

致欧家居科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <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 </p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>具体参会人员名单见附件</p>
<p>时间</p>	<p>2026 年 4 月 29 日</p>
<p>地点</p>	<p>电话会议</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p> 1、董事、COO 陈兴 2、董事会秘书、副总经理 秦永吉 3、财务总监、副总经理 刘书洲 </p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p> 2025 年，公司在跨境电商和海外市场经历了很大的外部环境变化——2025 年关税加征、供应链向东南亚转移、人民币升值，都对经营业绩带来了影响，公司内部也进行了比较大的调整。 2025 年全年：营收约 87 亿元，同比+7%；归母净利润约 3.35 亿元，同比+0.67%；扣非净利润 3.19 亿元，同比+3.43%。受关税影响较大，公司及时调整以欧洲市场为主要增长点，欧洲增长超预期，美国下半年同比有所下滑。 2026 年 Q1：营收 23 亿元，同比+10.7%；归母净利润 7,518 万元，同比-32.2%；扣非净利润 5,748 万元，同比-52%。汇兑损失约 5,000 万元严重拖累业绩，但剔除汇兑损益后利润率较去年同期有所提升，业 </p>

务基本面有明显改善。

1、2026 年全年的收入增长驱动力是什么？结合股权激励目标，如何看待全年收入利润增长？

市场维度：①美国市场去年因关税经历了东南亚供应链转移和一定程度的下滑，今年伴随东南亚供应链稳定，美国加速上新具有竞争力的新品，美国有望实现高速恢复性增长。②欧洲市场延续 2025 年下半年的强劲势头，支撑增长大盘。③新兴市场如墨西哥和巴西有望出现更高速度的增长。**品类维度：**铁床、板式家具、收纳类等新品类扩展是核心驱动。

2、2026 年 Q1 剔除汇兑损益影响后利润率提升具体原因？除了 VC 模式，还有哪些成本费用改善措施？

2026 年 Q1 利润改善是四个因素叠加的结果：①VC 大幅推进为主因。②仓储费优化，Q1 库存结构更合理，仓储费同比优化。③海运费优势，Q1 海运费有一定程度的成本优势。④规模采购降本。采购成本有所改善。此外，管理费用占比同比也有所下降，公司在费用端做了优化。

3、2026 年 Q1 汇兑损失明显，产生原因是什么？后续量级与趋势如何？有什么工具和措施？

汇兑损失产生有三个原因：①结构性因素。从 2025 年开始 VC 销售占比提高，VC 账期比 SC 长，长账期叠加存货周转天数，导致外币资产规模同比上升较多，放大了汇率波动影响。②偶然因素。3 月 31 日恰好是欧元汇率全季最低的一天，后面很快有所反弹。③套期策略因素。年初人民币远期交易贴水幅度大，套期比例拉高会直接产生很大成本。

后续措施三方面：①业务端协同。已与亚马逊重新谈判 VC 账期，成功将美线欧线账期压缩。②套期策略调整，将更加向风险中性靠拢，适当提高套期比例。

3、拉美（墨西哥、巴西）拓展有哪些可复用的资源？需克服哪些难点？费用端和盈利能力如何？亚马逊是否会提供支持？

公司在墨西哥和巴西有相对优势：亚马逊成交费优惠、美客多的战略支持、加上明显较低的竞争程度，使公司产品在拉美可以快速获得高速增长。

4、AI 应用预计能带来多少费用节省？2026 年 AI 研发投入和成本节省的预期？

AI 应用聚焦三个领域：①Listing 维度。已实现部分产品全 AI 化出图出文案，单套 listing 成本下降很快。同时腾出资源投入更多 listing 优化以促进销售。②AI 广告投放。去年 Q4 开始已全面实现广告的 AI 创建和托管优化。公司正在自研 AI 广告管理工具，预计今年上线。广告费是很大一块销售费用，AI 提升使用效率可降低销售费用。③AI 客服。目前超过 30%的客服邮件由 AI 回复。为保证客户体验，推进速度适度保守。此外各业务端也在使用 AI Agent 工具实现管理自动化。

整体而言，AI 可持续优化管理费用，促进资源向业务端倾斜。

5、美国海关税务查验趋严，对公司竞争力有什么影响？

这是公司长期期待的结果。公司一直坚持合规报税，海关查处趋严会促进市场竞争公平性，提升整个市场合规度，对合规经营的公司是长线利好。

同时，对等关税取消 10%后，对美线直接体现 10%的关税下降。公司已正式提交对等关税退税申请，期待海关退回之前不合理的部分，进一步改善经营结果。目前海关给出的预期是超过 60 天，市场普遍预期 60-90 天。目前还没有卖家正式收到退税。公司已提交全部退税申请，预计未来会有退回结果。

6、中长期 VC 占比目标？SC 和 VC 不同模式的定位？

公司对 VC 策略坚定明确。公司产品由相对大件的家具产品和相对小件的家居类产品组成的。大件超标家具通过 VC 可获得显性成本结构优势，大卖家相对小卖家获得更强的相对优势。小件家居收纳类适合亚马逊 FBA，维持 SC 销售。在亚马逊家具品类上我们会进行大规模的转 VC，欧洲过半数的产品通过 VC 经营，美国大概 7 成通过 VC 经营。小件、标准件的家居品类，仍然利用亚马逊 SC、FBA 的仓配优势和不

错的费用结构维持 SC 部分的经营。

7、欧美线下大型合作伙伴（KA 渠道）的拓展进展？

从今年绝对量来看，线下对增长的绝对数值体现相对有限，但突破具有重要意义。在欧洲的 XXXLutz 等 KA 渠道，以及美国的 Target、Hobby Lobby 上都有成交突破。绝对体量不大，核心是为未来储备增长机会。线下渠道从突破到产生大业绩需要较长周期，今年更多是合作突破和产品合作模式的磨合。

8、“中国+N”双重产能备份和弹性调拨体系如何运作？如何提升竞争力？

坚持中国和东南亚作为主供应中心。2025 年几乎每个月关税税率在两地之间都有大波动，公司坚持两地都有大量供应，及时跟进关税税率和采购成本变化动态调整。部分品类在国内更优时动态从国内发货，同时持续推动东南亚规模化降本。目前已有部分品类在东南亚采购成本低于中国。双供应中心增强抗风险能力，公司比很多非合规卖家更坚持在东南亚作为供应中心长期深耕，以规避长期贸易风险。

9、美国海关查验力度加大，是否看到中小卖家出清？

Q1 到 4 月确实观察到部分竞卖出现柜子退运的状况，但低报和双清报税尚未被完全杜绝。

2025 年，中国税务局实施互联网平台申报制度，覆盖到了亚马逊等海外平台，向中国税局申报了所有卖家数据。去年末已观察到个别中等规模卖家因国内合规压力在考虑退出市场。

10、美国市场盈利能力同比和环比变化？美欧利润率差异原因？

美国市场竞争程度比欧洲更强，加上存在低报税差问题，美线利润率在较长时间内仍会低于欧线。今年上线的美线新品在成本结构和产品竞争力上有明显改善。

11、美国仓储布局（自有仓和尾程账号）还有优化空间吗？今年规划？

去年底开通华盛顿州第六仓，完成美国六仓布局。对自有仓仓储效率进行了重大优化升级，坪效接近翻倍提升。公司自有较好的 FedEx

	<p>和 Amazon Shipping 账号（非第三方账号），经过 2025 年的改善已进入市场第一梯队水平。虽不像欧洲有绝对优势，但已回到市场第一线。</p> <p>12、海运费长协情况？地缘冲突对海运费的影响？</p> <p>已完成 2026 年欧线和美线主要航线的年约签订。凭借与海运合作伙伴的长期关系，较好地冲抵了油价上涨和战争导致的市场波动。今年年约成本好于去年，大幅消除了成本不确定性。</p> <p>13、2026 年新品收入占比和新品推出节奏的展望？</p> <p>2026 年新品是业绩增长最核心的驱动因素之一。2025 年为今年规划了大量有竞争力的新品，整体新品收入占比将达到 20%左右，大幅高于去年。26 年 Q1 新品收入占比也大幅高于去年同期。</p> <p>14、管理层对于欧美未来消费环境的展望？</p> <p>对于投资者普遍关心的欧美消费不景气和增长担忧。根据管理层的观察：欧美线下小型渠道商面临竞争压力，纷纷出售或破产重组，其释放的份额有利于线上渠道。</p> <p>同时，美国关税稽查趋严叠加中国税务局与亚马逊等平台数据交换，监管趋势越来越严。依靠不合规手段获利的中小卖家如果财务模型不成立，将面临出清。公司规模大、坚持产品差异化和合规运营，将顺势攫取更多市场份额。</p> <p>欧美家居家具整体市场容量变化不大，但有结构变化。公司聚焦家居家具赛道，定位性价比产品，契合消费降级趋势。产品坚持系列化设计和差异化改进，与纯铺货型卖家形成截然不同的竞争优势，尤其在欧洲已形成品牌飞轮效应。</p> <p>公司 90 亿体量在上千亿美金的欧美家具家居市场，只要做好自己就有充足成长空间。这也是公司敢于再发一次股权激励的信心基础。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2026 年 4 月 29 日

附件：

参会人员名单

序号	姓名	机构
1	曹倩雯	广发证券股份有限公司
2	虞秀兰	招商基金管理有限公司
3	李含稚	华福证券股份有限公司
4	杨澜	财通证券股份有限公司
5	张彤	天风证券股份有限公司
6	黄莎	上海申银万国证券研究所有限公司
7	易丁依	东北证券股份有限公司
8	林镇潘	中信证券股份有限公司
9	陈笑	东方证券股份有限公司
10	阳靖	东吴证券股份有限公司
11	来舒楠	天风证券股份有限公司
12	石狄	华泰证券股份有限公司
13	秦意昂	长江证券股份有限公司
14	骆峥	信达证券股份有限公司
15	米雁翔	长江证券股份有限公司
16	罗乾生	国投证券股份有限公司
17	杜玥莹	东吴证券股份有限公司
18	Claire Yu	Point72 Hong Kong Limited
19	裴慧宇	国联基金管理有限公司
20	谭鹭	长城证券股份有限公司
21	王凯	中国国际金融股份有限公司
22	曾丹妮	信达澳亚基金管理有限公司
23	王天星	民生加银基金管理有限公司
24	赵中平	国金证券股份有限公司
25	储天舒	兴业证券股份有限公司
26	王珊	中国信达资产管理股份有限公司
27	刘玉雯	中国国际金融股份有限公司
28	王树娟	东方证券股份有限公司
29	魏征宇	华福证券股份有限公司
30	贺然	中国人保资产管理有限公司
31	邱思佳	兴证证券资产管理有限公司
32	卜毅	中天汇鑫(北京)投资基金管理有限公司
33	彭飞虹	深圳市鲲鹏恒隆投资有限公司
34	胡纪元	合众资产管理股份有限公司
35	孙海洋	天风证券股份有限公司
36	肖昊	中信证券股份有限公司
37	孔祥睿	交银施罗德基金管理有限公司
38	赵健	华泰保兴基金管理有限公司

39	蔡宁悦	汇丰晋信基金管理有限公司
40	刘武	华福证券股份有限公司
41	冯健饶	深圳市麻王投资集团有限公司
42	刘娜	润晖投资管理香港有限公司
43	徐卓楠	中国国际金融股份有限公司
44	曾伟	浙商证券股份有限公司
45	郭韵	中信证券股份有限公司
46	王昕妍	永赢基金管理有限公司
47	黄向前	深圳市尚诚资产管理有限责任公司
48	吴瑾	路博迈基金管理(中国)有限公司
49	张一逸	东方财富证券股份有限公司
50	袁文韬	工银瑞信基金管理有限公司
51	唐巍	荷荷(北京)私募基金管理有限公司
52	陈秋露	安信基金管理有限责任公司
53	赵兰亭	国海证券股份有限公司
54	龙羽洁	中原证券股份有限公司
55	杨蕊菁	招商证券股份有限公司
56	张琦琦	北京赛伯乐绿科云融投资管理有限公司
57	杜玥莹	国盛证券有限责任公司