全年整体经营情况、财务状况，并综合参考投资者意见，经内部研讨后确定方案。

#### **8、目前公司的大家居战略推进情况如何？**

答：当前家居行业经历市场规模萎缩与竞争加剧的深度调整，经销商群体普遍承压。行业由单品类向大家居、再由大家居向整装的一体化升级本已具有较高难度，叠加市场规模萎缩、竞争持续加剧等多重冲击，部分经销商在经营能力与转型节奏上难以适配新的市场生态，出现经营困难或退出的情形，渠道格局发生深刻重塑。与此同时，一批经营能力突出的优质经销商不断涌现，部分城市经销商已走出经营困境、实现稳步回暖，个别优质经销商经营规模在同级城市中处于领先水平。

基于上述变化，公司明确两大经营思路：一是顺应外部市场变化，紧跟行业新生态，调整并适配新的经营模式；二是尊重经销商能力差异的现实，因地制宜、分层耕耘、逐层攻坚，通过新模式逐个盘活并收复市场。公司将持续深化改革、优化经营，稳步穿越行业周期。

#### **9、公司对海外业务拓展有什么部署？**

答：公司正着力开辟全新的海外业务增长点，重点沿两大方向推进：其一，依托现有产品体量，在海外落地以整体空间设计为核心的大家居模块化商场，区别于传统全柔性定制模式，主打标品与模块化产品，以空间设计为核心特色，该模式已获得东南亚等海外经销商的充分认可，相关项目正筹备落地；其二，把握跨境消费趋势，深挖海外来华采购客源。当前东南亚、中东、非洲等多个国家的客户专程来华采购大家居产品及各类配套建材原料，跨境采购需求十分旺盛。

在获客与交付上，公司将依托海外普及度较高的新媒体、电商平台精准引流，共享总部数万平方米大型展厅资源，承接海外来华采购客户，并打通设计、安装、交付全服务链条，构建全新的跨境获客、成交、交付模式，与公司现有传统外贸业务形成差异化互补。

该部署仍处于前期启动阶段，公司将先行先试、稳步开拓、逐步落地。整体而言，该模式风险较低，总部展厅资源可直接复用，仅需小幅补充完善展厅品类与场景；产品端将全面整合公司核心定制产品、成品家具、电器、软装及各类配套品类，丰富跨境产品矩阵，公司将持续发力，把外贸板块逐步培育成为公司全新的增长来源。

#### **（二）线上文字互动环节**

**1、此后的家装旧改市场需求，能否比较快速持续地提升，公司有能力不断提高家装市场的市占率么？公司的可转债再次面临转股价格下调的境况，董事会有意愿再次下调可转债的转股价格么？谢谢！并祝愿公司能扛过困难持续盈利，以业绩好转带动公司股票价格上涨。**

答：您问的问题回复如下：

（1）从行业趋势看，国内家居消费正由增量驱动转向存量驱动，二手房成交占比提升、存量房房龄增长叠加居民改善型居住需求，使旧房改造、局部翻新成为家居行业确定性较强的结构性增量方向。存量旧改需求的释放节奏将更多呈现“稳步渐进”的特征，受政策引导、居民收入与消费信心恢复的共同影响，短期内难以出现集中爆发式放量；在去年同期“以旧换新”政策集中释放形成的高基数下，今年以来行业客流与终端需求整体承压。

在提升市占率方面，一是渠道先行，公司打造旧改专门品牌“青岚小筑”，以社区化网络贴近存量客群、精准触达、快速响应；二是模式与工具赋能，依托自研设计平台前置服务、锁定客户，叠加全国五大智能制造基地和全链路供应链；三是全域流量与整装承接，加强电商、自媒体、地产中介、旧改等渠道合作，承接局改与整装需求。公司将坚持务实经营，以体系化能力争取市占率稳步提升，力争公司整体经营表现优于行业平均水平。

(2) 公司于 2026 年 6 月 8 日召开了第五届董事会第九次会议，综合考虑股价走势、市场环境、公司情况等诸多因素，从公平对待所有投资者的角度出发，为维护公司及全体投资者的利益，公司董事会决定不向下修正“欧 22 转债”的转股价格，并且自本次董事会决议公告日起未来 6 个月内（即自 2026 年 6 月 9 日至 2026 年 12 月 8 日期间），若再次触发“欧 22 转债”的转股价格向下修正条款，亦不向下修正“欧 22 转债”的转股价格。从 2026 年 12 月 9 日起，若再次触发“欧 22 转债”的转股价格向下修正条款，届时公司董事会将按规定召开会议决定是否行使“欧 22 转债”的转股价格向下修正权利。

**2、半年报经营现金流净额同比下滑很多，公司提到下半年会通过催收应收、压减非核心资本开支来改善，能不能简单说说非核心资本开支主要指哪些项目？**

答：公司所说压减非核心资本开支，主要指与主业产能建设、核心生产基地升级等无关的投入项目，后续公司将根据经营实际动态优化资本开支计划，将资源优先倾斜于主营业务营运资金保障，把现金流管理放在重要位置，同时持续推进应收账款催收工作，改善经营性现金流水平。

**3、报告提到上半年持续做经销商渠道“瘦身强体”，优化单品类门店，想问下上半年门店数量整体的变动情况，县级市场转型进展是否符合预期？**

答：关于公司 2026 年上半年门店的变动情况请查阅公司于 2026 年 8 月 29 日在上海证券交易所网站披露的《欧派家居关于 2026 年半年度主要经营数据的公告》。从城市层级看，县级市场经销商转型进展较快，大部分已初步具备“定装一体”服务能力；地级市和省会城市因门店规模大、业态复杂，经营压力更为突出。针对核心城市痛点，公司正在不同城市探索差异化破局路径——“石家庄大商平台模式”与“长沙城市平台模式”两种路径同步对照验证，形成可推广的核心城市渠道转型方案。

**4、资产负债表中，2026 年上半年“存货”一项逆市同比增长，这是出于什么考虑？**

答：资产负债表中存货的增长主要是由于一方面公司推进大家居与再创业战略，品类多样化，期末存货相应增加；另一方面，公司外贸业务规模扩大，受跨境交付周期影响，期末在途及待验收货品有所增长。

**5、报告里面提到大宗业务收入有较大下降，但风险敞口收窄，目前大宗业务后续的客户筛选标准主要是哪些？**

答：在行业调整期，公司大宗业务坚持审慎定位，以资金安全为前置底线，动态优化客户筛选与风控标准，主动压降高风险敞口，推动客户结构向优质客户集中；同步强化应收账款全流程管控，在守住回款安全的前提下稳健培育高质量业务增量。谢谢！

**6、看公司上半年净利润现金含量相比过去明显要差一些，请问是什么原因？还是公司调整了销售策略的结果？**

答：本期现金流表现不及上年同期，主要受多重阶段性因素综合影响：一是当期营业收入同比有所下降，相应带来经营收现规模减少；二是上年同期受国家补贴政策因素影响，订单预收款项较高，抬升了上年经营现金流基数；三是受票据兑付周期影响，本期到期结算的应付票据增加，当期采购付现流出相应加大。公司后续将持续强化营运资金与现金流管控。

### 三、其他事项

关于公司2026年半年度业绩说明会的详细情况，投资者可通过全景网(<http://rs.p5w.net>)进行查看。投资者如有进一步的问题及意见建议，欢迎通过公司投资者关系邮箱、投资者热线电话、上海证券交易所互动平台等渠道与公司进行沟通交流。公司对长期以来关注和支持公司发展的投资者表示衷心的感谢！

特此公告。

欧派家居集团股份有限公司董事会

2026年9月4日