

所属行业

轻工制造

发布时间

2022年08月23日

麒盛科技 (603610.SH)

海外需求收缩，国内线上销售表现亮眼

核心观点：

麒盛科技披露公司半年度报告。2022年上半年公司实现营业收入14.33亿元，同比增长8.01%；实现归属于上市公司股东的净利润0.98亿元，同比减少27.60%。其中，二季度公司取得营业收入6.89亿元，同比增长2.17%；归母净利润达0.41亿元，同比减少34.19%，业绩相对不佳。

随着全球“宅”经济的形势出现调整，许多居家形成的新需求有所减少，海内外需求整体收缩。在这种不利的形势下，公司积极“稳订单、稳生产”，力保公司业绩的相对稳定。北美市场，公司专门设立了新品牌 Dawn House，同时组建了设计、销售及数据开发及维护团队，率先开拓美国养老市场。此外，公司积极发力欧洲市场。公司与德国知名床垫品牌正式达成战略合作并实现出货，该客户将自身床垫搭配公司智能电动床架先于欧洲推广，2023年将推广至全球市场。在公司的积极努力下，上半年公司的销售收入保持了相对稳定，海外市场的营业收入达13.23亿元，同比增长7.90%。

利润水平方面，受到公司产品结构变化的影响，叠加公司此前采购的原材料成本较高，公司2021年毛利润率降至32.10%，同比减少2.04个百分点，毛利润率有所下滑。然而由于公司毛利润率的下行，公司净利润率降至6.72%，同比降低3.32个百分点，利润水平持续走弱。2022年上半年，公司实现归属于上市公司股东的净利润0.98亿元，同比减少27.60%。

展望未来，订单方面，随着美国经济正式进入衰退，叠加当前的高通胀环境，美国居民的购买力将进一步被削弱，整体需求预计将有所下滑。而在成本端，随着原材料价格的继续回落，以及美元汇率的继续走强，我们预计下半年公司的业绩保持相对平稳。

相关研究：

2020年第四季度策略报告：房住不炒下行业空间仍在，锚定资源是未来竞争关键	20201026
2020年9月地产月报：多地出台调控政策，金九悄然来临，但成色稍显不足	20201006
2020年8月地产月报：土地供应与成交同环比均下行，“三道红线”短期抑制投资力度	20200906
2020H1年报综述：规则已定，房企的空间还有多大？	20200911
月度数据点评：住宅成交连续两月正增长，土地成交创2020年新高（2020年1-6月）	20200716
2020年报综述：四类指标全面放缓，地产告别高速增长时代	20200509

研究员

于小雨

rain_yxy (微信号)

yuxiaoyu@ehconsulting.com.cn

周小龙

Eziochou (微信号)

zhouxiaolong@ehconsulting.com.cn

麒盛科技披露公司半年度报告。2022 年上半年公司实现营业收入 14.33 亿元，同比增长 8.01%；实现归属于上市公司股东的净利润 0.98 亿元，同比减少 27.60%。其中，二季度公司取得营业收入 6.89 亿元，同比增长 2.17%；归母净利润达 0.41 亿元，同比减少 34.19%，业绩相对不佳。

一、海外销售保持稳定，国内市场发展道阻且长

随着全球“宅”经济的形势出现调整，许多居家形成的新需求有所减少，海内外需求整体收缩。在这种不利的形势下，公司积极“稳订单、稳生产”，力保公司业绩的相对稳定。北美市场，公司专门设立了新品牌 Dawn House，同时组建了设计、销售及数据开发及维护团队，率先开拓美国养老市场。此外，公司积极发力欧洲市场。公司与德国知名床垫品牌正式达成战略合作并实现出货，该客户将自身床垫搭配公司智能电动床架先于欧洲推广，2023 年将推广至全球市场。在公司的积极努力下，上半年公司的销售收入保持了相对稳定，海外市场的营业收入达 13.23 亿元，同比增长 7.90%。

而在中国市场方面，作为 2022 年北京冬奥会和冬残奥会唯一的智能电动床供应商，麒盛科技为冬奥村和各场馆提供了 6000 多张智能电动床以及 20 个睡眠体验舱。通过美国运动员在社交媒体上对于智能电动床体验的分享，“冬奥智能床”在短时间迅速登上了各大短视频平台热搜并先后被国内外媒体报道，累计曝光量超百亿，这也带动了公司的线上订单需求。2022 年 1-6 月，公司收到国内市场线上订单 3048.60 万元，相比去年同期增长 228.54%。尽管冬奥会在一定程度上刺激了公司的线上需求，但公司在国内的业绩增长仍然趋于缓慢。经测算，上半年国内销售收入达 1.10 亿元，同比增长 9.36%，国内市场仍处于培育期。

二、产品结构调整，利润水平有所回落

利润水平方面，受到公司产品结构变化的影响，叠加公司此前采购的原材料成本较高，公司 2021 年毛利润率降至 32.10%，同比减少 2.04 个百分点，毛利润率有所下滑。期间费用率为 21.28%，同比减少 0.54 个百分点，费用管控进一步增强。其中，随着公司营销活动的大力开展，市场营销费用增加，销售费用率提升至 9.71%，同比提升 1.38 个百分点。由于咨询费用增加、薪酬结构变动，管理费用率升至 11.10%，同比提升 2.78 个百分点。财务费用方面，由于美元走强，公司取得了 9096.56 万元的汇兑损益。受此提振，公司的财务费用率降至-4.62%，较大程度的改善了公司的利润情况。然而由于公司毛利润率的下行，公司净利润率降至 6.72%，同比降低 3.32 个百分点，利润水平持续走弱。2022 年上半年，公司实现归属于上市公司股东的净利润 0.98 亿元，同比减少 27.60%。

展望未来，订单方面，随着美国经济正式进入衰退，叠加当前的高通胀环境，美国居民的购买力将进一步被削弱，整体需求预计将有所下滑。而在成本端，随着原材料价格的继续回落，以及美元汇率的继续走强，我们预计下半年公司的业绩保持相对平稳。

【免责声明】

本报告是基于亿翰智库认为可靠的已公开信息进行撰写,公开信息包括但不限于公司公告、房管部门网站、互联网检索等多种途径,但亿翰智库不保证所载信息的完全准确和全部完整。由于时间和口径的原因,本报告所指的内容可能会与企业实际情况有所出入,对此亿翰智库可随时更改且不予特别通知。

本报告旨在公正客观地反应企业经营情况。在任何情况下,本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何机构或个人的任何建议。任何机构或个人应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况,若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测仅供参考。

本报告产权为亿翰智库所有。亿翰智库以外的机构或个人转发或引用本报告的任何部分,请严格注明相关出处及来源且不得修改报告任何部分,如未经亿翰智库授权,传播时私自修改其报告数据及内容,所引起的一切后果或法律责任由传播者承担,亿翰智库对此等行为不承担任何责任,亿翰智库将保留随时追究其法律责任的权利。

【关于我们】

亿翰智库是一家以房地产行业的数据分析、行业研判、企业研究为核心的研究机构,隶属亿翰股份,其专注于行业趋势、企业模型以及资本价值等多维度研究及应用;定期向业内、资本市场等发布各类研究成果达数千次,亿翰智库力求打造中国房地产企业与资本的高效对接平台。



亿翰智库二维码