

慕思健康睡眠股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-003

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议 <input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会 <input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动 <input type="checkbox"/>现场参观 <input checked="" type="checkbox"/>其他 <u>2023年半年度报告解读交流会</u></p>
<p>活动参与人员</p>	<p>申万宏源证券、长江证券、浙商证券、国盛证券、中信证券、民生证券、中信建投证券、汇添富基金、易方达基金、嘉实基金、巨杉资管、贝莱德投资、招商信诺资管、中国外贸信托等 134 位机构投资者，具体内容详见附件 1：调研人员信息表</p>
<p>时间</p>	<p>2023 年 8 月 25、27、28 日</p>
<p>地点</p>	<p>广东省东莞市厚街镇厚街科技大道 1 号公司会议室</p>
<p>上市公司人员姓名</p>	<p>董事会秘书：赵元贵；证券事务代表：杨娜娜</p>
<p>形式</p>	<p>线上及现场</p>
<p>交流内容及具体问答记录</p>	<p>一、董事会秘书赵元贵介绍公司 2023 年上半年经营情况和下半年经营策略</p> <p>2023 年上半年，国内经济受客观因素影响市场需求恢复不及预期，总体终端消费需求仍处于较低水平。面对复杂严峻的国内外形势和诸多风险挑战，公司坚持稳健有质量，紧绕董事会制定的年度经营计划开展工作，聚焦业务核心，求变创新。一方面，通过系统激活高端品牌形象、提升产品竞争力、深耕客户价值来提升公司核心竞争力，向经营要质量要业绩；另一方面，以经营预算+考核为抓手，通过精益生产、精细化管理提升盈利能力，向管理要利润。报告期内，公司实现营业收入 23.99 亿元，同比下降 12.81%，实现归属于上市公司股东的净利润 3.56 亿元，同比增长 15.31%，基本每股收益 0.89 元，经营活动产生的现金流量净额 11.10 亿元，同比增长 90.8 倍。收入略降但净利润大幅提升的原</p>

因为：①公司营业收入同比下降主要是终端消费恢复不及预期导致渠道订单下滑，以及公司终止直供欧派苏斯品牌业务共同影响所致，若剔除直供欧派业务影响，营业收入同比基本持平；②低毛利直供欧派业务的减少带来的产品结构调整、原材料价格同比下降、精减低效产品等因素共同影响下，报告期主营业务毛利率显著提升，带来公司综合毛利率同比上升 4.61%；③通过公司精益化管理，持续降本增效显著，期间费用同比下降。

从 2023Q2 分析：主营收入 14.42 亿元，同比下降 4.32%，剔除欧派直供业务影响后增长 10%+；单季度归母净利润 2.54 亿元，同比上升 37.99%；毛利率 52.20%，环比提升 3.81%，其主要原因为床架毛利率环比大幅提升 5.4%，床垫毛利率环比提升 2.6%。

报告期内，公司聚焦核心主业，推进稳健有质量发展，开展以下关键工作：

1) 系统激活高端品牌形象，多维度赋能慕思品牌价值成长

报告期内，公司聚焦“一体两翼”业务下“健康睡眠品牌、大家居品牌、沙发品牌”三大品牌推广，打造了一系列高势能品牌活动，有效提高了品牌知名度及美誉度，同时践行企业社会责任，体现品牌责任担当。如：公司先后于上海、纽约举行 2023 慕思健康睡眠新战略暨旗舰新品发布会，联合米兰理工大学 POLI.design 设计学院，成立“慕思欧洲设计中心”和“慕思设计国际梦之队”，与中国睡眠研究会发布《健康睡眠新时代——2023 中国健康睡眠白皮书》，成立“中国睡眠大数据中心”并发布首份《中国睡眠大数据报告》等等。

2) 紧绕年度经营计划，求变创新，有质量经营

①经典品牌事业部通过上半年的人事调整和组织架构优化，有效提升组织效能和渠道建设创新能力；通过渠道变革和优化后的系列经销政策执行落地，助力经销渠道有质量发展；通过打造全家庭×全生命周期×全场景的全新产品营销架构、构建慕思高阶与差异化的满足环保要求的健康套床解决方案、升级客户定制睡眠系统，一方面拓深慕思产品护城河，提升品牌溢价力，打出差异化，另一方面提升终端销售客单值与门店店效人效，极大激发经销商市场战斗力；通过重磅推出多项权威认证的旗舰新品世纪梦床垫，以创领者姿态，呈现公司

产品科技研发能力；通过强势卖场上千家老店逐步重装，升级店态，赋能门店产品展示与推介。

②公司 V6 事业部通过开店装修补贴、开业帮扶、上样补贴、培训赋能等政策大力支持满足条件的经销商开店，上半年开店 104 家，其中大家居店 58 家，截止报告期末已验收并开业整装大家居门店 78 家，全屋定制系列开发并上样九项。此外，报告期通过帆书（原樊登读书）V 空间落地、书香系列新品上市、发布中国国民家庭阅读白皮书等一系列活动持续打造家文化，及与钻石世家进行品牌跨界联动，签约高叶出任品牌代言人等，不断提升品牌影响力，为 V6 整装大家居业务快速发展打下坚实的基础。

③报告期内，公司大力发展电商业务，通过对天猫、京东、抖音三大主要电商渠道的资源投入，实现社交平台业务的高速增长，业绩同比增长 26.68%。

3) 持续升级数字化建设，助力降本增效；打通数据价值链，让数据增值增效
报告期内，公司以数字化、流程化、标准化、体系化建设为基础，通过对工艺、结构、材料、部件、设计、产品等标准化及通用化的改善，精简 SKU，提高集采效果、降低材料损耗、提高工效，有效实现降本增效。

4) 坚守初心，持续升级客户服务质量，创新会员系统转化价值

报告期内，公司组织多场经销商售后服务培训、金管家服务宣讲活动，经销商迅速响应并积极优化售后服务，客户满意度达 99.64%，金管家服务覆盖率达 84.8%，同比增长 32.83%；增值服务户数累计 37 多万户，同比增长 16.31%。为了更好地挖掘客户价值，公司持续升级慕思会员系统，通过消费者购买即入会、门店导购专属注册二维码、金管家服务评价扫码注册会员、活动激活老客户注册慕思会员等功能打造会员社区，通过会员发帖互动功能和线上会员活动等，引导客户晒产品、晒服务、晒故事，赋能公司品牌价值，提升转介绍及复购率，NPS 净推荐值约 30%。上半年新增注册会员 28 万多人，同比增长 149.38%，月均会员活跃度近 10 万人，同比增长 72.02%。

2023 年下半年以来，我们看到各级政府部门已经陆续出台了各项经济刺激及扶持政策，消费预计将大概率逐步复苏，家居需求有望得到充分支撑，面对时下

经济形势我们保持谨慎乐观态度，将加大主动营销活动资源投放，全力保增长、促有质量发展。

二、交流环节

1、公司 2023 年上半年毛利率同比增长的原因是什么，是否可持续？

回复：2023H1，公司主营业务毛利率 50.36%，同比增长 4.61 个百分点，主要原因是：低毛利直供欧派业务的减少带来的产品结构调整、原材料价格同比下降、精减低效产品等因素共同影响所致。公司产品定价规则稳定，并且会持续推出高毛利战略新品优化产品结构，可保持公司毛利率总体稳定；同时也需要注意到，销售活动折扣让利，对毛利率会有一些影响。

2、公司 2023 年上半年经营质量非常亮眼，期末货币资金 29.7 亿元，经营活动产生的现金流量净额 11.1 亿元，同比增长 90.8 倍。请分析增长原因，是否可持续？

回复：期末货币资金较期初增加 12 亿元，主要系本期到期赎回交易性金融资产及经营活动产生的现金流量净额增加所致。其中经营活动产生的现金流量同比净增 90.8 倍，是因为：①部分经销商短期授信款减少和直供欧派业务减少导致应收账款大幅下降；②公司对经销商预收货款（不含税）增加；③以银行承兑汇票向供应商结算货款增加。下半年预测仍可持续，预测年末货币资金余额较 6 月末还将大幅上升，主要原因是：一方面公司下半年将取得好的盈利，应收帐款保持较低占用额，预收货款增加；另一方面，公司已获银行授信额度 20 亿元，公司以银行承兑汇票向供应商结算货款额度将持续上升。

3、2023 年公司各渠道营收情况及变动原因分析。

回复：2023H1，公司经销、电商、直供、直营渠道实现收入分别为 18.26/4.05/0.93/0.63 亿元，同比分别变动-2.15%/26.68%/-75.35%/-62.88%。变动原因主要是：经销渠道同比下降主要是因为经济环境的影响，终端消费恢复疲软不及预期所致；电商渠道大幅增长主要是因为公司加大资源投入和短视频直播种草引流，天猫、京东、抖音三平台齐发力；直供业务大幅下降的原因主要是上年末起终止直供欧派苏斯品牌业务，剔除该因素直供渠道同比增长

16.04%；直营渠道大幅下降主要是 2022 年下半年将上海、深圳等地的直营门店业务转经销商经营所致。

4、2023 年上半年电商渠道增长亮眼，未来发展预期如何？

回复：2023H1，公司在保障天猫、京东等传统渠道持续增长的同时，发力抖音平台，加大直播电商及短视频内容传播的资源投入，实现抖音平台业务的高速增长。2023H1，电商渠道营收同比增长 26.68%，未来公司仍将在电商渠道持续加大投入，力争未来 3 年业务贡献占比达到 20%。

5、公司下半年保增长，体现在慕思主品牌经典事业部将采取哪些措施保障业务增长？

回复：下半年，公司面对时下经济形势我们将保持谨慎乐观态度，全力保增长、促有质量发展。具体到慕思健康睡眠主品牌经典事业部，将围绕年度经营目标，开展以下主要工作：①通过 7 月 8 日-10 月 15 日的百日大战、双 11、双 12，系列高势能主动营销活动完成下半年目标业绩；②以“套餐”为营销策略改善重点，主推好套餐产品，培训团队赋能经销商套餐销售技巧和套餐灵活使用方法。以“乘 P3 之势，赢多卧巅峰”为理念植入套餐销售；③加大主动营销活动资源投放为渠道经销商赋能，包括但不限于：加强团队人员活动城市、点将数据要求，落实团队人员个人技能和 P3 培训，输出优秀及标杆案例等。

6、2023 年上半年 V6 大家居业务发展如何，按公司下半年保增长策略，V6 事业部将开展哪些方面的工作？

回复：2023H1，V6 事业部实现营收约 3 亿元。通过开店装修补贴、开业帮扶、上样补贴、培训赋能等政策大力支持满足条件的经销商开店，上半年开店 104 家，其中大家居店 58 家，截止报告期末已验收并开业整装大家居门店 78 家。围绕下半年保增长、促有质量发展目标，公司将稳健推进 V6 大家居业务发展，拟通过开展省级联动、小区域联动、大家居店联动等主动营销活动，提升城市业绩；通过抖音种草及引流，商家同城抖音矩阵打造等为终端门店精准流量；通过成立大家居方案中心，根据当下流行户型，为门店输出经典&网红方案，提升销售业绩。

	<p>7、公司对全年经营业绩的目标预期是怎样的？</p> <p>回复：根据公司已公开披露的 2022 年年度报告，公司结合宏观环境、行业趋势的预判和公司的经营规划，力争实现营业收入、净利润同比 2022 年度增长 10%-20%。（特别说明：上述经营目标是在相关假设条件成立的前提下制定的，目的在于明确公司经营及内部管理控制目标，不代表本公司 2023 年盈利预测和对投资者的业绩承诺。上述目标能否实现取决于宏观经济环境、行业发展与市场环境，以及公司管理团队努力等诸多因素，存在一定的不确定性，敬请投资者注意投资风险！）。2023H1，虽然国内经济受客观因素影响市场需求恢复不及预期，总体终端消费需求仍处于较低水平。但公司面对复杂严峻的国内外形势和诸多风险挑战，紧绕董事会制定的年度经营计划有序有效开展工作，稳健有质量发展，全体员工奋力拼搏，实现归属于上市公司股东的净利润 3.56 亿元，同比增长 15.31%。下半年，面对时下经济形势我们持谨慎乐观态度，将加大主动营销活动资源投放，有信心保增长、促有质量发展。然而，不可讳言，现时仍存在市场需求恢复不及预期的客观因素，完成全年的经营目标存在一定的挑战。</p> <p>本次投资者调研活动采取线上及现场会议形式，其中线上参会者无法签署调研承诺函。但在交流活动中，我公司严格遵守相关规定，保证信息披露真实、准确、及时、公平，没有发生未公开重大信息泄露等情况。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>无</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>

附件 1:

调研人员信息表

序号	姓名	机构名称	序号	姓名	机构名称
1	马骏锐	中信证券	68	韩立强	敦和资产
2	郭韵	中信证券	69	黄涛	大成基金
3	李鑫	中信证券	70	虞秀兰	招商基金
4	施佳斌	中信证券	71	刘洁冰	太平洋证券
5	傅嘉成	浙商证券	72	曹倩雯	广发证券
6	邱晓雯	浙商证券	73	库九睿	中国外贸信托
7	陈秋露	浙商证券	74	谭鹭	西部证券
8	殷铭	浙商证券资管	75	吕科佳	海通证券
9	陈姗姗	浙商证券	76	郭美鑫	中泰证券
10	史凡可	浙商证券	77	章鹏	野村东方国际证券
11	韩天鸿	银华基金	78	毕先磊	招商证券
12	陈思远	银华基金	79	谭雅轩	民生轻工
13	焦巍	银华基金	80	张玮莹	阳光资管
14	魏卓	银华基金	81	孙海洋	天风证券
15	米雁翔	长江证券	82	沈逸伦	东兴证券
16	应奇航	长江证券	83	叶芊	平安基金
17	蔡方羿	长江证券	84	唐润民	上海鸿熙资管
18	李昌龙	长江证券	85	马延超	嘉实基金
19	董莹	开源证券	86	王晨曦	万家基金
20	吴菲菲	开源证券	87	陈婷婷	星泰投资
21	吕明	开源证券	88	孟博	北京金百镨投资
22	孟昊	鹏华基金	89	林昕宇	国泰君安证券
23	谢添元	鹏华基金	90	刘子婷	德邦证券
24	刘偲圣	鹏华基金	91	王鹏程	弘毅远方基金
25	刘玉雯	中金公司	92	康达	富国基金
26	戎姜斌	中金公司	93	邹军辉	景泰利丰投资
27	樊俊豪	中金公司	94	王晴	诺安基金
28	邹勇	广发基金	95	何雨蔓	上海从容投资
29	顾益辉	广发基金	96	周杨	上海东方证券资管
30	吴正明	国海证券	97	张艺凌	上海耀之资管
31	杨蕊菁	国海证券	98	周峰	上海行知创投
32	张杨桓	国金证券	99	钟功焕	上汽顾臻(上海)资管
33	尹新悦	国金证券	100	郭琦	财通证券
34	张彤	国盛证券	101	吴凡	兴证证券资管
35	姜文镗	国盛证券	102	李雪明	牧童基金
36	刘思奇	华泰证券	103	秦一鸣	保银基金
37	陶纯慧	华泰证券	104	孙婉宁	中邮人寿
38	孟禾	景顺长城基金	105	李君	兴证全球基金

39	杨伊淳	上海明河投资	106	章韧	东海基金
40	姜宇帆	上海明河投资	107	符涓涓	上海途灵资管
41	屠亦婷	申万宏源证券	108	彭永锋	上海庐雍资管
42	黄莎	申万宏源证券	109	程弼超	中欧基金
43	陈梦	首创证券	110	王旭	杭州睿昇资管
44	朱玉清	首创证券	111	田硕鹏	工银瑞信基金
45	李婷婷	西藏源乘投资	112	韩婧	六禾致谦基金
46	刘江波	西藏源乘投资	113	谢华	中海基金
47	李含稚	信达证券	114	汪亚	禾丰正则资管
48	李宏鹏	信达证券	115	张璐婷	易方达基金
49	姚慕宇	中科沃土基金	116	聂嘉雯	华富基金
50	张强	中科沃土基金	117	刘夏凡	安信证券
51	叶乐	中信建投证券	118	贾睿	南华基金
52	黄杨璐	中信建投证券	119	刘无私	瑞华投资
53	李晓真	巨杉资管	120	张鸿羽	交银施罗德基金
54	黄煜霄	上银基金	121	魏甜	新疆前海联合基金
55	雷静	金光紫金创投	122	林晓凤	光大保德信基金
56	曹天傲	杭银理财	123	田发祥	太平基金
57	卫辛	中银国际	124	许高飞	中天汇富基金
58	马莹	方正证券	125	劳杰伟	浩洋电子
59	王华伟	西藏合众易晟投资	126	周菁	复胜资管
60	杨焯	淡水泉(北京)投资	127	吴亚雯	工银国际
61	张昕	兴业证券	128	江源	慧宸基金
62	唐华	贝莱德投资	129	谢雨辰	东方证券
63	秦臻	泓德基金	130	郝雪梅	招银理财
64	钱旖昕	招商信诺资管	131	祝娅	国寿资产
65	吴相贤	宽远资本	132	李捷	国寿资产
66	杜新正	尚诚资管	133	吴斯	建信基金
67	李泽昱	汇添富基金	134	何坤华	建信基金