

梦百合家居科技股份有限公司

关于公开发行A股可转换公司债券

募集资金运用的可行性分析报告（修订稿）

一、本次公开发行可转换公司债券募集资金运用概况

公司本次公开发行可转换公司债券资金总额不超过 51,000 万元，扣除发行费用后的募集资金净额拟投资项目如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金投入金额
1	智能仓储中心建设项目	26,250.56	25,000.00
2	功能家具研发及产业化项目	19,403.67	16,000.00
3	综合楼项目	11,037.89	10,000.00
合计		56,692.12	51,000.00

本次公开发行可转债实际募集资金（扣除发行费用后的净额）若不能满足上述全部项目资金需要，资金缺口由公司自筹解决。如本次募集资金到位时间与项目实施进度不一致，公司可根据实际情况以其他资金先行投入，募集资金到位后予以置换。在最终确定的本次募投项目（以有关主管部门备案文件为准）范围内，公司董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。

二、本次募投资金投资项目的实施背景

（一）行业背景

1、床垫市场方兴未艾，记忆绵家居制品步入高成长期

近年来，全球床垫行业的规模保持稳定增长，2015 年全球床垫市场约为 200 亿美元，市场空间广阔。随着国内居民收入水平、城镇化率的不断提高以及床垫消费习惯的不断培育，国内床垫市场步入快速发展阶段，从 2002 年的 6.76 亿美元增长至 2015 年的 72.30 亿美元，复合增长率达到 20%。截至 2015 年底，国内床垫消费规模已几乎与世界最大记忆绵产品市场美国持平。根据 CSIL 预

测，未来中国床垫消费规模将保持 24% 左右的增长。同时，随着品类升级、使用周期缩短，床垫行业的市场容量还将不断扩大。

记忆绵床垫采用具有慢回弹、分解压力等特性的记忆绵材料，能够根据人体体型特征塑造形体轮廓并带来无压力贴合感，具有明显的舒适、健康等功能性特征，已成为床垫行业的后起之秀。就我国来看，记忆绵材料自 1990 年左右引入国内以来，经过 20 多年的发展，相关产业链逐步成熟。以记忆绵床垫为例，目前国内渗透率约 3%~5%。我国记忆绵家居制品行业当前发展所处的阶段，可参照美国同类产品渗透率由 2% 开始迅速增长的 21 世纪初期，未来随着我国居民可支配收入的提高和健康意识的增强，我国记忆绵家居制品行业有望沿着美国 2000 年以来高成长的轨迹，实现对传统家居制品的快速替代。

2、消费升级推动智能家居市场需求增长

2005 年-2016 年，我国城镇居民人均可支配收入由 10,493 元/年提升至 33,616 元/年；城镇居民消费水平也从 2005 年的 9,832 元/年增加到 2015 年的 27,088 元/年。随着国民经济的飞速发展和居民收入显著、持续的提高，居民消费层次也不断升级，消费形态逐步从购买产品到购买服务、从大众产品到高端商品转变。特别地，80 后、90 后已经成为社会的中坚力量和最重要的消费主体，这一群体更加注重个性化表达和审美追求。

智能家居是指以家庭生活为平台，利用计算机、网络通信技术和安全防范技术、人体工学技术等将与家居生活有关的设施进行集成，构建高效的住宅设施与家庭日常事务的管理系统，其应用范围涵盖灯光、温度、空气质量、安防、医疗健康等多方面。而智能家居的终端产品是指以解决实际需求和提升用户体验为导向，对传统家居用品及设备设施进行“智能化”升级，包括智能家具、智能家电、安全防护、影音系统和智能光线调节等功能的一体化载体。智能家居拥有物联模块植入、个性化设计、健康环保等诸多优点，能极大满足新兴消费者更高层级的消费需求，市场空间巨大。

3、家具行业零售渠道变革，渠道多元化趋势明显

在“互联网+”时代,家具行业以经销模式为主的传统零售渠道受到了冲击,家具零售进入渠道整合阶段,到目前为止已发展成为经销模式为主、直营模式和电子商务模式为辅多元化格局。随着家具行业和互联网的结合趋于紧密,线上渠道的作用愈加凸显,线上线下零售渠道优势互补、相互融合的趋势愈益加强。

电子商务是家具行业一种新兴的销售模式。通过电商平台,可以全方位地向消费者展示样品并直接交易,减少了中间环节,从而降低销售成本、提高销售效率,节省大量渠道建设费用。同时,线上销售渠道可以依靠大数据分析消费者需求,根据消费者购买家具的历史、浏览记录、消费习惯、年龄、收入等数据为家具企业提供精准营销。未来,电子商务模式将成为线下销售渠道的有效补充,新型电子商务模式的销售规模也将进一步扩大。

(二) 政策背景

家具行业作为我国轻工业重要的细分行业,是我国国民经济的传统优势产业、重要民生产业和具有较强国际竞争力的产业,是一个前景广阔、发展稳健的行业。“十三五”时期是家具行业主动适应新常态,增强创新驱动发展动力,着力改善供给结构,提高发展质量和效益的关键时期。2015年11月国务院办公厅相继印发《关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》、《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》,明确在今后一个时期重点发展居民和家庭、健康、养老、旅游、体育、文化、法律、批发零售、住宿餐饮、教育培训等贴近服务人民群众生活、需求潜力大、带动作用强的生活性服务领域,推动生活消费方式由生存型、传统型、物质型向发展型、现代型、服务型转变;通过发挥新消费的引领作用,培育形成新供给的力量,应新一轮科技革命和产业变革趋势,加快构建现代产业技术体系,高度重视颠覆性技术创新与应用,以技术创新推动产品创新,更好满足智能化、个性化、时尚化消费需求,引领、创造和拓展新需求,支持可穿戴设备、智能家居、数字媒体等市场前景广阔的新兴消费品发展。2016年7月,工业和信息化部印发《轻工业发展规划(2016-2020)》,分别从开发的关键技术、重点发展的产品和改造升级的内容等方面明确了家具工业的发展方向,提出推动家具工业向绿

色、环保、健康、时尚方向发展；促进互联网、物联网、智能家居、电子商务等与家具生产销售相结合，支持智能车间（工厂）建设，培育个性化定制新模式。

近年来，我国家具行业的重要政策如下：

序号	文件名称	主要内容
1	轻工业发展规划（2016-2020）（2016）	推动家具工业向绿色、环保、健康、时尚方向发展；促进互联网、物联网、智能家居、电子商务等与家具生产销售相结合，支持智能车间（工厂）建设，培育个性化定制新模式。
2	中国家具行业“十三五”发展规划（2016）	提出坚持转型升级，促进两化融合；坚持绿色环保战略，促进生态文明建设；加强品牌建设，培育大型企业；优化流通市场模式，促进多方合作共赢；加强国际产业交流，保持出口第一位置；注重电子商务，促进贸易发展；提升行业设计水平，加强知识产权保护。
3	关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见（2015）	明确在今后一个时期重点发展居民和家庭、健康、养老、旅游、体育、文化、法律、批发零售、住宿餐饮、教育培训等贴近服务人民群众生活、需求潜力大、带动作用强的生活性服务领域，推动生活消费方式由生存型、传统型、物质型向发展型、现代型、服务型转变。
4	关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见（2015）	通过发挥新消费的引领作用，培育形成新供给的力量，应新一轮科技革命和产业变革趋势，加快构建现代产业技术体系，高度重视颠覆性技术创新与应用，以技术创新推动产品创新，更好满足智能化、个性化、时尚化消费需求，引领、创造和拓展新需求，支持可穿戴设备、智能家居、数字媒体等市场前景广阔的新兴消费品发展。
5	《国家物联网发展专项行动计划》（2013-2015）	明确将“推动智能家居应用”作为应用推广专项行动计划的重点任务之一，提出在大中城市选择重点社区，开展家庭安防、老人及儿童看护、远程家电控制以及水、电、气智能计量等智能家居示范应用，解决制约规模化推广存在的产业链协作不足、成本过高、标准不统一等问题，带动智能家居技术和产品突破，发挥物联网技术优势，提高人民生活质量。
6	中国家居行业知识产权保护办法（2014）	支持和鼓励对产品的材料、工艺、设计、功能等方面的发明、创造；维护自身知识产权合法权益或行业整体利益；独立或与政府、协会等国内外组织或企业合作开展知识产权保护相关活动，提升知识产权保护意识。
7	关于促进家具行业环境保	提出家具生产用原材料应尽可能采用低碳环保材

	护工作的指导意见(2014)	料,节约木材等生物材料的使用;积极研发符合环保要求的新工艺、新技术、新材料,提高企业环保科技水平;不鼓励家具生产唯材料论,不鼓励生产消耗材料过多、设计过于繁杂,易造成高能耗、高排放的家具类产品。
8	轻工业“十二五”发展规划(2012)	提高智能化家电、健康环保家具、安全清洁燃气具等耐用消费品的供给能力。重点发展绿色环保、安全的家具产品,培育知名品牌,提高产品的附加值。加快绿色环保新材料、新技术的研发与应用,增强产品款式、功能、个性化研发设计能力,突出特色产品的技术和文化内涵。
9	中国家具行业“十二五”发展规划(2011)	家具行业提高自主创新能力,坚持科学发展观,建立以企业为主体,市场为导向,产学研相结合的创新体系,大型骨干企业应该在家具行业自主创新中发挥带头作用,积极支持小企业开展技术研发,增强创新能力。加强技术咨询和技术转让的中介服务。淘汰落后生产工艺,引进国外先进设备,改进现有生产工艺,提高设备利用率和产能,实现节能、环保、可持续发展,从而打造“低碳家具”。
10	轻工业调整和振兴规划(2009)	以食品、家具、玩具和装饰装修等涉及人民群众身体健康的行业为重点,加强质量管理,完善标准和检查体系,打击制售假冒伪劣产品的违法行为,保障产品使用和食用安全;加强自主品牌建设,加大宣传力度以增强企业和全社会保护自主知名品牌的意识和责任感。同时,将促进国内消费、稳定国内外市场作为轻工业振兴的主要任务。
11	强制性产品认证管理规定(2009)	为保护国家安全、防止欺诈行为、保护人体健康或者安全、保护动植物生命或者健康、保护环境,国家规定的相关产品必须经过认证(以下简称“强制性产品认证”),并标注认证标志后,方可出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。
12	家具使用说明(2005)	家具名称必须反映家具的真实属性,并符合相应国家标准或行业标准规定。对国家标准和行业标准未规定名称的家具,应使用家具行业的常用名称。使用说明必须明确说明家具用途和适用的环境条件,并根据家具的特点和需要给出结构、所用材料、性能、型式、规格和正确运输、安装、适用、保养的方法、要求及所需示图。
13	中华人民共和国产品质量法(2000)	可能危及人体健康和人身、财产安全的工业产品,必须符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准;未制定国家标准、行业标准的,必须符合保障人体健康和人身、财产安全的要求。禁止生产、销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的标准和要求的工业产品。

14	家具设计保护试行办法 (2000)	保护家具发明创造专利权，鼓励家具设计创新，有利于家具发明创造工作的开展，促进家具科技的发展，规范家具市场，形成家具业的良性有序竞争，促进我国家具业的发展和适应国际间交往的需要。
----	----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------

(三) 公司经营背景

1、专注记忆绵家居制品，打造零压家居体验

公司自成立以来，一直专注于记忆绵家居制品的研发、生产及销售。以“重新定义睡眠”为品牌发展理念，以提升消费者睡眠质量及生活质量为己任，围绕睡眠产品的功能化、智能化、健康化，对床架、床垫、枕头等产品进行全方位研发。经过多年的发展和积累，公司零压记忆绵家居制品已被北美、欧洲、亚洲、澳洲及非洲等多个地区的消费者广泛接受，公司逐步发展成为记忆绵健康家居行业的领军企业之一，并积极将“零压”理念逐步推广到家居生活的其他场景。公司现阶段以 ODM 业务为主，并逐步建立以“MLILY”为主的自有品牌体系，积极推动公司实现从 ODM 向 OBM 的转型。未来，公司将继续深耕健康家居领域，积极传递零压家居生活的理念，开发更多健康家居产品。

2、布局智能家居，抢滩智能家居市场

公司顺应家居用品智能化、功能化的行业趋势，以品牌为依托，借助原有生产设备和品牌、渠道资源，积极延伸产品大类，发展功能家具业务，将“零压”生活理念从睡眠推广到家居生活的其他场景。目前，公司在单款产品的智能化方面已取得阶段性研发和经营成果，力图以全品类、多层次的产品矩阵战略构筑公司核心竞争力。

公司于 2016 年 11 月完成对绵眠科技的投资，通过与绵眠科技在智能家居技术方面的战略合作，公司可以整合智能家居渠道、设计、供应链金融等多方面资源及联合产品研发，促进公司传统业务与绵眠科技智能睡眠产品协同发展，提升公司核心竞争力。公司于 2017 年 9 月与专业医疗问诊机构“春雨医生”平台开展战略合作，将智能睡眠产品与远程医疗资源对接，利用智能床垫等产品采集的睡眠数据与医生进行多方位的信息交互，协助医生进行远程医疗诊断及

日常康复指导。2018年1月30日，公司在 Las Vegas 发布会上发布了智能睡眠系统，为消费者提供智能深睡系统性的解决方案。

针对用户对家居产品功能化的要求，公司研发了零压功能床、零压功能椅等智能家居产品，于行业内率先进入智能家居领域，相关产品受到市场的高度认可，已成为公司新的业绩增长点。其中，零压功能床产品与智能床垫相结合，将智能科技与零压睡眠融为一体，不但可以提升床品的舒适程度，更可监控睡眠数据，及时向用户反馈睡眠及健康问题；零压功能椅通过核心机械设计可实现大范围大角度升降功能，贴合人体曲线，有利于使用者腰椎健康，同时增加按摩功能以及蓝牙通讯模块，在功能性、实用性和科技含量等方面实现了创新和突破。

3、加强电商渠道建设，打通全渠道营销

近年来，公司在国内构建了 ODM 销售模式、直营模式、特许加盟模式、网络销售模式和其他模式在内的多渠道销售网络。伴随着“互联网+家居”行业的风口来临，公司越来越加强电商渠道建设，不断扩张电商事业部，在第三方平台实施全网化发展，使得线上线下零售渠道优势互补，通过互联网和实体商业的全面融合以实现价值链的高度融合。

三、本次募集资金投资项目的的基本情况

（一）智能仓储中心建设项目

1、项目基本情况

本项目智能仓储建设规划总建筑面积为 79,812.20 平方米，具体建设内容包括理货区、成品立体库区及电商库区。

本项目采用先进的物流设备，主要包括 AR/RS 货架系统，堆垛机系统，输送机系统等，实现高度自动化。此外，为实现仓储作业的全面自动的线上操作，本项目还将引进终端扫描仪等设备并实现所有设备与 WMS、WCS 系统的集成，提高仓储管理精细化水平和公司整体的信息化管理水平。

2、投资概算

本项目总投资为 26,250.56 万元，其中设备投资 9,000.00 万元，土建投资 15,962.44 万元，预备费投资 1,248.12 万元，软件投资 40.00 万元。本项目拟利用募集资金 25,000.00 万元。

3、项目必要性

(1) 提高商品存储能力，顺应公司高成长趋势

在国内记忆绵行业高成长的背景下，公司发展将迎来进一步高速增长期。目前，公司自有仓储面积和仓储设施均处于严重饱和状态，无法满足运营的基本要求。针对公司自有仓储空间严重不足问题，公司在外部租赁了部分临时仓库、增加临时储位以及利用厂区空地作为临时存放区域。但这仅能在短时间内缓解了公司仓储物流紧张的局面，但无法有效解决仓储物流运营能力不足。同时，由于厂区规划原因，公司现有仓库较为分散，导致仓储与生产、物流的衔接不够顺畅，影响了公司产能的全面释放；公司部分半成品需要较长的熟化时间，对熟化仓储环境有较高要求。综上，公司现有的仓储设施制约了公司生产效率及发货效率的提升，不利于公司业务规模的进一步发展，未来随着募投项目的逐步投产，对公司仓储能力的要求将进一步增加。

从长远发展需要考虑，公司拟新建 79,812.20 平方米的智能仓储中心，大规模配套引进自动化立体仓库所需的先进设备和流水线，规划建设完工后仓储中心订单处理能力和库存能力将有大幅提升，有效满足公司业务规模急剧扩大的需要。

(2) 提高公司仓储物流信息化技术水平，降低公司运营成本

本次通过智能仓储中心的建设将引进仓库管理系统（WMS）和仓库控制系统（WCS）。仓储信息化系统依托物联网技术构建智能仓储体系，将物流和信息流控制紧密结合，有效打通各业务之间的沟通壁垒，并且采用自动化的分拣设备与专业的仓库管理系统，附加配套的运输管理程序，使整个仓储物流流程可视化，对货物进行有效的控制和管理，建立最优物流组织形式，从而降低企业运营成本，提高企业盈利能力。

(3) 迎合公司全渠道营销策略，加强电商渠道建设

为推动公司自主品牌业务的发展，公司以金睡莲科技、美国梦百合等子公司为平台开展自主品牌业务，通过线上线下多渠道方式开拓国内外市场。在线上渠道方面，公司通过在天猫商城、京东商城等电商平台开设品牌直营店进行销售，目前已成为公司营销渠道建设中的重要组成部分。

随着公司线上业务的发展，物流对电商渠道的影响日益明显，传统的仓储系统已经不能满足公司日益增加的仓储及物流需求，公司亟需建立一个高效、合理、畅通的智能仓储体系以支撑公司线上业务的快速增长。本项目专门设立独立的电商库区，分为智能立体仓库和普通 4 层仓库两部分，能同时满足大批量大宗订单以及小批量小订单的仓储、拣选、配送的运作。高度信息化、自动化、机械化的立体仓储系统，能够有效统筹供给和需求信息，实现订单数据、仓储数据的高效对接，提升订单处理速度和商品的发货时效，降低供应链差错率，加强公司在物流配送环节的力量，实现电商渠道的仓储和物流配送一体化，进一步打开公司业务成长空间。

4、项目可行性

(1) 国家产业政策的支持

智能仓储物流是物流业的未来发展方向，国家对行业发展提出新的规划和支持。物流仓储发展主要经历了人工仓储、机械化仓储、自动化仓储、集成自动化仓储、智能自动化仓储五阶段。智能仓储系统是运用软件技术、互联网技术、自动分拣技术、光导技术、射频识别（RFID）、声控技术等先进的科技手段和设备对物品的进出库、存储、分拣、包装、配送及其信息进行有效的计划、执行和控制的物流活动。目前，我国物流成本普遍偏高、信息化水平低，智能仓储中心及信息化仓储管理系统建设的能够有效提高仓储物流效率，降低企业仓储物流成本。近年来，国务院、工信部、商务部等部门出台多项政策，推动仓储业发展。国家政策为智能仓储发展提供持续支持，也为本次募集资金投资项目的顺利实施提供了政策保障。

(2) 公司已建立的仓储物流管理体系为本项目提供了管理基础

科学的仓储物流管理体系是支持建设智能仓储中心的基础。公司注重仓储

物流管理体系的建设，逐步形成了包含管理制度、业务流程、岗位设置等方面的一整套较为成熟的仓储物流管理体系，为本项目的实施提供了基础。

(3) 公司具备成熟的项目管理经验和人才储备

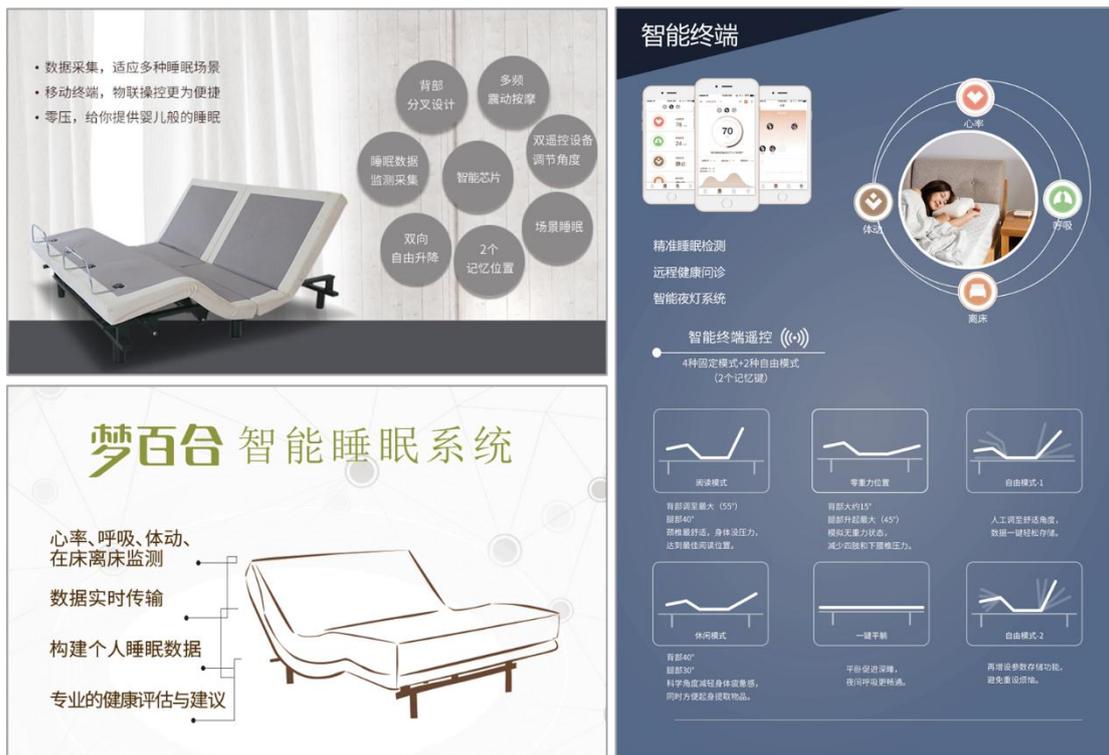
公司主要管理人员拥有丰富的企业管理经验，具有建设团队和领导团队的才能，公司具备完善的人才录用、培训、考核和激励体系，能够较好地实现人才引进、激励。公司的研发管理、人力资源管理、生产管理、安全质量管理、财务管理和营销管理有序、高效，目前正在推行企业信息化、精细化管理，不断提升管理水平。公司十分重视现代化企业管理人才的建设和储备，在制度建立、人员培训、作业流程优化等仓储物流管理方面积累了丰富的经验，拥有一批仓储相关的优秀管理人才。公司具备成熟的项目管理能力以及丰富的人才储备为本项目的顺利实施打下了坚实的基础。

(二) 功能家具研发及产业化项目

1、项目基本情况

本项目包含零压功能床和零压功能椅的研发以及产业化，项目建成后将新增零压功能床年产能 40 万张以及零压功能椅年产能 15 万张。

公司第一代零压功能床针对阅读、办公、娱乐、睡眠等多种场景预设不同模式，给人们舒适、健康的休闲体验，同时可与智能床垫相结合，将智能科技与零压睡眠融为一体，本项目将在公司第一代零压功能床的基础上，重点针对场景睡眠、睡眠数据检测、婴儿睡眠、睡眠保健、远程操作等功能进行进一步研发，满足客户对睡眠产品功能化、智能化的进一步要求。公司第一代零压功能椅依靠机械设计来实现大范围大角度升降功能，保护消费者腰椎健康，同时包含按摩功能以及蓝牙通讯模块。本项目将在公司第一代零压功能椅的基础上，通过对引发脊柱疾病的各项数据进行分析，增加零压功能椅的应用场景模式，实现产品功能与用户需求一一对接。



2、投资概算

本项目拟投资19,403.67万元，其中设备投资6,299.50万元，土建投资10,598.16万元，预备费844.88万元，软件投资65.00万元，铺底流动资金1,596.13万元。本项目拟利用募集资金投入16,000.00万元。

3、项目必要性

(1) 响应国家政策，推动消费升级

我国消费结构正在发生深刻变化，居民消费呈现出从注重量的满足向追求质的提升、从有形物质产品向更多服务消费、从模仿型排浪式消费向个性化多样化消费等一系列转变。近年来，国家出台多项政策鼓励推动消费升级，政策强调以消费新热点、消费新模式为主要内容，以扩大服务消费为重点推动消费结构升级，强调增品种，提品质，创品牌，进一步优化消费环境，促进消费升级。

本项目实施之后，可实现年产零压功能床 40 万张、零压功能椅 15 万张的

生产能力。零压功能床和零压功能椅等功能家具从医疗健康和用户体验出发，对传统床具、椅具进行智能化、功能化升级，从而满足人们对家居产品的品质、功能、舒适度、美观、环保等方面的消费需求，能够有力推进家居领域的消费升级，是国家政策支持的方向。

(2) 延伸公司产品线，构筑公司核心竞争力

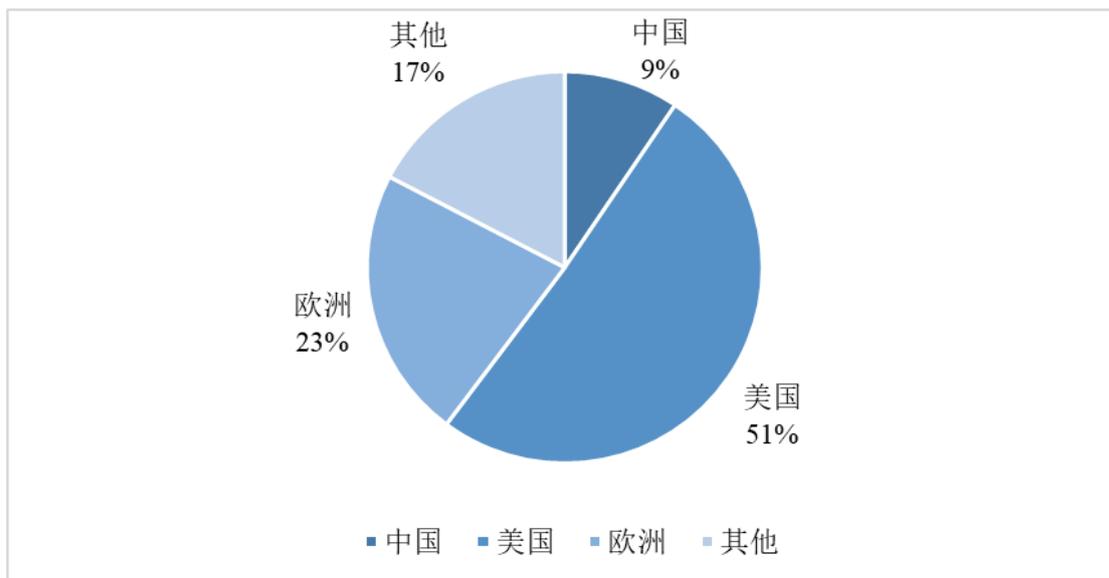
公司作为记忆绵家居制品提供商，目前拥有各类记忆绵床垫、沙发及其他家居制品。本项目是公司在现有产品线基础上向智能家居领域的延伸，以智能化单品为切入点，以品牌为依托，借助原有生产设备和品牌、销售渠道，切入相近产品业务以延伸产品大类，构建全品类、多层次的产品矩阵。公司记忆绵床垫龙头品牌效应明显，有完善的销售渠道和稳定的客户群体。在此基础上，通过发展生产和销售模式相近的产品，能够有效地控制公司成本，利扩大公司在家居行业的市场份额，巩固公司的市场地位，增强公司核心竞争力。

4、项目可行性

(1) 智能家居成为主流趋势，市场前景广阔

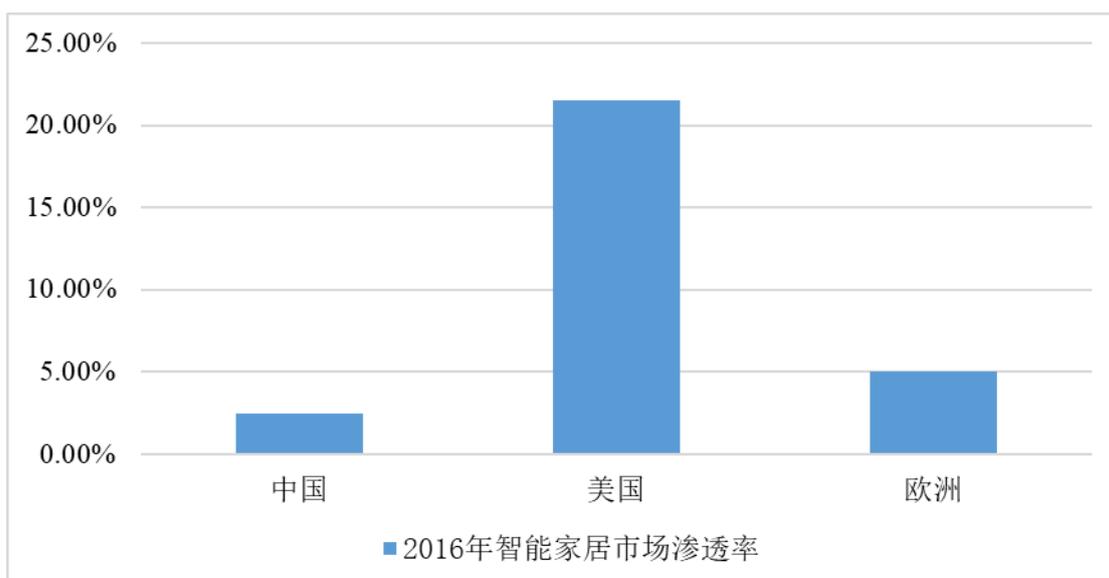
在未来 5 到 10 年，家居产品智能化是未来家居行业发展的重要方向。根据 Statista 发布的《数字市场展望-智能家居市场分析》，2016 年全球智能家居市场规模达 234.87 亿美元。其中，美国智能家居市场规模为 119.28 亿美元，是全球智能家居市场容量最大的国家，而中国市场规模仅次于美国，为 22.14 亿美元。但从渗透率情况来看，美国智能家居的渗透率为 21.50%，而中国仅为 2.6%。2016 年智能家居全球主要市场规模、渗透率具体如下：

2016 年智能家居全球主要市场规模



数据来源：statista

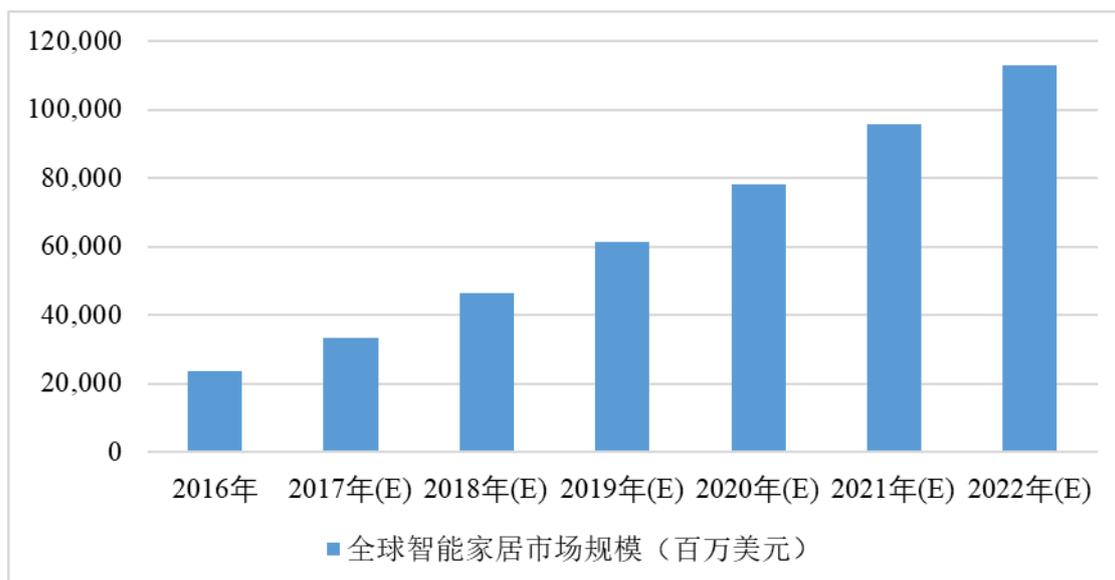
2016 年智能家居全球主要市场渗透率



数据来源：statista

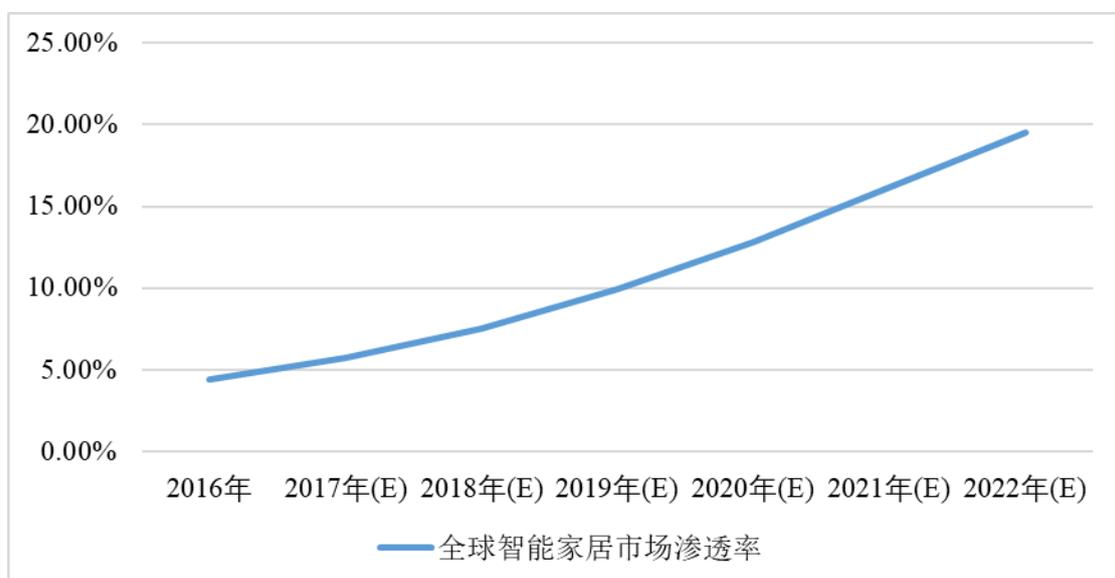
相比之下，中美智能家居市场有着显著差距。可以预见，随着国内居民收入水平、城镇化率的不断提高，未来国内智能家居有着广阔的成长空间，将迎来加速发展的机遇。同时，根据 Statista 的预测，2022 年全球智能家居市场规模将达 1,128 亿美元，市场渗透率也将由目前的 4.40% 上升至 19.50%，智能家居蕴藏着巨大的市场潜力。2016 至 2022 年全球智能家居市场规模、渗透率变动情况具体如下：

2016 至 2022 年全球智能家居市场规模变动情况



数据来源：statista

2016 至 2022 年全球智能家居市场渗透率变动情况



数据来源：statista

本项目系公司凭借对行业的敏锐洞察力，将智能家居作为主营业务的突破点，是基于行业发展趋势、市场竞争格局和公司自身优势作出的战略决策。潜力巨大的市场需求为本次募集资金投资项目的顺利实施提供了市场保障。

(2) 公司具有良好的经营基础和渠道基础

公司作为记忆绵家居制品领军企业之一，目前拥有各类记忆绵床垫等记忆绵家居制品。多年来，凭借良好的研发设计能力、稳定的产品质量以及规模化生产优势，积累了稳定优质的国内外客户及渠道资源。

经过多年的国际市场拓展，公司目前已与境外知名记忆绵家居制品品牌商、贸易商建立了长期稳定的合作关系。在保持海外市场 ODM 业务稳定发展的同时，公司以子公司金睡莲科技、美国梦百合作为业务平台，不断加强“MLILY”等自有品牌的市场推广及渠道建设，逐步实现由 ODM 向 OBM 转型。目前，公司 OBM 业务在国内市场已形成多渠道的营销网络体系，其中：①线下以“加盟+直营”为主，形成了一个以华东为中心、辐射全国的营销网络；②线上销售方面，通过在天猫商城、京东商城等电商平台开设品牌直营店进行销售；③与华住、亚朵等酒店集团合作推出“零压体验房”，构建更多的体验场景，创造住客的品牌记忆，并与其建立合作代销关系，渠道共享，发展共赢；④公司与全国性家居卖场居然之家、索菲亚建立战略合作关系，共同打造全国首个“零压战略联盟”。近年来，公司连续独家赞助“Mily 梦百合杯”世界围棋公开赛，并于 2016 年成为曼联官方全球合作伙伴，“MLILY”在全球范围内的影响力不断扩大，业务全球化布局进一步加快。公司已有的优秀渠道资源为消化本项目产能提供了良好的经营基础和渠道基础。

(3) 公司已形成智能化的技术储备

公司于 2016 年 11 月完成对绵眠科技的投资，通过与绵眠科技在智能家居技术方面的战略合作，公司可以整合智能家居渠道、设计、供应链金融等多方面资源及联合产品研发，促进公司传统业务与绵眠科技智能睡眠产品协同发展，提升公司核心竞争力。公司于 2017 年 9 月与专业医疗问诊机构“春雨医生”平台开展战略合作，将智能睡眠产品与远程医疗资源对接，利用智能床垫等产品采集的睡眠数据与医生进行多方位的信息交互，协助医生进行远程医疗诊断及日常康复指导。2018 年 1 月 30 日，公司在 Las Vegas 发布会上发布了智能睡眠系统，为消费者提供智能深睡系统性的解决方案。

同时，针对用户对家居产品功能化的要求，公司研发了智能床垫、零压功能床和零压功能椅等智能家居产品，于行业内率先进入智能家居领域，相关产

品受到市场的高度认可，已成为公司新的业绩增长点。智能化的技术储备为本项目的实施供了坚实的技术保障。

5、项目收益情况

本项目建设期 24 个月，项目建成完全达产后，项目内部收益率（所得税后）约为 31.29%。

（三）综合楼项目

1、项目基本情况

本次项目拟建设集办公、展厅、多功能会议厅于一体的综合性办公楼，总建筑面积为 26,736 平方米。

2、投资概算

本项目拟投资 11,037.89 万元，其中设备投资 1,813.00 万元，土建投资 8,699.28 万元，预备费投资 525.61 万元。本项目拟利用募集资金 10,000.00 万元。

3、项目必要性

（1）适应公司业务快速扩张趋势，加强集团总部管控功能定位

公司现有办公区域分散在江苏省如皋市丁堰镇各个厂区之内，除办公面积为 1,377.24 平方米的总部办公楼外，其他办公场所分散于各车间有限的区域内。截至 2017 年 9 月 30 日，公司及其子公司如皋厂区办公员工共 2,561 人，其中管理、财务和销售人员共 301 人，生产人员共 2,189 人。生产部门管理员工人数按全部生产人员人数 5% 计算，那么使用现有办公区域的员工人数合计为 410 人，员工人均办公面积非常有限。此外还有部分员工因公司办公区域有限等原因无固定工位，一定程度影响员工的办事效率与对公司的归属感。随着公司不断发展壮大，公司持续加强人力资源建设，通过内部培养、外部招聘等多种方式储备更多管理、财务、销售以及生产等各领域优秀人才。因此，目前公司办公环境在一定程度上对公司业务发展以及人力资源建设构成了一定制约。

本项目的实施将极大改善现有办公环境，极大地满足公司业务规模和人员

规模的快速增长对办公场地的需求。同时，综合楼有助于实现组织规范化，实现公司各个业务组合的连接，完成资源的调配与整合，提高公司管理效率，加强集团总部管控功能定位。

(2) 有利于提升客户体验，加强公司品牌形象建设

公司主要产品为家居类消费品，客户对公司产品外观设计、舒适度体验等直观感受是决定是否与建立合作关系的重要因素，也是客户采购人员选择产品内芯种类、面料种类的重要方式。产品展厅作为公司产品陈列展示的重要场所，其设计、布局是公司综合实力及对外形象的直接体现。公司现有办公楼建成时间较长，办公区域不足，导致公司无法将全部产品在集中区域展示。公司现有展厅分散在如皋、上海等五处，面积合计为 3,580.73 平方米，共计展出记忆绵床垫 80 件、记忆绵枕头 200 件、沙发及沙发床 40 件，占公司全部产品种类的比例不足 20%。由于单一产品展示中心面积均较小，公司仅能根据当日来访客户的采购意向及兴趣，临时对展厅进行针对性产品布展，所选择的产品具有选择性，如客户希望体验其他未展示产品，或当日无法满足或需要前往其他展厅参观，严重影响了客户一站式采购体验，也不利于公司最大化挖掘客户价值，实现不同产品间的相互协同作用。同时，临时布展也导致公司无法同时接待多批次客人，限制了公司业务规模的快速增长。随着公司产品种类及样式的逐步增多，尤其是功能床及功能椅等需要较大空间演示的产品不断推出，公司对产品展示中心的需求将进一步提高。

“综合楼项目”将建设多功能、智能化、专业化的展厅，除专门区域展示 ODM 产品、自主品牌产品及智能家居产品外，还将建设多媒体展示中心用于公司品牌理念、睡眠与健康研究成果等内容的宣传及展示。本项目的实施能为公司系列化的产品提供相应的陈列展示空间，全面准确地展示公司的品牌形象，为公司持续发展打下良好的基础，符合公司长远的战略目标。

四、本次发行可转债对公司经营管理和财务状况的影响

(一) 本次发行对公司经营的影响

功能家具研发及产业化项目的实施将有助于增加公司主营业务产品种类，顺

应家居制品智能化功能化的趋势，提高公司的盈利能力；智能仓储项目的实施将提升公司仓储管理水平，提高公司仓储规模，降低仓储成本，提高效率及服务水平，进一步增强公司的持续竞争力；综合楼项目的实施将满足公司业务快速发展对办公场地的需求，同时多功能、智能化、专业化展厅有利于提高企业的形象。因此，本次发行将进一步强化公司核心竞争力和盈利能力，有助于公司可持续地健康运营，对公司未来发展具有重要战略意义。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次可转债发行完成后，公司的总资产、净资产规模均将大幅度提升，可转债发行完成后、转股前，公司需按照预先约定的票面利率对未转股的可转债支付利息，正常情况下公司对可转债募集资金运用带来的盈利增长会超过可转债需支付的债券利息，公司营业收入规模及利润水平将随着募投项目的实施有所增加。由于募集资金投资项目建设周期的存在，短期内募集资金投资项目对公司经营业绩的贡献程度将较小，可能导致公司每股收益和净资产收益率在短期内被摊薄。

五、综述

综上所述，本次公开发行可转换公司债券募集资金投资项目是公司基于行业发展趋势、市场竞争格局和公司自身优势等因素的综合考虑，并通过了必要性和可行性的论证。同时，本次募集资金投资项目符合法律法规规定和国家政策导向，符合公司制定的战略发展方向，有利于增强公司的可持续竞争力，符合本公司及全体股东的利益。

（本页无正文，为《梦百合家居科技股份有限公司公开发行可转换公司债券募集资金使用可行性分析报告》之签署页）

梦百合家居科技股份有限公司董事会

二〇一八年二月二十二日