

证券代码：603313

证券简称：梦百合

梦百合家居科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-003

投资者关系活动类别	<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
参与单位名称	东北证券、南方基金、申万菱信、长城基金、鹏华基金、彤源投资，上银基金，财通资管，六禾投资等。
时间	2020年2月17日
地点	电话交流
上市公司接待人员	公司总裁
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司南厂设备去年下半年正在升级，北厂设备正在安装，大概什么时候能完成呢？</p> <p>南厂设备 19 年国庆节前后已经升级完毕，北厂目前生产部分的设备安装已接近尾声，智能仓储部分还在进行中。智能仓储要满足全国的仓储和部分 OEM 出口的能力，计划下半年投产。智能仓储一定程度上能提高商品存储能力，顺应公司高成长趋势，通过智能仓储中心的建设将引进仓库管理系统和仓库控制系统，提高作业效率，降低运营成本，提高企业盈利能力。</p> <p>2、公司目前给一家德国家具零售商做代工，具体举措和战略目标？</p> <p>目前公司为其代工，此外公司品牌也已进驻其门店，可以借助其平台，进一步增加公司品牌曝光率，有效提升品牌的知名度和影响力。后期将进一步深入，优化细节，如供应链梳理、店面形象提升、以及门店运营效率等。</p> <p>3、公司主要各工厂和子公司的人员数量？</p> <p>梦百合国内工厂 1700 余人，塞尔维亚工厂 700 人左右，里高公司工厂约 1200 余人，整体总数在 4000 左右，具体数字以年度统计为准。</p> <p>4、目前有哪些原辅材料是需要从国内运输到国外的？在国外采购的原材料相比国内价格？</p> <p>一些在当地没有批量供应且价格较贵的原辅材料会从中国运过去，整体占比不</p>

大。欧美目前生产端较为宽松，聚醚、TDI、MDI 与中国价差在 10%-15%之间，考虑到运输成本、关税较高，一般采取当地采购的方式，塞尔维亚工厂的三种原料都是当地采购。向泰国运输的原材料较多，由于国内原材料的供应链和议价能力较强，所以采取国内采购的方式。目前国内 TDI 价格处于低位，且预测仍会继续下跌。正常情况下，在当地采购的原材料价格普遍比国内高一些。

5、公司海外代工方面主要的优势是？

主要有以下几点：

- 1) 领导人/业务总监的英语沟通能力；
- 2) 专注度。公司产品线窄于行业大部分公司；
- 3) 产能全球化和品牌国际化能力突出；
- 4) 快速反应能力；
- 5) 生产端，恒康数控提供技术支持，恒康数控的市场占有率约 55%；
- 6) 具有竞争力的企业文化，公司不会采取降价方式获取订单。公司虽然起步较晚，但创造了很多新商业模式，如 2010 年开拓的酒店零压房模式，15 年与索菲亚合作，将床垫销售嵌入到索菲亚的实体门店中，海外收购西班牙和美国的零售家具商，获得渠道。

6、下游客户主要看重代工企业哪些方面？

主要有以下三点：

- 1) 在当前贸易战和反倾销，国内产能不足背景下，代工企业的选拔标准是按照交期>品质>价格的顺序；
- 2) 长期合作的可能性；
- 3) 与客户的博弈能力，由生产制造向零售去转变，公司从客户的供应商变成客户的客户，通过合纵连横的互相合作，公司的博弈能力更强。

总体而言，公司产品品质比较稳定，交货期更为确定，反应更为灵活，提供的产品性价比更高。

7、公司如何应对像海外这些新兴电商床垫品牌对床垫市场的冲击？

目前美国线上前 15 家床垫企业中有一半与我们有合作，目前公司还进行了沙发、枕头、电动床等系列产品的外延。

8、泰国、塞尔维亚和美国工厂相比国内工厂成本要高多少？

- 1) 原材料端：国外原材料会比国内价格贵 10-15%，价差会反映到销售价格，

所以塞尔维亚销售产品的价格比国内贵。泰国部分原材料是从国内运过去的，成本比塞尔维亚稍低。美国原材料会更贵一点，人工费更高，产品定价完全是市场化的。

2) 人工成本端：塞尔维亚和泰国与国内相近，美国比国内贵几倍，因此公司尽量降低美国人工成本占比，比如外套选择国内生产，再运到美国。

3) 税收端：国内税负很高，塞尔维亚土地半买半送，盈利之年起所得税十年全免，一切正常后净利润率与国内基本持平；泰国有 BOI 政策，长期看也要交税，投入也较大，短期内净利率会比国内稍低；美国战略地位高，但净利率会更低一些。

9、泰国工厂和塞尔维亚工厂目前工人都是当地的吗？效率如何？以及员工培训情况？

塞尔维亚：当地工人+国内的管理人员；泰国：当地工人+缅甸劳工+国内的管理人员，泰国目前的管理难度最小。塞尔维亚员工效率大概是 85%左右，泰国是 85%-90%，美国 70%左右。

10、公司品牌国际化路程如何？

公司从 2008 年创立自有品牌，同时也是 OEM/ODM 业务的关键时期，从 08 年到 11 年，OEM 和 ODM 规模从 1 亿增长到 5 亿，增长了 4-5 倍。公司将精力主要放在外销业务上，自有品牌发展缓慢。从 2011 年开始进入自有品牌国际化发展阶段，因为国外消费者不太注重品牌，更加关注产品价格和品质。通过整合国外的小品牌，给予足够的利润，将这些品牌替换成梦百合的品牌或由梦百合代工，在海外进行批发销售，目前海外市场包括美国、加拿大、英国、法国、德国、西班牙、意大利、韩国、日本、澳大利亚、新西兰、以色列以及南美洲国家。通过批发业务开拓一定市场之后，由梦百合控制连锁渠道，逐步攻占主流市场。目前公司与意大利的床垫生产商深度绑定，这样的渠道连锁具备一定的品牌粘性，使得业务更稳定，能够发挥产品协同效应，未来会持续发展。公司进一步拓展零售渠道，拟收购美国的 MOR，公司不会考虑将 MOR 国外品牌放到国内市场来销售，公司去年收购朗乐福是因为朗乐福在中国的渠道发展很好，希望来借助它的渠道。

11、电动床主要有哪些客户？

主要客户是电动床行业里的二流客户，未来会持续发展一流客户。公司 2017 年开始生产电动床产品，主要是因为床垫和电动床的客户有一定重合。需要买床垫的消费者如果也需要电动床，会到同时销售电动床和床垫的门店一起购买。

电动床 17 年销量 8 万张，18 年 15 万张，19 年 30 多万张，预计 2020 年电动床在 19 年的基础上翻倍。增长来源为：（1）现有客户在不断扩张、（2）头部企业会

有一定变动。总体来说，我们认为电动床是床垫行业新的增长点。

12、海外自有品牌主要是通过哪些渠道销售？

国外和国内不同。国内主要在红星美凯龙和居然之家开 200-500 平方米的门店，效率很低。国外，比如公司正在收购的 MOR 家居，一家门店 3000-4000 平方米，一共 35 个门店，一年销售额 3.5 亿美金，规模很大。原因在于门店里有很多不同品牌产品进行竞争。公司自有品牌产品和 OEM、ODM 产品在海外基本都通过类似方式进入 furniture store(家居卖场)与其他品牌进行竞争。公司的海外客户主要有 Walmart、Costco 等家居卖场。这种模式不需要花费精力进行装修、员工招聘、制定营销策略等，相对来说业态比较简单。行业内的敏华、顾家、喜临门在国外都通过类似模式进行扩张。

13、采取哪些手段来提高我们的现在的自有品牌的战略？

通过获取渠道，扩大公司影响力。

14、2019 年上半年比较悲观，2019 年下半年超越预期的原因是什么？

2019 年上半年比较悲观是因为：（1）2018 年年初原材料价格比较高，之后逐渐下降，直到 2019 年下半年原材料价格跌倒谷底。汇率从 6.28 增长至 7.1。（2）2019 年年初反倾销和贸易战落地，公司将美国产能转移到塞尔维亚和泰国，可能存在效率不足，导致毛利率下降。

而 2020 年确定性很强是因为：（1）原材料价格不会上涨。目前原材料供给远大于需求，17 年供需比是 7:6 左右，19 年供需比约 115:50，供需关系发生巨大转变。（2）泰国和塞尔维亚的管理提升。今年公司会加大国内市场投入，整体来说 2020 年净利润很稳定。

15、20 年销售目标与 19 年相比增长很多，有哪些驱动因素？

（1）产能的提升。

（2）由于贸易战和反倾销影响，海外床垫市场供小于求，美国线上业务也在逐渐增长。

（3）原材料价格下降，产品降价少。公司产品性价比本身就很高，采用终端定价。

16、公司将产能转移到国外，国内现在工厂的产能利用率大概是多少呢？

国外产能利用率基本达到 100%，但没有完全达到。主要问题在于国内原辅材料

出口受到影响。

国内由于扩充了 20 万平方米厂房，同时产值保持 2019 年水平，产能利用率为 85%-90%。国内工厂同时需要对海外工厂进行产能配合，需要国内预留一部分产能应对国外特殊情况。

17、南通工厂扩建，目前产能爬坡情况如何？

厂房建设完成，机器基本就位，目前已经有一部分开始生产，产能爬坡到 75%-80%。

18、国内各个公司复工比例如何？

人员方面，国内正月初六开始部分复工，给武汉紧急供应床垫。2 月 10 日开始，本地员工已基本复工。外地员工占比很小。供应链上下游也在我们政府的协助下，至上周近 80%的供应商已复工。

19、疫情对 ODM/OEM 业务的影响？

疫情对于 OEM/ODM 的影响方面主要是供应链，病毒不会跟随集装箱通过物流传播到国外，疫情对 OEM/ODM 业务影响较小。

20、内销门店增长的原因是什么？

主要是管理能力提升，以及经销商质量和能力提升。之前公司内销零售业务上没有清晰的战略，在宣传、产品设计、运营团队管理上都有很多问题，导致上海公司员工流动很大。2018 年下半年，副总裁王震接管内销之后，贯彻企业文化，员工离职率大幅下降。人员稳定之后，可以更好的推进经销商发展。从 2018 年开始公司选择能力强和擅长管理的经销商加入，同时加大对经销商的支持补贴政策，实行经销商 PK 机制。老经销商在 2019 年业绩大幅提升，从出货数据分析，基本上都实现了盈利。

21、公司电动床业务竞争力如何？

17 年销售 8 万张，18 年 15 万张，19 年 30 多万张，2020 年公司计划在 19 年的基础上翻倍。相比行业其他企业，梦百合有明显的技术优势。公司会借助床垫销售渠道推广电动床产品。

22、公司目前信息化建设如何？

18 年初公司引进高管崔慧明，原为普华的高级经理，有海尔三年 SAP 项目的工

	<p>作经验。公司推出 SAP 系统，大概用了一年半的时间推行成功，目前正在泰国和美国生产基地推行。相信在其引领下，公司 SAP 系统建设、办公自动化、WMS、MES 等信息化建设方面都会得到显著提升，目前正在探索中。</p>
--	---