

公司代码：603221

公司简称：爱丽家居



爱丽家居科技股份有限公司

2021 年年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1 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 <http://www.sse.com.cn> 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

2022年4月22日公司第二届董事会第七次会议审议通过2021年度利润分配预案，拟以2021年12月31日公司总股本240,000,000股为基数，向全体股东每10股派发现金红利0.3元（含税），本次利润分配预案尚需提交公司2021年年度股东大会审议。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	爱丽家居	603221	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李虹	沈一丹（拟聘）
办公地址	江苏省张家港市锦丰镇合兴街道	江苏省张家港市锦丰镇合兴街道
电话	0512-58506008	0512-58506008
电子信箱	lih@eletile.com	yidan.shen@eletile.com

2 报告期公司主要业务简介

1. 行业情况

公司主营业务为PVC弹性地板的研发、生产和销售，主要产品为各类型PVC弹性地板。根据证监会发布的《上市行业分类指引（2012年修订）》，公司所属行业为“C29橡胶和塑料制品制造业”；根据国家统计局颁布的《国民经济行业分类

(GB/T4754-2017)》，公司所属行业为“C2922 塑料板、管、型材制造业”。

1. PVC 弹性地板行业概述

PVC 弹性地板是一种以 PVC 树脂粉、增塑剂、石粉等为原材料，经过挤塑、热压、回火、淋膜等工序制作而成的新型轻体装饰材料。PVC 弹性地板起源于欧洲，上个世纪 30 年代初，美国首先开始工业化生产 PVC 弹性地板，到了七八十年代，欧美成功地改进了 PVC 树脂粉、增塑剂和其他辅助剂的配比，PVC 弹性地板的功能特性进一步提升，使其在欧美等国家和地区迅速发展，广泛应用于家庭、医院、学校、办公室、超市、商业等各种场所。此外，随着石油化工和高分子材料研究不断推进、PVC 弹性地板压纹等生产工艺的不断改进和提升，使得仿石纹、仿木纹、仿地毯纹等新产品不断问世，相关产业链不断完善。

进入二十一世纪以来，全球工业设计技术不断进步，以悬浮工艺结构、锁扣工艺结构为代表的新工艺、新设计发展迅速，解决了传统地板铺装程序复杂、安装成本较高等问题。其中，2005 年，公司进行技术创新，研发了行业创新产品悬浮地板。悬浮地板采用特有的复合错位拼接工艺，具有拆装简易方便的特性，不需要专业施工团队，消费者可自行安装。基于欧美国家和地区建筑装饰高人工成本的因素，该产品迎合了该等国家和地区的 DIY（Do It Yourself）市场，市场欢迎度较高。在此基础上，公司近年来通过对悬浮地板铺设连接方式的优化改革，推出了悬浮 2.0 产品，该产品铺设更快捷、拆卸更方便，目前已获得客户认可并小批量推向市场。

PVC 弹性地板从上世纪 80 年代传入中国。与欧美等发达国家相比，我国 PVC 弹性地板应用市场起步较晚，在应用普及度上还存在较大差距。我国 PVC 弹性地板企业主要立足于生产，产品以出口为主。经过 30 多年的发展，国内 PVC 弹性地板生产制造行业在生产工艺技术和产品设计方面均得到了较大提高，我国发展成为世界上最大的 PVC 弹性地板生产基地之一。未来，随着 PVC 弹性地板产品在各领域的应用优势不断显现，下游用户对 PVC 弹性地板的认知程度不断增强，国内市场需求将不断上升，我国 PVC 弹性地板制造行业具有很大的发展潜力。

2. PVC 弹性地板行业现状

欧美等发达国家及地区的 PVC 弹性地板产品起步较早，市场认知和接受程度较高，市场需求在稳定中保持增长，是全球主要的 PVC 弹性地板消费区域。发展中国家和地区的 PVC 弹性地板市场尚处于起步和发展阶段，行业内生产企业主要为境外贸易商、品牌商提供 OEM、ODM 产品。

1. 国外 PVC 弹性地板行业现状

目前，北美、欧洲地区对于PVC弹性地板市场认可度较高，是PVC弹性地板全球主要消费区域。凭借良好的环保性能与使用性能，PVC弹性地板在北美、欧洲市场的渗透率逐步提升，绿色环保的弹性地板在地面装饰材料中的地位逐渐凸显。2012年至2020年，美国市场LVT地板（含WPC地板和SPC地板）销售额从7.18亿美元增长至52.83亿美元，复合增速为28.33%，渗透率从3.77%提升到19.82%，2020年在美国地板销售额同比下降1.25%的背景下，逆势上扬，销售额增长23.26%，市场渗透率进一步提高，已成为继毛毯（包括小型毛毯）之后第二大地面装饰材料。



数据来源：Floor Covering Weekly

2. 国内 PVC 弹性地板行业现状

受产品导入较晚、装修习惯差异、房地产工业化水平、传统消费观念限制等因素影响，国内PVC弹性地板市场现处于产品导入阶段，其市场规模占整个地面装饰材料市场规模较小，但其表现出较大的增长潜力。随着城镇化率提升、居民消费理念的升级和消费能力的增强、低碳环保政策的持续推行，预计我国PVC弹性地板需求将稳定增长。

据智研咨询统计，我国2020年PVC地板市场规模增至227.9亿元，2010-2020年期间年均复合增幅高达17.57%。根据HJResearch数据，未来国内PVC地板消费市场CAGR有望保持在7%的增长趋势，整个市场将逐步向成长期过渡。

我国是世界上最大的PVC弹性地板生产基地之一。虽然欧美发达地区为全球主要

的PVC弹性地板消费区域，但是鉴于人工成本较高、生产规模相对有限等不利因素，贸易商、品牌商更多地选择发挥自身渠道和品牌优势，而所销产品主要依赖发展中国家或地区进口的OEM、ODM产品。根据中国海关数据，2014年至2021年，我国PVC地板出口额由19.72亿美元增长至66.87亿美元，复合增速为19.06%。2021年，PVC地板出口额同比增长20.41%，PVC地板的出口持续呈现稳定增长态势。根据Floor Covering Weekly数据，美国弹性地板进口额从2011年的14.14亿美元增长至2020年的48.19亿美元，复合增速为30.90%。

3. PVC 弹性地板行业发展趋势

1. 国外 PVC 弹性地板行业发展趋势

2020年3月新冠肺炎疫情在欧美等发达国家爆发，受疫情影响，欧美国家房地产市场在4-5月份探底。以公司产品主要出口国家美国为例，从2020年下半年开始，疫情爆发触发了人们对于更大、更舒适居住和办公空间的需求，人们从城市迁往郊区尤其是长租别墅社区，不断爆发的需求刺激了房地产市场的供给，同时大量存量房不断释放再交易，叠加疫情期间低利率，美国房地产价格和景气指数呈现上升态势并一直持续至今，2021年以来美国房地产市场持续火爆，房地产投资持续回升，尽管如此仍然“一房难求”，从销量看，2021年美国共售出612万套房产，比前一年增长8.5%，创下2006年房地产泡沫高峰以来的最高水平。装修市场需求量也随之增加，鉴于房地产市场需求与装修市场需求的滞后性，未来两年美国房地产的销售投资对于装修市场仍将保持拉动作用。

随着家居建材市场的发展，地面装饰材料的种类日益丰富，人们在选择地面装饰材料的时候有了更多选择。随着2015年美国某大型地板零售商销售甲醛释放量超标的复合地板产品经媒体报道后，消费者对地板环保性能关注度提高。PVC弹性地板以环保安全、耐磨易维护等优点，对传统地板的替代效应显现，在各类地面装饰材料中的应用比例逐渐提升。经历了新冠肺炎疫情，传统铺地材料如地毯、实木地板等由于其更容易藏污纳垢、更难净化消毒，势必会在目前已经大幅萎缩的基础上进一步加速缩减其规模占比。以美国市场为例，根据Floor Covering Weekly数据，2020年地毯销售额较2019年减少7.8%，市场渗透率下跌至38.40%，较上年减少2.6个百分点，市场份额进一步被挤占。长远来看，北美、欧洲地区PVC弹性地板市场规模在“基数大”的基础上将呈现持续、稳定的增长特征。

2. 国内 PVC 弹性地板行业发展趋势

一方面，随着疫情防控逐步稳定，我国经济将保持持续增长发展态势，城镇化进程不断深化，我国房地产行业仍有较大的发展空间，将带动装修市场需求量的不断提高。与此同时，随着二手房交易市场的发展以及存量房装修频率的加快，二次装修市场需求亦持续增长。一方面，大量商品房进入二手房交易市场，消费者对于二手房存在着现实的装修需求；另一方面，随着经济社会的快速发展，人们对生活居住环境的安全、环保、美观、舒适程度提出了更高要求，写字楼、商业中心等商品房以及个人住宅的装修周期不断缩短、装修频率持续加快，由此进一步促进二次装修市场的发展。二次装修市场将是 PVC 弹性地板重要的应用领域。

另一方面，PVC 弹性地板有着绿色环保、可循环利用的特点，对于保护地球自然资源和生态环境具有重要意义。自 2008 年以来，国家陆续出台关于节能、绿色建筑建材的相关文件，《“十四五”建筑节能与绿色建筑发展规划》的发布以及即将在 2022 年 4 月 1 日正式施行的《建筑节能与可再生能源利用通用规范》，都彰显了国家对建筑节能的重视程度明显提升，建筑建材领域的高质量和绿色化发展已进入快车道。随着国内地面装饰材料行业的稳定发展、绿色低碳政策的深入推进以及消费者环保、绿色消费理念的逐渐形成，90 后、00 后成为新一代消费主力，PVC 弹性地板凭借其绿色、环保、铺装便利、花色多等优势，将逐步得到消费者的青睐，更多应用于国内家庭装修、商务办公区域装修、公共区域装修领域。

而后疫情时代，国内房地产将加速转型升级，在数字化智能家居发展趋势基础上，健康绿色家居也将成为社会公众的追求和市场的方向。PVC 弹性地板在抗菌性、消杀清洁、绿色环保等方面竞争优势将逐步凸显，市场对 PVC 弹性地板认可度将不断提升。

整体来看，国内外房地产持续发展和存量房二次装修市场持续放量将带来需求的持续提升。同时，随着我国大力推动绿色低碳的发展模式，消费者节能环保观念的提升，主要国家建筑节能政策相继出台，国际主要木材出产国对于森林资源的保护力度逐渐加大，主要发达国家对非法木材采伐和交易打击力度的加大，消费者在购置新房或二次改造房屋的装修过程中，更多选择安全环保、舒适美观、兼具良好性能的装饰材料。未来，具有节约自然资源、绿色环保、性价比高等优势的 PVC 弹性地板市场份额势必将不断提高。

（一）主要业务

1. 主营业务

公司始终秉承“客户至上，品质为先”的宗旨，倡导“绿色、人本、创新”的经营理念，把“绿色、安全、环保”作为品质管理和技术开发的首要基准，专注 PVC 弹性地板的研发、生产和销售。

凭借较强的技术研发和设计能力、优异的产品质量以及规模化的生产优势，公司积累了稳定的客户及渠道资源，业务范围已覆盖北美、欧洲、东南亚、澳洲等地区。公司与国际知名地板用品贸易商、品牌商 VERTEX 建立了稳定的合作关系，连续多年获得其“最佳合作伙伴”称号。公司被纳入 HOME DEPOT 等全球知名家居建材超市的供应链体系，间接为该等终端客户提供 PVC 弹性地板产品。

2. 主要产品及应用

公司主要产品 PVC 弹性地板是一种以高分子聚氯乙烯（PVC）及其共聚树脂为主要原料，加入填料、增塑剂、稳定剂、着色剂等辅料，在片状连续基材上，经涂敷工艺或经压延、挤出或挤压工艺生产而成的地面装饰材料。PVC 弹性地板作为新兴的地面装饰材料，具有安全环保、耐磨耐腐蚀、铺装及维护方便、行走舒适、装饰效果好等优点，广泛应用于家庭装修、商务办公区域装修以及酒店、体育场馆、购物中心、医院、学校等公共区域装修。



公司目前主要产品包括悬浮地板、锁扣地板、普通地板，具体情况如下：

1. 悬浮地板

悬浮地板在行业中属于 LVT（Luxury Vinyl Tile）地板细分产品，又称高端 PVC 地板。公司革新了其铺装方式，在行业中系首创，拥有其发明专利。产品由面层地板和

垫层地板通过胶水错位复合而成，错位复合形成的铺设连接边使其具有铺设快捷、拆卸方便的特点。其面层地板由表面抗菌 UV 涂层、透明耐磨层、仿石纹木纹的印刷层和稳定且有弹性的基材层组成，其垫层地板主要系同材质的基材层以提供上下复合错位拼接的功能。该产品主要适用于家庭装修，尤其流行于 DIY（Do It Yourself）地板市场。

近年来，公司自主研发的悬浮 2.0 产品，通过对产品铺设连接方式的优化改革，使得产品铺设更快捷、拆卸更方便，该产品目前已获得客户认可并小批量推向市场。

悬浮地板产品结构图



产品结构

- 1. UV 淋膜层：UV 淋膜油，使地板表面光泽度高，无需打蜡，更易打理
- 2. 耐磨层：超强耐磨，持久防刮擦
- 3. 印刷膜层：高保真印刷，逼真木纹、石纹效果
- 4. 底层：乙烯基材质，绿色环保

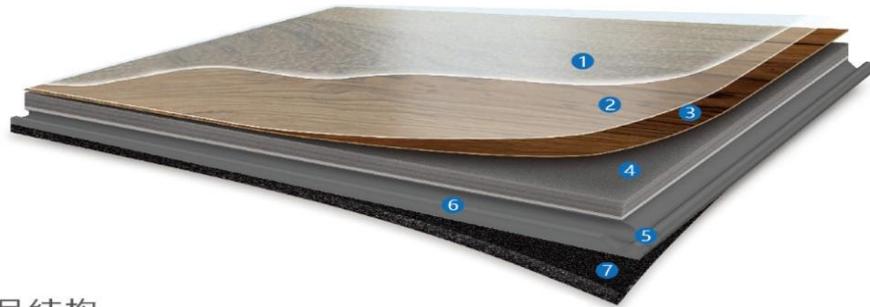
2. 锁扣地板

锁扣地板采用了具有榫槽和榫舌的锁扣系统，铺装时利用锁扣系统将地板拼接成整体。其由表面抗菌耐刮 UV 涂层、透明耐磨层、仿石纹木纹的印刷层和体现强度韧性的基材层、控制产品热胀冷缩的玻纤层以及起到整体平衡的基材平衡层复合而成。在此基础上，经高精度自动化开槽设备精准开槽而成。该产品定位于家装和工装的中高端市场，具有吸音、防火、抗菌、脚感舒适、铺装方便的特点。

锁扣地板主要分为 WPC（WOOD PLASTIC COMPOSITE）地板，又称木塑地板；SPC（STONE PLASTIC COMPOSITE）地板，又称石塑地板。两者主要区别在于 WPC 有 PVC 中料层，具备了 LVT 的优良性能，同时增加了 WPC 基材层，也可增加基层层，比如静音垫、软木垫、磁性层等，具有隔音功效；而 SPC 产品无 PVC 中料层，工艺相对简单，SPC 基材层中钙粉含量较高，因此相较 WPC 地板其抗冲击性和稳定性更好，但弹

性欠佳。

WPC地板产品结构图



产品结构

1. UV淋膜层：UV淋膜油，使地板表面光泽度高，无需打蜡，更易打理
2. 耐磨层：超强耐磨，持久防刮擦
3. 印刷膜层：高保真印刷，逼真木纹、石纹效果
4. 中料层：高分子乙烯基材料层，确保地板尺寸稳定
5. 基层：使地板持久耐用
6. 易拼接锁扣：锁扣技术，无需涂胶，铺装简便
7. 静音泡棉：吸音降噪，创造安静的家居生活

SPC地板产品结构图



产品结构

1. UV淋膜层：UV淋膜油，使地板表面光泽度高，无需打蜡，更易打理
2. 耐磨层：超强耐磨，持久防刮擦
3. 印刷膜层：高保真印刷，逼真木纹、石纹效果
4. SPC基材：天然石粉、新型环保、工艺简单、贴合热量完成，不需胶水，使地板持久耐用
5. 易拼接锁扣：锁扣技术，无需涂胶，铺装简便
6. 静音泡棉：吸音降噪，创造安静的家居生活

3. 普通地板

普通地板又称商用地板，类属于 LVT 地板，是 PVC 弹性地板产生以来经久不衰的经典产品，由表面抗菌耐刮 UV 涂层、透明耐磨层、图案色彩鲜艳逼真的仿石纹、木纹的印刷层和提供弹性、韧性、刚性的基材层组合而成，其产品结构基本与悬浮地板

相同，相较于悬浮地板和锁扣地板，其铺装方式为直接在地面刷胶铺装。普通地板产品具有性价比高，易于保养、维护，脚感较为舒适、铺设较为方便等特点。其广泛适用于各类家装、工装场景。

报告期内，公司主要业务及主要产品未发生重大变化。

（二）经营模式

报告期内，公司主要经营模式包括采购模式、研发模式、生产模式和销售模式。

1. 采购模式

报告期内，公司实行“以产定购、合理库存”的采购模式，由采购部专门负责采购事宜。针对 PVC 树脂粉等大宗商品物料，采购部根据生产计划，结合安全库存、市场价格波动、采购周期等因素择机进行采购。针对印刷膜、包材等一般物料和辅料，采购部结合生产需要、库存情况及采购周期等因素拟定物料需求计划后进行采购。

2. 研发模式

报告期内，公司工艺创新和技术积累在 PVC 地板的研发和生产方面已经处于行业技术领先地位。公司的技术研发部门具体负责公司产品的工艺调整与优化，重大工艺改进和新产品的研发。通过引进新材料、新设备，培养和引进优秀研发、技术人才，公司的技术水平不断提升。目前，公司已取得授权专利 26 项，其中发明专利 8 项，实用新型专利 14 项，有多项发明专利正在申请中。

公司生产的产品经过国家防火建筑材料质量监督检验中心、SGS 瑞士通用公证行、Eurofins 欧陆科技集团、Intertek 天祥集团等国内外权威机构检测；公司具有完善的管理体系，先后通过 ISO9001 质量管理和 ISO14001 环境管理体系认证，同时产品通过美国 FloorScore 认证、欧盟 CE 认证、ASSURE 认证、PHD 认证、UKCK 认证等国际权威认证，并取得了美国 UL 绿色卫士金级认证、欧盟 IAC 健康金级认证等发达国家装饰材料品质标准和市场准入通行证。公司近几年对生产车间进行智能化改造，2019 年被江苏省工业和信息化厅认定为“江苏省示范智能车间”；2020 年“张家港市 PVC 锁扣塑料地板工程技术研究中心”申报成功；2021 年被苏州市政府批准认定为“苏州市级企业技术中心”。经过持续的市场推广，公司已具备良好的品牌知名度。公司“Eletile”品牌被中国建筑装饰装修材料协会评为“中国弹性地板行业十大品牌”，公司“Eletile 牌半硬质聚氯乙烯块状地板”产品被评为“江苏省名牌产品”，公司“Eletile”商标被评为“江苏省著名商标”。

3. 生产模式

报告期内，公司主要为国外 PVC 弹性地板品牌商、贸易商提供 ODM 产品，实行“以销定产”和标准、通用半成品适当备货的生产模式。公司在获取客户需求信息后，由技术部根据客户的基本需求进行样式、配方、材质的选择，并设计成完整的产品方案供客户选择确认；在客户确认、下达订单后，技术部针对设计方案编制产品生产工艺文件，生产部编制具体生产计划并安排车间生产，仓储物流部控制材料、半成品及成品的流转，品管部根据产品的执行标准和技术部下发的控制计划、工艺和操作规范对生产过程进行测试和检验，并负责产品的出货检验。针对通用基底材料等标准半成品，公司结合库存情况、销售预测及生产状况进行合理备货。

4. 销售模式

报告期内，公司主要为境外客户提供 ODM 产品。在销售渠道方面，公司主要通过参加行业展会、客户介绍等方式进行市场开拓，或与长期合作伙伴直接洽谈采购意向。获取客户采购订单后，公司贸易部与客户确认销售数量、产品型号、技术参数、销售单价、结算周期等详细信息。公司按照客户的需求，组织工艺部门进行样品的开发设计以供客户选择，待客户确认后组织批量生产，生产完成后将货物送至港口装船报关出口发运至客户指定的国外交货地点，产品最终通过境外品牌商、贸易商的销售渠道对外销售。

目前，公司仍以境外销售为主，境内销售主要以公司 2021 年初成立的内贸全资子公司为主体，通过具有丰富经验、资源的内销团队，积极开展内贸业务，以经销、直销相结合的模式，通过参加行业展会、经销商资源、团队自主销售、工程项目招投标、客户介绍等方式拓展国内销售渠道，积累客户资源，逐步打开国内市场、不断提高市场份额。获取客户采购订单后，子公司销售团队与客户确认销售数量、产品型号、技术参数、销售单价、结算周期等详细信息。公司按照客户的需求，组织工艺部门进行样品的开发设计以供客户选择，待客户确认后组织批量生产，生产完成后将货物送至客户指定交货地点或客户上门自提。根据客户需求为客户提供售后服务，包括自流平施工、地板安装及维护等。

报告期内，公司主要经营模式未发生重大变化。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	1,866,544,640.76	1,771,298,760.43	5.38	972,895,565.66
归属于上市公司股东的净资产	1,433,958,454.29	1,452,078,648.68	-1.25	709,831,478.79
营业收入	1,078,468,809.380000	1,077,561,156.890000	0.08	1,145,787,941.70
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	1,075,981,343.740000	1,076,033,592.470000	-0.0049	/
归属于上市公司股东的净利润	5,879,805.61	79,300,471.72	-92.59	142,029,668.06
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-4,597,707.07	74,357,451.69	-106.18	134,747,181.97
经营活动产生的现金流量净额	-18,094,298.74	104,702,365.93	-117.28	197,799,075.06
加权平均净资产收益率(%)	0.41	6.32	减少5.91个百分点	22.23
基本每股收益(元/股)	0.02	0.35	-94.29	0.79
稀释每股收益(元/股)	0.02	0.35	-94.29	0.79

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	271,508,448.49	218,532,305.56	298,335,548.11	290,092,507.22
归属于上市公司股东的净利润	9,434,923.67	-1,631,860.64	-3,776,347.86	1,853,090.44
归属于上市公司股东的扣除非经	7,407,249.75	-7,371,108.34	-6,124,397.16	1,490,548.68

常性损益后的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	84,024,810.95	-53,407,516.13	-29,558,553.49	-19,153,040.07

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

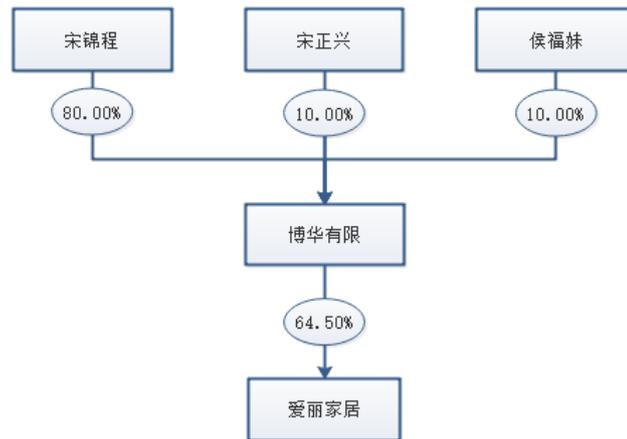
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）						15,312	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）						14,520	
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有限售 条件的股份 数量	质押、标记或冻结 情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
张家港博华企业管理 有限公司	0	154,800,000	64.50	154,800,000	质押	17,890,000	境内 非国 有法 人
宋锦程	0	12,040,000	5.02	12,040,000	无		境内 自然 人
施慧璐	0	5,160,000	2.15	5,160,000	无		境内 自然 人
张家港泽慧企业管理 中心（有限合伙）	0	3,766,000	1.57	3,766,000	无		境内 非国 有法 人
张家港泽兴企业管理 中心（有限合伙）	0	3,514,000	1.46	3,514,000	无		境内 非国 有法 人
唐云良	298,100	1,298,000	0.54	0	无		未知
舒志兵	829,800	829,800	0.35	0	无		未知
爻冲	-91,400	776,600	0.32	0	无		未知

胡激	75,000	430,919	0.18	0	无		未知
陈峰	-100,000	370,000	0.15	0	无		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中张家港博华企业管理有限公司、张家港泽慧企业管理中心（有限合伙）及张家港泽兴企业管理中心（有限合伙）均为公司实际控制人控制的企业，宋锦程系公司实际控制人之一，担任公司副董事长、总经理，同时担任张家港博华企业管理有限公司执行董事、张家港泽慧企业管理中心（有限合伙）及张家港泽兴企业管理中心（有限合伙）执行事务合伙人，施慧璐系宋锦程的配偶。公司无法确定上述其他股东间是否存在关联关系或一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

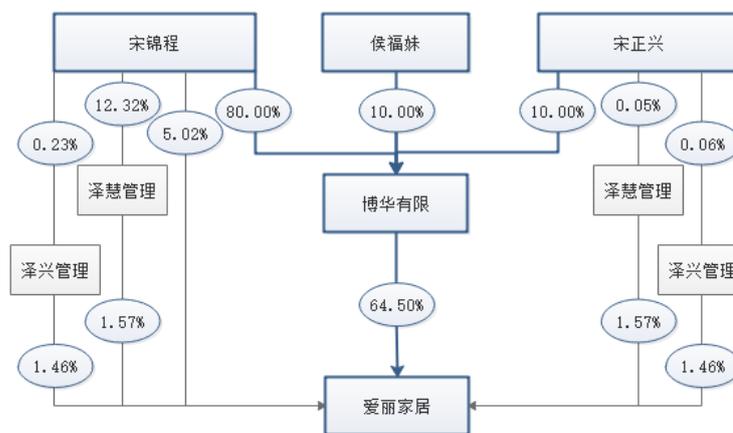
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司 2021 年实现营业收入 107,846.88 万元，较上年度同期上涨 0.08%；实现利润总额-102.05 万元，较上年同期下降 101.02%；归属上市公司股东的净利润 587.98 万元，较上年同期下降 92.59%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为-459.77 万元，较上年同期下降 106.18%。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用