

证券代码：003023

证券简称：彩虹集团

公告编号：2023-002

# 成都彩虹电器（集团）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 105,341,600.00 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.50 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	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	倪帆	
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	028-85373601	028-85373601	
电话	028-85362392	028-85362392	
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）主营业务及产品

公司致力于精细生活场景解决方案的提供，创造安全温暖、卫生环保家居环境产品。家用柔性取暖器具类产品包括：电热毯（垫）、电热手热器、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、农用喷雾器具等。报告期，公司主营业务及主要产品未发生重大变化。

### （二）经营模式

公司以市场为导向创新开发产品，灵活多样的生产加工模式保障市场需求，依托稳固完善的营销网络实现产品销售流通。本报告期内公司经营模式未发生重大变化。

**研发：**公司研究所主要承担行业前沿领域、基础技术及应用的研究，提出技术发展方向，规划制定技术发展路线，拟定中长期技术创新规划与年度开发计划。技术中心结合市场部的市场计划确定产品开发计划组织具体实施。公司技术开发以自主研发创新为主，联合高校、科研院所开展工作，家电部门、家卫部门分别承担家暖、家卫产品技术开发职能，内部以产品类别分工，实行项目制分工协作。

**市场计划：**营销中心市场部承担市场调研、产品竞争力分析、产品体系建设、风格调性研究、营销策略拟定等多项职能，提出市场营运思路和具体建议，公司据此确定产品开发改进方向和市场经营策略。

**采购：**公司建立完善的供应商评价管理及质量控制体系，建立合格供应商名录，确保相同物料多家合格供应商，过程中进行动态评估，更新完善供应商名录库，建立稳定的原材料供应渠道。根据生产计划安排采购，保持合理库存。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，质量控制延伸到供应链前端。公司年度经营计划确定后，采购、生产、销售部门分解阶段性目标任务落实保障措施，采购部门依据年/月度计划组织采购。

**生产：**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。母公司生产部门统一协调安排全集团的生产工作，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。适应市场需求的快速变化，灵活采用 OEM/ODM 模式，降低生产成本，提升响应速度和盈利能力。

**销售：**公司依托国内市场，狠抓渠道建设。线下渠道以经销为主，客户群体包括全国与地区性商超、连锁门店，各区域渠道的经销代理商。重要的商超系统公司统一负责，区域经销商负责相应区域流通渠道建设和维护，公司加强对区域经销商的指导与管理，推动渠道下沉，深入县乡市场。电商中心负责线上营销，自营与经销商开发并重，线上销售收入占比稳步提升。继续保持与传统电商平台深度合作，开拓社交平台、直播带货、社区团购新渠道，快速跟进新的营销模式。公司坚持线上线下统筹发展的营销思路，保持经销商队伍的稳定，加强指导管控，拓宽渠道，持续推动渠道深耕下沉。

### （三）公司的市场地位、竞争优势及业绩驱动因素分析

公司专注深耕家用柔性取暖、家用卫生杀虫用品领域，自主研发，自主生产，掌握关键产业链，电热毯主要面料自产供应。公司最早从事电热毯的国内研发生产，首批推出电热驱蚊产品，掌握行业核心技术，不断创新创造，保持技术领先优势。

产品线丰富，品种系列齐全，关注市场变化，深度开发细分品类。推出石墨烯、抗菌除臭除螨、多区温控、可水洗等系列电热毯，智能发热围巾、智能发热背心、电蚊拍等产品上市销售；持续研发改进天然萃取物为主要成分的植物精油产品，充实丰富产品线。在健康智能、天然环保、母婴防护方面持续发力，积极关注拓展相关行业领域，促进行业健康进步。

线下营销网络覆盖国内主要城市下沉到乡镇，渠道宽触达深，客户群稳定，线上营销起步早发展快，占比逐步增高，网上网下齐抓共管，全国重点大型零售企业商业销售调查统计显示，公司电热毯连续三年同类产品商场综合占有率第一位。

公司以管理求效益，经营管理团队稳定，经验丰富，责任心强，忠诚度高。公司参与行业主要标准的起草制订，掌握技术标准和行业规则制定话语权。公司及主要管理人员在重要的行业组织、协会团体担任职务，洞悉行业动态。彩虹商标获评中国驰名商标，电热毯、电蚊香连续两届获得中国名牌产品称号。公司荣获四川省政府质量管理奖、成都市政府质量奖、2020-2022 年度中国日用杂品行业“创新贡献”典型企业、四川省优秀民营企业等众多荣誉称号，为省企联、省企业家协会常务理事单位。

所处的两个行业受气候影响较大，季节性特征明显，对公司的生产供应组织，市场营运及集中爆发能力提出一定挑

战。市场稳定，日用快消行业消费需求稳中有升，公司兼顾两个细分行业，淡旺季生产销售次第展开，优势互补，协同支撑。

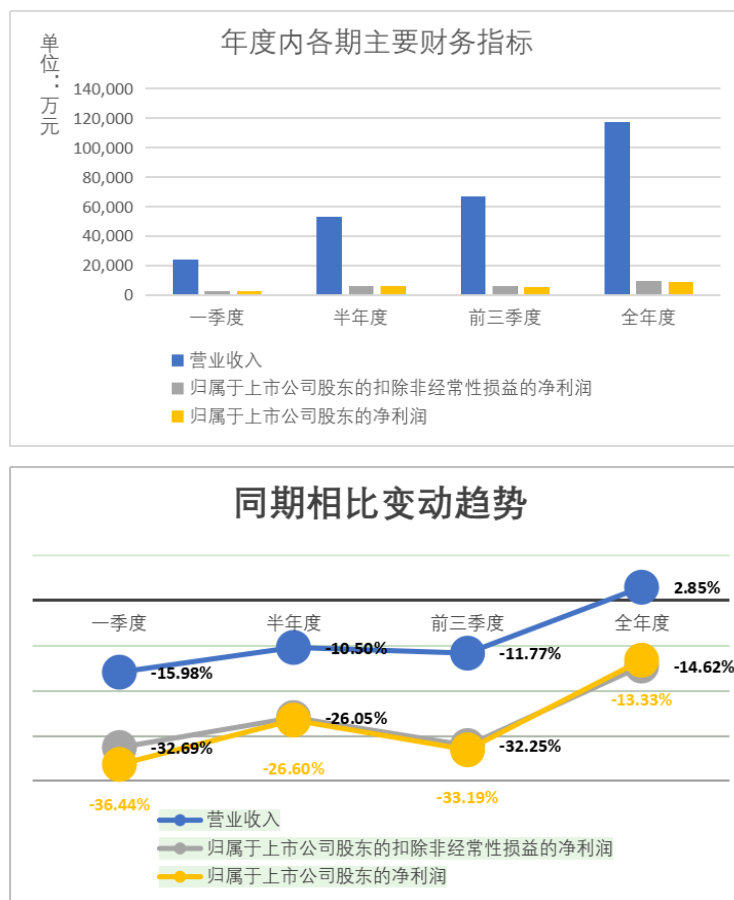
公司沉淀积累了品牌、研发、质量、技术、管理、营销方面诸多经验，确立竞争优势，奠定了电热毯细分领域龙头、家卫行业核心骨干企业地位。

#### （四）2022 年经营概况

2022 年极不平常，公司经营发展面临诸多超预期不利因素冲击，主要包括：（1）报告期线下客流持续减少，物流阶段性受阻；（2）年初气候偏暖，一季度收入、利润均出现下滑，全年经营压力陡增。转入夏季产品生产阶段，五月气温偏低，行业表现不佳；（3）七八月高温让电子民等因素，公司累计停产一个月。面对困难和挑战，公司稳中求进，逐步扭转年初不利态势，特别是抢抓 12 月份大降温的契机，电热柔性产品快速销售，各项财务指标回升向好，于困难的条件下平稳度过 2022 年。全年营业收入实现增长，保持了公司稳定，为今后发展奠定了基础。

2022 年全年，公司实现营业收入 117,673.77 万元，同比增长 2.85%，实现归属于上市公司股东的净利润 9,465.93 万元，同比下降 14.62%，扣非后归属于上市公司股东的净利润 9,101.43 万元，同比下降 13.33%。

2022 年各期主要财务数据及同期变动比例：



#### 1、坚持聚焦主业，以质量为核心，需求为导向，创造创新，丰富产品阵营。

面对消费环境和市场的快速变化，公司高度聚焦主业，顺应用户需求多元化、产品智能化趋势，创造创新，秉持“安全、品质、舒适、高效、健康”核心原则，围绕“精细生活场景解决方案提供商”品牌战略定位，以“家”为核心消费场景，打造“日月星”系列产品阵营。

家暖、家康产品：运用新技术、新材料推动电热毯产品功能化、智能化发展，报告期内研发上市石墨烯电热毯、抗菌除臭除螨电热毯、多区温控电热毯、可水洗电热毯等产品，以更丰富的功能、差异化设计满足消费者健康舒适睡眠多样性体验需求。开发出水电分离恒温水暖毯，温润舒适，取得了销量的突破。暖手器以安全为核心，不断优化结构和外观设计，“福”系产品爆红出彩。充分利用在发热取暖领域的优势，围绕健康主题，链接上下游产业资源，针对便携取暖产品体验痛点，探索纳米柔性发热膜结合精准温控技术，提出穿戴取暖+个人养护理念，推出智能发热围巾、智能发热背心等移动穿戴取暖产品，打造健康个护移动穿戴取暖系列。针对中老年人和 30+亚健康人群传统艾灸痛点，以石墨烯材

料结合远红外发热技术，改变传统艾灸方式，推出无烟无味、使用方便、效果比肩明火艾灸的智能热敷盒新品。发热技术和健康理念相结合，推动家暖拓展家康，丰富产品阵营。

家卫系列：构建不同场景多害虫防治解决方案产品阵列。结合当前户外露营、城市踏青一公里、野外活动等消费热点，利用国内唯一获得产品登记的优势，持续开发以天然植物提取物为有效成分、自然挥散的多款挥散芯户外驱蚊产品；满足户外驱蚊强力长效、便捷使用的特殊要求，推出多款有效时间达到 8 小时的驱蚊液，销量快速增长。针对特定使用人群，促进品牌年轻化，全面升级旗下“乖乖”母婴品牌，秉承母婴群体健康驱蚊理念，研发探索天然植物驱蚊技术，满足细分人群消费需求。严把质量关推出彩虹电蚊拍，报告期内销售 10 万套。与敦煌博物馆·丝路手信授权方继续深度合作，以年轻女性为主要消费群体推出丝路手信“仙气护体”国潮联名驱蚊液、植物精油爆珠手环，敦煌“福气”系列产品继续热销，颜值提升，礼品属性进一步强化。

家清系列：探索升级“彩虹卫士”家庭清洁产品，围绕以“家”为核心的不同细分清洁场景，完善空气清新剂、84 卫生、油污清洁等家用清洁产品。

持续加强产品质量控制，提升内在品质、外观颜值。深度参与“彩虹杯”天府宝岛工业设计大赛，与省内数所高校合作建立了产品创新实验室。从新一代用户的角度出发并使其参与其中，在使用体验、产品外观设计等方面进行创新，产品更符合新一代消费者的体验需求。彩虹乖乖植物精油驱蚊手环、彩虹智能驱蚊灯等产品获得大赛专业评委的青睐，分获成果转化全场大奖、产品外观设计二等奖、三等奖（消费品类）。

## 2、深化彩虹“家”品牌认知，实施品牌年轻化战略。

2022 年，公司依托“日月星”产品发展战略，围绕“精细生活场景解决方案提供商”的品牌定位，深化以“家”为核心的品牌认知，以“精彩生活，无微不至”为品牌输出核心。围绕时尚、年轻、高端化着力品牌再塑造，搭建“彩虹”“乖乖”“彩虹卫士”“劲力”“美梦”品牌基础架构。继续与知名代言人合作，借助代言人“温馨家庭”的形象标签，强化彩虹民生品牌认知，“福器”“敦敦送福”“神鹿赐福”系列为公司品牌注入国潮元素。形成公司品牌资产数字化长效管理机制，以数据为支撑，针对全国重点区域，优化媒体资源投放提升投放效率，继续加强与央视、各地方电视台、互联网短视频平台合作，提升品牌传播覆盖面及品牌信任度，精准提升彩虹品牌在大学生群体的认知度，培养新消费人群。全面升级旗下母婴品牌“乖乖”系列，打造“乖乖兔”形象，深入探索天然植物、安全驱护创新融合，传播“母婴安全守护”“至简安全”理念。

## 3、线上营销持续发力，线下巩固发展

2022 年第一季度开局不利，受夏季极端气候影响行业表现不佳。公司坚持线上线下渠道统筹，资源共享。强化线下营销网络建设和管控，发力推动销售渠道下沉，细化业务考核机制，发挥彩虹品牌优势强化终端陈列。面对线下客流和销量有所下滑的局面，优化费用投放，持续跟进到家业务，获取到家平台动销资源。充分利用西南区域分销渠道优势，加强中、小超市分销力度，弥补大卖场店面成交下滑损失。实施数字化营销，以数字化管理系统对经销商赋能，实现费用、导购、会员、SFA 移动访销、终端门店科学分析和管理的。2022 冬对商超备货持谨慎态度，渠道存货控制效果明显。AC 尼尔森调研数据显示，2021 年 9 月-2022 年 8 月，全国消杀行业线下市场终端零售额下滑 9.7%，公司消杀品类终端零售额同期下滑幅度远小于同行业，全国市场份额占比提升 0.5%。物理驱蚊产品电蚊拍取得较好的销售业绩，户外植物精油驱蚊系列产品销量持续增长，增幅 18%。

报告期，电商以精细化运营、加深内容电商平台布局为重点持续发力，围绕“人、货、场”的逻辑加强数字化能力建设。瞄准市场节点以大促为抓手，精心筹划准备双十一、双十二促销活动。品宣加持，搭建品牌 EVI 视觉传达体系，拉升品牌调性。布局以抖音和快手为代表的全域电商，在抖音平台取得销量突破，2022 年度彩虹电热毯获得抖音取暖电器年度金榜 TOP1。全年线上渠道市占率较 2021 年同期提高 4.85%，在淘宝及京东平台，彩虹电热毯录得该类目单品销量榜首。

报告期，线上销售情况如下：

渠 道	营业收入（万元）	同期增长比例（%）	占营业收入比例（%）
线上销售	49,770.38	24.95	42.30

全年来看，一季度公司面临暖冬气候销售收入大幅下滑，二季度开始平稳恢复，降幅逐步收窄，四季度抢抓 12 月冬季产品旺销契机，实现全年收入增长。应对市场疲软、竞争加剧以及电商平台费用增长的局面，公司加大销售费用投入以取得收入增长、市占率提升，但年度经营利润下降。2022 年，公司产品出口收入 200.98 万元，迈出了海外市场拓展的第一步。

### 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	1,981,035,860.74	1,920,587,724.05	3.15%	1,881,968,471.31
归属于上市公司股东的净资产	1,410,267,469.65	1,347,049,255.83	4.69%	1,257,565,210.58
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	1,176,737,730.86	1,144,149,048.63	2.85%	1,064,613,524.52
归属于上市公司股东的净利润	94,659,276.52	110,867,487.91	-14.62%	112,565,993.15
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	91,014,294.96	105,014,324.29	-13.33%	101,264,338.22
经营活动产生的现金流量净额	109,129,812.55	63,404,658.21	72.12%	195,227,488.24
基本每股收益（元/股）	0.90	1.05	-14.29%	1.07
稀释每股收益（元/股）	0.90	1.05	-14.29%	1.07
加权平均净资产收益率	6.88%	8.51%	-1.63%	14.16%

#### (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	241,792,636.94	291,171,975.05	136,895,339.56	506,877,779.31
归属于上市公司股东的净利润	25,074,741.72	36,465,922.75	-1,371,770.52	34,490,382.57
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	23,473,726.03	36,002,495.06	-2,607,430.50	34,145,504.37
经营活动产生的现金流量净额	136,395,293.35	-6,565,749.39	10,833,788.03	-31,533,519.44

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

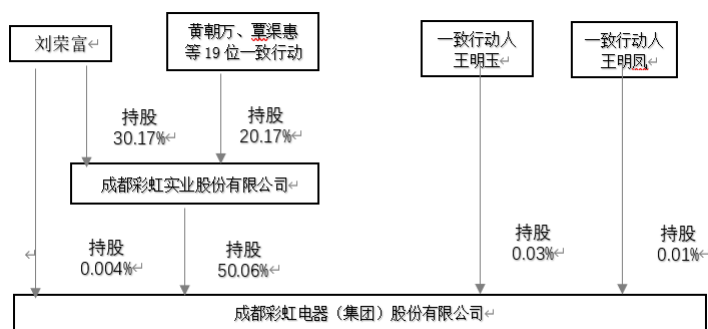
报告期末普通股股东总数	27,093	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	23,276	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
成都彩虹实业股份有限公司	境内非国有法人	50.06%	52,730,443	52,730,443			
刘纯权	境内自然人	1.06%	1,120,000				
成都新迈贸易有限责任公司	境内非国有法人	0.81%	852,500				
同森集团有限公司	境内非国有法人	0.74%	780,000	780,000	质押	780,000	
UBS AG	境外法人	0.45%	474,899				
高华—汇丰—GOLDMAN, SACHS & CO. LLC	境外法人	0.38%	399,030				
重庆百货大楼股份有限公司	境内非国有法人	0.37%	390,000				
茂业商业股份有限公司	境内非国有法人	0.26%	272,584				
成都彩虹电器（集团）股份有限公司未确权股份托管专用证券账户	境内非国有法人	0.25%	260,442	260,442			
MERRILL LYNCH INTERNATIONAL	境外法人	0.24%	252,849				
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司实际控制人刘荣富先生持有彩虹实业 30.17%的股份。						

## (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

1、公司于2022年04月15日召开第九届董事会第十五次会议审议通过《拟参与认购股权投资基金份额的议案》，拟作为有限合伙人以自有资金500万元投资青岛星空宏济创业投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“星空宏济基金”），以自有资金200万元投资青岛星空锦晖创业投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“星空锦晖基金”）。截至本报告期末：公司对星空宏济基金500万元出资到位，星空宏济基金完成在中国证券投资基金业协会备案，完成部分对外投资；公司对星空锦晖基金200万元出资到位，星空锦晖基金已完成工商变更登记，并更名为青岛星空锦晖股权投资合伙企业（有限合伙），已完成对标的对象的投资，处于投后管理期。具体内容详见公司于2022年04月19日、2022年06月22日、2022年11月23日在巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）披露的《关于拟参与投资股权基金的公告》（公告编号：2022-017）、《关于参与投资股权基金的进展公告》（公告编号：2022-041）、《关于参与投资股权基金的进展公告》（公告编号：2022-068）。

公司投资150万元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”）基金份额出资到账，星空芷泉基金已完成对标的公司投资；公司拟投资150万元认购青岛星空汇江创业投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“星空汇江基金”）基金份额，受星空汇江基金拟投资标的公司项目暂缓影响，基金设立暂停，至报告期末，公司150万元资金未投出。

2、经董事会审议，决定受让少数股东持有的销售子公司贵州彩虹、昆明彩虹、重庆创彩以及安徽永彩的股权。至报告期末，该等交易完成，前述子公司股权转让变更登记、章程备案等手续已办结，贵州彩虹、昆明彩虹、重庆创彩及安徽永彩变更为公司的全资子公司。具体内容详见公司于2022年06月17日在巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）披露的《关于受让子公司股权进展情况的公告》（公告编号：2022-040）。

3、公司决定注销全资子公司沈阳创彩商贸有限公司、设立全资子公司成都彩虹电子商务有限公司，报告期内，两家公司注销、设立登记手续分别完成。具体内容详见公司于2022年10月17日、2022年11月3日在巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）披露的《关于全资子公司沈阳创彩商贸有限公司注销完成的公告》（公告编号：2022-059）、《关于投资设立全资子公司完成工商设立登记的公告》（公告编号：2022-065）。

4、2022年上半年，公司实施2021年度利润分配及资本公积金转增股本方案，以总股本81,032,000.00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）；以资本公积金向全体股东每10股转增3.00股，合计转增股本24,309,600.00股，转增后公司总股本增加至105,341,600.00股。详见公司2022年05月20日在巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）披露的《2021年度分红派息、转增股本实施公告》（公告编号：2022-037）。