

一、重要提示
1. 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。

2019年 年度报告摘要

公司代码：603833 公司简称：欧派家居
欧派家居集团股份有限公司

Table with 2 columns: 股票种类, 股票上市交易所. Rows include A股, 上海证券交易所以及联系人信息.

2. 报告期公司主要业务简介
走出红利期，面对新形势，当前家居行业正面临着深刻的变革和重塑。精装修渗透持续提升，橱柜、木门、卫浴、瓷磚等品类大宗业务快速增长，大宗渠道正处行业发展的风口。

2.1 公司从事的主要业务
欧派家居成立于1994年，是国内领先的高品质家居产品配置、一站式家居设计方、人性化的家居综合服务商。



2.2 公司主要经营模式
公司经营的家居产品采用订单式生产模式，“量身定制”是公司业务模式的核心。公司专设的工作人根据客户的户型和尺寸、个性化喜好及需求等确定设计。



2.2.1 采购模式
2.2.1.1 公司采购流程及采购环节
公司对采购流程制定了完备的管理制度和标准体系，实现内部材料规格统一、采购技术标准统一，以形成规模采购的基础。



供价值链综合管理成效，强化采购计划管理，及时有效供货，减少呆滞物料。公司采购的产品主要包括板材、功能五金件等生产原材料及产品配件，以及厨房电器等家居配套产品。



2.2.2 销售模式
公司采用以经销商专卖店为主，以大宗业务、直营店和出口为辅的复合销售模式。2.2.2.1 经销商专卖店销售模式

2.2.2.2 大宗业务销售模式
该业务由公司房地产开发商或工程承包商签订产品供应与安装合同，工程经销商作为项目实际操作人，负责相关产品的设计、运输、安装和售后服务等具体业务。

2.2.2.3 品牌销售模式
欧派家居品牌为国内知名家居品牌，行业、消费者认可度高，公司将此品牌优势与投资者进行沟通交流，具体见同日披露的《欧派家居关于召开2019年度股东大会的公告》。

2.2.2.4 出口销售模式
产品出口主要通过国外大宗业务销售和国外零售两种模式。国外大宗业务销售是指公司自主参与工程项目洽谈、销售和安装；国外零售是指公司通过零售渠道选择国外经销商的形式，销售“欧派”系列品牌的整体家居产品。

2.2.2.5 品牌销售模式
欧派家居品牌为国内知名家居品牌，行业、消费者认可度高，公司将此品牌优势与投资者进行沟通交流，具体见同日披露的《欧派家居关于召开2019年度股东大会的公告》。

2.2.2.6 品牌销售模式
欧派家居品牌为国内知名家居品牌，行业、消费者认可度高，公司将此品牌优势与投资者进行沟通交流，具体见同日披露的《欧派家居关于召开2019年度股东大会的公告》。

2.2.2.7 品牌销售模式
欧派家居品牌为国内知名家居品牌，行业、消费者认可度高，公司将此品牌优势与投资者进行沟通交流，具体见同日披露的《欧派家居关于召开2019年度股东大会的公告》。

2.2.2.8 品牌销售模式
欧派家居品牌为国内知名家居品牌，行业、消费者认可度高，公司将此品牌优势与投资者进行沟通交流，具体见同日披露的《欧派家居关于召开2019年度股东大会的公告》。

2.2.2.9 品牌销售模式
欧派家居品牌为国内知名家居品牌，行业、消费者认可度高，公司将此品牌优势与投资者进行沟通交流，具体见同日披露的《欧派家居关于召开2019年度股东大会的公告》。

2.2.2.10 品牌销售模式
欧派家居品牌为国内知名家居品牌，行业、消费者认可度高，公司将此品牌优势与投资者进行沟通交流，具体见同日披露的《欧派家居关于召开2019年度股东大会的公告》。

2.2.2.11 品牌销售模式
欧派家居品牌为国内知名家居品牌，行业、消费者认可度高，公司将此品牌优势与投资者进行沟通交流，具体见同日披露的《欧派家居关于召开2019年度股东大会的公告》。

2.2.2.12 品牌销售模式
欧派家居品牌为国内知名家居品牌，行业、消费者认可度高，公司将此品牌优势与投资者进行沟通交流，具体见同日披露的《欧派家居关于召开2019年度股东大会的公告》。

2.2.2.13 品牌销售模式
欧派家居品牌为国内知名家居品牌，行业、消费者认可度高，公司将此品牌优势与投资者进行沟通交流，具体见同日披露的《欧派家居关于召开2019年度股东大会的公告》。

2.2.2.14 品牌销售模式
欧派家居品牌为国内知名家居品牌，行业、消费者认可度高，公司将此品牌优势与投资者进行沟通交流，具体见同日披露的《欧派家居关于召开2019年度股东大会的公告》。

2.2.2.15 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.16 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.17 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.18 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.19 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.20 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.21 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.22 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.23 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.24 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.25 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.26 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.27 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.28 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.29 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.30 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

2.2.2.31 品牌宣传
为规范公司品牌宣传，完善品牌管理，促进品牌发展，有效地进行品牌保护，提升品牌价值，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体（包括电视、电台、网站、抖音等载体）实施的品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动。

Table with 4 columns: 季度, 营业收入, 归属于上市公司股东的净利润, 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润.

3.2 报告期分季度的主要会计数据
单位：元 币种：人民币

Table with 2 columns: 截止报告期末前10名普通股股东持股数(户), 截止报告期末前10名无限售条件流通股股东持股数(户).

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。

一、业绩及分红说明会的类型
公司于2020年4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）上披露了《公司2019年度业绩及分红说明会公告》。

3、方式：网络视频直播
三、出席业绩及分红说明会的人员
公司董事长姚良松先生、公司财务负责人王欢女士、公司董事会秘书杨耀兴先生。

p5w.net，在线参与本次业绩及分红说明会。
五、联系人及联系方式
1. 联系人：朱先生、任女士