

公司代码：**603868**

公司简称：**飞科电器**

上海飞科电器股份有限公司
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，投资者应当到上海证券交易所网站（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性、准确性、完整性，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 立信会计师事务所（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

2021年度利润分配预案：拟以2021年12月31日的总股本435,600,000股为基数，向全体股东每10股派发现金红利10.00元（含税），共计分配现金红利435,600,000.00元。2021年度不进行资本公积金转增股本。该利润分配预案尚需公司股东大会批准。

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	飞科电器	603868	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	郭加广	陆建飞
办公地址	上海市松江区广富林东路555号	上海市松江区广富林东路555号
电话	021-52858888-839	021-52858888-839
电子信箱	flyco@flyco.com	flyco@flyco.com

2 报告期公司主要业务简介

根据中国家用电器协会数据分析，2021年家电行业全年国内累计销售额7,543亿元，同比增长3.6%，但仍低于2019年水平。2021年第一季度，国内家电产品零售市场呈现明显的恢复性增长态势，但4月后增速显著放缓。整体来看，受疫情、大宗商品价格、房地产等宏观因素叠加影响，国内家电产品消费近年有较明显的承压。

渠道方面，在不断反复的疫情冲击下，中国家电产品线上市场销售占比在 2021 年继续提高。除传统电商外，社交电商、直播带货等日渐成为重要的销售渠道，线上表现出明显优势，增速高于线下。2021 年，中国家电线上市场在整体市场占比超过 50%，在疫情防控常态化的形势下，零售市场逐渐呈现出线上市场主导、线下市场辅助的新格局。

虽然整体家电消费有较明显的承压，但随着疫情的影响和年轻消费者逐渐成为消费主力，以及社交电商的崛起激发出更多潜在的需求，国内新兴智能小家电行业尤其是清洁、健康、个人护理类智能时尚产品仍有较大的增长空间，高端、智能、健康、时尚的小家电产品销售规模提升，成为拉动市场增长的主要动力。近年来跨国小家电企业纷纷进入中国智能小家电市场，一些大家电企业也延伸至小家电领域，原有小家电企业亦不断扩大规模，在整体市场增长预期的同时，行业竞争也日趋激烈。

（一）公司主要业务和产品

公司是一家集剃须刀等个人护理电器、家居生活电器及电工电器等智能时尚家电研发、制造、销售于一体的企业。近年来，公司与时俱进，注重研发投入，紧贴消费者需求，推动品类扩张和迭代升级。目前产品包括个人护理电器、生活电器和电工电器三大类：

（1）个人护理电器品类主要产品：电动剃须刀、电吹风、电动牙刷、冲牙器、电动理发器、鼻毛修剪器、女士剃毛器、烫发器等。

（2）生活电器品类主要产品：电熨斗、挂烫机、加湿器、智能健康秤、毛球修剪器、颈椎按摩器、护眼仪等。

（3）电工电器品类主要产品：延长线插座等。

历经 23 年的快速发展，公司在个护电器领域已拥有很高的知名度和市占率，是国内个护电器行业的领导品牌。

（二）公司主要经营模式

1、集中采购模式

公司原材料实行集中采购原则，无论是公司的自有工厂，还是外包厂家，主要原材料和核心零部件采购业务均由公司集中采购，2018 年公司成立飞科采购服务有限公司（现更名为飞科供应链有限公司），专注于精益化采购管理。凭借规模效应，公司与上游原材料供应商的议价能力得以增强，成本得到有效控制。

2、自主生产与外包生产相结合的生产模式

公司采取自主生产与外包生产相结合的生产模式。为了引导产业链专业化分工，以及自身专注

于提升研发设计、品牌建设和销售管理的核心竞争能力，公司在对每款产品建立起技术标准、管理标准、工时标准后，转由外包厂家生产。公司自主生产的产品主要为技术新品及高端产品。2021年，公司产品外包生产数量占总产量的比例为 53.90%。

3、经销和直销结合的营销模式

公司产品销售从过去的以经销模式为主，逐渐转化为经销和直销并存的销售模式，通过 KA 终端、区域分销、飞科体验店、礼品团购、电子商务等相结合的多维营销渠道，基本实现了对各级市场的全面覆盖，提高了产品销售的渗透力。截至 2021 年 12 月 31 日，公司拥有 578 家经销商。

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	4,167,374,649.48	3,889,241,723.10	7.15	3,694,158,863.59
归属于上市公司股东的净资产	3,042,234,884.48	2,830,587,950.70	7.48	2,629,667,659.34
营业收入	4,005,257,180.46	3,567,881,031.09	12.26	3,759,367,800.79
归属于上市公司股东的净利润	640,703,688.34	638,275,032.79	0.38	685,823,718.67
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	584,125,988.25	594,252,655.25	-1.70	623,277,247.04
经营活动产生的现金流量净额	740,946,381.26	979,206,546.33	-24.33	467,322,821.80
加权平均净资产收益率(%)	22.09	23.69	减少1.60个百分点	27.38
基本每股收益(元/股)	1.47	1.47	0.00	1.57
稀释每股收益(元/股)	1.47	1.47	0.00	1.57

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	877,732,567.84	873,156,102.20	1,111,893,086.31	1,142,475,424.11
归属于上市公司股东的净利润	148,774,702.44	165,125,215.69	188,952,906.47	137,850,863.74
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的	138,265,470.56	135,598,929.53	180,036,667.02	130,224,921.14

净利润				
经营活动产生的现金流量净额	-56,945,415.19	271,280,539.65	147,006,434.79	379,604,822.01

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

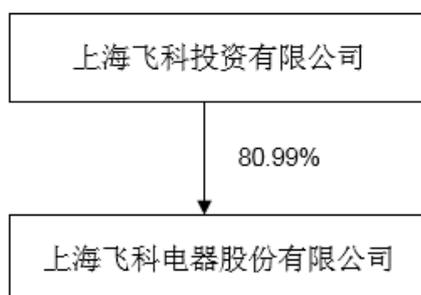
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					8,501		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					6,853		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
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）					0		
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	
上海飞科投资有限公司	0	352,800,000	80.99		无		境内非国有 法人
李丐腾	0	39,200,000	9.00		无		境内自然人
科威特政府投资局—自有资金	1,254,070	5,826,649	1.34		无		其他
不列颠哥伦比亚省投资管理公司—自有资金	0	3,896,155	0.89		无		其他
中国银行股份有限公司—富兰克林国海潜力组合混合型证券投资基金	981,945	3,300,557	0.76		无		其他
中泰证券股份有限公司	9,400	2,209,400	0.51		无		国有法人
香港中央结算有限公司	-177,199	1,949,297	0.45		无		其他
挪威中央银行—自有资金	0	1,785,289	0.41		无		其他
中国工商银行—富兰克林国海中国收益证券投资基金	913,389	1,465,389	0.34		无		其他
瑞典第二国家养老基金—自有资金	-793,151	1,125,123	0.26		无		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明		上海飞科投资有限公司为公司控股股东，李丐腾为公司实际控制人，持有上海飞科投资有限公司 98% 股权。除此之外，公司未知前十大股东之间是否存在关联关系、或属于《上市公司股东持股变					

	动信息披露管理办法》规定的一致行动人关系。公司未知前十名无限售条件股东之间，以及前十名无限售条件股东和前十名股东之间是否存在关联关系、是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人情况。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用

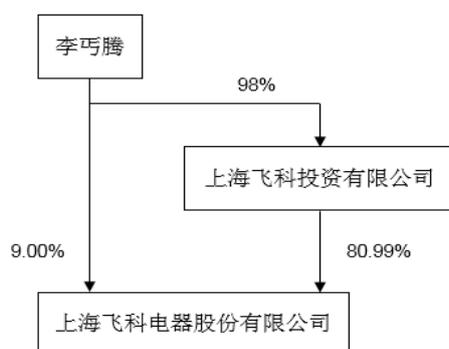
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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。

2021 年度，公司坚定贯彻以技术创新和高颜值设计实现产品高端化，驱动品牌升级的发展战略，通过产品研发创新推动产品的智能化、时尚化升级，通过营销管理创新推动营销模式的 C 端化、内容化和直供化升级，构建创新前沿的发展路径。

公司在本年度推出了感应式“星空剃须刀”、便携式“太空小飞碟剃须刀”等备受市场好评的创新产品，公司产品销售结构发生显著变化，中高端剃须刀新品销售占比迅速提升，本报告期剃须刀产品销售均价同比提升 25.23%，推动公司业绩向好，提升了公司品牌形象，为公司全新的发展路径奠定了坚实的基础。报告期内，公司实现营业收入 400,525.72 万元，同比增长 12.26%；实现归属于母公司股东的净利润 64,070.37 万元，同比增长 0.38%。

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