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 2020 年年度报告摘要

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。

2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载，误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3 公司全体董事出席董事会会议。

4 华兴会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

拟以公司届时实施利润分配股权登记日 A 股总股本为基数，向登记在册的全体股东每 10 股派发现金股利 12 元(含税)，不实施送股或资本公积金转增。本年度利润分配方案尚需 2020 年年度股东大会审议通过后方可实施。

二 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A 股	上海证券交易所	欧派家居	603833	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	杨耀兴	欧盈盈
办公地址	广州市白云区广花三路 366 号	广州市白云区广花三路 366 号
电话	020-36733399	020-36733399
电子信箱	oppeinir@oppein.com	oppeinir@oppein.com

2 报告期公司主要业务简介

2020 年，突如其来的疫情向本已处在渠道变革和流量重造的家居行业提出了更为严峻的课题。在多重考验之下，各领域头部企业突出的决策力和体系执行力体现得更为淋漓尽致。以线上营销、整装等入口渠道为代表的新兴力量正在变革提速，与此同时，有赖现今通达的新媒体传播方式和精准的大数据分析，使得头部企业的营销推广策略能精准地触达更为广泛的消费群体，头部企业的集中度也明显加速提升。

作为定制家具行业的代表企业，欧派家居积极顺应行业发展趋势，坚守稳健经营战略，积极研发前端到后端全流程信息化系统，控本提效，并持续对终端赋能，更好地发挥定制家具的产品服务特点，迎合当下主力消费群体的消费行为所呈现的品牌化、年轻化、健康化、智能化、一站式等特点，继续引领行业发展新方向。

(一)公司从事的主要业务

欧派家居成立于 1994 年，是国内领先的一站式高品质家居综合服务商。公司主要从事全屋家居产品的个性化设计、研发、生产、销售、安装和室内装饰服务。公司由定制橱柜起步，并从橱柜向全屋产品延伸，覆盖整体厨房、整体衣柜(全屋定制)、整体卫浴、定制木门系统、金属门窗、软装、家具配套等整体家居产品。公司致力于为每一个家庭定制独一无二的家，让更多家庭享受高品质的家居生活体验。

整体厨房

衣柜（全屋定制）

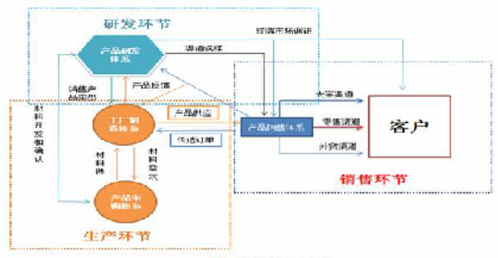
整体卫浴

欧铂尼木门系统

欧派大家居

(二)公司主要经营模式

公司经营的产品主要采用订单式生产模式，“量身定制”是公司业务模式的核心。公司专卖店的工作人员根据客户的房屋空间布局及尺寸、个性化喜好、功能等按需设计相应解决方案，并通过公司自主研发的信息化销售系统渲染出效果图，以供客户消费决策；在客户确认好设计方案后，订单通过信息化系统直接传至公司生产部门，公司根据订单内容组织生产，最终实现定制家居产品的交付及安装。公司采取纵向一体化的业务模式，覆盖从原料采购、设计开发、生产制造、品牌建设、产品销售等各个环节，实现对整个产业链的有效控制。



公司主要经营模式

1、采购模式

(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、采购技术质量标准统一，以形成规模采购的基础；建立总部与基地二级采购模式，提升供应链综合管理成效，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、产品配件，以及厨房电器等家居配套产品。

从采购环节来看，公司的采购业务可细分为前端业务和后端业务。前端业务由集团供应链管理中心和采购中心负责，供应链管理中心负责供应商的选择、考核评价和采购价格的管理，实现各个业务板块同种物料的供应渠道的统一，其中对于年度用量达到一定规模的物料和设备，公司采用现场招标的方式，向符合资质的供应商发出招标邀请，通过现场招标实现优中选优，达到预期采购目标；采购中心负责对集团物料用量进行分类汇总，统筹各生产基地实施集中采购，充分发挥采购的规模优势。采购后端业务为具体采购订单的执行及物料验收，主要由各产品制造线属下的物控部门实施。

(2)原材料存货安排

为了加强原材料管理，保障物料连续供应，合理控制库存，规范进出仓流程，维护资产安全完整，公司制定了原材料存货管理的相关制度。

依据公司采购执行管理办法，物料管理部门设定安全库存。库存负责人通过数据及库存安排，分析物料安排到货合理性、有效性，如有异常，及时反馈采购对相关物料项目进行修改，保证各物料库存量控制在既不使生产“停工待料”又不使物料库存膨胀的最佳状态，确保仓存物料周转次数达到预定要求。同时加强库存期限管理，各类原材料及物料设置有效储存期，物料发放严格按照先进先出原则，日常工作中严格按照在库 5S 管理和安全管理规范。在出库管理环节，各生产车间依据每日生产任务统计用料需求，库存管理部门在收到有效领用凭据后进行物料发料工作。

2、研发模式

欧派家居产品研发流程图

公司在集团层面设置家居产品研发中心，负责协调和统筹公司的产品和技术开发管理工作，同时公司的整体橱柜、整体衣柜、大家居、整体卫浴、定制木门、门窗等各业务板块均设有产品规划与研发部门。公司各产品研发部门每年根据市场动态、产品销售分析和公司发展需求，编制年度新产品研发任务、临时性产品研发设计任务及延伸设计任务。研发部门、销售部门、采购部门、工艺部门、生产部门及质量部门在新材料、新产品效果图及实物样品的评审中各司其职、协同合作，保障新品以优良的品质和成熟的工艺顺利推向市场。

公司一直以来坚持原创设计，除了拥有多支高水平设计师团队外，还与国内知名设计工作室、意大利等顶级设计师达成战略合作联盟。成熟的产品研发管理体系、完善的培训和研发激励机制使公司研发水平和创新能力始终处于整体家居行业的领先水平。

3、生产模式

不同于标准家居产品生产，定制家居企业在生产制造环节普遍存在订单处理难、信息化要求高、数据量巨大、加工要求精准度高等一系列难点，导致大规模家居定制生产门槛较高。同时随着数字融合时代的到来，产业链分工更加深入，智能制造成为定制家居行业新的发展方向。

为顺应现代制造业发展潮流，突破生产瓶颈，着眼欧派制造 2025 大格局，实现信息化建设再突破，欧派充分吸收 TPS 生产模式，基于定制家居行业特性，围绕产品工程数据流(从产品设计到投入生产)、生产信息流(从客户需求到生产指令)、生产工艺流(从来料到成品出货)这三个端到端的过程，并以自主研发的信息化管理系统作为纽带，高效打通、集成和融合。以实现设计与数字化生产制造的打通，全业务链信息化系统集成，生产过程、设备自动化、智能化的融合，保持欧派制造信息化在家居行业的领先优势。

4、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。

(1)经销商专卖店销售模式

a.传统经销商模式

经销商专卖店销售模式是定制家居行业主要的销售模式，它是指生产企业选择和培育认可自身品牌价值、资金实力雄厚、市场信誉良好且具有丰富市场经验的经销商，与之签订《合作协议书》，授权其在特定区域内，设立专卖店销售企业生产的产品，并由经销商自行承担经营风险，经销商在生产经营过程中公司适时给予经销商人员培训、经营管理等方面的帮助、赋能。经销商专卖店模式的优点是企业可以充分利用经销商的经验和社会资源，快速建设销售渠道及网络，细化市场终端营销，并形成高度符合当地市场环境的营销推广策略，有利于企业迅速扩大市场份额。

b.整装大家居模式

国内精装、整装业务的持续推进对传统零售渠道客流冲击较为明显。其中，家装公司作为前置入口，对客流的分流作用较大。为布局整装渠道，拓展客户资源，公司在行业内率先开展整装渠道拓展，于 2018 年开始试点推进欧派整装大家居商业模式。

欧派整装大家居是指公司直接选择和各地规模较大、口碑较好的优质家装公司开展合作，充分利用公司品牌知名度高、产品品类丰富、品类搭配工艺板材一体化等优势，辅以公司成熟的信息化销售系统，迅速导入装企终端，极大提升终端效率，缩短磨合期，对其进行品牌和产品的同步赋能。在整个客户服务环节，公司负责产品的生产制造以及营销支持等，家装公司负责提供定制家居设计安装服务和家装设计落地施工。

整装业务的拓展有利于公司在新的市场环境下扩展客流渠道，抢占市场份额。公司积极落地整装经销商营销扶政策，加快整装渠道开拓及营销终端模式建设步伐。同时，公司通过机制设计等强化、引导欧派零售经销商与当地家装、整装渠道公司进行业务合作，推动零售和整装经销商携手激活当地市场的定制家居产品消费，一起努力完成欧派对当地家居市场的销售后展，提升欧派品牌整体占有率。

(2)直营店销售模式

直营店销售模式是指公司利用自有资金在大型卖场、购物中心、临街店面等开设“欧派”、“欧铂丽”、“欧铂尼”、“铂尼思”系列品牌专卖店销售本公司产品(包括欧派橱柜、欧派衣柜、欧派卫浴、欧铂尼木门、欧铂丽全屋定制等)的业务模式，目前，公司在广州地区开设直营店。

(3)大宗业务销售模式

该业务由公司与房地产开发商或工程承包商签订产品供应与安装合同，由公司负责供货、工程服务商为项目履约实际操作方，负责相关产品的设计、运输、安装和售后等具体业务。公司与工程服务商签订协议，并监督工程服务商履约项目。

(4)出口销售模式

产品出口主要有国外大宗业务销售和国外零售销售两种模式。国外大宗业务销售是指公司自主参与工程项目洽谈、合同订立和履约；国外零售销售是指公司通过零售渠道或者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。

5、品牌建设模式

公司非常重视欧派家居旗下系列品牌的建设，品牌建设主要通过几个方面：

(1)品牌规划。基于企业、品牌、行业、消费者的研究，将公司品牌建设提升到企业经营战略的高度，提出企业品牌中长期发展战略，并以此指导日后的具体品牌营销战术。深度挖掘品牌核心价值体系，并以其为中心，建立强大的品牌识别体系，给消费者带来强联想。

(2)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，使品牌价值最大化，公司制定了详细的品牌管理制度，在各类媒体渠道实施的各类公益品牌宣传广告、硬性广告、软性新闻宣传，并积极参与各类公益性赞助活动，组织各类庆典、新闻发布会、促销推广、招商展览活动等。

(3)渠道布局和推广。全面推行“10+1”终端经营模式，通过范围覆盖较广的经销门店、统一整洁的设计装修和训练有素的专业人员展示公司整体形象，提高“欧派”、“欧铂丽”、“欧铂尼”、“铂尼思”系列品牌的知名度和美誉度。公司对经销商经营成效、服务质量设有完备的考核、监督、预警机制，以最大程度保护终端消费者的利益，维护欧派品牌的美誉度，公司的经销商管理水平始终领先于同行业。

6、销售物流、仓储模式

为规范公司各品类产品的仓储物流流程，公司制定了涵盖仓储、发运、物料信息服务管理的相关制度，并在制造体系下设置物流中心，负责集团产品物流管理。同时，针对行业输在途管理缺失、多次中转造成的运损高企以及错漏串货问题，公司积极探索定制家居产品物流业务新模式。

(三)行业情况说明

1、行业的周期性

定制家具行业市场基数小，在家居行业内市占率仍然有较大提升空间，但宏观经济发展周期、地产销售周期、国民收入及消费者消费理念的变化等，均会对定制家居行业产生一定的周期性影响。

2、行业的季节性

定制家具行业具有季节性特点，主要与居民的商品住房购买和商品房的交房时间有关，也与居民旧房二次装修有关。同时，由于我国幅员辽阔，气候差异大，因此季节性与地域分布也存在一定的关联性。按公司多年经验来看，下半年度的收入占比较高。其中、东北、西北、新疆、西藏等地区每年 1 月至 2 月、6 月至 8 月属于淡季，每年 3 月至 5 月、9 月至 12 月属于旺季。华东、华北、华中、西南、东南、华南等地区每年 6 月至 8 月属于淡季，每年 3 月至 5 月、9 月至次年 1 月属于旺季。

3、行业市局分散性

受行业进入门槛较低，需求流量入口分散，消费者定制家具的消费习惯没有充分形成等因素影响，定制家具行业市场份额较为分散，行业集中程度不高，呈现出“大行业，小企业”的行业特点。相比欧美、日韩等成熟家具市场，我国定制家具行业龙头市占率及行业集中度拥有巨大的提升空间。随着定制家具产品的快速升级、迭代，引流套餐产品的充分推广，头部企业对于传统的中小型定制家具生产企业、现场木工打造等产品形态已经逐步形成了压倒性的品牌、产品优势，头部企业的渗透率不断提高，中小型企业、手工打制产品加速退出，头部企业市场占有率有望持续扩大。

近年来，伴随着家居行业渠道变革的深化以及消费者对定制家具消费意识的觉醒，以公司为代表的部分头部企业正凭借大规模的非标定制生产能力、布局广泛的渠道实力、强大的品牌影响力等竞争优势逐步实现市场份额和市占率的稳步增长。

4、与房地产行业景气度相关

家具行业属于房地产后周期行业，与房地产行业景气度相关，消费需求主要来自于新房(精装修、毛坯)和二手房的房屋交易，消费者收楼后、入住前的装修、家居配套需求对于公司各品类零售业务、整装业务的拉动最为直接。精装修渗透率的逐步提升对公司大宗业务的拉动也最为明显。公司充分发挥了大宗业务服务体系的突出优势，优选高质量精装配套客户，在严控风险的背景下承接大宗业务，整体的业务规模领先同行。近 10 年以来商品房交易市场热度不减，每年均会产生大量商品房二次装修或局部改造(厨、卫空间翻新需求尤为突出)的需求，鉴于二次装修客户往往具有一定的装修经验，对家装产品质量、品牌具有更高的认知，一站式家居配套的需求也更为明显，公司作为头部的大家居配套服务提供方，更能够满足这一类群体的需求。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位:元　币种:人民币

	2020 年	2019 年	本年比上年增减(%)	2018 年
总资产	18,843,631,132.18	14,813,874,091.94	27.20	11,120,497,318.33
营业收入	14,739,690,238.09	13,533,360,200.97	8.91	11,509,386,515.93
归属于上市公司股东的净利润	2,062,629,441.88	1,839,448,516.68	12.13	1,571,858,328.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,935,193,531.48	1,680,764,778.50	15.14	1,497,014,180.16
归属于上市公司股东的净资产	11,925,427,990.33	9,558,915,785.15	24.76	7,560,943,109.83
经营活动产生的现金流量净额	3,889,455,693.03	2,156,335,589.18	80.37	2,018,209,398.97
基本每股收益(元／股)	3.47	3.13	10.86	2.68
稀释每股收益(元／股)	3.47	3.05	13.77	2.61
加权平均净资产收益率(%)	19.26	21.66	减少 2.4 个百分点	22.72

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位:元　币种:人民币

	第一季度(1-3 月份)	第二季度(4-6 月份)	第三季度(7-9 月份)	第四季度(10-12 月份)
营业收入	1,430,016,777.54	3,535,521,887.45	4,766,073,106.6	5,008,078,466.50
归属于上市公司股东的净利润	-101,525,779.54	590,631,067.48	961,105,670.31	612,418,483.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-124,879,786.82	567,531,637.95	944,409,495.60	548,132,184.75
经营活动产生的现金流量净额	-797,182,767.58	1,361,132,757.38	1,566,298,972.50	1,759,206,730.73

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用　√不适用

4 股本及股东情况

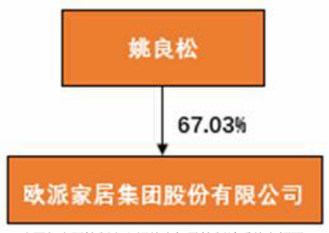
4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位: 股

截止报告期末普通股股东总数(户)							9,413
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)							10,004
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)							0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)							0
前 10 名股东持股情况							
股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
姚良松	115,200,000	403,200,000	67.03	0	无	0	境内自然人
姚良柏	14,736,662	51,578,316	8.57	0	无	0	境内自然人
香港中央结算有限公司	29,729,401	42,803,518	7.12	0	无	0	未知
中国建设银行股份有限公司—华安聚优精选混合型证券投资基金	6,724,787	6,724,787	1.12	0	无	0	其他
兴业银行股份有限公司—兴全新视野灵活配置定期开放混合型发起式证券投资基金	4,211,904	4,211,904	0.70	0	无	0	其他
兴业银行股份有限公司—兴全趋势投资混合型证券投资基金	3,940,100	3,940,100	0.66	0	无	0	其他
中国农业银行股份有限公司—易方达消费行业股票型证券投资基金	614,488	3,847,044	0.64	0	无	0	其他
赣州天欧投资合伙企业(有限合伙)	-1,147,989	2,290,389	0.38	0	无	0	境内非国有法人
中国工商银行股份有限公司—广发稳健回报混合型证券投资基金	1,900,000	1,900,000	0.32	0	无	0	其他
中国银行—华夏回报证券投资基金	-242,981	1,797,779	0.30	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	姚良松、姚良柏为一致行动人;除上述 1 外,公司未知其他社会股东之间是否存在关联关系,也未知其他社会股东是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用　□不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用　□不适用

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用　√不适用

5 公司债券情况

□适用　√不适用

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

报告期内，在公司董事会及全体泛欧派人员的努力下，公司实现关键经济指标稳健增长。公司实现营业收入 147.4 亿元，同比增长 8.91%，实现净利润 20.6 亿元，同比增长 12.13%。

2 导致暂停上市的原因

□适用　√不适用

3 面临终止上市的情况和原因

□适用　√不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

√适用　□不适用

详见“第十一节 财务报告 五、重要会计政策及会计估计”。

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

□适用　√不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

√适用　□不适用

公司将全部子公司均纳入合并财务报表范围。2020 年度，公司新设成立的子公司 3 家，自成立之日起纳入合并财务报表范围，注销子公司 2 家，在注销之日前仍纳入合并财务报表范围。具体情况详见“第十一节 财务报告 八.合并范围的变更” 和“第十一节 财务报告 九. 在其他主体中的权益”。

证券代码:603833　　证券简称:欧派家居　　公告编号:2021-017
转债代码:113543　　转债简称:欧派转债
转股代码:191543　　转股简称:欧派转股

欧派家居集团股份有限公司 2020 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告

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。

中国证券监督管理委员会《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》和上海证券交易所《上市公司日常信息披露工作备忘录第一号临时公告格式指引第十六号上市公司募集资金存放与实际使用情况的专项报告》等有关规定的要求，现将欧派家居集团股份有限公司(以下简称“公司”)截至 2020 年 12 月 31 日募集资金存放与实际使用情况专项报告如下：

一、募集资金基本情况

(一)首次公开发行人民币普通股募集资金基本情况

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首次公开发行股票的批复》(证监许可【2017】311 号)核准，公司向境内投资者发行人民币普通股(A 股)41,510,000 股，每股面值 1.00 元，每股发行价格 50.08 元，募集资金总额为人民币 2,078,820,800.00 元。经广东正中珠江会计师事务所(特殊普通合伙)“广会验字【2017】G14000180461 号”《验资报告》审验，截至 2017 年 3 月 22 日止，公司募集资金总额为人民币 2,078,820,800.00 元，扣除发行承销费 73,000,000.00 元后，收到募集资金 2,005,820,800.00 元。

截止 2020 年 12 月 31 日止，公司首次公开发行人民币普通股募集资金已使用完毕。具体如下：

单位:人民币元

项目	金额
募集资金到账金额	2,005,820,800.00
减:律师费、审计费、法定信息披露等发行费用	14,500,000.00
加:利息收入扣减手续费净额(含理财收入)	19,805,164.60
减:募集资金置换金额	1,041,933,200.00
减:以前年度已使用金额	933,592,457.16
减:本年已使用金额	2,793,430.05
减:永久性补充流动资金	32,806,877.39
尚未使用的募集资金余额	0.00

(二)公开发行可转换公司债券募集资金基本情况

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[2019]475 号)核准，公司向社会公开发行 1,495 万张可转换公司债券，每张面值 100 元，按面值发行，募集资金总额为人民币 1,495,000,000.00 元。经广东正中珠江会计师事务所(特殊普通合伙)“广会验字[2019]G18034120180 号”《验证报告》审验，截至 2019 年 8 月 22 日止，公司募集资金总额为人民币 1,495,000,000.00 元，扣除发行承销费 13,455,000.00 元后，收到募集资金为 1,481,545,000.00 元。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司发行可转换公司债券募集资金已按计划使用完毕。

二、募集资金管理情况

(一)募集资金的管理情况

为规范募集资金的管理和使用，公司依照《公司法》、《证券法》、《上市公司证券发行管理办法》、《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《上海证券交易所股票上市规则》、《上海证券交易所上市公司募集资金管理办法》等文件的规定，经公司 2014 年 7 月 23 日召开的 2014 年第一次临时股东大会审议通过，制定了《欧派家居集团股份有限公司募集资金管理办法》(以下简称“《公司募集资金管理办法》”)。

2017 年 3 月 15 日，公司根据《公司募集资金管理办法》有关规定，分别与募集资金专项账户监管银行中国工商银行股份有限公司广州天平架支行、中国建设银行股份有限公司广州江高支行、上海浦东发展银行股份有限公司广州珠江新城支行、招商银行股份有限公司广州机场路支行、中国银行股份有限公司广州江高支行、中信银行股份有限公司广州花城支行及保荐机构国泰君安证券股份有限公司签订了《募集资金专户三方监管协议》。三方监管协议与上海证券交易所《募集资金专户存储三方监管协议(范本)》不存在重大差异，该等协议的履行也不存在问题。

2019 年 9 月 10 日，为规范公司发行可转换公司债券募集资金的管理和使用，保护投资者的权益，公司、保荐机构国泰君安证券股份有限公司以及募集资金专项账户监管银行中国银行股份有限公司广州白云支行、中国工商银行股份有限公司广州天平架支行分别签订了《募集资金专户存储三方监管协议》。该三方协议内容与上海证券交易所制订的《募集资金专户存储三方监管协议(范本)》不存在重大差异。

(二)募集资金专户存储情况

1、首次公开发行人民币普通股募集资金专户存储情况

截至 2020 年 12 月 31 日止，公司首次公开发行人民币普通股募集资金已使用完毕，公司首次公开发行人民币普通股的募集资金在银行专户的存储情况如下：

单位:人民币元

序号	开户银行	银行账号	存放余额	募集资金专户状态
1	中国工商银行股份有限公司广州天平架支行	3602113229100122040	-	2018 年 12 月已注销
2	中国建设银行股份有限公司广州江高支行	44050149110400000418	-	2019 年 11 月已注销
3	上海浦东发展银行股份有限公司广州珠江新城支行	82140155200000233	-	2019 年 10 月已注销
4	招商银行股份有限公司广州机场路支行	020900064910809	--	2020 年 8 月已注销
5	中国银行股份有限公司广州江高支行	657468449367	-	2018 年 12 月已注销
6	中信银行股份有限公司广州花城支行	8110901013700464761	-	2018 年 12 月已注销

2、公开发行可转换公司债券募集资金专户存储情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公开发行可转换公司债券的募集资金已按计划使用完毕，公司在中国银行股份有限公司广州白云支行、中国工商银行股份有限公司广州天平架支行开立的募集资金专户于 2019 年 10 月均已注销。

三、报告期内募集资金的实际使用情况

(一)募集资金投资项目(以下简称“募投项目”)的资金使用情况。

报告期内，公司募集资金投资项目的资金使用情况详见附表 1“公司首次公开发行股票募集资金使用情况对照表”。

(二)募投项目先期投入及置换情况。

报告期内，公司不存在募投项目先期投入及置换情况。

(三)用闲置募集资金暂时补充流动资金情况。

报告期内，公司不存在用闲置募集资金暂时补充流动资金的情况。

(四)对闲置募集资金进行现金管理，投资相关产品情况。

报告期内不存在上述情况。

(五)用超募资金永久补充流动资金或归还银行贷款情况。

报告期内不存在上述情况。

(六)超募资金用于在建项目及新项目(包括收购资产等)的情况。

报告期内不存在上述情况。

(七)节余募集资金使用情况。

报告期内不存在上述情况。

(八)募集资金使用的其他情况。

详见“四、变更募投项目的资金使用情况”。

四、变更募投项目的资金使用情况

2020 年 4 月 28 日，公司第三届董事会第三次会议以 6 票同意、0 票反对、0 票弃权审议通过了《关于终止 IPO 部分募投项目并将剩余募集资金永久补充流动资金的议案》。同意终止“年产 50 万套抽油烟机、50 万套燃气灶生产车间”项目，并将该项目终止后的剩余募集资金 3,254.27 万元及其利息收入(此为截至 2020 年 4 月 17 日的余额，实际金额以资金转出当日专户余额为准)将用于永久补充流动资金。本议案已经公司 2019 年年度股东大会审议通过。

2020 年 8 月 18 日，公司将募集资金专项账户(账号:020900064910809)予以销户，销记时转出金额 3,280.69 万元(含结余利息)已转入公司开立的一般账户中，全部用于永久性补充流动资金。

五、募集资金使用及披露中存在的问题

报告期内，公司已对募集资金使用情况进行了及时、真实、准确、完整的信息披露，不存在募集资金管理违规的情形。

六、会计师事务所对公司年度募集资金存放与使用情况出具的鉴证报告的结论性意见。

华兴会计师事务所(特殊普通合伙)对公司年度募集资金存放与使用情况出具的鉴证报告的结论性意见如下：

我们认为，欧派家居董事会编制的截至 2020 年 12 月 31 日止的《关于 2020 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》符合中国证券监督管理委员会《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》和上海证券交易所《上市公司日常信息披露工作备忘录第一号临时公告格式指引第十六号上市公司募集资金存放与实际使用情况的专项报告》等有关规定，如实反映了欧派家居 2020 年度募集资金存放与实际使用情况。

七、保荐机构对公司年度募集资金存放与使用情况所出具的专项核查报告的结论性意见。

保荐机构核查认为:欧派家居遵守了中国证监会、上海证券交易所关于募集资金管理的相关规定以及公司募集资金管理制度，有效执行了募集资金监管协议，对募集资金进行了专户存储和专项使用，募集资金的存放和使用符合中国证监会和上海证券交易所关于募集资金管理的相关规定，不存在变相改变募集资金用途和损害股东利益的情况，亦不存在违规使用募集资金的情形。

八、上网公告附件

(一)国泰君安证券股份有限公司出具的《国泰君安证券股份有限公司关于欧派家居集团股份有限公司 2020 年度募集资金存放与使用情况的专项核查意见》；

(二)华兴会计师事务所(特殊普通合伙)出具的《关于欧派家居集团股份有限公司募集资金 2020 年度存放与实际使用情况的鉴证报告》。

特此报告。

欧派家居集团股份有限公司董事会

2021 年 4 月 22 日

附表 1:

公司公开发行股票募集资金使用情况对照表

单位:人民币万元

募集资金净额				199,132.08	本年度投入募集资金总额				279.34		
报告期内变更用途的募集资金总额				3,280.69	已累计投入募集资金总额				197,831.94		
累计变更用途的募集资金总额				3,280.69							
累计变更用途的募集资金总额比例				1.65%							
承诺投资项目	是否已变更项目	募集资金承诺投资总额	调整后投资总额(1)	本年度投入金额	截至期末累计投入金额(2)	截至期末投资进度(%)(3)=(2)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	本年度实现的效益	是否达到预计效益	项目可行性是否发生重大变化	
广州年产 15 万套厨柜生产线建设项目	否	15,000.00	15,000.00	-	15,250.45	101.67	2018 年 12 月	6,567.04	是	否	
广州年产 30 万套衣柜生产线建设项目	否	29,000.00	29,000.00	-	29,873.10	103.01	2018 年 12 月	18,610.77	是	否	
年产 60 万樘木门生产线建设项目	否	15,000.00	15,000.00	-	15,426.32	102.84	2019 年 11 月	6,299.82	是	否	
天津年产 15 万套厨柜生产线建设项目	否	29,000.00	29,000.00	-	29,047.80	100.16	2017 年 1 月	4,920.69	否	否	
无锡生产基地(一期)建设项目	否	78,000.00	71,842.85	-	72,106.06	100.37	2018 年 6 月	15,614.64	是	否	
新建年产 50 万套抽油烟机、50 万套燃气灶生产车间	否		6,157.15	279.34	2,917.47	47.38	不适用	-	-	否	
“欧派”品牌推广项目	否	30,000.00	30,000.00	-	30,078.64	100.26	不适用	-	-	否	
信息化系统技术改造项目	否	3,132.08	3,132.08	-	3,132.08	100.00	不适用	-	-	否	
合计	-	199,132.08	199,132.08	279.34	197,831.92	99.35	-	52,012.97	-	-	
未达到计划进度或预计收益的情况和原因				2020 年 4 月 28 日，公司召开第三届董事会第三次会议，审议通过了《关于终止 IPO 部分募投项目并将剩余募集资金永久补充流动资金的议案》。同意终止“年产 50 万套抽油烟机、50 万套燃气灶生产车间”项目，并将该项目终止后的剩余募集资金 3,254.27 万元及其利息收入(此为截至 2020 年 4 月 17 日的余额，实际金额以资金转出当日专户余额为准)将用于永久补充流动资金。本议案已经公司 2019 年年度股东大会审议通过。 终止原因:由于近年来厨房电器行业新进入者增多，几乎所有的家电品牌都涉足了厨电产品，厨房主要电器抽油烟机和燃气灶市场整体产能过剩，市场竞争加剧，公司继续投资建设可行性显著降低，预计短期内难以取得理想的经济效益，基于对当前市场状况及未来一段时间内行业发展趋势的判断，公司整体厨柜配套销售的抽油烟机和燃气灶可以采取更为经济的 OEM 方式，公司为了提高募集资金效益，防范投资风险、更好地维护上市公司及全体股东的利益，秉持审慎投资的原则，减缓了项目投资进度。 天津年产 15 万套厨柜生产线建设项目本期实现的效益金额 4,920.69 万元，较承诺效益 6,626.72 万元低 1,706.02 万元(占承诺效益的 25.74%)，主要系公司部分二期募投项目投产，公司为发挥各基地的协同效应，降低运输等营运成本，实现综合效益最大化，将订单安排就近基地生产所致。									
项目可行性发生重大变化的情况说明				报告期内不存在此情况							
超募资金的金额、用途及使用进展情况				报告期内不存在此情况							
募集资金投资项目实施地点变更情况				报告期内不存在此情况							
募集资金投资项目实施方式调整情况				报告期内不存在此情况							
募集资金投资项目先期投入及置换情况				报告期内不存在此情况							