



2023年北交所个股研究系列报告

美之高 (834765. BJ) ——

金属置物架企业研究



摘要

主营传统金属置物架，国外收入占比超九成

美之高成立于2002年，是一家专业的空间收纳定制化解决方案服务商，主营业务为金属置物架的研发、生产及销售，产品主要应用于家居收纳、工业及商业仓储等领域。2022年公司主要收入来源为家用类置物架系列产品销售（达3.89亿元，占比77%），其次为工业类和其他类。2020年至2022年期间公司的前五大销售收入贡献占比超过九成。以国外地区销售为主（占比超过九成）。

从营收及增速角度来看，2022年公司营收规模为5.04亿元，同比增速为0.4%。2018年至2022年复合增长率为2.1%，成长性不高，且期间同比增减变动幅度大，增长持续性不强。从净利润角度来看，2018年至2022年期间公司净利润规模同比变动幅度大，受汇兑损益影响显著，2022年汇兑收益占当期净利润比达59%。

所处行业发展前景良好，市场空间大，但竞争激烈，缺乏龙头企业

公司产品金属置物架主要用于家用，归属于制造业中的家具制造业。中国家具制造业盈利质量提升，家具及其零件出口需求长期存在，整体发展现状良好。

家用置物架属于细分行业，系传统成熟行业，疫情暴发三年催生居民空间利用意愿，行业过去五年增速保持稳定，2022年，中国家用置物架行业市场规模达326亿元，同比增长为8.6%，五年复合增长率为7.4%，预计2027年市场规模将突破400亿元。

置物架行业中小企业众多，缺乏龙头企业，生产技术壁垒不高，产品同质化严重，市场竞争激烈。

01

公司基本情况

- 1. 1 主营业务和产品
- 1. 2 股权结构
- 1. 3 营收净利分析
- 1. 4 成本费用分析

- 美之高成立于2002年，是一家专业的空间收纳定制化解决方案服务商，主营业务为[金属置物架](#)的研发、生产及销售，产品主要应用于家居收纳、工业及商业仓储等领域。
- 2022年公司主要收入来源为家用类置物架系列产品销售（达3.89亿元，占比77%），其次为工业类和其他配件类。
- 2020年至2022年期间公司的前五大销售收入贡献占比超过九成，国外地区销售占比超过九成。

图表1：美之高产品种类及应用场景介绍

| 产品名称 | 细分产品 | 产品图示 |
|-------|--------------------------------------|---|
| 家用类系列 | 客厅用、卧室用、厨房用、单身公寓用、卫浴用、阳台用、家庭仓储用、书房用等 |  |
| 工业类系列 | |  |
| 其他类 | 开发一系列的配套性产品，涉及多种材质，如木质、藤编、布艺、塑胶等 |  |

图表2：美之高2022年各产品及地区收入规模及占比

| 2022年 | 收入（亿元） | 占比 |
|-------|--------|-------|
| 分产品 | | |
| 家用类 | 3.89 | 77.2% |
| 工业类 | 0.75 | 14.9% |
| 其他类 | 0.40 | 8.0% |
| 分地区 | | |
| 国内 | 0.33 | 6.7% |
| 国外 | 4.70 | 93.3% |

图表3：美之高2018-2022年前五大客户销售收入规模及合计占比

| 2020年 | | | 2021年 | | | 2022年 | |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--|
| 排名 | 收入（万元） | 占比 | 收入（万元） | 占比 | 收入（万元） | 占比 | |
| 客户1 | 24,919 | 39.5% | 30,788 | 61.3% | 28,421 | 56.4% | |
| 客户2 | 21,427 | 33.9% | 12,401 | 24.7% | 15,937 | 31.6% | |
| 客户3 | 7,671 | 12.2% | 3,009 | 6.0% | 1,657 | 3.3% | |
| 客户4 | 4,894 | 7.8% | 827 | 1.7% | 1,191 | 2.4% | |
| 客户5 | 661 | 1.1% | 386 | 0.8% | 574 | 1.1% | |
| 合计 | 59,572 | 94.34% | 47,411 | 94.44% | 47,780 | 94.78% | |

数据来源：美之高招股说明书、年度报告、官网、亿渡数据整理

- 公司前十大持股股东合计持股82.68%，股权集中。其中第一大股东为黄华侨，直接持有公司30.89%；第二大股东为蔡秀莹女士，系股东黄华侨配偶，持股比例14.59%；第三大股东深圳市华汇通鼎投资合伙企业（有限合伙）及第四大股东新余美高投资管理中心（有限合伙）系公司员工持股平台，第七大股东黄佳茵系股东黄华侨与股东蔡秀莹之女。**前十大股东2023年开始至今尚未发布减持计划，股权结构稳定。**
- 公司实际控制人为黄华侨、蔡秀莹夫妇。2023年03月31日，两人直接及间接合计控制公司67.03%的股份。

图表4：2023年一季度美之高前十大股东持股及变化情况

| 序号 | 股东名称 | 股东性质 | 2023年一季度 持股数量(股) | 持股比例(%) | 较上期持股 变动数(股) | 与公司关系 |
|-----------|-------------------------------|------|---------------------|--------------|-----------------|----------------------|
| 1 | 黄华侨 | 个人 | 21,500,000 | 30.89 | 不变 | 公司创始人之一 公司董事长、总经理 |
| 2 | 蔡秀莹 | 个人 | 10,154,331 | 14.59 | 不变 | 公司创始人之一 系股东黄华侨配偶 |
| 3 | 深圳市华汇通鼎投资合伙企业(有限合伙) | 投资公司 | 10,000,000 | 14.37 | 不变 | 员工持股平台 |
| 4 | 新余美高投资管理中心(有限合伙) | 投资公司 | 5,000,000 | 7.18 | 不变 | 员工持股平台 |
| 5 | 宁波梅山保税港区福鹏宏祥玖号股权投资管理中心(有限合伙) | 投资公司 | 2,950,000 | 4.24 | 不变 | - |
| 6 | 深圳市美之高科技股份有限公司回购专用证券账户 | 其它 | 2,751,446 | 3.95 | 313,906 | 公司股票回购专用证券账户 |
| 7 | 黄佳茵 | 个人 | 2,500,000 | 3.59 | 不变 | 股东黄华侨与股东蔡秀莹之女 |
| 8 | 吴志泽 | 个人 | 1,750,000 | 2.51 | 不变 | - |
| 9 | 深圳市纵贯私募基金管理有限公司-纵贯稳健一号私募证券投资基 | 投资公司 | 596,623 | 0.86 | 不变 | - |
| 10 | 赵望生 | 个人 | 350,000 | 0.50 | 新进 | - |
| 合计 | | | 57,552,400 | 82.68 | | |

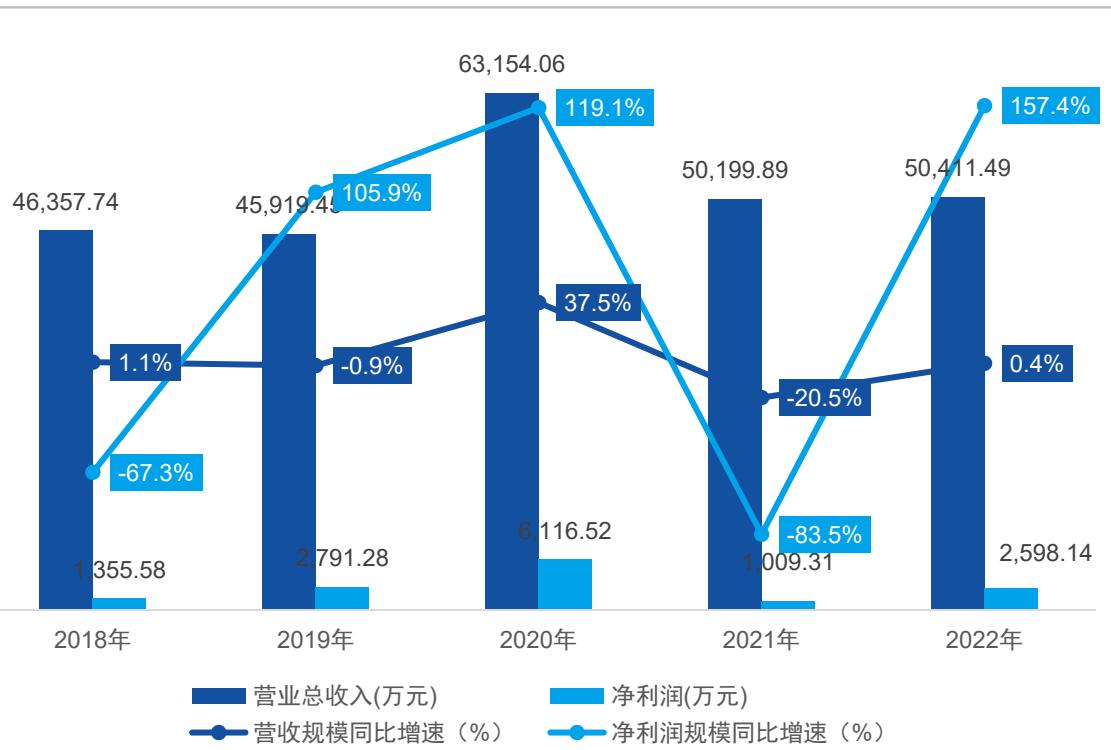
1.3 营收净利分析

公司营收规模保持稳定，成长性不高，净利润规模受外汇汇兑损益影响较大



- 2018年至2022年期间，除2020年因为疫情突然暴发，外销订单大幅增加，营收规模超过6亿元规模外，其他年份营收规模保持在4-5亿元区间。从成长性来看，公司营收规模五年复合增长率为2.1%，成长性不高。期间同比增减变动幅度大，增长持续性不强。
- 2018年至2022年期间，公司净利润规模同比变动幅度大，受汇兑损益影响显著。2020年因内外销收入大幅增加、远期外汇投资收益增加等影响，净利润实现了大幅增长。2022年在营收规模同比增速较低经营情况下，净利润指标同比增速达157.4%，原因为美元兑人民币汇率上涨，人民币贬值，公司汇兑收入达2,082.79万元，财务费用显著减少，增厚公司净利润规模，其中汇兑收益占当期净利润比达59%。

图表5：公司2018至2022年营收规模/净利润及同比增速



图表6：美之高2018至2022年财务费用明细

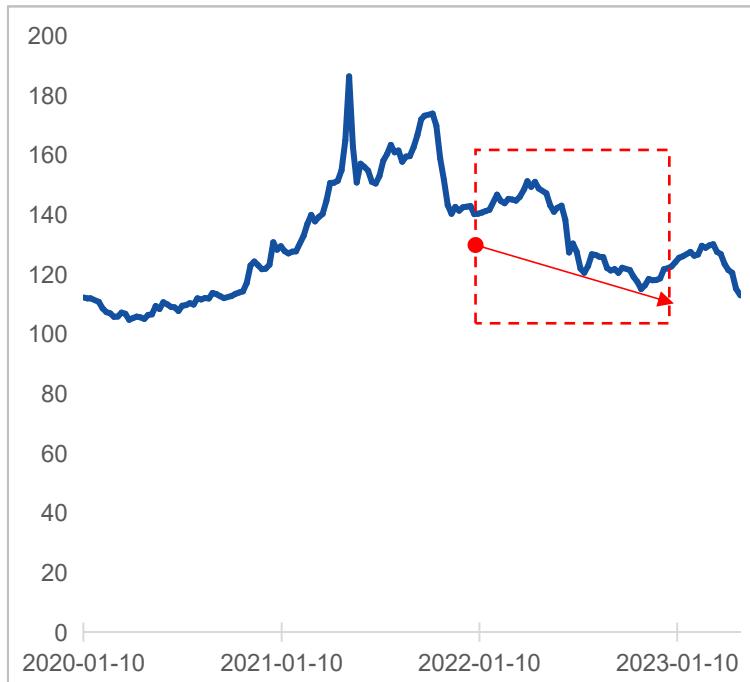
| 财务费用明细 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 2022年 |
|------------|---------|---------|----------|---------|-----------|
| 利息支出(万元) | 148.31 | 118.15 | 313.43 | 332.68 | 466.62 |
| 减:利息收入(万元) | 59.10 | 58.74 | 105.42 | 134.98 | 121.59 |
| 汇兑损失(万元) | -182.76 | -232.55 | 1,252.27 | 549.27 | -1,533.51 |
| 其他(万元) | -272.50 | -223.46 | -697.44 | -709.32 | -627.49 |
| 合计(万元) | -366.05 | -396.59 | 762.84 | 37.66 | -1,815.98 |

图表7：美之高2018至2022年汇兑收益及占当期净利润比

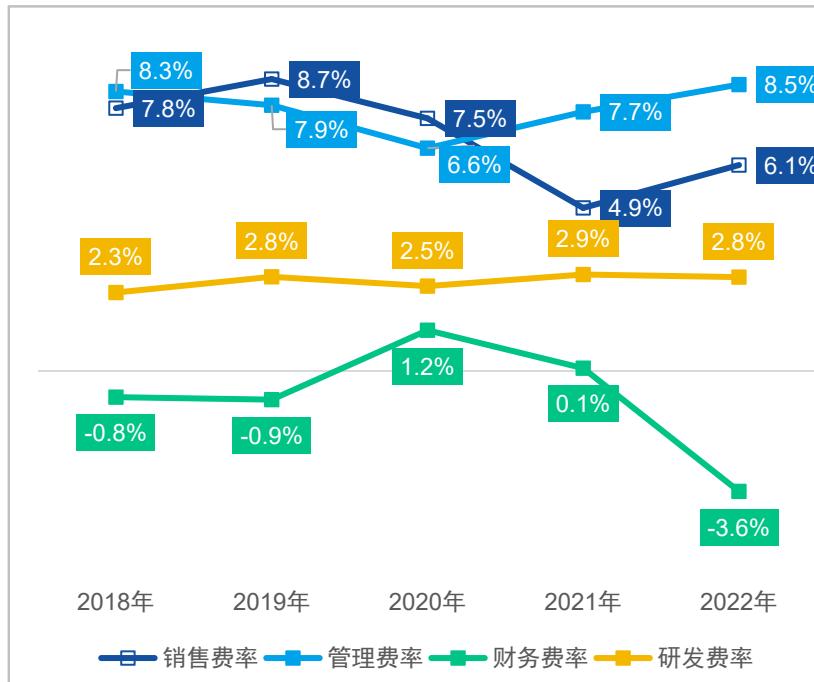
| 科目/年份 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 2022年 |
|--------------|-------|-------|---------|-------|-------|
| 汇兑收益 (万元) | 183 | 233 | (1,252) | (549) | 1,534 |
| 持续经营净利润 (万元) | 1,356 | 2,791 | 6,117 | 1,009 | 2,598 |
| 占当期净利润比 (%) | 13.5% | 8.3% | - | - | 59.0% |

- 从成本角度来看，公司主营业务成本由直接材料（占比最高，约70%左右）、委托加工费、直接人工、制造费用组成，其中直接材料中钢铁制品类（铁线、铁管、锥套等）占主营业务成本最大（达四成以上），钢铁制品类市场价格波动显著影响公司营业成本。2020年至2021年期间，钢铁制品类市场价格不断上升，致使公司销售毛利率显著下降。2022年钢材价格回落，公司产品销售毛利率显著上升至21.1%。
- 从费用角度来看，2018年至2022年期间，研发费用和管理费用占比保持稳定水平，销售费用有小幅波动，财务费用显著波动。2022年财务费用占比支出为负值，其原因为公司产品以外销为主，与国外客户签订合同时主要以美元作为结算货币。2022年公司汇兑收益达2,082.79万元，财务费用显著下降，增厚公司净利润规模，其中汇兑受益占当期持续经营净利润规模达59.0%。
- 公司销售净利率值较低，一直处于个位数区间，其中2022年为5.2%，盈利质量一般。

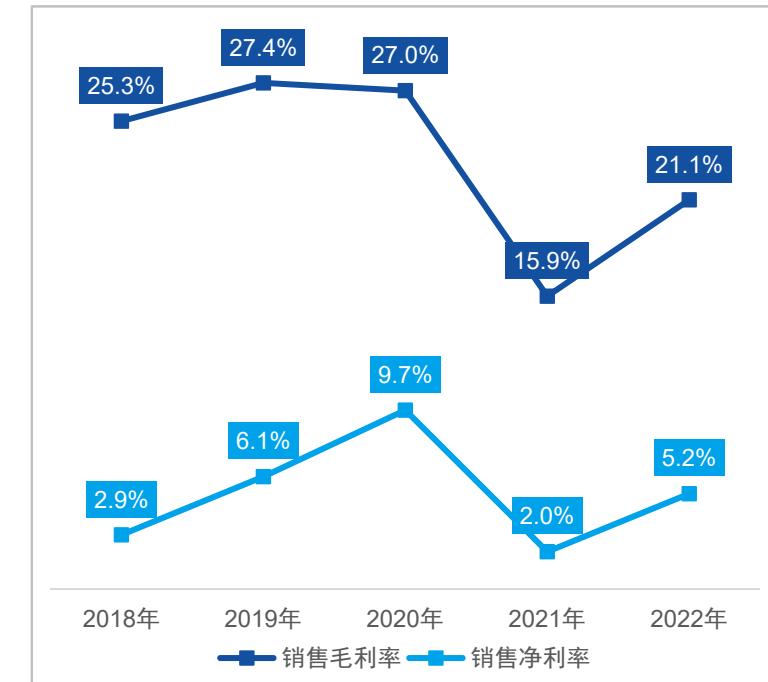
图表8：钢材价格指数变化走势:高线:Φ6.5



图表9：公司期间费用变化情况



图表10：公司毛利率、净利率变化情况



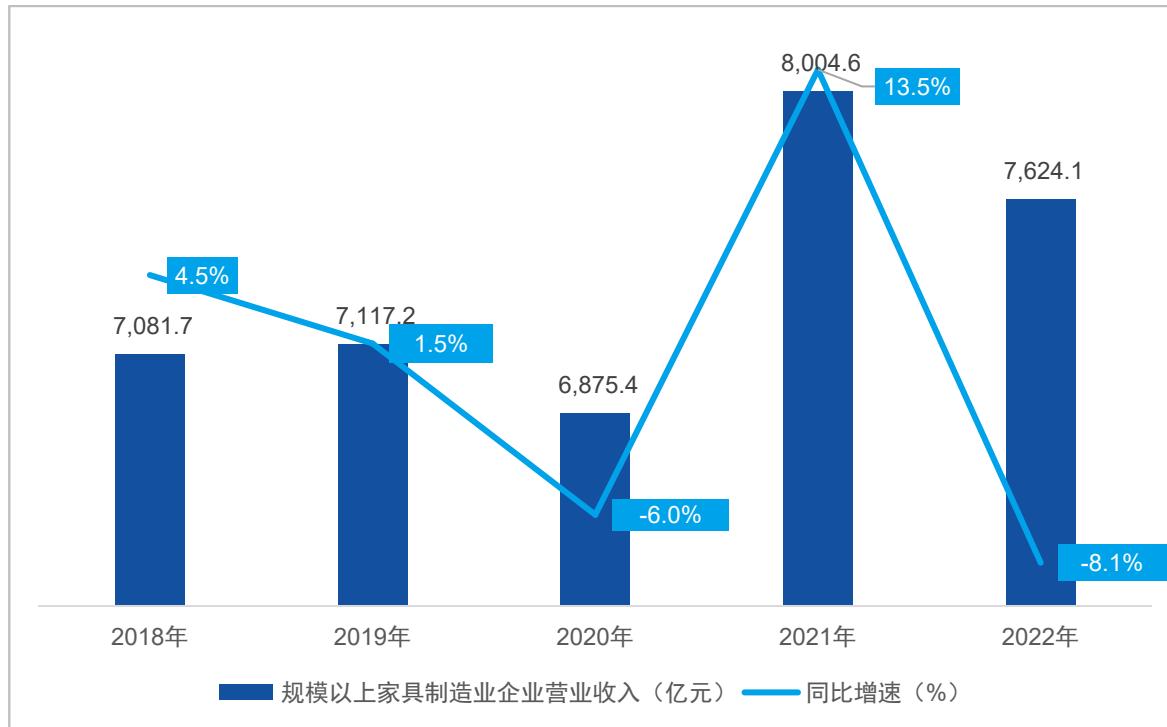
02

行业分析

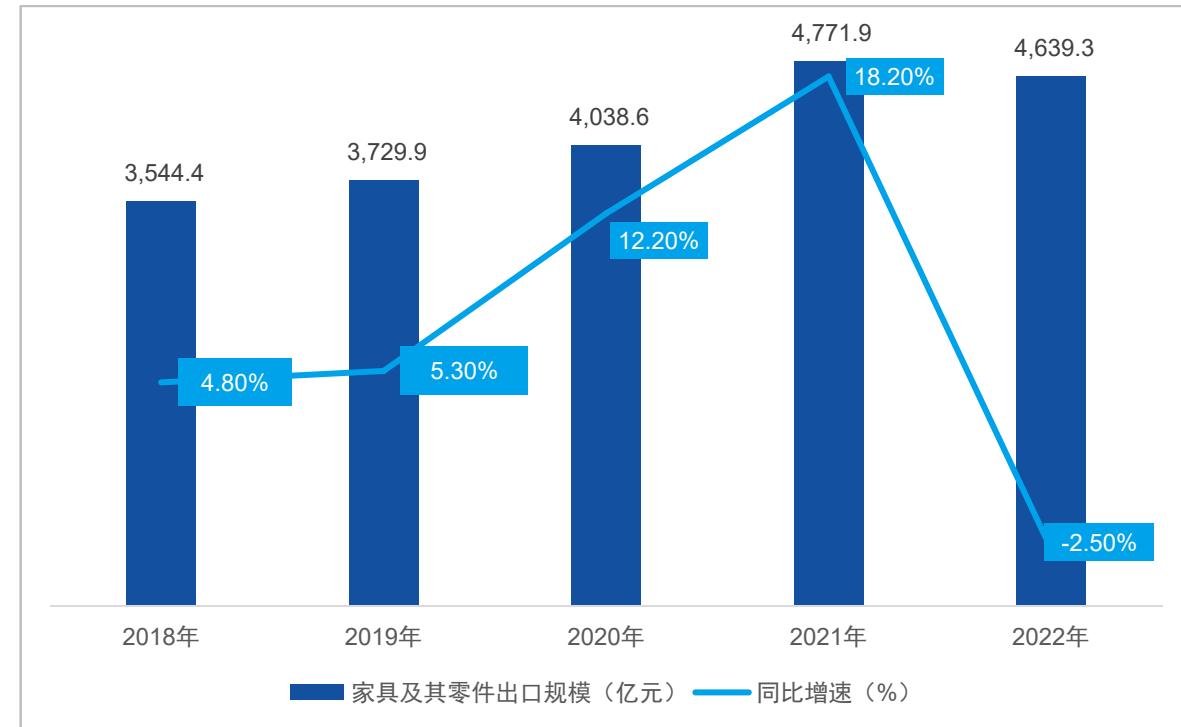
- 2. 1 家具行业发展现状
- 2. 2 置物架行业市场规模
- 2. 3 置物架行业竞争格局

- 2022年全年中国规模以上家具制造业企业营业收入7,624.1亿元，同比下降8.1%；实现利润总额471.2亿元，同比增长7.9%。营收规模下降，盈利质量提升。
- 2022年全年中国家具及其零件出口规模为4,639.3亿元，同比下降2.5%，为五年来首次下降。中国家具及其零件长期持续存在出口消费需求，中国家具制造企业出海已成行业发展趋势。

图表11：中国2018年至2022年规模以上家具制造业主营业务收入总额及同比增速



图表12：中国2018年至2022年家具及其零件出口规模及同比增速



数据来源：国家统计局、中国海关总署、工信部、亿渡数据整理

2.2 置物架行业市场规模

家用置物架属于传统成熟行业，疫情促进行业渗透率提升



- 置物架是采用底板及支柱组合而成放置杂物的架子，具有收纳功能，属于家具制造业领域细分产品。置物架物美价廉，根据淘宝APP和京东APP数据显示，26-209元价格区间的置物架已成为人们追求美好舒适生活常用产品之一，在家庭客厅、卧室、厨房、书房、卫浴、阳台等场景中应用广泛。
- 2020年开始，疫情致使居家时长增加，居民发现居住空间环境严重影响生活和工作效率，借助收纳置物架用品改变居住环境的意愿增强。同时，隔离封控导致家庭阶段性的物资匮乏的体验，使居民建立了适当囤货和更关注物品的可持续使用性的习惯。置物架使用可令居民增加对空间利用率和随时方便对储物的掌握，这些因素间接促进居民使用置物架渗透率不断提升，促进行业得到快速发展。
- 2022年，中国家用置物架行业市场规模达326亿元，同比增长为8.6%，五年复合增长率为7.4%，预计2027年市场规模将突破400亿元。

图表13：中国淘宝APP终端置物架市场数据

| 置物架价格区间（元） | 0-26 | 26-209 | 209-568 |
|------------|-------|--------|---------|
| 价格区间占比 | 30% | 60% | 9% |
| 不锈钢材质数量 | 2,917 | 9,629 | 1,976 |
| 铝合金材质数量 | 1464 | 2543 | 843 |
| PVC材质数量 | 10 | 22 | 4 |
| 牛津布材质数量 | 215 | 187 | 8 |
| 商品数量合计 | 4,606 | 12,381 | 2,831 |

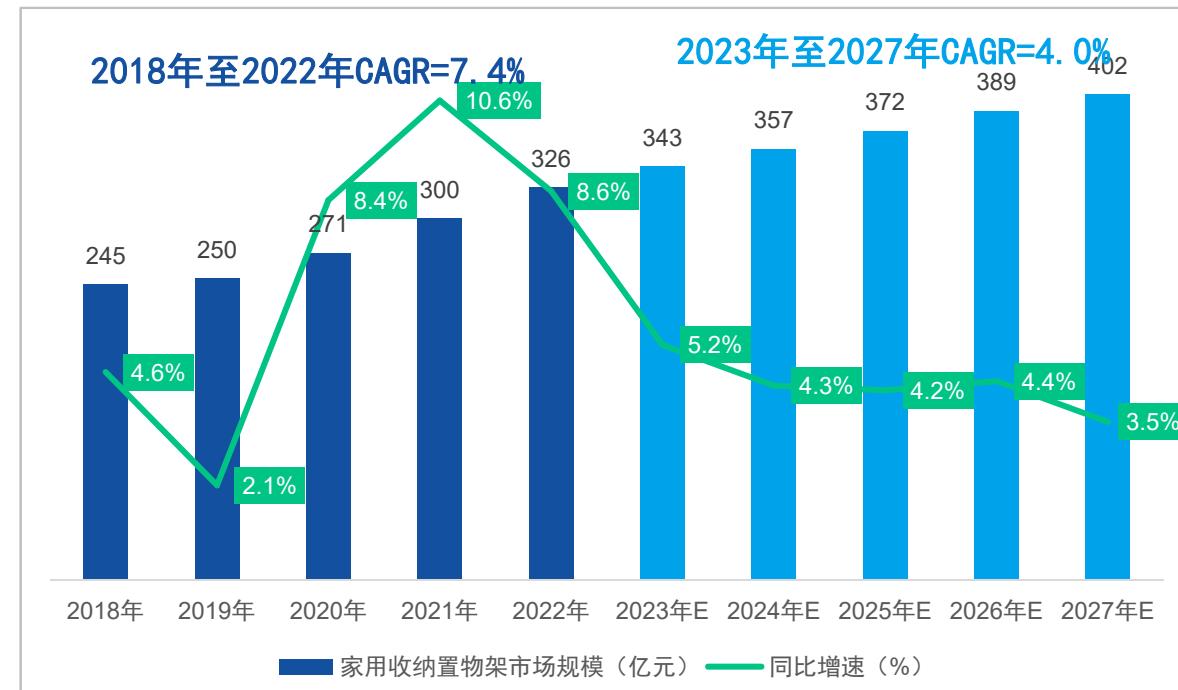
图表14：中国京东APP终端置物架（家用）市场数据

| 置物架价格区间（元） | 24-63 | 63-161 | 161-516 |
|------------|-------|--------|---------|
| 价格区间占比 | 30% | 38% | 19% |
| 商品数量合计 | 100+ | 400+ | 1,500+ |

备注：统计时间为2023年4月26日

数据来源：淘宝APP数据和京东APP数据

图表15：2018年至2027年中国家用收纳置物架市场规模及预测



数据来源：亿渡数据

图表16：中国地区置物架行业优秀企业介绍

| 序号 | 公司名称 | 创立时间 | 所在区域 | 主营业务 | 代表品牌 | 行业地位 |
|----|------------------------------|-------|-------|---|---------------------|---|
| 1 | 上海宝优妮实业有限公司 | 2001年 | 上海 | 一家为人们美好生活提供创新解决方案的专业型科技实体企业 | BAOYOUNI 宝优妮 | 高新技术企业，收纳晾晒行业领先品牌，荣获品牌网置货架品牌榜排名第一，制定了多项行业标准，取得了70多项国家专利。产品包括厨房多层置物架（不锈钢），洗衣机置物架、浴室置物架、微波炉置物架、浴室多层置物架等。 |
| 2 | 宜家（中国）投资有限公司 | 2007年 | 上海 | 一家提供种类繁多、美观实用、老百姓买得起的家居用品的大型零售企业 | IKEA宜家 | 提供种类繁多、美观实用、老百姓买得起的家居用品，销售主要包括座椅/沙发系列，办公用品，卧室系列，厨房系列，照明系列，纺织品，炊具系列，房屋储藏系列，儿童产品系列等约10,000个产品。 |
| 3 | 惠州德康兴家居用品有限公司/深圳市居之美家庭用品有限公司 | 2001年 | 惠州/深圳 | 是一家集研发、生产、销售为一体的家居用品知名企业，主要生产经营金属、布艺类收纳家居用品 | 溢彩年华 | 是美国WAL-MART、K-NART、TARGET、LOWES、HOMEDEPT、家乐福、Bedbath&beyond、Loblaw's INC、Homeoutfitter、Kohl's department stores等知名超市的供应商。产品包括书架置物架、厨房置物架等 |
| 4 | 深圳市心家宜家居有限公司 | 2011年 | 深圳 | 集科研、开发、生产、销售服务为一体，以专业生产金属置物架、衣橱、晾晒架等各类收纳家居用品著称 | 心家宜 | 心家宜集团旗下心家宜®、小美®、壹号森林®系列产品已成功入驻全国知名连锁KA大卖场沃尔玛、大润发、华润万家等，及ShoppingMall万达、银座、银泰等，线上天猫、京东、亚马逊等主流电商平台均有售，并远销迪拜、日韩、欧美等海外市场。 |
| 5 | 好事达（福建）股份有限公司 | 2001年 | 福建 | DIY家具家居用品的研发生产和销售 | Homestar 好事达 | 建立了书房家具、视听家具、卧房家具、收纳家具、厨卫家具、壁炉、儿童家具等众多产品线，获得了30项实用新型和94项外观设计专利，并被评为福建省名牌产品及福建省出口名牌产品，是福建家具业的龙头企业。 |
| 6 | 东莞宝峰金属制品有限公司 | 2005年 | 东莞 | 主要产品为各类钢木结构置物架 | Styliving 宝裕合 | Styliving“宝裕合”——全球收纳产品领军品牌，创立于1989年，隶属香港宝盛集团。宝裕合专注家居收纳市场26年，成为超过89个国家和地区的共同选择。 |
| 7 | 苏州澳美佳金属制品有限公司 | 1994年 | 江苏苏州 | 是专业从事设计、制作家居置物架、仓储置物架、防静电置物架、展览展示架、仓储货架及其他配套的企业 | AOMEIJIA 澳美佳 | 15年专注置物架领域，业务覆盖中国28个省市 |
| 8 | 江阴友利特智能家居有限公司 | 2017年 | 江苏无锡 | 主要生产不锈钢复合管、高频焊管及家居日用品系列产品 | 友利特 | 生产的“友利特”晾衣架、伸缩竿、置物架遍布全国25个省市，并出口日本、韩国、台湾以及东南亚欧美等国家及地区。年出口达1000多万美元，深受用户信赖。 |
| 9 | 常州简尚家居有限公司 | 2007年 | 江苏常州 | 以简约家具/收纳用品为主的家居品牌，集小件家具/家居产品研发/生产/仓储/销售于一体的企业 | 亿家达 | 目前，亿家达已在淘宝、天猫、京东、苏宁易购、唯品会、贝贝网等多个网络平台开设了旗舰店，出口贸易部分，也与阿里国际建立了战略合作关系，开始接洽东南亚、非洲等地区的客户。 |
| 10 | 龙竹科技集团股份有限公司 | 2010年 | 福建 | 以竹为主材，专注于竹材料研发、产品设计、生产及销售为一体的高新技术企业 | - | 农业产业化国家重点龙头企业、国家林业重点龙头企业、国家知识产权优势企业，省级工业企业质量标杆企业”、“省企业技术中心，收纳用品包括竹制储物车、竹制收纳盒、竹壁架、竹制鞋架等，IKEA宜家是公司最大的客户，创收占比超过86%。2022年收纳产品收入为1.96亿元。 |
| 11 | 深圳市美之高科技股份有限公司 | 2002年 | 广东深圳 | 国内领军的空间收纳定制化解决方案服务商，主营业务为金属置物架的研发、生产及销售 | 收纳专家 邻家收纳 商用通 | 获得ISO9001质量管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证、美国NSF认证等，拥有50多项国内外专利技术及“国家级高新技术企业”等荣誉称号，产品出口多个国家。 |

本报告由深圳市亿渡数据科技有限公司制作，本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但深圳市亿渡数据科技有限公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本次报告仅供参考价值，无任何投资建议。

- 本报告中的信息、意见等均仅供投资者参考之用，不构成对买卖任何证券或其他金融工具的出价或征价或提供任何投资决策建议的服务。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐或投资操作性建议，投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，自主审慎做出决策并自行承担风险，投资者在依据本报告涉及的内容进行任何决策前，应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，并就相关决策咨询专业顾问的意见对依据或者使用本报告所造成的一切后果，深圳市亿渡数据科技有限公司及/或其关联人员均不承担任何责任。
- 本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断，相关证券或金融工具的价格、价值及收益亦可能会波动，该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。在不同时期，深圳市亿渡数据科技有限公司可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。
- 深圳市亿渡数据科技有限公司的销售人员、研究人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法，通过口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点，深圳市亿渡数据科技有限公司没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。除非另行说明，本报告中所引用的关于业绩的数据均代表过往表现，过往的业绩表现亦不应作为日后回报的预示。