

恒林股份

2024年度暨2025年第一季度 业绩说明会



浙江·安吉



2025年5月20日

会议嘉宾

HENGLIN
恒林家居



董事长
王江林先生



独立董事
徐笑波先生



董事会秘书
汤鸿雁女士



财务总监
王学明先生

业绩说明会议程

会议时间

2025年5月20日 15:00-16:00

会议安排

嘉宾简报

- 公司介绍
- 2024年度及2025年第一季度公司经营情况
- 2025年展望及布局
- 2025 年度“提质增效重回报”行动方案

董事会秘书

财务总监

董事长

独立董事

汤鸿雁女士

王学明先生

王江林先生

徐笑波先生

投资者线上问答

1 HENGLIN 公司介绍

汤鸿雁

董事会秘书

2025年5月20日

发展历程

1998年

公司前身“恒林家具”，
成立于浙江安吉

2017年

于上海A股主板
上市，股票代码
603661

2019年

- 投资建设越南生产基地；
- 收购瑞士高端系统办公品牌“Lista Office”

2020年

- 提出大家居战略

2022年

- 发展跨境电商业务，衍生第二增长曲线

2024年

- 营收与总资产双百亿，全球5个国家13个生产基地，11个海外仓

行业地位

2024年营收

110.29 亿元

员工人数

10000 +

截至2024年底，公司拥有授权专利合计1,630项，产品先后荣获“德国红点奖”、“iF设计大奖”、“中国家具设计奖”等国内外多项荣誉；拥有国家知识产权优势企业、国家专利示范企业、国家级工业设计中心、智能化功能坐具省级企业研究院、智能化功能坐具省级高新技术企业研发中心、浙江省企业技术中心等资质，设有浙江省博士后工作站。

公司为国家级绿色工厂、国家级绿色供应链管理企业、中国轻工业二百强企业、中国轻工业科技百强企业、中国办公家具行业十强企业、家具供应商十大领军企业、中国办公家具十大品牌、中国绿色环保办公家具十大品牌、中国智能办公家具十大品牌、中国办公家具质量标杆企业、浙江省高新技术企业创新能力500强。

63家家居建材上市企业2024年度营收排行榜

企业	营业收入 (亿元)	类别
东方雨虹	280.56	建材/其他
北新建材	258.21	建材/其他
欧派家居	189.25	定制家居
顾家家居	184.8	成品家具/软体
居然智家	129.66	家居卖场
三棵树	121.05	建材/其他
恒林股份	110.29	成品家具/软体
索菲亚	104.94	定制家居
兔宝宝	91.89	建材/其他
喜临门	87.29	成品家具/软体
梦百合	84.49	成品家具/软体
红星美凯龙	78.21	家居卖场

表2：2024家居建材上市企业-营收榜

类别	企业	营业收入 (亿元)	同比增长
家居卖场	居然智家	129.66	-4.04%
	红星美凯龙	78.21	-32.08%
	富森美	14.30	-6.18%
家居卖场平均值		74.06	-14.10%
成品家具/软体	顾家家居	184.80	-3.81%
	恒林股份	110.29	34.59%
	喜临门	87.29	0.59%
	梦百合	84.49	5.94%
	浙江永强	56.75	17.33%
	乐歌股份	56.70	45.33%
	慕思股份	56.03	0.43%
	永艺股份	47.49	34.22%
	盛诺集团	37.88	13.36%
	捷昌驱动	36.52	20.37%
	曲美家居	35.52	-11.81%
	美克家居	33.95	-18.83%

数据来源：今日家居FurnitureToday统计

主营产品业务

办公家具

办公椅

系统办公

软体家具

沙发

按摩椅

板式家具

定制板式

标准板式

新材料地板

SPC地板

综合家居

电商其他
家居产品

办公家具是现代商业社会的代表物，其市场需求与经济发展水平相关度高。办公家具包含办公椅、办公桌、办公系统等产品。随着科技进步和消费者对健康、舒适办公环境的多样化需求，办公家具产品朝着智能化、环保化、定制化方向发展，这为办公家具市场的发展提供了新的机遇。

软体家具是家具市场中增长最快的细分领域之一，软体家具包含沙发、床垫等产品。根据CsiI数据，截至2024年，全球软体家具的消费市场高达800亿美元约占整个家具市场的15%。亚太地区和北美是软体家具的主要市场，合计占全球市场的近70%。未来伴随城镇化的持续深化以及消费者对于家具产品风格多样性的追求，国内软体家具市场规模及需求刚性将进一步提升。



涵盖办公环境所有领域



好的办公环境不是成本，而是一种投资

全球化制造与分销服务体系

美国：海外仓布局

瑞士：2个制造基地

韩国：海外仓布局

中国：9个制造基地

越南：2个制造基地

荣誉资质

2024年所获荣誉一览

恒林家居荣获湖州市争先实干“贡献者”荣誉称号

“2024中国办公家具十大品牌”、“2024中国智能办公家具十大品牌”以及
“2024中国绿色环保办公家具十大品牌”等荣誉。

恒林股份荣获中国上市公司协会“2024上市公司文化建设优秀案例、2024上市公司
董事会优秀实践、2024董事会办公室优秀实践”，第十九届中国上市公司董事会“金
圆桌奖”、“董事会价值创造奖”。

2024亚洲企业社会责任奖、wind ESG评级 A级

2023年度TBI最佳出海品牌，抖音2023年度全域增长奖，沃尔玛品类风向
标奖。

恒林家居办公椅Tony再度荣获设计创新奖



国家知识产权优势企业
国家专利示范企业
国家级工业设计中心
国家级绿色工厂
国家级绿色供应链管理企业

2 2024年度公司 经营业绩情况

王学明

财务总监

2025年5月20日

总体经营情况

2024年 公司经营业绩

• 总体情况

- 营业收入
- 营收结构
- 毛利率
- 费用分析
- 营业利润
- 现金流
- 营运能力

营业收入

2024年 **110.29** 亿元

全年营业收入同比上涨**34.59%**
其中，第四季度营业收入32.18亿元，
同比上涨**33.03%**，环比上涨**7.02%**

归母扣非净利润

2024年 **2.81** 亿元

归母扣非净利润率为2.55%，较去年
同期的2.87%，下降了0.32个百分点；
扣非每股收益2.05元，比去年同期增
长19.88%

财务指标

- 获利减少造成ROA、ROE同比下降。
- 经营活动保持稳定流入，负债率较上年度有所上升，租赁负债对资产负债率影响了3.5个百分点，其中海外仓租赁负债对资产负债率影响2.9个百分点。

营业收入

2024年 公司经营业绩

• 总体情况

• 营业收入

• 营收结构

• 毛利率

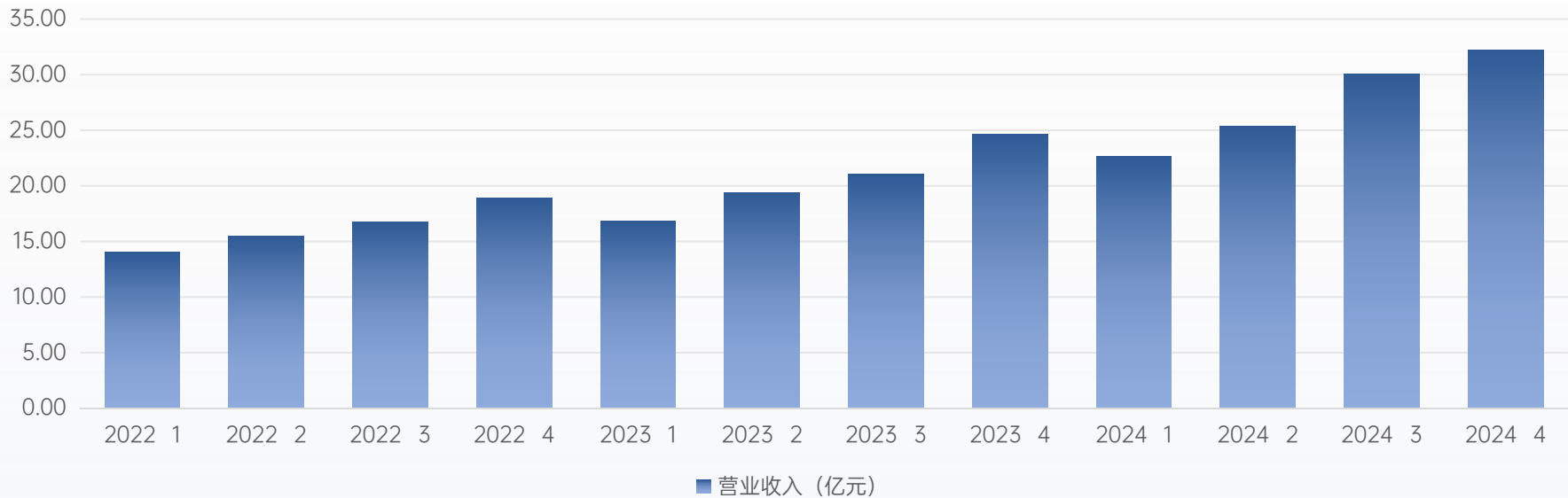
• 费用分析

• 营业利润

• 现金流

• 营运能力

营业收入



首次突破百亿大关：2024 年营收达110.29 亿元，同比增长34.59%，主要受益于线上销售业务增长及海外市场拓展。

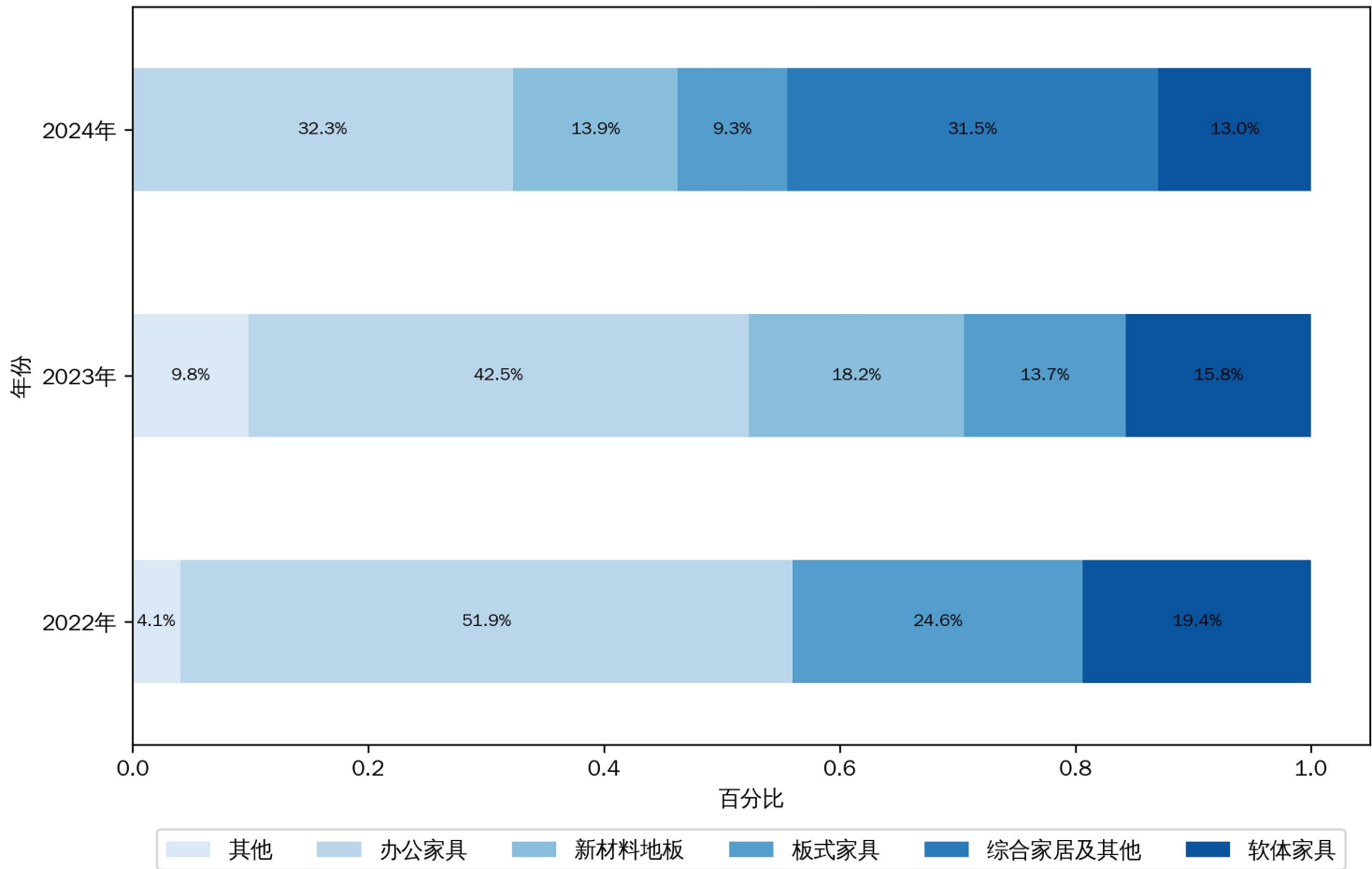
季度趋势：Q4 单季营收 32.18 亿元（同比 + 33.0%），全年保持双位数增长，创历史新高。

营收结构

2024年 公司经营业绩

- 总体情况
- 营业收入
- **营收结构**
- 毛利率
- 费用分析
- 营业利润
- 现金流
- 营运能力

不同年份各类产品营业收入百分比堆积图



营业收入

“综合家居板块及其他”
异军突起：

占比从2023年的8.03%跃升至31.49%，成为第二大板块，反映跨境电商对多元产品（如智能家居、综合家居）的整合能力。

软体家具跑赢大盘：

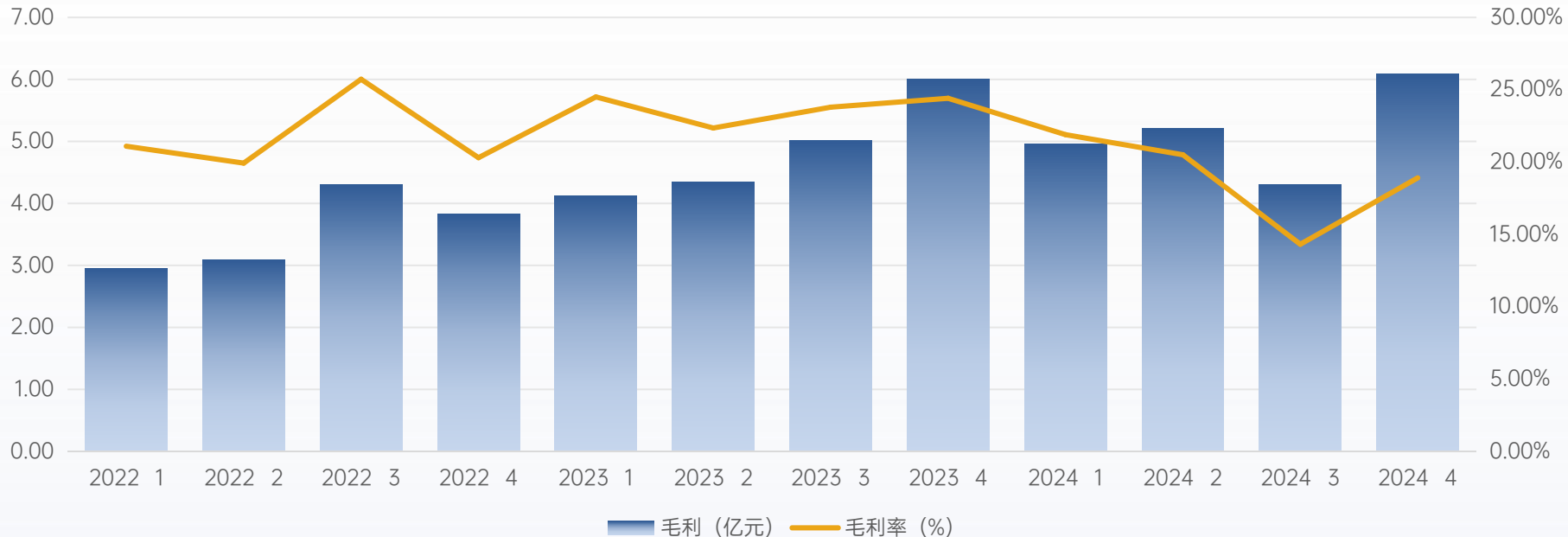
增速10.83%高于行业平均，得益于海外家庭场景需求提升及OBM渠道渗透

毛利率

2024年
公司经营业绩

- 总体情况
- 营业收入
- 营收结构
- 毛利率
- 费用分析
- 营业利润
- 现金流
- 营运能力

毛利及毛利率



整体毛利率18.52%（同比-5.24pct），主要因高增长的OBM板块毛利率17.78%（同比-10.56pct），低于OEM/ODM的19.38%（同比-1.19pct），反映自主品牌前期投入（营销、物流）对利润的短期稀释。

规模效应显现：尽管毛利率承压，OBM营收占比提升带动高毛利产品（智能坐具）销售，2024年扣非净利润2.81亿元（同比+19.5%），利润结构优化。

2024年
公司经营业绩

- 总体情况
- 营业收入
- 营收结构
- 毛利率
- 费用分析
- 营业利润
- 现金流
- 营运能力

期间费用分析

销售费用

加大亚马逊、TEMU 等平台营销投入，线上渠道销售费用（如广告、平台佣金）增长显著，但尾程配送费、折扣促销费用重分类至成本端，拉低费用率

管理费用

公司推行精益生产与数字化管理，优化组织架构，管理效率提升，未因营收增长显著增加固定成本

研发费用

2024年家居行业整体面临需求疲软，但智能、高端产品需求显著增长。公司需通过研发保持竞争力

财务费用

为支持跨境电商及海外仓建设，融资增加导致融资费用增加

单位：元

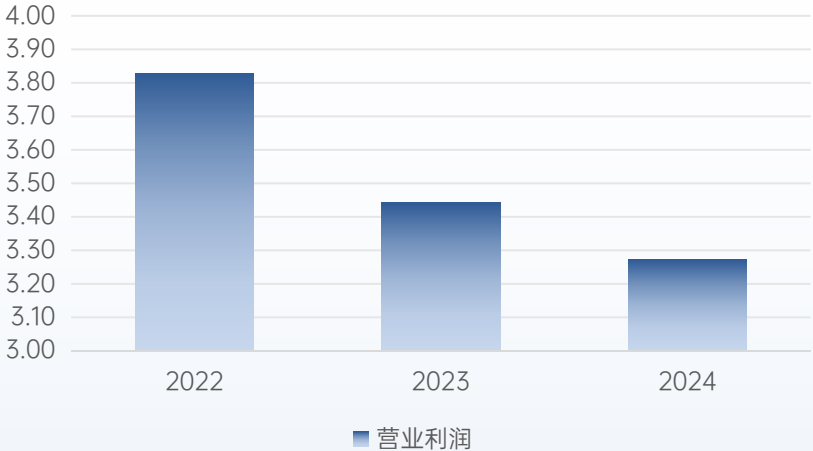
科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)
销售费用	778,788,690.82	675,003,394.38	15.38
管理费用	431,681,165.45	420,764,381.67	2.59
财务费用	39,420,869.29	24,865,217.76	58.54
研发费用	225,765,523.36	221,064.988.63	2.13

营业利润及营业利润率

2024年 公司经营业绩

- 总体情况
- 营业收入
- 营收结构
- 毛利率
- 费用分析
- 营业利润
- 现金流
- 营运能力

营业利润



利润趋势



2024年净利润受以下因素影响

全额计提厨博士剩余
商誉账面价值

7,895.45 万元

计提厨博士相关的长期
资产减值损失

2,738.69 万元

股份支付成本

2,230.78 万元
同比增加

1,278 万元

现金流

2024年
公司经营业绩

- 总体情况
- 营业收入
- 营收结构
- 毛利率
- 费用分析
- 营业利润
- 现金流
- 营运能力

项目	2024 年 (亿元)	2023 年 (亿元)	同比增幅	变动核心驱动因素
经营活动现金流净额	9.51	4.47	112.62%	销售规模扩大（营收 + 34.59%），销售回款效率提升（应收账款周转率从4.4 次升至 5.3 次），票据支付增加。
投资活动现金流净额	-2.40	-7.16	66.46%	减少固定资产支出及对外投资。
筹资活动现金流净额	-6.67	3.47	-292.27%	偿还部分短期借款，同时为支持跨境电商融资导致利息支出增加（财务费用 + 58.54%）。
期末货币资金	16.6	13.40	23.88%	经营活动现金流净流入叠加上市以来累计融资，资金储备创历史新高，抗风险能力增强。

优势

经营活动现金流爆发式增长，为智能化改造、海外仓布局提供充足“弹药”，抗周期能力增强。

挑战

投资支出加大可能压制短期利润，需关注 2025 年海外仓利用率及新品投产效益。

营运资本周转及主要财务指标

2024年 公司经营业绩

- 总体情况
- 营业收入
- 营收结构
- 毛利率
- 费用分析
- 营业利润
- 现金流
- 营运能力

指标	2024 年	2023 年	指标解读
应收账款周转天数	67.92	81.26	销售回款效率提升，应收账款周次数达到5.33，现金流"含金量"增强。
存货周转天数	89.53	108.23	存货周转加速，得益于海外仓布局优化（北美仓实现“3 日达”），减少库存积压；但跨境电商备货需求导致存货规模增长，增速低于营收。
总资产周转率（次）	1.08	0.89	资产使用效率显著提升，营收首破百亿（+34.6%）拉动总资产周转，固定资产（越南工厂扩建、海外仓建设）与流动资产（应收账款、存货）配置更趋合理。
流动资产周转率（次）	1.89	1.62	应收账款与存货周转双加速，驱动流动资产效率提升，尤其跨境电商高周转模式（线上销售同比 + 196.5%）贡献显著。

优势

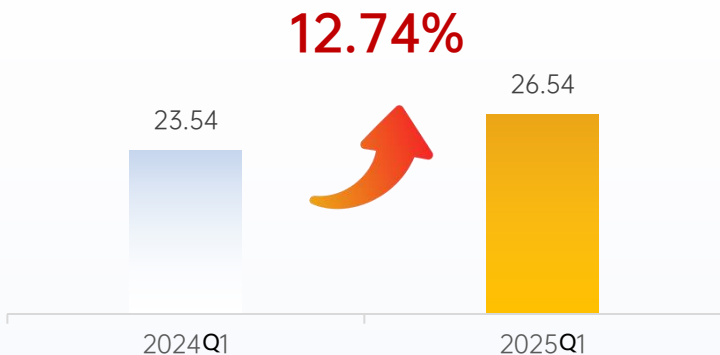
应收账款与总资产周转效率行业领先，跨境电商模式显著改善回款速度；固定资产周转率维持高位，制造端产能利用充分。

挑战

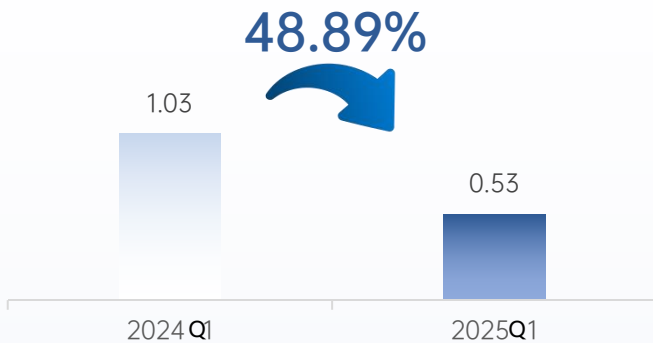
存货周转受海外仓备货影响仍处中游，需平衡库存与销售增长；资产扩张需警惕回报率边际递减。

2025Q1经营业绩：跨境电商扩张驱动收入稳健增长

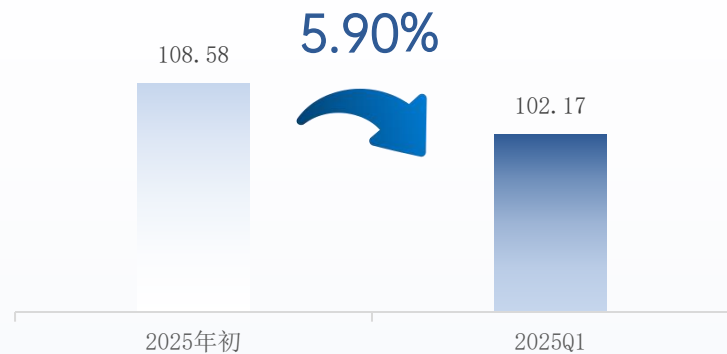
营业收入 (亿元)



归母扣非净利润 (亿元)



总资产 (亿元)



一季度业绩解析：

2025 年一季度跨境电商扩张驱动收入稳健增长，公司继续深化自主品牌建设，自主品牌在市场推广、渠道建设及关税成本方面的投入增加。

此外，现金流受票据到期支付增加及偿还贷款净额增加所致。

3 2025年 展望及布局

王江林
董事长

2025年5月20日

战略指引与发展模式



战略根基：双轨破局与价值跃迁



以“创新驱动，持续精进”为核心战略，践行“制造出海与品牌出海”双轨并行策略



坚持“专业化经营、差异化竞争”，构建“高效生产—精准服务—持续创新”良性循环，实现从成本驱动向价值驱动的战略转型

2025年综合发展战略

2025年战略蓝图 多元化驱动与三力协同

- 秉持“**市场多元化 + 产品多元化**”，全方位拓展全球市场与产品版图。
- 聚焦三大核心能力建设：**产品力、品牌力、渠道力**。
 - ✓ 产品力：创新研发与价值创造
 - ✓ 品牌力：设计引领与高端占位
 - ✓ 渠道力：全链路布局与效率优化

未来展望 全球化协同与风险应对

全球化生产协同：整合中国、越南、瑞士基地资源，推行“中国技术 + 本地化团队”模式，平衡成本与品控。

风险防控机制：通过产能分散、关税合规优化、绿色认证等措施，有效应对贸易摩擦与政策变化。

长期愿景：以“世界一流绿色家居企业”为目标，持续提升核心竞争力，2025 年力争实现规模与效益的均衡增长。

4 2025“提质增效 重回报”行动方案

徐笑波

独立董事

2025年5月20日

2025年度“提质增效重回报”行动方案

响应倡议与责任担当

响应上交所倡议，积极保护投资者
尤其是中小投资者合法权益。
承担高质量发展责任，结合
公司发展战略和经营情况制定行动方案。



发展历程与战略规划

恒林股份经过多年发展，逐步从传统
家具制造企业向大家居领域转型升级。
公司制定了清晰的战略规划，致力于
成为全球领先的家居解决方案提供商。



经营主线与目标

持续聚焦家居主营业务，
优化研发、采购、生产、销售模式。
提高效率、降低成本、
提升产能利用率与生产质效，
拓展销售渠道，全方位提升经营质量。



行动方案的意义

通过实施“提质增效重回报”行动方案，
提升公司核心竞争力。
实现公司可持续发展，为股东创造更
大价值，为社会做出更大贡献。



行动方案具体举措



现金分红与回报机制

上市至今累计现金分红约5.78亿元【注】，依据相关规定严格落实现金分红举措。建立持续、稳定、有效的回报机制，实现投资者与公司利益共赢。



内部控制与风险管理

加强内部控制建设，完善风险管理制度和流程。
有效识别、评估和控制经营风险，确保公司稳健发展。



治理效能提升

以良好治理支撑战略目标实现，提高公司决策效率和执行能力。
加强董事会建设，发挥其在公司治理中的重要作用。



可持续发展管理

预计公司的跨境电商将在未来几年内持续保持高速增长。公司跨境电商运营模式为快速增长构建了稳健经营基础。



注：分红金额含回购及2024年度利润分配（已经股东会审议通过）。

“



欢迎大家踊跃
提问交流

”

感谢观看
恒林家居股份有限公司

THANKS FOR WATCHING