

证券代码：002780

证券简称：三夫户外

公告编号：2022-013

北京三夫户外用品股份有限公司

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

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	三夫户外	股票代码	002780
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	秦亚敏	牛晓敏	
办公地址	北京市昌平区陈家营西路3号院23号楼	北京市昌平区陈家营西路3号院23号楼	
传真	010-87409280	010-87409280	
电话	010-87409280	010-87409280	
电子信箱	sanfoirm@sanfo.com	sanfoirm@sanfo.com	

2、报告期主要业务或产品简介

公司以研发销售专业优质户外运动用品、组织户外活动赛事团建、设计建设运营“松鼠部落”亲子青少年户外运动乐园为主营业务，通过各业务板块融合为消费者提供全方位产品和服务，鼓励和帮助人们走向户外，运动健康，并全力践行人与自然和谐相处的生活理念。

报告期内，公司完成了收购瑞士黑科技功能运动品牌“X-BIONIC”、“X-SOCKS”两个核心商标及34个相关商标和25项专利、4项专有技术等IP中国区所有权项目，成为“X-BIONIC”、“X-SOCKS”品牌商标及相关专利在中国区的所有权人。

公司会继续坚定X-BIONIC的黑科技功能运动品牌定位，从产品研发生产、品牌营销、销售渠道建设等方面全方位运营X-BIONIC品牌。未来几年，X-BIONIC品牌的设计、研发、推广、运营、销售将会是公司的核心战略，成为公司业务的重中之重。

(一) 公司从事的主要业务

1、 研发销售专业优质户外运动用品

(1) 新零售运营

报告期内，公司在全国18座城市拥有48家直营连锁店，代理、经销国内外300余个中高端专业户外运动品牌，产品分为户外服装、户外鞋袜与户外装备三大类别，涵盖滑雪、跑步、徒步、登山、露营、自驾旅行、城市通勤等众多户外场景。在天猫、京东、手机微商城、兴趣电商抖音等多个电商平台开设综合旗舰店，推动线上线下消费深度融合，随时随地为消费者提供全方位数字化的移动购物体验。

(2) 品牌运营

1) 自有品牌

报告期内，公司完成了收购瑞士黑科技功能运动品牌“X-BIONIC”、“X-SOCKS”两个核心商标及34个相关商标和25项专利、4项专有技术等IP中国区所有权项目，成为“X-BIONIC”、“X-SOCKS”品牌商标及相关专利在中国区的所有权人。



X-BIONIC是瑞士黑科技功能运动品牌，其将仿生学技术创造性应用于服装领域，具有深厚技术底蕴和持续创新能力，在全球拥有超过800项技术专利，连续13年获得PlusX创新技术大奖，连续16年获得41个德国红点奖，在恒温系统等核心仿生科技领域名列前茅，通过“将汗水转化成能量（TURN SWEAT INTO ENERGY）”从而大幅提升运动表现。产品涵盖功能内衣、中层、外层、袜子配饰等，适用于滑雪、跑步、登山、旅行、商务休闲等环境穿戴，其时尚炫酷的设计风格在业界独树一帜。在欧洲有超过20个国家滑雪队使用X-BIONIC的产品作为体育竞赛装备，穿戴X-BIONIC产品的运动员在包括冬奥会在内的国际滑雪大赛中，获得了超过1,210枚奖牌（该统计自2013年-2020年4月）。该品牌是专业运动员、追求专业精神的运动爱好者和注重运动质量和品味的高端人群的优选选择。

2021年5月，公司与世界知名材料供应商戈尔公司签约，授权X-BIONIC使用GORE-TEX高科技材料及品牌，共同生产推广高科技户外运动产品。至此，公司研发设计的X-BIONIC中外层产品已经与GORE-TEX、Schoeller、Polartec、Pertex、Primaloft、Allied、Toray、Cordura、Carvico等国际优质材料供应商展开全面合作，保障未来高科技户外运动产品的研发和生产供应，形成从内层、中层到外层，各系列、各层级的丰富产品线，奠定X-BIONIC长期发展的产品供应基础，增强X-BIONIC的产品力。

2021年公司组建完成了一支专业、稳定的设计研发团队，与国际设计师进行联合研发中外层产品，为X-BIONIC中外层产品的功能性和时尚性奠定了良好的基础。X-BIONIC推出了丰富的四季产品，包括防晒跑步风衣、通勤风衣、T恤、POLO衫、跑步短裤、慢跑裤、马甲、女性运动内衣、各类抓绒、软壳上衣、软壳裤子、超轻羽绒服、羽绒马甲、防雨夹克、单板双板滑雪服等，品类涵盖跑步、健身、户外、通勤、战术、女性瑜伽等各种场景，凭借卓越的品质以及丰富的品类迅速被市场接受，X-BIONIC产品功能已经得到滑雪、越野跑、自行车、铁人三项、射击等领域从运动爱好者到优秀竞赛运动员的高度认可。

2021年X-BIONIC作为专业运动品牌，成为清华大学射击队合作伙伴，为运动员、教练员提供X-BIONIC功能产品，以科技为竞技体育助力；同时与国家体育总局冬季运动管理中心达成合作，向中国11支雪上项目国家集训队赞助X-BIONIC、X-SOCKS品牌产品，成为中国国家自由式滑雪U型场地队供应商。



公司利用经营户外市场多年的实战经验，针对中国户外细分市场相继推出ANEMAQEN、SANFO、KIDSANFO、SANFO PLUS等多个自有品牌。



2) 代理、经销、代销品牌

公司自成立以来，不断进行产业深耕，与国内外数百个户外品牌建立起持久稳定的合作关系，深知不同品牌、不同品类、不同产品的核心优势和适用情境，对产品特性形成了深入的洞察和理解，进而针对不同户外运动场景下的不同消费者提供专业化、个性化的产品选择建议，深度服务用户群体。

目前公司代理、经销300+户外知名品牌，超8,000余个SKU，产品品类涵盖户外运动及日常商务休闲等多类场景。部分核心品牌如下图所示：



2、组织户外活动赛事团建

(1) 三夫赛事

三夫赛事秉承人与自然和谐共生的办赛理念，凭借专业的规划、执行能力，已成为国内知名赛事运营机构，具有较强的品牌影响力，与河北崇礼区等全国多个地方政府、运动协会等签订了赛事设计开发合作协议。报告期内，受疫情和重大行业事故影响，三夫赛事聚焦IP打造，强化和完善赛事运营，积极参与政府主办的全民健身赛事活动，持续优化赛事结构，丰富

赛事内容，综合影响力大幅提升。



(2) 三夫团建

三夫团建深耕企业团队拓展训练领域，深挖户外行业属性，探索户外团队拓训新模式。大力发展国有企业团建业务的同时，也在全力开拓户外C端市场，深耕时下新潮户外体验市场，结合当下网红露营风，树立打造了“Sanfo Hood”野奢露营厂牌。与亲子户外乐园板块有效链接，打造少儿户外活动“三夫小勇士”赛，在当地亲子市场获得广泛的好评和一定的影响力。



3、设计建设运营“松鼠部落”亲子青少年户外运动乐园

“松鼠部落”亲子户外乐园是公司重点打造的拥有独立IP，聚焦3-12岁亲子家庭近郊出行，融合运动、娱乐、教育为一体的综合性成长教育空间，以“无动力运动”为核心理念，依托舒适开阔的户外空间，引进攀爬类、穿越类、跳跃类、投掷类、感官类、运动类、挑战类、迷宫类等数十个创新性户外玩乐体验项目，鼓励亲子群体亲近自然，积极参与户外运动。同时，利用自然环境生态优势，渗透融合教育板块开办自然教育、博物探索、闯关挑战、自然研学、社会实践等课程，培养儿童探索自然、探知自我。

成都松鼠部落、武汉松鼠部落在报告期内均被评定为3A级旅游景区，获得了当地文化旅游主管部门的认可，进一步扩大了品牌影响力。



公司通过以上三大业务板块为消费者提供全方位的产品与服务，打造以经营用户为核心的户外生态平台，将人与户外品牌相链接，人与户外产品相链接，人与户外运动相链接，人与户外教育相链接，在不同板块间实现客群转化，从而构建完整的户外产业循环。

(二) 公司所处行业情况

1、消费市场稳步恢复，升级类消费需求持续释放

2021年，市场销售总体持续恢复，消费结构优化升级态势明显。根据国家统计局公布的数据显示，2021年我国社会消费品零售总额44.08万亿元，比上年增长12.5%，比2019年增长8%。扣除价格因素，社会消费品零售总额实际增长10.7%。限额

以上单位体育娱乐用品类商品零售额比上年增长22%，两年平均增长15%，增速明显高于商品零售平均水平。商务部资料显示，受北京冬季奥运会的影响，2021年冰雪消费持续升温，一些电商平台滑雪用品销量增长1倍以上。2022年，随着疫情常态化防控的科学精准处置，居民收入水平和就业状况不断改善，促消费政策逐步落地显效，消费升级态势有望延续，消费市场规模将持续扩大。

2、体育户外运动产业政策利好不断，行业基本面稳中向好

近年来，国家出台了一系列政策支持体育户外运动产业的发展，充分认可体育户外运动产业对于推动国民经济发展的作用。2021年，国务院印发《全民健身计划（2021—2025年）》，明确提出到2025年，全民健身公共服务体系更加完善，人民群众体育健身更加便利，健身热情进一步提高，各运动项目参与人数持续提升，经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%，带动全国体育产业总规模达到5万亿元，其中主要聚焦在场地设施、健身服务和体育产业三大方面。根据国家统计局数据显示，2019年中国体育产业总规模为2.95万亿元，《按照全民健身计划（2021—2025年）》中产业总规模5万亿元估算，这意味着2019-2025年中国体育产业总规模复合年均增长率约为9.2%。

根据中国旅游研究院发布的《中国冰雪旅游发展报告（2022）》显示，我国冰雪休闲旅游人数从2016-2017冰雪季的1.7亿人次增加至2020-2021冰雪季的2.54亿人次，预计2021-2022冰雪季我国冰雪休闲旅游人数将达到3.05亿人次，我国冰雪休闲旅游收入有望达到3,233亿元。

(三) 公司所处市场地位

公司成立至今，始终深耕于户外运动产业，致力于户外运动产业升级。公司代理经销和研发生产高功能专业户外运动用品，不断与各地政府、体育协会进行赛事合作，稳健布局亲子青少年户外运动板块，在行业内形成了良好的口碑和品牌美誉度，是中国户外运动产业发展的引领者，被国家体育总局评为“国家体育产业示范单位”。

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：万元

	2021年末	2020年末	本年末比上年末增减	2019年末
总资产	101,124.46	80,046.75	26.33%	83,025.41
归属于上市公司股东的净资产	68,553.82	52,674.57	30.15%	59,217.94
	2021年	2020年	本年比上年增减	2019年
营业收入	55,553.76	46,748.78	18.83%	40,228.69
归属于上市公司股东的净利润	-2,616.90	-6,545.34	60.02%	-2,973.49
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-2,640.26	-6,697.41	60.58%	-3,005.55
经营活动产生的现金流量净额	3,096.26	-2,519.30	222.90%	-4,337.47
基本每股收益（元/股）	-0.18	-0.45	60.00%	-0.20
稀释每股收益（元/股）	-0.18	-0.45	60.00%	-0.20
加权平均净资产收益率	-4.79%	-11.66%	6.87%	-4.79%

(2) 分季度主要会计数据

单位：万元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	12,882.16	12,016.28	9,821.21	20,834.10
归属于上市公司股东的净利润	220.11	-71.90	-1,764.49	-1,000.62
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	215.40	-87.77	-1,715.99	-1,051.90
经营活动产生的现金流量净额	-780.33	1,532.40	-3,074.33	5,418.52

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

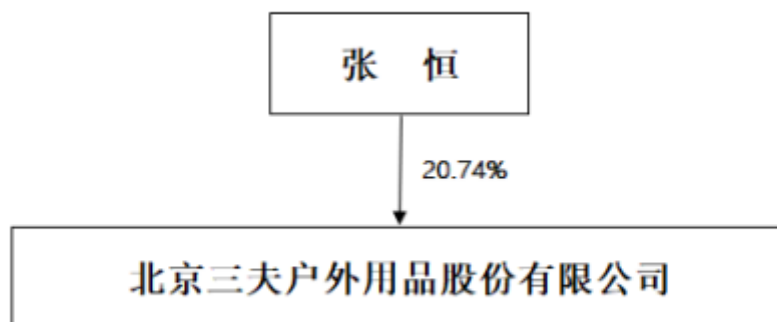
单位：股

报告期末普通股股东总数	14,700	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	16,161	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	持有有限条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
张恒	境内自然人	20.74%	32,676,248	27,434,847			
北京熙诚金睿股权投资基金管理有限公司—北京新动力优质企业发展基金（有限合伙）	其他	4.01%	6,325,110	6,325,110			
上海春山新棠投资管理有限公司—春山新棠事件驱动型私募投资基金	其他	3.74%	5,900,000				
孙雷	境内自然人	2.04%	3,220,648	2,809,405			
赵栋伟	境内自然人	1.30%	2,044,059				
刘世芳	境内自然人	1.29%	2,032,017	1,012,017			
李敬芳	境内自然人	0.84%	1,325,145				
王旸	境内自然人	0.81%	1,276,908				
吴鸿智	境内自然人	0.69%	1,087,885				
李峰	境内自然人	0.61%	955,600				
上述股东关联关系或一致行动的说明	本公司未知上述股东之间是否存在关联关系以及是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	<p>股东上海春山新棠投资管理有限公司—春山新棠事件驱动型私募投资基金通过普通证券账户持有 0 股，通过招商证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 5,900,000 股，实际合计持有 5,900,000 股。</p> <p>股东李敬芳通过普通证券账户持有 0 股，通过广发证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 1,325,145 股，实际合计持有 1,325,145 股。</p> <p>股东吴鸿智通过普通证券账户持有 0 股，通过方正证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 1,087,885 股，实际合计持有 1,087,885 股。</p> <p>股东李峰通过普通证券账户持有 0 股，通过中泰证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 955,600 股，实际合计持有 955,600 股。</p>						

(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**1、非公开发行股票**

2021年，经中国证券监督管理委员会《关于核准北京三夫户外用品股份有限公司非公开发行股票的批复》（证监许可〔2021〕【173】号）核准，公司向14名特定对象非公开发行股票12,218,843股，发行价格为15.81元/股，募集资金总额为193,179,907.83元，扣除与发行有关的费用人民币7,185,778.39元（不含税金额），实际募集资金净额为185,994,129.44元。本次非公开发行股票已于2021年10月21日在深圳证券交易所上市。本次发行完成后，公司总股本由145,368,643股增加至157,587,486股。

2、完成收购瑞士黑科技功能运动品牌“X-BIONIC”、“X-SOCKS”两个核心商标及 34 个相关商标和 25 项专利、4 项专有技术等 IP 中国区所有权项目

报告期内，公司完成了收购瑞士黑科技功能运动品牌“X-BIONIC”、“X-SOCKS”两个核心商标及34个相关商标和25项专利、4项专有技术等IP中国区所有权项目，成为“X-BIONIC”、“X-SOCKS”品牌商标及相关专利在中国区的所有权人。

公司会继续坚定X-BIONIC的黑科技功能运动品牌定位，从产品研发生产、品牌营销、销售渠道建设等方面全方位运营X-BIONIC品牌。未来几年，X-BIONIC品牌的设计、研发、推广、运营、销售将会是公司的核心战略，成为公司业务的重中之重。

伴随着冬奥会带来的冰雪运动热潮、双减政策下青少年儿童寓教于乐、博物探索、安全教育及户外技能培训的需求，结合全民运动共建健康生活的大背景，户外运动全民化的趋势正在快速发展。公司将抓住冰雪运动和户外露营热潮，在继续深耕户外运动产业赛道的同时，加快对冰雪产业的布局，聚焦发展以自主品牌X-BIONIC为核心的核心业务、拓宽亲子青少年综合素质教育产业布局，开展多深度、多维度的品牌营销和赛事活动推广，打造中国户外产业生态圈。

北京三夫户外用品股份有限公司

法定代表人：张 恒

二〇二二年四月二十八日