

证券代码：301088

证券简称：戎美股份

公告编号：2022-002

## 日禾戎美股份有限公司 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。

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 1.78 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打造柔性供应链体系，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。公司产品企划采用项目制，以产品为单位形成产品小组，集合各业务部门的员工，实现全业务流程信息的对称沟通。公司企划设计以周为单位滚动推进，紧随当季流行趋势，在竞争日趋激烈的服装市场中，保持款式设计、面料材质和色彩图案搭配的时尚度和新颖度，形成了独特的品牌风格和品质特征，为消费者提供持续的优质体验。公司在产品供应链的管理中，通过与上游供应商的长期合作，形成了以小批量、定制化及快速响应为特点的供应链体系。同时，公司自主开发了契合自身业务模式特点的信息管理系统，实时获取终端消费者的反馈，并

传递至设计及供应链环节，形成了快速反应的产品开发与生产计划调整能力，及时满足顾客的产品需求，实现了产品供应精准、信息反馈及时、上新频率稳定的良性业务闭环。

### 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	2,539,878,965.21	619,085,781.08	310.26%	444,684,575.76
归属于上市公司股东的 净资产	2,442,002,438.15	546,649,025.08	346.72%	384,584,341.52
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	872,310,059.47	851,367,054.36	2.46%	694,098,110.21
归属于上市公司股东的 净利润	162,674,559.03	162,064,683.56	0.38%	109,783,421.76
归属于上市公司股东的 扣除非经常性损益的净 利润	150,289,718.68	154,258,345.44	-2.57%	112,821,769.53
经营活动产生的现金流 量净额	4,202,782.48	145,117,306.82	-97.10%	131,507,098.86
基本每股收益（元/股）	0.90	0.95	-5.26%	0.65
稀释每股收益（元/股）	0.90	0.95	-5.26%	0.65
加权平均净资产收益率	17.74%	34.81%	-17.07%	34.47%

#### (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	227,529,143.54	188,497,006.50	132,080,693.39	324,203,216.04
归属于上市公司股东的净	52,826,023.84	39,968,258.98	21,113,900.17	48,766,376.04

利润				
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	51,180,010.60	34,477,455.67	17,477,209.25	47,155,043.16
经营活动产生的现金流量净额	6,852,300.48	-3,420,359.25	-70,793,416.09	71,564,257.34

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	48,378	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	40,014	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	
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			
申万菱信消费增长混合型证券投资基金	其他	0.27%	611,091	391			

尹睿彬	境内自然人	0.20%	444,645			
苏娜	境内自然人	0.13%	302,300			
吴宗武	境内自然人	0.09%	202,632			
宋英杰	境内自然人	0.09%	200,900			
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

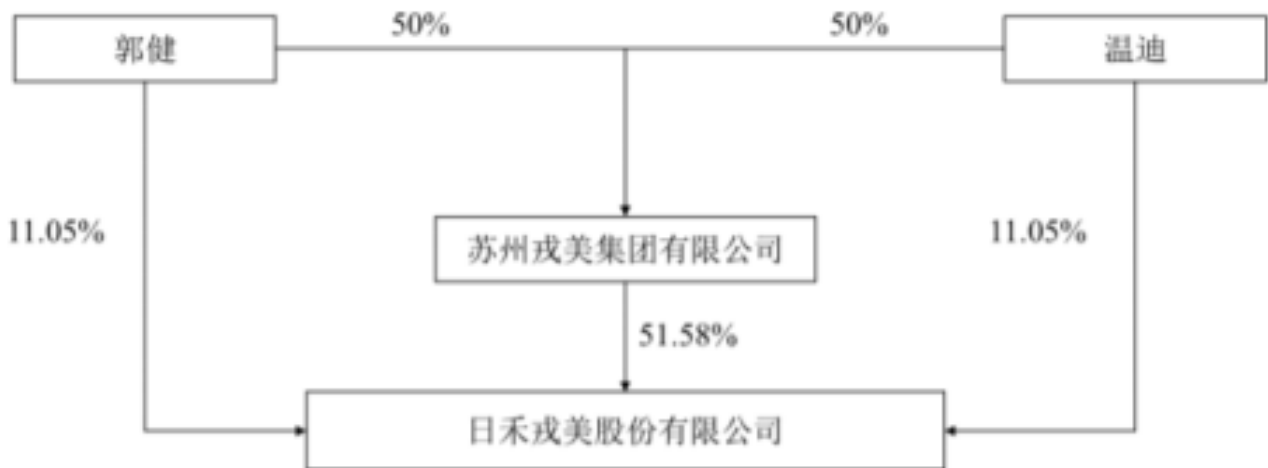
适用  不适用

**(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表**

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、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

2021 年公司主营业务收入 8.72 亿，较上期同比增加 2.5%；净利润 1.62 亿，与上期基本持平并微增，公司盈利水平保持增长态势。全年分季度来看，营业收入的增速呈现前高后低的走势，主要由于 2020 年基数效应的影响和下半年国内各地疫情发展的影响，这一趋势与行业整体趋势基本一致。

主营业务收入受下半年疫情影响主要体现在供应链和快递物流两方面。工厂物流不畅造成预售商品的延迟交货导致顾客退订，另一方面陕西、河南、广东和东北地区核心城市的疫情影响了快递效率，一些区域甚至有无法送货情形。此外四季度全国气温平均较上年同期更高，顾客秋冬商品选购意向受到消极影响。利润增速不及主营业务收入增速主要在于费用率的提升，在毛利率方面保持了增长的态势，同时综合费用率上升部分抵消了毛利率的增长。为保持和吸引更优秀的人才，人力成本有所增长；为保持和增加新鲜客群的关注，线上推广费用有所增加，我们认为人力成本和获客成本在中长期增长的趋势将继续维持。此外，由于公司在报告期内完成了公司挂牌上市，与之相关的差旅和会务等管理费用有所增加，这些影响是一次性的。

公司上市并完成募资对公司经营状况有积极的促进作用，我们有更强的信心获取优质的供应链资源，也有更广泛的声誉招徕优秀的人才，在财务资源的决策上也更具弹性。这些因素将有助于我们强化现有竞争优势并着手新阶段的增长。比如我们适度增加了原料储备，这一点在全球通胀的背景和趋势下，将有利于我们在下一阶段提升盈利水平；我们也增加了现货商品的备货，为跨平台和跨渠道的发展做好充分的准备；我们积极建设现代制造服务业基地项目，并在四季度完成了一期工程的主体结构性封顶，项目预计将于 2022 年投用，项目可满足超 1200 万件服装配饰商品的仓储和配送，新的视觉基地也将会提升零售页面的视觉呈现，丰富直播售货的场景进而提升客群体验。

回顾 2021 年各地疫情的持续，在两方面挑战零售行业，一方面经济活跃度下降改变了消费者的收入预期，另一方面人群减少了社交频率，增加了居家和独处的时间，从而降低了包括服装服饰在内的耐用消费品的购买动机。此外，全球供应链的效率减缓，使具有国际业务敞口的企业交货周期延长，运营成本上升，影响产品供货和销售。

展望 2022 年，我们认为耐用消费品行业面临上述挑战的同时，也孕育着结构性的机遇。首先中国经济整体增长强势，消费者总体收入水平持续增长，其认知水平，审美能力不断提升，对于美好生活和优质产品的需求具有可持续性。其次，制造业持续转型升级，数字化改造带来的长期效率提升亦是整体趋势。我们认为成功零售的实质，是将合适的产品销售以最高的效率，亦即最低的综合成本，销售给目标客群。日趋激烈的行业竞争不可避免，坚持为消费者提供优质产品，持续提高供应链管理效率，优化产品性价比，完善消费者体验的公司将逆风持炬，持续增长。

（二）报告期公司详细事项请详见公司披露的《2021 年年度报告》全文。

日禾戎美股份有限公司

2022 年 4 月 22 日