



DeRUCCI 慕思

慕思健康睡眠股份有限公司

DeRucci Healthy Sleep Co., Ltd.

东莞市厚街镇厚街科技大道1号



首次公开发行股票 招股意向书摘要

保荐人（主承销商）

CMS  招商证券

深圳市福田区福田街道福华一路111号

发行人声明

本招股意向书摘要的目的仅为向公众提供有关本次发行的简要情况，并不包括招股意向书全文的各部分内容。招股意向书全文同时刊载于深圳证券交易所网站。投资者在做出认购决定之前，应仔细阅读招股意向书全文，并以其作为投资决定的依据。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股意向书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

投资者若对招股意向书及本摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

第一章 重大事项提示

一、股份流通限制及自愿锁定承诺

1、控股股东慕腾投资承诺：（1）自公司首次公开发行股票上市交易之日起 36 个月内，慕腾投资不转让或委托他人管理慕腾投资直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。（2）公司首次公开发行股票并上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司首次公开发行股票时的发行价（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作相应调整，下同），或者上市后 6 个月期末收盘价低于公司首次公开发行股票时的发行价，慕腾投资持有的公司股票锁定期限自动延长 6 个月。（3）慕腾投资将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，慕腾投资将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持股票的收益将归公司所有。（4）本承诺出具后，若中国证券监督管理委员会或其派出机构、深圳证券交易所作出其他监管规定，且上述承诺不能满足该等规定时，慕腾投资承诺届时上述承诺将自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。（5）上述承诺内容系慕腾投资真实的意思表示，慕腾投资自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，慕腾投资将依法承担相应责任。

2、王炳坤（实际控制人、董事长、总经理）、林集永（实际控制人、董事）和姚吉庆（董事、高级管理人员）承诺：（1）自公司首次公开发行股票上市交易之日起 36 个月内，本人不转让或委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。（2）公司首次公开发行股票并上市交易后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司首次公开发行股票时的发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作相应调整，下同），或者上市后 6 个月期末收盘价低于公司首次公开发行股票时的发行价，本人持有的公司股票锁定期限自动延长 6 个月。（3）

在上述持股锁定期届满后，在本人担任公司董事、高级管理人员期间，每年转让的公司股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%；离职后 6 个月内不转让本人持有的公司股份，也不由公司回购该等股份。若本人在担任公司董事、高级管理人员的任期届满前离职的，本人承诺在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，仍遵守前述规定。（4）本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

（5）本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持股票的收益将归公司所有。（6）本承诺出具后，若中国证券监督管理委员会或其派出机构、深圳证券交易所作出其他监管规定，且上述承诺不能满足该等规定时，本人承诺届时上述承诺将自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。（7）上述承诺内容系本人真实的意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。

3、公司股东慕泰投资承诺：（1）自公司股票在证券交易所上市交易之日起 36 个月内，慕泰投资不转让或委托他人管理慕泰投资直接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。（2）慕泰投资将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，慕泰投资将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持股票的收益将归公司所有。（3）本承诺出具后，若中国证券监督管理委员会或其派出机构、深圳证券交易所作出其他监管规定，且上述承诺不能满足该等规定时，慕泰投资承诺届时上述承诺将自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。（4）上述承诺内容系慕泰投资真实的意思表示，慕泰投资自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，慕泰投资将依法承担相应责任。

4、公司的董事、高级管理人员盛艳、江涛、李立发、赵元贵、张景云承诺：

（1）自公司首次公开发行股票并上市交易之日起 12 个月内，本人不转让或委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。（2）公司首次公开发行股票并上市交易后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司首次公开发行股票时的发行价（如

果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作相应调整，下同），或者上市后 6 个月期末收盘价低于公司首次公开发行股票时的发行价，本人持有的公司股票锁定期自动延长 6 个月。（3）在上述持股锁定期届满后，在本人担任公司董事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%；离职后 6 个月内不转让本人持有的公司股份，也不由公司回购该等股份。若本人在担任公司董事、高级管理人员的任期届满前离职的，本人承诺在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，仍遵守前述规定。（4）本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。（5）本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持股票的收益将归公司所有。（6）本承诺出具后，若中国证券监督管理委员会或其派出机构、深圳证券交易所作出其他监管规定，且上述承诺不能满足该等规定时，本人承诺届时上述承诺将自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。（7）上述承诺内容系本人真实的意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。

5、公司监事罗振彪、雷华、汪玉芳承诺：（1）自公司首次公开发行股票并上市交易之日起 12 个月内，本人不转让或委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。（2）在上述持股锁定期届满后，在本人担任公司监事期间，每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%；离职后 6 个月内不转让本人持有的公司股份，也不由公司回购该等股份。若本人在担任公司监事的任期届满前离职的，本人承诺在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，仍遵守前述规定。（3）本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。（4）本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持股票的收益将归公司所有。（5）本承诺出具后，若中国证券监督管理委员会或其派出机构、深圳证券交易所作出其他监管规定，且上述承诺不能满足该等规定时，本人承诺届时上述承诺将自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。

(6) 上述承诺内容系本人真实的意思表示, 本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督, 若违反上述承诺, 本人将依法承担相应责任。

6、红星美凯龙、红杉璟瑜、华联综艺、欧派投资、龙袖咨询、吴业添、张志安、李海燕、陈德光、洪天峰承诺: (1) 自本企业/本人取得公司股份之日起 36 个月内且自公司首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内 (以截止时间在后者为准), 本企业/本人不转让或者委托他人管理本次发行前本企业/本人直接或间接持有的公司股份, 也不由公司回购该部分股份。(2) 本企业/本人将忠实履行上述承诺, 并承担相应的法律责任, 若不履行本承诺所赋予的义务和责任, 本企业/本人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失, 违规减持股票的收益将归公司所有。(3) 本承诺出具后, 若中国证券监督管理委员会或其派出机构、深圳证券交易所作出其他监管规定, 且上述承诺不能满足该等规定时, 本企业/本人承诺届时上述承诺将自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。(4) 上述承诺内容系本企业/本人真实的意思表示, 本企业/本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督, 若违反上述承诺, 本企业/本人将依法承担相应责任。

7、林健永、王醒波承诺: (1) 自公司首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内, 本人不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的公司股份, 也不由公司回购该部分股份。(2) 本人将忠实履行上述承诺, 并承担相应的法律责任, 若不履行本承诺所赋予的义务和责任, 本人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失, 违规减持股票的收益将归公司所有。(3) 本承诺出具后, 若中国证券监督管理委员会或其派出机构、深圳证券交易所作出其他监管规定, 且上述承诺不能满足该等规定时, 本人承诺届时上述承诺将自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。(4) 上述承诺内容系本人真实的意思表示, 本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督, 若违反上述承诺, 本人将依法承担相应责任。

二、稳定公司股价的预案和承诺

为保护投资者利益, 进一步明确公司上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的措施, 根据《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的

意见》（证监会公告[2013]42 号）的相关要求，公司、控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事，下同）及高级管理人员制定了如下稳定股价的预案和承诺：

（一）启动稳定股价措施的条件

公司首次公开发行 A 股股票并上市之日起三年内，如股票连续 20 个交易日的收盘价低于最近一年经审计的每股净资产值（审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，应做除权、除息处理，以下简称“启动条件”），则公司应依次采取以下措施中的一项或多项稳定股价。

（二）稳定股价的具体措施

当启动稳定股价预案的启动条件成就时，公司及相关主体将按下列顺序及时采取相应措施稳定股价：

1、公司回购股票

公司为稳定股价之目的，采取证券交易所集中竞价交易、要约或符合法律、法规和中国证监会认可的其他方式向社会公众股东回购股份（以下简称“回购股份”），应符合《公司法》《证券法》《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》《上市公司收购管理办法》等相关法律、法规及规范性文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

公司董事会对回购股份作出决议，公司董事承诺就该等回购事宜在董事会上投赞成票。

公司股东大会对回购股份作出决议，该决议须经出席股东大会会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司控股股东、实际控制人承诺就该回购事宜在股东大会上投赞成票。

公司为稳定股价进行股份回购时，除应符合相关法律、法规及规范性文件的要求之外，还应符合下列各项条件：（1）公司回购股份的资金应为自筹资金；（2）公司回购股份的价格不超过公司最近一年经审计的每股净资产；（3）单一会计年度用以稳定股价的回购资金累计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股

东净利润的 20%，但不低于人民币 1,000 万元。

2、控股股东、实际控制人增持公司股票

当下列任一条件成就时，公司控股股东、实际控制人应在符合相关法律、法规及规范性文件的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持：（1）公司回购股份方案实施完毕之次日起的连续 20 个交易日除权后的股份收盘价均低于最近一年经审计的每股净资产；（2）公司回购股份方案实施完毕之次日起的 3 个月内启动稳定股价措施的条件被再次触发。

控股股东、实际控制人为稳定股价增持公司股票时，除应符合相关法律、法规及规范性文件的要求之外，还应符合下列各项条件：（1）控股股东、实际控制人增持股份的价格不超过公司最近一年经审计的每股净资产；（2）控股股东、实际控制人单次用于增持股份的资金金额不低于其上一会计年度自公司所获得税后现金分红金额的 20%；（3）控股股东、实际控制人单一会计年度用于增持股份的资金金额累计不超过其上一会计年度自公司所获得税后现金分红金额的 100%。

控股股东、实际控制人承诺在增持计划完成后的 6 个月内不出售所增持的股份。

3、董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票

当下列任一条件成就时，在公司领取薪酬的公司董事（独立董事除外）、高级管理人员应在符合相关法律、法规及规范性文件的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持：（1）控股股东、实际控制人增持股份方案实施完毕之次日起的连续 20 个交易日除权后的股份收盘价均低于最近一年经审计的每股净资产；（2）控股股东、实际控制人增持股份方案实施完毕之次日起的 3 个月内启动稳定股价措施的条件被再次触发。

有增持公司股票义务的公司董事、高级管理人员为稳定股价增持公司股票时，除应符合相关法律、法规及规范性文件的要求之外，还应符合下列各项条件：（1）增持股份的价格不超过公司最近一年经审计的每股净资产；（2）用于增持股份的资金不少于董事、高级管理人员上一年度税后薪酬总和的 20%，但不超过

董事、高级管理人员上一年度税后薪酬总和的 50%。

有增持公司股票义务的公司董事、高级管理人员承诺，在增持计划完成后的 6 个月内将不出售所增持的股份。

公司未来若有新选举或新聘任的董事（不包括独立董事）、高级管理人员且其从公司领取薪酬的，均应当履行公司在首次公开发行股票并上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

（三）股价稳定措施的启动程序

1、公司回购股票的启动程序

（1）公司控股股东、实际控制人应在上述公司回购股份启动条件触发之日起的 15 个交易日内作出回购股份的决议。公司董事会应当在作出回购股份决议后的 2 个交易日内公告董事会决议、回购股份预案，并公告召开股东大会的通知。

（2）公司董事会将在公告召开股东大会的通知后 25 个交易日内召开公司股东大会，自股东大会审议表决通过股份回购议案之日起 2 个交易日内公告具体的股份回购实施方案（包括但不限于：拟回购的股份数、回购的资金来源、回购股份对公司经营的影响），并于完成公告之次日起开始通过证券交易所以集中竞价方式、要约方式及/或其他合法方式回购公司股份。

（3）公司应在股东大会作出决议并履行相关法定手续之次日起开始启动回购，并在 60 个交易日内实施完毕。

（4）公司回购股份方案实施完毕后，应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

2、控股股东、实际控制人增持公司股票的启动程序

（1）公司控股股东、实际控制人在其增持股票条件触发之日起 15 个交易日内，就其增持公司股票的具体计划（包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司，并由董事会发布增持公告。

（2）控股股东、实际控制人应在作出增持公告并履行相关法定手续之次日起开始启动增持，并在 30 个交易日内实施完毕。

3、董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票启动程序

（1）公司董事（独立董事除外）、高级管理人员在其增持股票条件触发之日起 15 个交易日内，就其增持公司股票的具体计划（包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司，并由董事会发布增持公告。

（2）董事（独立董事除外）、高级管理人员应在作出增持公告并履行相关法定手续之次日起开始启动增持，并在 30 个交易日内实施完毕。

（四）股价稳定预案的终止条件

自公司股价稳定方案公告之日起，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案终止执行：

1、公司股票连续 10 个交易日的收盘价均高于公司最近一年经审计的每股净资产。

2、公司继续回购股票或控股股东、实际控制人、董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件。

（五）未履行稳定股价义务的约束性措施

在启动股价稳定措施的条件触发时，如公司、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，公司、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员承诺接受以下约束措施：

1、公司承诺

在启动股价稳定措施的前提条件触发时，如公司未采取已经承诺的稳定股价的具体措施，公司承诺接受以下约束措施：

（1）在公司股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

（2）因未能履行该项承诺造成投资者损失的，公司将依法向投资者进行赔

偿。

2、控股股东、实际控制人承诺

在启动股价稳定措施的前提条件触发时，如控股股东和实际控制人未采取已经承诺的稳定股价的具体措施，控股股东和实际控制人承诺接受以下约束措施：

（1）在公司股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向其他股东和社会公众投资者道歉，并提出补充承诺或者替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

（2）公司有权以控股股东和实际控制人应获得的与增持股份所支付对价金额相等的公司现金分红或工资薪酬，代控股股东和实际控制人履行相关的股份增持义务。

（3）如果未履行上述承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，控股股东和实际控制人将依法赔偿投资者损失。

三、持股 5%以上股东持股意向及减持意向的承诺

公司控股股东慕腾投资、实际控制人王炳坤先生、实际控制人林集永先生、股东慕泰投资承诺：

1、本公司/本人持续看好公司业务前景，全力支持公司发展，拟长期持有公司股票，在锁定期内，将不会出售本次发行上市前直接或间接持有的公司股份。

2、本公司/本人在锁定期满后拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持，且不违反在公司首次公开发行时所作出的公开承诺。

3、本公司/本人在锁定期满后两年内减持股票的，减持价格不低于公司首次公开发行股票时的发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作相应调整）。

4、如本公司/本人未履行上述承诺，本公司/本人将在中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如果本公司/本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归公司所有。

四、关于招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

（一）发行人承诺

本公司承诺：

1、公司首次公开发行股票并上市招股意向书及其他信息披露资料的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

2、如经中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所或其他有权部门认定，公司首次公开发行股票并上市招股意向书及其他信息披露资料中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质性影响的，自中国证监会、深圳证券交易所或其他有权部门认定公司存在上述情形之日起三十个交易日内，公司将启动召开董事会并提议召开股东大会，审议关于回购首次公开发行的全部股票的议案，回购价格将以发行价为基础并参考相关市场因素确定。

3、如经中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所或其他有权部门认定，公司首次公开发行股票并上市招股意向书及其他信息披露资料中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将严格按照中国证监会、深圳证券交易所或其他有权部门的相关决定，依法赔偿投资者损失。

（二）控股股东承诺

公司控股股东慕腾投资承诺：

1、公司首次公开发行股票并上市招股意向书及其他信息披露资料的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

2、如经中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所或其他有权部门认定，公司首次公开发行股票并上市招股意向书及其他信息披露资料中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，慕腾投资将严格按照中国证监会、深圳证券交易所或其他有权部门的相关决定，依法赔偿投资者损失。

3、如经中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所或其他有权部门认定，公司首次公开发行股票并上市招股意向书及其他信息披露资料中存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的情形，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，慕腾投资将促使公司依法回购首次公开发行的全部新股，同时慕腾投资将按照二级市场的价格依法购回已转让的原限售股份。慕腾投资购回股票时将依照《公司法》《证券法》、中国证监会和深圳证券交易所的相关规定以及《公司章程》执行。

（三）实际控制人承诺

公司实际控制人王炳坤和林集永承诺：

1、公司首次公开发行股票并上市招股意向书及其他信息披露资料的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

2、如经中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所或其他有权部门认定，公司首次公开发行股票并上市招股意向书及其他信息披露资料中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本人将严格按照中国证监会、深圳证券交易所或其他有权部门的相关决定，依法赔偿投资者损失。

3、如经中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所或其他有权部门认定，公司首次公开发行股票并上市招股意向书及其他信息披露资料中存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的情形，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将促使公司依法回购首次公开发行的全部新股，同时本人将按照二级市场的价格依法购回已转让的原限售股份。本人购回股票时将依照《公司法》《证券法》、中国证监会和深圳证券交易所的相关规定以及《公司章程》

执行。

（四）董事、监事、高级管理人员承诺

公司董事、监事和高级管理人员承诺：

1、公司首次公开发行股票并上市招股意向书及其他信息披露资料的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

2、如经中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所或其他有权部门认定，公司首次公开发行股票并上市招股意向书及其他信息披露资料中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本人将严格按照中国证监会、深圳证券交易所或其他有权部门的相关决定，依法赔偿投资者损失。

3、如经中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所或其他有权部门认定，公司首次公开发行股票并上市招股意向书及其他信息披露资料中存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的情形，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将促使公司依法回购首次公开发行的全部新股，同时本人将按照二级市场的价格依法购回已转让的原限售股份。本人购回股票时将依照《公司法》《证券法》、中国证监会和深圳证券交易所的相关规定以及《公司章程》执行。

4、本人保证不因其职务变更、离职等原因而拒不履行或者放弃履行承诺。

（五）证券服务机构承诺

发行人保荐机构及主承销商招商证券股份有限公司承诺：本公司为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本公司为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将先行赔偿投资者损失。

发行人审计、验资和验资复核机构致同会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：本所为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导

性陈述或者重大遗漏的情形；若因本所为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

发行人法律顾问国浩律师（深圳）事务所承诺：本所保证为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。如因本所未能依照适用的法律法规、规范性文件及行业准则的要求勤勉尽责地履行法定职责而导致本所为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成直接经济损失的，本所将根据有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决，依法赔偿投资者损失。

发行人评估机构中水致远资产评估有限公司承诺：中水致远为公司首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；若因中水致远为公司首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，中水致远将依法赔偿投资者损失。

五、滚存利润的安排

根据本公司第一届董事会第五次会议及 2021 年第二次临时股东大会决议，在本次发行完成后，由公司全体新老股东按照本次发行后的股权比例共同享有本次公开发行股票前的滚存未分配利润。

六、本次发行后公司股利分配政策的安排

根据公司 2021 年第二次临时股东大会通过的《公司章程（草案）》和《公司上市后未来三年股东分红回报规划》，本次发行后公司将实施连续、稳定的利润分配政策。

上市后，公司承诺将严格遵守并执行相关的利润分配政策。公司上市后的利润分配政策的具体内容详见招股意向书“第十四节 股利分配政策”之“四、本次发行后的股利分配政策”。

七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（一）填补被摊薄即期回报的措施

根据《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31号）等相关规定，针对本次募集资金到位当年即期回报被摊薄的情况，公司承诺通过如下措施努力提高公司的收入和盈利水平，以填补被摊薄的即期回报，增强公司持续回报能力：

1、加强募集资金投资项目的监管，保证募集资金合法合理使用

公司制定了《募集资金管理制度》，对募集资金的存储及使用、募集资金使用的管理与监督等进行了详细规定。本次发行募集资金到位后，募集资金将存放于董事会决定的专项账户进行集中管理，做到专户存储、专款专用。公司将按照相关法规、规范性文件和《募集资金管理制度》的要求，对募集资金的使用进行严格管理，并积极配合募集资金专户的开户银行、保荐机构对募集资金使用的检查和监督，保证募集资金使用的合法合规性，防范募集资金使用风险，从根本上保障投资者特别是中小投资者利益。

2、积极推进募集资金投资项目建设，争取早日实现项目的预期效益

本次募集资金投资项目紧紧围绕公司主营业务，符合国家产业政策，有利于扩大公司的生产规模。募集资金投资项目在建成投产后，将提高公司的生产、运营能力，巩固公司的市场领先地位，实现公司业务收入的可持续增长。

本次募集资金到位后，公司将在资金的计划、使用、核算和防范风险方面强化管理，积极推进募集资金投资项目建设，争取早日实现预期效益。

3、加强经营管理和内部控制，提升经营效率

公司将进一步加强内控体系建设，完善并强化投资决策程序，合理运用各种融资工具和渠道控制资金成本，提高资金使用效率，节省公司的各项费用支出，全面有效地控制公司经营和管理风险。除此之外，公司将不断完善公司治理结构，确保公司股东大会、董事会、监事会能够按照相关法律、法规和《公司章程》的规定充分行使权利、科学决策和有效行使监督职能，切实维护公司和股东尤其是

中小股东的合法权益。

4、完善利润分配制度，强化投资者回报机制

为进一步规范公司的利润分配制度，公司根据中国证监会发布的《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37号）及《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等相关规定，制定了《公司章程（草案）》，对利润分配政策尤其是现金分红的相关政策作了明确规定。公司首次公开发行股票并上市后，将切实履行上述利润分配规章制度的相关规定，注重对全体股东的分红回报，强化投资者回报机制，保证利润分配政策的连续性和稳定性。

（二）发行人董事、高级管理人员、控股股东、实际控制人对切实履行填补措施作出的承诺

公司全体董事、高级管理人员承诺：

1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

2、承诺对本人的职务消费行为进行约束。

3、承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

4、承诺由董事会或董事会薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、承诺拟公布的公司股权激励（如有）的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

6、本人将切实履行公司制定的有关填补回报措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

公司控股股东承诺：

1、慕腾投资在任何情况下不滥用控股股东地位，均不会越权干涉公司经营管理活动，不会侵占公司利益。

2、慕腾投资承诺全面、完整、及时履行公司制定的有关填补被摊薄即期回报的措施及慕腾投资对此作出的任何有关填补被摊薄即期回报的措施及承诺。若慕腾投资违反该等规定，给公司或其他股东造成损失的，慕腾投资愿意：

（1）在股东大会及中国证监会指定披露媒体作出公开解释并道歉；

（2）依法承担对公司和/或股东的补偿责任；

（3）无条件接受中国证监会和/或深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对慕腾投资作出的处罚或采取的相关措施。

3、若上述承诺适用的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则慕腾投资愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。

实际控制人承诺：

1、本人在任何情况下不滥用实际控制人地位，均不会越权干涉公司经营管理活动，不会侵占公司利益。

2、本人承诺全面、完整、及时履行公司制定的有关填补被摊薄即期回报的措施及本人对此作出的任何有关填补被摊薄即期回报的措施及承诺。若本人违反该等规定，给公司或其他股东造成损失的，本人愿意：

（1）在股东大会及中国证监会指定披露媒体作出公开解释并道歉；

（2）依法承担对公司和/或股东的补偿责任；

（3）无条件接受中国证监会和/或深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出的处罚或采取的相关措施。

3、若上述承诺适用的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。

八、关于未履行承诺的约束措施

（一）发行人关于未履行承诺的约束措施

发行人承诺将严格履行招股意向书披露的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施：

1、如果公司未履行招股意向书披露的承诺事项，将视情况通过公司股东大会、证券监督管理机构、深圳证券交易所指定途径披露未履行的具体原因，并向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

2、如果因公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法向投资者赔偿相关损失。在证券监督管理机构或其他有权部门认定公司招股意向书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等事项后十个工作日内，公司将启动赔偿投资者损失的相关工作。投资者损失根据与投资者协商确定的金额，或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定。

3、如该等已违反的承诺仍可继续履行，公司将继续履行该等承诺。

（二）控股股东关于未履行承诺的约束措施

公司控股股东承诺将严格履行首次公开发行股票招股意向书披露的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施：

1、如果慕腾投资未履行招股意向书披露的承诺事项，将视情况通过公司股东大会、证券监督管理机构、交易所指定途径披露未履行的具体原因，并向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

2、如果因慕腾投资未履行相关承诺事项，致使公司、投资者遭受损失的，慕腾投资将依法承担赔偿责任。

3、如果慕腾投资未承担前述赔偿责任，则慕腾投资持有公司股份在慕腾投资履行完毕前述赔偿责任之前不得转让，同时公司有权扣减慕腾投资所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。

4、慕腾投资在作为公司控股股东期间，公司若未履行招股意向书披露的承

诺事项，给投资者造成损失的，慕腾投资承诺依法承担赔偿责任。

5、如该等已违反的承诺仍可继续履行，慕腾投资将继续履行该等承诺。

（三）实际控制人关于未履行承诺的约束措施

公司实际控制人承诺将严格履行首次公开发行股票招股意向书披露的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施：

1、如果本人未履行招股意向书披露的承诺事项，将视情况通过公司股东大会、证券监督管理机构、交易所指定途径披露未履行的具体原因，并向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

2、如果因本人未履行相关承诺事项，致使公司、投资者遭受损失的，本人将依法承担赔偿责任。

3、如果本人未承担前述赔偿责任，则本人持有公司股份在本人履行完毕前述赔偿责任之前不得转让，同时公司有权扣减本人所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。

4、本人在作为公司实际控制人期间，公司若未履行招股意向书披露的承诺事项，给投资者造成损失的，本人承诺依法承担赔偿责任。

5、如该等已违反的承诺仍可继续履行，本人将继续履行该等承诺。

（四）董事、监事、高级管理人员关于未履行承诺的约束措施

公司全体董事、监事、高级管理人员承诺将严格履行首次公开发行股票招股意向书披露的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施：

1、如果本人未履行招股意向书披露的承诺事项，将视情况通过公司股东大会、证券监督管理机构、交易所指定途径披露未履行的具体原因，并向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

2、如果因本人未履行相关承诺事项，致使公司、投资者遭受损失的，本人将依法承担赔偿责任。

3、如果本人未承担前述赔偿责任，则本人持有公司股份在本人履行完毕前

述赔偿责任之前不得转让,同时公司有权扣减本人所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。

4、如该等已违反的承诺仍可继续履行,本人将继续履行该等承诺。

5、本人不会因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

九、关于申请首发上市企业股东信息披露的专项承诺

公司拟向中国证券监督管理委员会申请首次公开发行股票并上市,为满足中国证券监督管理委员会以及深圳证券交易所对首发上市企业股东信息的核查、披露等监管要求,公司特此承诺如下:

(一)本公司及本公司股东已及时向本次发行的中介机构提供了真实、准确、完整的资料,积极和全面配合了本次发行的中介机构开展尽职调查,依法在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息,履行了信息披露义务。

(二)本公司历史沿革上曾经存在的股权代持情形在本次提交首发申请前已依法解除,并已在招股意向书中披露其形成原因、演变情况、解除过程,前述股权代持不存在纠纷或潜在纠纷等情形。

(三)本公司直接或间接持股股东均具备法律法规规定的股东资格,不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有发行人股份的情形。

(四)本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份情形。

(五)本公司/本公司股东不存在以本公司股份进行不当利益输送情形。

(六)若公司违反上述承诺,将承担由此产生的一切法律后果。

十、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况

(一) 审计截止日后的生产经营情况未发生重大变化

财务报告审计截止日至本招股意向书签署日,公司总体经营情况良好,生产经营的内外环境未发生重大变化,公司所处行业产业政策、税收政策、行业周

期、公司业务模式及竞争趋势未发生重大变化；公司主要原材料采购规模及采购价格、主要产品生产规模、主要产品销售规模及销售价格、主要客户、主要供应商、重大合同条款及执行情况等未发生重大变化；未新增发生对公司未来经营可能产生重大影响的诉讼或仲裁事项、未发生重大安全事故及其他可能影响投资者判断的重大事项。

（二）2022 年一季度经审阅的业绩情况

根据致同会计师事务所(特殊普通合伙)出具的《审阅报告》(致同审字(2022)第 441A014142 号),公司 2022 年第一季度经审阅的主要会计报表项目与上年年末或同期比较情况如下:

单位: 万元

项目	2022 年 3 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	变动率
总资产	408,940.91	449,829.84	-9.09%
总负债	139,913.78	193,213.48	-27.59%
所有者权益	269,027.13	256,616.36	4.84%
项目	2022 年 1-3 月	2021 年 1-3 月	变动率
营业收入	124,477.27	124,232.48	0.20%
营业成本	68,450.12	68,356.25	0.14%
营业利润	14,980.28	17,170.96	-12.76%
利润总额	14,943.79	17,064.26	-12.43%
净利润	12,410.03	13,648.18	-9.07%
归属于母公司股东的净利润	12,410.03	13,648.18	-9.07%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	12,368.51	13,542.54	-8.67%
经营活动产生的现金流量净额	-31,205.48	-7,759.09	302.18%

由上表所示,公司截至 2022 年 3 月 31 日的所有者权益与 2021 年末相比有所增长,资产总额与负债总额有所下降。

2022 年 1-3 月,公司实现营业收入 124,477.27 万元,较上年同期增长 0.20%;公司归属于母公司股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司净利润金额分别为 12,410.03 万元和 12,368.51 万元,较上年同期下降 9.07%和 8.67%。

2022 年一季度以来，新冠疫情在上海、深圳、西安、吉林和香港等国内主要城市有所蔓延及反复，各地政府针对疫情区域采取不同程度的管控（封控）等措施，给所在区域门店经营和物流运输带来局部性、阶段性不利影响，导致公司一季度“3·21 世界睡眠日”“感恩节”等活动效果不及预期；且 3 月中下旬，公司华南生产基地所在地防疫政策要求停工封厂近一周时间，对生产经营活动和营业收入造成一定影响；上述原因综合导致公司 2022 年 1-3 月营业收入较上年同期仅增长 0.20%。

2022 年一季度公司扣除非经常性损益后归属于母公司净利润较上年同期减少 1,174.03 万元，同比下滑 8.67%，主要系 2022 年一季度营业收入增长未能有效覆盖期间费用中折旧摊销等固定支出金额的增长。报告期内，公司为满足日益提高的生产经营规模需求，不断扩大生产线等固定资产规模，固定资产折旧摊销金额等固定支出持续增长，使得 2022 年一季度期间费用中固定资产折旧摊销金额较同期增长 2,193.60 万元，导致公司 2022 年 1-3 月归属于母公司股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司净利润有所下降。

（三）2022 年上半年业绩预计情况

经初步测算，公司 2022 年 1-6 月主要经营业绩预计情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动率
营业收入	295,000-315,000	280,893.13	5.02%-12.14%
归属于母公司股东的净利润	31,000-35,000	32,640.23	-5.03%-7.23%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	30,600-34,600	32,135.14	-4.78%-7.67%

2022 年 1-6 月，公司营业收入预计为 295,000 万元至 315,000 万元，较上年同期增长 5.02%至 12.14%；归属于母公司股东的净利润预计为 31,000 万元至 35,000 万元，较上年同期变动-5.03%至 7.23%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润预计为 30,600 万元至 34,600 万元，较上年同期变动-4.78%至 7.67%。

公司预计 2022 年 1-6 月营业收入较去年同期有所增长，主要系公司通过积极丰富产品品类、深化与优化销售渠道布局，以及持续加大广告宣传与营销活动推广力度，进一步提高公司品牌知名度和影响力，推动销售规模的稳步增长。公司预计 2022 年 1-6 月净利润、扣非净利润与去年同期水平相近或略微下滑，主要系新冠疫情仍在国内多个城市有所反复，对所在区域门店经营和物流运输带来一定不利影响；同时，公司固定资产规模不断增长导致折旧摊销金额等固定支出快速增长，对净利润和净利率水平有所摊薄，但总体影响较小。

上述 2022 年上半年业绩情况系公司初步预计数据，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

第二章 本次发行概况

序号	项目	基本情况
1	股票种类	人民币普通股（A 股）。
2	每股面值	1.00 元人民币。
3	发行股数	公司本次拟向社会公众发行 4,001.00 万股的 A 股（具体以中国证监会核准的股票发行数量为准），本次发行完成后，公司公开发行的股份数将不低于本次发行后公司股份总数的 10%。本次发行不涉及公司原有股东公开发售股份。
4	每股发行价格	【】元/股
5	发行后每股收益	1.69 元/股（以 2021 年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润和发行后总股本计算）
6	发行前市盈率	【】倍（每股收益按照 2021 年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行前总股本计算）。
	发行后市盈率	【】倍（每股收益按照 2021 年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）。
7	发行前每股净资产	7.13 元/股（以 2021 年 12 月 31 日经审计的净资产和发行前总股本计算）。
8	发行后每股净资产	【】元/股（以 2021 年 12 月 31 日经审计的净资产加上预计募集资金净额和发行后总股本计算）。
9	市净率	【】倍（按每股发行价格除以本次发行前每股净资产计算）。
		【】倍（按每股发行价格除以本次发行后每股净资产计算）。
10	发行方式	本次发行采取网下投资者询价配售与网上资金申购定价发行相结合的方式，或中国证监会等监管机关认可的其他发行方式。
11	发行对象	本次发行对象为符合资格的网下投资者及在深交所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）或中国证监会规定的其他对象。
12	承销方式	余额包销。
13	募集资金总额	【】万元。
14	预计募集资金净额	【】万元。
15	发行费用概算	共计 8,044.55 万元（不含税）。其中：（1）保荐及承销费用 5,700.00 万元；（2）审计、验资费用 1,030.00 万元；（3）律师费用 690.09 万元；（4）用于本次发行的法定信息披露费用 537.74 万元；（5）发行手续费及其他费用等 86.72 万元。

注：1、上述发行费用均为不含税金额；

2、本次发行各项费用根据发行结果可能会有调整。

第三章 发行人基本情况

一、发行人概况

中文名称	慕思健康睡眠股份有限公司
英文名称	De Rucci Healthy Sleep Co.,Ltd.
注册资本	36,000.00 万元
法定代表人	王炳坤
成立日期	2007 年 4 月 30 日
住所	广东省东莞市厚街镇厚街科技大道 1 号
邮政编码	523900
电话	0769-85035088
传真	0769-85058188
互联网网址	https://www.derucci.com
电子邮箱	derucci-2021@derucci.com
经营范围	一般项目：家具制造；家具销售；家具零配件生产；家具零配件销售；家居用品制造；家居用品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；家具安装和维修服务；电子测量仪器销售；针纺织品销售；日用化学产品销售；家用纺织制成品制造；非居住房地产租赁；物业管理；机械设备租赁；企业管理咨询；软件开发；软件销售；信息技术咨询服务；家用电器研发；家用电器销售；家用电器制造；智能家庭消费设备制造；智能家庭消费设备销售；物联网设备制造；物联网设备销售；数据处理服务；数据处理和存储支持服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：货物进出口；检验检测服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）

二、发行人设立情况

（一）设立方式

2020 年 8 月 20 日，慕思有限股东会一致同意以截至 2020 年 5 月 31 日经审计的慕思有限净资产 102,446.68 万元为基础，按 1:0.3124 的比例折股整体变更为股份公司，折股后股份公司股本为 32,000 万股，各股东（即发起人）的持股比例不变。

2020年9月4日，股份公司召开创立大会暨第一次股东大会，同意慕思有限整体变更为股份有限公司。根据致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》（致同验字（2020）第441ZC00298号）验证：截至2020年9月4日，各发起人以慕思有限截至2020年5月31日的净资产102,446.68万元中的32,000万元折为股本32,000万股，其余70,446.68万元作为资本公积，各发起人均已缴足其认购的股份。

2020年9月10日，股份公司完成了整体变更的工商变更登记，并领取了股份公司的《营业执照》（统一社会信用代码：914419006614893337）。

（二）发起人

股份公司设立时，公司的股权结构情况如下：

序号	股东/发起人	持股数量（万股）	持股比例
1	慕腾投资	15,000.00	46.88%
2	王炳坤	7,305.00	22.83%
3	林集永	7,305.00	22.83%
4	慕泰投资	2,000.00	6.25%
5	姚吉庆	390.00	1.22%
合计		32,000.00	100.00%

（三）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人由慕思有限整体变更设立，承继了慕思有限的全部资产、负债和权益。公司改制设立时主要从事床垫、床架、床品和其他健康睡眠产品的研发、生产与销售，公司拥有的主要资产与实际从事的主要业务在公司整体变更设立前后未发生重大变化。

三、发行人股本情况

（一）本次发行前及发行后的股本情况

本次发行前公司总股本 36,000.00 万股，本次拟向社会公开发行股票数量 4,001.00 万股，本次公开发行股份数量占发行后总股本的比例不低于 10%。以本

次发行 4,001.00 万股计算，本次发行前后发行人的股本结构如下：

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量 (万股)	持股比例	持股数量 (万股)	持股比例
1	慕腾投资	15,000.00	41.67%	15,000.00	37.50%
2	王炳坤	7,305.00	20.29%	7,305.00	18.26%
3	林集永	7,305.00	20.29%	7,305.00	18.26%
4	慕泰投资	2,000.00	5.56%	2,000.00	5.00%
5	红星美凯龙	900.00	2.50%	900.00	2.25%
6	红杉璟瑜	720.00	2.00%	720.00	1.80%
7	华联综艺	590.00	1.64%	590.00	1.48%
8	欧派投资	540.00	1.50%	540.00	1.35%
9	姚吉庆	390.00	1.08%	390.00	0.98%
10	龙袖咨询	360.00	1.00%	360.00	0.90%
11	吴业添	180.00	0.50%	180.00	0.45%
12	张志安	180.00	0.50%	180.00	0.45%
13	李海燕	130.00	0.36%	130.00	0.33%
14	陈德光	100.00	0.28%	100.00	0.25%
15	洪天峰	100.00	0.28%	100.00	0.25%
16	林健永	100.00	0.28%	100.00	0.25%
17	王醒波	100.00	0.28%	100.00	0.25%
18	社会公众股	-	0.00%	4,001.00	10.00%
	合计	36,000.00	100.00%	40,001.00	100.00%

（二）前十名股东持股情况

本次发行前，公司前十大股东持股情况如下所示：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例
1	慕腾投资	15,000.00	41.67%
2	王炳坤	7,305.00	20.29%
3	林集永	7,305.00	20.29%
4	慕泰投资	2,000.00	5.56%
5	红星美凯龙	900.00	2.50%
6	红杉璟瑜	720.00	2.00%
7	华联综艺	590.00	1.64%
8	欧派投资	540.00	1.50%
9	姚吉庆	390.00	1.08%
10	龙袖咨询	360.00	1.00%
合计		35,110.00	97.53%

（三）前十名自然人股东及其在公司的任职情况

公司前十名自然人股东及其在公司任职情况如下：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例	在发行人处任职情况
1	王炳坤	7,305.00	20.29%	董事长、总经理
2	林集永	7,305.00	20.29%	董事
3	姚吉庆	390.00	1.08%	副董事长、副总经理
4	吴业添	180.00	0.50%	未任职
5	张志安	180.00	0.50%	未任职
6	李海燕	130.00	0.36%	未任职
7	陈德光	100.00	0.28%	外部法律顾问
8	洪天峰	100.00	0.28%	外部战略顾问
9	林健永	100.00	0.28%	未任职
10	王醒波	100.00	0.28%	未任职
合计		15,890.00	44.14%	-

（四）国有股份和外资股份、股东中战略投资者情况

截至招股意向书签署日，本公司不存在国有股份和外资股份，公司股东中无战略投资者。

（五）最近一年新增股东的情况

截至招股意向书签署日，公司申报前最近一年新增股东 12 名，其中机构股东 5 名，自然人股东 7 名，具体情况如下：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例
1	红星美凯龙	900.00	2.50%
2	红杉璟瑜	720.00	2.00%
3	华联综艺	590.00	1.64%
4	欧派投资	540.00	1.50%
5	龙袖咨询	360.00	1.00%
6	吴业添	180.00	0.50%
7	张志安	180.00	0.50%
8	李海燕	130.00	0.36%

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例
9	陈德光	100.00	0.28%
10	洪天峰	100.00	0.28%
11	林健永	100.00	0.28%
12	王醒波	100.00	0.28%
合计		4,000.00	11.11%

上述新增股东的基本情况如下：

1、红星美凯龙

红星美凯龙成立于 2007 年 6 月 18 日，为上海证券交易所和香港证券交易所上市公司，其股票代码为 601828.SH 和 01528.HK，法定代表人为车建兴。

2、红杉璟瑜

红杉璟瑜成立于 2019 年 5 月 29 日，注册资本为 16,000.00 万元，执行事务合伙人为红杉雅尚（厦门）股权投资合伙企业（有限合伙），其合伙人情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例	出资人类型
1	红杉时尚科技产业股权投资基金(厦门)合伙企业（有限合伙）	10,600.00	66.25%	有限合伙人
2	深圳红杉悦辰投资合伙企业(有限合伙)	5,300.00	33.13%	有限合伙人
3	红杉雅尚（厦门）股权投资合伙企业（有限合伙）	100.00	0.63%	普通合伙人
合计		16,000.00	100.00%	

经核查，红杉璟瑜已办理私募基金备案，基金编号为 SNF362，基金类型为股权投资基金，其基金管理人为红杉资本股权投资管理（天津）有限公司（登记编号：P1000645）。

3、华联综艺

华联综艺成立于 2000 年 5 月 30 日，注册资本为 60.50 万元，法定代表人为汪林朋，深圳证券交易所上市公司居然之家（股票代码为 000785.SZ）现任董事长。华联综艺主要股东情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	北京中天基业商业管理有限公司（曾用名：北京中天基业投资管理有限公司）	60.00	99.17%
2	杨芳	0.50	0.83%
合计		60.50	100.00%

（1）北京中天基业商业管理有限公司

企业名称	北京中天基业商业管理有限公司
主要经营场所	北京市东城区东直门南大街甲3号20层2010号
法定代表人	汪林朋
统一社会信用代码	91110108801705887R
公司类型	有限责任公司（自然人独资）
成立日期	2000年08月10日
注册资本	2,000.00万元
经营期限	2000年08月10日至2030年08月09日
股东构成	汪林朋持有100.00%股权
经营范围	企业管理；组织展览展示活动；销售针纺织品、百货、机械设备、电器设备、仪器仪表、电子计算机。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

4、欧派投资

欧派投资成立于2017年10月10日，注册资本为10,000.00万元，法定代表人为姚良柏，其主要股东情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	欧派家居	10,000.00	100.00%
合计		10,000.00	100.00%

欧派家居成立于1994年7月1日，为上海证券交易所上市公司，股票代码为603833.SH，法定代表人为姚良松。

5、龙袖咨询

龙袖咨询成立于2020年11月19日，注册资本为5,300.00万元，法定代表人为车建芳，其主要股东情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	车建芳	3,710.00	70.00%
2	车玉梅	986.39	18.61%
3	车平平	530.00	10.00%
4	周军	73.61	1.39%
合计		5,300.00	100.00%

其中，股东车建芳为红星美凯龙现任董事、副总经理，与红星美凯龙实际控制人车建兴系兄妹关系；车玉梅为红星美凯龙实际控制人车建兴的亲属；车平平为红星美凯龙实际控制人车建兴的亲属；周军为红星美凯龙投资总监。

6、吴业添

吴业添，男，中国国籍，居民身份证号码为：35052519720507****。2015年1月至今，为自由职业。

7、张志安

张志安，男，中国国籍，居民身份证号码为：44142719831012****。2016年1月至今，任欧派家居集团股份有限公司投资主管、欧派投资监事。

8、李海燕

李海燕，女，中国国籍，居民身份证号码为：42212119670826****。2015年1月至今，为自由职业。

9、陈德光

陈德光，男，中国国籍，居民身份证号码为：44190019720511****。2015年1月至今，任广东凯略律师事务所主任。

10、洪天峰

洪天峰，男，中国国籍，居民身份证号码为：42010619660618****。2015年1月至今，任上海方广投资管理有限公司执行董事。

11、林健永

林健永，男，中国国籍，居民身份证号码为：44190019760516****，系实际

控制人林集永之兄弟。2015 年至今，任惠州市金海湾嘉华度假酒店有限公司董事。

12、王醒波

王醒波，男，中国国籍，居民身份证号码为：44252719641026****，系实际控制人王炳坤之兄弟。2015 年至 2018 年 8 月，为自由职业；2018 年 9 月至今，任东莞市慕思健康睡眠酒店有限公司执行董事、经理。

13、新增股东入股原因、入股价格及定价依据及与发行人相关人员的关联关系

序号	股东姓名	入股原因	入股价格 (元/股)	定价依据	股东间关系
1	红星美凯龙	看好 发行 人未 来发 展前 景	14.50	根据增资 后 52.20 亿 元的估值 协商定价	龙袖咨询的实际控制人车建芳系红星美凯龙的董事、副总经理，与红星美凯龙实际控制人车建兴系兄妹关系；龙袖咨询合伙人车玉梅系红星美凯龙实际控制人车建兴的亲属，合伙人车平平系红星美凯龙实际控制人车建兴的近亲属，合伙人周军系红星美凯龙家居产业投资部投资总监；吴业添持有红星美凯龙控股子公司红星喜兆投资有限公司 10%的股权
2	龙袖咨询				
3	吴业添				
4	红杉璟瑜				无
5	欧派投资				张志安系欧派投资的监事，目前就职于欧派投资母公司欧派家居。
6	张志安				
7	华联综艺				华联综艺执行董事汪林朋系 A 股上市公司居然之家的实际控制人；李海燕配偶方汉苏系居然之家控股股东北京居然之家投资控股集团有限公司的董事、经理
8	李海燕				慕泰投资合伙人，持有慕泰投资 0.69%的财产份额
9	陈德光				
10	洪天峰				无
11	林健永				发行人实际控制人之一林集永的兄弟

序号	股东姓名	入股原因	入股价格 (元/股)	定价依据	股东间关系
12	王醒波				发行人实际控制人之一王炳坤的兄弟

除上述关联关系外，新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排，新增股东不存在股份代持的情形。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，公司各股东间的关联关系及其持有公司股份比例情况如下：

序号	股东名称/姓名	关联关系	直接持股比例	间接持股比例
1	慕腾投资	1、王炳坤和林集永系一致行动人； 2、王炳坤和林集永分别持有慕腾投资 50.00%和 50.00%的股权； 3、王炳坤和林集永分别持有慕泰投资 24.53%和 24.53%的合伙企业份额，且均为普通合伙人。	41.67%	-
	王炳坤		20.29%	22.20%
	林集永		20.29%	22.20%
	慕泰投资		5.56%	-
2	红星美凯龙	龙袖咨询的实际控制人车建芳系红星美凯龙的董事、副总经理，与红星美凯龙实际控制人车建兴系兄妹关系。	2.50%	-
	龙袖咨询		1.00%	-
3	欧派投资	张志安系欧派投资监事，目前就职于欧派投资母公司欧派家居。。	1.50%	-
	张志安		0.50%	-
4	慕泰投资	陈德光持有慕泰投资 0.69%的股权。	5.56%	-
	陈德光		0.28%	0.04%
5	王炳坤	王炳坤和王醒波系兄弟关系。	20.29%	22.20%
	王醒波		0.28%	-
6	林集永	林集永和林健永系兄弟关系。	20.29%	22.20%
	林健永		0.28%	-

（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

参见招股意向书“重大事项提示”之“一、股份流通限制及自愿锁定承诺”。

（八）关于公司股东情况的承诺

针对公司股东情况，本公司承诺如下：

1、本公司及本公司股东已及时向本次发行的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行的中介机构开展尽职调查，依法在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务。

2、本公司历史沿革上曾经存在的股权代持情形在本次提交首发申请前已依法解除，并已在招股意向书中披露其形成原因、演变情况、解除过程，前述股权代持不存在纠纷或潜在纠纷等情形。

3、本公司直接或间接持股股东均具备法律法规规定的股东资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有发行人股份的情形。

4、本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份情形。

5、本公司/本公司股东不存在以本公司股份进行不当利益输送情形。

6、若公司违反上述承诺，将承担由此产生的一切法律后果。

四、发行人主营业务、主要产品及其变化情况

（一）发行人主营业务情况

公司主要从事健康睡眠系统的研发、生产和销售，主要产品包括中高端床垫、床架、床品和其他产品，其中床垫为公司核心产品。公司自成立以来，一直秉承“让人们睡得更好”的企业使命，专注于人体健康睡眠研究，不断通过设计、材料和智能科技创新实现产品矩阵的迭代升级，真正实现让“床适应人”来提高人们睡眠质量。公司十分重视健康睡眠理念的推广，通过极具辨识度的“老人形象”品牌视觉锤向广大消费者传递公司专业和专注的工匠精神，“慕思”品牌已深入人心，慕思床垫在国内市场销售排名第一。¹

公司已建成以“经销为主，直营、直供、电商等多种渠道并存”覆盖全国的多元化、全渠道销售网络体系。公司通过经销、直营渠道发展了覆盖国内 500 余个

¹ 全国性家居建材综合商场红星美凯龙、居然之家提供的销售排名数据。

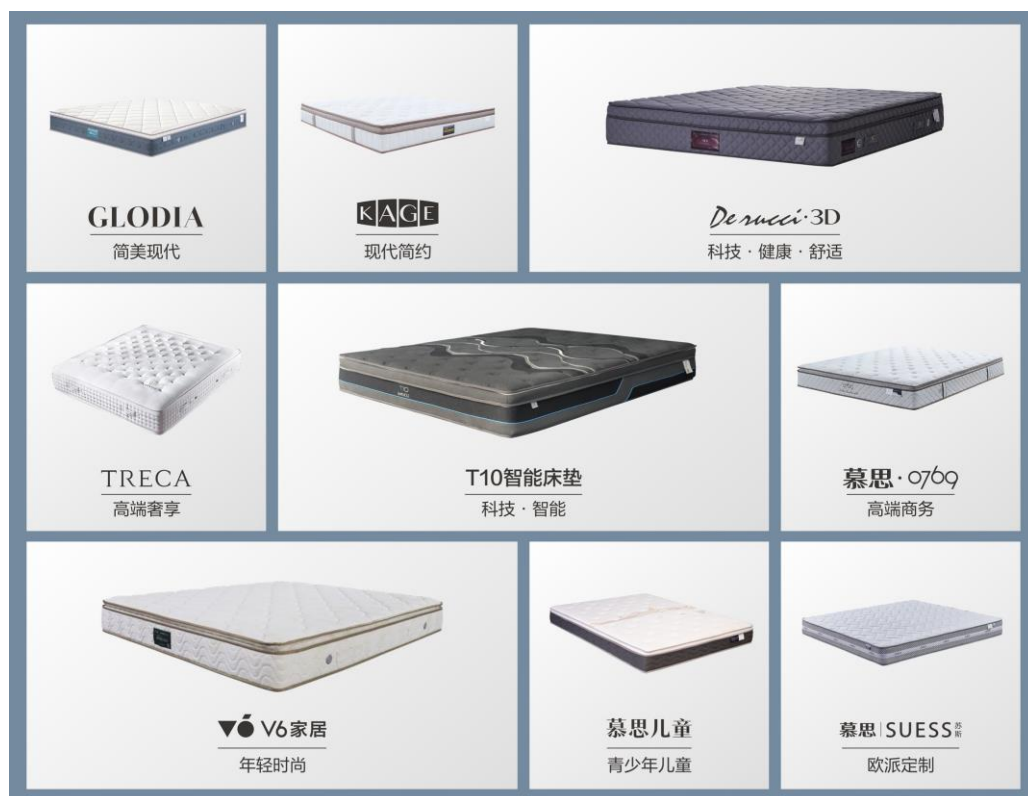
城市、1,900 余家经销商和 4,900 余家专卖店的完善线下终端销售网络，专卖店除覆盖境内主要 KA 卖场且占据卖场有利位置外，还在澳大利亚、美国、意大利、德国等 20 多个国家或地区设有专卖店；公司不断尝试与产业链相关定制家具、家纺、建材和酒店管理等知名品牌企业进行强强合作，积极拓宽产品销售市场的导流入口，成功建立“欧派”和“锦江”等直供合作模式。同时，通过“天猫”和“京东”等知名电商平台开展线上销售。

（二）发行人主要产品

1、主要产品类别和图示

（1）床垫

床垫是公司的核心产品。公司根据不同人群身体特点和睡眠习惯，构建了完整的中高端及年轻时尚品牌矩阵，满足消费者“量身定制”的产品需求。



（2）床架

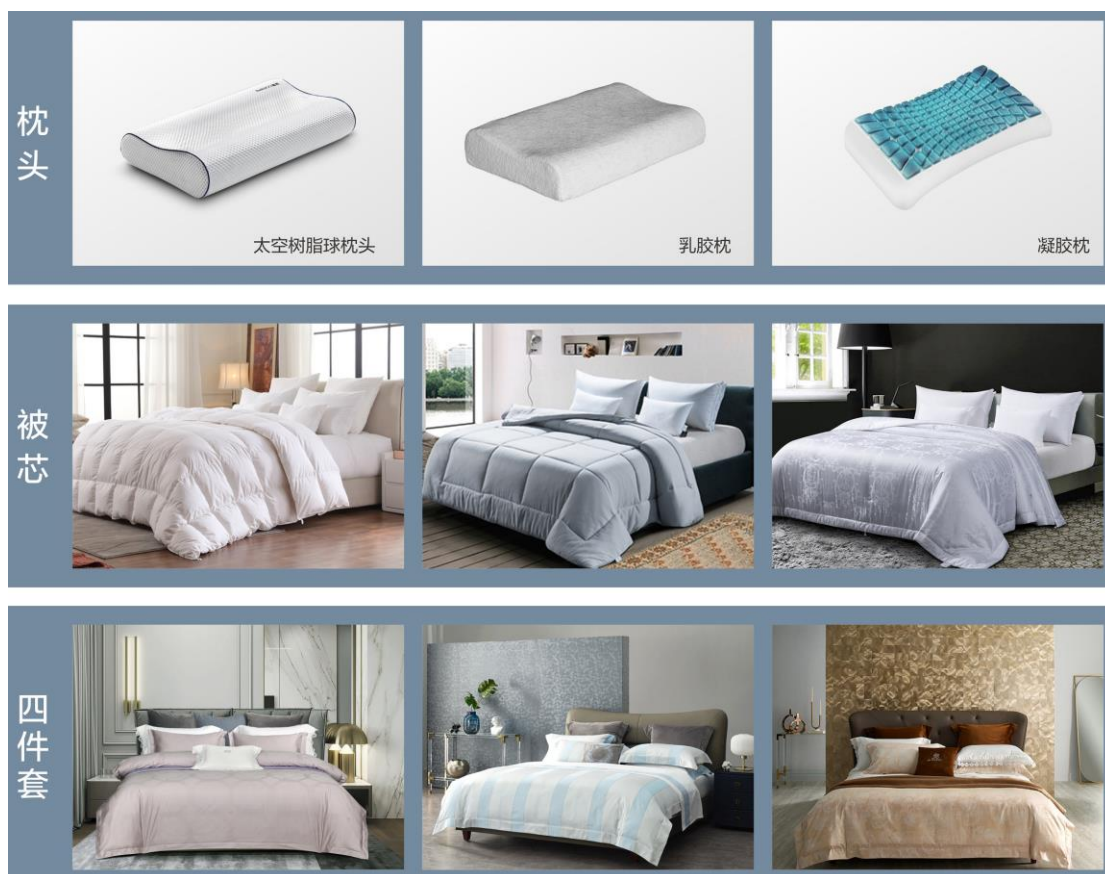
床架并不是简单支撑床垫，而是从整体风格、外在质感、视觉美学等多方面营造睡眠场景，并结合人体工程学原理，通过排骨架对床垫的调节，达到身体曲

线与床垫完美贴合支撑，从而减少用户翻身次数，提高深度睡眠时间的作用，是改善睡眠质量的重要功能产品。



(3) 床品

公司床品旨在让消费者享受完整的健康睡眠系统，品味高端质感生活，配套床垫和床架产品而推出的枕芯、被芯和四件套产品。



(4) 其他产品

公司其他产品涵盖以按摩椅为主的助眠类产品和以沙发、桌椅为主的客卧配套类产品。



2、主要产品收入构成

报告期内，公司主要产品的销售收入构成情况如下：

单位：万元

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
床垫	321,899.12	50.17%	239,628.14	54.22%	225,146.61	59.01%
床架	179,314.52	27.95%	117,243.87	26.53%	88,774.12	23.27%

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
床品	50,474.35	7.87%	43,148.85	9.76%	36,408.50	9.54%
其他	89,929.70	14.02%	41,939.28	9.49%	31,209.10	8.18%
合计	641,617.69	100.00%	441,960.15	100.00%	381,538.33	100.00%

报告期内，公司产品以床垫和床架为主，两者合计销售金额占主营业务收入的比重分别为 82.28%、80.75%和 78.12%。

（三）主要经营模式

报告期内，公司主要经营模式未发生重大变化。

1、采购模式

公司主要采用“以产定采”的直接采购模式，公司采购的原材料主要包括面料、海绵、皮料、钢线、乳胶、3D 棉等。

公司建有供应商质量管理体系，对关键供应商的相关资质及质量保证能力进行审核认证，以确保供应商能够持续稳定保质保量供应所需的物料。同时公司对供应商进行质量管理辅导，指导其建立符合要求的适用的质量管理体系，提升供应商的整体质量机能。对生产周期长且易发生质量问题的关键物料实施 EQC 前置检验与控制，确保及时发现问题、解决问题和预防问题。经公司验收合格的供应商，公司将与其签署《购销合作协议》，明确采购的产品种类、质量标准 and 结算方式等要求。

公司生产计划部门（PMC）负责制定周或者月度物料需求计划并输入物料需求计划系统（MRP）；物料需求计划系统根据生产计划、物料清单、库存记录和材料在途等情况计算并自动生成具体物料申购需求；公司采购部根据申购需求，结合供应商的报价和评分等因素向合格供应商分配采购额度并下达《订购单》，明确采购的数量、价格、交货时间等具体条款。原材料送达后，公司品质管理部负责对原材料进行检测、验收，物流部负责原材料的入库和管理。

为提高采购效率，公司不断提升信息化水平。公司已逐步建成客户关系管理系统（CRM）、企业管理解决方案系统（SAP）、生产排程管理系统（APS）、物

流需求计划（MRP）、制造执行系统（MES）、仓储管理系统（WMS）、仓储控制系统（WCS）等信息系统，打通了销售、财务、排产、采购、生产、库存、物流等全流程环节，实现供应链整体效率的提升。

2、生产模式

公司采用“以销定产为主，备货生产为辅”的生产模式。以销定产是指公司获取客户订单后，对众多客户订单的要求和交货期进行汇集分析后，再安排最优生产计划，采用此种方式一方面能满足客户定制化需求，另一方面可减少公司备货库存，降低生产成本和资金占用，公司床垫类产品从接收订单到生产出库大约需要 9-15 天。备货生产是指公司为平衡产销矛盾而提前生产常规标准产品的库存生产方式，采用此种方式不仅有利于平衡促销和节假日销售旺季带来的产能不足问题，而且更能满足电商平台等客户对交货时间的要求，保障产品有效供给，节约交货周期。

公司的产品以自主生产为主，部分产品或半成品进行 OEM/ODM 生产或委外加工。

（1）自主生产

目前公司的床垫、床架等产品基本为自主生产。公司生产计划部门（PMC）根据销售订单或者每个月滚动订单预测编制生产计划，生产部门按照生产计划的任务，严格按照公司产品质量要求组织进行生产，生产过程主要由公司及子公司生产部门执行。

（2）OEM/ODM 生产

目前公司 OEM/ODM 生产的产品主要为配套类产品（按摩椅、排骨架等）以及为缓解产能不足委托第三方进行生产的床垫类产品，公司 OEM/ODM 的产品通过选择知名供应商贴牌“慕思”进行生产，并交由公司统一销售。

（3）委外加工

当公司自有产能无法满足需求或部分特殊工序无法自主生产时，公司会将生产过程中涉及的部分生产工序委托至第三方进行加工生产，公司委外加工的产品

包括床品、涂装类床头柜等。在委外加工的模式下，公司向第三方提供产品主材和生产要求，并要求第三方按照公司要求进行加工。

（4）对 OEM/ODM 和委外加工产品的质量管控

公司对 OEM/ODM 生产商和委外加工商执行严格的供应商质量管理体系，并对其相关资质及质量保证能力进行审核认证。公司对 OEM/ODM 和委外加工产品的管控与自主生产的产品在设计要求、工艺流程、材料选取、质量标准等方面完全一致。为保证产品的质量，公司委派质检人员对其生产过程进行现场监督。对已经完成的产品，公司品质管理部负责对其进行检测、验收，验收合格后才能入库。

3、销售模式

公司已建成以“经销为主，电商、直供、直营等多种渠道并存”覆盖全国的多元化、全渠道销售网络体系。

报告期内，公司各销售渠道收入及占主营业务收入的比重如下：

单位：万元

销售渠道	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销	439,680.01	68.53%	305,070.05	69.03%	270,296.37	70.84%
直营	44,036.99	6.86%	34,423.40	7.79%	48,359.77	12.67%
直供	65,998.57	10.29%	38,618.35	8.74%	16,416.93	4.30%
电商	87,817.43	13.69%	60,579.08	13.71%	43,558.17	11.42%
其他	4,084.68	0.64%	3,269.27	0.74%	2,907.08	0.76%
合计	641,617.69	100.00%	441,960.15	100.00%	381,538.33	100.00%

（1）经销渠道

经销是公司最主要的销售渠道，是指公司通过招商模式，引入优质的合作伙伴，与公司签订《经销代理合同》。经销门店地址由经销商自行选择并经公司确认，经销商按照公司统一的门店装修标准进行装修。经销门店人员配置由经销商自行决定，但需满足公司对经销店人员配置的细节要求，经销商门店主要以红星美凯龙、居然之家等商场的店中店和睡眠体验馆的形式为主。

①业务模式

经销是软体家具行业普遍采用的销售模式。产品终端客户为个人消费者，客户呈现数量多，区域分布广，单次采购量低等特点，通过经销模式更有利于公司简化公司管理，并充分发挥经销商覆盖面更广和就近服务消费者的优势，增强公司市场的开发和渗透能力。

公司通过《慕思经销商手册》对经销商进行统一管理。公司每年与经销商签订经销框架协议，约定代理的品牌、销售的区域、目标、权利、义务等条款。公司与经销商为买断式销售，经销商通过公司客户关系管理系统（CRM）下达订单，除少量特批客户外，公司采用“全款下单”的结算模式。

②经销商基本情况

经过长期的发展，公司已逐步形成一批合作稳定、市场开拓能力良好的经销商。报告期内经销商的数量变动情况如下：

单位：个

类型	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期初	1,401	1,179	1,018
新增	660	340	210
退出	155	118	49
期末	1,906	1,401	1,179

报告期内，公司积极推动渠道下沉，大力开拓区、县级城市，经销商数量不断增加。同时，公司每年存在一定数量的经销商退出的情况，一是部分经销商未满足公司的考核要求或者违反公司的管理规定而被公司主动淘汰；二是部分经销商自身原因选择放弃经销权。经销商退出后，公司将在该区域重新招募新的经销商代替。

③经销商管理

公司具备完整、系统、全面的经销商管理体系，涵盖全套的经销商管理制度及流程（含招商制度、经销商的转让与淘汰、经销商星级认证、经销补贴、业绩考核激励、经销商经营公约政策等），并打造了经销商赋能辅导体系、标准的门店运营管理体系、金管家服务运营体系，终端培训体系，通过统一策划全国性

IP 营销活动，不断提升品牌形象。

A 招商制度

公司通过品牌宣传、大型家居展会、实地拜访、客户转介绍等多种形式招募经销商。公司招商过程中对招商地域与网点布局进行严格把控，在保证门店覆盖效率的同时，避免经销商之间的重复竞争。由公司负责为尚未有经销商的空白区/县进行统一招商，单一品牌在单一区/县级行政区划内仅授权一家独家经销商，原则上新加盟经销商门店与老经销商门店需保持 10 公里以上的距离。公司根据经济发展水平、市场开发程度将全国市场按照行政地域划分为特级到六级共七级分类，公司对不同级别市场内经销商在当地的开店数量、门店形态及门店面积均有严格要求。

公司对经销商实行严格的准入管理，从价值观、过往经验、资金实力、经营团队、计划门店选择等多个维度进行考核，具体的标准包括：（1）认可公司的企业文化和核心价值观；（2）有相关行业的销售经验并达到一定的提货额；（3）拥有一定的资金实力和风险承受能力；（4）有专门负责公司品牌的团队及职业经理人；（5）计划经营的专卖店符合公司的选址、数量、面积等要求。新申请加入的经销商必须通过公司的面试及培训考核后才可经营，并需在规定的时间内落实店面位置，公司对专卖店的装修、产品摆放、开店活动、品牌拓展均有相关的要求、考察和验收机制。

公司对已经代理公司品牌系列的经销商原则上不允许代理其他软体品牌，一经发现取消其代理的公司全部品牌系列；同时，公司对不同级别市场内的经销商提货额、门店人员配置、品牌代理数量等均有严格要求。

B 经销商的转让与淘汰

经销权转让与淘汰分为经销商自愿放弃经销、公司劝退转让以及公司清理转让三种情形；同时对于停业三个月或连续三个月未提货的区域，公司有权直接取消该经销商资格并按空白市场重新招商。

a. 经销商自愿放弃经销

经销商由于自身原因，不愿意继续代理公司品牌，经向公司申请批准后进行

转让。

b. 劝退转让

公司劝退转让一般适用于业绩不达标的经销商。公司对经销商执行严格的末位淘汰制度，各品牌根据不同级别市场按照提货额业绩、提货额目标完成率、提货额增长率等维度设置不同的考核条件，排名倒数的经销商，公司经其列入淘汰范围。

c. 公司清理转让

公司清理转让适用于公司市场清理、重大违法违规经销商。公司对经销商进行不定期的巡查、评价，对综合评价较差的经销商，公司经核实后将予以淘汰。公司对经销商的评价主要从业绩完成率、人员编制、经营投入、营销活动、开店情况（数量、面积、选址等）、配套服务、价值观（弄虚作假、跨区销售等）等多个维度进行考核。

C 经销商星级认证

经销商 4S（销售（Sale）、展示（Show）、服务（Service）、信息（Survey））星级认证是公司对经销商专卖店持续打造的一整套标准化的门店管理体系。凭借多年的发展，公司对专卖店在店面 SI/VI 标准、员工形象、店面环境、商品展示、IP 活动筹划、金管家服务、渠道开拓、目标管理、培训体系、数据管理、督导系统等方面已形成一套完善的门店经营指导体系，可为经销商提供全方位的指导与规范，并通过组织 4S 的赋能培训及 4S 样板市场打造，加强对经销商的帮扶和赋能，提升经销商 4S 终端运营水平。

公司对专卖店制定了相应的评价考核机制，对应不同的检查项目和标准。4S 认证管理部门和销售部共同负责经销商 4S 星级认证工作。对于特级、一级和二级市场，所有经销商按照三星认证进行考核；三到六级市场经销商按照二星认证进行考核；星级每上升或下降一星，则在基准提货价基础上相应上涨或下降一定比例。

D 培训体系

为更好地提升终端销售技能，公司搭建了完善的终端培训体系，建有专业的销售培训团队，并根据经理人、店长、员工等不同层级的人员开设不同的针对性的专业培训课程，培训项目涉及到新经销商培训、全国睡眠顾问培训、全国卓越店长培训、全国新学员培训、全国经销商赋能、店长及职业经理人培训、战略产品培训等。

E 配套服务

“客户满意，整合创新，合作共赢”，是公司的核心价值观。为保障客户服务质量和效率，确保为用户提供方便、快捷、可靠的五星级服务，公司不断打造及完善服务质量管理及服务运营体系，要求经销商需要根据市场级别为一定数量的客户提供售后服务，并配备对应数量的服务车、护理机及专职服务人员。公司根据经销商每月提供深度护理服务的数量和客户回访满意度对经销商提货提供折扣。

同时，公司制定消费者满意度考评机制。总部客户服务部通过电话回访和调查终端消费者来获取客户满意度数据，结合消费者投诉率对经销商进行满意度考评，如果消费者满意度低于某个程度或消费者投诉数量过高，公司将对经销商采取提货加价的处罚。

④经销商销售价格管理

为了规范公司产品终端销售价格，提升公司的品牌形象，公司根据产品定位、行业内竞争产品的价格段、市场价格需求，并结合经销商的利润空间制定了《价格册》，确定产品终端建议零售价。同时，公司通过市场走访、不定期巡查等多种手段严查经销商窜货、扰乱市场价格秩序的行为。

⑤经销商补贴

公司设立了多种形式的经销商补贴，从门店装修、广告投放、主动营销、促销活动等多方面对经销商给与支持，激励经销商积极开展营销活动。

A.装修补贴

公司每年制定相应的装修补贴政策，根据经销商代理的品牌、店铺位置、店

铺面积、所在城市等级等因素设定补贴标准,补贴标准在不同的年度会有所不同。在经销商达到设定补贴标准要求后,公司给予经销商装修补贴。装修补贴按经销商在当年度新开立的店铺面积计算,补贴区间为 400 元/m²-1,600 元/m²。

公司市场中心对经销商装修门店的面积、风格 and 标准进行复核,并在装修过程中进行持续监督和最终验收,以确保装修门店面积的准确性和装修标准符合发行人的统一要求。

B.广告补贴

公司每年制定相应的广告补贴政策,对于形象广告、大型 IP 活动广告、主动营销及开业活动广告、明星活动广告、其他临时性活动广告及奖励类广告等 6 种广告,经销商在广告投放后可以向发行人申请补贴。公司根据经销商所投放的广告价位、位置、业绩等情况进行综合评价,对于不同类型的广告补贴给予不同的补贴比例,原则上补贴比例不超过广告投放金额的 60%。

C.主动营销补贴

主动营销由经销商向公司提出申请并批准后,公司派出专业的营销团队前往经销商城市协助经销商开展营销活动。营销团队协助经销商开展市场调研、物料准备、活动策划、人员培训等准备工作,全方位的协助经销商拓展市场。主动营销中的费用公司将按照一定的比例进行分担。

D.其他补贴

除广告补贴与装修补贴外,公司还根据具体的活动方案或补贴申请给予经销商活动补贴。

⑥经销商业绩激励

公司每年制定不同的业绩激励政策,主要分为如下三类:

A.年度提货目标激励

公司根据经销商所代理的品牌、城市等级、目标完成率、业绩增长率、消费者满意度指数等因素综合计算。在经销商达成提货目标后,给予返点激励或提货价格系数优惠,对于未完成提货目标的经销商,给予负返点激励或提高提货价格

系数。

B.活动考核激励

主要是与营销活动相关的考核激励。公司在营销活动举行时，相应的制定与营销活动相关的考核激励政策，根据在营销活动举办期间的经销商提货金额、达成率、提货种类、提货配套率、提货排名等因素综合计算，给予经销商返点激励或负返点激励。

C.经销商分成返利

根据电商、直供渠道的销售区域分布、销售金额等因素综合计算，给予对应区域的经销商返点补偿。

(2) 直营渠道

直营渠道由公司直接投资设立直营门店，公司派出人员进行管理，通过直营门店将产品销售给终端消费者，公司自负盈亏。报告期内，公司在东莞、广州、深圳、上海、北京和香港、美国、德国、意大利设有直营门店。公司直营渠道的销售收入以境内为主，各报告期末，公司直营门店的情况如下：

单位：个、万元

区域	2021 年度/末		2020 年度/末		2019 年度/末	
	数量	销售金额	数量	销售金额	数量	销售金额
境内	137	39,480.29	85	30,757.20	95	43,560.95
境外	8	4,556.70	12	3,666.20	13	4,798.82
合计	145	44,036.99	97	34,423.40	108	48,359.77

公司对直营渠道执行与经销渠道相同的管理制度，两者在执行的管理标准和流程上无重大差异。

(3) 直供渠道

直供是近年来家居行业兴起的销售方式，是针对行业内重点客户所采取的由厂家直接销售的模式，产品具有规模化和标准化的特点。公司直供的客户群主要为欧派家居、锦江酒店等定制家居客户和酒店客户。

报告期内，公司直供方式的销售情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售 金额	占直供渠道 比例	销售 金额	占直供渠道 比例	销售 金额	占直供渠道 比例
欧派家居	52,833.04	80.05%	28,816.28	74.62%	6,288.15	38.30%
锦江系客户	7,832.37	11.87%	6,759.34	17.50%	7,196.78	43.84%
其他	5,333.16	8.08%	3,042.73	7.88%	2,932.01	17.86%
合计	65,998.57	100.00%	38,618.35	100.00%	16,416.93	100.00%

注：欧派家居与锦江系客户的销售金额仅指计入公司主营业务收入的的部分，未包含计入其他业务收入的部分。

（4）电商渠道

电商渠道包括公司官方旗舰店模式和平台自营店模式两类。公司官方店模式是在电商购物平台设立官方旗舰店向消费者直接销售商品，自负盈亏，同时按照一定比例支付平台服务费，主要包括天猫旗舰店、京东旗舰店、苏宁旗舰店等。平台自营店模式是经公司许可，京东商城、苏宁易购等电商购物平台自行开立自营店铺，公司将产品交付给电商平台进行代销，并定期与线上代销商进行对账确认收入。

电商渠道的销售以公司官方旗舰店模式为主，2021 年官方旗舰店模式实现的主营业务收入占电商渠道的比例在 95%左右。

（四）主要原材料

报告期内，公司采购的主要原材料包括：面料、海绵、皮料、钢线、乳胶和 3D 棉等，主要原材料的采购情况如下：

单位：万元

期间	项目		单位	采购总额	采购数量	单价	占原材料采购比例
2021年度	主要原材料	面料	万米	24,117.81	1,469.75	16.41	12.29%
		海绵	吨	28,892.22	13,466.75	2.15	14.72%
		皮料	万平方英尺	31,360.87	2,777.35	11.29	15.98%
		钢线	吨	19,184.25	30,464.85	0.63	9.78%
		乳胶	吨	10,027.42	3,296.49	3.04	5.11%
		3D 棉	万米	6,585.63	95.63	68.86	3.36%

期间	项目		单位	采购总额	采购数量	单价	占原材料采购比例
	小计			120,168.18	-	-	61.23%
	其他			76,088.65	-	-	38.77%
	合计			196,256.83	-	-	100.00%
2020年度	主要原材料	面料	万米	19,873.43	1,134.16	17.52	16.05%
		海绵	吨	16,563.84	8,594.86	1.93	13.37%
		皮料	万平方英尺	14,230.60	1,330.16	10.70	11.49%
		钢线	吨	11,101.71	21,914.44	0.51	8.96%
		乳胶	吨	7,098.56	2,280.39	3.11	5.73%
		3D 棉	万米	5,286.41	73.40	72.02	4.27%
	小计			74,154.54	-	-	59.88%
	其他			49,692.29	-	-	40.12%
	合计			123,846.83	-	-	100.00%
2019年度	主要原材料	面料	万米	19,760.17	1,023.79	19.30	19.12%
		海绵	吨	15,971.59	7,223.37	2.21	15.45%
		皮料	万平方英尺	6,375.61	506.76	12.58	6.17%
		钢线	吨	9,328.01	17,694.35	0.53	9.02%
		乳胶	吨	6,479.52	1,983.56	3.27	6.27%
		3D 棉	万米	5,742.76	69.84	82.23	5.56%
	小计			63,657.66	-	-	61.59%
	其他			39,706.87	-	-	38.41%
	合计			103,364.53	-	-	100.00%

（五）行业竞争情况以及发行人在行业中的竞争地位

1、发行人在行业中的地位

与发达国家相比，我国软体家具行业及其细分行业床垫行业的行业集中度显著偏低。根据观研网的数据，2019 年我国床垫企业 CR5 为 15.99%，其中慕思市场占有率第一，约为 8%。

线下销售方面，根据红星美凯龙、居然之家提供的数据，报告期内，慕思产品的终端销售额在软床品类中名列第一；线上销售方面，根据京东商智查询数据，慕思官方旗舰店在京东平台的床垫品类成交额中排名第一。品牌运营方面，根据

第五届中国家居品牌大会评选的“2020-2021 中国十大优选软体家居（床/床垫）品牌”结果，慕思品牌排名第一。

2、主要产品竞争对手情况

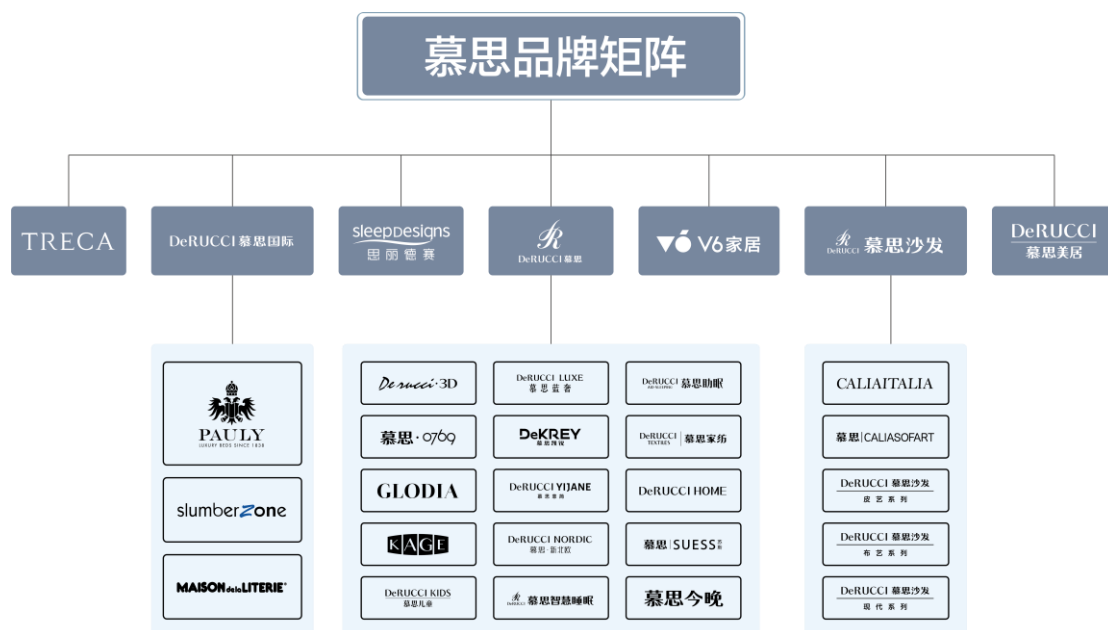
公司核心产品为床垫，以国内销售为主。因此，公司主要产品竞争对手为国内外知名床垫品牌商，包括泰普尔、丝涟、舒达、席梦思、金可儿等国外知名床垫品牌商以及顾家家居、敏华控股、梦百合、喜临门、远超智慧、雅兰集团等国内知名床垫品牌商。具体详见招股意向书第六节之“二、发行人所处行业的基本概况”之“（四）行业内主要企业及其市场份额”。

3、发行人的竞争优势

（1）品牌优势

公司深耕健康睡眠领域十余年，凭借出色的研发技术、稳定的产品质量和细致周到的售后服务，“慕思”已成为我国床垫行业的知名品牌。

为满足不同用户对睡眠产品的需求，公司不断整合全球优质睡眠资源。目前已形成 7 大主力品牌，包括“慕思”、“V6 家居”、“崔伟（TRECA）”、“慕思国际”、“思丽德赛（Sleep Designs）”、“慕思沙发”和“慕思美居”，构建了完整的中高端及年轻时尚品牌矩阵，可满足消费者定制化的健康睡眠需求。



随着公司在健康睡眠领域的精耕细作，“慕思”品牌影响力不断提升。“慕思

De Rucci”被国家工商行政管理总局评选为中国驰名商标。同时，公司获得了“中国品牌影响力 100 强”、“中国品牌（行业）十大创新力企业”、“睡眠产业特殊贡献奖”、“2019-2020 十大优选儿童家具品牌”、“2019-2020 十大优选寝具（床垫/床）品牌”、“2020-2021 中国十大优选软体家居（床/床垫）品牌”、“质量诚信承诺示范企业”等多项殊荣。凭借“慕思”品牌在行业内强大的品牌影响力，公司产品在线下终端销售规模位列行业第一。

（2）营销优势

公司定位于健康睡眠文化的推广者和传播者，高度重视品牌形象塑造。公司以“老人形象”为品牌视觉锤，传递符合产品高端定位的专业、专注、工匠精神的直观印象，极具品牌辨识度。公司先后推出“私人订制，健康睡眠”、“善梦者享非凡”、“今晚，睡好一点”等品牌主张，每年以发布《睡眠白皮书》的方式倡导大家关注睡眠并养成科学健康的睡眠习惯，使得慕思健康睡眠的理念深入人心。

①在宣传营销方面，公司针对社会精英人士、高端商务人士、优质白领人士和年轻婚恋人群等目标客户进行精准营销宣传。除全国性的央视、机场和高铁广告外，公司通过举办明星演唱会（先后赞助刘德华、张学友、陈奕迅、谭咏麟、许巍、李宗盛等明星的全国巡回演唱会和音乐节）、赞助体育赛事（澳大利亚网球公开赛、男篮世界杯和中国女排）、邀请流量明星代言人（李现）和冠名高热度值的综艺节目（《我们恋爱吧》《中国好声音》）提升品牌形象；并加强在与消费者日常距离更近、接触更频繁的地面广告领域投入资源（楼宇电梯广告、小区道闸和卖场室外广告等），通过持续广告投入和宣传以及体育营销和名人营销等跨界合作，提升公司品牌知名度和影响力，为业务发展提供了强力支持。



赞助中国女排



V6 明星代言人-李现



许巍全国巡回演唱会



机场广告

②在内容营销方面，公司每年联合全国大型 KA 卖场以及新媒体等多种渠道开展大型 IP 主题和联合营销活动。目前已成功打造五大 IP 活动（3.21 世界睡眠日、6.18 世界除螨日、7.29 超级品牌日、8.18 慕思全球睡眠文化之旅、双 11 慕

思告白日)传播健康睡眠文化。其中“3.21 世界睡眠日”、“6.18 世界除螨日”、“8.18 慕思全球睡眠文化之旅”等倡议活动已成为影响深远的行业盛事,通过一系列内容营销的策划和执行,不仅为公司和渠道商带来了业绩增长,也在全国范围内形成了良好的品牌宣传效果。

③在产品售后服务上,公司通过打造 360°金管家服务,为客户提供覆盖售前、售中、售后的全过程服务体验,提供不限于套床深度护理除尘除螨、皮床保养、拆洗拆装等形式多样的专业增值服务,并在圣诞节为客户送上节日关怀。通过持续的“感动式”金管家服务模式打造,公司得到了客户的广泛好评,积累了一批优质、稳定的客户群体,让客户也成为公司最好的“宣传员”。

④在数字化营销方面,公司围绕主营业务增长,提升用户体验,从用户旅程出发,梳理核心的数字化场景,逐步构建数字化能力。通过数字化工具与平台,进行多渠道多触点的链接,实现公域流量有效的转换私域流量,通过私域流量的运营,提升流量的成交。同时在广告自动投放、会员管理平台、数字化门店等方面都在投入与布局。

(3) 渠道优势

公司已建成以“经销为主,直营、直供、电商等多种渠道并存”覆盖全国的多元化、全渠道销售网络体系。公司通过立体式的营销推广,强化消费者对“慕思”品牌的感知度和认知度,形成了独特的竞争优势。

①在经销和直营方面,公司通过经销、直营渠道发展了覆盖国内 500 余个城市、1,900 余家经销商和 4,900 家专卖店的完善线下终端销售网络,公司专卖店已覆盖国内 31 个省、自治区、直辖市,并积极推动渠道下沉、开拓区、县级城市。依托公司与红星美凯龙、居然之家等大型连锁家具卖场多年来形成的稳定、良好的合作关系,销售门店在位置、资源、营销等方面长期拥有比较优势;公司的专卖门店除已经覆盖红星美凯龙、居然之家、月星家居、欧亚达家居等 KA 渠道,并占据有利位置外,还逐渐向社区店、商超、百货店等全国大型连锁商场及地方的 Shoppingmall、机场、汽车 4S 店、装饰整装公司等渠道拓展,推动门店从核心商圈到流通门店的多层次覆盖,并通过开设睡眠体验馆,在行业内率先引入“样板间”模式,设立体验式消费场景,开创家居领域体验式消费,提高了客户

的消费体验。

随着经济水平的提高、中产阶级的崛起以及年轻一代逐渐进入消费高峰期。消费者逐渐从传统的低价、耐用等基础性需求向体验和服务式消费转移，以床垫为核心的健康睡眠产品的体验式消费习惯将进一步延续。公司通过对全国销售网络的布局，可以满足所有目标客户的触达体验需求，提升客户进店量和进店订单转化率，进一步巩固公司的渠道优势。

②公司不断尝试与产业链相关定制家具、家纺、建材和酒店管理等知名品牌企业进行强强合作，积极拓宽产品销售市场的导流入口，成功建立“欧派”和“锦江”等直供合作模式，并通过“天猫”和“京东”等知名电商平台开展线上销售。

通过多元化、全渠道销售网络布局，公司为消费者提供了多元化的消费体验，实现了线上和线下业务的快速发展，进一步放大了公司的竞争优势。

五、公司业务及生产经营有关的资产权属情况

（一）固定资产情况

1、房屋及建筑物

（1）公司及其子公司自有的生产经营用房及相关土地使用权情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司及其子公司拥有 4 宗土地使用权，对应土地上的建筑物情况如下表所示：

序号	权利人	项目名称	不动产权证书号	权利类型	地址	建筑面积/宗地面积(m ²)	证载用途/规划用途	实际用途
1	慕思股份	慕思华南生产基地一期/土地使用权证编号：	粤（2020）东莞不动产权第 0340246 号	国有建设用地使用权/房屋所有权	东莞市厚街镇环湖路 8 号	84,192.14	土地：工业用地/房屋：工业；1 号厂房	厂房
2	慕思股份	东府国用（2015）第特 118 号	粤（2020）东莞不动产权第 0301772 号	国有建设用地使用权/房屋所有权	东莞市厚街镇环湖路 8 号慕思寝具用品生产及配套项目 2 号厂房	60,545.83	土地：工业用地/房屋：工业；2 号厂房	厂房

序号	权利人	项目名称	不动产权证号	权利类型	地址	建筑面积/ 宗地面积 (m²)	证载用途/规划用途	实际用途
3	慕思股份		粤(2021)东莞不动产权第0057743号	国有建设用地使用权/房屋所有权	东莞市厚街镇环湖路8号慕思寝具用品生产及配套项目3号厂房	54,782.42	土地:工业用地/房屋:工业;3号厂房	办公
4	慕思股份		粤(2020)东莞不动产权第0325460号	国有建设用地使用权/房屋所有权	东莞市厚街镇环湖路8号慕思寝具用品生产及配套项目5号宿舍楼	15,210.92	土地:工业用地/房屋:集体宿舍	宿舍
5	慕思股份		粤(2020)东莞不动产权第0325458号	国有建设用地使用权/房屋所有权	东莞市厚街镇环湖路8号慕思寝具用品生产及配套项目7号宿舍楼	15,748.85	土地:工业用地/房屋:集体宿舍	宿舍
6	慕思股份		粤(2020)东莞不动产权第0341510号	国有建设用地使用权/房屋所有权	东莞市厚街镇环湖路8号	12,332.80	土地:工业用地/房屋:集体宿舍	宿舍
7	慕思股份		粤(2020)东莞不动产权第0341500号	国有建设用地使用权/房屋所有权	东莞市厚街镇环湖路8号	12,596.92	土地:工业用地/房屋:集体宿舍	宿舍
8	慕思股份		粤(2020)东莞不动产权第0341503号	国有建设用地使用权/房屋所有权	东莞市厚街镇环湖路8号	6,397.68	土地:工业用地/房屋:其他;地下室	地下室
9	慕思股份		粤(2020)东莞不动产权第0325459号	国有建设用地使用权/房屋所有权	东莞市厚街镇环湖路8号慕思寝具用品生产及配套项目11号地下室车库	4,881.80	土地:工业用地/房屋:其他;地下室	地下室
10	慕思股份	慕思华南生产基地二期/土地使用权证编号:粤(2020)	粤(2021)东莞不动产权第0254780号	国有建设用地使用权/房屋所有权	东莞市厚街镇科技大道1号一号楼慕思寝具用品生产及配套项目(二	17,695.34	土地:工业用地/房屋:工业	厂房

序号	权利人	项目名称	不动产权证号	权利类型	地址	建筑面积/ 宗地面积 (m²)	证载用途/规划用途	实际用途
		东莞不动产权第0313556号			期)1号厂房			
11	慕思股份		粤(2021)东莞不动产权第0254778号	国有建设用地使用权/房屋所有权	东莞市厚街镇科技大道1号二号楼慕思寝具用品生产及配套项目(二期)2号设备房	2,840.40	土地:工业用地/房屋:工业	设备房
12	慕思股份	慕思华南生产基地三期/土地使用权证编号:粤(2020)东莞不动产权第0313585号	粤(2021)东莞不动产权第0256104号	集体建设用地使用权/房屋所有权	东莞市厚街镇科技大道1号五号楼东莞市慕思寝具用品有限公司床品生产及配套项目1号厂房	43,421.67	土地:工业用地/房屋:工业	厂房
13	慕思股份		粤(2021)东莞不动产权第0254768号	集体建设用地使用权/房屋所有权	东莞市厚街镇科技大道1号六号楼东莞市慕思寝具用品有限公司床品生产及配套项目2号厂房	44,534.61	土地:工业用地/房屋:工业	厂房
14	嘉兴慕思	嘉兴慕思华东生产基地	浙(2018)嘉南不动产权第0043510号	国有建设用地使用权	嘉兴市南湖区余新镇,东至南北湖大道、南至杨端港、西至规划道路、北至余云公路	213,044.91	用地性质:工业用地	工业

注:截至招股意向书签署日,嘉兴慕思华东生产基地其余建筑物尚在建设过程中;慕思华南生产基地二期已建设完成,目前正在办理权属证书。

公司及其子公司自有的生产经营用房及相关土地使用权的实际用途与证载用途、规划用途相符。

(2) 租赁房屋

①公司用于生产、办公、住宿、仓储的租赁房产情况

截至2021年12月31日,公司及其子公司在中国大陆境内向第三方承租的用于生产、仓储、办公、宿舍的共计41项,具体情况如下表所示:

序号	承租方	出租方	坐落	用途	面积 (m²)	租赁期限	权属证书	房屋租赁 登记备案
1	慕思有限	东莞市华源实业有限公司	厚街镇双岗上环北溪路69号	生产	6,281.00	2021.01.01-2022.06.30	粤房字第0118945号	未取得
				办公	945			
				宿舍	2,553.00			
				门卫、仓库	275.00			
				仓储	976			
2	慕思有限	东莞市华源实业有限公司	厚街镇双岗上环工业区	生产	6,155.18	2021.01.01-2022.06.30	粤房字第0118944、0118751号	未取得
				宿舍	1,526.50			
				门卫室、电房	167.37			
3	东莞艾慕	东莞市厚街镇双岗上环股份经济合作社	东莞市厚街镇双岗村上环工业区一幢三层半截厂房	生产	3,700.00	2010.01.01-2030.12.31	取得东莞厚街镇双岗社区居民委员会、东莞市厚街镇人民政府出具的权属证明	已取得
				办公	800			
				宿舍	2,000.00			
				仓储	1,500.00			
4	东莞艾慕	东莞市厚街镇双岗上环股份经济合作社	厚街镇双岗社区上环元洲西一厂房及宿舍	生产	3,969.00	2012.09.01-2032.08.31	取得东莞厚街镇双岗社区居民委员会、东莞市厚街镇人民政府出具的权属证明	已取得
				办公	800			
				宿舍	1,471.00			
				仓储	1,000.00			
5	东莞艾慕	东莞市厚街镇双岗股份经济联合社	东莞市厚街镇双岗社区北溪路4号	生产	6,044.00	2019.02.01-2029.01.31	取得东莞厚街镇双岗社区居民委员会、东莞市厚街镇人民政府出具的权属证明	已取得
				宿舍	2,120.00			
				仓储	3,320.00			
6	东	东莞	东莞市厚	生产	4,363.00	2009.10.01-	取得东莞厚	已取得

序号	承租方	出租方	坐落	用途	面积 (m²)	租赁期限	权属证书	房屋租赁 登记备案
	莞艾慕	市厚街镇双岗股份经济联合社	街镇双岗村北溪路星广厂西侧	办公	872.6	2029.09.30	街镇双岗社区居民委员会、东莞市厚街镇人民政府出具的权属证明	
				仓储	3,490.40			
7	东莞艾慕	东莞市厚街镇双岗股份经济联合社	东莞市厚街镇双岗上环陈屋西工业区东江河与双冲路桥旁	生产	5,965.50	2013.08.01-2022.07.31	取得东莞厚街镇双岗社区居民委员会、东莞市厚街镇人民政府出具的权属证明	已取得
				宿舍	1,814.50			
				配电房、门卫室	83			
8	东莞艾慕	东莞市华源实业有限公司	厚街镇双岗上环北溪路70号	生产	6,293.96	2021.01.01-2022.06.30	粤房字第0118948、0118949、0118950号	未取得
				办公	971.5			
				宿舍	3,597.09			
				机房、厕所、门卫室	204.95			
9	东莞艾慕	东莞市华源实业有限公司	厚街镇双岗上环丽水路10号	生产	6,063.00	2021.01.01-2022.06.30	粤房字第0118946、0118947号	未取得
				办公	834			
				宿舍	1,755.00			
				仓储	390			
				机房、厕所、门卫室	138			
10	慕思电商	东莞市中顺玻璃有限公司	东莞市厚街镇双岗上环小组工业区中顺厂房	生产	2,248.00	2019.03.01-2023.01.01	取得东莞厚街镇双岗社区居民委员会、东莞市厚街镇人民政府出具的权属证明	已取得
				办公	449.6			
				仓储	1,798.40			
11	慕思	江其军	贵阳市观山湖区甲	办公	53.53	2021.04.01-2022.04.01	取得购房合同	未取得

序号	承租方	出租方	坐落	用途	面积 (m²)	租赁期限	权属证书	房屋租赁 登记备案
	销售		秀北路 235号北 大资 源·梦想 城1.2号 地块第 2-A01栋 (A01)1 单元6层 24号房					
12	慕思 销售	卢九 君	(千缘爱 都国际A 座)辽宁 省沈阳市 铁西区建 设东路72 号 (1-28-5) 2806	办公	110.19	2022.01.01- 2022.03.31	沈房权证中 心字第 N06019164 2号	未取得
13	慕思 销售	贾延 峰	太原市桃 园南路27 号132幢 西单元5 层9号	办公	153.71	2021.07.28- 2022.07.27	晋房权证并 字第 S20141548 1号	未取得
14	慕思 销售	徐泽 斌	安徽省合 肥市蜀山 区潜山路 与长江西 路交口天 玥中心写 字楼1号 楼1206室	办公	63.72	2021.06.07- 2022.06.06	皖(2018) 合肥市不动 产权第 40009896 号	已取得
15	慕思 销售	张月 华	安徽省合 肥市蜀山 区潜山路 与长江西 路交口天 玥中心写 字楼1号 楼1207室	办公	55.70	2021.06.07- 2022.06.06	皖(2018) 合肥市不动 产权第 40004364 号	已取得
16	慕	刘宁、	山东省济	办公	156.43	2021.04.06-	鲁(2017)	未取得

序号	承租方	出租方	坐落	用途	面积 (m²)	租赁期限	权属证书	房屋租赁 登记备案
	思销售	郑玉 宝	南市高新 区经十路 5777 号万 科金域国 际天泰家 园 5 号楼 -3-1501			2022.04.05	济南市不动 产权第 0223997 号	
17	慕 思 销 售	张华 军	四川省成 都市武侯 区佳灵路 5 号一栋 14 层 1418 单元	办公	99.22	2021.10.10- 2022.10.09	成房权证监 证字第 4021328 号	未取得
18	慕 思 销 售	河南 省聚 合置 业有 限责 任公 司	河南省郑 州市金水 区凤鸣路 1 号院 6 号楼 4 层 417（自然 层为 5 层， 房间号 512B）	办公	102.5	2021.08.01- 2022.08.20	郑房权证字 第 1501179063 号	未取得
19	慕 思 销 售	郎建 平	河北省石 家庄市裕 华区万达 广场 F 区 综合写字 楼 02 单元 1806 室	办公	138.86	2021.04.10- 2022.04.09	取得购房合 同	未取得
20	慕 思 销 售	杭州 尚坤 新昱 投资 管理 有限 公司	浙江省杭 州市江干 区彭埠街 道新风路 266 号(4) 楼 (4007-1) 室	办公	146	2021.03.15- 2023.03.29	浙（2017） 杭州市不动 产权第 0054072 号	未取得
21	慕 思 销 售	何冲、 张鑫	兰州市城 关区雁滩 路 4236 号 文庭雅苑	办公	140.87	2021.04.01- 2022.03.31	未取得	未取得

序号	承租方	出租方	坐落	用途	面积 (m²)	租赁期限	权属证书	房屋租赁 登记备案
			小区 5 号楼 1 单元 1702 室					
22	慕思销售	南京为办网络科技有限公司	江苏省南京市鼓楼区集庆门大街 272 号 1 幢 604 室	办公	180.00	2021.10.01-2022.09.30	苏（2017）宁鼓不动产权第 0000809 号	未取得
23	慕思销售	刘淑花	西安市未央区凤城三路凤凰新城 3 号楼 11C	办公	189.16	2021.03.31-2022.03.30	西安市房产证未央区字第 1100114025-11-3-11101~1 号	未取得
24	发行人	深圳科兴生物工程有限公司科技园分公司	深圳市南山区科技园中区科苑路 15 号科兴科学园 A 栋 4 单元 13 层 02 单位	办公	283	2020.12.18-2023.12.17	未取得	未取得
25	广州慕驰	广州市番禺五洲科技发展有限公司	广州市番禺区洛浦街迎宾路 140-214 号 B 栋 7026、7027、7028、7029 房	办公	486	2020.05.01-2023.03.20	未取得	已取得
26	广州慕驰	广州市番禺五洲科技发展有限公司	广州市番禺区洛浦街迎宾路 140-214 号 A 栋 5001、5002 房写字楼	办公	240	2020.04.01-2023.03.31	未取得	未取得

序号	承租方	出租方	坐落	用途	面积 (m²)	租赁期限	权属证书	房屋租赁 登记备案
27	东莞慕扬	林仲昌	东莞市厚街镇双岗上环小组丽水路一号一栋四层楼	仓储	4,200.00	2018.11.01-2023.10.31	未取得	未取得
28	广州慕驰	张邦团	广州市番禺区南村镇坑头村瓦窑岗竹园5号厂房	仓储	2,800.00	2019.04.03-2024.04.02	未取得	已取得
29	广州慕驰	张邦团	广州市番禺区南村镇坑头村瓦窑岗竹园7号101的厂房	仓储	1,500.00	2021.04.12-2024.04.11	未取得	已取得
30	东莞艾慕	林为民	东莞市厚街镇双岗上环村北溪路62号第一至四层房屋	宿舍	5,000	2013.06.01-2028.05.31	取得东莞厚街镇双岗社区居民委员会、东莞市厚街镇人民政府出具的权属证明	未取得
31	慕思销售	肖秀琼	厚街镇家具大道5号楼整栋（共13层）	办公	1,500.00	2020.06.01-2025.05.31	取得东莞市厚街镇新塘村民委员会出具的权属证明	未取得
				宿舍	3,300.00			
32	慕思销售	彭涛	昆明市人民中路39号银顺广场（傲城）A-10-107的房屋	办公	109.75	2021.06.01-2022.05.31	云（2021）五华区不动产权第0277975号	未取得
33	慕思销售	乐创互联（武汉）科	武汉市青山区建设一路31号的宝业中	办公	114.89	2021.06.03-2022.06.02	未取得	未取得

序号	承租方	出租方	坐落	用途	面积 (m²)	租赁期限	权属证书	房屋租赁 登记备案
		技企业孵化器有限公司	心 A 栋第 8 层 801 号写字间					
34	慕思销售	石伟、黄志俊	广州市番禺区南村镇海顺路 16 号 1605 房、1606 房	办公	134.84	2021.08.01-2023.07.31	1605 房:粤(2016)广州市不动产权第 07014150 号; 1606 房:粤(2016)广州市不动产权第 07002840 号	未取得
35	慕思销售	胡丽云	江西省南昌市抚生路 998 号朝阳峰汇小区办公楼 713 室	办公	102.23	2021.06.16-2022.06.15	赣(2019)南昌市不动产权第 0000357 号	未取得
36	慕思销售	黄扬	南宁市青秀区东葛路 118 号南宁青秀万达广场西 3 栋 1801 号	办公	120.93	2021.08.26-2022.08.25	桂(2021)南宁市不动产权第 0233737 号	未取得
37	慕思销售	杨宪军	吉林省长春市二道区红星美凯龙全球家居生活广场第 5 幢 508-509 号房	办公	139.05	2021.09.01-2022.08.31	取得购房合同备案证明	未取得
38	慕思	杨朝	湖南省长沙市雨花	办公	129.39	2021.10.07-2023.10.06	湘(2018)长沙市不动	未取得

序号	承租方	出租方	坐落	用途	面积 (m²)	租赁期限	权属证书	房屋租赁 登记备案
	销售		区时代阳光大道 489 号中航城国际 社区 2-5 栋 303				产权第 0247427 号	
39	慕思销售	刘基 山	福建省厦门市同安区美峰六里 2 号 2701 单元	办公	269.34	2021.10.25- 2022.10.24	闽（2021） 厦门市不动 产权第 0058799 号	未取得
40	慕思销售	吴海 涛、宋 玉珍	上海市青浦区诸光路 1588 弄 L2B 栋 499 号 604 室	办公	182.06	2022.01.01- 2023.12.31	沪（2018） 青字不动产 权第 027250 号	未取得
41	上海慕仰	上海新曹杨经济发展有限公司	怒江北路 449 弄 9 号 3 幢 3 楼西侧	办公	395.00	2021.05.01- 2022.12.31	未取得	未取得

②公司门店经营、展览展示用房租赁情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司及其子公司在中国境内向第三方承租的用于门店经营、展览展示的物业共计 135 项，具体情况详见招股书“附件”之“一、租赁房屋”之“（一）门店经营、展览展示用房租赁”。其中部分租赁物业存在未取得权属证明、未办理房租租赁登记备案的情形，但该等租赁瑕疵不会对公司生产经营造成重大不利影响。

③中国大陆以外的房屋租赁

截至 2021 年 12 月 31 日，公司及其子公司在中国大陆以外租赁物业 14 项，具体情况详见招股书“附件”之“一、租赁房屋”之“（二）中国大陆以外的房屋租赁”。

根据香港曾陈胡律师行罗玉芝律师、美国李镇梁律师事务所李镇梁律师、意大利 Berretta & Associati 律师事务所 Fabio Prolo 律师、德国 Bakertilly 律师事务所张晏律师法律尽职调查报告/法律意见书，公司境外租赁物业符合当地的法律法规，不存在违法违规情形。

2、主要生产设备

截至 2021 年 12 月 31 日，公司及其子公司拥有的主要生产设备情况如下：

序号	名称	数量	原值 (万元)	净值 (万元)	成新率
1	木工类设备	200	11,280.60	8,574.57	76.01%
2	自动化物流类设备	17	5,373.77	4,476.19	83.30%
3	缝纫类设备	1,475	6,166.39	4,780.20	77.52%
4	裱棉类设备	83	2,802.83	1,837.75	65.57%
5	弹簧类设备	115	4,305.98	3,063.23	71.14%
6	粘胶类设备	117	2,119.54	1,540.83	72.70%
7	裁剪类设备	133	5,301.10	4,578.29	86.37%
8	检测类设备	180	1,505.09	1,253.76	83.30%
合计		2,320	38,855.31	30,104.82	77.48%

(二) 无形资产情况

1、商标

(1) 自有商标

截至 2021 年 12 月 31 日，公司及其子公司在境内拥有 625 项商标权，具体情况见本招股书“附件”之“二、商标”之“（一）境内商标”。

截至 2021 年 12 月 31 日，公司及其子公司在境外拥有 119 项商标权，具体情况见本招股书“附件”之“二、商标”之“（二）境外商标”。

(2) 收购商标

2021 年 6 月 30 日，Calia Trade S.P.A.（以下简称“Calia 公司”）与公司签署《商标转让协议》，约定 Calia 公司将其 CALIA 商标在中华人民共和国大陆地区及澳门特别行政区的商标专有权转让给公司，公司应分期向 Calia 公司支付共

700 万欧元的价款。

2、专利

(1) 自有专利

截至 2021 年 12 月 31 日，公司及其子公司在境内拥有 940 项专利权，其中外观设计专利 730 个，实用新型专利 203 个，发明专利 7 个，具体情况见招股书“附件”之“三、专利”之“（一）境内专利”。

公司及其子公司在境外拥有 5 项专利权，全部为外观设计专利，具体情况见本招股书“附件”之“三、专利”之“（二）境外专利”。

(2) 授权专利

截至 2021 年 12 月 31 日，Custom8 NV 授权公司使用编号为 WO2015/139921、CN106455827 的两项专利技术，许可类型为独占许可。

3、著作权

截至 2021 年 12 月 31 日，公司及其子公司拥有 52 项著作权，具体情况如下：

序号	著作权名称	登记号	首次发表日期	保护期限	权利人	取得方式	他项权利
1	老人形象	国作登字 -2018-G-00509479	2017.07. 31	截止于作品 首次发表后 第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
2	烟斗老人雕像	国作登字 -2016-F-00283772	2007.07. 24	截止于作品 首次发表后 第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
3	烟斗老人形象 系列摄影作品	国作登字 -2016-G-00283771	2007.05. 21	截止于作品 首次发表后 第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
4	智慧慕思 TV 版软件[简称： 智慧慕思 TV 版]V1.0.0	2021SR0571894	未发表	截止于软件 首次发表后 第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
5	慕思 T10 电视 版 APP[简称：	2020SR0465024	2020.02. 25	截止于软件 首次发表后	发行人	原始取得	无

序号	著作权名称	登记号	首次发表日期	保护期限	权利人	取得方式	他项权利
	慕思 T10]V1.0.0			第 50 年的 12 月 31 日			
6	智慧慕思软件 [简称：小慕]V2.0.0	2020SR0155555	2020.01.08	截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
7	慕思智能压力测试垫 APP[简称：压力测试垫]V1.0	2020SR0102507	2019.10.18	截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
8	慕思 T9 智能床垫 APP[简称：T9]V1.0.0	2019SR0530675	2019.02.25	截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
9	小慕精灵软件 [简称：小慕]V1.0.0	2018SR934796	2018.10.31	截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
10	慕思时光机软件 V1.0	2018SR1068127	2018.09.30	截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
11	小慕精灵床垫定制微信小程序[简称：小慕精灵]V1.0	2019SR0003877	2018.09.03	截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
12	慕思 5D 总裁座 APP 控制软件 V1.0	2019SR0858138	2017.12.20	截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
13	慕思床垫辅助设计软件 V1.0	2019SR0446313	未发表	截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
14	慕思私人定制按摩椅控制软件 V1.0	2019SR0976589	未发表	截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
15	6D8 核超跑按摩椅操控软件 [简称：6D8 核	2019SR1120229	未发表	截止于软件首次发表后第 50 年的 12	发行人	原始取得	无

序号	著作权名称	登记号	首次发表日期	保护期限	权利人	取得方式	他项权利
	超跑APP[V1.0]			月 31 日			
16	睡眠宝宝	国作登字 -2017-F-00393001	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
17	浓情可可	国作登字 -2019-F-00743949	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
18	夜夜星空	国作登字 -2019-F-00743950	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
19	极简主义	国作登字 -2019-F-00743951	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
20	玫瑰庄园	国作登字 -2019-F-00743952	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
21	罗马假日	国作登字 -2019-F-00743953	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
22	锦绣天成	国作登字 -2021-F-00129646	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
23	普鲁斯	国作登字 -2021-F-00129645	2021/4/9	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
24	BONBON	国作登字 -2021-F-00122867	2020/5/18	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
25	查理二世	国作登字 -2021-F-00146845	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无

序号	著作权名称	登记号	首次发表日期	保护期限	权利人	取得方式	他项权利
26	登贝莱	国作登字 -2021-F-00146854	未发表	截止于作品 首次发表后 第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
27	哥伦比亚	国作登字 -2021-F-00146844	未发表	截止于作品 首次发表后 第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
28	荷塘月色	国作登字 -2021-F-00146864	未发表	截止于作品 首次发表后 第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
29	红鸾梦	国作登字 -2021-F-00146863	未发表	截止于作品 首次发表后 第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
30	华丽庄园	国作登字 -2021-F-00146853	未发表	截止于作品 首次发表后 第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
31	简奢	国作登字 -2021-F-00146852	未发表	截止于作品 首次发表后 第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
32	卡尔顿	国作登字 -2021-F-00146862	未发表	截止于作品 首次发表后 第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
33	卡瑞	国作登字 -2021-F-00146861	未发表	截止于作品 首次发表后 第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
34	马到成功	国作登字 -2021-F-00146851	未发表	截止于作品 首次发表后 第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
35	慕锦棉毯	国作登字 -2021-F-00146849	未发表	截止于作品 首次发表后 第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
36	慕思宫殿	国作登字 -2021-F-00146860	未发表	截止于作品 首次发表后	发行人	原始取得	无

序号	著作权名称	登记号	首次发表日期	保护期限	权利人	取得方式	他项权利
				第 50 年的 12 月 31 日			
37	诺颜	国作登字 -2021-F-00146850	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
38	普鲁斯	国作登字 -2021-F-00146848	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
39	如鱼得水	国作登字 -2021-F-00146847	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
40	双宿双飞	国作登字 -2021-F-00146859	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
41	西山晚照	国作登字 -2021-F-00146858	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
42	熙莫	国作登字 -2021-F-00146857	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
43	音乐之声	国作登字 -2021-F-00146846	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
44	埃莉诺	国作登字 -2021-F-00211584	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
45	查尔斯	国作登字 -2021-F-00211583	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
46	佐伊	国作登字 -2021-F-00211586	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无

序号	著作权名称	登记号	首次发表日期	保护期限	权利人	取得方式	他项权利
47	星辰	国作登字-2021-F-00211587	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
48	慕思 SLink 小程序[简称:慕思 SLink V1.0.0]	2021SR1663446	未发表	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
49	MFB1-067	国作登字-2021-F-00254775	2021.09.04	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
50	MFB1-069	国作登字-2021-F-00266490	2021.09.04	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
51	MFB1-070	国作登字-2021-F-00266491	2021.09.04	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无
52	MFB1-068	国作登字-2021-F-00266489	2021.09.04	截止于作品首次发表后第 50 年的 12 月 31 日	发行人	原始取得	无

4、重要肖像使用权

2009 年 8 月 15 日,慕思有限与 Timothy James Kingman 签订《协议书》,约定 Timothy James Kingman 授权慕思有限使用带有其肖像的照片及其底片;使用期限为永久使用, Timothy James Kingman 应在许可期限内许可慕思有限依法使用许可照片; Timothy James Kingman 不得向其他任何第三方直接或间接使用本协议所列许可照片,亦不得为任何商业用途之目的自行使用许可照片;慕思有限有权依照中华人民共和国等相关法律规定,在中国国内及全球范围内各种媒介上使用许可照片。

5、其他主要经营资质

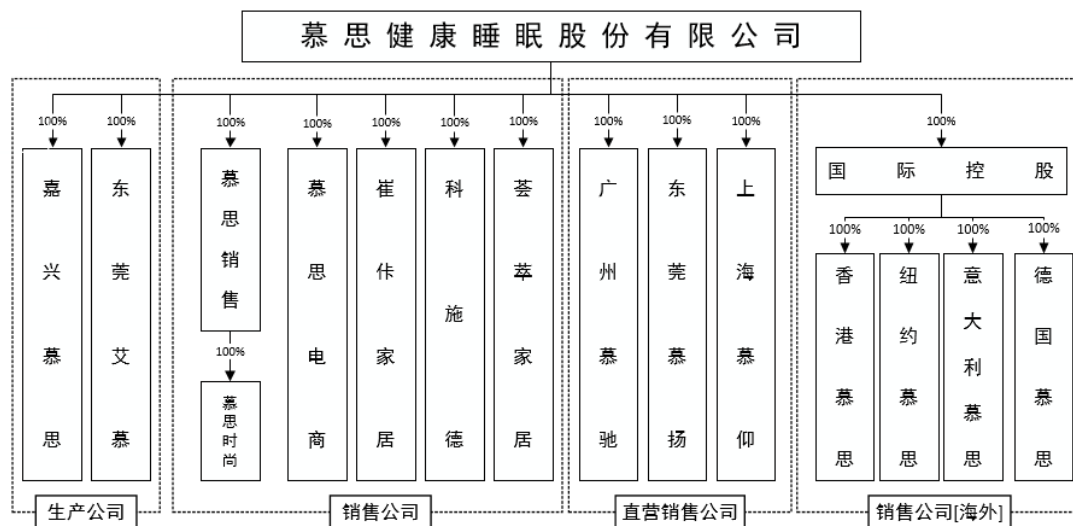
序号	证书名称	证书编号/备案号	发证机关	登记/备案/发证日期	所有者
----	------	----------	------	------------	-----

1	《排污许可证》	914419006614893337001Q	东莞市生态局	2020年4月21日	慕思股份
2	《固定污染源排污登记回执》	91441900690541911T001X	东莞市生态局	2020年4月22日	东莞艾慕
3	《商业特许经营备案》	0441900112000044	中华人民共和国商务部	2020年7月14日	慕思股份
4	《排污许可证》	91330402MA2B91FX8A001Q	嘉兴市生态环境局	2021年8月18日	嘉兴慕思

六、发行人控股、参股公司及分公司情况

截至2021年12月31日，发行人拥有16家全资控股子公司，105家境内分公司，无参股公司。

（一）发行人控股子公司结构图



（二）发行人控股子公司基本情况

发行人各子公司之间的业务关系、发展定位和主营业务如下：

序号	子公司名称	发展定位	主营业务
1	嘉兴慕思	生产公司	生产床垫、床架、床头柜等
2	东莞艾慕	生产公司	生产床架、床品、沙发、床头柜等
3	慕思销售	销售公司	线下经销商销售、大客户销售
4	慕思电商	销售公司	线上 B2C 销售
5	崔佺家居	销售公司	崔佺系列品牌经销商销售
6	科施德	销售公司	思丽德赛等系列品牌经销商销售

序号	子公司名称	发展定位	主营业务
7	荟萃家居	销售公司	“优家”家装
8	广州慕驰	直营销售公司	广州区域直营店销售
9	东莞慕扬	直营销售公司	深圳东莞区域直营店销售
10	上海慕仰	直营销售公司	上海区域直营店销售
11	慕思时尚	销售公司	线上 B2C 销售
12	国际控股	销售公司	进出口、海外业务拓展
13	香港慕思	直营销售公司	海外直营店销售
14	纽约慕思	直营销售公司	海外直营店销售
15	意大利慕思	直营销售公司	海外直营店销售
16	德国慕思	直营销售公司	海外直营店销售

1、嘉兴慕思

公司名称	嘉兴慕思寝室用品有限公司	
成立时间	2017 年 12 月 22 日	
注册资本	20,000 万元人民币	
实收资本	20,000 万元人民币	
统一社会信用代码	91330402MA2B91FX8A	
法定代表人	王振超	
注册地址	浙江省嘉兴市南湖区余新镇余创路 99 号	
股东构成	慕思股份持有 100.00%股权	
经营范围	一般项目：家具制造；家具销售；家具零配件生产；家具零配件销售；家居用品制造；家居用品销售；家具安装和维修服务；针纺织品销售；日用化学产品销售；家用纺织制成品制造；软件开发；软件销售；工业设计服务；专业设计服务；货物进出口(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。	
经致同会计师审计的最近一年主要财务数据	项目	2021 年度/2021 年末
	总资产（万元）	50,090.03
	净资产（万元）	25,402.01
	净利润（万元）	6,559.79

2、东莞艾慕

公司名称	东莞市艾慕寝室用品有限公司
成立时间	2009 年 7 月 13 日
注册资本	1,200 万元人民币

实收资本	1,200 万元人民币	
统一社会信用代码	91441900690541911T	
法定代表人	王振超	
注册地址	广东省东莞市厚街镇厚街科技大道 1 号 3 号楼	
股东构成	慕思股份持有 100.00%股权	
经营范围	生产、销售、维修：床架、沙发、衣柜、排骨架、床垫、家居用品、家具及配件、按摩器材及配件、家具饰品及配件；生产、销售：床上用品；房屋租赁；物业管理；通用机械设备租赁；企业管理咨询；信息技术服务；货物或技术进出口（国家禁止或行政审批的货物或技术进出口除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
经致同会计师审计的最近一年主要财务数据	项目	2021 年度/2021 年末
	总资产（万元）	43,834.34
	净资产（万元）	18,146.29
	净利润（万元）	9,667.62

3、慕思销售

公司名称	东莞慕思寝具销售有限公司	
成立时间	2017 年 12 月 11 日	
注册资本	5,000 万元人民币	
实收资本	5,000 万元人民币	
统一社会信用代码	91441900MA514AN7XK	
法定代表人	王振超	
注册地址	广东省东莞市厚街镇厚街环湖路 8 号 309 室	
股东构成	慕思股份持有 100.00%股权	
经营范围	一般项目：家具销售；家具安装和维修服务；家具零配件销售；针纺织品及原料销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；家用电器销售；家用电器零配件销售；家用电器安装服务；日用电器修理；家居用品销售；电子产品销售；日用百货销售；厨具卫具及日用杂品零售；日用化学产品销售；专业设计服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；业务培训（不含教育培训、职业技能培训等需取得许可的培训）；信息技术咨询服务；货物进出口；第二类医疗器械销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	
经致同会计师审计的最近一年主要财务数据	项目	2021 年度/2021 年末
	总资产（万元）	91,913.70
	净资产（万元）	11,917.33
	净利润（万元）	2,255.88

4、慕思电商

公司名称	东莞慕思寝具电子商务有限公司	
成立时间	2017 年 11 月 9 日	
注册资本	1,200 万元人民币	
实收资本	1,200 万元人民币	
统一社会信用代码	91441900MA510EG15Y	
法定代表人	王振超	
注册地址	广东省东莞市厚街镇厚街环湖路 8 号 801 室	
股东构成	慕思股份持有 100.00%股权	
经营范围	销售、网上销售：床具、床上用品、床垫、沙发、衣柜、寝室用品、家具、排骨架、家具配件、电器、按摩椅（不含医疗器械）、家居饰品、家居用品、家居配件、饰品配件、按摩器材（不含医疗器械）、电动功能椅（不含医疗器械）、香薰精油（不含药品）；网络信息技术服务；维修、安装：床具、床垫、按摩器材、家具；货物进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
经致同会计师审计的最近一年主要财务数据	项目	2021 年度/2021 年末
	总资产（万元）	7,165.91
	净资产（万元）	3,704.69
	净利润（万元）	344.32

5、崔作家居

公司名称	东莞崔作家居有限公司	
成立时间	2019 年 5 月 24 日	
注册资本	2,000 万元人民币	
实收资本	2,000 万元人民币	
统一社会信用代码	91441900MA53A7GM4G	
法定代表人	王振超	
注册地址	广东省东莞市厚街镇厚街环湖路 8 号 305 室	
股东构成	慕思股份持有 100.00%股权	
经营范围	网上销售、生产、销售：床上用品、家具及其配件、家用电器、按摩椅、家居饰品、家居用品、饰品配件、按摩器材、电动功能椅、精油；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）；研发：床上用品、寝室用品、家具；信息技术服务；维修、安装：家具。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
经致同会计师审计的最近一年主要财务数据	项目	2021 年度/2021 年末
	总资产（万元）	4,497.31

务数据	净资产（万元）	1,851.58
	净利润（万元）	21.85

6、科施德

公司名称	东莞科施德寝室用品有限公司	
成立时间	2014 年 5 月 22 日	
注册资本	100.00 万元人民币	
实收资本	100.00 万元人民币	
统一社会信用代码	91441900304010961Q	
法定代表人	王银镗	
注册地址	广东省东莞市厚街镇厚街环湖路 8 号 301 室	
股东构成	慕思股份持有 100.00%股权	
经营范围	生产、加工、研发、销售：床上用品、床垫、沙发、家具及配件、家居饰品、家居用品、家用电器；网上销售：床垫、床架、排骨架、按摩椅、按摩器材、电动功能椅、五金配件、饰品配件、装饰材料（不含危险化学品）、精油；信息技术服务；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）；维修、安装：家具。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
经致同会计师审计的最近一年主要财务数据	项目	2021 年度/2021 年末
	总资产（万元）	2,048.85
	净资产（万元）	-806.71
	净利润（万元）	1,083.65

7、荟萃家居

公司名称	东莞慕思家居有限公司（曾用名：东莞荟萃家居有限公司）	
成立时间	2016 年 9 月 29 日	
注册资本	10,000 万元人民币	
实收资本	5,000 万元人民币	
统一社会信用代码	91441900MA4UW6RT1B	
法定代表人	王银镗	
注册地址	广东省东莞市厚街镇厚街环湖路 8 号 542 室	
股东构成	慕思股份持有 100.00%股权	
经营范围	许可项目：货物进出口；技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：家具销售；家居用品销售；家用电器销售；互联网销售(除销售需要许可的商品)；建筑装饰材料销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	

	经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)	
经致同会计师事务所审计的最近一年主要财务数据	项目	2021 年度/2021 年末
	总资产（万元）	1,315.33
	净资产（万元）	-6,444.34
	净利润（万元）	-942.27

8、广州慕驰

公司名称	广州慕驰寝室用品有限公司	
成立时间	2018 年 10 月 18 日	
注册资本	2,000 万元人民币	
实收资本	2,000 万元人民币	
统一社会信用代码	91440101MA5CJ4F74L	
法定代表人	王振超	
注册地址	广州市番禺区南村镇迎宾路万博中心 14 幢、16 幢、17 幢、18 幢、19 幢的广州市番禺区吉盛伟邦家居博览中心家具馆一楼编号为 H105	
股东构成	慕思股份持有 100.00%股权	
经营范围	互联网商品销售（许可审批类商品除外）；货物进出口（专营专控商品除外）；家具批发；家居饰品批发；家用电器批发；清洁用品批发；化妆品及卫生用品批发；化妆品及卫生用品零售；家具零售；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；技术服务（不含许可审批项目）	
经致同会计师事务所审计的最近一年主要财务数据	项目	2021 年度/2021 年末
	总资产（万元）	9,804.95
	净资产（万元）	-1,568.08
	净利润（万元）	-1,726.23

9、东莞慕扬

公司名称	东莞市慕扬寝室用品有限公司	
成立时间	2017 年 11 月 9 日	
注册资本	1,200 万元人民币	
实收资本	1,200 万元人民币	
统一社会信用代码	91441900MA510EHW5G	
法定代表人	王振超	
注册地址	广东省东莞市厚街镇厚街环湖路 8 号 433 室	
股东构成	慕思股份持有 100.00%股权	
经营范围	一般项目：家具销售；家具安装和维修服务；家具零配件销售；针纺织品及原料销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；家用电器销	

	售；家用电器零配件销售；家用电器安装服务；日用电器修理；家居用品销售；电子产品销售；日用百货销售；厨具卫具及日用杂品零售；日用化学产品销售；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；信息技术咨询服务；第二类医疗器械销售；货物进出口。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	
经致同会计师事务所审计的最近一年主要财务数据	项目	2021 年度/2021 年末
	总资产（万元）	18,816.49
	净资产（万元）	1,549.17
	净利润（万元）	-102.54

10、上海慕仰

公司名称	慕仰寝具（上海）有限公司	
成立时间	2017 年 12 月 8 日	
注册资本	1,000 万元人民币	
实收资本	1,000 万元人民币	
统一社会信用代码	91310120MA1HNBLH28	
法定代表人	谭水利	
注册地址	上海市奉贤区金海公路 6055 号 28 幢 1 层	
股东构成	慕思股份持有 100.00%股权	
经营范围	床上用品、床垫、家具配件、按摩器材、金银饰品的批发、零售，从事家具科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，从事货物进出口及技术进出口业务，道路货物运输（除危险化学品），仓储服务（除危险化学品）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
经致同会计师事务所审计的最近一年主要财务数据	项目	2021 年度/2021 年末
	总资产（万元）	7,072.12
	净资产（万元）	-1,368.91
	净利润（万元）	-919.30

11、慕思时尚

公司名称	东莞慕思时尚家居有限公司	
成立时间	2021 年 11 月 10 日	
注册资本	1,200 万元人民币	
实收资本	200 万元人民币	
统一社会信用代码	91441900MA57ELQW39	
法定代表人	王振超	

注册地址	广东省东莞市厚街镇厚街环湖路8号816室	
股东构成	慕思销售持有100.00%股权	
经营范围	一般项目：家居用品销售；家具销售；针纺织品及原料销售；家用电器销售；厨具卫具及日用杂品零售；建筑装饰材料销售；电子产品销售；日用百货销售；家用电器零配件销售；家具安装和维修服务；家用电器安装服务；专业设计服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；互联网销售（除销售需要许可的商品）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	
经致同会计师审计的最近一年主要财务数据	项目	2021年度/2021年末
	总资产（万元）	199.83
	净资产（万元）	199.78
	净利润（万元）	-0.22

12、国际控股

公司中文名称	慕思国际控股有限公司	
公司英文名称	DeRucci International Holdings Limited	
成立时间	2017年10月13日	
注册资本	10,000.00 万元人民币	
实收资本	6,404.79 万元人民币	
公司编号	2591020	
董事	王炳坤	
注册地址	香港新界沙田火炭坳背湾街26-28号富腾工业中心1楼6室	
股东构成	慕思股份持有100.00%股权	
经营范围	宿舍及床上用品贸易	
经致同会计师审计的最近一年主要财务数据	项目	2021年度/2021年末
	总资产（万元/人民币）	10,292.63
	净资产（万元/人民币）	9,178.15
	净利润（万元/人民币）	1,735.33

13、香港慕思

公司中文名称	慕思寝具（香港）有限公司
公司英文名称	DeRucci Bedding (Hong Kong) Company Limited
成立时间	2019年6月10日
注册资本	港币500.00万元
实收资本	港币500.00万元

公司编号	2838957	
董事	王炳坤	
注册地址	香港新界沙田火炭坳背湾街 26-28 号富腾工业中心 1 楼 6 室	
股东构成	国际控股持有 100.00%股权	
经营范围	寝具用品零售	
经致同会计师审计的最近一年主要财务数据	项目	2021 年度/2021 年末
	总资产（万元/人民币）	2,146.79
	净资产（万元/人民币）	-1,217.69
	净利润（万元/人民币）	-750.96

14、纽约慕思

公司中文名称	慕思寝具用品纽约有限公司	
公司英文名称	De Rucci Bedding NY Ltd	
成立时间	2017 年 10 月 6 日	
注册资本	美元 3.00 万元	
实收资本	美元 3.00 万元	
公司编号	5214468	
董事	王炳坤、ZHOU Panpan	
注册地址	40-24 College Point Blvd. UnitB221, Flushing, NY 11354	
股东构成	国际控股持有 100.00%股权	
经营范围	床类家具或类似用品的销售	
经致同会计师审计的最近一年主要财务数据	项目	2021 年度/2021 年末
	总资产（万元/人民币）	1,535.11
	净资产（万元/人民币）	-311.51
	净利润（万元/人民币）	169.63

15、意大利慕思

公司中文名称	慕思寝具用品意大利有限责任公司	
公司英文名称	De Rucci Bedding Italy S.r.l.	
成立时间	2015 年 3 月 16 日	
注册资本	欧元 2.50 万元	
实收资本	欧元 2.50 万元	
公司编号	48996/16912	
董事	朱媛	

注册地址	Milano MI Piazza Castello 19 Cap 20121	
股东构成	国际控股持有 100.00%股权	
经营范围	床、床垫、家具、家居用品、灯具及配件的进出口、批发和零售贸易	
经致同会计师审计的最近一年主要财务数据	项目	2021 年度/2021 年末
	总资产（万元/人民币）	74.37
	净资产（万元/人民币）	-567.15
	净利润（万元/人民币）	-194.50

16、德国慕思

公司中文名称	慕思寝具用品德国有限责任公司	
公司英文名称	de RUCCI Bedding Germany GmbH	
成立时间	2014 年 6 月 5 日	
注册资本	欧元 2.50 万元	
实收资本	欧元 2.50 万元	
公司编号	HBR 81156	
董事	何宇	
注册地址	Hahnenstr.47-49, 50667 Köln	
股东构成	国际控股持有 100.00%股权	
经营范围	家居家具的进口和零售贸易	
经致同会计师审计的最近一年主要财务数据	项目	2021 年度/2021 年末
	总资产（万元/人民币）	896.45
	净资产（万元/人民币）	-874.04
	净利润（万元/人民币）	-346.34

（三）发行人报告期内注销的控股子公司基本情况

报告期内，发行人曾注销控股子公司 4 家，具体情况如下：

1、深圳慕佳

公司名称	深圳市慕佳寝室用品有限公司
成立时间	2018 年 1 月 31 日
注销时间	2020 年 12 月 28 日
注销原因	深圳慕佳成立原计划是运营深圳直营门店，由于公司经营板块调整，深圳直营门店均改由东莞慕扬在深圳设立分公司运营，因此将深圳慕佳注销，门店相关人员移交给东莞各门店分公司。

注册资本	1,000 万元人民币
实收资本	1,000 万元人民币
统一社会信用代码	91440300MA5F048Q4N
法定代表人	王振超
注册地址	深圳市罗湖区东门街道城东社区深南东路 2028 号罗湖商务中心 3510-31 单元
股东构成	慕思股份持有 100.00%股权
经营范围	一般经营项目是：床具、床上用品、寝室用品、床垫、家具、家具配件、电器、按摩椅、按摩器材、电动功能椅、家居用品、饰品配件、香薰精油的销售、技术开发、技术服务；货物及技术进出口。许可经营项目是：无

2、上海大慕

公司名称	大慕寝具（上海）有限公司
成立时间	2018 年 8 月 13 日
注销时间	2020 年 12 月 7 日
注销原因	业务整合到上海慕仰
注册资本	200 万元人民币
实收资本	200 万元人民币
统一社会信用代码	91310118MA1JMLAX7B
法定代表人	谭水利
注册地址	上海市青浦区赵巷镇嘉松中路 5399 号 3 幢 B8-4F-D 区 302 室
股东构成	慕仰寝具（上海）有限公司持有 100.00%股权
经营范围	销售床上用品、家具及配件、金银饰品、家用电器、电子产品，从事货物及技术的进出口业务，家具领域内的技术服务、技术咨询、技术开发、技术转让，仓储服务（除危险化学品），货物运输代理。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

3、海外控股

公司中文名称	慕思海外控股有限公司
公司英文名称	DeRucci Overseas Holding Limited
成立时间	2015 年 11 月 19 日
注销时间	2021 年 3 月 5 日
注销原因	业务整合到国际控股
注册资本	4,744,508.00 美元
实收资本	2,000 万人民币

公司编号	2309570
董事	王炳坤、林集永
注册地址	香港新界沙田火炭坳背湾街 26-28 号富腾工业中心 1 楼 6 室
股东构成	慕思股份持有 100.00%股权
经营范围	主要负责向海外进口床垫和床品等成品

4、洛杉矶慕思

公司英文名称	De Rucci Bedding USA Inc
成立时间	2017 年 10 月 6 日
注销时间	2019 年 11 月 7 日
注销原因	业务整合到纽约慕思
注册资本	30,000.00 美元
实收资本	0 美元
公司编号	3805101
董事	ZHAO Lin, ZHOU Panpan
注册地址	17800 Castleton Street, STE 270, City of Industry, CA91748
股东构成	慕思股份持有 100.00%股权
经营范围	扩展公司在美国境内的产品销售以及营业和服务范围。

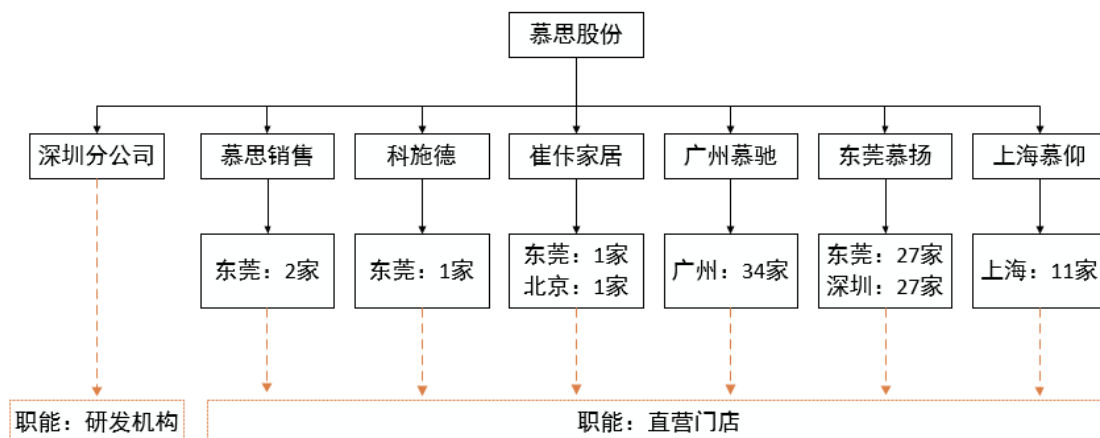
(四) 发行人报告期内转让的控股子公司基本情况

报告期内，发行人曾转让控股子公司慕博投资，情况如下：

公司名称	共青城慕博投资管理合伙企业（有限合伙）
成立时间	2017 年 3 月 25 日
转出时间	2020 年 10 月 16 日
转出原因	公司为了专注于现有的主营业务，出售其持有的慕博投资股权
注册资本	2,497.5 万元人民币
实收资本	1,250.00 万元人民币
统一社会信用代码	91360405MA35TM486J
执行事务合伙人	东莞艾瑞展览服务有限公司
注册地址	江西省九江市共青城市私募基金创新园内
股东构成	慕腾投资持股 75.00%、广东名家居世博园会展有限公司持股 23.00%、东莞艾瑞展览服务有限公司持股 2.00%
经营范围	项目投资，投资管理，实业投资。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（五）发行人分公司

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人共设立了 105 家境内分支机构（具体情况详见招股意向书“附件”之“四、发行人设立的分支机构”），发行人除在深圳设立了一家研发机构外，其余 104 家分支机构均为发行人子公司旗下的直营门店，各分支机构的地域分布及主要职能情况如下：



七、同业竞争和关联交易

（一）同业竞争情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司与控股股东、实际控制人及其近亲属直接或间接控制的其他企业不存在同业竞争。除发行人及其子公司外，控股股东、实际控制人及其近亲属直接或间接控制的其他企业情况如下：

序号	企业名称	关联关系	主营业务
1	慕腾投资	实际控制人王炳坤、林集永分别持股 50%的企业	项目投资、实业投资
2	东莞市慕投实业有限公司	控股股东慕腾投资持股 100%的企业	物业投资
3	慕氏酒店管理（深圳）有限公司	控股股东慕腾投资持股 100%的企业	为加盟酒店提供管理服务；加盟酒店用品的销售
4	上海青浦慕腾酒店管理有限公司	控股股东慕腾投资持股 100%的企业	住宿服务、餐饮服务、会务服务
5	东莞市一带物流有限公司	控股股东慕腾投资持股 100%的企业	物业租赁、不动产租赁

序号	企业名称	关联关系	主营业务
6	东莞市慕腾物业管理有限公司	控股股东慕腾投资持股 100%的企业	物业管理、物业租赁
7	东莞市慕氏酒店管理有限公司	控股股东慕腾投资持股 100%的企业	为加盟酒店提供管理服务、加盟酒店用品的销售
8	焯越酒店管理（东莞）有限公司	控股股东慕腾投资持股 100%的企业	酒店管理；酒店投资
9	共青城慕博投资管理合伙企业（有限合伙）	控股股东慕腾投资持股 75%的企业	项目投资、实业投资
10	广东嘀嘀金管家信息科技有限公司	控股股东慕腾投资持股 75%的企业	清洁除螨服务
11	深圳市星雅轩酒店有限公司	控股股东慕腾投资间接持股 90%的企业	旅业；西餐制售
12	长沙市舒朗酒店管理有限公司	控股股东慕腾投资间接持股 51%的企业	酒店管理
13	惠州市嘉华慕腾房地产开发有限公司	控股股东慕腾投资持股 50%的企业	房地产开发经营
14	惠州市慕思嘉华置业有限公司	控股股东慕腾投资持股 50%的企业	养生与旅游项目开发投资；酒店项目投资
15	深圳市慕尚酒店管理有限公司	控股股东慕腾投资通过焯越酒店管理（东莞）有限公司间接持股 60%的企业	住宿、餐饮服务
16	深圳市慕品酒店管理有限公司	慕腾投资通过焯越酒店管理（东莞）有限公司间接持股 60%的企业	住宿、餐饮服务
17	慕泰投资	实际控制人王炳坤、林集永担任普通合伙人的企业	发行人员工持股平台，除投资发行人外，无其他业务
18	东莞市雄海物流有限公司	实际控制人王炳坤、林集永分别持股 50%且林集永担任经理、执行董事的企业	物流园出租
19	东莞市慕思健康睡眠酒店有限公	实际控制人之一王炳坤持股 100%的企	住宿、餐饮、会议服务

序号	企业名称	关联关系	主营业务
	司	业	
20	东莞市慕思睡眠酒店有限公司	实际控制人之一王炳坤直接及间接持股 100%且其兄弟担任执行董事、经理的企业	住宿、餐饮、会议及展览服务、食品经营
21	东莞市望海阁餐饮管理有限公司	实际控制人之一王炳坤实际控制的企业	餐饮服务
22	东莞市望海餐饮服务有限公司	实际控制人之一王炳坤持股 40%的企业	餐饮服务
23	东莞市慕易酒业有限公司	实际控制人之一王炳坤的兄弟持股 50%的企业	红酒销售
24	阳江五联人造板有限公司	实际控制人之一林集永持股 75%且担任经理、执行董事的企业	木材、人造板、装饰板的制造、收购、加工、销售
25	连平县东鑫林业有限公司	实际控制人之一林集永持股 55%且担任总经理、执行董事的企业	造林、育苗
26	华源集团	实际控制人之一林集永的父亲持股 60%且担任经理、执行董事的企业	物业投资
27	惠州市黄金海岸嘉华度假酒店有限公司	实际控制人之一林集担任经理、执行董事且华源集团持股 55%的企业	投资开发经营酒店
28	惠州市金海湾嘉华度假酒店有限公司	实际控制人之一林集永持股及其父亲、兄弟均担任董事且华源集团持股 55%的企业	中、西餐制售；旅业温泉旅游开发
29	惠州市华源房地产开发有限公司	实际控制人之一林集永担任总经理、执行董事且华源集团持股 70%的企业	房地产开发
30	东莞市艾尚花艺设计有限公司	实际控制人之一林集永的配偶持股	艺术插花等工艺品销售

序号	企业名称	关联关系	主营业务
		55%的企业	
31	化州昌茂木业有限公司	实际控制人之一林集永的配偶持股 69.33%且担任经理、执行董事的企业	加工产品：纤维板，销售产品：自产产品
32	广东现代会展管理有限公司	实际控制人之一林集永的父亲持股 50%且担任经理、执行董事的企业	会展设施管理及经营
33	广东名家居世博园会展有限公司	实际控制人之一林集永的父亲间接持股 49.31%并担任经理、执行董事的企业	展览组织策划、提供展览服务
34	广东现代国际展览中心投资有限公司	华源集团持股 50%、慕腾投资持股 25% 且林集永的父亲担任经理、执行董事的企业	房地产开发经营；物业投资；物业管理
35	广东国际采购中心有限公司	实际控制人之一林集永的父亲间接持股 36%且担任经理、执行董事的企业	会议展览
36	东莞市华源实业有限公司	实际控制人之一林集永的父亲间接持股 61%且担任执行董事的企业	酒店投资、酒店管理服务
37	东莞市华源城市更新投资有限公司	实际控制人之一林集永的父亲担任经理、执行董事且华源集团持股 100%的企业	城市更新改造项目投资；物业投资；物业管理
38	东莞市嘉华物业投资有限公司	实际控制人之一林集永父亲间接持股 51.71%且担任经理、执行董事的企业	物业投资；商铺租赁
39	东莞市林华投资发展有限公司	实际控制人林集永父亲实际控制的企业	物业投资
40	汕尾市嘉华投资有限公司	实际控制人之一林集永父亲实际控制的企业	实业投资；房地产开发
41	韶关嘉华投资有	实际控制人之一林	以自有资金进行实业投资、物业投资

序号	企业名称	关联关系	主营业务
	限公司	集永父亲实际控制的企业	
42	汕尾市嘉华温泉酒店有限公司	实际控制人之一林集永父亲实际控制的企业	住宿；餐饮
43	韶关半溪嘉华温泉酒店有限公司	实际控制人之一林集永父亲实际控制的企业	住宿业、餐饮业
44	东莞市华源教育投资有限公司	实际控制人之一林集永的父亲间接持股 60.5%且担任经理、执行董事的企业	教育投资
45	东莞市华源建筑工程有限公司	华源集团持股 70%的企业	建筑工程、土木工程
46	东莞市华昇投资有限公司	华源集团持股 50%的企业	物业投资
47	东莞市裕亨贸易有限公司	华源集团实际控制的企业	销售日用品、卫生洁具（不含危险化学品）
48	东莞艾瑞展览服务有限公司	华源集团实际控制的企业	展览服务
49	东莞华墨展览服务有限公司	华源集团实际控制的企业	会展服务
50	东莞市华远物业投资有限公司	华源集团持股 50%的企业	物业投资、物业管理
51	广东嘉华酒店集团有限公司	华源集团持股 92%且林集永的父亲担任经理、执行董事的企业	酒店投资，物业投资
52	广东嘉华酒店有限公司	华源集团持股 55%且林集永的父亲担任经理、执行董事的企业	住宿、餐饮、会议服务、食品经营
53	东莞市嘉华酒店管理有限公司	实际控制人之一林集永的父亲间接持股 45.12%且担任执行董事的企业	酒店管理、策划服务
54	东莞市厚街国际大酒店有限公司	华源集团持股 52%且实际控制人之一林集永的父亲担任经理、执行董事的企业	餐饮服务、旅业
55	广州市华源酒店	华源集团持股 51%	住宿、餐饮、会议服务

序号	企业名称	关联关系	主营业务
	有限公司	且实际控制人之一林集永的父亲担任总经理、执行董事的企业	
56	东莞市华卫保安服务有限公司	实际控制人之一林集永的父亲实际控制的企业	门卫、巡逻、守护、随身护卫、安全检查、秩序维护。
57	东莞市华顺混凝土有限公司	实际控制人之一林集永的父亲实际控制的企业	生产、销售：混凝土。
58	东莞市林华实业有限公司	实际控制人之一林集永父亲实际控制且担任董事长、经理的企业	以自有资金从事投资活动
59	东莞市林华产业投资有限公司	实际控制人之一林集永父亲实际控制且担任董事长、经理的企业	以自有资金从事投资活动
60	东莞市优选木业有限公司	实际控制人之一林集永的儿子持股 90%的企业	木板深加工、销售
61	广东华源物业管理有限公司	华源集团持股 100% 且实际控制人之一林集永的父亲担任经理、执行董事企业	物业管理
62	广东华源产业投资有限公司	华源集团持股 100% 且实际控制人之一林集永的父亲担任经理、执行董事的企业	以自有资金从事投资活动
63	东莞市嘉华旅行社有限公司	实际控制人之一林集永的父亲间接持股 60.13%的企业	国内旅游业务，入境旅游业务，商务信息咨询
64	东莞市华元房地产开发有限公司	华源集团间接持股 50%的企业	房地产开发；物业投资
65	东莞市厚街美格家具有限公司	实际控制人之一林集永配偶的兄弟持股 100%且担任经理、执行董事的企业	无实际业务，未对外开展经营活动
66	惠州市华源物业管理有限公司	实际控制人之一林集永的儿子持股 100%的企业	物业管理

为避免今后与本公司之间可能出现同业竞争，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东慕腾投资、实际控制人王炳坤、林集永均向公司出具了《关于避免同业竞争的承诺函》。

（二）关联交易情况

1、经常性关联交易

（1）关联销售商品、提供劳务

报告期内，公司向关联方销售商品、提供劳务的情况如下：

单位：万元

序号	关联方	关联交易内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
1	盛艳及其近亲属原控制的经销商	床垫、床架等	2,843.99	2,657.42	2,146.20
2	DeRucciInternationalPtyLtd	床垫、床架等	1,089.12	1,303.20	1,369.45
3	上海青浦慕腾酒店管理有限公司	枕类、门店饰品等	3.88	66.16	321.74
4	慕氏酒店管理（深圳）有限公司	枕类、门店饰品等	33.54	26.01	-
5	东莞市慕思健康睡眠酒店有限公司	床垫、床品等	60.64	20.04	14.85
6	东莞市慕思睡眠酒店有限公司	床垫、床品等	267.73	-	-
7	林集永及其近亲属原控制的企业	床垫、床架、床品、沙发等	113.78	35.27	82.61
8	惠州市慕思嘉华置业有限公司	床垫	-	2.65	-
9	深圳市慕尚酒店管理有限公司	床垫	25.87	-	-
合计			4,438.56	4,110.75	3,934.85
占营业收入占比			0.68%	0.92%	1.02%

注：1、因个体工商户无法进行股权变动，故盛艳于 2019 年 5 月将其控制个体工商户经销商转让给第三方，根据《深圳证券交易所股票上市规则》第 10.1.6 条的规定，过去十二个月内，上市公司董事直接或者间接控制的企业仍视为关联方，因而自 2019 年 5 月至 2020 年 5 月期间，盛艳转出的个体工商户仍为发行人关联方，与发行人发生的交易亦为关联交易；自 2020 年 5 月起，转出的个体工商户不再为发行人关联方，为保持数据连贯性，公司比照关联交易进行披露。

盛艳及其近亲属原控制的经销商已经注销或转让给独立第三方，具体包括昆明市西山区怀青家具经营部、昆明市西山区盛兴兴家具经营部、昆明市官渡区信合建材经营部、昆明经开区阿拉盛和丰庆家具经营部、曲靖市麒麟区盛禄鑫家具经营部、田家庵区玉露家具经营部、大理市丰庆寝具经营部、昆明市官渡区聚馨建材经营部、官渡区升盈倍家具经营部、红塔区博丰盛家具经营部、昆明经开区阿拉慕森家具经营部、蒙自盛长欣家居经营部、山南新区曦露家具销售部、昆明市官渡区盛幕家具经营部、蒙自盛幕家具经营部、深圳市百冠家具有限

公司、大理市慕思寝具经营部、曲靖市麒麟区盛艳经营部；

2、林集永及其近亲属原控制的企业，具体包括广州市华源酒店有限公司、东莞市大志家具有限公司、东莞众家联供应链服务有限公司、东莞市厚街国际大酒店有限公司、东莞市华源教育投资有限公司、东莞市华源实业有限公司、广东嘉华酒店有限公司、广东现代国际展览中心有限公司、广东现代会展管理有限公司、韶关半溪嘉华温泉酒店有限公司、东莞市华源建筑工程有限公司。

报告期内，公司向关联方销售商品或提供服务的金额分别为 3,934.85 万元、4,110.75 万元和 4,438.56 万元，占营业收入的比例分别为 1.02%、0.92%和 0.68%，总体占比较小。

（2）关联采购商品或接受服务

报告期内，发行人向关联方采购商品或接受服务的情况如下：

单位：万元

序号	关联方	关联交易内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
接受关联方服务					
1	东莞市慕思健康睡眠酒店有限公司	住宿费	376.37	298.71	328.74
2	广东嘉华酒店有限公司	住宿费	357.96	292.95	554.99
3	广东现代国际展览中心有限公司	展会费、广告费等	260.93	192.72	50.52
4	广东现代会展管理有限公司	展会费、广告费	3.73	23.05	84.68
5	东莞市望海阁餐饮管理有限公司	餐费	52.70	79.11	117.64
6	东莞众家联供应链服务有限公司	软件服务费	5.85	47.17	-
7	东莞市厚街国际大酒店有限公司	住宿费	0.75	7.77	10.63
8	上海青浦慕腾酒店管理有限公司	住宿费	11.68	6.43	-
9	惠州市金海湾嘉华度假酒店有限公司	住宿费	-	-	0.40
10	深圳市慕品酒店管理有限公司	住宿费	1.69	-	-
11	东莞市慕腾物业管理有限公司	展会服务	12.19	-	-
12	东莞市慕思睡眠酒店有限公司	住宿费	23.82	-	-

序号	关联方	关联交易内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
接受关联方服务					
接受服务小计			1,107.67	947.91	1,147.60
向关联方采购商品					
13	东莞市胜丰五金家具有限公司	排骨架、五金件等	5,032.27	3,329.85	2,598.61
14	东莞市雅轩智能家居有限公司	排骨架等	2,840.53	2,564.38	2,037.15
15	东莞市艾斯普寝室用品有限公司	床垫等	-	-	1,226.31
16	东莞市艾娅家具有限公司	家具	38.30	82.46	19.92
17	东莞众家联供应链服务有限公司	木料等	-	50.83	24.63
18	东莞市慕易酒业有限公司	酒	41.66	50.28	211.16
19	广东现代国际展览中心有限公司	饰品	-	5.23	-
20	深圳市雅芙品牌管理有限公司	家居用品	-	-	118.73
21	东莞市大志家具有限公司	排骨架	-	-	1.61
采购商品小计			7,952.76	6,083.03	6,238.12
合计			9,060.43	7,030.94	7,385.72
占营业成本占比			2.54%	3.11%	4.11%

注：1、胜丰五金原系发行人董事盛艳的配偶曾持股 50%的企业，已于 2017 年 9 月 8 日转让给非关联第三方。雅轩智能原系实际控制人之一王炳坤的兄弟曾持股 51%的企业，已于 2018 年 1 月 25 日转让给非关联第三方。

2、报告期内，存在胜丰五金、雅轩智能等曾经关联方变为非关联方情形，公司已比照关联交易的要求持续披露与上述原关联方的后续交易情况，相关采购额为全口径数据，包括外协商品、零部件、五金配件等采购额。

报告期内，发行人向关联方采购商品或接受服务的金额分别为 7,385.72 万元、7,030.94 万元和 9,060.43 万元，占营业成本的比例分别为 4.11%、3.11%和 2.54%，总体占比较小。

（3）关联租赁

①公司向关联方承租

报告期内，公司向关联方承租的情况如下：

单位：万元

关联方名称	租赁资产种类	2021 年度	2020 年度	2019 年度
广东现代国际展览中心有限公司	门店	839.43	842.09	1,072.35
广东嘉华酒店有限公司	办公场地	19.73	218.13	254.10
东莞市华源实业有限公司	厂房、仓库和宿舍	420.08	179.80	569.39
广州市华源酒店有限公司	商品展区	2.75	2.75	2.75
合计	-	1,282.00	1,242.77	1,898.58

注：2020 年疫情期间，关联方给予发行人部分租金减免，减免金额合计 172.30 万元。

（4）关键管理人员薪酬

报告期内，公司向其董事、监事、高级管理人员支付薪酬的基本情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
关键管理人员薪酬总额	1,675.49	1,802.61	1,361.41
年平均薪酬	119.68	128.76	123.76

注：1、关键管理人员年平均薪酬=关键管理人员薪酬总额/年度关键管理人员平均人数；
2、2021 年度关键管理人员薪酬有所下降主要原因系王涛、张居平在 2021 年辞去了副总经理职务。

报告期内，发行人关键管理人员平均薪酬与同行业可比公司的平均薪酬相比不存在显著差异。

2、偶发性关联交易

（1）关联方为发行人提供的担保

单位：万元

担保方	担保金额	担保起始日	担保终止日	担保是否已经履行完毕
东莞市艾慕寢室用品有限公司、东莞慕思寢具电子商务有限公司、东莞市慕腾投资有限公司	30,000.00	2021/7/9	2022/7/8	否

报告期内，发行人存在 1 项接受关联方担保事项，系发行人申请开具银行保函为 Calia 商标转让款提供履约保证，银行需发行人关联方提供担保以满足保函授信要求。

（2）发行人为关联方提供的担保

报告期内，发行人不存在为关联方提供担保的情形。

（3）关联方承建厂房

单位：万元

关联方	关联交易内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
东莞市华源建筑工程有限公司	华南生产基地	-	8,315.62	15,747.36
合计		-	8,315.62	15,747.36

东莞市华源建筑工程有限公司系东莞市知名的建筑工程单位，拥有建筑工程施工总承包贰级资质，曾获得 2017 年中国建筑金砖奖、全国工程总承包百强企业，承建的知名项目包括广东现代国际展览中心世博园、东莞市楷模家具用品制造有限公司、嘉华大酒店和厚街国际大酒店等。

公司选择东莞市华源建筑工程有限公司作为华南生产基地的建筑承包商是综合考虑了东莞市华源建筑工程有限公司的工程施工资质、过往工程案例、经营实力和综合报价后确定的。

上述关联交易价格均参考市场价格比价确定，并最终根据独立第三方工程造价机构出具的竣工结算报告确定的价格进行结算。为验证关联承建交易的公允性，保荐机构、申报会计师和发行人律师聘请了具有工程造价甲级资质的独立第三方评估机构（即国众联建设工程管理顾问有限公司），对东莞市华源建筑工程有限公司承建的工程项目进行工程造价评估，评估结果与工程竣工决算金额差异率在 3%以内，关联交易定价公允。

（4）关联方资金拆借

单位：万元

关联方	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	拆入 (收)	拆出 (支)	拆入 (收)	拆出 (支)	拆入 (收)	拆出 (支)
东莞市慕腾投资有限公司	-	-	-	1,165.00	400.00	1,900.00
De Rucci International Pty Ltd	-	-	868.18	229.47	-	104.27
De Rucci Bedding Co.QN Ltd	-	-	502.11	-	266.12	225.19

报告期内，公司与关联方资金往来主要系满足营运资金周转需求。报告期内，发行人大额关联资金主要系其与东莞市慕腾投资有限公司的资金往来金额构成，发行人与其他 2 家关联方的资金往来金额较小。

（5）关联方资产转让

单位：万元

关联方	关联交易内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
深圳市慕品酒店管理有限公司	商务车	-	15.58	-
东莞市慕氏酒店管理有限公司	商务车	-	15.58	-
东莞市慕思健康睡眠酒店有限公司	商标转让	9.43	-	-
东莞市慕腾投资有限公司	股权转让	-	856.00	-

2020 年度，公司向关联方深圳市慕品酒店管理有限公司和东莞市慕氏酒店管理有限公司分别出售一辆二手车，关联交易价格参考市场价格，关联交易价格公允。

2020 年度，公司向关联方慕腾投资转让其持有的慕博投资 75.00% 股权。本次转让的具体情况请详见招股书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况”之“（三）发行人设立以来重大资产重组情况”之“4、出售慕博投资 75.00% 股权”的相关说明。

3、关联方应收应付款余额情况

（1）应收关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
		账面余额	坏账余额	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
预付账款	广东现代国际展览中心有限公司	74.47	-	200.64	-	169.99	-
预付账款	广东现代会展管理有限公司	188.93	-	11.31	-	2.29	-
预付账款	东莞市雅轩	3.86	-	-	-	-	-

项目名称	关联方	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
		账面 余额	坏账 余额	账面 余额	坏账 准备	账面 余额	坏账 准备
	智能家居有限公司						
预付账款	东莞众家联供应链服务有限公司	-	-	-	-	23.58	-
预付账款	东莞市全德胜实业有限公司	-	-	-	-	9.42	-
预付账款	深圳市雅芙品牌管理有限公司	-	-	-	-	2.13	-
其他应收款	广东现代国际展览中心有限公司	648.80	32.44	271.04	13.55	139.49	6.97
其他应收款	东莞市华源实业有限公司	78.82	3.94	38.82	1.94	38.82	1.94
其他应收款	De Rucci International Pty Ltd	-	-	-	-	682.89	34.14
其他应收款	De Rucci Bedding Co.Qn Ltd	-	-	-	-	536.84	42.75
应收账款	De Rucci International Pty Ltd	-	-	-	-	608.95	13.03
应收账款	上海青浦慕腾酒店管理有限公司	-	-	28.22	0.59	141.18	3.02
应收账款	慕氏酒店管理（深圳）有限公司	62.80	2.15	28.27	0.60	-	-
应收账款	东莞市慕思健康睡眠酒店有限公司	0.30	0.01	-	-	-	-

(2) 应付关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应付账款	东莞市华源建筑工程有限公司	4,091.24	10,220.90	9,559.21
应付账款	东莞市雅轩智能家居有限公司	409.66	392.84	483.35
应付账款	东莞市华源实业有限公司	-	210.04	58.72
应付账款	东莞市大志家具有限公司	-	1.41	1.41
应付账款	广州市华源酒店有限公司	0.92	1.38	9.17
应付账款	广东嘉华酒店有限公司	-	0.66	-
应付账款	东莞市慕思健康睡眠酒店有限公司	-	0.35	-
应付账款	东莞市慕易酒业有限公司	-	0.30	3.68
应付账款	东莞众家联供应链服务有限公司	-	-	24.63
应付账款	东莞市艾斯普寢室用品有限公司	-	-	5.51
应付账款	东莞市望海阁餐饮管理有限公司	-	-	4.33
应付账款	东莞市艾娅家具有限公司	6.07	2.45	3.60
应付账款	东莞市胜丰五金家具有限公司	548.80	382.20	518.79
预收账款	上海晴好家具有限公司	-	-	35.48
预收账款	De Rucci International Pty Ltd	5.62	-	-
预收账款	盛艳及其近亲属原控制的经销商	-	-	12.38
预收账款（合同负债+其他流动负债）	广东现代国际展览中心有限公司	5.57	-	-
预收账款（合同负债+其他流动负债）	惠州市慕思嘉华置业有限公司	1.53	-	-
预收账款（合同负债+其他流动负债）	东莞市慕思健康睡眠酒店有限公司	4.37	14.05	0.01
预收账款（合同负债+其他流动负债）	东莞市大志家具有限公司	0.30	0.33	0.30
预收账款（合同负债+其他流动负债）	盛艳及其近亲属原控制的经销商	125.26	139.47	88.69
预收账款（合同负债+其他流动负债）	东莞市胜丰五金家具有限公司	2.00	-	-
其他应付款	东莞市华源实业有限公司	120.71	233.38	445.12
其他应付款	东莞市胜丰五金家具有限公司	60.00	60.00	60.00
其他应付款	东莞市慕思健康睡眠酒店有限公司	46.48	22.10	9.41

项目名称	关联方	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
其他应付款	东莞市雅轩智能家居有限公司	10.00	10.00	10.00
其他应付款	盛艳及其近亲属原控制的经销商	39.00	7.00	13.90
其他应付款	东莞市艾娅家具有限公司	-	3.66	0.30
其他应付款	东莞市望海阁餐饮管理有限公司	-	3.54	3.23
其他应付款	广东嘉华酒店有限公司	-	2.86	6.37
其他应付款	东莞市慕易酒业有限公司	-	1.01	1.58
其他应付款	东莞市慕腾投资有限公司	-	-	1,165.00
其他应付款	东莞市艾斯普寝室用品有限公司	-	-	264.81
其他应付款	东莞市华源建筑工程有限公司	-	-	11.00

注：盛艳及其近亲属原控制的经销商的款项余额合并列示，涉及预收账款、预收账款（合同负债+其他流动负债）、其他应付款科目，具体包括：田家庵区玉露家具经营部、昆明经开区阿拉盛和丰庆家具经营部、昆明市西山区盛兴兴家具经营部、大理市丰庆寝具经营部、昆明市西山区怀青家具经营部、曲靖市麒麟区盛禄鑫家具经营部、红塔区博丰盛家具经营部、昆明市官渡区聚馨建材经营部、昆明市官渡区信合建材经营部、大理市慕思寝具经营部、昆明市官渡区盛幕家具经营部、深圳市百冠家具有限公司、官渡区升盈倍家具经营部、蒙自盛长欣家居经营部、山南新区曦露家具销售部、昆明经开区阿拉慕森家具经营部、蒙自盛幕家具经营部。

（三）关联交易对财务状况和经营成果的影响

公司拥有独立、完整的技术研发、采购、生产、销售、服务体系以及面向市场的独立经营能力。报告期内，公司与关联方发生的关联交易价格公允，不存在损害公司及其股东利益的情况，亦不存在利用关联交易转移利润的情形，对公司的财务状况和经营成果不会产生重大不利影响。

（四）关联交易决策权力和程序的规定

公司通过《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》与《独立董事制度》等相关规定对关联交易进行规范，制定了回避表决制度等措施对其他股东的利益进行保护。

（五）公司报告期内关联交易的决策程序与独立董事意见

公司第一届董事会第四次会议、第一届董事会第五次会议、2021 年第一次

临时股东大会、2021 年第二次临时股东大会在关联方回避表决的情况下，审议通过了《关于确认公司 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间关联交易公允性、合法性的议案》《关于公司 2021 年度预计日常关联交易的议案》，对报告期内发生的关联交易予以确认。

公司独立董事对于发行人 2018 年至 2020 年的关联交易发表了如下独立意见：“2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，公司关联交易协议的签订遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，合同条款是公允、合理的，关联交易价格未偏离市场独立第三方的交易价格，关联交易对公司经营成果不构成重大影响，关联交易的决策权限、决策程序合法，不存在损害公司及其他股东利益的情形，亦不存在利用关联交易转移利润的情形。”

公司独立董事对于发行人 2021 年度预计日常关联交易发表了如下独立意见：“公司 2021 年度预计与关联方发生的日常关联交易，能充分利用关联方拥有的资源和优势为本公司生产经营服务，实现优势互补和资源合理配置，获取更好的效益。交易价格参照市场价格协商确定，关联交易的定价遵循公平、公正、等价、有偿等市场原则，不存在损害公司或全体股东利益的情形。日常关联交易的进行不会对公司的独立性产生实质性影响。”

（六）发行人避免、减少关联交易的措施

公司根据《公司法》等法律、法规的规定建立了规范、健全的法人治理结构，公司制定的《公司章程》及《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事制度》和《关联交易管理制度》等对关联交易的决策权力和程序作出了详尽的规定，有利于公司规范和减少关联交易，保证关联交易的公平、公开、公正。

公司建立健全了规范的独立董事制度。公司董事会聘任了 3 名独立董事并建立了相应的《独立董事制度》，有利于公司治理机制的完善，公司的独立董事将在规范和减少关联交易发挥重要作用，对保护投资者（特别是中小投资者）的合法权益具有积极的作用。

此外，为规范公司的关联交易，公司控股股东慕腾投资、实际控制人王炳坤、林集永作出承诺：

1、自本承诺函签署之日起，本承诺人将尽量减少与公司及其控股子公司之间产生关联交易事项；对于不可避免发生的或有合理原因而发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允的原则进行。

2、本承诺人将严格遵守有关法律、法规、规范性文件及公司《公司章程》等文件中关于关联交易事项回避表决的规定，所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露。

3、本承诺人承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会通过行使公司的经营决策权损害公司及其他股东的合法权益。

4、若本承诺人违反上述承诺给公司或投资者造成损失的，本承诺人将依法承担相应的责任。

八、发行人董事、监事、高级管理人员

（一）董事、监事和高级管理人员基本情况

姓名	职务	性别	出生年月	任职时间	简要经历
王炳坤	董事长、总经理	男	1972年6月	2020.09.04-2023.09.03	1972年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为44190019720618****。1998年1月至2003年12月，从事米洛、诺亚、和梦甜甜等家具家居品牌代理经销业务；2004年1月至2007年3月，与林集永共同创立慕思品牌，并依托东莞市大志家具有限公司经营。2007年4月至2020年8月，历任慕思有限法人代表、执行董事、经理、董事长；2020年9月至今，任公司董事长、总经理。
林集永	董事	男	1970年11月	2020.09.04-2023.09.03	1970年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为44252719701122****。1998年1月至2017年12月，任东莞市大志家具有限公司执行董事、经理；2014年1月至今，任慕腾投资执行董事、经理；2017年11月至2020年8月，任慕思有限董事；2020年9月至今，任公司董事；同时担任广东嘉华酒店有限公司监事、广东现代国际展览中心投资有限公司监事和东莞众家联供应链服务有限公司董事等。
姚吉庆	副董事长，副总	男	1965年2月	2020.09.04-2023.09.03	1965年2月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1996年8月至2001年3月，历任广东华帝集团有限公司营销总监、总经理；2001年

姓名	职务	性别	出生年月	任职时间	简要经历
	经理				4 月至 2006 年 4 月，任威莱数码（中山）有限公司总经理；2006 年 5 月至 2007 年 12 月，任奥克斯空调股份有限公司总经理；2008 年 1 月至 2011 年 12 月，任广东欧派家居集团有限公司营销总监；2012 年 1 月至 2020 年 8 月，历任慕思有限总裁、董事；2020 年 9 月至今，任公司副董事长、副总经理。
盛艳	董事、 副总经理	女	1981 年 2 月	2020.09.0 4-2023.09. 03	1981 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2014 年 2 月至 2020 年 8 月，历任慕思销售副总经理、荟萃家居总经理；2020 年 9 月至今，任公司董事、副总经理。
奉宇	独立 董事	男	1978 年 6 月	2020.09.0 4-2023.09. 03	1978 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，中国注册会计师资格、中国注册税务师执业资格和土地估价师资格。2001 年 7 月至 2003 年 10 月，任中国石油天然气股份有限公司华南化工销售分公司内部审计员；2004 年 1 月至 2016 年 12 月，任东莞市协诚会计师事务所（普通合伙）审计经理；2017 年 12 月至今，任东莞市莞信会计师事务所（普通合伙）所长；2020 年 9 月至今，任公司独立董事。
向振宏	独立 董事	男	1980 年 8 月	2020.09.0 4-2023.09. 03	1980 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，中国执业律师。2002 年 7 月至 2005 年 5 月，任广东陈梁永钜律师事务所律师助理；2005 年 5 月至 2010 年 8 月，任广东陈梁永钜律师事务所律师；2010 年 8 月至 2011 年 10 月，任广东莞泰律师事务所律师；2011 年 10 月至今，任广东莞泰律师事务所合伙人（负责人）；2020 年 9 月至今，任公司独立董事。
唐露新	独立 董事	男	1958 年 1 月	2021.08.0 5-2023.09. 03	1958 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，仪器科学技术教授，广州市仪器仪表学会副理事长，广东省无人智能技术标准化技术委员会委员，广东省科技厅科技评审专家，中国科学院云计算技术创新与育成中心客座研究员；1993 年 7 月至 2018 年 1 月，任广东工业大学机电工程学院系主任；2019 年 5 月至今，任广州理工学院工程中心主任（退休返聘）；2021 年 8 月至今，任公司独立董事。
罗振彪	监事 （监 事会 主席）	男	1971 年 6 月	2020.09.0 4-2023.09. 03	1971 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中级会计师职称。1994 年 7 月至 1998 年 8 月，任广州市华南船舶修造厂成本会计、总账会计；1998 年 9 月至 2001 年 6 月，任广州星港船舶修造工程有限公司财务主管；2001 年 7 月至 2006 年 12 月，任广东嘉华酒店有限公司审计总监；

姓名	职务	性别	出生年月	任职时间	简要经历
					2007年1月至今，任广东华源企业集团有限公司财务总监、开发部总经理；2017年12月至今，任东莞市奥天贸易有限公司执行董事、经理；2020年9月至今，任本公司监事会主席。
雷华	监事	男	1978年4月	2020.09.04-2023.09.03	1978年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2002年3月至2003年11月，任台达电子（东莞）有限公司技术人员；2004年3月至2008年2月，任东莞以诺家具有限公司业务副经理；2008年3月至2016年9月，任慕思有限营运中心副总经理；2016年9月至2019年7月，任慕思有限研发中心副总经理；2019年8月至2020年8月，任崔侓家居业务负责人；2020年9月至今，任本公司智能产品开发部负责人、监事。
汪玉芳	职工代表监事	女	1983年5月	2020.09.04-2023.09.03	1983年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2006年7月至2007年12月，任海信科龙电器股份有限公司深圳分公司文员；2009年2月至2020年8月，历任慕思有限客服部经理、总监，慕思销售客户服务部总监；2020年9月至今，任本公司监事，分管客户服务工作。
江涛	副总经理	男	1976年7月	2020.09.04-2023.09.03	1976年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。2000年1月至2006年2月，任伊莱克斯（中国）电器有限公司区域经理；2006年2月至2017年2月，任方太厨具电器有限公司华北大区营销总经理；2017年2月至2020年8月，任慕思有限销售中心总经理；2020年9月至今，任公司副总经理，分管经销渠道销售。
李立发	财务总监	男	1971年12月	2020.09.04-2023.09.03	1971年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，中级会计师职称，中国注册会计师资格。1999年4月至2014年4月，任洋紫荆油墨（中山）有限公司财务总监、管理委员会委员；2015年1月至2016年3月，任成都拓展新材料股份有限公司财务总监；2016年3月至2020年8月，任慕思有限财务总监；2020年9月至今，任公司财务总监。
赵元贵	董事会秘书	男	1968年5月	2020.09.04-2023.09.03	1968年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，高级会计师职称、中国注册会计师资格、中国注册税务师资格和上市公司董事会秘书资格。1991年7月至1996年8月，任飞利浦汽车照明湖北有限公司（现已更名为“亮锐科技（湖北）有限公司”）财务部副经理；1996年9月至2007年2月，在香港大同机械企业有限公司任财务中心总经理；2007年3月至2010年5月，任深圳浩宁达仪表股份有限公司（现已更名为“深

姓名	职务	性别	出生年月	任职时间	简要经历
					圳赫美集团股份有限公司”)董事兼董事会秘书;2010年6月至2010年12月,任广东五星太阳能股份有限公司财务总监;2011年1月至2012年3月,任慕思有限财务总监;2012年3月至2019年4月,任北京神州普惠科技股份有限公司副总经理、财务总监、董事会秘书;2019年8月至2020年8月,任慕思有限董事会秘书;2020年9月至今,任公司董事会秘书。
张景云	副总经理	女	1987年10月	2020.09.04-2023.09.03	1987年10月出生,中国国籍,无境外永久居留权。2007年4月至2015年3月,任慕思有限凯奇品牌总监,2015年4月至2019年6月,任慕思有限订单管理部总监,2019年7月至2020年8月,任慕思有限人力资源中心副总经理;2020年9月至今,任公司副总经理,分管人力资源工作。

(二) 董事、监事、高级管理人员及其近亲属持股情况

截至招股意向书签署日,公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持有公司股份的情况如下表所示:

序号	姓名	任职及亲属关系说明	直接持有股份数(万股)	间接持有股份数(万股)	直接和间接持股数占发行前公司总股本的比例	直接和间接持股数量
1	王炳坤	董事长、总经理	7,305.00	7,990.60	42.49%	15,295.60
2	林集永	董事	7,305.00	7,990.60	42.49%	15,295.60
3	姚吉庆	副董事长、副总经理	390.00	410.00	2.22%	800.00
4	罗振彪	监事会主席	-	66.40	0.18%	66.40
5	盛艳	董事、副总经理	-	30.90	0.09%	30.90
6	江涛	副总经理	-	27.50	0.08%	27.50
7	雷华	监事	-	16.30	0.05%	16.30
8	汪玉芳	监事	-	10.30	0.03%	10.30
9	李立发	财务总监	-	16.30	0.05%	16.30
10	赵元贵	董事会秘书	-	16.30	0.05%	16.30
11	张景云	副总经理	-	11.20	0.03%	11.20

除上述人员之外,公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属未直接或间接持有公司股份。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的变动情况如下：

序号	姓名	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
		直接和间接持股数量 (万股)	直接和间接持股比例	直接和间接持股数量 (万股)	直接和间接持股比例	直接和间接持股数量 (万股)	直接和间接持股比例
1	王炳坤	15,295.60	42.49%	15,295.60	42.49%	15,527.11	48.52%
2	林集永	15,295.60	42.49%	15,295.60	42.49%	15,527.11	48.52%
3	姚吉庆	800.00	2.22%	800.00	2.22%	800.00	2.50%
4	盛艳	30.90	0.09%	30.90	0.09%	12.36	0.04%
5	罗振彪	66.40	0.18%	66.40	0.18%	13.80	0.04%
6	雷华	16.30	0.05%	16.30	0.05%	6.52	0.02%
7	汪玉芳	10.30	0.03%	10.30	0.03%	4.12	0.01%
8	江涛	27.50	0.08%	27.50	0.08%	-	0.00%
9	李立发	16.30	0.05%	16.30	0.05%	-	0.00%
10	赵元贵	16.30	0.05%	16.30	0.05%	-	0.00%
11	张景云	11.20	0.03%	11.20	0.03%	4.48	0.01%

注 1:上述持股数量及持股比例包括直接持股和间接持股。

截至招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有的公司股份不存在质押或冻结的情况。

（三）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资情况

截至招股意向书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员除对本公司投资以外的其他投资如下：

姓名	被投资单位名称	注册资本 (万元)	持股情况	
			直接/间接持股	持股比例
王炳坤	东莞市慕思健康睡眠酒店有限公司	300.00	直接	100.00%
	慕泰投资	5,240.00	直接	24.53%
	东莞市雄海物流有限公司	480.00	直接	50.00%
	慕腾投资	14,000.00	直接	50.00%
	东莞市慕思睡眠酒店有限公司	300.00	直接、间接	100.00%
	东莞市慕投实业有限公司	5,000.00	通过慕腾投资	50.00%

姓名	被投资单位名称	注册资本 (万元)	持股情况	
			直接/间接持股	持股比例
	东莞市慕氏酒店管理有限公司	300.00	通过慕腾投资	50.00%
	慕氏酒店管理（深圳）有限公司	1,000.00	通过慕腾投资	50.00%
	上海青浦慕腾酒店管理有限公司	200.00	通过慕腾投资	50.00%
	广东嘀嘀金管家信息科技有限公司	1,000.00	通过慕腾投资	37.50%
	共青城慕博投资管理合伙企业（有限合伙）	2,497.50	通过慕腾投资	37.50%
	东莞市一带物流有限公司	1,000.00	通过慕腾投资	50.00%
	惠州市嘉华慕腾房地产开发有限公司	10,000.00	通过慕腾投资	25.00%
	惠州市慕思嘉华置业有限公司	10,000.00	通过慕腾投资	25.00%
	广东现代国际展览中心投资有限公司	10,000.00	通过慕腾投资	12.50%
	北京居然之家联合联合投资管理中心（有限合伙）	300,000.00	通过慕腾投资	0.83%
	东莞市慕腾物业管理有限公司	50.00	通过慕腾投资	50.00%
	焯越酒店管理（东莞）有限公司	1,000.00	通过慕腾投资	50.00%
	东莞市望海阁餐饮管理有限公司	100.00	陈德平代持	30.00%
	深圳市星雅轩酒店有限公司	200.00	通过焯越酒店管理（东莞）有限公司	45.00%
	长沙市舒朗酒店管理有限公司	1,000.00	通过焯越酒店管理（东莞）有限公司	25.50%
	深圳市慕尚酒店管理有限公司	100.00	通过焯越酒店管理（东莞）有限公司	30.00%
	深圳市慕品酒店管理有限公司	50.00	通过焯越酒店管理（东莞）有限公司	30.00%
	东莞市望海餐饮服务有限公司	200.00	直接	40.00%
	东莞众家联网络科技有限公司	10,000.00	通过慕博投资	4.13%
	共青城家合天下叁投资管理合伙企业（有限合伙）	150.00	通过慕博投资	7.50%
林集永	慕泰投资	5,240.00	直接	24.53%
	阳江五联人造板有限公司	1,800.00	直接	75.00%
	连平县东鑫林业有限公司	50.00	直接	55.00%

姓名	被投资单位名称	注册资本 (万元)	持股情况	
			直接/间接持股	持股比例
	东莞市雄海物流有限公司	480.00	直接	50.00%
	慕腾投资	14,000.00	直接	50.00%
	广东华源企业集团有限公司	5,000.00	直接	20.00%
	广东嘉华酒店有限公司	5,000.00	直接、间接	29.00%
	东莞市华源实业有限公司	1,380.00	直接、间接	27.00%
	惠州市黄金海岸嘉华度假酒店有限公司	1,000.00	直接、间接	21.00%
	惠州市金海湾嘉华度假酒店有限公司	3,000.00	直接、间接	21.00%
	东莞市厚街国际大酒店有限公司	3,000.00	直接、间接	20.40%
	东莞市嘉华物业投资有限公司	100.00	直接、间接	21.51%
	广东嘉华酒店集团有限公司	5,000.00	直接、间接	21.40%
	东莞市慕投实业有限公司	5,000.00	通过慕腾投资	50.00%
	东莞市慕氏酒店管理有限公司	300.00	通过慕腾投资	50.00%
	慕氏酒店管理（深圳）有限公司	1,000.00	通过慕腾投资	50.00%
	上海青浦慕腾酒店管理有限公司	200.00	通过慕腾投资	50.00%
	广东嘀嘀金管家信息科技有限公司	1,000.00	通过慕腾投资	37.50%
	共青城慕博投资管理合伙企业（有限合伙）	2,497.50	通过慕腾投资	41.53%
	东莞市一带物流有限公司	1,000.00	通过慕腾投资	50.00%
	惠州市嘉华慕腾房地产开发有限公司	10,000.00	通过慕腾投资	35.00%
	惠州市慕思嘉华置业有限公司	10,000.00	通过慕腾投资	35.00%
	广东现代国际展览中心投资有限公司	10,000.00	通过慕腾投资	23.10%
	焯越酒店管理（东莞）有限公司	1,000.00	通过慕腾投资	50.00%
	东莞市慕腾物业管理有限公司	50.00	通过慕腾投资	50.00%
	深圳市星雅轩酒店有限公司	200.00	通过焯越酒店管理（东莞）有限公司	45.00%
	长沙市舒朗酒店管理有限公司	1,000.00	通过焯越酒店管理（东莞）有限公司	25.50%
	深圳市慕尚酒店管理有限公司	100.00	通过焯越酒店管理（东莞）有限公司	30.00%

姓名	被投资单位名称	注册资本 (万元)	持股情况	
			直接/间接持股	持股比例
			司	
	深圳市慕品酒店管理有限公司	50.00	通过焯越酒店管理（东莞）有限公司	30.00%
	东莞众家联网络科技有限公司	10,000.00	通过慕博投资	4.57%
	共青城家合天下叁投资管理合伙企业（有限合伙）	150.00	通过慕博投资	8.31%
	东莞市华源建筑工程有限公司	10,000.00	间接	22.10%
	广东现代国际展览中心有限公司	5,000.00	通过华源集团	2.41%
姚吉庆	慕泰投资	5,240.00	直接	20.50%
	广东皇派定制家居集团股份有限公司	7,812.50	直接	0.38%
	深圳吉信启航投资合伙企业（有限合伙）	4,200.00	直接	4.76%
盛艳	慕泰投资	5,240.00	直接	1.55%
奉宇	东莞市莞信会计师事务所	50.00	直接	80.00%
	东莞市东信税务师事务所有限公司	50.00	直接	95.00%
	东莞市金策企业管理顾问有限公司	80.00	直接	62.50%
	法税行企业顾问（东莞）有限公司	100.00	直接	20.00%
	东莞市旭东财务咨询有限公司	10.00	直接	50.00%
	广东恒之信土地房地产资产评估有限公司	300.00	直接	37.00%
向振宏	广东莞泰律师事务所	30.00	直接	33.33%
罗振彪	慕泰投资	5,240.00	直接	3.32%
	东莞市奥天贸易有限公司	2,000.00	直接	40.00%
雷华	慕泰投资	5,240.00	直接	0.82%
汪玉芳	慕泰投资	5,240.00	直接	0.52%
李立发	中财讯（江西）智能科技股份有限公司	8,250.00	直接	0.15%
	慕泰投资	5,240.00	直接	0.82%
赵元贵	北京神州普惠科技股份有限公司	7,268.16	直接	1.51%
	慕泰投资	5,240.00	直接	0.82%

上述投资与本公司不存在利益冲突。除上述投资外，公司董事、监事、高级

管理人员与核心技术人员不存在其他对外投资情况。

（四）董事、监事、高级管理人员兼职情况

截至招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在其他企业或单位兼职情况如下：

姓名	本公司职务	兼职单位	在兼职单位所任职务	兼职单位与本公司关系
王炳坤	董事长 总经理	慕泰投资	执行事务合伙人	本公司股东
		慕腾投资	监事	本公司控股股东
		东莞市雄海物流有限公司	监事	实际控制人王炳坤和林集永共同控制的其他企业
		东莞市慕腾物业管理有限公司	监事	实际控制人王炳坤和林集永共同控制的其他企业
		东莞市慕氏酒店管理有限公司	监事	实际控制人王炳坤和林集永共同控制的其他企业
		国际控股	董事	本公司全资子公司
		香港慕思	董事	本公司全资子公司之全资子公司
林集永	董事	东莞市华源实业有限公司	监事	实际控制人之一林集永及其近亲属控制的其他企业
		东莞市华源建筑工程有限公司	监事	实际控制人之一林集永及其近亲属控制的其他企业
		广东嘉华酒店有限公司	监事	实际控制人之一林集永及其近亲属控制的其他企业
		东莞市嘉华酒店管理有限公司	监事	实际控制人之一林集永及其近亲属控制的其他企业
		连平县东鑫林业有限公司	法定代表人	实际控制人之一林集永控制的其他企业
		惠州市金海湾嘉华度假酒店有限公司	董事	实际控制人之一林集永及其近亲属控制的其他企业
		惠州市黄金海岸嘉华度假酒店有限公司	执行董事、经理	实际控制人之一林集永及其近亲属控制的其他企业
		惠州市华源房地产开发有限公司	执行董事、经理	实际控制人之一林集永及其近亲属控制的其他企业
		广东名家居世博园会展有限公司	监事	实际控制人之一林集永及其近亲属控制的其他企业
		慕腾投资	执行董事、经理	本公司控股股东

姓名	本公司职务	兼职单位	在兼职单位所任职务	兼职单位与本公司关系
		东莞市雄海物流有限公司	执行董事、经理	实际控制人王炳坤和林集永共同控制的其他企业
		广东嘉华酒店集团有限公司	监事	实际控制人之一林集永及其近亲属控制的其他企业
		中山市恒富物业投资实业有限公司	执行董事、经理	本公司董事担任执行董事、经理的其他企业
		阳江五联人造板有限公司	执行董事、经理	实际控制人之一林集永控制的其他企业
		广东现代国际展览中心投资有限公司	监事	本公司董事担任监事的其他企业
		东莞市华源教育投资有限公司	监事	实际控制人之一林集永及其近亲属控制的其他企业
		惠州市嘉华慕腾房地产开发有限公司	监事	实际控制人王炳坤、林集永及其近亲属共同控制的其他企业
		汕尾市嘉华投资有限公司	监事	本公司董事担任监事的其他企业
		汕尾市嘉华温泉酒店有限公司	监事	本公司董事担任监事的其他企业
姚吉庆	副董事长 副总经理	慕思电商	经理	本公司全资子公司
		慕思销售	经理	本公司全资子公司
		东莞艾慕	经理	本公司全资子公司
		东莞慕扬	经理	本公司全资子公司
		广东冠盟品牌管理有限公司	监事	本公司董事担任监事的其他企业
向振宏	独立董事	广东莞泰律师事务所	合伙人 (负责人)	本公司独立董事任职单位
奉宇	独立董事	东莞市莞信会计师事务所	执行事务合伙人、所长	本公司独立董事任职单位
		东莞市东信税务师事务所有限公司	执行董事、经理	本公司独立董事任职单位
		东莞市金策企业管理顾问有限公司	执行董事、经理	本公司独立董事任职单位
		东莞市旭东财务咨询有限公司	监事	本公司独立董事担任监事的其他企业
		法税行科技(东莞)有限公司	监事	本公司独立董事担任监事的其他企业
罗振彪	监事会主席	广东华源企业集团有限公司	财务总监、开发部总经理	实际控制人之一林集永及其近亲属控制的其他企业
		广州市华源酒店有	监事	实际控制人之一林集永及

姓名	本公司职务	兼职单位	在兼职单位所任职务	兼职单位与本公司关系
		限公司		其近亲属控制的其他企业
		东莞市奥天贸易有限公司	执行董事、经理	本公司监事会主席任职单位
		东莞艾慕	监事	本公司全资子公司
		慕思电商	监事	本公司全资子公司
		东莞慕扬	监事	本公司全资子公司
		嘉兴慕思	监事	本公司全资子公司
		慕思销售	监事	本公司全资子公司
		崔伟家居	监事	本公司全资子公司
唐露新	独立董事	广州理工学院	工程中心主任（返聘）	本公司独立董事任职单位

除上述情形外，截至招股意向书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员声明没有在其他单位兼职。

九、发行人控股股东及实际控制人

（一）控股股东

截至招股意向书签署日，东莞市慕腾投资有限公司持有发行人 15,000.00 万股股份，持股比例为 41.67%，系公司控股股东。

慕腾投资的基本情况如下：

企业名称	东莞市慕腾投资有限公司
住所	东莞市厚街镇家具大道 1 号广东嘉华酒店主楼 39 层
法定代表人	林集永
统一社会信用代码	914419000917793036
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
注册资本	14,000 万元人民币
成立日期	2014 年 1 月 24 日
经营期限	2014 年 1 月 24 日至无固定期限
经营范围	物业投资；项目投资；实业投资；投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

慕腾投资股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例
1	王炳坤	7,000.00	50.00%
2	林集永	7,000.00	50.00%
合计		14,000.00	100.00%

注：慕腾投资自成立之日起至至今，王炳坤和林集永对其持股比例均为 50.00%和 50.00%。

（二）实际控制人

公司的实际控制人为王炳坤和林集永。

王炳坤和林集永分别直接持有公司 7,305.00 万股股份和 7,305.00 万股股份，共同通过慕腾投资间接持有公司 15,000.00 万股股份，共同通过慕泰投资间接持有公司 2,000.00 万股股份。因此，王炳坤和林集永合计直接和间接持有公司 31,610.00 万股股份，占公司本次发行前股份比例的 87.81%，为公司的实际控制人。

王炳坤和林集永为公司的共同实际控制人，为保证公司的长期持续稳定发展，王炳坤和林集永于 2020 年 11 月 20 日签署了《一致行动协议》，双方确认，自 2007 年 4 月 30 日至本协议签署之日期间，双方均共同作为公司的实际控制人，在所有重大事项决策上均保持一致，双方共同控制公司。双方同意，在处理有关公司经营发展且根据《中华人民共和国公司法》等有关法律法规和《公司章程》规定，需要由股东、董事行使提案权或作出表决的事项时应采取一致行动。

双方就拟表决事项持不同意见时，应当就该等议案进行充分的沟通和交流，直至达成一致意见并按照形成的一致意见在董事会及/或股东大会作出相同的表决意见。如经充分沟通后仍难以达成一致意见，在议案的内容不违反法律法规、公司章程，不损害本协议任意一方合法权益且不影响双方共同控制基础的情况下应以王炳坤的意见为准在公司股东大会及/或董事会上行使表决权。

十、简要财务会计信息

（一）财务报表

1、合并资产负债表

单位：万元

资产	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	142,345.51	127,382.43	33,137.48
交易性金融资产	-	-	15,419.15
应收票据	-	-	35.00
应收账款	5,853.90	3,217.13	5,031.02
预付款项	13,646.70	9,972.66	8,287.33
其他应收款	8,011.39	6,086.87	8,635.83
存货	29,887.49	26,532.57	25,553.12
其他流动资产	1,680.52	1,477.00	973.09
流动资产合计	201,425.52	174,668.66	97,072.01
非流动资产：			
长期股权投资	-	-	841.56
固定资产	153,119.37	94,130.34	64,752.40
在建工程	19,315.28	30,197.11	27,965.40
使用权资产	22,808.86	-	-
无形资产	30,045.04	30,712.21	30,667.13
长期待摊费用	6,056.29	3,116.27	3,495.52
递延所得税资产	8,175.21	5,961.79	4,694.69
其他非流动资产	8,884.27	8,545.83	4,226.38
非流动资产合计	248,404.33	172,663.54	136,643.08
资产总计	449,829.84	347,332.20	233,715.10

合并资产负债表（续）

单位：万元

负债和所有者权益	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动负债：			
短期借款	-	-	3,000.00
应付票据	-	-	937.50
应付账款	56,891.10	64,027.09	51,024.16
预收款项	-	-	23,062.71
合同负债	25,196.04	28,858.77	-
应付职工薪酬	21,804.30	13,282.04	8,294.66

负债和所有者权益	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应交税费	12,338.64	12,611.30	12,625.62
其他应付款	43,656.57	30,349.13	23,844.42
一年内到期的非流动负债	9,151.95	97.22	97.22
其他流动负债	3,173.91	3,493.72	35.00
流动负债合计	172,212.50	152,719.28	122,921.30
非流动负债：			
长期借款	-	-	27.41
租赁负债	14,883.25	-	-
长期应付款	1,504.91	2,045.60	2,123.97
递延收益	4,612.82	4,578.57	3,854.67
递延所得税负债	-	-	2.29
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	21,000.98	6,624.17	6,008.34
负债合计	193,213.48	159,343.45	128,929.64
所有者权益：			
股本	36,000.00	36,000.00	32,000.00
资本公积	140,432.06	140,432.06	26,265.99
其他综合收益	206.10	222.79	493.29
盈余公积	9,680.03	4,421.80	9,557.34
未分配利润	70,298.17	6,912.10	36,259.10
归属于母公司股东权益合计	256,616.36	187,988.75	104,575.72
少数股东权益	-	-	209.74
股东权益合计	256,616.36	187,988.75	104,785.46
负债和股东权益总计	449,829.84	347,332.20	233,715.10

2、合并利润表

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业收入	648,104.09	445,241.97	386,209.45
减：营业成本	356,612.03	225,824.89	179,608.78
税金及附加	4,680.50	3,692.28	2,856.91

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售费用	159,607.93	110,516.11	120,951.63
管理费用	31,473.66	28,932.72	30,074.84
研发费用	15,508.14	9,035.49	7,409.94
财务费用	-927.84	526.67	1,635.45
其中：利息费用	1,084.62	260.49	1,042.98
利息收入	3,551.08	260.69	202.69
加：其他收益	1,174.65	1,246.16	362.09
投资收益（损失以“-”号填列）	425.84	519.80	42.62
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-11.96	-106.18
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-9.15	9.15
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-307.54	81.57	-288.11
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-224.21	-347.46	-1,045.85
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-451.99	-69.44	-5.83
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	81,766.43	68,135.30	42,745.97
加：营业外收入	629.93	534.05	429.66
减：营业外支出	614.65	2,380.70	488.64
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	81,781.70	66,288.65	42,686.99
减：所得税费用	13,137.40	12,658.21	9,413.85
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	68,644.30	53,630.45	33,273.14
（一）按经营持续性分类：		-	-
其中：持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	68,644.30	53,630.45	33,273.14
终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
（二）按所有权归属分类：		-	-
其中：归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	68,644.30	53,633.62	33,299.85
少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-	-3.18	-26.70

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
五、其他综合收益的税后净额	-16.69	-270.50	-23.86
（一）归属于母公司股东的其他综合收益的税后净额	-16.69	-270.50	-23.86
1、将重分类进损益的其他综合收益	-16.69	-270.50	-23.86
（1）外币财务报表折算差额	-16.69	-270.50	-23.86
（二）归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	68,627.61	53,359.95	33,249.29
归属于母公司股东的综合收益总额	68,627.61	53,363.13	33,275.99
归属于少数股东的综合收益总额	-	-3.18	-26.70
七、每股收益			
（一）基本每股收益	1.91	1.68	1.13
（二）稀释每股收益	1.91	1.68	1.13

3、合并现金流量表

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	788,714.27	558,833.13	480,073.32
收到的税费返还	-	-	145.23
收到其他与经营活动有关的现金	10,705.24	6,809.39	7,002.37
经营活动现金流入小计	799,419.51	565,642.52	487,220.92
购买商品、接受劳务支付的现金	421,868.41	262,425.73	191,846.27
支付给职工以及为职工支付的现金	102,706.77	66,157.93	60,758.94
支付的各项税费	49,887.54	42,413.40	29,265.28
支付其他与经营活动有关的现金	125,495.54	96,008.01	111,015.90
经营活动现金流出小计	699,958.26	467,005.07	392,886.38
经营活动产生的现金流量净额	99,461.25	98,637.44	94,334.53
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	60,000.00	15,410.00	-
取得投资收益收到的现金	425.84	238.75	135.13
处置固定资产、无形资产和其他长期	101.35	111.35	162.81

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
资产收回的现金净额			
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	855.35	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	60,527.19	16,615.45	297.94
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	76,817.92	45,619.49	36,917.04
投资支付的现金	60,000.00	-	15,410.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	136,817.92	45,619.49	52,327.04
投资活动产生的现金流量净额	-76,290.73	-29,004.04	-52,029.11
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	58,000.00	12,200.00
其中：子公司吸收少数股东权益性投资收到的现金		-	-
取得借款收到的现金	-	15,424.73	20,377.41
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	211.17	237.40
筹资活动现金流入小计	-	73,635.90	32,814.81
偿还债务支付的现金	-	18,452.14	42,175.51
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	30,260.49	24,042.98
其中：子公司支付少数股东的现金股利	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	8,177.15	136.89	211.17
其中：子公司减资支付给少数股东的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	8,177.15	48,849.51	66,429.65
筹资活动产生的现金流量净额	-8,177.15	24,786.38	-33,614.85
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-30.29	36.33	-85.94
五、现金及现金等价物净增加额	14,963.08	94,456.11	8,604.65
加：期初现金及现金等价物余额	127,382.43	32,926.31	24,321.66
六、期末现金及现金等价物余额	142,345.51	127,382.43	32,926.31

（二）报告期非经常性损益情况

发行人会计师对公司报告期内非经常损益表进行了核验并出具了《非经常性损益的审核报告》（致同专字（2022）第 441A003087 号），经核验的发行人非经常性损益情况如下：

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
非流动性资产处置损益	-490.64	-181.57	-13.67
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	1,083.80	1,137.70	361.17
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-1,973.04
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债、交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产、交易性金融资产、交易性金融负债和其他债权投资取得的投资收益	425.84	-9.15	9.15
单独进行减值测试的应收款项、合同资产减值准备转回	19.02	8.54	0.07
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	144.78	-1,094.31	98.58
因股份支付确认的费用	-	-4,178.49	-7,608.49
非经常性损益总额	1,182.81	-4,317.27	-9,126.24
减：非经常性损益的所得税影响数	261.19	-354.60	122.70
非经常性损益净额	921.62	-3,962.67	-9,248.94
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）	-	-	-
归属于公司普通股股东的非经常性损益	921.62	-3,962.67	-9,248.94

公司的非经常性损益主要为股份支付、业务合并产生的被合并公司期初至合并日的当期净损益和收到的各项计入当期损益的政府补助等。

（三）主要财务指标

财务指标	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
流动比率（倍）	1.17	1.14	0.79
速动比率（倍）	1.00	0.97	0.58
资产负债率 （母公司）	20.71%	35.46%	33.92%
资产负债率（合并）	42.95%	45.88%	55.17%
应收账款周转率 （次/年）	142.90	107.96	89.34
存货周转率（次/年）	12.64	8.67	6.34
息税折旧摊销前利润（万元）	106,165.10	76,510.93	53,097.79
利息保障倍数（倍）	97.88	288.41	49.32
每股经营活动产生的现金流量 （元/股）	2.76	2.74	2.95
每股净现金流量（元/股）	0.42	2.62	0.27
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	2.68%	3.74%	6.18%

注：上述指标计算方法如下：

流动比率=流动资产/流动负债；

速动比率=（流动资产-存货）/流动负债；

资产负债率=负债总额/资产总额×100%；

应收账款周转率=营业收入/期初期末应收账款平均账面价值；

存货周转率=营业成本/期初期末存货平均账面价值；

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧+摊销；

利息保障倍数=息税折旧摊销前利润/利息支出；

每股经营活动产生的现金流量=经营活动的现金流量净额/年（期）末股本总额（或实收资本）；

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/年（期）末股本总额（或实收资本）；

无形资产占净资产的比例=无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）/期末净资产×100%。

十一、管理层讨论与分析

（一）资产状况分析

1、资产结构及总体状况分析

报告期各期末，公司资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	201,425.52	44.78%	174,668.66	50.29%	97,072.01	41.53%
非流动资产	248,404.33	55.22%	172,663.54	49.71%	136,643.08	58.47%
资产总额	449,829.84	100.00%	347,332.20	100.00%	233,715.10	100.00%

报告期各期末，公司资产总额分别为 233,715.10 万元、347,332.20 万元和 449,829.84 万元，资产规模保持稳步增长，一方面系公司销售规模持续增长形成良好的销售回款，以及新老股东资本投入导致货币资金等流动资产增加较多；另一方面系公司对华南生产基地和华东生产基地智能数字化工厂的持续投入，导致固定资产和在建工程等非流动资产规模有所增长。

报告期各期末，流动资产金额分别为 97,072.01 万元、174,668.66 万元和 201,425.52 万元，流动资产占总资产的比例分别为 41.53%、50.29%和 44.78%，主要系公司销售规模持续增长形成良好的销售回款，以及新老股东资本投入导致货币资金大幅增加。公司流动资产规模和占比有所上升，公司资产结构进一步优化，具有较强的资产流动性和变现能力。

2、流动资产的构成及其变化分析

公司流动资产主要由货币资金、交易性金融资产、预付款项和存货等构成，应收账款金额较小。报告期各期末，公司流动资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	142,345.51	70.67%	127,382.43	72.93%	33,137.48	34.14%
交易性金融资产	-	-	-	-	15,419.15	15.88%
应收票据	-	-	-	-	35.00	0.04%
应收账款	5,853.90	2.91%	3,217.13	1.84%	5,031.02	5.18%

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预付款项	13,646.70	6.78%	9,972.66	5.71%	8,287.33	8.54%
其他应收款	8,011.39	3.98%	6,086.87	3.48%	8,635.83	8.90%
存货	29,887.49	14.84%	26,532.57	15.19%	25,553.12	26.32%
其他流动资产	1,680.52	0.83%	1,477.00	0.85%	973.09	1.00%
流动资产合计	201,425.52	100.00%	174,668.66	100.00%	97,072.01	100.00%

报告期各期末，公司主要流动资产的构成及变化情况分析如下：

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
库存现金	14.81	28.74	13.15
银行存款	141,646.62	126,688.57	31,939.49
其他货币资金	684.07	665.12	1,184.84
合计	142,345.51	127,382.43	33,137.48

报告期各期末，公司货币资金主要为银行存款，库存现金余额较小。2019 年末、2020 年末和 2021 年末，公司货币资金持续增加主要原因包括：①公司经营规模持续扩大、盈利情况优异，销售回款形成货币资金规模逐年增加；②2019-2021 年度，公司收到原有股东、员工持股平台和外部投资者股权投资款分别为 12,200 万元和 58,000 万元。报告期内，公司货币资金与业务规模需求相匹配。

（2）交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
交易性金融资产	-	-	15,419.15

2019 年末，公司交易性金融资产系公司为提高资金使用效率将暂时闲置资金购买的短期且保本银行理财产品，并于 2020 年到期赎回。

(3) 应收票据

报告期内，公司较少使用银行或商业票据进行结算。2019 年末应收票据金额为 35.00 万元，系收到直供客户营口红运酒店管理有限公司红运大饭店的银行承兑汇票。

报告期内，公司应收票据均具有真实的交易背景，不存在已质押的应收票据，不存在因出票人未履约而将其转为应收账款的情况。

(4) 应收账款

报告期各期末，公司应收账款净额分别为 5,031.02 万元、3,217.13 万元和 5,853.90 万元，占流动资产的比例分别为 5.18%、1.84%和 2.91%，应收账款金额和占比均较小，与公司客户结构和销售货款结算政策相匹配。

①应收账款变动分析

报告期内，公司期末应收账款与营业收入占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度
应收账款净额	5,853.90	3,217.13	5,031.02
应收账款净额增长率	81.96%	-36.05%	39.17%
营业收入	648,104.09	445,241.97	386,209.45
应收账款净额占营业收入比例	0.90%	0.72%	1.30%

A.应收账款规模较小分析

报告期内，公司主要对直供客户采用赊销的结算政策，而经销客户主要采用“全款下单”的结算方式，直营客户和电商客户主要采用现款结算。因直供客户的收入占公司销售收入比例较低，故公司应收账款净额及占当期营业收入的比例维持在较低水平。

B.应收账款金额变动分析

2020 年末，公司应收账款净额较 2019 年末减少 36.05%，主要原因为锦江系客户款到发货结算方式的销售占比上升，致使应收账款减少，以及受疫情影响，

海外经销收入有所减少，具有一定信用额度的海外经销商应收账款减少。

2021 年末，公司应收账款净额较 2020 年末增加 81.96%，主要原因系应收账款随着公司与欧派家居等直供业务销售规模的增长而相应增加。

②同行业应收账款比较

报告期各期末，公司与同行业可比公司应收账款占营业收入比例的比较情况如下：

公司名称	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
喜临门	15.52%	13.26%	23.65%
梦百合	未披露	15.27%	20.65%
顾家家居	9.25%	8.75%	9.12%
趣睡科技	8.74%	8.53%	6.89%
远超智慧	未披露	0.26%	0.17%
平均值	11.17%	9.21%	12.10%
发行人	0.90%	0.72%	1.30%

数据来源：Wind 资讯，梦百合和远超智慧尚未披露 2021 年度数据。

由上表可知，相较于同行业可比公司，公司应收账款占营业收入比例较低，主要原因系公司以自主品牌经营模式为主，经销商需“全款下单”，一般不存在信用期，存在信用期的直供客户和部分经销商客户占比较小。而同行业可比公司喜临门、梦百合、顾家家居和趣睡科技的 OEM/ODM 等直供销售占比较高，通常会给予 OEM/ODM 等直供客户一定的信用期，导致其应收账款净额占营业收入比例高于发行人。同行业可比公司远超智慧产品销售以经销模式为主，直供销售占比较低，对经销商主要采取款清发货的结算模式，因此其应收账款占营业收入比例亦较低。

③主要欠款客户分析

报告期各期末，公司应收账款余额前五名情况如下：

单位：万元

时间	序号	客户名称	客户类型	是否关联方	应收账款余额	占应收账款余额比例
----	----	------	------	-------	--------	-----------

2021 年 12 月 31 日	1	欧派家居	直供	否	3,559.22	55.79%
	2	北京京东世纪贸易有限公司	电商	否	851.39	13.35%
	3	De Rucci (MELBOURNE) Pty Ltd	经销	否	191.09	3.00%
	4	上海红星美凯龙商务咨询有限公司	直供	否	174.40	2.73%
	5	Alpha Infinite Pty Ltd	经销	否	121.94	1.91%
	合计				4,898.04	76.78%
时间	序号	客户名称	客户类型	是否关联方	应收账款余额	占应收账款余额比例
2020 年 12 月 31 日	1	欧派家居	直供	否	1,506.98	42.66%
	2	上海罗莱家用纺织品有限公司	直供	否	268.61	7.60%
	3	上海哲旻家具有限公司	经销	否	118.37	3.35%
	4	Alpha Infinite Pty Ltd	经销	否	116.69	3.30%
	5	De Rucci (Melbourne) Pty Ltd	经销	否	110.04	3.11%
	合计				2,120.69	60.03%
时间	序号	客户名称	客户类型	是否关联方	应收账款余额	占应收账款余额比例
2019 年 12 月 31 日	1	欧派家居	直供	否	1,273.89	23.84%
	2	锦江系客户	直供	否	684.22	12.80%
	3	De Rucci International Pty Ltd	经销	是	608.95	11.39%
	4	Aimu Living Pty Ltd	经销	否	272.49	5.10%
	5	梵华名品（北京）家居有限公司	经销	否	219.02	4.10%
	合计				3,058.58	57.23%

注：1、欧派家居指欧派家居及受其同一实际控制人控制的广州欧派集成家居有限公司，欧派家居主要以广州欧派集成家居有限公司和发行人进行合作，2021 年起，欧派家居亦开始和发行人合作；2、锦江系客户是指受锦江集团同一控制的锦江融汇电子商务有限公司及直营和管理的酒店等交易主体。

报告期各期末，公司应收账款余额前五名欠款客户中应收直供客户款项金额较大，双方合作稳定，该等客户均具有良好的商业信誉和付款能力，历史付款情况良好，发生大额坏账的可能性较小，公司应收账款质量较好。

④坏账准备计提分析

报告期各期末，公司应收账款账龄和坏账计提情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	6,068.84	95.13%	3,296.65	93.32%	5,127.36	95.95%
1-2 年	88.17	1.38%	68.79	1.95%	212.38	3.97%
2-3 年	59.75	0.94%	163.04	4.61%	4.30	0.08%
3 年以上	162.78	2.55%	4.30	0.12%	-	-
应收账款余额	6,379.54	100.00%	3,532.78	100.00%	5,344.05	100.00%
减：坏账准备	525.64		315.65		313.03	
应收账款净额	5,853.90		3,217.13		5,031.02	

报告期各期末，公司客户信用资质情况良好，应收账款余额的账龄基本在一年以内，显示了公司应收账款质量较高。其中，账龄一年以上的应收账款，主要系少数直供客户尾款尚未支付所致。

公司根据行业惯例、公司销售模式及应收账款收款情况等具体因素，制定了合理、稳健的坏账准备计提政策并严格执行。2019 年 1 月 1 日起，公司执行新金融工具准则，应收账款以摊余成本计量，以预期信用损失为基础确认损失准备。公司已按要求足额计提坏账准备，应收账款到期不能收回的风险较低。

（5）预付款项

报告期各期末，公司预付款项及其构成情况如下：

单位：万元

分类	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
宣传推广费	8,486.52	62.19%	5,218.02	52.32%	6,089.31	73.48%
材料采购款	3,276.54	24.01%	3,683.84	36.94%	950.77	11.47%
租金	815.53	5.98%	378.73	3.80%	575.18	6.94%
其他	1,068.11	7.83%	692.07	6.94%	672.07	8.11%
合计	13,646.70	100.00%	9,972.66	100.00%	8,287.33	100.00%

①预付款项变动分析

公司预付款项金额分别为 8,287.33 万元、9,972.66 万元和 13,646.70 万元，占流动资产比例分别为 8.54%、5.71%和 6.78%。2020 年末和 2021 年末，预付款

项金额有所增加主要系预付材料采购款余额和预付宣传推广费余额增加所致。

A. 预付款项的构成

报告期内，公司预付款项主要为预付宣传推广费、上游供应商的材料采购款、租金等各类款项，形成相关预付款项的主要原因：（a）公司重视品牌塑造与推广，长期保持较高的品牌营销活动、冠名赞助等多样化的宣传推广投入，该类服务的支付通常涉及按合同约定条款安排预付，导致预付款项余额较高；（b）太空树脂球材料、进口床垫等产品的供应商为国内独家代理机构或为境外供应商，需预付材料采购款；（c）公司部分直营门店、展厅等租赁场地涉及预付租金。

B. 预付款项变动情况

2020 年末，公司预付宣传推广费金额有所下降，主要系公司将部分传统渠道广告调整为线上推广，后者跨年待结算余额较少；且不同年度的冠名赞助项目有所变化，冠名赞助费存在波动。2021 年末，公司预付宣传推广费金额较 2020 年末增加，主要原因系发行人为进一步扩大市场影响力，加大宣传推广力度，获得了较多的优质广告投放资源、大型官方活动及大型 IP 活动的冠名赞助资格所致。

2020 年末，预付材料采购款较 2019 年明显增加，主要系太空树脂球材料采购明显增加，且公司与供应商采用预付货款方式结算所致。

报告期各期末，公司预付租金余额变动主要受直营门店变动影响。

② 预付款项账龄分析

报告期各期末，公司预付款项的账龄以 1 年以内为主，预付款项质量情况良好，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	13,529.50	99.14%	9,956.64	99.84%	8,133.44	98.14%
1-2 年	101.18	0.74%	16.02	0.16%	149.66	1.81%
2-3 年	16.02	0.12%	-	-	4.23	0.05%

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	13,646.70	100.00%	9,972.66	100.00%	8,287.33	100.00%

③预付款项主要供应商情况

A.2021 年 12 月 31 日

单位：万元

供应商名称	与公司关系	金额	占预付账款比例
红星美凯龙	参股股东	2,001.90	14.67%
东莞市中日家居有限公司	非关联方	1,152.19	8.44%
居然之家	非关联方	1,144.50	8.39%
深圳市世纪樱花实业有限公司	非关联方	1,056.60	7.74%
深圳市华君智讯传媒科技有限公司	非关联方	503.77	3.69%
合计		5,858.96	42.93%

注：1、红星美凯龙指同受一方控制的上海红星美凯龙商务咨询有限公司、上海红星美凯龙品牌管理有限公司等；

2、居然之家指同受一方控制的北京居然之家家居连锁有限公司、广东居然之家家居连锁商业管理有限公司。

B.2020 年 12 月 31 日

单位：万元

供应商名称	与公司关系	金额	占预付账款比例
红星美凯龙	参股股东	2,511.33	25.18%
东莞市中日家居有限公司	非关联方	1,821.69	18.27%
南京李现影视文化工作室	非关联方	755.47	7.58%
东莞市红丰进出口有限公司	非关联方	345.07	3.46%
Technogel Italia S.R.L.	非关联方	339.34	3.40%
合计		5,772.91	57.89%

注：1、2020 年 12 月，红星美凯龙通过增资持有公司 2.50% 股权；2、公司对红星美凯龙及其控制企业的预付款项合并列示。

C.2019 年 12 月 31 日

单位：万元

供应商名称	与公司关系	金额	占预付账款比例
红星美凯龙	非关联方	1,659.20	20.02%
广州德高空港广告有限公司	非关联方	875.32	10.56%

广州达牛科技股份有限公司	非关联方	655.72	7.91%
Technogel Italia S.R.L.	非关联方	272.46	3.29%
源浩（上海）文化传播有限公司	非关联方	242.14	2.92%
合计		3,704.83	44.70%

注：公司对红星美凯龙及其控制企业的预付款项合并列示。

④预付宣传推广费的主要供应商采购内容及关联关系

A. 2021 年 12 月 31 日

单位：万元

主要供应商名称	采购内容	期末预付款		是否为关联方
		金额	占比	
红星美凯龙	品牌主题活动等	1,623.96	19.14%	否
居然之家	品牌主题活动等	1,066.04	12.56%	否
深圳市世纪樱花实业有限公司	冠名赞助	1,056.60	12.45%	否
深圳市华君智讯传媒科技有限公司	互联网广告	503.77	5.94%	否
央广金信（北京）文化传媒有限公司	电视台广告	339.62	4.00%	否
合 计		4,589.99	54.09%	

B. 2020 年 12 月 31 日

单位：万元

主要供应商名称	采购内容	期末预付款		是否为关联方
		金额	占比	
红星美凯龙系公司	品牌主题活动等	2,490.34	47.73%	否
南京李现影视文化工作室	冠名赞助	755.47	14.48%	否
海宁壹起演艺经纪有限公司	冠名赞助	301.13	5.77%	否
重庆京东海嘉电子商务有限公司	电商平台	157.26	3.01%	否
广州泽声现代文化传播有限公司	策划服务	139.62	2.68%	否
合 计		3,843.82	73.67%	

C. 2019 年 12 月 31 日

单位：万元

主要供应商名称	采购内容	期末预付款		是否为关联方
		金额	占比	
红星美凯龙系公司	品牌主题活动等	1,623.86	26.67%	否
广州德高空港广告有限公司	公共交通场景广告	875.32	14.37%	否

主要供应商名称	采购内容	期末预付款		是否为关联方
		金额	占比	
广州达牛科技股份有限公司	冠名赞助/互联网广告	655.72	10.77%	否
源浩（上海）文化传播有限公司	公共交通场景广告	242.14	3.98%	否
Tennis Australia Limited	冠名赞助	206.93	3.40%	否
合计		3,603.97	59.19%	

⑤预付材料采购款的主要供应商采购内容及关联关系

A. 2021 年 12 月 31 日

单位：万元

供应商名称	采购内容	期末预付款		是否为关联方
		金额	占比	
东莞市中日家居有限公司	太空树脂球	1,152.19	35.16%	否
Technogel Italia S.R.L	凝胶、床品	393.64	12.01%	否
Artilat NV	乳胶	375.99	11.48%	否
深圳市云智眠科技有限公司	测试系统部件、五金配件	230.69	7.04%	否
Centre Bedding SAS	床垫	171.79	5.24%	否
合 计		2,324.30	70.94%	

B. 2020 年 12 月 31 日

单位：万元

供应商名称	采购内容	期末预付款		是否为关联方
		金额	占比	
东莞市中日家居有限公司	太空树脂球	1,821.69	49.45%	否
东莞市红丰进出口有限公司	床垫等	345.07	9.37%	否
Technogel Italia S.R.L	凝胶、床品	339.34	9.21%	否
HS Products LTD	床网	159.43	4.33%	否
苏州德勤纺织科技有限公司	床品	139.50	3.79%	否
合 计		2,805.03	76.14%	

C. 2019 年 12 月 31 日

单位：万元

供应商名称	采购内容	期末预付款	是否为关联方
-------	------	-------	--------

		金额	占比	
Technogel Italia S.R.L	凝胶、床品	272.46	28.66%	否
Alsace Bedding	床垫	210.90	22.18%	否
东莞市中日家居有限公司	太空树脂球	105.75	11.12%	否
HS Products LTD	床网	65.54	6.89%	否
佳久实业有限公司	床品	46.33	4.87%	否
合 计		700.98	73.73%	

(6) 其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款金额分别为 8,635.83 万元、6,086.87 万元和 8,011.39 万元，占流动资产的比例分别为 8.90%、3.48%和 3.98%，主要为向出租方支付的门店租赁的押金、向直供客户支付的履约保证金、门店转让款和直营店商场代收款等，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
押金、保证金	3,941.94	46.48%	3,303.28	50.40%	3,359.68	36.37%
往来款及其他	1,925.66	22.71%	1,621.53	24.74%	4,080.04	44.17%
商场代收款	2,286.30	26.96%	1,379.35	21.04%	1,607.37	17.40%
代扣代缴社保、公积金	326.86	3.85%	250.57	3.82%	190.26	2.06%
其他应收账款余额	8,480.76	100.00%	6,554.72	100.00%	9,237.35	100.00%
减：坏账准备	469.37		467.85		601.52	
其他应收账款净额	8,011.39		6,086.87		8,635.83	

2020 年末其他应收款余额较 2019 年减少 2,682.63 万元，主要原因为：①应收关联方 De Rucci International Pty Ltd 和 De Rucci Bedding Co.Qn Ltd 款项合计减少 1,219.73 万元；②应收梵华怡居尚未到期的分期转让款较 2019 年末减少 477.76 万元。

2021 年末其他应收款余额较 2020 年末增加 1,926.04 万元，主要原因为：公司不断扩大经营规模，2021 年新增直营门店较多，致使向出租方支付的门店租赁的押金以及商场代收款相应增加。

报告期各期末，公司其他应收款账龄构成如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	6,120.78	72.17%	4,314.95	65.83%	7,187.70	77.81%
1-2 年	266.70	3.14%	1,761.43	26.87%	1,761.30	19.07%
2-3 年	1,751.42	20.65%	384.45	5.87%	269.53	2.92%
3-4 年	283.29	3.34%	93.89	1.43%	-	-
4-5 年	58.57	0.69%	-	-	18.82	0.20%
其他应收账款余额	8,480.76	100.00%	6,554.72	100.00%	9,237.35	100.00%
减：坏账准备	469.37		467.85		601.52	
其他应收账款净额	8,011.39		6,086.87		8,635.83	

从账龄结构看，报告期内公司其他应收账款余额的账龄一年以内较多，其他应收账款质量较高，账龄较长主要为直营店支付给商场的租赁押金等。

公司制定了合理、稳健的坏账准备计提政策并严格执行，已按要求足额计提坏账准备。

(7) 存货

报告期各期末，公司存货金额构成明细如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品	16,283.17	53.73%	14,789.48	54.68%	14,787.58	54.97%
原材料	10,270.91	33.89%	8,736.61	32.30%	7,513.56	27.93%
发出商品	1,729.40	5.71%	1,355.19	5.01%	1,532.16	5.70%
半成品	866.76	2.86%	1,350.84	4.99%	1,894.58	7.04%
在产品	288.96	0.95%	510.72	1.89%	601.78	2.24%
周转材料	868.88	2.87%	303.80	1.12%	570.10	2.12%
账面余额	30,308.08	100.00%	27,046.65	100.00%	26,899.76	100.00%
减：存货跌价准备	420.59	1.39%	514.08	1.90%	1,346.64	5.01%
账面价值	29,887.49	-	26,532.57	-	25,553.12	-

注：1、半成品系指已完成部分工序，需进一步加工的未完工的存货；2、在产品系指车

间已经领料，但尚未完成当前生产工序的车间在产品。

报告期各期末，公司存货金额分别为 25,553.12 万元、26,532.57 万元和 29,887.49 万元，占流动资产比例分别为 26.32%、15.19%和 14.84%。报告期各期末，公司存货以库存商品、原材料为主，两项合计占比分别为 82.90%、86.98%和 87.61%。

①期末存货构成的合理性分析

公司采取“以销定产为主，备货生产为辅”的生产模式以及“以产定采”的直接采购模式，致力于实现零库存管理目标。公司通过全生产流程的数字化、信息化改造升级打造智慧工厂，以制造运营管理系统（MOM）平台为核心，集成企业运营管理（SAP ERP）、生产排程管理系统（APS）、生产制造执行系统（MES）、仓储管理系统（WMS）等信息系统，构建了智慧工厂信息化基础设施，实现销售订单、生产计划、库存管理一体化智能管控。

报告期内，公司生产周期较短，生产模式与直接采购模式有效运行，在销售规模持续较快增长的情况下，实现良好的产销平衡并保持较为合理的库存存货水平。

A.期末库存商品合理性及变动分析

报告期各期末，库存商品余额构成如下：

单位：万元

分类	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
床垫	4,902.25	30.11%	4,441.59	30.03%	4,670.57	31.58%
床品	3,271.10	20.09%	3,858.23	26.09%	3,459.73	23.40%
床架	1,834.14	11.26%	2,324.70	15.72%	2,290.09	15.49%
其他	6,275.68	38.54%	4,164.97	28.16%	4,367.18	29.53%
合计	16,283.17	100.00%	14,789.48	100.00%	14,787.58	100.00%

注：其他主要是包括按摩椅、沙发、桌椅等非寝具商品。

公司库存商品主要包括床垫、床品、床架等。报告期各期末，公司库存商品余额分别为 14,787.58 万元、14,789.48 万元和 16,283.17 万元，占存货余额的比例分别为 54.97%、54.68%和 53.73%，占比保持稳定。

2021 年 12 月 31 日，库存商品余额较上年末增加 1,493.69 万元，主要系沙发等产品库存余额随业务规模扩大而有所增加。

B.期末原材料合理性及变动分析

报告期各期末，原材料期末账面余额构成如下：

单位：万元

分类	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
皮料	3,192.29	31.08%	2,052.90	23.50%	1,395.99	18.58%
面料	2,111.62	20.56%	1,975.01	22.61%	1,911.40	25.44%
乳胶	1,085.75	10.57%	739.42	8.46%	508.29	6.77%
3D 棉	350.29	3.41%	393.14	4.50%	306.69	4.08%
海绵	271.97	2.65%	331.94	3.80%	234.99	3.13%
钢线	201.30	1.96%	210.23	2.41%	182.04	2.42%
其他	3,057.68	29.77%	3,033.99	34.73%	2,974.16	39.58%
合计	10,270.91	100.00%	8,736.61	100.00%	7,513.56	100.00%

公司产品使用的原材料主要包括皮料、面料、乳胶、3D 棉、海绵、钢线等。报告期各期末，公司原材料余额分别为 7,513.56 万元、8,736.61 万元和 10,270.91 万元，占比分别为 27.93%、32.30%和 33.89%，其中前述 6 类原材料余额合计占比分别为 60.41%、65.28%和 70.23%，占比持续提高。

报告期内，在直接材料持续增长的背景下，公司原材料余额控制在较低水平，主要系在零库存管理目标的指导下，公司根据生产计划、原材料供给情况、产地、价格走势、原材料物理特征等因素，合理设置各类原材料的安全库存水平。

报告期各期末，除了面料、皮料余额占比较高，其他原材料余额占比较低，其主要原因：（a）皮料、面料是公司主要原材料，需求量大，而供应商距离公司生产基地较远，且入库检验周期较长，导致安全库存水平偏高；此外，2021 年末皮料余额大幅增加也受 2021 年沙发产品的产销量大幅增加的影响，作为沙发主要材料的皮料，期末余额相应增加；（b）其他原材料供应商多位于公司生产基地附近、或在生产基地附近设有仓库，到货速度较快且检验周期较短，库存水平较低；（c）2021 年末，乳胶材料的库存余额较 2020 年末增加，主要系海外

疫情延长了运输时间且受原材料价格上升趋势影响，发行人根据生产需求增加乳胶库存。

C.期末发出商品合理性及变动分析

公司发出商品主要为电商、直供等销售中已发出但客户尚未签收的床垫、床架等产品。报告期各期末，公司发出商品余额分别为 1,532.16 万元、1,355.19 万元和 1,729.40 万元，占比分别为 5.70%、5.01%和 5.71%。2020 年末，公司发出商品余额为 1,355.19 万元，较 2019 年末有所下降。2021 年末发出商品较 2020 年末有所增加，一方面系电商渠道整体销售规模的扩大，床垫床架产品已送货未签收订单增加；另一方面 2021 年电商渠道沙发产品的销售规模大幅增加，导致期末发出商品余额相应增加。

②各期末存货中有具体订单支持的金额及比例

报告期各期末，存货中有具体订单支持的金额及比例如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
未交货订单金额 a	30,076.76	31,330.13	21,713.87
综合毛利率 b	44.45%	48.96%	53.05%
折算成本金额 $c=a*(1-b)$	16,710.80	15,989.68	10,195.20
扣除发出商品的存货账面余额 d	28,578.68	25,691.46	25,367.59
订单支持率 $e=c/d$	58.47%	62.24%	40.19%

报告期内，发行人采用“以销定产为主，备货生产为辅”的生产模式，致力于通过全生产流程的数字化、信息化改造升级打造智慧工厂，实现零库存管理目标。发行人不断加强销售、生产、采购联动以及管理水平，尽量做准市场需求预测，加强生产、存货管理，减少备货，从而实现报告期内订单支持率不断提升。

③存货周转率

报告期内，公司与同行业可比公司的存货周转率对比情况如下：

公司名称	存货周转率（次/年）		
	2021 年度	2020 年度	2019 年度

公司名称	存货周转率（次/年）		
	2021 年度	2020 年度	2019 年度
喜临门	5.56	3.82	3.06
梦百合	未披露	4.09	4.16
顾家家居	6.05	5.23	5.95
趣睡科技	17.47	20.66	22.73
远超智慧	未披露	8.95	9.22
平均值	9.69	8.55	9.02
发行人	12.64	8.67	6.34

数据来源：1、数据来源：Wind 资讯；2、梦百合和远超智慧尚未披露 2021 年度数据。

报告期内，公司存货周转率分别为 6.34、8.67 和 12.64，存货周转速度较快、变现能力较强，显示了公司良好的存货管理能力和公司产品处于较好的销售状态。

公司存货周转率在同行业可比公司中处于前列，但同行业可比公司存货周转率平均值高于公司，主要系趣睡科技高存货周转率拉动影响，具体差异主要系公司与同行业可比公司在业务模式和客户结构存在较大差异，分析如下：

A.公司存货周转率明显高于喜临门、梦百合、顾家家居，这部分可比公司为其其他家具品牌企业 OEM/ODM 等代工的销售规模占比较高，且多为境外客户，考虑到运输时间、供货及时性等因素，该等客户一般会要求代工厂商提前备货，故同行业可比公司存货周转速度较慢；而发行人不存在代工业务，主要通过自主品牌面向消费者进行销售，在客户下单后组织生产，且生产完毕后即发货给客户，存货周转速度较快。

B.趣睡科技存货周转率显著高于公司及其他同行业公司，主要是趣睡科技采用外协生产模式，无自主生产，不存在原材料备料，存货主要以发出商品为主，其业务模式导致其存货周转率较高。

④存货跌价准备

报告期各期末，公司计提的存货跌价准备的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
----	------------------	------------------	------------------

	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备
库存商品	16,283.17	280.24	14,789.48	473.73	14,787.58	1,151.32
原材料	10,270.91	101.27	8,736.61	40.36	7,513.56	195.32
发出商品	1,729.40	-	1,355.19	-	1,532.16	-
半成品	866.76	13.22	1,350.84	-	1,894.58	-
在产品	288.96	-	510.72	-	601.78	-
周转材料	868.88	25.86	303.80	-	570.10	-
合计	30,308.08	420.59	27,046.65	514.09	26,899.76	1,346.64

报告期各期末,公司存货跌价准备分别为1,346.64万元、514.08万元和420.59万元,公司计提的存货跌价准备由库存商品和原材料的跌价准备构成。

报告期内,公司存货跌价准备的变动与库龄下降、呆滞存货处置有关,主要原因为:A.公司不断加强存货管理,将存货库龄与相关部门绩效挂钩,敦促有关部门优化营销计划、生产计划和库存管理等活动并逐渐取得成效;B.2019年四季度起公司针对性地梳理呆滞库存商品、原材料等存货,并于2020年加大相关产品促销力度和营销活动,呆滞存货进一步下降。

(8) 其他流动资产

报告期各期末,公司其他流动资产金额分别为973.09万元、1,477.00万元和1,680.52万元,占流动资产比例分别为1.00%、0.85%和0.83%,主要为待认证进项税、预缴企业所得税及IPO中介机构费等。

单位: 万元

项目	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
待认证进项税	573.78	1,340.12	777.10
预缴企业所得税	426.46	-	140.82
IPO中介机构费	680.28	136.89	-
平台账户款及其他	-	-	55.17
合计	1,680.52	1,477.00	973.09

2020年末其他流动资产较2019年末增加503.91万元,主要原因系待认证进项税额增加。

3、非流动资产的构成及其变化分析

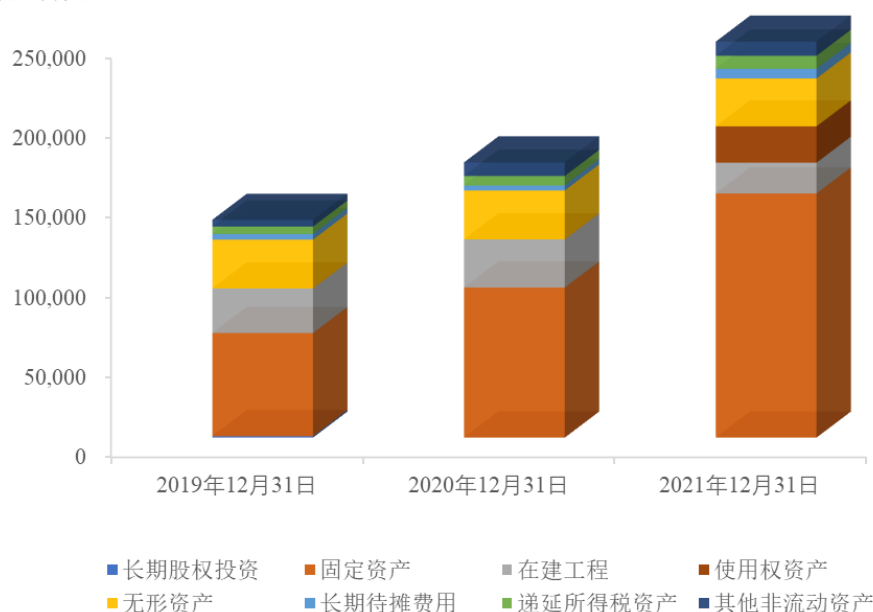
报告期各期末,公司非流动资产主要以固定资产、在建工程 and 无形资产为主,三者合计占非流动资产金额的比例分别为 90.30%、89.79%和 81.51%,非流动资产具体构成情况如下:

单位:万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期股权投资	-	-	-	-	841.56	0.62%
固定资产	153,119.37	61.64%	94,130.34	54.52%	64,752.40	47.39%
在建工程	19,315.28	7.78%	30,197.11	17.49%	27,965.40	20.47%
使用权资产	22,808.86	9.18%	-	-	-	-
无形资产	30,045.04	12.10%	30,712.21	17.79%	30,667.13	22.44%
长期待摊费用	6,056.29	2.44%	3,116.27	1.80%	3,495.52	2.56%
递延所得税资产	8,175.21	3.29%	5,961.79	3.45%	4,694.69	3.44%
其他非流动资产	8,884.27	3.58%	8,545.83	4.95%	4,226.38	3.09%
非流动资产合计	248,404.33	100.00%	172,663.54	100.00%	136,643.08	100.00%

单位:万元

非流动资产构成



报告期各期末,主要非流动资产的构成及变化情况如下:

(1) 长期股权投资

报告期各期末，公司长期股权投资分别为 841.56 万元、0.00 万元和 0.00 万元，主要系控股子公司慕博投资通过权益法核算其持有的东莞众家联网络科技有限公司的股权价值。2020 年 10 月，公司向慕腾投资转让持有慕博投资全部 75% 的股权，自 2020 年末起不存在长期股权投资。

(2) 固定资产

①固定资产构成及变动分析

报告期各期末，公司固定资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋及建筑物	113,142.73	73.89%	66,775.64	70.94%	41,291.37	63.77%
生产设备	32,705.07	21.36%	23,840.64	25.33%	21,459.91	33.14%
运输设备	556.62	0.36%	203.39	0.22%	332.46	0.51%
办公及电子设备	6,714.96	4.39%	3,310.68	3.52%	1,668.66	2.58%
合计	153,119.37	100.00%	94,130.34	100.00%	64,752.40	100.00%

报告期各期末，公司固定资产主要由房屋及建筑物、生产设备等构成，公司正处于布局生产基地、提升产能的发展阶段，因此固定资产投入较大。

2020 年末固定资产账面价值较 2019 年末增加 29,377.94 万元，主要原因系华南生产基地一期、三期，以及华东生产基地一期的厂房、宿舍楼和办公楼等在建工程部分达到预定可使用状态并转入固定资产；

2021 年末固定资产账面价值较 2020 年末增加 58,989.03 万元，主要原因系华南生产基地一期办公楼、二期研发大楼、智能立库和设备房，以及华东生产基地宿舍楼等在建工程达到预定可使用状态并转入固定资产。

报告期内，公司各类固定资产均为正常生产经营所需的资产，使用状态良好，不存在闲置及减值情况。

②固定资产折旧情况

报告期各期末，公司固定资产原值和累计折旧情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
原值	178,453.72	109,648.24	74,682.27
累计折旧	25,334.34	15,517.90	9,929.87
净值	153,119.37	94,130.34	64,752.40

报告期内，公司固定资产按类别的折旧年限、残值率等与同行业可比公司的对比情况如下：

项目	房屋及建筑物	生产设备	运输设备	办公及电子设备	残值率
喜临门	20-30 年	3-10 年	4-5 年	-	5%、10%
梦百合	20 年	10 年	5 年	3 年	5%
顾家家居	5-20 年	3-5 年、10 年	5 年	-	5-10%
趣睡科技	20 年	-	4 年	3 年	5%
远超智慧	10-20 年	10 年	5 年	3-5 年	5%
发行人	3-10 年、20 年	5 年、10 年	4 年	3-5 年	5%

注：喜临门和顾家家居生产设备情况为其年报披露的通用设备和专用设备，趣睡科技办公及电子设备为其招股书披露的电子设备及其他，远超智慧生产设备为其招股书披露的机器设备、办公及电子设备为其披露的办公设备及其他。

（数据来源：各上市公司年度报告和招股书。）

根据上表可见，公司固定资产的折旧年限范围与同行业可比公司不存在重大差异，固定资产的折旧方法谨慎、合理。

（3）在建工程

①在建工程情况

报告期各期末，公司在建工程明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例
华南生产基地一期	2,065.98	10.70%	13,594.08	45.02%	9,942.69	35.55%
华南生产基地二期	1,154.61	5.98%	12,500.33	41.40%	3,209.34	11.48%
华南生产基地三期	502.03	2.60%	7.14	0.02%	7,315.41	26.16%
华东生产基地一期	10,578.74	54.77%	3,765.69	12.47%	3,919.23	14.01%
新工业园冰水蓄冷中央空调系统工程	-	-	-	-	1,240.91	4.44%

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例
立体库系统工程	5,013.91	25.96%	329.87	1.09%	2,337.81	8.36%
合计	19,315.28	100.00%	30,197.11	100.00%	27,965.40	100.00%

报告期内，公司业务规模持续扩大，为扩大软体家居的产能，公司在总部东莞新建华南生产基地。同时，考虑到长三角系公司产品的重要销售区域，为缩短产品的供应半径，公司在浙江设立子公司嘉兴慕思并新建华东生产基地，因此，报告期各期末，华南和华东生产基地的在建工程金额较大。随着达到预定可使用状态的在建工程转入固定资产，在建工程于 2021 年末总体有所减少。

报告期内，公司严格按照《企业会计准则第 4 号—固定资产》及其指南的相关规定，遵循及时性、谨慎性的原则，对符合转固条件的在建工程及时转固。

报告期各期末，公司在建工程不存在减值迹象，无需计提减值准备。

（4）使用权资产

公司自 2021 年起执行新租赁准则，除简化处理的短期租赁和低价值资产租赁外，其他租赁确认使用权资产，2021 年末使用权资产余额为 22,808.86 万元。

（5）无形资产

报告期各期末，公司无形资产构成明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
土地使用权	23,176.72	77.14%	23,684.44	77.12%	24,191.57	78.88%
商标/专利使用权	3,875.77	12.90%	4,806.36	15.65%	4,942.18	16.12%
软件	2,992.55	9.96%	2,221.41	7.23%	1,533.38	5.00%
合计	30,045.04	100.00%	30,712.21	100.00%	30,667.13	100.00%

公司无形资产中土地使用权主要包括华南生产基地一期、二期、三期及华东生产基地所在 4 宗土地，合计土地面积为 425,925.64 平方米；商标/专利使用权主要为公司“崔佺”商标和专利购买发生的相关成本费用；软件系公司购置 SAP、

3D 建模和 OA 等信息化办公软件的购置成本。不存在内部研发支出资本化的情况。

报告期各期末，公司无形资产不存在减值迹象，无需计提减值准备。

(6) 长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用金额分别为 3,495.52 万元、3,116.27 万元和 6,056.29 万元，占非流动资产的比例分别为 2.56%、1.80%和 2.44%，占比较小，主要为直营门店装修费。报告期各期末，公司长期待摊费用构成明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
装修费	6,056.29	3,116.27	3,483.86
其他	-	-	11.66
合计	6,056.29	3,116.27	3,495.52

2021 年末长期待摊费用较上年末增加 2,940.02 万元，主要原因系公司不断扩大经营规模，新增直营门店，导致直营门店装修费增加较多。

(7) 递延所得税资产

公司递延所得税资产主要包括预提返利及补贴、内部交易未实现利润和资产减值准备等可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。报告期各期末，公司递延所得税资产构成明细情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	1,415.60	317.24	1,297.59	289.87	2,261.19	490.95
递延收益	4,612.82	1,049.38	4,578.57	1,051.89	3,854.67	950.95
内部交易未实现利润	4,241.73	934.73	3,010.05	723.75	4,622.79	1,089.53
预提返利及补贴	23,495.46	5,873.86	15,585.11	3,896.28	8,653.05	2,163.26
合计	33,765.60	8,175.21	24,471.33	5,961.79	19,391.69	4,694.69

报告期各期末，公司递延所得税资产逐步上升，主要系预提返利及补贴逐年增加所致。

（8）其他非流动资产

公司其他非流动资产为预付设备款和工程款等。报告期各期末，公司其他非流动资产构成明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
预付工程款	371.21	1,726.03	1,716.16
预付设备款	6,383.93	6,169.26	1,507.95
预付软件款	2,129.13	650.53	1,002.26
合计	8,884.27	8,545.83	4,226.38

报告期内，公司正处于布局生产基地、提升产能的发展阶段，各期末其他非流动资产金额变动主要受到预付工程款和预付设备款的影响。

（二）负债状况分析

1、负债结构及总体状况分析

报告期各期末，公司负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	172,212.50	89.13%	152,719.28	95.84%	122,921.30	95.34%
非流动负债	21,000.98	10.87%	6,624.17	4.16%	6,008.34	4.66%
负债合计	193,213.48	100.00%	159,343.45	100.00%	128,929.64	100.00%

报告期各期末，公司负债金额分别为 128,929.64 万元、159,343.45 万元和 193,213.48 万元，负债规模不断增长且以流动负债为主，主要原因系随着公司业务规模的扩大，在产业链上话语权进一步提升，使得公司预收销售款项和应付材料采购款项规模实现不同程度增长所致。

2、流动负债的主要构成及其变化

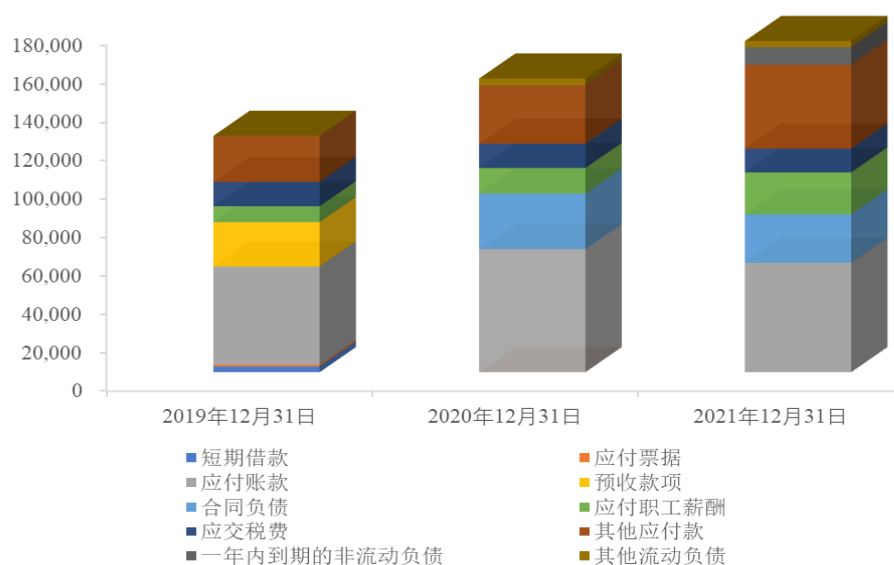
公司的流动负债主要以应付账款、预收款项（合同负债）和其他应付款为主。报告期各期末，公司流动负债具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	-	-	-	-	3,000.00	2.44%
应付票据	-	-	-	-	937.50	0.76%
应付账款	56,891.10	33.04%	64,027.09	41.92%	51,024.16	41.51%
预收款项	-	-	-	-	23,062.71	18.76%
合同负债	25,196.04	14.63%	28,858.77	18.90%	-	-
应付职工薪酬	21,804.30	12.66%	13,282.04	8.70%	8,294.66	6.75%
应交税费	12,338.64	7.16%	12,611.30	8.26%	12,625.62	10.27%
其他应付款	43,656.57	25.35%	30,349.13	19.87%	23,844.42	19.40%
一年内到期的非流动负债	9,151.95	5.31%	97.22	0.06%	97.22	0.08%
其他流动负债	3,173.91	1.84%	3,493.72	2.29%	35.00	0.03%
流动负债合计	172,212.50	100.00%	152,719.28	100.00%	122,921.30	100.00%

流动负债构成

单位：万元



报告期各期末，主要流动负债的构成及变化情况分析如下：

(1) 短期借款

报告期各期末，公司短期借款情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
信用借款	-	-	3,000.00
合计	-	-	3,000.00

2019 年末，公司短期借款金额为 3,000.00 万元，主要系华南生产基地建设投资资金需求较大，为保证日常经营周转所需资金的充裕，公司使用了银行短期借款，并在收到股东投资款和实现经营盈余后及时进行还本付息。

(2) 应付票据

公司较少使用银行或商业承兑汇票进行购销货款的结算，报告期各期末，公司应付票据余额分别为 937.50 万元、0.00 万元和 0.00 万元，金额较少。2019 年末，公司应付票据余额 937.50 万元主要系应付原材料供应商的银行承兑汇票。

报告期内，公司不存在开具无真实交易背景的商业票据的情形。

(3) 应付账款

报告期各期末，公司应付账款主要系采购原材料、外协产品、设备等物资形成的应付采购款以及应付工程款项等，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
材料采购款	39,057.26	68.65%	42,051.55	65.68%	34,891.18	68.38%
工程款	12,426.64	21.84%	15,101.00	23.59%	12,164.19	23.84%
服务费及其他	2,501.50	4.40%	2,914.62	4.55%	2,262.91	4.43%
广告费	2,047.79	3.60%	2,226.10	3.48%	1,349.72	2.65%
设备及软件款	857.91	1.51%	1,733.82	2.71%	356.15	0.70%
合计	56,891.10	100.00%	64,027.09	100.00%	51,024.16	100.00%

注：材料采购款主要包括采购原材料、外协产品等生产物资形成的货款。

报告期各期末，应付账款金额分别为 51,024.16 万元、64,027.09 万元和 56,891.10 万元，占流动负债的比例分别为 41.51%、41.92%和 33.04%。应付账款是公司流动负债的主要构成之一，占比逐年上升。报告期各期末，应付账款主要由应付材料采购款和应付工程款构成，系应付账款余额变动的主要因素，两项合

计占比分别 92.22%、89.26%和 90.49%，具体分析如下：

①应付材料采购款变动合理性分析

报告期内应付材料采购款余额变动与原材料、外协产品等采购额的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度
应付材料采购款	39,057.26	-7.12%	42,051.55	20.52%	34,891.18	81.79%
原材料、外协产品等采购额	345,831.04	76.29%	196,170.81	25.31%	156,549.69	1.28%

2020 年，公司采购规模随业务量增长持续扩大，应付货款余额相应增加，应付货款余额增长趋势与同期原材料、外协产品等采购额基本一致，但增长幅度明显高于后者，其主要原因：A.公司是国内床垫行业的知名品牌企业之一，具有较大的业务规模和相应的规模化采购需求，且公司采购的主要产品市场供应较为充分，公司在采购端面对供应商普遍具有较强的议价能力；B.公司经营现金流良好，能够及时支付上游供应商的采购款，长期以来形成了良好的商业信用；C.为了提高营运资金使用效率，2019 年在友好协商的基础上，长期合作的主要供应商将原提供给公司的 1 个月付款账期延长至 2 个月，主要涉及布料、面料、海绵、外协产品等大批量采购商品的供应商，调整前后，公司与主要供应商均保持着良好、稳定的长期业务合作关系。

2021 年末，应付材料采购款余额较 2020 年末有所减少，主要原因系公司为维护健康、可持续的采购供应链体系，将主要供应商结算付款期由月结 60 天缩短至月结 30 天，导致期末应付供应商的采购款规模减少，与公司材料采购规模和信用政策变动情况一致。

报告期内，发行人主要材料供应商应付账款余额、采购内容、采购金额及结算政策情况如下：

A.2021 年度/2021 年 12 月 31 日

单位：万元

供应商名称	应付账款		采购内容	当期采购入库金额	结算政策
	金额	占比			
乐山巨星农牧股份有限公司	914.30	2.34%	皮料等	17,307.86	月结 30 天
德州兴隆皮革制品有限公司	892.87	2.29%	皮料等	4,519.50	月结 30 天
东莞市恒盈海绵制品有限公司	867.22	2.22%	海绵料件等	9,005.55	月结 30 天
东莞恒生高分子科技有限公司	848.36	2.17%	海绵料件等	10,593.16	月结 30 天
南通开发区升阳金属制品有限公司	774.08	1.98%	钢线等	8,300.54	月结 30 天
合计	4,296.82	11.00%		49,726.59	

B.2020 年度/2020 年 12 月 31 日

单位：万元

供应商名称	应付账款		采购内容	当期采购入库金额	结算政策
	金额	占比			
深圳市中深爱的寝具科技有限公司	1,615.41	3.84%	床垫、床网等	7,838.40	月结 30 天/60 天
乐山巨星农牧股份有限公司	1,093.02	2.60%	皮料等	7,645.89	月结 30 天/月结 60 天
浙江通天星集团股份有限公司	1,002.45	2.38%	皮料等	2,722.90	月结 30 天/月结 60 天
南通开发区升阳金属制品有限公司	1,001.79	2.38%	钢线等	4,239.30	月结 30 天/月结 60 天
杭州田野提花织造有限公司	873.43	2.08%	面料等	3,624.54	月结 30 天/月结 60 天
合计	5,586.1	13.28%		26,071.03	

C.2019 年度/2019 年 12 月 31 日

单位：万元

供应商名称	应付账款		采购内容	当期采购入库金额	结算政策
	金额	占比			
东莞市恒盈海绵制品有限公司	2,498.19	7.16%	海绵料件等	10,648.55	月结 30 天
深圳市中深爱的寝具科技有限公司	1,492.38	4.28%	床垫、床网等	5,108.05	月结 30 天/月结 60 天
乐山巨星农牧股份有限公司	1,248.56	3.58%	皮料等	4,125.05	月结 30 天
杭州田野提花织造有限公司	1,128.21	3.23%	面料等	3,437.22	月结 30 天
东莞市慕缘棉业有限公司	876.59	2.51%	棉纺材料等	2,956.03	月结 30 天
合计	7,243.93	20.76%		26,274.90	

注：深圳市中深爱的寝具科技有限公司及其子公司深圳市中爱丫可寝具材料有限公司均为公司供应商，公司向两家供应商的采购额合并列示。

报告期内，前五大供应商构成存在一定变化，主要系发行人采购需求随着业务发展而有所变化，导致对相关供应商需求存在波动。报告期内，发行人对主要供应商采用月结 30 天或 60 天的结算政策，上述主要供应商应付账款余额与采购模式、结算政策、采购金额相匹配。

②应付工程款变动合理性分析

报告期各期末，公司应付工程款有所增长，主要系应付东莞市华源建筑工程有限公司、浙江嘉兴福达建设股份有限公司余新分公司工程款项。报告期内，公司聘请东莞市华源建筑工程有限公司负责华南生产基地建设项目，聘请浙江嘉兴福达建设股份有限公司余新分公司负责华东生产基地建设项目。报告期各期末，华南生产基地二期、三期工程以及华东生产基地一期建设产生的应付工程款较多，报告期各期末上述相关工程的尚未支付款项导致相应期末应付工程款余额较高。

③应付账款账龄

报告期各期末，应付账款账龄情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	52,184.12	91.73%	62,451.73	97.54%	50,826.88	99.61%
1-2 年	4,673.33	8.21%	1,506.62	2.35%	103.37	0.20%
2-3 年	33.16	0.06%	68.54	0.11%	93.91	0.18%
3 年以上	0.50	0.00%	0.20	0.00%	-	0.00%
合 计	56,891.10	100.00%	64,027.09	100.00%	51,024.16	100.00%

其中，报告期各期末，发行人账龄超过 1 年的重要应付账款未付原因如下：

单位：万元

供应商名称	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	未偿还或未结转的原因
东莞市华源建筑工程有限公司	4,091.24	1,398.39	-	工程质保金及已结算待支付

供应商名称	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日	未偿还或未结转的原因
				款项

发行人应付账款余额的账龄基本上以一年以内为主。账龄在 1 年以上的金额分别为 197.28 万元、1,575.36 万元和 4,706.99 万元，占应付账款余额的比例分别为 0.38%、2.46%和 8.27%，主要原因是工程质保金及部分已结算待支付款项等。

④期后付款

报告期各期末应付账款的期后付款情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度/ 2021 年 12 月 31 日	2020 年度/ 2020 年 12 月 31 日	2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日
应付账款期末余额 a	56,891.10	64,027.09	51,024.16
期后付款金额 b	50,843.86	63,877.91	51,015.27
未付款金额 c=a-b	6,047.25	149.18	8.89
未付款金额占比 d=c/a	10.63%	0.23%	0.02%

注：期后付款统计至 2022 年 2 月 28 日止。

截至 2022 年 2 月 28 日，仍未支付之报告期末应付账款余额 6,047.25 万元，主要是工程质保金及部分已结算待支付款项。

发行人应付材料采购款期末余额随着公司业务量增长相应增加，与采购规模、结算政策相匹配。

⑤应付账款其他项目情况

报告期各期末，公司应付设备款、广告费、服务费及其他项目余额整体较小且占比相对稳定。

报告期内，公司与主要供应商按照合同约定付款安排、信用期等进行结算，能够及时支付上游供应商的采购款，具有良好的商业信用。报告期各期末，公司应付账款的账龄基本在一年以内，应付账款的账龄合理，不存在拖延供应商款项逾期未偿还的情形。

⑥应付账款余额前五大供应商

A.2021 年 12 月 31 日

单位：万元

供应商	余额	占比	采购内容
东莞市华源建筑工程有限公司	4,091.24	7.19%	建筑工程
浙江嘉兴福达建设股份有限公司余新分公司	3,949.74	6.94%	建筑工程
乐山巨星农牧股份有限公司	914.30	1.61%	皮料
德州兴隆皮革制品有限公司	892.87	1.57%	皮料等
东莞市恒盈海绵制品有限公司	867.22	1.52%	海绵料件等
合计	10,715.36	18.83%	

B.2020 年 12 月 31 日

单位：万元

供应商	余额	占比	采购内容
东莞市华源建筑工程有限公司	10,220.90	15.96%	建筑工程
浙江嘉兴福达建设股份有限公司余新分公司	2,932.74	4.58%	建筑工程
深圳市中深爱的寝具科技有限公司	1,615.41	2.52%	床垫代工
乐山巨星农牧股份有限公司	1,093.02	1.71%	皮料
浙江通天星集团股份有限公司	1,002.45	1.57%	皮料
合计	16,864.52	26.34%	

注：同一控制下企业已合并计算。

C.2019 年 12 月 31 日

单位：万元

供应商	余额	占比	采购内容
东莞市华源建筑工程有限公司	9,559.21	18.73%	建筑工程
东莞市恒盈海绵制品有限公司	2,498.19	4.90%	海绵
深圳市中深爱的寝具科技有限公司	1,492.38	2.92%	床垫代工
乐山巨星农牧股份有限公司	1,248.56	2.45%	皮料
杭州田野提花织造有限公司	1,128.21	2.21%	纺织品
合计	15,926.55	31.21%	

注：同一控制下企业已合并计算。

报告期各期末，除东莞市华源建筑工程有限公司外，公司应付账款中前五大供应商不存在其他应付持公司 5%（含）以上表决权股份的股东或其他关联方的

款项。

(4) 预收款项、合同负债

报告期各期末，公司预收款项、合同负债和其他流动负债中待转销项税额合计余额分别为 23,062.71 万元、32,352.49 万元和 28,369.94 万元，为预收客户的货款。

①公司预收款项与营业收入的匹配情况

报告期各期末，公司预收款项占当期营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度
预收款项	28,369.94	32,352.49	23,062.71
营业收入	648,104.09	445,241.97	386,209.45
预收款项占营业收入比例	4.38%	7.27%	5.97%

注：财政部 2017 年 7 月发布了修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》，公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将根据合同约定的预收款项重分类至合同负债和其他流动负债列示。基于报告期内的数据可比性，公司将 2020 年末和 2021 年末合同负债和其他流动负债中待转销项税额的合计数与 2019 年末预收款项进行比较分析。

报告期内，公司具有较强的品牌优势和市场地位，核心竞争力产品市场需求较为旺盛，订单负荷较高，公司对客户基本采用“全款下单”的结算方式，公司收到预收款项后再排单生产，公司将产品交付并办理交接手续后，确认营业收入，并同时结转预收款项、合同负债。报告期各期末，公司预收款项规模与公司“全款下单”实际执行情况相符，2021 年末公司预收款项占当期营业收入的比例同比下降，主要原因：A.农历 2021 年春节较农历 2020 年春节提前近两周，加之生产线员工提前错峰返程影响，经销商在 2021 年末向公司提交订单的规模有所减少，导致相关预收款项减少；B.2021 年华东生产基地逐步投产，公司产能扩充后订单交付能力进一步提高，导致已收款待交付订单规模有所下降；C.2021 年末，公司因销售返利和补贴等应向经销商待兑金额有所增长，该等返利和补贴余额可用于抵减货款，导致同等提货金额下经销商实际支付的预付货款规模有所减少。

②预收账款主要客户情况

报告期各期末，公司预收款项及合同负债余额主要客户的名称、金额及账龄、对应合同总金额情况如下：

A.2021 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	客户名称	合同负债+其他流动 负债中待转销项税		账龄	对应合同总金额（在 手订单金额）	预收比例
		期末余额	占比			
1	刘莺歌	1,135.09	4.00%	一年以内	862.03	131.68%
2	锦江系客户	798.17	2.81%	一年以内	706.34	113.00%
3	汤建红	700.72	2.47%	一年以内	432.86	161.88%
4	林喜	353.59	1.25%	一年以内	246.38	143.52%
5	高进	343.47	1.21%	一年以内	114.17	300.84%
合计		3,331.04	11.74%	-	2,361.78	141.04%

B.2020 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	客户名称	合同负债+其他流动 负债中待转销项税		账龄	对应合同总金额 （在手订单金额）	预收比例
		期末余额	占比			
1	锦江系客户	1,744.59	5.39%	一年以内	959.88	181.75%
2	刘莺歌	1,049.51	3.24%	一年以内	764.42	137.30%
3	汤建红	717.13	2.22%	一年以内	540.32	132.72%
4	林喜	457.18	1.41%	一年以内	266.88	171.31%
5	肖婷丹	386.37	1.19%	一年以内	267.49	144.44%
合计		4,354.78	13.45%	-	2,798.99	155.58%

C.2019 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	客户名称	预收款项		账龄	对应合同总金额 （在手订单金额）	预收比例
		期末余额	占比			
1	锦江系客户	1,617.10	7.01%	一年以内	1,648.87	98.07%
2	刘莺歌	1,158.64	5.02%	一年以内	1,061.06	109.20%
3	林喜	512.12	2.22%	一年以内	435.17	117.68%
4	高进	432.02	1.87%	一年以内	345.19	125.15%
5	于春华	386.20	1.67%	一年以内	333.46	115.82%
合计		4,106.08	17.79%	-	3,823.75	107.38%

（5）应付职工薪酬

公司已建立较为完善且具有竞争力的薪酬制度，应付职工薪酬主要核算各报告期末已计提但尚未发放的员工工资、奖金、津贴、补贴及福利费等薪酬。报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 8,294.66 万元、13,282.04 万元和 21,804.30 万元，占流动负债的比例分别为 6.75%、8.70%和 12.66%。

①计提的应付职工薪酬变动的原因

报告期各期，公司员工平均薪酬如下：

单位：万元、万元/月/人

项 目	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日
期末人数 ①	7,358	6,048	4,983
年平均人数 ②	7,213	5,452	5,280
全年应付职工薪酬 ③	111,229.03	71,145.31	61,678.49
其中：应付的奖金金额 ④	14,193.76	7,433.63	3,304.62
期末应付职工薪酬 ⑤	21,804.30	13,282.04	8,294.66
月平均工资——全年 ③/②/12	1.29	1.09	0.97
月平均工资——年末 ⑤/①	2.96	2.20	1.66
剔除奖金金额月平均薪酬 ——全年（③-④）/②/12	1.12	0.97	0.92
剔除奖金金额月平均薪酬 ——年末（⑤-④）/①	1.03	0.97	1.00
平均奖金-年末 ④/①	1.93	1.23	0.66

注：年平均人数为月底员工平均人数。

2020 年末、2021 年末应付职工薪酬增加较多，主要原因系公司为应对新冠肺炎疫情对市场造成不利局面，适时加大对员工业绩目标完成的激励政策，导致奖金计提金额有所增加，扣除奖金情况下，公司员工月平均薪酬波动较小。

②各期薪酬计提配比情况

报告期各期，公司员工薪酬分析情况如下：

单位：万元、万元/月/人

项 目	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日
-----	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

应付职工薪酬①	21,804.30	13,282.04	8,294.66
其中：奖金金额②	14,193.76	7,433.63	3,304.62
期末人数③	7,358	6,048	4,983
不剔除奖金的平均薪酬①/③	2.96	2.20	1.66
剔除奖金的平均薪酬（①-②）/③	1.03	0.97	1.00
平均奖金②/③	1.93	1.23	0.66

扣除奖金情况下，公司员工平均薪酬较为稳定，总体而言员工薪酬计提与薪酬体系配比。2020 年度、2021 年度平均奖金增加较多主要原因是在新冠肺炎疫情下，公司适时加大了对员工业绩目标完成的激励政策。

③应付职工薪酬期后支付情况

报告期各期，公司应付职工薪酬期后支付情况如下：

单位：万元

项 目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应付职工薪酬	21,804.30	13,282.04	8,294.66
期后支付金额	21,804.30	13,282.04	8,294.66
差额	-	-	-

④应付职工薪酬相关报表列示准确，会计处理恰当

根据《企业会计准则》规定，公司将应付职工薪酬按照应付短期薪酬、应付设定提存计划及应付辞退福利分类列示报告期内的计提金额与支付金额，应付职工薪酬变动中计提金额与发生的职工薪酬总成本相互勾稽，支付金额与现金流量表中支付给职工和为职工支付的现金流出相勾稽。报告期内，公司应付职工薪酬相关报表列示准确，会计处理恰当。

（6）应交税费

报告期各期末，公司应交税金主要为应交增值税和企业所得税，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
企业所得税	7,067.70	57.28%	6,513.27	51.65%	6,295.14	49.86%

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
增值税	4,233.94	34.31%	5,301.04	42.03%	5,705.41	45.19%
城市维护建设税	144.32	1.17%	164.13	1.30%	105.60	0.84%
教育费附加	139.11	1.13%	157.25	1.25%	112.75	0.89%
个人所得税	428.23	3.47%	253.14	2.01%	206.68	1.64%
土地使用税	170.44	1.38%	170.44	1.35%	170.44	1.35%
印花税及其他	154.91	1.26%	52.05	0.41%	29.61	0.23%
合计	12,338.64	100.00%	12,611.30	100.00%	12,625.62	100.00%

报告期各期末，公司增值税、企业所得税和其他税种应缴未缴税款与公司实际经营依法核算的应交金额和预缴进度相符，各期末应交税费金额相对稳定。报告期内，公司依法纳税，不存在因严重违反税收方面法律、行政法规而受到处罚的情形。

（7）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款主要为预提客户的返利及补贴、收取客户或供应商的押金和保证金等，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预提返利及补贴	23,495.46	53.82%	15,585.11	51.35%	8,662.73	36.33%
押金和保证金	14,975.15	34.30%	9,218.82	30.38%	7,095.06	29.76%
预提费用及其他	5,185.96	11.88%	5,545.20	18.27%	8,086.64	33.91%
合计	43,656.57	100.00%	30,349.13	100.00%	23,844.42	100.00%

①预提返利及补贴

预提返利及补贴系公司为了鼓励经销商加大市场营销力度，推动销售收入的持续增长，提高品牌影响力和市场占有率，对于完成业绩考核的经销商，公司以返利的方式进行激励，以及对符合公司政策规定的经销商广告投放、门店装修和主动营销等给予一定补贴，公司对当期尚未兑现但归属于本期的返利和补贴通过其他应付款预提。

报告期各期末，预提返利及补贴逐年增加主要原因为经销商数量逐年增加，同时公司不断丰富经销商各类型返利和补贴政策，故年末预提的尚未兑现的返利和补贴金额随之增加。

②押金和保证金

押金和保证金主要系公司为加强对经销商的管理，向其收取的履约保证金和品牌推广保证金，以及公司为进一步确保供应商供货的品质，对其收取的质量保证金等。

报告期各期末，押金和保证金逐年增加主要原因系随着原有经销商代理产品品牌系列的增加以及新经销商的不断加入，公司收取的经销商履约保证金和品牌推广保证金随之增加。

③预提费用及其他

预提费用及其他主要系预提的运输费用、应付关联方款项等，具体情况如下：

A.变动原因分析

2020 年末预提费用及其他较 2019 年末减少 2,541.43 万元，主要系应付关联方款项减少所致；2021 年末预提费用与 2020 年末余额接近。

报告期各期末，公司应付关联方款项的具体情况详见招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、公司报告期内的主要关联交易事项”之“（三）关联方应收应付款余额情况”的分析。

B.预提费用分析

报告期各期末，公司预提运输费用余额分别为 2,455.02 万元、1,540.93 万元和 2,061.45 万元，公司与运输服务供应商结算方式一般为月结 30 天，因此，公司对于各期末最后一个月尚未与运输服务的供应商进行结算的货物运费进行预提。

报告期各期末，公司预提运输费余额按应付对象列示如下：

a.2021 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	运费服务供应商	结算方式	期末应付金额	占比
1	迅安供应链管理（东莞）有限公司	月结 30 天	329.66	15.99%
2	中国邮政速递物流股份有限公司	月结 30 天	305.90	14.84%
3	青岛日日顺智慧物联有限公司	月结 30 天	262.11	12.71%
4	顺丰速运（东莞）有限公司	月结 30 天	205.97	9.99%
5	上海贝业新兄弟供应链管理有限公司	月结 30 天	145.13	7.04%
合计			1,248.77	60.58%

b.2020 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	运费服务供应商	结算方式	期末应付金额	占比
1	顺丰速运（东莞）有限公司	月结 30 天	237.30	15.40%
2	中国邮政速递物流股份有限公司东莞市分公司	月结 30 天	222.67	14.45%
3	上海华振运输有限公司东莞分公司	月结 30 天	211.01	13.69%
4	青岛日日顺智慧物联有限公司	月结 30 天	130.28	8.45%
5	东莞市坤韵速递有限公司	月结 30 天	123.50	8.01%
合计			924.76	60.00%

c.2019 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	运费服务供应商	结算方式	期末应付金额	占比
1	上海华振运输有限公司东莞分公司	月结 30 天	480.86	19.59%
2	中国邮政速递物流股份有限公司东莞市分公司	月结 30 天	452.56	18.43%
3	迅安供应链管理（东莞）有限公司	月结 30 天	356.53	14.52%
4	青岛日日顺智慧物联有限公司	月结 30 天	326.87	13.31%
5	西安京东讯成物流有限公司	月结 30 天	219.43	8.94%
合计			1,836.25	74.79%

（8）一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
一年内到期的租赁负债	9,054.73	-	-
一年内到期的长期应付款	97.22	97.22	97.22

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
合计	9,151.95	97.22	97.22

2021 年末一年内到期的非流动负债较 2020 年末增加 9,054.73 万元，主要原因系公司于自 2021 年 1 月 1 日执行新租赁准则，对租赁确认使用权资产和租赁负债，其中一年内到期的应付租赁款分类至一年内到期的非流动负债进行核算。

(9) 其他流动负债

报告期各期末，公司其他非流动负债情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
待转销项税额	3,173.91	3,493.72	-
未终止确认的应收票据	-	-	35.00
合计	3,173.91	3,493.72	35.00

2020 年末其他流动负债较 2019 年末增加 3,458.72 万元，原因系公司自 2020 年 1 月 1 日执行新收入准则，将根据合同约定的预收款项重分类至合同负债和其他流动负债列示。

3、非流动负债的主要构成及其变化

报告期各期末，非流动负债主要由长期借款、长期应付款和递延收益等构成，公司非流动负债具体构成如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期借款	-	-	-	-	27.41	0.46%
租赁负债	14,883.25	70.87%	-	-	-	-
长期应付款	1,504.91	7.17%	2,045.60	30.88%	2,123.97	35.35%
递延收益	4,612.82	21.96%	4,578.57	69.12%	3,854.67	64.16%
递延所得税负债	-	-	-	-	2.29	0.04%
非流动负债合计	21,000.98	100.00%	6,624.17	100.00%	6,008.34	100.00%

报告期各期末，主要非流动负债的构成及变化情况如下：

(1) 长期借款

报告期各期末，公司长期借款情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
抵押借款	-	-	27.41
小计	-	-	27.41
减：一年内到期的长期借款	-	-	-
合计	-	-	27.41

公司长期借款系公司投资建设华南和华东生产基地而取得银行借款资金，截至 2020 年 12 月 31 日，公司长期借款已归还完毕。

（2）租赁负债

公司于 2021 年执行新租赁准则，对租赁确认使用权资产和租赁负债，2021 年末租赁负债余额为 14,883.25 万元。

（3）长期应付款

报告期各期末，公司长期应付款情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应付土地款	8,986.58	9,545.21	9,637.80
减：未确认融资费用	7,384.45	7,402.39	7,416.61
小计	1,602.13	2,142.81	2,221.19
减：一年内到期长期应付款	97.22	97.22	97.22
合计	1,504.91	2,045.60	2,123.97

公司于 2018 年 11 月 12 日与东莞市厚街镇河田股份经济联合社签订《集体建设用地使用权出让合同》（东国土资流转出让合[2018]23 号），取得华南生产基地三期土地，并于 2019 年 3 月 19 日取得东莞市自然资源局核发的《不动产权证书》（粤（2019）东莞不动产权第 0066034 号），并于 2020 年 1 月 28 日换发新的《不动产权证书》（粤（2020）东莞不动产权第 0313585 号）；另外，公司与东莞市厚街镇河田股份经济联合社就三期土地签订《补充协议》，约定公司需定期向东莞市厚街镇河田股份经济联合社支付一定金额的协作服务款，直至 2067 年 2

月 28 日。

鉴于公司在支付土地出让金并获取土地使用权后，仍需定期向东莞市厚街镇河田股份经济联合社支付协作服务款，公司将至 2067 年 2 月缴纳的协作服务款按同期银行长期贷款利率折现后与支付的土地出让金一并确认无形资产原值，同时确认长期应付款及未确认融资费用。

（4）递延收益

报告期各期末，公司递延收益分别为 3,854.67 万元、4,578.57 万元和 4,612.82 万，由公司收到的与资产相关的政府补助形成，递延收益具体情况如下：

①2021 年度

单位：万元

补助项目	2020 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2021 年 12 月 31 日	形成原因
用地支持政策资金	3,650.99	-	76.46	3,574.53	与资产相关
自动化改造项目款补助	309.00	28.82	37.12	300.70	与资产相关
智能制造重点项目补助	364.04	75.02	44.98	394.08	与资产相关
专项企业技术改造资金补助	254.54	124.94	35.97	343.51	与资产相关
合计	4,578.57	228.77	194.53	4,612.82	

②2020 年度

单位：万元

补助项目	2019 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2020 年 12 月 31 日	形成原因
用地支持政策资金	3,727.45	-	76.46	3,650.99	与资产相关
自动化改造项目款补助	127.21	205.28	23.49	309.00	与资产相关
智能制造重点项目补助	-	375.07	11.03	364.04	与资产相关
专项企业技术改造资金补助	-	258.26	3.72	254.54	与资产相关
合计	3,854.67	838.61	114.70	4,578.57	

③2019 年度

单位：万元

补助项目	2018 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2019 年 12 月 31 日	形成 原因
用地支持政策资金	-	3,749.54	22.09	3,727.45	与资产相关
自动化改造项目补助	-	131.60	4.39	127.21	与资产相关
合计	-	3,881.14	26.47	3,854.67	

（三）偿债能力分析

1、公司偿债能力财务指标

报告期内，公司与偿债能力相关的主要财务指标如下：

财务指标	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度
流动比率（倍）	1.17	1.14	0.79
速动比率（倍）	1.00	0.97	0.58
资产负债率（母公司）	20.71%	35.46%	33.92%
资产负债率（合并）	42.95%	45.88%	55.17%
息税折旧摊销前利润 （万元）	106,165.10	76,510.93	53,097.79
利息保障倍数（倍）	97.88	288.41	49.32

（1）流动比率和速动比率

报告期各期末，公司的流动比率分别为 0.79、1.14 和 1.17，速动比率分别为 0.58、0.97 和 1.00，比率较低，主要与公司所处软体家具行业目前经营模式和公司在产业链所处强势地位有关，即行业下游客户通过“全款下单”和生产企业“以销定产”的经营模式，导致公司预收款项金额较大但无需大规模进行库存备货；另一方面，公司在产业链所处强势地位可以适当获取上游供应商信用期，综合导致应付账款和预收款项等流动负债金额较大，而应收账款和存货等流动资产金额较低。

随着公司于 2020 年分别引入内外部投资者，货币资金规模进一步增加，使得流动比率增长至 1 倍以上。

（2）资产负债率

报告期各期末，公司的资产负债率（母公司）分别为 33.92%、35.46%和 20.71%，资产负债率（合并）分别为 55.17%、45.88%和 42.95%，整体处于较低水平；并随着经营积累和股东资本金的持续投入进一步降低。

（3）息税折旧摊销前利润和利息保障倍数

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 53,097.79 万元、76,510.93 万元和 106,165.10 万元，利息保障倍数分别为 49.32、288.41 和 97.88，呈现较强的盈利和还本付息能力。

2、同行业可比公司的比较

报告期各期末，公司与同行业可比公司偿债能力指标比较情况如下：

指标	公司名称	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动比率 (倍)	喜临门	1.10	1.21	1.09
	梦百合	未披露	1.43	1.29
	顾家家居	1.20	1.18	1.36
	趣睡科技	3.84	3.38	2.58
	远超智慧	未披露	1.76	1.27
	平均值	2.05	1.79	1.52
	发行人	1.17	1.14	0.79
速动比率 (倍)	喜临门	0.84	1.02	0.76
	梦百合	未披露	0.93	0.92
	顾家家居	0.86	0.83	1.08
	趣睡科技	3.67	3.27	2.48
	远超智慧	未披露	1.60	1.11
	平均值	1.79	1.53	1.27
	发行人	1.00	0.97	0.58
资产负债率 (合并)	喜临门	59.27%	58.06%	56.80%
	梦百合	未披露	47.80%	47.97%
	顾家家居	47.28%	45.52%	48.61%
	趣睡科技	24.45%	28.44%	37.23%
	远超智慧	未披露	32.85%	54.58%
	平均值	43.67%	42.53%	49.04%
	发行人	42.95%	45.88%	55.17%

数据来源：1、数据来源：Wind 资讯；2、梦百合和远超智慧尚未披露 2021 年度数据。

总体而言，公司流动比率和速动比率低于同行业可比公司的平均值、资产负债率高于同行业可比公司平均值，主要原因系公司与同行业可比公司在业务模式和客户结构方面存在较大差异所致。同行业可比公司喜临门、梦百合和顾家家居存在为其他家具品牌企业 ODM/OEM 等代工的情况，且代工销售规模占比较高，一般会给予该等客户一定的信用期，从而导致其应收账款规模较大；发行人主要通过自主品牌面向消费者进行销售，不仅赊销情况较少，而且主要通过“全款下单”方式提前收款，从而导致预收款项、合同负债等流动负债科目金额较大，而应收账款金额较小。

（四）资产运营能力分析

报告期内，公司资产周转能力指标如下：

财务指标	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款周转率（次/年）	142.90	107.96	89.34
存货周转率（次/年）	12.64	8.67	6.34

1、应收账款周转率分析

报告期内，公司与同行业可比公司的应收账款周转率对比情况如下：

公司名称	应收账款周转率（次/年）		
	2021 年度	2020 年度	2019 年度
喜临门	7.97	5.93	4.18
梦百合	未披露	7.30	5.64
顾家家居	13.08	11.95	11.41
趣睡科技	10.93	11.53	8.41
远超智慧	未披露	419.21	806.43
平均值	10.66	91.18	167.21
发行人	142.90	107.96	89.34

1、数据来源：Wind 资讯；2、梦百合和远超智慧尚未披露 2021 年度数据。

报告期内，公司应收账款周转率分别为 89.34、107.96 和 142.90，处于较高水平，主要原因系报告期内，公司主要对直供客户采用赊销的结算政策，而经销客户基本采用“全款下单”的结算方式、直营客户和电商客户主要采用现款结算。

因直供客户的收入占公司销售收入比例较低，故公司应收账款账面价值占当期营业收入的比例相应较小，应收账款周转率相应较高。

报告期内，公司应收账款周转率远高于同行业可比公司喜临门、梦百合和顾家家居，主要原因系公司与同行业可比公司在业务模式和客户结构方面存在较大差异，导致公司与同行业可比公司的销售结算政策存在较大差异，具体详见本节之“一、财务状况分析”之“（三）偿债能力分析”之“2、同行业可比公司的比较”的分析。同行业可比公司远超智慧应收账款周转率较高，主要原因系其境内经销商销售模式占营业收入比重超过 90%，直供收入占比较小，且仅对少部分直供客户给予一定信用期。

2、存货周转率分析

报告期内，公司与同行业上市公司的存货周转率对比情况如下：

公司名称	存货周转率（次/年）		
	2021 年度	2020 年度	2019 年度
喜临门	5.56	3.82	3.06
梦百合	未披露	4.09	4.16
顾家家居	6.05	5.23	5.95
趣睡科技	17.47	20.66	22.73
远超智慧	未披露	8.95	9.22
平均值	9.69	8.55	9.02
发行人	12.64	8.67	6.34

1、数据来源：Wind 资讯；2、梦百合和远超智慧尚未披露 2021 年度数据。

报告期内，公司存货周转率分别为 6.34、8.67 和 12.64，存货周转速度较快、变现能力较强，显示了公司良好的存货管理能力和公司产品处于较好的销售状态。

公司存货周转率在同行业可比公司中处于前列，但同行业可比公司存货周转率平均值高于公司，主要系趣睡科技高存货周转率拉动影响，具体差异主要系公司与同行业可比公司在业务模式和客户结构存在较大差异。分析如下：

（1）公司存货周转率明显高于喜临门、梦百合、顾家家居，这部分可比公司为其他家具品牌企业 OEM/ODM 等代工的销售规模占比较高，且多为境外客

户，考虑到运输时间、供货及时性等因素，该等客户一般会要求代工厂商提前备货，故同行业可比公司存货周转速度较慢；而发行人不存在代工业务，主要通过自主品牌面向消费者进行销售，在客户下单后组织生产，且生产完毕后即发货给客户，存货周转速度较快。

（2）趣睡科技存货周转率显著高于公司及其他同行业公司，主要是趣睡科技采用外协生产模式，无自主生产，不存在原材料备料，存货主要以发出商品为主，其业务模式导致其存货周转率较高。

（五）营业收入构成分析

1、营业收入构成分析

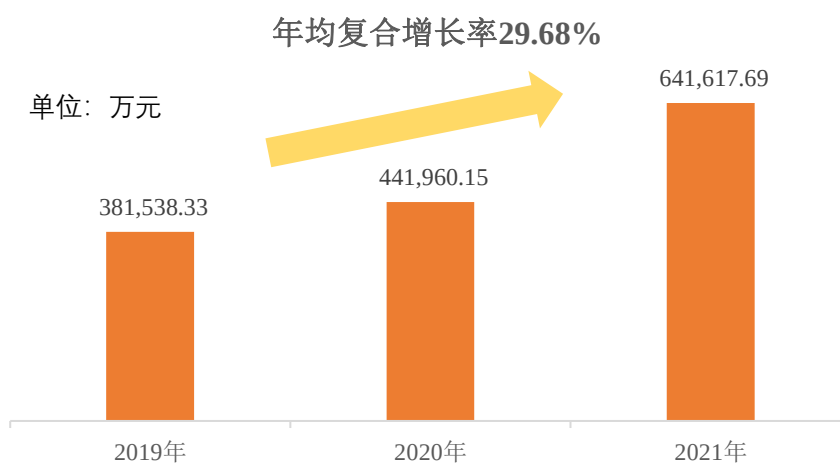
报告期内，公司实现营业收入分别为 386,209.45 万元、445,241.97 万元和 648,104.09 万元，保持稳步增长势头，公司营业收入具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	641,617.69	99.00%	441,960.15	99.26%	381,538.33	98.79%
其他业务收入	6,486.40	1.00%	3,281.82	0.74%	4,671.13	1.21%
合计	648,104.09	100.00%	445,241.97	100.00%	386,209.45	100.00%

报告期内，公司主营业务收入主要为销售床垫、床架和床品等健康睡眠产品实现的收入，主营业务收入占比均超过 98%，主营业务突出。公司其他业务收入主要为运营指导、维修服务和仓储服务等形成的收入，占比较小。

2、主营业务收入总体变动情况分析



报告期内，公司主营业务收入分别为 381,538.33 万元、441,960.15 万元和 641,617.69 万元，2019-2021 年均复合增长率为 29.68%，保持稳步增长势头，主要受益于我国床垫行业持续快速的发展和行业集中度提升、慕思品牌深入人心、销售渠道布局不断深化与优化、产品品类的持续丰富和产能的持续扩大等，具体分析如下：

（1）我国床垫行业持续快速的发展和行业集中度提升，拉动公司收入快速增长

我国是全球最大的床垫生产国和第二大消费国，随着我国城镇化的持续深化、家庭可支配收入的增加、以及消费不断地升级，预计我国床垫市场将会持续稳定增长。随着人们更加关注床垫的舒适性，消费偏好转向更为优质高端的品牌产品，质量和品牌已成为中国消费者选购床垫的主要因素，国内床垫行业的品牌效应已逐渐显现，预计未来床垫行业集中度将不断提高，为具备较强品牌影响力与实现规模化生产能力的床垫企业创造良好的发展机遇。

（2）精准广告营销，慕思品牌深入人心，拉近消费者距离

在软体家具行业，广告宣传对于消费意识培养、持续提升公司品牌形象的感知具有不可替代的作用。公司针对社会精英人士、高端商务人士、优质白领人士和年轻婚恋人群等目标客户进行精准营销宣传。除全国性的央视、机场和高铁广

告外，公司通过举办明星演唱会（先后赞助刘德华、张学友、陈奕迅、谭咏麟、许巍、李宗盛等明星的全国巡回演唱会和音乐节）、赞助体育赛事（澳大利亚网球公开赛、男篮世界杯和中国女排）、邀请流量明星代言人（李现）和冠名高热度值的综艺节目（《我们恋爱吧》《中国好声音》）提升品牌形象；并加强在与消费者日常距离更近、接触更频繁的地面广告领域投入资源（楼宇电梯广告、小区道闸和卖场室外广告等），通过持续广告投入和宣传以及体育营销和名人营销等跨界合作，提升公司品牌知名度和影响力，为业务发展提供了强力支持。

报告期内，随着全渠道、立体式、话题性、高频的精准广告投放，慕思品牌深入人心，品牌红利逐步释放，有效带动了公司业绩快速提升。

（3）销售渠道布局不断深化与优化，不断提高市场渗透率

公司已建成以“经销为主，直营、电商、直供等多种渠道并存”覆盖全国的多元化、全渠道销售网络体系。

在经销和直营方面，公司通过经销、直营渠道发展了覆盖国内 500 余个城市、1,900 余家经销商和近 4,900 余家专卖店的完善线下终端销售网络，公司专卖店已覆盖国内 31 个省、自治区、直辖市，并积极推动渠道下沉，开拓区、县级城市。公司的专卖门店除已经覆盖红星美凯龙、居然之家、月星家居、欧亚达家居等 KA 渠道，并占据有利位置外，还逐渐向社区店、商超、百货店等全国大型连锁商场及地方的 Shoppingmall、机场、汽车 4S 店、装饰整装公司等渠道拓展，推动门店从核心商圈到流通门店的多层次覆盖，并通过开设睡眠体验馆，在行业内率先引入“样板间”模式，设立体验式消费场景，开创家居领域体验式消费，提高了客户的消费体验。

同时，公司不断尝试与产业链相关定制家具、家纺、建材和酒店管理等知名品牌企业进行强强合作，积极拓宽产品销售市场的导流入口，成功建立“欧派”和“锦江”等直供合作模式，并通过“天猫”和“京东”等知名电商平台开展线上销售。

报告期内，公司销售渠道布局不断深化与优化，并且各销售渠道相互补充，协同发展，不断提高了产品的销售能力。

(4) 产品品类持续丰富，给消费者带来全新睡眠体验，增强了客户粘性

公司通过多年的发展积累，在传统床垫产品的基础上，不断嫁接新品类、新产品，公司的产品已从床垫逐步发展成为综合的健康睡眠产品，产品种类覆盖床垫、床架和床品等，形成了整套的健康睡眠产品，从而建立了产品独特的差异化优势，充分满足了消费者多元化的需求并通过产品间的协同效应，增强了客户粘性。

同时，在各个产品类别中公司不断加大新材料、新技术的研究，加强新产品和技术创新工作，打造精品和爆品。在新材料应用方面，公司先后引入 3D 棉、防螨布、太空树脂球、石墨烯乳胶、凝胶和高密度玻璃珠等多种创新材料进行应用转化，推出多款引流市场的新产品，给消费者带来全新的用户体验；在新技术应用方面，公司将人体工程学、睡眠环境学、智能化技术融入到产品设计中，通过软件、硬件不断升级，先后发布第一到第八代健康睡眠系统，给消费者带来最佳的睡眠体验。

报告期内，随着公司产品品类的不断丰富以及各品类新产品的持续不断推出，公司销售收入实现快速增长。

(5) 公司华南和华东数字化生产基地的投入使用，产能进一步得到扩张，为收入增长奠定产能基础

报告期内，为应对快速增长的市场需求所带来的产能不足，公司在华南东莞和华东嘉兴按照德国工业 4.0 的标准打造新的具备柔性化、个性化的现代大规模定制化软体家具生产基地，最大限度地对生产线进行自动化和智能化改造，实现产品智能自动生产、物流智能自动传输和仓库智能自动仓储，实现传统制造向智慧生产转型的数字化工厂，以提高公司产能与生产效率。随着华南和华东生产基地的投入使用，公司产能进一步得到扩张，生产效率进一步提高，为报告期内收入的增长奠定了产能基础。

3、主营业务收入按产品类型分析

报告期内，公司主营业务收入按照产品类别情况如下：

单位：万元

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
床垫	321,899.12	50.17%	239,628.14	54.22%	225,146.61	59.01%
床架	179,314.52	27.95%	117,243.87	26.53%	88,774.12	23.27%
床品	50,474.35	7.87%	43,148.85	9.76%	36,408.50	9.54%
其他	89,929.70	14.02%	41,939.28	9.49%	31,209.10	8.18%
合计	641,617.69	100.00%	441,960.15	100.00%	381,538.33	100.00%

报告期内，公司主营业务收入主要为床垫和床架等产品的销售收入。报告期各期，床垫和床架产品的销售收入合计占主营业务收入的比重分别为 82.28%、80.75%和 78.12%，为公司最主要的主营业务收入来源，主营业务收入中其他产品包括沙发和按摩椅等。

（1）床垫销售收入变动分析

报告期内，公司床垫产品销售数量、平均单价和收入变动情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
平均单价（元/张）	2,041.97	2,102.60	2,419.93
销售数量（万张）	157.64	113.97	93.04
销售金额（万元）	321,899.12	239,628.14	225,146.61

床垫为公司核心产品，受益于我国床垫行业持续快速的发展和行业集中度提升、慕思品牌深入人心、销售渠道布局不断深化与优化、产品品类的持续丰富和产能的持续扩大等。2019-2021 年度，公司床垫销售收入逐年快速增长，并拉动公司主营业务收入快速增加。其中，2019-2021 年度，公司床垫产品销售量分别为 93.04 万张、113.97 万张和 157.64 万张，是床垫收入持续增长的主要原因。

（2）床架销售收入变动分析

报告期内，公司床架产品销售数量、平均单价和收入变动情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
平均单价（元/套）	2,978.84	3,196.74	3,951.77
销售数量（万套）	60.20	36.68	22.46
销售金额（万元）	179,314.52	117,243.87	88,774.12

床架作为床垫产品的载体，是健康睡眠系统的主要组成部分。一方面，公司床垫产品的销售增长会拉动床架产品的销售增长；另一方面，床架产品的销售增长也会促进床垫产品的销售增长。报告期内，公司床架产品销售数量分别为 22.46 万套、36.68 万套和 60.20 万套，2019-2021 年逐年增长，是公司床架产品销售收入逐年增长的主要原因。

（3）床品销售收入波动分析

公司床品产品包括枕头和四件套等。报告期内，受益于床垫、床架产品的拉动以及公司在床品领域投入的扩大，公司床品产品的营业收入分别为 36,408.50 万元、43,148.85 万元和 50,474.35 万元，销售占比分别为 9.54%、9.76%和 7.87%。

（4）主营业务收入的其它收入波动分析

主营业务收入中其他产品主要包括沙发和按摩椅等。报告期内，其他产品的营业收入分别为 31,209.10 万元和 41,939.28 万元和 89,929.70 万元，销售占比分别为 8.18%、9.49%和 14.02%，保持稳定，2021 年度其他销售占比有所上升主要系沙发和门店装饰材料收入增加较多所致，2021 年沙发、门店装饰材料分别实现收入 35,863.81 万元、20,400.64 万元，同比分别增长 173.70%、140.68%。

4、主营业务收入按销售渠道分析

报告期内，公司主营业务收入按销售渠道列示如下：

单位：万元

销售渠道	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销	439,680.01	68.53%	305,070.05	69.03%	270,296.37	70.84%
直营	44,036.99	6.86%	34,423.40	7.79%	48,359.77	12.67%
直供	65,998.57	10.29%	38,618.35	8.74%	16,416.93	4.30%
电商	87,817.43	13.69%	60,579.08	13.71%	43,558.17	11.42%
其他	4,084.68	0.64%	3,269.27	0.74%	2,907.08	0.76%
合计	641,617.69	100.00%	441,960.15	100.00%	381,538.33	100.00%

公司根据消费者不同的消费习惯和方式，建立了经销、直营、直供和电商等在内的多种销售渠道，形成以经销为主，其他多种销售渠道为辅的多元化、全渠

道销售网络，各个渠道相互补充，协同发展，提高了产品的销售能力。

（1）经销渠道

经销渠道为通过线下经销商门店实现销售，为公司最主要的销售渠道。报告期内，经销收入占主营业务收入的比例分别为 70.84%、69.03%和 68.53%。

报告期内，公司经销商数量不断增加，经销范围逐渐扩大，已发展了覆盖国内 500 余个城市、1,900 余家经销商和 4,700 余家经销专卖店完善的线下终端销售网络，公司在销售网络覆盖和门店数量上居于市场领先地位。在门店选址上，公司在巩固发展省、市、地等主要城市的同时，亦重视区、县级城市的开拓，除已经覆盖红星美凯龙、居然之家等 KA 渠道，还逐渐向社区店、商超、百货店等全国大型连锁商场及地方的 Shoppingmall、机场、汽车 4S 店、装饰整装公司等渠道拓展，推动门店从核心商圈到流通门店的多层次覆盖，积极推动渠道下沉，不断提高公司产品市场占有率。2019-2021 年度，经销渠道收入分别为 270,296.37 万元、305,070.05 万元和 439,680.01 万元，实现了稳步增长。

（2）直营渠道

直营渠道为通过线下直营门店实现销售，公司将多数直营门店布局于广州、深圳、东莞、上海和香港等具有战略地位的城市，通过直营门店担负起更多的品牌宣传、客户培育等市场开拓职能，形成围绕珠三角为中心的直营销售体系。报告期内，直营收入分别为 48,359.77 万元、34,423.40 万元和 44,036.99 万元，为公司主营业务收入主要来源之一。

（3）直供渠道

随着近年来我国住宅精装修渗透率提升、酒店业品牌化与连锁化及家具行业的多品类趋势，公司通过与酒店、房地产等客户建立长期合作关系，向其直接提供软体家具产品，拓宽非终端消费者的客户资源；此外，公司与家具其他细分领域如定制家具等企业进行合作，实现强强联合，全方位满足消费者多品类和家居一体化的购买需求。报告期内，公司在保持与锦江系等酒店类客户长期稳定合作外，持续积极发展新客户，例如，公司于 2019 年与欧派家居达成战略合作，

2019-2021 年分别形成销售收入 6,288.15 万元、28,817.64 万元、52,834.97 万元²。

(4) 电商渠道

电商渠道主要通过天猫、京东等主流电商平台开设网店进行线上销售，电商渠道为公司近年来不断加大投入建设的销售渠道之一，随着年轻消费群体的崛起、我国互联网普及率迅速提升等，我国电商零售发展迅速，公司自 2015 年开拓电商渠道，并不断加大电商资源投入，叠加网民和电商业务的发展，近几年公司电商销售收入不断增加，报告期内，公司电商渠道销售收入分别为 43,558.17 万元、60,579.08 万元和 87,817.43 万元，2019-2021 年复合增长率达 41.99%。

(5) 其他渠道

其他渠道主要是零星散单客户和内购销售。报告期内，其他渠道销售收入分别为 2,907.08 万元、3,269.27 万元和 4,084.68 万元，销售占比均在 1%以内。

5、主营业务收入按销售地区分析

报告期内，公司主营业务收入分地区的构成情况如下表所示：

单位：万元

地区		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
境内	华东地区	239,191.01	37.28%	160,939.34	36.41%	143,889.46	37.71%
	华南地区	152,951.15	23.84%	99,533.08	22.52%	75,534.16	19.80%
	西南地区	62,546.56	9.75%	46,121.18	10.44%	39,412.20	10.33%
	华北地区	59,310.61	9.24%	42,912.17	9.71%	37,893.52	9.93%
	华中地区	60,062.86	9.36%	41,682.51	9.43%	36,795.32	9.64%
	西北地区	29,520.19	4.60%	21,135.62	4.78%	19,508.83	5.11%
	东北地区	27,788.81	4.33%	21,129.88	4.78%	18,982.34	4.98%
	小计	631,371.19	98.40%	433,453.78	98.08%	372,015.83	97.50%
境外		10,246.50	1.60%	8,506.36	1.92%	9,522.50	2.50%
合计		641,617.69	100.00%	441,960.15	100.00%	381,538.33	100.00%

注：华东地区包括上海、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东；华南地区包括广东、

² 此处销售收入指营业收入，公司与欧派家居业务的主营业务收入分别为 6,288.15 万元、28,186.28 万元、52,833.04 万元

广西、海南；西南地区包括四川、贵州、云南、重庆、西藏；华北地区包括北京、天津、山西、河北、内蒙古；华中地区包括河南、湖北、湖南；西北地区包括陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆；东北地区包括黑龙江、吉林、辽宁；境外包括中国台湾、中国香港、中国澳门、澳大利亚、美国、德国等。

报告期内，公司主营业务收入主要来源于境内市场，境外市场的收入占比较低。得益于公司销售网络的全面布局，报告期内，公司在各地区的销售收入构成比例比较稳定且相对平衡，除西北和东北地区销售收入占比较低以外，公司对其他地区的销售收入占比情况基本与该地区的经济发展水平和居民消费能力相匹配。

华东和华南地区为公司的主要销售区域，合计销售占比维持 55%以上，其中，华东地区的销售金额占公司主营业务收入比重最高且显著高于其他地区。因此，公司拟利用本次募集资金新建嘉兴华东生产基地，降低公司产品在华东地区的物流成本，进一步提高产品的市场竞争力。

6、主营业务收入季节性波动分析

报告期内，公司各季度主营业务收入如下：

单位：万元

季度	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	123,795.34	19.29%	40,663.94	9.20%	71,956.85	18.86%
第二季度	155,481.44	24.23%	106,329.62	24.06%	79,631.78	20.87%
第三季度	145,551.88	22.69%	122,576.89	27.73%	84,805.73	22.23%
第四季度	216,789.03	33.79%	172,389.70	39.01%	145,143.96	38.04%
合计	641,617.69	100.00%	441,960.15	100.00%	381,538.33	100.00%

软体家具行业存在一定的季节性特征，即下半年为销售旺季，主要与消费者倾向于在节假日或大型电商促销活动节进行购买的消费习惯相关，如中秋节、国庆节、感恩节、圣诞节、元旦和“双十一”活动集中于下半年。加之公司五大 IP 活动中“7.29 超级品牌日”、“8.18 慕思全球睡眠文化之旅”和“双 11 慕思告白日”亦集中于下半年。因此，报告期内，公司下半年主营业务收入占比约 60%，略高于上半年销售收入。

（六）营业成本构成及其变化分析

1、主营业务成本按产品分类

报告期内，公司主营业务成本按产品构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
床垫	137,687.89	38.62%	97,484.04	43.22%	87,373.51	48.77%
床架	109,971.99	30.85%	67,686.96	30.01%	49,621.24	27.70%
床品	30,434.36	8.54%	26,721.94	11.85%	20,179.86	11.26%
其他	78,391.74	21.99%	33,666.26	14.93%	21,967.08	12.26%
合计	356,485.99	100.00%	225,559.20	100.00%	179,141.69	100.00%

注：公司 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，2020 年度运输费列入营业成本核算，2019 年度运输费在销售费用核算。

报告期各期，公司主营业务成本中以床垫和床架为主，2021 年其他收入占比提高，主要系沙发销售规模扩大以及经销商门店数量增加带动门店饰品材料销量增加所致，公司主营业务成本按产品构成情况与主营业务收入的构成相匹配。

2、主营业务成本按类别构成

报告期内，公司主营业务成本按类别构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	207,411.96	58.18%	139,170.16	61.70%	116,795.04	65.20%
直接人工	35,635.86	10.00%	20,189.45	8.95%	15,952.16	8.90%
制造费用	18,727.72	5.25%	12,482.22	5.53%	11,771.35	6.57%
直接外购成本	82,867.77	23.25%	46,630.93	20.67%	34,623.14	19.33%
运输费用	11,842.68	3.32%	7,086.44	3.14%	-	-
合计	356,485.99	100.00%	225,559.20	100.00%	179,141.69	100.00%

报告期内，公司主营业务成本包括直接材料、直接人工、制造费用和直接外购成本，各成本项目的占比保持稳定。公司直接材料占主营业务成本比例为 60% 左右，是公司最主要的成本项目。

（七）毛利及毛利率变动分析

1、毛利变动趋势及原因分析

（1）毛利的构成情况

报告期内，公司毛利构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
主营业务毛利	285,131.69	97.82%	216,400.95	98.63%	202,396.63	97.97%
其他业务毛利	6,360.36	2.18%	3,016.13	1.37%	4,204.04	2.03%
合计	291,492.06	100.00%	219,417.08	100.00%	206,600.68	100.00%

报告期内，公司主营业务毛利占比均在 97%以上，是公司利润的主要来源。报告期内，公司主营业务毛利逐年增加主要原因系公司主营业务产品床垫和床架销售毛利逐年增加。

（2）主营业务毛利分产品的构成情况

报告期内，公司主营业务毛利按照产品类别划分的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
床垫	184,211.23	64.61%	142,144.11	65.69%	137,773.10	68.07%
床架	69,342.53	24.32%	49,556.91	22.90%	39,152.88	19.34%
床品	20,039.99	7.03%	16,426.91	7.59%	16,228.64	8.02%
其他	11,537.95	4.05%	8,273.02	3.82%	9,242.02	4.57%
合计	285,131.69	100.00%	216,400.95	100.00%	202,396.63	100.00%

报告期内，公司床垫和床架合计的销售毛利占主营业务毛利的比例分别为 87.41%、88.59%和 88.93%，是公司毛利主要的来源，与分产品收入结构相互匹配。

报告期内，受益于我国床垫行业持续快速的发展和行业集中度提升、慕思品牌深入人心、销售渠道布局不断深化与优化、产品品类的持续丰富和产能的持续

扩大等，公司床垫、床架等产品销量逐年增加，主营业务收入逐年提高，公司主营业务毛利相应逐年上升。

2、综合毛利率分析

报告期内，公司综合毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
主营业务毛利率	44.45%	48.96%	53.05%
其他业务毛利率	98.06%	91.90%	90.00%
综合毛利率	44.98%	49.28%	53.49%

报告期内，公司综合毛利率分别为 53.49%、49.28%和 44.98%，维持在较高水平，主要由公司主营业务毛利率决定。

3、主营业务毛利率分产品分析

报告期内，公司主要产品毛利率情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
床垫	57.23%	59.32%	61.19%
床架	38.67%	42.27%	44.10%
床品	39.70%	38.07%	44.57%
其他	12.83%	19.73%	29.61%
主营业务毛利率	44.45%	48.96%	53.05%

报告期内，公司主营业务毛利率基本保持稳定，分别为 53.05%、48.96%和 44.45%，其中床垫和床架为公司主要产品，毛利率分别维持在 60%和 40%左右。

(1) 床垫

报告期内，公司床垫毛利率的情况如下：

单位：元/张

产品分类	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
床垫	平均单价	2,041.97	2,102.60	2,419.93
	单位成本	873.43	855.37	939.11
	毛利率	57.23%	59.32%	61.19%

床垫为公司长期以来主推的核心产品，产品主要定位中高端客户群体，同时“慕思”品牌知名度较高，报告期内，床垫产品毛利率分别为 61.19%、59.32% 和 57.23%，维持在较高水平。

2021 年公司床垫毛利率下降 2.09 个百分点，主要受平均单价下降和单位成本上升的影响。床垫平均单价同比下降 2.88%，主要原因系：①为进一步加快完善国内市场销售网络布局、抢占后疫情阶段优质市场资源等，公司提高装修补贴标准以鼓励经销商开设门店；②公司逐渐形成多渠道快速发展局面，为平衡渠道分流影响、提高经销商积极性，公司加大相关补贴及返利力度；③V6 等年轻时尚品牌、电商渠道、直供渠道等业务实现较快增长，相关业务床垫单价偏低。床垫单位成本较上年上升了 2.11%，主要原因系海绵、皮料、钢线等主要原材料市场价格有所上涨。

2020 年，公司床垫毛利率下降 1.87 个百分点，主要受平均单价下降的影响，床垫平均单价较上年下降了 13.11%，主要原因包括：①为缓解新冠肺炎疫情对经销商线下门店经营的影响，同时为鼓励经销商开设门店，公司不断丰富经销商各类型返利和补贴政策，致使经销渠道平均单价有所下降；②平均单价较高的直营渠道销售占比有所下降；③公司于 2019 年开始与直供客户欧派家居达成战略合作，共同开拓市场，实现共赢，公司给予其一定的价格优惠，2020 年公司与欧派家居的合作规模增长较快，故总体床垫平均单价有所下降。

（2）床架

报告期内，公司床架毛利率的情况如下：

单位：元/套

产品分类	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
床架	平均单价	2,978.84	3,196.74	3,951.77
	单位成本	1,826.90	1,845.53	2,208.88
	毛利率	38.67%	42.27%	44.10%

床架作为床垫的载体，是公司主推重点产品之一。报告期内，床架产品毛利率分别为 44.10%、42.27%和 38.67%，维持在较高水平，由于排骨架为外购、部分床头柜采用外协生产的方式，故床架总体毛利率低于床垫毛利率。

2021 年公司床架毛利率下降 3.60 个百分点，主要受平均单价下降的影响，床架平均单价较上年下降了 6.82%，主要原因系直供客户欧派家居床架销量占比增加较多，而公司基于战略合作考虑，给予其较优惠的价格，客户结构的变化致使床架平均单价较上年有所下降。

2020 年，公司床架毛利率下降 1.83 个百分点，主要受平均单价下降的影响，床架平均单价较上年下降了 19.11%，主要原因包括：①平均单价较高的直营渠道销售占比有所下降；②直供客户欧派家居当年床架采购量增加较多，而公司基于战略合作考虑，给予其较优惠的价格，客户结构的变化致使床架平均单价较上年有所下降。

（3）床品

报告期内，床品产品包括枕头和四件套等为满足客户配套需求的床上用品，其销售收入占比分别为 9.54%、9.76%和 7.87%；凭借新型材质、稳定质量和知名品牌等优势，公司床品产品保持较高毛利率水平，报告期内毛利率分别为 44.57%、38.07%和 39.70%。

（4）其他产品

报告期内，公司其他产品主要包括沙发和按摩椅等，销售收入占比分别为 8.18%、9.49%和 14.02%，因其他产品品类较多，加之其中按摩椅采用外包生产的方式、沙发业务尚处于业务发展初期，故其他产品毛利率相对较低，报告期内毛利率分别为 29.61%、19.73%和 12.83%。

4、主营业务毛利率按销售渠道分析

报告期内，公司各销售渠道下毛利率情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经销	41.59%	45.93%	46.42%
直营	73.85%	75.89%	78.32%
直供	27.00%	32.64%	51.84%
电商	58.92%	61.58%	69.02%
其他	4.24%	7.92%	16.24%
主营业务毛利率	44.45%	48.96%	53.05%

（1）经销渠道

报告期内，经销渠道为公司最主要的销售渠道，其毛利率分别为 46.42%、45.93%和 41.59%。经销渠道下，公司为促进经销销售会给予经销商部分让利，而直营和电商渠道下公司同类产品直接销售给终端消费者，一般价格相对较高，故经销渠道毛利率相比于直营和电商渠道的毛利率较低。

2021 年公司经销渠道毛利率较 2020 年毛利率下降 4.34 个百分点，主要原因：①毛利率较高的床垫产品销售占比有所下降，同时受主要原材料采购价格有所上升，致使床垫毛利率有所下降；②2021 年沙发及配套桌椅业务规模扩大，业务发展期相关产品毛利率较低；③经销渠道新开门店数量增长较快，毛利率较低的门店饰品材料销售占比提高。2020 年经销渠道毛利率为 45.93%，基本维持 2019 年 46.42%毛利率水平。

（2）直营渠道

报告期内，公司直营渠道毛利率分别为 78.32%、75.89%和 73.85%，维持在较高水平，主要原因系直营渠道下，产品直接销售给终端消费者，保留了流通环节的利润，享受较高的产品毛利率。

（3）直供渠道

①毛利率波动分析

报告期内，直供渠道为公司重点发展的销售渠道之一，其毛利率分别为 51.84%、32.64%和 27.00%。直供渠道下，公司主要向大型客户、星级酒店或大型公建项目等提供床垫、床架及其他配套产品，基于长期战略合作考虑，且由于该类客户一般采购量较大，公司正常情况下会给予其一定的价格优惠，因此，相比于电商和直营渠道，直供渠道毛利率较低。

报告期内，直供渠道毛利率有所下降主要原因系公司扩大与优质客户欧派家居的合作规模，出于双方共同开拓市场，实现双赢等考虑，公司给予其较优惠的价格。

客户名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比

欧派家居	18.08%	80.05%	23.35%	74.62%	37.71%	38.30%
其他客户	62.83%	19.95%	59.98%	25.38%	60.61%	61.70 %
直供合计	27.00%	100.00%	32.64 %	100.00%	51.84%	100.00%

注：以上数据为主营业务收入口径，公司于 2019 年开始与欧派家居合作。

报告期内，欧派家居毛利率有所下降，主要系销售占比较高的床垫毛利率降低以及毛利率较低的床架产品销售占比不断提高所致。

②公司向欧派家居销售的产品毛利率低于其他客户的原因分析

报告期各期，公司向欧派家居销售的产品毛利率与其他客户毛利率的比较情况如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
欧派家居①		18.08%	23.35%	37.71%
比较一	其他直供客户②	62.83%	59.98%	60.61%
	差异①-②	-44.75%	-36.63%	-22.90%
比较二	罗莱生活③	20.96%	22.02%	-
	差异①-③	-2.89%	1.33%	-

注：以上数据为主营业务收入口径，发行人于 2019 年开始与欧派家居合作，2020 年开始与罗莱生活合作，其他直供客户包含罗莱生活。

A.公司基于双方优势互补、共同开拓市场和实现共赢等方面的考虑，与欧派家居建立长期战略合作关系

公司与欧派家居的合作系近年来伴随着直供模式在软体家具行业的兴起与发展，直供模式兴起源于近年来我国住宅精装修渗透率提升、酒店业品牌化与连锁化及家具行业的多品类趋势。作为软体家具企业，一方面通过与酒店、房地产等客户建立长期合作关系，向其直接提供软体家具产品，拓宽非终端消费者的客户资源；另一方面，软体家具企业与家具其他细分领域如定制家具等企业进行合作，实现强强联合，全方位满足消费者多品类和家居一体化的购买需求。

公司为我国知名的床垫、床架等品牌企业之一，欧派家居则是我国知名的定制家居品牌企业之一，两者的合作本质上是产品互补和强强联合。对于公司而言，公司能够充分享受欧派家居成熟的销售渠道优势，拓宽销售范围，吸引更多的消费者购买公司的产品，提升销量；对于欧派家居而言，欧派家居能够将床垫、床

架等产品与其自身的定制家居产品搭配销售，不仅能够满足消费者多品类和家居一体化的购买需求，还能够吸引更多的消费者购买欧派家居的产品，提升销量和盈利。

B.欧派家居毛利率较低主要原因系公司给予其一定的价格优惠，但与合作模式较为相似的罗莱生活，毛利率不存在显著差异

基于双方优势互补、共同开拓市场和实现双赢等方面考虑，且欧派家居所采购的“慕思·苏斯”产品种类较少、采购量较大，公司给予其一定的价格优惠，因此，相比于其他直供客户，公司销售予欧派家居的产品毛利率较低。但是与合作模式较为相似的罗莱生活，两者产品毛利率不存在显著差异。

（4）电商渠道

报告期内，电商渠道为公司大力发展的销售渠道之一，其毛利率分别为 69.02%、61.58%和 58.92%。在电商渠道下，产品直接销售给终端消费者，保留了流通环节的利润，故相较于经销渠道，其享受较高的毛利率。同为直接销售给终端消费者，但直营渠道毛利率略高于电商渠道毛利率，主要原因系直营渠道产品主要定位中高端客户群体，而电商渠道产品主要定位中端及年轻时尚客户群体，同时该两种渠道产品定价方式略有差异。

2021 年电商渠道毛利率 58.92%，同比有所下降，主要系公司加大营销力度扩大电商渠道市场份额所致。2020 年，公司电商渠道毛利率下降 7.44%，主要原因系公司 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将属于合同履约成本的运输费调整至营业成本，剔除该因素影响后，电商渠道毛利率为 69.61%，与 2019 年 69.02% 毛利率基本持平。

（5）其他渠道

其他渠道主要是零星散单客户和内购销售，报告期内销售占比均在 1%以内，受客户结构、产品销售结构等影响，毛利率存在一定波动。

5、不同销售渠道主要产品的毛利率分析

报告期内，公司不同销售渠道主要产品的毛利率分析情况如下：

(1) 床垫

销售渠道	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经销	55.12%	56.77%	55.50%
直营	80.26%	81.63%	82.15%
直供	42.07%	47.28%	52.56%
电商	64.66%	65.63%	72.37%

(2) 床架

销售渠道	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经销	41.87%	43.92%	38.53%
直营	67.81%	73.45%	74.69%
直供	8.95%	6.26%	15.17%
电商	50.55%	53.75%	56.71%

报告期内，公司不同销售渠道床垫和床架等主要产品毛利率存在一定差异，主要原因系各销售渠道定价特点、业务模式、产品类型和客户类型有所不同。

6、同行业可比公司毛利率比较

报告期内，公司与同行业可比公司综合毛利率比较情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
喜临门	32.00%	33.76%	34.75%
梦百合	未披露	33.92%	39.72%
顾家家居	28.87%	35.21%	34.86%
趣睡科技	27.86%	27.89%	33.59%
远超智慧	未披露	42.86%	45.52%
平均值	29.58%	34.73%	37.69%
发行人	44.45%	49.28%	53.49%

注：1、数据来源：Wind 资讯；2、梦百合和远超智慧尚未披露 2021 年度数据。

报告期内，公司综合毛利率高于同行业可比公司综合毛利率的平均值，主要原因系公司与同行业可比公司在业务模式和销售渠道等方面存在差异。具体分析如下：

(1) 公司以经营自主品牌为主，享受较高的品牌溢价

报告期内，公司经营自主产品，不存在为其他家具企业进行 OEM/ODM 等代工生产的情况，而同行业可比公司喜临门、梦百合和顾家家居该种业务模式的销售收入占比较高。对于生产自主产品的厂商，其自创品牌，并自主生产、自主开拓市场，享受较高的毛利率，而对于为其他家具企业进行 OEM/ODM 等代工生产的厂商，其生产的产品面向的是委托代工的家具企业，一般毛利率较低。

趣睡科技虽然自主品牌销售占比较高，但是毛利率较低主要原因系其产品均采取外包生产方式，自身并不直接涉及生产环节，采购主要为产品成品采购，未保留生产环节的利润。

报告期内，公司和同行业可比公司自主品牌销售占比情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
喜临门	63.71%	56.34%	51.43%
梦百合	未披露	22.70%	26.90%
顾家家居	79.32%	75.42%	71.92%
趣睡科技	88.44%	90.22%	95.54%
远超智慧	未披露	100.00%	100.00%
平均值	77.16%	68.94%	69.16%
发行人	93.67%	96.97%	98.31%

注：喜临门自主品牌取自其披露的“喜临门”品牌收入占比，同行业公司梦百合和远超智慧尚未披露 2021 年自主品牌销售占比。

（2）公司直供渠道销售占比较低，销售渠道优势明显

报告期内，公司以经销为主，直供渠道销售占比较低，而同行业可比公司直供渠道销售占比较高。基于长期战略合作考虑，且由于该类客户一般采购量较大，生产厂商一般会给予直供客户一定的价格优惠，因此，直供渠道毛利率一般较低。

报告期内，公司和同行业可比公司直供渠道销售占比情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
喜临门	33.95%	41.78%	50.73%
梦百合	未披露	61.90%	85.29%
趣睡科技	30.65%	27.46%	29.78%
远超智慧	未披露	0.65%	0.05%

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
平均值	32.30%	32.95%	41.46%
发行人	10.29%	8.74%	4.30%

注 1：喜临门和梦百合直供渠道销售占比取自其年度报告披露的大宗业务销售占比、顾家家居年度报告未披露销售渠道收入占比情况、趣睡科技直供渠道取自其披露的 B2B2C、远超智慧直供渠道取自其招股书披露的大宗业务；注 2：梦百合和远超智慧尚未披露 2021 年度数据。

(3) 公司产品以毛利率较高的软床产品为主，毛利率较低的沙发业务占比较小

报告期内，公司与同行业可比公司的产品主要包括软床、沙发等，其中发行人的产品以毛利率较高的软床为主兼有少部分沙发等产品，同行业可比公司的产品中毛利率偏低的沙发等产品销售占比较高。公司与同行业可比公司软床销售占比情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
喜临门	82.10%	76.08%	77.36%
梦百合	未披露	65.30%	64.95%
顾家家居	18.20%	18.46%	17.60%
趣睡科技	54.60%	53.52%	51.92%
远超智慧	未披露	46.14%	44.57%
平均值	51.63%	51.90%	51.28%
发行人	77.34%	80.15%	81.28%

注：1、数据来源：Wind 资讯；2、梦百合和远超智慧尚未披露 2021 年度数据。

综上所述，报告期内，公司综合毛利率高于同行业可比公司，具有合理性。

(八) 期间费用分析

报告期内，公司期间费用及其占营业收入比例情况如下：

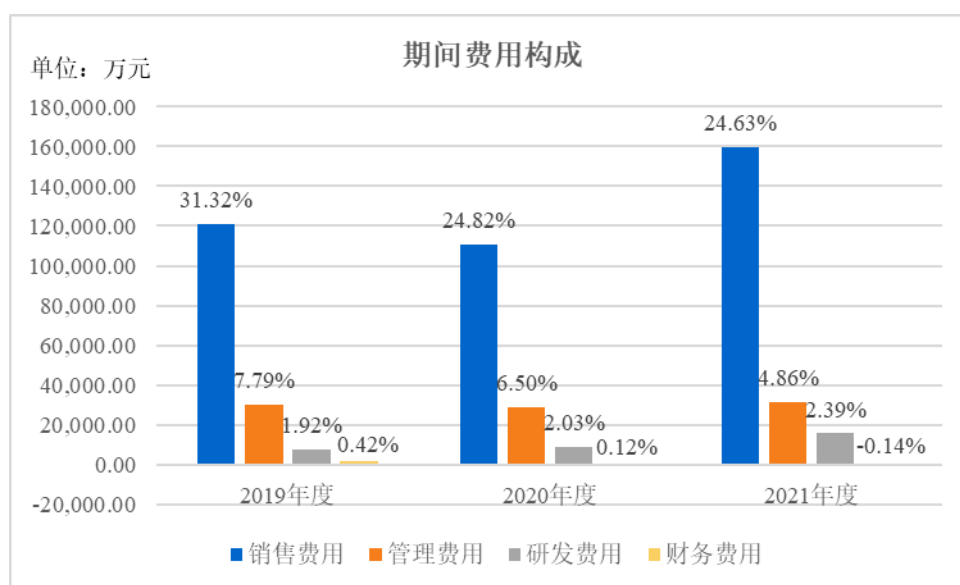
单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
销售费用	159,607.93	24.63%	110,516.11	24.82%	120,951.63	31.32%
管理费用	31,473.66	4.86%	28,932.72	6.50%	30,074.84	7.79%
研发费用	15,508.14	2.39%	9,035.49	2.03%	7,409.94	1.92%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
财务费用	-927.84	-0.14%	526.67	0.12%	1,635.45	0.42%
合计	205,661.88	31.73%	149,010.99	33.47%	160,071.86	41.45%

注：费用率系期间费用项目占营业收入比例

报告期内，公司期间费用金额分别为 160,071.86 万元、149,010.99 万元和 205,661.88 万元，占营业收入比例分别为 41.45%、33.47%和 31.73%，其中销售费用是公司期间费用的主要构成和变动因素，与公司持续注重品牌推广和主动营销策略的经营活动相符。



1、销售费用

报告期内，公司销售费用的明细情况如下：

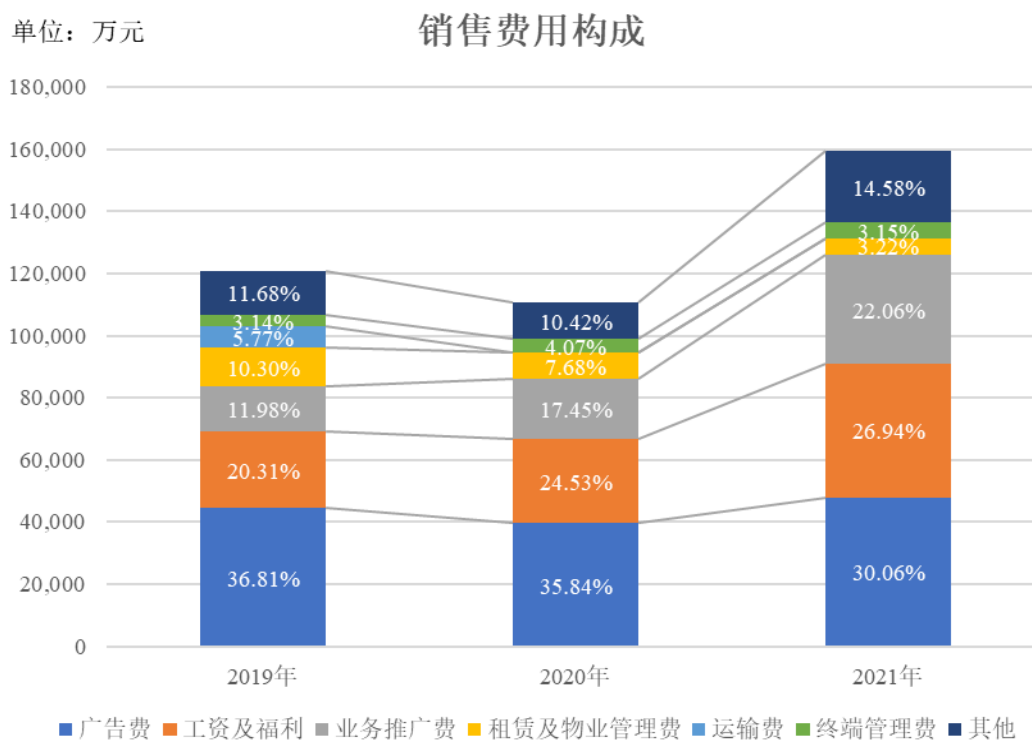
单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
广告费	47,972.19	30.06%	39,606.12	35.84%	44,528.00	36.81%
工资及福利	43,005.26	26.94%	27,114.90	24.53%	24,561.43	20.31%
业务推广费	35,205.05	22.06%	19,286.62	17.45%	14,492.19	11.98%
租赁及物业管理费	5,132.57	3.22%	8,490.96	7.68%	12,462.79	10.30%
运输费	-	-	-	-	6,978.13	5.77%
终端管理费	5,024.56	3.15%	4,501.62	4.07%	3,799.57	3.14%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
其他	23,268.30	14.58%	11,515.89	10.42%	14,129.52	11.68%
合计	159,607.93	100.00%	110,516.11	100.00%	120,951.63	100.00%

注：公司 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，2020 年度运输费列入营业成本核算。

报告期内，公司销售费用金额分别为 120,951.63 万元、110,516.11 万元和 159,607.93 万元，销售费用率分别为 31.32%、24.82%和 24.63%。报告期内，公司销售费用主要包括广告费、工资及福利、业务推广费、租赁及物业管理费、运输费和终端管理费六类支出，合计占各期销售费用的比例分别为 88.32%、89.58%和 85.43%。



(1) 广告费

报告期内，公司广告费支出分别为 44,528.00 万元、39,606.12 万元和 47,972.19 万元，占各期销售费用比例分别为 36.81%、35.84%和 30.06%，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
冠名赞助	11,775.57	9.92%	10,713.15	-2.57%	10,995.90

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
公共交通场景广告	9,064.21	24.63%	7,272.68	-25.94%	9,820.00
电商平台	14,331.37	75.95%	8,144.99	29.40%	6,294.38
互联网广告	9,241.36	45.19%	6,364.99	6.05%	6,002.00
电视台广告	329.54	-69.20%	1,069.83	-71.97%	3,816.68
楼宇框架及户外广告	926.95	-78.40%	4,291.22	-30.56%	6,179.60
其他	2,303.18	31.67%	1,749.25	23.24%	1,419.43
合计	47,972.19	21.12%	39,606.12	-11.05%	44,528.00

①广告费用变动情况分析

广告费支出是公司销售费用主要构成部分，主要原因系公司生产经营自主品牌和授权经营品牌，产品直接面对终端消费者，需要公司围绕目标客户圈层进行针对性广告投放，以筑造品牌形象、知名度和影响力提升公司市场竞争力，随着消费者对于品牌化意识的不断提高，公司的品牌优势将会愈发凸显。

公司的广告宣传方式主要包括全国性的央视广告、机场和高铁广告等为核心载体的投放，电商、互联网等网络宣传，举办明星演唱会、赞助体育赛事、邀请流量明星代言人、冠名高热度值的综艺节目等。

2020 年，公司广告费用较 2019 年同比减少了 11.05%，主要原因系受 2020 年初爆发的新冠肺炎疫情的影响，公司减少了机场、高铁、楼宇等线下广告投入，继续增加电商等网络宣传投入。2021 年，公司广告费用较 2020 年度同比增长 21.12%，主要系公司持续加大电商平台和互联网广告的投入，同时国内新冠疫情防控成效显著，交通出行不断恢复，2021 年公共交通场景广告有所增加。

②同行业可比公司比较

报告期内，公司的广告费用率与同行业可比公司比较情况如下：

公司	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
喜临门	3.98%	3.01%	3.24%
梦百合	未披露	2.26%	1.94%
顾家家居	6.04%	4.91%	5.04%
趣睡科技	3.18%	2.71%	1.81%

公司	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
远超智慧	未披露	4.77%	5.98%
平均值	4.40%	3.53%	3.60%
发行人	7.40%	8.90%	11.53%

注：1、同行业可比上市公司广告费用率根据上市公司年度报告数据计算；2、广告费用取数说明：（1）喜临门：销售费用—广告及业务宣传费，（2）梦百合：销售费用—广告宣传费，（3）顾家家居：销售费用—广告宣传费，（4）趣睡科技：销售费用—宣传推广费；（5）远超智慧：销售费用—广告与业务宣传费；3、梦百合和远超智慧尚未披露 2021 年度数据。

报告期内，公司广告费用率高于同行业可比公司平均值，主要原因系与同行业可比公司相比，公司主要经营自主品牌和授权经营品牌，筑造品牌形象、知名度和影响力有赖于自身持续、较高的广告投入。

（2）工资及福利

公司销售费用中工资及福利费主要核算销售员工工资、社保公积金、职工教育经费及福利费等支出，报告期内，公司销售员工的工资及福利费逐年上升，分别为 24,561.43 万元、27,114.90 万元和 43,005.26 万元，与营业收入增长趋势基本一致。

①人均薪酬变动情况分析

报告期内，公司销售员工工资及福利、平均人数与平均年薪的变动情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
工资及福利（万元）	43,005.26	27,114.90	24,561.43
平均人数（人）	2,465	1,981	2,203
平均年薪（万元/年）	17.45	13.69	11.15

注：考虑人员流动影响，销售部门平均人数按月度计薪人数统计。

报告期内，公司平均销售人数整体在 2,000 人上下波动，主要系公司结合直营业务布局、重点区域品牌覆盖和经销商经营意向等因素，对上海、广州和深圳直营业务进行调整，导致直营门店数量和人员存在变动。2021 年度，公司平均销售人数较 2020 年度增加 484 人，主要系品牌系列扩充、线上渠道加大拓展力度等业务规模增长带动销售人员数量增加。

报告期内，公司销售人员的平均年薪随着营业收入的增长呈上涨趋势。公司

销售人员主要包括直接面对市场渠道的销售人员和配套支持人员，销售人员的基本薪酬结构为基本工资+激励奖金，前者主要负责协助经销商提升经营业绩、达成电商渠道销售额目标等，其激励奖金主要与经销收入、电商业绩紧密挂钩；后者主要提供经销商拓展、经销商维护与培训、客户服务、订单处理等配套支持，其主要奖金考核指标包括新开店经销商数量、经销商满意度、订单处理量等。

2020 年度，公司销售人员平均薪酬同比明显上升，主要系公司在新冠肺炎疫情影响下加大薪酬激励幅度，公司营业收入同比增长 15.29%；2021 年营业收入同比增长 45.56%，销售人员的激励奖金增加。

②同行业可比公司比较

报告期内，公司的销售员工资与福利费用率与同行业可比公司比较情况如下：

公司	2021 年度	2020 年度	2019 年度
喜临门	4.35%	3.76%	3.67%
梦百合	未披露	5.14%	2.47%
顾家家居	4.54%	4.82%	5.48%
趣睡科技	1.58%	1.17%	0.83%
远超智慧	未披露	6.68%	6.00%
平均值	3.49%	4.31%	3.69%
发行人	6.64%	6.09%	6.36%

注：梦百合和远超智慧尚未披露 2021 年度数据。

报告期内，公司销售员工资与福利费用率高于同行业可比公司平均值，主要原因系与同行业可比公司相比，公司经营了较多自主品牌和授权经营品牌，且各品牌相对独立运营，导致公司销售人员数量及相应的工资与福利费用率高于同行业可比公司。

（3）业务推广费

业务推广费主要是公司牵头或参与经销渠道和线上电商平台的各类营销推广活动而产生的相关费用，其中经销渠道推广费包括品牌主题活动支出、展会费和互联网内容运营费等；线上电商平台推广费包括支付给电商平台的佣金、平台管理费、活动参团费和购物积分返点等。

①报告期内，业务推广费主要构成如下：

单位：万元；%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
品牌主题活动支出	17,535.80	49.81	5,327.87	27.62	5,183.39	35.77
平台使用费	5,975.45	16.97	5,051.44	26.19	2,802.54	19.34
线上佣金	4,101.87	11.65	2,814.81	14.59	1,011.49	6.98
展会费	1,913.49	5.44	1,690.62	8.77	2,135.81	14.74
内容运营	1,411.33	4.01	991.25	5.14	275.79	1.90
其他	4,267.13	12.12	3,410.62	17.68	3,083.16	21.27
合计	35,205.05	100.00	19,286.62	100.00	14,492.19	100.00

报告期内，业务推广费主要由品牌主题活动支出、平台使用费、线上佣金、展会费、内容运营费构成，占业务推广费的比例分别为 78.73%、82.32%和 87.88%。受疫情影响以及新媒体发展，报告期内平台使用费、线上佣金、内容运营费等线上推广支出增长较快。

报告期内，公司销售费用中的业务推广费分别为 14,492.19 万元、19,286.62 万元和 35,205.05，保持逐年增长趋势。2020 年较 2019 年增加 4,794.43 万元，增长率为 33.08%，主要系受 2020 年度新冠肺炎疫情影响，直播、电商平台等线上渠道流量明显增长，公司相应调整营销推广策略，具体包括加大电商平台活动力度、追加互联网内容运营投入、引入直播推广等措施。

2021 年度业务推广费中品牌主题活动支出、平台使用费、佣金等支出占比提高，一方面国内新冠肺炎疫情得到有效控制，公司进一步扩大全国销售网络布局，线下品牌主题活动支出同比增长，另一方面公司加大线上销售渠道发展，电商渠道佣金增加。

②业务推广费的主要支付对象

报告期各期，业务推广费的主要支付对象如下：

单位：万元；%

期间	供应商	推广方式	金额	占比
2021 年	红星美凯龙	品牌主题活动	8,606.98	24.45

	阿里巴巴	平台使用、线上佣金、内容运营等	6,594.34	18.73
	居然之家	品牌主题活动等	6,072.16	17.25
	京东	平台使用、线上佣金、内容运营等	1,839.98	5.23
	锦江	平台使用费/线上佣金	1,653.73	4.70
	小计		24,767.18	70.35
	合计		35,205.05	100.00

注：1、阿里巴巴系公司指同受一方控制的浙江天猫技术有限公司、阿里（四川）网络技术有限公司、阿里巴巴（中国）软件有限公司、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司、阿里巴巴丝路有限公司、阿里云计算有限公司、杭州阿里妈妈软件服务有限公司、浙江阿里巴巴通信技术有限公司等。

2、红星美凯龙系公司指同受一方控制的上海红星美凯龙商务咨询有限公司、上海红星美凯龙品牌管理有限公司、北京红星美凯龙家居集团股份有限公司等。

3、京东系公司系指同受一方控制的江苏京东信息技术有限公司、重庆京东海嘉电子商务有限公司等。

4、锦江系公司系指锦江融汇电子商务有限公司、上海锦江联采供应链有限公司、上海锦江国际会展有限公司等。

单位：万元；%

期间	供应商	推广方式	金额	占比
2020 年	阿里巴巴系公司	平台使用、线上佣金、内容运营等	4,716.96	24.46
	红星美凯龙系公司	品牌主题活动等	2,651.47	13.75
	锦江系公司	平台使用、线上佣金等	1,315.82	6.82
	京东系公司	平台使用、线上佣金、内容运营等	1,026.01	5.32
	石家庄天成嘉荣科技有限公司	品牌主题活动、平台使用等	980.41	5.08
	小计		10,690.68	55.43
	合计		19,286.62	100.00

单位：万元；%

期间	供应商	推广方式	金额	占比
2019 年	阿里巴巴系公司	平台使用、线上佣金、内容运营等	3,121.80	21.54
	红星美凯龙系公司	品牌主题活动等	2,313.09	15.96
	京东系公司	平台使用、线上佣金、内容运营等	627.25	4.33
	广州市想象文化传媒有限公司	品牌主题活动等	526.00	3.63
	锦江系公司	平台使用、线上佣金等	507.54	3.50

	小计		7,095.68	48.96
	合计		14,492.19	100.00

注：广州市想象文化传媒有限公司包含该公司及其控制的宁波想象风暴文化传媒有限公司、想象星光（厦门）传媒科技有限公司等。

报告期各期，业务推广费主要支付对象集中度有所提高，各期占比分别为 48.96%、55.43%和 70.35%，主要系电商平台类推广支出增加且国内主流电商平台集中度较高所致。

③业务推广活动业务情况

A.阿里巴巴

报告期内，阿里巴巴向发行人收取的推广服务费以平台使用费、线上佣金、内容运营为主，兼有其他服务。主要业务情况具体如下：

服务类型	推广形式	计价方式	结算方式和付费方式
平台使用费	发行人使用电商平台而向平台支付的使用费	基于成交额，按照约定比例收取佣金	客户确认收货后，平台从客户支付款货扣除约定比例佣金
线上佣金	平台合作的第三方平台为发行人推广引流促成交易，发行人就有效成交订单支付佣金	发行人在平台规定范围内自行设置佣金比例，基于成交额计费	客户确认收货后，平台从客户支付款货扣除约定比例佣金
内容运营	包含会场费、直播费，广告主参加活动需支付入场会场费，同时根据需求支付直播费用	按单次活动收费，会场费按活动级别定额收费，直播费与直播供应商协商确定	会场费：购买时通过平台账户余额支付；直播费：以预付方式向直播供应商转账支付
活动参团	以参加聚划算等团购活动方式进行推广	按单次活动收费，会场费按活动级别定额收费	活动结束后，通过平台账户余额支付
积分返点	发行人通过向有效成交买家赠予积分（可用于抵减订单金额）的方式进行推广	基于成交额，按约定比例计算	客户确认收货后，平台从客户支付款货扣除约定比例费用

B.红星美凯龙

报告期内，红星美凯龙主要为发行人提供品牌主题活动服务，具体如下：

服务类型	推广形式	计价方式	结算方式和付费方式
------	------	------	-----------

品牌主题活动	在全国范围红星美凯龙商场举办定制式独家品牌营销活动	按单场定额标准收费，双方协商确定价格	采用预付方式，预付部分款项，根据活动进度扣款，余额不足时补充预付款项，款项以银行转账方式结算
	单个商场的品牌营销活动	按单场定额标准收费	活动结束后，以银行转账方式结算

C.北京居然之家家居连锁有限公司

报告期内，北京居然之家家居连锁有限公司主要为发行人提供品牌主题活动服务，主要业务情况具体如下：

服务类型	推广形式	计价方式	结算方式和付费方式
品牌主题活动	在全国范围居然之家商场举办定制式独家品牌营销活动	按单场定额标准收费，双方协商确定价格	采用预付方式，预付部分款项，根据活动进度扣款，余额不足时补充预付款项，款项以银行转账方式结算

D. 京东（江苏京东信息技术有限公司等）

报告期内，江苏京东信息技术有限公司向发行人收取的推广服务费以平台使用费、线上佣金、内容运营为主，兼有其他服务。主要业务情况具体如下：

服务类型	推广形式	计价方式	结算方式和付费方式
平台使用费	发行人使用电商平台而向平台支付的使用费	基于成交额，按照约定比例收取佣金	客户确认收货后，平台从客户支付货款扣除约定比例佣金
线上佣金	平台合作的第三方平台为发行人推广引流促成交易，发行人就有效成交订单支付佣金	发行人在平台规定范围内自行设置佣金比例，基于成交额计费	链接至京东自营店消费的，提前充值，定期结算扣款；链接至发行人平台店铺的，定期结算时付费
内容运营	联合活动：包含活动展位费以及会场费，广告主参加活动需支付入场会场费，同时根据需求支付活动展位费	按单次活动收费，会场费按活动级别定额收费，活动展位费按展位区位定额收费	活动结束后，通过平台账户余额或者转账支付
积分返点	发行人通过向有效成交买家赠予京豆（可用于抵减订单金额）的方式进行推广	发行人作为平台商家，按照 100 京豆/1 元购买京豆	购买京豆时，发行人通过平台账户余额支付

E.石家庄天成嘉荣科技有限公司

报告期内，石家庄天成嘉荣科技有限公司向发行人收取的推广服务费以平台使用费、品牌主题活动费用为主。主要业务情况具体如下：

服务类型	推广形式	计价方式	结算方式和付费方式
平台使用费	通过各流量平台为直播销售活动提供引流等服务	按照计费方式分为： 1、按订单数量收取中介费 2、按订单销售额收取一定比例提成 3、按系统端口裂变、浏览、集赞等次数收取流量费 4、系统按活动期间红包等推广费用收取一定比例手续费	直播结束后，中介费、提成、流量费由天成嘉荣通过直播系统从货款中直接扣除； 手续费在活动结束后由发行人转账支付给直播服务商
品牌主题活动费用	为直播销售活动提供策划、直播场景搭建、直播人员培训等服务	协商确定每次活动策划费	活动策划费于合同签订约定期限支付

F.锦江（锦江融汇电子商务有限公司、上海锦江联采供应链有限公司）

报告期内，锦江向发行人收取的推广服务费以平台使用费、线上佣金为主。主要业务情况具体如下：

服务类型	推广形式	计价方式	结算方式和付费方式
平台使用费	通过锦江“全球采购平台”展示、销售发行人商品	根据发行人商品全年销售额，阶梯式确定收费比例，收取全年销售额相应比例的管理费	按月结算，以银行转账方式支付
线上佣金	通过锦江“全球采购平台”展示、销售发行人商品	平台就每一笔成交订单，分别按一定比例收取佣金等	订单有效成交后，从订单货款中直接扣除相关佣金等费用

G、广州市想象文化传媒有限公司

报告期内，广州市想象文化传媒有限公司主要为发行人提供品牌主题活动服务，主要业务情况具体如下：

服务类型	推广形式	计价方式	结算方式和付费方式
品牌主题活动	以赞助明星演唱会等活动形式为主，提供活动前期宣传，活动后公关稿件、照片及视频剪辑等	根据演唱会规模，分档定额收费，其中明星费用根据其知名度有所不同	合同签订后预付30%，活动进度款50%，活动结束后结算20%尾款

(4) 租赁及物业管理费

公司销售费用中租赁及物业管理费主要包括销售部门和直营门店的房屋租金及物业管理费用等。报告期内，销售费用中租赁及物业管理费的金额分别为 12,462.79 万元、8,490.96 万元和 5,132.57 万元，其中 2020 年公司租赁及物业管理费减少 3,971.83 万元，主要原因为：①公司于 2019 年 6 月将位于上海的 50 家直营门店全部转让给经销商梵华怡居，相应门店租金及物业管理费有所减少；②门店房产的出租方考虑新冠肺炎疫情因素减免了部分租金。

2021 年度房屋租金执行新租赁准则确认使用权资产后每月摊销额在折旧摊销核算，为方便比对，仍按原口径统计，2021 年租赁及物业管理费共计 12,118.43 万元，其中适用简易处理金额 881.04 万元，租赁及物业管理费同比增加主要系直营门店数量增加所致。

(5) 运输费

报告期内，公司销售费用中的运输费主要核算直营、直供和电商模式下承担将产品运输至客户指定地点发生的运输费用，运输费用金额分别为 6,978.13 万元、0.00 万元和 0.00 万元，考虑到公司 2020 年执行新收入准则影响，公司运输费用具体情况如下：

单位：万元

财务指标	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售费用—运输费用	-	-	6,978.13
新会计准则影响金额	11,842.68	7,086.44	-
运输费用	11,842.68	7,086.44	6,978.13

报告期内，公司运输费主要系直供和电商业务产生，直营业务的运输主要为同城短距离运输。报告期内，直供和电商业务的运输费合理性分析如下：

①电商业务运输费合理性分析

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
电商业务收入	87,817.43	60,579.08	43,558.17
电商收入变动	44.96%	39.08%	-
电商业务运输费	7,578.10	5,080.07	4,312.61

运输费变动	49.17%	17.80%	-
运输费占收入比例	8.63%	8.39%	9.90%

报告期内，电商业务运输费与电商业务收入增长趋势保持一致，电商业务运输费占相应收入的比例分别为 9.90%、8.39%和 8.63%，2020 年运输费率同比下降，主要是受新冠肺炎疫情影响，当年度全国公路运输服务价格较 2019 年有所下降。2021 年运输价格较 2020 年度有所回升。

②直供业务运输费合理性分析

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
直供业务收入	65,998.57	38,618.35	16,416.93
直供收入变动	70.90%	135.23%	-
直供业务运输费	1,448.30	859.48	250.64
运输费变动	68.51%	242.92%	-
运输费占收入比例	2.19%	2.23%	1.53%

报告期内，直供业务运输费与直供业务收入增长趋势保持一致，直供业务运输费占相应收入的比例分别为 1.53%、2.23%和 2.19%，2020 年以来直供运输费率较 2019 年上升，主要原因为：A.公司直供客户主要为锦江集团和欧派家居，公司与锦江集团的合作早于报告期初，锦江集团主要采取自提方式取得货物，公司与欧派家居的合作始于 2019 年，经协商公司负责将货物运送至欧派家居指定地点；B. 2019 年以来，公司自欧派家居取得的直供业务收入快速增长，带动直供业务运输费及运输费率上升。随着自欧派家居取得的收入日益成为直供业务收入主要来源，运输费率逐步稳定。

③报告期内，其他运输费金额主要系直营门店运输费以及其他日常销售业务产生的快递费等。

（6）终端管理费

报告期内，销售费用中终端管理费金额分别为 3,799.57 万元、4,501.62 万元和 5,024.56 万元。终端管理费主要系公司每年向新老顾客寄送圣诞礼物而产生的费用。向客户寄送带有慕思 LOGO 圣诞礼物是公司感恩客户的回馈活动，是

公司成立以来一直坚持至今的传统，得到了客户的广泛好评，一定程度上增强了客户粘性，树立了公司良好的品牌形象，形成了独特的核心竞争力。2020 年和 2021 年，终端管理费同比增长分别为 18.48%和 11.62%，主要系寄送的礼品数量增加以及礼品单价略有增加所致。

(7) 其他销售费用

报告期内，发行人销售费用之其他项目的构成如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
差旅费	5,934.00	25.50%	3,710.03	32.22%	3,792.50	26.84%
咨询及服务费	2,041.24	8.77%	1,960.42	17.02%	1,549.81	10.97%
折旧及摊销	9,381.92	40.32%	2,429.73	21.10%	3,540.44	25.06%
行政类费用	1,041.54	4.48%	1,095.37	9.51%	1,273.48	9.01%
店面设计装修	3,260.51	14.01%	1,009.40	8.77%	2,231.23	15.79%
其他	1,609.09	6.92%	1,310.94	11.38%	1,742.05	12.33%
合计	23,268.30	100.00%	11,515.89	100.00%	14,129.52	100.00%

注：1、咨询及服务费主要系营销方案等推广咨询及服务费；2、行政类费用主要系销售活动相关的电费、运费险、办公及会务费等；3、店面设计装修主要系展厅装修设计费等。

报告期内，公司销售费用之其他项目金额分别为 14,129.52 万元、11,515.89 万元和 23,268.30 万元，主要由差旅费、咨询及服务费、折旧及摊销、行政类费用支出、店面设计装修等支出构成。报告期内，公司销售费用之其他项目金额先增后减，主要系折旧及摊销、店面设计装修出现波动，具体原因如下：

①2021 年度差旅费同比增加 2,223.97 万元，主要系销售差旅活动随销售规模扩大而增加，导致差旅费相应增加；

②2020 年度折旧摊及摊销同比减少 1,110.71 万元，主要系直营门店变动导致折旧摊销费相应波动；2021 年度，折旧及摊销金额明显增加，主要系 2021 年实施新租赁准则所致；

③2020 年店面设计装修费同比减少 1,221.83 万元，主要系 2020 年公司展厅、海内外直营店装修投入减少；2021 年度，店面设计装修费同比增加 2,251.11 万

元，主要系新开直营店数量增加所致。

（8）同行业可比公司比较

报告期内，公司与同行业可比公司的销售费用率的对比情况如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
喜临门	15.36%	16.13%	16.67%
梦百合	未披露	13.50%	16.30%
顾家家居	14.74%	19.69%	18.69%
趣睡科技	9.69%	9.43%	14.97%
远超智慧	未披露	15.18%	15.27%
平均值	13.16%	14.79%	16.38%
发行人	24.63%	24.82%	31.32%

数据来源：1、数据来源：Wind 资讯；2、梦百合和远超智慧尚未披露 2021 年度数据。

报告期内，公司的销售费用率高于同行业可比公司 10 个百分点左右，主要原因系公司以自主品牌运营为主，产品直接面对终端消费者，在营销过程更注重对品牌运营和渠道营销推广的投入，而同行业可比公司存在不同程度的 OEM/ODM 等 B2B 直供业务，相关自主品牌和渠道营销费用较少。

2、管理费用

公司管理费用主要包括工资及福利、股份支付费用、行政类费用、租赁及物业管理费、折旧及摊销、咨询服务费等。报告期内，公司管理费用金额分别 30,074.84 万元、28,932.72 万元和 31,473.66 万元，明细如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
工资及福利	17,958.92	57.06%	13,589.00	46.97%	13,756.14	45.74%
股份支付	-	-	4,178.49	14.44%	7,608.49	25.30%
行政类费用支出	2,767.36	8.79%	2,324.28	8.03%	1,636.39	5.44%
租赁及物业管理费	1,171.31	3.72%	1,775.91	6.14%	1,817.99	6.04%
折旧及摊销	5,187.38	16.48%	2,843.58	9.83%	2,047.27	6.81%
咨询及服务费	2,740.45	8.71%	2,100.49	7.26%	1,521.34	5.06%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
业务招待费	497.07	1.58%	1,250.91	4.32%	397.47	1.32%
其他	1,151.16	3.66%	870.06	3.01%	1,289.75	4.29%
合计	31,473.66	100.00%	28,932.72	100.00%	30,074.84	100.00%

报告期内，公司管理费用随着业务规模的扩大和营业收入的增长而总体呈现上升趋势，扣除 2019 年和 2020 年股份支付费用的影响后，报告期内的管理费用率保持相对稳定，显示了公司在日常经营和管理方面的稳定性。

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
管理费用	31,473.66	28,932.72	30,074.84
营业收入	648,104.09	445,241.97	386,209.45
管理费用占比	4.86%	6.50%	7.79%
扣除股份支付费用后管理费用占比	4.86%	5.56%	5.82%

公司管理费用主要包括工资及福利、股份支付费用、行政类费用、租赁及物业管理费、折旧及摊销、咨询服务费等，具体分析如下：

（1）工资及福利

报告期内，管理费用中职工薪酬费用分别为 13,756.14 万元、13,589.00 万元和 17,958.92 万元，主要系随着公司业务规模的逐步扩大，管理人员相应增加。报告期内，公司管理人员数量与平均薪酬的变动情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
工资及福利（万元）	17,958.92	13,589.00	13,756.14
平均人数（人）	957	872	889
平均年薪（万元/年）	18.77	15.58	15.47

注：考虑人员流动影响，管理部门平均人数按月度计薪人数统计。

报告期内，公司一直注重管理型人才的培养和梯队建设，为增强人才吸引力，对各级管理人员薪酬均有一定幅度的提升。

（2）股份支付

报告期内，管理费用中的股份支付分别为 7,608.49 万元、4,178.49 万元和 0.00 万元，具体如下：

单位：万元

时间	股份支付事项	转让/增资价格	公允价格	差额
2019 年 8 月	实际控制人王炳坤、林集永将其所持有的 1.30% 公司股权转让给高级管理人员姚吉庆	1,030.00	4,176.28	3,146.28
2019 年 11 月	员工持股平台慕泰投资增资（除公司实际控制人外的高级管理人员、骨干员工出资）	1,313.98	5,370.49	4,056.51
2019 年 12 月	公司骨干员工受让公司实际控制人王炳坤、林集永在慕泰投资员工持股平台持有的 2.71% 份额	175.23	580.93	405.70
小计		2,519.21	10,127.70	7,608.49
2020 年 12 月	公司骨干员工受让公司实际控制人王炳坤、林集永在慕泰投资员工持股平台持有的 23.15% 份额	1,527.97	5,706.46	4,178.49
合计		4,047.18	15,834.16	11,786.98

如上表所示，公司在股份支付发生当年将相关股权的转让价格、增资价格与其公允价值的差异确认为股份支付费用，2019 年和 2020 年，公司分别确认股份支付费用 7,608.49 万元和 4,178.49 万元。

（3）与同行业公司管理费用率的比较

报告期各期，公司与同行业可比公司的管理费用占销售收入的比例情况如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
喜临门	4.04%	4.82%	4.31%
梦百合	未披露	7.05%	5.87%
顾家家居	1.79%	2.34%	2.63%
趣睡科技	1.98%	1.85%	2.77%
远超智慧	未披露	8.94%	16.82%
平均值	2.60%	5.00%	6.48%

发行人	4.86%	6.50%	7.79%
发行人-扣除股份支付影响	4.86%	5.56%	5.82%

注：梦百合和远超智慧尚未披露 2021 年度数据。

受主要经营业务、收入规模、各地区薪酬差异等影响，各同行业可比公司的管理费用率存在一定差异。报告期内，公司管理费用率与同行业可比公司不存在重大差异。2019 年和 2020 年，公司管理费用率较高，主要原因系当期确认了 7,608.49 万元和 4,178.49 万元股份支付所致。剔除股份支付后，公司管理费用率与同行业可比公司不存在较大差异。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用的明细情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
工资及福利	7,874.30	50.78%	4,285.29	47.43%	3,249.02	43.85%
物料消耗	2,485.82	16.03%	2,036.39	22.54%	1,477.24	19.94%
产品设计费	2,440.86	15.74%	1,315.27	14.56%	1,276.09	17.22%
咨询及服务费	1,369.20	8.83%	732.99	8.11%	769.96	10.39%
折旧及摊销	658.91	4.25%	221.32	2.45%	146.61	1.98%
行政类费用支出	380.76	2.46%	174.20	1.93%	132.66	1.79%
质量检测费	175.67	1.13%	130.36	1.44%	224.45	3.03%
差旅费	84.89	0.55%	102.63	1.14%	88.75	1.20%
其他	37.72	0.24%	37.04	0.41%	45.17	0.61%
合计	15,508.14	100.00%	9,035.49	100.00%	7,409.94	100.00%

报告期内，公司研发费用主要为公司研发部门员工的工资薪金、物料消耗和产品设计费等。公司的床垫、床架、床品等作为具有体验性质的个性化消费品，产品的款型、风格、功能等对销售至关重要。因此，公司需要及时了解消费者的需求偏好，通过设计开发新材料、新产品，改善现有产品的功能性，以满足消费者个性化的需求。

(1) 研发费用变动情况

报告期内，公司研发人员工资及福利支出分别为 3,249.02 万元、4,285.29 万元和 7,874.30 万元，占研发费用比例分别为 43.85%、47.43%和 50.78%，工资及福利支付金额与占比逐年上升，主要系公司不断扩大研发队伍规模，以巩固和扩大公司研发优势，研发人员工资及福利随着研发人员数量增加而上升。

报告期内，公司研发费用中物料消耗支出分别为 1,477.24 万元、2,036.39 万元和 2,485.82 万元，物料消耗支出逐年增加主要系研发项目增加所致。

(2) 研发费用的项目构成

报告期内，主要项目研发投入情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	2021 年	2020 年	2019 年	项目状态	项目应用
1	“物联网+”智能人体生理曲度测试系统的开发	-	964.00	687.24	开发完成	智能家居
2	气囊压电传感数据拟态技术在健康睡眠产品领域应用关键技术的开发	683.72	-	-	开发完成	智能家居
3	多重逐级缓冲超静音床垫的研发	561.37	-	-	开发完成	床垫
4	抗病毒透气抗菌健康床垫关键技术开发	729.87	-	-	开发完成	床垫
5	智能升降电动床关键技术的开发	664.46	-	-	开发完成	电动床
6	材料层间新型环保固定工艺技术应用产品开发	852.54	-	-	开发完成	床垫
7	环保阻燃纤维床垫关键技术的开发	651.33	-	-	开发完成	床垫
8	贴合脊椎曲线减压记忆床垫关键技术的开发	651.39	-	-	开发完成	床垫
9	耐用强化型降噪独立筒弹簧床垫关键技术的开发	752.15	-	-	开发完成	床垫
10	具有防凹陷护脊功能环保椰维康床垫的开发	772.32	-	-	开发完成	床垫
11	功能联动智能床垫及控制方法关键技术开发	987.60	-	-	研发中	智能床垫
12	精准识别止鼾健康睡眠技术的开发	604.47	-	-	开发完成	智能床垫、止鼾枕类
13	环保型温控床垫关键技术的开发	798.23	-	-	开发完成	智能床垫
14	智能床垫精准改善策略技术研究	644.51	-	-	研发中	智能床垫
15	高稳定床架减震降噪技术的开发	199.68	-	-	开发完成	床架

序号	项目名称	2021 年	2020 年	2019 年	项目状态	项目应用
16	均衡体压舒适型沙发关键技术的开发	326.35	-	-	开发完成	沙发
17	轻便型多收纳的新型环保柜的关键技术开发	285.84	-	-	开发完成	柜类
18	抗弯曲形变床体的关键技术的开发	341.43	-	-	研发中	床架
19	基于人体工程学深度睡眠优化枕的设计与研发	-	461.70	-	开发完成	枕类
20	基于床垫综合性能检测关键技术的研发	-	565.77	-	开发完成	床垫
21	基于多面睡感儿童床垫关键技术的发展与研发	-	643.89	-	开发完成	床垫
22	新型环保透气立体床垫关键技术的开发	-	536.58	-	开发完成	床垫
23	基于人体负载压力排骨架床及连接组件关键技术的开发	-	550.72	-	开发完成	排骨架
24	基于弹簧床垫的弹性支撑组件关键技术的开发	-	662.60	-	开发完成	床垫
25	基于高效抗菌防霉防螨新型环保材料床垫产品关键技术开发	-	588.87	-	开发完成	床垫
26	基于多模块气囊床垫关键技术的发展与研发	182.50	660.81	-	开发完成	智能床垫
27	基于床垫智能压力测试袋应用的设计与研发	383.07	448.82	-	开发完成	智能床垫
28	基于睡眠医学睡眠优化的数据处理技术的开发	322.90	633.17	-	开发完成	智能床垫、枕类
29	基于可调节高度的软床关键技术的开发	-	200.89	-	开发完成	床架
30	基于防滑和缓冲功能床脚组件关键技术的开发	-	164.91	-	开发完成	床架
31	基于排骨条柔性支撑及其的排骨架床关键技术的开发	-	292.96	-	开发完成	排骨架
32	基于软床防滑防刮伤的螺钉关键技术的开发	-	325.89	-	开发完成	床架
33	基于人体美学的床头关键技术设计与开发	71.30	282.33	-	开发完成	床架
34	基于全方位灵活形变支撑的太空树脂球床垫的研发	-	-	542.88	开发完成	床垫
35	基于人体工程学智能调节舒适度床垫的设计与研发	-	-	595.69	开发完成	智能床垫
36	基于环保健康材料凝胶乳胶睡眠系列产品的研发	-	-	776.55	开发完成	床垫、枕类

序号	项目名称	2021 年	2020 年	2019 年	项目状态	项目应用
37	基于便捷可拆装超轻无弹簧技术健康床垫的研发	-	-	189.76	开发完成	床垫
38	基于接触应力学智能床结构设计与研发	-	-	271.32	开发完成	智能床垫
39	基于远程可控电动排骨架关键技术的研发	-	-	475.42	开发完成	排骨架
40	基于人体工程学多功能组合床的设计与研发	-	-	701.42	开发完成	床架
41	基于材料的层状结构对弹簧床垫舒适性能影响的研究	-	-	272.35	开发完成	床垫
42	基于石墨烯与乳胶复合材料应用于床垫领域的关键技术研发	-	421.90	514.23	开发完成	床垫
43	基于健康睡眠系统大数据远程控制技术应用产品的研发	-	259.17	472.41	开发完成	床架
44	基于长寿命床头柜摩擦系数关键技术的开发	-	-	137.20	开发完成	床头柜
45	基于固定连接床架关键技术的开发	-	43.67	133.19	开发完成	床架
46	智能控制的多功能环保儿童床的研发	-	-	-	开发完成	床架
47	床垫定制方法和装置的研发	-	-	-	开发完成	床垫
48	可折叠电动排骨架的设计与研发	-	-	-	开发完成	排骨架
49	智能调整床垫舒适度控制方法的研究	-	-	-	开发完成	智能床垫
50	基于大数据分析管理的全新助眠系统系列产品的研发	-	-	-	开发完成	智能床垫、枕类
51	智能语音电动床的设计与开发	-	-	733.88	开发完成	智能床垫
52	新型迷你独立筒弹簧薄款床垫的研发	-	-	-	开发完成	床垫
53	可灵活调整的电动升降床的研发	-	-	-	开发完成	床架、排骨架
54	健康睡眠系统大数据服务平台的设计与研发	-	-	160.79	开发完成	智能床垫、枕类、床架
55	健康睡眠床垫止鼾控制技术的开发	587.59	-	-	研发中	床垫
56	全贴合分区调节智能电动床垫的开发	506.63	-	-	研发中	智能床垫
57	智能侦测生命体征薄垫的开发	520.55	-	-	研发中	床垫、床
58	分区抗干扰健康睡眠床垫的开发	431.46	-	-	开发完成	床垫、床
59	隔热透气舒适枕头的开发	182.67	-	-	研发中	枕类
60	舒适性环保抗菌沙发的开发	438.10	-	-	研发中	沙发

序号	项目名称	2021 年	2020 年	2019 年	项目状态	项目应用
61	可调坐姿多功能沙发的开发	451.28	-	-	研发中	沙发
62	新型多功能组合式套床的研发	141.96	-	-	开发完成	套床
63	隐藏式多收纳模块床体的关键技术开发	316.99	-	-	开发完成	床架
64	高分子立体纤维抗菌枕关键技术开发	190.16	-	-	开发完成	枕类
65	其他	273.72	326.84	745.61		
合计		15,508.14	9,035.49	7,409.94		

发行人的床垫、床架、床品等作为具有体验性质的个性化消费品，产品的款型、风格、功能等对销售至关重要。因此，发行人需要及时了解消费者的需求偏好，通过设计开发新材料、新产品，改善现有产品的功能性，以满足消费者个性化的需求。报告期内，发行人不断扩大研发队伍规模，重点针对用改善健康睡眠产品新材料、新技术和智能科技方面进行立项研发，以巩固和扩大公司研发优势，以提高产品竞争力满足市场需求。

（3）同行业可比公司比较

报告期内，公司与同行业可比公司的研发费用占销售收入的比例情况如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
喜临门	2.36%	2.22%	2.51%
梦百合	未披露	1.69%	2.64%
顾家家居	1.65%	1.63%	1.78%
趣睡科技	1.70%	1.28%	1.14%
远超智慧	未披露	4.21%	3.61%
平均值	1.90%	2.21%	2.34%
发行人	2.39%	2.03%	1.92%

注：梦百合和远超智慧尚未披露 2021 年度数据。

根据上表可见，公司研发费用占销售收入的比例与同行业上市公司不存在明显差异。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用的明细如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利息支出	1,084.62	260.49	1,042.98
减：利息收入	3,551.08	260.69	202.69
汇兑损益	654.74	-415.47	87.75
手续费及其他	883.87	942.34	707.41
合计	-927.84	526.67	1,635.45

报告期内，公司财务费用分别为 1,635.45 万元、526.67 万元和-927.84 万元，占营业收入比重分别为 0.42%、0.12%和-0.14%，公司财务费用金额和占比较低，与公司较低的有息负债规模相互匹配。2021 年度，利息支出大幅度增加系执行新租赁准则未确认融资租赁费用摊销所致。利息收入大幅度增加系购买理财产品导致利息收入增加所致。

（九）重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项

截至招股意向书签署日，公司不存在重大对外担保、诉讼事项；其他或有事项、重大期后事项详见招股意向书“第十节 财务会计信息”之“十二、期后事项、或有事项及其他重要事项”。

（十）财务状况和盈利能力的未来发展趋势

1、财务状况未来发展趋势

报告期内，公司资产规模不断增长，资产质量良好，主要资产运行情况正常，资产结构相对合理。同时，公司主营业务发展平稳，盈利能力较强。本次发行后，公司资本结构进一步优化，资产负债率降低。同时，本次募集资金投资项目将带动公司固定资产进一步增加，生产经营规模扩大，增加公司盈利点，提升公司竞争力。

2、盈利能力未来发展趋势

公司以本次公开发行股票并上市为契机，着眼于床垫、床架和床品等软体家具产品的发展，进一步整合公司现有资源，优化产品结构，提升产品品质。此外，公司将进一步巩固和突出企业的技术优势，加大研发投入和人才引进，使公司成为技术创新、稳健经营的行业领先企业。

（十一）本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施

1、本次发行摊薄即期回报的风险以及对每股收益指标的影响分析

按照中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）要求计算的净资产收益率和每股收益如下：

时间	报告期利润	加权净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2021 年度	归属于公司普通股股东的净利润	30.88%	1.91	1.91
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	30.46%	1.88	1.88
2020 年度	归属于公司普通股股东的净利润	46.13%	1.68	1.68
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	49.54%	1.80	1.80
2019 年度	归属于公司普通股股东的净利润	40.77%	1.13	1.13
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	52.09%	1.44	1.44

根据本次发行方案，公司拟向公众投资者发行 4,001 万股股票，不低于发行后公司总股本的 10%，本次发行完成后公司的总股本将由 36,000 万股增至 40,001 万股，股本规模将有所增加。本次发行募集资金将在扣除发行费用后陆续投入到“华东健康寝具生产线建设项目”、“数字化营销项目”和“健康睡眠技术研究中心建设项目”，以推动公司主营业务发展。由于募集资金的投资项目具有一定的建设周期，且产生效益尚需一定的运行时间，无法在发行当年即产生预期效益。综合考虑上述因素，预计发行完成后当年基本每股收益或稀释每股收益低于上年度，公司存在发行上市当年即期回报被摊薄的风险。

2、本次募集资金的必要性和合理性，与公司现有业务的关系，公司从事募投项目的相关储备情况分析

本次募集资金的必要性和合理性，及与公司现有业务的关系，公司从事募投项目的相关储备情况分析详见招股意向书“第十三节 募集资金运用”相关内容。

3、公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

为降低本次发行对即期回报的摊薄影响，公司承诺将通过强化募集资金管理、加快项目建设进度、提升公司盈利能力和水平、强化投资者回报机制等措施提高投资者回报，具体措施及承诺详见招股意向书“重大事项提示”之“七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺”之“（一）填补被摊薄即期回报的措施”。

4、董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司董事、高级管理人员对公司本次发行上市涉及的填补摊薄即期回报的措施能够得到切实履行作出的承诺详见招股意向书“重大事项提示”之“七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺”之“（二）发行人董事、高级管理人员、控股股东、实际控制人对切实履行填补措施作出的承诺”。

（十二）财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况

1、审计截止日后的生产经营情况未发生重大变化

财务报告审计截止日至本招股意向书签署日，公司总体经营情况良好，生产经营的内外部环境未发生重大变化，公司所处行业产业政策、税收政策、行业周期、公司业务模式及竞争趋势未发生重大变化；公司主要原材料采购规模及采购价格、主要产品生产规模、主要产品销售规模及销售价格、主要客户、主要供应商、重大合同条款及执行情况等未发生重大变化；未新增发生对公司未来经营可能产生重大影响的诉讼或仲裁事项、未发生重大安全事故及其他可能影响投资者判断的重大事项。

2、2022 年一季度经审阅的业绩情况

根据致同会计师事务所(特殊普通合伙)出具的《审阅报告》(致同审字(2022)第 441A014142 号)，公司 2022 年第一季度经审阅的主要会计报表项目与上年年末或同期比较情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 3 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	变动率
总资产	408,940.91	449,829.84	-9.09%
总负债	139,913.78	193,213.48	-27.59%

项目	2022 年 3 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	变动率
所有者权益	269,027.13	256,616.36	4.84%
项目	2022 年 1-3 月	2021 年 1-3 月	变动率
营业收入	124,477.27	124,232.48	0.20%
营业成本	68,450.12	68,356.25	0.14%
营业利润	14,980.28	17,170.96	-12.76%
利润总额	14,943.79	17,064.26	-12.43%
净利润	12,410.03	13,648.18	-9.07%
归属于母公司股东的净利润	12,410.03	13,648.18	-9.07%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	12,368.51	13,542.54	-8.67%
经营活动产生的现金流量净额	-31,205.48	-7,759.09	302.18%

由上表所示，公司截至 2022 年 3 月 31 日的所有者权益与 2021 年末相比有所增长，资产总额与负债总额有所下降。

2022 年 1-3 月，公司实现营业收入 124,477.27 万元，较上年同期增长 0.20%；公司归属于母公司股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司净利润金额分别为 12,410.03 万元和 12,368.51 万元，较上年同期下降 9.07%和 8.67%。

2022 年一季度以来，新冠疫情在上海、深圳、西安、吉林和香港等国内主要城市有所蔓延及反复，各地政府针对疫情区域采取不同程度的管控（封控）等措施，给所在区域门店经营和物流运输带来局部性、阶段性不利影响，导致公司一季度“3·21 世界睡眠日”“感恩节”等活动效果不及预期；且 3 月中下旬，公司华南生产基地应所在地防疫政策要求停工封厂近一周时间，对生产经营活动和营业收入造成一定影响；上述原因综合导致公司 2022 年 1-3 月营业收入较上年同期仅增长 0.20%。

2022 年一季度公司扣除非经常性损益后归属于母公司净利润较上年同期减少 1,174.03 万元，同比下滑 8.67%，主要系 2022 年一季度营业收入增长未能有效覆盖期间费用中折旧摊销等固定支出金额的增长。报告期内，公司为满足日益提高的生产经营规模需求，不断扩大生产线等固定资产规模，固定资产折旧摊销金额等固定支出持续增长，使得 2022 年一季度期间费用中固定资产折旧摊销金

额较同期增长 2,193.60 万元，导致公司 2022 年 1-3 月归属于母公司股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司净利润有所下降。

3、2022 年上半年业绩预计情况

经初步测算，公司 2022 年 1-6 月主要经营业绩预计情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动率
营业收入	295,000-315,000	280,893.13	5.02%-12.14%
归属于母公司股东的净利润	31,000-35,000	32,640.23	-5.03%-7.23%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	30,600-34,600	32,135.14	-4.78%-7.67%

2022 年 1-6 月，公司营业收入预计为 295,000 万元至 315,000 万元，较上年同期增长 5.02%至 12.14%；归属于母公司股东的净利润预计为 31,000 万元至 35,000 万元，较上年同期变动-5.03%至 7.23%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润预计为 30,600 万元至 34,600 万元，较上年同期变动-4.78%至 7.67%。

公司预计 2022 年 1-6 月营业收入较去年同期有所增长，主要系公司通过积极丰富产品品类、深化与优化销售渠道布局，以及持续加大广告宣传与营销活动推广力度，进一步提高公司品牌知名度和影响力，推动销售规模的稳步增长。公司预计 2022 年 1-6 月净利润、扣非净利润与去年同期水平相近或略微下滑，主要系新冠疫情仍在国内多个城市有所反复，对所在区域门店经营和物流运输带来一定不利影响；同时，公司固定资产规模不断增长导致折旧摊销金额等固定支出快速增长，对净利润和净利率水平有所摊薄，但总体影响较小。

上述 2022 年上半年业绩情况系公司初步预计数据，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

第四章 股利分配政策

一、发行人股利分配政策

根据现行有效的《公司章程》关于股利分配政策为：

（1）公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取；

（2）公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损；

（3）公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，可以从税后利润中提取任意公积金；

（4）公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配；

（5）若股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

二、发行人股利分配情况

报告期内，公司实际股利分配的情况如下：

单位：万元

年度	现金红利（含税）	决议程序
2019 年度	23,000.00	公司 2019 年 3 月 11 日股东会决议审议通过，向全体股东派发现金红利 13,000 万元；公司 2019 年 9 月 20 日股东会决议审议通过，向全体股东派发现金红利 10,000 万元
2020 年度	30,000.00	公司 2020 年 3 月 26 日股东会决议审议通过，向全体股东派发现金红利 20,000 万元；公司 2020 年 10 月 21 日股东会决议审议通过，向全体股东派发现金红利 10,000 万元

截至招股意向书签署日，上述股利分配事项均已派发完毕。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排

经公司 2021 年第二次股东大会审议通过，本公司首次公开发行人民币普通股（A 股）前的滚存利润分配方案如下：公司本次股票发行前的滚存未分配利润，

由本次股票发行后的新老股东共享。

四、本次发行后的股利分配政策

根据公司 2021 年第二次临时股东大会通过的《慕思健康睡眠股份有限公司章程（草案）》，本次发行后公司将实施积极的利润分配政策，具体如下：

（一）利润分配原则

公司实行连续、稳定的利润分配政策，具体利润分配方式应结合公司利润实现状况、现金流量状况和股本规模进行决定。公司董事会和股东大会在利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。

（二）利润分配的形式

公司采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。凡具备现金分红条件的，公司优先采取现金分红的利润分配方式；在公司有重大投资计划或重大现金支出等事项发生或者出现其他需满足公司正常生产经营的资金需求情况时，公司可以采取股票方式分配股利。

（三）现金分配的条件

满足以下条件的，公司应该进行现金分配，在不满足以下条件的情况下，公司可根据实际情况确定是否进行现金分配：

1、公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值且累计未分配利润为正数；

2、审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

3、公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）；

重大投资计划或重大现金支出是指：

公司未来十二个月内拟对外资本投资、实业投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元人民币。

4、公司现金流满足公司正常经营和长期发展的需要。

（四）利润分配的时间间隔

在满足上述第（三）项的条件下，公司原则上每年度至少现金分红一次。在有条件的情况下，公司董事会可以根据公司经营状况提议公司进行中期利润分配。

（五）利润分配的比例

在保证公司能够持续经营和长期发展的前提下，如公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，并且公司年度实现的可分配利润为正数且累计未分配利润为正数，公司应当采取现金方式分配股利，公司每年以现金方式分配的利润应不少于当年实现的可供分配利润的 10%，且任意连续三年以现金方式累计分配的利润原则上应不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%，具体每个年度的分红比例由董事会根据公司年度盈利状况和未来资金使用计划提出预案。公司在按照前述规定进行现金分红的前提下，可以发放股票股利。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

- 1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；
- 2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；
- 3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

（六）股票股利的条件

在公司经营状况良好，且董事会认为公司每股收益、股票价格、每股净资产等与公司股本规模、股本结构不匹配时，公司可以在满足上述现金分红比例的前提下，同时采取发放股票股利的方式分配利润。公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时，应当充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的

经营规模、盈利增长速度、每股净资产的摊薄等相适应，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。

（七）利润分配方案的决策程序和机制

1、公司董事会应根据所处行业特点、发展阶段和自身经营模式、盈利水平、资金需求等因素，研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，拟定利润分配预案，独立董事发表明确意见后，提交股东大会审议。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

2、股东大会审议利润分配方案前，应通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

3、公司因特殊情况无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案时，应当披露具体原因以及独立董事的明确意见。

4、公司如因外部环境变化或自身经营情况、投资规划和长期发展而需要对利润分配政策进行调整的，公司可对利润分配政策进行调整。公司调整利润分配政策应当以保护股东利益和公司整体利益为出发点，充分考虑股东特别是中小股东、独立董事的意见，由董事会在研究论证后拟定新的利润分配政策，并经独立董事发表明确意见后，提交股东大会审议通过。如对公司章程确定的利润分配政策进行调整或者变更的，应当经过详细论证后履行相应的决策程序，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

第五章 募集资金运用

一、本次募集资金运用概况

（一）募集资金投资项目和审批情况

公司于 2021 年 5 月 15 日召开第一届董事会第五次会议，并经 2021 年 5 月 31 日召开 2021 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于公司首次公开发行普通股（A 股）股票募集资金投资项目及其可行性分析的议案》。公司本次募集资金投资项目符合国家有关的产业政策和公司发展战略，具有较好的市场前景，能进一步提升公司的综合竞争力，促进公司可持续发展。

根据股东大会授权，公司第一届董事会第十三次会议审议通过了《关于公司首次公开发行普通股（A 股）股票募集资金投资项目投资额调整的议案》，将本次发行上市募集资金扣除发行费用后的募集资金投资项目金额进行了调整。

调整后，公司募集资金投资项目和具体审批备案的情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金	项目备案	环评
1	华东健康寝具生产线建设项目	150,334.00	122,714.38	2103-330402-89-01-155314	嘉（南）环建[2021]38 号
2	数字化营销项目	24,780.00	15,000.00	2103-441900-04-04-261709	不适用
3	健康睡眠技术研究中心建设项目	14,879.85	10,000.00	2103-441900-04-05-551151	东环建[2021]5722 号
合计		189,993.85	147,714.38	-	-

本次发行上市募集资金到位前，公司可根据项目的实际进度，以自有或自筹资金支付项目所需款项。本次发行上市募集资金到位后，公司将严格按照有关的制度使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入的自有或自筹资金以及支付项目剩余款项。

若本次发行募集资金净额低于募集资金项目投资额，公司将通过自有或自筹资金解决。公司将严格按照中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构的有关规定管理和使用募集资金。

（二）募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、

技术水平和管理能力相适应

1、募集资金投资项目与公司现有的经营规模相适应

公司现有的生产规模已经无法满足公司未来规模扩张的需要。本次募集资金投资项目达产之后，公司将新增床垫产能 95 万张、床架产能 15 万套，扩大业务覆盖区域，提高市场占有率，增强公司竞争实力和整体抗风险能力。

2、募集资金数额与公司的财务状况相适应

公司募集资金投资项目固定资产投资总额与现有项目的投资规模相适应。募集资金投资项目主要用于生产公司的主打产品，在未来产品价格、材料价格保持稳定的前提下，募集资金投资项目投产后随着产销规模的扩大，将降低公司的单位期间费用，因此其效益与现有项目是相适应的。

3、募集资金数额和投资项目与公司的技术水平和管理能力相适应

公司自设立以来，一直专注于人体健康睡眠研究，主要从事健康睡眠系统的研发、生产和销售，主要产品包括中高端床垫、床架、床品和其他产品等，具备顺利实施本次募投项目的技术水平和管理能力。

综上，公司募集资金数额和投资项目与企业现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应。

二、募集资金运用对财务状况、经营业绩的影响

本次募集资金投资项目是公司中长期发展规划的重要组成部分，通过募集资金投资项目的实施，可进一步扩大公司规模，提高公司盈利能力和市场占有率，为公司的未来发展奠定良好的基础。对公司主要财务状况及经营成果的影响如下：

（一）对资产结构的影响

本次发行募集资金到位后，公司短期内资产负债率水平将大幅降低，财务结构进一步优化，降低财务风险，利用财务杠杆融资的能力也将进一步提高。

（二）对公司净资产收益率和盈利能力的影响

完成本次发行后，公司的净资产在现有基础上将大幅增长。从短期来看，由

于募集资金投资项目需要一定的建设周期，在短期内难以全部产生效益，会导致公司的净资产收益率在短期内出现下降的情形；从中期来看，募集资金投资项目具有良好的投资回报率，随着项目的实施投产，公司的净资产收益率将得到有效提升；从长期来看，募集资金到位不仅使公司自有资本规模扩大，而且增强了公司的间接融资能力，有利于优化产品结构，实现规模经济效益，增强竞争优势。

第六章 风险因素及其他重要事项

一、风险因素

（一）市场风险

1、宏观经济因素波动导致市场需求变动风险

近年来,随着我国宏观经济的不断发展,全国居民人均可支配收入不断提高,城镇化进程持续推进,以及年轻消费群体崛起,推动了居民消费观念的转变和升级,带动软体家具行业的快速发展。若未来我国宏观经济出现增速放缓或波动,可能导致全国居民人均可支配收入下滑,将直接影响消费者的消费能力,进而对公司的中、高端健康睡眠产品销售造成不利影响。

2、房地产调控抑制市场需求风险

软体家具行业的市场需求与房地产行业的景气程度存在一定的关联性。近年来,为抑制部分城市房价过快上涨的势头、促进房地产市场平稳健康发展,国家陆续出台了一系列包括土地、信贷等在内的房地产市场宏观调控政策,强调“房住不炒”,有效调节了房地产市场的过热增长。若未来国家房地产调控政策基调不变,可能抑制刚需购房和改善型购房需求,导致新房装修和二手房翻新带来的家居装饰消费需求下降,将可能会对公司的产品销售和业绩造成不利影响。

3、市场竞争加剧风险

随着健康睡眠理念不断深入人心,国内消费者对中、高端软床产品的接受程度越来越高,吸引国内外众多竞争对手加大对软床市场的投入和布局,市场竞争程度有所加剧,表现为国外知名软床品牌“舒达”“丝涟”“席梦思”“金可儿”不断加大对中国市场生产和销售端的布局,国内传统以 OEM/ODM 模式为主企业不断提高自主品牌营销力度,以及国内顾家家居、敏华控股等以沙发客餐厅家具为主的竞争对手不断向软床市场渗透。若公司在未来的市场竞争过程中,不能有效保持品牌美誉度、不能持续保持产品质量优势、不能持续获取主流 KA 商场门店区位优势,将削弱公司的市场占有率,或将可能对公司的经营业绩造成不利影响。

4、电商新零售模式冲击风险

近年来,随着我国互联网普及率迅速提升,电商零售规模和占比迅速增长,除“天猫”“京东”等传统电商模式之外,出现了诸如 OTO、直播带货、网红推广等电商新零售模式。若公司未来不能及时调整线下渠道的销售策略,不能持续改善线上线下购物体验、物流配送和售后金管家服务水平,不能及时掌握和适应消费者基于电商新零售模式而发生的购物习惯变化,则可能导致公司线下和线上渠道销售业绩受到冲击,进而对公司业绩造成不利影响。

(二) 经营风险

1、经销商管理风险

经销模式是公司最主要的销售方式。报告期内,公司通过经销模式实现销售收入分别为 270,296.37 万元、305,070.05 万元和 439,680.01 万元,占主营业务收入的比例分别为 70.84%、69.03%和 68.53%。截至 2021 年 12 月 31 日,公司经销商数量为 1,906 家,随着公司业务规模进一步增长,公司的经销商数量也将进一步增加。公司高度重视经销商的日常管理工作,已建立了较为完善的经销商管理制度,并通过业务培训、技术指导、营销支持等多种途径,帮助经销商提升业务能力、扩大销售规模,从而实现与经销商的共同发展、互利共赢。但由于经销商数量众多,地域分布较为分散,客观上增加了公司对经销商的管理难度。若个别经销商违反公司关于销售价格、客户服务等方面的相关管理要求,或经营活动有悖于公司品牌管理规定,将可能给公司的品牌和声誉带来不利影响。

2、品牌运营与管理风险

公司产品属于日常耐用消费品,消费品的市场认知度很大程度上取决于品牌,品牌代表着产品的质量,并作为传递企业价值观的符号,是影响消费者购买的重要因素。作为国内知名的床垫品牌之一,“慕思”产品设计、质量和售后服务获得了众多消费者的认同。虽然公司较高的品牌知名度可以提升产品附加值,但品牌知名度的建立和维护需要持续较高成本的投入和可靠的产品质量作为支撑,随着公司经营规模不断扩大,品牌运营与管理的工作难度日益增加,公司可能存在品牌宣传推广定位偏差、品牌代言人行为失当引起负面报道,以及宣传文案表述不当而引发品牌危机风险。同时,公司所在行业内存在不规范使用商标、攀附知名商标等损害诚信经营企业正当利益的情形,公司产品或商标等知识产权

存在被恶意竞争对手模仿甚至仿冒可能，该等仿冒伪劣产品将严重冲击消费者对公司产品质量的信赖或带来潜在知识产权纠纷。上述风险因素可能直接影响公司的品牌形象和品牌美誉度，进而对公司经营带来不利影响。

3、产品研发设计不能持续创新风险

软体家具产品注重外观设计和品质功能，需要公司在产品款式设计、新材料和新工艺方面不断进行研发投入，注重设计人才的培养和引进，才能准确把握流行趋势和需求变化，开发出符合消费者需求的产品。但若未来公司不能及时把握消费者的需求变化趋势，新产品研发和设计能力不能够满足消费者的需求，则可能导致公司竞争力下降，将对公司的业务发展造成不利影响。

4、产品质量风险

随着人们对健康品质生活的重视，消费者对软体家具产品的甲醛含量等环保指标的质量要求越来越高。公司已实行产品全生命周期的质量管控措施，通过供应商的驻厂监控、来料检验、过程控制和成品下线检测等多个环节进行质量严格控制，以确保产品质量符合国家及行业标准。若未来公司在质量管理的个别环节出现漏洞，可能导致公司的产品出现质量问题，这将对公司的品牌和发展造成不利影响。

5、欧派家居业务规模和占比持续提高的风险

欧派家居是国内定制橱柜和衣柜的龙头企业，具备卧室产品前端引流的功能。为提升欧派与慕思品牌优势互补，满足消费者对卧室产品一站式购买体验，公司与欧派家居于 2019 年 9 月联合共创“慕思·苏斯”品牌仅供欧派全渠道销售。与欧派家居于 2019 年 9 月联合共创“慕思·苏斯”品牌仅供欧派全渠道销售。报告期内，公司对欧派家居的销售实现快速增长，收入金额分别为 6,288.15 万元、28,817.64 万元和 52,834.97 万元，占营业收入的比例分别为 1.63%、6.47%和 8.15%，欧派家居是公司 2020 年度和 2021 年度第一大客户。另外，截至招股意向书签署日，欧派家居通过其全资子公司欧派投资持有发行人 1.5%股份。随着欧派家居对公司销售收入规模和占比的进一步提高，可能存在其凭借渠道规模优势和持股地位压低公司产品销售价格或延长货款结算和支付周期等情形，将可能对公司毛利率和运营资金造成不利影响。

6、新冠肺炎疫情对经营业绩影响的风险

2020 年初，我国爆发新冠肺炎疫情，为了应对疫情，我国相继采取限制人员流动、延迟复工等举措，使得消费需求大幅下滑；此外，国内部分商场、门店因疫情原因关停、倒闭或者推迟扩张计划，对公司的生产经营和产品销售造成了不利影响。虽然国内疫情已得到有效控制，但受输入病例等影响，本土疫情仍呈多地局部暴发和零星散发状态，若未来新冠肺炎疫情在国内再次大面积爆发，可能再次导致消费需求大幅下滑，将会对公司的生产经营和产品销售造成不利影响。

7、新开经销门店持续扩张带来的管理和业绩风险

报告期内，公司线下经销门店数量和经营面积持续增加。公司计划在未来进一步加大新门店的建设力度，从而进一步完善公司的零售终端网络布局，公司鼓励现有经销商对授权经销商区域进行门店加密，同时加大对空白市场区域的经销商门店招商引入力度。为强化终端零售门店的市场竞争力、提升公司产品的品牌形象，公司加强了对新开门店装修补贴的资源投入。随着线下经销门店数量的增多，如果公司不能及时调整和完善门店的管理体系，可能面临销售下降、品牌弱化、供货体系紊乱等管理问题；同时，因经销商新开门店数量快速增加可能导致装修补贴等大幅增长但未能及时产生同等增长的提货金额情况，从而对生产经营和业绩产生一定不利影响。

（三）财务相关风险

1、毛利率下降风险

受益于“慕思”品牌影响力和精细化生产成本管控，报告期内，公司综合毛利率分别为 53.49%、49.28%和 44.98%，一直保持较高水平。随着国外知名床垫品牌不断加大国内市场的开拓力度，以及国内竞争对手积极对床垫细分市场的渗透，行业竞争将进一步加剧。未来公司若不能持续保持市场竞争优势，不断推出符合消费者需求的新材料或新功能的产品，或不能有效控制成本，将面临毛利率下降的风险，从而对经营业绩产生不利影响。

以 2021 年为例，假设公司营业收入、期间费用等利润表财务数据不变，但毛利率出现一定程度的下降，按毛利率下降 1%、5%、10%的幅度进行测算，对

利润总额的敏感性分析如下：

项目	2021 年利润总额变动及占比
毛利率下降 1 个百分点	下降 6,481.04 万元，占利润总额 7.92%
毛利率下降 5 个百分点	下降 32,405.20 万元，占利润总额 39.62%
毛利率下降 10 个百分点	下降 64,810.41 万元，占利润总额 79.25%

2、存货库存管理风险

公司采用“以销定产”的生产模式，并通过借助物料需求计划（MRP）、仓储管理（WMS）等信息化系统管理物料短缺、占用、超储等情况，合理设置库存备货，并通过打通订单、采购、生产、库存和销售等一体化经营流程，做到库存管理与前端销售的实时对接，从而实现精细化库存管理，使得公司存货库存管理一直保持较好水平。报告期各期末，公司存货账面价值分别为 25,553.12 万元、26,532.57 万元和 29,887.49 万元，占流动资产的比例分别为 26.32%、15.19%和 14.84%，存货周转率（次/年）分别为 6.34、8.67 和 12.64。随着公司生产规模或直营门店销售的进一步扩大，存货金额有可能会持续增加，若公司不能持续优化订单、采购、生产、库存和销售等一系列生产经营流程，并借助信息系统加强各个生产经营环节的信息交互以及整体生产安排的计划性，以最大程度地实现存货储备水平的合理控制，将可能导致公司存货余额增加和存货周转速度下降，增加营运资金占用规模和存货跌价风险。

3、主要原材料价格波动风险

报告期内，公司直接材料占主营业务成本的比例分别为 65.20%、61.70%和 58.18%，占比较高，其中主要原材料为面料、海绵、皮料、钢线、乳胶和 3D 棉等，占原材料的 60%左右。上述主要原材料的价格受行业竞争状况、国际贸易往来、供需变化、运输条件等影响。若未来以上因素发生变化，相关主要原材料市场价格存在大幅上升的可能，如果公司不能将原材料成本上涨的影响及时、有效地通过提高产品销售价格等方式向下游客户传导，公司的经营业绩将受到不利影响。

4、销售费用率较高风险

公司注重通过全国性的机场或高铁等交通枢纽广告、户外形象广告、互联网

广告、明星活动宣传、大型 IP 活动广告等形式提高“慕思”在消费者人群的覆盖水平，并安排营销人员协助各地经销商开展形式多样的主动营销活动增加消费者对“慕思”品牌的认知度，同时积极参加线上电商渠道业务推广活动，使得公司销售费用规模和占比均较高。报告期内，公司的销售费用分别为 120,951.63 万元、110,516.11 万元和 159,607.93 万元，销售费用率分别为 31.32%、24.82%和 24.63%。如果公司未来在营销活动中广告宣传策略失当，或营销费用开支预算计划欠合理，以及费用支出相关内控执行不严，可能导致投入大规模销售费用，但并未有效地转化为业绩增长效果，进而对公司的盈利能力产生不利影响。

5、税收优惠风险

公司（母公司）于 2016 年 11 月 30 日通过高新技术企业认定（证书编号为 GR201644000123），并于 2019 年 12 月 2 日通过高新技术企业复审，取得高新技术企业证书（证书编号为 GR201944002932），因此，公司在报告期的企业所得税按 15%的税率缴纳。同时，根据《中华人民共和国企业所得税法》《关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税[2018]99 号）《财政部、税务总局关于进一步完善研发费用税前加计扣除政策的公告》（2021 年第 13 号）的规定，公司对 2019-2020 年度发生的研究开发费用按照 75%比率在企业所得税计算时加计扣除，公司对 2021 年度发生的研究开发费用按照 100%比率在企业所得税计算时加计扣除，具体影响金额及占利润总额的比例如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
高新技术企业税收优惠政策	4,853.62	4,294.88	3,936.90
研发费用加计扣除税收优惠政策	3,599.50	1,561.55	1,224.98
合计	8,453.12	5,856.43	5,161.88
利润总额	81,781.70	66,288.65	42,686.99
占比	10.34%	8.83%	12.09%

如果有关高新技术企业和研究开发费用加计扣除的税收优惠政策发生变化，或公司不再符合高新技术企业的认定条件，公司无法继续享受上述优惠政策，公司的盈利水平将受到一定程度的不利影响。

6、关联交易风险

报告期内，公司存在关联采购和销售、租赁关联方房产、关联方承建厂房和关联担保等关联交易³，其中关联采购金额分别为 7,385.72 万元、7,030.94 万元和 9,060.43 万元，占营业成本的比例分别为 4.11%、3.11%和 2.54%；关联销售的金额分别为 3,934.85 万元、4,110.75 万元和 4,438.56 万元，占营业收入的比例分别为 1.02%、0.92%和 0.68%；关联租赁金额分别为 1,898.58 万元、1,242.77 万元和 1,282.00 万元，占营业成本的比例分别为 1.06%、0.55%和 0.36%；关联承建金额分别为 15,747.36 万元、8,315.62 万元和 0 万元。

报告期内，公司的关联交易均基于合理、必要的商业或生产经营需求，关联交易规模不断减少，交易定价公允，且已履行了相关审批手续，独立董事对上述关联交易发表了独立意见。同时，公司在《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事制度》《关联交易管理制度》等规章制度中对关联交易的决策权限、决策程序及关联董事、关联股东的回避表决制度进行了详细的规定，形成较为完善的关联交易管理制度体系。但是，若未来公司出现内部控制有效性不足、治理不够规范的情况，可能会出现关联方利用关联交易损害公司或中小股东利益的风险。

（四）内控与法律风险

1、实际控制人不当控制的风险

截至招股意向书签署日，公司实际控制人王炳坤、林集永两人直接和间接控制公司 87.81%的股权，王炳坤、林集永两人在本次发行后仍控制公司 79.02%的股权。虽然公司已经建立了完善的法人治理结构和良好的内部控制制度，制定了关联交易回避表决制度、独立董事制度等相关制度，防止控股股东和实际控制人利用其控制地位损害公司和其他股东利益的情况发生，但公司的控股股东和实际控制人仍可能凭借其控制地位，通过行使表决权等方式对公司的人事任免、重大资本性支出、经营决策和发展战略等进行不当控制，从而损害公司及其他股东的利益。

2、部分房产租赁瑕疵风险

³ 报告期内，存在胜丰五金、雅轩智能、盛艳及其近亲属原控制的经销商等曾经关联方变为非关联方情形，公司已比照关联交易的要求持续披露与上述原关联方的后续交易情况。

截至 2021 年 12 月 31 日，公司存在部分租赁的厂房、宿舍、仓库和直营门店未取得租赁物业权属证明文件或租赁物业为集体所有但未取得相应集体经济组织村民会议 2/3 以上成员（代表）同意的相关文件，以及部分房产租赁未办理租赁备案登记等瑕疵情形，上述存在权属瑕疵的租赁厂房面积为 26,289.50 m²，占公司实际生产经营场所（含自有和租赁）面积的 3.85%，占比较低。虽然上述物业属于公司非核心的生产经营所用物业，但在未来的业务经营中，公司若因未办理租赁备案登记而被主管部门处以罚款，或因物业产权瑕疵或出租方无权出租相关物业而导致租赁房产非正常终止、无法续约或搬迁而产生额外的费用支出，可能对公司业务和财务状况造成一定程度的不利影响。

3、未全员缴纳社会保险、住房公积金的风险

报告期内，公司存在未为全部员工缴纳社保公积金的情形，主要原因系：①部分新入职员工未及时办理五险一金缴纳业务；②部分员工属退休返聘无需缴纳；③境外员工无法在境内购买五险一金；④部分员工已自行购买五险一金，自愿放弃通过发行人申请购买五险一金。

根据《中华人民共和国社会保险法》和《住房公积金管理条例》的相关规定，报告期内，公司上述未为全部员工缴纳社保公积金的情形，存在被相关主管部门要求补缴的风险。按照发行人及其子公司所执行的社保及公积金缴纳政策，若足额缴纳，公司应补缴的社保公积金测算结果如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
社保补缴金额	253.96	245.46	166.15
住房公积金补缴金额	14.84	20.74	13.59
补缴金额小计	268.80	266.20	179.74
利润总额	81,781.70	66,288.65	42,686.99
补缴金额占利润总额的比例	0.33%	0.40%	0.42%

经过测算，若足额缴纳需要补缴的金额占公司利润总额的比例较小，且公司控股股东及实际控制人已出具承诺函承担因该事项可能带来的所有补缴、罚款、赔偿等事项的费用，无需公司承担任何补缴责任；截至招股意向书签署之日，公司未因社保及住房公积金未足额缴纳的问题受到相关主管部门的行政处罚，但公司未来仍存在被相关主管部门追责的可能，进而对公司业绩造成负面影响的风

险。

（五）募投相关风险

1、募集资金投资项目实施风险

公司已对募集资金项目的可行性和实施方案进行了充分的调研和论证，公司本次发行募集资金投资项目达产后，产能规模将有较大幅度提升，有利于提升本公司的核心竞争力和盈利水平。但是可行性分析和方案均是在当前及可预见的未来的市场环境、产业政策、消费者需求等因素的前提下做出的，在实施过程中仍可能会受到经济形势、产业政策、人员流失、市场环境变化、市场竞争等因素变化的影响而无法达到预期效益水平，从而对公司的增长潜力和持续竞争能力造成不利影响。

2、即期投资回报率降低的风险

若公司本次股票公开发行成功，发行后公司净资产将有较大幅度的增长。虽然本次募集资金投资项目均经过充分论证，预期效益良好，但是本次募集资金投资的新项目从建设到达产需要一段时间，在短期内难以完全产生效益，因此公司的利润增长短期内可能不会与净资产增长保持同步。股票发行当年的预计每股收益和加权平均净资产收益率等财务指标将出现一定幅度的下降，股东即期回报存在被摊薄的风险。

二、重大合同事项

（一）重大采购合同

公司与主要供应商签订了合作框架合同，具体金额以订单为准。截至招股意向书签署日，公司与最近一年度前十大供应商正在履行的重大采购合同如下：

序号	合同名称	合同对方	采购主体	合同标的	合同期限
1	《贴牌生产委托合同书》	深圳市中深爱的寝具科技有限公司	东莞艾慕	床垫类	2021.9.1-2023.8.31
2	《贴牌生产委托合同书》		科施德	床垫类	2021.6.1-2023.8.31
3	《贴牌生产委托合同书》		慕思股份	床垫类	2021.9.1-2023.8.31
4	《贴牌生产委托合同书》		慕思销售	床垫类	2021.9.1-2023.8.31
5	《贴牌生产委托合同书》		东莞催仆	床垫类	2021.6.1-2023.8.31

序号	合同名称	合同对方	采购主体	合同标的	合同期限
6	《钢丝购销合作协议》	南通开发区升阳金属制品有限公司	东莞艾慕	钢丝	2021.6.1-2023.5.31
7	《钢丝购销合作协议》		慕思股份	钢丝	2021.6.1-2023.5.31
8	《家纺套件购销合作协议》	江苏老裁缝家纺工业有限公司	东莞艾慕	家纺套件	2022.1.5-2024.1.4
9	《家纺套件购销合作协议》		科施德	家纺套件	2022.1.5-2024.1.4
10	《家纺套件购销合作协议》		崔伟家居	家纺套件	2022.1.5-2024.1.4
11	《家纺套件购销合作协议》		慕思股份	家纺套件	2022.1.5-2024.1.4
12	《家纺套件购销合作协议》		慕思销售	家纺套件	2022.1.5-2024.1.4
13	《家纺套件购销合作协议》		嘉兴慕思	家纺套件	2022.1.5-2024.1.4
14	《面料购销合作协议》	杭州田野提花织造有限公司	东莞艾慕	面料	2021.9.4-2023.3.31
15	《面料购销合作协议》		慕思股份	面料	2021.9.4-2023.3.31
16	《面料购销合作协议》		嘉兴慕思	面料	2020.12.1-2023.3.31
17	《钢线购销合作协议》	贵州钢绳股份有限公司广州销售分公司	慕思股份	钢线	2022.1.1-2022.12.31
18	《排骨架购销合作协议》	东莞市胜丰五金家具有限公司	科施德	排骨架	2021.4.1-2022.3.31
19	《排骨架购销合作协议》		崔伟家居	排骨架	2021.4.1-2022.3.31
20	《排骨架购销合作协议》		慕思股份	排骨架	2021.4.1-2022.3.31
21	《排骨架购销合作协议》		东莞艾慕	排骨架	2021.4.1-2022.3.31
22	《裥棉购销合作协议》	东莞市慕缘棉业有限公司	东莞艾慕	裥棉	2022.1.1-2023.12.31
23	《裥棉购销合作协议》		慕思股份	裥棉	2022.1.1-2023.12.31
24	《海绵购销合作协议》	东莞市恒盈海绵制品有限公司	东莞艾慕	海绵	2021.10.1-2023.9.30
25	《海绵购销合作协议》		慕思股份	海绵	2021.10.1-2023.9.30
26	《海绵购销合作协议》		嘉兴慕思	海绵	2021.10.1-2023.9.30
27	《海绵购销合作协议》	东莞恒生高分子科技有限公司	慕思股份	海绵	2021.4.1-2023.3.31
28	《海绵购销合作协议》		东莞艾慕	海绵	2021.4.1-2023.3.31
29	《海绵购销合作协议》		嘉兴慕思	海绵	2021.4.1-2023.3.31
30	《皮料购销合作协议》	乐山巨	慕思股份	皮料	2021.8.19-2023.8.18

序号	合同名称	合同对方	采购主体	合同标的	合同期限
31	《皮料购销合作协议》	星农牧股份有限公司	东莞艾慕	皮料	2021.8.19-2023.8.18
32	《皮料购销合作协议》		嘉兴慕思	皮料	2021.8.19-2023.8.18
33	《海绵购销合作协议》	佛山市惠安家居用品有限公司	东莞艾慕	海绵	2022.1.1-2023.12.31
34	《海绵购销合作协议》		慕思股份	海绵	2022.1.1-2023.12.31
35	《海绵购销合作协议》		嘉兴慕思	海绵	2022.1.1-2023.12.31
36	《皮料购销合作协议》	德州兴隆皮革制品有限公司	东莞艾慕	皮料	2022.1.1-2023.12.31
37	《皮料购销合作协议》		慕思股份	皮料	2022.1.1-2023.12.31
38	《皮料购销合作协议》		慕思销售	皮料	2022.1.28-2023.12.31
39	《皮料购销合作协议》		嘉兴慕思	皮料	2022.1.1-2023.12.31

(二) 重大销售合同

公司的销售合同主要为采取经销模式的授权经销合同及直供模式的框架采购协议。截至招股意向书签署日，公司正在履行的预计销售总额 5,000 万元以上（同一实际控制人按合并口径计算）且向单客户销售金额在 1,000 万元以上的重大销售合同如下：

序号	客户名称	合同类型	销售标的	经销授权区域	金额	合同有效期
1	欧派家居集团股份有限公司、广州欧派集成家居有限公司、广州欧铂尼集成家居有限公司、广州市欧派卫浴有限公司、清远欧派集成家居有限公司	框架协议	床垫、床架、床品等	-	以订单为准	2020.1.1-2022.12.31
2	合肥卓慕家居科技有限公司	经销合同	床垫、床架、床品等	合肥市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
	合肥市蜀山区高龙家具经营部					
	盐城尚佳家居有限公司	经销合同	床垫、床架、床品等	盐城市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
	盐城翠彩家居有限公司					
	苏州优美家家居有限公司	经销合同	床垫、床架、床品等	常熟市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
3	福清市卓越家居有限公司	经销合同	床垫、床架、床品等	福清市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
	内蒙古鹏友家居有限公司	经销合同	床垫、床架、床品	呼和浩特市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
	大连斐凡锦贝家居有	经销合同	床垫、床架、	大连市	以订单	2022.1.1-2022

序号	客户名称	合同类型	销售标的	经销授权区域	金额	合同有效期
	限公司		床品等		为准	.12.31
	包头市嘉怡家居连锁有限公司	经销合同	床垫、床架、床品等	包头市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
	青岛嘉鸿锦禄家居有限公司	经销合同	床垫、床架、床品等	青岛市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
	东胜区筑梦之家家具经销店	经销合同	床垫、床架、床品等	鄂尔多斯市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
4	锡山区云林创未来家具经营部	经销合同	床垫、床架、床品等	无锡市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
	重庆娜丽尔贸易有限责任公司	经销合同	床垫、床架、床品等	重庆市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
	重庆享受家贸易有限责任公司					
	新北区月星维琴家居经营部	经销合同	床垫、床架、床品等	常州市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
	南宁市嘉亿家具经营部	经销合同	床垫、床架、床品等	南宁市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
	临沂市兰山区姜荣家居经销店	经销合同	床垫、床架、床品等	临沂市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
5	上海锦江联采供应链有限公司	框架协议	床垫	-	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
6	武汉璞业美家居用品有限公司	经销合同	床垫、床架、床品等	武汉市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
	沈阳璞素美家具有限公司	经销合同	床垫、床架、床品等	沈阳市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
7	北京鑫晟万家商贸有限公司	经销合同	床垫、床架、床品等	北京市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
	北京宏德家宜商贸有限公司	经销合同	床垫、床架、床品等	北京市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
8	中衡全屋智能家居(天津市)有限公司	经销合同	床垫、床架、床品等	天津市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
9	河南凯丰德天家具有限公司	经销合同	床垫、床架、床品等	郑州市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31
	河南凯贵圆家具有限公司	经销合同	床垫、床架、床品等	郑州市	以订单为准	2022.1.1-2022.12.31

注：1、合肥卓慕家居科技有限公司、合肥市蜀山区高龙家具经营部、盐城尚佳家居有限公司、盐城翠彩家居有限公司、苏州优美家家居有限公司、福清市卓越家居有限公司受同一实际控制人刘莺歌控制；2、内蒙古鹏友家居有限公司、大连斐凡锦贝家居有限公司、包头市嘉怡家居连锁有限公司、青岛嘉鸿锦禄家居有限公司、东胜区筑梦之家家具经销店、包头市嘉怡家居连锁有限公司受同一实际控制人林喜控制；3、锡山区云林创未来家具经营部、重庆娜丽尔贸易有限责任公司、重庆享受家贸易有限责任公司、新北区月星维琴家居经营部、南宁市嘉亿家具经营部、临沂市兰山区姜荣家居经销店受同一实际控制人汤建红控制；4、武汉璞业美家居用品有限公司、沈阳璞素美家具有限公司受同一实际控制人肖婷丹控制；5、北京鑫晟万家商贸有限公司、北京宏德家宜商贸有限公司受同一实际控制人刘红梅控制；6、中衡全屋智能家居(天津市)有限公司受同一实际控制人于春华控制；7、河南凯丰德天家具有限公司、河南凯贵圆家具有限公司受同一实际控制人付丽华控制。

（三）重大广告及业务推广合同

截至招股意向书签署日，公司正在履行的广告业务推广合同（金额 500 万元以上）如下：

单位：万元

序号	类别	合同名称	合同内容	供应商	合同金额	履行期限
1	广告合同	《2021-2022 年昆明机场广告发布合同》	昆明长水机场航站楼灯箱广告发布	深圳机场雅仕维传媒有限公司	528.00	2021.10.24-2022.10.23
2	广告合同	《服务合同书》	李现慕思代言宣传推广费和经纪服务费	南京李现影视文化工作室、海宁壹起演艺经纪有限公司	2,400.00	2020.5.10-2022.5.9
3	广告合同	《2021 年慕思集团全国品牌营销路演活动策划与执行服务合同》	2021 年慕思集团全国品牌营销路演活动策划与执行服务合同	深圳市世纪樱花实业有限公司	7,500.00	2021.4.9-2022.1.31（继续执行）
4	广告合同	《慕思明星活动策划与执行服务合作协议》	2021 年慕思明星活动合作协议	广州鑫扬互动传媒有限公司	4,500.00	2021.4.1-2022.4.30
5	业务推广合同	《年度招商与信息咨询服务合作协议》	2021 年度招商与信息咨询服务款	红星美凯龙商业经营管理有限公司	1,500.00	2021.3.26-2022.3.25
6	广告合同	《Partnership Agreement》	澳大利亚网球公开赛冠名赞助费	Tennis Australia Limited	1,641.72	2019.7.1-2022.3.31
7	业务推广合同	《咨询与推广服务协议》	佛山区域的营销咨询、产品推广等相关事宜	佛山市恒居营销策划有限公司	703.56	2021.10.1-2022.7.31
8	广告合同	《联合扶持品牌经销商经营服务协议》	超级品牌日、超级尖选王牌专场等品牌宣传及营销推广服务	上海红星美凯龙商务咨询有限公司	4,000.00	2022.1.1-2022.12.31
9	广告合同	《2022-2023 年深圳机场广告发布合同》	深圳机场 T3 航站楼和卫星厅广告媒体	深圳机场雅仕维传媒有限公司	730.00	2022.2.7-2023.2.6
10	广告合同	《2022 上海机场德高动量广告有限公司媒体定单》	2022 年上海机场德高动量广告媒体购买通用条款	上海机场德高动量广告有限公司	807.56	2022.1.2-2023.2.28
11	广告合同	《2021-2022 年广州机场广告发布合同》	广州白云国际机场户外灯箱广告	西藏华君广告有限公司	700.00	2021.11.18-2022.11.17
12	广告合同	《德高广告重庆机场广告媒体定单》	2022 年重庆机场广告费	德高广告（上海）有限公司重庆分公司	595.20	2022.1.1-2022.12.31
13	业务推广合同	《年度招商与信息咨询服务合作协议》	信息咨询服务以及年度招商服务	红星美凯龙商业经营管理有限公司	6,000.00	2021.12-2022.12
14	广告合同	《大国品牌养成记项目合作协议》	参与《大国品牌》项目品牌故事展播	央广金信（北京）文化传媒有限公司	1,200.00	2021.12.14-2022.12.31

序号	类别	合同名称	合同内容	供应商	合同金额	履行期限
15	广告合同	《广告合同》	参与 2022 年“人民日报中国品牌发展论坛”、“2022 一带一路”国际合作高峰论坛等合作项目	深圳市华君智讯传媒科技有限公司	660.00	2021.12.16 至各方权利义务履行完毕之日
16	广告合同	《2021-2022 年成都天府机场广告发布合同》	成都天府机场 T2 航站楼包柱灯箱广告	深圳机场雅仕维传媒有限公司	600.00	2022.1.1-2022.12.31
17	广告合同	《2021-2022 年电子媒体广告发布合同》	机场电子媒体广告	西藏华君广告有限公司	1,742.20	2021.10.29-2022.10.27
18	广告合同	《阿里妈妈商业流量代采协议》	委托采购阿里妈妈商业流量品牌专区事宜	杭州富柠网络技术有限公司	800.00	2021.12.27-2022.12.31
19	广告合同	《品牌专区广告投放协议》	关于使用阿里妈妈品销宝品牌专区广告服务及与阿里妈妈就其他特别权益进行合作	杭州富柠网络技术有限公司、杭州阿里妈妈软件服务有限公司	800.00	2022.1.1-2022.1.231

(四) 重要设备合同和工程合同

截至招股意向书签署日，公司正在履行的合同金额 1,000 万元以上的重要设备采购合同如下：

单位：万元

序号	合同名称	供应商	采购方	设备名称	合同价款
1	《销售合同》及补充协议	深圳市宇航软件股份有限公司	慕思有限	MOM 软件、SCADA 软件、SCADA 硬件	1,607.80
2	《自动化立体仓库系统承揽合同》及补充协议	无锡中鼎集成技术有限公司	慕思股份	智能化仓储装备集成系统	11,315.31
3	豪迈全自动包装线购销合同	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	东莞艾慕	全自动包装线	1,039.00
4	力克裁皮机购销合同	力克系统（上海）有限公司		裁皮机	1,200.00
5	设备购销合同	东莞市爱乐缝制设备有限公司		套床自动裁缝加工一体化智能系统	5,100.00
6	设备购销合同	浙江爱马斯智能装备股份有限公司	慕思股份	提升机	1,047.00

截至招股意向书签署日，公司正在履行的合同金额 1,000 万元以上的重要工程合同如下：

单位：万元

序号	合同名称	发包方	承包方	工程名称	合同价款
1	《建设工程施工合同》及补充协议	嘉兴慕思	浙江嘉兴福达建设股份有限公司、浙江嘉兴福达建设股份有限公司余新分公司	华东健康寝具生产线建设项目（5#、6#厂房）	22,500.00

（五）经销协议

截至招股意向书签署日，公司正在履行的预计销售金额在 3,000 万元以上的经销及许可协议为：2016 年 1 月 1 日，慕思有限与 Sanitary Mattress Company 签订《许可协议》，约定授予慕思有限在中国境内唯一地、独占性地使用“Sleep Designs”商标和商号生产和经销床垫和相关床上用品；协议有效期 20 年。

三、对外担保情况

截至招股意向书签署日，公司不存在对外担保情况。

四、重大诉讼、仲裁事项

截至招股意向书签署日，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉和业务活动、未来前景等可能产生重大影响的诉讼或仲裁事项；公司的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在尚未了结的重大诉讼或仲裁事项；公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未涉及刑事诉讼。

五、商标使用权纠纷

2021年8月18日，北京知识产权法院开庭审理了发行人与国家知识产权局关于王瑞丰 *Dreams*·3D 商标无效宣告纠纷一案，该案件系发行人、王瑞丰、国家知识产权局长期以来围绕 *Derucci*·3D 与 *Dreams*·3D 商标的相似性、*Derucci*·3D 商标的在先权利保护、*Dreams*·3D 商标有效性等问题出现纠纷所致，发行人与该商标使用权纠纷的有关内容如下：

（一）案件与纠纷事实情况

1、国家知识产权局关于 *Derucci-3D* 商标历次注册申请的审核情况

发行人自2007年从德国Muller（米勒）公司引入3D材料生产床垫，即在床垫产品上使用 *Derucci-3D* 商标并在国内外市场进行推广和宣传。随着生产经营规模的扩大和知识产权保护意识的增强，2009年5月22日至2019年10月16日期间，发行人先后3次向国家知识产权局申请在第20类商品注册 *Derucci-3D* 商标，其中床、床垫等商品类别的申请均被驳回，发行人3次商标注册申请结果如下：

商标样式	注册号	申请日	类别	权利有效期	商品/服务列表	驳回商品/服务列表
<i>Derucci</i> 3D	7417240	2009.05.22	20	2015.04.07-2025.04.06	可充气广告物; 软垫;	家具; 床; 床垫; 弹簧床垫; 垫子(床垫); 沙发; 家具用非金属附件; 室内百叶窗(遮阳)(家具)
<i>Derucci</i> 3D	13351914	2013.10.12	20	2015.08.21-2025.08.20	软垫; 枕头	凳子(家具), 婴儿摇床, 床架(木制), 家具, 椅子(座椅), 床, 衣服罩(衣柜), 床垫
<i>Derucci</i> 3D	41671397A	2019.10.16	20	2020.07.28-2030.07.27	木制或塑料制箱; 木或塑料梯; 镜子(玻璃镜); 木、蜡、石膏或塑料制艺术品; 展示板; 家养宠物用床; 棺材; 家具用非金属附件; 软垫; 枕头; 室内百叶帘; 野营用睡垫; 食品用塑料装饰品; 非金属制身份鉴别手环	婴儿床、家具、床垫、床、按摩用床、沙发、床架、衣服罩(衣柜)

发行人 *Derucci***3D** 商标未能在第20类床、床垫等商品上获准注册，但检索发现国家知识产权局于2018年9月7日在第20类床、床垫等商品上核准了王瑞丰含“3D”的 *Dreams*^{3D} 商标注册（第22084054号，“争议商标”）。发行人认为 *Dreams*^{3D} 商标侵犯了发行人在先使用 *Derucci***3D** 商标的权利，发行人不服争议商标注册结果，先后通过向国家知识产权局提出争议商标无效宣告申请，以及向北京知识产权法院提起行政诉讼的方式进行维权。

2、王瑞丰就该商标争议提出的诉求情况

2020年5月27日，广东聚英华律师事务所李峰律师受王瑞丰委托向发行人发送《律师函》，主张发行人在床垫等产品上使用“*Derucci*·3D”标识涉嫌构成商标侵权及不正当竞争，要求发行人停止相关侵权行为，并停止对其委托人的注册商标提起无效宣告。

2020年6月，王瑞丰向佛山市市场监督管理局投诉发行人在佛山地区的经销商门店，主张该经销商门店销售带“*Derucci*·3D”标识的床垫产品涉嫌侵犯其商标专用权。

3、发行人关于该商标争议的维权历程

2018年9月17日，发行人向国家知识产权局提出王瑞丰第22084054号争议商标无效宣告请求。理由为争议商标与发行人第7417240号“*Derucci*·3D”商标、第13351914号“*Derucci* 3D”商标等在先注册商标构成相同或类似商品上的近似商标，共存使用易引起消费者混淆误认。2019年7月4日，国家知识产权局作出裁定（商评字[2019]第151874号），宣布争议商标在木制或塑料制招牌、展示板商品上予以无效宣告，在其余商品上予以维持。

2019年11月25日，发行人向国家知识产权局再次提出王瑞丰第22084054号争议商标无效宣告请求。2020年8月25日，国家知识产权局对发行人的二次无效宣告请求作出裁定（商评字[2020]第221741号），宣布争议商标予以维持。

2020年10月15日，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求撤销国家知识产权局关于维持王瑞丰第22084054号争议商标的裁定并责令其重新作出裁定，该行政诉讼中，国家知识产权局为被告，王瑞丰为第三人。北京知识产权法院于2020年12月7日受理（案号2020京73行初16821号），并于2021年8月18日第一次开庭审理。

2021年10月28日，北京知识产权法院判决发行人胜诉，并作出（2020）京73行初16821号《行政判决书》，认为在“Dreams ·3D”商标申请日前，发行人“Derucci 3D”商标已经在先使用并具有一定影响，“Dreams · 3D”商标在“家具、床垫”的注册违反了2013年商标法第三十二条的规定，即“申请商标注册不得损害他人

现有的在先权利，也不得以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标”，并因此判决：（1）撤销国家知识产权局作出的商评字[2020]第221741号关于第22084054号“Dreams·3D”商标无效宣告请求裁定；（2）要求国家知识产权局针对发行人就第22084054号“Dreams·3D”商标提出的无效宣告请求重新作出裁定。

2021年11月11日，王瑞丰向北京市高级人民法院提起上诉，请求北京市高级人民法院撤销北京市知识产权法院于2021年10月28日作出的（2020）京73行初16821号的行政判决书的判决内容；对商评字[2020]第221741号“关于第22084054号“Dreams·3D”商标（简称诉争商标）无效宣告申请的裁定书”予以有效。

截至招股意向书出具之日，该案尚未审理。

（二）关于 *Derucci-3D* 商标与 *Dreams-3D* 商标纠纷的说明

发行人床垫产品应用 *Derucci-3D* 商标对 *Dreams-3D* 商标不构成侵权，*Derucci-3D* 商标与 *Dreams-3D* 商标争议事项对发行人潜在影响较小，具体说明如下：

1、发行人具有合法的在先权利基础，发行人使用 *Derucci-3D* 商标不构成侵权

发行人“慕思”品牌及其产品较早被行业权威机构认定为知名品牌，“慕思”品牌及其产品具有明显高于争议对方的品牌知名度。发行人早在 2007 年即开始使用 *Derucci-3D* 商标，并于 2008 年 1 月开始在广东省内多地以及全国范围开设 3D 系列门店，门店外装、内饰、床垫产品均有 *Derucci-3D* 标识，且 *Derucci-3D* 商标通常伴随“慕思”品牌使用、推广，向市场明确传递了两者之间的品牌关联性。“慕思”品牌及其产品的知名度和市场影响力已扩大至全国多地。

北京知识产权法院于 2021 年 10 月 28 日作出（2020）京 73 行初 16821 号《行政判决书》亦认可在 *Dreams-3D* 商标申请日前，发行人的 *Derucci-3D* 商标已经在先使用并具有一定影响。

根据《中华人民共和国商标法》第三十二条及第五十九条法律，发行人的 *Derucci-3D* 商标的在先使用权应受到法律保护。发行人的行为并未侵犯王瑞丰 *Dreams-3D* 的商标专用权。

2、Derucci-3D 标识的床垫销售规模较小且 Derucci-3D 标识已停用

(1) 附有 Derucci-3D 标识的床垫销售情况

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
Derucci-3D 床垫收入	30,026.73	33,649.03	8,951.97
营业收入	648,104.09	445,241.97	386,209.45
占比	4.63%	7.56%	2.32%

报告期内，附有 Derucci-3D 标识的床垫销售金额占比较低，其中 2020 年以来相关占比有所提高，主要系公司自 2020 年开始整合产品绣标，导致带有 Derucci-3D 标识的床垫产品有所增加。

(2) 停用 Derucci-3D 标识对 3D 系列床垫产品销售影响较小

3D 系列床垫自 2007 年诞生以来，其材料、功能在发行人持续研发中得以丰富，系列名称的“3D”逐渐无法涵盖产品本身特性、功能的多样性，发行人自 2021 年 7 月起已逐步减少在床垫产品上使用“Derucci 3D”商标，并在 2021 年 8 月 20 日实现标识的全部换新，避免限制消费者对产品特性、功能的理解。

由于，发行人历来在各类品牌推广中主要将“慕思”商标作为主要标识进行突出宣传，消费者购买 3D 系列床垫主要系基于对“慕思”品牌及其产品口碑的认可，相关标识调整对该系列床垫产品的销售影响较小。

综上所述，Derucci-3D 标识的床垫销售规模较小，且停用 Derucci-3D 标识对该系列产品销售以及整体床垫产品销售影响较小。

3、发行人已在招股意向书品牌运营与管理风险中进行了补充提示

发行人已在招股意向书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（二）品牌运营与管理风险”中，对上述有关内容进行了补充披露提示。

六、公司控股股东或实际控制人、控股子公司以及公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的重大诉讼和仲裁事项

截至招股意向书签署日，公司控股股东及实际控制人、控股子公司以及公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在涉及重大诉讼或仲裁事项的情况。

截至招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均未涉及刑事诉讼。

第七章 本次发行各方当事人和发行时间安排

一、本次发行各方当事人

各方当事人	名称	住所	联系电话	传真	经办人或联系人
发行人	慕思健康睡眠股份有限公司	广东省东莞市厚街镇厚街科技大道1号	0769-85035088	0769-85058188	赵元贵、杨娜娜
保荐人（主承销商）	招商证券股份有限公司	深圳市福田区福田街道福华一路111号	0755-82943666	0755-82943121	邓永辉、康自强
发行人律师	国浩律师（深圳）事务所	广东省深圳市深南大道6008号特区报业大厦42、41、31DE、2403、2405	0755-83515666	0755-83515090	祁丽、王佳
审计机构、验资机构、验资复核机构	致同会计师事务所（特殊普通合伙）	北京市朝阳区建国门外大街22号赛特广场5层	010-85665588	010-85665120	黄声森、赵娟娟
评估机构	中水致远资产评估有限公司	北京市海淀区上园村3号知行大厦七层737室	010-62158680	010-62196466	张志辉、李辉
股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司	深圳市福田区深南大道2012号	0755-21899999	0755-21899000	-
申请上市证券交易所	深圳证券交易所	深圳市福田区深南大道2012号	0755-88668888	0755-88666000	-
收款银行	招商银行深纺大厦支行	深圳市华强北路3号深纺大厦B座1楼	-	-	-

二、本次发行的重要日期

初步询价日	2022年6月8日
发行公告刊登日	2022年6月13日
申购日期	2022年6月14日

缴款日期	2022 年 6 月 16 日
预计股票上市日期	本次发行结束后将尽快申请在深圳证券交易所挂牌交易

第八章 备查文件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

- （一）发行保荐书及发行保荐工作报告；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制鉴证报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）公司章程（草案）；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件；
- （八）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间

工作日上午 9:30—11:30，下午 2:00—4:00。

三、查阅地点

1、发行人：慕思健康睡眠股份有限公司

地址：东莞市厚街镇厚街科技大道 1 号

电话：0769-85035088；联系人：赵元贵

2、保荐人（主承销商）：招商证券股份有限公司

地址：深圳市福田区福田街道福华一路 111 号

电话：0755-82943666； 联系人：邓永辉

（本页无正文，为《慕思健康睡眠股份有限公司首次公开发行股票招股意向书摘要》之签章页）

