

证券代码：002032

证券简称：苏泊尔

公告编号：2024-043

浙江苏泊尔股份有限公司 2024 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，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	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	
电话	0571-86858778	0571-86858778	
电子信箱	yjd@supor.com	flin@supor.com	

2、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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期 增减
--	------	------	-----------------

营业收入（元）	10,964,777,968.45	9,982,616,440.73	9.84%
归属于上市公司股东的净利润（元）	940,593,117.65	880,618,279.78	6.81%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	922,655,960.65	857,420,949.15	7.61%
经营活动产生的现金流量净额（元）	548,524,464.81	555,040,511.12	-1.17%
基本每股收益（元/股）	1.181	1.097	7.66%
稀释每股收益（元/股）	1.181	1.095	7.85%
加权平均净资产收益率	15.45%	13.29%	增加 2.16 个百分点
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	11,102,810,216.79	13,106,703,607.00	-15.29%
归属于上市公司股东的净资产（元）	5,106,521,012.48	6,345,333,020.11	-19.52%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	16,007	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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	83.17%	666,681,904	0	不适用	0
香港中央结算有限公司	境外法人	7.18%	57,576,593	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	0.81%	6,457,863	0	不适用	0
中国人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—005L—CT001 沪	其他	0.47%	3,753,796	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	0.26%	2,087,997	0	不适用	0
国投证券股份有限公司	国有法人	0.25%	1,981,800	0	不适用	0
中国人寿保险股份有限公司—分红—个人分红—005L—FH002 沪	其他	0.24%	1,904,129	0	不适用	0
广发基金—中国人寿保险股份有限公司—传统险—广发基金国寿股份均衡股票传统可供出售单一资产管理计划	其他	0.24%	1,904,100	0	不适用	0
全国社保基金四一四组合	其他	0.24%	1,897,000	0	不适用	0
广发基金—中国人寿保险股份有限公司—分红险—广发基金国寿股份均衡股票型组合单一资产管理计划（可供出售）	其他	0.19%	1,561,802	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和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同属中泰证券（上海）资产管理有限公司；广发基金—中国人寿保险股份有限公司—传统险—广发基金国寿					

	股份均衡股票传统可供出售单一资产管理计划、全国社保基金四一四组合和广发基金—中国人寿保险股份有限公司—分红险—广发基金国寿股份均衡股票型组合单一资产管理计划（可供出售）同属广发基金管理有限公司；中国人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—005L—CT001 沪和中国人寿保险股份有限公司—分红—个人分红—005L—FH002 沪同属中国人寿保险股份有限公司。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

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

适用 不适用

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、在半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

报告期内经营情况介绍

1、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，公司今年主推有钛无涂层铁不粘炒锅，提出“不粘、不锈，不用养”，开创“铁锅不粘”新时代。公司在餐饮具业务上继续推行大单品策略，水杯品类市场占有率和销售规模进一步提升，如“随享”系列保温杯，上半年销售额名列前茅，多次入选天猫、京东等传统电商平台保温杯销售排行榜。

在厨房小家电业务上，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。同时，公司加快布局小容量、多功能和银发等产品线，推动上市小容量远红外电饭煲、升级便携式咖啡机等产品。此外，公司还积极进入新细分类目如桌面净饮机、制冰机等，并加快 AIOT 智能化

产品布局，进一步推动“内容+服务”平台战略落地。公司今年推出的行业内首个美食类电器专属智慧美食领域全场景解决方案，一举拿下 AWE2024 艾普兰“智能科技奖”。

在生活家居电器业务上，苏泊尔继续发力清洁电器类目，吸尘器市场份额提升至本土品牌第一、行业第二。公司在挂烫机品类继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。同时，公司持续发展高速吹风机、电动剃须刀等个护产品，及空气循环扇等两季产品，积极打造新的销售增长曲线。

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“极限火换装防爆灶”持续引领行业，稳居线上销售单品榜首。根据奥维云网（AVC）监测数据显示，2024 年上半年苏泊尔燃气灶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，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。

2024 年上半年，线上渠道传统电商下滑，兴趣电商增速放缓，线上零售整体增速放缓且竞争加剧。苏泊尔作为行业头部品牌，今年上半年线上销售仍保持增长态势。在传统电商方面，公司不断优化产品矩阵和店铺矩阵，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，公司在抖音等平台通过店铺自播及达人直播带货相结合的方式不断提升费用投入的效率，并逐步提升抖音商城的销售贡献，确保在兴趣电商实现盈利。同时，公司在拼多多平台持续优化店铺结构，完善产品类目，推出高性价比专供产品，带动销售增长。

2024 年上半年，线下渠道依然面临较大挑战。苏泊尔作为行业领导者，进一步巩固了线下零售渠道优势，持续拓展下沉渠道，加快门店进驻率并有效提升动销。在三四级市场的京东专卖店等 O2O 渠道方面，公司推动落实经销商精细化运营管理，进一步提高门店运营能力和店均产出，使得销售结构得到合理优化。在一二级市场即时零售渠道方面，公司与美团闪购、京东到家、饿了么等平台的合作进一步升级，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，从而实现销售规模的快速增长。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，为线下渠道提供增量。同时，苏泊尔不断加强与区域地产商、装修公司的合作，开拓前装市场业务。

（3）品牌建设

2024 年上半年，公司加强以用户为中心的品牌建设，夯实用户资产，提升用户体验和用户忠诚度，为品牌的长期健康发展赋能。公司构建了全面的用户资产体系，加强公域、私域互联，充分利用多渠道触达用户，提升用户粘性和活跃度。公司持续通过官方微信小程序，为用户提供集生活灵感提案、产品使用技巧、沉浸式购物、售后服务及会员活动于一体的独特产品与服务，并通过精细化分层和个性化服务，完善用户生命周期管理，不断提升品牌体验。此外，公司充分挖掘 VOC（用户之声）系统的价值并建立了完善的用户 NPS（净推荐值）体系，深入了解用户评价和建议，持续改进产品和服务。2024 年，正值公司成立 30 周年之际，我们开展了一系列用户互动活动，如“我家的第一件苏泊尔”故事征集，进一步提高用户的品牌认同感和归属感。

2、报告期内外贸销售情况

2024 年上半年，随着欧美市场去库存后需求回升，公司主要外销客户的订单较同期增长明显，外销营业收入实现了快速增长。

董事长：Thierry de LA TOUR D'ARTAISE

二〇二四年八月三十日