

成都彩虹电器（集团）股份有限公司 2021 年年度报告摘要

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。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股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普通股利润分配预案为：以 81,032,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 4.00 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。

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	彩虹集团	股票代码	003023
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	张浩军	张浩军	
办公地址	成都市武侯区武侯大道顺江段 73 号	成都市武侯区武侯大道顺江段 73 号	
传真	028-8537 3601	028-8537 3601	
电话	028-8536 2392	028-8536 2392	
电子信箱	bod@rainbow.com.cn	bod@rainbow.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主要业务及产品

公司致力于精细生活场景解决方案的提供，为广大消费者创造安全温暖、卫生环保家居环境产品。长期以来，公司专注于家用柔性取暖器具和家用卫生杀虫用品行业，拓展相关领域。坚持以用户为中心，质量第一，用户至上的经营理念。家用柔性取暖器具类产品包括：电热毯（垫）、电热暖手器、电热披风、暖身贴等室内外取暖用品；家用卫生杀虫用品类产品包括：电热蚊香液、电热蚊香片、盘式蚊香、杀虫气雾剂、驱蚊贴、驱蚊液等户内外驱虫灭蚊用品，其他产品包括：化纤、无纺布、农用喷雾器具、口罩等。

报告期内，公司主营业务及主要产品未发生重大变化。

（二）经营模式

公司集研制、采购、生产、销售于一体，形成了涵盖供产销的全业务链体系并坚持以市场为导向，结合公司实际经营情况，合理安排采购、生产、销售环节的具体工作。报告期内，公司经营模式未发生重大变化。

研发模式：公司以研发创新为发展的重要推动力，设置研究所、技术研发中心，根据市场反馈积极响应，研究前沿技术开发新产品。以自主研发创新为主，联合高校与供应商，结合产品、技术攻关要求展开工作。研究所主要承担产品的中长期技术创新规划与年度开发计划，开展新技术、新材料、新工艺和新设备的研究与开发，技术研发中心组织计划的具体实施。

采购模式：公司坚持以产定购、适度储备，构建稳定的原材料供应渠道，建立完善的供应商评价管理及质量控制体系。以采购部门为主导，质量中心、技术部门全程参与供应商的评价比选以及原材料质量评定和检验。建立合格供应商名录，保证同一物料有多家合格供应商，动态评估制度的有效实施确保供应商名录及时更新完善。年度经营计划确定后，采购、生产、销售部门制定阶段性目标任务，销售部门结合市场及存货情况，向生产部门提出全年和月度产品需求。生产部门根据原材料及产成品库存、生产线产能等情况，向采购部门提出原材料采购需求，采购部门据此组织采购工作。公司严格执行采购制度，严把采购质量关，确保原材料及时、高质量的供应。

生产模式：公司以年度经营计划指导全年生产经营活动，以销售部门细化制定的产品月度需求为生产安排依据。母公司和生产型子公司的生产计划、生产节奏由母公司生产部门统一下达和安排，优化资源配置、集中管理，合理调度，整合发挥集团生产要素资源优势，满足市场需要，节约生产成本。

销售模式：公司产品品类多、销售地域广，长期以来采取经销为主的销售模式，建立了稳定的销售渠道。随着互联网技术的普及应用，物流配送体系的完善，线上直接销售逐渐占据重要地位。经销模式下，公司经销商主要包括连锁零售超市、各区域的地区性经销商以及互联网经销商，由营销中心和电子商务中心负责业务管理。公司坚持线上线下统筹发展的营销战略，线下注重连锁零售超市、地区性经销商队伍的稳定，拓宽渠道，同时在渠道深度建设下功夫，推动渠道深耕下沉。线上紧跟形势，与各大平台深度合作，提高渗透率，顺应新的业态模式，开拓抖音、快手、直播带货等新的渠道，跟进社区团购，巩固市场优势。公司坚持质量第一，顾客至上的经营理念，设立售后服务部门专职售后服务，加强经销商协同机制建设，及时快速响应市场反馈和用户诉求，以专业高效的精神为顾客提供高质量的服务。

（三）公司的市场地位、竞争优势及业绩驱动因素分析

公司自设立以来即深耕家用柔性取暖和家用卫生杀虫用品领域，完善的产业链的建立为公司健康稳定发展奠定了扎实的基础。

公司掌握双层螺旋发热线、发热线高性能熔融材料、电热毯全线路安全保护、恒温控制等柔性取暖器具方面的核心技术，掌握电热蚊液芯棒、电热蚊液加热器定时可调、加热器智能控制、蚊香片长效缓释、植物精油配方户外驱蚊等家用卫生杀虫方面的核心技术，并不断创新和完善，保持技术优势。公司作为全国家用电器标准化技术委员会委员、全国家用电器标准化技术委员会电热毯分技术委员会秘书处单位，参与行业主要产品标准的起草和制订。

公司注册并使用的“彩虹”商标，被国家工商行政管理总局商标局认定为“驰名商标”，“彩虹牌电蚊香”、“彩虹牌电热毯”曾被国家质量监督检验检疫总局授予“中国名牌产品”称号。经过多年的发展和市场考验，“彩虹”品牌具有较高的知名度和美誉度。公司目前是全国家用电器标准化技术委员会委员单位、全国家用电器标准化技术委员会电热毯分技术委员会秘书处单位、全国家用电器标准化技术委员会取暖熨烫器具分技术委员会委员单位、中国家用电器协会常务理事单位、全国家用卫生杀虫用品标准化技术委员会委员单位、中国日用杂品工业协会副会长单位。公司获得四川省政府质量管理奖、成都市政府质量奖、四川省优秀民营企业等众多荣誉称号。

公司研发创新能力强，产品质量优良，阵营丰富，特别在事关消费者人身财产安全的柔性取暖产品领域，产品质量优异，确保使用安全，这是公司立足的根本。公司拥有完善的营销渠道并持续巩固拓展，建立稳定而具有活力的经营管理团队，产品销量持续领跑同行业，确立了龙头骨干企业的行业地位，具备很强的市场竞争力和较高的品牌知名度。

公司所处的家用柔性取暖、家用卫生杀虫用品行业和人们的日常生活息息相关，消费能力的提升，消费习惯的改变，购买渠道的多样化都会影响行业的发展。高端化、智能化、个性化以及更加贴心的产品及服务，将会赢得更多消费者青睐。随着年轻消费群体的成长，其消费习惯和需求更深刻的影响行业走向。公司在充分发挥既有优势基础上，依托完整的上下游产业链，创新产品提升服务，深度关注市场变化，及时开发和推出贴合市场需求的产品。报告期内，推出了便携充电式发热围脖、电热艾灸盒、水暖毯等产品，继续研发改进天然萃取物为主要成分的植物精油产品，完善驱蚊网，丰富和充实产品线。公司在健康智能、天然环保、高端化、细分化方面持续发力，积极关注并拓展相关行业领域，内生、外延同步发展，促进行业健康进步。公司顺应行业发展趋势，一方面加快新功能新用途产品的研发和推出速度，提升产品竞争力，另一方面加强营销渠道建设和管控，发挥品牌、质量、技术、管理、营销等方面综合优势，确保公司稳定发展。

（四）2021年经营概况

报告期内，公司坚持“为顾客提供温暖、健康、舒适的家用产品，创造优质新生活”的使命，实现员工和企业共同发展，经济效益和社会效益协调统一。以“高质量发展攻坚年”为主题，持续推进卓越绩效管理。提升研发能力，推动技术进步、产品变革创新。狠抓后疫情时代销售新渠道建设，加强社区团购、B2B到家业务、私域营销等新零售新营销模式管理，做好管理、技术、质量、品牌、渠道等全方位建设，提升公司经营质量和盈利水平。

2021年第一季度气候条件较为有利，公司抓住时机扩大销售。上半年家用柔性取暖产品营业收入同比增长57.88%，家用卫生杀虫产品同期下降9.88%，上半年营业收入合计增长22.75%。在气象专业机构分析预测2021冬将有超强冷空气大面积影响我国，甚至双拉尼娜极大可能存在的条件下，公司加大冬季产品生产和销售准备。事实上，2021年四季度除11月中下旬短暂降温外，整体气候条件极其不利于销售。就是在这样不利的客观因素影响下，公司抓住短暂的降温窗口期，以双十一、双十二为重要突破口，最大可能实现好的经营业绩。

2021年全年，公司实现营业收入114,414.90万元，同比增长7.47%，实现归属于上市公司股东的净利润11,086.75万元，同比下降1.51%，扣非后归属于上市公司股东的净利润10,501.43万元，同比增长3.70%。

1、聚焦主业，以创新为动力，丰富产品阵营

在产品同质化加剧、消费群体分化的当下，公司一直坚持产品创新，以更多的产品选择，更精细化的服务满足消费者需

求。基于用户需求围绕“安全、品质、舒适、高效、健康”五大核心原则，对公司产品进行系统化梳理，微创新的同时，拓展产品边界。对智能睡眠管理电热毯、除菌消臭电热毯、石墨烯电热毯、充电便携式发热围脖、电热艾灸盒等做出更多的技术与市场探索。在产品外观及结构设计上引入知名工业设计团队，从人体工学、颜值等方面进行全面提升，使产品更符合新一代消费者的审美需求。与敦煌博物馆·丝路手信授权方深度合作，推出丝路手信“福器”、“敦敦送福”、“神鹿赐福”等系列产品，打造国潮“福气”系列产品。

继续研发以天然植物提取物为有效成分自然挥散的户外驱蚊产品，将产品应用从室内居家拓展到户外、车内、旅游休闲等不同场景，作用对象从传统蚊、蝇、蟑螂等扩展到其他多种或特定害虫，完善防蚊网，与专业研发机构合作开发二氧化碳生物仿生户外捕蚊机产品。公司拥有的一种利用天然植物源农药驱蚊的技术获得中国轻工业联合会科学技术进步二等奖。

2、强化品牌战略升级，提升品牌影响力

2021年，公司在坚守现有品牌高地基础上，开启集团品牌战略升级之路。基于30多年专业坚持，围绕“安全、品质、舒适、高效、健康”五大核心原则，聚焦精细化生活场景，确立彩虹“精细生活场景解决方案提供商”的品牌定位，以“精彩生活，无微不至”为品牌输出核心。基于新的品牌定位，围绕时尚、年轻、高端化着力品牌再塑造，强化“RAINBOW”、“彩虹生活”品牌的时尚潮流认知，以集团品牌为中心，建立“乖乖”、“彩虹卫士”、“劲力”、“美梦”为主体的品牌基础架构。邀请知名视觉原创团队设计更符合现代品牌视觉标准的集团品牌标志和产品品牌标志，建立符合公司品牌定位的品牌视觉标准系统、品牌视觉管理体系和包装视觉管理标准。围绕新时期目标消费群体，加强与央视频道、各地方电视台以及新兴的互联网短视频平台的合作，品牌广泛触达。针对全国重点销售区域，借助地铁、高铁、机场交通枢纽站点、分众楼宇等媒介，增加品牌认知覆盖。与敦煌博物馆·丝路手信授权方深度合作，推出丝路手信“福器”、“敦敦送福”、“神鹿赐福”等产品系列。签约影视明星合作打造彩虹一海清品牌形象，全方位塑造国民生活品牌。

3、整合线上线下资源，构建多元化营销渠道，持续强化线上营销

强化营销网络建设和管控，优先投放资源，推动销售渠道下沉，网络渠道从一二线城市、地区县市扩展到广大乡镇及农村地区。重点推广多温区、智能控制、除螨等功能性产品，加大暖身贴、天然植物精油系列产品销售力度，细化经销商、业务和促销人员考核机制，充分利用彩虹品牌优势强化终端陈列，开展全系促销活动。但我们必须面对的情况是，社区团购、到家业务等新零售模式迅猛发展，加之疫情反复，线下实体渠道特别是大型卖场客流严重分流，渠道碎片化趋势在2021年加剧。为此，公司对社区团购渠道进行全国布局，共开发40多家社区团购客户，避免因渠道分流可能导致的销售机会的损失。针对大卖场客流量的萎缩，一是及时跟进大卖场的到家业务，加大对到家业务的费用投入，以获取各到家平台动销资源。二是充分利用西南区域分销渠道优势，加强中、小超市分销力度，弥补因大卖场客流下降导致的店面成交下滑损失。根据AC尼尔森终端零售市场消杀行业调研数据分析，2020年9月-2021年8月，全国消杀行业线下市场终端零售额下滑6.9%，同期，公司消杀品类终端零售额下滑幅度小于同行业，在全国市场份额的占比还略有增长。在西南市场（云、贵、川、渝）消杀品类线下终端零售额下降4.3%的情况下，公司消杀品类线下终端零售市场份额略有增长，在西南市场继续保持并巩固了消杀品类线下终端零售市场的领先优势，户外植物精油驱蚊系列产品销售增幅达到49%。

面对疫情反复，竞争对手不断挤压等多重挑战，电商部门谋定而后动，坚持以市场为中心，以消费者需求为导向，精细化运营，从细分的各渠道流量中挖掘新的消费需求，聚焦核心品类，搭建线上生态平台寻找更多的合作契机。通过产品图片优化、店面详情设计重构用户购买逻辑，通过公众号、视频号、微博等渠道推出用户感兴趣的内容，与用户建立更多有声量、可感知的沟通，在抖音掀起“彩虹敦煌国潮有礼”全民话题，敦煌“福气”系列产品全渠道热销，增加了与新一代用户沟通通路，形成和用户有效的可持续互动。2021年7月，电商部门组建CRM团队，至年底累计经营会员资产3,568万，品牌会员注册56.32万人，粉丝170.84万；创建群92个，群聊日活2.17万人，短信触达149.47万条。从流量思维到用户思维，立足于深挖用户行为路径，不断创造内容精准触达。

第四季度品牌直播团队与家纺类大品牌PK，获得京东平台“北极星直播计划金奖”。2021年，电热毯品类线上主销渠道平台市场占有率提升0.8%，让我们看到线上市场更多的机会。

报告期内，线上销售情况如下：

渠道	营业收入（万元）	同比增长比例（%）	占营业收入比例（%）
线上销售	39,833.40	33.26	34.81

4、坚守质量底线，确保产品合格率

公司将产品质量视为企业生命线，严格执行质量管理体系，从供应商比选、材料购进、入库检验、生产流程、成品半成品检验，实行全过程、全方位控制。发热线：每根执行3,600伏浸水耐压检测、每批次执行25,000次弯曲实验抽检；柔性部件每床执行6,000伏高压耐压检测，电热毯成品抽样模拟高强度踩踏破坏性动负荷实验，确保产品质量。公司建立以质量中心为核心，其他部门参与的质量控制组织架构，遵循ISO9001、ISO14001等质量、环境管理体系，持续坚守质量是企业生命线的信条，未来也将坚定不移坚守质量安全底线。

报告期，公司荣获“全国家用卫生防疫用品行业质量领军企业”、“全国家用卫生防疫用品行业质量领先品牌”、“全国消费者质量信得过产品”、“全国质量检验稳定合格产品”、“全国产品和服务质量诚信示范企业”、“2021年四川省工业质量标杆”等荣誉，入选“2021年度中国日用杂品行业质量标杆典型企业”名单，入围国家标准化管理委员会“第二批国家级消费品标准化试点”项目。

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

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	1,920,587,724.05	1,881,968,471.31	2.05%	1,305,495,142.90
归属于上市公司股东的净资产	1,347,049,255.83	1,257,565,210.58	7.12%	752,843,988.34
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	1,144,149,048.63	1,064,613,524.52	7.47%	1,005,534,170.91
归属于上市公司股东的净利润	110,867,487.91	112,565,993.15	-1.51%	84,215,972.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	105,014,324.29	101,264,338.22	3.70%	84,477,183.76
经营活动产生的现金流量净额	63,404,658.21	195,227,488.24	-67.52%	19,989,101.68
基本每股收益（元/股）	1.37	1.85	-25.95%	1.39
稀释每股收益（元/股）	1.37	1.85	-25.95%	1.39
加权平均净资产收益率	8.51%	14.16%	-5.65%	11.69%

（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	287,780,542.42	307,740,404.81	163,729,416.06	384,898,685.34
归属于上市公司股东的净利润	37,250,909.93	45,971,359.98	5,581,795.32	22,063,422.68
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	36,931,618.56	44,102,217.80	4,084,771.67	19,895,716.26
经营活动产生的现金流量净额	177,674,174.22	-91,232,131.91	-16,872,025.81	-6,165,358.29

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	12,673	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	11,926	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							
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	
成都彩虹实业股份有限公司	境内非国有法人	50.06%	40,561,879	40,561,879			
天津硅谷天堂股权投资基金管理有限公司-天津硅谷天堂瑞焱投资合	其他	2.69%	2,181,800	0			

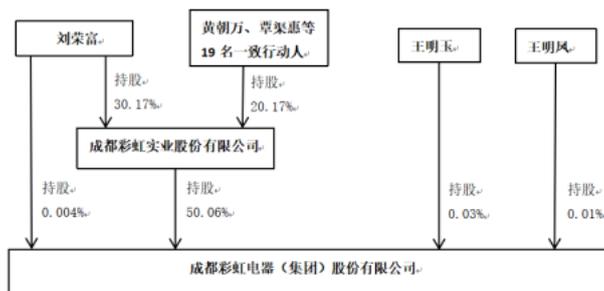
合伙企业（有限合伙）					
西藏山南硅谷天堂昌吉投资管理有限公司—成都硅谷天堂通威银科股权投资管理有限公司	其他	2.24%	1,818,200	0	
茂业商业股份有限公司	境内非国有法人	1.26%	1,020,000	0	
史高群	境内自然人	1.07%	870,603	0	
余盛	境内自然人	1.04%	846,000	0	
成都新迈贸易有限责任公司	境内非国有法人	0.89%	720,000	0	
重庆百货大楼股份有限公司	境内非国有法人	0.74%	600,000	0	
同森集团有限公司	境内非国有法人	0.74%	600,000	600,000	
昆明联升商贸有限责任公司	境内非国有法人	0.57%	465,580	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、公司实际控制人刘荣富先生持有彩虹实业 30.17% 的股份。 2、股东瑞焱投资、通银创投均由硅谷天堂资产管理集团股份有限公司控制。 除此之外，公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系或是否属于一致行动人。				

(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

三、重要事项

其他重大事项详见公司在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的公告，具体如下：

1、公司实施2020年度红利分配方案：以公司总股本81,032,000股为基数，向全体股东每10股派发现金红利4.00元（含税），共计派发现金红利32,412,800.00元（含税），详见《成都彩虹电器（集团）股份有限公司2020年度分红派息实施公告》，公告时间：2021年6月9日，公告编号：2021-027。

2、公司董事的配偶易军女士因操作失误，于2021年10月27日至2021年11月5日期间买卖公司股票2,100股构成短线交易，当事人已公开致歉，董事会收回本次短线交易产生的收益4,830元上交公司，督促相关方加强法律法规及有关制度的学习，

避免类似行为再次发生。详见《关于董事亲属短线交易及致歉的公告》，公告时间：2021年11月10日，公告编号：2021-043。

3、因票据纠纷公司作为原告向南京市中级人民法院提起诉讼，要求被告支付票据款项36,710,239.47元及利息，详见《公司关于提起诉讼的公告》，公告时间：2021年11月22日，公告编号：2021-044。截至本年报披露日，公司与相关方达成相关协议并撤诉，目前，协议正常履行中，详见《关于诉讼进展的公告》，公告时间：2022年3月1日，公告编号：2022-004。

4、2021年12月13日经董事会审议，公司拟以自有资金合计300万元投资认购青岛星空芷泉创业投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“星空芷泉基金”）、青岛星空汇江创业投资合伙企业（有限合伙）基金份额，详见《关于拟参与投资股权基金的公告》，公告时间：2021年12月14日，公告编号：2021-047。截至本年报披露日，公司对星空芷泉基金150万元的出资已缴付到账，星空芷泉基金完成工商变更登记以及在中国证券投资基金业协会备案，并按照投资方向完成对标的公司的投资。详见《关于参与投资股权基金的进展公告》，公告时间：2022年1月7日，公告编号：2022-001。