

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：2025-004TZZ

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（请文字说明） <u>电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	具体参与单位人员见附件
时间	2025年8月27日（周三） 10:30-11:30
地点	宁波市鄞州区首南街道学士路436号乐歌大厦
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：虞浩英 证券事务代表：瞿奇龙
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>投资者提出的问题及公司回复情况：</b></p> <p>1. 请介绍下基于目前的贸易环境和消费市场情况，公司对于海外仓业务的展望和布局。</p> <p>公司海外仓不仅承载着自身跨境电商业务的货量，也承载着合作伙伴的信任。每一位客户托付的货物，叠加在一起，形成了如今数以千万计的出库规模。公司的海外仓业务在仓库耗材、仓库叉车设备和货架规模化采购、目的港拖车、卸柜，以及尾程发货数量规模上的优势，使得公司获得更好的议价能力和价格优势，在当下大多数海外仓企业经营困难且行业竞争激烈趋于集中化的背景下，公司海外仓业务始终保持盈利，规模经济特征开始显现。</p> <p>二季度受关税影响，跨境电商卖家发货节奏被打乱，但海外仓收</p>

入同比增幅仍达 66%。这表明，美国消费需求并没有因为关税、通胀等，受到严重影响，具有一定的韧性，且通胀背景下，电商的性价比优势会更加凸显，推动线上渗透率的持续提升。截至 6 月末，乐歌海外仓累计服务客户 1744 家，上半年发件量 910 万件，同比增幅超 120%，全年预计超过 2000 万件。去年下半年新开德、英、加三仓填仓速度好于预期，主要是受到关税影响，一些卖家将重心转向非美市场。

经历 2024 年海外仓行业性扩仓，以及 FedEx 涨价等，头部运营者尾程快递价格差距逐步缩小，未来海外仓的竞争优势更多来自高效的运营以及履约服务获得客户的信赖等方面。乐歌过去多年，持续在自动化、信息化方面投入，将逐步体现运营优势和成本的降低，未来盈利水平改善将主要来源于自建仓逐步投用和配送效率、运营管理效率提升。

## **2. 请介绍非美地区海外仓的情况。**

非美地区新开海外仓前期类似美国新仓，库容利用率达 50%左右开始盈利。去年下半年投用的德国、英国和加拿大仓目前库容利用率在 70%以上，盈利能力改善明显。欧洲海外仓开设时间非常契合当前诸多跨境电商卖家将市场重心转向欧洲的趋势。未来，公司将根据市场需求，谨慎扩仓。

## **3. 请介绍公司智能家居业务国内市场盈利改善的情况。**

上半年，国内营销业务营收扭转了过去 2 年的下跌态势，营业利润率同比大幅改善，扭亏为盈。此前因品牌投入较多，营收增幅不及预期，导致亏损。未来，国内营销业务一方面通过搭建全国门店经销商渠道，实现门店盈利与稳定开店；另一方面加强电商渠道高性价比、高精准度的营销，结合产品丰富度拓展市场，稳扎稳打，保持市占率和盈利。

## **4. 请介绍关税政策对于公司业务的影响。**

关税会直接增加产品成本，即使有越南工厂，依旧要面临被加征 20%，甚至更高的关税，而且随着监管趋严，合规的成本会越来越高，这是整个家具行业都要面对的。上半年，整体公司跨境电商部分产品

进行了提价，转移部分关税成本。从长远看，公司将构建更全面的供应链全球化布局来应对关税风险，比如在时机合适的时候，将部分产能放到主要的消费地。

**5. 请介绍公司跨境电商在目前比较激烈的行业竞争中的发展情况和未来策略。**

乐歌 2016 年推出 Flexispot 品牌，经过近十年的品牌沉淀，成为线性驱动消费品垂直赛道的领军者，核心品类如智能升降桌在海内外均处于行业领导地位。海外品牌 FlexiSpot 连续两度荣获 BrandZ 中国全球化品牌 50 强，为家具类目第一名。品牌力的长期积累也体现在 FlexiSpot 在欧美市场品牌词搜索量方面保持逐年增长。这不仅反映用户认知的扩大，也意味着口碑效应的持续发酵，成就品牌与品类领导力，形成长期信任与闭环优势。同时公司持续推进线下渠道开发，通过地铁广告、快闪店、展会等形式增加品牌曝光，增强品牌体验和用户互动，进驻线下渠道，提升 to B 渠道专业性与认知度，开发新客户夯实市场基础，完善线下专属款产品矩阵，构筑差异化竞争壁垒。

报告期内，公司自主品牌产品销售收入占主营业务收入（不含海外仓业务）比重达到 74.77%。全球独立站的稳健增长。从长远看，中国品牌出海是一个趋势，公司始终秉承长期主义理念，在行业理解与垂直深耕，全球化制造与供应链等方面持续厚积优势，确保行业领先地位。

**6. 请介绍公司独立站的发展情况。**

公司同时运营 12 个独立站，报告期内，公司美国独立站流量保持行业领先，独立站销售占跨境电商收入超过 4 成，同比增长 11.22%。独立站在推广新品、场景化消费方面更有优势，这个成效逐步显现。报告期内，新品类人体工学椅、电动沙发销售金额同比增长都是在 100% 以上，新品类的销售收入占比也到了 20% 。

附件清单(如有)	电话会议参与单位及人员
日期	2025 年 8 月 27 日

附件：

电话会议参与单位及人员

序号	姓名	公司
1	叶乐	中信建投
2	张舒怡	中信建投
3	施佳斌	中信证券
4	肖昊	中信证券
5	邹煜莹	中金
6	徐静怡	中金
7	李悦瑜	广发证券
8	谷亦清	财通证券
9	杨澜	财通证券
10	李珍妮	方正证券
11	马莹	方正证券
12	应奇航	长江证券
13	毛宇翔	国泰海通
14	张文静	申万宏源
15	刘彦菁	华西证券
16	孙海洋	天风证券
17	张彤	天风证券
18	骆扬	开源证券
19	李晶	国信证券
20	张潇	中泰证券
21	李陌凡	民生证券
22	储天舒	兴证
23	俞丰榕	泰康资产北京区
24	蔡宁悦	汇丰晋信基金管理有限公司
25	陈美璇	国泰基金管理有限公司
26	高翔	浦银安盛基金管理有限公司
27	汪刚	维科
28	郑小兵	汇丰晋信基金管理有限公司
29	钱坤	益恒投资
30	彭彭	恒健
31	康璇	国联证券
32	谭鹭	西部证券
33	李晨	信达证券
34	姜文疆	信达证券
35	李克曼	方源
36	麦婷婷	国金证券
37	张辉	方源
38	孙馨竹	国海
39	张立烽	杭州巨子私募基金管理有限公司