

证券代码：301177

证券简称：迪阿股份

公告编号：2022-011

迪阿股份有限公司 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。

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
-----------	-----------	-----------	--------

安永华明会计师事务所（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 400,010,000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 20.00 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	迪阿股份	股票代码	301177
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	黄水荣	王彤	
办公地址	深圳市南山区深南大道华润置地大厦 C 座 13 层	深圳市南山区深南大道华润置地大厦 C 座 13 层	
传真	0755-86725390	0755-86725390	
电话	0755-86664586	0755-86664586	
电子信箱	IR@darryring.com	IR@darryring.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（1）公司主要业务及产品

公司始终肩负着“让爱情变得更美好”的企业使命，致力于传播与见证世界的真爱与浪漫，并为全球消费者提供高品质的珠宝首饰产品和独特的真爱文化体验及服务，力争成为“全球真爱文化引领者”。

（2）公司主要经营模式

公司围绕“一生只送一人”的创新经营理念，采用自营和定制销售的业务模式，致力于DR等自有品牌的品牌建设、渠道拓展、产品研发和供应链整合。公司主品牌以鲜明的情感内涵和价值主张在消费者心中建立品牌强认知，通过坚守和传递“一生只送一人”及“男士一生仅能定制一枚”DR求婚钻戒的品牌理念及定制规则，赋予品牌独特的情感内涵和价值主张，进而构建品牌势能，并全方面打造定制化销售模式、全自营渠道、高效信息系统、柔性供应链等进一步深化品牌理念和满足消费者需求，从而形成独特的竞争优势。在品牌形象统一管理、提高服务质量、为顾客创造美好的真爱购物体验的同时，保证较低存货水平、开店成本及良好的现金流，提升运营效率。

①DTC品牌运营模式

公司采用DTC (Direct To Consumer) 的沟通与传播模式，高效地传递公司“一生·唯一·真爱”的爱情观，通过与消费者产生情感共鸣进而获取消费者的认同。基于互联网的发展趋势，公司充分运用流量数据分析、社交媒体研究、粉丝社区运营、情感内容制作等方式，在微博、微信、抖音、快手等知名互联网平台持续运营和传播真爱理念，通过与消费者的紧密互动凝聚了大量粉丝群体。目前，DR在微博、微信、抖音、快手等知名互联网平台共拥有了超过2,000万粉丝。在互联网平台运营之外，公司还通过包括官网、小程序、门店系统、智慧门店等系统打通线上线下数据通路，实现了多渠道数据汇集，为消费者提供了线上线下融合贯通的消费体验。

②定制化全自营的销售模式

公司采取全渠道整合的方式，为消费者提供了线上线下融合的消费体验。官网、小程序、天猫和京东旗舰店等渠道为消费者提供了随时浏览选购的线上平台，线下门店为消费者提供了实体店铺体验的渠道，充分发挥了线上平台便捷高效和线下渠道实体体验的优势。

公司出于品牌理念宣传、品牌形象塑造和统一管理运营等方面的考虑，对DR品牌采取全自营的模式，全部门店均由公司管理运营，线上和线下商品统一定价，并主要以定制销售方式为顾客提供专属产品。定制模式下，消费者通过公司线上线下店铺下单并付订金或全款确认购买行为，之后由公司委托加工生产并在收取尾款后，安排快递直接配送至消费者手中，或配送至门店后由消费者到店提取。

为了更好地帮助消费者传递美好爱情，公司还为消费者提供了真爱协议、爱的确认书、门店协办求婚仪式等一系列增值服务，给消费者带来了更丰富的服务体验，进一步强化了品牌内涵和消费者的情感满足。

截至2021年末，公司自营渠道线上主要包括公司官网、天猫旗舰店、京东旗舰店等，线下自营门店461家，覆盖了大陆境内除西藏之外的省、自治区和直辖市，以及中国香港和法国巴黎。

③行业领先的定制化柔性供应链

得益于丰富的产业链资源和产业化分工深化，公司采取轻资产经营策略，公司所有商品采用委外加工的生产模式，建立行业领先的定制化柔性供应链。一方面，公司充分利用外部生产力量，有助于提升经营效率，另一方面，公司专注于品牌建设、渠道拓展、产品研发和供应链整合，有助于创造较好的经营效益。

(3) 公司经营亮点回顾

①多元化传播品牌理念、提升品牌美誉度

报告期内，通过强品牌理念的内容开发和精准化的用户沟通双措并举，公司延续优势，持续在品牌曝光上发力，保持品牌高势能，处于全行业领先地位。

1) 深耕品牌理念多元化沟通，传递真爱文化正能量

一直以来，公司秉承商业向善，倡导真爱文化，创造价值的同时希望造福社会、传递正能量。报告期内，公司深耕品牌理念的多元化沟通，打造优质内容，拓展品牌影响力，国际钢琴大师郎朗、国民演员杜玉明、歌唱艺术家姜嘉锵等基于对品牌理念的认同，而共同传播品牌及真爱理念，不断提升品牌美誉度，进而在广泛地曝光中辐射到更多核心消费人群，拓宽真爱文化传播面的同时，将爱情美好的正能量传递给更广泛的年轻人群。

2021年，与国际大师郎朗共同打造高格调品牌片《手》，诠释品牌内涵。与郎朗夫妻共同发起“你是我的DR”话题，目前，郎朗#你是我的DR#在微博平台斩获4700万次阅读，2.9万讨论，短视频平台16亿播放。推动DR成为全网焦点，“用一生爱一人”的价值观辐射至更多消费者。



公司品牌的真爱理念，也获得了很多相信真爱的运动员的认同，苏炳添、谔利军、李发彬、赵帅&郑姝音、张琳&薛晨等运动员都选择了DR钻戒求婚，许下一生唯一的真爱承诺，他们与另一半的爱情故事、他们对真爱的信仰，激励并鼓舞更多的年轻人相信真爱、追求真爱。



2) 差异化粉丝运营，构建DR式用户生态

在快速变化的时代，不变的真爱承诺最为珍贵。作为捍卫真爱、传播真爱、见证真爱的品牌，DR一直希望能用自己的行动让年轻人相信真爱、渴望真爱、勇敢去爱。

为了守护每一个“用一生爱一人”的承诺，公司为信仰真爱的用户打造了一座“真爱礼堂”，唯美梦幻的礼堂布置和仪式感十足的现场体验，吸引大量粉丝慕名而来，上线当日就迎来超高客流量，迅速成为年轻人中最热门的打卡地之一。

公司一直致力于为用户的一生真爱服务，帮助每位用户表达真爱和承诺真爱，持续获得经营幸福的能力。为此，公司举办了多场不同主题的线下情侣真爱沙龙，通过邀约知名讲师开展亲密关系公开课、举办情侣DIY活动、主题式用户交流会等形式，为用户一生幸福的经营“赋能”，让用户获得保持爱情新鲜度的秘诀，不仅增进了用户的亲密关系，更通过更“走心”更深入的交流，拉近了品牌与用户的距离，增强用户粘性。

在门店形象的创新上，公司也深度挖掘用户对于浪漫、求婚的需求，在延续“婚”场景浪漫设计理念的基础上，结合地

域文化、婚嫁文化、时尚流行文化，运用新型材料、打破传统珠宝店空间布局，不断创新不同类型的求婚亭，为用户提供全方位的真爱沉浸式体验。同时结合店内特色求婚策划、助攻服务，帮助每一对表达真爱、承诺真爱的用户，创造难忘的品牌体验和珍贵回忆。



②渠道建设及运营能力提升

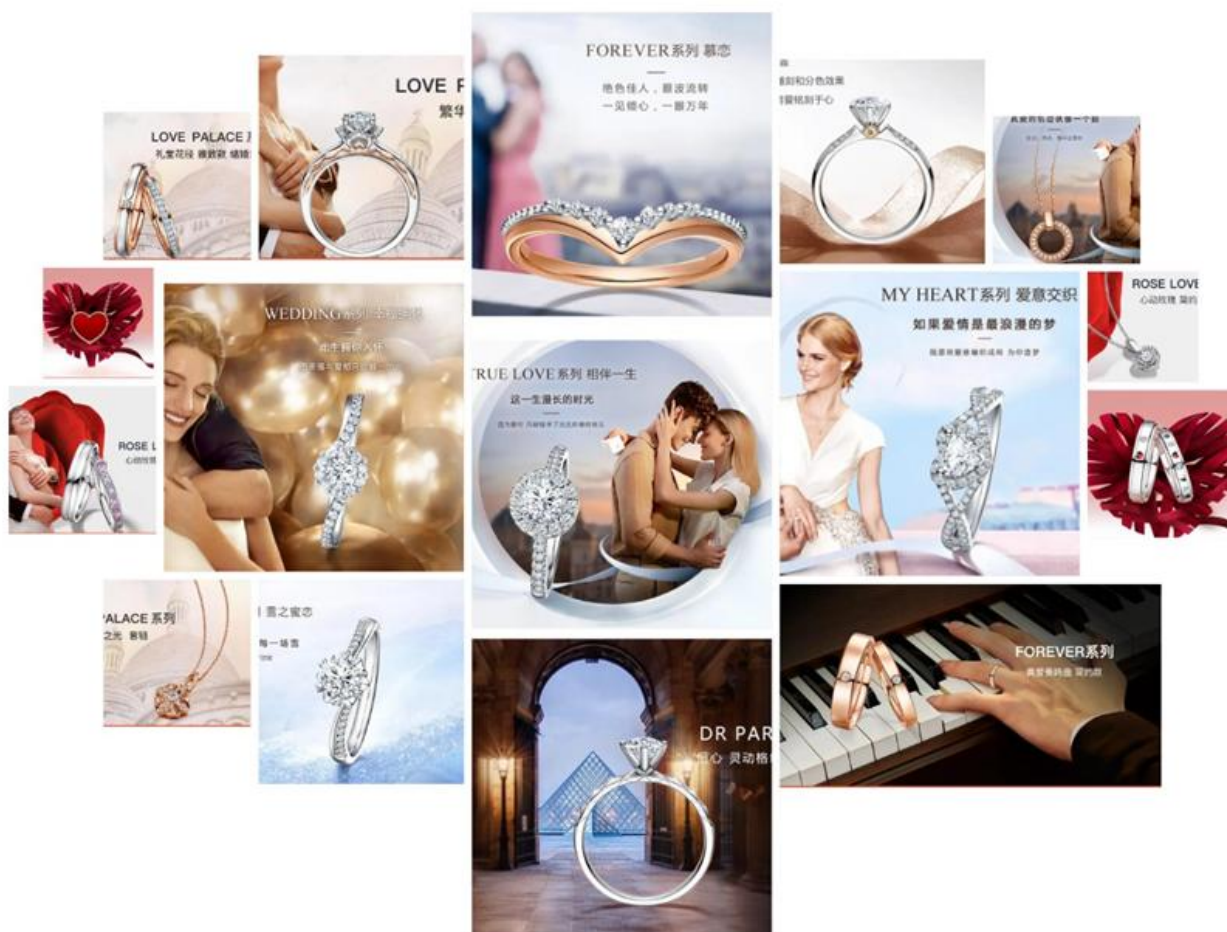
经过多年的市场拓展和经验积累，公司在渠道拓展方面，经验丰富且资源充足。首先，国内拓店空间很大，公司已建立相对成熟的拓店模型，可快速拓店。其次，公司已与优质商业项目建立战略合作关系，如华润、万达、龙湖等。最后，公司针对已进驻商场的运营情况，也建立了监控体系并动态迭代管理。报告期末终端门店数量 461 家，2021 年度净增加门店 108 家，终端门店数量较期初增长 30.59%。

加强私域流量运营。公司将加快开店速度，同时在门店高回报率的支撑下，公司将更倾向于商场中更好的门店位置，将门店作为公司品牌形象宣传的新窗口，同时也将作为新的流量入口。为此公司搭建了基于门店的私域流量运营体系，打通线上线下数据通路，实现多渠道数据汇集，实现线上持续内容传播、线下门店体验、以及线上线下相结合的私域流量运营三大流量入口。公司上市后凭借平台优势，线下渠道的管理人才队伍也将得到进一步扩充。

③产品结构不断优化，研发创新持续加强

公司的产品设计围绕品牌真爱理念，品牌真爱理念是产品设计的灵魂，产品是品牌真爱理念的载体和延伸。公司在产品的研发设计坚持创新和匠心精神，致力于为用户打造最优质的产品，在强化品牌差异化，凸显高端定位的同时传递品牌价值理念。

公司根据用户需求和市场变化，持续优化产品结构。精准对标目标客群，不断丰富和完善产品线，研发能满足不同用户需求的差异化产品，并致力于强化品牌高奢珠宝，品牌Logo化产品，情感可识别化元素和符合需求的市场畅销产品的迭代更新及设计延展，从而建立了多维度全面化的产品结构。



产品研发设计结合品牌自身文化的强关联元素，打造并深化品牌的真爱理念。LOVE MARK系列作为品牌主要的Logo化产品，其设计灵感来源于DR真爱协议中的印章元素，寓意着以DR真爱协议印章为证，承托一生唯一慎重坚定之爱。LOVE PALACE系列设计灵感来源于法国圣心大教堂，寓意“坚定忠贞的爱情，如教堂见证般庄重、纯净而无暇”。据终端销售数据和用户反馈，该系列赋予的美好情感寓意和品牌祝福，深受消费者喜爱。

报告期内，公司创新研发了“钢琴大师戒臂工艺”并获得人体工程学产品证书的认证：针对不同手指形状，采用3D制弧工艺，戒臂内弧角度契合人体工学。以柔和、360°贴合，仿佛与手指融为一体，提高婚戒佩戴的舒适感。

报告期内，公司申请了142件外观设计专利和1件实用新型专利，并上线131个新款，新品贡献收入占全年营业收入的12%以上，上新系列包括：LOVE MARK系列、LOVE PALACE系列、ROSE LOVE系列、RED HEART系列、OUR DAY系列、D系列。

在产品工艺质量上，公司持续研发优化专利型产品，提升产品工艺质量和产品质感。公司获得钻石切割工艺-“六芒星”切工的独家授权，该工艺获得两项国家专利并由IGI（国际宝石研究院）认证。经资深钻石切割大师严格计算以高于标准3-5倍的切割时长，切割出独有99面的六芒星钻石，让钻石内部呈现出清晰对称的六芒星图案，更显钻石璀璨耀目，寓意永恒守

护，传递“一生守护你一人”的浪漫理念。

(4) 公司经营业绩情况

报告期公司在品牌传播优化、品牌影响力扩大、渠道建设能力及运营水平进一步提升的积极影响下，经营业绩持续快速增长。公司实现营业收入46.23亿元，较上年同期增长87.57%。归属于上市公司股东的净利润13.02亿元，较上年同期增长131.09%，扣除非经常性损益后的归属于上市公司股东的净利润12.49亿元，较上年同期增长131.03%，基本每股收益3.62元，较上年同期增长132.05%。

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	8,269,184,150.24	1,931,631,364.56	328.09%	1,034,912,933.75
归属于上市公司股东的净资产	6,866,575,701.17	1,118,352,286.90	513.99%	669,268,370.28
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	4,622,729,780.48	2,464,497,974.60	87.57%	1,664,506,479.62
归属于上市公司股东的净利润	1,301,768,398.86	563,304,918.84	131.09%	263,913,081.62
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,248,508,013.88	540,418,472.80	131.03%	247,348,643.11
经营活动产生的现金流量净额	1,544,212,850.71	893,551,134.53	72.82%	357,439,604.55
基本每股收益（元/股）	3.62	1.56	132.05%	0.73
稀释每股收益（元/股）	3.62	1.56	132.05%	0.73
加权平均净资产收益率	32.61%	63.02%	-30.41%	45.56%

(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	1,084,494,306.50	1,235,895,611.42	1,090,832,982.31	1,211,506,880.25
归属于上市公司股东的净利润	321,857,854.23	406,936,428.45	261,647,145.48	311,326,970.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	314,577,993.57	393,400,773.65	248,226,744.18	292,302,502.48
经营活动产生的现金流量净额	483,742,168.03	431,046,329.18	226,750,271.93	402,674,081.57

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	23,711	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	20,551	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数(如有)	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	
迪阿投资(珠海)有限公司	境内非国有法人	85.50%	342,000,000	342,000,000			
共青城温迪壹号投资管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.80%	7,200,000	7,200,000			
共青城温迪贰号投资管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.80%	7,200,000	7,200,000			
共青城温迪叁号投资管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	0.90%	3,600,000	3,600,000			
珠海润信致融壹号投资合伙企业(有限合伙)	国有法人	0.64%	2,566,735	2,566,735			
国海证券股份有限公司	国有法人	0.31%	1,252,726	0			
林秀娟	境内自然人	0.25%	1,004,108	0			
中信建投证券-招商银行-中信建投迪阿股份 1 号战略配售集合资产管理计划	其他	0.24%	978,952	978,952			
UBS AG	境外法人	0.18%	730,018	0			
王永凯	境内自然人	0.13%	500,863	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司实际控制人张国涛、卢依雯合计持有迪阿投资(珠海)有限公司 100% 的股份,迪阿投资(珠海)有限公司、共青城温迪壹号投资管理合伙企业(有限合伙)、共青城温迪贰号投资管理合伙企业(有限合伙)、共青城温迪叁号投资管理合伙企业(有限合伙)均系公司实际控制人张国涛控制的企业。除此之外,公司未知其他股东是否存在关联关系或一致行动关系。						

公司是否具有表决权差异安排

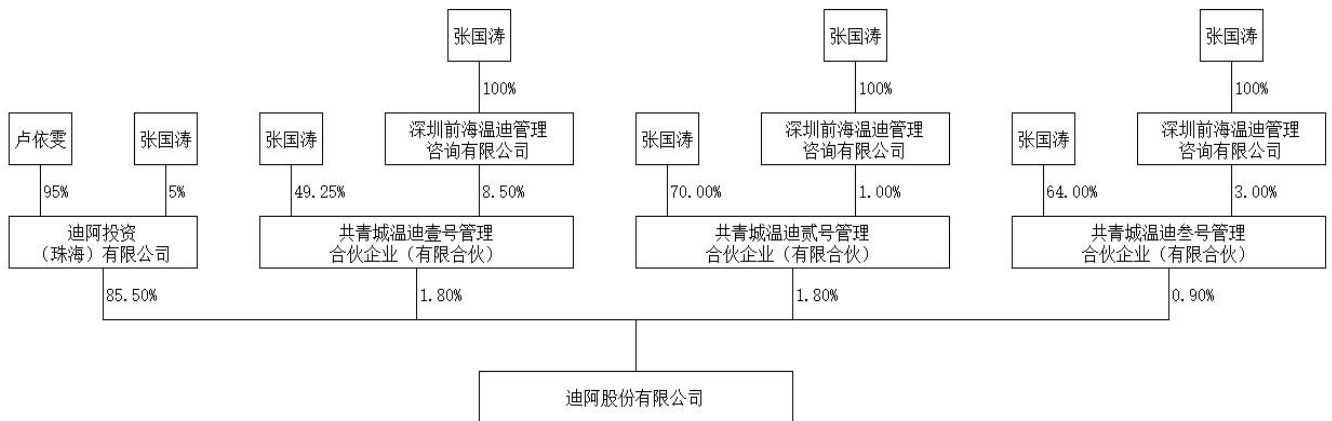
适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

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



注：上图为截至2021年12月31日的控制关系图

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

详见公司2021年年度报告全文第三节“管理层讨论与分析”和第六节“重要事项”。