证券代码:603610 证券简称:麒盛科技 公告编号:2023-034

麒盛科技股份有限公司 关于上海证券交易所对公司2022年年度报告的信息披露监管工作函的回复公告

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

麒盛科技股份有限公司(以下简称"公司")近期收到上海证券交易所下发的《关于麒盛科技股份有限公司2022年年度报告的信息披露监管工作函》(上证公函【2023】0749号)(以下简称"《工作函》")。公司对《工作函》关注的问题进行了认真核查和分析,现就《工作函》中的相关问题回复如下:

问题1:关于主营业务

年报显示,2022年度,公司实现营业收入26.63亿元,同比下滑10.23%,净利润0.26亿元,同比下滑92.82%。智能电动床是公司的主营产品,本期实现营业收入22.22亿元,同比下滑15.27%,毛利率30.65%,同比下滑5.69个百分点。报告期内,公司前五名客户销售额18.80亿元,占年度销售总额70.57%,前五名供应商采购额6.28亿元,占年度采购总额51.76%,上述客户及供应商均非公司关联方。同时,年报提示客户集中风险称,2020-2022年度,公司对前五大客户的销售收入分别占当年销售收入的79.71%、75.74%及73.86%,其中对第一大客户的销售占比分别为47.16%、49.66%和47.56%。年报中关于前五大客户销售占比的披露前后存在不一致。

请公司:(1)结合当前市场供需关系、行业竞争格局及市占份额、主营产品及原材料价格波动情况,对比同行业可比公司情况,量化分析本期营业收入及毛利率均下行的原因及合理性,是否面临主营产品盈利能力弱化风险;(2)核实前述2022年度"前五名客户 销售额"与风险提示中相关表述数据存在差异的原因并进行更正,同时补充披露前五名客户及供应商名称、销售产品/采购原料种类、金额及同比变动情况,并据此说明报告期内主要客户、供应商是否 发生重大变化,公司是否存在对主要客户或供应商依赖情形。请年审会计师对问题(1)发表意见。

(1)结合当前市场供需关系、行业竞争格局及市占份额、主营产品及原材料价格波动情况,对比同行业可比公司情况,量化分析本期营业收入及毛利率均下行的原因及合理性,是否面临主营产品盈利能力弱化风险

【回复】

一、当前市场供需关系、行业竞争格局及市占份额

公司主营业务收入主要来自于智能电动床,2020年以来,智能电动床的收入占主营业务收入在85%以上。因此,以下主要针对智能电动床产品的供需展开分析。

(一)市场供需关系

1、市场需求端分析

智能电动床是采用高科技硬件技术与低能耗研发与设计理念有效结合的,具有调节床板曲线、震动按摩、智能健康管理等功能的新型智能家具品类。智能电动床产品作为智能电动家具领域的新兴产品,未来具有广阔的发展前景。

近年来,随着居民生活节奏加快、工作压力增大,受到睡眠问题困扰的消费者数量不断增多,居民对健康睡眠的重视程度逐渐提高,带动了智能电动床产品市场需求的快速扩大。同时,受益于物联网、人工智能、大数据等信息技术的发展,产品的舒适度、功能性、智能化水平进一步提高,推动了产品市场渗透率的快速上升,市场规模持续增长。根据观研报告网数据,2017-2022年全球智能电动床市场规模由20.57亿美元增长至52.07亿美元,年复合增长率达20.41%。未来随着全球居民对生活品质、睡眠健康等要求的进一步提高,人均消费水平上升、老龄化程度进一步加剧等,智能电动床产品的市场规模将持续快速增长。

2、市场供给端分析

欧美发达地区是全球主要的智能电动床消费区域,而该等地区零售商、床垫品牌商由于人力成本等因素,生产规模相对有限,更多地利用自身的销售渠道和品牌优势,通过从发展中国家或地区进口OEM、ODM产品满足其境内智能电动床的市场需求。受近年来美国加征关税等贸易摩擦政策影响,中国出口至美国需被征收高额的额外税费,目前美国智能电动床市场供给主要依赖自产及其他发展中国家供应,美国智能电动床市场供给存在一定缺口。

国内智能电动床行业起步相对较晚,行业内生产企业主要为境外床垫品牌商、零售商提供OEM、ODM产品。经过多年的经营积累,国内主要智能电动床生产企业在产品设计、生产技术等方面的经验不断提升,国际竞争力不断加强,在全球智能电动床市场供给规模不断扩大。

(二)行业竞争格局及市占份额

1、行业竞争对手

目前,公司主要竞争对手的情况如下表所示:

企业名称	简要情况
礼恩派(Leggett & Platt)	美国上市公司,代码LEG;其核心业务部门家居产品部主要提供床及家具的构件以及相关消费产品,业务活动遍布全球。
幻知曲(Reverie)	位于美国,成立至今一直致力于乳胶类睡眠产品的研究,作为专业的睡眠品牌,直接面向终端市场,其核心产品系乳胶类睡眠产品。
Sleep Number	Sleep Number是一家智能电动床生产商与零售商。公司主营产品为智能电动床及床垫。Sleep Number智能床生态系统将人工智能(AI)和机器学习(ML)技术相结合,可以随着时间的推移从每个睡眠者身上收集数据,从而提供自适应、响应灵敏和卓越的睡眠体验,并准确识别与睡眠相关的健康问题。截至2021年末,Sleep Number已在北美地区扩展超600家线下门店。2022年度,Sleep Number营业收入22.14亿美元,净利润0.37亿美元。
深圳市美亚实业发展有限公司	深圳市美亚实业发展有限公司是国内较早开始进行智能电动床的公司之一,其主要从事智能床及乳胶床垫的研发、生产与销售,其生产的智能床的功能包括无线遥控、按摩、自由调节睡眠角度等。
匠心家居(301061)	匠心家居主要从事智能电动沙发、智能电动床及其核心配件的研发、设计、生产和销售,是全球智能电动沙发、智能电动床行业的ODM供应商之一,下游客户主要为Ashley Furniture、Bob's Discount等美国家具零售商;同时,公司拥有"MotoMotion"、"MotoSleep"、"HHC"、"Yourway"等自有品牌。2022年度,匠心家居营业收入14.63亿元,归属母公司股东的净利润3.34亿元,其中智能电动床业务收入2.73亿元。
梦百合(603313)	梦百合主要从事记忆绵床垫、记忆绵枕头、沙发、电动床及其他家居制品的研发、生产和销售。2022年度,梦百合营业收入80.17亿元,归属母公司股东的净利润0.41亿元,其中智能电动床业务收入6.27亿元。

公司是国内最早一批从事智能电动床研发、设计、生产和销售的公司,且自设立以来,一直专注于该细分市场。经过多年的发展和积累,公司已掌握多项具有自主知识产权的核心技术。公司在研发、生产、销售的智能电动床产品方面,具有领先的技术优势和设计优势。智能床除物理抬升功能外,可以通过"传感器"和"智能模块"实现对人体健康和睡眠的实时监控,成为健康管理的最好载体,同时能实现与"物联网"和"互联网+"终端的无缝对接。公司智能床的研发、生产填补了目前市面上睡眠监测、反馈的空缺,是行业的领军企业。

2、市场占有份额

不同国家和地区对智能电动床的接受程度差异较大,现阶段智能电动床的主要消费市场为以美国为代表的欧美国家。

2020-2022年度公司在美国地区智能电动床进口市场中市占率变动情况如下:

单位:万套

年度	美国本土电动床产量①	美国地区进口智能电动床数量②	公司出口美国智能电动床数量③	占比④=③/②
2022年	34.52	207.83	105.17	50.60%
2021年	33.54	279.49	132.14	47.28%
2020年	19.42	289.52	99.55	34.38%

注:数据来源于2020-2022年国际睡眠产品协会(ISPA)出具的《Bedding Market Quarterly》,2022年二季度开始ISPA不再统计美国本土电动床产量,2022年度美国本土电动床产量根据一季度统计数据估算

由上表可知,美国智能电动床销售主要来自于国外进口,2020年-2022年,公司产品迭代更新,产品竞争力显现,在美国市场份额不断上升,但是由于2022年度市场需求下滑,导致公司出口量出现下滑。

综上所述,全球智能电动床市场空间广阔,而公司作为国内较早从事智能电动床产品的企业,凭借良好的研发设计能力、稳定的产品质量及售后服务、规模化生产优势以及渠道资源优势等,吸引了诸多包括泰普尔丝涟(TSI)、舒达席梦思(SSB)等知名床垫品牌商,并培育了"Ergomotion"、"Softide"、"舒福德"等知名自主品牌。公司较强的市场竞争力提升了公司产品定价能力,保障了公司在市场竞争中战略调整的弹性,可在一定程度上将原材料价格波动等不稳定因素向下游客户传导,提高公司的抗风险能力。

二、主营产品及原材料价格波动情况

(一)主营产品价格波动情况

2021-2022年度公司智能电动床平均销售单价及平均单位成本如下:

单位:元/套

项目	2022年度		2021年度
	金额	增幅	金额
平均销售单价	1,848.29	4.09%	1,775.68

由上表可知,2022年公司智能电动床平均销售单价较2021年同期增加72.61元,增幅为4.09%,主要原因一方面是由于公司业务主要以外销为主,主要以美元结算货款,根据中国外汇交易中心公布的数据显示,2022年度美元兑人民币年均汇率为6.7261,较2021年度的年均汇率6.4515增长4.26%,受益于美元兑人民币汇率上升的影响,公司智能电动床的人民币销售价格有所上涨;另一方面由于公司对产品结构进行优化调整,对产品平均销售单价产生影响。综合上述原因导致2022年公司智能电动床平均销售单价上升4.09%。

(二)原材料价格波动情况

2021-2022年度公司主要原材料平均采购单价变动如下:

原材料类别	单位	2022年采购单价	2021年采购单价	同比变动
电机	元/件	78.93	75.85	4.06%
钢管、钢卷、钢板	元/kg	4.76	5.36	-11.23%
功能配件	元/件	33.17	26.59	24.76%
木材	元/m2	33.59	33.72	-0.39%
主控盒	元/件	85.88	75.09	14.37%
遥控器	元/件	58.24	55.83	4.32%

公司主要原材料包括电机、钢材等。公司采购的主要原材料中,2022年除钢管、钢卷、钢板等钢材单价较2021年同比下降11.23%、木材采购单价同比略微下降0.39%以外,其余主要原材料采购单价均有不同程度的上涨,原材料价格的总体上升对公司毛利率产生一定影响。

三、与同行业可比公司的比较分析

2021-2022年,公司营业收入、毛利率与同行业可比公司比较情况如下表所示:

单位:万元

公司	2022年度			2021年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
梦百合	801,724.47	552,857.82	31.04%	813,925.46	582,205.10	28.47%
其中:智能电动床	62,721.64	43,335.63	30.91%	76,087.48	52,469.94	31.04%
匠心家居	146,265.38	98,645.20	32.56%	192,496.29	137,096.37	28.78%
其中:智能电动床	27,331.89	18,259.31	33.19%	25,736.76	17,564.30	31.75%
算术平均	473,994.93	325,751.51	31.28%	503,210.88	359,650.74	28.53%
本公司	266,333.73	182,144.92	31.61%	296,682.89	191,440.63	35.47%
其中:智能电动床	222,192.25	154,079.41	30.65%	262,224.66	166,914.45	36.35%

由上表可知,2022年度,同行业可比公司营业收入均有一定程度的下降,公司营业收入变动趋势与同行业可比公司变动趋势一致。

同行业可比公司毛利率的变动趋势与公司毛利率的变动趋势存在一定差异,主要系公司与同行业可比公司在产品种类、客户群体和业务模式等方面存在一定差异。其中,梦百合的智能电动床产品毛利率呈现下降趋势,与公司主要产品毛利率下降的趋势一致,其毛利率下滑幅度不大的主要原因系美元兑人民币汇率上升且2022年度其产品的销售均价有所提升。匠心家居的智能电动床毛利率增长,主要系匠心家居2022年度智能电动床产量及销量都有所上升,使其单位产品分摊的固定成本下降,单位制造费用下降,因此其整体成本下降,且其2022年度进行了产品结构调整,使得平均单价上升,与此同时,匠心家居2022年度原材料采购价格及海运成本均有所下降,综合导致其毛利率呈增长趋势。

公司智能电动床毛利率较上期有所下降,详见本回复"问题1"之"(1)、四、(二)毛利率分析"。

综上所述,公司营业收入变动趋势与同行业可比公司变动趋势一致。毛利率变动差异方面,由于公司专注于智能电动床市场,与同行业可比公司主要产品结构存在差异,并且公司与美国床垫巨头深度合作,业务模式与同行业亦存在一定的不同之处,故虽然公司毛利率变动趋势与同行业公司存在一定差异,但仍处于合理区间内。

四、量化分析本期营业收入及毛利率均下行的原因及合理性

(一)营业收入分析

2022年度公司营业收入、增长率及增长贡献率变动情况如下:

单位:万元

项目	2022年度			2021年度
	金额	增长率	增长贡献率	金额
主营业务收入	254,487.79	-11.69%	-11.17%	288,162.19
其中:智能电动床	222,192.25	-15.27%	-12.74%	262,224.66
床垫	19,000.71	52.29%	3.73%	12,476.86
配件及其他	13,294.84	-1.23%	-0.06%	13,460.67
其他业务收入	11,845.94	39.03%	1.74%	8,520.70
合计	266,333.73	-10.23%	-10.23%	296,682.89

由上表可知,公司主营产品为智能电动床,该品类销售收入占主营业务收入85%以上。2022年度公司营业收入下降30,349.16万元,同比下降10.23%,主要系受宏观经济下行、及欧美国家通货膨胀的影响,下游市场需求下滑,客户订单量减少导致智能电动床收入规模下降所致。

(二)毛利率分析

2021-2022年度公司营业收入、成本及毛利率变动情况如下:

单位:万元

项目	2022年度			2021年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
主营业务收入	254,487.79	175,623.71	30.99%	288,162.19	185,424.49	35.65%
其中:智能电动床	222,192.25	154,079.41	30.65%	262,224.66	166,914.45	36.35%
床垫	19,000.71	11,781.05	38.00%	12,476.86	7,908.76	36.61%
配件及其他	13,294.84	9,763.26	26.56%	13,460.67	10,601.27	21.24%
其他业务收入	11,845.94	6,521.20	44.95%	8,520.70	6,016.14	29.39%
合计	266,333.73	182,144.92	31.61%	296,682.89	191,440.63	35.47%

2022年度公司综合毛利率下降3.86%,主要系受智能电动床毛利率变动的影响,具体分析如下:

2021-2022年度公司智能电动床平均销售单价及平均单位成本如下:

单位:元/套

项目	2022年度		2021年度
	金额	增幅	金额
平均销售单价	1,848.29	4.09%	1,775.68
平均单位成本	1,281.70	13.40%	1,130.28
毛利率	30.65%	-5.69%	36.35%

由上表可知,2022年智能电动床毛利率较2021年下降了5.69个百分点,主要系原材料采购价格上涨、公司产量下降以及海外工厂生产成本较高等因素导致直接材料及单位制造费用增加,智能电动床单位成本较上年增长13.40%;同时产品结构优化调整及汇率变动导致平均单价较2021年度增长了4.09%,因单位价格上升幅度小于单位成本上升幅度,导致毛利率下降5.69个百分点。

① 销售单价的变动

本期销售单价较上期有所上升,详见本回复"问题1"之"(1)、二、(一)主营产品价格波动情况"。

②单位成本的变动

2021-2022年度公司智能电动床的单位成本构成情况如下:

单位:元/套

项目	2022年度			2021年度
	金额	增长率	增长贡献率	金额
直接材料	1,099.97	13.67%	11.73%	967.67
直接人工	83.38	3.93%	0.26%	80.23
制造费用	98.35	19.40%	1.49%	82.37
单位成本合计	1,281.70	13.40%	13.40%	1,130.28

由上表可知,2022年智能电动床单位成本较2021年增加151.42元,增幅为13.40%,主要原因系2022年智能电动床单位直接材料成本较2021年上升13.67%,制造费用上升19.40%,具体情况如下:

一方面,公司本期主要原材料采购单价较上期有所上升,详见本回复"问题1"之"(1)、二、(二)原材料价格波动情况",其中,电机、钢材等六种主要原材料2022年约占公司产品成本的43.88%,其采购单价的变化导致公司平均直接材料成本上涨约16.37元;另一方面,海外子公司主要以美元记账,因美元兑人民币汇率上升导致公司智能电动床直接材料成本上升约44元;此外,公司2022年海外工厂产量占比上升至50.79%,由于公司间运费的影响,海外工厂综合采购成本相对较高,导致智能电动床平均直接材料成本增加约68.94元。制造费用方面,2022年公司智能电动床产量同比下降32.01%,单位产品分摊的固定成本上升,导致单位制造费用有所增加。

综上所述,本期公司营业收入下降主要系2022年度下游市场需求下滑,毛利率下行的主要原因系原材料采购价格上涨、海外工厂生产成本较高以及美元兑人民币汇率上升等因素综合影响所致。

五、是否面临主营产品盈利能力弱化风险

2022年度,公司营业收入及毛利率有不同程度的下滑,主要系市场因素的短期影响。公司在智能电动床领域深耕多年,拥有深厚的技术积累、客户资源。2022年度,公司在美国地区智能电动床进口市场中市占有率达到50.60%,相比上年同期进一步提升。

2022年度,公司完成了国内市场战略整理,制定了国内市场总体战略规划,推进公司旗下品牌"舒福德"完成品牌转型升级。"舒福德"从专营线上品牌逐步过渡到国内全渠道品牌,为线上线下的消费者提供"一键入眠"的智能床。未来,随着美国市场不利因素缓解和国内市场的开拓,公司营业收入下滑及毛利率下行的趋势将得到改善,公司的主营产品盈利能力弱化的风险较低。

六、年审会计师核查程序及结论

1. 获取公司2021-2022年营业收入成本明细表,检查收入成本分类是否正确;对主营业务收入及毛利率实施分析程序,识别是否存在重大或异常波动,并查明波动原因;

2. 获取公司主要材料采购明细表,分析主要材料的采购价格波动情况;

3. 访谈公司管理层,了解公司业绩变化情况与背景,并与市场行情等非财务信息进行核对,论证业绩变化的合理性;

4. 查询同行业可比公司定期报告,了解同行业可比公司的产品及收入结构等的波动情况,与公司经营业绩变动情况进行对比,分析公司的变动趋势是否与同行业可比公司存在明显差异;

5. 查询行业报告与其他公开信息,了解市场供需关系以及行业竞争格局等,分析公司的业务情况的变动趋势是否存在明显差异。

经核查,我们认为,公司营业收入下行主要系受美国市场大环境影响,短期内主营产品智能电动床市场需求下降;毛利率下行主要系原材料采购价格上涨、海外工厂生产成本较高以及美元兑人民币汇率上升等因素综合影响所致。

(2)核实前述2022年度"前五名客户销售额"与风险提示中相关表述数据存在差异的原因并进行更正,同时补充披露前五名客户及供应商名称、销售产品/采购原料种类、金额及同比变动情况,并据此说明报告期内主要客户、供应商是否发生重大变化,公司是否存在对主要客户或供应商依赖情形。

一、2022年度"前五名客户销售额"与风险提示中相关表述数据存在差异的原因

公司在2022年年报中"主要销售客户及主要供应商情况"部分披露"公司前五名客户销售额18.80亿元,占年度销售总额70.57%",该比例系公司前五名客户销售额占年度营业收入的比例;同时,公司"可能面对的风险"部分中提示客户集中风险称"公司2022年对前五大客户的销售收入占当年销售收入的73.86%",该比例系公司前五名客户销售额占年度主营业务收入的比例。因前后统计口径存在差异,故前述两处披露数据未完全一致。

二、前五名客户及供应商名称、销售产品/采购原料种类、金额及同比变动情况

2021-2022年公司前五名客户情况如下表所示:

单位:万元

序号	2022年前五大客户名称	对其销售的产品	2022年销售额	占2022年度主营业务收入比例(%)	较上一年变动比例(%)	2021年前五大客户名称	对其销售的产品	2021年销售额	占2021年度主营业务收入比例(%)
1	Tempur Sealy International,Inc	智能电动床及其配套产品	121,266.08	47.65	-17.37	Tempur Sealy International,Inc	智能电动床及其配套产品	146,756.59	50.93
2	Serta Simmons Bedding,LLC		32,201.89	12.65	-34.20	Serta Simmons Bedding,LLC		48,938.62	16.98
3	Costco Wholesale Corporation		16,969.42	6.67	51.12	Costco Wholesale Corporation		11,228.75	3.90
4	Klaussner Furniture Ind.		10,310.02	4.05	25.56	Purple Innovation LLC		9,019.00	3.13
5	Sam's Club		7,209.22	2.83	6.63	Klaussner Furniture Ind.		8,211.39	2.85
合计			187,956.63	73.86		合计		224,154.34	74.94

2021-2022年公司前五名供应商情况如下表所示:

单位:万元

序号	2022年前五大供应商名称	向其主要采购的原材料	2022年采购额	占2022年度总采购额比例(%)	较上一年变动比例(%)	2021年前五大供应商名称	向其主要采购的原材料	2021年采购额	占2021年度总采购额比例(%)
1	德沃康科技集团有限公司[注1]	电器部件	33,497.94	27.59	-32.30	德沃康科技集团有限公司	电器部件	49,480.68	21.92
2	嘉兴市朗爵智能家具有限公司	成品床	10,559.49	8.70	-28.26	嘉兴市朗爵金属家具有限公司	成品床	14,718.58	6.52
3	广西北海翰鑫木业科技有限公司	木板	7,905.38	6.51	18.61	众华电子科技(太仓)有限公司	电器部件	6,665.07	3.93
4	众华电子科技(太仓)有限公司	电器部件	5,491.46	4.52	-38.02	嘉兴市瑞麒利家具有限公司	钢材	8,860.69	3.63
5	嘉兴市瑞麒利家具有限公司	钢材	5,392.34	4.44	-34.24	广西北海翰鑫木业科技有限公司	木板	8,200.21	2.95
合计		-	62,846.61	51.76	-	合计		87,925.23	38.96

注1:"德沃康科技集团有限公司"前称为"嘉兴礼海电气科技有限公司"

三、报告期内主要客户、供应商是否发生重大变化,公司是否存在对主要客户或供应商依赖情形

2022年公司不存在对单个客户销售占比超过50%的情况,2021年公司对Tempur Sealy International,Inc(以下简称"TSI")销售占比超过50%。TSI为全球头部床垫厂商,公司与TSI合作历史悠久,具备良好、稳定的合作关系,公司已于2021年3月与TSI续签了长期供货协议(详见公司于2021年4月8日在上海证券交易所(www.sse.com.cn)披露的《麒盛科技关于与泰普尔丝涟续签三年供应协议的公告》(2021-004))。同时,公司也是TSI智能电动床核心供应商,在TSI各年度智能电动床采购总量中占据较高份额。综上所述,公司对大客户TSI的依赖不构成对公司经营的重大不利影响。同时,公司2022年度主要客户相比2021年度并未发生重大变化。

公司与上述主要客户无关联关系。

2022年、2021年公司均不存在对单个供应商采购占比超过50%的情况,因此不存在对单个供应商的依赖。公司产品生产所需原材料主要为电器部件、钢材、木板、纺织面料、包装材料、五金塑料件、化工原料等,该类原材料在市场上并不属于稀缺产品,有较多的供应商可以进行选择,例如电器部件供应商除德沃康科技集团有限公司外,还有常州市凯迪电器股份有限公司、青岛豪江智能科技股份有限公司等供应商可选,因此公司不对单个供应商形成依赖。综上所述,公司2022年度主要供应商相比2021年度并未发生重大变化,不存在对单个供应商的重大依赖。

公司与上述主要供应商无关联关系。

问题2:关于销售费用

年报披露,2022年度,公司销售费用3.94亿元,同比增长46.09%,主要是广告及业务宣传费本期由0.66亿元升至1.66亿元等因素导致,而公司同期营业收入同比下滑10.23%,二者走势背离。同时,公司2020-2022年销售费用分别为2.17亿元、2.70亿元、3.94亿元,呈现持续增长态势。

请公司:(1)列示本期广告宣传主要投放的情况及资金去向,并就投放对象、投放金额等变化情况进行对比分析;(2)结合公司整体营销规划、市场竞争格局、投放效能转化等情况,分析本期销售费用持续大幅上升、与营业收入走势背离的原因及合理性。请年审会计师发表意见。

【回复】

(1)列示本期广告宣传主要投放的情况及资金去向,并就投放对象、投放金额等变化情况进行对比分析

一、本期广告宣传主要投放的情况及资金去向

2022年度,公司广告宣传费支出共计16,582.25万元,主要投放情况如下:

单位:万元

投放方向	主要投放活动	投放金额		同比变动
		2022年度	2021年度	
电梯广告	分众电梯广告	1,492.12	-	-
冬奥会品牌宣传及赞助	融媒体	2,000.56	729.69	174.17%
	社交媒体	533.02	-	-
	赞助北京冬奥组委	1,200.00	433.81	176.62%
一键入眠品牌宣传	融媒体	4,598.93	-	-
	睡眠体验官	566.04	-	-
	发布会	131.39	-	-
电商平台广告投放	亚马逊、Costco、京东、淘宝等各电商平台投放	3,847.94	3,471.01	10.86%
展会及门店宣传等	深圳家居展、虹桥家居展等国内外展会	1,749.71	1,424.07	22.87%
其他	-	462.56	500.93	-7.66%
合计		16,582.25	6,559.51	152.80%

2022年度,公司增量广告投放金额主要投向电梯广告、冬奥会品牌宣传及赞助、一键入眠品牌宣传三大部分,其中融媒体是公司广告投放的主要方向,具体如下:

单位:万元

类别	主要供应商	主要投放媒体	投放金额
冬奥会品牌宣传及赞助-融媒体支出	省广合众(北京)国际传媒广告有限公司等	微博	237.56
		抖音	232.67
		腾讯	307.45
		人民日报、中国日报、新华网、新华社等党报央媒	363.03
		主流门户网站	226.74
		IP合作(高亭宇)	200.00
		其他	352.03
小计			2,000.56
一键入眠品牌宣传-融媒体支出	省广合众(北京)国际传媒广告有限公司、上海极昼广告有限公司等	抖音+今日头条	1,464.15
		搜狐	849.06
		人民日报、中国日报、新华网、新华社等党报央媒	441.89
		腾讯	680.76
		小红书	174.86
		微博	551.52
		其他	436.70
小计			4,598.93
合计			6,599.49

公司广告宣传费主要供应商为省广合众(北京)国际传媒广告有限公司(以下简称省广合众),省广合众系广东省广告集团股份有限公司(002400.SZ)全资子公司,与公司无关联关系,2022年度,公司通过该供应商投放的广告费用为4,704.93万元,占比28.37%。

二、就投放对象、投放金额等变化情况进行对比分析

2022年,公司主要在电梯广告、冬奥会品牌宣传及赞助和一键入眠品牌宣传三个方面增加了投入。

电梯广告系公司根据开店进度分步投放,2022年集中在上海、南京、杭州等长三角8大城市进行投放。冬奥会品牌宣传及赞助系公司于2021年成为冬奥会智能床独家供应商之后,公司一方面给冬奥会提供了赞助,另一方面就冬奥智能床的概念进行了集中宣传。2022年冬奥会和冬残奥会期间,"黑科技智能床"大火出圈之后,公司进行了一系列连贯的公关和传播,持续加深"舒福德"智能床与北京冬奥会的紧密联系,夯实了"舒福德"目标顾客对品牌的认知,加速将智能床与"舒福德"品牌画上等号。2022年9月起,公司持续发力国内智能床业务,聚焦打造"舒福德"智能床品牌,发起了"一键入眠,睡舒福德"战役,通过权威媒体、明星代言、新媒体等形式全方位提升品牌声量,汇拢目标人群并建立品牌地位。

综上所述,2022年度,公司品牌建设宣传投入同比大幅上升,主要系公司根据长期发展战略,为提升在我国智能电动床市场的先发竞争优势,重点加强国内品牌建设,紧抓北京冬奥会期间的智能床热度,围绕国内市场持续聚焦打造"舒福德"智能床品牌、强化公司品牌形象,提升市场影响力、竞争力所致。

(2)结合公司整体营销规划、市场竞争格局、投放效能转化等情况,分析本期销售费用持续大幅上升、与营业收入走势背离的原因及合理性

一、公司整体营销规划

公司整体营销规划主要从"品类教育"、"品牌建设"、"渠道建设"三个方面着手。

首先对消费者进行"品类教育",2022年北京冬奥会及冬残奥会在全球取得巨大成功,作为北京冬奥会及冬残奥会智能床供应商,公司为所有运动员、教练员、随行官员提供6,000余张智能床,受到世界各国运动员的一致好评。同时,全球对于智能床的讨论度迅速上升,使该品类产品真正开始触达众多消费者。

其次公司抓住此次机遇,进行"品牌建设"。公司为持续保持北京冬奥会期间的智能床热度,不断加深"舒福德"智能床与北京冬奥会的紧密联系,夯实"舒福德"目标顾客对品牌及品类的认知。通过党报央媒等权威媒体、明星体验官、睡眠白皮书、新媒体、电商平台、发布会和展会等形式全方位提升品牌声量,汇拢目标人群并建立品类认知和品牌地位。

下一步,公司在品牌建设的同时,加大线下渠道建设力度,集中发力长三角等国内一二线城市,通过强势且迅猛的渠道建设与传播发力,助力"舒福德"品牌营收增长。

二、市场竞争格局

详见本回复"问题1"之"(1)、一、(二)行业竞争格局及市占份额"。

三、投放效能转化

2022年,公司销售费用为39,389.35万元,同比增长46.09%,公司增量销售费用开支主要用于智能床品类教育及国内品牌建设,包括电梯媒体广告投放、赞助体育赛事、邀请代言人、邀请行业KOL、与权威媒体、主流社交媒体合作进行宣传,但是此类广告营销产生的效益相较于投入具有一定的滞后性,并且目前国内市场对于智能床产品的认可度尚需提高,需要一定的认知周期长期累积、不断地进行品类教育、消费者培育及品牌建设,公司需要进行持续不断的投入才能达到效能转化,因此当前销售费用转化率偏低。线上及线下渠道建设需要一定的周期,方能形成与品牌投入、品效协同的营销闭环。

目前国内智能床市场处于产品导入期,消费者对于新产品尚不熟悉,行业竞争者众多但市场份额分散,公司需投入大量资金用于产品宣传和品牌建设。基于以上特点,公司制定了相应的品牌营销规划,但在长期品牌建设上的投入尚未充分转化为公司销售额。

四、年审会计师核查程序及结论

1. 获取了公司2021年度、2022年度主要广告营销费投放明细表,并与公司账面记录核对;

2. 向主要广告供应商函证,确认公司广告营销费的准确性、完整性;

3. 获取并检查主要广告营销合同,对比合同约定与业务执行情况;

4. 向公司董事长、财务总监、品牌中心总监等询问,了解公司整体营销规划、广告投放策略及预计实现的投放目标;

经核查,我们认为公司本期销售费用持续大幅上升系与公司开拓国内市场的整体营销规划保持一致,与营业收入走势背离系公司增量销售费用主要投向国内"舒福德"品牌的建设中,投放效能转化尚未充分体现。问题3:关于股权类投资

年报披露,公司存在多项股权类投资,且历年规模波动较大。2020-2022年末公司其他非流动金融资产科目余额分别为0.47亿元、2.43亿元、1.79亿元,交易性金融资产科目中"股票、基金投资"余额分别为25.50万元、1.42亿元、0.78亿元。2022年,公司采用公允价值计量的项目余额对当期利润的影响金额为-1.24亿元。此外,2020-2022年末公司长期股权投资科目余额分别为0、1.25亿元、2.45亿元。

请公司:(1)补充披露上述股权类投资的主要投向、近三年收益情况、使用资金来源及履行的审议决策程序、是否涉及信息披露,最终资金流向是否涉及公司控股股东及其他关联方;(2)结合公司历史募资情况、主营业务生产经营资金需求、对当期利润影响情况,补充说明开展大额股权类投资的主要考虑及必要性;(3)公司长期股权投资科目中,"上海耀夏企业管理合伙企业(有限合伙)"一项期末金额为1.25亿元,系2021年1月公司子公司麟盛投资公司与自然人钟国民共同设立,主要从事对外投资业务。请公司补充披露上述合营企业各出资方实际出资情况,近年来投资业务具体开展情况、投资项目概况及资金最终流向,与公司主营业务是否协同,并据此补充论证公司设立上述合营企业的必要性、合理性。请年审会计师对问题(1)(3)发表意见。

【回复】

(1)补充披露上述股权类投资的主要投向、近三年收益情况、使用资金来源及履行的审议决策程序,是否涉及信息披露,最终资金流向是否涉及公司控股股东及其他关联方

一、其他非流动金融资产

单位:万元

投资项目	投资时点	投资金额	资金流向	2022年收益[注3]	2021年收益	2020年收益	履行的审议决策程序	信息披露
爱德曼氢能源装备有限公司	2021.12	5,000.00	本项目	-1,793.00			经2021.12.8子公司麟盛投资公司总经理办公会审议通过	未达信披标准
柏斯速眠科技(深圳)有限公司	2021.8 2021.10	3,060.00	本项目				2021.8.18公司第二届董事会第十六次会议审议通过	公告编号:2021-029
上海创践投资中心(有限合伙)	2021.10	3,000.00	银牛微电子(无锡)有限责任公司	-115.79			经2021.10.14子公司麟盛投资公司总经理办公会审议通过	未达信披标准
北京中健爱民信息技术有限公司	2021.1	3,000.00	本项目	-2,809.00			经2020.12.21子公司麟盛投资公司总经理办公会审议通过	未达信披标准
嘉兴致家壹号股权投资合伙企业(有限合伙)	2020.12 2021.1	2,000.00	深圳市吉祥云科技有限公司 深圳普菲特信息科技股份有限公司 深圳市时创意电子有限公司 深圳市精诚达电路科技股份有限公司	-37.32			经2020.12.01子公司麟盛投资公司总经理办公会审议通过	未达信披标准
江苏阿尔法药业股份有限公司[注1]	2020.9	2,000.00	石利平、石丽君				2020.7.28日公司第二届董事会第七次会议审议通过	未达信披标准
无锡新投领庆创业投资合伙企业(有限合伙)	2021.1 2021.3 2022.9	1,665.28	赛德半导体有限公司 上海才查到科技有限公司 北京酷豹科技有限公司 WeRide Inc. 西安空天引擎科技有限公司	-107.90			2021.1,2022.9子公司麟盛投资公司总经理办公会审议通过	未达信披标准
共青城永谦创业投资合伙企业(有限合伙)	2021.9	1,000.00	浙江焜腾红外科技有限公司 浙江德康医疗器械有限公司	10.25			经2021.08.19子公司麟盛投资公司总经理办公会审议通过	未达信披标准
交信北斗(嘉兴)股权投资有限公司	2020.12 2021.3	1,000.00	上海中信电子发展有限公司	-68.63			经2020.11.20子公司麟盛投资公司总经理办公会审议通过	未达信披标准
锦奇(上海)健康管理有限公司	2021.6	1,000.00	本项目	-858.00			经2021.5.10子公司麟盛投资公司总经理办公会审议通过	未达信披标准
共青城启元义盛投资管理合伙企业(有限合伙)	2022.1	1,000.00	北京泰阳和正科技发展有限公司 绵存(浙江)科技有限公司 浙江东方科脉电子股份有限公司 浙江宜可欧环保科技有限公司 浙江天极集成电路技术有限公司 浙江宗贸启明科技有限公司	-0.86			经2021.12.03子公司麟盛投资公司总经理办公会审议通过	未达信披标准
深圳市艾特智能科技有限公司[注2]	2020.3	1,942.50	本项目	344.94			2020.3.8子公司元鼎盛投资决策委员会审议通过	未达信披标准
兴华芯投资(海南)有限合伙企业[注2]	2021.3	100.00	上海赛美特软件科技有限公司		200.00		经2021.5.10子公司麟盛投资公司总经理办公会审议通过	未达信披标准
合计		25,767.78		-5,435.31	200.00			

[注1]公司投资的江苏阿尔法药业股份有限公司股权,系从自然人石利平、石丽君处受让取得

[注2]公司对深圳市艾特智能科技有限公司、兴华芯投资(海南)有限合伙企业的投资已经全部收回

[注3]上表各年收益包括各项投资公允价值变动损益及投资收益,下同

二、股票、基金

单位:万元

证券简称	证券代码	投资时点	投资金额	资金流向	2022年收益	2021年收益	2020年收益	履行的审议决策程序	信息披露
美凯龙	601828.SH	2021.10	10,000.00	美凯龙	-4,884.57	704.74		2021.9.28,相关部门申请,总经理审批	未达信披标准
特斯拉	TSLA	2021.2	1,476.25[注1]	二级市场	-1,393.17	677.33		2021.2.4,相关部门申请,总经理审批	未达信披标准
卫星化学	002648.SZ	2021.8开始陆续买入	529.24	二级市场	-110.02	-26.19		2021.8.9,相关部门申请,总经理审批	未达信披标准
二级市场股票、开放式基金		2020-2022年多次投资	1,347.57	二级市场	-77.69	23.36	4.48	在相关部门内部授权范围内	未达信披标准
合计			13,353.06		-6,465.44	1,379.24	4.48		

[注1] 系根据公司自二级市场购买特斯拉股票投入本金2,119,646.15美元及2022年12月31日美元兑人民币汇率计算

三、长期股权投资

单位:万元

投资项目	投资时点	投资金额	资金流向	2022年收益	2021年收益	履行的审议决策程序	信息披露
上海耀夏企业管理合伙企业(有限合伙)	2021.1	12,500.00	袁辉、嘉兴驰誉投资合伙企业(有限合伙)[注]	-8.65	-0.31	2021.01.15子公司麟盛投资公司总经理办公会审议通过	未达信披标准
浙江椿盛科技有限公司	2021.8	39.00	本项目	10.68	-9.89	2021.7.30公司第二届董事会第十五次会议审议	未达信披标准
无锡高麟一期创业投资合伙企业(有限合伙)	2022.12	1,886.36	杭州行芯科技有限公司	0.01		经2022.12.12公司第三届董事会第一次会议审议通过	公告编号2022-067
江苏享盛科技有限公司	2022.6	80.00	本项目	-12.49		2022年3月25日麒盛科技第二届董事会第二十二次会议审议	未达信披标准
麒盛(深圳)睡眠数字科技投资合伙企业(有限合伙)	2022.10	10,000.00	嘉兴迈动数康科技有限公司	-13.23		2022.9.29公司第二届董事会第二十八次会议审议通过	公告编号2022-046
合计		24,505.36		-23.68	-10.20		

注1:上海耀夏企业管理合伙企业(有限合伙)收到的公司投资资金,系用于向袁辉、嘉兴驰誉投资合伙企业(有限合伙)购买上海智臻智能网络科技股份有限公司股权

公司投向麒盛(深圳)睡眠数字科技投资合伙企业(有限合伙)(以下简称"睡眠基金")的资金最终流向嘉兴迈动数康科技有限公司(以下简称"迈动数康")。迈动数康于2022年11月10日成立,致力于将人工智能等前沿技术应用到精神心理健康的数字化解决领域,围绕精神心理健康进行相关疾病的预防、筛查、诊断、治疗和日常行为管理的产品研发,为患者和亚健康人群提供精神心理健康解决方案。

2023年2月,睡眠基金认购迈动数康新增股权18,669.45万元,实际出资9,196.25万元,认购后,由公司董事长唐国海担任迈动数康董事长,在此之前,公司与迈动数康无关联关系。

公司各类对外股权投资最终资金流向详见上表,综上,公司对外投资资金未流向公司控股股东及实际控制人。

(2)结合公司历史募资情况、主营业务生产经营资金需求、对当期利润影响情况,补充说明开展大额股权类投资的主要考虑及必要性

一、公司历史募资情况、主营业务生产经营资金需求以及对当期利润影响情况分析

(一)IPO募集资金情况

经中国证券监督管理委员会证监许可〔2019〕1790号文核准,并经上海证券交易所同意,本公司向社会公众公开发行人民币普通股(A股)股票37,583,200股,发行价为每股人民币44.66元,共计募集资金1,678,465,712.00元,扣除各类发行费用后,募集资金净额为1,596,182,379.31元。上述募集资金到位情况业经天健会计师事务所(特殊普通合伙)验证,并由其出具《验资报告》(天健验〔2019〕352号)。

截至本回复出具日,除上述情况外,公司无其他募集资金情况。

(二)主营业务生产经营资金需求

公司日常经营活动的资金需求主要包括购买商品、接受劳务需要支付的现金以及支付给职工以及为职工支付的现金。根据公司2020-2022年度支付的相关现金流量测算,最近三年公司购买商品、接受劳务支付的现金流量平均为190,283.35万元,最近三年支付给职工以及为职工支付的现金流量平均为43,153.25万元,公司每年平均日常主营业务生产经营资金需求合计为233,436.60万元,相较公司业务规模而言,主营业务生产经营资金需求处于合理水平。

与此同时,2020-2022年度公司经营活动产生的现金流量净额均为正, 分别为5,292.02万元、14,855.49万元、57,468.30万元,公司日常经营活动的资金需求能够通过经营活动产生的现金流覆盖。

(三)对当期利润的影响

2022年度,公司交易性金融资产科目股权投资对当期利润总额的影响为-6,465.44万元,其他非流动金融资产科目股权投资对当期利润总额的影响为-5,435.31万元,长期股权投资对当期利润总额的影响为-23.68万元。

(四)开展大额股权类投资的主要考虑及必要性

序号	项目	标的公司主营业务	投资目的
1	爱德曼氢能源装备有限公司	提供以燃料电池系统为核心部件的氢燃料汽车动力系统解决方案	公司看好标的公司未来发展前景,为获取财务回报、为股东创造更大的价值进行投资
2	柏斯速眠科技(深圳)有限公司	专注于脑科学与数字精神健康领域,在睡眠诊疗、认知评估、情绪管理、心理疾病诊疗等方向提供立体化、精准的解决方案	开展睡眠健康领域的产品合作研发,丰富公司产品的功能性、延伸应用场景,与公司产品具有协同性
3	上海创践投资中心(有限合伙)	股权投资	尝试布局其他新兴产业,同时获取财务回报
4	北京中健爱民信息技术有限公司	基于居民全生命周期健康数据确权及授权共享数字化技术,推动城市级数字医养、康养基础设施的建设和运营,为居家医养结合服务提供数字技术保障	公司与标的公司进行渠道合作,拓展销售渠道
5	嘉兴致家壹号股权投资合伙企业(有限合伙)	股权投资	尝试布局其他产业,同时获取财务回报
6	江苏阿尔法药业股份有限公司	专注于预防性用药、慢性用药、重大疾病等大宗药物的研发、生产及销售	公司看好标的公司未来发展,为获取财务回报、为股东创造更大的价值进行投资
7	无锡新投领庆创业投资合伙企业(有限合伙)	股权投资	尝试通过布局其他产业,同时获取财务回报
8	共青城永谦创业投资合伙企业(有限合伙)	股权投资	尝试布局其他产业,同时获取财务回报
9	交信北斗(嘉兴)股权投资有限公司	股权投资	尝试布局其他产业,同时获取财务回报
10	锦奇(上海)健康管理有限公司	经营以生殖科为主要的线上问诊服务平台	公司看好标的公司未来发展,为获取财务回报、为股东创造更大的价值进行投资
11	共青城启元义盛投资管理合伙企业(有限合伙)	股权投资	尝试布局其他产业,同时获取财务回报
12	上海耀夏企业管理合伙企业(有限合伙)	股权投资	尝试布局其他产业,同时获取财务回报
13	浙江椿盛科技有限公司	主营养老产品、养老服务	拓展公司产品在养老领域的销售渠道,与公司业务具有协同性,拓展养老领域产品线
14	无锡高麟一期创业投资合伙企业(有限合伙)	股权投资	尝试布局其他产业,同时获取财务回报
15	江苏享盛科技有限公司	主营养老产品、养老服务	拓展公司产品在养老领域的销售渠道,与公司业务具有协同性,拓展养老领域产品线
16	麒盛(深圳)睡眠数字科技投资合伙企业(有限合伙)	专注睡眠领域的股权投资	公司参与设立该产业基金,重点投资布局睡眠数字疗法的新兴技术产业公司及生态相关的其他优质公司,拓展公司睡眠健康、睡眠科技领域布局

综上所述,公司自IPO之后无其他募集资金情况;2020-2022年,公司主营业务所需日常生产经营资金需求均处于合理水平,同时经营活动产生的现金流量净额均为正,公司日常经营活动的资金需求能够通过经营活动产生的现金流覆盖。2022年度由于各行业市场波动等原因,前述较多股权投资产生负收益,对公司当期利润产生一定影响。

公司开展股权类投资的主要考虑是为通过投资公司的所处行业上下游产业链相关企业,进行技术研发、产品升级、业务拓展等领域的合作,以拓宽公司产业链布局,优化产品功能,开拓渠道销售,强化公司主营业务的竞争力。

与此同时,公司同样看好被投资公司的未来业务发展,希望借助外部专业投资机构的优势资源、投资经验、风险控制能力,通过直接投资或投资产业基金的方式尝试布局其他产业,拓宽公司盈利渠道,获取更多财务回报,为股东创造更大的价值。

公司出于上述考虑,经过择优选择、审慎考虑,进行了一系列股权投资,公司股权类投资均具备合理目的及必要性。

(3)公司长期股权投资科目中,"上海耀夏企业管理合伙企业(有限合伙)"一项期末金额为1.25亿元,系2021年1月公司子公司麒盛投资公司与自然人钟国民共同设立,主要从事对外投资业务。请公司补充披露上述合营企业各出资方实际出资情况,近年来投资业务具体开展情况、投资项目概况及资金最终流向,与公司主营业务是否协同,并据此补充论证公司设立上述合营企业的必要性、合理性。

一、合营企业各出资方出资情况及投资业务开展情况

2021年1月,子公司麟盛投资公司与自然人钟国民共同设立上海耀夏企业管理合伙企业(有限合伙)(以下简称"上海耀夏"),上海耀夏合营各方认缴出资及实缴出资情况如下:

单位:万元

合营方	认缴出资	实缴出资	资金流向
麟盛投资公司	12,500.00	12,500.00	从自然人袁辉、嘉兴驰誉投资合伙企业(有限合伙)处受让上海智臻智能网络科技股份有限公司4.99%的股份
钟国民	10.00	10.00	
合计	12,510.00	12,510.00	

上海耀夏主要投资项目为上海智臻智能网络科技股份有限公司,后者产品主要品牌为"小i机器人",故以下简称"小i机器人"。小i机器人成立于2001年,是一家中国人工智能企业,其业务涵盖基础技术平台、对话机器人、云服务、行业解决方案和机器人解决方案,主要为客户提供智慧城市、软件业和建筑设计人工智能服务。小i机器人于2022年12月20日向美国证券交易委员会申请公开募股筹集资金,2023年3月9日,小i机器人在纳斯达克IPO上市,股票代码AIXI,上市首日收盘价5.81美元/股。

公司通过上海耀夏投资小i机器人系财务投资,与公司主营业务无协同性。

二、设立合营企业的必要性、合理性

上海耀夏执行事务合伙人钟国民系专业投资人员,历任嘉兴嘉源九鼎投资管理有限公司投资业务经理、浙江恒鼎投资管理有限公司投资业务副总经理等职务,钟国民与小i机器人实际控制人袁辉系朋友关系,经其介绍及公司调研,公司认为小i机器人业务前景可观,上市可能性高,投资回报率较高,因此经公司讨论后决定与其设立上海耀夏,共同投资小i机器人。

在投资前,公司与小i机器人无沟通渠道,需钟国民居中联络,并且现场调研、定期汇报投资进展及投资回收需要专人负责,因此麟盛投资公司与钟国民共同设立上海耀夏。

三、年审会计师核查程序及结论

1. 获取公司全部投资业务的投资协议及投资协议审批记录,检查是否存在越权审批的情况;

2. 获取被投资单位对外投资的银行回单,直至资金流向经营实体;

3. 检查资金最终流向相关主体的工商信息,检查是否与公司存在关联关系;

4. 获取公司控股股东、实际控制人2020-2022年度资金流水,检查是否存在异常资金流入;

5. 向公司董事长唐国海、钟国民进行访谈,了解合营企业设立的背景、历史渊源;

6. 从公开渠道了解小i机器人上市进程、股价等信息,估算公司该业务的投资收益。

经核查,我们认为公司股权类投资已履行了必要的决策程序,不存在最终资金流向控股股东及其他关联方的情况;上海耀夏对外投资与公司主营业务无协同性;公司设立合营企业是必要、合理的。

问题4:关于员工人数

年报披露,2022年末公司员工2480人,同比下滑 14.07%,其中生产人员由去年同期的1814人降至1369人,同比下滑24.53%,超过本期营业收入降幅。近年来,公司先后完成越南、嘉兴、墨西哥等多处工厂产线建设及投产运营。

请公司结合营收规模变动、近年产能布局扩张及工厂产线投运情况、产能利用率等,补充说明本期主营产品生产工艺是否发生重大变化,以及生产人员大幅减少的原因及合理性。

一、营收规模变动、近年产能布局扩张及工厂产线投运情况

(一)营收及产量规模

2021-2022年度,公司营业收入、员工、生产人员变化情况如下:

项目	2022年	2021年	变动额	变动比例
营业收入(万元)	266,333.73	296,682.89	-30,349.16	-10.23%
年末员工人数(人)	2,480	2,886	-406.00	-14.07%
其中:生产人员人数(人)	1,369	1,814	-445.00	-24.53%
智能电动床产量(万张)	97.20	142.97	-45.77	-32.01%

受到经济下行及全球通胀的影响,海外终端消费者消费需求受到抑制,由于公司实行以销定产的生产模式,因受订单下滑的影响,营业收入下降10.23%,智能电动床产量下降32.01%,生产人员由去年同期的1,814人降至1,369人,同比下降24.53%。

(二)近年产能布局扩张及工厂产线投运情况

公司募投项目"年产400万张智能床总部项目(一期)"主体工程已于2020年7月31日达到预定可使用状态,于2020年9月份正式投产,截至2021年12月,该项目已具备年产200万张的产出能力,将根据订单逐步释放产能。

目前公司主要的客户集中在美国,因此为规避关税,更快响应客户需求,公司除在国内建设了年产200万套智能电动床的工厂外,在越南及墨西哥设立了组装工厂。墨西哥及越南工厂主要生产环节为组装环节,部分零部件及半成品仍需国内工厂进行生产。

二、本期产能利用率变动及主营产品生产工艺是否发生重大变化

2022年度,由于因受订单下滑的影响,公司智能电动床产能利用率相较上年同期有所下滑。公司本期主营产品主要包括智能电动床、床垫、配件及其他,与上年同期比主营产品无变化,主营产品生产工艺未发生重大变化。

三、生产人员大幅减少的原因和合理性

2019年年末,公司越南工厂落成并开始进行生产,并逐渐在2021年、2022年实现产能爬坡。公司墨西哥工厂于2021年3月正式投产,该工厂生产员工通过当地劳务公司进行招聘,并未与公司直接签订劳务合同,因此该工厂生产员工并未计入公司年度报告员工人数。经公司统计,2021年,墨西哥工厂的劳务人员为147人,与公司年度报告披露的2021年生产员工人数1814人合并后,总计生产员工人数为1961人;2022年,墨西哥工厂的劳务人员为333人,与公司年度报告披露的2022年生产员工人数1369人合并后,总计生产员工人数为1702人。由此可见,若考虑墨西哥劳务人员人数,公司生产员工数量下降比例为13.12%,与公司营业收入下降比例及总体员工下降比例差异较小。但由于越南及墨西哥工厂自动化率不及国内智能工厂,因此人数下降幅度小于产量下降幅度。

特此公告。

麒盛科技股份有限公司董事会
2023年7月20日

证券代码:603901 证券简称:永创智能 公告编号:2023-055
转债代码:113654 转债简称:永02转债

杭州永创智能设备股份有限公司关于2023年限制性股票激励计划授予结果公告

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

重要内容提示:

● 限制性股票登记日:2023年7月18日

● 限制性股票登记数量:389.69万股

根据中国证监会《上市公司股权激励管理办法》、上海证券交易所、中国证券登记结算有限责任公司上海分公司有关规则的规定,杭州永创智能设备股份有限公司(以下简称"公司")已于近日完成了《杭州永创智能设备股份有限公司2023年限制性股票激励计划》限制性股票授予登记工作,现将有关情况公告如下:

一、限制性股票授予情况

2023年6月26日,公司召开第四届董事会第三十一次会议和第四届监事会第三十二次会议,审议通过了《关于向2023年限制性股票激励计划激励对象授予限制性股票的议案》。独立董事对相关事项发表了独立意见,监事会对本次激励计划的授予激励对象名单进行了审核。本次限制性股票授予具体情况如下:

1、授予日:限制性股票的授予日为2023年6月26日。

2、授予数量:本次限制性股票的授予数量为389.69万股。

3、授予人数:本次限制性股票的授予人数为82人。

4、授予对象:

序号	姓名	职务	获授的限制性股票数量(万股)	占授予限制性股票总数的比例	占本计划公告日股本总额的比例
1	吴仁波	董事、总经理	60.00	15.40%	0.12%
2	张彩芹	董事、副总经理、董事会秘书	10.00	2.57%	0.02%
3	黄星鹏	财务总监	10.00	2.57%	0.02%
4	耿建	副总经理	10.00	2.57%	0.02%
5	贾赵峰	副总经理	10.00	2.57%	0.02%
6	丁晓敏	副总经理	6.00	1.54%	0.01%
中层管理人员、核心技术业务人员(76人)			283.69	72.80%	0.58%
合计(82人)			389.69	100.00%	0.80%

5、授予价格:本次限制性股票的授予价格为每股7.13元。

6、股票来源:本激励计划涉及的标的股票来源为公司从二级市场回购的本公司人民币A股普通股股票。

二、激励计划的有效期、锁定期和解锁安排情况

1、本激励计划有效期为自限制性股票授予登记完成之日起至激励对象获授的限制性股票全部解除限售或回购完毕之日止,最长不超过60个月。

2、本激励计划授予的限制性股票限售期为自授予登记完成之日起12个月、24个月、36个月、48个月。激励对象根据本激励计划获授的限制性股票在解除限售前不得转让、用于担保或偿还债务。

当期解除限售的条件未成就的,限制性股票不得解除限售或递延至下期解除限售。限售期满,公司为满足解除限售条件的激励对象办理解除限售事宜,未满足解除限售条件的激励对象持有的限制性股票由公司回购。

3、本激励计划授予的限制性股票的解除限售期及各期解除限售时间安排如下表所示:

解除限售安排	解除限售时间	解除限售比例
第一个解除限售期	自授予登记完成之日起12个月后的首个交易日起至授予登记完成之日起24个月内的最后一个交易日当日止	25%
第二个解除限售期	自授予登记完成之日起24个月后的首个交易日起至授予登记完成之日起36个月内的最后一个交易日当日止	25%
第三个解除限售期	自授予登记完成之日起36个月后的首个交易日起至授予登记完成之日起48个月内的最后一个交易日当日止	25%
第四个解除限售期	自授予登记完成之日起48个月后的首个交易日起至授予登记完成之日起60个月内的最后一个交易日当日止	25%

在上述约定期间内未申请解除限售的限制性股票或因未达到解除限售条件而不能申请解除限售的该期限制性股票,公司将按本计划规定的原则回购激励对象相应尚未解除限售的限制性股票。

激励对象获授的限制性股票由于资本公积金转增股本、股票红利、股票拆细而取得的股份同时限售,不得在二级市场出售或以其他方式转让,该等股份的解除限售期与限制性股票解除限售期相同。若公司对尚未解除限售的限制性股票进行回购,该等股票将一并回购。

4、限制性股票解除限售的条件

(1)公司层面业绩考核要求

本激励计划的解除限售考核年度为2023-2026年四个会计年度,每个会计年度考核一次。

限制性股票解除限售的业绩条件如下表所示:

解除限售期	业绩考核目标
第一个解除限售期	满足下列条件之一,视为完成该限售期考核目标: (1)以2021、2022年的营业收入的平均值为基数,2023年营业收入增长率不低于15% (2)以2021、2022年的净利润的平均值为基数,2023年净利润增长率不低于40%
第二个解除限售期	满足下列条件之一,视为完成该限售期考核目标: (1)以2021、2022年的营业收入的平均值为基数,2024年营业收入增长率不低于25% (2)以2021、2022年的净利润的平均值为基数,2024年净利润增长率不低于50%
第三个解除限售期	满足下列条件之一,视为完成该限售期考核目标: (1)以2021、2022年的营业收入的平均值为基数,2025年营业收入增长率不低于40% (2)以2021、2022年的净利润的平均值为基数,2025年净利润增长率不低于60%
第四个解除限售期	满足下列条件之一,视为完成该限售期考核目标: (1)以2021、2022年的营业收入的平均值为基数,2026年营业收入增长率不低于50% (2)以2021、2022年的净利润的平均值为基数,2026年净利润增长率不低于70%

注:上述"净利润"指经审计的归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润,且以剔除全部在有效期内股权激励计划股份支付成本后的数值作为计算依据。

公司未满足上述业绩考核目标的,所有激励对象对应考核当年可解除限售的限制性股票均不得解除限售,由公司按授予价格加上银行同期存款利息之和回购。

(2)个人层面绩效考核要求

根据公司制定的《2023年限制性股票激励计划实施考核管理办法》,激励对象只有在上一年度绩效考核满足条件的前提下,才能部分或全额解除限售当期限制性股票,具体解除限售比例依据激励对象个人绩效考核结果确定。解除限售期内考核若为优秀或良好则可以解除限售当期全部份额,若为不合格则取消当期解除限售份额,当期全部份额由公司统一回购。具体如下:

考评结果	优秀	良好	合格	不合格
标准系数	1.0	1.0	0.7	0

公司层面达到考核要求时,激励对象个人当年实际解除限售额度=标准系数×个人当年计划解除限售额度。激励对象按照绩效考核结果对应的个人当年实际解除限售额度来解除限售,未能解除限售部分由公司按授予价格回购。

三、限制性股票认购资金的验资情况

天健会计师事务所(特殊普通合伙)于2023年7月3日出具天健验【2023】341号验资报告,对截止2023年6月29日公司2023年限制性股票激励计划授予激励对象的认购资金实际到位情况进行验证,截至2023年6月29日止,公司在杭州联合农村商业银行股份有限公司益乐支行开设的人民币账户201000248927884收到限制性股票激励计划授予激励对象的认购资金人民币贰仟柒佰柒拾捌万肆仟捌佰玖拾柒元整(?27,784,897.00)。

四、限制性股票的登记情况

2023年7月17日,中国证券登记结算有限责任公司上海分公司出具了《证券变更登记证明》,将公司389.69万股股份性质由无限售条件流通股变更为有限售条件流通股。

2023年7月18日,中国证券登记结算有限责任公司上海分公司出具了《过户登记确认书》,将公司389.69万股有限售条件流通股从公司回购专用证券账户过户至82名激励对象的证券账户并完成登记确认。

本次激励计划授予登记的限制性股票共计389.69万股,登记完成日期为2023年7月18日。

五、授予前后对公司控股股东的影响

公司本次股权激励计划所涉限制性股票来源为公司在二级市场上回购的本公司A股普通股股票,因此本次授予完成后,公司总股本不变。不会导致公司控股股东及实际控制人持股比例发生变化。

六、股权结构变动情况

本次权益授予前后公司股本结构变动情况如下:

单位:股

类别	变动前	本次变动	变动后
无限售流通股	483,174,059	-3,896,900	479,277,159
限售流通股	4,990,434	3,896,900	8,887,334
总计	488,164,493	0	488,164,493

七、本次募集资金使用计划

本次授予激励对象限制性股票所筹集资金总额为人民币27,784,897.00元,将用于补充公司流动资金。

八、本次授予后新增股份对最近一期财务报告的影响

公司按照相关估值工具确定授予日限制性股票的公允价值,并最终确认本激励计划的股份支付费用,该等费用将在本激励计划的实施过程中按解除限售的比例进行分期确认。由本激励计划产生的激励成本将在经常性损益中列支。

根据中国会计准则要求,本激励计划授予的限制性股票对各期会计成本的影响如下表所示:

限制性股票数量(万股)	需摊销的总费用(万元)	2023年(万元)	2024年(万元)	2025年(万元)	2026年(万元)	2027年(万元)
389.69	2,599.23	691.93	1,021.64	537.90	268.35	79.42

注:1、上述成本预测和摊销出于会计谨慎性原则的考虑,未考虑所授予限制性股票未来未解除限售的情况。2、上述结果并不代表最终的会计成本。实际会计成本除了与实际授予日、授予日股价和授予数量相关,还与实际生效和失效的数量有关。3、上述对公司经营成果的影响最终结果将以会计师事务所出具的年度审计报告为准。

公司以目前信息初步估计,在不考虑本激励计划对公司业绩的刺激作用情况下,限制性股票费用的摊销对有效期内各年公司业绩的影响程度有限。若考虑限制性股票激励计划对公司发展产生的正向作用,由此激发管理团队的积极性、提高经营效率、降低代理人成本,本激励计划带来的公司业绩提升将远高于因其带来的费用增加。具体对财务状况和经营成果的影响,应以会计师事务所出具的年度审计报告为准。

特此公告。

杭州永创智能设备股份有限公司董事会
2023年7月19日