

证券代码：301088

证券简称：戎美股份

公告编号：2023-006

日禾戎美股份有限公司 2022 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：未发生变更。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以公司总股本 228,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.66 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

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	戎美股份	股票代码	301088
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	于清涛	于冬雪	
办公地址	江苏省常熟闽江东路 11 号世茂商务中心广场 a 幢 2901	江苏省常熟闽江东路 11 号世茂商务中心广场 a 幢 2901	
传真	0512-52969003	0512-52969003	
电话	0512-52969003	0512-52969003	
电子信箱	rumerebod@rumere.com	rumerebod@rumere.com	

2、报告期主要业务或产品简介

公司的主要业务是基于互联网平台，依托“戎美 RUMERE”品牌，从事服装服饰等产品的企划设计、供应链管理和销售业务，主要产品包括职业与休闲风格的女装、男装、配饰、家纺等，并在自身风格体系内，紧贴全球时尚潮流。在互联网平台和自身信息系统的支持下，公司依托线上销售渠道，凭借自身供应链管理能力和柔性供应链体系，实现了小订单、快反应的互联网新零售模式。公司以企划设计和供应链管理为核心竞争力，在信息管理系统的支持下，充分发挥自身渠道优势，坚持为消费者提供高品质、高性价比的产品。



R U M E R E

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

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末 增减	2020 年末
总资产	2,713,064,879.72	2,539,878,965.21	6.82%	619,085,781.08
归属于上市公司股东的净资产	2,568,459,255.28	2,442,002,438.15	5.18%	546,649,025.08
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	948,811,767.71	872,310,059.47	8.77%	851,367,054.36
归属于上市公司股东的净利润	167,040,817.13	162,674,559.03	2.68%	162,064,683.56
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	125,662,452.72	150,289,718.68	-16.39%	154,258,345.44
经营活动产生的现金流量净额	125,309,020.66	4,202,782.48	2,881.57%	145,117,306.82
基本每股收益 (元/股)	0.73	0.90	-18.89%	0.95
稀释每股收益 (元/股)	0.73	0.90	-18.89%	0.95
加权平均净资产 收益率	6.66%	17.74%	-11.08%	34.81%

(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	203,697,347.01	183,204,709.92	227,399,293.29	334,510,417.49
归属于上市公司股东的净利润	47,833,282.51	27,031,292.34	36,777,718.22	55,398,524.06
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	36,975,071.10	17,264,526.38	26,503,097.68	44,919,757.56
经营活动产生的现金流量净额	37,684,033.24	6,001,031.74	-4,994,836.67	86,618,792.35

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

公司根据审计机构意见，将使用募集资金购买结构性存款产生的相关收益在非经常性损益项目列报，相应调整了已披露的季报、半年报中归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润金额。该修正不影响公司已披露的资产负债表、利润表和现金流量表的列示。

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	25,389	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	25,541	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	-	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	-	持有特别表决权的股份总数（如有）	-
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			
苏州戎美集团有限公司	境内非国有法人	51.58%	117,600,000	117,600,000					
郭健	境内自然人	11.05%	25,200,000	25,200,000					
温迪	境内自然人	11.05%	25,200,000	25,200,000					
于清涛	境内自然人	1.23%	2,800,000	2,800,000					
中国中金财富证券有限公司	国有法人	0.79%	1,809,408	1,809,408					
西部利得量化成长混合型发起式证券投资基金	其他	0.31%	709,400						
申万菱信消费增长混合型证券投资基金	其他	0.29%	667,500						
尹睿彬	境内自然人	0.21%	468,845						
苏娜	境内自然人	0.17%	384,193						
华泰优享分红回报型养老金产品	其他	0.15%	348,500						
上述股东关联关系或一致行动的说明	截至报告期末，郭健、温迪夫妇合计直接持有本公司 22.10% 股权，为公司实际控制人；同时，郭健和温迪通过苏州戎美集团有限公司间接持有本公司 51.58% 股权。								

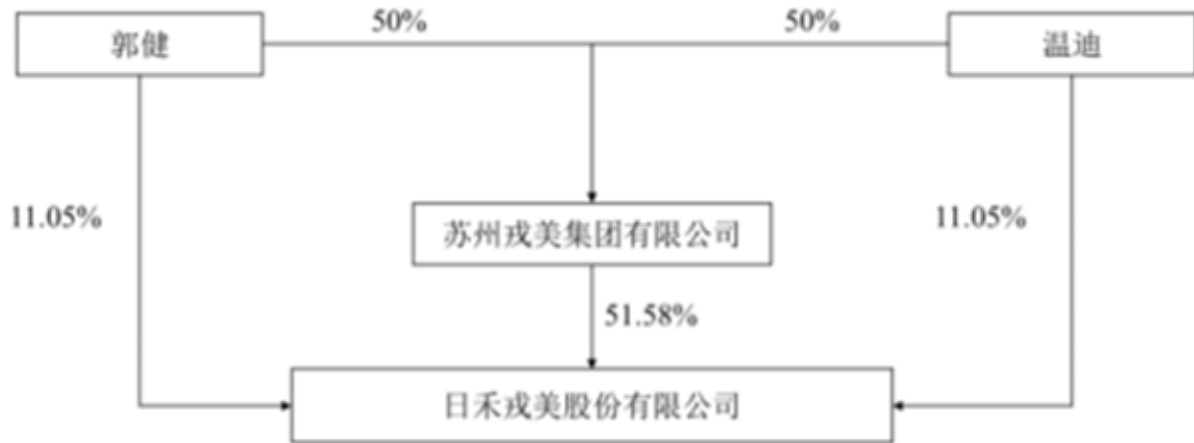
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

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

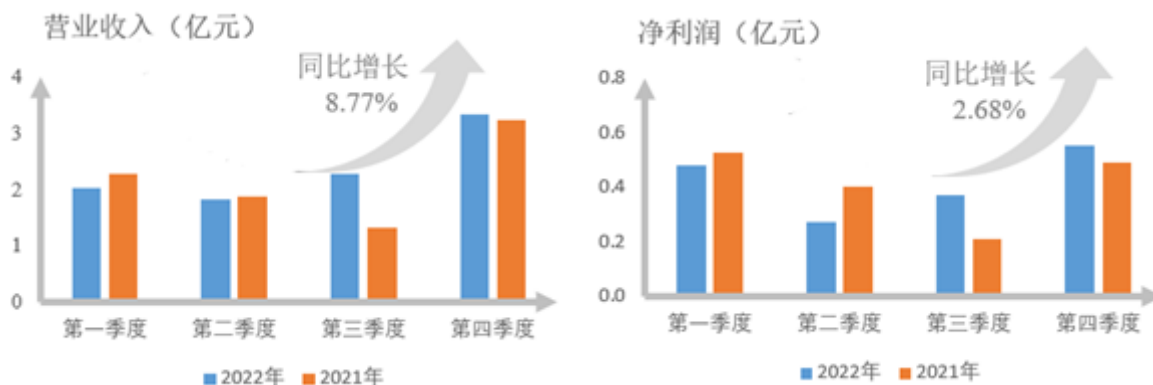
适用 不适用

三、重要事项

（一）报告期主要经营情况

1、财务表现

2022 年度，在行业景气度下行、生产和终端物流受到严峻考验的情况下，公司上下一心，踔厉奋发实现逆势增长，全年总体营业收入 9.49 亿元，同比增长 8.77%，实现净利润 1.67 亿元，同比增长 2.68%。公司整体的营业收入、盈利水平保持增长的态势。



从分季度的财务表现看，2022 年第一、二季度的业绩弱于上年同期，主要原因在于上半年度公司供应链受到外部环境的干扰，主要体现在（1）合作工厂的生产排期不确定性加大，造成预售商品的延迟交货导致顾客退订；（2）销售端物流配送的局部阻滞，导致下订商品无法如期送达终端顾客，其中上海和吉林地区的影响最为严重，而上年度可比同期这两个区域市场的销售额占比超过 16%，对整体业务产生了实质性负面影响。第三季度，随上述负面影响因素的部分减弱，公司的业绩恢复强势增长态势，营业收入、净利润的同比增速均超过 70%。第四季度，营业收入、净利润的增速环比放缓，同比微增，主要原因在于作为电商行业旺季的“双十二”期间生产供应链和终端物流配送再次受到挑战，一方面导致公司的收发货受限，发货量不及预期，另一方面消费市场表现收缩，对销售端造成了负面冲击。

报告期内，公司净利润增幅窄于营业收入的增幅，主要由于毛利率下降及资产减值损失的增加。毛利率下降主要由于市场需求情况导致的产品销售结构变动所致。此外由于供应链受到干扰致使一部分产品延期交付，错过了销售上新的波段，公司对存货未来可变现价值进行审慎评估，遵循谨慎性原则计提了存货跌价准备。

2、经营情况

回顾 2022 年，在零售行业整体面临宏观经济景气度、市场需求收缩的挑战下，公司稳健经营，积极蓄力，在报告期内着力于以下工作：

1、积极推进现代制造服务业基地项目建设，提升智能化水平

报告期内，现代化制造服务业基地项目一期工程三幢智能制造及物流配送车间已竣工验收，并于年中投入使用，配置了自动化流水线等先进设备，可满足超 1,200 万件服装配饰商品的智能化仓储和配送。新投产的智能制造车间，经过重新的工业工程动线设计和布置，提升了自主产能，有助于加强公司自有柔性供应链的弹性，保证小单快反的优势。新配套的智能售后处理区，缩短了公司售后订单处理时长，并提升了日处理件数，有助于加速公司存货的周转。此外，二期工程研发运营大楼已于报告期内完成结构性封顶，完成后将提升企划设计，视觉呈现和管理效率，也将为直播售货提供更多可选场景，为终端顾客带来更为丰富的商品展示选择。

2、持续加码信息化建设，助力运营效率提升

报告期内，公司顺应数字化发展浪潮，持续推进信息化建设，使之更契合线上零售全业务流程。随现代化制造服务业基地投入使用，公司完成了动态存货管理系统的研发和投用，结合新的物流中心物理库存管理，提高了原料、成品检测、验收和周转效率，提升了数字化管理水平。定制化开发并投用了新的服装版型设计软件，我们提升了设计制版等工作的效率和精准度。

3、开展常态化直播，构建品牌私域流量

报告期内，公司坚持以“内容”和“知识”双驱动，通过“戎美大讲堂”的特色形式，于周日及“双十一”、“双十二”购物节累计为粉丝开展精品直播 50 场，贡献了年度 GMV 的近 50%，直播账号粉丝数已超过 640 万。通过常态化直播的开展，辅以数字化工具的支持，培养了消费者的购物习惯，有助于公司的精细化流量运营，实现用户的沉淀与反复触达。根据生意参谋数据统计，报告期内，消费者人均消费频次为 1.98 次，较上期提高 14%。

4、扩充人才队伍，夯实运营基础

互联网零售新模式结合传统供应链的应用，由于业务流程更加集成化、一体化，对人才技能的复合型要求更高。报告期内，公司持续加大人才的引进培养，适度扩大了企划设计团队、销售运营团队规模，通过“导师带训制”的模式，培养了技能水平和综合素质较高且结构合理的人才队伍，以满足未来业务发展对于人力资源的需求。



(二) 报告期公司详细事项请详见公司披露的《2022 年年度报告》全文。

