

证券代码：603600

证券简称：永艺股份

## 永艺家具股份有限公司

### 投资者关系活动记录表（2023年第三季度业绩说明会）

编号：2023-003

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 网络会议 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他
参与机构	参加公司2023年第三季度业绩说明会的投资者
时间	2023年11月2日（星期四）15:00-16:00
地点	价值在线（ <a href="https://www.ir-online.cn">https://www.ir-online.cn</a> ）
上市公司接 待人员	董事长、总经理：张加勇先生 财务总监：吕成先生 董事会秘书：顾钦杭先生 独立董事：邵毅平女士
投资者关系 活动主要内 容介绍	<p>公司于2023年10月28日在上海证券交易所网站（<a href="http://www.sse.com.cn">www.sse.com.cn</a>）披露了公司《2023年第三季度报告》。为使广大投资者更加全面、深入地了解公司经营情况，公司于2023年11月2日召开了业绩说明会，与投资者进行了互动交流，就投资者关注的问题在信息披露允许的范围内进行了回答。</p> <p>公司对相关问题进行了梳理，主要问题及答复如下：</p> <p><b>1、公司近期内销声量很大，可以介绍一下内销发展战略和具体打法吗？</b></p> <p>回复：近年来，公司积极拥抱内循环，将国内市场开拓提升至战略级高度，将国内市场作为重要战略根据地，围绕</p>

“坐健康”多品类布局，线上线下多渠道推进，同时加大品牌建设投入，推动公司加快实现从“外销代工模式为主”向“内外销并重、自主品牌和 ODM 模式并重”的战略转型。具体而言，公司围绕产品、渠道、品牌等方面持续发力：**在产品打造方面**，公司深入洞察久坐用户痛点，以“撑腰”为价值锚点，目前已形成分区撑腰、可调撑腰、随动撑腰和主动撑腰四条人体工学撑腰办公椅产品线，通过不同的撑腰技术，实现不同价位段产品撑腰技术全覆盖，持续推出基于公司核心撑腰科技的差异化产品。**在品牌建设方面**，坚持品牌资产长期积累的原则，通过视觉优化、内容营销、户外广告、品牌联名等方式，持续开展符合品牌定位的营销活动，加快构建品牌认知的护城河；同时通过分众、抖音、小红书、知乎、B 站等平台的品牌内容投放，持续扩大市场流量渠道，打造“久坐怕腰酸、永艺撑腰椅”的品牌心智，让更多消费者了解永艺撑腰椅。**在渠道建设方面**，线上线下齐头并进，线上除持续深耕天猫、京东等传统电商渠道外，加快布局抖音、拼多多、社群私域营销等平台，覆盖不同区域和圈层的消费者；同时加快布局线下经销商渠道，加大直营大客户拓展力度，加快推进线下 To C 渠道建设，不断扩大品牌产品销售通路。

## 2、能介绍一下国内自主品牌建设的思路吗？

回复：国内自主品牌建设的总体思路是注重品牌投放与销售承接相结合，线上渠道和线下零售渠道相结合。一是**围绕用户痛点打造“撑腰”产品**。公司在行业内首创人体工学撑腰办公椅品类，以“撑腰”为价值锚点，持续推出具有核心撑腰技术的旗舰产品，通过旗舰产品的品牌打造和销量提升，拉动公司自主品牌地位。二是在**品牌营销方面发力**，坚持品牌资产长期积累的原则，持续通过分众、抖音、小红

书、知乎、B站等平台加大品牌内容投放，同时开展符合品牌定位的市场营销活动，打造“久坐怕腰酸、永艺撑腰椅”的品牌心智，加快构建品牌认知护城河。三是**线上线下渠道协同做好销售承接**，线上同时发力传统电商渠道和兴趣电商渠道，并把兴趣电商渠道作为战略性开拓方向；线下加快开拓2C零售渠道，满足消费者体验需求的同时，扩大自主品牌露出，进一步提高品牌势能。此外，通过2C端品牌知名度的提升，进而影响2B端客户的决策，进一步扩大自主品牌业务份额。

### 3、如何看待办公椅行业的市场空间和未来发展？

回复：从市场规模和增速看，根据相关行业研究报告显示，目前全球办公椅市场规模在250亿美元左右，中国凭借产业链齐全、生产成本较低等优势，已成为全球办公座椅制造中心，中国办公椅（海关编码：940130，可调高度的转动坐具）出口额从2016年的19.69亿美元增长到了2022年的35.89亿美元。尽管近两年受宏观经济波动影响、市场需求有所收缩，但从过去几年的数据看，中国办公椅出口额增速不低，其中2016-2019年CAGR为12.29%，2019-2022年CAGR为8.78%，应该说中国办公椅出口市场是一个增量市场。国内办公椅市场规模在300亿人民币左右，市场规模较大但集中度很低，随着国内经济持续快速发展、居民可支配收入不断增加、健康意识不断增强，国内办公椅市场空间广阔，因此我们正在加快开拓国内市场和自主品牌业务，通过产品、品牌、渠道、运营等方面共同发力，不断开拓人体工学撑腰椅品牌市场、发展扩大人体工学撑腰椅赛道，加快提升国内市场占有率和品牌知名度。

从我们当前的市占率看，虽然我们已是最大的办公椅提供商之一，但对照我们要在主流市场和主流客户这两个维

度的市场份额实现“数一数二”的目标还存在不小差距，目前我们在许多主要市场和主要客户的市占率排名并不靠前，而这些就是我们进一步发展的空间，应该说可以挖掘的潜力还很大。

从行业发展前景看，办公椅属于刚需产品，完全可以穿越周期长期发展；同时随着健康意识的不断增强，健康坐具产品渗透率将不断提升，市场规模有望持续扩大；行业集中度有望不断提升，海外大企业在终端市场的份额进一步提升，且其对供应链稳定的重要性更加关注，将进一步提升对供应端龙头制造企业的采购份额。因此，我们非常看好办公椅行业的发展前景，将一如既往专注主业，积极发挥自身优势，持续提升市场占有率及大客户渗透率，通过份额提升的核心逻辑努力加快业务发展。

#### **4、公司办公椅产品有哪些优势？如何通过产品优势和竞争者拉开差距？**

回复：公司产品优势主要源于较强的研发能力以及精准的消费者洞察。一方面，公司长期聚焦“坐健康”领域，掌握核心撑腰科技，截至2022年底，累计申请专利1587项，其中腰脊相关专利108项。从2010年公司联合浙江大学创新实验室研发自适应底盘开始，专研13年不断攻克技术壁垒，致力于解决人体动态坐姿下的全面支撑尤其是腰部的动态支撑，成体系地推出十大自适应底盘，其中坐背联动底盘通过改变座椅后仰支点结构，从根本上解决了腰部悬空的问题，实现无论在哪个角度腰靠都能贴合腰部，达到很好的“撑腰”效果。除底盘支撑外，通过对底盘技术、腰靠技术、背靠支持、魔术扶手等座椅结构的联动，实现对坐时身体的全面支撑，保护久坐人群的健康舒适。另一方面，公司已形成一套成熟的新产品开发理念，运用产品规划方法论形成常态

化需求挖掘工作机制，持续调研市场趋势、精准洞察用户需求，有针对性地做好产品立项，通过旗舰产品的打造助力销售增长和品牌建设。

根据国家卫健委数据显示，中国腰椎病患者已突破2亿人，且日趋年轻化，久坐导致的腰椎问题已成为久坐用户的核心痛点。公司在行业内首创人体工学撑腰办公椅品类，以“撑腰”为价值锚点，目前已形成分区撑腰、可调撑腰、随动撑腰和主动撑腰四条产品线，通过不同的撑腰技术，实现不同价位段产品撑腰技术全覆盖。同时，积极把握智能家具发展趋势，加快智能座椅、智能升降桌等新产品开发，围绕消费者学习、办公、电竞等使用场景构建一整套的智能桌椅产品解决方案，目前智能桌椅产品已接入华为鸿蒙、涂鸦智能等主流智能生态。

#### **5、目前双11预售情况怎么样？**

回复：公司“双11”预售情况整体较好，截至目前，公司在各主要电商平台的坐具类（电脑椅）类目排名持续提升。

#### **6、1-9月自主品牌的营收有多少？占比同比变化情况如何？**

回复：公司前三季度国内外自主品牌业务实现营收约4亿元，占主营业务收入的16%，同比增长34%。

#### **7、公司境外收入占比多少？**

回复：公司1-9月外销业务收入占比77%。

#### **8、前三季度毛利率同比提升较快，主要原因有哪些？**

回复：2023年前三季度公司毛利率同比提升4.28个百分点

点，主要原因系公司持续推进研发创新、供应链优化整合、降本增效等措施，同时自主品牌和自主渠道业务占比有所提升，以及大宗原材料和海运费价格有所下降、人民币汇率有所贬值等。

#### **9、今年以来汇率波动对公司业绩的影响如何？**

回复：今年以来，人民币汇率总体呈现贬值态势，对公司经营业绩产生正向影响。除对毛利率有积极贡献外，前三季度实现汇兑收益 2,698 万元，对利润产生积极影响。三季度汇率保持相对稳定的情况下出现小幅双向波动，产生汇兑损失 729 万元，这也是三季度净利润环比二季度下滑的主要原因。

#### **10、为什么第三季度营收增加但净利润反而下降？**

回复：公司 2023 年第三季度公司实现销售收入 9.64 亿元，归母净利润 6922 万，归母净利率 7.18%，环比二季度有所下滑，主要原因系三季度汇率波动造成一定的汇兑损失，而二季度为汇兑收益。

#### **11、请问公司现金流是否充足？未来是否有融资需求？**

回复：2023 年 9 月末公司货币资金余额 7.5 亿元，资产负债率 33.97%，现金流充足，财务状况稳健。

#### **12、看到海关数据，为何前三季度公司办公椅和沙发的增速低于行业？**

回复：主要是客户和市场结构差异造成的。公司外销业务主要来自欧美日等发达国家的大客户，今年以来这些国家的需求下滑较大。随着当前欧美加息周期接近尾声，且渠道端

库存水位已处于较低水平，后续需求端有望继续回暖。而东南亚、中东和南美的新兴经济体今年增长势头较好、对行业增速形成支撑，公司在这些市场的布局不多，后续将加大对这些市场的开拓力度。

**13、请问公司订单可见度大概几个月？未来订单是否饱满？**

回复：目前公司订单能见度 1-2 个月，环比呈现改善趋势。随着当前欧美加息周期接近尾声，且渠道端库存水位已处于较低水平，后续需求端有望回暖向好。同时，随着欧美客户对供应链安全的重视程度日益提升，或将迎来新一轮订单转移高峰期，公司越南和罗马尼亚基地有望受益新一轮订单转移，进一步提高市场占有率和大客户渗透率。此外，东南亚、中东和南美的新兴经济体增长势头较好，公司后续将进一步加大对这些市场的开拓力度。

**14、公司在电竞椅上进展如何？泰克堡垒品牌增速如何？**

回复：公司高度重视自主品牌建设，电竞椅方面，正在通过产品、渠道、品牌和运营等方面协同发力，加快打造“泰克堡垒”品牌。

**15、公司升降桌产品目前订单及未来定位如何？**

回复：公司升降桌产品坚持差异化定位，持续开发家居和电竞风格升降桌，目前已顺利进入全球主流市场的大型零售商客户。升降桌全球市场的渗透率会不断提升，凭借公司在客户和技术领域的持续积累和差异化产品等优势，相信公司在升降桌这个细分市场将保持较快增长，成为公司业务发展的重要增长点。

**16、公司目前越南项目进展如何？**

回复：公司于2018年在行业内率先“走出去”投资建设越南生产基地，已成为国内办公椅行业建设国外产能最早、规模最大的企业之一，同时经过数年建设已在本地化供应链、人员素质、技术工艺等方面奠定了坚实基础。近年来，公司坚持“数一数二”市场战略，积极发挥越南基地优势，大力实施大客户价值营销，越南基地业务增长较快，推动公司有效提升海外市场份额和大客户渗透率。随着当前欧美客户对供应链安全的重视程度日益提升，或将迎来新一轮订单转移高峰期，越南基地有望受益新一轮订单转移。

**17、能介绍下罗马尼亚基地的情况吗？**

回复：公司罗马尼亚生产基地已于今年上半年投产出货，后续将结合战略规划及订单情况稳步推进产能建设，为公司加快开拓欧洲及其他海外市场提供战略支点。

**18、请问公司未来海外产能的规划？**

回复：当前，欧美客户对供应链安全的重视程度日益提升，正在加快推进供应链全球布局，公司外销业务将积极推进全球化战略，结合战略布局和业务发展的需要，加快建设越南、罗马尼亚等海外生产基地，实现全球产能协同，更好满足客户需求，进一步提高海外市场份额，同时有效规避国际贸易摩擦风险，进一步提高竞争优势。

**19、公司目前海外仓规模有多大？**

回复：公司目前海外仓大约18万平方英尺。

**20、股价下跌这么多，公司有什么回馈股东措施？**

	<p>回复：二级市场股价短期受国内外宏观经济环境、市场行情及风格、公司业绩、投资者未来预期等多重因素影响。公司将聚焦“坐健康”领域，按照既定战略全力做好各项生产经营工作，坚定不移做大做强主业，以业绩持续增长抬升公司的长期投资价值，努力以更好的业绩回报广大投资者。我们对公司发展前景充满信心！</p> <p><b>21、最近有回购的需求吗？公司股价低迷，希望回购增加信心。</b></p> <p>回复：感谢您的建议！目前公司没有上述计划，后续若有相关计划，公司将严格按照信息披露规则对外披露。</p> <p><b>22、根据《加快“以竹代塑”发展三年行动计划》，其中提出，到2025年，“以竹代塑”产业体系初步建立，产品质量、产品种类、产业规模、综合效益进一步提升，重点产品市场占有率显著提高。请问公司有无计划生产竹藤制品的桌椅？</b></p> <p>回复：感谢您的建议，公司目前没有这方面的计划。</p> <p>注：本次业绩说明会如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公司或管理层对行业、公司发展或业绩的承诺和保证，敬请广大投资者注意投资风险。</p>
其他事项	<p>关于公司2023年第三季度业绩说明会的详细情况，投资者可以通过价值在线（<a href="https://www.ir-online.cn">https://www.ir-online.cn</a>）查看。公司对关注和支持公司发展并积极提出建议的投资者表示衷心感谢！后续欢迎大家继续通过电话、邮件、上交所e互动平台等方式与公司进行交流。</p>
附件清单	无
日期	2023年11月2日

---

--	--