

慕思健康睡眠股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-003

<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>2025年半年报解读交流会</u> </p>
<p>活动参与人员</p>	<p>兴全基金、国华兴益保险、华泰保险、太平资产、兴业基金、南方基金、中金资管、泰康资产、招商基金、国联基金、华泰保兴基金、华夏基金、华夏久盈、信泰人寿、国投瑞银基金、富荣基金、大家资产、square point、东方基金、国富人寿保险、红土创新基金、长信基金、国赞投资、泓德基金、华宝基金、天弘基金、天治基金、杭州巨子私募基金、上海亥鼎云天私募基金、浙商证券、国金证券、国联民生证券、国泰海通、国信证券、西部证券、信达证券、兴业证券、野村东方国际证券、申万证券、东方财富证券、华福证券、广发证券、国海证券、长江证券、中金公司、中泰证券等 46 家机构，共计 54 位机构投资者。</p>
<p>时间</p>	<p>2025 年 8 月 28-29 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>董秘：邓永辉；证券事务代表：杨娜娜；IR 经理：赵静</p>
<p>形式</p>	<p>电话会议</p>
<p>交流内容及具体问答记录</p>	<p> 一、介绍 25 年半季度经营业绩情况 【业绩解读】2025 年上半年，公司围绕“聚焦健康睡眠、纵深突破 AI、品牌全球发展”战略，通过品牌高端化、产品创新、服务升级、精益运营、海外培育等策略持续增强核心竞争力。报告期内，实现营业收入 24.78 亿元，同比下降 5.76%，实现归属于上市公司股东的净利润 3.58 亿元，同比下降 4.14%，其 </p>

中 Q2 归母净利润 2.4 亿元，同比增长 3.35%；基本每股收益 0.91 元。

【分品类】2025 年半年度营业收入按产品分类，床垫、床架、沙发、床品、其他收入分别为 12.56/6.95/1.76/1.16/1.94 亿元，同比分别变动 1.25%/-10.68%/-15.64%/-22.23%/-7.97%。

【分渠道】2025 年半年度营业收入按渠道分类，经销、电商、直供、直营、其他收入分别为 18.60/4.71/0.85/0.16/0.46 亿元，同比分别变动 -2.79%/-14.07%/7.49%/-66.73%/11.65%。

【分地区】2025 年半年度营业收入按地区分类，境内、境外分别为 23.69/1.09 亿元，同比分别变动-7.71%/73.97%。

【毛利率】2025 年上半年综合毛利率 51.90%，同比+0.64pct。其中床垫、床架、沙发、床品毛利率分别为 63.55%/49.35%/27.44%/34.95%，同比分别变动 1.79/1.56/-9.59/-12.69pct。

【期间费用】2025 年上半年销售、管理、研发费用分别为 6.65/1.66/1.00 亿元，同比分别变动 0.45%/2.61%/2.2%。

二、交流环节

1、公司 AI 床垫业务进展与规划？

回复：2025 年上半年 AI 产品实现营收 1.21 亿元。渠道推广上，传统经销渠道重点发力 AI 产品；智慧睡眠直营店聚焦高流量核心商圈布局，重点进驻万象系、龙湖系等优质商业载体，沉淀可复用的开店策略与运营心得，为门店发展提供标准化路径支撑。产品宣传上，线上发力小红书、B 站等媒体平台，线下在主流一二线城市布局地标性具备 AI 产品体验及品牌文化传递作用的智慧睡眠博物馆。公司目前已与重要的生态合作伙伴达成合作备忘录，携手致力于智慧睡眠新生态的构建，下半年将正式发布合作款新产品。

2、2025 年传统业务的品类策略打法上是否有变化？

回复：床垫系公司核心主业，上半年公司聚焦健康睡眠主业，实现床垫品类营收、毛利率的双增。床架上半年的配套量下降，主要是去年同期通过套餐中床架让利政策推动配套率提升，对床架业绩有一定带动，未来该品类将更加注重终端培训和产品力提升。沙发和定制业务是独立事业部运营，考核重点是盈利，增速要求稳扎稳打，注重传递品牌形象和提供优质产品。

3、2025 年半年度电商表现情况？

回复：2025 年上半年电商营收 4.71 亿元，同比下降 14.07%，毛利率 51.22%，同比下降 1.63pct。其中，跨境电商上半年营收同比增长 91.88%。电商毛利率下降系平台收入结构变化影响，天猫等高毛利平台营收下降，抖音、亚马逊、沃尔玛等平台营收增长较快。

4、公司海外业务发展规划？

回复：2025 年上半年境外业务营收 1.09 亿元，同比增长 73.97%。公司海外业务主要有慕思品牌出海及跨境电商。慕思品牌出海目前主要围绕东南亚五国展开布局，其中在新加坡、越南、印度尼西亚的业务已在有序推进中；线上跨境电商入驻 Wayfair、亚马逊、沃尔玛等多家大型平台，逐步积累品牌海外认知度。

5、2025 年上半年国补对公司业绩的贡献情况？

回复：2025 年，公司从三月份开始参与国家补贴行动，上半年国补相关营业收入超 3 亿元（不含经销商直接参与国补的部分），3、4 月份国补对业绩的拉动较为明显。国补中 AI 产品的营收占比在逐步提升。

6、公司客户服务部上半年的工作成果及目前会员数量？

回复：报告期内，公司发布慕思金管家 4.0 智慧服务体系，客户服务部完成“统一全流程服务标准、提升 AI 产品服务力、收集客户声音、强化口碑传播体系、会员活动运营、高端会员俱乐部运营”六大关键业务落地。截至报告期末，会员注册总量超 392 万，会员规模快速扩张。

7、公司全年分红政策如何？

回复：公司 2025 年半年度利润分配预案为：拟以 2025 年半年度权益分派实施时股权登记日的总股本扣除公司回购专户上的股份后的股本为基数向全体股东每 10 股派发现金红利 4.5 元（含税）。公司重视对投资者的合理投资回报，未来的分红政策将坚持长期主义，综合考虑实际经营情况、盈利能力、资本需求和股东意愿等因素，确保分红政策的连续性和稳定性。

本次投资者调研活动采取线上会议形式，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

	<p>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>