

公司代码：600400

公司简称：红豆股份

江苏红豆实业股份有限公司
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 公证天业会计师事务所（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

以公司实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，每10股派发现金红利0.65元（含税），剩余未分配利润转存以后年度分配。

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	红豆股份	600400	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	孟晓平	朱丽艳
办公地址	江苏省无锡市锡东新城商务区核心区同惠街19号红豆财富广场	江苏省无锡市锡东新城商务区核心区同惠街19号红豆财富广场
电话	0510-66868422	0510-66868278
电子信箱	hongdou@hongdou.com	hongdou@hongdou.com

2 报告期公司主要业务简介

根据证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订）及证监会公布的上市公司行业分类结果，公司所属行业为“纺织服装、服饰业”。

2021年，服装行业面临不断深化的百年变局和变幻复杂的形势，承受着成本上升、疫情反复、消费复苏波动等困难、压力和挑战，但整个行业持续转变发展方式，表现出强大的韧性与活力。尤其在促消费政策逐步显效、节日消费等因素的带动下，我国服装市场销售改善，限额以上单位服装类商品零售额降幅持续收窄，线上消费对内需市场拉动作用持续凸显。

根据国家统计局数据，1-12月，我国限额以上单位服装类商品零售额累计9,974.6亿元，同比增长14.2%，两年平均增长2.4%，仍低于2019年同期增速0.2个百分点。同期，线上服装零售

保持较快增长，穿类商品网上零售额同比增长 8.3%，增速比上年同期提高 2.5 个百分点，两年平均增长 7.0%，仍低于 2019 年同期增速 8.4 个百分点。

开启的宏大背景下，中国服装行业正以昂扬的面貌开启产业更新、能级提升、高质量发展。

①内需市场重要性呈现强化态势，文化、价值、体验成为消费的主要特征，国人特别是年轻一代，正在树立高度的文化自信与民族认同，民族品牌迎来前所未有的发展机遇。

②企业的全链路数字化能力成为发展的核心动能，数字经济的应用场景从消费领域转向设计研发、生产加工、运营管理等领域，以实时流动数据形成全要素、全产业链、全价值链协同链接的新型制造和服务体系。

③可持续发展成为共识，企业积极构建新时代软实力，注重社会责任、气候行动、减碳行动、可持续时尚等，把责任、信仰赋予在产品和品牌之上。

（1）主要业务和产品

公司以品牌运营及服装制造为优势，形成红豆男装全域零售、红豆职业装定制两大主营业务。红豆男装全域零售业务，以“经典舒适男装”为品牌定位。目前，全域零售的线下销售渠道主要为全国二三线城市，同时依托门店数字化建设增强用户互动体验；线上销售由公司直营，主要入驻天猫、京东、小程序商城、抖音等第三方主流电商开放平台，多触点触达用户。红豆职业装定制业务，主要为客户量身定制各类中高档职业装，以及个性化的轻定制服务，客户范围覆盖金融、通信、交通运输等行业。

（2）经营模式

①品牌全域运营模式

以消费者为中心，基于数字零售创新，公司以“红豆男装”品牌，实现商品开发、生产供应、商品零售等各个环节的打通，建立覆盖线下门店、线上店铺的全渠道营销网络体系，以全渠道、全场景、全链路的运营形式，为消费者提供便捷购物体验。

顺应零售变革，红豆男装全渠道营销网络体系，注重线上线下的协同发展，现已形成“线下门店（联销、直营）+线上店铺（平台电商、社交电商）”的全渠道营销。

线下门店，采取直营与联销相结合方式，且以联销为主。直营门店由公司所属，公司直接经营管理。联销门店，整合公司、供应商、加盟商等各类资源，发挥各方优势，具体为：公司负责品牌、供应链和门店运营管理；供应商负责提供优质的产品；加盟商负责提升品牌区域认知度，其提供稳定的经营场所和完善的物业保障；为保证统一的运营管理模式和品牌形象，加盟商委托公司负责运营管理；公司拥有商品的所有权，加盟商不承担存货滞销风险。商品实现销售后，加盟商按照销售额约定的比例扣除，定期与公司进行结算。

线上店铺，目前以平台电商为主要销售来源，社交电商处于快速成长期。平台电商，主要入驻了天猫、京东等第三方电子商务平台，依托平台流量，通过直播带货等形式促成销售。社交电商，以社交媒体带动销售，公司以微信小程序、抖音等不同形态为流量触点，通过社交或内容应用影响，促进商品购买信息、使用体验等高效传递。

品牌全域运营模式的产品主要采取代销方式，部分试点承揽方式。公司整合内外部研发资源，联合供应商协同开发产品，按照国家和纺织行业质量标准和工艺要求对生产过程进行跟踪、管控，根据产品实际销售与供应商结算。

②职业装定制模式

红豆职业装定制业务主要以客户团体定制为主。根据客户行业特点，组建专业团队，运用信息化手段不断提升服务质量，提供全方位的产品设计、生产、配送及售后等系列配套服务，服务能力达到国家 GB/T27922-2011《商品售后服务评价体系》五星级。

红豆职业装定制业务以自主生产为主。公司根据客户要求以及国家和纺织行业质量标准和工艺要求，组织相应面辅料进行生产。公司拥有一流的衬衫、西服生产线，近年依托互联网技术、

自动化设备改造、生产制造系统实施等应用，已升级为 5G 智能工厂，打通了业务、计划、生产前后道的全生产过程数据流，构建了一体化智能制造数字管理平台，实现个定、团定、批量三种业务混流生产。

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：万元 币种：人民币

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	489,249.51	466,493.88	4.88	548,323.07
归属于上市公司股东的净资产	313,500.76	359,294.72	-12.75	398,124.76
营业收入	234,284.96	238,396.68	-1.72	253,989.65
归属于上市公司股东的净利润	7,697.31	14,502.68	-46.92	16,951.09
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	6,820.89	12,838.39	-46.87	13,351.80
经营活动产生的现金流量净额	260.25	24,310.88	-98.93	16,773.38
加权平均净资产收益率(%)	2.34	3.86	减少1.52个百分点	4.14
基本每股收益(元/股)	0.03	0.06	-50.00	0.07
稀释每股收益(元/股)	0.03	0.06	-50.00	0.07

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：万元 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	58,022.84	45,241.95	58,657.06	72,363.10
归属于上市公司股东的净利润	5,068.16	2,442.28	156.40	30.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	4,713.60	2,402.59	56.72	-352.02
经营活动产生的现金流量净额	-11,601.21	-4,907.81	-3,975.23	20,744.50

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

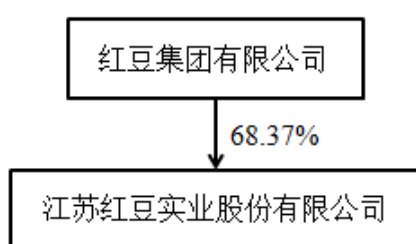
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					33,773		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					35,000		
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	
红豆集团有限公司	0	1,566,725,418	68.37	0	质押	1,235,863,000	境内 非国 有法 人
周海江	0	58,063,491	2.53	0	质押	43,000,000	境内 自然 人
深圳市善缘金基金管理有限公司—善缘金206号私募证券投资基金		20,958,217	0.91	0	无	0	未知
上海鹏石投资管理有限公司—磐鼎·京晋1号私募证券投资基金		19,787,857	0.86	0	无	0	未知
浙商产融（武汉）投资有限公司		14,750,278	0.64	0	无	0	未知
周耀庭	0	14,728,440	0.64	0	无	0	境内 自然 人
深圳市润石资产管理有限公司—润石8号证券投资基金		13,507,486	0.59	0	无	0	未知
上海宽投资资产管理有限公司—宽投天王星25号私募证券投资基金		12,190,300	0.53	0	无	0	未知
深圳市润石资产管理有限公司—润石5号		11,806,725	0.52	0	无	0	未知

证券投资基金							
申万宏源证券有限公司		8,993,244	0.39	0	无	0	未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，周海江先生担任红豆集团董事长，周耀庭先生系周海江先生父亲，红豆集团、周海江先生、周耀庭先生为一致行动人。除上述情况外，其他未发现关联关系，流通股股东未知是否存在关联关系或一致行动。						

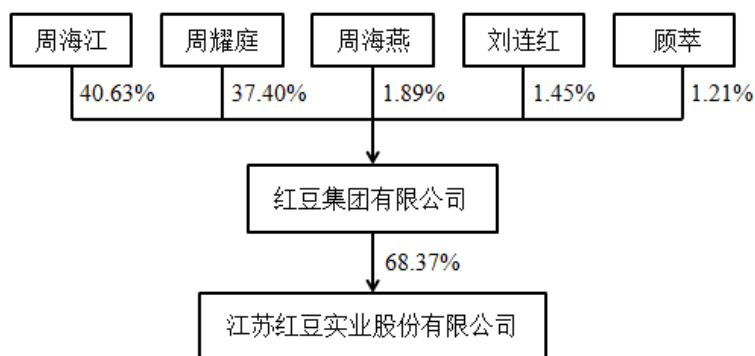
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

2021 年度，公司实现营业收入 234,284.96 万元，其中服装业务收入 195,199.89 万元（含男装业务收入 153,025.22 万元）；实现归属于上市公司股东的净利润 7,697.31 万元。

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

董事长：戴敏君
江苏红豆实业股份有限公司
2022 年 4 月 25 日