

杭州老板电器股份有限公司

2022 年度董事会工作报告

一、公司经营情况概述

2022 年度，面对房地产行业景气度持续低迷及企业综合成本上升等重大不利因素，厨电行业需求受到压制，整体出现负增长。零售渠道，根据奥维线下零售市场监测月度数据报告（以下简称“奥维线下报告”）显示，厨房电器主要品类吸油烟机、燃气灶零售额较去年同期分别下滑 26.2%、22.8%。电商渠道，根据奥维线上零售市场监测月度数据报告（以下简称“奥维线上报告”）显示，厨电产品线上零售额较去年同期下滑 3.6%。工程渠道，根据奥维云网（AVC）《2022 年中国房地产商品住宅精装修市场厨电年报》（以下简称“奥维地产报告”）显示，2022 年烟灶精装修市场规模为 141 万套，同比下滑 48%，配置率 96.7%；洗碗机精装修市场规模为 45.83 万套，同比下滑 15.4%，配置率 31.4%，同比增长 12.5%。

公司作为行业龙头，紧紧围绕“乘势而上，筑梦远行”的年度经营理念，各品类市场占有率保持领先地位，市场集中度仍在提升。根据奥维线下报告显示，老板品牌吸油烟机零售额、零售量市场占有率为 31.7%、25.8%，分别较去年同期提升 1.2、1.5 个百分点。根据奥维线上报告显示，老板品牌厨电套餐零售额、零售量市场占有率为 30.5%、24.0%，较去年同期基本持平。面对诸多不利因素的影响，公司全年实现营业收入 102.72 亿元，同比增长 1.22%，归属于上市公司股东的净利润 15.72 亿元，同比增长 18.07%，均大幅优于行业平均水平。

截止 2022 年 12 月 31 日，根据奥维线下报告显示，公司主要产品品类线下零售额的市场份额与市场地位如下表：

吸油烟机	燃气灶	消毒柜	嵌入式一体机	嵌入式电蒸箱	嵌入式电烤箱	嵌入式洗碗机
31.7%	30.7%	22.6%	33.1%	28.1%	26.2%	17.8%
1	1	2	1	2	2	3

截止 2022 年 12 月 31 日，根据奥维线上报告显示，公司主要产品品类线上零售额的市场份额与市场地位如下表：

厨电套餐	烟灶两件套	吸油烟机	燃气灶	嵌入式一体机	嵌入式电蒸箱	嵌入式洗碗机
30.5%	32.4%	16.1%	9.9%	14.4%	23.9%	15.1%
1	1	1	4	3	1	3

截止 2022 年 12 月 31 日，根据奥维地产报告显示，“老板”品牌在精装修渠道市场份额为 33.1%，位居行业第二。

2022 年度，技术板块聚焦科技与厨电，提升产品硬科技，数字厨电全新启航，推动行业变革创新。行业首个 ROKI 数字厨电产品“创造者 i1”荣膺“2022 中国高端家电及消费电子红顶奖”大奖。此外，联合中国家用电器研究院共同颁布了《高性能集成灶技术规范》，引领集成灶产业迈入高性能时代。本年度，共申请专利 1351 项，其中发明专利 401 项；截止 2022 年 12 月 31 日，已累计授权专利 3457 项，其中发明专利 91 项。本年度，主持标准制定 10 项并参与标准制定 20 项，其中主

持制定行业标准《蒸烤一体机》成功入选浙江制造标准申报项目。此外，技术创新能力不断被行业认可，荣获 2022 中国轻工业联合会科学技术进步一等奖和二等奖，且烟机项目已经连续四届荣获一等奖。

2022 年度，营销板块深化品牌高端定位，产品矩阵不断丰富，进军集成灶赛道，开启厨电数字化时代，提供全方位厨房电器综合解决方案。零售渠道，筑牢品牌高端优势，充分发挥专卖店效能，通过创新渠道开拓市场前端流量并加快下沉渠道建设，优化渠道效率。同时，围绕用户侧发力，升级无忧厨改服务，持续为用户创造价值。电商渠道，强化品牌定位，新老媒体相互协作，高效挖掘流量价值，盘活存量市场潜力。工程渠道，优化客户结构并强化风险管理意识，保持老品类市场优势，带动新品类渗透率提升。海外渠道，稳步推进全球布局与品牌国际化进程。

2022 年度，生产板块围绕“稳定生产强化组织、保产保供提质增效、巩固基础寻求质变”工作重点，致力于成为中国制造业综合竞争力最强的制造标杆之一。持续推进品质提升与工艺创新，着眼差异化、精细化制造能力建设，确保各厨电品类高质量交付，本年度荣获由中国质量协会颁发的“2022 年全国质量标杆”奖项。同时，通过端到端的一体化供应链建设，打造具有综合竞争优势的成本管控体系，持续达成降本增效。无人工厂将深化数字化建设与运用，未来进一步打造成数字透明未来工厂。茅山智能制造科技园项目已开始陆续投入使用，生产效率与生产效益持续提升。

2022 年度，品牌板块持续打造最懂中式烹饪的中国高端厨房电器第一品牌形象，以科技赋能厨电，让科技厨房的起点更高点。举办 2022 中国新厨房科技新品发布会，发布全新一代高性能集成灶等多个厨电新品；此外，举办 ROKI 数字厨电全球发布会，推出首套数字厨电产品“创造者 i1”，全新上线行业内首个数字人 ROKI 先生。举办国潮家宴、首届中国烹饪大赛、第二届洗碗机节、育食体系活动等系列活动，冠名《听说很好吃 2》、登上《焦点访谈》、《天赐的声音 3》等节目，品牌曝光度与影响力持续提升。此外，公司作为 2022 年杭州亚运会官方家用厨电独家供应商，助力中式烹饪文化传播，助推亚运城市建设。

2022 年度，名气品牌，传承优秀厨电基因，以专业厨电作为发展基石，集成厨电作为增长动力，探索新零售发展之路。名气通过与老板品牌借力互补，在组织资源、品牌势能、产品创新、渠道拓展等方面全面升级，为用户提供极致体验。金帝品牌，夯实基础、变革转型，进一步深化高端战略，开拓定制赛道。大厨品牌，定位专业级多功能台式烹饪电器。公司将进一步构建新型品牌矩阵，实现多样性融合。

2022 年度，公司在公司治理、内部管理、股东回报等方面持续获得资本市场认可。公司成为中国上市公司协会理事单位。在深圳证券交易所上市公司 2021 年度信息披露考核中获评 A（优秀）级别，连续九年获此殊荣。同时，基于在公司治理与员工福利项目方面的提升和优秀表现，MSCI ESG 评级提升至 A 级，在全球同行（家庭耐用品）公司中排名靠前。

为践行共同富裕，建设常态化激励机制，公司推出《2022 年股票期权激励计划》，针对公司中层核心业务、技术骨干进行股票期权激励，夯实公司长期发展基础。公司一直坚持规范运作，深耕厨房领域，助力价值投资，推动公司高质量发展。

2、收入与成本

(1) 营业收入构成

单位：元

	2022 年		2021 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	10,271,500,571.04	100%	10,147,706,035.35	100%	1.22%
分行业					
家电厨卫	9,981,652,062.48	97.18%	9,878,609,034.58	97.35%	1.04%
其他业务收入	289,848,508.56	2.82%	269,097,000.77	2.65%	7.71%
分产品					
第一品类群					
其中：吸油烟机	4,832,350,321.78	47.05%	4,879,636,891.65	48.09%	-0.97%
燃气灶	2,456,953,764.20	23.92%	2,439,639,215.87	24.04%	0.71%
消毒柜	477,168,426.61	4.65%	544,149,587.07	5.36%	-12.31%
第二品类群					
其中：一体机	739,678,668.33	7.20%	647,136,752.08	6.38%	14.30%
蒸箱	99,986,752.60	0.97%	150,479,922.38	1.48%	-33.55%
烤箱	82,492,751.09	0.80%	132,013,212.98	1.30%	-37.51%
第三品类群					
其中：洗碗机	593,794,747.49	5.78%	450,505,656.90	4.44%	31.81%
净水器	54,081,866.41	0.53%	59,858,528.51	0.59%	-9.65%
热水器	192,404,223.01	1.87%	155,054,325.57	1.53%	24.09%
集成灶	384,843,160.10	3.75%	326,347,237.29	3.22%	17.92%
其他小家电	67,897,380.86	0.66%	93,787,704.28	0.92%	-27.61%
其他业务收入	289,848,508.56	2.82%	269,097,000.77	2.65%	7.71%
分地区					
华东地区-主营产品	4,974,280,646.54	48.42%	4,699,565,607.49	46.33%	5.85%
华东地区-其他	289,848,508.56	2.82%	269,097,000.77	2.65%	7.71%
华南地区	1,269,202,599.03	12.36%	1,313,350,785.57	12.94%	-3.36%
华中地区	859,455,161.51	8.37%	890,428,360.89	8.77%	-3.48%
华北地区	1,250,622,282.44	12.18%	1,242,294,816.78	12.24%	0.67%
东北地区	484,194,864.36	4.71%	512,607,935.65	5.05%	-5.54%
西北地区	444,338,961.01	4.33%	509,788,589.04	5.02%	-12.84%

西南地区	637,508,722.80	6.21%	647,294,350.69	6.38%	-1.51%
境外地区	62,048,824.79	0.60%	63,278,588.47	0.62%	-1.94%
分销售模式					
代销	2,446,494,399.39	23.82%	3,070,367,965.64	30.25%	-20.32%
经销	301,984,213.55	2.94%	380,213,068.56	3.75%	-20.58%
直营	5,402,928,683.48	52.60%	4,647,292,563.60	45.80%	16.26%
工程	2,058,478,176.62	20.04%	1,976,492,346.14	19.48%	4.15%
其他	61,615,098.00	0.60%	73,340,091.41	0.72%	-15.99%

(2) 占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品、地区、销售模式的情况

适用 不适用

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
家电厨卫	10,271,500,571.04	5,137,368,758.15	49.98%	1.22%	6.25%	-2.37%
分产品						
吸油烟机	4,832,350,321.78	2,332,382,332.73	51.73%	-0.97%	3.13%	-1.92%
燃气灶	2,456,953,764.20	1,115,134,305.77	54.61%	0.71%	6.31%	-2.39%
分地区						
华东地区	4,974,280,646.54	2,361,595,253.33	52.52%	5.85%	9.65%	-1.65%
华南地区	1,269,202,599.03	688,488,642.51	45.75%	-3.36%	0.74%	-2.21%
华北地区	1,250,622,282.44	620,671,859.40	50.37%	0.67%	7.40%	-3.11%
分销售模式						
代销	2,446,494,399.39	1,437,334,857.11	41.25%	-20.32%	-9.97%	-6.76%
直营	5,402,928,683.48	2,407,765,169.75	55.44%	16.26%	24.06%	-2.80%
工程	2,058,478,176.62	1,071,050,433.40	47.97%	4.15%	1.92%	1.14%

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近 1 年按报告期末口径调整后的主营业务数据

适用 不适用

(3) 公司实物销售收入是否大于劳务收入

是 否

行业分类	项目	单位	2022 年	2021 年	同比增减
家电厨卫	销售量	台	7,757,460	8,026,289	-3.35%

	生产量	台	7,557,374	8,079,472	-6.46%
	库存量	台	2,075,152	2,275,238	-8.79%

相关数据同比发生变动 30% 以上的原因说明

适用 不适用

(4) 公司已签订的重大销售合同、重大采购合同截至本报告期的履行情况

适用 不适用

(5) 营业成本构成

行业和产品分类

单位：元

行业分类	项目	2022 年		2021 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
家电厨卫	制造费用	517,639,044.69	10.07%	375,524,089.21	7.77%	37.84%
	原材料	4,425,668,122.58	86.15%	4,240,067,637.57	87.69%	4.38%
	人工	194,061,590.88	3.78%	219,461,677.59	4.54%	-11.57%

单位：元

产品分类	项目	2022 年		2021 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
吸油烟机	制造费用	282,015,436.10	5.49%	213,123,127.91	4.41%	32.33%
	原材料	1,946,232,805.60	37.88%	1,929,019,611.59	39.90%	0.89%
	人工	104,134,091.03	2.03%	119,516,025.36	2.47%	-12.87%
燃气灶	制造费用	58,395,892.78	1.14%	37,797,820.14	0.78%	54.50%
	原材料	1,031,439,648.62	20.08%	982,173,775.43	20.31%	5.02%
	人工	25,298,764.37	0.49%	29,017,912.81	0.60%	-12.82%
一体机	制造费用	37,886,184.41	0.74%	20,520,264.95	0.42%	84.63%
	原材料	317,516,080.41	6.18%	280,530,437.29	5.80%	13.18%
	人工	16,540,158.74	0.32%	14,288,741.43	0.30%	15.76%
洗碗机	制造费用	39,309,333.79	0.77%	40,968,858.77	0.85%	-4.05%
	原材料	275,583,128.32	5.36%	218,178,826.01	4.51%	26.31%
	人工	12,107,381.36	0.24%	11,704,580.04	0.24%	3.44%
其他	制造费用	100,032,197.61	1.95%	63,114,017.44	1.31%	58.49%
	原材料	854,896,459.63	16.64%	830,164,987.25	17.17%	2.98%
	人工	35,981,195.38	0.70%	44,934,417.95	0.93%	-19.93%

(6) 报告期内合并范围是否发生变动

是 否

2022年6月22日，本公司投资设立杭州金核电器有限公司，注册资本1,000.00万元，持股比例100%，所属行业批发零售业，主要经营本公司厨电产品销售，目前注册资本已实缴完毕，该公司已投入运营。

(7) 公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况

适用 不适用

(8) 主要销售客户和主要供应商情况

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额（元）	3,419,623,147.78
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	33.29%
前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例	0.00%

公司前5大客户资料

序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售总额比例
1	单位1	1,879,893,592.38	18.29%
2	单位2	785,441,885.78	7.65%
3	单位3	292,840,935.77	2.85%
4	单位4	232,876,119.48	2.27%
5	单位5	228,570,614.37	2.23%
合计	--	3,419,623,147.78	33.29%

主要客户其他情况说明

适用 不适用

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额（元）	833,307,047.52
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	20.22%
前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例	0.00%

公司前5名供应商资料

序号	供应商名称	采购额（元）	占年度采购总额比例
1	单位1	212,820,142.38	5.16%
2	单位2	194,092,130.95	4.71%
3	单位3	168,826,616.91	4.10%
4	单位4	135,995,120.29	3.30%
5	单位5	121,573,036.99	2.95%
合计	--	833,307,047.52	20.22%

主要供应商其他情况说明

适用 不适用

3、费用

单位：元

	2022年	2021年	同比增减	重大变动说明
销售费用	2,613,626,073.89	2,454,418,039.92	6.49%	/
管理费用	430,968,403.74	363,762,372.63	18.48%	/
财务费用	-157,222,288.61	-139,673,507.87	12.56%	/
研发费用	391,614,805.38	366,026,666.34	6.99%	/

4、研发投入

公司研发人员情况

	2022年	2021年	变动比例
研发人员数量（人）	929	876	6.05%
研发人员数量占比	18.23%	17.95%	0.28%
研发人员学历结构			
本科	683	652	4.75%
硕士	146	130	12.31%
研发人员年龄构成			
30岁以下	297	261	13.79%
30~40岁	476	463	2.81%

公司研发投入情况

	2022年	2021年	变动比例
研发投入金额（元）	391,614,805.38	366,026,666.34	6.99%
研发投入占营业收入比例	3.81%	3.61%	0.20%
研发投入资本化的金额（元）	0.00	0.00	0.00%
资本化研发投入占研发投入的比例	0.00%	0.00%	0.00%

公司研发人员构成发生重大变化的原因及影响

适用 不适用

研发投入总额占营业收入的比重较上年发生显著变化的原因

适用 不适用

研发投入资本化率大幅变动的原因及其合理性说明

适用 不适用

5、现金流

单位：元

项目	2022年	2021年	同比增减
经营活动现金流入小计	11,572,752,136.63	10,571,104,254.72	9.48%
经营活动现金流出小计	9,627,965,832.61	9,205,727,035.39	4.59%
经营活动产生的现金流量净额	1,944,786,304.02	1,365,377,219.33	42.44%
投资活动现金流入小计	3,038,030,947.22	2,774,993,853.52	9.48%
投资活动现金流出小计	3,082,085,886.40	3,635,682,805.12	-15.23%

投资活动产生的现金流量净额	-44,054,939.18	-860,688,951.60	不适用
筹资活动现金流入小计	66,662,732.06	31,544,588.74	111.33%
筹资活动现金流出小计	496,668,186.35	701,527,338.97	-29.20%
筹资活动产生的现金流量净额	-430,005,454.29	-669,982,750.23	不适用
现金及现金等价物净增加额	1,476,425,521.39	-166,107,693.21	不适用

相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明

适用 不适用

报告期内，经营活动产生的现金流量净额同比增长 42.44%，主要系本期加强风险管控，销售回款增加所致。

报告期内，投资活动产生的现金流量流出同比下降 15.23%，主要系到期的银行理财金额减少所致。

报告期内，筹资活动产生的现金流量流出同比下降 29.20%，主要系上期发生股份回购所致。

二、资产及负债状况分析

单位：元

	2022 年末		2022 年初		比重增减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
货币资金	5,292,762,670.94	35.19%	3,802,201,346.55	27.34%	7.85%	/
应收账款	1,689,606,828.94	11.23%	1,597,692,860.90	11.49%	-0.26%	/
存货	1,610,110,798.10	10.71%	1,772,231,632.25	12.74%	-2.03%	/
投资性房地产	55,887,198.54	0.37%	11,085,896.07	0.08%	0.29%	/
长期股权投资	8,718,505.62	0.06%	5,405,129.91	0.04%	0.02%	/
固定资产	1,622,235,227.74	10.79%	1,179,306,020.01	8.48%	2.31%	/
在建工程	406,258,146.69	2.70%	454,643,364.82	3.27%	-0.57%	/
使用权资产	22,220,144.13	0.15%	29,902,954.22	0.22%	-0.07%	/
短期借款	51,723,429.99	0.34%	29,616,655.41	0.21%	0.13%	/
合同负债	959,915,567.03	6.38%	1,026,782,402.35	7.38%	-1.00%	/
租赁负债	18,588,966.67	0.12%	26,177,034.29	0.19%	-0.07%	/

三、公司未来发展的展望

1、公司发展战略（2020-2022）

专注烹饪，聚焦吸油烟机，扩大第一品类优势、领先第二品类，稳步推进第三品类。秉持艰苦奋斗的老虎钳创业精神，以产品和用户为核心，打造企业竞争优势。持续为用户打造更加“便捷、健康、有趣”的厨房生活，铸全球品牌，树百年企业。

一、总体目标：铸世界品牌，树百年企业。

成为引领烹饪生活变革的世界级百年企业。

二、业务目标：专注烹饪，聚焦吸油烟机，扩大第一品类优势、领先第二品类、稳步推进第三品类。

第一品类指以烟机为代表的烟灶消产品群。第二品类指以蒸烤一体机为代表的电气化烹饪产品群。第三品类指以洗碗机为代表的水厨电产品群。

三、核心工作：以产品和用户为核心，打造企业竞争优势，持续为用户打造更加“便捷、健康、有趣”的厨房生活。

产品，核心聚焦在产品技术的领先；用户，指购买使用厨电产品的消费者。目前厨电行业逐渐步入存量博弈时代，行业整合加速，产品和用户体验将会越来越重要。通过技术创新，扩大产品竞争优势，产品驱动市场份额提升，关注用户烹饪

过程和烹饪环境，以提升用户烹饪体验为出发点，将产品和用户体验打造成公司的竞争优势，持续为用户创造更加“便捷、健康、有趣”的厨房生活。

2、公司使命、愿景、价值观

使命：创造人类对厨房生活的一切美好向往。

愿景：成为引领烹饪生活变革的世界级百年企业。

价值观：艰苦奋斗的老虎钳创业精神。

3、2023 年公司工作方针为“筑梦远行，创变取胜”，继续保持传统品类的竞争优势，大力发展洗碗机、一体机、集成灶等新品类，拉动业务规模增长。瞄准数字厨电提升创新能力，打造技术创新核心竞争力，开启数字厨电新时代。

四、本报告期董事会情况

会议届次	召开日期	披露日期	会议决议
第五届董事会第九次会议	2022 年 03 月 31 日	2022 年 04 月 01 日	《老板电器第五届董事会第九次会议决议公告》
第五届董事会第十次会议	2022 年 04 月 19 日	2022 年 04 月 20 日	《老板电器第五届董事会第十次会议决议公告》
第五届董事会第十一次会议	2022 年 05 月 10 日	2022 年 05 月 11 日	《老板电器第五届董事会第十一次会议决议公告》
第五届董事会第十二次会议	2022 年 08 月 25 日	2022 年 08 月 26 日	《老板电器第五届董事会第十二次会议决议公告》
第五届董事会第十三次会议	2022 年 10 月 24 日	2022 年 10 月 25 日	《老板电器第五届董事会第十三次会议决议公告》

杭州老板电器股份有限公司董事会

2023 年 4 月 25 日