公司代码:603661　　公司简称:恒林股份

恒林家居股份有限公司 2019年年度报告摘要

一重要提示

1本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。

2本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

3公司全体董事出席董事会会议。

4天健会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经第五届董事会第十八次会议审议,公司2019年度利润分配预案拟定如下:以公司实施2019年度利润分配时股权登记日A股总股本为基数,向全体股东每10股派发现金股利2.80元(含税),共计28,000,000.00元,剩余未分配利润结转以后年度分配。

该预案已经公司第五届董事会第十八次会议审议通过,尚需提交公司2019年年度股东大会审议批准。

二公司基本情况

1公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	恒林股份	603661	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陈建富	汤鸿雁、周丽莎
办公地址	浙江省安吉县递铺街道夹溪路378号	浙江省安吉县递铺街道夹溪路378号
电话	0572-5227673	0572-5227673
电子信箱	hlgf@zjhenglin.com	hlgf@zjhenglin.com

2报告期公司主要业务简介

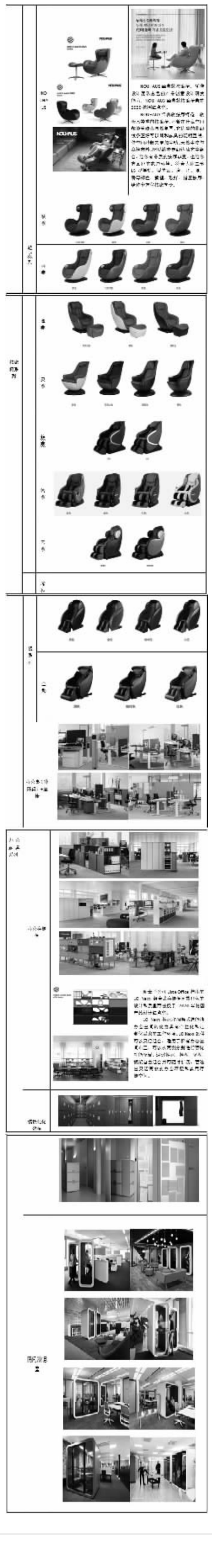
(一)公司所从事的主要业务

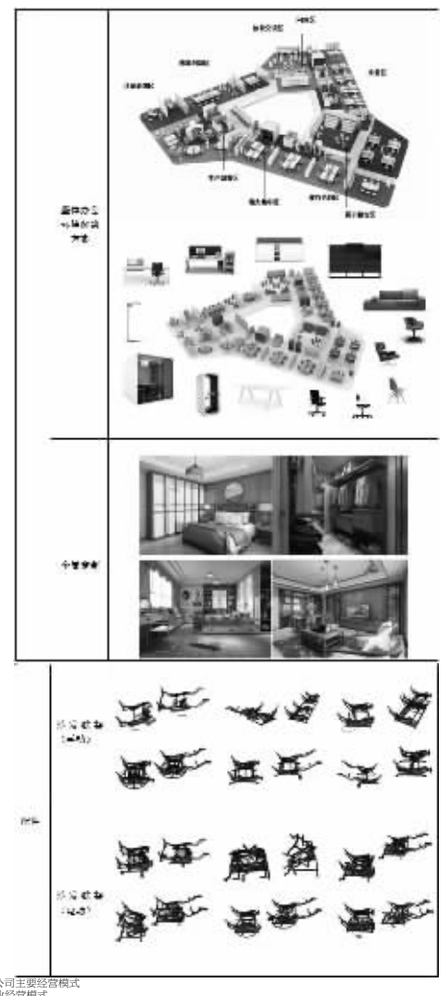
公司成立于1996年,是一家集办公椅、沙发、按摩椅、办公家具、定制家居、办公环境解决方案及配件的研发、生产与销售为一体的高新技术企业,自成立以来专注于坐具行业,致力于为客户提供舒适专业的坐具产品,是国内领先的坐具开发商和目前国内最大的办公椅制造商及出口商之一。公司在深耕现有主业同时,以"创造好的办公环境不是成本,而是一种投资"理念整合全球资源,开拓办公环境解决方案的市场,通过实施"办公环境解决方案"和"大家居"战略驱动公司发展。根据海关总署全国海关信息中心及中国轻工工艺品进出口商会统计,2008年至2019年,公司办公椅年出口额稳居同行业第一。公司凭借雄厚的技术实力和卓越的产品品质,通过了欧洲、美国和日本等国家和地区知名采购商的严格认证,与全球知名企业IKEA(宜家)、NITORI(似鸟)、Office Depot(欧迪办公)、Staples(史泰博)、SourceByNet、Home Retail(家悦采购集团)、L&FUNG(利丰集团)建立了长期稳定的合作关系。

公司以"成为世界领先的家居制造商和服务商"为发展目标,以对坐具二十二年持续而朴实的专注,确立了其在行业内的重要地位,并参与起草了十一个国家标准、六个轻工行业标准、两个浙江制造团体标准。公司在经营上的不懈努力亦赢得了行业内的高度肯定,先后荣获"G20杭州峰会最佳合作伙伴"、"华为优质供应商奖"、"政府质量奖"、"自主创新项目奖"、"明星企业"、"2015-2019年度湖州市纳税大户"、"2017年度湖州市金牛企业"、"浙江省著名商标"、"浙江省知名商号"、"浙江名牌产品"、"纳税信用AAA级"、"2016年中国家具行业卓越贡献单位"、"中国家具行业优秀企业"、"中国家具设计奖"、"海关AA类管理企业"、"浙江省家具行业领军企业"、"诚信企业"、"企业功勋奖"、"财政贡献奖"、"出口贸易先进企业"、"守合同重信用单位"等荣誉;拥有国家知识产权优势示范企业、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、浙江省工业设计中心、浙江省博士后工作站、院士专家工作站等资质,公司以良好的经营业绩和公司治理水平在国内获得多项荣誉和奖项,2019年,公司荣获2019年度浙江省家具标准化工作先进单位、2019年度浙江省家具行业领军企业、2019年度湖州市纳税大户、安吉县2019年度明星企业、安吉县2019年外贸十强企业、第十五届中国上市公司金圆奖奖优秀董事会、第十届中国上市投资者关系最佳董事会,并再次入围《浙商》杂志2019年浙商全国500强,位列第342名;公司董事长王江林获评董事会杂志主办评选的"最具战略眼光董事长",获评证券时报主办评选的"2019年中国上市公司十大创业领袖人物",获评浙江省企业联合会和浙江省企业家协会主办评选的"第十八届浙江省优秀企业家",荣获"2019年十大风云浙商",体现了政府、资本市场、主流媒体及社会各界对公司持续稳健发展及规范运作的高度认可。

公司主营产品为办公椅、沙发、按摩椅、办公家具、配件,其中办公椅、沙发、按摩椅为坐具,配件为坐具配件。各产品根据外观设计、内置功能等差异可分为多个子系列,其中办公椅和沙发产品拥有行业中最丰富的产品类型,能满足不同客户和消费者对坐具的需求。公司的产品设计开拓了坐具的功能多样性,通过材料选择、结构设计、仿真模拟等手段将美学和人体工程学等理念充分融入产品,最大的柔性适应人体形态的变化,体现出坐具的健康属性。

公司主要产品介绍如下:





(二)公司主要经营模式

一、行业经营模式

在国际市场中,由于国际品牌商的品牌建设和市场渠道已十分成熟,国内制造商采用OBM模式进行自主品牌建设难度较大,周期较长,目前多以委托加工的OEM模式或委托设计制造的ODM模式运营,其中研发设计实力较强的企业以ODM模式为主。随着我国坐具制造企业实力逐渐壮大,未如来将有更多的经营模式创新,让自主品牌走向国际市场。

而在国内业务中,坐具制造商采用的经营模式包括贴牌代加工和自主品牌经营,前者主要存在于创新能力较弱、依靠成本优势发展的企业,而行业中整体实力较强、具备一定研发设计优势的企业,通常会采用自主品牌经营。

二、公司经营模式

1.研发模式

公司建立了以市场需求为导向的研发机制,形成了以原创设计研发为主、与国际设计师合作为辅的设计研发运作模式。公司销售部门在与客户进行接触的基础上提出设计研发的初步需求;产品管理部对销售部门提出的需求进行细化分析,对涉及的产品类型、客户群体、使用材料、价格等因素进行细化,向研发部门提出细致的研发要求;研发部门在此基础上与销售部门再次联合进行深入的市场调研和行业分析,提出初步设计方案;公司组织2-3轮内部评审,对通过评审的设计产品进行打样、定型、试销,最终确定的设计研发产品正式推向市场。此外,针对新拓展的全屋定制家居项目,公司研发团队还有专人对房地产市场走势、主流户型、装修风格、软体家具新材料使用、国际流行新元素等进行研究分析,提出具有前瞻性的研发设计创意。

2.采购模式

公司的采购主要包括原材料采购和配套成品采购,采购模式以集中采购为主,采购按照"以销定产、以产定购"的原则进行,根据销售计划确定生产计划,再根据生产计划、库存、交货周期等因素制定采购计划。

公司根据内部制定的有关供应商的选择标准对供应商进行甄选;选择确定原材料供应商后,公司会定期对供应商的成本、质量和供货能力等进行跟踪考察,加强事中控制,以确保原材料的品质与供应周期。公司原材料采购主要包括皮革、网布、海绵、塑料、木制品、电子电器元件及五金配件等代工配套产品;配套成品采购主要包括办公桌、文件柜等,公司从外部采购配套产品,在有利于公司发挥自身核心优势的同时,实现相关产品的一体化销售,确保消费者购买办公家具产品整体设计风格的统一协调,满足了客户的一站式采购需求。公司所在地及周边地区原材料供应商众多,形成了完善的供应链产业集群,公司与主要供应商建立长期稳定的合作关系。

3.生产模式

在生产制造方面,公司使用德国HOMAG(豪迈)、意大利BIESSE(比亚斯)、德国WEMHONER(温康纳)等国际先进家具制造设备,构建产品数据管理系统PDM、物料清单系统BOM、制造执行系统MES、企业资源计划系统ERP、供应链管理系统SCM、客户关系管理系统CRM、仓储物流系统WMS、座椅智能化装配包装生产线等数字化系统,建立拥有高度信息化、自动化的制造工厂以及高效的生产管理系统,实现标准化产品的批量化生产,加强销售计划、生产计划和物料计划的协同,形成了以销定产、以产定购循环协调机制,采取自主生产为主的制造模式,自主生产是指公司通过自建厂房、自行购置生产设备并招募员工进行生产。公司拥有先进的生产基地,结合家具生产软件信息技术,将自动化生产系统与制造技术成果相结合,进行模块化拆分,标准件规模化生产,非标件柔性化制造,实现内部的专业化分工,形成高度柔性的生产体系。推进智能工厂和智能化座椅生产线建设,不断提高自动化、智能化、信息化制造水平,提升生产制造效率。

4.销售模式

公司的销售模式包括OEM、ODM、OBM,报告期内公司以ODM模式为主,以OBM(瑞士子公司lista office)模式为辅。公司销售分为境内销售与境外销售,报告期内,境外销售主要以ODM和OBM(瑞士子公司lista office)模式为主。未来,努力扩大OEM和ODM的份额,继续提高OBM的业务量。现阶段公司的销售模式多为ODM,但为提升市场竞争力和品牌美誉度,公司正加大对研发、设计的投入,加强对产品设计的参与,并大力推广自有品牌"恒林"、"Lista Office LO"、"LO"的知名度和销售。

在OEM模式下,公司直接按照品牌商的来样试制样品并批量生产;在ODM模式下,公司提供自主设计的样品或按照国外客户订货意向进行设计由其选择并批量生产,公司与多数国外客户的合作主要为此类模式。在OBM模式下,公司自主设计产品,自主制造产品并拥有自主品牌,公司与部分国内客户的合作为此类模式;另外,2019年8月22日公司完成了对瑞士FPL Holding AG 100%股权收购,直接拥有其下"Lista Office LO"及"LO"知名品牌,瑞士FPL Holding AG旗下运营主体Lista Office销售模式为OBM,报告期内,自主品牌Lista Office(2019年8月纳入合并报表范围)实现营业收入32,188.72万元。

公司现有营销模式为存量B to B营销和增量B to C营销,存量B to B营销以线下业务为主,增量B to C营销以线上业务为主,在增量B to C营销模式下正在重点建设跨境电商和尝试网红直播带货等新兴营销。目前仍以线下业务为主,未来将发力线上业务,为公司拓展新的盈利增长空间。

(三)行业情况说明

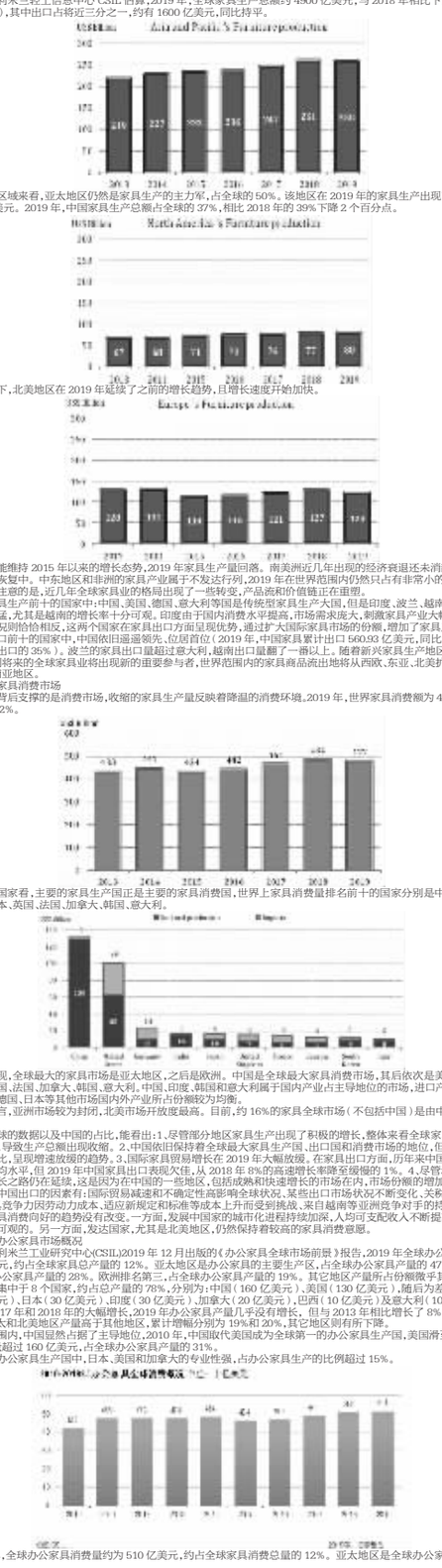
根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》(2012年修订),公司所处行业为"C21家具制造业"。

一、行业发展情况

(一)全球家具行业发展概况

1.全球家具生产和贸易格局

据意大利米兰轻工信息中心CSIL估算,2019年,全球家具生产总额约4900亿美元,与2018年相比下降1%(按现时美元计算),其中出口占将近三分之一,约有1600亿美元,同比持平。



具体分区域来看,亚太地区仍然是家具生产的主力军,占全球的50%。该地区在2019年的家具生产出现下滑,总量约为2600亿美元。2019年,中国家具生产总额占全球的37%,相比2018年的39%下降2个百分点。

相比之下,北美地区在2019年延续了之前的增长趋势,且增长速度开始加快。

欧洲没能维持2015年以来的增长态势,2019年家具生产量回落。南美洲近几年出现的经济衰退还未消散,家具产业的元气仍在恢复中。中东地区和非洲的家具产业属于不发达行列,2019年在世界范围内仍然只占有非常小的比重。

但值得注意的是,近几年全球家具业的格局出现了一些转变,产品流和价值链正在重组。

全球家具生产前十的国家中:中国、美国、德国、意大利等国是传统型家具生产大国,但是印度、波兰、越南近几年家具生产发展迅猛,尤其是越南的增长率十分可观。印度由于国内消费水平提高,市场需求庞大,刺激家具产业大幅扩张。波兰和越南的情况则恰恰相反,这两个国家在家具出口方面呈现优势,通过扩大国际家具市场的份额,增加了家具产量。

家具出口前十的国家中,中国依旧遥遥领先、位居首位(2019年,中国家具累计出口560.93亿美元,同比增长0.96%,约占全球总出口的35%)。波兰的家具出口量超过意大利,越南出口量翻了一番以上。随着新兴家具生产地区的发展及稳定,可以预测将来的全球家具业将出现新的重要参与者,世界范围内的家具商品流出地将从西欧、东亚、北美扩展甚至转移到东欧、东南亚地区。

2.全球家具消费市场

在生产背后支撑的是消费市场,收缩的家具生产量反映着降温的消费环境。2019年,世界家具消费额为4770亿美元,同比下降了2%。

具体从国家看,主要的家具生产国正是主要的家具消费国,世界上家具消费量排名前十的国家分别是中国、美国、德国、印度、日本、英国、法国、加拿大、韩国、意大利。

可以发现,全球最大的家具市场是亚太地区,之后是欧洲。中国是全球最大家具消费市场,其后依次是美国、德国、印度、日本、英国、法国、加拿大、韩国、意大利。中国、印度、韩国和意大利属于国内产业占主导地位的市场,进口产品渗透率较低,而美国、德国、日本等其他市场国内外产业所占份额较为均衡。

整体而言,亚洲市场较为封闭,北美市场开放度最高。目前,约16%的家具全球市场(不包括中国)是由中国产品满足的。

分析全球的数据以及中国的占比,能看出:1.尽管部分地区家具生产出现了积极的增长,整体来看全球家具业在2019年陷入低迷,导致生产总额出现收缩。2.中国依旧保持着全球最大家具生产国、出口国和消费市场的地位,但生产和出口在全球的占比,呈现增速放缓的趋势。3.国际家具贸易增长在2019年大幅放缓,在家具出口方面,历年来中国的表现一直优于世界平均水平,但2019年中国家具出口表现欠佳,从2018年8%的高速增长率降至缓慢的1%。4.尽管增速放缓,但中国出口增长之路仍在延续,这是因为在中国的一些地区,包括成熟和快速增长的市场在内,市场份额的增加并未达到饱和。5.影响中国出口的因素有:国际贸易减速和不确定性高影响全球状况、某些出口市场状况不断变化、关税及非关税壁垒、中国家具竞争力因劳动力成本、适应新规定和标准等成本上升而受到挑战、来自越南等亚洲竞争对手的持续压力。6.未来全球家具消费向好的趋势没有改变。一方面,发展中国家的城市化进程持续加深,人均可支配收入不断提高,对于家具的需求比较可观的。另一方面,发达国家,尤其是北美地区,仍然保持着较高的家具消费意愿。

3.全球办公家具市场概况

据意大利米兰工业研究中心(CSIL)2019年12月出版的《办公家具全球市场前景》报告,2019年全球办公家具总产值达530亿美元,约占全球家具总产量的12%。亚太地区是办公家具的主要生产区,占全球办公家具产量的47%,其次是北美,占全球办公家具产量的28%。欧洲排名第三,占全球办公家具产量的19%。其它地区产量所占份额微乎其微。办公家具产量高度集中于8个国家,约占总产量的78%,分别为:中国(160亿美元)、美国(130亿美元),随后为差距较大的德国(30亿美元)、日本(30亿美元)、印度(30亿美元)、加拿大(20亿美元)、巴西(10亿美元)及意大利(10亿美元)。

经过2017年和2018年的大幅增长,2019年办公家具产量几乎没有增长,但与2012年相比增长了8%。2013年和2019年,亚太和北美地区产量高于其他地区,累计增幅分别为19%和20%,其它地区则有所下降。

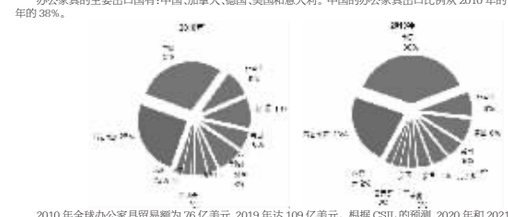
全球范围内,中国显然占据了主导地位,2010年,中国取代美国成为全球第一的办公家具生产国,美国滑至第二位。目前,中国产量超过160亿美元,占全球办公家具产量的31%。

在主要办公家具生产国中,日本、美国和加拿大的专业性强,占办公家具生产的比例超过15%。

2019年,全球办公家具消费量约为510亿美元,约占全球家具消费总量的12%。亚太地区是全球办公家具的主要消费市场,占全球办公家具消费量的41%。随后是北美和欧洲地区,分别占全球消费量的32%和20%。2013年至2019年,全球办公家具消费量累计增长8%,同期整个家具市场增长11%。亚太地区的重要性日益显著,其办公家具消费量从2013年的180亿美元增长至2019年的210亿美元。北美市场办公家具消费量增长迅速,亚洲地区办公家具消费量在2013-2019年增长22%,其它地区则出现负增长。全球办公家具约80%的消费发生在美国、中国、日本、德国、印度、加拿大、巴西、法国、英国和澳大利亚。根据CSIL选择的60个国家的人均办公家具消费量,人均消费水平最高的地区为北美及西欧,而南美、东欧和亚洲的人均消费量最低。

在办公家具进出口方面,美国是办公家具最大的进口国,办公家具进口额超过27亿美元。美国最大的办公家具进口国是中国,其次是加拿大、墨西哥、台湾和德国。在美国办公家具进口总额中,由于中美贸易紧张,中国所占份额正在下降。

办公家具的主要出口国有:中国、加拿大、德国、美国和意大利。中国的办公家具出口比例从2010年的30%增至2019年的38%。



2010年全球办公家具贸易额为76亿美元,2019年达109亿美元。根据CSIL的预测,2020年和2021年全球贸易将分别增长2%和3%。

4.美国办公家具市场概况

美国是全球办公家具消费及进口大国,占全球家具消费的29%,进口总额的28%。

美国办公家具主要包括成套办公系统家具、办公座椅、办公家具私人定制和办公文件存储单元四大类。根据IBISWorld统计,成套办公家具系统、办公装饰和办公椅在办公家具市场总额中的占比分别为52.4%、29.7%和8.3%。近年来,私人定制成套办公家具的市场份额迅速增长,由于私人定制办公家具包括咨询服务和家具定制两部分,所以订单利润相较于传统办公家具更为丰厚。更重要的是,由于文化差异,美国国内的私人定制办公家具市场具有一定的行业壁垒,因此受进口的冲击较小,逐步得到了美国各大办公家具制造企业的重视。从美国办公家具渠道收入构成来看,商业直销的占比为57.5%,位列第一;以Office Depot和Staples为代表的再零售平台占比约28.5%;独立批发商占比则下降至6.9%。过去办公家具制造商主要依赖经销商进行产品销售和处理库存,但随着电子商务平台的兴起以及私人定制需求的激增,消费者直接购买商品和服务已经成为主流,这就使商品直销成为美国办公家具制造商最主要且最重要的销售渠道,而独立批发商的重要性在持续减弱。作为美国办公家具第二大渠道,Office Depot和Staples占据了70%以上的办公家具再零售市场份额,主要为小企业和家庭消费者提供服务。

美国办公家具市场主要由美国和加拿大的几家大型公司(收入超过5亿美元)掌握,这些公司也是全球办公家具行业的领军企业。2018年,前五大公司的市场份额合计约为56%。超过70%的市场份额由前十大公司占据。Steelcase Inc.、Herman Miller Inc.、Haworth,Inc.、HNI Corporation和Knoll,Inc是全球排名前五的品牌,K1.Kimball以及加拿大最大的两家公司Global和Teknion紧随其后。目前美国办公家具市场处于成熟稳定期,行业集中度不断提升,小微企业正逐步退出市场竞争。美国办公家具生产呈现出明显的马太效应,近一半的市场份额被Steelcase和Herman Miller等五大办公家具巨头所瓜分,其中仅Steelcase一家公司就占据了18.6%的市场份额,成为美国最具影响力的办公家具生产制造企业。

5.全球办公椅市场规模

办公家具按照功能一般可以分为桌、椅、柜、屏风以及置物架等其他辅件,办公椅作为办公家具的重要组成部分,其市场规模和发展趋势也侧面代表了办公家具的现状。办公椅是现代商业社会的产物,其市场需求与经济发展水平相关度较高。根据CSIL数据显示,2018年全球办公椅市场容量为236亿美元,五年年均复合增长率为7.16%,由此推算到2020年全球办公椅市场容量将达到268亿美元。欧美日等发达经济体是办公椅的传统市场,需求增速有所放缓,2018年美国和欧洲的办公椅行业规模分别为43.3亿美元和32.2亿美元,同比增长4.8%和1.9%,明显低于全球平均水平。而中国、印度、巴西等新兴经济体的崛起增加了办公椅的潜在市场需求,2018年发展中国家的办公椅市场规模约138.2亿美元,同比增长8.8%,高于全球平均水平1.6个百分点。欧洲和美国均属于成熟市场,但由于经济发展水平、生活习惯等不尽相同,在民用家具和办公家具的消费上也产生了较大的差异。美国作为世界头号经济大国,人民生活富足,住房条件宽敞,同时有定期更换家具的习惯,据调查美国家庭每4年就要更新一次家具,因此整体家具消费水平较高,在平稳发展期仍维持5%左右的增速。而欧洲家具的更换频次明显低于美国,但是对设计和品种的要求更高。

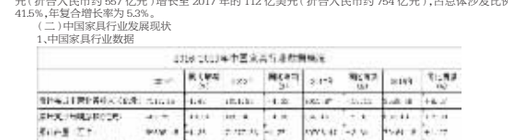
6.美国沙发市场规模

2013-2017年美国沙发市场规模(亿美元)

根据2019年7月29日广发证券发布的《以美为鉴,观软体巨头对比与成长之路》研究报告显示,2013-2017年间,美国沙发总体规模从233亿美元(折合人民币约1427亿元)增长至270亿美元(折合人民币约1817亿元),年复合增长率为4%。其中功能沙发增速快于行业平均,美国是全球功能沙发市场最大的消费国,其功能沙发规模2013年的91亿美元(折合人民币约557亿元)增长至2017年的112亿美元(折合人民币约754亿元),占总体沙发比例从39.1%升至41.5%,年复合增长率为5.3%。

(二)中国家具行业发展现状

1.中国家具行业数据



我国家具行业2019年的表现值得深思,2019年全年,家具行业规模以上企业6410家,累计完成营业收入7117.16亿元,同比增长1.48%;累计利润总额462.73亿元,同比增长10.81%;累计产量89698.45万件,同比下降1.36%;限额以上家具企业累计固定资产投资,同比下降0.7%;累计商品零售额1970.3亿元,同比增长5.1%;全行业累计出口560.93亿美元,同比增长0.96%;累计进口27.6亿美元,同比下降16.10%。

数据表明,2019年,家具行业规上企业数据,除利润总额呈现10.81%增幅、反映出行业逐渐提高产品附加值以获取更高利润以外,行业的主营业务收入、固定资产投资的增速,均是2001年中国加入WTO以来的最低点;家具进出口增速,也基本上位列史上倒数成绩,这与大部分家具企业感受到的2019年"很艰难"相一致。

在多年高速发展之后,家具行业已经暴露出诸多痛点:行业增长乏力,经济下行的趋势逐渐明显,人口红利消失和原材料成本升高造成的企业运营成本高、国际知名品牌较少、行业信息化和工业化应用程度不高、企业生存压力大、中美贸易摩擦和关税提高造成国际竞争力受到严峻挑战……但也能看到,行业内一些优秀的企业积极推广运用互联网、智能制造、绿色生产等技术,正逐步提升家具行业的制造水平;天猫、抖音等平台企业也在改变着行业的经营模式。

2020年也注定是具有竞争和挑战的一年。可以说,2020年初疫情的发生,加速了行业重新洗牌,培育了新的增长点,将推动行业重整合后走向更高质量的发展。

2.中国办公家具市场概况

随着我国经济的快速发展以及商业体系的日益健全,2012年开始我国办公家具消费进入快速增长期,根据前瞻产业研究院数据显示,2017年市场规模达到1811亿元,同比增长5.8%。从目前来看,我国GDP增速虽有所放缓但整体保持平稳,并且第三产业增速持续高于GDP增速,在整体经济保持平稳且产业结构不断完善的背景下,预计办公家具市场需求将保持每年6%左右的增长,预计到2019年市场规模将超过2000亿元。预计未来3-5年我国办公家具市场的增长将逐步由量的驱动向质的提升转变。从目前的发展趋势来看,未来系统家具有望超过办公椅成为办公家具最大的细分市场,而办公椅作为必须的配套品也将保持较大的市场份额。

我国是全球最大的办公家具生产国,在满足本国市场需求的同时,也有相当大部分产品会出口到海外市场。目前我国出口的办公家具产品主要包括可调高度的转动坐具(税则号94013000)、塑料制办公室或学校用品(税则号39261000)、办公室用木家具(税则号94033000)、办公室用金属家具(税则号94031000)和金属档案柜、文件篮、笔盘等办公用具(税则号83040000)五大类。2011年到2012年我国办公家具出口快速增长,之后除了2016年外,出口整体维持在6%左右的平稳增长。美国是我国最大的办公家具输出国。

伴随着市场需求的稳定增长,我国的办公家具生产企业数量也进入每年6%左右的平稳增长期,2017年全国共有办公家具生产企业1200余家,同比增长7.9%,其中华东地区拥有554家,占比为46.19%,是我国办公家具生产企业的主要聚集地,另外华南和华中占比分别为24.2%和10.4%。珠三角和长三角两大办公家具的产值占我国总产值的三分之二,但是从企业数量来看,珠三角是长三角地区的近一倍,这主要与两者处于不同的发展阶段有关。珠三角办公家具产业集聚形成得更早,到目前已经完成了初步的产业整合,集中度有所提升,而长三角地区仍处于产业发展的初期,行业分散,中小企业众多。在中美贸易摩擦持续的大背景下,随着产业的日渐成熟以及生产成本的逐步提高,我们的办公家具行业将进入加速整合期,预计办公家具生产企业数量将出现下降。

3.中国办公椅市场规模

据前瞻产业研究院发布的《中国办公家具行业市场调研与投资预测分析报告》最新统计数据显示:2017年,中国办公家具市场规模为1811亿元,其中,办公椅和系统家具的市场规模分别为564亿元和526亿元,占办公家具的市场份额分别为31%和29%。前瞻产业研究院认为智能化和定制化的办公家具将拉动整个办公家具行业的增长,预计2020至2024年,我国办公家具市场规模达2253亿元至2800亿元,如按2017年办公椅在办公家具中的市场份额占比31%估算,预计2020年至2024年我们办公椅市场规模为698亿元至868亿元,发展前景非常可观。

经过多年的发展,我国的椅业生产企业无论是在生产工艺还是研发设计上已经发生了跨越式的提升,但仍无法真正地进入海外产品质量和定价更高的合约市场。以办公椅为例,"可调高度的转动坐具"是我国办公椅出口的主要品类,2017年出口金额约20.90亿美元,2018年占美国该品类总进口量的66.33%,占德国总进口量的43.90%,占日本总进口量的64.40%,我国办公椅出口额在进口国中的占比虽然较高,但仅为全球办公椅市场规模的十分之一,由此可见我国办公椅的出口仍局限于零售市场,尚未真正进入空间更大的合约市场。在全球椅业中,发达国家依然扮演着重要的角色,特别是意意大利、德国这些传统强国,或利用设计优势,或利用加工装备和技术优势,牢牢占据着国际椅业的高端市场,而将中低端产品的生产逐步向发展中国家转移。在产业升级和优化的过程中,发达国家逐步强化了对制造环节的定价权,从而形成了明显的竞争优势,不断挤压着中间环节的生存空间。对于我国椅业来说,复制欧美等发达国家的发展路径,通过质的提高而非量的增长来提升自身在全球椅业中的地位,迫在眉睫。

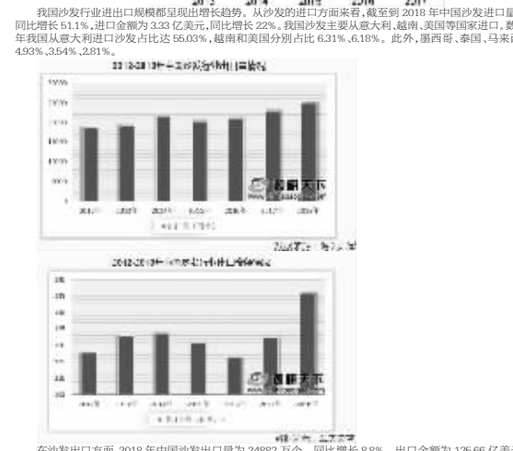
4.中国沙发市场情况

我国作为全球最大的沙发需求市场之一,具有丰富的劳动力和原料资源,成为全球主要的沙发供给区域。近年来中国沙发行业得以快速发展,从产量来看,我国沙发行业产量稳步增长,沙发作为最常见的家具之一,需求也在不断增加。

根据2019年7月29日广发证券发布的《以美为鉴,观软体巨头对比与成长之路》研究报告显示,中国沙发总体规模增速略缓于美国,皮质沙发主导市场,功能沙发增势迅猛。2013年-2017年间,中国沙发总体规模从406亿元增长至542亿元,年复合增长率为7.5%,其中功能沙发受消费升级趋势影响规模从37亿元增长至64亿元,占总体沙发比例从9.1%升至11.8%,年复合增长率为14.7%,远高于总体沙发整体增速。从细分材质来看,根据乐至调研发布的《中国沙发舒适健康白皮书》显示,钟爱皮质沙发的消费者比例占绝对优势,高达55.65%;其次是布艺沙发占比为21.1%,然后是木制沙发占比为19.75%。近年来,中国沙发行业市场规模一直保持良好增长态势。数据显示,2018年中国沙发行业市场规模达到545.7亿元,同比增长4.5%,预计到2020年中国沙发行业市场规模将达593.4亿元。功能沙发作为沙发品类中的一种,其市场规模也在不断增长,数据显示,2018年功能沙发市场规模为75.9亿元,同比增长15.2%,预计到2020年中国功能沙发行业市场规模在88.4亿元左右。

2013-2017年我国沙发市场规模(亿元)

我国沙发行业进出口规模都呈现出增长趋势。从沙发的进口方面来看,截至到2018年中国沙发进口量为136万个,同比增长51.1%,进口金额为3.33亿美元,同比增长22%。我国沙发主要从意大利、越南、美国等国家进口,数据显示,2018年我国从意大利进口沙发占比达55.03%,越南和美国分别占比6.31%、6.18%。此外,墨西哥、泰国、马来西亚分别占比4.93%、3.54%、2.81%。



在沙发出口方面,2018年中国沙发出口量为24882万个,同比增长8.8%,出口金额为135.66亿美元,同比增长10.7%。我国沙发主要出口至美国、英国、日本等国家。

数据显示,2018年我国出口到美国的沙发占比41.68%,英国和日本分别占比5.62%、5.02%。此外,韩国、澳大利亚、加拿大分别占比4.68%、4.52%、4.15%。

5.浙江省家具行业行业数据

2019年,浙江省家具行业顶住下行压力,呈现总体平稳、稳中趋缓、稳中提质的发展态势。根据浙江省经济和信息化厅和浙江省统计局发布的数据显示,1至12月,浙江省规模以上家具企业实现工业总产值973.56亿元,下降0.55%;实现工业销售产值945.86亿元,下降0.61%;实现出口交货值523.46亿元,下降2.10%;完成新产品产值444.72亿元,增长8.86%;产销率为97.16%,下降0.06%。浙江省家具行业4000家企业2019年预计完成工业总产值2534.57亿元,同比增长4.9%,出口135.03亿美元,同比增长1.8%,增长幅度保持在合理区间。

6.浙江省安吉县椅业行业数据

根据浙江省椅业协会统计,2019年度,安吉椅业企业总数达700余家,实现销售收入达405亿元;安吉县椅业规模以上企业190家,亿元以上企业达59家,规模以上企业实现销售收入230.5亿元,同比增长2.2%,占安吉县规模以上企业销售收入总额的38.7%,利税贡献值在安吉县主要行业中排名第一;安吉县家具累计出口190.36亿元,同比增长72%,占全县出口总额70.9%。

(三)公司主要产品出口区域同类产品的市场竞争格局

公司产品主要出口区域和国家为美洲(美国、加拿大等)、欧洲(德国、法国等)、亚洲(日本、中东、东南亚等国家)等,主要为经济较发达国家。当地办公椅、沙发市场需求旺盛,是全球主要家具进口国。

以下为公司产品主要出口区域的市场竞争格局的情况:

产品主要出口区域	主要竞争对手	竞争优势	公司应对竞争的措施
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

二、公司所处行业地位

(下转558版)