

公司代码：603600

公司简称：永艺股份

永艺家具股份有限公司
2024 年年度报告摘要

第一节 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 www.sse.com.cn 网站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性、准确性、完整性，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、 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司 2024 年年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每股派发现金红利 0.30 元（含税）。截至 2024 年 12 月 31 日，公司总股本 331,213,170 股，以此计算本次拟派发现金红利 99,363,951.00 元（含税）。合并 2024 年半年度公司已派发的现金红利 52,994,107.20 元（含税），2024 年度公司派发的现金红利总额为 152,358,058.20 元，占 2024 年度归属于上市公司股东净利润的比例为 51.44%。本次利润分配方案尚需提交公司 2024 年年度股东大会审议通过。

第二节 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	永艺股份	603600	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	顾钦杭	李伟
联系地址	浙江省安吉县灵峰街道永艺西路1号	浙江省安吉县灵峰街道永艺西路1号
电话	0572-5137669	0572-5137669
传真	0572-5136689	0572-5136689
电子信箱	ue-ir@uechairs.com	ue-ir@uechairs.com

2、报告期公司主要业务简介

2.1 报告期内公司所处行业情况

2.1.1 公司所处的行业

根据中国上市公司协会 2023 年制定的《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》，公司所属行业为家具制造业（C21）。

2.1.2 行业发展状况

（1）家具行业发展概况

全球家具行业市场规模较大，产销相对均衡。根据 CSIL（Centre for Industrial Studies，米兰工业研究中心）相关数据，2023 年全球家具生产、出口、消费总额分别为 4,702 亿美元、1,862 亿美元和 4,395 亿美元（出厂价口径）。我国家具生产、出口、消费规模均为全球第一，近年来在消费升级与技术进步的推动下，发展质量和效益稳步提升，呈现品牌化、智能化、健康化、绿色化发展趋势，尤其在“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进”的新发展格局下，我国家具行业在满足消费需求、提升生活品质、促进国际贸易、充分吸纳就业、推动区域经济、建设美好生活等方面都发挥着重要作用。

报告期内，世界经济增长动能偏弱，地缘政治冲突、国际贸易摩擦等问题频发；国内有效需求不足，困难挑战不少，但 2024 年 9 月底以来，国家出台的一揽子增量政策有效提振社会信心，其中以旧换新政策的推行不断提振家具家装市场消费，需求持续释放。根据国家统计局和海关总署数据，2024 年我国实现国内生产总值 134.9 万亿元、同比增长 5.0%，社会消费品零售总额 48.8 万亿元、同比增长 3.5%；家具制造业规上企业实现营业收入总额 6,771.5 亿元、同比增长 0.4%；实现利润总额 372.4 亿元、同比下滑 0.1%；家具及其零件出口额 4,830.3 亿元、同比增长 7.0%。

（2）办公椅行业发展状况

办公家具是家具行业的重要组成部分，根据 CSIL 初步测算，2024 年全球办公家具总产值为 523 亿美元、消费总额为 485 亿美元（出厂价口径）。办公家具产能高度集中，中国（33%）、美国（22%）、印度（6%）、德国（5%）、日本（4%）是前五大办公家具生产国；美国（29%）、中国（22%）、印度（7%）、日本（6%）、德国（5%）是前五大办公家具消费国。中国是全球最大的办公家具生产国和出口国，2024 年总产值为 174 亿美元，出口额为 68 亿美元，约占全球办公家具出口总额的 46%，较 2023 年提升 5 个百分点。

全球办公座椅行业经过多年发展，市场规模稳步增长，在办公家具中的份额达到 30%左右。根据 CSIL 初步测算，2023 年全球办公座椅总产值为 150 亿美元，中国（33%）、美国（25%）、德

国（6%）、印度（5%）、日本（5%）是前五大生产国；全球办公座椅消费总额为 129 亿美元（出厂价口径），美国（35%）、中国（10%）、日本（8%）、德国（6%）、印度（6%）是前五大消费国。经过 30 多年的迅速发展，我国已成为全球最重要的办公座椅制造中心，海外市场从中国进口的健康座椅不断增加。根据中国海关总署的数据，中国办公椅出口额（海关编码：940131 木制的可调高度的转动坐具，940139 非木制可调高度的转动坐具）从 2016 年的 19.69 亿美元增长到了 2024 年的 39.53 亿美元，其中 2016-2019 年 CAGR 为 12.29%，2019-2024 年 CAGR 为 7.23%，显示出中国办公椅出口市场依然属于增量型市场。2024 年上半年，欧美渠道商库存水平较上年同期有所下降、拉动式补货推动出口订单增长，中国办公椅出口额同比增长 19.23%；下半年，受上年同期基数影响，办公椅出口额增速有所回落，2024 年全年中国办公椅出口额同比增长 6.25%。

此外，近年来，在中美贸易摩擦背景下，中国办公椅产业链加快向越南转移，越南办公椅供应链逐步成熟。根据 CSIL 数据，2018-2023 年，越南的办公椅总产值由 0.9 亿美元增长至 3.3 亿美元；根据联合国商品贸易数据库数据统计，2018-2023 年，美国自越南进口的办公椅占其办公椅总进口额的比例从 0.3%提升至 26.3%。



从国内市场看，我国是全球第二大办公家具消费国，但由于健康办公意识不强、购买力较弱等原因，国内办公椅市场总体上还处于低价竞争阶段，产业普遍以 OEM 和 ODM 模式发展为主，品牌企业市场占有率不高，终端市场龙头竞争格局尚未形成。从需求端看，根据国家卫健委数据，中国腰椎病患者已突破 2 亿人，且日趋年轻化，久坐导致的腰椎问题已成为久坐群体的核心痛点。巨大的用户群体和多样的消费场景为国内办公椅带来广阔的市场空间。一方面，国内第三产业比重和城市化率不断提高，办公楼宇不断增加，且存量办公楼改造升级潜力较大，同时随着企业对健康办公重视程度的不断提升，更多 B 端客户有了对健康高效办公的消费升级需求，人体工学办

公椅的渗透率将持续提升；另一方面，我国有 4 亿多中等收入群体，随着居民收入水平和消费能力提高、健康意识提升和居家办公趋势不断发展，C 端客户对健康座椅的需求也在不断增加，并呈现品牌化、个性化、智能化发展趋势。2024 年，国家出台以旧换新政策着力扩大国内需求，各地积极响应陆续出台补贴政策，有效带动国内家具消费快速回暖，办公椅作为家具类目陆续被纳入各省补贴范围，市场需求得到有效提升。根据国家统计局数据，2024 年我国限额以上单位家具类商品零售额同比增长 3.6%，其中四季度同比增长 9.0%。2025 年，国内宏观经济政策更加积极，扩大内需被列为 2025 年经济工作的首要任务，以旧换新政策加力扩围，有望带动国内家具市场需求进一步释放。

（3）沙发行业发展状况

全球沙发行业市场规模较大，根据 CSIL 相关数据，2023 年全球软体家具总产值为 813 亿美元，中国（42%）、美国（16%）、波兰（5%）、越南（5%）和意大利（4%）是前五大生产国；2023 年全球软体家具消费总额约为 732 亿美元，美国（28%）、中国（26%）、德国（5%）、英国（5%）、印度（5%）是前五大消费国。经过多年的快速发展，我国已成为全球最大的沙发生产国及出口国。2024 年上半年，欧美渠道商库存水平较上年同期有所下降、拉动式补货推动出口订单增长，我国沙发（海关编码：940161，木结构沙发）出口额同比增长 13.19%；下半年，受上年同期基数影响，我国沙发出口额增速有所回落，2024 年全年我国沙发出口额达到 78.01 亿美元，同比增长 1.02%。

我国沙发行业从 OEM 模式开始逐渐发展壮大，已形成庞大的产业集群，一方面因产业链齐全、成本优势显著在国际市场上具备较强竞争力，另一方面国内市场也形成了一批具有品牌影响力、渠道优势和规模效应的大型企业。从国内市场看，随着我国城市化率不断提高，新房的首次装修和旧房的二次装修都为国内沙发行业带来了巨大的需求；同时，居民收入水平和消费意愿不断提升，消费者对家居用品的需求逐渐从实用型转向品质型，沙发作为家居生活的重要组成部分，消费者越来越注重产品的舒适度、美观度、绿色化和个性化。近年来，我国沙发行业在产品品质、设计研发、技术工艺、品牌形象和盈利能力等方面都得到了有效提升，行业整合提速，拥有竞争优势的龙头企业借助先发优势，在产品的研发、生产、品牌、销售及供应链整合等领域取得了长足的进步，市场集中度持续提升。

（4）升降桌行业发展状况

升降桌能帮助用户告别久坐，实现站立式办公，已逐渐被引入到办公场所、学校和家庭等领域，逐渐成为办公家具的重要品类之一。根据 CSIL 的数据显示，近十年来全球升降桌市场规模呈现稳步增长态势，2022 年全球升降桌市场消费总额约 35.46 亿美元（出厂价口径），约占全球办

公桌市场总量的 25%，渗透率不断提升；2019-2022 年全球升降桌市场规模复合增速约为 3.99%，预计 2027 年全球市场规模将增至 44.75 亿美元，2022-2027 年复合增速约为 4.76%。

分区域看，2022 年北美、欧洲和亚太市场分别占全球升降桌市场的 49%、37%和 14%，在办公桌市场的渗透率（升降桌占办公桌市场的比重）分别为 35%、43%和 8%，2019-2022 年复合增速分别为 6.94%、0.99%、2.78%。欧美发达国家一贯重视健康办公环境和职业病防治，升降桌渗透率较高，且疫情后企业为吸引员工回归办公室、进一步提高了升降桌的普及率，同时产品价格下降也推动了升降桌在居家办公市场中的渗透率。中国是全球升降桌的主要生产国，近年来逐渐呈现出“从供应全球到渗透国内”的特征，但国内升降桌市场起步较晚，目前市场规模还不小、渗透率较低，根据 CSIL 的相关数据显示，2022 年中国升降桌市场规模约为 3.16 亿美元，渗透率仅 9%，仅占全球市场的 8.91%，2019-2022 年复合增速约为 5.65%。同时由于国内升降桌行业进入壁垒较低，导致短期内行业竞争加剧，产品趋于同质化，市场格局分散，随着国内消费能力和健康意识的提升，企业对健康、舒适和人性化工作环境的重视，国内升降桌市场规模有望持续增长，CSIL 预计 2027 年中国升降桌市场将增长至 4 亿美元，渗透率将提升至 10%，集中度也有望持续提升。

2.2 报告期内公司从事的业务情况

2.2.1 公司所从事的主要业务

公司创立于 2001 年，是专业研发、生产和销售坐健康家具产品的国家高新技术企业，主要产品包括人体工学办公椅、沙发、按摩椅椅身、休闲椅、电动升降桌等健康家具。公司始终秉承“永而致新，艺臻完美”的企业精神，以“融合科技与艺术，让工作与生活更健康”为使命，致力于成为全球领先的坐健康系统提供商。

经过二十多年的发展，公司已在坐健康领域形成较深的技术积淀，掌握核心撑腰科技。公司长期致力于研发以人体工学撑腰科技为核心的关键技术，不断攻克技术壁垒，成体系推出 10 余款多功能底盘，同时通过对底盘机构、腰靠技术、背靠支撑、魔术臂扶手等座椅结构的联动，实现对全场景日常动态坐姿的全面支撑，提升久坐人群的舒适体验。公司依托核心撑腰科技，在行业内创新推出人体工学撑腰椅。公司产品荣获中国轻工业联合会科技进步一等奖、中国外观设计优秀奖、中国轻工业优秀设计金奖、当代好设计奖、德国红点奖和 iF 设计奖、德国国家设计奖、美国尖峰设计奖、EPDA 欧洲产品设计优胜奖、亚太 IAI 设计金奖等众多奖项。

公司产品深受全球消费者青睐，市场遍及全球 80 多个国家和地区，与全球多家知名采购商、零售商、品牌商建立了长期战略合作关系。近年来，公司在继续做大做强外销业务的同时，将国内市场开拓提升至战略级高度，线上线下多渠道拓展，持续推出随动撑腰系列旗舰产品，同时加

强品牌建设布局，着力打造健康、舒适、科技的品牌形象，推动公司加快实现从“外销和 ODM/OEM 模式为主”向“内外销并重、自主品牌和 ODM/OEM 模式并重”的战略转型，国内市场知名度和自主品牌业务占比持续提升。

(1) 公司主要产品品类

产品品类	产品图片
人体工学 办公椅	
电动升降 桌	
沙发	

休闲椅	
电竞椅	
按摩椅 椅身	

(2) 公司自主品牌旗舰产品

随动撑腰
ue Flow 550



随动撑腰：
以腰为同心圆，与腰枕随动运动，
实时追腰、贴腰、撑腰。

随动撑腰
ue Flow 360



随动撑腰，髌骨支撑：
腰枕与腰部同心圆随动，实时撑
腰，腰椎和髌骨精准支撑。
首创魔毯腿托，实现更全面支撑。

可调撑腰
ue X3



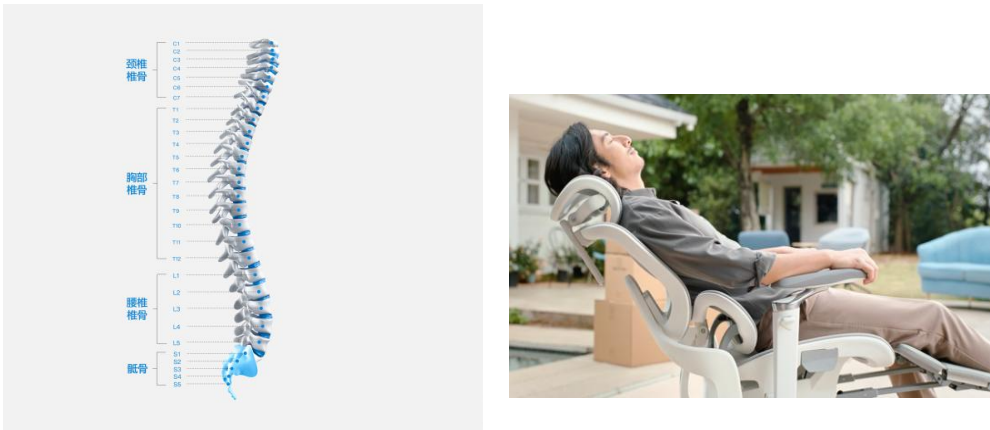
可调撑腰：
腰部可调节，撑腰力度可根据
需求档位调节。

分区撑腰
ue 沃克



分区撑腰：
实现腰背分离式设计，当人后
仰时，腰背联动支撑有专区。

(3) 公司核心技术

技术类型	说明
随动撑腰科技	 FLOW 随动撑腰科技，腰部与腰枕以“髋关节”为圆心做同心圆运动，从根本上解决了伏案办公、端坐办公、慵懒休闲、午休以及倾仰动态等各种坐姿下腰部悬空的问题，实现任意坐姿下腰靠都能贴合腰部的撑腰效果，适用于长期久坐的用户群体。
骶骨支撑技术	 精准实现从 L1-L5 腰椎节段与 S1-S5 骶骨区域的全面承托，全方位缓解因久坐导致的骨盆、骶骨、腰椎不适。
重力自适应技术	自适应底盘系列  整椅集成自适应系统  公司长期专研自适应底盘技术，致力于解决用户在动态坐姿下的有效支撑。公司重力自适应底盘可根据用户自身体重自动调节座椅倾仰力：不同体重的人无需调节倾仰力的大小，可以直接使用同一张自适应底盘技术的座椅，舒适性、可用性保持一致，在减少使用操作的同时，达到“起身不费力，后仰更轻松”的舒适体验。

人 体 工 学 全 支 撑 技 术	 3D头枕 自由可调节 稳固支撑 腰背联动™ 专利技术 动态贴合 全力支撑 自适应 悬浮腰靠 随动撑腰 时刻撑腰 魔术臂™ 系列 全面支撑 更好解压 自适应™ 底盘系列 随动联动 无限悬停 为你撑腰™ 专利技术 小午小睡® 系列脚托 一键收纳 舒适躺平 头枕 椅背 腰靠 扶手 底盘 脚托 通过 3D 头枕、随动撑腰、线控魔术臂、小午小睡搁脚等人体工学全支撑技术，为用户在各类使用场景下提供从头到脚的全支撑舒适体验。
魔 术 臂 技 术	 多维魔术臂扶手，使用户在正坐、慵懒、午休躺倒等各种坐姿下手臂都能实现有效支撑。
魔 毯 腿 托	 首创魔术铰链技术，三折魔毯腿托，大腿、小腿、脚都能得到全方位支撑，能有效缓解身体压力，用户在盘、蹲、蹬、躺、撑等不同坐姿下都能找到舒适的支撑位。

2.2.2 公司主要经营模式

(1) 研发设计模式

公司建立了以客户需求驱动和技术创新驱动的产品研发机制，以国家级工业设计中心、省级重点企业研究院等创新载体为中长期技术创新平台，与国内高等院校及国内外设计机构深度合作，围绕“坐健康”研究以人体工学撑腰科技为核心的关键技术，建立了公司内外部资源相结合、企业研究院与各事业中心开发部门相协同的研发组织。同时，设立自主研发和自主品牌产品的规划和管理部门，按照 IPD（集成研发管理）理念导入 PLM 产品生命周期管理系统，完善 GTM（产品上

市)和 IPMS (集成产品营销与销售)流程,端到端拉通市场、研发、采购、制造和销售,打造上市即上量的爆款产品。坚持平台化、模块化研发,制定主要部件和结构设计规范,在减少零部件 SKU 的情况下,快速满足客户多样化需求。营造与供应商共创共研的创新机制,通过部件和组件的设计外包,整合供应商创新能力,进而缩短研发周期,降低研发成本。此外,导入端到端极致成本管理体系,从产品立项和研发的源头设定重点项目的极致成本目标,降低综合成本并提升客户价值。

(2) 采购模式

公司的采购主要包括原材料采购和部分成品采购。公司持续优化采产销一体化计划管理体系,原材料采购一般按照“以销定产、以产定购”的模式,根据销售计划确定生产计划,再根据生产计划、既有库存等因素制定采购计划。同时,为满足客户的多样化需求,部分成品通过向成品供应商输出设计和品质技术标准进行采购。

公司导入端到端极致成本管理体系,以研发和采购为核心抓手,拉通产品、研发、采购、制造、物流等全链路协同降本。公司战略采购中心对原材料采购进行集中管理,通过整合采购需求、集中议价/框招、建立成本基线等方式,不断提高采购议价能力;持续优化供应商布局,整合供应商资源,培养战略型供应商,不断提高供应链创新能力、安全水平和竞争优势;建立严格完善的供应商准入和评价管理体系,围绕交付、品质、成本、服务等进行量化考评、优胜劣汰,给予优秀供应商更多业务机会,适度提高供应商集中度。同时,向重点供应商输出先进管理经验,深化供应链协同发展。此外,近年来公司逐步推进海绵、注塑、五金等关键物料自制,通过垂直整合,促进充分竞争,不断增强供应链活力,降低成本、提高效率。在采购管理方面,全面提升信息化管理水平,运用 SAP 系统拉通内部生产计划及采购计划,运用 SRM 系统实现供应商准入、价格管理、计划协同等全过程管理,不断提高供应链协同效率。

(3) 生产模式

公司秉承“客户第一、诚信负责,重质量、敢创新、会改善”的核心价值观,积极引进先进生产设备、制造技术及管理方法论,针对不同客户的需求,实行 MT0 (按单生产)与 MTS (按库生产)并存的生产模式。同时,逐步打造智能制造体系:导入 T+3 采产销一体化计划管理体系,不断优化制造流程、缩短交期、降低库存、提高效率;大力推行“机器换人”,不断提高自动化生产水平,提升柔性制造和敏捷交付能力;依托 SAP、PLM、CRM、SRM、MES 等信息化系统,有效拉通产品开发、客户订单、计划采购、生产交付等全流程信息,提升快速响应市场的能力。通过在标准化、精益化、模块化、自动化、信息化、智能化等方面的逐步提升,不断提高智能制造能级,

持续提高核心竞争力、获利能力及满足市场客户期望。

(4) 销售模式

公司正加快推进从“外销和 ODM/OEM 模式为主”向“内外销并重、自主品牌和 ODM/OEM 模式并重”的战略转型。外销方面，坚持“数一数二”市场战略，以大客户价值营销为主要手段，主要以 ODM/OEM 模式向北美、欧洲、亚洲和澳洲等市场销售，主要客户为境外大型零售商、进口商、制造商及系统集成商，同时积极发展跨境电商，不断拓宽海外市场销售渠道。内销方面，公司将国内市场开拓和自主品牌建设作为战略性任务，围绕产品、营销、渠道、供应链等协同发力，线上线下齐头并进，大力拓展国内市场、加快打造自主品牌，线上聚焦主流电商平台，并积极开展直播业务及站内外内容营销，促进销售收入与品牌知名度双提升；线下加快推进渠道体系建设，围绕大中型城市设立办事处、大力发展渠道商，同时积极开拓大客户直营和线下零售业务，不断扩大国内市场销售份额。

2.2.3 公司所处的行业地位

公司是国内椅业行业首家上市公司、行业首批国家高新技术企业、中国家具协会副理事长单位、中国保健协会副理事长单位，拥有座椅行业首家国家级工业设计中心、首家省级重点企业研究院。公司是国家办公椅行业标准主要起草单位之一、国家知识产权示范企业、国家两化融合管理体系贯标试点企业、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、中国轻工业办公家具行业十强企业、中国家具行业领军企业、中国家具行业科技创新先进单位、全国家具标准化先进集体、全国质量标杆、国家数字化转型贯标试点企业、浙江本土民营跨国公司“领航企业”。

3、 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	4,305,922,757.02	3,377,328,300.56	27.49	2,987,138,301.93
归属于上市公司股东的净资产	2,228,166,760.53	2,153,548,320.00	3.46	1,759,924,118.64
营业收入	4,749,233,918.80	3,538,360,723.88	34.22	4,055,280,824.20
归属于上市公司股东的净利润	296,204,118.40	297,877,855.34	-0.56	335,214,135.98
归属于上市公司股东的	292,681,410.27	208,956,492.32	40.07	242,457,570.65

司股东的扣除非经常性损益的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	350,468,543.41	323,951,181.81	8.19	738,679,738.16
加权平均净资产收益率(%)	13.54	15.42	减少1.88个百分点	20.98
基本每股收益(元/股)	0.89	0.95	-6.32	1.11
稀释每股收益(元/股)	0.89	0.95	-6.32	1.11

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	856,685,846.20	1,195,463,777.21	1,337,740,397.70	1,359,343,897.69
归属于上市公司股东的净利润	42,692,636.54	83,645,767.80	98,492,450.75	71,373,263.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	42,805,124.33	82,884,124.91	98,207,717.95	68,784,443.08
经营活动产生的现金流量净额	-45,916,394.86	54,175,226.28	69,834,492.10	272,375,219.89

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

☐适用 ☒不适用

4、 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

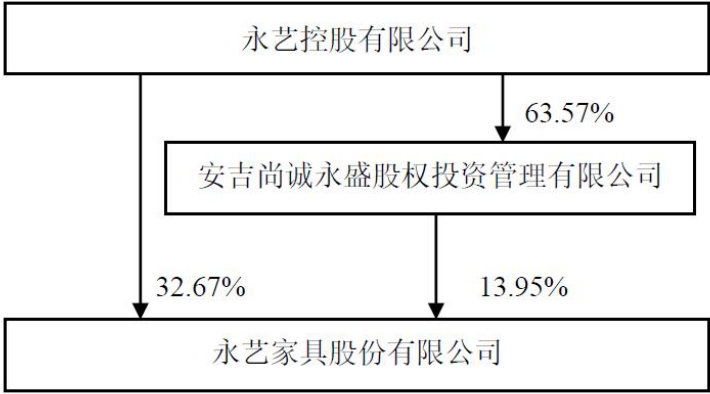
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					12,778	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					16,456	
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）						
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）						
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）						
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有限售 条件的股份	质押、标记或冻 结情况	股东 性质

	盛股权投资管理有限公司 63.57%的股权，以上主体为一致行动人。阮正富与广州市玄元投资管理有限公司—玄元科新 173 号私募证券投资基金签署了一致行动协议，构成一致行动关系（注：上述私募基金产品的管理人广州市玄元投资管理有限公司于 2022 年 5 月更名为玄元私募基金投资管理（广东）有限公司）。阮正富持有安吉尚诚永盛股权投资管理有限公司 21.19%的股权。除以上情形之外，公司未知上述其他股东是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动关系。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用

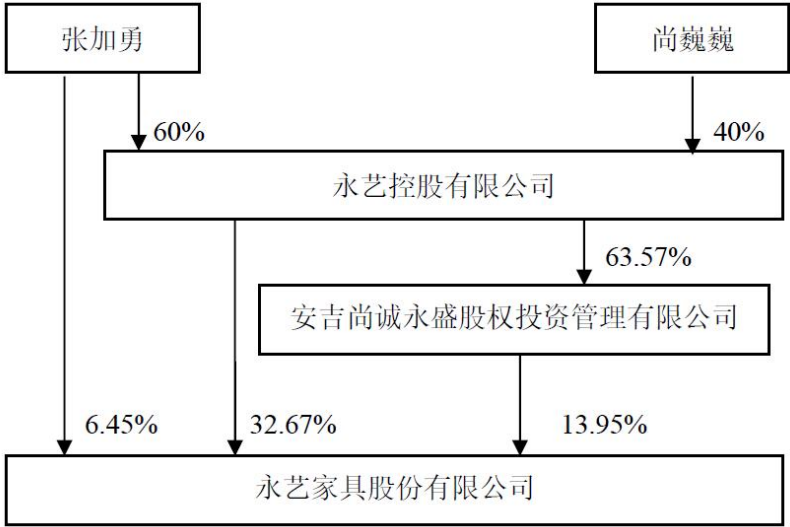
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

☐适用 ☒不适用

5、 公司债券情况

☐适用 ☒不适用

第三节 重要事项

1、 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，世界经济增长动能偏弱，地缘政治冲突、国际贸易摩擦等问题频发，国内外有效需求不足。公司继续以高质量发展为主线，坚定踩实销售目标，着力推进在手新客户、新渠道、新项目落地，经营业绩保持平稳健康发展，全年实现营业收入 47.49 亿元，同比增长 34.22%；实现归母净利润 2.96 亿元，同比下降 0.56%，扣非后归母净利润 2.93 亿元，同比增长 40.07%。

2、 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

☐适用 ☒不适用