

(上接A27版)

自主品牌的推广相对较少导致自主品牌发展放缓。自主品牌业务发展放缓系公司主动选择,自主品牌未面临较大发展瓶颈。

2.报告期内主要产品销售情况

报告期内,公司产品的产销率分别为96.94%、101.92%、94.21%和95.20%,主要产品未出现滞销情形,具体情况如下:

单位:万吨						
	2021年1-6月			2020年		
	产量	销量	产销率	产量	销量	产销率
空气炸锅	296.88	296.26	99.80%	426.83	389.07	91.37%
空气炸锅	45.40	40.06	88.22%	60.73	57.28	94.30%
油炸锅	128.46	118.03	91.88%	211.71	206.36	97.47%
其他	57.17	53.08	92.83%	108.61	105.43	96.97%
合计	489.91	466.41	95.20%	806.88	769.21	94.21%
单位:万吨						
	2019年			2018年		
	产量	销量	产销率	产量	销量	产销率
空气炸锅	279.3	286.72	102.68%	207.11	188.44	90.99%
空气炸锅	5.89	4.76	80.66%	-	-	-
油炸锅	166.27	167.92	101.30%	216.69	221.72	102.10%
其他	59.89	61.16	102.12%	89.43	83.77	93.69%
合计	510.36	526.15	103.12%	503.23	493.93	96.94%

注:2020年及2021年1-6月产量包含委外加工入库产量。

3.公司主要客户销售情况

公司主要通过中国进出口商品交易会(广交会)等国内外知名会议论坛以及客户推荐等方式获取公司主要客户。报告期各期前五大客户均为公司ODM/OEM业务直销客户。报告期内,公司对前五大客户的销售情况如下:

期间	序号	客户名称	主要销售产品	金额	占营业收入比例
2021年1-6月	1	Philips/飞利浦	空气炸锅	14,923.03	136.41%
			空气炸锅	4,460.65	5.80%
			烤箱	3,067.24	4.04%
	2	NEWELL/组威品牌	空气炸锅	2,073.33	2.72%
			其他	447.37	0.50%
			小计	10,038.69	132.11%
	3	SharkNinja/尚科宁家	空气炸锅	5,764.77	7.59%
			空气炸锅	14,045.77	54.89%
			其他	201.79	0.24%
			小计	4,396.27	5.75%
2020年	4	Pampered Chef/乐厨	空气炸锅	2,389.74	3.34%
			空气炸锅	1,657.01	2.18%
			油炸锅	112.82	0.15%
			小计	4,159.56	5.47%
			合计	39,263.03	51.65%
			空气炸锅	12,562.34	16.70%
			烤箱	6,899.69	9.09%
			油炸锅	896.09	1.16%
			空气炸锅	451.49	0.59%
			其他	769.89	0.99%
2019年			小计	21,519.83	18.50%
			空气炸锅	10,371.56	8.30%
			其他	282.29	0.24%
			小计	11,153.86	9.04%
			油炸锅	7,346.61	6.33%
			空气炸锅	660.06	0.57%
			空气炸锅	28.98	0.02%
			小计	5,083.68	4.08%
			空气炸锅	5,189.77	4.40%
			空气炸锅	1,873.88	1.61%
2018年			油炸锅	25,334	0.22%
			小计	7,316.98	6.20%
			空气炸锅	6,167.67	5.30%
			其他	411	0.01%
			小计	6,176.78	5.31%
			合计	54,221.09	46.11%
			空气炸锅	7,192.69	9.72%
			烤箱	3,344.68	4.47%
			油炸锅	894.65	1.22%
			其他	748.48	1.01%
2017年			小计	11,190.19	15.12%
			油炸锅	4,472.43	6.04%
			空气炸锅	1,638.89	2.21%
			油炸锅	1,189.4	1.61%
			空气炸锅	50.60	0.07%
			小计	6,280.76	8.40%
			空气炸锅	4,902.57	6.62%
			油炸锅	21.76	0.03%
			其他	21.31	0.03%
			小计	5,219.54	7.62%
2016年			空气炸锅	4,880.13	6.59%
			其他	250	0.00%
			小计	4,882.63	6.60%
			空气炸锅	3,889.84	5.28%
			油炸锅	86.26	0.12%
			空气炸锅	28.92	0.04%
			其他	2.83	0.00%
			小计	4,007.84	5.42%
			合计	31,508.86	42.68%
			油炸锅	6,688.97	10.77%
2015年			空气炸锅	1,191.49	1.59%
			小计	7,860.46	12.70%
			空气炸锅等	5,646.02	9.13%
			油炸锅	106.93	0.17%
			其他	43.71	0.07%
			小计	5,795.65	9.37%
			烤箱	1,877.69	3.04%
			空气炸锅	1,366.09	2.29%
			油炸锅	803.69	1.30%
			其他	693.21	1.07%
2014年			小计	4,741.09	7.67%
			空气炸锅	4,000.09	6.47%
			油炸锅	106.41	0.17%
			其他	86.65	0.14%
			小计	28.83	0.05%
			小计	4,234.56	6.85%
			油炸锅	2,402.88	3.89%
			合计	26,046.87	40.48%
			空气炸锅	2,000.00	3.15%
			其他	106.41	0.17%

排名	客户名称	2019年	销售收入	占营业收入比例
1	NEWELL/组威品牌	美国	3,114.19	4.23%
		哥伦比亚	3,067.24	4.17%
		巴西	2,397.42	3.24%
		智利	604.29	0.82%
		墨西哥/地区	582.78	0.79%
		其他国家/地区	1,404.17	1.90%
		小计	11,190.19	15.12%
		美国	5,229.13	7.13%
		加拿大	462.28	0.62%
		其他	395.21	0.53%
2	Select Brands/精选品牌	美国	1,440.03	1.94%
		其他	2,314.13	3.13%
		新加坡	127.06	0.17%
		小计	2,441.19	3.30%
		美国	1,788.21	2.41%
		加拿大	319.96	0.43%
		墨西哥/合众国	218.78	0.29%
		其他	107.88	0.14%
		小计	2,434.93	3.29%
		合计	76,796.00	66.16%

排名	客户名称	2019年	销售收入	占营业收入比例
1	NEWELL/组威品牌	美国	3,114.19	4.23%
		哥伦比亚	3,067.24	4.17%
		巴西	2,397.42	3.24%
		智利	604.29	0.82%
		墨西哥/地区	582.78	0.79%
		其他国家/地区	1,404.17	1.90%
		小计	11,190.19	15.12%
		美国	5,229.13	7.13%
		加拿大	462.28	0.62%
		其他	395.21	0.53%
2	Select Brands/精选品牌	美国	1,440.03	1.94%
		其他	2,314.13	3.13%
		新加坡	127.06	0.17%
		小计	2,441.19	3.30%
		美国	1,788.21	2.41%
		加拿大	319.96	0.43%
		墨西哥/合众国	218.78	0.29%
		其他	107.88	0.14%
		小计	2,434.93	3.29%
		合计	76,796.00	66.16%

排名	客户名称	2019年	销售收入	占营业收入比例
1	NEWELL/组威品牌	美国	3,114.19	4.23%
		哥伦比亚	3,067.24	4.17%
		巴西	2,397.42	3.24%
		智利	604.29	0.82%
		墨西哥/地区	582.78	0.79%
		其他国家/地区	1,404.17	1.90%
		小计	11,190.19	15.12%
		美国	5,229.13	7.13%
		加拿大	462.28	0.62%
		其他	395.21	0.53%
2	Select Brands/精选品牌	美国	1,440.03	1.94%
		其他	2,314.13	3.13%
		新加坡	127.06	0.17%
		小计	2,441.19	3.30%
		美国	1,788.21	2.41%
		加拿大	319.96	0.43%
		墨西哥/合众国	218.78	0.29%
		其他	107.88	0.14%
		小计	2,434.93	3.29%
		合计	76,796.00	66.16%

排名	客户名称	2019年	销售收入	占营业收入比例
1	NEWELL/组威品牌	美国	3,114.19	4.23%
		哥伦比亚	3,067.24	4.17%
		巴西	2,397.42	3.24%
		智利	604.29	0.82%
		墨西哥/地区	582.78	0.79%
		其他国家/地区	1,404.17	1.90%
		小计	11,190.19	15.12%
		美国	5,229.13	7.13%
		加拿大	462.28	0.62%
		其他	395.21	0.53%
2	Select Brands/精选品牌	美国	1,440.03	1.94%
		其他	2,314.13	3.13%
		新加坡	127.06	0.17%
		小计	2,441.19	3.30%
		美国	1,788.21	2.41%
		加拿大	319.96	0.43%
		墨西哥/合众国	218.78	0.29%
		其他	107.88	0.14%
		小计	2,434.93	3.29%
		合计	76,796.00	66.16%

注1:纽约上市公司NEWELL Rubbemarket包含美国NEWELL、Appliances & Cookware和JCS等公司,2019年营业收入97.15亿美元。

注2:美国Pampered Chef成立于1980年,主要通过销售顾问在家举行家庭派对烹饪的方式销售产品,于2002年被巴菲特的伯克希尔哈撒韦公司收购。

注3:美国Select Brands代理运营了Toast Master等多个厨房家电品牌。终端销售区域包括美国、哥伦比亚、墨西哥和巴西等地区,主要销售渠道为Wal-mart等商场超市。

注4:RWK China成立于1989年,是欧洲的家用电器制造商。

注5:美国SENSIO成立于2003年,主要从事厨房家电业务,目前拥有Bella、Cruix等七大品牌。

注6:巴西Britania系巴西家电品牌企业,1956年成立并专注于家电领域,目前已拥有300余种产品。

注7:德国Innovation现已更名为Medion,1982年成立于德国埃森,欧洲知名消费电子公司,产品包括烤箱等小家电。

注8:美国Team终端销售区域包括美国、法国和英国等地区,主要销售渠道为沃尔玛。

注9:SharkNinja是JS Global(1691.HK)子公司,Ninja品牌主要负责厨房家电的销售。

注10:飞利浦包含Philips Consumer Lifestyle Bv与飞利浦(中国)投资有限公司。

报告期内,公司前五大客户集中度不断提升,销售额合计占营业收入的比例分别为40.48%、42.68%、46.61%和51.65%,前五大客户随公司下游客户的不断开拓及客户的战略布局情况每年有所变化。公司不存在对单一客户形成重大依赖的情形。

同时,除招股意向书披露的关联关系外,公司及其董事、监事、高级管理人员(包含其关系密切的家庭成员)、核心技术人、主要关联方和持有公司5%以上股份的股东未在公司前五大客户中占有任何权益。

报告期内,公司产品销往美国、哥伦比亚、英国等70余个国家/地区,客户销售区域相对分散。公司对前十大客户的销售情况如下:

2	NEWELL/恒威品牌	墨西哥/合众国	1,105.53	1.45%	
		巴西	777.87	1.02%	
		智利	698.48	0.91%	
		其他国家/地区	1,299.97	2.37%	
		小计	10,038.99	13.21%	
3	SharkNinja/尚科宁家	美国	5,727.18	7.54%	
		加拿大	376.00	0.05%	
		小计	5,764.77	7.59%	
4	Pampered Chef/乐厨	美国	4,273.68	5.62%	
		荷兰	92.59	0.12%	
		小计	4,366.27	5.75%	
5	RWK China/RWK中国	美国	4,159.56	5.47%	
		美国	3,380.32	4.45%	
		美国	280.07	0.37%	
6	Select Brands/精选品牌	加拿大	724.54	0.10%	
		小计	3,713.93	4.88%	
		巴西	2,211.44	2.91%	
7	Britania/宝力达	美国	1,924.74	2.53%	
		美国	52.82	0.07%	
		加拿大	13.36	0.02%	
8	SHERRO INC/鑫西欧	小计	1,990.90	2.62%	
		德国	1,660.05	2.18%	
		其他国家/地区	165.25	0.22%	
9	MEDION/美迪雅	小计	1,028.50	2.49%	
		中国	1,439.72	1.87%	
		合计	90,434.32	96.37%	
10	浙江联兴苏泊尔家居用品有限公司	中国	1,439.72	1.87%	
排名		客户名称	2020年	销售收入	占营业收入比例