

证券代码：300729

证券简称：乐歌股份

乐歌人体工学科技股份有限公司

投资者调研接待记录表

编号：2024-003TZZ

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明）_____
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2024年4月29日（周一） 15:00-17:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	1、董事长、总经理项乐宏 2、董事、副总经理、财务总监朱伟 3、副总经理、董事会秘书茅剑辉 4、董事、副总经理、海外仓事业部总经理李响 5、独立董事刘满达 6、保荐代表人何欢
投资者关系活动主要内容介绍	投资者提出的问题及公司回复情况 公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复： 1、公司跨境电商业务后续平台拓展的规划如何，有无新的发展计划？ 公司将在积极开拓新市场的同时拓展当地新平台，运营过程中注重与当地市场的融合，深入了解目标市场的需求和竞争态势，并制定针对性的市场策略。

**2、线性驱动核心技术智能家居产品智能工厂项目完成状况如何？
预计何时投产？**

您好！感谢您对公司的关注。线性驱动核心技术智能家居产品智能工厂项目正在按照计划正常推进中。

3、了解到公司有开发儿童学习桌相关产品，请问公司是否已向学校推广此类产品？

我们在持续推进过程中，感谢您对公司的关注。

4、公司对仓储物流服务的成长性判断如何？有何新计划？

基于美国电商渗透率持续提升，中国跨境电商品牌出海趋势强劲等因素，海外仓需求未来持续看好，公司将继续做大做强海外仓业务，同时通过运营效率的提升，改善盈利能力。

5、公司如何看待 AI 技术与人体工学设备的结合？公司取得哪些进展？

您好！感谢您对公司的关注。公司认可 AI 技术与人体工学设备的结合与应用的广阔前景。当前，公司在积极开展相关研究，不断探索 AI 技术与人体工学设备结合的新应用场景。

6、您好，请问公司的电动床为什么没有投放国内市场？

您好！感谢您对公司的关注。电动床产品已投放公司线下门店，同时也在海外市场进行销售。

7、请问公司在北美地区产品哪款最畅销？价格多少美金？

您好！感谢您对公司的关注。可查看我司美国亚马逊或独立站网站产品清单。

8、公司人体工学产品为何在国内打不开销路？在目前国际局势多变，中美关系不确定性增强，公司如何规划国内业务？

您好！感谢您对公司的关注。由于国内外存在消费理念与习惯的差异，国内销售弱于国外。但公司计划打造爆款确保线上渠道市占率的同时，实行线上线下融合的业务模式，促进国内的业务发展。

9、尊敬的领导，下午好！作为中小投资者，有以下问题：1、从公司年报看，公司业绩变化比较大，为何去年业绩激增而一季报相较

去年大幅下滑？2、公司发行的 1.42 亿元可转债尚未实现转股，下一步将如何推动转股？目前溢价率比较高，在何种情形下会下修转股价？3、新“国九条”对分红提出具体要求，公司目前的分红现状是否会触及 ST？未来公司分红政策会做哪些调整？

一季度净利润下滑是由于去年一季度出售海外仓获得较大的资产处置收益，基数较高，但今年一季度扣非净利润同比增长 100.08%，公司经营情况良好。公司暂时不作下修转股价格。公司重视股东回报，连续 7 年派现，符合分红政策要求。

10、关于提升 ESG 绩效方面，公司有何举措？

公司高度重视 ESG 相关工作，并在企业经营中融入 ESG 发展理念，连续 2 年发布 ESG 报告，敬请关注相关报告。

11、分季度看，一个成熟海外仓盈利能力季度之间的趋势波动会是怎么样的？影响的因素主要是哪方面？

影响海外仓盈利能力的主要因素是仓库使用率和库存周转率。一般来说，季度间波动主要是和市场环境有很大关系，跨境电商行业一年内呈现前低后高的走势，因此海外仓的营收也是如此，4 季度是海外仓营收和利润年内最好的时期。

12、Q1 海外仓净利率水平如何，近期美国零售数据走强，是否推动海外仓净利率抬升？

一季度毛利率 13%，因为仓储面积扩大，加上会计准则后仓储费前置，利润承压。我们也关注到美国经济数据在一季度走强，尤其是三月份超预期。这个既增强了我们对于持续扩大海外仓业务的信心，同时也时刻保持谨慎，因为美国的通胀率还是处于高位，短期内降息可能性不大。我们还是要稳中求胜，持续扩大。海外仓的利润和零售数据关系不大，还是基于仓库利用率和客户动销率。零售走强会带来一定的动销率加速，但是不是决定性因素。公司还是要从仓库整体运营效率，自动化、信息化能力提升，规模效应带来的边际利润增强来提升净利率。

13、请问为什么一季度的利润比其它几个季度少？

您好！感谢您对公司的关注。跨境电商模式下，销售旺季和平台、卖家促销紧密相关，一般集中在下半年，如黑五和圣诞季，年度内呈前低后高趋势，销售逐季增加。而海外仓的收入走势也和跨境电商保持一致，营收和利润逐季增长。

14、目前美国第三方仓的供需情况如何？能否从供给和需求两方面展望 24-25 年的情况

美国第三方仓两极分化比较明显。一方面，中大型的第三方仓储企业在扩仓；另外一方面，小型的海外仓因为仓储价格的显著增长、自身经营能力以及规模优势尚未建立等原因，退出行业。从供应端来说，今年目前基本没有行业新进入者，原有海外仓服务商有一些开仓计划。从需求端来说，亚马逊、Temu、Tiktok 等渠道多维度发展，尤其是亚马逊仓储价格上涨，整体市场需求保持增量。

15、公司 2024 年一季度报显示归母净利润下降 79.89%，请问影响净利润下滑的主要原因是什么？后续是否有增加净利润的举措？

您好！感谢您对公司的关注。一季度净利润下降主要是去年一季度出售的海外仓处置收益比较大，基数较高，所以导致今年一季度净利润同比下降 79.89%。但这块属于非经常性损益，一季度扣除非经常性损益后的净利润同比增长 100.08%。

跨境电商模式下，销售旺季和平台、卖家促销紧密相关，一般集中在下半年，如黑五和圣诞季，年度内呈前低后高趋势，销售逐季增加。而海外仓的收入走势也和跨境电商保持一致，营收和利润逐季增长。同时我们内部加强经营管理，提高海外仓的库容利用率及周转动销率，加大新市场及新品类的开拓力度等。

16、请介绍海外仓一季度营收及毛利情况

您好！感谢您对公司的关注。一季度海外仓实现营收 3.69 亿元，同比增幅 129%左右，毛利率 13%左右。

17、请介绍公司一季度的经营情况

公司 2024 年一季度整体经营情况良好，实现营收 11.22 亿元，扣非净利润 4129.09 万元，分别同比增长 40.83%，100.08%。一季度公司

净利润 7985.10 万元，同比下降 79%，主要是 2023 年一季度有 1.2 亿美金卖仓收入，产生了较大的非经收入，但从扣非净利润情况来看，公司经营状况持续向好。受海运费波动、新产品加大投放力度，以及一季度新开仓爬坡尚处 50%盈亏平衡线之下的影响，扣非净利润承压，未来随着海运费的回落以及填仓进程超过 50%盈亏平衡线，利润有望得到改善。

18、在跨境电商方面，公司报告期内的情况如何？

关于跨境电商业务，公司主要通过 Amazon、公司独立网站、HomeDepot、OfficeDepot、Wal-mart、乐天、雅虎、Wayfair、eBay 等海外电商平台销售公司产品。近年来，公司独立站发展迅速，现有独立站 12 个，销售占跨境电商销售收入提升至近 4 成，具有较强的品牌溢价能力和消费者认同感。报告期内，公司美国独立站流量首次超过主要竞争对手排名第一，并稳定保持领先地位。

19、美国核心港口区域储备的工业物流用地什么时候开始建设？建设资金、周期如何？

公司将从 2024 年开始逐步推进海外仓建设，单个海外仓建设周期大概在 10-12 个月左右，随着自建海外仓的投用，未来将有效降低运营成本，提升竞争力。

20、请问公司什么时间实施定增方案

公司正在推进定增发行工作，具体进展请关注公司相关公告，谢谢。

21、公司 2024 年有何新的业绩目标和计划？

1、做大做强海外仓和智能家居业务，强化生态效应

(1) 公共海外仓：进一步提高市场占有率，确保近三年海外仓业务营收高增长；实施降本增效，推进尾程物流降本和美国自建仓建设，加强海外仓自动化和信息化投入，提高运营效率；完善海外仓全链路跨境物流服务体系建设，进一步加强港口拖柜、头程货代业务能力，提升客户粘性与吸引力，不断提升运营能力和服务质量。

(2) 智能家居：推动智能家居业务的规模提升和行业地位强化，

聚焦拓品类、拓渠道、拓市场，重点加快跨境电商业务发展。加强自主品牌建设与自主渠道建设，推动独立站平台化建设，做好重点大客户的开发和维护，积极开拓加拿大、澳洲、中东、墨西哥等新兴市场，推动国内业务线上线下融合发展。

2、基于线性驱动核心技术，丰富智能家居、健康办公领域的产品品类

公司将继续创新发展理念，加强国内外市场调研，以用户需求为导向，不断开发满足市场和用户需求的新产品，优化产品结构，提高产品性价比，重点推广高性价比电动沙发和电动床等新品；同时，加强供应链建设，加强品控和选品，对自主生产的产品进行有效补充。

3、强化自主品牌建设

公司秉持匠心精神，继续以“Loctek 乐歌”及“FlexiSpot”为核心品牌，巩固公司在人体工学健康办公、智能家居领域的领先地位，持续加强品牌营销力度，做好广告投放与新媒体渠道终端推广，重点布局达人及内容营销，不断提高公司以及品牌在国内外的知名度和美誉度。

4、优化人才队伍

公司将持续充实和优化人才队伍，进一步完善激励考核体系，将组织绩效与业务强挂钩，重点激励新业务、攻关项目、超额目标等，激发员工内驱动力；持续优化员工评价体系，进一步明确晋升通道及资格；强化培训体系建设，培训与人才培养更加贴近业务，根据战略、组织诊断及部门需求，匹配不同层次人才的培训与培养方案；积极为员工营造工作安心、事业顺心、生活舒心的和谐企业发展环境，积极承担社会责任，吸引和留住优秀人才。

22、公司持续盈利能力在业务有什么保障？

您好！感谢您对公司的关注。公司将通过智能家居和海外仓业务的持续增长，同时做好节本增效，实现盈利能力的提升。

23、报告显示公司 2024 年已有 13 个自营海外仓，请问下一步是否还有扩仓计划？这对公司海外仓业务会带来什么影响？

您好！感谢您对公司的关注。目前海外市场整体需求比较旺盛，公司会根据海外仓业务实际情况，择机新开仓库。

24、公司在一带一路建设方面有何建设？有无新计划？

您好！感谢您对公司的关注。未来公司将根据业务需要，推进越南制造基地产能建设。

25、公司在海外仓方面有哪些前瞻性布局？能否给公司带来可持续的长期收益？

您好！感谢您对公司的关注。近年来，由于美国电商渗透率的提升和中国跨境电商的迅猛发展，仓储需求不断增加，仓库购买价格和租金均呈上涨态势。尤其是美西地处峡谷区域，土地资源稀缺，工业仓库租赁价格在过去几年上涨明显，未来随着其他海外仓经营者租赁仓库陆续到期，可能面临较大的续租压力。2022年至2023年期间，公司在“小仓换成大仓”过程中，提前以较低的价格在美国核心港口区域储备了5000亩工业物流用地，满足未来自建仓需求。经测算，自建海外仓持有成本是租赁海外仓成本的三分之一到二分之一，通过提高自建海外仓占比，可以有效降低海外仓物业成本，增加盈利空间。

26、公司的海外站有哪些？

目前，公司有自营独立站12个，包括美国、德国、日本等。

27、尊敬的副总经理您好，公司的海外仓业务不断扩容，表明公司具有强大的海外开拓能力。请问公司的海外仓业务有无可能受到相关贸易摩擦的负面影响？公司对此有何防范风险的安全且有效预案？

公司海外业务占比较大，尤其美国地区是公司最大市场，如果中美贸易摩擦加剧，公司部分产品在相关市场的竞争优势可能被削弱，导致公司来自美国地区的收入和盈利水平下降，进而对公司经营业绩造成不利影响。为应对复杂多变的国际政治经济形势，公司将采取如下应对措施：（1）密切关注区域政治经济形势，提前预判，并采取合理措施；积极开拓东南亚、中东、非洲等非欧美区域的市场；（2）加强合规管理和风险识别，将合规要求、风险管理要素嵌入业务流程，实现合规风险内控要求与业务深度融合，达到风险管控与效率的高质

量动态平衡；（3）积极用好保险工具，规避风险，公司在越南、美国的投资项目已向中国出口信用保险公司申请了海外投资保险，以此降低国际政经波动或双边关系的变化对公司投资权益的影响。

28、公司预计 2024 年研发投入如何，研发转化率如何？

您好！感谢您对公司的关注。2024 年公司会继续保持研发投入，不断推出符合市场需求的产品。依托公司良好的资源整合和设计能力，持之以恒地研发新产品、新工艺、新技术，新应用，确保技术处于行业领先地位，产品附加值不断提升。

29、你好，为何公司的三费比起 A 股其他智能家居出海高出非常多？以一季度为例，比如匠心家居的销售费用只有两千万人民币，但是本公司的销售费用达到 1.9 亿人民币，总共的三费可达 3 亿之巨，吃掉了大量的净利润！公司在公开场合提到，缩短跨境电商的价值链条，可是为何反而不能创造出利润，究竟是方向错了还是执行不到位

您好！感谢您对公司的关注。匠心以 ODM 外销为主，我司是跨境电商模式为主，以自主品牌为主，有全球 200 万粉丝的沉淀。不同业务模式，销售费用比例不同。公司内部也非常注重销售费用的控制。一季度扣除非经常性损益后的净利润同比增长 100.08%。

30、公司 2023 年实现营收和净利润双增长，请问业绩增长的驱动因素主要有哪些？

公司 2023 年业绩增长主要驱动因素如下：

1、公司海外仓业务保持高增长，全年实现收入 9.51 亿元，同比增长 94.03%，毛利率 12.69%，比去年提高 9.32 个百分点。随着美国电商渗透率持续提升、中国跨境电商品牌出海趋势不断加强，大幅提升了海外仓需求。公司在中大件海外仓行业中处于领先地位，口碑较好，累计服务出海企业超过 600 家，营收规模高速增长。通过有序扩仓，以及库容利用率、周转的提升，发件数量同比显著增加，尾程折扣议价能力增强，盈利能力持续改善。

2、公司智能家居、健康办公产品品类不断丰富，在保持升降桌主打产品优势的同时，利用线性驱动核心技术以及品牌、渠道协同优势，

推出了电动沙发、人体工学椅等品类，贡献新的收入增长点。报告期内，国内外健康消费理念不断深入，特别是欧美国家，健康办公、智能升降家居产品渗透率持续上升。一方面，欧美消费需求依然强劲、电商渗透率持续提升，线下转线上的消费趋势明显，海外电商消费市场愈发成熟；另一方面，人们越发重视自身的健康，对人体工学产品，如升降桌等需求持续旺盛。

3、自主品牌影响力不断提升，独立站表现亮眼，在面对消费分层的大环境中，更具韧性。公司依托极强的产品需求挖掘和开发能力，以更优的产品为品牌赋能，良好的产品力和品牌力是公司业务收入增长的重要保障。

31、23 年业务增长不错，但国内占比太少，请问项董，对于国内业务的发展有何计划？

针对国内业务，公司将继续推动智能家居业务的规模提升和行业地位强化，聚焦拓品类、拓渠道、拓市场，加强自主品牌建设，推动国内业务线上线下融合发展。

32、请问公司收入具有季节性变化吗分淡季和旺季吗

您好！感谢您对公司的关注。公司主要业务模式为跨境电商，在跨境电商模式下，销售旺季和平台、卖家促销紧密相关，一般集中在下半年，如黑五和圣诞季，年度内呈前低后高趋势，销售逐季增加。而海外仓的收入走势也和跨境电商保持一致，营收和利润逐季增长，特别是 4 季度因为促销旺季，带来库内产品周转加快，通常是一年内营收和利润最好的季度。

33、项董为抖音知名大 V，有数百万粉丝，每天定点更新。但是据观察，发布内容以科普为主，粉丝质量偏低。为何不利用自媒体优势，把抖音作为增进对公司品牌宣传以及股东交流的窗口？

您好！感谢您对公司的关注。“乐歌项董说”抖音个人 IP 目前粉丝量已超 230 万，持续发布优质内容，在分享创业故事和商业洞察的同时，也帮助间接提升了乐歌品牌和海外仓的知名度。

34、公司目前有哪些制造生产基地？生产能力如何？

您好！感谢您对公司的关注。公司已在全球布局宁波滨海制造基地、宁波姜山制造基地、越南制造基地和广西制造基地 4 个制造基地，现已拥有全球领先的线性驱动产能规模。

35、公司在营销和渠道拓展方面的规划有哪些？

您好！感谢您对公司的关注。未来公司将进一步巩固跨境电商业务模式，加快拓品类、拓渠道、拓市场，进一步强化自主品牌建设，继续以“Loctek 乐歌”及“FlexiSpot”为核心品牌，巩固公司在人体工学健康办公、智能家居领域的领先地位，持续加强品牌营销力度，做好广告投放与新媒体渠道终端推广，重点布局达人及内容营销，不断提高公司以及品牌在国内外的知名度和美誉度。

36、公司 2024 年股票激励业绩考核目标为 4.5 亿，该目标是否包含非经常性损益？公司是否有信心完成？

您好！感谢您对公司的关注。该目标包含非经常性损益，公司有信心完成。

37、公司自主品牌收入和发展状况如何？

您好！感谢您对公司的关注。公司自主品牌业务发展状况良好。2023 年，公司自主品牌产品销售收入占主营业务收入（不含海外仓收入）比例为 70.66%。其中，跨境电商销售收入 177,272.01 万元，同比增长 12.59%。公司独立站销售收入 67,129.85 万元，同比增长 16.72%。

38、今年一季度海外仓经营效益怎么样

您好！感谢您对公司的关注。2024 年一季度海外仓继续保持高速增长态势，产能利用率持续提升，成为了公司第二增长曲线。

39、请介绍一下跨境电商不同模式下的费用差异？

您好！感谢您对公司的关注。跨境电商行业，不同的业务模式，各项费用比例均不同。

40、公司是否组建人工智能领域相关的团队？研发实力如何？

您好！感谢您对公司的关注。2021 年，公司联合地方政府和知名院校成立行业首个智慧大健康研究院，开展联合技术攻关，加速技术创新。研究院充分发挥高校教授、博士、全职工程师等研发人才优势，

开展人工智能、智能制造等相关内容研究。

41、公司一季度营收增长 40%，请分拆一下人体工学产品和海外仓分别增长情况

海外仓业务继续维持高增长态势，Q1 实现营收 3.69 亿元，同比增幅 129%左右，环比增幅 9%，受益于行业的高景气，呈现淡季不淡的表现。

人体工学产品一季度营收 7.36 亿元，同比增速在 17%左右，跨境电商和 2B 业务整体表现符合预期。

42、为何公司的销售费用比起其他智能家居出海股高出非常多，这部分吃掉了毛利润的大头

您好！感谢您对公司的关注。不同的业务模式，销售费用比例不同。

43、公司在提升员工技能和激励机制方面有哪些具体措施？

您好！感谢您对公司的关注。公司持续充实和优化人才队伍，进一步完善激励考核体系，将组织绩效与业务强挂钩，重点激励新业务、攻关项目、超额目标等，激发员工内驱动力；持续优化员工评价体系，进一步明确晋升通道及资格；强化培训体系建设，培训与人才培养更加贴近业务，根据战略、组织诊断及部门需求，匹配不同层次人才的培训与培养方案；积极为员工营造工作安心、事业顺心、生活舒心的和谐企业发展环境，积极承担社会责任，吸引和留住优秀人才。

44、公司的船除去折旧能盈利吗

您好！感谢您对公司的关注。目前船扣除折扣后可以获得一定的盈利。

45、您好，请问公司的船除去折旧能盈利吗

您好！感谢您对公司的关注。目前船扣除折扣后可以获得一定的盈利。

46、请问一季度的收入增长 40%，为何利润下降这么多

您好！感谢您对公司的关注。一季度净利润下降主要是去年一季度出售的海外仓处置收益比较大，基数较高，所以导致今年一季度净

利润同比下降 79.89%。但这块属于非经常性损益，一季度扣除非经常性损益后的净利润同比增长 100.08%。

47、董秘你好，一季度海外仓业务占公司总业务收入的比重达到了多少

您好！感谢您对公司的关注。一季度海外仓业务占公司总业务收入的比重已达到 30%以上。

48、公司领导您好，请展望下二季度海外仓爬坡情况以及是否有对中大件进行涨价的情况

您好！感谢您对公司的关注。2024 年一季度新开的新泽西 66 万平方英尺仓库，地理位置和物流资源都比较好，主要开放给体量大的客户，所以这个仓库的周转情况非常好，目前，仓库利用率已经达到 40%左右，预计该仓很快达到盈利状态。其余的新仓大概也在 30%多的仓库利用率，总体来说，新开仓爬坡进度符合公司预期。公司对于快递价格也会根据具体的市场情况进行调整。

49、公司报告期内海外仓业绩和规模如何？主要原因有哪些？

您好！感谢您对公司的关注。公司海外仓业务保持高增长，2023 全年实现 9.51 亿元，同比增长 94.03%，毛利率 12.69%，比去年提高 9.32 个百分点。随着美国电商渗透率持续提升、中国跨境电商品牌出海趋势不断加强，大幅提升了海外仓需求。公司在中大件海外仓行业中处于领先地位，口碑较好，累计服务出海企业超过 600 家，营收规模高速增长。通过有序扩仓，以及库容利用率、周转的提升，发件数量同比显著增加，尾程折扣议价能力增强，盈利能力持续改善。

50、领导，您好！我来自四川大决策 公司一季度来看，增收不增利，销售毛利率大幅下滑，请问毛利率下滑的具体原因是什么？

您好！感谢您对公司的关注。毛利率下降主要是：1、海运费价格上涨，履约成本增加 2、毛利率相对低的海外仓业务营收比重提高。

51、董秘您好，请问如何看待一季度报净利润的大幅度下滑，以及公布一季报之后今日公司股价的大跌。

您好！感谢您对公司的关注。一季度净利润下降主要是去年一季

	度出售的海外仓处置收益比较大，基数较高，所以导致今年一季度净利润同比下降 79.89%。但这块属于非经常性损益，一季度扣除非经常性损益后的净利润同比增长 100.08%。
附件清单(如有)	
日期	2024 年 4 月 29 日