

# 永艺家具股份有限公司

## 投资者接待日活动暨 2018 年度现场业绩说明会纪要

**活动时间：**2019 年 5 月 15 日上午 10:00-12:00

**活动地点：**浙江省安吉县递铺镇永艺西路 1 号永艺股份三楼培训室

**主持人：**董事会秘书顾钦杭先生

**来访人员：**28 名机构投资者

**公司参会人员：**董事长兼总经理张加勇先生、董事兼副总经理阮正富先生、副总经理段大伟先生、董事会秘书顾钦杭先生、财务负责人吕成先生及相关业务部门负责人。

首先，公司董事会秘书顾钦杭先生宣布本次投资者接待日活动暨 2018 年度现场业绩说明会开始，介绍出席会议的人员情况，并对本次活动的注意事项进行了提醒。随后，参加活动的投资者就其关注的公司 2018 年度的经营业绩和未来发展策略等问题与公司管理层进行了交流，主要内容如下：

### 一、公司管理层陪同投资者参观公司展厅及生产现场

### 二、董事长张加勇先生及董秘顾钦杭先生介绍公司发展情况及行业情况

#### （一）公司基本情况和 2018 年度经营业绩介绍

公司专业研发、生产和销售健康座椅及相关产品，产品主要涉及办公椅、培训椅、按摩椅椅身、休闲椅、沙发及功能座椅配件等。2018 年，公司紧紧围绕年度经营目标，在研发创新、市场开拓、降本增效、精益生产、信息化建设、全球布局、资本运作等方面聚焦聚力，取得了较好成效。全年实现营业收入 24.11 亿元、同比增长 30.99%，市场份额继续保持快速提升的良好态势；实现净利润 1.04 亿元、同比增长 3.71%，扣非净利润 7,523.53 万元、同比下降 15.58%；毛利率逐季回升，一季度至四季度分别为 13.43%、15.36%、16.41%、16.75%，全年达到 15.64%，今年一季度进一步回升到 18.76%，盈利能力逐步修复，经营情况总体较好。

#### （二）2019 年经营计划及重点工作

1、公司将继续加大研发投入，完善公司技术创新体系，确保研发领先 1-2 年，努力在新的技术领域实现突破。公司将建立健全 CBB 标准化库，制定主要部件

和结构设计规范，统一零部件接口标准，实施模块化、模组化设计，实现共用部件模块化生产，减少零部件 SKU，快速输出新产品；将推行产品的全生命周期管理工作，提高以市场为导向的产品树规划能力，达到使用更少的零件，以更有效的方式产出更丰富的产品，大幅度提高产品研发和制造效率，大幅度降低材料采购成本。

2、公司将进一步优化整合供应链，继续推进集中化、规模化采购，同时统一物料规格，有效发挥规模采购的优势，提升议价能力，降低原材料采购成本，在严控设计品质标准的前提下努力实现采购成本行业最低。公司将实施全面预算管理工作，推动公司上下努力开源节流、增效降本。

3、公司将持续推行 KAM 大客户营销，继续深耕大客户，加强与大客户的沟通，深度了解大客户的需求和痛点，提前介入大客户新产品的协同开发；依托 CRM 系统（客户关系管理系统），实现精准客户定位，不断提升现有客户的渗透率。针对市场容量较大但公司渗透率较低的市场，精准分析市场需求，努力拓宽产品品类，有针对性地为目标客户开发主流产品，提高公司在全球各主要市场的占有率，进一步提升大客户渗透率。

4、公司将从产品规划、渠道拓展、效率提升、品牌建设和服务规范五个方面全力开拓国内市场。公司将针对国内市场需求开发设计主流产品；将进一步加大品牌建设投入，编制品牌建设规划和年度推广计划，着力打造办公椅和民用休闲沙发自主品牌；将继续推进渠道建设，通过线下经销代理、电商新零售平台、民用代理专卖等方式进一步拓宽销售渠道，建立健全销售体系。

5、公司将继续推进信息化建设，持续优化 SAP 系统、重点推进和开发 SRM 供应商关系管理系统、打造 PLM 产品全生命周期管理系统、建立智能 WMS 仓储管理系统、筹建企业 BI 智能分析系统，不断以信息化改进生产管理流程，提高经营绩效。

6、公司将开展美世咨询（MERCER）任职资格二期项目、e-HR 二期项目，着力完善人力资源基础制度，不断提升人均效率；将继续推行全员改善工作机制，大力弘扬“工匠精神”，有效调动全体员工的主观能动性，激励员工在更广泛、更深层的领域实施全员改善，推动“永艺质量”不断提升。

7、公司将继续加大垂直整合力度，主要零部件向上游延伸，加大先进设备

和智能制造投入，进而提高毛利率水平，不断提高竞争壁垒。

8、公司将积极稳步推进全球化发展战略，按照贴近市场、就近布局的原则，有序推进公司在全球主要市场的产能布局。公司将充分发挥越南生产基地产能，努力规避中美贸易摩擦风险，实现化危为机。同时，积极推进罗马尼亚生产基地建设，深度开拓欧洲及其他海外市场。

9、公司将积极推进非公开发行募投项目建设，加快募投项目建成投产，不断提升公司核心竞争力。公司将充分利用资本市场平台，围绕座椅行业产业链上下游，寻求有销售渠道或者品牌知名度的优势公司、行业相关的新兴商业模式、产品市场研发等方面与公司互补的优势企业为标的，进行资源整合，进一步提升公司的综合竞争能力。

### **（三）国内外座椅行业情况**

目前我国已经成为全球最主要的健康坐具生产国及出口国之一。相关国家海关的进出口数据显示，2018年中国出口的办公椅（海关编码：940130，可调高度的转动坐具）占美国该品类总进口量的66.33%，占德国总进口量的43.90%，占日本总进口量的65.40%。

但是，我国座椅行业准入门槛较低，导致行业集中度较低，市场格局较为分散。而从发达国家的经验看，2017年美国前十大办公坐具企业市场份额占比达到77.2%，欧洲前十大办公坐具企业市场份额占比达到51.6%，行业集中度很高，可见欧美成熟市场已经走过了从分散到高度集中的发展历程。未来，随着国内座椅行业加快转型升级，研发投入多、创新能力强、品牌知名度高的龙头企业将进一步提升竞争优势，逐渐成为我国座椅行业加快整合的主力军，推动行业集中度不断提升。

公司将继续聚焦座椅行业，做精做深，努力扩大市场份额，以规模效应打造极致成本，同时公司将继续加大研发投入，不断提升与众不同的研发能力，努力提高竞争壁垒，提高市场份额，努力成为全球市场最佳座椅提供商、全球产能规模最大、质量成本最优、配套服务最强的座椅制造基地。

## **三、投资者问答**

### **1、中美贸易摩擦对公司的影响**

总体而言危中有机，有利于公司提升产业集中度、巩固行业龙头地位。在美

国对中国 2000 亿商品加征 10%关税的情况下，公司销售收入没有受到影响，且基本没有降价。目前关税提高到 25%，尽管会在短期内可能对公司销售收入造成一定波动，但由于我们拥有越南生产基地，并已于年初顺利出货，这一优势使公司在当前形势下形成了战略主动：一方面越南基地的订单将增加，加快越南基地的产能释放；另一方面，永艺与客户在业务发展上将拥有更多的主动权。预计美国重点客户将会增加在永艺的采购量，进而提升永艺在大客户中的渗透率。公司经营规模将持续扩大，有利于实现规模效应、进行垂直整合，提升盈利能力。

## 2、公司的研发战略

公司每年投入不少于销售收入的 3%作为研发经费，用于新技术、新平台、新产品研发。公司研发是在公司整体战略指导下，运用 IPD(集成研发管理体系)思维，进一步提升产品的规划和策划能力，重点研发新技术、新平台，在新的技术、平台下，标准化、模块化发展产品系列，形成不同客户需求的产品 SKU。建立健全 CBB 标准化库，减少零部件 SKU，制定主要部件和结构设计规范，统一零部件接口标准，实施模块化、模组化设计，实现共用部件模块化生产，快速输出新产品，并实现研发和生产的规模效应。

公司一贯坚持做主流市场的主流产品，努力打造爆款产品，年销量超十万张的爆款产品越来越多；因为我们的产品是基于标准化、模块化打造的，同系列的不同 SKU 其关键零部件是通用的，形成爆款零部件，更利于规模化、自动化生产，提高质量、降低成本。

## 3、公司的市场开拓战略及提高大客户渗透率的主要方式

公司坚持“与众不同”、“成本极致”的产品研发设计理念，针对主流市场的趋势，围绕主流客户的需求和痛点，打造主流产品。

公司大力推行 KAM 大客户营销战略，推行细分市场数一数二的原则，聚焦处于目标市场行业前列的重点客户，重点研究大客户的竞争环境、深度洞察大客户需求，制定 AP 大客户计划，定向推荐、定向开发，围绕目标市场趋势及重点客户需求，充分利用公司的研发和成本优势，有针对性地向客户提供产品设计方案。公司每年都会开拓新的客户，经过 1-2 年的培育逐步放量，成为成熟客户。

## 4、美国市场办公椅集中度高、而国内办公椅集中度低的原因及发展趋势

行业集中度持续提高是行业发展趋势。目前国内行业集中度很低，主要由于

行业门槛不高，参与者众多，同质化竞争激烈；同时，国内消费者对健康座椅的认知、消费意愿和消费能力还较低，座椅消费的主流价格段还较低，使得低端产品依然具有较大市场。未来，随着行业龙头企业快速发展，规模效应将进一步显现，优质客户、优质供应链资源等将进一步向龙头企业集中，龙头企业的竞争壁垒将逐步提高，进而加速行业整合。同时，随着制造端的合规经营成本不断上升、国际贸易环境变化等，中小企业不合规经营的空间将逐渐丧失。此外，随着经济发展水平不断提高、消费升级趋势不断加快等，消费端对中高端产品的需求将增加，有利于中高端龙头企业不断提升市场占有率。

#### **5、目前公司办公椅销售收入已居国内行业第一，下一步发展规划**

据相关行业研报，2018 年全球办公椅市场容量为 236 亿美元，2018 年度永艺办公椅销售收入 15.02 亿人民币，仅占 0.93% 的市场份额，比例还非常低，公司面对的是一个巨大的市场，因此公司未来五年将继续聚焦座椅行业，力争做到座椅行业绝对第一，之后再考虑外延发展。

#### **6、公司与客户的调价机制**

客户会根据产品的批量和成熟度要求公司降价；公司也会根据原材料价格、人力成本波动等因素与客户协商价格变动。一般大客户调价周期为 6-8 个月，中小客户调价周期为 3 个月。

#### **7、公司人才储备情况**

近年来，公司不断引进专业人才，打造专业化经营管理团队。2018 年，公司在研发设计、业务拓展、品质管理、物流管理、人力资源管理、财务管理、信息化建设等领域累计引进中高级人才 80 名，有效提升了各领域的专业化管理水平。