

公司代码：603059

公司简称：倍加洁

倍加洁集团股份有限公司  
2018 年年度报告摘要



## 一 重要提示

- 1 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。

- 4 立信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

### 5 经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

根据公司未来发展需求和考虑股东回报，并结合公司现金流量情况，公司第一届董事会第十五次会议审议通过 2018 年度利润分配预案：以截止 2018 年 12 月 31 日总股本 8,000 万股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 1.10 元（含税），合计 8,800,000.00 元，同时以资本公积金转增股本的方式向全体股东每 10 股转增 2.5 股。共计转增 2,000 万股，资本公积转增股本后，公司总股本数将由 8,000 万股变更为 10,000 万股。利润分配预案尚需提交公司 2018 年年度股东大会审议。

## 二 公司基本情况

### 1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	倍加洁	603059	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王新余	龚涛
办公地址	江苏省扬州市杭集工业园	江苏省扬州市杭集工业园
电话	0514-87497666	0514-87497666
电子信箱	wangxinyu@oralstar.com	gongt@oralstar.com

### 2 报告期公司主要业务简介

#### （一）公司从事的主要业务

1、公司主要从事口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品的研发、生产和销售，其中口腔清洁护理用品主要包括牙刷、牙线、齿间刷、牙线签等产品，一次性卫生用品主要包括湿巾等产品。

2、公司产品：

(1) 牙刷系列产品

产品分类		幼儿牙刷	儿童牙刷	成人牙刷			
				男士牙刷	女士牙刷	孕妇牙刷	情侣牙刷
按照 消费 人群 分类	图例						
	主要 技术 特点	产品采用超柔刷丝，轻柔按摩牙龈，帮助乳牙健康萌出，给予乳牙温和清洁	产品采用儿童喜欢的刷柄造型设计，配合软毛刷丝、小刷头，适合儿童使用	刷柄设计粗犷、大刷头，达到有效清洁牙齿，适合男士使用	刷头大小适中，采用尖端直径达0.01MM的刷丝，深度清洁牙齿缝隙、牙龈线及牙周，适合女生使用	采用4200根密集刷毛，可分散压力，使牙龈受力均匀，有效保护牙龈，适合孕产妇使用	刷柄造型针对情侣群体量身设计，采用大小刷头搭配，浪漫温馨，适合情侣使用
产品分类		备长炭刷丝牙刷	银离子刷丝牙刷	松盐刷丝牙刷	螺旋刷丝牙刷	钻石型刷丝牙刷	三角形橡胶刷丝牙刷
按照 牙刷 特征 分类	图例						
	主要 技术 特点	采用含备长炭因子刷丝，有助于清除口腔异味，保持口腔清新	采用含银离子抗菌成分刷丝，有效抑制细菌滋生，尖端纤细柔软，呵护牙龈健康	柔软刷丝中的松针提取物含有天然抗菌成分，清洁牙齿，健康口腔	采用螺旋细丝，对比传统刷丝，增加摩擦力，能更紧密接触牙齿，使清洁牙齿简单有效	菱形截面刷丝，增大刷丝与牙齿表面的摩擦力，并能增加清洁效果	采用三角形橡胶刷丝，独特的形状及外层的橡胶材质，清洁牙齿的同时并能按摩牙龈。
产品分类		竹节刷丝牙刷	星光刷丝牙刷	异芯丝牙刷	褪色丝牙刷	羽绒丝牙刷	交叉刷毛牙刷
按照 牙刷 特征 分类	图例						

	<b>主要技术特点</b>	采用竹节形刷丝，增加刷丝与牙齿表面的摩擦力，增强清洁效果	刷丝内添加了炫亮颗粒，使刷丝外观更加亮丽。	采用双色异芯丝，密集植毛，可均匀分散压力，舒适清洁。	独特刷丝褪色技术，随着使用时间的增加，顶端逐渐褪色，起到提示消费者及时更换牙刷作用	刷丝顶端一分多丝，轻柔呵护牙龈，密集清洁，呵护牙龈。	斜向多角度刷毛，前后有效触及并剔除牙刷表面及牙齿间隙中的污垢，增加清洁效果
<b>产品分类</b>		<b>抗菌牙刷</b>	<b>亮白牙刷</b>	<b>护龈牙刷</b>	<b>磁力按摩牙刷</b>	<b>牙科专用牙刷（正畸牙刷、种植牙牙刷）</b>	
<b>按照牙刷功能分类</b>	<b>图例</b>						
	<b>主要技术特点</b>	刷头采用抗菌材料，结合抗菌因子技术，抑制细菌滋生，保护口腔健康	采用橡胶刷毛，达到按摩牙龈作用同时增强摩擦力，起到亮白牙齿作用	采用细软刷毛，尖端直径可达0.01MM，弹性柔软，呵护牙龈	牙刷柄部按手位置镶嵌磁铁，刷牙过程中，起到按摩作用并具备防滑效果。	采用凹、凸形切毛设计，紧凑型刷头，可清洁牙套、牙箍中的托槽、弓形丝等部位，保持口腔健康。	
<b>产品分类</b>		<b>电动牙刷</b>		<b>聚酯注胶毛牙刷</b>	<b>传统型植毛牙刷</b>	<b>热熔高密毛牙刷</b>	
<b>按照生产工艺分类</b>	<b>图例</b>						
	<b>主要技术特点</b>	通过电动机芯的快速旋转或震动，使刷头产生高频震动，瞬间将牙膏分解成细微泡沫，深入清洁牙缝，与此同时，刷毛的颤动能促进口腔的血液循环，对牙龈组织有按摩效果		刷头采用软胶材质，一体注胶成型，添加抗菌成分，有效抑制细菌滋生，软胶材质可按摩牙龈。	采用传统的植毛技术，利用金属片将刷毛固定在牙刷头部的刷孔中，配以不同类型的刷丝达到不同的清洁效果	采用进口无铜片热熔植毛技术，对比倍加洁普通植毛牙刷，刷毛数量成倍增加，达到更好的清洁效果。	

(2) 其他口腔清洁护理用品

产品系列	主要技术特点	图例
<b>牙线</b>	尼龙、PTFE、丝线等不同材质和捻度的牙线，具备顺滑、不易分叉和断裂等特点，加上不同功能的配方，有清洁、护理和保护牙龈等功能；产品有 10、50、100 和 200 米等各种长度，适合旅行和日常生活使用。公司在 GMPC 的生产环境中生产，通	

	过了 ISO9001、ISO22716 和 ISO13485、BRC 相关认证。	
齿间刷	采用美国进口刷丝及进口钢丝，不易断裂，韧性好，可生产不同的通过孔径的产品，系列化的设计和开发，给消费者提供更多的选择；制造设备为德国进口的自动化高速机，具备生产、在线检测等功能。	
牙线签	选用尼龙、PTFE 等不同材质线材，平行吻合弹性好，轻松滑入齿间，手柄采用多种造型设计，方便使用和清洁齿间，是日常口腔护理用品之一。	

### (3) 一次性卫生用品

分类	产品系列	主要技术特点	图例
湿巾	病患湿巾 (健康护理)	采用柔厚水刺无纺布为原料，医用级 EDI 精制纯化水生产，达到中国药典和美国药典的卫生要求，特别添加温和清洁护肤成分，有效清洁和呵护病患肌肤。	
	婴儿湿巾 (婴儿护理)	采用柔厚水刺无纺布为原料，医用级 EDI 精制纯化水生产，通过皮肤科致敏性测试和刺激性测试，弱酸性配方，富含有机护肤成分，有效清洁宝宝幼嫩肌肤，并给予温和呵护。	
	洁面湿巾 /私护湿巾 (个人护理)	采用柔厚水刺无纺布为原料，医用级 EDI 精制纯化水生产，温和低敏，洁面湿巾可迅速卸除彩妆。私护湿巾富含舒缓提取液，用于日常私处清洁，方便卫生。	
	宠物清洁湿巾 (宠物护理)	采用柔厚水刺无纺布为原料，医用级纯水精制，温和低敏，有效清洁宠物的爪、面部以及全身。	
	家居清洁湿巾 (家居护理)	采用清洁力强的网孔水刺无纺布，精制 RO 纯水生产，含有表面活性剂成分和有机溶剂，清新香型，快速有效清除家庭各种表面的残留油渍污垢。	
	车用清洁湿巾 (汽车清洁)	采用清洁力强的水刺无纺布，精制 RO 纯水生产，含有表面活性剂成分和护理剂，快速有效清除汽车内部、外部、座椅、仪表盘等各种表面的灰尘污垢。	

## (二) 公司经营模式

### (1) 经营模式

公司经营模式主要包括：以产品研发设计为核心竞争优势 ODM 和自主品牌

以产品研发设计为核心竞争优势的 ODM，在 OEM 较为成熟的基础上，着重发展研发设计，为第三方品牌公司设计、生产制造出以其品牌出售的商品。此种经营模式通过自身的创新获得竞争优势及溢价权，从而为公司在生产制造的基础上实现更大的盈利。

公司自主品牌为倍加洁。“倍加洁”商标已连续十三年被评为江苏省著名商标，公司聚焦于自主品牌核心价值打造，注重产品研发、市场营销与品牌推广，有完善的营销网络做支撑，为消费趋势的市场主导者。当消费者愿意为这样的产品支付更高的价格时，品牌效应便转化成品牌持有者的利润来源。

## **(2) 生产模式**

公司实行“以销定产”的经营方针，即每年根据上年销售情况和本年接单情况制定本年度销售计划，根据销售计划安排生产计划，每月的生产计划根据上月的生产销售情况和下月销售计划作适当调整。在质量控制体系基础上，与外部加工厂商建立合作关系，以便在订单旺季期间，通过委托加工（外协加工）方式解决短期产能不足的问题。

## **(3) 销售模式**

经过多年发展，公司形成了以 ODM 为主兼顾自主品牌、国内和国外市场并重的业务格局，国内市场主要包括贴牌销售、自主品牌销售两种模式。自主品牌销售一般包括经销、代销和直销模式，前两者主要包括国际性大卖场、本土大型连锁超市、中小型超市、便利店、食杂店等，后者主要是在天猫、京东等电商平台上进行自主品牌直销。

## **(三) 行业情况说明**

### **1、口腔清洁护理用品行业：**

牙刷作为人们日常口腔清洁护理的最主要工具之一，属于生活必需品，价值相对较低，需求弹性较小，具有刚性需求，且与人口增长正相关，市场需求较为稳定。

随着人们生活水平的提高及口腔护理保健意识的增强，人们更换牙刷的频次也将逐步增长，牙刷市场发展潜力巨大。根据中国日杂协会的统计，2018 年我国牙刷产量达到 80 亿支。其中出口接近 54 亿只。根据原国家卫生部制定的《中国居民口腔健康指南》，一般应每 3 个月左右更换一把牙刷。因此，每人每年应使用 4 支牙刷。按照 15-64 岁人口数据进行保守计算，全球牙刷的理论年消费总量为 193.44 亿支。

此外，牙刷市场也呈现一些新的发展趋势。从牙刷材质看，更软更细的刷毛以及更小的刷头更受市场欢迎，软毛牙刷的销售份额在市场上占据绝对优势，细毛、小刷头牙刷增长迅猛；从使用对象看，专门针对儿童的产品越来越流行，儿童牙刷市场增长迅速；从产品类型来看，电动牙

刷普及率随着经济水平提高快速增长，2018年国内电动牙刷产量突破7亿只。

目前，国内口腔清洁护理用品市场主要呈现出三个梯队的竞争格局。第一梯队由国际知名行业巨头构成，在市场上占主导地位，实力强劲；第二梯队是由本土领军品牌组成，品牌知名度低于上述跨国企业，第三梯队则是由众多区域性品牌组成。本土企业市场主要集中于国内，部分企业虽然有外销业务，但多数从事于贴牌加工，对自身的品牌开发、宣传力度不够，市场拓展力度有待提升。

## 2、湿巾行业

### ① 全球湿巾市场发展趋势

过去几年，湿巾应用从个人清洁到家居清洁，再到特种清洁全面延伸发展，医疗清洁消毒、病患护理、婴幼儿护理、个人日常清洁等湿巾消费稳定增长。根据智研咨询的统计，2009年至2014年，全球湿巾消费市场规模由102.9亿美元增长至134.2亿美元。根据Technavio咨询机构的预测，全球湿巾和擦拭巾市场2015年至2019年间的市场复合年均增长率将接近6%，据此测算，2019年全球湿巾市场规模将达到约170亿美元。

全球湿巾消费市场呈现出显著的区域性、差别化发展机遇。北美、欧洲人口合计占全球总人口约为15.6%，却占据超过75%的全球湿巾市场份额。欧美市场是全球湿巾消费的主力市场，这一格局在短期内不会发生根本性改变。亚太地区随着中国湿巾市场的逐步增长，未来也将继续保持增长趋势。

### ② 我国湿巾市场发展趋势

湿巾作为2000年前后才进入中国的“舶来品”，尽管国内市场湿巾普及率相对较低，尚处于高速增长前的需求酝酿期，但近年来已呈现加快发展势头。

随着我国居民收入逐年提高，中产阶级和年轻一族、白领一族群体不断壮大，生活方式实现重大转变，消费结构由生存型消费向发展型消费、由传统消费向新型消费升级，健康理念、清洁意识随之增强，这成为我国湿巾市场快速增长的重要宏观基础。因此，预计未来中国湿巾市场规模增速继续处于全球前列，湿巾市场规模占全球比重预计也将逐年提升。

尽管国内市场湿巾的普及率总体相对较低，品类也相对较少，湿巾市场尚未全面启动，可开发的较大空间，但基于国际市场现有容量和国内市场未来潜力，湿巾行业的投资和并购日趋活跃，企业走出市场尝试阶段，开展加强产能布局和升级改造。未来数年将成为国内湿巾产能的逐步建设和释放期，我国湿巾市场将持续快速发展，中国将成为全球重要的湿巾生产基地。

### 3 公司主要会计数据和财务指标

#### 3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2018年	2017年	本年比上年 增减(%)	2016年
总资产	1,075,696,886.86	577,121,835.75	86.39	505,955,293.70
营业收入	755,489,892.40	668,863,344.85	12.95	625,587,466.26
归属于上市公司股东的净利润	94,412,130.09	86,564,207.56	9.07	67,818,146.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	81,956,237.22	83,749,582.04	-2.14	65,396,406.1
归属于上市公司股东的净资产	871,379,936.42	340,939,806.33	155.58	260,396,429.82
经营活动产生的现金流量净额	67,926,963.67	102,718,453.58	-33.87	79,153,932.86
基本每股收益（元/股）	1.23	1.44	-14.58	1.13
稀释每股收益（元/股）	1.23	1.44	-14.58	1.13
加权平均净资产收益率（%）	12.58	28.84	减少16.26个百分点	30.89

#### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	158,702,720.28	186,574,252.30	194,012,903.03	216,200,016.79
归属于上市公司股东的净利润	18,411,442.38	26,803,610.09	31,911,770.0	17,285,307.60
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	17,446,901.86	23,822,778.17	25,773,344.77	14,913,212.42
经营活动产生的现金流量净额	-7,834,537.42	13,795,956.47	34,970,053.49	26,995,491.13

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

### 4 股本及股东情况

#### 4.1 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

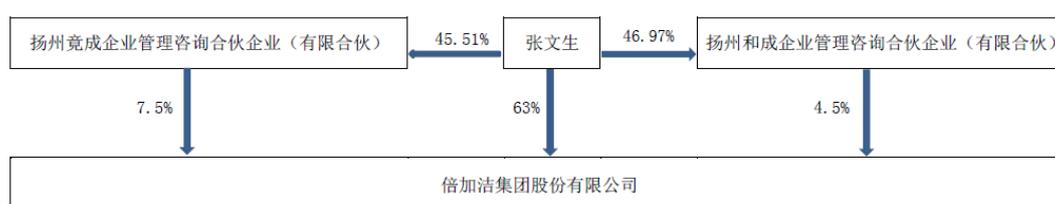
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					10,634		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					9,842		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有限售 条件的股份 数量	质押或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	
张文生	0	50,400,000	63	50,400,000	无	0	境内 自然人
扬州竟成企业管理咨 询合伙企业（有限合 伙）	0	6,000,000	7.5	6,000,000	无	0	境内 非国 有法 人
扬州和成企业管理咨 询合伙企业（有限合 伙）	0	3,600,000	4.5	3,600,000	无	0	境内 非国 有法 人
秦皇岛宏兴钢铁有限 公司	1,015,000	1,015,000	1.27	0	无	0	境内 非国 有法 人
陈铭泽	640,000	640,000	0.8	0	无	0	境内 自然 人
严小珍	500,600	500,600	0.63	0	无	0	境内 自然 人
陈建兴	318,002	318,002	0.40	0	无	0	境内 自然 人
彭崇勃	239,800	239,800	0.30	0	无	0	境内 自然 人
李光红	173,900	173,900	0.22	0	无	0	境内 自然 人
刘丽丽	127,565	127,565	0.16	0	无	0	境内 自然 人

上述股东关联关系或一致行动的说明	张文生担任扬州竞成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）、扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人，公司未知前十名无限售条件股东之间是否存在关联关系或一致行动的情况。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无

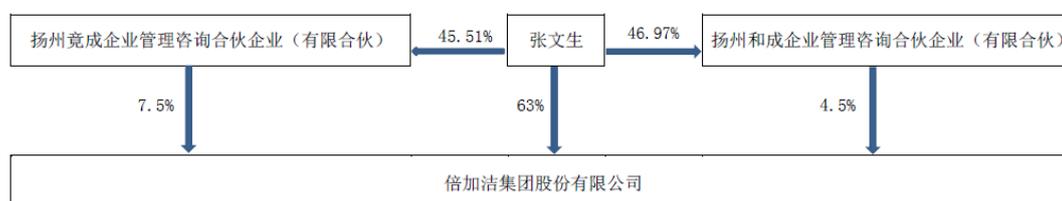
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



#### 4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



#### 4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

#### 5 公司债券情况

□适用 √不适用

### 三 经营情况讨论与分析

#### 1 报告期内主要经营情况

报告期内公司实现营业收入 755,489,892.40 元，同比增长 12.95%，2018 年全年实现净利润 94,412,130.09 元，同比增长了 9.07%；截止 2018 年 12 月 31 日，公司总资产 1,075,696,886.86 元，较年初增长 86.39%；归属于上市公司股东的所有者权益为 871,379,936.42 元，较年初增长 155.58%。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

截至 2018 年 12 月 31 日止，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

子公司名称
扬州倍加洁日化有限公司
扬州美星口腔护理用品有限公司
扬州恒生精密模具有限公司
倍加洁口腔护理用品宿迁有限公司
江苏明星牙刷有限公司

本期合并财务报表范围见本附注“七、在其他主体中的权益”。