

证券代码：301108

证券简称：洁雅股份

公告编号：2022-018

铜陵洁雅生物科技股份有限公司

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。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所为容诚会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 81209818 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 7.50 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

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	洁雅股份	股票代码	301108
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	胡能华	徐文丽	
办公地址	铜陵市狮子山经济开发区地质大道 528 号	铜陵市狮子山经济开发区地质大道 528 号	

传真	0562-6868001	0562-6868001
电话	0562-6868001	0562-6868001
电子信箱	zqb@babywipes.com.cn	zqb@babywipes.com.cn

2、报告期主要业务或产品简介

(一) 公司的主要业务及产品

洁雅股份是一家专注于湿巾类产品研发、生产与销售的专业制造商。经过二十多年的发展，公司在湿巾产品的研发和生产等方面拥有深厚的技术积累和行业经验。公司湿巾产品涵盖婴儿系列、成人功能系列、抗菌消毒系列、家庭清洁系列、医用护理系列和宠物清洁系列等六大系列60多个品种。公司主要采取ODM/OEM的模式为利洁时集团、高乐氏公司、Woolworths、强生公司、宝洁公司、3M、贝亲等世界知名企业及国内知名电商品牌Babycare生产湿巾和面膜类产品。

主要产品具体情况如下：

产品名称	主要功能	产品图示
婴儿系列湿巾	柔软舒适，滋润亲肤，用于清洁和护理婴儿肌肤。	
成人功能型系列湿巾	富含维生素E，洋甘菊、芦荟、绿茶等提取液，集清洁、护理、营养等功效于一身，主要用于清洁润肤。	
抗菌消毒系列湿巾	含长效广谱抑菌成分，可在短时间内有效杀灭各种病菌，主要适用于学校、旅游、聚餐等公共场所。	
家庭清洁系列湿巾	含多种表面活性去污成分，具有去污、防尘功效，主要用于电脑、皮革、地面和家居日常清洁护理。	

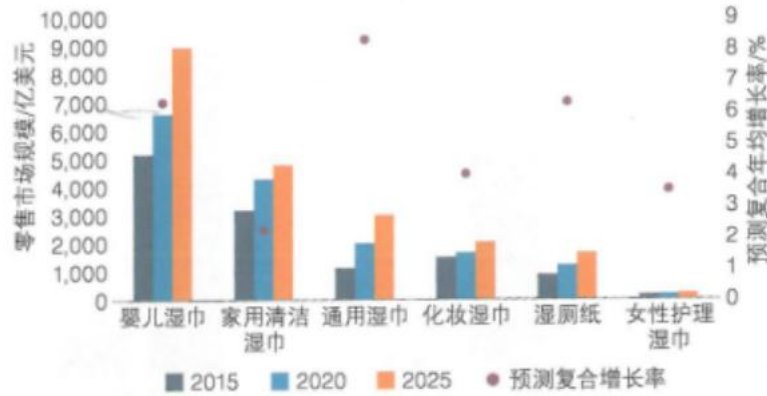
<p>医用护理系列湿巾</p>	<p>富含天然植物水溶性油脂及D-泛醇等成分，主要用于病患日常清洁护理。</p>	
<p>宠物清洁系列湿巾</p>	<p>具有清洁抗菌功效，适用于宠物脚掌、耳朵、面部等部位的清洁。</p>	
<p>面膜系列产品</p>	<p>为脸部肌肤补充水分以及营养，提升肌肤新陈代谢。</p>	

(二) 公司所处行业及发展情况

湿巾诞生于上世纪60年代，是一种具有随时擦拭清洁功能的一次性卫生用品。湿巾常用于个人消费和商用的多种场合，如家庭、酒店、餐厅、民航、外出旅行等，以其方便性受到人们的青睐。随着消费者生活质量的提高和卫生习惯的养成，湿巾行业得以快速成长，品种和用途日趋多样化，湿巾逐渐成为人们日常生活的必需品。

1、全球湿巾行业发展概况

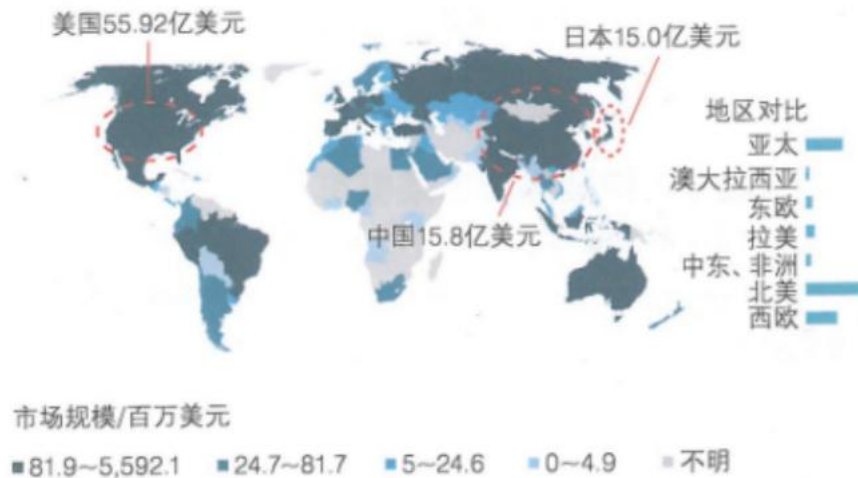
湿巾最早出现于上个世纪60年代欧美国家。经过多年的发展，湿巾在欧美发达国家已经成为人们普遍使用的日用消费品。2020年全球湿巾零售市场规模达到160.8亿美元。从品类看，婴儿湿巾仍是占比最大的品类，预测这一趋势会持续到2025年。排名第二是家用清洁湿巾，然后依次是通用湿巾、化妆湿巾、湿厕纸及女性护理湿巾，增速最快属通用湿巾、婴儿湿巾和湿厕纸。预计2020—2025年全球湿巾零售额复合年均增长率超过6%。



2015/2020/2025 年全球不同品类湿巾零售市场规模及 2020—2025 年复合年均增长率

数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会，《生活用纸》2021.9期；

2020年，从总体市场规模来看，全球最大的湿巾市场分别是美国、中国、日本。美国处于领先地位，中国和日本湿巾市场规模均达15亿美元。



2020 年全球湿巾零售市场规模

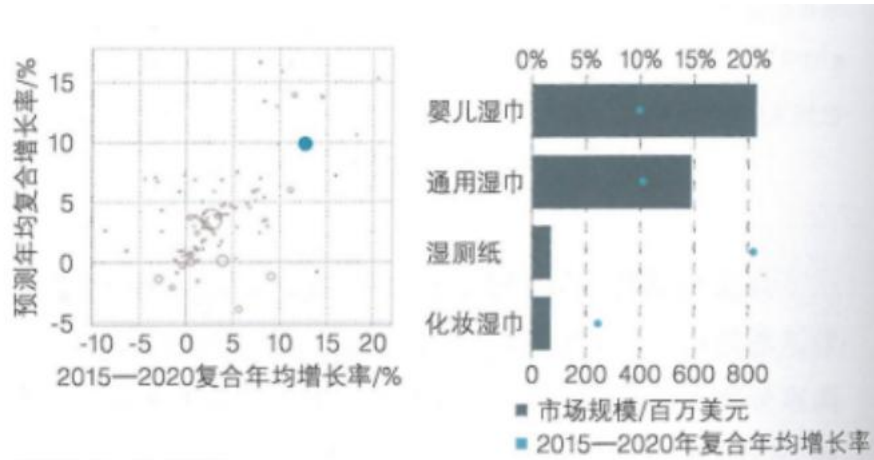
数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会，《生活用纸》2021.9期；

2、我国湿巾行业发展概况

20世纪80年代末是我国湿巾的启蒙阶段。当时，只有少数工厂生产湿巾，湿巾产品生产成本较高，主要用于商用环境，对于个人消费尚属奢侈品。20世纪90年代中期是我国湿巾的起步阶段，各湿巾制造公司先后开始从国外引进湿巾生产设备，湿巾产量和质量均得到很大提升，商用需求加速增长，民航、高档饭店等产业纷纷开始采购湿巾产品。但湿巾用途仅限于皮肤的擦拭与清洁，品种结构较为单一。21世纪初期是我国湿巾的发展阶段，我国迎来“十三五”全面建成小康社会的决胜阶段，人们生活水平持续提高，卫生意识不断增强。近年来SARS、H1N1流感病毒、新型冠状病毒肺炎等疫情的相继爆发，也使得人们逐渐意识到个人卫生是预防传染病的关键。随着人们对于个人卫生的关注大幅提高，湿巾产品的使用范围日趋扩大，

各种新品种不断涌现。个人消费者也开始在家中常备湿巾产品，不仅适用于个人皮肤擦拭，也用于婴幼儿护理、女士卸妆、宠物清洁、家具护理等多种用途。因此近年来，我国湿巾行业市场发展迅猛，消费量快速增长。

2020年中国湿巾市场规模达16亿美元，是亚太地区最大的个人护理湿巾市场。



2020年个人护理湿巾市场规模及2015—2020年复合年均增长率

数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会，《生活用纸》2021.9期。

3、行业发展趋势

我国湿巾行业全国性品牌不多，很多企业给国内其他企业、零售商或国外企业贴牌生产产品，产量较大、具备一定生产规模的企业并不多。报告期内，公司所属行业呈现以下发展趋势：

(1) 产品细分

产品细分即将自己品牌或功能定位于细分人群来促进自己产品对消费者产生吸引力。如细分产品定位为男性或女性专用湿巾。这些产品不仅能吸引自己品牌定位的男性或女性人群，还能凭借特有的包装或品牌定位传达出品牌精神吸引户外运动者和女性等。

(2) 少添加

为避免湿巾添加成分可能对婴儿皮肤造成伤害，所以大部分婴儿湿巾主打少添加或无添加。如公司开发的“零防腐”、“纯水”配方系列湿巾。

(3) 天然环保

随着人们环保意识的增强，天然环保的湿巾产品越来越受到人们的青睐。天然环保主要体现在湿巾的基材和溶液两方面。在基材方面，选用天然纤维—棉纤维或纤维素纤维如人造丝、莱赛尔纤维、亚麻纤维替代聚酯、聚丙烯、聚乙烯等非天然纤维。在溶液方面，选用芦荟、柠檬酸、金盏花、绿茶、有机甜杏仁和乳木果油等多种天然的有机提取物。

4、行业竞争格局

一方面，我国湿巾行业市场化程度较高，湿巾生产企业数量众多，但多数企业规模较小。另一方面，我国湿巾市场主要以知名外资品牌为主，国内知名品牌较少。外资品牌商通常选择湿巾行业具有丰富经验、研发实力雄厚的专业制造商采用

ODM/OEM模式生产湿巾产品，自身则专注于品牌的宣传推广、维护和运营。由此，湿巾行业形成了品牌商专注于品牌的维护与宣传推广，专业制造商则专注于产品的研发、生产的行业格局。

近年来，随着电商的快速发展，国内出现了部分具有一定知名度的湿巾品牌，如Babycare、全棉时代等。该部分品牌利用电商渠道线上销售及网红带货，销售规模与品牌知名度日益提升，与知名外资品牌开展差异化竞争。

5、公司所处行业地位

公司是一家专注于湿巾类产品研发、生产与销售的专业制造商。经过二十多年的发展，公司在湿巾产品的研发和生产等方面拥有深厚的技术积累和行业经验。公司湿巾产品涵盖婴儿系列、成人功能系列、抗菌消毒系列、家庭清洁系列、医用护理系列和宠物清洁系列等六大系列60多个品种。公司的主要客户为利洁时集团、高乐氏公司、Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团、宝洁公司、3M、贝亲等全球知名企业及国内知名电商品牌Babycare。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会统计数据，2017年至2020年，公司位列全国擦拭巾/湿巾生产商和品牌（主要按销售额综合排序）第3位、第5位、第5位、第6位¹。

根据中国造纸协会生活用纸专业委员会统计数据，2020年擦拭巾工厂销售额总计约226.4亿元，排名前10位擦拭巾生产商的销售额约为总销售额的36.8%（2019年约为30.2%），市场集中度比上年有所提高。公司在全国擦拭巾生产商和品牌中具有一定规模和竞争优势。

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	2,052,526,824.43	858,495,140.41	139.08%	394,389,590.30
归属于上市公司股东的净资产	1,693,431,670.51	441,551,833.16	283.52%	264,200,939.28
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	984,448,664.58	743,010,527.73	32.49%	277,430,332.48
归属于上市公司股东的净利润	220,048,412.44	179,634,919.88	22.50%	68,122,721.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	210,221,265.88	171,949,886.51	22.26%	59,131,973.90
经营活动产生的现金流量净额	200,176,869.72	187,561,277.53	6.73%	106,874,222.33
基本每股收益（元/股）	3.52	2.95	19.32%	1.12
稀释每股收益（元/股）	3.52	2.95	19.32%	1.12
加权平均净资产收益率	34.51%	50.96%	-16.45%	26.68%

¹ 2018年起，中国造纸协会生活用纸专业委员会未再公布湿巾出口量数据，并将湿巾归类为擦拭巾，擦拭巾包括湿巾与干巾。

(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	346,738,017.92	279,829,016.59	187,937,556.78	169,944,073.29
归属于上市公司股东的净利润	82,116,090.03	55,060,617.26	47,982,837.31	34,888,867.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	80,194,469.51	53,434,936.55	46,104,831.28	30,487,028.54
经营活动产生的现金流量净额	2,685,185.44	99,048,484.70	84,776,767.09	13,666,432.49

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	24,686	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	19,701	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	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	
蔡英传	境内自然人	52.88%	42,946,052	42,946,052			
铜陵明源创业投资管理有限公司—铜陵明源循环经济产业创业投资基金中心（有限合伙）	其他	10.29%	8,360,000	8,360,000			
冯燕	境内自然人	2.66%	2,164,030	2,164,030			
蔡曙光	境内自然人	2.29%	1,860,746	1,860,746			
苏州工业园区中亿明源创业投资管理有限公司—苏州工业园区中亿明源创业投资中心（有限合伙）	其他	1.48%	1,204,926	1,204,926			
章秋萍	境内自然人	1.23%	1,000,000	1,000,000			
徐玉林	境内自然	0.54%	438,720	438,720			

	人					
汪五兴	境内自然人	0.49%	398,956	398,956		
程元光	境内自然人	0.49%	398,956	398,956		
郑善荣	境内自然人	0.49%	398,956	398,956		
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东中，蔡英传先生和冯燕女士二者为夫妻关系；铜陵明源创业投资管理有限公司—铜陵明源循环经济产业创业投资基金中心（有限合伙）和苏州工业园区中亿明源创业投资管理有限公司—苏州工业园区中亿明源创业投资中心（有限合伙），二者实际控制人为自然人杨旭明。其余股东之间，未知是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。				

公司是否具有表决权差异安排

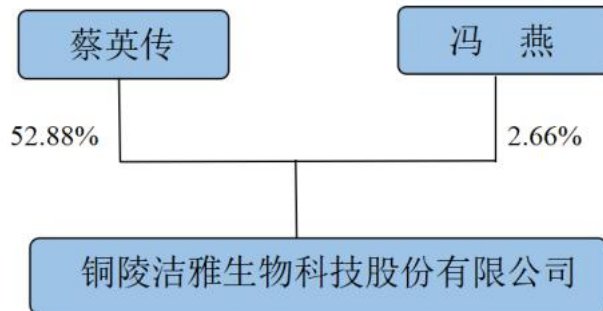
适用 不适用

(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

无