

证券代码：002780

证券简称：三夫户外

公告编号：2023-019

# 北京三夫户外用品股份有限公司

## 2022 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。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期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

公司以连锁零售多品牌多品类专业优质户外运动用品、运营 X-BIONIC 黑科技运动奢侈品牌、代理运营瑞典山系经典品牌 Klattermusen（攀山鼠）、意大利手工匠心传承鞋品 CRISPI、经典工装鞋靴品牌 DANNER、战术背包品牌 Mystery Ranch 和专业户外鞋品牌 LA SPORTIVA、组织户外活动赛事团建、设计建设运营“松鼠部落亲子户外乐园+鹰极安全教育培训+SANFO HOOD 野奢营地+三夫小勇士”亲子青少年综合素质教育项目为主营业务，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，公司完成增资控股以青少年综合安全教育为主营业务的贵州鹰极体育旅游有限责任公司；启动收购专注于

经销、代理高端登山鞋品牌，拥有意大利手工匠心传承鞋品 CRISPI 中国区独家代理权的上海飞蛙商贸有限公司 100% 股权项目，并于 2023 年 2 月完成收购。

## (1) 公司从事的主要业务

### 1) 聚焦运营 X-BIONIC 黑科技运动奢侈品牌

X-BIONIC 是黑科技运动奢侈品牌，“X”代表科技、创意、未来以及无限可能，“BIONIC”代表仿生科技，“X-BIONIC”体现的是探索、科技、激昂的运动精神。

2022 年，公司产品研发团队在现有产品基础上，加强重点品类研究，全方位寻找优质原材料供应商，与 GORE-TEX、Schoeller、Polartec、Pertex、Primaloft、Allied、Toray、Cordura、Carvico 等国际优质材料合作，结合材料和运动属性，围绕不同季节多个场景，推出多款适合中国市场的产品。



公司聘请韩国零售设计团队打造门店展陈风格，以金属银和科技黑为主色调，采用全息影像技术展示 X-BIONIC 视网膜高清一体织科技 RETINA，定制大汗滴液晶屏道具展示 X-BIONIC 仿生科技，酷似太空舱的设计风格完美契合 X-BIONIC 黑科技运动奢侈品牌定位，获得业界好评，加速 X-BIONIC 高端商圈布局。目前，X-BIONIC 共开设北京国贸旗舰店、成都 SKP 品牌店、北京 SKP 冬季店、北京 DT51 品牌店、深圳万象城品牌店、成都融创雪世界店、南京德基品牌店、北京世纪金源品牌店以及北京西山滑雪店、吉林松花湖滑雪店、北大湖滑雪店、通化万峰滑雪店（2 家）、新疆将军山滑雪店、崇礼滑雪店共 15 家直营门店。

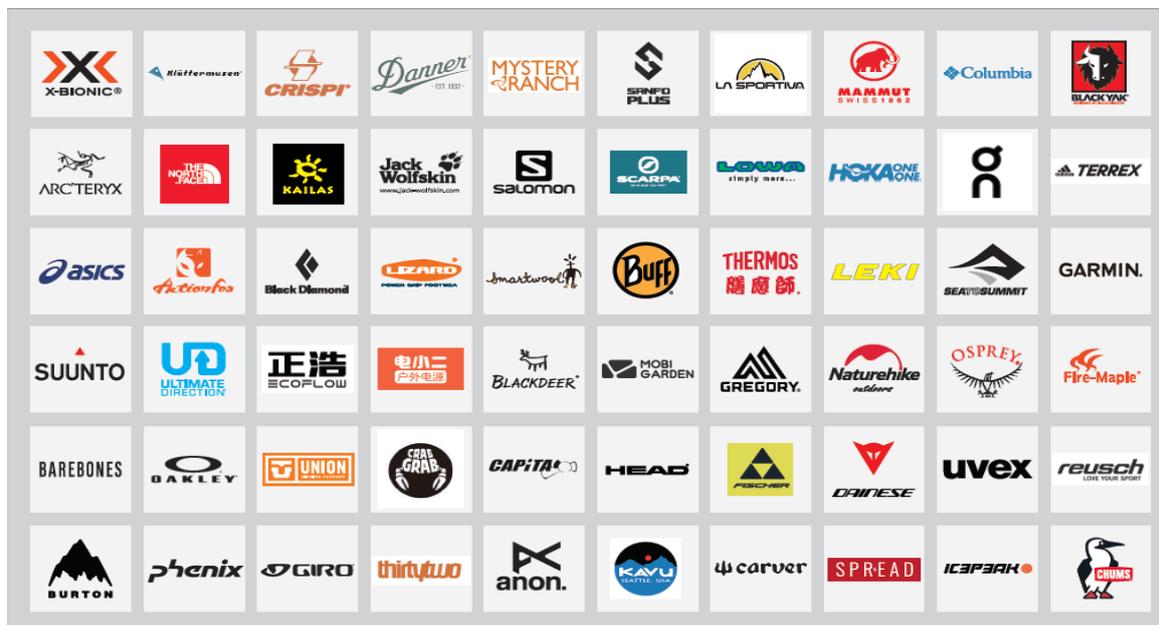


2022 年北京冬奥会，X-BIONIC 作为“冠军之选”，成为国家体育总局冬季运动管理中心功能内衣供应商，为 11 支雪上项目国家队运动员们体育竞技提供了优质的装备保障。2022 年 6 月，X-BIONIC 赞助登山者高立、任勇、陆平，成功登顶海拔 6,294 米的格朗曼因峰，成为首个登上格朗曼因峰的“中国团队”。2022 年 10 月，公司聘请国际超模何穗（代表时尚领域）、冬奥“双冠王”任子威（代表冰上运动）担任 X-BIONIC 品牌代言人，自由式滑雪空中技巧世界冠军王心迪（代表雪上运动）成为 X-BIONIC 品牌大使，在消费者心中树立“专业兼具时尚”的印象与形象。



## 2) 调整多品牌多品类连锁零售业务产品、渠道布局

公司利用经营户外市场多年的实战经验，与产业链上游多个户外品牌建立持久稳定合作，代理经销国内外 300 余个中高端户外优质品牌，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、露营、跑步、徒步、登山、自驾旅行、城市通勤等众多户外场景，以满足不同户外运动场景下的不同需求。部分核心品牌如下图所示：



公司关注大众消费习惯的变化，并根据变化积极调整销售渠道布局。持续聚焦天猫、京东、有赞微商城等电商平台的运营优化工作；快速成立直播团队，在抖音、小红书等兴趣电商平台以短视频、直播等方式打造流量矩阵；在北京祥云小镇、沈阳丁香小镇设立以成都铁像寺店为成功范例的新型多品牌综合店；在北京南山、西山滑雪场、崇礼万龙、富龙滑雪场、吉林松花湖、北大湖滑雪场、通化万峰滑雪场、新疆将军山滑雪场、成都融创雪世界等多个优质室内外滑雪场继续布局滑雪渠道，开设以销售 X-BIONIC 产品为主的滑雪店，巩固 X-BIONIC 产品在滑雪圈层的产品占有率。通过线上线下零售渠道相结合，为消费者提供更加便捷的商品供给，优化购物体验。

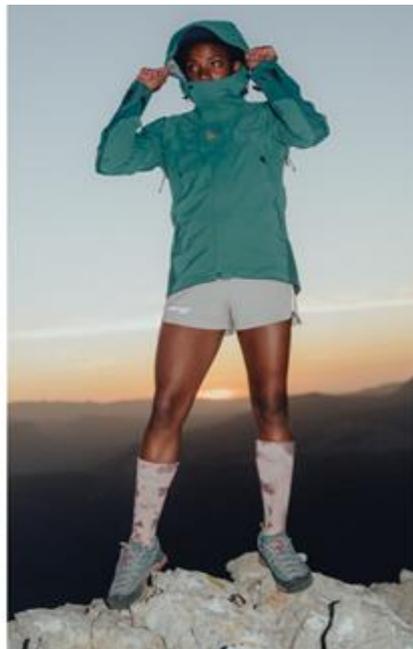


### 3) 打造代理品牌矩阵

报告期内，公司代理的国际品牌继续保持良好发展。其中，旅行鼠子公司独家代理的瑞典山系经典品牌 Klattermusen（攀山鼠）致力于为全球户外爱好者提供安全、可靠的出行装备产品。目前分别在杭州百货、上海嘉里中心开设 2 家直营品牌店，并在天猫、京东以及抖音等兴趣电商平台设立品牌店。

经典工装鞋靴品牌 DANNER、战术背包品牌 Mystery Ranch、专业户外鞋品牌 LA SPORTIVA 继续在电商平台发力，销售持续增长，保持稳定发展。

CRISPI 鞋品坚持采用意大利传统手工制鞋工艺，融合现代技术及意大利特有的时尚品味。进入中国市场 16 年，以“舒适○磨合”的穿着体验获得了广大中国消费者的青睐。收购完成后，公司将重点打造瑞典山系经典品牌 Klattermusen（攀山鼠）+意大利手工匠心传承鞋品 CRISPI+经典工装鞋靴品牌 DANNER+战术背包品牌 Mystery Ranch+专业户外鞋品牌 LA SPORTIVA 的代理品牌矩阵。



### 4) 轻资产运营 SANFO HOOD 野奢营地

SANFO HOOD 露营厂牌于 2020 年入局露营产业，成为圈内先行者。报告期内露营热潮四起，布局较早的 SANFO HOOD 通过合作模式开展轻资产投资，与北京山里寒舍、瓦厂酒店等高端民宿、旅游景区达成战略合作，共同打造野奢帐篷营地，提供住宿、餐食等服务，与民宿、酒店进行合作共赢。目前，公司已经先后设计建设运营北京尚谷云端、三州、印象、山楂谷，成都玫瑰谷、兴隆湖，昆明自由 D，三亚清水湾等多个在业界很有影响的营地项目，实现多城市、品牌化、规模化运营，形成了一套完整的规划、建设、运营体系，为客户提供多场景、多玩法、多主题的精致露营生活方式。



5) 持续优化升级户外活动赛事团建业务结构

报告期内，三夫赛事与中国铁人三项协会深度绑定，将三夫铁人三项传统赛事升级为中国铁人三项运动协会 A+级积分赛；越野跑品牌“崇礼 168 超级越野赛”与泰国清迈茵他依 By UTMB 超级越野赛签订战略合作协议；三夫赛事还与相关国家部门、单位合作，积极推进国内户外运动赛事管理信息化平台的搭建工作。

三夫团建秉承“立足企业、精选场域、精确匹配、精心服务”的发展宗旨，突破业务壁垒，丰富产品模型，打造出“多场景、多玩法、多主题、多陪伴、新生活方式”四多一新的产品体系。



6) 稳健运营亲子青少年综合素质教育 IP 项目

报告期内，公司增资控股以青少年综合安全教育为主营业务的贵州鹰极体育旅游有限责任公司，形成“松鼠部落亲子户外乐园+鹰极安全教育培训+SANFO HOOD 野奢营地+三夫小勇士”亲子青少年综合素质教育 IP。

“松鼠部落”亲子户外乐园聚焦 3-12 岁亲子家庭近郊出行，以“无动力运动”为核心理念，始终坚守“运动、教育、游乐、生态”的宗旨，构建儿童成长第三空间，鼓励亲子群体亲近自然，积极参与户外运动。

鹰极安全教育培训以“让三亿孩子更安全”为企业愿景，致力打造“一个 0~99 岁都需要学习的地方”。2022 年鹰极

首先将安全科普内容融入中小学研学旅行项目，得到当地政府及教育部门的推广与支持，以安全教育为主题的鹰极研学课程获得老师、家长及学生的一致好评。2022 年 10 月，鹰极安全教育入选贵阳市教育局义务教育阶段学校客户服务第三批校外机构名单。

三夫小勇士基于青少年健康成长赛道的大趋势布局，聚焦青少年儿童体适能培训。小勇士赛中设置多重运动障碍关卡，通过在比赛中的障碍跨越，激发青少年儿童拥抱困难、直面泥泞、坚持到底的运动、意志潜能，引导青少年儿童健康发展。

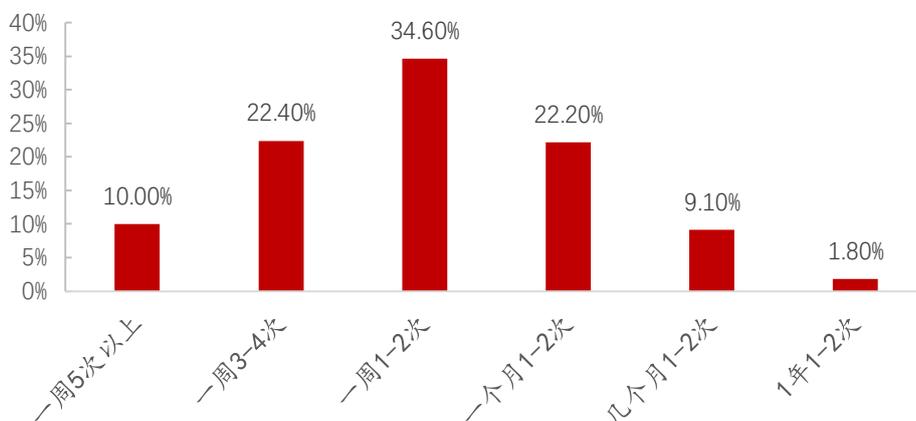


## (2) 公司所处行业情况

### 1) 运动生活方式催动户外产业快速发展

近几年，居民健康意识得到极大提升，户外运动已经成为大部分居民日常生活中的一部分。根据南都民调中心《户外运动消费调查报告（2022）》显示，受访者中 66% 以上的户外玩家至少一周参与一次户外运动，约 47% 的户外参与者把户外运动培养成兴趣爱好，接近 30% 的户外参与者将进入相关行业工作。露营、飞盘、骑行等运动热潮是大环境下催生的就近出行、就近运动现象，这些运动不仅调动了人们参与体育运动的热情，还拉动了体育消费，促进了体育产业发展。国民新的运动生活方式，带动整个户外产业发展，例如跑步、滑雪、露营、自驾、骑行等细分领域将会产生更大的市场规模和消费需求。

### 户外运动参与频率调查



图片来源：浙商证券《2022 年户外运动行业研究报告》

伴随户外运动轻量化、年轻化、家庭化、社交化趋势发展，户外运动将成为居民重要的休闲生活方式，未来户外场景

将不断延伸，消费属性进一步增强，户外产业受益明显。

## 2) 政策支持驱动户外产业长期增长

近年来，国务院、国家体育总局、国家发改委等机构相继出台多个户外运动相关政策，致力于完善全民健身公共服务体系，实现全民健身目标，推动户外行业良好发展。

2022 年 7 月，国家体育总局办公厅印发《关于体育助力稳经济促消费激活活力的工作方案》。《方案》提到要加大赛事供给，全面有序恢复线下体育赛事，力争做到国内赛事应办尽办、应播尽播，把更多赛事呈现到人民群众面前；促进体育消费，深化体育消费试点工作，推动 40 个国家体育消费试点城市通过打造体育消费新场景、培育体育消费新业态新模式、发放体育消费券、组织体育消费节等措施，更好满足群众常态化下的体育消费需求；宣传绿色健康生活方式，鼓励群众走向户外、参与户外运动，进一步挖掘户外运动、绿色出行等领域消费潜力等。

2022 年 11 月，国家体育总局、发展改革委、自然资源部等八部门共同印发《户外运动产业发展规划（2022-2025 年）》。《规划》提出，到 2025 年，户外运动产业高质量发展成效显著，基本形成供给与需求有效对接、产业与生态协调发展、产品与服务品牌彰显、业态与模式持续创新的发展格局。户外运动场地设施持续增加，普及程度大幅提升，参与人数不断增长，户外运动产业总规模超过 3 万亿元。

## 3) 消费场景有序恢复，长期向好基本面没有改变

根据国家统计局公布的数据显示，2022 年社会消费品零售总额 439,733 亿元，同比下降 0.2%；按消费类型分，商品零售 395,792 亿元，增长 0.5%；新型消费发展态势较好，实物商品网上零售额增长 6.2%；实体零售保持增长，限额以上零售业实体店商品零售额增长 1%。2023 年一季度，社会消费品零售总额 114,922 亿元，同比增长 5.8%，其中限额以上单位服装鞋帽针纺织品类、体育娱乐用品类商品零售额分别增长为 9.0%、5.8%。

扩大内需战略的深入实施，以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局加快构建，消费市场稳定恢复的基础将更加牢固，消费市场有望持续恢复向好。

### (3) 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。公司研发生产和代理经销高性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综合素质教育板块，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：元

|                  | 2022 年末          | 2021 年末          | 本年末比上年末增减 | 2020 年末        |
|------------------|------------------|------------------|-----------|----------------|
| 总资产              | 1,070,624,221.15 | 1,011,244,584.11 | 5.87%     | 800,467,460.17 |
| 归属于上市公司股东的净资产    | 651,661,953.22   | 685,538,175.01   | -4.94%    | 526,745,694.31 |
|                  | 2022 年           | 2021 年           | 本年比上年增减   | 2020 年         |
| 营业收入             | 562,367,125.06   | 555,537,570.12   | 1.23%     | 467,487,848.35 |
| 归属于上市公司股东的净利润    | -33,178,936.45   | -26,169,016.15   | -26.79%   | -65,453,437.10 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性 | -39,310,210.47   | -26,402,602.12   | -48.89%   | -66,974,096.80 |

|               |                |               |          |                |
|---------------|----------------|---------------|----------|----------------|
| 损益的净利润        |                |               |          |                |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -45,659,023.03 | 30,962,645.82 | -247.46% | -25,192,996.48 |
| 基本每股收益（元/股）   | -0.21          | -0.18         | -16.67%  | -0.45          |
| 稀释每股收益（元/股）   | -0.21          | -0.18         | -16.67%  | -0.45          |
| 加权平均净资产收益率    | -4.96%         | -4.79%        | -0.17%   | -11.66%        |

## (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                   | 131,306,205.60 | 105,635,234.35 | 124,114,361.26 | 201,311,323.85 |
| 归属于上市公司股东的净利润          | 2,397,592.76   | -18,183,865.74 | -18,293,990.43 | 901,326.96     |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 1,168,209.67   | -19,822,053.62 | -17,559,407.39 | -3,096,959.13  |
| 经营活动产生的现金流量净额          | -15,794,948.52 | -2,590,724.51  | -23,765,327.01 | -3,508,022.99  |

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<br>股东总数  | 20,815    | 年度报告披露<br>日前一个月末普通<br>股股东总数 | 18,201     | 报告期末表决<br>权恢复的优先<br>股股东总数 | 0          | 年度报告披露日一个<br>月末表决权恢复的优先<br>股股东总数 | 0 |
|--|-----------|-----------------------------|------------|---------------------------|------------|----------------------------------|---|
| 前 10 名股东持股情况   |           |                             |            |                           |            |                                  |   |
| 股东名称   | 股东性<br>质  | 持股比例                        | 持股数量       | 持有有限售<br>条件的股份<br>数量      | 质押、标记或冻结情况 |                                  |   |
|  |           |                             |            |                           | 股份状态       | 数量                               |   |
| 张恒   | 境内自<br>然人 | 20.74%                      | 32,676,248 | 24,507,186                | 质押         | 6,787,865                        |   |
| 北京熙诚金睿股<br>权投资基金管理<br>有限公司—北京<br>新动力优质企业<br>发展基金（有限<br>合伙） | 其他        | 4.01%                       | 6,325,110  |                           |            |                                  |   |
| 孙雷   | 境内自<br>然人 | 2.04%                       | 3,220,648  | 2,415,486                 |            |                                  |   |
| 邵亦然  | 境内自<br>然人 | 1.00%                       | 1,575,400  |                           |            |                                  |   |
| 魏君贤  | 境内自<br>然人 | 0.81%                       | 1,276,908  |                           |            |                                  |   |
| 深圳市上善若水<br>资产管理有限公司—上善若水远                                  | 其他        | 0.72%                       | 1,138,700  |                           |            |                                  |   |

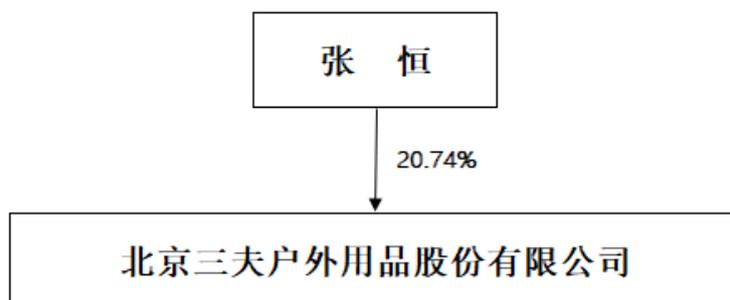
|                                  |   |       |         |  |  |  |
|----------------------------------|---|-------|---------|--|--|--|
| 正证券投资私募基金                        |   |       |         |  |  |  |
| 中信证券股份有限公司                       | 国有法人  | 0.60% | 951,835 |  |  |  |
| 中国工商银行股份有限公司—华商乐享互联灵活配置混合型证券投资基金 | 其他  | 0.60% | 941,800 |  |  |  |
| 张欣                               | 境内自然人   | 0.59% | 928,000 |  |  |  |
| 国泰君安证券股份有限公司                     | 国有法人  | 0.57% | 895,108 |  |  |  |
| 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）               | 股东深圳市上善若水资产管理有限公司—上善若水远正证券投资私募基金通过普通证券账户持有 0 股，通过华泰证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 1,138,700 股，实际合计持有 1,138,700 股。 |       |         |  |  |  |

## (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

报告期内，除已披露外，公司无其他重大事项。

北京三夫户外用品股份有限公司董事会

二〇二三年四月二十八日