公司代码:603610　　公司简称:麒盛科技

麒盛科技股份有限公司

[2019] 年度报告摘要

一 重要提示

1 本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。

2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

3 公司全体董事出席董事会会议。

4 天健会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司拟以2019年年度权益分配股权登记日的总股本为基数,将全体股东每10股派发现金股利10元(含税),共计派发现金总额150,332,650元(含税),剩余未分配利润结转至下一年度;以资本公积转增股本,每10股转增13股,本次转增完成后,公司的总股本为207,469,057股。本年度利润分配和资本公积转增股本预案尚需提交2019年年度股东大会审议通过后实施。

二 公司基本情况

1 公司简介

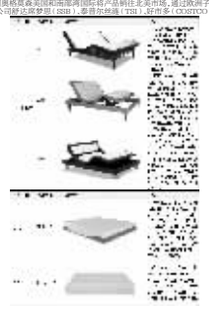
公司股票简况			
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	麒盛科技	603610	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	徐文彪	谢荣钱
办公地址	浙江省嘉兴市秀洲区王江泾镇秋茂路158号	浙江省嘉兴市秀洲区王江泾镇秋茂路158号
电话	0573-82283307	0573-82283307
电子信箱	sofia@mdstide.cn	sofia@mdstide.cn

2 报告期公司主要业务简介

(一)公司所从事的主要业务

公司主要从事智能电动床及配件产品的研发、设计、生产和销售,公司秉承“创造美妙的智能生活体验”的宗旨,坚持以环保、安全、符合人体工学原理为设计核心,以实现睡眠质量、睡眠十指为发展目标。目前,公司主要以通过公司美格森美国及欧洲国际销售公司拓展北美市场,通过跨境子公司美格森香港欧洲机构销售市场,通过国内子公司索菲莉斯和极乐赢国内市场,公司凭借卓越的产品品质,与全球知名公司好莱坞梦想(SBI),泰普尔终端(TSI),舒市多(COSTCO)建立了长期稳定的合作关系。公司主要产品具体情况如下:



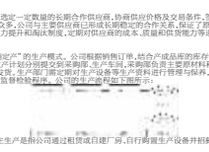
(二)公司主要经营模式

1、采购模式

公司的采购模式为订单式采购。采购部门对每类原材料选定一定数量的长期合作供应商,协商供应价格及交易条件,签署框架采购协议,具体采购时,根据客户订单及库存情况向供应商下达供货数量,公司所在地及周边地区原材料供应商众多,公司与主要供应商已形成长期稳定的合作关系,保证了原材料的质量和及时供应,公司根据原材料在品质、特性、价格等方面的供应需求对大额供应商建立了严格的准入、考核、淘汰提升和跟踪制度,定期对供应商的成本、质量和供货能力等进行综合评估,将考核结果作为采购调整的依据,由专人对潜在供应商进行考察和评估。

2、生产模式

公司的生产模式是以客户的需求为导向,主要采用“以销定产”的生产模式。公司根据销售订单,结合产成品库存情况,编制生产计划和交货计划,相关生产部门进行生产,同时密切跟踪订单交动情况,及时更新生产计划,生产部门将生产计划分别提交到采购部、生产车间,采购部负责主要原材料和辅助材料的采购,生产车间负责产品的生产和组装,整个生产过程包括生产计划、领料生产、产品检验、包装入库与发货等,生产部门制定原材生产设备等生产资料进行管理与保养,并协调、解决生产过程中突发问题,同时,为了保证产品的生产质量和合格率,在生产过程的各个阶段,生产部执行严格的监督检验程序。公司的生产流程如下图所示:



公司坚持自主生产为主,辅以部分零部件委托加工。自主生产是指公司通过租赁或自建厂房、自行购置生产设备并招募员工进行生产。

3、销售模式

目前,公司的销售方式为国外市场销售为主、国内市场销售为辅。公司针对产品国外市场销售,国内市场销售不同的销售特点,综合考虑目标市场的特点、自主品牌推广、不同地区消费者的消费习惯等多方面因素,采取了具有针对性的多样化销售模式。

(1)国外市场销售模式

①买断广商合作模式

公司以与美国沃博联公司(有美前两位床垫品牌经销商之一的梦百合家居(SBI))、泰普尔终端(TSI)建立了多年的合作关系,公司设计并生产多种型号的智能电动床具给客户,美格森公司是公司生产的智能电动床与其自产成熟的床垫或其他产品一起,再向床垫广商和门上其自有品牌,将整床销售给最终消费者。根据合同约定,公司在销售给下游床垫广商的产品上可以保留公司自己主品牌及商标及“Powered by Ergomotion”等标识。通过床垫广商的渠道的销售渠道,提升产品的知名度及市场占有率,并有效传播,提及了公司自主品牌。

②零售商合作模式

公司通过全球的家具展会,博览会等活动,与优质零售商建立客户关系,公司不极参加国际国际家具展、拉斯维加斯国际家具展、电子消费展(CES)、广州中国国际博览会、上海中国国际家具展等展会,在展示公司产品多样化的同时,广泛地与潜在客户进行交流。公司还与Amazon Furniture Warehouse Co. Inc.,Mancini's Sleepworld Inc等家具零售商建立了业务往来,公司将生产的智能电动床实物家具零售商销售,再由家具零售商将智能电动床成品销售给最终消费者。

③网络销售模式

公司通过外部的网络销售主要由公司的各外子公司美国美国国际食宜家集、南京国际主要通过好市多(COSTCO)的网上商城直接向最终消费者销售智能电动床及床垫等记忆棉家居制品,并提供产品售后服务。此外,公司还在亚马逊购物(WWW.AMAZON.COM),WWW.OVERSTOCK.COM,Sam's club等网络销售平台有自营网络销售。

(2)国内市场销售模式

公司国内市场销售主要依托子公司索菲莉斯国际食宜家集,南京国际主要通过好市多(COSTCO)的网上商城直接向最终消费者销售智能电动床及床垫等记忆棉家居制品,并提供产品售后服务。

①直营模式

公司依托子公司索菲莉斯通过开设直营门店或专柜,直接将目标产品品牌的商品销售给消费者。在直营模式下,由公司派出人员直接对直营门店或专柜进行管理,管理及运营成本较高,单个门店的投资金额相对较高。公司的直营店及专柜主要开设在大型购物中心,百货商场等人流量密集的区域,截至2019年12月31日,公司国内标家直营门店或专柜。

②经销商模式

为促进国内市场销售,进一步提升索菲莉品牌的知名度,公司通过邀请优质的方式在各地区选择经销商,并签订经销合同,经销商在公司的指导下开展市场调查、品牌宣传、产品展示、产品检验、包装入库与发货等,生产部门制定原材生产设备等生产资料进行管理与保养,并协调、解决生产过程中突发问题,同时,为了保证产品的生产质量和合格率,在生产过程的各个阶段,生产部执行严格的监督检验程序。公司的生产流程如下图所示:

(三)公司主要经营模式

1、采购模式

公司的采购模式为订单式采购。采购部门对每类原材料选定一定数量的长期合作供应商,协商供应价格及交易条件,签署框架采购协议,具体采购时,根据客户订单及库存情况向供应商下达供货数量,公司所在地及周边地区原材料供应商众多,公司与主要供应商已形成长期稳定的合作关系,保证了原材料的质量和及时供应,公司根据原材料在品质、特性、价格等方面的供应需求对大额供应商建立了严格的准入、考核、淘汰提升和跟踪制度,定期对供应商的成本、质量和供货能力等进行综合评估,将考核结果作为采购调整的依据,由专人对潜在供应商进行考察和评估。

2、生产模式

公司的生产模式是以客户的需求为导向,主要采用“以销定产”的生产模式。公司根据销售订单,结合产成品库存情况,编制生产计划和交货计划,相关生产部门进行生产,同时密切跟踪订单交动情况,及时更新生产计划,生产部门将生产计划分别提交到采购部、生产车间,采购部负责主要原材料和辅助材料的采购,生产车间负责产品的生产和组装,整个生产过程包括生产计划、领料生产、产品检验、包装入库与发货等,生产部门制定原材生产设备等生产资料进行管理与保养,并协调、解决生产过程中突发问题,同时,为了保证产品的生产质量和合格率,在生产过程的各个阶段,生产部执行严格的监督检验程序。公司的生产流程如下图所示:

公司坚持自主生产为主,辅以部分零部件委托加工。自主生产是指公司通过租赁或自建厂房、自行购置生产设备并招募员工进行生产。

3、销售模式

目前,公司的销售方式为国外市场销售为主、国内市场销售为辅。公司针对产品国外市场销售,国内市场销售不同的销售特点,综合考虑目标市场的特点、自主品牌推广、不同地区消费者的消费习惯等多方面因素,采取了具有针对性的多样化销售模式。

(1)国外市场销售模式

①买断广商合作模式

公司以与美国沃博联公司(有美前两位床垫品牌经销商之一的梦百合家居(SBI))、泰普尔终端(TSI)建立了多年的合作关系,公司设计并生产多种型号的智能电动床具给客户,美格森公司是公司生产的智能电动床与其自产成熟的床垫或其他产品一起,再向床垫广商和门上其自有品牌,将整床销售给最终消费者。根据合同约定,公司在销售给下游床垫广商的产品上可以保留公司自己主品牌及商标及“Powered by Ergomotion”等标识。通过床垫广商的渠道的销售渠道,提升产品的知名度及市场占有率,并有效传播,提及了公司自主品牌。

②零售商合作模式

公司通过全球的家具展会,博览会等活动,与优质零售商建立客户关系,公司不极参加国际国际家具展、拉斯维加斯国际家具展、电子消费展(CES)、广州中国国际博览会、上海中国国际家具展等展会,在展示公司产品多样化的同时,广泛地与潜在客户进行交流。公司还与Amazon Furniture Warehouse Co. Inc.,Mancini's Sleepworld Inc等家具零售商建立了业务往来,公司将生产的智能电动床实物家具零售商销售,再由家具零售商将智能电动床成品销售给最终消费者。

③网络销售模式

公司通过外部的网络销售主要由公司的各外子公司美国美国国际食宜家集,南京国际主要通过好市多(COSTCO)的网上商城直接向最终消费者销售智能电动床及床垫等记忆棉家居制品,并提供产品售后服务。此外,公司还在亚马逊购物(WWW.AMAZON.COM),WWW.OVERSTOCK.COM,Sam's club等网络销售平台有自营网络销售。

(2)国内市场销售模式

公司国内市场销售主要依托子公司索菲莉斯国际食宜家集,南京国际主要通过好市多(COSTCO)的网上商城直接向最终消费者销售智能电动床及床垫等记忆棉家居制品,并提供产品售后服务。

①直营模式

公司依托子公司索菲莉斯通过开设直营门店或专柜,直接将目标产品品牌的商品销售给消费者。在直营模式下,由公司派出人员直接对直营门店或专柜进行管理,管理及运营成本较高,单个门店的投资金额相对较高。公司的直营店及专柜主要开设在大型购物中心,百货商场等人流量密集的区域,截至2019年12月31日,公司国内标家直营门店或专柜。

②经销商模式

为促进国内市场销售,进一步提升索菲莉品牌的知名度,公司通过邀请优质的方式在各地区选择经销商,并签订经销合同,经销商在公司的指导下开展市场调查、品牌宣传、产品展示、产品检验、包装入库与发货等,生产部门制定原材生产设备等生产资料进行管理与保养,并协调、解决生产过程中突发问题,同时,为了保证产品的生产质量和合格率,在生产过程的各个阶段,生产部执行严格的监督检验程序。公司的生产流程如下图所示:

(四)公司主要销售模式

1、线上销售模式

公司通过与美国沃博联公司、美国好市多(COSTCO)、美国Amazon Furniture Warehouse Co. Inc.、Mancini's Sleepworld Inc等家具零售商建立了业务往来,公司将生产的智能电动床实物家具零售商销售,再由家具零售商将智能电动床成品销售给最终消费者。

2、线下销售模式

公司通过子公司美格森香港欧洲机构销售市场,通过国内子公司索菲莉斯国际和极乐赢国内市场,通过国内子公司索菲莉斯国际食宜家集,南京国际主要通过好市多(COSTCO)建立了长期稳定的合作关系。公司主要产品具体情况如下:

(五)公司主要经营模式

1、采购模式

公司的采购模式为订单式采购。采购部门对每类原材料选定一定数量的长期合作供应商,协商供应价格及交易条件,签署框架采购协议,具体采购时,根据客户订单及库存情况向供应商下达供货数量,公司所在地及周边地区原材料供应商众多,公司与主要供应商已形成长期稳定的合作关系,保证了原材料的质量和及时供应,公司根据原材料在品质、特性、价格等方面的供应需求对大额供应商建立了严格的准入、考核、淘汰提升和跟踪制度,定期对供应商的成本、质量和供货能力等进行综合评估,将考核结果作为采购调整的依据,由专人对潜在供应商进行考察和评估。

2、生产模式

公司的生产模式是以客户的需求为导向,主要采用“以销定产”的生产模式。公司根据销售订单,结合产成品库存情况,编制生产计划和交货计划,相关生产部门进行生产,同时密切跟踪订单交动情况,及时更新生产计划,生产部门将生产计划分别提交到采购部、生产车间,采购部负责主要原材料和辅助材料的采购,生产车间负责产品的生产和组装,整个生产过程包括生产计划、领料生产、产品检验、包装入库与发货等,生产部门制定原材生产设备等生产资料进行管理与保养,并协调、解决生产过程中突发问题,同时,为了保证产品的生产质量和合格率,在生产过程的各个阶段,生产部执行严格的监督检验程序。公司的生产流程如下图所示:

公司坚持自主生产为主,辅以部分零部件委托加工。自主生产是指公司通过租赁或自建厂房、自行购置生产设备并招募员工进行生产。

3、销售模式

目前,公司的销售方式为国外市场销售为主、国内市场销售为辅。公司针对产品国外市场销售,国内市场销售不同的销售特点,综合考虑目标市场的特点、自主品牌推广、不同地区消费者的消费习惯等多方面因素,采取了具有针对性的多样化销售模式。

(1)国外市场销售模式

①买断广商合作模式

公司以与美国沃博联公司(有美前两位床垫品牌经销商之一的梦百合家居(SBI))、泰普尔终端(TSI)建立了多年的合作关系,公司设计并生产多种型号的智能电动床具给客户,美格森公司是公司生产的智能电动床与其自产成熟的床垫或其他产品一起,再向床垫广商和门上其自有品牌,将整床销售给最终消费者。根据合同约定,公司在销售给下游床垫广商的产品上可以保留公司自己主品牌及商标及“Powered by Ergomotion”等标识。通过床垫广商的渠道的销售渠道,提升产品的知名度及市场占有率,并有效传播,提及了公司自主品牌。

②零售商合作模式

公司通过全球的家具展会,博览会等活动,与优质零售商建立客户关系,公司不极参加国际国际家具展、拉斯维加斯国际家具展、电子消费展(CES)、广州中国国际博览会、上海中国国际家具展等展会,在展示公司产品多样化的同时,广泛地与潜在客户进行交流。公司还与Amazon Furniture Warehouse Co. Inc.,Mancini's Sleepworld Inc等家具零售商建立了业务往来,公司将生产的智能电动床实物家具零售商销售,再由家具零售商将智能电动床成品销售给最终消费者。

③网络销售模式

公司通过外部的网络销售主要由公司的各外子公司美国美国国际食宜家集,南京国际主要通过好市多(COSTCO)的网上商城直接向最终消费者销售智能电动床及床垫等记忆棉家居制品,并提供产品售后服务。此外,公司还在亚马逊购物(WWW.AMAZON.COM),WWW.OVERSTOCK.COM,Sam's club等网络销售平台有自营网络销售。

(2)国内市场销售模式

公司国内市场销售主要依托子公司索菲莉斯国际食宜家集,南京国际主要通过好市多(COSTCO)的网上商城直接向最终消费者销售智能电动床及床垫等记忆棉家居制品,并提供产品售后服务。

①直营模式

公司依托子公司索菲莉斯通过开设直营门店或专柜,直接将目标产品品牌的商品销售给消费者。在直营模式下,由公司派出人员直接对直营门店或专柜进行管理,管理及运营成本较高,单个门店的投资金额相对较高。公司的直营店及专柜主要开设在大型购物中心,百货商场等人流量密集的区域,截至2019年12月31日,公司国内标家直营门店或专柜。

②经销商模式

为促进国内市场销售,进一步提升索菲莉品牌的知名度,公司通过邀请优质的方式在各地区选择经销商,并签订经销合同,经销商在公司的指导下开展市场调查、品牌宣传、产品展示