

证券代码：002327

证券简称：富安娜

公告编号 2022-021

深圳市富安娜家居用品股份有限公司

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。

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：以未来实施分配方案时股权登记日的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 6.00 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	富安娜	股票代码	002327
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		
姓名	龚芸		
办公地址	深圳市南山区南光路富安娜工业大厦		
传真	0755-26055076		
电话	0755-26055091		
电子信箱	gongyun@fuanna.com		

2、报告期主要业务或产品简介

行业高端品牌定位

富安娜品牌创始于1994年，深圳市富安娜家居用品股份有限公司（股份代码：002327）在2009年于深圳证券交易所中小板上市，是中国领先的家居用品公司，公司主要从事床上用品及家居生活类产品的研发、设计、生产及销售。经历28年成长，公司旗下拥有原创自有品牌“富安娜”（时尚经典系列）、“VERSAI维莎”（艺术轻奢系列）、“馨而乐”（年轻温馨系列）、“酷智奇”（儿童系列）四种品牌。公司以设计创新为核心竞争力，时刻关注产品工艺和质量，从胚布就采取独家工艺设计以保证产品的舒适性和功能性。

公司以行业高端消费品牌的引领力，历次获得了中国“60年60品牌”、中国品牌价值500强、中国家纺家居品牌传媒影响力、中国家居行业领军品牌华筑奖等品牌荣誉奖项。公司品牌力的增强，持续的技术与研发创新、持续的关爱社会的举措不仅赢得了消费者的青睐和喜爱，也获得了极为重要的政府、社会机构奖项，其中包括国家高新技术企业、深圳上市公司 TOP10 董事会治理、中国中小板上市公司价值50强、杰出企业社会责任奖等。2021年度公司成为了“广东省工业设计中心”坐标之一，获得深圳市南山区纪委颁发的“行业清风岗”等荣誉。

完全的原创设计，完全的自主品牌经营模式，

公司采取完全的原创设计，完全的自主品牌经营模式，以带给消费者高品质、个性化的需求为核心理念，以直营、加盟和电商三大营销渠道，持续提升设计开发、供应链管理、营销网络的竞争力。公司以艺术家纺为聚焦，以艺术家居生活为开拓，逐步布局“艺术家纺+艺术家居”的线上和线下的门店空间，持续提升品牌价值和多系列家居品类。

公司业绩驱动主要因素及行业情况

1、行业集中度会进一步提升，品牌力强的企业会加快提升市场份额

未来一段时间可以预见，生产资料包括原材料、人工成本会越来越贵，自上而下预见未来一年，比如通胀、原材料上涨、疫情、国际环境等的不确定因素下，缺乏竞争力的企业和品牌会继续加快淘汰。

公司在过去28年的品牌发展路径为设计工艺创新和全渠道精细化管理，未来将通过前期的品牌力积淀带来的长尾效应，进一步加快提升市场份额。

2、中国纺织服装消费品供应链的极致发展带来了产品的供给过剩，在商品过剩的时代下，消费者已经习惯追寻好产品（个性化、品质化）和好服务，谨慎预见未来的消费需求，个性化品牌的发展空间格局更优

睡眠家居的产品个性化是品牌的最好诠释，个性化产品更容易与消费者产生链接，消费者更愿意为原创个性化的价值买单。

公司是艺术家纺家居的领先企业，一枕一芯、一套一件，无不融汇设计元素和工艺流程，消费者选择公司的产品也是选择了一种美好生活理念。

3、平台经济从巅峰归于平静后，高质量的线下门店将迎来价值挖掘空间

平台经济曾以无限的融资能力、大数据产生的快速试错和消费审美的引导，使得线下门店进行了一轮出清，只有部分品牌凭借精细化运营和设计创新的线下直营门店发展壮大起来，

这种线下门店是未来品牌的又一种价值挖掘工具，凭借线下社区门店的辐射能力，会带来线下高粘性的消费者和服务空间。

公司凭借多年的管理提升，目前是行业内TO C端（直营加电商）收入占比最高的企业，线下直营门店在全国一线城市和二线省会城市综合布局、门店管理运营水平不断提升，目前直营门店的会员人数达到130万，未来会不断深化门店精细化管理，通过前期布局的直营门店，不断吸虹区域消费能量并为区域辐射的加盟商和加盟招商带来可以实现的管理赋能。

4、互联网电商的格局有所变化，过去在电商平台和线下渠道同时遵循高质量发展的品牌才能持续享受发展红利

随着相关政策的结构调整，电商流量格局变化较大，前两年各直播平台依靠顶级流量网红的变现能力充满了不确定性，过于依赖流量而不关注盈利质量的商业模式难以为继。

公司在电商运营一直以净利润为考核指标来发展壮大，盈利模式安全垫高，公司电商未来的增长利润预期空间会更大。

四）公司面临的风险和措施：

1、人工成本上涨、原材料价格波动的风险

展望2022年，国际政治经济形势、疫情形势都充满不确定性，带来上游原材料涨价的供应压力，同时，过去一年，人力成本没有明显下降趋势，且附加值高的工作岗位的人力成本越来越高。

公司已经通过过去几年陆续将相当部分生产向西部转移，能充分利用中西部地区人工丰富、成本相对不高的优势，也充分利用其地理位置，辐射周边地区，节约物流成本、提高市场反应能力。同时公司一直积极关注原材料的价格走势，提前作好应对储备，并坚持与多家原材料供应商保持良好的合作关系，形成集中采购的订单，尽可能减少原材料采购价格走高给公司经营造成的影响。最重要的是，公司通过提高产品的设计、科技含量和附加值来抵消其他方面的制造成本的上升，保证公司的盈利水平。

2、市场竞争所带来的风险

消费永远离不开产品和服务，公司在过去28年的发展中，一直关注消费者产品体验、关注产品个性化、关注产品质量的品牌，这为公司未来在激烈市场竞争中打下持续稳健发展的基础。

3、“盗版”和“盗牌”的冲击风险

随着近些年电子商务的迅猛发展，线上“盗版”和“盗牌”销售公司品牌产品的现象愈演愈烈。为此，公司建立专门的打假部门，制定公司内部打假制度，与第三方专业调查技术公司合作，持续开展打假工作，包括结合法律途径和市场化打假途径，提高打假效率，提升假冒者的造假成本。另外，我们对产品的防伪技术进行了新一轮的升级，同时，在官方网站及其他官方媒体平台上，发布正品鉴别提示，通过以上举措，可以削弱和降低此类行为造成的影响。

三、核心竞争力分析

1、专注产品设计和工艺开发，设计创新引领行业时尚，重视行业标准，拥有丰厚的行业自主知识产权

公司以设计创新为核心竞争力，公司拥有200多人的设计研发团队，专注产品设计和工艺

开发，每季商品都注入时尚原创设计，赋予前瞻和经典的结合，在高端产品系列中，还具备观赏和收藏价值。公司研发团队能够根据渠道市场需求，在面料工艺开发、主题设计、分系列设计开发上做出快速作品输出，是公司品牌的核心战队。在家具及材料产品研发上，公司一直在做储备业务设计创新，公司家居主题设计以自然肌理纹路为设计灵感开发系列产品，包括运用在家具面板、家用墙面、卫浴空间、酒店办公等场所。

行业标准

当今市场的经济竞争，逐步演变为标准之争，标准的高低，是各企业的技术水准及综合实力的较量。公司高度重视标准化工作，积极参与国家行业标准化活动，同时公司为提升在标准、检测方法上的研究实力，公司从2008年开始参与国家基础标准委员会、全国家用纺织品标准化技术委员会、全国家用纺织品标准化技术委员会床上用品分技术委员会、各级团体标准组织等标准化组织开展的标准化活动。截止到2021年，公司作为起草单位已主导和参与了编制了7项国标、7项行标、3项团标及10项企标共27项标准，发挥了行业领军的作用。

2021年7月富安娜已通过SEDEX社会责任验厂审核；2021年首个家纺企业受邀参与深圳市标准技术研究院绿色发展和环境研究所主推的碳达峰碳中和项目，全面参与在碳交易、碳足迹及相关领域的量化盘查、碳足迹评定初步研讨；2021年7月在全国羽绒工业协会关于羽绒类标准制修订中，共同参与《羽绒羽毛床垫》、《羽绒羽毛被》、《羽绒羽毛枕、垫》、《羽绒羽毛睡袋》4项行业标准及《羽绒被消费使用指南》1项团体标准的制修订工作。同年作为主要会员单位参与中国家纺协会标准委员会制修订并推行国标GB/T 22796 - 2021版《床上用品》，同时参与制修订6项团体标准：《压缩巾》《运动巾》《养老机构床上用品》《被子舒适温度及测试方法》《再生涤纶缝纫线》《户外家具纺织品》。

丰富的自有知识产权

截止2021年末，公司拥有包括发明专利、实用新型专利、外观专利、软件著作权、版权共1310项，其中，2021年内新增版权、外观专利、实用新型专利、软件著作权共87项。

2、加盟商渠道和直营渠道

公司的每季产品线特征为创新速度快，这就要求公司对消费者终端的趋势要及时把控。公司对加盟商采取扁平化架构经营，严格通过账期管理把控加盟商的市场终端趋势。公司的直营管理团队根据公司的市场策略、营销策略、品牌策略、产品策略去落地执行，并对加盟商做管理输出，让公司线下渠道持续健康发展。截止2021年末，公司线下门店（专柜）共1525家，加盟店有1055家，同比去年增加2.52%，直营门店有470家，同比去年增加7.55%。公司经过多年在各个一、二线城市，三、四线优质城市终端布局，不断优胜劣汰，终端渠道的掌控力在不断提升，逐步增强。

电子商务渠道

电商渠道是公司未来持续提升规模、提升品牌竞争力的重要载体，公司与国内的头部电商平台比如天猫、京东等建立了长期的战略合作关系。公司电商渠道管理团队对供应链、商品、物流的运营有深刻的认知，洞悉电商人群市场，善于运用数据化管理对市场进行快速反应，执行力强。团队一直遵循以产品价值为核心考量，始终关注产品升级，材质升级、营销升级、组织结构升级，管理团队以净利润为考核，遵循高质量发展。

管理信息系统

公司是行业内首家全面引入全球五百强采纳的德国SAP ERP系统，在家纺和家居行业精细化发展趋势下，同时推进SAP系统（一种增强财务管理、规范企业主要业务流程的信息管

理系统)、丽晶POS系统(一种动态掌握门店销售数据和终端库存的收银系统)和WMS系统(一种规范仓库管理,提升物流工作效率的仓库管理系统),公司持续将三种系统进行优化、协同和打通,管理协同平台支撑公司流程、沟通、考勤、考核等日常行政管理运营;业务运行平台以SAP为核心,结合POS、SRM(供应商关系管理系统)、WMS、OMS(订单管理系统)等,贯穿公司产品、采购、生产、仓储、销售、物流等产供销整体业务;顾客平台全面覆盖第三方电商平台、微信等用户触点,提高内控管理水平、降低成本、提升效率、为顾客提供更优质的产品和服务提供了系统基础。

供应链与质量管理:

针对公司产品创新快、高端消费属性的特点,公司从胚布采购周期就采取自主研发和面料定制,公司每一件产品都是匠心独具,溯源优秀原材料产地中国、匈牙利、冰岛、加拿大、波兰、乌克兰等多个国家,打造一系列精品爆款。

公司已构建了完备的供应链质量管理体系,集团品质管理部下辖评审验证、体系管控、供应商评估管理、检测中心、生产基地质量及终端质量六个团队,充分保障整个体系的有效运作。通过对产品研发阶段的质量评审及验证、供应商质量管理、生产过程质量监控、终端退货质量分析、标准化管理、质量体系管理等工作的开展,控制质量成本、保障输出质量,形成了从研发前端到消费者的全质量管理闭环,在充分满足客户需求的同时有效的控制了相关质量成本。公司从2002年8月通过ISO9001的质量认证开始,经过18年的推行,每年通过内审、管理评审、外审、PDCA的循环、统计分析及质量改善不断提升,使得富安娜的产品质量能保持在高水平并不断超越。

生产与仓储布局

公司拥有深圳龙华总部基地、四川南充家纺生产基地、广东惠州生产基地。

拥有扬州宝应、常熟、南充、惠东四大物流基地。

截止2021年末仓储面积合计近21万平方,通过四大平行仓的布局,提升了物流运输时效和降低了运输成本。公司集中资源保证生产效率和产品品质,满足订单需求,逐步构建快速反应供应链。公司在巩固“长三角”地域的基础上,进一步提高总部所在“粤港澳大湾区”产业基地实力。公司一直推行多仓发展,2021年度部分城市试点前置仓模式,在疫情不断反复和油价不断提升的情况下,对于终端店铺的发货基本未受影响。通过区分订单,采取整车直达与零担配送相结合的方式,同比2020年单票运输成本呈下降趋势。

在当前各种成本不断上涨的情况下,公司仓储及运营一直坚持以自营为主导,根据家纺行业特点,采取精细化管理,通过提高人工效率和信息化水平,优化作业工具等实现降本增效。未来将根据公司既定战略,继续布局2-3个RDC仓库,进一步加强与物流公司在专线直达及货品分拨上的深度合作;集中自营及加盟商货品在RDC仓库的统一管理,通过大数据分析,盘活库存,加快货品的周转,从而减少加盟商库存压力。

利益共同体优势:

股权激励

公司人才发展战略强调从利益共同体向事业共同体转变,公司对员工进行持续的股票激励计划。分别已经实施了两期期权、五期限制性股票和一期员工持股计划在内的八次股票激励计划,总计激励对象共计1700人次。进一步加强了事业共同体的凝聚力,为企业在发展竞争中提供有力的人才团队支持。

员工住房

公司在深圳市南山蛇口及龙华工业园的员工公寓配备全屋全新家私和家电,让员工真正

实现拎包入住。公司还在总部、各工厂都设立了食堂，保证员工吃到低价高质的放心食品。切实从员工的生活需要出发，为员工解决后顾之忧，让员工过上幸福安居的生活。

员工培训

1) 终端业务培训: 2021年度富安娜人才培养重点聚焦渠道管理人员能力提升和梯队搭建，从培训规划到落地实施，从人力配置至费用预算，都更为聚焦在培训能切实落地助力销售业绩提升方面。通过渠道管理人员领导能力提升、产品的设计研发与打造思路、店柜长营销能力提升等课程，通过总部培训、区域复制、渠道培训、门店复制等方式，将标准化的岗位专业技能及标杆经验、创新营销模式辐射到整个销售渠道。

2) 内部讲师团队打造: 2021年通过完善课酬制度，讲师团队管理高度规范全司的培训管理工作，鼓励各职能部门与子公司讲师积极赋能，同时利用制度来加强员工参与培训的积极性，进行正向激励。

3) 内部课程库的更新: 定期更新完善内部课程库，包括新员工入职培训、管培生培训、店柜长培训、管理能力培训、营销技能培训、工人质量培训、内部讲师培训等，将内训课程整理入库，并根据行业发展进行进一步的修改、提炼，转化为内部课程纳入企业课程库。

4) 培训制度的完善: 从机制保障的层面，通过培养制度配合绩效考核系统驱动干部赋能员工，各部门领导作为业务部门的人力资源管理者，将赋能部门内部员工纳入管理层的绩效考核，从而确保基层员工的能力与技能的提升。在管理层的管理观念的更新、管理技能的提高等方面的提升将是后期的培训重点工作。

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	4,712,551,749.03	4,480,016,554.77	5.19%	4,702,428,440.70
归属于上市公司股东的净资产	3,699,747,559.99	3,579,136,181.35	3.37%	3,564,192,368.40
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	3,179,282,836.06	2,874,049,807.28	10.62%	2,788,843,144.50
归属于上市公司股东的净利润	545,866,740.77	516,462,867.24	5.69%	506,869,476.73
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	516,091,454.68	482,261,893.11	7.01%	437,113,139.50
经营活动产生的现金流量净额	774,941,886.08	666,095,033.41	16.34%	863,694,769.70
基本每股收益（元/股）	0.67	0.62	8.06%	0.61
稀释每股收益（元/股）	0.67	0.62	8.06%	0.60
加权平均净资产收益率	15.73%	14.27%	1.46%	14.17%

(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	627,709,173.65	680,652,913.59	680,999,703.05	1,189,921,045.77
归属于上市公司股东的净利润	92,639,228.63	117,262,799.91	107,448,194.18	228,516,518.05
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	92,416,434.40	99,367,571.54	95,886,339.91	228,421,108.83
经营活动产生的现金流量净额	3,284,506.45	101,880,920.03	4,366,167.73	665,410,291.87

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	23,133	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	23,108	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	
林国芳	境内自然人	37.75%	313,111,710	234,833,782	质押	16,637,674	
陈国红	境内自然人	14.72%	122,123,238				
大成基金管理有限公司—社保基金 17011 组合	其他	3.56%	29,544,989				
东吴证券股份有限公司	国有法人	2.32%	19,281,163				
中国建设银行股份有限公司—中欧价值发现股票型证券投资基金	其他	2.17%	17,960,692				
深圳市富安娜家居用品股份有限公司—第一期员工持股计划	其他	2.15%	17,869,151				
基本养老保险基金—零零一组合	其他	1.42%	11,792,452				
上海明河投资管理有限公司—明河 2016 私募证券投资基金	其他	1.39%	11,500,000				
中国工商银行股份有限公司—中欧潜力价值灵活配置混	其他	1.12%	9,312,183				

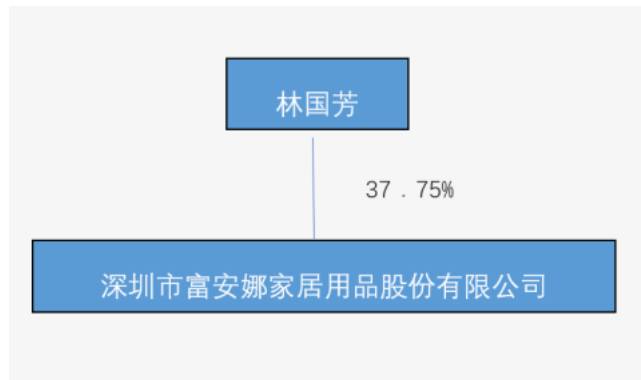
合型证券投资基金						
国金证券股份有限公司—工银瑞信灵动价值混合型证券投资基金	其他	1.10%	9,096,610			
上述股东关联关系或一致行动的说明	林国芳持有公司 37.75% 的股权，且为公司董事长、总经理，系公司实际控制人。除此以外，公司未知其他前十名股东是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

(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、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

不适用