

证券代码: 002032

证券简称: 苏泊尔

公告编号: 2021-016

浙江苏泊尔股份有限公司 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。

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 2020 年末公司总股本 821,083,860 股扣除公司回购专用证券账户持有的 5,910,000 股后 815,173,860 股为基数,向全体股东每 10 股派发现金红利 12.90 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	
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5大研发制造基地，分布在玉环、武汉、杭州、绍兴和越南胡志明，总共12,000多名员工。

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81.20%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150多个国家。

苏泊尔的主要业务包括明火炊具、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、面包机、面条机、电炸锅等；

(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、热水器等；

(4) 生活家居电器类主要产品：空气净化器、挂烫机、吸尘器、电熨斗等。

公司生产的炊具及电器产品通过法国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

	2020年	2019年	本年比上年增减	2018年
营业收入	18,596,944,289.02	19,853,477,882.97	-6.33%	17,851,264,801.72
归属于上市公司股东的净利润	1,846,221,538.10	1,919,914,191.25	-3.84%	1,669,873,440.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,595,178,564.27	1,734,302,272.66	-8.02%	1,512,687,605.44
经营活动产生的现金流量净额	2,076,592,774.00	1,732,940,977.12	19.83%	2,013,658,744.84
基本每股收益（元/股）	2.254	2.344	-3.84%	2.039
稀释每股收益（元/股）	2.248	2.338	-3.85%	2.034
加权平均净资产收益率	26.97%	30.54%	减少 3.57 个百分点	28.84%
	2020年末	2019年末	本年末比上年末增减	2018年末
资产总额	12,292,270,384.71	11,847,953,986.45	3.75%	10,633,161,177.21
归属于上市公司股东的净资产	7,200,939,908.92	6,836,417,032.56	5.33%	5,907,337,461.81

说明：本报告期营业收入同比下降，除了受新冠肺炎疫情影响外，还受到执行新收入准则下销售抵减的影响。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“本报告期”的营业收入，而“上年同期”则是原准则下的营业收入，故两期营业收入存在准则口径差异。如果将“本报告期”的营业收入按“上年同期”的口径进行重算，则营业收入同比下降1.35%。

(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	3,581,192,389.40	4,606,044,168.84	5,117,457,143.46	5,292,250,587.32
归属于上市公司股东的净利润	306,697,847.90	359,782,935.86	414,411,763.41	765,328,990.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	293,127,328.99	297,987,216.47	391,077,395.53	612,986,623.28
经营活动产生的现金流量净额	103,090,780.09	-180,692,737.85	691,142,073.23	1,463,052,658.53

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	15,390	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	13,416	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	
SEB INTERNATIONALE S.A.S	境外法人	81.20%	666,681,904	206,367,590			
香港中央结算有限公司	境外法人	5.50%	45,130,713	0			
中国银行股份有限公司－易方达中小盘混合型证券投资基金	其他	2.64%	21,700,078	0			
中国农业银行股份有限公司－易方达消费行业股票型证券投资基金	其他	0.88%	7,257,537	0			
易方达基金管理有限公司－社保基金 1104 组合	其他	0.69%	5,700,068	0			
法国巴黎银行－自有资金	境外法人	0.63%	5,174,498	0			
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.54%	4,423,640	0			
中国建设银行股份有限公司－易方达新丝路灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.49%	4,000,000	0			
交通银行股份有限公司－工银瑞信双利债券型证券投资基金	其他	0.44%	3,600,070	0			
富达基金（香港）有限公司－客户资金	境外法人	0.32%	2,627,022	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	中国银行股份有限公司－易方达中小盘混合型证券投资基金、中国农业银行股份有限公司－易方达消费行业股票型证券投资基金和中国建设银行股份有限公司－易方达新丝路灵活配置混合型证券投资基金同属易方达基金。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。其他股东之间，公司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、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**

2020年，受到新冠肺炎疫情影响，公司业绩出现小幅下滑。报告期内，公司实现营业收入18,596,944,289.02元人民币，同比下降6.33%（若不包括销售抵减，营业收入同比下降1.35%）；实现利润总额2,200,318,697.16元人民币，同比下降3.22%。基本每股收益2.254元，同比下降3.84%。其中，炊具主营业务全年实现收入5,506,457,504.14元人民币，同比下降10.31%；电器主营业务实现收入12,914,536,288.80元人民币，同比下降4.51%。内销主营业务全年实现收入12,719,055,243.77元，同比下降12.71%；外贸主营业务全年实现收入5,727,200,509.45元，同比增长12.08%。

1. 报告期内国内销售情况**(1) 产品战略**

在报告期内，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。

炊具方面，2020年苏泊尔炊具内销虽然经历新冠疫情，线下各零售渠道均受到不同程度的影响，尤其是线下重点零售门店客流下降明显，但通过新品类的拓展及创新市场推广，终端零售表现依然优于行业平均。根据GFK监控的中国30个重点城市炊具市场份额数据显示，2020年苏泊尔炊具炒锅、高压锅、煎锅、汤锅、蒸锅、套装锅、陶瓷煲七大品类线下总体市场份额

额累计达49.2%，同比2019年提高1.4个百分点，市场份额进一步扩大；根据奥维云网监测的全网市场份额数据显示，2020年苏泊尔炊具炒锅、高压锅、煎锅、奶锅、汤锅、水壶、砂锅、火锅、蒸锅、珐琅锅、套装锅十一大品类线上市场占有率保持绝对的领先地位。在新品开发上，深入洞察消费者使用铁锅烹饪中的痛点，以新颖的外观设计、独特的生产工艺和良好的使用体验，推出了芯铁二代炒锅，深受消费者喜爱。与此同时，公司积极拓展潜力市场，全新进入婴童新品类，围绕辅食锅、哺喂用品，打造婴童健康辅食烹饪专家定位。在厨具新品类方面，砧板、小工具、烘焙等新品类表现亮眼。在水杯品类方面，借助品牌代言人王源进行新品云朵系列上市推广，多方位触达Z世代人群。高端业务方面，进一步完善以WMF、KRUPS、LAGOSTINA三个品牌共同组成的高端品牌矩阵，根据GFK的数据显示，2020年WMF在高端炊具领域市场份额同比增加5.0个百分点。

电器方面，2020年苏泊尔电器同样也受到了疫情带来的线下渠道流量下滑影响。公司始终坚持产品创新，不断推出创新智巧，带来健康营养烹饪功能的创意产品。在产品创新上，报告期内上市了“风冷小快电饭煲”一半时间、一样好吃，符合快时代下人们对煮饭效率提升的需求；“IH猛火快速电压力锅”，实现了电压力锅的快速烹饪，重新定义了电压力锅的烹饪速度；“可拆静音破壁机”解决破壁机噪音和清洁两大难题，给消费者带来更好的使用体验；多功能系列料理锅一锅多用，时尚精巧。结合中国传统烹饪和饮食习惯，满足年轻消费群体的需求，不断丰富和扩大现有品类，开发了空气炸锅、三明治机、电热水杯、消杀系列、电热烧烤炉、磨粉机、和面机等新品类，以精致、新颖、亮丽的外观设计吸引更多年轻消费者，培育新的品类增长点。根据市场调研公司中怡康监控数据显示，2020年苏泊尔电饭煲、电压力锅、电磁炉、电水壶、豆浆机、电炖锅、搅拌机、榨汁机、电饼铛九大品类线下合计市场份额累计达到31.5%，同比增加1.6个百分点；根据市场调研公司奥维云网监控数据显示，2020年苏泊尔电饭煲、电压力锅、电磁炉、电水壶、豆浆机、电炖锅、料理机、榨汁机、电饼铛、电蒸锅、电烤箱、养生壶十二大品类线上合计市场份额累计达到18.9%，稳居行业第二。同时苏泊尔坚持推动生活家居电器品类发展，根据中怡康数据显示，2020年苏泊尔挂烫机线下市场份额累计同比增加2.2个百分点至33.1%，行业第一位置进一步稳固；根据奥维云网数据显示，苏泊尔挂烫机品类线上份额累计突破10%，以10.5%位居行业第二。厨卫电器方面，持续加大苏泊尔厨卫电器品牌力建设，根据奥维云网数据显示，2020年苏泊尔灶具品类线上市场份额保持行业第一。

（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。公司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。

电子商务渠道方面，苏泊尔持续加大电子商务渠道建设，电子商务业务保持快速增长，电商渠道在苏泊尔整体销售中的占比持续提升。公司进一步优化电商店铺布局，借由专业的服务商和多形态的运营模式满足不同层次的用户需求和购买方式的变化。同时以“产品”为核心，以“直播”为爆点，搭建直播达人矩阵，规范店铺直播运营，实现销售新增长。社交电商方面，公司进一步完善店铺布局，精细化店铺运营管理，丰富资源位新玩法。在电商双十一大促活动中，苏泊尔多个品类单品获得所属类目销售排名第一。

线下渠道方面，疫情对线下零售系统造成了较大的影响，在线下渠道人流量大幅减少的背景下，苏泊尔积极应对主动求变，推进直播、内购和微信秒杀等营销活动，整体市场地位依然稳固。同时，苏泊尔继续积极推动并进一步深化三四级市场发展战略，并推动和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，打造公司在三四级市场新的增长点。

（3）品牌建设

报告期内，公司持续推进品牌年轻化，签约新生代一线明星王源成为品牌代言人，触达更多年轻消费群体。公司积极推动IP营销，推出小黄人、哆啦A梦、吃豆人、敦煌等热门IP联名产品，提升年轻消费者对于品牌的关注度和购买意愿。应对疫情，主动迎合消费者购买习惯的改变，持续加大互联网营销资源投入，通过参与天猫超级品牌日等活动，助力品牌形象年轻化和电商销售。公司成立会员中心，开展私域流量的运营，提升用户的品牌忠诚度和复购率。2020年，苏泊尔再次入选“BrandZ 最具价值中国品牌100强”，品牌价值提升显著。

2.报告期内外贸销售情况

外贸方面，由于全球疫情的影响，大部分国家分阶段采取防控措施，导致国外一些企业工厂倒闭关停，促使炊具、电器供应向中国转移。同时得益于SEB集团订单的持续转移，公司外贸主营业务收入整体实现同比增长12.08%。

3.报告期内SEB融合项目推进情况

报告期内，SEB融合项目顺利推进，双方协同效应进一步增强。双方在研发、设计、制造等方面的融合进一步深入，公司整体竞争力得到进一步的提升。

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	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
电锅类	3,971,436,887.17	980,903,188.01	24.70%	-18.28%	-433,192,301.02	-4.40%

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

1、执行新收入准则导致的会计政策变更

财政部于2017年7月5日发布了《企业会计准则第14号——收入（2017年修订）》（财会[2017]22号）（以下简称“新收入准则”）。本集团于2020年1月1日起开始执行前述新收入准则。

新收入准则为规范与客户之间的合同产生的收入建立了新的收入确认模型。为执行新收入准则，本集团重新评估主要合同收入的确认和计量、核算和列报等方面。根据新收入准则的规定，选择仅对在2020年1月1日尚未完成的合同的累积影响数进行调整，以及对于最早可比期间期初（即2019年1月1日）之前或2020年1月1日之前发生的合同变更予以简化处理，即根据合同变更的最终安排，识别已履行的和尚未履行的履约义务、确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。首次执行的累积影响金额调整首次执行当期期初（即2020年1月1日）的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。

具体详见本报告“第十二节 财务报告”之“五、重要会计政策及会计估计”之“32、重要会计政策和会计估计变更”。

(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

详见全文第十二节“财务报告”之八“合并范围的变更”。

浙江苏泊尔股份有限公司

董事长: Thierry de LA TOUR D'ARTAISE

二〇二一年四月一日