

慕思健康睡眠股份有限公司

2023 年度董事会工作报告

2023 年度，公司董事会严格遵守《公司章程》和《董事会议事规则》的规定和要求，勤勉尽责履行公司及股东大会赋予的职责，切实维护公司利益和股东权益，规范运作、科学决策、有效开展各项工作，保证了公司持续、健康、稳定的发展。现将董事会 2023 年主要工作情况报告如下：

一、2023 年公司主要经营情况

2023 年，面对复杂严峻的国内外形势和诸多风险挑战，公司坚持“好品牌、好产品、好服务”的高质量发展道路，聚焦床垫主业，求变创新，持续推进“全渠道、全品类、全客群”的市场布局。一方面，通过激活高端品牌形象、以深入的市场调研指导产品研发、利用智能化柔性生产确保产品高质量供应、优化并丰富营销策略、创新售后服务以深耕客户价值，公司全方位提升了核心竞争力，实现有质量发展；另一方面，以经营预算与考核为抓手，通过精益生产、精细化管理提升盈利能力，向管理要利润。报告期内，公司实现营业收入 55.79 亿元，同比下降 4.03%；实现归属于上市公司股东的净利润 8.02 亿元，同比增长 13.25%，基本每股收益 2.01 元；经营活动产生的现金流量净额 19.35 亿元，同比增长 1.99 倍。报告期内，公司聚焦核心主业，主要开展以下关键工作：

（1）系统激活高端品牌形象，多维度赋能慕思品牌价值成长

品牌是公司的核心竞争力。报告期内，公司聚焦“一体两翼”业务下“健康睡眠、大家居、沙发”三大品牌，通过丰富传播题材，布局并应用广告、公关、媒介、内容营销、高势能活动等方式落实贯穿全年的品牌沟通策略，有效提高品牌知名度及美誉度。公司携手中国睡眠大数据中心发布全国首份《中国睡眠大数据报告》；与中国国家游泳队达成合作，成为国家游泳队睡眠装备独家品牌；通过【雨眠】【前夜】【小床垫】睡眠三部曲广告片落地宣传，深度诠释了“家有慕思睡得香”的品牌内涵；通过先后推出慕思溜味音乐会、草莓音乐节、明星演唱会等高势能活动，打造新潮睡眠文化，有效塑造了有温度的慕思品牌形象；通过旗舰新品世纪梦床垫同时在米兰、纽约、上海三城首发，展现了公司产品力；

通过国际篮球全明星探访慕思，延续“运动+睡眠”健康生活主张；通过梦想 100 分项目年内完成 10 所学校捐赠，累计完成百余所学校捐赠，升级了慕思公益形象，彰显品牌责任担当。

此外，公司通过微博、抖音、小红书、B 站等网络平台，构建慕思品牌公域流量内容生态；围绕“为用户创造价值、提高客户粘性”，以用户体验为牵引，不断优化会员管理系统、丰富会员权益，完善私域流量平台建设；通过在全国众多高客流机场、高铁站进行品牌广告精准投放，持续传播睡眠科技实力与服务价值，助力公司线上、线下各品牌推广活动的有效率及转化率。

(2) 紧绕年度经营计划，求变创新，有质量经营

报告期内，公司根据外部市场环境的变化，坚定了“做强睡眠主业”的目标，以创新求变为突破口，积极推动业务系统组织变革与业务管理升级。

①慕思主品牌业务，公司通过人事调整和组织架构优化，有效提升组织效能和业务开拓创新能力；通过优化经销管理政策，助力经销渠道有质量发展；通过打造全家庭×全生命周期×全场景的全新产品营销策略、构建慕思健康环保的睡眠产品解决方案、升级智能 AI 睡眠系统，有效提升终端销售客单值与门店店效人效，极大的激发了经销商的市场战斗力；通过重磅推出搭载首创六大核心舒睡科技的旗舰新品世纪梦床垫，展现公司产品科技研发能力；通过老店重装升级，焕新店态，赋能门店产品展示与推介。

②V6 整装大家居业务，公司依托床垫、床架、沙发等软体家具优势，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。根据市场趋势，与王麓等知名设计师合作，成功开发了九项全屋定制系列，并在国际设计竞赛中获得多个奖项。为了支持经销商，公司采取了装修补贴、培训赋能等一系列扶持政策，报告期内成功新开了 104 家大家居门店。同时，通过与“运动”和“阅读”的深度融合，以及与帆书、钻石世家的跨界合作，有效提升了 V6 大家居品牌的知名度和影响力。此外，还通过严格的质量控制，提高了客户满意度，为 V6 整装大家居业务的快速发展奠定了基础。

③智慧睡眠业务，公司积极推进智能产品的研发和业务探索，构建了以智能床垫为核心的智慧卧室解决方案。营销策略上，聚焦优化消费者购物体验，打造

了线上线下融合的 DTC 品牌新模式；渠道局部上，实施了旗舰体验店与多渠道销售协同的策略，并拓展了新型购物中心店；系统解决方案上，兼容多种智能家居控制软件，以持续优化和升级产品解决方案。

④电商业，公司通过对天猫、京东、抖音等主要电商渠道的资源投入及营销策略的持续创新，实现社交平台业务的高速增长，业绩同比增长 29.18%。

(3) 持续夯实公司数字化水平，为业务保驾护航

报告期内，公司在数字化和体系建设上持续优化升级，涵盖数据管理、供应链、营销、研发、财务、采购、定制能力及信息安全等多个方面，夯实集团数字化建设领先水平。数据管理方面，公司通过了国家 DCMM 三级认证，提升数据资产价值；数字化供应链方面，获得国家工业和信息化部颁发的智能制造试点示范项目优秀场景荣誉；数字化营销方面，实现用户服务到用户经营的转型，提高决策效率；数字化研发方面，通过 PLM 项目提升开发效率和研发质量；数字化财务方面，实现集中管理，支持高质量的财务分析和管理分析，为公司经营决策提供有力支撑；数字化采购方面，自研采购竞价平台，实现阳光采购体系；数字化定制能力方面，打通设计生产一体化，实现销售、研发、生产自闭环；信息安全及网络安全方面，构建多层次安全防护体系，确保数据资产的安全稳定。

(4) 坚守初心，全面升级金管家服务体系，会员数字化运营成效显著

报告期内，公司持续优化金管家服务基础体系建设，推动慕思会员数字化运营，全面升级金管家服务体系，实现“慕思 1v1 管家数字化服务”，覆盖了客户从认识、了解、兴趣、购买、复购、推荐等各个维度一系列权益及服务内容，打造“1+N”式金管家全生活场景的感动式服务体系。同时通过“慕思会员小程序”实现权益一键触达，有效服务客户。基础建设方面，公司优化服务并全面培训经销商，提高了服务团队的能力、质量和效率，客户满意度和售后问题解决满意度均达到高水平，增值服务客户数量大幅增长。会员数字化运营方面，公司优化了会员系统，通过打造会员社区、引导客户互动，提升了品牌价值及转介绍和复购率，会员活跃度和新增注册会员数量也显著增长，年度新增注册会员 71 万人，同比增长 32%，月均会员活跃度近 40 万人，同比增长 50%。

二、2023 年董事会日常工作情况

（一）董事会会议召开情况

报告期内，公司共召开了 8 次董事会会议，会议的召集、召开与表决程序符合法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，具体情况如下：

会议届次	召开日期	会议决议
第一届董事会第二十次会议	2023 年 3 月 5 日	审议通过了《关于聘任高级管理人员的议案》
第一届董事会第二十一次会议	2023 年 4 月 24 日	审议通过了《关于公司<2022 年年度报告>及其摘要的议案》《关于公司<2022 年度董事会工作报告>的议案》《关于公司<2022 年度总经理工作报告>的议案》《关于公司<2022 年度财务决算报告>的议案》《关于公司<2023 年度财务预算报告>的议案》《关于公司 2022 年度利润分配预案的议案》《关于<公司 2022 年度内部控制自我评价报告>的议案》《关于公司及子公司 2023 年度向银行申请综合授信额度并为子公司提供担保的议案》《关于公司使用暂时闲置募集资金及自有资金进行现金管理的议案》《关于公司 2023 年度董事薪酬（津贴）方案的议案》《关于公司 2023 年度高级管理人员薪酬方案的议案》《关于拟续聘公司 2023 年度审计机构的议案》《关于确认 2022 年度日常关联交易以及预计 2023 年度日常关联交易的议案》《关于公司<2022 年度募集资金存放与使用情况专项报告>的议案》《关于公司<2022 年度环境、社会及管治（ESG）报告>的议案》《关于修订<公司章程>的议案》《关于修订公司<股东大会会议事规则>的议案》《关于修订公司<募集资金管理制度>的议案》《关于修订公司<关联交易管理制度>的议案》《关于制定公司<年报信息披露重大差错责任追究制度>的议案》《关于公司<2023 年第一季度报告>的议案》《关于提请召开 2022 年年度股东大会的议案》共 22 项议案
第一届董事会第二十二次会议	2023 年 8 月 16 日	审议通过了《关于董事会换届选举非独立董事的议案》《关于董事会换届选举独立董事的议案》《关于部分募集资金投资项目延期的议案》《关于公司及子公司 2023 年度向银行申请增加综合授信额度及担保事项的议案》《关于修订公司<信息披露管理制度>的议案》《关于修订公司<投资者关系管理制度>的议案》《关于制定公司

		《证券投资、期货和衍生品交易管理制度》的议案》《关于提请召开 2023 年第一次临时股东大会的议案》共 8 项议案
第一届董事会第二十三次会议	2023 年 8 月 24 日	审议通过了《关于公司<2023 年半年度报告>及其摘要的议案》《关于公司<2023 年半年度募集资金存放与使用情况专项报告>的议案》共 2 项议案
第二届董事会第一次会议	2023 年 9 月 4 日	审议通过了《关于选举公司第二届董事会董事长、副董事长的议案》《关于选举公司第二届董事会各专门委员会委员的议案》《关于聘任公司总经理的议案》《关于聘任公司其他高级管理人员的议案》《关于聘任公司证券事务代表的议案》《关于以集中竞价交易方式回购公司股份方案的议案》共 6 项议案
第二届董事会第二次会议	2023 年 10 月 26 日	审议通过了《关于公司<2023 年第三季度报告>的议案》《关于聘任公司内部审计负责人的议案》共 2 项议案
第二届董事会第三次会议	2023 年 12 月 1 日	审议通过了《关于聘任公司副总经理、财务总监的议案》
第二届董事会第四次会议	2023 年 12 月 5 日	审议通过了《关于与专业机构共同投资设立产业基金暨关联交易的议案》

（二）董事会召集股东大会及对股东大会决议的执行情况

报告期内，公司共召开了 2 次股东大会，会议的召集、召开与表决程序符合法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，具体情况如下：

会议届次	召开日期	会议决议
2023 年年度股东大会	2023 年 5 月 16 日	审议通过了《关于公司<2022 年年度报告及其摘要>的议案》《关于公司<2022 年度董事会工作报告>的议案》《关于公司<2022 年度监事会工作报告>的议案》《关于公司<2022 年度财务决算报告>的议案》《关于公司<2023 年度财务预算报告>的议案》《关于公司 2022 年度利润分配预案的议案》《关于公司及子公司 2023 年度向银行申请综合授信额度并为子公司提供担保的议案》《关于公司使用暂时闲置募集资金及自有资金进行现金管理的议案》《关于公司董事 2023 年度薪酬（津贴）方案的议案》《关于公司监事 2023 年度薪酬（津贴）方案的议案》《关于拟续聘公司 2023 年度审计机构的议案》《关于确认 2022 年度日常关联交易以及预计 2023 年度日常关联交易的议案》《关于公司<2022 年度募集资金存放与使用情况专项报告>的议案》《关于修订<公司章程>的议案》《关于修订公司<股东大会议事规则>的议案》《关于修

		订公司<募集资金管理制度>的议案》《关于修订公司<关联交易管理制度>的议案》共 17 项议案
2023 年第一次临时股东大会	2023 年 9 月 4 日	审议通过了《关于公司及子公司 2023 年度向银行申请增加综合授信额度及担保事项的议案》《关于董事会换届选举非独立董事的议案》《关于董事会换届选举独立董事的议案》《关于监事会换届选举非职工代表监事的议案》共 4 项议案

报告期内，公司董事会按照股东大会的决议和授权，认真执行了股东大会通过的各项决议。

（三）董事会各专门委员会履职情况

1、审计委员会履职情况

报告期内，审计委员会按照公司《董事会审计委员会实施细则》的有关规定，共召开了 5 次会议，对公司的定期报告、利润分配、理财产品、内部控制自我评价报告、续聘审计机构等事项进行审议。审计委员会详细了解公司财务状况和经营情况，严格审查公司内控制度的建立及执行情况，对公司财务状况和经营情况提供了有效的监督和指导。

2、战略委员会履职情况

报告期内，战略委员会按照《董事会战略委员会实施细则》的有关规定，认真履职，报告期内未召开会议。公司战略委员会积极了解公司经营状况，与公司管理层保持日常沟通，结合公司所处行业发展情况及公司自身发展状况，对公司发展战略、研发方向及经营管理等事项提出相关意见与建议，切实履行了战略委员会委员职责。

3、提名委员会履职情况

报告期内，提名委员会按照《董事会提名委员会实施细则》的有关规定，认真履职，共召开了 4 次会议，对聘任高级管理人员、选举第二届董事会非独立董事及独立董事等事项进行审议，研究董事、高级管理人员的选择标准和程序，规范董事、高级管理人员的选聘工作。

4、薪酬与考核委员会履职情况

报告期内，薪酬与考核委员会按照《董事会薪酬与考核委员会实施细则》的有关规定，认真履职，共召开了1次会议，对公司董事、高级管理人员2023年度薪酬（津贴）方案等事项进行了认真审议，并发表了专业意见，提出了合理建议。

（四）独立董事履职情况

报告期内，公司独立董事根据《公司章程》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》的要求，认真勤勉地履责，积极参加相关会议，认真审议各项议案。积极参加相关会议，对公司经营、财务管理、关联交易等情况，根据自己的专业知识，充分表达事前认可和独立意见，在工作中保持了充分的独立性，切实维护公司和股东的利益。

1、独立董事出席会议情况

独立董事出席董事会及股东大会的情况							
董事姓名	本报告期应参加董事会次数	现场出席董事会次数	以通讯方式参加董事会次数	委托出席董事会次数	缺席董事会次数	是否连续两次未亲自参加董事会会议	出席股东大会次数
奉宇	8	5	3	0	0	否	2
唐露新	4	3	1	0	0	否	2
向振宏	8	5	3	0	0	否	2
李飞德	4	2	2	0	0	否	0

2、发表独立意见情况

序号	会议时间	会议届次	事项	意见
1	2023年3月5日	第一届董事会第二十次会议	关于聘任副总经理	同意
2	2023年4月24日	第一届董事会第二十一次会议	关于控股股东及其他关联方占用公司资金、公司对外担保情况	同意
			关于公司2022年度利润分配预案事项	同意

			关于拟续聘公司2023年度审计机构的事项	事前认可意见、同意
			公司《2022年度内部控制自我评价报告》	同意
			关于使用暂时闲置募集资金及自有资金进行现金管理	同意
			关于公司2023年度董事薪酬（津贴）方案	同意
			关于公司2023年度高级管理人员薪酬方案	同意
			关于续聘2023年度审计机构	同意
			关于确认2022年度日常关联交易以及预计2023年度日常关联交易	事前认可意见、同意
			公司《2022年度募集资金存放与使用情况的专项报告》	同意
3	2023年8月16日	第一届董事会第二十二次会议	关于董事会换届选举非独立董事、独立董事	同意
			关于部分募集资金投资项目延期事项	同意
4	2023年8月24日	第一届董事会第二十三次会议	关于控股股东及其他关联方占用公司资金、公司对外担保情况	同意
			关于公司2023年半年度募集资金存放与使用情况	同意
5	2023年9月4日	第二届董事会第一次会议	关于聘任公司高级管理人员事项	同意
			关于以集中竞价交易方式回购公司股份方案	同意
6	2023年12月1日	第二届董事会第三次会议	关于聘任副总经理、财务总监	同意
7	2023年12月5日	第二届董事会第四次会议	关于与专业机构共同投资设立产业基金暨关联交易事项	事前认可意见、同意

（五）信息披露情况

公司董事会严格遵守信息披露的有关规定，按照中国证监会和深圳证券交易所信息披露格式指引及其他信息披露的相关规定，认真履行信息披露义务，持续提高信息披露质量，为投资者提供全面、准确、及时的信息，保障公司和股东的合法权益。

报告期内，公司发布各类公告 120 项，按期完成 2022 年度报告、2023 年第一季度报告、2023 年半年度报告、2023 年第三季度报告等定期报告的编制工作。

公司信息披露真实、准确、完整、及时、公平，能客观地反映公司发生的相关事项，确保没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

报告期内，公司切实有效加强内幕信息及知情人管理，严格做好未公开内幕信息保密工作，严格执行公司内幕信息知情人登记管理制度，依法登记和报备内幕信息知情人，严格要求全体董事、监事和高级管理人员及其他相关知情人员能够在定期报告及其他重大事项未对外披露的窗口期、敏感期，履行保密义务，公司未发生内幕信息泄露或内幕信息知情人违规买卖或建议他人买卖公司股票的情形。

（六）投资者关系管理

报告期内，公司高度重视投资者关系管理工作，通过机构投资者调研、券商策略会、网上业绩说明会、投资者互动平台、邮箱、专线电话等多样化的沟通渠道主动加强与机构投资者及中小投资者的联系和沟通，保持积极的互动交流，解答投资者的问题，倾听投资者的建议。促进公司与投资者公开、透明、高效、一致的沟通，使其能够更全面了解公司的发展战略、经营情况等。

（七）相关制度建设完善情况

报告期内，为进一步完善公司治理结构，保障公司依法合规运作及持续稳定发展，根据《公司法》《证券法》等法律法规，结合公司实际情况，公司制定了相关配套制度，并对部分制度进行修订。

序号	制度名称	备注
1	《公司章程》	修订
2	《股东大会议事规则》	修订
3	《募集资金管理制度》	修订
4	《关联交易管理制度》	修订
5	《年报信息披露重大差错责任追究制度》	新制定
6	《信息披露管理制度》	修订
7	《投资者关系管理制度》	修订
8	《证券投资、期货和衍生品交易管理制度》	新制定

三、2024 年董事会重点工作计划

2024 年，董事会将积极发挥在公司治理中的核心作用，扎实做好董事会日常工作，科学高效决策重大事项，从全体股东的利益出发，认真贯彻落实股东大会决议，确保经营管理工作稳步推进。公司董事会将继续以股东利益最大化为着眼点，严格按照《公司章程》要求，抓好落实，不断提升公司治理水平；持续提升信息披露质量，真实、准确、完整、及时、公平地披露信息；接受监事会监督，健全内部控制体系；继续加强对公司经营管理的指导，努力为经营层的工作开展创造良好环境。公司 2024 年经营重点如下：

公司将紧绕“聚焦健康睡眠主业，发展大家居与沙发业务”的发展战略，继续坚持“好品牌、好产品、好服务”的高质量发展道路，以市场为导向，以技术创新为发展动力，实施精益化运营管理，加强公司领先优势，持续提升市占率，推动实现收入、利润稳健增长。基于此，公司确定了以下工作重点与经营计划：

1、聚焦健康睡眠，持续加大品牌投入，夯实高端品牌定位，持续输出“家有慕思睡得香”的品牌主张

2024 年，公司将紧绕“健康睡眠”战略，以“让人们睡得更好”为使命，坚持“客户满意”核心价值观，以“家有慕思睡得香”迭代品牌主张，升级高端品牌定位，优化品牌传播体系，丰富品牌传播题材。产品推广上，公司将以产品为核心，向环保高端化、AI 智能化方向发展，并与权威机构合作，融入 AI 智能技术，打造明星爆款产品，满足消费者对健康和技术的需求。品牌宣传上，将通过品牌形象片、品牌故事片、慕思五大品牌 IP 活动、品牌联名活动，以及“慕思 X 体育”、“慕思 X 音乐”等品牌文化传播行动，提升品牌影响力。品牌创新服务上，将通过丰富客户活动，完善全过程客服体验，打造活跃会员平台，提升品牌忠诚度和美誉度，提高客户转化率及复购率。此外，通过梳理集团品牌管理架构及品牌规范体系，深化集团 VI 标准，持续探索创意，以有温度的内容破圈。

2、致力全渠道、多品类的市场布局，深耕客户价值，精益运营，实现稳健的、高质量发展

2024 年度，公司将致力于流量、转化率、客单值的精益运营，构建线上线下一立体的网络营销体系，以全渠道、多品类策略开拓市场，提升公司的整体规模和盈利能力，实现稳健的、高质量发展。

(1) 慕思主品牌业务：慕思主品牌零售业务是公司的核心业务。公司将通过推出明星爆款产品组合套餐、激励经销商进行店态升级等策略，提升客流量、成单率和高端产品的销售额；通过省级联动、终端直播等方式增强品牌影响力。同时，深化家装渠道运营，推动产品更新，鼓励经销商开设更多优质家装店，全面拓展家装市场。

(2) 电商业务：公司将以稳健有质量的发展为目标，一是稳固传统电商平台业务的同时，持续发力社交媒体及直播销售等新渠道，扩大高端智能床垫的营销，夯实品牌高端定位；二是优化产品结构，提高盈利能力。

(3) V6 大家居业务：将围绕“年轻时尚大家居”战略定位，通过跨界营销、与新媒体合作等方式不断扩大品牌影响力。同时加强渠道建设，提高门店数量，持续提升业务能力、组织能力、数字化能力，以确保 V6 大家居业务的全面推进。

(4) 沙发业务：将升级门店形象，优化网点布局，并持续推进新店覆盖。同时，专注产品迭代升级，优化产品结构，提升高端产品销售占比，并规划多种营销活动，利用数字化营销提升品牌曝光量和订单转化率。

(5) 智慧睡眠业务：将以 AI 技术为核心，打造明星爆款 AI 床垫，满足消费者对智慧睡眠的需求。在渠道上，公司拟在 KA 卖场开立直营门店，打造标杆后逐步向新型购物中心和线上电商拓展，实现全渠道覆盖。同时，以线上新媒体和线下门店为核心，结合品牌独立站、小程序等，辅以客户俱乐部与会员运营，挖掘客户长期价值。

(6) 跨境电商业务：公司将继续加大投入，吸纳有经验和技术的专业人才，优化团队配置，以推进国际市场战略，构筑跨境电商的坚实发展基础。

(7) O2O 引流：为了支持零售业绩增长，公司将加大 O2O 引流的投入。结合多元广告渠道、直播和社群私域流量，深度挖掘本地用户，并与互联网家装平台合作共享流量，全方位赋能线下经销商，提升门店运营效率，提高商机转化率。

3、持续加大技术创新与研发投入，推出更多具有性价比产品，保持行业领先

公司一直坚持整合全球资源，注重技术创新和研发投入，致力于在材料、工艺设计、智能智慧等方面保持行业领先地位，推出更多具有创新性和竞争力的产品，以满足消费者日益增长的健康睡眠需求。2024 年度，公司将围绕研发数字化转型、产品设计与创新、IPD 体系优化、成本与质量优化、智慧睡眠产品研发等多个维度开展研发创新工作。为深化数字化研发，研发部门将扩大了 PLM 平台及集成设计软件的应用，以提升研发效率，同时重视标准化与降本增效，加快研发标准管理体系建设，实现设计、材料、工艺及数据的标准化，并推行 IE 变革提升生产效率，降低浪费。在设计与创新方面，搭建设计资源库、新材料样板库和创新设计平台，加强产学研合作，并依托米兰工业设计中心提升研发技术能力。为完善研发管理体系，研发部门将持续优化研发项目管理规范与考核激励机制、集成产品开发 IPD 体系，加强研发过程管理，提升产品 SPU、成品及材料 SKU 管理能力。在智慧睡眠产品领域，狠抓产品的研发质量，做实基础技术研究，提升稳定性与效能，夯实 AI 产品算法等关键能力，保持行业领先性，同时加强校企合作，构建智慧睡眠大数据管理服务平台。

4、深化供应链环节降本增效，推进数字化升级，致力构建敏捷高效的采购体系

公司将采取多项措施以确保供应链管理高效且成本优化。首先，成立专业降本小组，专注于车间级成本管理，制定精细化管理方案和激励机制，以深化降本增效。其次，通过打造集成供应链 ISC+，完善采购、订单管理等环节，实现供应链各环节无缝衔接，推动多系统协同运营和数字化流程。同时，加速数字化工厂建设，建立数据采集、处理、分析和可视化平台，实现生产过程的可视化、可控制和智能化。在采购方面，将通过统一采购、完善快速响应机制、优化流程、提升人员数字化和异常处理能力，构建敏捷采购体系；通过实施密封报价、多样化物料管理、优化供应商资源和配额分配，以全面降低采购成本。

5、高标准严控产品质量，升级客服体系，赋能经销商进行会员运营，助力提升客户的满意度与忠诚度

为高标准严控产品质量并超越消费者期望，提升公司产品竞争力和客户满意度，质量管理将聚焦四大关键工作。一是优化研发流程，确保从研发设计阶段开始就使产品质量得到保障。二是实施严格的品质标准，从原材料到成品，建立问题快速追溯机制。三是构建数字化质量管理平台与系统，整合数据资源，推行精益检验，从事后质量检验向事前质量控制转变。推行质量成本管理。四是加强质量管理部门团队培训，确保专业能力满足品质要求，并合理配置资源以保障各项措施的顺利实施。

客服部门以客户满意度与忠诚度为目标，将夯实服务基础，实现多渠道、全覆盖的售后服务体系。优化售后服务流程，加强客户投诉信息的价值输出，促进产品质量改善。同时，强化多品类售后服务能力，推动客户服务向体验转型。通过多元化培训提升服务团队专业性和覆盖率，创新优化服务应用。赋能经销商进行会员全生命周期运营和数字化转型，为会员提供优质服务，从而坚持长期主义，持续提升客户的忠诚度，提高客户的复购率与转介绍率。

6、持续升级公司流程化与信息数字化，提升公司综合竞争力

为夯实公司经营管理能力，全面提升公司管理效率和市场竞争力，保持行业领先水平。2024年，公司将持续升级流程信息化与业务数字化建设，致力于三个方面的关键任务。其一，支持公司新业务的数字化发展，包括O2O引流、跨境电商、智慧睡眠、V6定制和OEM&ODM等，以满足市场需求和创新商业模式。其二，通过数据分析、数据治理、变革项目配套和实时计算等手段，提高数字化运营的效率和质量。其三，加强数字化基础能力，通过建设数字化营销及服务、ISC+、PLM平台、财务共享、合并报表和全面预算等关键系统，确保公司在数字化转型中具备坚实的基础。

7、加强组织和人才梯队建设，落实股权激励，支撑公司中长期人才发展战略

2024年公司将继续优化组织架构，通过精简管理层级和部门，提高管理效率和决策质量。完善定岗定编，推广项目矩阵式考核和激励机制，确保每个岗位的高效运作和价值最大化，以提升员工的工作热情和促进跨部门协作。人才管理方面，完善任职资格体系，输出干部行为管理规范，形成能上能下的管理机制；

聚焦关键岗位，引进和培养关键岗位的高素质人才，加强人才梯队建设；实施员工持股计划，建立长效激励机制，吸引和留住优秀人才，充分激发员工的潜力和创造力。企业文化方面，通过多样化的文化活动和培训，加强职业化、质量至上和创新变革的文化理念的落地与深化。在数字化建设上，推进 EHR 系统和薪酬绩效管理数字化转型，提升人力资源管理的效率和质量。

慕思健康睡眠股份有限公司

董事会

2024 年 4 月 27 日