

证券代码: 002818

证券简称: 富森美

公告编号: 2022-014

成都富森美家居股份有限公司 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。

所有董事均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 748, 458, 940 为基数, 向全体股东每 10 股派发现金红利 8.00 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	富森美	股票代码	002818
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	张凤术	谢海霞	
办公地址	四川省成都市高新区天和西二街 189 号	四川省成都市高新区天和西二街 189 号	
传真	028-82830005、82832555	028-82830005、82832555	
电话	028-67670333	028-67670333	
电子信箱	zqb@fsmjj.com	zqb@fsmjj.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(一) 公司从事主要业务

公司是专业从事装饰建材、家居的卖场运营商和泛家居平台服务商。报告期内, 公司主要以卖场为载

体，为商户、消费者和合作方提供门店运营、流量、金融、数据、供应链、策划、工具应用等全方位服务。

公司建材家居卖场分为自营卖场和加盟及委托管理卖场两大类。报告期内，自营模式是公司卖场的主要经营模式。截至报告期末，公司自营卖场规模超110万平方米，主要经营业态包括中高端家具馆、中高端建材馆、品牌家居独立大店、拎包入住生活馆、软装生活馆、楼宇式富森创意设计中心、装饰材料总部市场等专业卖场和体验馆，入驻商户数量3,500余户。

报告期内，公司通过挖掘和引进行业优质资源，优化入驻品类、品牌、经营商家和业态结构，保持卖场的全品类和差异化优势；通过运用新工具新方法，全渠道加强微信小程序、直播、短视频、社群运营等数字化营销，保持卖场流量在后疫情时代的稳定增长；通过提高信息化和精细化管理水平，保持卖场良好的购物环境和竞争秩序。

（二）行业情况及公司地位

1、家居建材行业发展现状

国家统计局发布的数据显示，2021年全年国内生产总值114.4万亿元，同比增长8.1%。全国商品房销售面积17.9亿方，同比增长1.9%，社会消费品零售总额44.1万亿元，同比增长12.5%。全年固定资产投资（不含农户）54.5万亿元，同比增长4.9%。2021年，在党中央和国务院的领导下，我国科学统筹疫情防控和经济社会发展，经济总体保持恢复态势，顺利实现了年初制定的经济发展主要目标任务。同时，据中国社会科学院农村发展研究所、中国社会科学出版社发布的《中国农村发展报告2020》，预计到2025年的十四五末，中国城镇化率将达到65.5%。国民经济持续的恢复以及城市人口的稳步增长将持续带动家装需求，国内建材家居行业的市场规模将持续保持在4万亿级以上。

2020年4月国家发展改革委印发《2020年新型城镇化建设和城乡融合发展重点任务》，提出在提升城市综合承载能力方面，强调推进城市更新、老旧小区改造等；政治局会议也明确了特别国债的投向，其中就包括对老旧小区的改造；根据2021年12月召开的中共成都市委十三届十次全会暨市委经济工作会精神，成都市住建局也提出将加快推进全市老旧院落改造，探索改造、治理、服务一体化模式，2022年改造老旧院落601个、7.2万户。老旧小区升级改造、二手房交易带来的住房翻修需求成为家居行业未来的新增长点。

国内经济持续复苏、城镇化率稳步提升、城市更新和老旧小区改造有序推进、存量房再装修消费升级，多重因素的共同影响下，2021年建材家居行业迎来久违的景气。根据商务部流通业发展司、中国建筑材料流通协会共同发布的数据显示，全国规模以上建材家居卖场2021年全年累计销售额为11,773.92亿元，同比上涨54.43%，超过疫情前水平。

随着全球新冠肺炎疫情爆发带来的影响逐渐散去，建材家居行业在经历骤跌到复苏的过程中不断进行洗牌升级，行业格局也在悄然发生变革，主要体现出以下几点特征：

1、数字化浪潮席卷家居行业

2021年12月，《国务院关于印发“十四五”数字经济发展规划的通知》正式发布，体现了我国对于发展数字经济的坚定决心。在政策引导以及大数据、云计算、人工智能和区块链为代表的新技术不断落地成熟的背景下，数字化与家装、家居的结合开启了行业数字化转型的热潮。

公司从2018年提出“全方位打通人、货、场的数字化连接”伊始，最近几年持续关注新技术、新设备、

新场景等在家居场域的运用，深耕线上生态，发力内容运营，持续实施卖场数字化升级，着力打造智慧卖场，紧跟数字化转型的时代浪潮。

2、智能家居消费进入爆发期

据IDC公布的预测数据显示，2021-2024年，全球智能家居设备出货量仍将稳步增长，2024年将超14亿台；据Markets and Markets发布的调研报告数据显示，2021-2025年，全球智能家居市场规模将保持11.6%的年均增速增长，据此测算，至2026年，全球智能家居市场规模将突破2,300亿美元；在智能家居市场中，中国占据全球50%-60%消费份额。总体来看，未来智能家居对传统家居的替代将会继续加快。

公司与国内外数十家头部智能家居品牌和平台达成合作，在智能家居领域抢先卡位布局，持续优化场景体验，推进全屋智能建设。报告期内，公司通过投资国内智能家居领域的核心企业欧瑞博以及孙公司富小森成为HarmonyOS Connect生态合作伙伴等举措，成功切入蓬勃发展的智能家居赛道。

3、金融服务渗透加强，产业链持续延伸

根据《中国家居行业洞察白皮书》调查表明，从兴趣偏好来看，线上金融类内容是家居用户偏好度较高的分支。面对兴趣多样的用户，挖掘用户偏好的跨行业资讯破圈已经成为企业获客的新方式。通过产业链前后延伸，从降低获客成本到后端一站式服务能力输出，在外界赋能的助力下，整装待发的家居企业正在成为行业革新的见证者。

报告期内，公司通过全资子公司富森小贷和富森保理，推动金融服务业务的全面发展，有效提高了供应链金融效率和客户粘度，拓展获客渠道，促进了公司的主营业务发展。

4、行业整合加剧，集中度持续提升

自2020年初新冠肺炎疫情爆发至今已超两年时间，2021年局部疫情时有发生，建材家居卖场行业客流量受到负面影响，部分中小卖场由于现金流问题或出现经营困难加速出清。中小卖场的退出为头部企业渠道下沉留出市场空间，行业竞争格局进一步得到优化，集中度持续提升。

公司作为立足成都、辐射西南的区域头部企业，现金流健康，经营稳定，安全边际高，面对行业变革，持续深耕区域市场，充分发挥自身品牌优势、资源优势、模式优势、产业带优势、创新优势及管理优势，加速线上线下一体化布局，稳步推进公司各项业务发展。

2、公司市场地位

2021年全年，成都全市实现地区生产总值19,916.98亿元，按可比价格计算，比上年增长8.6%。社会消费品零售总额9,251.8亿元，比上年增长14.0%。全市经济持续恢复，呈现总体平稳、稳中有进的发展态势，服务新发展格局迈出新步伐，高质量发展取得新成效，实现“十四五”良好开局。作为常住人口超过2,000万的超大省会城市和连续六年蝉联第一财经周刊评选的新一线龙头城市，成都拥有庞大的消费潜力。

公司作为西南地区规模较大、综合竞争力较强的大型装饰建材家居流通企业，深耕成都二十年，渗透率高，自持物业成本优势突出，经营稳定持久盈利，截止报告期末拥有自营卖场建筑面积超过110万平方米，合作商户超过3,500户，交易额和市场占有率继续稳居区域前列。

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	7,215,639,057.22	6,674,100,153.59	8.11%	5,992,595,352.96
归属于上市公司股东的净资产	6,047,390,816.78	5,578,271,353.96	8.41%	4,962,048,015.98
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	1,536,806,894.89	1,327,599,762.60	15.76%	1,619,488,068.32
归属于上市公司股东的净利润	918,194,826.82	773,298,519.87	18.74%	801,120,864.82
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	799,111,028.46	661,802,193.61	20.75%	755,135,704.82
经营活动产生的现金流量净额	827,302,929.11	202,307,035.23	308.93%	813,646,953.64
基本每股收益（元/股）	1.22	1.03	18.45%	1.07
稀释每股收益（元/股）	1.22	1.03	18.45%	1.06
加权平均净资产收益率	16.00%	14.66%	1.34%	16.92%

(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	344,725,350.13	397,397,744.96	386,414,640.51	408,269,159.29
归属于上市公司股东的净利润	169,466,340.46	290,414,467.63	235,281,475.75	223,032,542.98
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	201,334,542.88	209,296,969.40	190,994,847.60	197,484,668.58
经营活动产生的现金流量净额	201,661,856.98	550,674,470.70	214,586,731.09	-139,620,129.66

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	22,154	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	21,657	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	
刘兵	境内自然人	43.70%	327,100,886	245,325,664			
刘云华	境内自然人	27.70%	207,345,600	155,509,200			
刘义	境内自然人	8.71%	65,165,760	48,874,320			

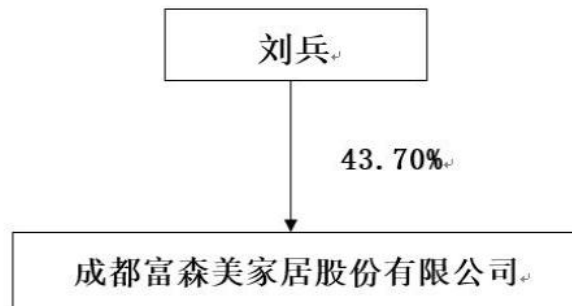
香港中央结算有限公司	境外法人	1.21%	9,060,908			
成都博源天鸿投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.71%	5,340,570			
光大永明人寿保险有限公司一分红险	境内非国有法人	0.49%	3,634,230			
光大永明人寿保险有限公司一自有资金	境内非国有法人	0.47%	3,523,540			
光大永明资管一建设银行一光大永明资产优势精选集合资产管理产品	境内非国有法人	0.32%	2,399,930			
唐丽	境内自然人	0.25%	1,889,680			
傅刚	境内自然人	0.25%	1,855,000			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前 10 名股东中，刘兵为公司实际控制人、董事长，刘云华为公司董事、副董事长，刘义为公司董事、总经理；刘兵为刘云华、刘义之弟，刘云华为刘兵、刘义之姐。除上述股东外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系及是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》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）	前 10 名普通股股东成都博源天鸿投资合伙企业（有限合伙）通过融资融券信用账户持 4,651,670 股					

（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

报告期内，公司生产经营稳定、财务状况良好。2021年全年实现营业收入153,680.69万元，营业利润109,639.77万元，利润总额109,659.93万元，归属于上市公司股东的净利润91,819.48万元，同比分别上升15.76%、19.18%、18.91%和18.74%。报告期内，公司资产状况良好，截至2021年12月31日，公司总资产721,563.91万元，较期初增长8.11%；归属于上市公司股东的所有者权益604,739.08万元，较期初增长

8.41%；每股净资产8.08元，较期初增长8.88%。

报告期内，宏观经济平稳恢复、建材家居行业持续复苏，公司紧抓经济复苏周期与行业复苏周期，内生增长和外延拓展双向发力，全面构建富森美新的发展格局。基础性业务方面，公司持续推进卖场大运营体系建设，充分激发组织活力，紧密链接商户、消费者、合作伙伴；持续深化经营改革，加强预算管理，降本增效，推动全员绩效考核；持续推进金融服务和投资业务，在保障公司资金安全的情况下多渠道提升公司盈利能力。拓展性业务方面，公司数字化运营持续升级，新零售、艺术品服务、进出口业务稳步发展，着力打造第二增长曲线。

（一）聚焦稳定自营卖场运营

报告期内，公司聚焦稳定自营卖场运营，顺势而为，根据消费市场新趋势、新发展以及新变化，及时优化和调整各个卖场的功能定位、业态、产品、品牌及服务规划，充分挖掘和引进行业优质资源，抓紧后疫情时代恢复性消费，推行全面营销和大数据营销，积极推动消费、引导消费，促进了卖场繁荣发展，巩固卖场经营优势。同时，公司深入推进卖场经营管理模式变革和创新，形成卖场“招商、运营、营销、物业、安全、服务”经营管理六位一体，使各个卖场形成全面经营主体，公司卖场大运营体系更加完善。

（二）持续推进金融服务和投资业务发展

报告期内，公司持续发挥资金、资源和平台优势，增资富森保理，扩大业务发展范围、拓展业务发展空间、提升市场竞争力，在科学预防和控制借贷风险的前提下，有效提高了供应链金融效率和客户粘度，促进了公司的主营业务发展。报告期内，公司设立了专门从事投资活动的投资主体，进一步理顺公司业务框架；对国内智能家居领域核心企业的投资，成功切入蓬勃发展的智能家居赛道；通过参与战略新兴产业的股权投资，布局优势产业的长期发展。

（三）数字化升级与拓展性业务

1、持续实施卖场数字化升级

报告期内，公司加强与卖场商户的紧密合作，通过线上线下联动营销，实现卖场内全域流量的精准转化。线下方面，公司通过大数据针对特定消费人群共举行营销A级活动24场、B级活动35场，为卖场商户精准获客提供了有力支撑。线上方面，公司与快手科技打造的“快手西南泛家居产业带直播基地”在1月平稳落地，全年通过快手、小程序商城等直播平台，组织直播77场，孵化商户直播16场，成交超5,000单。打造“富森美福利直播间、富森美优选官、成都必逛家居店”三大直播IP。生产短视频超200支，传播近五百万次。

同时，公司携手中国农业银行成都分行，联合打造数字人民币消费场景。公司以开放场景体验为基础，充分发挥渠道平台优势，创建数字人民币交易支付、转账缴费、薪资发放等应用场景，提升结算效率、降低交易成本，为消费者提供便利的支付环境。

2、稳步发展拓展性业务

报告期内，公司持续发力新零售战略，继“动物交响团·e家居生活馆”投入运营后，2021年新开出“焦糖盒子”自营店。同时，公司孙公司富小森经销智能家居、智能家电、全屋智能等相关产品。截至本报告出具日，以全屋智能为特色的富小森智能家居体验店已经投入试营业。

报告期内，公司充分整合艺术类资源，与38位艺术家和9家机构、组织建立合作关系，实行线上线下双轮驱动，深入开展艺术类策展活动，对美术馆进行IP化运营，着力搭建年轻一代向往艺术展览+流量的聚集地，全年举办美术馆展览、艺术类活动22场次，吸引线上线下客流426万人次。

报告期内，公司积极拓展进出口代理业务，向内深度挖掘资源，向外努力寻求合作客户，着力嫁接公司金融资源，继续与9个亚欧国家20个港口/机场和国内13个口岸保持紧密合作，全年实现进口贸易额的稳步增长。

（四）深化经营改革，加强员工队伍建设

报告期内，公司持续全面推进目标管理和预算管理，科学分解各项战略目标，围绕工作效率和工作质量，建立激励机制，激发组织活力，以促进目标任务的顺利实施。报告期内，公司已升级信息系统业财税资一体化应用，充分发挥预算管理在企业经营中的计划、约束与激励作用，强化人财物资源配置，合理控制运行成本，增强各项工作的计划性和各项费用开支的合理性，实施必要的分权和授权，充分调动各方工作主动性和积极性，为建立卓越绩效考核体系提供了有效支撑。同时，公司全面推动组织变革，搭建满足公司战略需求和企业远景的新型组织架构，对公司各业务条线和组织结构进行了优化和升级。

报告期内，公司着力加强员工队伍建设，推动公司组织力、领导力提升和员工成长，建立员工成长中心，举办员工成长训练营，组织中高级管理人员和业务骨干参加领导力、组织力培训和学习锻造，将个人成长与公司发展紧密相连，充分激发每个员工的内生动力。

成都富森美家居股份有限公司

董事长：刘兵

二〇二二年三月三十日