

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（2024 年年度业绩说明会）

编号：2025-002

投资者关系 活动类别	<div><div><input type="checkbox"/>特定对象调研</div><div><input type="checkbox"/>媒体采访</div><div><input type="checkbox"/>新闻发布会</div><div><input type="checkbox"/>现场参观</div><div><input type="checkbox"/>网络会议</div></div> <div><div><input type="checkbox"/>分析师会议</div><div><input checked="" type="checkbox"/>业绩说明会</div><div><input type="checkbox"/>路演活动</div><div><input type="checkbox"/>电话会议</div><div><input type="checkbox"/>其他</div></div>
---------------	---

	<p>公司实现销售收入 10.10 亿元、同比增长 17.93%，实现归母净利润 5755 万元、同比增长 34.81%，扣非后归母净利润 5401 万元、同比增长 26.17%。</p> <p>2、所属行业本期整体业绩怎么样？贵公司跟其他公司相比如何？</p> <p>答：根据中国海关总署数据，2024 年中国办公椅出口额同比增长 6.25%，沙发出口额同比增长 1.02%。公司 2024 年销售收入同比增长 34.22%，其中办公椅销售收入增长 33.54%，沙发销售收入增长 19.60%，均大幅高于行业增速，市场份额持续提升。</p> <p>3、公司之后的盈利有哪些增长点？</p> <p>答：公司将聚焦主业不动摇，坚定推进“产品领先、品牌致胜、数一数二、全球经营、智能制造、管理变革”六项战略举措，加快实现“两大转变”：向“内外销并重、自主品牌和 ODM/OEM 模式并重”转变、向“智能制造”转变，在销售上不断开拓进取，同时在内部运营上积极引入先进管理体系，持续推进管理变革，不断提升经营质量。</p> <p>外销方面，公司将积极发挥海外基地优势、持续提升美国市场业务份额，同时加快开拓非美市场，持续贡献业务增量。内销方面，将进一步加快建设自主品牌、拓展国内渠道，推动内销业务快速增长。在内部运营上，将积极学习和引入先进管理体系，深入实施 T+3 和 UBS 精益管理体系、极致成本管理体系、采购供应链体系变革，推进旗舰产品操盘、大客户营销、人才发展和组织体系持续优化，不断提升组织能力，有效保障公司高质量发展。</p> <p>4、美国关税落地将对公司业务产生什么影响？公司的应对策略？产能优势如何体现？</p> <p>答：总体而言，终端需求可能面临一定压力，但公司市场份额有望提升，我们对实现今年的增长目标依然充满信</p>
--	--

	<p>心。</p> <p>受美国新一轮加征关税影响，今年外部需求变数较大。关税对业务的影响主要表现在两方面：一是因关税成本提升且目前关税水平处于不稳定状态，影响渠道商采购决策；二是一定程度上影响终端市场消费需求，进而影响渠道商备货节奏。从行业层面看，关税影响终端消费者对未来物价上涨及自身消费能力的预期，特别是对耐用消费品的需求会产生一定的影响，这些已经在一季度有所体现，预计今年整体市场需求会面临一定压力。从公司自身角度看，新一轮关税将使公司海外产能的稀缺性优势进一步显现，特别是办公椅产业链具有很大的特殊性，美国进口的中低端办公椅主要来自中国和越南，没有其他国家可以规模性承接，而办公椅产业链很长，其他国家的产业链也很难在短时间建起来。公司目前建有两大海外生产基地，起步早、基础好，管理经验成熟，产能、设备、团队健全，能够应对更多的不确定性挑战。（1）越南基地：公司于 2018 年在行业内率先“走出去”投资建设越南生产基地，经过数年建设已在客户资源、产能规模、本地化供应链、人员素质、技术工艺等方面奠定了坚实基础，产能可以覆盖全部对美订单并可以承接更多市场份额。（2）罗马尼亚基地：自 2023 年投产以来加快新品导入和产能爬坡，同时结合国际贸易形势和业务发展规划，2024 年新购置土地及成熟的厂房设施，加快扩大有效产能，为公司进一步拓展欧美市场提供了有力支撑。在当前国际贸易摩擦风险进一步加大、欧美客户加快订单转移的背景下，公司位于国内、越南和罗马尼亚的三大生产基地可以协同满足客户全球采购需求，进一步提高竞争优势。公司将积极利用海外基地获取更多市场份额，以份额提升的核心逻辑对冲宏观环境的不确定性影响。</p> <p>同时，公司将多措并举强化营销，深挖有效客户份额，</p>
--	---

	<p>坚定踩实销售目标，推动内外销业务加快拓展。一方面，持续深耕外销基本盘，坚持“数一数二”市场战略不动摇，在持续深耕大客户的基础上，加强对 TOP 国家 TOP 客户的洞察和开拓力度，梳理目标客户清单，逐一建立联系并进行拜访；大力开拓非美市场，积极推进销售组织“走出去”，贴近重点市场布局销售办事处，加快开拓“一带一路”等新兴市场，这些都有望贡献业务增量。另一方面，公司将继续大力开拓国内市场，围绕产品、营销、渠道、供应链等协同发力，线上线下齐头并进，推动国内自主品牌和自主渠道业务销售规模持续提升，保持较高增速增长。</p> <p>5、全球办公椅的供应链格局如何？中国在美国办公椅进口中的份额占多少？</p> <p>答：（1）全球办公座椅行业经过多年发展，市场规模稳步增长。根据 CSIL 初步测算，2023 年全球办公座椅总产值为 150 亿美元，中国（33%）、美国（25%）、德国（6%）、印度（5%）、日本（5%）是前五大生产国。我国已成为全球最重要的办公座椅制造中心。根据中国海关总署的数据，中国办公椅出口额（海关编码：940131 木制的可调高度的转动坐具，940139 非木制可调高度的转动坐具）从 2016 年的 19.69 亿美元增长到了 2024 年的 39.53 亿美元，CAGR 为 9.10%，显示出中国办公椅出口市场依然属于增量型市场。</p> <p>（2）就美国市场而言，除美国本土生产的中高端办公椅外，中低端办公椅主要从中国和越南进口。2018 年之前，美国市场中低端办公椅主要从中国进口（2018 年美国从中国进口的办公椅占美国办公椅总进口额的 68.39%）；2018 年以后，部分中国办公椅企业开始向外转移产能（主要转至越南，越南办公椅产业从无到有、快速发展），美国从中国进口的办公椅占比逐年下降，而从越南进口的办公椅占比逐年上升。根据 CSIL 数据，2018-2023 年，越南的办公椅总产值</p>
--	--

	<p>由 0.9 亿美元增长至 3.3 亿美元；根据联合国商品贸易数据库数据统计，2024 年美国进口的办公椅中，34.80%从越南进口，24.14%从中国进口。</p> <p>（3）办公椅产业链具有很大的特殊性，办公椅产业虽属于传统产业，但产业链很长，对配套产业链的要求较高（涵盖铁件加工、铝压铸、注塑、海绵、气杆、脚轮、木板、面料、包装等），因此 2018 年以来从中国向外转移的办公椅企业基本都抱团落地在越南。目前，美国进口的中低端办公椅大部分来自中国和越南，没有其他国家可以规模性承接，而办公椅产业链很长，其他国家的产业链也很难在短时间内建设起来。因此，拥有越南产能的中资办公椅企业在当前贸易战背景下抗风险能力相对较强。</p> <p>（4）欧美国家本土有办公椅产能，但该等产能主要供应中高端市场，生产成本及销售价格很高，该类本土产能无法承接中国和越南的中低端办公椅产能转移（产能规模及生产成本均不能承接来自中国和越南的中低端办公椅的产业转移）。</p> <p>6、请问加征关税后,对国内办公椅出口企业的竞争格局变化展望？</p> <p>答：美国原先从中国进口的办公椅份额还将留在中国企业，但中国企业的产能会向外转移，拥有成熟海外产能的中国龙头企业有望进一步提升市场份额。</p> <p>（1）目前美国进口的中低端办公椅主要来自中国和越南，制造商主要是中国企业，而办公椅产业链很长，其他国家的产业链很难在短时间内建设起来。2018 年之前，美国市场中低端办公椅主要从中国进口（2018 年美国从中国进口的办公椅占美国办公椅总进口额的 68.39%）；2018 年以后，部分中国办公椅企业开始向外转移产能（主要转至越南，越南办公椅产业从无到有、快速发展），美国从中国进口的办公</p>
--	--

	<p>椅占比逐年下降，而从越南进口的办公椅占比逐年上升。</p> <p>（2）就拥有海外产能的中国办公椅企业而言，也会出现分化，海外基地综合运营能力（包括产能、本地化率、制造能力、工艺水平、运营效率、管理团队等）较强的龙头企业有望获得更多的市场份额，整体市场集中度将进一步提升。</p> <p>7、行业以后的发展前景怎样？</p> <p>答：展望未来，行业规模将进一步增长，集中度将进一步提升。</p> <p>从市场规模和增速看，根据 CSIL 相关研究报告显示，2023 年全球办公座椅消费总额为 129 亿美元（出厂价口径）。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，中国办公椅出口额（海关编码：940131 木制的可调高度的转动坐具，940139 非木制可调高度的转动坐具）从 2016 年的 19.69 亿美元增长到了 2024 年的 39.53 亿美元，CAGR 为 9.10%，显示出中国办公椅出口市场依然属于增量型市场。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，通过在产品、品牌、渠道、供应链等方面协同发力，加快提升国内市场占有率和品牌知名度。</p> <p>从行业竞争格局看，近年来行业集中度在不断提升，龙头企业份额持续提高。近年来贸易摩擦和全球公共卫生事件客观上使抗风险能力更强的海外大企业在终端市场的份额进一步提升，同时也使这些大企业充分意识到供应链稳定的重要性，加快推进供应链全球布局，进一步提升对龙头制造企业的采购份额。特别是在当前贸易格局下，拥有成熟海外产能的龙头企业竞争优势进一步显现，市场份额有望进一步提升。</p>
--	---

	<p>8、公司产品非美市场的需求趋势如何？公司开拓计划如何？</p> <p>答：目前非美市场需求相对平稳。公司正在大力开拓非美市场，一方面，加强对 TOP 国家 TOP 客户的洞察和开拓力度，梳理目标客户清单，逐一建立联系并进行拜访；另一方面，积极推进销售组织“走出去”，重点围绕薄弱市场和新兴市场设立海外办事处，通过营销组织前置更快了解目标市场趋势和客户需求，同时提高对客户需求的响应速度，加快开拓“一带一路”等新兴市场，提高目标市场渗透率。公司在欧洲、亚洲、澳洲等区域的业务增长较快。</p> <p>9、国家对于“出口转内销”的支持政策对公司内销业务会产生哪些影响？</p> <p>答：近期各级政府出台的相关政策措施有助于激发国内消费潜力、拓宽销售渠道，对公司加快开拓国内市场、打造自主品牌具有积极意义。</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	关于公司 2024 年年度业绩说明会的详细情况，投资者可以通过上证路演中心（ https://roadshow.sseinfo.com/ ）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。
附件清单	无
日期	2025 年 5 月 15 日