

证券代码：301066

证券简称：万事利

公告编号：2022-015

# 杭州万事利丝绸文化股份有限公司 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
-----------	-----------	-----------	--------

天健会计师事务所（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由变更为天健会计师事务所（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 134,537,280 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.00 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 4 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	万事利	股票代码	301066
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	叶晓君	吴学书	
办公地址	浙江省杭州市天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 5 楼 501 室	浙江省杭州市天城路 68 号（万事利科技大厦）2 幢 5 楼 501 室	
传真	0571-86817685	0571-86817685	
电话	0571-86847618	0571-86847618	
电子信箱	yxj@wensli.cn	wuxueshu@wensli.cn	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### （一）主要产品和经营模式

##### 1、公司主营业务、主要产品

公司将中国传统丝绸文化与创意设计、数码印花生产工艺相结合，专业从事丝绸相关产

品的研发设计、生产与销售。公司主要产品按照客户群体和是否具备终端消费品牌可分为丝绸文化创意品（自有终端品牌）和丝绸纺织制品（非自有终端品牌），其中以“万事利”自有品牌为核心的丝绸文化创意品主要包括丝巾、组合套装、家纺、品牌服装、围巾、丝绸工艺品；以技术加工为核心向知名女装品牌提供的丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装以及公司凭借工艺优势向客户提供的数码印花加工服务。

### （1）丝绸文化创意品

公司丝绸文化创意品聚焦于产品消费场景与中国文化中重要节日、仪式相结合，产品创意设计与中国文化元素图样、客户个性化定制需求相结合，产品营销策划与中国文化习俗、IP相结合，将中国丝绸与中国文化融合创新，讲好中国故事，塑造民族品牌，开发出一系列符合当下消费者需求的丝绸文化创意产品。目前产品涵盖传统节日礼、时尚伴手礼、盛会衍生礼、健康家居品等多个系列。



# Fashion Souvenir

## 时尚伴手礼



### 潮流风尚 精致生活

万事利丝绸注重挖掘消费者个性化、多样化的潜在需求，不断寻求与更多时尚潮流品牌的跨界合作，打造更符合当下国人需求的时尚潮品。



# Grand Gathering Gift

## 盛会衍生礼

### 盛会荣耀 国民共享

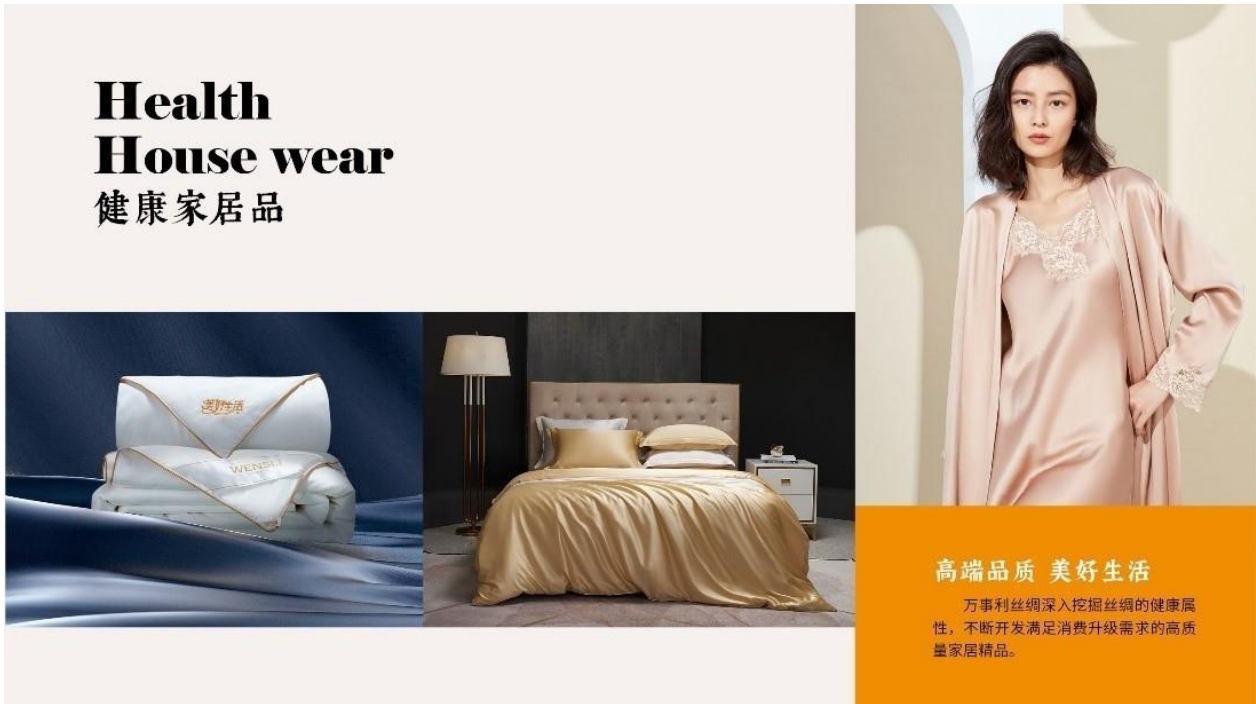
作为国家级盛会礼宾服务重要保障单位之一，万事利丝绸精心服务了 G20 杭州峰会等多场国际盛会，并将盛会元素深度融入产品设计中，为消费者打造具有纪念价值的盛会衍生品。



北京 2022 年冬奥会特许商品《好运生财》局部



杭州 2022 年亚运会特许商品《杭州欣欣然》



## (2) 丝绸纺织制品

公司丝绸纺织制品专注于丝绸数码印花生产工艺和技术研究创新，主要面向品牌女装客户，凭借数码印花生产工艺及质量控制等优势，树立了良好的市场形象，与众多优质客户建立了合作关系。



公司深耕丝绸行业多年，致力于推动中国民族产业的发展，以让世界爱上中国丝绸为使命，打造“中国的世界级丝绸品牌”。经过十余年发展，公司成功实现从“产品制造”到“文化创造”再到“品牌塑造”的转型升级，“万事利”已是行业内知名品牌。凭借着文化创意优势和品牌

美誉度，公司丝绸文化创意品市场认可度较高，成功服务了北京奥运会、上海世博会、广州亚运会、G20杭州峰会、北京“一带一路”国际合作高峰论坛、厦门金砖国家领导人会晤等一系列国际盛会。2022年公司又服务了北京冬奥会，为北京冬奥会设计了数十款特许产品，1600条奖牌绶带用丝绸文化创意和工艺技术彰显了中国文化的魅力。



## 2、经营模式

### （1）研发与设计模式

#### ①丝绸文化创意品（自有终端品牌）

针对丝绸文化创意品，公司下设的丝绸研究院进行自主研发设计，丝绸研究院二级部门商品中心负责及时了解、搜集市场热点信息、流行趋势，进行商品企划，设计研发中心则根据商品企划负责新品及个性化定制产品的开发。为不断拓宽丝绸产品类别，丝绸研究院下设丝蛋白技术研发部、丝绸复古技术研发部、丝绸“+”项目部、国潮文创产品项目部等部门就丝绸具体方向的应用进行研发创新。

#### ②丝绸纺织制品（非自有终端品牌）

针对丝绸纺织制品，公司采取以自主研发为主、合作研发为辅的模式。通过多年的生产经验积累，公司已开发出了数码印花色彩管理体系并熟练掌握了双面数码印花生产工艺，使得公司在丝绸纺织制品领域拥有了较强的竞争优势。公司坚持产、学、研相结合的合作研发模式，与浙江大学、浙江理工大学、杭州电子科技大学等高等院校建立了项目开发合作关系，不断地将先进的丝绸技术引入到实际生产环节中，并通过不断的尝试改善现有生产工艺。

## （2）生产模式

公司生产模式主要分为自主加工和外协生产。其中，公司针对具有核心竞争力的数码印花加工工艺采取自主加工方式，而对于面料染色、传统台版印花、成衣加工、丝巾卷边、蚕丝被加工等技术含量相对较低，行业竞争充分，可替代性较强的工艺/环节采取外协生产的模式。外协生产根据是否由供应商提供原材料和结算方式可进一步分为外包模式（全额结算）和委托加工模式（净额结算）两类。公司综合考虑具体产品的面料类型、生产工艺、品质要求、交付时效等因素，确定外协生产所采取的模式。随着公司逐步向能够发挥数码印花核心工艺优势的产品倾斜，数码印花加工业务客户数量增加，丝绸文化创意品和丝绸纺织制品自主加工比例均呈逐年提升趋势。

## （3）采购模式

公司制定了严格的供应商选择及管理制度并建立了《合格供应商名录》，主要采取与供应商签订年度框架协议方式开展采购。公司采购模式主要分为两种：依据销售计划进行备货式采购、依据销售订单以销定采。其中备货式采购的销售计划系公司商品中心根据最近三个月的动态销售数据、个性化订单及补货周期制定。

在备货式采购模式下，公司会采购丝巾、围巾、家纺、品牌服装等产品的半成品，并根据实际销售情况对采购进行动态调整。随着数码印花工艺水平提升，公司逐步增加白厂丝、白坯面料等原材料的采购，其中面料的数码印花加工环节由公司自主完成，厂丝织造加工、丝巾卷边、成衣制作加工等服务由公司向外协供应商采购。同时为发挥原材料集中采购的价格优势，公司逐步开始采购丝绵、胎套等原材料后委托供应商加工成蚕丝被成品。

在以销定采模式下，在承接贴牌服装、成品面料的销售订单后，公司组织采购包括白坯面料、色坯面料、服装辅料、染料助剂等原辅料和产成品（成品面料、成品服装等）及外协服务（染色、台版印花、成衣制作等）。

## （4）销售模式

### ① 丝绸文化创意品（自有终端品牌）

公司丝绸文化创意品销售模式分为直销和分销两类，具体情况如下：

销售模式	销售渠道	备注
直销模式	销售团队	企业团购：销售团队针对企事业单位、社会团体等的销售
		个人团购：销售团队针对个人VIP客户的销售
	直营门店及展示营销中心	公司直接经营、投资、管理的实体店，兼具销售及品牌展示营销的功能
	线上平台	公司利用大型线上零售平台直接经营的形态

分销模式	加盟商	公司特别许可授权在指定区域内以实体店铺形式只经营万事利丝绸产品，且符合万事利丝绸品牌形象的分销商
	经销商	经公司授权借助自有线下或线上渠道销售万事利丝绸产品的企业或个人，具体渠道包括地区代理、B2C网络平台、特定客户渠道等
	代销商	依托于自身平台销售万事利丝绸产品，赚取买卖差价，公司承担货物毁损灭失风险，具体渠道如电视购物等

注：公司丝绸文化创意品根据成本加成原则确定产品吊牌价，并综合考虑客户类型、销售规模、合作历史等因素在吊牌价基础上给予客户一定折扣。新品上市后吊牌价通常不会再进行调整。

### ② 丝绸纺织制品（非自有终端品牌）

公司丝绸纺织制品的销售模式均为直销。公司针对丝绸纺织制品配备了专业的销售和服务团队，通过行业展会、客户转介绍、网络社群营销等方式获取订单，其负责针对客户的需求设计供应方案，经双方认可后签订销售订单。丝绸纺织制品定价方式为根据每笔订单估计成本，以成本加成法确定报价。

## 3、市场地位

公司深耕丝绸行业多年，注重对丝绸历史和文化价值的挖掘，利用文化创意推动产品创新进而推动中国民族产业的发展，让世界爱上中国丝绸，将“万事利”打造成“中国的世界级丝绸品牌”。历年来，公司被评为2018全国茧丝绸行业年度创新企业、浙江省重点文化企业（2016-2017年度）、2014年度浙江省创新型示范和试点企业、2020年度浙江省创新型领军企业、中国纺织行业工业设计中心（2021-2022）。

就品牌美誉度而言，“万事利”已是行业内的知名品牌。1999年，公司拥有的“万事利”商标被认定为中国驰名商标。2015年，公司被中国纺织品商业协会评为“十大丝绸品牌”之一。2017年，“万事利”品牌入选国家商务部外贸发展局“中国之造”国家品牌计划。2021年，公司参与“30.60中国时尚品牌碳中和加速计划”，入选“2021年度中国企业社会责任案例”。

凭借多年来对产品质量的严格控制以及对丝绸文化属性的深入研究与产品创新，公司已成为国家级盛会礼宾服务的重要保障单位之一，主要丝绸文化创意品成功服务了北京奥运会、上海世博会、广州亚运会、G20杭州峰会、北京“一带一路”国际合作高峰论坛、厦门金砖国家领导人会晤、北京冬奥会等一系列国际盛会，用丝绸文化创意和工艺技术彰显了中国文化的魅力。

公司及子公司万事利数码均为高新技术企业，拥有行业内领先的丝绸双面数码印花生产工艺。凭借上述工艺及产品质量，公司与众多优质企业建立了合作关系。子公司万事利科技亦被评为2017年纺织工业践行智能制造试点企业。公司掌握的数码印花色彩管理技术和双面数码印花工艺已可实现设计色彩与数码印花后的色彩基本一致（“所见即所得”），在几近

透明的丝绸面料上实现正反两面同花异色或异花异色的效果。公司凭借“梦幻伦敦双面异色丝巾”、“青逸凝香”免水洗旗袍分别获中国纺织工业联合会颁发的2018年度十大类纺织创新产品、2020年度十大类纺织创新产品,「秘境传奇」-新香云纱系列产品获2021年度“优可丝 BV·2021中国时尚面料设计大赛”金奖荣誉。

### 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	882,035,150.46	712,532,055.45	23.79%	705,929,341.23
归属于上市公司股东的净资产	655,664,933.86	487,119,725.93	34.60%	443,897,488.19
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	669,622,939.81	735,703,080.95	-8.98%	728,513,946.41
归属于上市公司股东的净利润	50,907,096.26	63,402,829.74	-19.71%	59,660,338.81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	46,393,218.19	63,195,392.82	-26.59%	51,338,885.01
经营活动产生的现金流量净额	-21,171,522.87	117,459,215.82	-118.02%	90,649,903.44
基本每股收益 (元/股)	0.47	0.63	-25.40%	0.59
稀释每股收益 (元/股)	0.47	0.63	-25.40%	0.59
加权平均净资产收益率	9.39%	13.62%	-4.23%	14.41%

#### (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	144,875,598.66	177,799,352.93	183,973,097.06	162,974,891.16
归属于上市公司股东的净利润	12,845,541.84	23,152,167.50	14,343,505.22	565,881.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	12,764,162.40	19,950,037.10	14,902,774.14	-1,223,755.45
经营活动产生的现金流量净额	-78,114,081.00	56,770,813.58	-17,770,035.28	17,941,779.83

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	13,845	年度报告披露日前一个月末	8,858	报告期末表决权恢复的优先	0	持有特别表决权股份的股东	0
-------------	--------	--------------	-------	--------------	---	--------------	---



		普通股股东总数	股股东总数		总数（如有）	
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
万事利集团有限公司	境内非国有法人	40.94%	55,074,009	55,074,009		
杭州丝奥投资有限公司	境内非国有法人	8.92%	12,000,000	12,000,000		
浙江浙商产业投资基金合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	7.50%	10,092,919	10,092,919		
舟山丝昱投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	5.95%	8,000,000	8,000,000		
舟山丝弦投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	5.95%	8,000,000	8,000,000		
林祥	境内自然人	5.28%	7,110,037	0		
国信证券—农业银行—国信证券鼎信 19 号员工参与战略配售集合资产管理计划	其他	2.50%	3,363,432	3,363,432		
万向三农集团有限公司	境内非国有法人	2.28%	3,074,009	3,074,009		
杭州盈思投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.52%	2,049,340	2,049,340		
中信证券股份有限公司	国有法人	0.99%	1,334,018	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	万事利集团有限公司、杭州丝奥投资有限公司、舟山丝昱投资合伙企业（有限合伙）、舟山丝弦投资合伙企业（有限合伙）为一致行动企业。除此之外，公司未知其他股东是否存在关联关系或一致行动关系。					

公司是否具有表决权差异安排

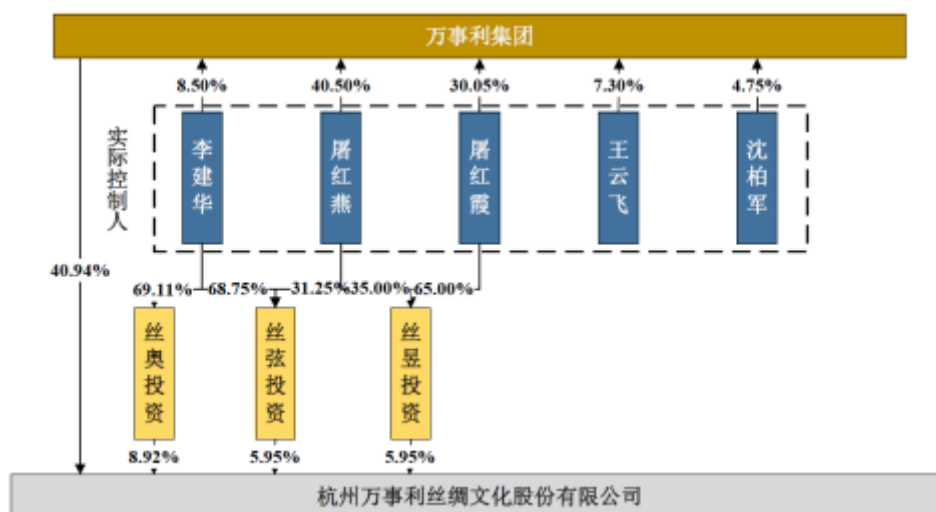
适用  不适用

## （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

2021年全国疫情较2020年有很大程度的控制，公司业务整体上实现了恢复。公司2021年度实现营业收入66,962.29万元，较上年减少8.98%，一方面随着疫情控制后公司从战略上不再将口罩产品作为主要发展方向，大幅减少了口罩产品的产销；另一方面原有的常规产品销售基本实现恢复抵减了口罩产品的缩减，综合后销售额略有下降。

面对疫情的持续反复、大宗原材料价格上涨等诸多不利因素，2021年扣除非经常性损益后的归属于母公司的净利润为4,639.32万元，较上年下降26.59%。其中丝绸文化创意品(自有终端品牌)实现收入41,493.07万元，较上期增加16.92%，一至三季度恢复趋势良好，但在传统旺季的四季度，公司主要销售区域华东地区的疫情反复较为严重，受政策管控影响，企事业单位大型聚集活动和家庭聚会相应减少，大型商场及旅游市场人流量也大幅下降，公司销售团队渠道、加盟商和经销渠道等各个渠道销售遇冷，丝绸文化创意品(自有终端品牌)销售较同期下降近三分之一，对全年业绩产生了较大的影响。其中丝绸纺织制品(非自有终端品牌)实现收入23,260.03万元，较上期增加11.50%，但四季度初开始浙江全省范围内工业企业用电受到一定限制，对销售订单的交付产生了一定的不利影响。

2021年受各种突发因素影响使公司在经营管理方面承受了较大的压力，但公司管理层积极应对，加大环保印染等技术的研发，加快线上销售渠道的布局，加速智能设计的应用，从整体上多维度提高公司的抗风险能力，以实现公司业绩的可持续增长。2021年初，公司增资杭

州帛阳新材料科技有限公司，与其技术团队合作，利用免水洗技术加大香云纱产品工艺的改进，实现了香云纱面料的工业化批量生产，公司于2022年初进一步增资控股，加快推动该技术在丝、毛、再生纤维素纤维和其他化纤面料等纺织面料上应用，以技术驱动提升公司核心竞争力。同时，公司加快线上多渠道多品牌布局，与线上销售经验丰富的团队合作，加码数字技术、人工智能等新兴科技与传统丝绸的融合，开拓新兴渠道，重构渠道布局，加强组织建设和效率提升，储备公司长期增长动力。此外，公司已成为杭州亚运会官方供应商、特许生产企业和特许零售企业，结合G20杭州峰会、北京冬奥会等盛会服务经验，新的一年，公司有望实现品牌影响力的又一次大幅提升。