

证券代码：003006

证券简称：百亚股份

公告编号：2022-014

重庆百亚卫生用品股份有限公司 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。

非标准审计意见提示

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

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以权益分派股权登记日的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.00 元（含税），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	百亚股份	股票代码	003006
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	张黎	陈凤	
办公地址	重庆市九龙坡区奥体路 1 号上城国际 5 栋 25 楼	重庆市九龙坡区奥体路 1 号上城国际 5 栋 25 楼	
传真	023-68825666-801	023-68825666-801	
电话	023-68825666-666	023-68825666-666	
电子信箱	baiya.db@baiya.cn	baiya.db@baiya.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

2021 年是我国“十四五”开局之年，随着国民经济持续稳定恢复，生产需求逐渐回升，经济发展呈现稳中向好态势。公司管理层把握行业发展机遇，凭借专业化生产制造、供应链管理和自主研发等方面的优势，通过持续优化产品结构、深化优势区域渠道拓展、加快电商和新零售渠道建设和加大营销推广等有力措施，不断开拓创新推动了公司业绩和利润持续提升。

公司在一次性卫生用品领域深耕多年，始终坚持多品牌、差异化的发展战略，实施“川渝市场精耕、国内有序拓展、电商建设并举”的营销策略。报告期内，公司按照既定的发展战略，顺应卫生巾产品中高端化的消费趋势，通过不断的产品升级和新品推出，满足消费者对产品多样化的需求，进一步强化和巩固了品牌力，并实现了产品更广泛的市场覆盖。公司顺应消费升级及消费场景的变化趋势，持续优化营销体系；同时，公司继续深耕川渝云贵陕核心市场，推动国内市场的有序拓展，并积极开拓电商渠道，加大线上营销资源投入，持续扩大消费者人群和产品销售覆盖范围，产品收入持续保持稳定增长。

报告期内，公司对无感七日、舒睡等系列产品进行迭代升级，扩充了有机纯棉产品线，进一步丰富了公司产品品项；同时，公司持续加大中高端系列产品的市场推广力度，提升了重点品项的销售占比。公司进一步聚焦优势资源强化渠道建设，提升产品渗透率和覆盖率，电商渠道和线下渠道均实现了快速增长。

报告期内，公司实现营业收入 146,305.76 万元，较去年同期增长 16.97%；归属于上市公司股东的净利润 22,792.48 万元，较去年同期增长 24.89%；经营活动产生的现金流量净额 19,724.95 万元，较去年同期减少 21.34%；归属于上市公司股东的净资产 121,329.78 万元，较去年同期增长 7.90%，实现了公司规模和效益的双发展，公司整体的盈利能力得到进一步提升。

(一) 公司主要业务和产品

公司主要从事一次性个人卫生用品的研发、生产和销售，主要采取自主研发和生产的模式，以经销商、KA 和电商为主要销售渠道，为各年龄段消费人群提供安全、舒适和高品质的个人健康护理产品，产品主要涵盖卫生巾、婴儿纸尿裤、成人失禁用品等领域。

公司旗下拥有自由点、好之、丹宁等品牌，具有较高的品牌知名度和市场美誉度。其中，自由点为卫生巾品牌，好之为婴儿纸尿裤品牌，丹宁为成人失禁用品品牌，均定位于中高端产品。公司主要产品系列包括：

品类	品牌	系列名称	产品示例	主要特点
卫生巾	自由点	无感7日系列		该系列产品具有薄、柔、吸的特性，采用超薄复合芯体结构，产品轻薄，蓬松柔软，超强吸收。
		无感无忧系列		该系列产品采用独创的Y型芯体结构，结合立体悬浮设计，产品更加贴合人体股沟，减少摩擦感。
		舒睡系列		该系列产品具有超长超吸收的特性，舒睡430长度保持着行业内最长的巾身设计。
		安睡裤系列		该系列（内裤式）产品采用立体全包围裤型设计，贴身不紧绷，超薄透气，柔软舒适。

	FREEMORE	有机纯棉系列	 <p>FREEMORE 这不是普通天然纯棉·这是 有机纯棉 FREEMORE有机系列</p>	该系列产品采用有机纯棉表层，天然健康，极薄柔软，亲肤透气。
		隐形系列	 <p>FREEMORE 国货之光 巴黎首发 FREEMORE隐形系列</p>	该系列产品采用独创的四边封包装设计，隐秘、隐感、隐痕，产品超极薄，轻柔贴身。
婴儿纸尿裤	好之	超薄全能系列	 <p>HOWDIGE 好之 薄 像没穿一样舒适 好之超薄全能系列</p>	该系列产品采用双层超薄柔软面层和轻薄柔韧的复合芯体结构 具有超薄、透气、柔软的特性。
		不要紧系列	 <p>HOWDIGE 好之 放手去创造 放心去成长 好之不要紧系列</p>	该系列（内裤式）产品采用超声波工艺设计的无束缚弹性腰围，让婴幼儿穿着更舒适。
成人失禁用品	丹宁	成人系列	 <p>Darling 丹宁 大容量SAP吸收体 丹宁成人系列</p>	该系列产品解决成人失禁期间的困扰，具有蓬松柔软、吸收性好的特性。

(二) 公司经营模式及运作策略

公司主要采取“产、供、销”一体化的业务模式，覆盖从产品研发设计、原材料采购、生产到销售等各个环节，实现了对产业链各个环节直接、及时和有效地协同控制。

1、采购模式

公司坚持以市场为导向，由供应链管理部的专业采购人员，根据销售计划、生产计划和物料需求计划及原材料库存情况等要素，制定合理的采购计划，并通过ERP系统进行管理，有效降低资金占用，并坚持与品牌供应商合作，不断提升采购质量。

2、生产模式

公司采取自主生产为主、OEM外协生产为辅的生产模式。公司卫生巾和婴儿纸尿裤产品自主生产，公司完成产品的功

能研发、外观和包装设计，按照产品设计及生产工艺要求，采购原辅材料，依靠自有生产技术、生产设备和生产人员组织生产，按照生产流程完成产品的制造。

3、销售模式

公司主要通过经销、KA及电商渠道进行产品销售。此外，公司还采取ODM的合作模式，为消费品企业设计、开发和生产卫生巾、纸尿裤等产品。

(1) 经销模式：公司与经销客户签订经销合同，以卖断方式向经销商销售产品，经销商在合同约定的地域内通过其下游零售终端将产品销售给终端消费者。在经销模式下，公司借助经销商的渠道资源开拓市场，迅速提高品牌知名度、实现快速扩张。

(2) KA模式：公司与KA客户的总部或区域性总部洽谈合作事宜，签订年度框架销售合同，由KA客户主要采用委托代销的方式直接向终端消费者销售公司产品。目前，公司的KA客户主要包括永辉超市、新世纪百货、沃尔玛、家乐福、步步高、华润万家、大润发等国内外知名的大型连锁超市和大卖场。

(3) 电商模式：公司通过在天猫、京东、唯品会等电商平台上开设官方旗舰店或专营店向消费者销售商品，并拓展电商分销体系。同时，公司积极参与直播、团购、O2O等新兴渠道，进一步拓展了营销渠道和实现了更广的市场覆盖。

(三) 公司产品市场地位

根据尼尔森的统计数据，在2021年度全国销售额份额排名中，公司自由点品牌卫生巾产品的市场份额在本土卫生巾品牌中排名第三，在重庆市场销售份额排名第一、四川及云贵陕市场份额均排名第二，公司已发展成为国内一次性卫生用品行业领先的本土企业代表之一。

(四) 主要的业绩驱动因素

2021年，面对复杂多变的经济环境和激烈的市场竞争格局，公司顺应行业发展趋势，坚持核心战略，聚焦优势细分领域，持续优化产品结构，深化线下区域渠道拓展，加快电商和新兴渠道建设，加大营销推广力度及持续的创新投入等推动了公司业绩持续增长。

1、持续优化产品结构，增强盈利水平

报告期内，公司把握市场需求动态，充分发挥研发、供应链管理和生产制造的优势，通过产品迭代升级，持续优化产品的品质和功能，向消费者提供更加安全和舒适的产品。同时，公司加速推广新品和重点单品，持续提升中高端产品占比，进一步优化产品结构。报告期内，公司卫生巾收入118,446.58万元，较去年同期增长25.04%，其中中高端产品自由点卫生巾收入占公司卫生巾收入的比例超过95%，中高端产品的增长是公司业绩提升的主要驱动力之一。

2、线上线渠道融合，多渠道协同发展

公司坚持“川渝市场精耕、国内有序拓展、电商建设并举”的营销策略，积极适应形势变化，持续优化营销体系，在深化线下业务布局的同时，也加大了线上业务投入。2021年度，公司继续深耕川渝和云贵陕地区核心市场，优化经销商结构，拓展和扩大销售网络。同时，公司正逐步完成外围区域试点省打造和全国拓展模式推广，目前公司产品已经进入河北、山东、河南、安徽、两湖、两广等地区市场。此外，公司顺应消费升级及消费场景的变化趋势，积极开拓电商渠道，加大线上营销资源投入，优化线上组织和人员，借力线上渠道加大品牌宣传及产品推广力度，聚焦资源投入，提升品牌影响力，提升市场竞争水平。2021年度，公司在各销售渠道及区域均实现了销售收入的稳步增长。

3、加大研发投入力度，研发创新夯实产品储备

公司拥有一支经验丰富的研发团队，建立了多部门共同协作的技术创新机制，不断进行产品研发创新。2021年度，公司投入各类研发费用5,095.52万元，较上年同期增加70.67%；公司新增专利29项，研发设计了多款创新产品，报告期内公司扩充了有机纯棉产品线、公司对无感七日、舒睡等系列产品进行迭代升级，获得消费者青睐和市场的高度认可。

公司拥有国内一流的新型生产基地、专业化的生产设备和工艺技术，产品生产线丰富，自动化程度较高。为满足进一步满足产能提升和消费者需求，公司亦在持续开展生产设备的引入和改进工作。2021年度，公司先后引进2条卫生巾生产线及智能化配套设备，并对部分现有生产线增加了智能化配套设备，扩充了产能，保障了产品质量并提高了生产效率。

4、加强企业文化建设，培养符合公司发展的人才梯队

公司秉承“始终坚持用户第一”的核心价值观，重新定义和升华了企业文化，凝聚了一支在一次性卫生用品领域产业经验丰富、具有高度责任心和进取心的管理团队。与此同时，公司建立了有竞争力的人才引进、培养、激励及晋升的发展体系，不断从外部引入人才，从内部培养员工，激发员工主动性和自我潜能，人才储备得到夯实，为公司健康、持续、快速发展提供有力的支撑。公司实施了《2021年股票期权与限制性股票激励计划》，首次向83名激励对象授予了255.25万股限制性股票、向454名激励对象授予129.32万份股票期权，有效调动了员工工作积极性，将股东、公司和员工利益结合在一起，共同关注公司的长远发展，保障公司发展战略和经营目标的实现。

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	1,553,188,850.00	1,465,009,779.00	6.02%	994,074,468.00

归属于上市公司股东的净资产	1,213,297,782.00	1,124,506,050.00	7.90%	700,594,209.00
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	1,463,057,557.00	1,250,751,478.00	16.97%	1,149,414,600.00
归属于上市公司股东的净利润	227,924,823.00	182,507,497.00	24.89%	128,153,643.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	210,532,755.00	180,211,789.00	16.83%	123,048,128.00
经营活动产生的现金流量净额	197,249,470.00	250,774,493.00	-21.34%	132,017,167.00
基本每股收益（元/股）	0.53	0.46	15.22%	0.33
稀释每股收益（元/股）	0.53	0.46	15.22%	0.33
加权平均净资产收益率	19.59%	21.35%	-1.76%	20.02%

（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	405,307,484.00	355,059,068.00	323,268,779.00	379,422,226.00
归属于上市公司股东的净利润	80,317,508.00	51,721,494.00	41,308,296.00	54,577,525.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	76,863,554.00	46,345,906.00	37,044,783.00	50,278,512.00
经营活动产生的现金流量净额	49,987,203.00	61,937,870.00	14,640,316.00	70,684,081.00

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	18,278	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	18,501	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	
重庆复元商贸有限公司	境内非国有法人	41.45%	177,310,000	177,310,000			
重望耀晖投资有限公司	境外法人	21.23%	90,830,537	0			
广东温氏投资有限公司	境内非国有法人	5.92%	25,313,600	0			
上海铭耀股权投资管理有限公司—上海铭耀资产管理合伙企业（有限合伙）	其他	4.54%	19,414,771	0			
宁波通鹏信创	境内非国有	3.16%	13,514,454	0			

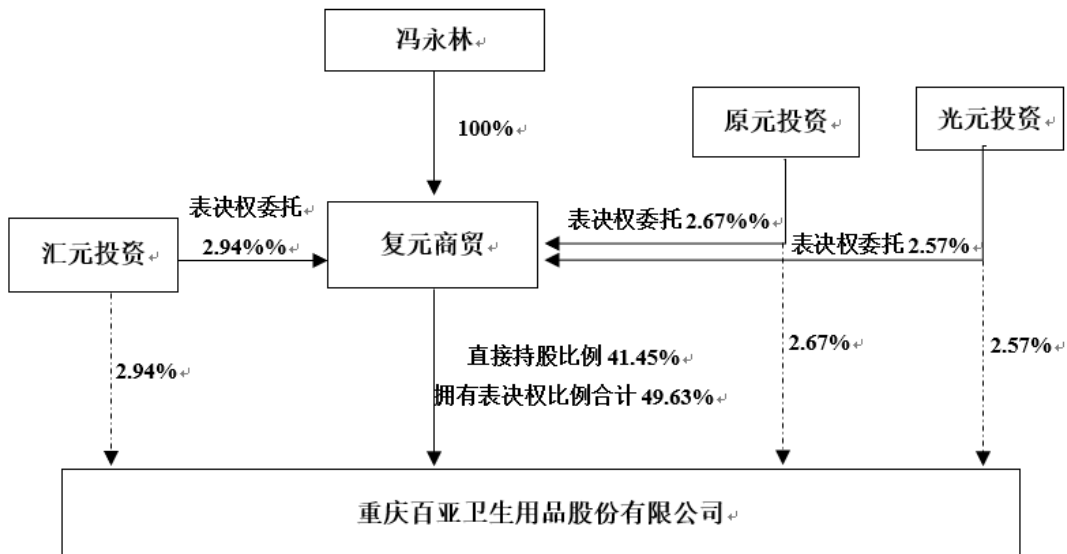
业投资合伙企业（有限合伙）	法人					
克拉玛依汇元股权投资企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.94%	12,588,002		12,588,002	
克拉玛依原元股权投资企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.67%	11,424,998		11,424,998	
克拉玛依光元股权投资企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.57%	10,987,000		10,987,000	
杭州通元优科创业投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.38%	5,923,118		0	
横琴齐创共享股权投资基金合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.41%	1,764,500		0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	宁波通鹏信创业投资合伙企业（有限合伙）与杭州通元优科创业投资合伙企业（有限合伙）同为宁波通元致瓴投资管理合伙企业（有限合伙）受托管理的私募基金。横琴齐创共享股权投资基金合伙企业（有限合伙）的管理人系广东温氏投资有限公司，具有一致行动关系。除上述情况外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动人关系。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

(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

无