

公司代码：600738

公司简称：丽尚国潮

兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司
2021 年年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1 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 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 天健会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计，公司 2021 年度实现归属于母公司净利润 154,818,674.73 元，年初留存的未分配利润 444,003,974.97 元，计提法定盈余公积 13,992,495.78 元。截至 2021 年 12 月 31 日，公司可供股东分配的利润为 584,830,153.92 元。2021 年度公司拟不派发现金红利、不送红股、不以资本公积金转增股本。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

| 公司股票简况 | | | | |
|--------|---------|------|--------|---------|
| 股票种类 | 股票上市交易所 | 股票简称 | 股票代码 | 变更前股票简称 |
| A股 | 上海证券交易所 | 丽尚国潮 | 600738 | 兰州民百 |

| 联系人和联系方式 | 董事会秘书 | 证券事务代表 |
|----------|--------------------------------------|--------|
| 姓名 | 黄爱美 | |
| 办公地址 | 浙江省杭州市拱墅区吉如路88号 loft49创意产业园区2幢1单元 | |
| 电话 | 0571-88230930 | |
| 电子信箱 | 600738@lsguochao.com | |

2 报告期公司主要业务简介

（一）报告期内公司所属行业

根据国家统计局《国民经济行业分类》（2017 年修订）的定义，公司所属行业为“零售业”（52）

中的“百货零售”（5211）。

（二）主要业务

本公司为商贸企业，主要经营业务为商贸百货零售、专业市场管理和新消费新零售业务。

1、百货零售业务

①百货零售及经营模式

报告期内，公司百货零售业务为单店经营兰州核心商圈的亚欧商厦，包括精品超市、中高端百货及时尚、特色的轻餐饮品牌。经营模式以联营为主，自营和租赁为辅的方式经营管理。

②行业情况说明

根据国家统计局 2021 年中国经济年报数据，2021 年全国社会消费品零售总额 440,823 亿元，比上年增长 12.5%。全国网上零售额 130,884 亿元，比上年增长 14.1%，其中，实物商品网上零售额 108,042 亿元，增长 12%，占社会消费品零售总额的比重为 24.5%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类和用类商品分别增长 17.8%、8.3%和 12.5%。（数据来源：国家统计局）。

根据中华全国商业信息中心的统计，2021 年，全国百家重点大型零售企业商品零售额同比增长 8.2%，增速高于上年同期 22.0 个百分点。公司零售百货主营地区甘肃省 2021 年全年全省社会消费品零售总额 4,037.1 亿元，比上年增长 11.1%，两年平均增长 4.5%。（数据来源：甘肃省统计局）。

2、专业市场管理

①专业市场管理业务

报告期内，公司专业市场经营与管理，主要为杭州环北和南京环北两个专业市场。主要经营活动为专业批发市场的经营与管理，物业管理，停车场经营等。经营位置均占据核心商圈，人流集中，商业氛围浓郁。

经营管理模式采用商铺租赁的形式，与从事经营的商户签订商铺租赁合同，明确规定租赁期限、租金和经营用途等。商户自行办理国家要求的行业相关资质和营业执照，并独立自主开展经营活动，公司提供场地及物业运营管理、水电、市场环境管理等服务，并按合同约定收取物业费、广告费、管理费等。

②行业情况说明

专业市场方兴未艾，产业市场迅猛发展，中西部地区经济快速发展，商业零售场所越来越密集，行业竞争越来越激烈。大型商场、综合超市、电子商务平台等其他商品流通业态都是商品交易市场的强劲竞争者。大型商场产品质量可靠、品牌知名度较高；综合超市产品种类多样、价格便宜；电子商务更是提供了全新的交易方式，改变了人们的消费习惯。受新冠疫情影响，居民消费习惯改变，新业态、新模式推陈出新，实体零售业面临的竞争压力进一步加剧。

同时，新冠疫情也按下了产业数字化升级的快进键，推动专业市场树立新定位、实现新融合。线下生产生活，消费场景、零售渠道快速向线上转移，逆势突围找到线上业态、线上服务、线上管理等拓展的出口。新消费模式的兴起和日益增长的数字化变革，为产业发展带来了新机遇和新挑战。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

| | 2021年 | 2020年 | 本年比上年 增减(%) | 2019年 |
|------------------------|------------------|------------------|----------------|------------------|
| 总资产 | 3,514,469,249.67 | 3,345,214,270.34 | 5.06 | 3,719,286,272.75 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 1,839,587,600.33 | 1,684,768,925.60 | 9.19 | 1,598,107,401.42 |
| 营业收入 | 642,666,671.65 | 599,328,578.47 | 7.23 | 1,882,506,936.99 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 154,818,674.73 | 86,661,524.18 | 78.65 | 246,235,016.29 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 157,292,454.10 | 89,297,790.92 | 76.14 | 190,459,740.86 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 192,097,305.48 | -109,593,465.93 | 不适用 | -49,098,689.98 |
| 加权平均净资产收益率(%) | 8.79 | 5.28 | 增加3.51个百分点 | 11.51 |
| 基本每股收益(元/股) | 0.206 | 0.112 | 83.93 | 0.319 |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.200 | 0.112 | 78.57 | 0.319 |

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

| | 第一季度 (1-3月份) | 第二季度 (4-6月份) | 第三季度 (7-9月份) | 第四季度 (10-12月份) |
|-------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|
| 营业收入 | 167,948,417.37 | 135,553,336.58 | 190,412,743.12 | 148,752,174.58 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 43,996,908.13 | 28,094,265.64 | 59,887,840.80 | 22,839,660.16 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 | 44,084,564.28 | 28,174,860.41 | 60,238,484.52 | 24,794,544.89 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 39,090,487.60 | 4,216,078.01 | -40,280,187.76 | 189,070,927.63 |

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

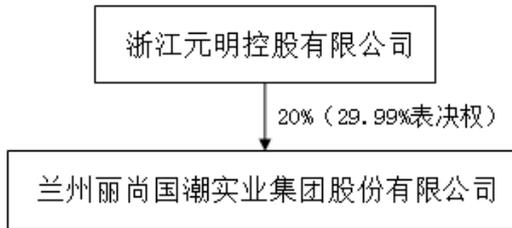
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

| 截至报告期末普通股股东总数（户） | | | | | | 25,269 | |
|------------------------------|--|-------------|-------|------------------|------------|-------------|-----------------|
| 年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户） | | | | | | 23,642 | |
| 截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户） | | | | | | 0 | |
| 年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户） | | | | | | 0 | |
| 前 10 名股东持股情况 | | | | | | | |
| 股东名称 （全称） | 报告期内增 减 | 期末持股数量 | 比例（%） | 持有有限售条件 的股份数量 | 质押、标记或冻结情况 | | 股东 性质 |
| | | | | | 股份 状态 | 数量 | |
| 红楼集团 有限公司 | 0 | 280,694,808 | 36.29 | 43,310 | 质押 | 199,350,000 | 境内非 国有法 人 |
| 浙江元明 控股有限 公司 | 0 | 154,692,895 | 20.00 | 0 | 无 | 0 | 国有法 人 |
| 洪一丹 | 0 | 41,512,375 | 5.37 | 0 | 无 | 0 | 境内自 然人 |
| 朱宝良 | 0 | 10,378,093 | 1.34 | 0 | 无 | 0 | 境内自 然人 |
| 王 平 | 8,308,800 | 8,308,800 | 1.07 | 0 | 无 | 0 | 境内自 然人 |
| 郑芳萍 | 2,051,700 | 3,240,900 | 0.42 | 0 | 无 | 0 | 境内自 然人 |
| 于坚毅 | 3,174,100 | 3,174,100 | 0.41 | 0 | 无 | 0 | 境内自 然人 |
| 潘炜东 | 2,960,112 | 2,960,112 | 0.38 | 0 | 无 | 0 | 境内自 然人 |
| 香港中央 结算有限 公司 | -1,935,347 | 2,873,625 | 0.37 | 0 | 无 | 0 | 未知 |
| 武政威 | 1,800,000 | 1,800,000 | 0.23 | 0 | 无 | 0 | 境内自 然人 |
| 邱明祥 | 1,800,000 | 1,800,000 | 0.23 | 0 | 无 | 0 | 境内自 然人 |
| 上述股东关联关系或一 致行动的说明 | 前十名股东及前十名无限售条件股东中洪一丹、朱宝良与红楼集团为一致行动人，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。 | | | | | | |
| 表决权恢复的优先股股 | 无 | | | | | | |

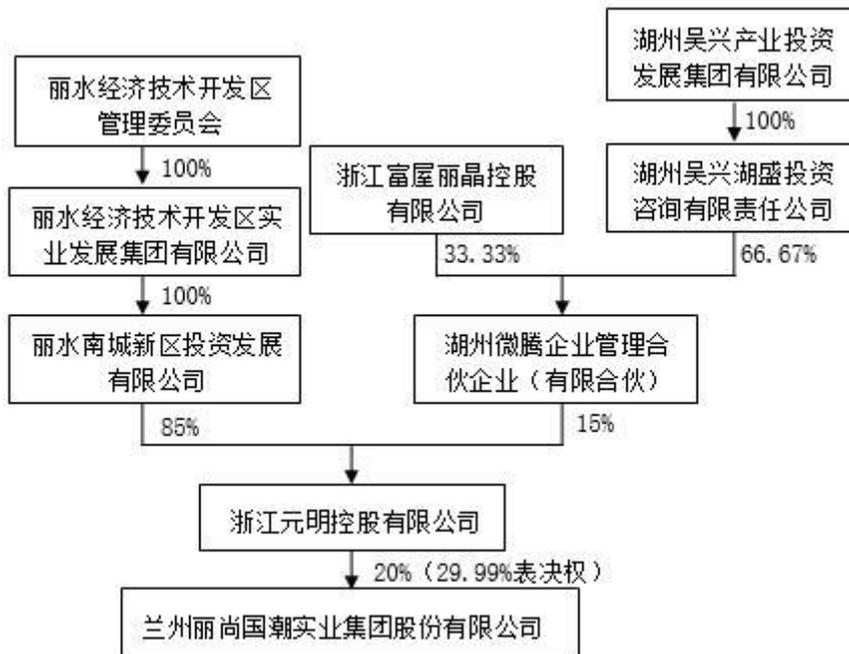
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司实现营业收入 64,266.67 万元，与上年同期 59,932.86 万元相比，增加了 4,333.81 万元，同比增长 7.23%；归属于上市公司股东的净利润 15,481.87 万元，与上年同期 8,666.15 万元相比，增加了 6,815.72 万元，同比增长 78.65%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 15,729.25 万元，与上年同期 8,929.78 万元相比，增加了 6,799.47 万元，同比增长 76.14%。

一、报告期内主要经营情况与分析

2021 年，公司管理层紧紧围绕公司董事会制定的经营目标开展工作，稳字当头、稳中求进，精准研判、上下协同；攻坚克难，稳扎稳打，继续实现公司稳健发展；创新业态与经营模式，着力推进公司战略转型升级，在经营好传统主业的同时，致力于成为新消费新零售领域的重要参与者。

报告期内，公司主要经营业务为专业市场管理、商贸百货零售和新消费新零售业务。

(一) 专业市场管理

公司专业市场管理业务包括杭州环北与南京环北批发市场。

1、杭州环北位于杭州凤起路黄金商圈核心区，毗邻繁华的延安路和武林路服装产业聚集带，交通便利，人流集中，商业氛围浓郁，具备天然的“人+货+场”优势。市场主要经营时尚女装、品牌男装及丝绸产品，市场共有商位 2,321 间，是杭州地区大型的服装专业批发市场，客户主要分布在浙江、河南、安徽、江苏、山东、河北、湖南等省，覆盖国内知名二级服装批发市场及周边省份的大量采批客户，在行业拥有较高的知名度及美誉度。市场与全国几十家市场、商超、连锁、线上平台等保持了密切的合作关系，形成产业集群效应，已成为立足杭城、面向华东、辐射全国的专业服装采批市场。

2、南京环北坐落于南京市商业繁华地段夫子庙商圈，是集服装百货批发零售为一体的服装批发市场，拥有众多的省级代理服装品牌，服装批发为主零售为辅，采取和其他批发市场差异化经营的策略，具有独立的竞争优势，辐射至周边 2 小时经济圈城市。市场现有商户 1,200 余户，

相关从业人员 3,000 多人。

相较于 2020 年度，公司专业市场租赁业务不断提高续租率和出租率、降低转租率，使得营业收入增加，营业利润增长显著。

（二）商贸百货零售

公司商贸百货零售业务经营主体是兰州亚欧商厦。亚欧商厦地处兰州商业旺市核心商圈，日客流量高峰期达 20 万人（次），是兰州首家集百货零售、餐饮娱乐、酒店休闲于一体的多业态高端综合性商场，经营精品超市、中高端名品百货、时尚特色的轻餐饮和宾馆酒店。

亚欧商厦经营国际国内高端美妆、服饰、珠宝等品类。美妆品牌兰蔻、雅诗兰黛、SKII 等国际知名品牌均已入驻多年，其中兰蔻单品牌 2019 年升级为铂金柜，至本报告期末业绩逐年攀升。珠宝首饰品牌周大福、老凤祥，鞋类品牌爱步、STELLALUNA、女装品牌 Song of Song、NEXY.CO 和男装品牌 C31 ROTC、路卡迪龙、萨巴蒂尼以及运动品牌 NIKE Kicks Lounge 等丰富了亚欧商厦的全品类经营。商厦打造了时尚小餐饮，已有“海底捞”、“星巴克”、“喜茶”等知名餐饮品牌和网红品牌。超市被评为是“国家级食品安全示范店”。

报告期内，高端会员群体增加且活跃度持续上升。线上商城基于微信生态数字化系统，疫情期间不断丰富线上商品品类，通过线上线下相融合，线上引流线下消费。

公司旗下亚欧国际大酒店是中高端商务与旅游酒店，拥有四星级标准配置的各型客房 100 余套。受疫情影响，报告期内月平均入住率约为 58%，报告期内暂未恢复至疫情前的入住率。

（三）新消费新零售业务

基于公司战略、业务及未来发展和扩大公司的规模效应，公司秉着“振兴国货、引领国潮”的理念，积极拓展以新国货为主的新零售发展方向，布局新消费新零售领域，借助线上线下相融合的方式进一步深耕零售业务，实现新业务快速发展。

报告期内，管理层理顺结构，在保持传统主营业务平稳发展的同时，积极拓展新零售产业链业务。公司全资子公司杭州环北投资 1 亿元参股丽水天机，实际出资 5,000 万元，截至报告期末，累计对外投资 7,520 万元。全资子公司丽尚国潮（浙江）控股有限公司作为上市公司探索新赛道、孵化新业务的载体，主要聚焦在商品供应链体系、零售渠道、女性消费等领域的投资，报告期内，累计对外投资 10,038.7 万元。

报告期内，面对市场环境的不不断变化和疫情反复，公司全力以赴恢复经营、扩销增效；同时，在常态化疫情防控中公司紧紧围绕年初制定的战略部署，扎实稳妥地开展各项工作，持续提升经营效率和管理效益。

（一）稳经营，增服务

1、商城业态布局方面

报告期内，公司继续聚焦百货零售主业，不断夯实实体门店在行业中的竞争优势，持续调改升级，优化业态布局，不断改善商品结构，丰富商城商品品类，引入新业态，提高时尚度，丰富门店功能，增强顾客购物体验，促进业绩稳步增长。

2、信息化办公方面

报告期内，公司加强企业精细化管理，以数字化驱动管理效能提升。公司以数字化建设为统领，从“产品端、服务端、管理端”积极推进信息化建设，提升业务数据的信息化管理，为集团在科学决策、供应商管理、渠道建设等方面起到了积极作用。

(二)谋发展，布新局

2021年，党和国家相继对浙江新零售和新消费领域发展发布明确的指导要求。中央及浙江省相继发布了《中共中央国务院关于支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见》、《浙江高质量发展建设共同富裕示范区实施方案（2021—2025年）》、《浙江省新型贸易发展“十四五”规划》等文件，要求浙江省在深化供给侧结构性改革、全面促进消费、发展电子商务的新模式新业态等领域起到标杆性作用，围绕做强服务业电子商务、跨境电子商务等六大贸易领域落实26项重点任务，加快线上线下业态新融合，培育跨境电子商务渠道新主体，推进新服务带动新消费。人民生活水平稳步提高，消费潜力逐渐得到释放，消费能力进一步加强，消费行业迎来复苏曙光。

报告期内，公司基于专业市场管理与传统百货零售业务的扎实基础，探索布局新消费、新零售业务领域。为快速推进新零售产业链的建设，公司从品牌端、供应链端到渠道端进行了转型升级，推进新国货品牌的孵化与女性新消费市场的战略布局。

全资子公司丽尚控股投资了杭州维尚丽化妆品布局美妆新国货品牌；参股肌理研颜、绀园实业快速切入女性消费市场；投资设立全资子公司HK BEAUT HOLDING，与声量（衢州）合资成立控股子公司丽尚美链，完善跨境电商供应链，拓展跨境电商业务。

公司长期深耕零售百货业，拥有非常丰富的百货行业经营经验，报告期内，公司投资参股旅投黑虎，正式布局跨境电商领域，为公司积极探索新消费迈出重要一步。此次投资有利于公司新零售产业链的拓展，加强与国内外商业零售品牌的合作深度，整合行业资源，拓宽供应链渠道，与公司主营业务百货零售业形成产业链支撑，同时延伸公司线上业务，加快线上线下业态新融合，促进公司可持续发展。

(三)强治理，提效能

持续完善公司治理结构，优化组织架构，修订和完善工作制度及流程，不断建立健全符合公司实际运营的规章制度，不断提升子公司法人治理能力和规范运作水平。推进经营过程中的信息化、数字化建设，优化信息化系统，为公司发展打造全面可行的协同管理平台，实施科学决策，提升管理组织的决策力、执行力、协同力。

(四)迁新居，聚英才

公司正处于战略转型发展期，专业人才的引进是公司持续发展的根本保障。报告期内，公司管理总部正式入驻杭州，契合公司新发展阶段需要，有利于公司吸引更多优秀人才。

报告期内，公司通过外部引进、内部培养等多种方式大力扩充管理人才及专业人才，改善员工年龄结构和专业知识储备，调整公司组织架构，建立专业、高效、符合现阶段企业快速发展需要的高素质人才队伍。成功引进多位具有知名公司丰富经验的高级管理人员加入，对公司战略调

整落地形成有效支撑。同时，实现扁平化管理，探索新的薪酬考核体系，激发员工工作热情。进一步完善培训体系，不断提升职业技能和工作效率，为全体员工提供平等开放的工作氛围与沟通机制，提高团队综合能力。

(五) 抗疫情，克时艰

报告期内，疫情反复，商场作为人流密集场所，疫情防控面临较大压力。面临困境，公司管理层高度重视，审时度势，躬身迎变，统筹调配人员，合理分工，对商城内所有商户及其从业人员进行了信息登记、动态监测、门岗检测等一系列防疫措施，以保证市场的正常经营。

疫情的反复导致商城不定期的歇业整顿，给商城内商户带来极大的经营困境。公司及时推出疫情出租管理费优惠收费政策，对商户租金、转租管理费酌情给予优惠减免，用实际行动支持小微商户经营发展。

二、2022 年经营思路

2022 年，杭州环北和南京环北两家市场立足主业，着眼未来，市场将围绕稳定经营，提升效益的目标，通过调整经营结构、优化资源配置等一系列举措来提升物业品质和经营业绩。通过整合客户资源，提升管理水平，不断挖掘创新，减少中间环节，为商户提供更多的增值服务，与商户换位思考、相互理解、加强合作，拉近与商户的距离，牢固而有效将市场和商户粘合在一起，建立长久良好的合作关系。

为适应新形势下城市发展方式与市场发展方式、产业发展方式的同步转型，杭州和南京两家市场加快实施全面改造升级。2022 年，两家市场要持续做好市场软硬件升级改造，逐步搭建数据分析管理平台。建立协同化、扁平化、智能化的服务平台，节约运营成本，进一步健全市场功能。尝试打造“云仓”，促进专业市场更科学更高效的管理与经营模式。

在传统租赁业务基础上，挖掘商品供应链服务、物业管理、快递服务、设备管理、培训服务、店播平台支持等新经济服务亮点，整合资源，逐渐完善服务体系，为商户提供物流供应链、营销服务、新渠道培训、设备服务、线上平台支持等更加深度、优质和高效的一站式服务和解决方案，共同发展打造“商户、客户、市场”三赢格局，致力成为服装批发专业市场行业的领跑者。

1) 商贸百货

亚欧商厦实施楼层扶梯改造项目，通过调整卖场动线布局促进品牌招商和业态调整工作。提升管理水平、改善购物环境，开展全渠道营销，建立商厦与经销商的流量合作互信模式，便于商厦推出更多有价值易于识别的企划营销方案，从而有效提升核心客户对商厦的业绩贡献。

2) 餐饮酒店

餐饮酒店经营以精细化管理，提升服务品质为重点。通过对接更多专业文旅平台，发挥自身核

心文旅商圈优势，用贴心、诚心、细心的服务赢得客户的口碑，保证全年客房较高的入住率。

亚欧国际依靠实景现房、即买即用、即时收益的优势，加大营销推广力度，制定不同类型的优惠政策，推出尾盘特价房，加速去库存。

1、 聚焦新零售业务发展

公司将进一步聚焦于上游供应链与下游渠道建设，打通新零售产业链上下游，充分利用新消费领域流量资源，加强新零售业务运营与管理，实现新零售业务规模的突破，为公司业务转型升级奠定坚实基础。

公司跨境电商业务将建立完善的供应链体系，加强与国内外商业零售品牌的合作深度，拓宽供应链渠道，与公司主营业务百货零售业形成产业链支撑，拓展新零售产业链，促进公司可持续发展。

公司拥有丰富的新零售领域第三方合作资源及沉淀流量，将充分整合资源，同时延伸公司线上业务，加快线上线下业态新融合，借助得物、天猫国际、微信商城、抖音直播等多渠道销售端，与头部主播合作，利用丰富的运营经验和专业优势，形成线上线下优势互补，成为公司探索新零售的重要抓手和新零售业务的重要组成部分，打造新消费新零售新业态。

公司将发挥上市公司的资本市场优势，结合政府相关支持政策，发挥长三角地区资源优势，通过多种方式支持公司新零售业务的开展。同时，新零售业务利用线上优势，为专业市场管理及商贸百货业务线上引流提供支持，实现线上引流线下消费。改善资产结构，降低企业运营成本和经营风险，提高公司资产运作效率，实现公司转型升级，成为新零售新消费领域的重要参与者。

2、 加强制度建设落实党建入章，理顺组织架构提升管理水平

公司将依据《公司法》和《上市公司治理准则》的规定，抓紧落实国有上市公司“把党建工作写入公司章程”这一举措。通过“党建入章”这种方式，设立党组织、开展党的活动。进一步发挥党组织领导核心和政治核心作用，把方向、管大局、保落实，推动公司高质量发展。

为适应新形势下公司战略发展的要求，公司将通过组织机构优化，梳理运营管理流程，搭建管理高效、结构合理、责任明确的组织架构。全面推行财务预算制度，严格执行绩效考核制度，通过合理控制经营成本，通过创新制度、流程、组织、机制，激发组织活力，提高组织效能，实现健康、高速、可持续发展。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用