

杭州老板电器股份有限公司

2021年度董事会工作报告

一、公司经营情况概述

2021年度，面对国家地产宏观政策收紧、原材料以及人力成本上涨等不利因素，厨电行业整体竞争更为激烈，行业集中度持续提升。零售渠道，根据奥维线下零售市场监测月度数据报告（以下简称“奥维线下报告”）显示，厨房电器主要品类吸油烟机、燃气灶零售额较去年同期分别下滑-0.05%、-1.9%。电商渠道，根据奥维线上零售市场监测月度数据报告（以下简称“奥维线上报告”）显示，厨电套餐零售额较去年同期增长5.4%。工程渠道，根据《奥维2021年中国房地产精装修市场总结》报告显示，精装修市场厨电新开盘项目3378个，同比下滑7.5%，厨电规模278.85万套，同比下滑12.2%。

公司作为行业龙头，公司紧紧围绕“筑梦远行，激流勇进”的年度经营理念，牢牢抓住行业集中度提升红利，新老厨电品类共同发力，各渠道均大幅优于行业水平，实现营业收入101.48亿元，同比增长24.84%，收入端首次突破百亿规模，这是公司发展历史上重要的里程碑。

截止2021年12月31日，根据奥维线下报告显示，公司主要产品品类线下零售额的市场份额与市场地位如下表：

吸油烟机	燃气灶	消毒柜	嵌入式 蒸烤一体机	嵌入式 电蒸箱	嵌入式 电烤箱	嵌入式 洗碗机
30.5%	29.3%	22.4%	34.8%	22.8%	39.6%	17.5%
1	1	2	1	2	2	2

截止2021年12月31日，根据奥维线上报告显示，公司主要产品品类线上零售额的市场份额与市场地位如下表：

厨电套餐	烟灶两件套	吸油烟机	燃气灶	嵌入式 蒸烤一体机	嵌入式 电蒸箱	嵌入式 洗碗机
30.4%	24.2%	16.9%	9.9%	14.5%	25.8%	8.2%
1	1	1	3	3	1	4

截止2021年12月31日，根据奥维精装修报告显示，“老板”吸油烟机在精装修渠道市场份额为36.2%，稳居行业第一。

2021年度，技术板块以产品为核心，以人才为基石，以创新为驱动，推动产品升级，引领行业发展。注重研发人才培养，完善研发体系建设，加大与高校合作，深化产学研一体化。坚守工匠精神，坚持管理创新，加快各品类软硬件迭代升级，提升用户体验。吸油烟机8235S，荣获AWE2021“艾普兰金奖”及2021年德国IF设计奖，吸油烟机CG68A0荣获2021年德国红点设计奖，老板电器创造者系列摘取“2021中国高端家电及消费电子红顶奖”。本年度，共申请专利1093项，其中发明专利274项；截止2021年末，累计共授权专利2010项，其中发明专利65项。此外，2021年度共主导标准制定9项，其中行业标准1

项、团体标准6项、浙江制造标准2项；参与标准制定21项，其中国家标准9项、行业标准3项、团体标准9项。技术创新能力不断被行业认可，荣获浙江省科技进步奖二等奖、中国质量协会质量技术奖二等奖等奖项。

2021年度，营销板块深化品牌高端定位，新老品类共同发力，多元渠道协同发展，品类与渠道相互赋能，为消费者提供优质的厨房电器综合解决方案。零售渠道，引领行业套系化、高端化发展趋势，以“老板四件套”为切入点，打造“中国新厨房”消费场景；推动营销扁平化建设，推行营销数字化改革，优化渠道效率。创新渠道，与全屋定制公司以及家装公司头部企业深入合作，抢占前端流量入口，积极挖掘存量市场资源，快速提升二三品类配套率。电商渠道，新老媒体平台相互引流，内容化营销深挖新老用户价值；各品类迭代升级加速，产品优势渠道共享，提升渠道效率。工程渠道，调整客户结构，产品结构升级，新品渗透率提升，推广精装修住宅厨电产品套系化解决方案，同时进一步普及中央吸油烟机。海外渠道，持续优化全球布局，稳步推进品牌国际化进程。

2021年度，生产板块致力于开辟中国高端厨电制造转型升级新路径，聚焦“精准交付、精品制造、数据驱动”三大核心战略，以“强供应、促变革、拓新品、精业务”四大经营重点，打造中国制造业综合竞争力最强的制造标杆之一。通过精细化成本控制、工艺革新新型技术应用、科学高效的品质管理保证公司厨电新老品类交付能力，持续达成采购降本，实现生产效率以及规模效应的提升。强化总部需求预测职能，运用库存模型、科学极致补货，全国10余个地区顺利实现直配送改革，用户订单满足度达97%以上。老板电器未来工厂是中国厨电行业首个智慧无人工厂，该项目为浙江省首批“未来工厂”之一。此外，茅山智能制造科创园项目已开始陆续投入使用，将推动产品迭代、制造智能能力升级，夯实公司长期发展基础。

2021年度，品牌板块致力于打造最懂中式烹饪的中国高端厨房电器第一品牌，持续推动“中国新厨房”计划落地实施。21年AWE上成功举办以科技激发烹饪创造力为主题品牌展，并在沉浸式发布会「你好，创造者」首发老板电器创造者系列产品，强化品牌高度。邀请央视、院士、达人走进老板，全网共同见证公司产品更新迭代。举办中国洗碗机节，联合中国家用电器研究院发布《适合中国厨房的洗碗机白皮书》，提升品牌势能。聘请许凯担任老板电器新厨房代言人，各渠道开展国潮夜宴、创造桃花宴、向往厨房节等活动，并独家冠名《听说很好吃》、担任《念念桃花源》美食创造官，诠释品牌价值。此外，作为2022年杭州亚运会官方家用厨电独家供应商，助力中式烹饪文化传播，助推亚运城市建设。

2021年度，名气公司围绕集成品类升级，探索集成厨房发展方向，线上线下渠道合力，打造新零售模式，迈向全新发展。金帝公司，丰富集成灶产品矩阵，守护品牌阵地。智能集成厨房生态产业化项目建成后将进一步提升集成化厨电产品的研发与制造能力。

2021年度，公司在公司治理、内部管理、股东回报等方面持续获得资本市场认可。在深圳证券交易所上市公司2020年度信息披露考核中获评A（优秀）级别，连续八年获此殊荣；公司在投资者关系领域获得证券时报第十二届中国主板上市公司投资者关系天马奖最佳董事会奖、第十二届中国上市公司最佳投资者关系奖、主板上市公司价值100强等奖项；公司董事会秘书荣获第十二届中国主板上市公司投资者关系最佳董秘等奖项。公司一直坚持规范运作，深耕厨房领域，助力价值投资。

2021 年度，作为公司共同富裕计划的一部分，也为进一步建立健全公司长期有效的激励机制，充分调动公司中高层核心力量积极性，相继推出《事业合伙人持股计划》以及《2021 年股票期权激励计划》，针对公司高层管理团队及中层核心业务、技术骨干进行差异化激励，夯实公司长期发展基础，推动公司高质量发展。

2、收入与成本

(1) 营业收入构成

单位：元

	2021 年		2020 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	10,147,706,035.35	100%	8,128,620,799.31	100%	24.84%
分行业					
家电厨卫	9,878,609,034.58	97.35%	7,950,757,663.78	97.81%	24.25%
其他	269,097,000.77	2.65%	177,863,135.53	2.19%	51.29%
分产品					
第一品类群					
吸油烟机	4,879,636,891.65	48.09%	4,109,720,518.81	50.56%	18.73%
燃气灶	2,439,639,215.87	24.04%	1,917,138,716.95	23.59%	27.25%
消毒柜	544,149,587.07	5.36%	558,934,801.48	6.88%	-2.65%
第二品类群					
蒸烤一体机	647,136,752.08	6.38%	377,875,190.46	4.65%	71.26%
蒸箱	150,479,922.38	1.48%	188,586,242.66	2.32%	-20.21%
烤箱	132,013,212.98	1.30%	118,200,187.42	1.45%	11.69%
第三品类群					
洗碗机	450,505,656.90	4.44%	223,781,076.46	2.75%	101.32%
净水器	59,858,528.51	0.59%	61,458,853.99	0.76%	-2.60%
热水器	155,054,325.57	1.53%	56,885,678.02	0.70%	172.57%
集成灶	326,347,237.29	3.22%	259,062,761.51	3.19%	25.97%
其他小家电	93,787,704.28	0.92%	79,113,636.02	0.97%	18.55%
其他业务收入	269,097,000.77	2.65%	177,863,135.53	2.19%	51.29%
分地区					
华东地区-主营产品	4,699,565,607.49	46.33%	3,660,037,066.87	45.03%	28.40%
华东地区-其他	269,097,000.77	2.65%	177,863,135.53	2.19%	51.29%

华南地区	1,313,350,785.57	12.94%	1,166,738,209.66	14.35%	12.57%
华中地区	890,428,360.89	8.77%	798,608,093.61	9.82%	11.50%
华北地区	1,242,294,816.78	12.24%	859,966,194.92	10.58%	44.46%
东北地区	512,607,935.65	5.05%	417,632,137.86	5.14%	22.74%
西北地区	509,788,589.04	5.02%	366,186,500.24	4.50%	39.22%
西南地区	647,294,350.69	6.38%	644,756,608.57	7.93%	0.39%
境外地区	63,278,588.47	0.62%	36,832,852.05	0.45%	71.80%
分销售模式					
代销	3,070,367,965.64	30.25%	2,575,251,701.43	31.69%	19.23%
经销	380,213,068.56	3.75%	346,131,673.27	4.26%	9.85%
直营	4,647,292,563.60	45.80%	3,340,258,926.10	41.09%	39.13%
工程	1,976,492,346.14	19.48%	1,847,977,080.91	22.73%	6.95%
其他	73,340,091.41	0.72%	19,001,417.60	0.23%	285.97%

(2) 占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品、地区、销售模式的情况

√ 适用 □ 不适用

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
家电厨卫	10,147,706,035.35	4,835,053,404.37	52.35%	24.84%	35.69%	-3.81%
分产品						
吸油烟机	4,879,636,891.65	2,261,658,764.86	53.65%	18.73%	36.19%	-5.94%
燃气灶	2,439,639,215.87	1,048,989,508.38	57.00%	27.25%	33.91%	-2.14%
分地区						
华东地区	4,699,565,607.49	2,153,822,471.06	54.17%	28.40%	39.05%	-3.51%
华南地区	1,313,350,785.57	683,419,773.36	47.96%	12.57%	25.01%	-5.18%
华北地区	1,242,294,816.78	577,901,469.75	53.48%	44.46%	64.94%	-5.78%
分销售模式						
代销	3,070,367,965.64	1,596,428,723.00	48.01%	19.23%	36.71%	-6.65%
直营	4,647,292,563.60	1,515,713,730.29	67.39%	39.13%	20.23%	5.13%
工程	1,976,492,346.14	1,050,923,152.77	46.83%	6.95%	14.01%	-3.29%

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近 1 年按报告期末口径调整后的主营业务数据

□ 适用 √ 不适用

(3) 公司实物销售收入是否大于劳务收入

√ 是 □ 否

行业分类	项目	单位	2021 年	2020 年	同比增减
家电厨卫	销售量	台	8,026,289	6,952,763	15.44%
	生产量	台	8,079,472	7,056,783	14.49%
	库存量	台	2,275,238	2,222,055	2.39%

相关数据同比发生变动 30% 以上的原因说明

□ 适用 √ 不适用

(4) 公司已签订的重大销售合同、重大采购合同截至本报告期的履行情况

□ 适用 √ 不适用

(5) 营业成本构成

行业和产品分类

单位：元

行业分类	项目	2021 年		2020 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
家电厨卫	制造费用	375,524,089.21	7.77%	231,680,866.15	6.50%	143,843,223.06%
	原材料	4,240,067,637.57	87.69%	3,112,334,458.17	87.35%	1,127,733,179.40%
	人工	219,461,677.59	4.54%	219,191,606.55	6.15%	270,071.04%

单位：元

产品分类	项目	2021 年		2020 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
吸油烟机	制造费用	213,123,127.91	4.41%	134,505,424.42	3.77%	78,617,703.49%
	原材料	1,929,019,611.59	39.90%	1,407,036,579.61	39.49%	521,983,031.98%
	人工	119,516,025.36	2.47%	119,122,390.95	3.34%	393,634.41%
燃气灶	制造费用	37,797,820.14	0.78%	23,134,151.04	0.65%	14,663,669.10%
	原材料	982,173,775.43	20.31%	730,332,351.14	20.50%	251,841,424.29%
	人工	29,017,912.81	0.60%	29,873,559.60	0.84%	-855,646.79%
消毒柜	制造费用	32,815,880.40	0.68%	28,084,404.21	0.79%	4,731,476.19%
	原材料	336,463,954.86	6.96%	286,265,054.99	8.03%	50,198,899.87%
	人工	24,559,377.53	0.51%	25,979,428.66	0.73%	-1,420,051.13%

其他	制造费用	91,787,260.76	1.90%	45,956,886.49	1.29%	45,830,374.27%
	原材料	992,410,295.69	20.53%	688,700,472.43	19.33%	303,709,823.26%
	人工	46,368,361.89	0.96%	44,216,227.34	1.24%	2,152,134.55%

(6) 报告期内合并范围是否发生变动

是 否

(7) 公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况

适用 不适用

(8) 主要销售客户和主要供应商情况

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额（元）	3,281,950,225.24
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	32.34%
前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例	0.00%

公司前 5 大客户资料

序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售总额比例
1	单位 1	1,599,097,679.27	15.76%
2	单位 2	885,343,504.05	8.72%
3	单位 3	312,719,970.80	3.08%
4	单位 4	298,965,812.27	2.95%
5	单位 5	185,823,258.85	1.83%
合计	--	3,281,950,225.24	32.34%

主要客户其他情况说明

适用 不适用

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额（元）	1,118,557,326.48
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	22.72%
前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例	0.00%

公司前 5 名供应商资料

序号	供应商名称	采购额（元）	占年度采购总额比例
1	单位 1	1,599,097,679.27	15.76%
2	单位 2	885,343,504.05	8.72%
3	单位 3	312,719,970.80	3.08%

4	单位 4	298,965,812.27	2.95%
5	单位 5	185,823,258.85	1.83%
合计	--	3,281,950,225.24	32.34%

主要供应商其他情况说明

适用 不适用

3、费用

单位：元

	2021 年	2020 年	同比增减	重大变动说明
销售费用	2,454,418,039.92	2,146,965,048.87	14.32%	无
管理费用	363,762,372.63	296,985,763.24	22.48%	无
财务费用	-139,673,507.87	-150,148,186.75	-6.98%	无
研发费用	366,026,666.34	303,347,555.81	20.66%	无

4、研发投入

公司研发人员情况

	2021 年	2020 年	变动比例
研发人员数量（人）	876	742	18.06%
研发人员数量占比	17.95%	16.09%	1.86%
研发人员学历结构	---	---	---
本科	782	648	20.68%
硕士	130	106	22.64%
研发人员年龄构成	---	---	---
30 岁以下	261	216	20.83%
30~40 岁	463	380	21.84%

公司研发投入情况

	2021 年	2020 年	变动比例
研发投入金额（元）	366,026,666.34	303,347,555.81	20.66%
研发投入占营业收入比例	3.61%	3.73%	-0.12%
研发投入资本化的金额（元）	0.00	0.00	0.00%
资本化研发投入占研发投入的比例	0.00%	0.00%	0.00%

公司研发人员构成发生重大变化的原因及影响

适用 不适用

研发投入总额占营业收入的比重较上年发生显著变化的原因

适用 不适用

研发投入资本化率大幅变动的原因及其合理性说明

适用 不适用

5、现金流

单位：元

项目	2021年	2020年	同比增减
经营活动现金流入小计	10,571,104,254.72	8,399,284,005.14	25.86%
经营活动现金流出小计	9,205,727,035.39	6,861,984,046.43	34.16%
经营活动产生的现金流量净额	1,365,377,219.33	1,537,299,958.71	-11.18%
投资活动现金流入小计	2,774,993,853.52	1,649,618,287.44	68.22%
投资活动现金流出小计	3,635,682,805.12	2,867,289,864.56	26.80%
投资活动产生的现金流量净额	-860,688,951.60	-1,217,671,577.12	/
筹资活动现金流入小计	31,544,588.74	12,726,177.30	147.87%
筹资活动现金流出小计	701,527,338.97	474,512,025.00	47.84%
筹资活动产生的现金流量净额	-669,982,750.23	-461,785,847.70	/
现金及现金等价物净增加额	-166,107,693.21	-143,199,751.94	/

相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明

适用 不适用

- 1) 经营活动现金流入同比增长25.86%，主要系报告期内公司收入规模增加所致。
- 2) 经营活动现金流出同比增长34.16%，主要系报告期内购买原材料等成本增加所致。
- 3) 投资活动现金流入同比增长68.22%，主要系报告期内购买理财产品金额增加所致。
- 4) 投资活动现金流出同比增长26.80%，主要系报告期内茅山基地、老板大厦等工程建设支出增加所致。
- 5) 筹资活动现金流出同比增长47.84%，主要系报告期内公司回购股份支出所致。

报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明

适用 不适用

二、资产及负债状况分析

单位：元

	2021年末		2021年初		比重增减
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例	
货币资金	3,802,201,346.55	27.34%	3,921,052,700.31	31.48%	-4.14%
应收账款	1,597,692,860.90	11.49%	1,008,235,946.40	8.09%	3.40%
存货	1,772,231,632.25	12.74%	1,386,089,344.84	11.13%	1.61%
投资性房地产	11,085,896.07	0.08%	2,591,001.84	0.02%	0.06%
长期股权投资	5,405,129.91	0.04%	3,452,769.59	0.03%	0.01%

固定资产	1,179,306,020.01	8.48%	824,978,354.71	6.62%	1.86%
在建工程	454,643,364.82	3.27%	463,424,647.46	3.72%	-0.45%
使用权资产	29,902,954.22	0.22%	15,374,577.46	0.12%	0.10%
短期借款	29,616,655.41	0.21%	6,076,177.30	0.05%	0.16%
合同负债	1,026,782,402.35	7.38%	949,591,228.35	7.62%	-0.24%
租赁负债	26,177,034.29	0.19%	14,705,038.35	0.12%	0.07%

三、公司未来发展的展望

1、公司发展战略（2020-2022）

专注烹饪，聚焦吸油烟机，扩大第一品类优势、领先第二品类，稳步推进第三品类。秉持艰苦奋斗的老虎钳创业精神，以产品和用户为核心，打造企业竞争优势。持续为用户打造更加“便捷、健康、有趣”的厨房生活，铸全球品牌，树百年企业。

一、总体目标：铸世界品牌，树百年企业。

成为引领烹饪生活变革的世界级百年企业。

二、业务目标：专注烹饪，聚焦吸油烟机，扩大第一品类优势、领先第二品类、稳步推进第三品类。

第一品类指以烟机为代表的烟灶消产品群。第二品类指以蒸烤一体机为代表的电气化烹饪产品群。第三品类指以洗碗机为代表的水厨电产品群。

三、核心工作：以产品和用户为核心，打造企业竞争优势，持续为用户打造更加“便捷、健康、有趣”的厨房生活。

产品，核心聚焦在产品技术的领先；用户，指购买使用厨电产品的消费者。目前厨电行业逐渐入存量博弈时代，行业整合加速，产品和用户体验将会越来越重要。通过技术创新，扩大产品竞争优势，产品驱动市场份额提升，关注用户烹饪过程和烹饪环境，以提升用户烹饪体验为出发点，将产品和用户体验打造成公司的竞争优势，持续为用户创造更加“便捷、健康、有趣”的厨房生活。

2、公司使命、愿景、价值观

使 命：创造人类对厨房生活的一切美好向往。

愿 景：成为引领烹饪生活变革的世界级百年企业。

价值观：艰苦奋斗的老虎钳创业精神。

3、2022年公司工作方针为“筑梦远行，乘势而上”，稳固传统品类龙头地位，实现二三品类全面突破，并加速新品类布局，全面引领行业发展。

4、风险因素

（1）房地产市场波动的风险

公司扎根厨房，提供涵盖吸油烟机、燃气灶、蒸烤一体机、洗碗机、集成灶等厨房电器品类。其需求与厨房装修环节紧密相关，具备一定的“装修”与“家具”属性。目前主要市场以新房需求为主，更新需求占比逐步上升，产品需求受房地产市场波动影响较大。公司凭借其市场龙头地位，具备较强的抗波动能力，但房地产市场的波动，仍将对公司经营业绩产生一定影响。此外，部分民营房地产企业因流动性问题出现商票债务违约等情况，可能造成公司工程业务应收款项无法收回的情况。

（2）原材料价格波动的风险

公司主要原材料为不锈钢、冷轧板、铜、玻璃等，其价格波动将会直接影响公司产品成本，从而影响公司盈利能力。2021年主要原材料价格大幅上涨，对公司经营业绩产生一定压力。

（3）市场竞争加剧的风险

近年来，由于厨电行业整体宏观环境趋紧、行业集中度的不断提升、综合性品牌纷纷加大对厨电市场的投入以及互联网品牌的加入，厨电行业存在着市场竞争加剧的风险，市场竞争的加剧将对公司经营业绩产生一定影响。

四、本报告期董事会情况

会议届次	召开日期	披露日期	会议决议
第五届董事会第四次会议	2021年04月05日	2021年04月15日	巨潮资讯网：第五届董事会第四次会议决议公告
第五届董事会第五次会议	2021年04月27日	2021年04月28日	巨潮资讯网：第五届董事会第五次会议决议公告
第五届董事会第六次会议	2021年05月10日	2021年05月11日	巨潮资讯网：第五届董事会第六次会议决议公告
第五届董事会第七次会议	2021年08月03日	2021年08月04日	巨潮资讯网：第五届董事会第七次会议决议公告
第五届董事会第八次会议	2021年10月19日	2021年10月20日	巨潮资讯网：第五届董事会第八次会议决议公告

杭州老板电器股份有限公司董事会

2022年4月19日