



股票代码：002763

股票简称：汇洁股份

公告编号：2021-010

深圳汇洁集团股份有限公司 2020 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 410,025,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 10 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	汇洁股份	股票代码	002763
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	王静	蔡晓丽	
办公地址	深圳市福田区华富街道新田社区深南大道 1006 号深圳国际创新中心(福田科技广场)A 栋三十二层	深圳市福田区华富街道新田社区深南大道 1006 号深圳国际创新中心(福田科技广场)A 栋三十二层	

电话	0755-82794134	0755-82794134
电子信箱	hjir@huijiegroup.com	hjir@huijiegroup.com

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主要业务及产品

报告期内，公司坚持以内衣行业为主要经营方向，专业从事内衣人体工学研究、产品设计、生产制造、市场营销、品牌推广。公司采用多品牌发展战略，各品牌在品牌定位、设计风格、目标客户等方面相互补充。公司目前拥有“曼妮芬”、“伊维斯”、“兰卓丽”、“桑扶兰”、“乔百仕”、“加一尚品”、“秘密武器”和“土豆先生”八个主品牌，同时拥有曼妮芬棉质生活、MW1、曼妮芬儿童、曼妮芬运动、曼妮芬家居、曼妮芬美妆等多个子品牌，涵括女士、男士、儿童不同人群，产品品类有文胸、内裤、家居、背心、泳衣、运动、功能、保暖、袜品、女士护肤品及美妆产品等。

曼妮芬 你，生而性感



伊维斯 优雅，值得被看见



兰卓丽 年轻的自由



COYEEE 简时尚 轻生活

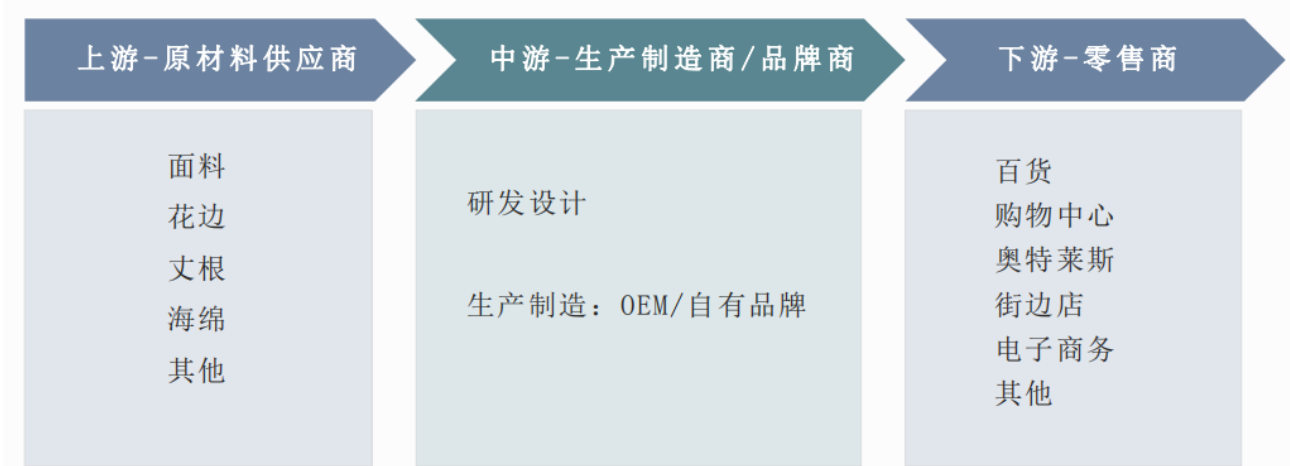


桑扶兰 提供C~H杯的专业文胸



(二) 经营模式

内衣行业产业链如下图所示:



公司专注于内衣行业产业链中下游，主要通过自行研发设计，采购原材料，自行或者委托加工成最终产品，以自有品牌对外销售盈利。公司的产品研发、设计体系架构由各品牌产品开发部和江西工厂组成，采用个性独立设计、共性集中研发的开发模式；公司的采购实行原材料集中开发，大货分散采购及按需采购的模式；公司的生产分为自制生产、委托加工和成品采购三种模式；公司的销售渠道主要分为直营、经销和电子商务三种类型。

根据“以本部为投资管控中心、子公司为利润中心、工厂为成本中心”的战略规划，公司先后对原事业部改制成子公司。目前已成立武汉曼妮芬服装有限公司，主要负责曼妮芬、伊维斯等品牌经销业务；成立上海汇高服饰有限公司，负责曼妮芬、伊维斯、兰卓丽等品牌线下奥特莱斯渠道业务；成立江西伊维斯服装有限公司、江西兰卓丽服饰有限责任公司、江西桑扶兰服饰有限公司、江西加一汇美服装有限公司、三维数据（武汉）有限公司分别负责伊维斯、兰卓丽、桑扶兰、加一尚品、秘密武器品牌运营。

报告期内，受新冠肺炎疫情影响，江西工厂改造现有部分车间转产口罩。除此之外，报告期内公司从事的主要业务、主要产品及其用途、经营模式、主要的业绩驱动因素等无重大变化。

（三）国内内衣行业发展概况

1、行业持续增长，消费层次不断提升。我国人口众多，内衣适龄消费群体十分庞大。随着内衣消费意识的成熟，消费能力的提高，我国内衣行业还有很大的成长空间。中国经济、居民收入的增长带动中高端内衣的消费需求，消费者对内衣的需求从款式、面料、工艺质量等基本功能需求逐渐上升到对归属和情感价值的高层次需求，越来越重视内衣的人文关怀和品牌价值，关注消费过程的体验，消费者购买中高档内衣的比例越来越大。

2、生产集中度提高，品牌竞争加剧。中国内衣生产企业及内衣品牌众多。从生产领域来看，集中度较低，但随着国内一线内衣品牌企业规模的快速增长，近年来中国内衣行业生产集中度虽略有波动，但总体来说有所提高。从销售格局来看，市场需求、营销方式以及销售业态变化，互联网新锐品牌兴起，加剧内衣市场品牌竞争。

3、女士内衣细分趋势更明显，运动内衣、少女内衣、孕哺内衣、背心式内衣等深受女性消费群体的喜欢。

4、男士内衣市场潜力巨大。和日益发展壮大女士内衣市场相比，中国男士内衣市场仍处于发展初期，男士内衣的产量和销量远低于女士内衣。但是中国男士内衣消费者为数众多，对品牌内衣有较大的需求。

（四）所属行业特点

内衣作为一种生活必需品，消费具有刚性需求特征，所以总体上相对于宏观经济及其他周期性行业，内衣行业未表现出明显的周期性，具有较强的抗周期性优势。内衣行业的季节性不明显，但春节、三八妇女节、6.18、双十一等节假日消费能促进内衣销售。

（五）公司行业地位

公司“曼妮芬”、“桑扶兰”商标系国家工商行政管理总局商标局认定的中国驰名商标。公司20余年来专注于内衣人体工学研究，主导、参与过多项国家、行业标准的起草，被深圳市经贸信息委等部门认定为深圳市企业技术中心。

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

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	2,372,856,866.52	2,585,324,792.03	-8.22%	2,354,780,015.37
归属于上市公司股东的净利润	210,788,148.09	181,579,680.02	16.09%	165,666,770.67
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	200,617,800.66	172,001,390.83	16.64%	179,322,761.32
经营活动产生的现金流量净额	404,333,783.43	265,288,415.24	52.41%	129,749,601.52
基本每股收益（元/股）	0.53	0.47	12.77%	0.43
稀释每股收益（元/股）	0.53	0.46	15.22%	0.43
加权平均净资产收益率	10.95%	10.05%	0.90%	9.34%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	2,612,650,808.39	2,510,119,655.11	4.08%	2,426,468,131.68
归属于上市公司股东的净资产	1,984,679,735.26	1,854,890,496.78	7.00%	1,808,430,718.51

(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	418,382,625.60	635,841,243.83	592,503,646.42	726,129,350.67
归属于上市公司股东的净利润	17,508,514.93	85,892,547.90	67,487,117.08	39,899,968.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	18,878,629.55	84,847,414.25	61,670,747.25	35,221,009.61
经营活动产生的现金流量净额	65,906,496.46	122,234,701.81	128,324,338.19	87,868,246.97

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

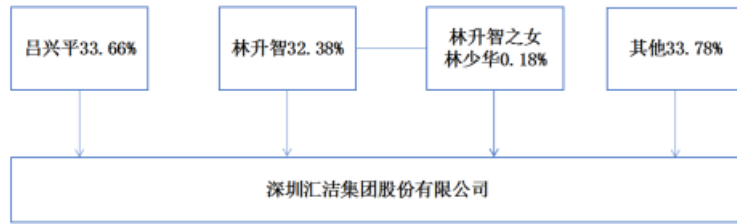
报告期末普通股股东总数	15,881	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	15,682	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
吕兴平	境内自然人	33.66%	138,425,400	103,819,050			
林升智	境内自然人	32.38%	133,194,600	99,895,950	质押	41,860,000	
何松春	境内自然人	0.73%	2,990,000	2,242,500			
李婉贞	境内自然人	0.46%	1,900,000	1,900,000			
朱莉	境内自然人	0.33%	1,337,217	0			
邹燕	境内自然人	0.30%	1,230,300	922,725			
朱潇文	境内自然人	0.29%	1,200,000	600,000			
连泽槟	境内自然人	0.28%	1,168,180	0			
林嘉茵	境内自然人	0.28%	1,166,200	0			
周猛	境内自然人	0.23%	939,800	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未获知前述股东之间是否存在关联关系或一致行动。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用						

(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、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

(一) 外部经营环境

2020年面对新冠肺炎疫情冲击，中国经济在一季度下降后逐季恢复，根据国家统计局数据，国内生产总值全年实现增长2.3%，四季度实现6.5%增速。但消费恢复不及经济恢复，全年社会消费品零售总额同比下降3.9%，其中，限额以上单位服装类商品零售额下降8.1%。线下消费受疫情冲击明显，限额以上零售业单位中的百货店、专业店和专卖店零售额分别下降9.8%、5.4%和1.4%。线上穿类商品消费增速大幅回落，穿类商品网上零售额增长5.8%，远低于去年15.4%增速以及同期实物商品网上零售额14.8%增速。

2020年，全国居民人均可支配收入32,189元，扣除价格因素实际增长2.1%；其中城镇居民人均可支配收入43,834元，实际增长1.2%。

当前新冠肺炎疫情的影响尚未根本消除，部分地区不时出现疫情反弹，全球疫情依然在蔓延扩散，国内经济恢复、居民增收、消费复苏仍有较大压力。但中国内衣适龄消费群体十分庞大，作为人们生活必需品的内衣总需求量将长期保持增长的趋势。“十四五”规划指出坚持扩大内需这个战略基点，建设强大国内市场。随着我国人均可支配收入的提高，人们对生活质量的要求也会逐渐提高，对内衣的需求也会向高品质、多元化的方向发展。需求数量的扩大以及消费的升级，未来都会推动中国内衣行业市场需求的的增长。

(二) 报告期内公司主要经营行为分析

2020年一季度受新冠肺炎疫情影响，公司营业收入、利润大幅下降。2020年4月份之后，除少数地区出现疫情反弹外，国内疫情防控形势持续向好，生产生活秩序逐步恢复。公司及时采取控制费用、多元化营销等方式克服疫情影响，二三季度均实现盈利且利润同比增长，全年实现营业总收入237,285.69万元，同比下降8.22%，归属于上市公司股东的净利润21,078.81万元，同比增长16.09%。

1、坚守为用户提供舒适、自信、美丽的高品质产品。曼妮芬利巴之弦、丝路花雨系列、伊维斯花园恋曲、baby肌肤系列、兰卓丽Silver Mountain、VLOVE系列、加一尚品蜂巢bra、乳胶bra等2020年新品以时尚的设计、符合人体工学的版型工艺，采用功能、科技、环保等优质新材料，展现女性悦己自信、独立自主的魅力，受到顾客喜爱。曼妮芬发起“与身体对话”

活动，探讨女性、内衣与身体的关系，鼓励女性接纳自己的身体，“性感千面，适我就型”。

报告期内，公司主要品牌销售情况：

品牌	主营业务收入（万元）	占比
曼妮芬	156,867.42	66.50%
伊维斯	41,758.06	17.70%
兰卓丽	22,022.47	9.34%
加一尚品	10,797.50	4.58%
合计	231,445.45	98.12%

2、持续提升品牌价值。报告期内，公司通过与明星、时尚博主等KOL合作，在综艺节目、时尚杂志、微信公众号、微博、自媒体、直播平台、户外广告等渠道持续提高品牌知名度和影响力。曼妮芬携手代言人宋茜、Body Dance大使朱洁静诠释“你，生而性感”的主张；作为腾讯视频《创造营2020》指定贴身顾问，聚焦Z时代年轻人群，为学员提供“舒适更有型，天生就自信”的能量补给。伊维斯联合代言人万茜，演绎优雅气质。





3、控制费用、多元化营销。2020年一季度执行停业、停工等新冠肺炎疫情防控措施，公司业绩短期下降。公司及时调整开店节奏、产品落单计划，淘汰各品牌部分经营质量不佳的直营终端，精简组织机构，与合作单位积极协商减免费用，厉行节约，控制费用，2020年公司费用率下降至48.38%。在公司信息系统支持下，快速上线企业微信，通过自媒体、直播、会员运营等多种方式为线下引流。伊维斯、兰卓丽、加一尚品推出微信小程序商城，各品牌天猫旗舰店直播常态化。武汉曼妮芬采用直播云发布、线上下单的形式举行订货会。2020年，公司经营活动产生的现金流量净额为40,433.38万元，同比增长52.41%，经营质量有效提升。

4、改制经营单位共担盈亏。已改制为子公司的上海汇高、江西伊维斯等单位，克服新冠肺炎疫情影响，实现业绩增长，员工共享子公司收益。通过经营目标考核、奖惩淘汰机制等方式，激发员工创业热情，调动员工工作积极性，提升各经营单位市场竞争力，实现子公司利益与负责人及员工利益紧密挂钩。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上	营业利润比上	毛利率比上年
------	------	------	-----	--------	--------	--------

				年同期增减	年同期增减	同期增减
文胸	1,284,314,121.96	907,306,036.63	70.65%	-17.04%	-18.12%	-0.93%
内裤	325,661,060.59	202,845,430.39	62.29%	-8.55%	-7.89%	0.45%
保暖衣	295,285,064.41	169,558,044.29	57.42%	-2.65%	9.68%	6.45%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临退市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
执行《企业会计准则第14号--收入》(2017年修订)	不适用	详见2020年4月24日披露于巨潮资讯网www.cninfo.com.cn的公告(编号:2020-025)

财政部于2017年度修订了《企业会计准则第14号——收入》。修订后的准则规定，首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

本公司自2020年1月1日起执行新收入准则。根据准则的规定，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累积影响数调整2020年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，比较财务报表不做调整。执行该准则的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目	对2020年1月1日余额的影响金额	
			合并	母公司
自2020年1月1日起执行新收入准则	不适用	合同负债	25,971,582.80	13,183,274.53
		预收款项	-14,873,846.43	-760,664.38
		其他流动负债	-11,097,736.37	-12,422,610.15

与原收入准则相比，执行新收入准则对2020年度财务报表相关项目的影晌如下（增加/减少）：

受影响的资产负债表项目	对2020年12月31日余额的影响金额	
	合并	母公司
合同负债	23,762,482.49	10,301,198.42
预收款项	-13,350,852.10	-91,697.10
其他流动负债	-10,411,630.39	-10,209,501.32

（2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

（3）与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

本期新增2家子公司：

序号	子公司名称	变更原因
1	江西妮的秘密医疗器械有限公司	投资新设全资子公司，注册资本人民币200万元，2020年4月完成工商注册。
2	赣州沁蓝服装合伙企业（有限合伙）	非同一控制下企业合并，注册资本人民币1500万元，2020年12月完成收购。