

证券代码：002032

证券简称：苏泊尔

公告编号：2024-013

浙江苏泊尔股份有限公司 2023 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

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利润分配预案为：以 2023 年末公司总股本 806,708,657 股扣除公司回购专用证券账户持有的 9,817,500 股后的 796,891,157 股为基数进行利润分配，向全体股东每 10 股派发现金红利 27.30 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		
变更前的股票简称（如有）	无		
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

公司是国内知名的厨房炊具、小家电研发制造商及领先品牌，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，共拥有六大研发制造基地，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。

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、空气炸锅、咖啡机等；

(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、集成灶、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、洗地机、电熨斗、电暖器、空气循环扇等。

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

	2023 年末	2022 年末	本年末比上年末增减	2021 年末
总资产	13,106,703,607.00	12,952,655,903.47	1.19%	13,899,456,422.16
归属于上市公司股东的净资产	6,345,333,020.11	7,036,084,863.54	-9.82%	7,622,639,752.86
	2023 年	2022 年	本年比上年增减	2021 年
营业收入	21,303,948,642.66	20,170,527,516.66	5.62%	21,585,331,407.47
归属于上市公司股东的净利润	2,179,798,147.27	2,067,659,526.97	5.42%	1,943,943,608.94
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,994,465,695.85	1,888,197,965.28	5.63%	1,858,036,556.80
经营活动产生的现金流量净额	2,034,909,336.20	3,159,955,245.84	-35.60%	2,049,881,568.69
基本每股收益（元/股）	2.719	2.565	6.00%	2.400
稀释每股收益（元/股）	2.719	2.564	6.05%	2.395
加权平均净资产收益率	34.62%	27.89%	增加 6.73 个百分点	26.81%

(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	4,962,675,878.22	5,019,940,562.51	5,384,493,499.25	5,936,838,702.68
归属于上市公司股东的净利润	437,905,012.74	442,713,267.04	481,582,219.60	817,597,647.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	426,372,629.58	431,048,319.57	476,888,535.07	660,156,211.63
经营活动产生的现金流量净额	753,030,095.68	-197,989,584.56	606,709,345.76	873,159,479.32

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	12,314	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	14,111	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（不含通过转融通出借股份）							
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	82.64%	666,681,904	0	不适用	0	
香港中央结算有限公司	境外法人	8.52%	68,728,932	0	不适用	0	
宁波银行股份有限公司—中泰星元价值优选灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.86%	6,913,640	0	不适用	0	
招商银行股份有限公司—中泰玉衡价值优选灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.30%	2,390,948	0	不适用	0	
法国巴黎银行—自有资金	境外法人	0.23%	1,885,220	0	不适用	0	
兴业银行股份有限公司—中泰兴为价值精选混合型证券投资基金	其他	0.20%	1,602,727	0	不适用	0	
中国建设银行股份有限公司—中泰元和价值精选混合型证券投资基金	其他	0.20%	1,577,810	0	不适用	0	
中国工商银行—融通动力先锋混合型证券投资基金	其他	0.15%	1,217,603	0	不适用	0	
中国农业银行股份有限公司—中证 500 交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.12%	928,121	0	不适用	0	
兴业银行股份有限公司—兴全趋势投资混合型证券投资基金	其他	0.11%	880,070	0	不适用	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	宁波银行股份有限公司—中泰星元价值优选灵活配置混合型证券投资基金、招商银行股份有限公司—中泰玉衡价值优选灵活配置混合型证券投资基金、兴业银行股份有限公司—中泰兴为价值精选混合型证券投资基金和中国建设银行股份有限公司—中泰元和价值精选混合型证券投资基金同属中泰基金。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						

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 不适用

前十名股东较上期发生变化

 适用 □ 不适用

单位：股

前十名股东较上期末发生变化情况					
股东名称（全称）	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
富达基金（香港）有限公司—客户资金	退出	0	0.00%	0	0.00%
BARCLAYS BANK PLC	退出	0	0.00%	0	0.00%
永安国富资产管理有限公司—永安国富—永富 19	退出	0	0.00%	0	0.00%

号混合投资私募基金					
中国建设银行股份有限公司—中泰元和价值精选混合型证券投资基金	新增	0	0.00%	0	0.00%
中国工商银行—融通动力先锋混合型证券投资基金	新增	0	0.00%	0	0.00%
中国农业银行股份有限公司—中证 500 交易型开放式指数证券投资基金	新增	0	0.00%	0	0.00%

(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，满足多元化的消费者需求，提供贴心、全方位的消费者体验。

在明火炊具业务上，苏泊尔通过持续产品创新和迭代，积极把握线上、线下目标消费群体的需求，聚焦突破重点品类。2023 年，公司升级有钛无涂层不粘炒锅，持续引领炊具行业的“无涂层不粘”热潮。同时公司瞄准年轻人和小家庭上市了大单品轻量火红点炒锅，通过小红书种草、短视频投流、站内站外精准触达目标人群，获取增量市场，2023 年销售近百万口。公司在餐饮具方面持续推进大单品策略，当年上市的“大容量随享”保温杯热销近百万只，连续数月保持热销榜第一。同时，公司基于深刻的用户需求洞察，成功上市不锈钢保温壶、保温提锅等多个系列产品，带动保温壶、保温提锅市占持续领先。

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。一方面，公司在电饭煲、电压力锅、电水壶等核心刚需品类的领导地位进一步夯实，核心产品远红外电饭煲自上市以来，累计销售超百万台。另一方面，公司加快布局小容量、多功能和户外等产品线，积极进入新细分类目。公司推出的智能炒菜机、便携式咖啡机均取得不俗的销售成绩，分别荣获“618 炒菜机器人品类销售额第一”、“618 天猫便携式半自动咖啡机器销售额第一”、“11.11 抖音平台便携式咖啡机品类销售额第一”，销售额同比增长迅猛。

在生活家居电器业务上，苏泊尔坚持不懈推动生活家居电器品类发展，继续发力清洁类目，吸尘器市场份额提升至本土品牌第一、行业第二。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位居行业第二。与此同时，公司积极发展电暖器、空气循环扇等两季新兴孵化品类，全年规模突破亿元，努力培育成新的销售增长引擎。

在厨卫电器业务上，苏泊尔坚持聚焦主营产品类，快速发展培育品类，锚定存量换装市场，不断寻求突破。公司推出的“极限火力”燃气灶持续引领行业，根据奥维云网（AVC）监测数据显示，2023 年苏泊尔燃气灶品类线上市场份额保持行业第一，整体品牌线上市场份额行业保持前五。

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，持续优化渠道布局，以多渠道、多模式，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。

2023 年线上零售整体增速放缓，传统电商承压，伴随着拓客费用高涨，平台“价格战”愈加激烈和消费者的购买渠道被进一步分流的背景下，苏泊尔作为行业头部品牌，积极把握消费者不同购物需求并通过优秀的全域经营能力，2023 年线上销售继续保持较好态势，各平台及各品类的市场份额再创新高。在传统电商方面，公司通过产品矩阵和店铺矩阵的组合优化，持续扩大中高端产品销售占比，进一步提升了中高价位产品的市场份额；在兴趣电商方面，抖音等平台通过店铺自播及达人带货相结合的方式，成功孵化了智能炒菜机、便携式咖啡机以及折叠电热水壶等差异化单品。拼多多平台持续优化销售结构，上市专供机型，合理控制高性价比单品比例，聚焦旗舰店，不断强化店铺运营能力。

2023 年线下零售格局及竞争环境持续发生变化，炊具和小家电零售终端并未出现明显的客流回升。作为行业领导者的苏泊尔，始终坚持以卓越的产品品质赢得消费者的信赖、以强劲的新品拓展能力和优秀的服务获得了经销商与零售商支持。公司在线下新设“零售外拓”推广项目，在零售渠道碎片化、前置化的环境下主动出击，在老小区、次新小区、建材市场开展“以旧换新”和品牌联盟、异业联动等地推活动，使线下渠道销售保持稳定。

下沉渠道方面，公司继续提升精细化运营，O2O 业务持续增长。此外，即时零售发展势头迅猛，公司与美团闪购、京东到家等平台合作进一步升级，为线下门店生态注入新的活力，进一步拉近产品与消费者的距离，实现消费场景与家庭场景的融合。在 B2B 业务方面，公司与银行、航空公司等多家大中型企业开展积分换购业务，进一步拓展销售渠道。同时，苏泊尔不断加强 with 区域地产商、装修公司的合作，拓展厨电工程业务。

3、品牌建设

2023 年，公司从消费者洞察、产品布局、工业设计、营销方式等多个维度加快品牌年轻化进程，品牌用户资产中年轻人群的比例明显提升。在消费者洞察方面，公司通过定性定量研究和大数据分析，深挖年轻群体需求，并设定指标以持续追踪品牌年轻化表现。在工业设计上，公司尝试不同的年轻化设计风格，丰富色彩搭配，推出如轻量火红点不粘炒锅、料理快锅等一系列“高颜值”产品。在营销方面，公司通过“人群+内容”的运营，持续渗透年轻人的兴趣阵地和审美文化，引发情感共鸣，提供情绪价值。

公司对电商详情页、电商包装和线下终端进行全面的品牌视觉形象升级，优化线上、线下购物体验，加强品牌与消费者的沟通，提升品牌竞争力。另一方面，公司发力私域流量运营，上线了集生活灵感提案、产品使用技巧、沉浸式购物、售后服务及会员活动于一体的微信官方小程序 2.0 版本，为会员提供独特的产品与服务体验，提高了产品的附加值和品牌美誉度。

（二）报告期内外贸销售情况

2023 年下半年，得益于 SEB 集团自身的有机增长及其渠道补库存需求，公司外销业务景气度持续恢复，全年外销业务取得较快增长。

董事长：Thierry de LA TOUR D'ARTAISE

二〇二四年三月三十日