

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
2023 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，本报告期利润分配预案如下：

公司拟向全体股东每10股派发现金红利9元（含税）。截至2023年12月31日，公司总股本262,733,500股，以此计算合计拟派发现金红利236,460,150.00元（含税），占2023年度归属于上市公司股东的净利润的比例为62.38%。截至目前，公司回购专户中的股份数为4,670,000股，股份用途为股权激励，若上述股份在权益分派股权登记日前未完成全部股份激励授予，则未授予的回购股份不参与本次利润分配。公司2023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。

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	田怡	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 公司所处行业情况

（一）家纺行业内销运行平稳

据国家统计局数据显示，2023年全国社会消费品零售总额为47.1万亿元，同比增长7.2%；

其中服装、鞋帽、针纺织品类金额为 1.41 万亿元，同比增长 12.9%。

家纺行业在 2023 年面临了复杂的市场环境和挑战，但整体上仍保持了平稳运行的发展态势。2023 年以来，随着我国的国内消费需求持续恢复扩大，家纺行业积极开展促进消费、提振信心的各类活动，内销趋势总体逐步恢复向好。

根据中家纺资料，行业规模以下企业则呈现较大压力。随着消费者需求的不断更新，产品同质化竞争日趋激烈，驱动家纺企业调整经营策略，不断加强研发和技术创新，提升产品的性能与品质，得以满足日益变化的市场需求。

受国际形势复杂多变、国际贸易政策阻力等因素影响，2023 年外贸有所承压，但随着国内生产生活秩序加快恢复，家用纺织品企业生产运营平稳，前期积压的存量需求及政策利好释放叠加较低基数效应，行业综合景气度和企业发展预期有所回升，内销市场总体呈回暖态势。

（二）线上消费热度持续，线上线下融合销售模式创新驱动

根据国家统计局公布数据，2023 年，全国网上零售额 154,264 亿元，比上年增长 11.0%。其中，实物商品网上零售额 130,174 亿元，增长 8.4%，占社会消费品零售总额的比重为 27.6%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长 11.2%、10.8%、7.1%。

近年来线上销售增长优势明显，互联网运作模式潜移默化影响消费方式，电商模式凭借运营方式、运行效率、场景便利等优势，使得商业零售生态“人、货、场”巨大变化，家纺企业纷纷加入线上销售平台模式，除传统电商营销外，不断创新营销模式，通过社交电商、短视频、直播、社群营销、品牌小程序等方式引流获客，积极探索线上线下相互融合发展之路，以推动商业的优化升级和创新发展。

（三）产品升级促进头部品牌提升市占率

国内家纺产品生产企业较多，产品品类繁杂，竞争激烈，而行业内已经形成规模且品牌价值高的企业，拥有较好的品牌美誉度、较强的创新能力、优异的产品质量，具备较强的竞争优势。行业优势企业通过技术创新、市场提升和新材料推动、品牌宣传等方式不断寻求新的增长点，展现出强大的竞争力。近年来，随着我国人均可支配收入的增长，消费者在家纺产品选购过程中出现了更加注重品牌和质量、重视个性化和功能性等特征的趋势，越来越多消费者开始关注睡眠质量，对绿色健康和舒适品质的需求不断增加，家纺企业唯有不断提升新型产品研发，改进工艺流程和增强生产经营管控水平，维持行业竞争力。头部企业降本增效优势将进一步显现，行业地位更加清晰。处于行业领先地位的企业在“健康、科技、时尚、绿色”等领域深耕细作，围绕着品牌的定位与传播、市场策略的建立、营销网络的搭建及市场管理、产品技术的创新及人才累积等方面构建起核心竞争优势，形成了相对稳定的竞争格局，市占率持续提升。面对严峻的市场环境，

中小家纺企业经营更加艰难，行业或面临加速洗牌。

（四）国家政策引导，消费行业迎来新机遇

国家围绕稳经济、保民生、促消费、支持民营经济发展等领域出台一系列政策措施，促进家居消费，为家纺行业市场需求和营商环境改善优化提供重要保障。内销市场的复苏更加具备确定性，居民收入水平的增长将为产业发展提供持续动力。在国家促消费政策落地的战略部署下，消费行业将迎来新机遇，但在错综复杂的国际形势下，不断提升的内需市场仍是家纺行业发展的主要动力。

2.2 公司从事的业务情况

（一）公司主营业务和产品

公司系具有行业领先地位的家用纺织品企业，长期专注于家纺产品的研发、设计、生产和销售，公司采取全品类、多品牌、全渠道的经营模式。已构建起以套件、被芯和枕芯等床上用品为核心的全品类产品矩阵。公司围绕“水星”系列品牌布局，进一步延伸打造了“水星家纺”“水星 STARZ HOME”、“百丽丝”、“水星kids”等覆盖不同消费群体偏好的品牌系列。同时，公司坚持“好被芯，选水星”战略主线，聚焦于以被芯为代表的优势品类，重点布局床上用品领域，已成为家用纺织品行业龙头企业之一。

（二）公司经营模式

1、销售模式

公司采取了全渠道的销售模式。其中，线上电商渠道及线下经销渠道是公司的主力优势渠道，二者保持均衡发展。同时，公司近年来亦通过拓展线下自营渠道加大了对核心商圈的进驻力度。公司旨在通过完善的全渠道布局，全方位、多层次地深化对消费者的触达力。

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，以科技多功能、低碳环保为目标，针对不同品牌、不同渠道，通过对消费者需求的深入研究，对产品进行研发、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、知名设计师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，以需求为导向，以资源整合为手段，以降本增效为目标，实现与需求相匹配的优质供应。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。公司对采购系统进行了信息化并不断优化，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。在自主生产模式下,公司依据生产计划自行采购原辅料,利用自有设备及生产工艺进行产品生产。公司具备套件、被芯等主要产品的自产能力。在定制成品模式下,公司向供应商直接采购定制成品,由供应商完成产品的全部生产流程。委托加工模式,即公司将自行所采购的布料等原材料委托供应商完成部分生产工序(主要是坯布印染、绣花、缝制等),并以加工费结算的模式。

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

	2023年	2022年	本年比上年 增减(%)	2021年
总资产	3,647,155,297.02	3,535,615,935.81	3.15	3,474,352,717.78
归属于上市公司股东的净资产	2,944,814,610.71	2,767,232,456.85	6.42	2,636,968,897.66
营业收入	4,210,912,053.70	3,663,751,065.48	14.93	3,799,310,683.43
归属于上市公司股东的净利润	379,075,331.86	278,256,474.19	36.23	385,874,924.85
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	327,673,282.40	226,393,509.32	44.74	362,080,588.74
经营活动产生的现金流量净额	492,987,278.67	103,914,068.35	374.42	463,842,722.08
加权平均净资产收益率(%)	13.37	10.32	增加3.05个百分点	15.51
基本每股收益(元/股)	1.44	1.05	37.14	1.46
稀释每股收益(元/股)	1.44	1.05	37.14	1.46

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	817,973,584.73	978,275,810.48	957,495,121.86	1,457,167,536.63
归属于上市公司股东的净利润	83,659,513.04	85,982,510.37	82,403,120.02	127,030,188.43
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	70,250,186.91	65,025,191.77	78,744,719.75	113,653,183.97
经营活动产生的现金流量净额	76,774,256.43	126,566,727.94	40,622,922.12	249,023,372.18

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

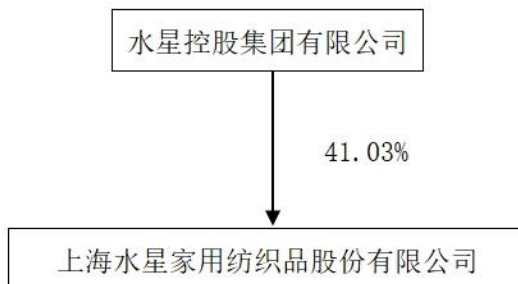
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					9,653		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					9,725		
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	41.03	0	无	0	境内非国有法人
李来斌	0	16,867,520	6.42	0	无	0	境内自然人
谢秋花	0	10,167,520	3.87	0	无	0	境内自然人
韩红昌	0	7,091,677	2.70	0	无	0	境内自然人
李裕陆	0	7,013,600	2.67	0	无	0	境内自然人
李丽君	0	6,100,000	2.32	0	无	0	境内自然人
李裕高	0	6,089,600	2.32	0	无	0	境内自然人
梁祥员	0	5,325,600	2.03	0	无	0	境内自然人
李裕奖	0	5,165,600	1.97	0	无	0	境内自然人
李芳蕾	0	4,600,000	1.75	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、李芳蕾系母女关系；（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						

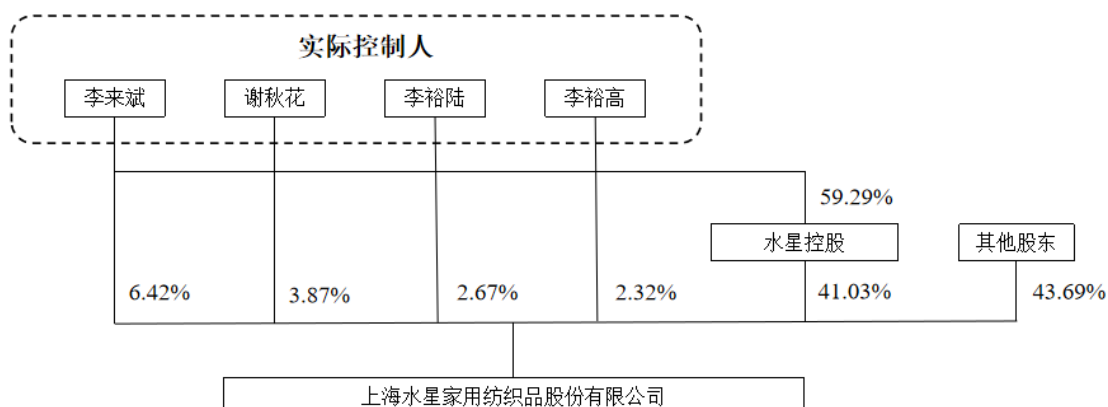
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

2023 年公司实现营业收入 4,210,912,053.70 元，较上年同期增长 14.93%；归属于上市公司股东的净利润 379,075,331.86 元，较上年同期增长 36.23%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 327,673,282.40 元，较上年同期增长 44.74%；2023 年经营活动产生的现金流量净额 492,987,278.67 元，较上年同期增长 374.42%；2023 年末归属上市公司股东的净资产 2,944,814,610.71 元，较上年末增长 6.42%。

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