

证券代码：002032

证券简称：苏泊尔

公告编号：2023-019

# 浙江苏泊尔股份有限公司 2022 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。

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 2022 年末公司总股本 808,654,476 股扣除公司回购专用证券账户持有的 3,537,569 股后的 805,116,907 股为基数进行利润分配，向全体股东每 10 股派现金红利 30.30 元（含税），合计派发现金股利 2,439,504,228.21 元。本年度不送红股、也不进行资本公积金转增股本。

本利润分配预案披露至分配实施期间，公司股本由于可转债转股、股份回购、股权激励行权、再融资新增股份上市等原因发生变动的，依照变动后的股本为基数实施并保持上述分配比例不变。

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	苏泊尔	股票代码	002032
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	叶继德	方琳	
办公地址	中国杭州高新技术产业开发区江晖路 1772 号苏泊尔大厦 23 层证券部	中国杭州高新技术产业开发区江晖路 1772 号苏泊尔大厦 23 层证券部	
传真	0571-86858678	0571-86858678	
电话	0571-86858778	0571-86858778	
电子信箱	yjd@supor.com	flin@supor.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

浙江苏泊尔股份有限公司是国内著名的炊具研发制造商，中国厨房小家电的领先品牌，是中国炊具行业首家上市公司。

公司创立于1994年，总部设在中国杭州，共拥有六大研发制造基地，分布在浙江玉环、杭州、绍兴（越城区和柯桥区）、湖北武汉和越南胡志明市。

苏泊尔的主要业务包括明火炊具及厨房用具、厨房小家电、厨卫电器、生活家居电器四大领域：

(1) 明火炊具及厨房用品类主要产品：炒锅、压力锅、煎锅、汤奶锅、蒸锅、陶瓷煲、水壶、刀具、铲勺、保温提锅、水杯、厨房工具、保鲜盒等；

(2) 厨房小家电品类主要产品：电饭煲、电压力锅、电磁炉、豆浆机、电水壶、榨汁机、电炖锅、电蒸锅、电火锅、料理机、煎烤机、空气炸锅等；

(3) 厨卫电器品类主要产品：油烟机、燃气灶、消毒柜、净水机、嵌入式蒸烤箱、热水器、集成灶等；

(4) 生活家居电器类主要产品：空气净化器、挂烫机、吸尘器、洗地机、电熨斗等。

公司生产的炊具及电器产品，主要通过法国SEB集团销往日本、欧美、东南亚等全球50多个国家和地区。

### 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	12,952,655,903.47	13,899,456,422.16	-6.81%	12,292,270,384.71
归属于上市公司股东的净资产	7,036,084,863.54	7,622,639,752.86	-7.69%	7,200,939,908.92
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	20,170,527,516.66	21,585,331,407.47	-6.55%	18,596,944,289.02
归属于上市公司股东的净利润	2,067,659,526.97	1,943,943,608.94	6.36%	1,846,221,538.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,888,197,965.28	1,858,036,556.80	1.62%	1,595,178,564.27
经营活动产生的现金流量净额	3,159,955,245.84	2,049,881,568.69	54.15%	2,076,592,774.00
基本每股收益（元/股）	2.565	2.400	6.88%	2.264
稀释每股收益（元/股）	2.564	2.395	7.06%	2.261
加权平均净资产收益率	27.89%	26.81%	增加 1.08 个百分点	26.97%

#### (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	5,611,558,380.61	4,712,421,364.21	4,656,794,210.81	5,189,753,561.03
归属于上市公司股东的净利润	538,175,628.78	394,673,535.25	376,051,074.83	758,759,288.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	527,260,626.62	381,853,666.28	363,133,619.23	615,950,053.15
经营活动产生的现金流量净额	364,623,903.59	944,220,962.74	716,190,474.81	1,134,919,904.70

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

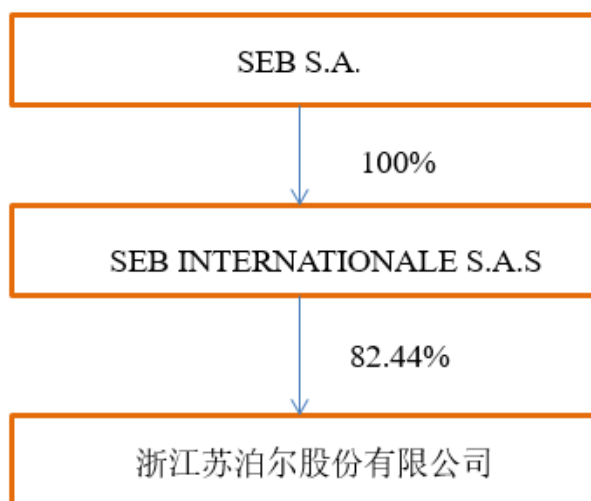
报告期末普通股股东总数	14,971	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	12,838	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
SEB INTERNATIONALE S.A.S	境外法人	82.44%	666,681,904	0			
香港中央结算有限公司	境外法人	9.09%	73,481,463	0			
宁波银行股份有限公司—中泰星元价值优选灵活配置混合型证券投资基金	其他	1.19%	9,601,559	0			
富达基金（香港）有限公司—客户资金	境外法人	0.42%	3,357,132	0			
招商银行股份有限公司—中泰玉衡价值优选灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.37%	2,970,113	0			
兴业银行股份有限公司—兴全趋势投资混合型证券投资基金	其他	0.27%	2,199,856	0			
法国巴黎银行—自有资金	境外法人	0.27%	2,149,370	0			
兴业银行股份有限公司—中泰兴为价值精选混合型证券投资基金	其他	0.24%	1,903,427	0			
BARCLAYS BANK PLC	境外法人	0.17%	1,371,200	0			
永安国富资产管理有限公司—永安国富—永富 19 号混合投资私募基金	其他	0.11%	874,295	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	宁波银行股份有限公司—中泰星元价值优选灵活配置混合型证券投资基金、招商银行股份有限公司—中泰玉衡价值优选灵活配置混合型证券投资基金和兴业银行股份有限公司—中泰兴为价值精选混合型证券投资基金同属中泰基金。其他股东之间，未知是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无						

## (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

## (一) 报告期内国内销售情况

## 1、产品战略

报告期内，苏泊尔持续推进“以消费者为中心”的创新战略和新品发展战略，借助互联网大数据，深度挖掘细分人群和不同场景下的用户需求，持续为用户提供智巧的产品解决方案，满足多元化的消费者需求，提供贴心、全方位的消费者体验。

在明火炊具业务上，苏泊尔不断深入挖掘消费者在使用烹饪用具的需求，持续加快具有市场核心竞争力产品的拓展：2022年创新推出了“一锅两用，能文能武”有钛无涂层不粘炒锅，通过专业技术，在锅体表面没有任何不粘涂层的前提下，实现良好的不粘性能，打造无涂层不粘的健康烹饪新体验，深受消费者喜爱。在煎锅品类方面，进一步优化苏泊尔专利的聚油防凸技术，2022年聚油煎锅单品销售额超1亿元。根据GFK监控的中国30个重点城市数据显示，2022年苏泊尔明火炊具八大品类（炒锅、高压锅、煎锅、汤锅、奶锅、蒸锅、套装锅、陶瓷煲）线下总体市场份额累计达48.8%，持续巩固行业第一的领先优势。根据奥维云网监测的全网数据显示，2022年苏泊尔明火炊具十一大品类（炒锅、高压锅、煎锅、奶锅、汤锅、水壶、砂锅、火锅、蒸锅、套装锅、珐琅锅）在主要电商平台总体市场份额累计23.1%，领先第二品牌四倍以上。

在餐饮具方面，苏泊尔通过对杯壶市场需求趋势洞察，以年轻消费者偏好为本源，重点布局咖啡杯系列产品。2022年公司推出的保温咖啡杯，集高颜值外观、差异化健康材质、优秀杯身设计为一体，产品一经推出，销售火爆，连续数月蝉联保温杯品类销售排名第一。

在厨房用具品类，通过持续挖掘消费者使用痛点及使用场景来研发产品。2022年，公司推出了一系列创新产品，如抗菌套刀、抗菌双面砧板等，满足消费者在日常生活中对于消毒、杀菌等功能需求。

在厨房小家电业务上，苏泊尔始终坚持差异化的产品创新战略，不断推出创新智巧、健康营养烹饪功能的创意产品。在电饭煲品类，苏泊尔针对小家庭推出小容量远红外IH本釜电饭煲，进一步夯实远红外系列优势；升级空气炸锅可拆洗技术，差异化的可拆洗玻璃盖设计，实现轻松清洗，不藏油污；推出行业内首款可搅拌养生壶，通过搅拌可使食材通透熬煮，更好满足健康需求。此外，苏泊尔紧跟科技发展，推出全新形态“AIoT料理快锅”，将科技和烹饪相结合，“NFC碰一碰”，快速实现人机交互。小C主厨多功能料理机持续热卖，荣获“双十一京东POP炒菜机器人”类目销售额第一。根据奥维云网传统渠道监测数据显示，2022年苏泊尔厨房小家电十三大品类（电饭煲、电磁炉、电压力锅、豆浆机、破壁机、搅拌机、榨

汁机、电水壶、煎烤机、养生壶、电蒸炖锅、台式多功能烤箱、空气炸锅）线上合计市场份额累计达到21.6%，同比提升1.1个百分点，居行业第一；同时苏泊尔在上述品类合计的线下合计市场份额累计达到33.0%，同比提升3.9个百分点，居行业第二。

同时，苏泊尔坚持不懈推动生活家居电器品类发展，推出新款洗地机M1，强“贴边”清洁技术，电解水干净除菌，轻松消灭隐藏细菌，守护家庭环境健康。另外，在挂烫机品类，苏泊尔持续保持行业领先地位；根据奥维云网监测数据显示，苏泊尔挂烫机品类线上市场份额累计13.7%，位居行业第二。

在厨卫电器业务上，苏泊尔持续加大品牌力建设，并推出一系列高性价比、差异化产品，如“7”型吸油烟机、三眼燃气灶、远红外蒸烤款集成灶、独立蒸烤款集成灶等。2022年苏泊尔全年灶具线上占保持行业第一，整体品牌线上占行业前五。

## 2、渠道战略

随着线上、线下市场的加速融合，苏泊尔持续围绕“以消费者为中心”，根据消费者购买路径的衍变，持续优化渠道布局，以多渠道、多模式，满足不同消费者的购买需求。苏泊尔始终坚持以卓越的产品品质赢得消费者的信赖，以优秀的服务获得经销商与零售商的支持。

2022年苏泊尔加速推动渠道变革，营销效率进一步提升。在报告期内，公司持续加大线上渠道建设，电商业务保持快速增长，在内销业务中的占比持续提升。公司加大电商“一盘货”模式建设，实现自营和经销商货品统仓分配，提升渠道资金周转效率，有效缓解经销商资金压力。

报告期内，公司持续推行电商推新卖贵战略，以创新差异化产品和创新营销方式提升高附加值、高毛利产品销售占比，提升产品客单价，持续提升线上盈利能力。在2022年电商“618”和“双十一”大促活动中，多个品类单品获得所属类目销售排名第一，各品类盈利明显提升。

在新兴社交电商，如抖音、快手等平台，苏泊尔积极开拓新的渠道增长点，拥抱平台流量分发规则变化，与平台和头部主播建立良好战略合作关系。2022年苏泊尔在抖音、快手等主要社交平台已经占据先发优势，各主要品类市场份额占据第一。

受行业下滑影响，线下渠道一、二级市场中，传统现代渠道经营环境面临挑战，苏泊尔和经销商伙伴共同积极主动应对，做强终端精细化运营，推动门店坪效提升，整体市场地位依然稳固。同时，苏泊尔持续推动三、四级市场发展战略，加快与京东、天猫、苏宁等在下沉市场O2O渠道的全面合作，发挥公司中高端产品差异化与代理商稳定优势，发展三、四级市场新的增长点。

## 3、品牌建设

2022年，公司进行品牌升级，更新品牌核心价值。在坚持产品品质和技术创新的基础上，首次将工业设计作为品牌的核心价值之一，以更好地适应消费趋势的变化。逐步健全工业设计团队，并围绕各品类建立苏泊尔的工业设计语言，旨在全面提升产品“颜值”的竞争力。在营销方面，公司加速数字化营销转型进程。通过明星合作+平台营销IP的模式，携手苏炳添、张继科等明星，参与天猫欢聚日、京东618等活动，持续强化品牌在年轻人群中的认知。加强对抖音渠道的投入，直播GMV高速增长，多品类销售额处于行业领先地位，同时品牌在抖音平台的认知度持续提升，实现了营销的“品效合一”。探索“内容营销+投流”的新品上市新模式并取得初步成效，成功推出有钛无涂层不粘炒锅、多功能料理快锅、一盖双饮保温杯等新品，更高效地实现了新品打爆和营销闭环。

### （二）报告期内外贸销售情况

2022年外贸业务整体在经历2021年高峰期后出现回落。一方面，公司主要客户SEB集团为积极管理控制当地渠道存货水平，本年度订单数量有一定下滑。另一方面，铝、不锈钢、铜等大宗材料价格仍处高位、人民币兑美元汇率持续升值等原因，国外消费需求进一步受挫。2022年，公司整体外贸业务收入同比下滑29.09%。

浙江苏泊尔股份有限公司

董事长：Thierry de LA TOUR D'ARTAISE

二〇二三年三月三十一日