

公司代码：603868

公司简称：飞科电器

上海飞科电器股份有限公司 2019 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

2019年度利润分配预案：拟以2019年12月31日的总股本435,600,000股为基数，向全体股东每10股派发现金红利10元（含税），共计分配现金红利435,600,000元。该利润分配预案尚需公司股东大会批准。

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	飞科电器	603868	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李鎔伊	陆建飞
办公地址	上海市松江区广富林东路555号	上海市松江区广富林东路555号
电话	021-52858888-839	021-52858888-839
电子信箱	flyco@flyco.com	flyco@flyco.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）公司主要业务及产品

公司是一家集剃须刀等个人护理电器、家居生活电器及电工电器研发、制造、销售于一体的企业。近年来，公司与时俱进，注重研发投入，紧贴消费者需求，推动品类扩张和迭代升级。目前产品包括个人护理电器、生活电器和电工电器三大类：

（1）个人护理电器品类主要产品：电动剃须刀、电吹风、毛球修剪器、电动理发器、鼻毛修剪器、女士剃毛器、烫发器等。

（2）生活电器品类主要产品：电熨斗、挂烫机、加湿器、健康秤等。

（3）电工电器品类主要产品：延长线插座等。

历经 20 多年的快速发展，公司在个护电器领域已拥有很高的知名度和市占率，也已成为国内个护电器行业的领导品牌。根据中怡康统计数据，公司“FLYCO 飞科”品牌电动剃须刀 2019 年度线上和线下市场零售量占比分别为 46.15%、39.15%，美发系列产品 2019 年度线上和线下市场零售量占比分别为 26.92%、34.53%，位居行业前列。子品牌“POREE 博锐”电动剃须刀 2019 年度线上和线下市场零售量占比分别为 5.30%、0.23%。

报告期内，公司经营成果获得社会肯定，经上海市企业联合会、上海市企业家协会以及上海市经济团体联合会评选，公司荣获 2019 上海制造业企业 100 强称号（第 41 名），2019 上海民营企业 100 强称号（第 60 名），2019 上海民营制造业企业 100 强称号（第 19 名）。报告期内，公司被中国电子认证服务产业联盟评定为行业知名品牌企业，并获得证券时报举办的第十三届中国上市公司价值评选的“中国主板上市公司价值百强”称号、中国证券报 2019 年评选的“2018 年度金牛最具投资价值奖”。

报告期内公司主营业务未发生重大变化，主营业务分析详见“第四节经营情况讨论与分析”之“二、报告期内主要经营情况”相关内容。

（二）公司主要经营模式

1、集中采购模式

公司原材料实行集中采购原则，无论是公司的自有工厂，还是外包厂家，主要原材料和核心零部件采购业务均由公司集中采购，2018 年公司成立飞科采购服务子公司，专注于精益化采购管理。凭借规模效应，公司与上游原材料供应商的议价能力得以增强，成本得到有效控制。

2、自主生产与外包生产相结合的生产模式

公司采取自主生产与外包生产相结合的生产模式。为了引导产业链专业化分工，以及自身专注于提升研发设计、品牌建设和销售管理的核心竞争能力，公司在对每款产品建立起技术标准、管理标准、工时标准后，转由外包厂家生产。公司自主生产的产品主要为技术新品及高端产品。2019 年，公司产品外包生产数量占总产量的比例为 66.90%。

3、以经销模式为主的营销模式

公司产品销售以经销模式为主，辅以少量直营，构建了以商超终端、电器连锁、区域分销、飞科批发、飞科体验店、礼品团购、电子商务等相结合的立体式营销渠道，基本实现了对各级市场的全面覆盖，提高了产品销售的渗透力。截至 2019 年 12 月 31 日，公司已发展 749 家经销商。

（三）行业发展现状

近年来，我国小家电产品需求旺盛，行业发展迅速。数据显示，2018 年中国小家电行业市场规 模达 3,553 亿元左右，2019 年中国小家电行业市场规模预计将突破 4,000 亿元，2012-2019 年中国小家电行业市场规模年均复合增长率达 13.39%，预计 2023 年中国小家电行业市场规模超 6,400 亿元。随着国民收入水平的提升，家电消费将从功能消费阶段进入品质消费阶段，以小家电为主的家电品类将成为消费的新方向。

（参考资料来源：前瞻研究院、光大证券研究所等）

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

	2019年	2018年	本年比上年 增减(%)	2017年
总资产	3,694,158,863.59	3,697,094,837.93	-0.08	3,255,688,791.50
营业收入	3,759,367,800.79	3,976,555,487.40	-5.46	3,853,428,857.37
归属于上市公司股东的净利润	685,823,718.67	844,896,937.70	-18.83	835,347,637.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	623,277,247.04	777,029,009.71	-19.79	786,996,884.28
归属于上市公司股东的净资产	2,629,667,659.34	2,601,691,888.42	1.08	2,410,194,950.72
经营活动产生的现金流量净额	467,322,821.80	553,978,994.79	-15.64	858,548,898.98
基本每股收益(元/股)	1.57	1.94	-19.07	1.92
稀释每股收益(元/股)	1.57	1.94	-19.07	1.92
加权平均净资产收益率(%)	27.38	34.46	减少7.08个百分点	38.42

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	845,926,911.43	878,967,894.64	995,381,778.15	1,039,091,216.57
归属于上市公司股东的净利润	163,386,922.80	173,352,490.70	193,621,666.75	155,462,638.42
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	151,198,819.80	138,419,059.99	187,350,841.71	146,308,525.54
经营活动产生的现金流量净额	37,935,747.80	106,016,395.53	63,947,445.47	259,423,233.00

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

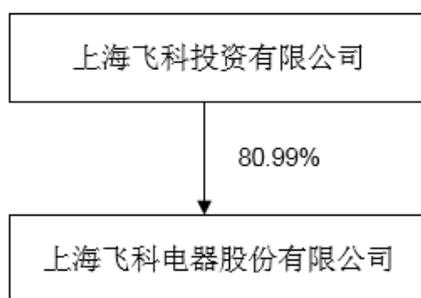
单位：股

截止报告期末普通股股东总数(户)	12,617
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	12,569
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	
上海飞科投资有限公 司	0	352,800,000	80.99	352,800,000	无		境内非 国有法 人
李丐腾	0	39,200,000	9.00	39,200,000	无		境内自 然人
香港中央结算有限公 司	1,559,226	2,905,925	0.67		无		其他
瑞典第二国家养老基 金-自有资金	2,433,771	2,814,600	0.65		无		其他
不列颠哥伦比亚省投 资管理公司-自有资 金	2,251,194	2,756,345	0.63		无		其他
中泰证券股份有限公 司	-89,436	2,200,000	0.51		无		国有法 人
富达基金（香港）有 限公司-客户资金	-3,089,635	2,005,517	0.46		无		其他
挪威中央银行-自有 资金	895,873	895,873	0.21		无		其他
毕盛（上海）投资管 理有限公司-毕盛狮 赢私募证券投资基金	727,672	727,672	0.17		无		其他
毕盛资产管理有限公 司-毕盛中国 A 股投资 基金	391,603	706,103	0.16		无		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	上海飞科投资有限公司为公司控股股东，李丐腾为公司实际控制人，持有上海飞科投资有限公司 98% 股权。除此之外，公司未知前十大股东之间是否存在关联关系、或属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人关系。公司未知前十名无限售条件股东之间，以及前十名无限售条件股东和前十名股东之间是否存在关联关系、是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用。						

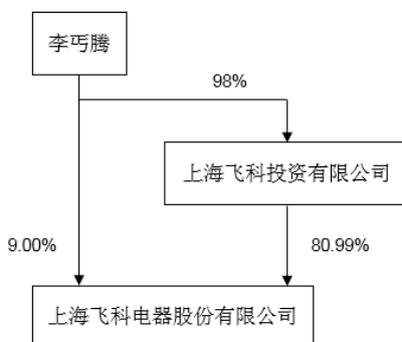
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

(1) 持续投入研发，新产品陆续推出

2019 年，公司继续围绕着“研发设计”和“品牌运营”两大核心竞争力，持续投入研发。一方面，公司加大对研发人员的招聘和培养力度，在个护电器、生活电器及电工电器领域，分别拥有专业的技术团队独立研发。另一方面，公司继续围绕“时尚、简约、科技”的产品创新设计理念，以消费者需求为导向，以智能化研发为主线，持续优化产品结构。2019 年，公司推出延长线插座、健康秤等新品，并根据市场需求，推出了毛球修剪器、烫发器、电吹风等现有产品的迭代升级款，同时加强了电动牙刷、移动电源、数据线等新品类的研发力度。

报告期内，公司研发费用 8,489.00 万元，同比增长 60.51%；2019 年底，研发人员数量 165 人，较 2018 年底有所上升；相关授权专利 193 项，其中，2019 年新增自主专利 22 项。

(2) 着力多维品牌宣传，提升品牌影响力

报告期内，公司一方面继续保持在传统媒体的宣传推广，包括在中央电视台五套、东方卫视等全国性主流电视频道通过硬广投放、电视栏目冠名等方式进行广告宣传推广，提高了公司品牌曝光度和美誉度。另一方面，公司积极拥抱互联网新媒体，进行品牌宣传推广，包括在淘宝天猫、京东商城等电商平台进行宣传推广，在微信、微博、百度、喜马拉雅等线上渠道发布定制图文、视频或音频等内容，加强了与消费者的互动，提升了飞科品牌形象。

(3) 持续双品牌运营策略，巩固“博锐”子品牌在市场中的地位

为抵御中低端市场的潜在竞争对手，同时维护“飞科”的品牌形象，公司推出了“质量高、价格低”的防御性子品牌“博锐”。报告期内，公司对“博锐”品牌部分产品品类和型号做了重新规划和调整，突出年轻化和极致性价比的市场定位。

(4) 拓展和延伸线下营销网络，进一步优化线下分销体系

2019 年，公司继续围绕着“产品销售渠道化、市场管理区域化、营销管理精细化”的营销策略，进一步拓展和延伸线下营销网络，优化线下分销体系。在 KA 终端方面，公司加强了与家乐福、永辉等大型连锁商超的大盘合同谈判，降低了经销商的经营成本；按系统对经销商进行整合优化；并对家乐福等系统飞科销售终端进行专区改造，提升终端形象。在区域分销方面，公司进一步加强区域卖场分销体系建设，在地级市的市区范围内，采用以经销商直配为主的模式，对超市、电器店、便利店、烟酒店、化妆品店等网点进行扫街式覆盖；在县城，采用以分销商为主的模式进行下沉式拓展，每个县城签约一个分销商，由分销商建立配送团队覆盖以当地县乡中小型超市、夫妻店、烟酒店、日杂店、手机店等为主的销售终端，基本实现县、区全覆盖。在飞科批发方面，公司将省区批发调整为全国批发，把全国批发作为线下渠道的重要补充；优化经销商激励考核制度，调动了经销商的积极性。

(5) 电子商务稳定发展，逐步推进线上线下新零售模式

报告期内，公司继续加强与淘宝天猫、京东商城、苏宁易购、拼多多等知名电子商务平台的合作；进一步规范线上销售价格体系，激发经销商的积极性；加强与新兴电商平台的合作，开展短视频、直播等社交电商销售模式，全方位覆盖消费者。

此外，公司继续探索新零售模式，加强了飞科商城的推广，累计拓展用户近 60 万个，并分别在闵行区南方商城店、浦东新区成山巴黎春天店和宝山区龙湖天街店开设了 3 家飞科线下体验店，通过线上线下融合，积极开展新零售业务。

(6) 推进海外市场布局，推动自有品牌业务增长

报告期内，公司在维护现有海外主要贴牌客户和品牌经销商的同时，逐步以品牌经销商替代贴牌客户，公司已在美国、英国、德国、法国、意大利、西班牙、印度等国家开展自有品牌业务，2019 年度，公司参加了亚马逊平台 DOTD 大促活动，产品销售增长明显。同时，公司优化了飞科品牌

海外销售库存管理，为海外市场销售提供了货源保障。公司通过电商先行、逐步向线下渗透的方式，推进飞科品牌在海外市场的拓展。

(7) 强化市场督查力度，加强知识产权保护工作

报告期内，公司市场督察部定期及不定期对线下经销商窜货行为、乱价行为及营销人员上报的卖场终端信息进行监督检查；针对线上市场，重点检查网上销售公司是否被授权，关注产品销售价格、线上飞科店铺形象以及线上促销活动是否严格遵守公司审批文件的相关规定。并对不合规经销商和监管不力的市场管理人员进行了惩戒，进一步规范了市场秩序。

此外，公司重拳整治侵犯公司知识产权的行为。公司与多家专业知识产权代理公司及律师事务所合作进行打假维权活动，并对严重损害飞科品牌和名誉的行为进行严厉打击，有效保护了公司的知识产权。

(8) 继续推进信息化建设，助力公司高速发展

报告期内，公司实施了集中采购管理系统，将供应链涉及的上游供应商、下游生产商纳入系统管理，借助信息化工具打通供应链的各个环节，提高公司供应链管理效率。同时，以信息化建设促进营销管理，对飞科商城进行改版，使其与飞科体验店更好的融合，为公司新零售和社交营销打下良好的基础。进一步完善 SAP 企业资源管理系统，有效提升了公司整体的业务管控能力以及管理效率和管理精度。

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

1、执行《财政部关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》和《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》

财政部分别于 2019 年 4 月 30 日和 2019 年 9 月 19 日发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6 号）和《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会〔2019〕16 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。本公司执行上述规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额	
	合并	母公司
(1) 资产负债表中“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”列示；“应付票据及应付账款”	“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”，“应收票据”上年年末余额 0.00 元；“应收账款”上年年末金额	“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”，“应收票据”上年年末金额 0.00 元；“应收账款”上年年末金额 343,777,928.06 元；

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额	
	合并	母公司
拆分为“应付票据”和“应付账款”列示；比较数据相应调整。	547,313,897.79 元； “应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”，“应付票据”上年年末金额 0.00 元，“应付账款”上年年末金额 819,727,691.86 元。	“应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”，“应付票据”上年年末金额 0.00 元，“应付账款”上年年末金额 684,858,196.76 元。
(2)“递延收益”项目中摊销期限只剩一年或不足一年的，或预计在一年内（含一年）进行摊销的部分，不归类为流动负债，仍在该项目中填列，不转入“一年内到期的非流动负债”项目。	“一年内到期的非流动负债”上年年末余额 0.00 元；“递延收益”上年年末余额 28,450,293.13 元	无影响

2、执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（2017 年修订）

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》。修订后的准则规定，对于首次执行日尚未终止确认的金融工具，之前的确认和计量与修订后的准则要求不一致的，应当追溯调整。涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的，无需调整。本公司将因追溯调整产生的累积影响数调整当年年初留存收益和其他综合收益。

以按照财会〔2019〕6 号和财会〔2019〕16 号的规定调整后的上年年末余额为基础，执行上述新金融工具准则的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额	
	合并	母公司
(1)可供出售权益工具投资重分类为“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产”。	其他流动资产：减少 413,500,000.00 元 交易性金融资产：增加 415,130,045.15 元 递延所得税负债：增加 387,898.30 元 留存收益：增加 1,242,146.85 元	其他流动资产：减少 326,000,000.00 元 交易性金融资产：增加 326,969,419.18 元 递延所得税负债：增加 242,354.80 元 留存收益：增加 727,064.38 元
(2)对“以摊余成本计量的金融资产”和“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）”计提预期信用损失准备。	应收账款：减少 7,020,604.54 元 其他应收款：减少 263,568.48 元 递延所得税资产：增加 1,616,943.67 元 留存收益：减少 5,667,229.35 元	应收账款：减少 4,985,244.84 元 其他应收款：减少 255,818.73 元 递延所得税资产：增加 1,310,265.89 元 留存收益：减少 3,930,797.68 元

以按照财会〔2019〕6号和财会〔2019〕16号的规定调整后的上年年末余额为基础，各项金融资产和金融负债按照修订前后金融工具确认计量准则的规定进行分类和计量结果对比如下：

合并

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	973,385,320.54	货币资金	摊余成本	973,385,320.54
应收账款	摊余成本	547,313,897.79	应收账款	摊余成本	540,293,293.25
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
其他应收款	摊余成本	17,322,407.52	其他应收款	摊余成本	17,058,839.04
其他流动资产	摊余成本	18,110,921.48	其他流动资产	摊余成本	18,110,921.48
可供出售金融资产 (含其他流动资产)	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益(债务工具)		债权投资 (含其他流动资产)	摊余成本	
			其他债权投资 (含其他流动资产)	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益(权益工具)		交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	
			其他非流动金融资产		
	以成本计量(权益工具)	413,500,000.00	其他权益工具投资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
			交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	415,130,045.15
其他非流动金融资产					
其他权益工具投资		以公允价值计量且其变动计入其他综合收益			
应付账款	摊余成本	819,727,691.86	应付账款	摊余成本	819,727,691.86
其他应付款	摊余成本	17,689,761.26	其他应付款	摊余成本	17,689,761.26

母公司

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值

原金融工具准则			新金融工具准则		
货币资金	摊余成本	890,115,455.31	货币资金	摊余成本	890,115,455.31
应收账款	摊余成本	343,777,928.06	应收账款	摊余成本	338,792,683.22
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
其他应收款	摊余成本	16,633,858.20	其他应收款	摊余成本	16,378,039.47
其他流动资产	摊余成本	5,660,302.93	其他流动资产	摊余成本	5,660,302.93
可供出售金融资产 (含其他流动资产)	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益(债务工具)		债权投资 (含其他流动资产)	摊余成本	
			其他债权投资 (含其他流动资产)	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益(权益工具)		交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	
			其他非流动金融资产		
	以成本计量(权益工具)	326,000,000.00	其他权益工具投资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
			交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	326,969,419.18
其他非流动金融资产					
其他权益工具投资		以公允价值计量且其变动计入其他综合收益			
应付账款	摊余成本	684,858,196.76	应付账款	摊余成本	684,858,196.76
其他应付款	摊余成本	15,532,517.39	其他应付款	摊余成本	15,532,517.39

3、执行《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》（2019修订）

财政部于2019年5月9日发布了《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》（2019修订）（财会〔2019〕8号），修订后的准则自2019年6月10日起施行，对2019年1月1日至本准则施行日之间发生的非货币性资产交换，应根据本准则进行调整。对2019年1月1日之前发生的非货币性资产交换，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。本公司执行上述准则在本报告期内无重大影响。

4、执行《企业会计准则第12号——债务重组》（2019修订）

财政部于2019年5月16日发布了《企业会计准则第12号——债务重组》（2019修订）（财会〔2019〕9号），修订后的准则自2019年6月17日起施行，对2019年1月1日至本准则施行日之间发生的债务重组，应根据本准则进行调整。对2019年1月1日之前发生的债务重组，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。本公司执行上述准则在本报告期内无重大影响。

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

子公司名称	是否纳入合并财务报表范围
上海飞科个人护理电器有限公司	是
芜湖飞科电器有限公司	是
芜湖飞科生活电器有限公司	是
深圳飞科机器人有限公司	是
飞科采购服务有限公司	是
浙江飞科电器有限公司	是
博锐电器有限公司	是

本期合并财务报表范围及其变化情况详见本附注“八、合并范围的变更”和“九、在其他主体中的权益”。