

公司代码：603365

公司简称：水星家纺

**上海水星家用纺织品股份有限公司**  
**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

经董事会决议，公司 2021 年年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除公司回购专用账户中的回购股份为基数分配利润，向全体股东每 10 股派发现金红利 5 元（含税）。截至 2021 年 12 月 31 日，公司总股本 266,670,000 股，扣除公司目前回购专用账户的股份 1,470,000 股，以此计算合计拟派发现金红利 132,600,000 元（含税），公司 2021 年度不进行资本公积金转增股本。在实施权益分派的股权登记日前公司总股本扣除公司回购专用账户中的回购股份的基数发生变动的，拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额，如后续总股本扣除公司回购专用账户中的回购股份的基数发生变化，将另行公告具体调整情况。

## 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	水星家纺	603365	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王娟	朱钰
办公地址	上海市奉贤区沪杭公路1487号	上海市奉贤区沪杭公路1487号
电话	021-57435982	021-57435982
电子信箱	sxjf@shuixing.com	sxjf@shuixing.com

## 2 报告期公司主要业务简介

### 2.1 行业发展情况

(1) 消费市场稳定复苏，家纺行业主要运行指标均实现反弹回升

根据国家统计局公布数据显示，2021年，社会消费品零售总额440,823亿元，同比增长12.5%，两年平均增速为3.9%，虽然尚未恢复至疫情前水平，但最终消费支出对GDP的增长贡献率达到65.4%，居“三驾马车”之首，表明国内大循环的主体作用逐步增强。除汽车以外的消费品零售额397,037亿元，同比增长12.9%。其中，服装鞋帽、针纺织品类13,842亿元，同比增长12.7%。

得益于产业体系优势和需求形势的整体趋好，2021年，我国家纺行业生产运行总体保持平稳有序，主要运行指标均实现反弹回升，但在基数效应减弱主因下，全年运行呈现“前高后低”走势。受原料价格、国际海运受阻等因素影响，行业成本压力普遍增大，行业利润空间受到挤压。据国家统计局数据测算，2021年1-11月，全国1874家规模以上家纺企业营业收入同比增长7.69%，两年平均增长2.32%；利润总额同比下降12.83%，两年平均增速为3.01%。其中，全国988家规模以上床上用品企业营业收入同比增长11.93%，两年平均增速3.89%；利润总额同比增长3.45%，两年平均增速5.93%。

(2) 线上销售持续保持较高增速，促进家纺企业线上线下融合一体化发展

根据国家统计局公布数据显示，2021年，全国网上零售额130,884亿元，比上年增加13,283亿元，同比增长11.29%。其中，实物商品网上零售额108,042亿元，较上年增加10,452亿元，同比增长12.0%，占社会消费品零售总额的比重为24.5%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类和用类商品分别增长17.8%、8.3%和12.5%。

自2020年疫情发生以来，越来越多消费者购物习惯发生转变，线上客流大幅提升，销售快速增长，线下销售普遍面临困境，面对商业零售的生态与场景之间发生的巨大变化，越来越多的家纺企业开始借助线上平台开展销售，不断创新营销模式，通过短视频、直播等方式引流获客，积极探索线上线下相互融合发展之路。

(3) 消费升级带动消费观念变化，促进家纺企业不断创新发展

受直播、社群营销等渠道及媒介的飞速发展影响，家纺产品及企业在消费市场的存在感不断增强，消费者对“家用纺织品”的认知产生了深刻变化。随着经济不断发展，人民生活水平有了较大提高，消费者对床上用品的设计、面料甚至生态和保健等功能都提出了更多更高的要求，越来越多的消费者开始关注睡眠质量，愿意为高品质的家居生活付费，他们更加注重产品的健康性、安全性、防护性，更加关注产品的品质和体验。这也促使供给端的家纺企业在“科技、时尚、绿

色”等领域不断进行着协同创新。

## **2.2 行业地位**

长期以来，公司始终秉持“快速、和谐、卓越”的企业精神，坚持心无旁骛地深耕家纺主业，以更强的消费者理解能力为依托，以消费者需求为出发点和落脚点，坚持高品质高性价比的产品策略，坚持线上线下渠道同步发展的方针，通过产业资源的不断聚集、整合，持续以技术创新、产品创新、营销创新、管理创新推动企业发展。

报告期内，公司继续专注家纺业务，聚焦被芯品类，围绕“好被芯 选水星”的品牌战略，从品牌、渠道、产品、信息化建设等方面进行了进一步优化改革，提升了公司运营效率和质量，实现营业收入、净利润同比快速增长，巩固了公司的行业领先地位。

## **2.3 公司主要业务及产品**

公司自设立以来，持续专注于中高档家用纺织品的研发、设计、生产和销售，主要产品包括套件、被芯、枕芯等床上用品。

## **2.4 公司经营模式**

### **(1) 品牌运营模式**

公司的品牌运营采用“品类品牌化”的方式组建品牌矩阵，以“水星”品牌为主，“百丽丝”品牌为辅，以“水星家纺婚庆馆”“水星宝贝”“水星 KIDS”等品牌为组合细分品类品牌，在强化“水星”主品牌的同时，快速、有效地实现了品类细分市场的拓展。

### **(2) 研发设计模式**

公司在产品研发和技术创新上始终坚持消费者至上的理念，针对不同品牌、不同渠道，通过对消费者需求的深入研究，以更强的消费者理解能力去完成对产品的研发、设计，形成了成熟的以原创研发设计为主，以与国内外纺织领域知名高校、专业研究机构合作研发为辅的设计研发运作模式。

### **(3) 采购模式**

公司主要采用集中采购模式，通过制定严格的供应商甄选、考核和淘汰制度，定期对供应商进行考评，并相应调整合格供应商名录，使供应商处于良好的竞争和稳定状态。近年来，公司对采购系统进行了信息化升级，突破传统采购模式，致力于打造 DRP 供应链协同平台，建立起集中、高效、透明的供应链系统，实现销售需求、库存状态、生产进程可视化、在线化、共享化，从而提升供应链管理和协调能力。

### **(4) 生产模式**

公司目前以自主生产、委托加工、定制生产三种方式相结合的模式生产产品。公司自主生产的主要为套件类、被芯类和枕芯类产品；委托加工主要针对坯布染整、套件的绣花或绉绣、套件的缝制等工序；定制生产主要包括羽绒被、部分蚕丝被、部分枕芯、竹草凉席、床护垫、毛毯和蚊帐等产品。

### (5) 销售模式

公司坚持以经销、网络销售和直营为主，团购、国际贸易等为辅的多通路立体销售模式。报告期内，公司以持续提升加盟、直营门店、传统电商渠道的运营质量为基础，积极创新零售模式，通过直播、云店、抖音、KOL、小红书等形式，扩展公域流量，培育私域流量，加速线上线下融合发展。

## 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	3,474,352,717.78	3,005,174,649.63	15.61	2,829,134,195.49
归属于上市公司股东的净资产	2,636,968,897.66	2,357,173,972.81	11.87	2,285,041,178.88
营业收入	3,799,310,683.43	3,034,780,744.09	25.19	3,001,990,191.10
归属于上市公司股东的净利润	385,874,924.85	274,539,756.19	40.55	315,536,407.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	362,080,588.74	231,207,585.30	56.60	280,248,356.74
经营活动产生的现金流量净额	463,842,722.08	378,153,416.80	22.66	235,400,111.77
加权平均净资产收益率(%)	15.51	11.88	增加3.63个百分点	14.04
基本每股收益(元/股)	1.46	1.04	40.38	1.19
稀释每股收益(元/股)	1.46	1.04	40.38	1.19

### 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	717,862,171.22	901,363,547.33	836,899,646.04	1,343,185,318.84
归属于上市公司股东的净利润	78,888,717.12	85,367,086.88	85,816,643.18	135,802,477.67
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	70,924,920.05	82,415,798.07	76,307,523.14	132,432,347.48
经营活动产生的现金流量净额	-94,900,263.23	59,637,143.49	-111,599,196.41	610,705,038.23

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

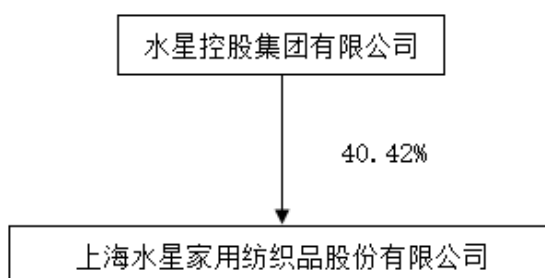
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					8,624		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					7,652		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
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）					不适用		
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	
水星控股集团有限公司	0	107,800,000	40.42	0	无	0	境内非国有法人
李来斌	0	16,867,520	6.33	0	无	0	境内自然人
谢秋花	0	10,167,520	3.81	0	无	0	境内自然人
韩红昌	0	7,091,677	2.66	0	无	0	境内自然人
李裕陆	0	7,013,600	2.63	0	无	0	境内自然人
李丽君	0	6,100,000	2.29	0	无	0	境内自然人
李裕高	0	6,089,600	2.28	0	无	0	境内自然人
梁祥员	0	5,325,600	2.00	0	无	0	境内自然人
李裕奖	0	5,165,600	1.94	0	无	0	境内自然人
李道想	0	5,128,400	1.92	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、上述股东间的关联关系如下： (1) 谢秋花与李来斌系母子关系；谢秋花与李丽君系母女关						

	系； (2) 李裕奖、李裕高、李裕陆系兄弟关系； (3) 李裕奖、李裕高、李裕陆与谢秋花系叔嫂关系。 2、李来斌、谢秋花、李裕高、李裕陆为一致行动人。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无

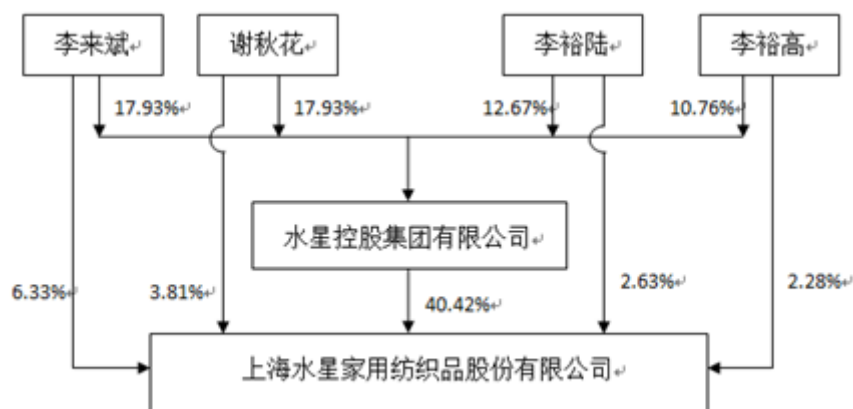
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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 年公司实现营业收入 3,799,310,683.43 元,较上年同期增长 25.19%,归属于上市公司股东的净利润 385,874,924.85 元,较上年同期增长 40.55%;归属于上市公司股东的扣除非经常性

损益的净利润 362,080,588.74 元，较上年同期增长 56.60%；2021 年经营活动产生的现金流量净额 463,842,722.08 元，较上年同期增长 22.66%；2021 年末归属上市公司股东的净资产 2,636,968,897.66 元，较上年末同期增长 11.87%。

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