

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  
2022 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](http://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0.30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”。

2022年，我国纺织行业面临的外部发展环境异常严峻，且受居民收入增长放缓、消费场景恢复缓慢等因素影响，内销压力持续加大。据国家统计局数据，2022年1-12月，我国限额以上单位服装类商品零售额累计9,222.6亿元，同比下降7.7%，增速比2021年同期下滑21.9个百分点；12月当月限额以上单位服装类商品零售额同比下降14.2%。实体门店销售大幅下降，根据中华全国商业信息中心统计，1-12月，全国重点大型零售企业服装零售额和零售量同比分别下降14.79%和18.61%，12月当月服装零售额和零售量同比分别下降34.32%和38.80%。线上服装零售稳定增

长，1-12月穿类商品网上零售额同比增长3.5%，增速较2021年同期放缓4.8个百分点。

受外部多重因素影响，全球消费能力与消费信心削弱，中端消费市场受到明显挤压。服装行业正充分利用市场短期分化与长期升级的时间窗口，加快推动产业升级、品牌发展。①增加高品质产品供给。应消费升级的大趋势，提升设计创新价值，以品质提升为核心推进产品创新，更好满足多层次个性化消费需求，引导行业形成绿色消费、体验消费和服务消费风尚。②推动数字创新融合。行业正加速以全流程、全场景、全触点、全生命周期的数字化转型。在市场主体与商业场景精准连接下，跨境电商、直播电商、兴趣电商等新业态持续涌现。消费场景方面，则推进行业企业线上线下多渠道融合、新模式新业态规范发展。③构筑绿色创新未来。行业智能制造、智慧设计、智慧营销创新发展的推动下，行业绿色发展的理论、方法、工具不断丰富。从生产工艺、制造模式到管理体系，产业系统性的绿色转型正在重塑成本结构与竞争优势。

#### （1）主要业务和产品

公司主营业务为男装的生产与销售。公司男装产品包括衬衫、西服、西裤、茄克、T恤、毛衫等。经过多年的发展，公司男装业务取得了较多的荣誉：“红豆”商标被国家工商总局认定为“中国驰名商标”，红豆衬衫、西服相继被推举为中国名牌产品，并获得“国家免检产品”称号等。

近年来，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、社交电商为主要销售来源。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 and 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

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	473,695.23	489,249.51	-3.18	466,493.88
归属于上市公司股东的净资产	298,744.74	313,500.76	-4.71	359,294.72
营业收入	234,138.43	234,284.96	-0.06	238,396.68
归属于上市公司股东的净利润	1,503.94	7,697.31	-80.46	14,502.68
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	314.15	6,820.89	-95.39	12,838.39
经营活动产生的现金流量净额	10,733.38	260.25	4,024.27	24,310.88
加权平均净资产收益率(%)	0.47	2.34	减少1.87个百分点	3.86
基本每股收益(元/股)	0.01	0.03	-66.67	0.06
稀释每股收益(元/股)	0.01	0.03	-66.67	0.06

#### 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	64,359.68	48,204.46	54,155.26	67,419.02
归属于上市公司股东的净利润	2,988.80	2,180.82	-541.19	-3,124.49
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	2,404.88	2,145.20	-867.04	-3,368.89
经营活动产生的现金流量净额	-12,384.19	-1,422.09	8,696.87	15,842.79

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

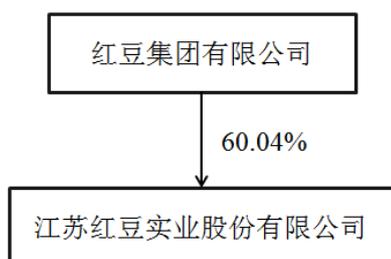
#### 4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					30,398		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					41,257		
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	-184,017,000	1,382,708,418	60.04	0	质押	1,101,363,000	境内非国 有法人
无锡文智投资合伙企业（有限合伙）	138,000,000	138,000,000	5.99	0	无	0	国有法人
温州启元资产管理有限公司—启元领航 1 号私募证券投资基金	56,000,000	56,000,000	2.43	0	无	0	其他
上海宽投资产管理有限公司—宽投天王星 26 号私募证券投资基金	21,422,546	21,422,546	0.93	0	无	0	其他
前海人寿保险股份有限公司—自有资金		14,999,912	0.65	0	无	0	未知
前海人寿保险股份有限公司—分红保险产品		13,999,911	0.61	0	无	0	未知
华夏基金—大家人寿保险股份有限公司—万能险组合—华夏基金—大家人寿价值型股票组合单一资产管理计划		9,942,900	0.43	0	无	0	未知
上海古曲私募基金管理有限公司—古曲泉盈七号私募证券投资基金		9,545,100	0.41	0	无	0	未知
上海古曲私募基金管理有限公司—古曲泉盛五号私募证券投资基金		9,400,000	0.41	0	无	0	未知
陆昌		8,576,900	0.37	0	无	0	境内自然 人
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东中，红豆集团有限公司、温州启元资产管理有限公司—启元领航 1 号私募证券投资基金、上海宽投资产管理有限公司—宽投天王星 26 号私募证券投资基金为一致行动人。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。					

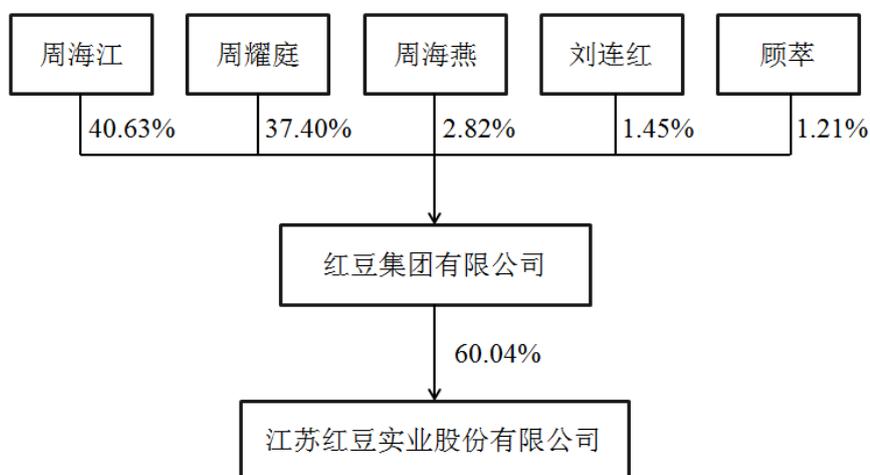
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

2022 年度，公司实现营业收入 234,138.43 万元，其中服装业务收入 204,116.04 万元（含男装业务收入 129,990.55 万元）；实现归属于上市公司股东的净利润 1,503.94 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  
2023年4月20日