证券代码：603661　　证券简称：恒林股份　　公告编号：2026-040

恒林家居股份有限公司

关于2026年第三季度业绩说明会召开情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

一、业绩说明会召开情况

恒林家居股份有限公司（以下简称公司）于2026年11月19日（星期四）15:00-16:00在上海证券交易所上证路演中心（网址：https://roadshow.sseinfo.com/）以网络文字互动的方式召开2026年第三季度业绩说明会。公司董事长兼总经理王江林先生、独立董事徐笑波先生、财务总监王学明先生及董事会秘书汤鸿雁女士出席了本次业绩说明会，就投资者普遍关注的问题在信息披露允许的范围内进行了回复。

二、投资者提出的主要问题及公司的回复情况

问题一：前三季度归母净利润同比下降，利润下滑主要受哪些因素影响？

2026年前三季度，公司实现营业收入99.83亿元，同比增长17.62%；实现利润总额2.50亿元，同比下降27.06%；实现归属于上市公司股东的净利润1.59亿元，同比下降42.94%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润1.67亿元，同比下降37.79%。根据第三季度报告，利润下滑是多项外部成本因素叠加的结果，主要包括：

1、汇兑损失大幅增加。受人民币升值影响，公司外币资产确认的汇兑亏损增加，前三季度产生汇兑损失约1.25亿元，去年同期为汇兑收益0.37亿元，导致相较去年前三季度汇兑形成约1.62亿元的差值。

还原汇兑后，公司前三季度经营端的归母净利润是2.84亿元，同比增长17.80%。

2、海运费上涨。受港口拥堵、巴拿马运河水位偏低及旺季出货集中等因素影响，美线运价走强，挤压出口环节利润。

3、原材料价格上涨。受中东局势等因素影响，TDI、软泡聚醚等主要原材料价格上涨，而 B 端客户调价存在沟通周期和落地时滞，成本传导尚未完全体现。

4、费用投入加大。前三季度销售费用 8.35 亿元，同比增长 42.3%，主要用于自主品牌建设和海外渠道铺设；第三季度公司对外出售了闲置的生产设备，影响净利润约 1800 万元。

受上述外部宏观因素影响，公司当期净利润阶段性承压。总体来看，公司营收与毛利率实现了双增长，主业基本盘依然稳固，规模效应在持续释放。当期利润的波动主要是外部环境带来的阶段性、非经营性扰动，并未改变公司长期向好的基本面。

问题二：公司现金流、存货和负债情况如何？

公司财务质量整体稳健。现金流方面，前三季度经营活动现金流量净额 4.89 亿元，其中第三季度单季经营现金流净额 2.85 亿元，同比增长 28.77%，销售收现同比增长 19.7%，回款质量稳定。资产负债方面，截至 2026 年 9 月末，公司总资产 105.74 亿元，归属于上市公司股东的净资产 37.28 亿元，较年初增长 2.48%，资产负债率约 63.48%。存货 22.14 亿元，较中报末减少 1.84 亿元、下降 7.7%，较年初 27.42 亿元明显回落，库存治理成效显现，资金占用缓解；应收账款 21.30 亿元，与中报末基本持平，未随收入明显增加。

问题三：面对原材料价格波动，公司在成本管控和客户调价传导方面采取了哪些举措？

2026 年以来，国际油价波动带动 PVC 粉、TDI、软泡聚醚等主要原材料价格出现上涨。由于 B 端客户调价存在一定的沟通周期和落地时滞，短期内公司产品的毛利率受到一定影响。面对成本波动，公司在第三季度积极采取措施稳控毛利：一是深化集中采购和战略供应商合作，发挥规模采购优势，并提升海绵、注塑、五金等关键物料的自制比例；二是通过与核心客户协商调价、价格联动等机制推动成本传导，目前部分原材料成本已通过调价安排向客户传导。随着相关举措逐

步落地，代工业务毛利率压力有望得到边际缓解。

问题四：公司目前出口物流的运价及舱位保障情况如何？

近期受国际航运市场供需变化影响，部分航线运价在前期上涨后出现回落。据上海航运交易所 11 月 13 日发布的 SCFI 分航线运价，上海港出口至美西、美东基本港市场运价（海运及海运附加费）分别为 7111 美元/FEU、9387 美元/FEU，较 10 月末已连续两周回落，反映欧美节前集中出货进入尾声、需求边际放缓。另据 FIS11 月 11 日发布的集装箱远期运价评估，美西航线 2026 年 12 月至 2027 年二季度合约评估值呈阶梯式下行（12 月约 6550 美元/FEU，2027 年 1 月约 5500、一季度均值约 4775、二季度约 4300 美元/FEU），反映市场对旺季结束后运价中枢回落的预期。

从运费承担机制看，公司出口业务中，跨境电商板块的头程海运费用由子公司承担，其余板块海运费均由客户承担，运价波动的直接影响主要集中在跨境电商业务，整体敞口相对有限。目前公司主要航线舱位总体有保障，出口订单交付保持稳定。

针对跨境电商业务，公司采取多项措施管控物流成本：一是深化与船公司及头程物流服务商合作，通过长约锁价、提前订舱保障舱位和价格稳定；二是灵活组合船公司、航线和发货港口，动态匹配多式联运方案，并通过优化包装拼柜、提升装载率降低单柜成本；三是发挥海外仓布局作用，前置备货、错峰发货，平抑短期运价波动；四是将物流成本纳入跨境电商定价管理，结合平台销售情况动态调整终端售价，合理传导成本压力。 公司将持续跟踪航运市场变化，完善跨境电商物流供应链管理，保障出口业务平稳运行。

问题五：Q3 利润受汇兑损失影响较大，请问公司后续有哪些汇兑对冲安排，预计四季度盈利能否修复？

公司始终密切关注全球宏观经济环境和汇率风险变化，通过加强风险预警、前瞻性预测，结合自然对冲与包括外汇衍生品在内的金融工具组合，积极应对汇率波动风险。长期来看，公司将通过核心竞争力的提升，不断提高公司产品的市场议价能力，保持持续稳健的经营，为股东创造可持续的价值。具体财务数据请

以公司披露的定期报告及相关公告为准。感谢您的关注。

问题六：综合家居板块增长的可持续性如何？

2026 年上半年，公司综合家居板块实现营业收入 29.72 亿元，同比增长 94.24%，毛利率同比提升 8.79 个百分点至 18.84%，是增长最快的业务板块。高增长主要来自自主品牌家居产品在线上销售渠道的放量，叠加多平台矩阵协同和新品类、新品的持续推出，收纳类、模块化家具等契合海外线上消费需求的产品销售表现较好。

从可持续性看，家居线上渗透率提升的长期趋势并未逆转，公司多平台布局降低了对单一渠道的依赖，且大件履约和海外仓能力已成为行业核心壁垒，公司前期投入的渠道和供应链能力可支撑业务持续拓展。后续，综合家居板块增速可能随着基数抬升和平台竞争加剧而有所波动，公司将通过优化定价策略、提升运营效率保持健康增长。

问题七：贵司年报提出将物联网与传感技术融入智能办公椅，推动智能家居产品升级。未来完善智能健康家居产品体系时，会更侧重自主研发，还是与具备成熟传感及智能控制技术的产业伙伴开展协同？

在完善智能健康家居产品体系上，公司坚持“自主研发为核心、开放协同为补充”，始终秉持“智能家具、绿色家具”的设计理念。

1、自主研发是公司的核心根基。公司深耕人体工学近三十年，在底盘、人体工程学、高分子材料、按摩机芯等领域积累了一批完全自主知识产权的核心技术，如 360 度机械运动底盘、压力分布式坐垫靠背、“重力自适应”系统等。投入与平台方面，2026 年上半年研发投入 9,583.78 万元，前三季度研发费用 1.48 亿元；新投入使用的创研实验中心是家居行业规模领先、检测项目覆盖较广的综合性实验室之一，并已取得 CNAS 实验室认可（ISO/IEC17025）；截至 2026 年 6 月末，公司拥有有效专利 1,702 项，其中发明专利 172 项，同比增加 19 项。成果转化方面，公司推出 AI 体感工学椅 S800，首次提出“动态护脊生态”理念，集成毫米级动态追腰、智能语音、电动按摩、热敷通风等功能，其动态追腰、坐姿监测等核心技术均由公司主导研发，先后荣获 OFDA2025 商用空间家具至尊奖、2025 金造奖最佳产品设计奖；推出的极弧办公椅以及 LOMetrix、LOSummit 等产

品也获得德国红点奖等国际设计荣誉。

2、开放协同是必要补充。传感、智能控制、芯片及算法等技术迭代较快，公司对与具备成熟技术的产业伙伴及高校院所开展产学研协同保持开放，重点聚焦需要外部成熟能力的环节，并坚持掌握核心技术和知识产权，从而更快地为用户提供更优质的智能健康产品。

问题八：今年三季度已经计提了，年底还会不会又来大的计提？

尊敬的投资者您好。公司始终严格遵循《企业会计准则》及公司会计政策的相关规定，坚持谨慎性原则，在各资产负债表日结合宏观环境、行业变化及资产实际状况，对合并报表范围内的各项资产进行减值测试；当资产存在减值迹象、可收回金额低于账面价值时，公司会及时、足额计提减值准备，不存在应提未提或集中、突击计提的情形。相关事项均按规定履行内部决策和审议程序，并及时、公平地履行信息披露义务。年末公司仍将按照准则要求开展年度减值测试，具体情况请以公司披露的定期报告及相关公告为准。公司提醒广大投资者理性投资，注意投资风险。

问题九：请问，公司办公椅、智能家居 ODM 为主，海外收入占比较高，同步拓展自有品牌、国内 B 端工程渠道。想请教：

1、北美、欧洲客户订单变化；2、海外工厂产能爬坡情况；3、智能升降、健康家居新品放量节奏；4、汇兑、贸易壁垒下毛利率维护方案？

1、欧美订单整体呈现“线下承压、线上增长、结构分化”的特征。从需求端看，欧美线下传统渠道受高利率环境、新房销售疲弱影响，需求相对平淡；但线上渠道仍保持较好的结构性增长，家居线上渗透率提升的趋势没有逆转。反映在公司业务上，截至 6 月底公司前五大客户营收占比 44.92%，核心大客户订单保持稳定交付，公司在欧美核心市场配置了本土化团队和常年展位，以“业务+产品+交付”铁三角模式深度服务战略客户。

2、关于智能升降、健康家居新品。智能升降方面，公司已形成覆盖老板桌、主管桌、员工升降工位及小空间三角位的全系列升降桌方案，配备静音电机、记忆高度、无线充电、隐藏式走线等，并通过对公业务提供一站式商业设计和采购。

健康家居方面，AI 体感工学椅 S800 集成毫米级动态追腰、智能语音、按摩热敷通风等功能，公司还发布《AI 体感工学白皮书》；此外极弧办公椅、搭载“重力自适应”系统的智能沙发、NOUHAUS 高端品牌等新品也在陆续推向市场。

3、关于毛利率。公司依托越南基地承接对美订单、推动市场多元化，并与主要船公司签订长期运输协议锁定运价和舱位。盈利维护方面，公司积极推动客户调价，部分原材料成本已逐步传导；同时推进集中采购、战略供应商合作及海绵、注塑、五金等关键物料自制，并向高附加值品类倾斜。从数据看，2026 年第一季度毛利率 18.75%、同比提升 2.47 个百分点，第三季度单季毛利率 18.20%、同比提升 0.64 个百分点，随着 OBM 占比提升和调价落地，盈利具备稳步改善基础。

问题十：控股子公司太仓吉盟等开展的新兴业务进展如何？

公司基于长期发展布局，依托现有产业资源适度培育新兴业务，相关业务主要由控股子公司太仓吉盟商业设备有限公司、河南闪耀钻石有限公司开展。截至 2026 年半年度报告期末，上述新兴业务营业收入及利润占公司整体经营规模的比重较小，对公司当期经营业绩不构成重大影响。公司将审慎推进新业务探索，持续做好业务评估与风险管控，在聚焦大家居主业的前提下，稳步培育新的成长点。

问题十一：如何展望第四季度及全年经营？下一阶段工作重点是什么？

第四季度是海外消费传统旺季，公司将抓住线上销售旺季机会，依托多平台渠道和海外仓履约能力推动自主品牌销售，同时统筹安排出货节奏，加强海运成本和舱位管理。结合前三季度经营情况，公司下一阶段重点工作包括： 一是持续提升 OBM 自主品牌占比，优化定价策略和产品结构，提升品牌业务盈利贡献；二是推动代工客户调价落地和集中采购降本，修复传统板块毛利率；三是深化全球化布局，应对关税和贸易政策变化；四是加强费用管控；五是审慎培育新兴业务，做好风险管控。 公司将继续聚焦大家居主业，坚持制造出海与品牌出海并行，以经营业绩改善和股东回报提升为工作重点。

风险提示：本次业绩说明会如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公司或管理层对行业、公司发展或业绩的承诺和保证，敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

恒林家居股份有限公司董事会

2026 年 11 月 20 日