证券代码:300729 证券简称:乐歌股份 公告编号:2023-021
债券代码:123072 债券简称:乐歌转债

乐歌人体工学科技股份有限公司

【2022】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,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

2、所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

3、立信会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告的审计意见为:标准的无保留意见。

4、本报告期会计师事务所变更情况:未变更,公司本年度会计师事务所为立信会计师事务所(特殊普通合伙)。

5、非标准审计意见提示

□适用 √不适用

6、公司上市时未盈利且目前未实现盈利

□适用 √不适用

7、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

√适用 □不适用

8、公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为:以239,161,729.00为基数,向全体股东每10股派发现金红利3.5元(含税),送红股0股(含税),以资本公积金向全体股东每10股转增3股。公司利润分配方案公布后至实施前,公司股本如发生变动,按照分配比例不变的原则对分配总额进行调整。

9、董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□适用 (不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	乐歌股份	股票代码	300729
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	朱艳	白晓	
办公地址	宁波市鄞州区首南街道学士路636号余东大厦10层	宁波市鄞州区首南街道学士路636号余东大厦10层	
传真	0574-88070232	0574-88070232	
电话	0574-55007473	0574-55007473	
电子信箱	law@letrek.com	law@letrek.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(一)公司主营业务、主要产品及用途

报告期内,公司主营业务包含两块,一块为聚焦以线性驱动为核心的智能家居、健康智慧办公产品,始终致力于以人体工学理念创新日常生活与办公方式,同时借力智能时代的快速发展,以人体工学为依托,搭载尖端技术和顶尖产品设计,为广大用户提供智能家居、健康办公的整体解决方案。主要产品包括线性驱动智慧办公升降桌、智慧升降工作站、智能升降儿童学习桌、健身办公椅、智能电动床等。另外一块为公司衍生业务跨境电商公共海外仓创新服务综合体项目,该业务在为自身跨境电商业务赋能的同时,向超过450家的中小外贸企业提供了包括海外仓储、尾程派送等服务,并逐步提供覆盖头程海运等跨境电商物流一站式服务。报告期内,公司跨境电商公共海外仓创新服务综合体项目发展态势良好。

报告期内,在高基数和欧美通胀导致居民购买力下降的背景下,公司仍实现营收3,208,306,091.16元,较上年同期增长11.74%。而公司扣非后净利润略有下滑主要系:一方面,公司坚持长期主义和可持续发展,主动加大产品研发、自动化工艺研发和信息化研发的人员和资源投入,持续打造独立站自主销售渠道,建立私域流量,打造自主品牌;上述研发与营销的投入产出需经历一定的爬坡期,随着投入的增加,公司可持续发展能力将不断增强;另一方面,公司上半年受到人民币汇率波动、海运费产重高位等外部不利因素的影响,第三季度开始,前述造成扣非后净利润阶段性下滑的不利因素已明显改善,主要表现为:海运价格大幅回落,美元兑人民币中间价显著回升,因此三、四季度累计扣非后净利润环比一、二季度增长95.20%。公司盈利环比大幅改善。未来公司将积极拓宽海外销售渠道,着力加大潜在新兴市场的开拓力度,不断提升企业盈利能力。

(1)线性驱动智慧升降系统:

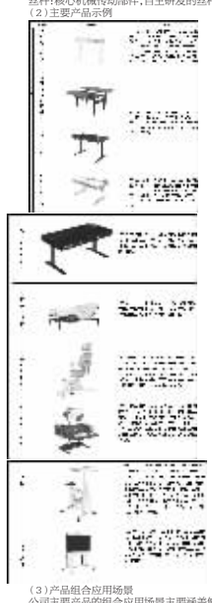
智慧屏:采用自主研发的“乐歌智能小秘书”系统,具备高识别率的在线语音识别ASR,智能语义分析NLP,真人化语音反馈TTS,可以支持不同垂直领域的语义理解,实现语音交互,可作为办公助手,完成日程记录、待办提醒等事项。该系统支持开放生态,随着更多功能的开发,实现从传统办公1.0到智能物联办公2.0的跨越。

控制器:作为精密传动装置的“中枢系统”,集成自主研发的调平算法,能有效解决多电机运动的同步性问题,实现空载、满载、偏载等工况下,升降更加平稳、顺滑,拥有国内外多项电机控制算法相关专利。

电机:拥有多项电机相关发明专利,实现批量化生产,具有高效率、低损耗、高转速、高功率密度、低振动低噪声、高静态自锁能力、高可靠性等优良性能。

丝杆:核心机械传动部件,自主研发的丝杆具有高传动效率,运行顺滑,以及低噪音低振动等特点,相关性能指标达到行业领先水平。

(2)主要产品示例



(3)产品组合应用场景

公司主要产品的组合应用场景主要涵盖健康办公领域、智能家居领域以及专业应用领域等。

通过线性驱动智慧办公升降桌、智慧健康升降工作站、智慧健身办公椅、5G智能会议系统等产品单独或组合使用,为用户日常工作提供坐、站、动交替整体解决方案,改变人们传统办公方式,缓解久坐人群颈椎病、腰椎病、深静脉血栓(经济舱综合征)、心脑血管疾病以及因久坐引起的腰腹赘肉、肠胃不适等亚健康问题,提升办公及家居舒适度及工作效率。

乐歌智能家居产品以人体工学为设计理念,依托智能升降技术,提升家居安全性、便利性、舒适性、艺术性,为千万用户和家庭传递健康生活理念,为更多关注健康生活、追求品质生活的用户提供更完善、可靠的产品与服务。

(4)乐歌跨境电商公共海外仓创新服务综合体项目服务业务

2013年,公司在美国旧金山湾谷设立首个海外仓,随着经营发展需要,先后在孟菲斯和休斯顿增设海外仓。2019年初,公司意识到海外仓的战略意义,开始系统性筹划公共海外仓项目,并于2020年上半年开始全力推进。报告期内,乐歌跨境电商公共海外仓创新服务综合体项目赋能跨境电商行业,深入“仓+网”建设,专注中大件商品的全流程物流供应链管理。乐歌持续对现有海外仓进行优化布局,尤其在北美地区,围绕核心港口稀缺资源,采用“小仓开大仓”的方式滚动发展公共海外仓,在提升海外仓规模的同时加强对海外仓的运营成本控制。截至报告期末,乐歌除在美国核心枢纽港口区域自购的海外仓和租赁仓外,还在德国、日本等地也均设有海外仓,累计全球共12仓,面积27.58万平方米,其中全美9个核心港口和路基港口枢纽城市,覆盖美西、美中、美南、美东,超300个卸货月台,500个集装箱泊位。

乐歌海外仓持续帮助国内中小企业出海,累计服务超过450家客户,初步建立海外客户网络。乐歌海外仓还获得十大人气海外仓、国家级示范创新服务示范案例、2022浙江省级海外仓、亚马逊SPN服务商等奖项与认证。乐歌参与制定了全国首个跨境电商海外仓标准《跨境电子商务海外仓运营与服务管理规范》。

公司有十余年的跨境电商运营经验,基于自身百万卖家级的跨境电商体量,乐歌与FEDEX、UPS、GLS、DHL等快递服务商的合同级别高,议价能力强。乐歌布局公共海外仓后,在助力本公司跨境电商业务快速发展的同时,大力服务中小企业,为其他中小外贸企业提供优惠的高质量服务,因此也大幅提升了乐歌与电商产业链上下游合作者的议价能力,包括但不限于在头程海运、卡车派送、仓储服务成本、尾程快递、支付等方面的议价能力,形成了良好的生态效应。

(二)报告期内公司经营模式

报告期内,公司经营状况良好,采购、生产、销售等运营模式未发生重大变化。公司聚焦健康办公及智能家居领域,为广大用户特别是久坐人群、伏案人士提供坐站动交替的健康办公整体解决方案,以及为追求更高品质及健康生活的人群提供智能家居产品。同时,公司为中小外贸企业提供包括海外仓储、尾程派送等服务,并逐步提供覆盖头程海运等跨境电商物流一站式服务。公司运营覆盖市场调研、产品企划、研发设计、供应链管理、生产制造、渠道建设、品牌营销和售后服务等各个环节,实现对全价值链的有效控制。

1、采购模式

公司对外采购生产所需的物料主要包含大宗原材料、零部件以及产品包装物及定制成品。大宗原材料指精密钢管、钢板、铝锭、ABS塑料等基础材料;所需外购部件主要为PCB线路板、MCU芯片、电子零配件、冲压件、铜丝漆包线、铝压铸件、塑料件、标准件、部分电机及电机组件、精密丝杆;产品包装物主要包括彩盒、外箱、说明书等;定制成品主要是外协生产的部分支架类产品。

公司制定了完备的采购制度及流程,与采购管理直接相关的部门包括采购部、质量部、研发部、计划部、物控部、财务部、内审部;其中采购部主导负责供应商的寻源、开发、物料的询价、议价、比价,综合考虑各供应商产品品质、生产能力、业内口碑、售后服务、供应价格等诸多因素,并协同质量部做供应商管理;密切关注主要物料供应商的交动情况;财务部成本小负责核价,对采购价格进行跟踪监督,全程管控外购料件的价格合理性;质量部对外负责供应商质量体系的稽核与辅导,确保供应商符合公司的质量管控要求,对外购料件的检验有效管控,并负责供应商的月度绩效、年度绩效管理;质量、研发及工程部协同采购部对新供应商稽核导入,并制定物料的技术标准、验收标准;计划部根据业务部门需求及库存情况制定物料需求计划;物控根据物料需求计划下达物料采购订单至供应商,全程跟踪至物料入库,对账、付款,配合质量部对来料异常进行处理;内审部门负责全流程的审计与监督。

2、生产模式

公司产品销售以自主品牌为主,贴牌加工业务并行。对于自主品牌销售的产品,公司根据市场需求、年度销售计划及现有订单、现有库存等情况自行制定销售计划,并结合安全库存的要求组织生产;对于贴牌加工业务,公司主要遵循以客户订单为依据的“以销定产”的生产模式。

公司持续进行全球化制造的布局,形成了国内宁波、广西北海生产基地核心制造以及海外越南外围制造的模式。公司产品生产主要涉及电机制造、SMT贴片、模具设计与制造、连续模冲压成型、精密制管、激光切割、机器人焊接、木板制造、注塑成型、表面喷涂、电子组装、机械装配等环节,工艺门类齐全、生产工艺复杂,主要零部件的生产工艺自动化程度高,部分产品机、电、软结合,具有较高的复杂程度和技术含量,具备多品类制造能力及较好的统筹管理水平。自主生产及多基地生产使得公司在面对市场波动、海内外关税政策的变化等不利因素时,有着较强的统筹和适应能力。

此外,公司持续推动工业工程、品质管控技术及信息技术在生产过程中的应用,提高制造过程的自动化水平和透明度。并配备行业领先的洗泡测试体系,体现了公司对维持高质量标准的承诺。

3、销售模式

报告期内,公司销售模式覆盖境内、境外、线上、线下多类型、多渠道的多元化销售模式。目前公司正积极加大渠道拓展,努力开拓线下自有品牌渠道,实现线上线下融合。

(1)境外线下销售

报告期内,境外线下销售客户主要包括零售渠道、超市渠道、批发渠道,工程渠道等,采用ODM模式为主,产品与公司自主品牌产品进行适当区分。

(2)境内线下销售

报告期内,公司境内线下销售客户主要为实体门店、民用家居品牌商、办公家具品牌商、IT/OA集成商和其他行业客户。公司境内线下销售产品以自主品牌为主,亦有少量家居/家具品牌商采用双品牌或ODM的合作方式。报告期内,公司持续开拓经销商渠道。同时,公司以宁波为试点积极布局线下门店,并经过实证探索,淘汰持续亏损门店,保留并复制盈利门店。目前已在宁波设立5家线下体验店。

(3)线上销售

公司境内、境外线上销售主要通过独立站和大型电商平台进行,如境内的天猫商城、京东商城、小米有品;境外的 Amazon,公司的独立网站,HomeDepot、OfficeDepot、Wal-mart,乐天,雅虎,Wayfair等电商平台。近年来,公司独立站稳步快速发展,Google搜索排名和Alexa全球排名走势持续提升。根据不同电商平台的经营特点,公司线上销售以M2C直营模式为主,分销模式为辅。

①M2C直营模式

M2C直营模式下,公司作为产品制造商通过电商平台直接面向最终消费者,减少了中间环节,使公司有效把控包括市场调研、产品企划、研发设计、供应链管理、生产制造、渠道建设、品牌营销和售后服务在内的全业务价值链,通过纵向一体化既实现了公司效益最大化,也提升了消费者购买及售后体验。公司在独立站、亚马逊、天猫旗舰店、京东旗舰店、小米有品、Amazon、eBay平台均以M2C直营模式为主。公司线上M2C直营模式销售流程主要包括:客户通过平台下单购买,并通过网络支付手段进行支付,公司在确认支付后向客户寄送商品并提供售后服务。

②线上分销模式

公司与京东等电商平台及其他线上分销商之间的合作以分销模式为主,即主要由公司将产品销售给京东等分销商,再由其通过自身平台销售给最终消费者,并负责向消费者寄送商品。

4、海外仓运营模式

乐歌跨境电商公共海外仓创新服务综合体项目从2020年提出后,结合乐歌自身的尾程配送优势,专注中大件商品的全流程物流供应链管理,赋能跨境电商行业。报告期内,乐歌海外仓已经逐步转变成了集合目的港清关、目的港拖车、仓储管理、尾程快递、尾程卡派、反向物流、客户价值提升的多维度物流供应链管理解决方案提供商,并已逐步向工厂直拖、进港报关、头程海运的物流供应链上游延伸。公司以实现从工厂到终端消费者的“端到端”全流程服务体系为目标。

(1)仓储设施建设:乐歌海外仓以美国西海岸枢纽港口区域作为重点发展方向,通过小仓合并成大仓的方式,扩规模降成本。截至报告期末,在全球拥有海外仓12个,面积27.58万平方米。为适应电商进一步发展的趋势,同时为提升仓库运作效率,加大单位面积产出,降低多仓库固定投入损耗,公司预计将逐步在美国宾州、佐治亚州投建大面积仓库和自动化仓库。

(2)物流网络建设:乐歌海外仓积极整合美国本土物流网络资源,主动向上游和下游供应链进行整合,建立了美东宾西法尼亚州/新泽西州和美西洛杉矶/旧金山的卡车车队,实现了港口拖船的运输网络支持,给中小企业提供货柜到港后的“清关-拖柜-仓储-配送”完整解决方案,更加深入的往专业化物流解决方案发展。

(3)招商流程建设:公司设有国内和海外两地的海外仓运营部,由招商团队负责客户开发,售后团队负责客户维护,由法务部门负责风险把控。以下为海外仓运作流程:

(4)信息化建设:乐歌自有100多名软件工程师IT团队,在原有OMS和WMS的基础上,根据业务需求持续深化物流信息化的建设,自研TMS系统实现“可视化物流”、尾端配送最优化对接、卡派业务对接,BMS系统支撑财务自动结算。通过JAVA微服务的方式,乐歌海外仓的信息系统高可用性、高并发性更强,系统架构更加健壮,为未来提供更多客户服务和订单流量做好基础支撑。

(5)自动化建设:目前行业中的自动化多以小件商品(15公斤以下并且尺寸适应于60*40*35厘米料箱)解决方案为主,中大件商品的物流仓储自动化是行业共同痛点。乐歌海外仓积极探索大件物流仓储自动化的方案,已经和多家设备供应商和方案商持续进行沟通,并发大件“货到人”、“机器换人”、“AMR物流流转”等方案,并拟自建团队开发适应大件的AGV+机械臂取件机器人、卸柜机器人和安防机器人用于海外仓。

(三)报告期内主要业绩驱动因素

报告期内,公司实现营业收入3,208,306,091.16元,较上年同期增长11.74%;归属于上市公司股东的净利润218,729,016.16元,较上年同期增长18.44%。人体工学工作站仍是公司营业收入的主要来源,实现收入2,197,062,941.54元。主要业绩驱动因素如下:

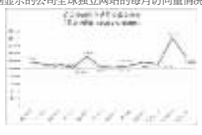
1、健康消费理念不断深入,健康办公、智能升降家居产品渗透率持续上升。一方面,随着中国城镇化率和人民生活水平的不断提升,人均GDP稳步提高,健康工作、健康生活的消费理念逐渐形成,消费升级趋势逐渐明显;另一方面,以颈椎、腰椎、心脑血管疾病为代表的亚健康状态当前因扰长时间使用电脑、久坐办公的伏案人群,人们越发重视自身的办公健康,对人体工学产品,尤其是智慧办公升降桌、智慧升降工作站、智慧小秘书工作站、智能电脑支架等产品的需求持续旺盛,市场不断成熟。

2、研发投入持续增加,不断推出符合市场需求的产品。报告期内,公司研发费用为14,377.84万元,同比增长10.74%。依托公司良好的资源整合和设计能力,持之以恒地研发新产品、新工艺、新技术、新应用,确保技术处于行业领先地位,产品附加值不断提升。

3、前瞻的国际化战略布局,推动公司可持续发展。公司管理层一直坚持对国际政治经济形势进行分析和研究,提前预判进而做出合理的计划与安排,2015年公司在越南布局跨国制造生产基地并于2016年底投产,以对冲中美贸易摩擦给公司业绩带来的影响。2020年上半年公司全力推进跨境电商公共海外仓的布局,该业务在为自身跨境电商业务赋能的同时,向超过450家的中小外贸企业提供了包括海外仓储、尾程派送等服务,发展态势良好。

4、坚持发展自主品牌,品牌力不断提升。报告期内,公司自主品牌产品销售收入占主营业务收入(不含海外仓收入)比例为68.89%。公司依托极强的产品需求挖掘和开发能力,不断推陈出新,以更优的产品为品牌赋能,使公司的产品力始终处于行业前列,提升公司产品在欧美跨境电商人群中的认知度和美誉度,实现业务收入的持续增长。2022年7月,凯度携手Google联合发布了《凯度BrandZ中国全球化品牌50强》排行榜,乐歌海外品牌FlexiSpot首次入选中国全球化品牌50强,同时荣获新晋全球化品牌的特别奖。国内品牌推广成效显著,2022年,乐歌国内品牌通过梯媒广告,以全新品牌形象光相全国36个核心城市,实现了快速被感、迅速打响品牌知名度。

5、坚持发展自主渠道,独立网站布局优势凸显。报告期内,公司跨境电商销售收入同比增长9.87%,其中,公司独立站销售同比增长9.17%,未来公司将持续投入和发展跨境电商模式,保持公司在该业务模式下的行业领先地位,保障新增产能的有效消化。以下为根据专业网站分析工具GoogleAnalytics的统计数据显示的公司全球独立网站的每月访问量情况:



6、公共海外仓业务模式探索成功,辅助主业的同时孕育新增量。报告期内,公司公共海外仓服务业务实现总收入67,154.62万元,同比增长129.99%,其中,向第三方提供服务收入49,026.39万元。海外仓模式,是将商品提前运输至目的地的仓库中。当消费者下单后,商品可以直接从海外仓发货,直接抵达用户手里。该物流模式的优势在于省去了头程物流的时间,同时退换货可以在目的地国家闭环结束,使得跨境电商几乎等同于本地化的电商服务。得益于跨境电商的迅速崛起,中国海外仓在全球的布局越来越密,同时也成为支撑跨境电商新一轮增长的外贸基础设施,提供强大的推动力。

受益于上述因素,报告期内公司业绩稳步增长。

(四)重点销售情况列示

1、2022年1-12月份线上销售情况:

项目	平台	收入(万元)	同期增减变动	占主营业务收入比例	交易额(万元)	买家数量(位)	人均消费金额(元)
线上直销	独立站	57,513.35	9.17%	18.04%	71,543.60	226,762.00	3,155.01
	亚马逊	92,955.94	11.02%	29.16%	102,016.23	578,363.00	1,763.88
	乐天	2,004.36	-4.49%	0.63%	2,329.62	11,848.00	1,966.26
	天猫	9,562.44	44.53%	3.00%	12,097.00	104,925.00	1,152.92
	京东-自营	1,437.22	43.24%	0.45%	1,732.02	15,291.00	1,132.71
	抖音	770.97	673.70%	0.24%	639.46	5,418.00	1,180.25
	其他	2,639.18	8.51%	0.83%	3,610.54	24,156.00	1,494.68
线上分销	亚马逊vendor	60.41	-92.45%	0.02%	179.02	/	/
	京东-非自营	6,389.76	4.33%	2.00%	10,115.39	/	/
	淘宝分销	3,146.91	17.86%	0.99%	3,644.14	/	/
	其他	2,517.03	12.21%	0.79%	1,880.98	/	/
合计		178,997.57	11.53%	56.16%	209,788.00		

2、2022年1-12月份核心产品销售情况

品类	销售金额(万元)	销售数量(万套)	占总销售比例	同比增减
线性驱动升降系统产品	184,887.70	129.40	58.00%	12.39%

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□是 √否

单位:元

	2022年末	2021年末	本年末比上年末增减	2020年末
总资产	5,988,727,838.46	4,032,067,491.90	48.53%	2,867,334,027.66
归属于上市公司股东的净资产	2,462,698,408.61	1,905,361,268.32	28.72%	1,021,219,329.56
	2022年	2021年	本年比上年增减	2020年
营业收入	3,208,306,091.16	2,871,283,657.02	11.74%	1,940,664,262.01
归属于上市公司股东的净利润	218,729,016.16	184,676,666.65	18.44%	217,094,213.73
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	103,948,752.34	109,356,500.91	-4.95%	184,740,280.50
经营活动产生的现金流量净额	335,380,769.21	265,418,174.66	26.36%	216,443,875.68
基本每股收益(元/股)	0.92	0.8500	8.24%	1.21
稀释每股收益(元/股)	0.92	0.8500	8.24%	1.18
加权平均净资产收益率	10.66%	10.60%	0.06%	24.17%

(2) 分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	763,629,721.35	784,826,362.30	763,700,178.73	896,149,828.78
归属于上市公司股东的净利润	18,014,978.73	112,438,239.69	27,877,861.93	60,397,935.81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-2,926,314.18	11,963,801.90	56,845,652.86	38,065,611.97
经营活动产生的现金流量净额	-15,710,545.86	2,817,887.90	124,844,497.75	223,428,929.42

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是 √否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	12,223	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	12,106	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数(如有)	0

前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
宁波丽晶电子集团有限公司	境内非国有法人	21.29%	50,914,906.00	0.00	质押	22,500,000.00
丽晶(香港)国际有限公司	境外法人	16.02%	38,308,483.00	0.00		
宁波聚才投资有限公司	境内非国有法人	6.38%	15,266,600.00	0.00		
项乐宏	境内自然人	2.78%	6,637,168.00	6,637,168.00		
麦芒	境内自然人	2.54%	6,070,403.00	4,552,802.00		
中国银行股份有限公司-嘉实策略优势混合型证券投资基金	其他	1.80%	4,316,419.00	0.00		
丁志刚	境内自然人	1.25%	2,998,254.00	2,998,254.00		
董耀	境内自然人	1.25%	2,998,254.00	2,998,254.00		
陕西省国际信托股份有限公司-陕国投·乐歌股份第二期员工持股集合资金信托计划	其他	1.22%	2,926,146.00	0.00		
湖南轻盐创业投资管理有限公司-轻盐智选19号私募证券投资基金	其他	1.12%	2,680,439.00	2,680,439.00		
上述股东关联关系或一致行动的说明	项乐宏、麦芒通过丽晶电子集团控制公司21.29%的股份,公司董事长项乐宏通过丽晶国际控制公司16.02%的股份,麦芒通过聚才投资控制公司6.38%的股份,项乐宏个人直接持有公司2.78%的股份,麦芒个人直接持有公司2.54%的股份,项乐宏、麦芒夫妇通过丽晶国际、丽晶电子集团、聚才投资及项乐宏、麦芒个人直接持股合计控制公司49.01%的股份,系公司的共同实际控制人。					

公司是否具有表决权差异安排

□适用 √不适用

(2) 公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

√适用 □不适用

(1) 债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额(万元)	利率
乐歌人体工学科技股份有限公司可转换公司债券	乐歌转债	123072	2020年10月21日	2026年10月26日	14,190.04	第一年为0.5%,第二年为0.8%,第三年为1.8%,第四年为3.0%,第五年为3.5%,第六年为4.0%。
报告期内公司债券的付息兑付情况	公司于2022年10月14日公告了《关于乐歌转债2022年付息的公告》,根据公司《创业板向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书》,报告期内付息为“乐歌转债”第二年付息,计息期间为2021年10月21日至2022年10月20日,本期债券面利率为0.80%,本次付息每10张“乐歌转债”(合计面值1,000.00元)债券派发利息人民币8.00元(含税),除息日为:2022年10月21日,付息日为:2022年10月21日。					

(2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

公司聘请联合资信评估股份有限公司为公司向不特定对象发行的可转换公司债券的信用状况进行了综合分析和评估,公司主体长期信用等级为“A++”,评级展望为“稳定”,本次可转换公司债券的信用等级为“A++”。

在本次可转债存续期内,每年至少进行一次跟踪评级。

(3) 截至报告期末公司近2年的主要会计数据和财务指标

单位:万元

项目	2022年	2021年	本年比上年增减
资产负债率	59.19%	52.74%	6.46%
扣除非经常性损益后净利润	10,394.81	10,935.65	-4.95%
EBITDA全部债务比	11.57%	15.84%	-4.27%
利息保障倍数	5.03	5.7	-11.75%

三、重要事项

(一)公开发行可转换公司债券进展

2019年12月10日,公司召开了第四届董事会第六次会议、第四届监事会第六次会议,审议通过了《关于公司符合公开发行可转换公司债券条件的议案》、《关于公司公开发行可转换公司债券方案的议案》、《关于公司(公开发行可转换公司债券预案)的议案》等议案,前述议案已经公司于2020年1月13日召开的2020年第一次临时股东大会审议通过。截止2022年度末,公司已完成可转债的发行、上市、转股价格调整等事宜,具体详见公司2019年至2022年末临时公告及定期报告相关内容。

报告期内,公开发行可转换公司债券的进展情况如下:

1、2022年5月10日,公司披露了《关于可转换公司债券转股价格调整的公告》,因公司2020年股票期权激励计划激励对象自主行权,公司实施2021年年度权益分派方案,根据乐歌转债转股价格调整的相关条款,乐歌转债的转股价格由原49.24元/股调整为48.98元/股,调整后的转股价格自2022年5月18日起生效。

2、2022年6月10日,公司披露了《公开发行可转换公司债券2022年跟踪评级报告》,公司聘请联合资信评估股份有限公司为公司向不特定对象发行的可转换公司债券的信用状况进行了综合分析和评估,公司主体长期信用等级为“A++”,评级展望为“稳定”,本次可转换公司债券的信用等级为“A++”。

3、2022年9月16日,公司披露了《关于不向下修正“乐歌转债”转股价格的公告》。截至2022年9月16日,公司股票已出现在任意连续三十个交易日中至少有十五个交易日的收盘价低于当期转股价格的85%的情形,触发“乐歌转债”转股价格的向下修正条款。2022年9月16日,公司召开第五届董事会第五次会议,审议通过了《关于不向下修正“乐歌转债”转股价格的议案》,公司董事会决定本次不向下修正转股价格,且在未来六个月内(即2022年9月17日至2023年3月16日),如再次触发“乐歌转债”转股价格的向下修正条款,亦不提出向下修正方案。自2023年3月17日起算,若再次触发“乐歌转债”转股价格的向下修正条款,届时公司董事会将再次召开会议决定是否行使“乐歌转债”转股价格的向下修正权利。

4、2022年10月14日,公司披露了《关于乐歌转债2022年付息的公告》,“乐歌转债”于2022年10月21日支付第二年利息,每10张“乐歌转债”利息为8.00元(含税)。

5、2022年12月8日,公司披露了《关于可转换公司债券转股价格调整的公告》,因公司以简易程序向7名特定对象发行人民币普通股(A股)17,989,526股,根据乐歌转债转股价格调整的相关条款,乐歌转债的转股价格由原来的48.98元/股调整为46.48元/股,调整后的转股价格自2022年12月12日起生效。

6、报告期内,共有240张乐歌转债转换成公司股票,共计转股485股。

(二)2021年向特定对象发行股票

2021年7月19日公司收到中国证券监督管理委员会出具的《关于向意乐歌人体工学科技股份有限公司向特定对象发行股票注册的批复》(证监许可〔2021〕2380号)。2021年10月28日,公司披露了《向特定对象发行股票新增股份变动报告及上市公告书》,公司向特定对象发行A股人民币普通股38,716,814股,发行股份于2021年11月1日上市。

报告期内,向特定对象发行股票进展情况如下:

1、2022年4月26日,公司披露了《关于向特定对象发行股票部分限售股份上市流通的提示性公告》,除公司董事长项乐宏先生之外的其余9名发行对象认购的股份合计32,079,646股六个月限售期届满,于2022年5月5日上市流通。

(三)2022年以简易程序向特定对象发行股票

1、2022年4月11日,公司第四届董事会第三十九次会议审议通过了《关于提请股东大会授权公司董事会办理本次以简易程序向特定对象发行股票具体事宜的议案》。

2、2022年5月6日,公司2021年年度股东大会审议通过了与本次发行相关的议案,授权董事会全权办理与本次发行有关的全部事宜。

3、公司于2022年8月26日召开第五届董事会第四次会议逐项审议通过了《关于公司2022年度以简易程序向特定对象发行股票方案的议案》,具体内容详见公司于2022年8月30日披露的《2022年度以简易程序向特定对象发行股票预案》等公告。

4、2022年10月13日,公司第五届董事会第七次会议审议通过了《关于公司2022年度以简易程序向特定对象发行股票竞价结果的议案》《关于与特定对象签署附生效条件的股份认购协议的议案》等与本次发行相关的议案。

5、2022年10月31日,公司第五届董事会第九次会议审议通过了《关于调整公司2022年度以简易程序向特定对象发行股票方案的议案》《关于公司与认购对象签订(附生效条件的股份认购协议之补充协议)的议案》等与本次发行相关的议案。

6、2022年11月21日,公司收到中国证监会《关于同意乐歌人体工学科技股份有限公司向特定对象发行股票注册的批复》(证监许可〔2022〕2892号),同意公司向特定对象发行股票的注册申请。

7、2022年12月8日,公司披露了《创业板以简易程序向特定对象发行股票之上市公告书》,本次以简易程序向特定对象发行股票方案的以2022年12月12日上市,锁定期为6个月。

(四)第二期员工持股计划进展

公司于2022年5月31日召开了第五届董事会第二次会议和第五届监事会第二次会议,于2022年6月21日召开了2022年第一次临时股东大会,审议通过了《关于(乐歌人体工学科技股份有限公司第二期员工持股计划(草案))及其摘要的议案》《关于(乐歌人体工学科技股份有限公司第二期员工持股计划管理办法)的议案》等相关议案,同意公司实施第二期员工持股计划并授权董事会办理相关事宜。本期员工持股计划拟筹集资金总规模不超过59,500,000元,实际筹集资金53,435,000元,其中向员工筹集资金31,435,000元,通过融资方式筹集22,000,000元

截至2022年12月19日,公司第二期员工持股计划已完成股票购买,“陕国投·乐歌股份第二期员工持股集合资金信托计划”通过二级市场集中竞价方式买入乐歌股份股票2,926,146股,成交总金额52,547,730元,成交均价17.9558元/股。

(五)2020年股票期权激励计划

2020年6月12日,公司召开了第四届董事会第十三次会议以及第四届监事会第十一次会议,审议并通过了《关于公司(2020年股票期权激励计划(草案))及其摘要的议案》《关于公司(2020年股票期权激励计划实施考核管理办法)的议案》等议案,2020年6月30日,公司召开2020年第三次临时股东大会,审议并通过了上述议案,自股票期权激励计划实施以来,公司完成了股票期权的授予、价格调整、回购注销、行权等事宜,具体详见公司2020年至2022年度末临时公告及定期报告相关内容。

报告期内,股票期权激励计划实施情况如下:

1、2022年4月11日,公司召开了第四届董事会第三十九次会议和第四届监事会第三十二次会议,审议通过了《关于注销2020年股票期权激励计划部分期权的议案》,鉴于在2020年股票期权激励计划第二个等待期内,原激励对象中有3名激励对象因个人原因离职,根据《2020年股票期权激励计划》及其摘要的规定,公司需对上述3名离职人员已获授但尚未行权的62,400份股票期权进行注销,上述注销事宜于2022年4月21日全部办理完成。

2、2022年6月28日,公司召开了第五届董事会第三次会议和第五届监事会第三次会议,审议通过了《关于2020年股票期权激励计划第二个行权期行权条件成就的议案》,2020年股票期权激励计划第二个行权期可行权的激励对象共计79名,可行权的股票期权合计1,053,156份,可行权期限为自2022年7月11日始至2023年7月7日止。

《关于调整2020年股票期权激励计划期权行权价格并注销部分股票期权的议案》,鉴于公司2021年年度权益分派已实施完毕,董事会同意公司根据《2020年股票期权激励计划(草案)》及2020年第三次临时股东大会的授权,对股票期权行权价格进行相应的调整;另鉴于在2020年股票期权激励计划第二个等待期内,原激励对象中有1名激励对象因个人原因离职,8名激励对象的个人绩效考核结果未达到第二个行权期全比例行权条件,根据公司《2020年股票期权激励计划(草案)》及其摘要的规定,公司需对上述离职及未达到全比例行权人员已获授但尚未到行权期的71,916份股票期权进行注销。本次调整后,公司2020年股票期权激励计划期权行权价格由13.68元/股调整为13.48元/股,激励对象人数由82名调整为81名。公司已于2022年7月5日在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司完成了上述股票期权注销事宜。

3、2022年7月6日,公司披露了《关于2020年股票期权激励计划第二个行权期采用自主行权模式的提示性公告》,实际可行权期限为自2022年7月11日始至2023年7月7日止。

4、2022年8月26日,公司召开了第五届董事会第四次会议和第五届监事会第四次会议,审议通过了《关于注销2020年股票期权激励计划第一个行权期满未行权股票的议案》,鉴于公司2020年股票期权激励计划第一个行权期已经届满,1名激励对象可行权的29,120份股票期权在