

证券代码：301113

证券简称：雅艺科技

浙江雅艺金属科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-005

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☒ 现场参观 ☐ 其他（<u>线上会议</u>）
参与单位名称及人员姓名	赵晨凯 海富通基金 邢瀚文 财通证券 魏子扬 财通证券
时间	2025 年 9 月 17 日
地点	浙江雅艺金属科技股份有限公司新厂办公楼三楼会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 潘红星

投资者关系活动 主要内容介绍	Q: 公司在 2022 年营收下降后的应对措施是什么? A: 2022 年至 2023 年开始尝试新品和新渠道, 尤其是布局跨境电商, 拓展线上销售, 以突破固定客户结构, 进入新的增长路径。 Q: 公司收入主要来源于哪里? 关税是否有影响? A: 公司收入主要来自美国市场。线下客户受关税政策波动影响较大, 目前基本都在观望。但线上跨境电商部分影响较小, 可以通过加价将关税成本转嫁。 Q: 跨境电商与线下业务在关税上的差别是什么? A: 线下大客户因为关税过高而犹豫不决; 而跨境电商由公司直接面向消费者销售, 通过调整价格、优化物流成本等措施来覆盖关税带来影响。 Q: 目前公司在美国市场的利润水平如何? A: 美国产品利润整体偏低, 但毛利率仍保持在 30%左右。 Q: 新厂房的产能有多少? A: 新厂房的产能大约是 86 万套, 目前利用率在 30%到 40%左右。 Q: 如果跨境电商发展起来, 对产能利用率会有什么影响? A: 跨境电商若销售顺利, 产能利用率将提升, 工厂整体产能也会被带动起来。 Q: 公司在竞争中的优势主要体现在哪里? A: 优势主要在于产品迭代快、品类不断增加, 以及深度的细分化。 Q: 产品的核心竞争点是什么? A: 核心在于产品设计, 迭代更新速度, 沉淀多年, 能设计出更符合欧美市场喜好的产品。 Q: 公司在模具方面有何优势? A: 公司积累了大量模具库存, 开发新品时通用部件可以复用, 不必重复开发, 降低成本。同时模具加工能力也完全掌握在公司自己手里。 Q: 公司在细分赛道的地位如何? A: 该行业本身较为垂直细分, 并非所有企业都有能力涉足, 公司经过多年积累, 在该领域形成了比较良好的优势。 Q: 目前公司收入结构中, 自主品牌和代工的占比情况如何? A: 线上基本上都是自主品牌, 2025 年上半年线上收入占比 72.91%。 Q: 公司为什么当时重点布局线上? A: 主要是为了发展自主品牌和产品线。线上跨境电商仍有较大空间。
---------------------------	--

	Q: 客户是否提出过海外建厂的要求? A: 是的, 一些客户有提出。但公司经过调研和关税政策的不确定性并未推进。 Q: 为什么公司没有选择海外建厂? A: 原因主要有三点: 关税政策多变, 即使建厂也未必能规避, 例如钢铝类产品政策变动大; 投资周期长, 至少需要两年, 成本高且风险大; 海外营商环境复杂, 难以真正融入。 Q: 相比之下, 国内运营的优势是什么? A: 国内营商环境便利, 办事效率高, 手续简化, 避免了海外复杂的法律和行政障碍。 Q: 在关税影响下, 客户的订单情况如何? A: 部分订单会因为关税转移到国外做, 但复杂产品国外难以生产, 仍会回流到公司。 Q: 公司未来的经营战略重点是什么? A: 公司将以跨境电商为主, 这是未来的核心战略方向。 Q: 为什么跨境电商转型对公司来说优势在? A: 许多代工企业缺乏做跨境电商的基因, 难以下决心转型。而公司在总经理的推动下, 从最初搭建团队、培养人才, 到开设店铺, 全部由他亲自一手抓起, 奠定了跨境电商的根基。 Q: 公司目前有哪些投资方向? A: 公司通过专业机构和自有创投公司投资了一些项目。 Q: 公司投资模式是怎样的? A: 主要通过公司体内的创投公司或与专业机构投资, 投资都比较少。 Q: 诺比侃的进展如何? A: 诺比卡已向港股递交上市申请, 公司通过全资子公司雅艺创业投资(武义)有限公司参与投资了诺比侃人工智能科技(成都)股份有限公司, 相关业务未达信息披露标准, 对公司影响较小。 Q: 关税对今年的影响大吗? A: 关税在 3、4 月份突然上涨, 令线下客户观望, 短期内影响了公司。但整体上, 线上业务仍保持强劲增长。 Q: 跨境电商是否受关税影响? A: 影响不大, 主要体现在利润端, 公司整体没有大幅提价, 只在部分产品上逐步提价, 目前稳固市场为主。
--	---

	Q: 跨境电商的主要销售渠道有哪些? A: 核心平台是亚马逊, 同时也在 wayfair 销售。目前团队逐步成熟, 平台落地顺利, 经验不断积累。 Q: 公司美国的销售团队是如何构建的? A: 线下业务保持不变, 主要是原有团队负责; 电商团队则是公司自己招聘的, 有跨境电商经验的员工, 而不是代理模式。 Q: 跨境电商目前盈利情况如何? A: 电商业务发展很快, 但目前利润不高, 基本属于薄利状态。 Q: 代工和电商的利润贡献有何不同? A: 代工仍是盈利的主要来源, 而跨境电商处于投入期, 利润较薄。未来利润可能通过价格调整逐步释放。 Q: 公司 2025 年的重点目标是什么? A: 主要目标是扩大营收, 进一步成熟电商团队和平台, 逐步实现自我造血能力。 Q: 公司上半年的销量和平均价格情况如何? A: 2025 年线上上半年订单量约 12.8 万个, 按平均 835.08 元/套计算, 对应的销售额已在财务报表中确认。 Q: 未来提升盈利的方式有哪些? A: 一方面通过跨境电商提升销量, 逐步爬升产能利用率; 另一方面也可适度提高产品售价。 Q: 为什么公司主要销售美国市场, 而欧洲市场较少? A: 欧洲经济不景气, 消费者购买力不足; 欧洲市场更倾向于电产品解决方案, 受能源危机影响更明显; 欧洲分销体系分散, 订单量小, 往往只有半个集装箱, 连模具成本都难以覆盖。 Q: 跨境电商渠道为何以美国为主? A: 美国拥有亚马逊的完善仓储与交付体系, 公司只需专注于运营和选品即可, 效率和规模都更有优势。 Q: 公司在美国的业务对接是如何处理的? A: 公司在美国雇佣了专门人员负责对接现场事务和售后服务, 以提升反应速度和服务效率。
--	---

	Q: 目前公司在资本开支方面有何计划? A: 短期内产能已够用, 没有扩产计划, 也不需要新增资本开支。 Q: 公司是通过哪一个基金投资诺比侃的? A: 公司是通过自建的创投平台 雅艺创投 投入的。 Q: 公司未来的核心利润增长点在哪里? A: 核心在跨境电商板块。目前该业务主要贡献收入, 利润尚未显现, 但毛利率已在逐步提升。 Q: 跨境电商利润释放的时间预期如何? A: 2024 年重点在营收和市场拓展, 利润有限; 2025 年预计会通过价格调整和规模化逐步改善; 到 2026 年, 公司一定会有新的规划和利润释放的考虑。 Q: 公司在价格策略上有什么安排? A: 部分产品已在 2025 年上半年开始试探性调价, 但不会大范围调整, 以免影响市场稳定。随着磨合期过去, 未来会逐步扩大调整范围。 Q: 稳态情况下, 自主品牌的利润率和代工相比如何? A: 目前来看, 自主品牌利润率低于代工。因为需要额外承担广告费、平台佣金、仓储费和物流费等开支。 Q: 未来提升利润率的空间在哪里? A: 广告费优化: 通过精细化投放降低费用; 仓储费优化: 提高周转效率, 畅销产品缩短仓储时间, 降低费用; 物流成本优化: 随着出货量增加, 可以和物流方议价, 降低单价成本; 选品与周转: 更精准的选品和合理的库存管理可减少资源占用, 提高整体利润水平。 Q: 公司产品的主要应用场景是什么? A: 主要用于户外采暖, 同时也能烧烤, 还可作为家具使用, 又能当桌子, 还具备庭院装饰效果。 Q: 是否存在可替代的产品? A: 理论上电器类产品可以替代, 但用户更注重木材燃烧带来的户外氛围感和体验感, 电器无法取代这种感受。因此木材或燃气类产品更符合户外场所的需求。 Q: 公司产品在燃料类型上有哪些? A: 公司产品既有烧木头的火盆, 也有烧气的气炉、气炉桌, 满足不同消费群体的使用需求。
--	---

	Q：公司产品的市场空间有多大？ A：市场空间不仅限于火炉，公司已逐步扩展到更广泛的户外场景，往户外庭院多品类延伸。 Q：公司目前的产品线有哪些？ A：除了烤炉，公司还布局了：花房、工具房、户外凉亭、取暖器等 Q：与传统单一产品的差异？ A：相比单一功能的户外产品，公司通过系列化布局实现多元覆盖，提升客单价和整体市场空间。 Q：与去年同期相比情况如何？ A：今年上半年收入同比增长 32.28%，线上占比已提升至 72.91%，自主品牌线上销售增长更快。 Q：下半年线上增速趋势如何？ A：预计整体仍会保持增长。
附件清单(如有)	
日期	2025 年 9 月 17 日