

证券代码：603661

证券简称：恒林股份

编号：2024-003

恒林家居股份有限公司 投资者关系活动记录表

| | |
|-------------------|--|
| 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 checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他： |
| 参与单位名称 | 永赢基金、鹏华基金、冲积资管、沅京资管、承珞投资、季胜投资、同犇投资、中信证券、国盛证券、长江证券、安信证券、华创证券、东吴证券、HOVER4PI CAPITAL、摩根基金、宁银理财、国融自营、万方资本、磐厚资管、国海证券、中信证券、海通证券、国联证券、招商证券、浙商证券、东北证券、国信证券、Pinpoint、国泰基金、浙商证券、方正证券、长江证券、方正富邦、招商自营、西部利得、国信证券、开源证券、招商银行、华杉投研、慧理基金、天风证券、华福证券、申万宏源、恒越基金、中意资管、民生证券、中国人寿、兴华基金、东海基金、金鹰基金、华安基金、东海基金、玄元私募、中金资管、富国基金、利檀投资、国华兴益、工银安盛、国金证券、中海基金、阿杏投资、宝盈基金、东海证券、汇华理财、平安养老、贵源投资、长信基金、东方证券、华泰资管、博道基金、融通基金、东证融汇、国金证券、青骊投资、中金公司； 博时基金、太平资产、广发基金、申万凌信基金。 合计 79 家机构，110 人次。 |
| 时 间 | 2024 年 8 月 23 日，2024 年 8 月 26 日 |
| 地 点 | 线上会议 |
| 上市公司 参加人员姓名 | 董事会秘书 汤鸿雁女士 |
| 投资者关系活动 主要内容介绍 | 业绩交流会主要问题及回复如下： 1、介绍公司 2024 年上半年经营情况。 答：公司坚持“大家居”战略，积极向“制造+服务”企业转型，持续推动全球化战略布局，搭建全球供应链管理体系，加速自主品牌出海步伐。2024 年上半年实现营业收入 48.04 亿元，较上年同期增长 31.86%；实现归属于上市公司股东的净利润 2.20 亿元，较上年同期减少 16.17%，原因主要系报告期内公司加大对销售业务费用等的投入，而当期汇兑收益较上期下降所导致。 |

公司制造业务在稳步增长的同时，不断加强自主品牌创收能力。报告期内公司 OEM/ODM 业务实现营业收入 24.61 亿元，同比增长 10.62%；OBM 业务实现营业收入 23.35 亿元，同比增长 70.56%。

2、公司 OEM/ODM 业务收入同比增长的原因是什么？

公司积极参加全球性的家居展会，且成立了北美等区域的本土销售团队，通过增加拜访客户频次，并邀请客户参加相关展会，广泛而有效地与潜在客户进行接触、交流，进而建立商业合作关系。叠加公司具备海外产能的同时，一直保持良好的交货期限和产品品质。

3、公司的海外仓是自用为主还是对外出租作为三方仓为主？公司租赁海外仓的主要目的是什么？

公司的海外仓以自用为主。主要是为了降低运输成本，提高配送时效。

4、公司跨境电商增速比较快的原因？

公司 2024 年上半年跨境电商实现营收 16.86 亿，营收已超过 2023 年全年，主要是公司在拓展品类的同时积极拥抱各大电商平台。产品方面：前期公司跨境电商产品以自产的办公桌椅为主，目前产品覆盖人体工学椅、升降桌、收纳柜、功能沙发等；平台方面：前期以亚马逊平台为主，目前平台覆盖亚马逊、TEMU、TIKTOK 等主流第三方线上电商平台。

5、跨境电商在品类拓展上有哪些策略？哪些平台的产品是自有仓发货。

公司在品类拓展上持谨慎计划，目前集中在大家居范围内的桌椅、收纳、软体等品类上，SKU 较少，实行大单品策略。

目前跨境电商各平台销售基本都是自有仓发货。

6、考虑关税原因，跨境电商产品是否考虑在越南生产和采购？

目前已有部分产品在越南生产和采购。

7、目前全球家具市场的行业发展空间？

根据 Csil 全球家具市场研究报告的数据显示，2023 年全球家具产值约为 5,180 亿美元。而中国作为全球家具生产的主要出口国之一，在过去的几年中，满足了全球家具市场约 20% 的需求，领先于其他家具出口国家。公司在中国、越南、瑞士等国家持有研产销一体的生产基

| | |
|------|--|
| | <p>地，可以满足客户的订单需求。</p> <p>8、跨境电商家具市场发展现状如何？公司有什么发展计划？</p> <p>根据 Statista 的数据显示，2023 年全球家具电商市场规模达到 2,360 亿美元。预计到 2027 年，美国家具电商市场将达到 1,186 亿美元，中国将达到 852.8 亿美元，而欧洲将达到 834.7 亿美元，市场规模整体呈稳步上升态势。政策方面，国家支持鼓励跨境电商，九大部门出台《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》，指导加强相关基础设施和物流体系建设，并优化监管与服务，旨在加大对跨境电商经营主体发展的支持力度。报告期内，公司坚持贯彻全球化战略布局，全方位发展跨境电商，搭建全球供应链管理体系，加速自主品牌出海，贴近消费端布局海外仓，为出口持续增长注入新动能。在助推自主品牌建设的同时，打造公司第二增长曲线。</p> <p>9、上半年同期汇兑收益的金额变化出发，公司对下半年的汇率波动采取哪些措施？</p> <p>公司以外销为主，2023 年全年汇兑收益是 6,902.85 万元，为了有效规避和防范外汇市场风险，平滑汇率波动对公司经营业绩造成的影响，公司在 8 月 22 日第七届董事会第三次会议审议通过《关于开展外汇衍生品业务的议案》，公司会密切关注汇率波动，在适当的时候谨慎开展远期结售汇等操作，固定成本，从而有效规避市场汇率波动的风险。</p> <p>10、存货增加的原因？以及如何进行存货管理？</p> <p>开展跨境电商业务需准备一定比例的存货以保证销售额和客户到货体验，根据上半年的销量看目前处于安全库存。公司将持续依托自主研发的电商管理系统，结合每个产品销量增长趋势、产品竞争程度、季节性特点、当前库存量、预计到货时间等因素，预测产品在未来的需求量，有效控制库存，降低存货滞销风险。</p> |
| 附件清单 | 无 |
| 记录日期 | 2024 年 8 月 26 日 |