

证券代码：002032

证券简称：苏泊尔

公告编号：2022-012

浙江苏泊尔股份有限公司 2021 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。

公司全体董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

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 808,678,476 股为基数（回购专用证券账户中的股份已于 2022 年 1 月 27 日完成授予），向全体股东每 10 股派发现金红利 19.30 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

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6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，总共11,840名员工。

法国SEB集团与苏泊尔公司战略合作关系始于2006年，现SEB集团是苏泊尔的实际控制人，截至报告期末SEB集团持有苏泊尔82.44%的股份。SEB集团拥有超过160年的历史，是世界知名的炊具研发制造商和小家电制造商，每年约有3.5亿件产品行销全球160多个国家和地区。

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

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	13,899,456,422.16	12,292,270,384.71	13.07%	11,847,953,986.45
归属于上市公司股东的净资产	7,622,639,752.86	7,200,939,908.92	5.86%	6,836,417,032.56
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	21,585,331,407.47	18,596,944,289.02	16.07%	19,853,477,882.97
归属于上市公司股东的净利润	1,943,943,608.94	1,846,221,538.10	5.29%	1,919,914,191.25
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,858,036,556.80	1,595,178,564.27	16.48%	1,734,302,272.66
经营活动产生的现金流量净额	2,049,881,568.69	2,076,592,774.00	-1.29%	1,732,940,977.12
基本每股收益（元/股）	2.400	2.264	6.01%	2.349
稀释每股收益（元/股）	2.395	2.261	5.93%	2.346
加权平均净资产收益率	26.81%	26.97%	-0.16%	30.54%

说明：2017年7月5日，财政部修订印发了《企业会计准则第14号——收入》（以下简称“新收入准则”），境内上市企业自2020年1月1日起施行新收入准则。根据新准则及相关衔接规定，本集团于2020年1月1日开始执行“新收入准则”，将符合销售抵减性质的应付客户费用抵减“2020年、2021年”的营业收入，而“2019年”则是原准则下的营业收入，故近三年营业收入存在准则口径差异。如果将“2019年”的营业收入按“2020年、2021年”的口径进行重算，则营业收入为18,805,552,126.33元。

(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	5,136,308,321.66	5,297,567,571.96	5,231,222,288.72	5,920,233,225.13
归属于上市公司股东的净利润	504,799,303.45	360,791,143.44	375,446,602.61	702,906,559.44
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	468,498,175.18	391,677,546.49	352,719,456.67	645,141,378.46
经营活动产生的现金流量净额	576,498,821.51	-276,068,058.06	267,930,971.06	1,481,519,834.18

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

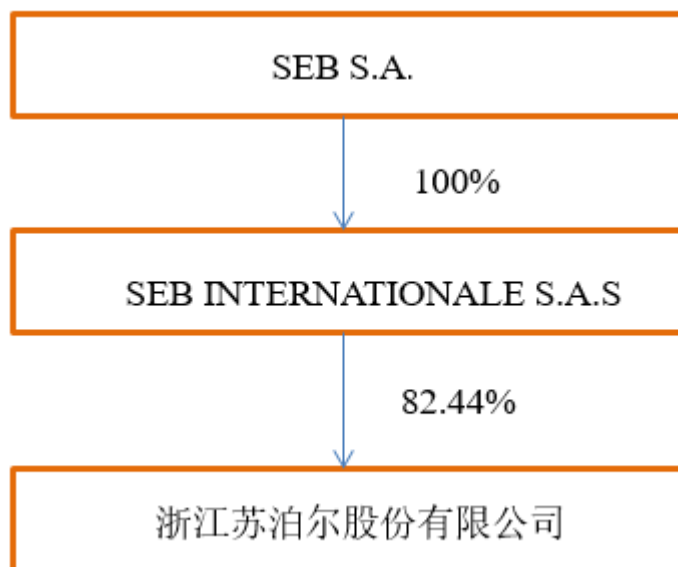
单位：股

报告期末普通股股东总数	18,112	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	19,499	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	7.97%	64,468,384	0			
法国巴黎银行—自有资金	境外法人	0.56%	4,541,981	0			
富达基金（香港）有限公司—客户资金	境外法人	0.47%	3,794,722	0			
国泰君安证券资管—建设银行—国泰君安君得鑫两年持有期混合型集合资产管理计划	其他	0.40%	3,195,498	0			
易方达基金管理有限公司—社保基金 1104 组合	其他	0.29%	2,377,300	0			
中国农业银行股份有限公司—前海开源中国稀缺资产灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.26%	2,090,788	0			
中国工商银行股份有限公司—前海开源国家比较优势灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.22%	1,740,684	0			
中国工商银行股份有限公司—中欧价值智选回报混合型证券投资基金	其他	0.16%	1,320,047	0			
中国工商银行—华安安信消费服务股票型证券投资基金	其他	0.13%	1,047,801	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	中国农业银行股份有限公司—前海开源中国稀缺资产灵活配置混合型证券投资基金和中国工商银行股份有限公司—前海开源国家比较优势灵活配置混合型证券投资基金同属前海开源基金。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；2021年在炒锅品类推出有钛真不锈钢炒锅，采用专利的钛铁合金熔覆技术，大幅提升了现有铁锅抗腐蚀和防穿孔的能力，同时含钛抗菌无涂层基材给予了消费者更健康的烹饪体验。在煎锅品类推出聚油系列，专利的聚油防凸技术防止锅底向上凸起，下锅不跑油，煎炒不易糊，少量油即可煎出好看的太阳蛋。根据GFK监控的中国30个重点城市数据显示，2021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48.4%，持续保持行业第一的领先优势。根据奥维云网监测的全网市场份额数据显示，2021年苏泊尔明火炊具十大品类（炒锅、高压锅、煎锅、奶锅、汤锅、水壶、砂锅、火锅、蒸锅、套装锅）线上总体市场份额累计21.7%，是第二品牌的3倍多。

同时，苏泊尔持续积极拓展水杯和厨房用品品类，在水杯品类开展年轻化营销，聘请水杯代言人范丞丞和利用顶级艺术IP大英博物馆资源，推出联名产品系列，深受年轻消费者喜爱。厨房用品品类通过持续挖掘消费痛点及场景来打造产品，创新的套刀设计结合中国消费者习惯，将通风、沥水作为重点打造，保持厨房台面不积水不易滋生细菌；砧板品类推出抗菌系列砧板，采用银离子全渗透技术，刀痕缝隙内依旧抗菌，坚持将消费者健康放在第一位。

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。2021

年苏泊尔联合中国水稻研究所共同推出行业首款采用远红外加热技术的远红外电饭煲，采用差异化的远红外穿透加热技术提升加热效率，有效激发米饭香气，搭配苏泊尔第十代广口球底本釜内胆为消费者提供更香甜、更饱满、更透芯的好米饭体验，产品上市后迅速成为线下渠道和线上1000+高端价格段领先单品；推出全新概念产品小C主厨多功能料理机，采用引导式菜谱犹如主厨手把手教做菜，专利的行业领先手机碰一碰秒速配网技术，给消费者带来更好的做硬菜体验。迎合品类发展趋势推出全新一代可拆洗空气炸锅，上盖可拆洗玻璃盖设计，可拆好洗透明可视，采用的侧置热风机技术，侧面烘烤不滴热油。根据奥维云网监测数据显示，2021年苏泊尔小家电十三大品类（电饭煲、电压力锅、电磁炉、电水壶、豆浆机、电炖锅、破壁机、搅拌机、榨汁机、电饼铛、电蒸锅、电烤箱、养生壶）线上合计市场份额累计达到21.1%，非常接近行业第一；2021年苏泊尔小家电十一大品类（电饭煲、电压力锅、电磁炉、电水壶、豆浆机、电炖锅、破壁机、搅拌机、榨汁机、电饼铛、养生壶）线下合计市场份额累计达到30.1%，稳居行业第二。

同时，苏泊尔坚持不懈推动生活家居电器品类发展，2021年推出了行业首款吸拖一体免手洗吸尘器，前吸后拖，一机搞定，轻量小巧的机身方便平躺进入家具底部深度清洁，智能自清洁结构，一键自动清洗拖布。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10.5%，位居行业第二；挂烫机品类线下市场份额累计29.8%，稳居行业第一。

在厨卫电器业务上，苏泊尔持续加大厨卫电器品牌力建设，推出的双翼瞬吸油烟机，采用垂直吸油烟方式，更短距离吸收油烟，专利的流量分配技术实现左右流量可调节，哪边有油烟吸哪里；推出的极限火燃气灶，0.18~5.2KW宽域火力，大火爆炒小火慢炖免看管。根据奥维云网监测数据显示，2021年苏泊尔灶具品类线上累计市场份额14.6%，保持行业第一。

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牵引渠道布局的持续优化，以多渠道多模式布局矩阵满足不同消费者的购买需求。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。

2021年苏泊尔加速推动渠道变革，营销效率得到进一步提升。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，在苏泊尔整体国内销售中的占比持续提升。

为了更好推进线上渠道销售，苏泊尔持续并加大电商“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。

在传统电商天猫、京东平台，苏泊尔逐步完成店铺矩阵建设，并大力推进DTC官方旗舰店直营，通过品牌直面消费者的模式，更精准的触达消费者并提供更好的服务。

在新兴社交电商抖音、快手等平台，苏泊尔加速变革并积极开拓新的渠道增长点，积极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。2021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。

2021年苏泊尔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，成功的提升了线上渠道的盈利能力。在2021电商“双十一”大促活动中，苏泊尔品牌实现总销售额16.8亿，多个品类单品获得所属类目销售排名第一，各品类盈利大幅提升。

线下渠道一二级市场传统现代渠道由于受到疫情的持续影响，经营环境面临极大挑战。苏泊尔和线下经销商伙伴共同积极应对，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、苏宁等电商平台在下沉市场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

报告期内，公司持续加大品牌力建设和数字化营销转型，加大对数字化媒体的投入，探索以内容营销为主的新品推广模式，实现消费者精准触达和提升消费者体验。同时基于精准数据洞察发挥多品类优势，提升品类交叉复购；以明星合作和平台营销IP模式，携手范丞丞、苏炳添、刘宇宁等文体明星，参与天猫欢聚日、京东超品日、抖音超品日等活动，持续破圈提

升年轻消费者认知。

公司进一步加强品牌会员中心建设，促进用户品牌好感度及忠诚度，以消费者精细运营为手段，建立品牌全链路极致用户体验；上线全新会员小程序，作为品牌和消费者互动的活动阵地，为消费者提供更便捷的品牌体验、购买和售后服务，通过和消费者共建内容，建立更具有品牌温度的内容社区。

（二）报告期内外贸销售情况

在外贸业务上，2021年由于铝、不锈钢、铜等大宗原材料价格大幅快速上涨，人民币兑美元汇率持续升值，国际物流不畅、周期更长、物流费用不断攀升，国际买家成本压力进一步加大。

公司在2021年得益于SEB集团在全球市场的销售增长及全球供应链受到疫情的影响尚未全面恢复，SEB集团的订单持续转移至苏泊尔，公司外贸主营业务收入整体实现同比增长27.28%。但是原材料成本的大幅上升短期内也对公司的盈利水平造成较大的影响。

浙江苏泊尔股份有限公司

董事长：Thierry de LA TOUR D'ARTAISE

二〇二二年四月一日