

证券代码：603610

证券简称：麒盛科技

麒盛科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-001

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	国盛证券、中意资产管理公司、中山证券、中庚基金、源乐晟资产、元康投资、域秀资产管理公司、易鑫安资产管理有限公司、易汇资产、一二资本、西部利得基金、泰达投资、上海灵犀资产、三鹰(北京)投资咨询有限公司、融诚资产、趣时资产、暖流资产、明河投资、魅族投资、聚鸣投资、金鑫源投资管理有限公司、泓嘉华盛投资管理有限公司、禾正投资、东北证券、钉铃资产、晨燕资产、财通证券、安信基金等
时间	2020年2月19日
地点	电话交流
上市公司接待人员	公司董事会秘书兼财务总监侯文彪先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司基本情况、近况以及未来2-3年内的规划？</p> <p>公司成立于2005年，主要从事智能电动床及配套产品的研发、设计、生产和销售，公司秉承“创造美妙的智能生活”的宗旨，坚持以环保、安全、符合人体工学原理为设计核心，以实现睡眠监测、睡眠干预为发展目标。</p> <p>公司未来的规划主要针对美国、中国、欧洲三个市场。美国市场重点维护现有大客户，并积极开发新客户新渠道；针对中国市场，公司一直都在尝试各种渠道，比如直营店、经销商店以及养老、酒店等渠道，但仍处于一个市场培育过程中，可以参考活动沙发的发展趋势，活动沙发比智能电动床早十年出现在中国市场，但活动沙发也是近两年才开始家喻户晓，所以公司认为中国智能电动床市场的空间和潜力巨大，并将持续投入人力物力，开拓中国市场；针对欧洲市场，公司已在欧洲设立子公司，已经与当地一些客户进行了稳定合作，同时公司正在与欧洲的其他客户进行接洽，力争开拓新的客户与渠道。</p> <p>2、公司如何看美国、欧洲以及海外的电动床市场需求的增长？海外需求是否有办法跟踪？</p> <p>人的一生有三分之一的时间都在床上度过，床的智能化在家具智能化的进程中</p>

就显得尤为重要。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在欧美等地区。根据 ISPA（International Sleep Products Association）的统计，2018 年美国地区直接向零售商销售以及通过床垫企业间接销售的智能电动床数量约为 324.28 万张，较 2017 年增长约 52.83%；销售额约 11.34 亿美元，较 2017 年增长约 32.16%。2018 年美国地区固定床的销量在 2,036.25 万张左右，智能电动床销量占全部床型销量（即固定床及智能电动床销量合计）比例约 13.74%，较 2017 年增加 3.41 个百分点，智能电动床占全部床的比例呈上升趋势。智能电动床海外市场需求主要可参考 ISPA 和 Furniture Today 等机构或杂志。公司认为，随着家具智能化的普及和消费习惯的转型升级，智能电动床会逐步蚕食固定床的市场份额，智能电动床未来的市场增长空间十分巨大。

3、智能床和传统床相比有什么特点和不同？

智能电动床是在传统床的基础上进行改进。智能电动床有头部、腿部或腰部等部位带升降的功能，加上零压力、按摩、音响、语音控制等功能，带给用户更舒适的体验。同时通过非接触式传感器，增加了睡眠追踪系统，监测生理体征，目前正在研究开发对脑梗、心梗做出预警并有一定的进展，进一步让产品往智能化、健康化的方向发展。

4、日本也是一个老龄化社会，但是公司在日本市场销售份额比较小的原因？

公司在日本已经有多年的销售，只是相对美国市场来说，整体的销售额不大。由于日本和欧美的消费习惯不同，日本市场也需要市场培育的过程。

5、FOB 与 VMI 的区别？

FOB 模式是公司将货物运送上船，由客户负责清关及关税；VMI 主要是针对公司客户舒达席梦思（SSB），公司根据 SSB 的销售预测进行生产备货，由公司负责清关并送至公司在美国的仓库，并为 SSB 提供库存管理。如果产品在仓库中超过规定的时间，产品的所有权即转移至 SSB。

6、公司在代工行业的体量？

首先，公司业务不能简单的用代工来形容，公司的海外业务以 ODM 和自有品牌为主。在 ODM 模式下，公司提供自主设计的样品供客户选择并批量生产。截至 2019 年 12 月 31 日，公司及其子公司已拥有超过 250 件专利，超过 30 件发明专利。

其次，目前礼恩派是我们的主要竞争对手，根据 ISPA 的统计，2018 年美国智能电动床的销售数量约为 324 万张，公司出口至美国约为 107 万张，礼恩派销售约

100 多万张。可见公司与国内目前正在开发和销售智能电动床的公司相比较，在规模和体量上还是有明显的优势。

7、欧洲市场的潜在空间有多大？市场格局是否与美国一样？公司计划如何开拓欧洲市场？

我们认为从购买力来看，欧洲市场是足以媲美美国市场的广阔市场。欧洲市场格局与美国市场有所不同。一方面，欧洲国家众多，每个国家对智能电动床的标准要求不一样，不容易形成规模化生产，生产智能电动床的效率及销售推广的速度不如美国市场的发展。另一方面，适应欧洲市场的新的销售模式比较难创造。公司十分重视欧洲市场，并在欧洲成立了全资子公司负责市场和销售工作。公司主要通过知名的床垫厂商或卖场合作的模式，并且目前已经与部分厂商建立了稳定的长期合作关系。新的客户也在积极洽谈中。

8、公司现有的厂房产能是 100 多万张，越南工厂的产能是 60 万张，新厂房的产能是 200 万张，公司如何消化这些产能？

公司看好未来的市场空间。随着智能家居的不断普及，人们对智能电动床的逐步加深了解，市场的需求量一定会大幅度上升。

9、未来对智能电动床在美国的需求增速预测？

根据 ISPA 的统计，2018 年美国智能电动床的需求较上一年增长大约为 30%。因为美国销售的智能电动床的基数逐渐增大，故增长的速度可能会放缓。

10、公司除了较国外的企业具备人力成本上的优势，生产上是否还有其他的优势体现？经过多年的积累，产品不良率是多少，跟同行比会低多少？产品质量好坏一般是怎么衡量？

公司秉承“创造美妙的智能生活”的宗旨，以智能电动床产品为主导，坚持精益化、规模化、品牌化、国际化的战略，充分发挥渠道优势、技术优势、品牌优势、产品质量优势、规模化生产优势，为客户提供高附加值、高质量智能电动床产品。经过多年的研发、品控等工作积累，公司产品的不良率不到 1%，公司可以为主要客户提供十年，甚至终生的产品保修。

11、公司的驱动器是否全部向礼海采购？梦百合的驱动器向哪家供应商采购？

礼海电气的母公司是一家瑞士上市的德国公司，并且在全球都有工厂。公司的驱动器主要向礼海电气采购的原因：一方面，礼海电气能够满足公司的要求，保质

保量提供驱动器；另一方面，礼海电气所属集团是全球化的集团，在美国有相应的售后服务厂，如果公司销往美国的产品出现驱动器相关问题，可以获得礼海电气集团的售后支持。同时公司也有和其他驱动器供应商合作，并非全部向礼海电气采购。至于梦百合的驱动器向哪家供应商采购我们并不清楚。

12、美国奥格莫森之前尝试自己建工厂，但不成的原因是什么？公司相对于海外供应链优势主要体现在哪里？

美国奥格莫森当时不具备完整的生产及供应链体系，产生较高的生产成本，无法制造出符合质量要求的产品，从而导致资金链断裂。公司发挥规模优势，整合供应链资源，利用我国的劳动力、基础设施资源、完整供应链等优势，精益化生产，产品品质优异，得到了海内外客户的好评。

13、SSB、TSI 与奥格莫森合作时间长达十余年之久，是因为客户对奥格莫森的粘性比较强，粘性强是因为奥格莫森为终端客户提供售后服务吗？奥格莫森提供的售后服务是自己在做还是外包出去？其他公司可复制性强不强？比如梦百合如果想介入，可不可能通过在美国外包一个销售公司去做终端客户的售后服务？

粘性的原因主要有公司的产品质量、品控能力、性价比、售后服务能力等。奥格莫森具有自己的售后服务团队，积极响应客户的需求。与国际大客户建立合作关系是一个漫长的过程，不是一蹴而就的，公司历经 7-8 年的时间才与泰普尔丝涟（TSI）建立了稳定的合作关系。

14、公司 2020 年对除美国外的海外市场拓展的情况？

公司已与欧洲某大型寝具品公司对接，目前该客户已经下单购买了公司为其设计的一款定制化智能电动床。该客户拥有 10 个工厂，超过 3,000 名员工，并在欧盟地区拥有超过 1500 家门店。公司拟借助其销售渠道和品牌影响力，先在西班牙市场开始合作，后续将拓展至法国市场。未来公司会将将在西班牙、法国市场的销售经验、模式推广至其他欧洲国家，以点带面打开欧洲市场。

15、在美国市场中，公司终端价格和礼恩派终端售价的比较？

公司产品的终端售价相较礼恩派的价格具有竞争力。因为美国的制造成本大于中国的制造成本，公司拥有成本优势。