

证券代码：300640

证券简称：德艺文创

公告编号：2021-034

德艺文化创意集团股份有限公司 2020 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。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

华兴会计师事务所（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：公司本年度会计师事务所为华兴会计师事务所（特殊普通合伙）。

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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 286,850,254 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.5 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	德艺文创	股票代码	300640
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	冯文婷	陈庚	
办公地址	福建省福州市鼓楼区五四路 158 号环球广场 1701 单元	福建省福州市鼓楼区五四路 158 号环球广场 1701 单元	
传真	0591-87828800	0591-87828800	
电话	0591-87762758	0591-87762758	
电子信箱	board@fz-profit.com	board@fz-profit.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主营业务概况

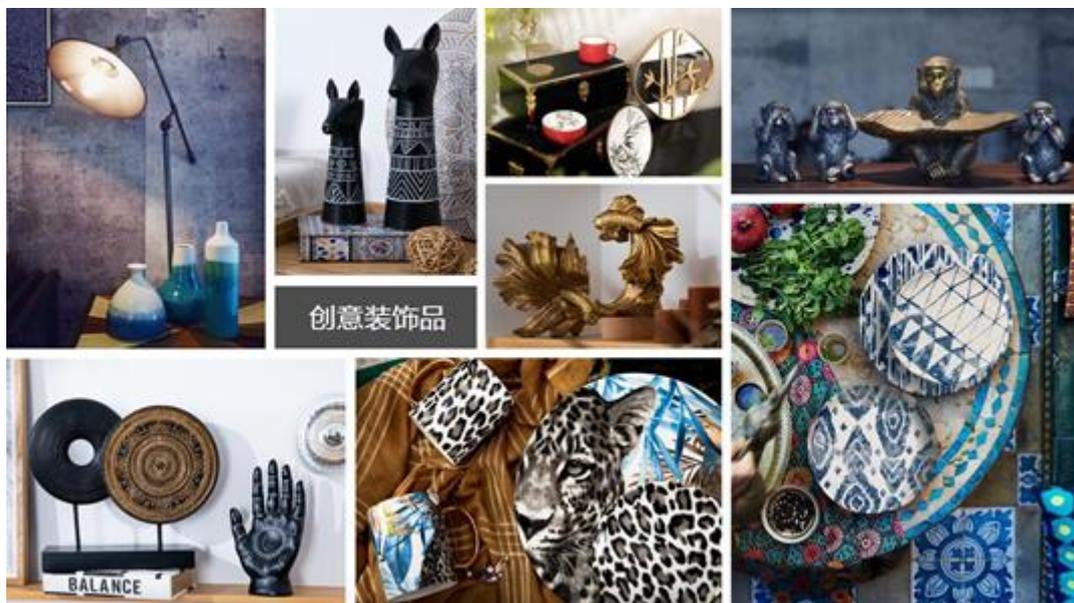
公司成立二十余载，始终致力于成为“全球文创家居用品整体供应商”，为海内外客户提供文创家居用品的研发设计、外包生产、销售三路并行的一站式服务。报告期内，公司的主营业务并无变化。

自成立以来，公司就始终坚持在文化中发现美、升华美，借助专业的研发设计团队，将其搭载到陶瓷、树脂、竹木等原材料上，生产出大众日常所需的家居用品。卓越的设计能力和精准的营销渠道为公司赢得了客户的广泛信赖，目前，公司业务已覆盖至全球近百个国家和地区，产品遍布世界的各个角落。

（二）主要产品

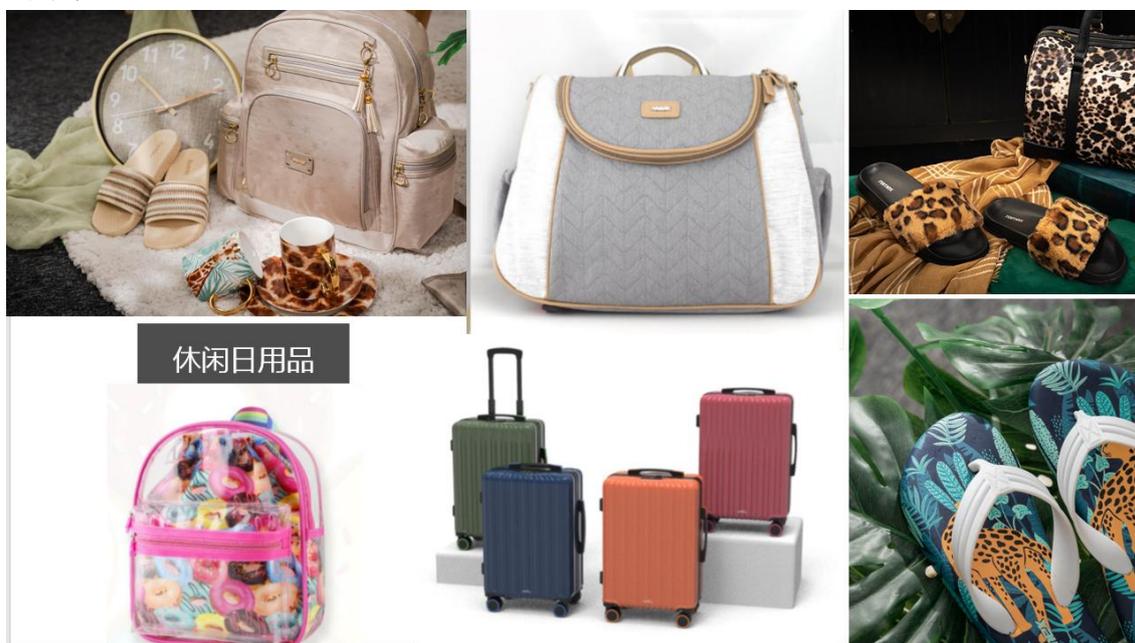
公司为创意家居用品整体供应商，产品类别齐全，品种丰富，包括创意装饰品、休闲日用品、时尚小家具等三大类别近万个品种。分别如下：

1、创意装饰品：在创意装饰品的研发设计理念上，公司主要通过文化创意和设计服务将中华传统文化或外国经典元素融入陶瓷、树脂、竹木、铁件等载体之中来突显创意特性，并运用现代的工艺技术制造而成，主要可分为节庆装饰品、日用装饰品及花园装饰品等。



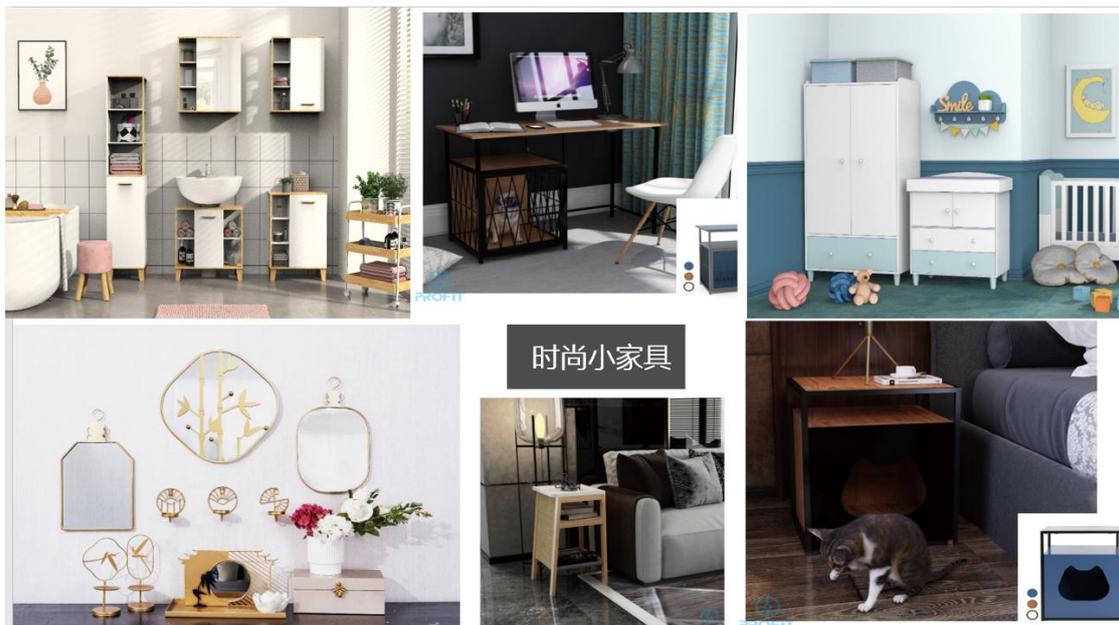
（图1：公司设计的创意装饰品产品图片）

2、休闲日用品：在家居日用品的研发设计理念上，设计团队希望倡导一种休闲的生活方式，因此主要突显其休闲特性，以提升产品的美观度和舒适感、改善产品的休闲文化体验为重点，赋予家居日用品以时尚元素和文化内涵，主要包括休闲鞋和休闲包两大类。



（图2：公司设计的休闲日用品产品图片）

3、时尚小家具：对于创意小家具，公司在研发设计理念上突显时尚特性，除具备家具产品本身的实用功能外，在外观设计上融合设计师的创新和灵感，融入时尚、品质、文化及个性化元素，满足消费者对生活环境和生活品质的高层次要求。



(图3: 公司设计的时尚小家具产品图片)

(二) 经营模式

作为一家致力于为海内外客户提供文化创意家居用品一站式采购服务的公司，公司建立了集“研发设计—委托外包—渠道销售”三大环节于一体的稳定经营模式。其环节主要如下：

1. 研发设计环节

公司始终坚持以研发创新为核心驱动力，通过充分整合全球文化资源、现代文创工艺与最新设计理念，以陶瓷、树脂、铁艺等材料为载体，借助专业的研发设计团队将文化资源转变为文化创意家居用品。截至目前，公司获得各项知识产权一百余项，在创意设计、产品开发等方面处于行业领先水平。

2. 委托外包环节

公司所处的福建省，是陶瓷、树脂、竹木制品以及服装鞋帽等日用品的重要生产基地，原料供应充足，生产厂商众多，产业链条完整，并已经形成了产业集群。在此基础上，公司凭借卓越的研发设计能力，采用OEM采购模式，由公司研发中心提供设计图纸，OEM厂商按照设计图生产产品，最终以公司的自主品牌或指定品牌销售。为了与文创家居产品个性化、小批量、多品种的特点相匹配，公司通常采取小规模、多批次的采购方式。同时，公司外销产品遵循“以销定产”原则，根据客户订单的品种和数量组织相应采购，实行产品零库存管理，最大程度地降低公司经营风险。

3. 渠道销售环节

报告期内，公司海外销售占比较高，作为国家文化出口重点企业，公司经过多年的积累和沉淀，建立了完备的海外营销渠道。公司每年会不间断参加国内外各类新品发布会，会携带几千款自行开发设计的新品进行发布，目前，公司已经拥有了覆盖全球五大洲的客户。公司与上述大型经销商及商超经过长时间的合作，建立了良好和稳定的供销关系。公司客户均在区域内有较大影响力且信誉良好，由于公司产品的综合竞争优势，客户持续稳定。

(四) 主要业绩驱动因素

1. 政策驱动因素

为促进文化创意产业高质量发展，国家陆续出台支持文化产业和专业化设计服务细分行业发展的政策，以鼓励和促进文化产业及上下游产业融合发展、为经济转型和社会发展注入文化活力。

2. 市场驱动因素

(1) 国际社会对中国文化产品的需求，为业绩增长提供了有利条件

近年来，我国经济和政治地位不断提升，在国际事务中发挥的作用不断增强，对外经济、文化、人员交流日益频繁，为发展我国文化产品对外贸易创造了有利条件。我国历史文化悠久，历史底蕴深厚，随着国家影响力的持续提升，我国文化产品和服务在世界各国中的影响力进一步扩大，加速了我国文化产品的国际化进程。这些都为公司拓展海外创意家居市场奠定了广阔的基础。

(2) 东西方文化的交流为研发设计提供创意源泉

作为以中国五千年的传统文化为创意来源的企业，德艺文创深扎于文化土壤，并以此为创意设计的来源，重点开发呈现具有文化特色的家居产品。举例来说，中国古老的扎染技术，其方式是通过结扎织物，浸泡染色，被结扎的部位无法着色，最后得到很不规则很自然图案的布料，是国内传统独特的手工染色技术。研发设计团队从其中获取创意设计思路，进行二次

升级改进，与当下流行的中东北非异域图腾符号糅合，匹配以流行的土豪金画龙点睛手法，诠释到材料载体上。



1. 中国传统扎染技术；
2. 德艺文创根据该传统技术设计的产品。



(图4: 传统文化与现代文创工艺的结合)

东西方设计思潮的碰撞和交流极大地丰富了创意和设计内涵，拓展了物质和非物质文化遗产传承和发扬途径，促进了文化资源的应用和发展。

3.公司自身的竞争优势驱动因素

公司凭借专业的研发设计团队和卓越的研发设计能力，通过充分整合全球文化资源、现代文创工艺与最新设计理念，高效的供应链管理体系，深耕多年的全球经销渠道，以陶瓷、树脂、竹木等材料为载体，生产出符合市场需求的文化创意家居用品。

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

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	560,296,860.59	616,132,092.05	-9.06%	557,540,915.36
归属于上市公司股东的净利润	39,005,657.83	44,900,879.07	-13.13%	40,213,832.73
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	23,420,868.05	39,564,481.23	-40.80%	32,785,623.60
经营活动产生的现金流量净额	38,994,114.66	54,594,925.32	-28.58%	27,402,085.56
基本每股收益（元/股）	0.1765	0.2049	-13.86%	0.3591
稀释每股收益（元/股）	0.1765	0.2089	-15.51%	0.3585
加权平均净资产收益率	12.44%	15.03%	-2.59%	13.95%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	483,348,986.77	407,573,142.75	18.59%	396,107,303.81
归属于上市公司股东的净资产	340,063,888.73	333,759,340.25	1.89%	305,602,169.89

(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	121,204,577.98	115,683,003.29	178,942,388.15	144,466,891.17
归属于上市公司股东的净利润	13,337,514.40	10,069,012.20	12,344,021.44	3,255,109.79

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	8,129,240.74	8,933,420.98	11,283,707.61	-4,925,501.28
经营活动产生的现金流量净额	32,561,177.67	-13,027,556.69	-2,516,506.51	21,977,000.19

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

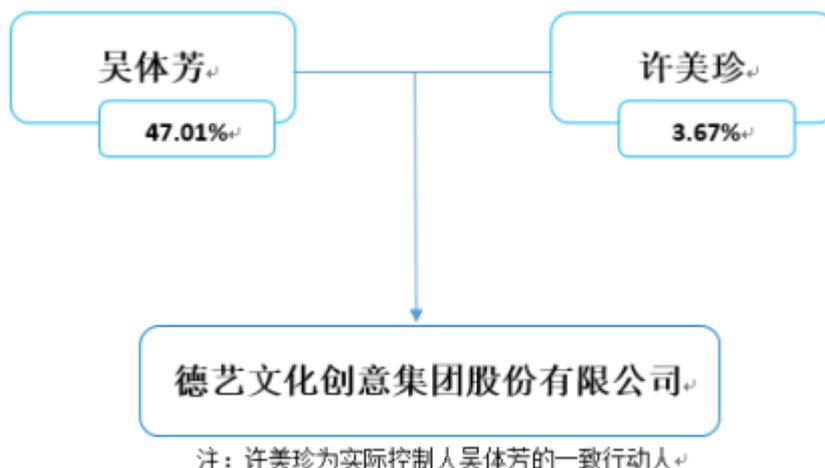
报告期末普通股股东总数	7,403	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	8,737	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
吴体芳	境内自然人	47.01%	103,788,000	77,841,000	质押	25,920,000	
陈岚	境内自然人	6.34%	14,001,350	14,001,350			
许美珍	境内自然人	3.67%	8,100,000	0			
吴丽萍	境内自然人	3.61%	7,965,000	5,973,750			
周信钢	境内自然人	2.81%	6,196,600	0			
朱峰	境内自然人	2.61%	5,757,259	0			
李欣	境内自然人	1.19%	2,629,500	0			
欧阳军	境内自然人	0.77%	1,710,000	1,282,500			
王斌	境内自然人	0.62%	1,362,260	1,282,500			
陈秀娟	境内自然人	0.55%	1,224,000	918,000			
上述股东关联关系或一致行动的说明	吴体芳与许美珍为一致行动人；李欣与周信钢为一致行动人。未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知其他股东是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。						

(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、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司成立二十余载，始终致力于成为“全球文创家居用品整体供应商”，为海内外客户提供文创家居用品的研发设计、外包生产、销售三路并行的一站式服务。报告期内，公司的主营业务并无变化。

作为国家文化出口重点企业，公司始终坚持文化、品牌“走出去”的战略路线，公司始终秉持“文化资源创意化、创意设计产品化、产品销售产业化”的业务理念，立足于海内外文化，将中国历史遗迹、建筑园林、文物珍宝、名山大川、民俗风情、宗教等文化元素，融合当季流行潮流趋势，借助专业的研发设计团队，将设计与创意应用于陶瓷、树脂、竹木等载体，打造出兼具“时尚、创意、设计”于一体的创意家居用品。卓越的设计能力和精准的营销渠道为公司赢得了客户的广泛信赖，目前，公司业务已覆盖至全球近百个国家和地区。

报告期内，全球疫情相继爆发蔓延，导致公司各项业务开展进度放缓，境外海运运力紧张、运输成本上升，加之人民币兑美元的汇率波动，对公司报告期的总体业绩造成一定影响。为此公司及时调整了年度经营计划，除继续加大对“一带一路”等新兴市场国家销售渠道的建设及国内市场开拓以外，还加强对新的营销模式及渠道的开拓探索力度，丰富产品品类；加强内部治理体系建设，降本增效。报告期内，公司实现营业收入56,029.69万元，较上年同期下降9.06%；本期实现净利润为3,900.57万元，较上年同期下降13.13%。公司本期重点工作汇报如下：

1.坚持自主研发，提升核心竞争力

公司始终秉承“创新引领、传承文化、品质家居、缔造生活”的理念，专注于创意装饰品、休闲日用品和时尚小家具的研发设计，报告期内，公司基于多年积累的对海外创意家居用品市场的深刻理解，对市场流行趋势的准确把握，不断改进产品性能，满足客户需求。继续强化项目储备及新产品研发，确保公司的核心竞争力得以提升，推动公司业务保持健康稳定发展。

2.优化营销渠道，丰富产品品类，夯实业务基础

公司管理层面面对国际、国内经济形势的压力，用好福建自贸区、国家新区和“一带一路”海上丝绸之路发源地的区域优势，除巩固原有欧美客户外，还重点开拓金砖国家及“一带一路”国家在内的新兴国家市场，扩大公司的产品市场份额以及业内的影响力。此外，面对疫情对全球经济影响，公司积极采取多方面的举措，以应对新的市场环境所带来的挑战。在营销渠道方面，公司加大互联网电商的渠道建设、直播电商等新媒体销售模式，借助国内外成熟的电商平台，加大布局线上营销渠道，更多地开拓新的线上市场。在市场开发方面，公司也在加大国内市场的开拓力度，以内需对冲外需的减少。在产品方面，一方面，公司继续丰富产品线，例如结合目前人宠和谐的理念开发了人与宠物共用的宠物类家居产品，丰富了时尚小家具板块的产品品类；根据目前国内潮流趋势，依托公司优秀的研发设计能力，开发适合国内市场的产品系列，加强自主品牌建设，提升产品附加值。在管理方面，进一步加强内部风险控制，强化客户资源的整合与管理，提升组织能力和运营效率。

3. 强化内控建设，完善公司治理

报告期内，公司依照《证券法》、《创业板上市公司规范运作指引》等法规及规范性文件，完善公司法人治理结构，进一步建立健全管理制度，积极推进内控制度建设、信息披露、投资者关系管理和三会运作等工作提升规范运作水平，通过投资者关系电话专线、互动平台等常态互动，保持投资者与上市公司畅通交流，提高公司运作透明度，充分保护中小投资者利益，维护上市公司良好形象，对公司的长远发展有重要的意义。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
创意装饰品	239,751,302.12	40,866,767.49	17.05%	-7.20%	-32.39%	-6.35%
休闲日用品	163,335,189.55	31,270,652.98	19.15%	-24.03%	-35.33%	-3.35%
时尚小家具	156,080,841.30	27,531,440.62	17.64%	10.06%	1.82%	-1.43%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临退市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项**(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明**

适用 不适用

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
2017年7月，财政部颁布了修订的《企业会计准则第14号——收入》（财会〔2017〕22号），并要求境内上市的企业自2020年1月1日起施行新收入准则。本公司自规定之日起开始执行。	根据《深圳证券交易所上市公司规范运作指引（2020年订）》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2020年修订）》等有关规定，本次会计政策变更无需提交董事会及股东大会审议。	详见其他说明

其他说明：

2017年7月5日，财政部颁布了修订的《企业会计准则第14号——收入》（财会〔2017〕22号），并要求境内上市的企业自2020年1月1日起施行新收入准则。新收入准则具体政策详见财务报告五、（39）。

公司自2020年1月1日起执行新收入准则，新收入准则要求首次执行该准则的累积影响数调整首次执行当期期初(即2020年1月1日)留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。公司采用变更后会计政策编制的2020年度合并利润表及母公司利润表各项目、2020年度合并资产负债表及母公司资产负债表各项目，与假定采用变更前会计政策编制的这些报表项目相比，除部分财务报表科目重分类外，没有重大影响，相应财务报表项目变动详见财务报告五、（44）3.2020年起首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况。

（2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

（3）与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

与上年度财务报告相比，合并报表范围新增全资子公司：福建德弘智汇信息科技有限公司，福建德创云品电子商务有限公司。