

证券代码：梦洁股份

证券简称：002397

公告编号：2022-027

湖南梦洁家纺股份有限公司 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
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了出具带强调事项段的保留意见审计报告，本公司董事会、监事会对相关事项有详细说明，请投资者注意阅读。

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，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	002397	股票代码	梦洁股份
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	李军	吴文文	
办公地址	湖南省长沙市麓谷高新区谷苑路 168 号	湖南省长沙市麓谷高新区谷苑路 168 号	
传真	0731-82848945	0731-82848945	
电话	0731-82848012	0731-82848012	
电子信箱	zqb@mendale.com	zqb@mendale.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主要业务及业务模式简介

2021年，是梦洁高端战略转型第一年，聚焦“高端床上用品”全国领先的优势，公司致力将梦洁打造成“全国高端床上用品的第一品牌”。2021年，公司全面实施高端战略规划，对品牌定位、产品研发、市场推广、渠道建设、供应链提效、组织架构等方面进行全方位升级，取得了阶段性的成果。据中国商业联合会、中华全国商业信息中心发布的全国重点大型零售企业商品销售调查统计显示：“梦洁”高端床上用品连续13年（2009-2021）荣列同类产品销量第一位。

1. 升级品牌形象，加大品牌传播

（1）品牌VI升级：与顶级设计团队合作，对整体VI形象进行升级，品牌视觉形象全面焕新。

（2）终端形象升级：全方位升级终端形象，分场景分功能设计以匹配消费者场景化购物需求，满足消费者沉浸式购物体验，店务形象行业领先。

（3）品牌传播升级，品牌热度提升，品牌形象清晰

梦洁筑牢高端形象、加强品牌推广力度，品牌热度与关注度大幅提升。2021年，集团展开多媒体矩阵布局。

线下，公司全新的品牌形象宣传广告遍及全国28个重点城市的核心商圈、机场、高铁站等要塞位置；

线上，官方网站与官方商城全新升级，配合品牌推广、产品宣发节奏，持续推进在各媒体平台的宣传、种草等活动。2021年，梦洁领衔床品行业实现主流人群触达，全域曝光超18亿人次。

据益普索（IPSOS）调研显示，经2021年高端战略转型升级措施落地，梦洁高端战略指向明确，逐步奠定了梦洁“高端床上用品”的市场实际地位与心智地位，主要体现在：

梦洁品牌高端认知显著提升：当问到高端床上用品，梦洁的提及率较上期有显著增长，提升23.5%，梦洁“高端床上用品”的战略性认知逐步构建；

品牌形象清晰：梦洁品牌巩固了“历史悠久”的形象认知，同时“专业、高端、值得信赖的大品牌”形象的认知增长尤其显著；

品牌未来考虑购买趋势上涨明显，高端化年轻趋势明显：报告显示，各品牌在现有购买层面呈现一个稳定的态势，而梦洁的未来考虑购买涨势明显，上涨了16.7%；无论是高端品牌认知还是未来考虑购买，梦洁在25-30岁人群中提升尤为显著，用户呈现高端化、年轻化趋势。

2. 整合全球资源，升级品牌设计与研发

（1）为确保产品高品质，公司拔高原材料标准，在新疆、宁南、舒兰、广西四大高端原材料产地进行了资源布局。2021年，梦洁推出符合广检集团权威检测认证的7A大朵鹅绒、7A有机桑蚕丝、7A超长绒棉。以7A大朵鹅绒为例，其绒朵平均直径达到4.1cm，比普通绒毛朵大50%。其蓬松度超国际标准1.5倍，不仅大大提升羽绒被的保暖性能，更使其触感轻盈柔软，让消费者睡眠体验更舒适。

（2）设计研发则始终围绕消费需求，对外整合国内外高端设计资源，持续提升品牌研发与创新实力：2021年，签约前LV设计总监Vincent Du Sartel为梦洁巴黎设计中心总监、签约清华美院张宝华院长为梦洁国风美术学院院长、联合香奈儿合作设计师Marion Collet、爱马仕设计师Sophie Meilichzon、非遗传承人潘妍老师等顶尖设计资源；对内不断提升设计能力，对产品设计分场景、分功能精细运作，实现产品设计领先。

（3）2021年，梦洁被工业和信息化部认定为“国家级工业设计中心”。同时，为满足消费者高品质睡眠需求，梦洁成立行业首家“床上用品消费体验联合实验室”，对产品材质等方面进行系统研究，以解决当下消费者的睡眠问题。

2021年，梦洁新中式套件“柿柿如意”、“力学MAX牵引枕”分别荣获中国纺织协会颁发“中国十大创新型产品大奖”；梦洁7A羽绒被辛西娅荣获美国IDA国际设计大奖。

3. 优化渠道布局，店铺运营效率升级效果显著

高端战略转型后，集团对整体渠道结构进行优化升级。

线下

（1）根据公司发展要求，战略性关闭不符合标准的店铺提升开店标准，加快大店运营与布局。现有核心商圈600平方米以上旗舰大店标准数量达95家，均保持较高的盈利水平。

（2）布局国内一线核心百货与购物中心等渠道，提升店铺形象与单店盈利能力，市场地位稳固提升，销售排名保持领先。

线上

（1）线上形象、客单走高，逐步舍弃不规范渠道及部分低端产品，走向高品质经营。

（2）电商天猫平台销售增速达50%，客单价同比提升59%；2021年双十一，线上全渠道同比增长88%，梦洁天猫旗舰店同比增长104%；销售Top1超级单品，平均每秒销售8件；客单价同比增长31%。

4. 快速响应市场需求，构建端到端一体化柔性智能供应链系统

（1）绿色制造：梦洁入选工业和信息化部节能与综合利用“2021年度绿色制造名单”。

（2）构建全价值链数字化业务场景，打造产供销一体化的计划管理平台，实现集中控制、协同生产。打造全过程数字化的高效制造平台，以及精准高效、全程可视的物流服务平台，打通并集成MMS、APS、MES、QMS、SRM、WMS、TMS等多业务系统单元，集成全流程控制中心。获得2021年度国家级优秀智能制造场景。

（3）品质提升：优化原材料供应布局，建立行业三大核心优质战略物料基地及核心原料顶尖生产工序13家产业联盟，源头保证产品的高端品质；另一方面，牵头与行业权威机构输出行业标准，2021年制定高端产品标准4项（2项获得企业领跑者），牵头起草行业团体标准2项；获得高端产品及原料获得国家权威认证7A证书7项（行业首创）；修订企业标准12项（质量指标均高于行业）；获评2项国家级资质；国家级工业设计中心、国家级消费品标准化试点（行业首个）；获得新型材料研究申报新材料发明专利4项，实用新型专利1项。

（4）产品工艺升级：产品对标国内外顶尖产品工艺，结合工艺趋势研究，用户体验升级等多维度持续推进，全年开发新工艺110余款；成立核心技能培训基地。

5. 持续升级会员服务，提升会员消费体验

（1）梦洁组建专业洗护团队，推出七星洗护服务。采用全球顶级洗护设备，使用环保洗涤剂，以引领行业的专利洗护工艺，为用户解决高端床品及衣物的洗护难题，带来一站式全品类洗护服务。

（2）梦洁为新婚人群打造专属“福娘服务”，通过专业认证的梦洁福娘团队617人，为新人提供婚房布置和收纳服务，全年服务人次达17351次。

除此以外，梦洁还为高端会员提供家居管家服务以及私享沙龙服务。2021年会员复购率同比提升2.37%。

（二）风险及应对措施

1. 宏观经济政策影响

2022年，全球经济虽已呈现复苏趋势，但全球疫情形势依然严峻，加之地缘政治紧张局势（大国竞争、地区冲突），为

全球经济的发展和金融的稳定带来了不确定性。一方面，消费者购买时更为谨慎，减少冲动消费，倾向于精挑细选购买有品质的商品，大众性消费可能因此受到冲击。另一方面，梦洁全球原料进口可能因此导致供应受阻。

2. 行业规范化程度低、市场竞争不规范

目前我国家纺行业门槛较低，个体工商户和小型企业数量众多，因而模仿和抄袭现象严重，家纺产品侵权事件屡屡发生，市场上出现了无序经营、恶性竞争等问题，影响了行业整体水平的提高，上述因素可能会制约行业健康有序发展。

3. 原材料与人力成本波动

床品产品的主要原材料为坯布和以蚕丝、棉、羽绒为原料的填充物，该等原材料成本占营业成本的占比较高，是营业成本的主要构成部分，易受棉花、棉纱、羽绒等价格波动影响，从而对企业生产经营造成一定的影响。

人才竞争日益增强。人才的竞争是市场竞争的最重要的因素之一。国内对专业人才的需求日益增强，争夺日趋激烈，人力成本也会对企业经营产生一定影响。

4. 库存周转与跌价风险

公司的持续发展必然带来销售规模的扩大，终端会根据销售规模匹配货品。正常情况下的存货是经营过程中形成的，不会对公司经营带来压力和影响，但销售市场发生的变动而导致的存货跌价、存货积压，将给公司带来一定影响。

5. 应对措施

公司应对不确定性风险的主要对策为：将坚定地坚持集团的高端战略方向，聚焦高端床上用品，持续加强打造核心竞争力，重视品牌心智认知建设，凭借核心竞争优势来提升抗风险能力。

(1) 持续加强品牌建设与高端升级

(2) 沉淀并快速复制高端运营模型，线下以大店为依托，提升盈利能力和运营效率；线上重构产品结构，重视人群精细化运营

(3) 提升智慧零售与智能化工厂的供应能力

(4) 坚持服务升级，不断提升消费者满意度

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	3,411,289,000.09	3,382,410,953.20	0.85%	3,474,412,097.13
归属于上市公司股东的净资产	1,591,530,871.09	1,804,899,750.81	-11.82%	1,921,513,149.85
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	2,462,664,063.87	2,220,109,147.11	10.93%	2,603,609,857.53
归属于上市公司股东的净利润	-155,916,741.85	44,920,370.12	-447.10%	85,389,617.58
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-159,776,067.70	32,666,951.43	-589.11%	81,670,020.68
经营活动产生的现金流量净额	11,822,968.93	359,927,169.42	-96.72%	554,772,599.51
基本每股收益（元/股）	-0.21	0.06	-450.00%	0.11
稀释每股收益（元/股）	-0.21	0.06	-450.00%	0.11
加权平均净资产收益率	-9.19%	2.22%	-11.41%	4.39%

(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	502,915,615.88	513,414,613.57	513,557,941.23	932,775,893.19
归属于上市公司股东的净利润	34,407,778.01	12,691,890.46	-19,621,984.50	-183,394,425.82
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	31,986,818.93	10,648,312.34	-20,349,643.58	-182,061,555.39
经营活动产生的现金流量净额	-45,022,660.52	-64,467,138.05	19,758,110.44	101,554,657.06

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

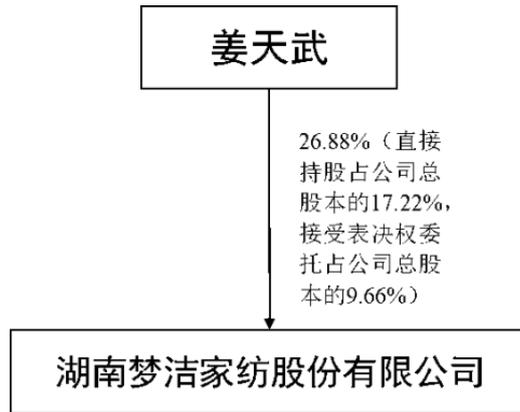
报告期末普通股股东总数	42,129	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	41,496	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
姜天武	境内自然人	17.22%	130,200,133	110,077,600	质押	68,000,000	
伍静	境内自然人	11.05%	83,552,932	0		0	
李建伟	境内自然人	6.85%	51,758,982	46,459,559	质押	40,000,000	
李菁	境内自然人	5.67%	42,866,928	32,150,196	质押	42,709,999	
张爱纯	境内自然人	5.30%	40,089,976	40,089,976	质押	40,000,000	
李军	境内自然人	4.25%	32,150,218	32,150,196	质押	30,783,290	
徐冬梅	境内自然人	2.28%	17,218,100	0			
泰达宏利基金—工商银行—天津信托—天津信托 优选定增 21 号单一资金信托	其他	0.76%	5,747,462	0			
熊德宏	境内自然人	0.70%	5,257,904	0			
何晓霞	境内自然人	0.58%	4,413,370	3,547,152			
上述股东关联关系或一致行动的说明	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

不适用。

湖南梦洁家纺股份有限公司 董事会
2022年4月28日