/证券代码:001323　证券简称:慕思股份　公告编号:2024-016

慕思健康睡眠股份有限公司

2023 年度报告摘要

一、重要提示

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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

□适用 √不适用

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

是否以公积金转增股本

□是 √否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为:以公司2023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(暂以截至本报告披露日公司总股本400,010,000股扣除公司回购专户上已回购股份6,568,034股后的股本393,441,966股测算)为基数,向全体股东每10股派发现金红利10元(含税),送红股0股(含税),不以公积金转增股本。

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	慕思股份	股票代码	001323
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称(如有)	不适用		

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	赵元贵	杨娜娜
办公地址	东莞市厚街镇厚街科技大道1号慕思健康睡眠股份有限公司	东莞市厚街镇厚街科技大道1号慕思健康睡眠股份有限公司
传真	0769-85068188	0769-85068188
电话	0769-85058988	0769-85058988
电子信箱	demuci-2021@demuci.com	demuci-2021@demuci.com

2.报告期主要业务或产品简介

(1)公司所处行业的发展状况

①全球软体家具行业发展概况

全球软体家具行业的产业化生产始于二十世纪初的欧洲,之后行业经历了快速的发展和演变,逐渐成为全球家具产业的重要组成部分。进入21世纪,随着软体家具行业技术水平的发展和消费者收入的提高以及需求的变化,结合全球化推进和国际贸易增加带来的新兴市场对软体家具需求的迅速增长,软体家具行业市场需求不断扩大,整体保持稳步增长态势。根据CSIL的统计,全球软体家具的消费规模从2013年的612亿美元增长至2022年的约900亿美元,累计增加了32.72%,年复合增长率为3.02%。与此同时,软体家具行业也面临着一些挑战和变化,一方面,随着环保意识的提高和可持续发展的要求,软体家具制造商需要更加注重环保和可回收材料的使用;另一方面,随着科技的不断进步,智能家居和互联网+等新兴技术也为软体家具行业带来了新的发展机遇和挑战。总体来看,全球软体家具行业在经历了一个多世纪的发展后,已经形成了庞大的产业链和市场规模。未来,随着消费者需求的不断变化和技术的不断创新,行业将继续保持稳健的发展势头。

②全球床垫市场发展概况

全球床垫市场的主要参与者包括IKEA、Tempur Sealy International、Serta Simmons Bedding、Sleep Number、Hilding Anders、Ashley Furniture Industries、慕思、喜临门、梦百合和Hooker Furniture等。这些公司在全球范围内拥有广泛的分销网络和品牌影响力,通过不断创新和满足消费者多样化的需求来保持市场领先地位。

随着消费者对高质量睡眠的追求以及床垫行业在材料、技术和设计方面的不断创新,全球床垫市场近年来呈现出稳健的增长态势,环保、智能和高端床垫等细分市场也将迎来巨大的发展机遇。根据CSIL的统计,2011年至2022年,全球主要国家的床垫市场消费规模由2亿/美元增长至310亿美元,保持平稳增长。从全球床垫行业的区域分布看,亚太地区的市场份额最高,占比约40%,其次是北美地区,市场份额约30%,紧随其后的是西欧地区,市场份额约18%,6%、5%。根据Statista的统计,近年来欧洲市场的床垫消费规模总体呈现稳步增长的态势,2021年达到1102亿/欧元,预期2025年或将增长至1200亿/欧元。在新兴市场和发展中国家,随着城市化进程的加速和居民收入水平的提高,床垫需求将呈现出快速增长的态势。展望未来,全球床垫市场将面临更广阔的发展空间和激烈的竞争挑战,为了保持竞争力并抓住市场机遇,制造商们需要紧跟市场趋势,不断优化和创新产品,同时加强成本控制和供应链管理。

③我国软体家具行业发展概况

我国现代软体家具产业正式起步于二十世纪90年代初,在引进国际先进生产设备及制造技术的基础上,通过消化吸收、工艺完善并充分发挥劳动力成本及产业链配套优势,逐步承接欧美等发达国家转移出的全球软体家具产能,并发展成为全球最大的软体家具生产国和消费国,经历了从无到有、从小到大的跨越式发展。进入二十一世纪,我国软体家具行业迎来了高速发展的黄金时期。国内软体家具企业积极引进国外先进技术和管理经验,不断提高产品质量和生产改革并丰富产品风格,同时积极拓展国际市场,受益于产品优良的品质、合理的价格、丰富的品类、产品出口量逐年增长,成为全球软体家具出口大国之一。根据CSIL的统计,2020年我国软体家具产值占比6%,消费占比28%,均位居全球第一;2010年至2021年间,我国软体家具生产值从189亿美元增长至360亿美元,年复合增长率为6.03%。受益于我国经济的持续快速增长、居民收入水平的不断提高、年轻消费群体的崛起,以及年轻消费者对生活品质和居住环境需求的不断提高,家居消费将愈发向舒适化、智能化、个性化、绿色环保等方向发展。未来,随着新技术的不断发展及应用,智能化产品渗透率将不断提高,加之数字化生产的不断完善等,都将持续推动软体家具行业的发展,从而有利于品牌化、规模化的软体家具企业的发展,壮大。

④我国床垫市场发展概况

我国目前已成为全球最大的床垫生产及消费国之一,国内床垫生产总值及消费规模近年来均呈持续上升趋势。根据Statista预测,2020-2025年,我国人均床垫消费支出将以年均复合增长率约5.67%,到2025年将达到127.50亿/美元。根据海关总署出口数据,2015-2022年,我国床垫及类似产品出口额从70.02亿/美元提升至92.01美元,年复合增长率为3.47%。根据CSIL统计,2020年我国床垫行业消费规模约6.40亿/美元,占中国软体家具消费规模的45.43%,床垫在软体家具消费中占有较大份额。

虽然我国床垫行业市场规模较大,但是因行业起步时间较晚、居民收入的增长与城镇化进程推动需要时间,我国床垫行业集中度、渗透率、更换周期时长于发达国家仍有一定的差距。根据Furniture Today统计,2020年美国前六床垫品牌市场份额总和(CR6)为51%,而我国2022年床垫企业CR6仅为21.2%,远低于美国的行业集中度,主要系国内"单价大形成优势品牌,加盟商渠道入门槛低,且渠道以经销模式为主,给予了中小企业足够的生存空间。根据CSIL统计,发达国家床垫渗透率为85%,而我国仅为60%,仍有较大提高空间。根据国家统计局数据,2023年我国城镇化率(城镇人口占总人口的比重)为66.16%,发达国家城镇化率普遍在80%-90%,床垫渗透率与城镇化率呈一定正相关性,随着城镇化率稳步提升,新增住房交易需求以及存量房再装修需求,将为床垫市场带来更多增量消费者群体。根据红星美凯龙联合中国家居品类大数据发布的2023床垫消费趋势报告,约50%的中国受访者的床垫使用年限超过5年,而约70%的美国家庭平均约3年会更换一次床垫,对消费者健康睡眠及换新意识的培养仍待提升。

未来,随着中国人口老龄化的加深、居民可支配收入的不断提升,以及年轻一代对居家产品质要求的不断提高、对健康睡眠理念的不断认可,结合产业科技及生产技术的不断创新,床垫行业将向更加智能化、个性化、环保化方向发展。根据中国消费者报社发布的《2022国产中高端床垫消费者调查度调查报告》,约7成受访者表示会关注床垫的智能功能,其中44.7%的受访者表示,会"特别关注,希望体验到多功能型的床垫";"使用更多黑科技,有更多的专利(如材质好、更智能)的床垫"最受消费者关注,占比为85%。结合过往几年经济数据带来的小微企业的出清,我国床垫行业正迎入整合发展的阶段,行业渗透率将不断提升,行业集中度亦将不断提高,头部品牌企业在技术、产品、规模化生产、服务、渠道等多方拥有领先优势,有望在产业格局中起到示范作用,进一步强化马太效应。

(2)公司所处行业的发展机遇

①城镇化进程加快将推动软体家具行业发展

我国当前处于城镇化的快速发展阶段,国家统计局数据显示,从2013年至2023年,我国常住人口城镇化率从54.49%提高到66.16%。但与发达国家90%左右的城镇化率相比,我国城镇化水平仍有较大的发展空间。根据《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》,"十四五"时期我国将全面完善新型城镇化战略,提升城镇化发展质量,推进以县城为重要载体的城镇化建设,发展壮大城市群和都市圈,实施城市更新行动,常住人口城镇化率将继续提高。未来几年,我国将通过加强城镇基础设施建设增强城镇综合承载能力,深化户籍制度改革,有序推进农业转移人口进城落户,同时,积极推动城市群和都市圈建设,促进区域经济的协调发展,进而为软体家具行业提供更为广阔的市场空间。

②居民人均可支配收入的持续提高、年轻消费群体的崛起,为行业的发展提供了良好的发展机遇

随着我国经济的稳健发展,我国居民可支配收入持续增长的数据,从2013年到2023年,中国居民人均可支配收入由18,311元上升至39,218元,年均复合增长率为7.91%;2023年同比增长6.3%,扣除价格因素后,实际增长6.1%。与此同时,年轻消费群体的崛起也为我国的消费市场带来了新的机遇,90后开始成为社会中坚力量之一,他们拥有稳定的收入、更加注重生活品质和消费体验;而00后则逐步走向职场,他们的消费观念更加前卫,购买力也日益增强,已然成为商业领域中不容忽视的力量。软体家具设计风格多样,兼具实用性、功能性、设计感及个性化,可在为空间带来舒适感的同时,满足年轻消费群体的消费需求,从而可有效促进软体家具行业的发展。因此,居民消费能力的提升、消费观念的改变和消费主体的变化,为软体家具行业带来了更广阔的发展空间,对能够快速适应消费者需求变化的软体家具企业带来了良好的发展机遇。

③行业集中度与渗透率低、头部品牌成长空间大

我国软体家具行业由于起步较晚等原因,呈现"大行业,小公司"的格局,较之发达国家,目前各细分品类的集中度、渗透率均较低,根据Furniture Today统计,2020年美国前六床垫品牌市场份额总和(CR6)为51%,而我国2022年床垫企业CR6仅为21.2%,头部品牌企业成长空间大。随着我国居民可支配收入的持续增长、居民消费持续扩大升级,有利于行业内品牌化和规模化的企业依靠自身优势拓宽市场空间,做大做强。

④居民高质量的睡眠需求,促进品牌床垫企业高速发展

人的一生有三分之一的时间都在床上度过,床垫不仅是居民生活的必需品,还直接影响着居民的精神状态与身心健康。根据世界卫生组织统计,全球睡眠障碍率高达27%,已成为全球第二常见的精神障碍。根据社科院的《中国睡眠研究报告(2022)》显示,46岁以下人群中,超50%存在睡眠障碍,年龄越大群体睡眠问题,出现在72岁及以下的人群中,也有超过40%的人存在睡眠问题。日益增长的睡眠需求已成为一种社会现象,健康中国战略中已将睡眠健康纳入主要行动指标。高质量的睡眠需求催生高质量的睡眠经济,中国虽然起步较晚,但近年来行业发展迅速快速增长,据艾媒咨询调算,2016-2022年间,中国睡眠经济整体市场规模已从2.6163亿元增长至4.5621亿元。随着睡眠产品市场渗透率不断提高,产品类型不断增多,中国睡眠经济市场规模将继续保持增长趋势,2027年或将达到6,596.8亿元。床垫作为改善睡眠质量的重要产品,是睡眠经济的重要组成部分,发展前景广阔。随着行业规模的扩大和标准的不断完善,消费者对高质量睡眠的追求日益增强,"睡眠经"单一标准,而是转为开始关注"如何睡得更舒服、更健康",带有睡眠监测、按摩等功能的智能床垫新受青睐,成为消费者的新选择。消费者对智能床垫的关注度及接受度都不断提高。根据《2022国产中高端床垫消费者调查度调查报告》,近九成受访消费者都会关注床垫的智能功能;随着国产床垫品牌持续围绕产品力及品牌建设发力,国产品牌与国外品牌之间的距离不断缩小,近六成消费者选择"国产品牌"。行业将迎来健康睡眠经济的高速发展期,注重产品力、渠道力建设与研发创新的行业头部品牌企业,在健康睡眠经济领域将拥有的领先优势,可快速提高市场份额。

(3)公司所处行业进入壁垒

我国软体家具行业及其相分床垫行业市场化程度较高,行业进入门槛总体不高。但是,对于发展成为品牌化、规模化的软体家具企业或床垫企业则具有较高的行业壁垒,体现在品牌、渠道、资金、设计研发和数字智能化等方面。

①品牌壁垒

软体家具是耐用消费品,品牌认知度是企业赢得市场的重要因素。品牌影响力是企业长期经营积累的成果,代表企业形象、产品研发设计与生产、质量控制、综合服务和营销渠道建设等方面。品牌知名度对于消费者购买决策具有重要影响,行业内现有知名企业经过长时间的努力经营和积累已经建立了一定的品牌影响力,在市场上享有较高的知名度和信誉,消费者对这些品牌的认可和信任使得他们在竞争中占据优势地位,这是新进入者短期内难以跨越的壁垒。

②渠道壁垒

销售渠道是软体家具企业重要的竞争资源,建立完善的销售渠道网络对于品牌推广和市场份额的扩大至关重要。随着近年来,随着电商的兴起和精装房、整装业务的增加,家具制造行业的销售渠道呈现以经销为主,电商新零售、整装、家装等快速发展的局面。大型软体家具企业通常拥有广泛的销售网络和强大的渠道优势,这些渠道不仅覆盖了各个核心地区和市场,还通过线上线下的融合,为消费者提供更便捷的购买体验和更高的售后服务。新进入者往往面临销售渠道建设的挑战,难以在短期内形成有效的销售网络。因此,销售渠道是软体家具制造行业新进入者面临的一大障碍。

③资金壁垒

软体家具行业是竞争较为充分的行业,标准化程度较高,规模化生产优势明显,因此内部成本控制水平是企业赢得竞争的关键。企业智能化、柔性化和规模化制造水平,直接影响产品的生产成本,是稳定的产品质量和个性化的产品供应的可靠保障,而大额的智能化制造设备及信息系统的投资对行业准入者构成了资金壁垒。

此外,公司品牌的推广和持续维护以及全面的渠道建设、产品创新,均需要大量的资金支撑,对于新进入者而言,很难与行业内知名企业抗衡。

④设计研发壁垒

基于人体工程学与智能技术的设计研发是软体家具行业实现差异化和技术领先的重要手段,直接决定了一个公司产品的品质、溢价和市场定位。随着消费者需求越来越多元化、差异化,原创设计与研发领先或为软体家具制造企业发展的重要动力和源泉。因此设计研发能力以及人才队伍体系建设,是软体家具行业新进入者的另一重要障碍。

⑤数字智能化壁垒

随着科技的飞速发展和消费者需求的不断变化,床垫行业正面临着数字化、智能化的快速转变。因此企业技术及人才储备情况,将直接决定其在本轮产业升级过程中,是否能够有效角逐出圈,这亦是行业新进入者的又一重要壁垒。首先是数字化管销壁垒,需要建立数字化门店、门店信息化、供应链及售后服务体系,以满足消费者对高质量、高效率、及个性化服务的需求。其次是技术应用与数据管理壁垒,床垫生产涉及复杂工艺和大量数据管理,需要掌握技术集成、数据整合等专业难题,还有定制化生产与高效交付壁垒,要满足个性化需求并实现规模化生产,需在各环节实现动态联动管理,为提升市场竞争力,床垫企业必须加大研发投入,全面提升数字化智能化运营能力。

(4)公司行业地位

公司品牌创立至今,一直秉承"让人们睡得更好"的愿景使命,致力于人体健康睡眠的研究,专业从事整套健康睡眠系统的研发、生产和销售,产品定位中高端。公司凭借强大的研发设计实力、工业4.0智能化生产水平、严格的品质管理和高品质的配套服务,使公司产品满意度、服务满意度、品牌美誉度不断提升,并依靠新时尚品牌辨识度以及全方位、高效反应的营销网络将公司产品推向市场,成功占据国内中高端床垫市场自主品牌第一的份额。根据尚普咨询2023年1月调研数据,2018-2022年,公司连续五年实现全国高端床垫销售额第一;根据2023年网易家居315床垫行业服务调查结果,公司荣获"品牌整体服务与线下门店服务双第一";根据高端品牌实验室发布的"2023中国最具价值高端品牌TOP100榜单",在百批34个入选高端品牌中,公司与"周大福、五粮液、碧桂园"并列入选"品类领导品牌榜"。

公司为中国家具协会副理事长单位,全国实县标准化技术委员会委员,中国睡眠研究会常务理事单位,中国睡眠研究会睡眠产业与转化工作委员会副主任委员单位,中国质量检验协会副会长单位,广东省工业设计协会常务理事单位。截至报告期末,公司共计参与起草并发布各项技术标准42项,其中,国际标准4项,国家标准11项,行业标准7项,团体标准20项。

(5)公司业务概述

公司所处行业为软体家具制造业,报告期内公司主营业务与主要产品没有发生重大变化。公司自成立以来,一直致力于为客户提供中高端健康睡眠产品及服务,是一家集研发、设计、生产、销售、服务于一体的健康睡眠系统整体解决方案服务商,主要产品包括床垫、床架、沙发、床品和其他产品,其中床垫、床架为公司核心产品。公司秉承"让人们睡得更好"的企业使命,专注于人体健康睡眠研究,整合全球优质睡眠资源,打造"量身定制健康睡眠系统",倡导并传播健康睡眠文化;推动技术创新与技术转化,不断通过设计、材料、结构和智能科技创新等实现产品矩阵的迭代升级,为消费者提供优质床垫、科学健康的睡眠产品,极力满足客户的个性化定制需求,真正实现让"床适应人"来提高人们睡眠质量。

公司目前拥有华南、华东两大数字化智能制造基地。已建成以"坚韧方圆、电商、直供、直营等多种渠道并存"覆盖全国的多元化、全渠道销售网络体系。

(6)公司主要产品介绍和图示

①床垫

床垫是公司的核心产品,亦是决定睡眠质量的重要因素。公司致力于健康睡眠系统的研究,高度重视床垫新品的研发创新。根据不同客群身体特点、睡眠习惯及睡眠需求,结合基础力学、人体工程学、睡眠医学等原理与新材料、新技术的应用,进行床垫产品压力分布、舒适度、人体压力自适应等研究,构建了产品结构平台和核心资源库,开发了多种系列风格,适应不同客群需求的床垫产品,形成了完整的市场覆盖率,为公司在竞争日益加剧的市场中轻时尚品牌矩阵,满足消费者"量身定制、全家庭、全生命周期"的健康睡眠产品需求。

公司智能产品与多家权威机构联校合作,将人体工程学、睡眠环境学融入健康睡眠适应调节算法、睡眠监测算法、睡眠分期算法等AI智能技术,不断升级完善智能产品矩阵。

②床架

床架不是简单的床垫载体,是从风格定位、质感表达、视觉美学等多方面营造睡眠场景,更是消费者生活方式和个性化态度的表达。公司坚持以消费者需求为核心,聚焦产品"舒适性、功能性、美观性",通过对现代流行趋势的深刻洞察,推出现代简约、经典尊贵、复古轻奢、意式极简等多种风格床架产品,最大化满足消费者的个性化需求,并结合人体工程学原理,通过智能排骨架对床垫的调节,达到人体曲线与床垫完美贴合,从而起到舒缓骨椎压力、减少翻身次数、提升睡眠舒适度,进而提高深睡时长的作用,是改善睡眠质量的重要功能产品。

③沙发

沙发是家庭客厅生活空间的灵魂,主要分为休闲沙发和功能沙发。公司沙发品类以舒适、健康、人性化的家居需求为出发点,坚持原创,聚焦"经典、时尚、设计、环保、生活"产品理念,整合国际知名设计师并结合前沿流行趋势,融合消费者审美及生活方式,以优雅的设计格调、独具匠心的艺术灵感、基于人体工学的舒适结构和高标准的质量要求,满足单、躺、卧、睡等不同使用场景需求,为消费者营造充满生命力与高级感的生活空间。公司拥有CALIAJATALIA、CALIASOFART、慕思·羡慕三大沙发品牌,其中CALIAJATALIA定位原装进口中高端知名品牌,主推进口奢侈品牌产品;CALIASOFART定位原装进口中高端合资品牌,主推意式风格设计款产品;慕思·羡慕定位国产中高端原创设计品牌,主推高性价比及拥有如功能性等独特优势的产品。

④V6床家居

V6整装大家居系公司的战略新兴业务,以时尚生活方式为核心理念,依托公司床垫、床架、沙发等软床家具优势,突破行业柜体定制局限,把软体成品与定制产品相结合,实现一体化设计,为消费者提供全场景、沉浸式的家居体验和一站式的家居配套空间解决方案,创造高颜值、高品质、高舒适度的美好家居生活空间。公司定制大家居品类规拥有星汉、幻日、极光等九大系列产品。

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

追溯调整或重述原因

会计政策变更

单位:元

	2023年末	2022年末		本年末比上年末增减	2021年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产	7,151,793,982.26	5,812,842,531.74	5,836,191,101.22	22.54%	4,498,298,427.75	4,562,974,581.36
归属于上市公司股东的净资产	4,639,299,889.08	4,358,353,143.69	4,360,390,833.97	6.40%	2,566,163,587.76	2,568,706,487.36

	2023年	2022年		本年比上年增减	2021年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	5,578,560,837.08	5,812,675,105.79	5,812,675,105.79	-4.03%	6,481,040,857.11	6,481,040,857.11
归属于上市公司股东的净利润	802,267,281.86	708,923,751.74	708,406,447.60	13.25%	686,443,004.23	688,989,151.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	783,445,335.32	650,199,957.90	649,681,653.76	20.59%	677,226,800.66	679,772,947.58
经营活动产生的现金流量净额	1,934,696,760.20	647,441,433.57	647,441,433.57	198.82%	994,612,484.60	994,612,484.60
基本每股收益(元/股)	2.01	1.87	1.86	8.06%	1.91	1.91
稀释每股收益(元/股)	2.01	1.87	1.86	8.06%	1.91	1.91
加权平均净资产收益率	17.75%	19.92%	19.89%	-2.14%	30.88%	30.97%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

企业会计准则解释第16号

公司从开始执行2022年11月发布了《企业会计准则解释第16号》(财会〔2022〕31号)(以下简称"解释第16号")。

解释第16号规定,对于不是企业合并、交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税得税(或可抵扣亏损)、且初始确认的资产和负债导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的单项交易,因资产和负债的初始确认所产生的应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异,应当根据《企业会计准则第18号——所得税》等有关规定,在交易发生时分别确认相应的递延所得税负债和递延所得税资产,对于在首次施行上述规定的财务报表列报最早期间的期初至本解释施行日之间发生的上述交易,企业应当按照上述规定,将累积影响数调整财务报表列报最早期间的期初留存收益及其他相关财务报表项目。上述会计处理规定自2023年1月1日起施行。

本公司对租赁业务确认的租赁负债和使用权资产,以及确认的弃置义务相关预计负债和对应的相关资产,产生应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的,按照解释第16号的规定进行调整。

(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	967,196,806.44	1,442,193,640.18	1,406,094,015.89	1,773,066,375.58
归属于上市公司股东的净利润	101,266,788.02	264,469,874.93	162,617,312.27	283,913,306.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	97,712,218.67	248,191,090.81	155,876,049.23	281,665,976.61
经营活动产生的现金流量净额	344,574,318.58	765,718,629.33	174,175,974.79	650,227,837.50

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	13,409	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	11,565	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

前10名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)

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
东莞市慕腾投资有限公司	境内非国有法人	37.50%	150,000,000	150,000,000	质押	10,000,000
林集永	境内自然人	18.26%	73,060,000	73,060,000	不适用	0
王炳坤	境内自然人	18.26%	73,060,000	73,060,000	不适用	0
东莞慕泰实业投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	5.00%	20,000,000	20,000,000	不适用	0
红星美凯龙家居集团股份有限公司	境内非国有法人	2.25%	9,000,000	0	质押	6,300,000
红杉溯岳(厦门)股权投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.56%	6,187,062	0	不适用	0
北京华联综艺广告有限公司	境内非国有法人	1.47%	5,900,000	0	质押	5,900,000
顺州欣源投资实业有限公司	境内非国有法人	1.35%	5,400,000	0	不适用	0
姚吉庆	境内自然人	0.97%	3,900,000	3,900,000	不适用	0
招商信诺人寿保险有限公司-传统-普通保险产品-005L-CT001沪	其他	0.46%	1,841,373	0	不适用	0

上述股东关联关系或一致行动的说明:公司的实际控制人为王炳坤和林集永,二人为一致行动人;二人各持有东莞市慕腾投资有限公司50.00%股份,以及东莞慕泰实业投资合伙企业(有限合伙)(以下简称"慕泰投资")24.52%份额,且王炳坤为慕泰投资执行事务合伙人,林集永为慕泰投资普通合伙人;姚吉庆持有慕泰投资20.50%份额,为慕泰投资普通合伙人;王炳坤、林集永、姚吉庆,三人均为公司董事,亦在发泰顺同胞投资实业有限公司的股东,公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系或一致行动人关系。

参与融资融券业务股东情况说明(如有):无

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 √不适用

前十名股东较上期发生变化

√适用 □不适用

单位:股

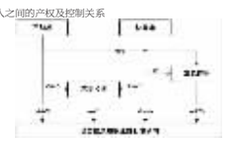
前十名股东较上期未发生变化情况					
股东名称(全称)	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
招商信诺人寿保险有限公司-传统	新增	0	0.00%	1,841,373	0.46%
上海龙袖企业管理咨询合伙企业(有限合伙)	退出	0	0.00%	1,511,273	0.38%

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□适用 √不适用

公司报告期末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

三、重要事项

报告期内,公司未发生经营情况的重大变化。报告期内详细事项详见公司《2023年年度报告》。

/证券代码:001323　证券简称:慕思股份　公告编号:2024-016

慕思健康睡眠股份有限公司

2023 年度报告摘要

慕思健康睡眠股份有限公司 2023年度会计师事务所履职情况评估报告及审计委员会履行监督职责情况报告

根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《国有企业、上市公司选聘会计师事务所管理办法》和慕思健康睡眠股份有限公司(以下简称"公司")《公司章程》等规定和要求,我同会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称"致同所")作为公司2023年度财务报表及内部控制审计机构,公司对致同所2023年审计过程中的履职情况进行评估,具体情况如下:

一、会计师事务所情况

1.基本信息

机构名称:致同会计师事务所(特殊普通合伙)

成立日期:1981年(工商登记:2011年12月22日)

组织形式:特殊普通合伙企业

注册地址:北京市朝阳区建国门外大街22号赛特广场五层

首席合伙人:李惠琦

执业证书颁发单位及序号:北京市财政局NO 0014469

人员信息:截至2023年末,致同所从业人员近6,000人,其中合伙人225名,注册会计师1,364名,签署过证券服务业务审计报告的注册会计师超过400人。

业务信息:致同所2022年度业务收入26.40亿元,其中审计业务收入19.65亿元,证券业务收入5.74亿元。2022年度上市公司审计客户240家,主要行业包括制造业、信息传输、软件和信息技术服务业、批发和零售业、电力、热力、燃气及水生产供应业、房地产业,收费总额3.02亿元;2022年年报挂牌公司客户151家,审计收费3,570.70万元;本公司同行业上市公司审计客户159家。

2.投资者保护能力

致同所已购买职业保险,累计赔偿限额9亿元,职业保险购买符合相关规定。2022年末职业风险基金1,089万元。

3.诚信记录

致同所近三年因执业行为受到刑事处罚0次、行政处罚0次、监督管理措施10次、自律监管措施3次和纪律处分1次。30名从业人员近三年因执业行为受到刑事处罚0次、行政处罚0次、监督管理措施10次、自律监管措施3次和纪律处分1次。

二、拟续聘会计师事务所履行的程序

公司于2023年4月24日分别召开第一届董事会第二十一次会议、第一届监事会第十六次会议,并于2023年5月16日召开2022年年度股东大会,审议通过了《关于拟续聘公司2023年度审计机构的议案》,同意续聘致同所为公司 2023 年度审计机构,承担年度财务报表审计及内控审计工作,聘期一年,目股东大会审议通过之日起生效。

三、会计师事务所履职情况

致同所按照《审计业务约定书》,遵循《中国注册会计师审计准则》和其他执业规范,结合公司2023年年报工作安排,对公司2023年度财务报表及2023年12月31日财务报告内部控制的有效性进行了审计,同时对2023年度非经营性资金占用及其他关联资金往来情况、2023年度募集资金存放与实际使用情况等进行核查并出具了专项报告。

在执行审计工作的过程中,致同所就会计师事务所和相关审计人员的独立性、审计工作小组的人员构成、审计计划、风险判断、风险及舞弊的测试和评价方法、年度审计关键事项、审计调整事项等与公司管理层和治理层进行了沟通。

经审计,致同所认为公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制,公允反映了公司2023年12月31日的合并及母公司财务状况以及2023年度的合并及母公司经营成果和现金流量;公司按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。致同所出具了标准无保留意见的审计报告。

四、审计委员会对会计师事务所监督情况

根据公司《董事会审计委员会实施细则》等有关规定,审计委员会对致同所履行监督职责的情况如下:

(一)审计委员会对致同所的专业资质、业务能力、诚信状况、独立性、过往审计工作情况及其执业质量等进行了严格核查,认为致同所具备为公司提供审计服务的资质和专业能力,能够满足公司审计工作的要求。2023年4月12日召开第一届董事会审计委员会第十四次会议,审议通过了《关于拟续聘公司 2023 年度审计机构的议案》,同意续聘致同所为公司2023年度审计机构,并同意将该议案提交董事会审议。

(二)2023年11月22日、审计委员会通过现场和通讯相结合的方式与负责公司审计工作的注册会计师及项目经理召开工作沟通会议,就2023年度审计期整体安排、关键审计事项、审计委员会关注事项等进行了充分沟通。

(三)2024年3月4日,审计委员会通过现场和通讯相结合的方式与负责公司审计工作的注册会计师及项目经理召开工作沟通会议,就2023年度审计初步工作情况及其他关键事项进行了沟通。

(四)2024年4月16日,公司第二届董事会审计委员会第五次会议以现场会议的方式召开,审议通过公司2023年年度报告、财务预算报告、决算报告、内部控制评价自我报告等议案并同意提交董事会审议。

综上所述,公司审计委员会认为致同所在2023年度在公司的公司财务状况和经营成果的审计、内部控制有效性的审计以及募集资金的存放与使用、非经营性资金占用及其他关联资金往来情况的监督等方面发挥了重要作用。

五、总体评价

经评估,致同所在公司2023年度审计过程中坚持以公允、客观的态度进行独立审计,表现了良好的职业操守和业务素质,按时完成了公司2023年度审计相关工作,审计行为规范有序,出具的审计报告客观、完整、清晰、及时。

慕思健康睡眠股份有限公司

董事会

2024年4月27日

/证券简称:慕思股份　/证券代码:001323

慕思健康睡眠股份有限公司 2024年员工持股计划(草案)

二〇二四年四月

声明

本公司及董事会、监事会全体成员保证本员工持股计划及其摘要内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

风险提示

一、慕思健康睡眠股份有限公司(以下简称"慕思股份"、"公司"或"本公司")2024年员工持股计划(草案)(以下简称"本员工持股计划")须经公司股东大会批准后方可实施,本员工持股计划能否获得公司股东大会批准,存在不确定性。

二、本员工持股计划设立后将由公司自行管理,但能否达到计划规模、目标存在不确定性。

三、有关本员工持股计划的具体的资金来源、出资金额、预计规模和具体实施方案等属初步结果,能否完成实施,存在不确定性。

四、若员工认购资金较低,本员工持股计划存在无法成立的风险;若员工认购份额不足,本员工持股计划存在低于预计规模的风险。

五、股票价格受公司经营业绩、宏观经济周期、国际/国内政治经济形势及投资者心理等多种复杂因素影响。因此,股票交易是有一定风险的投资活动,投资者对此应有充分准备。

六、本员工持股计划中有关公司业绩考核指标的描述不代表公司的业绩预测,亦不构成业绩承诺。

七、敬请广大投资者谨慎决策,注意投资风险。

特别提示

本部分内容中的词语简称与"释义"部分保持一致。

一、《慕思健康睡眠股份有限公司2024年员工持股计划(草案)》(以下简称"本员工持股计划"或"本员工持股计划草案")系依据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《关于上市公司实施员工持股计划试点的指导意见》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等有关法律、行政法规、规章、规范性文件和《公司章程》的规定编制。

二、本员工持股计划遵循依法合规、自愿参与、风险自担的原则,不存在摊派、强行分配等强制员工参加本员工持股计划的情形。

三、参加本员工持股计划的对象范围为公司(含全资子公司和控股子公司)董事、监事、高级管理人员及核心骨干员工(以下简称"持有人"),初始设立时总人数不超过140人(不含预留份额),具体参加人数、名单将根据员工实际缴款情况确定。公司以根据拟实施股权激励方式、员工受动情况对本员工持股计划的规模、人数、份额、资金来源、存续期、管理模式等内容进行调整的权利。

四、本员工持股计划拟筹集资金总额不超过9,768.00万元,以"份"作为认购单位,每份份额为1.00元,本员工持股计划的份额上限为9,768.00万份,初始设立时持有人总人数不超过140人(不含预留份额),具体参加人数根据员工实际认购情况