

公司代码：603511

公司简称：爱慕股份

爱慕股份有限公司
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 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 立信会计师事务所（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**

董事会在保证公司现金流充裕及经营资金需求的前提下，持续关注投资者回报，与所有股东分享公司发展的成果，持续有效回报全体股东，拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每10股派发现金红利7.50元（含税），截至2022年12月31日，公司总股本400,010,000股，依此计算合计拟派发现金红利30,000.75万元（含税）。本次利润分配不送红股，不以资本公积金转增股本。本次现金红利，占2022年度归属于上市公司股东净利润的比例为146.29%。如在实施权益分派股权登记日前公司总股本发生变动的，公司拟维持分配总额不变，相应调整每股分配比例。本次利润分配预案尚需提交公司股东大会审议。

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	爱慕股份	603511	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	何林渠	顾婷婷
办公地址	北京市朝阳区望京开发区利泽中园二区218、219号楼	北京市朝阳区望京开发区利泽中园二区218、219号楼
电话	010-64390009	010-64390009
电子信箱	aimerzhengquan@aimer.com.cn	aimerzhengquan@aimer.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

公司主营业务为高品质贴身服饰及其用品的研发、生产与销售，根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2011）及中国证券监督管理委员会《上市公司行业分类指引》的划分标准，公司属于“纺织服装、服饰业（C18）”。

中国是一个拥有 14 亿人口的消费大国，其中有庞大的中产阶级群体，具有巨大的消费能力和潜力。随着城乡居民可支配收入的不断提高，消费结构从生存型消费向享受型、发展型消费转变，消费观念变化步伐的加快，进一步促进消费结构升级。纺织服装行业是我国国民经济的基础消费产业。贴身服饰作为服装行业细分领域之一，具有“规模大、集中度低、竞争激烈”的行业特征。中长期来看，中国内衣市场依然具有较大的市场空间。根据行业研究相关数据，2021 年中国女性内衣销售约 1,200 亿元，2023-2026 年每年将有 5-8% 的增速，预计 2026 年达到 2,000 亿元左右。

根据国家统计局的相关数据，2022 年我国人均 GDP 达到了 85,698 元，比上年实际增长 3%。2022 年全国居民人均可支配收入实际增长 2.9%，与经济增长基本同步。全年社会消费品零售总额为 439,733 亿元，较 2021 年同比下降 0.2%，服装、鞋帽、针纺织品类零售额累计 13,003 亿元，同比下降 6.5%，全年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%，消费市场受市场环境短期扰动比较明显。

2023 年，经济社会运行进入新阶段，正常生产生活秩序恢复和线下消费场景加快拓展，消费市场有望逐步恢复。近年来根据市场趋势及公司消费者洞察，消费分级明显，借助国内强有力的供应链优势，各层级消费者对产品及服务的需求全方位升级，尤其 90 后、95 后年轻一代消费者，他们对于产品颜值、产品品质、产品价值内涵同时具有多维度高标准需求。同时新消费热点不断涌现，“互联网+”、“数字+”等消费新模式快速发展，绿色消费、健康消费、文化消费较为活跃。健康消费中逐渐兴起的全民运动健身热潮，催生广泛的运动服饰需求，尤其是专业运动贴身服饰市场存在空白和机遇。

2023 年是爱慕品牌创立 30 周年，行至今日，爱慕基于 30 年的积累与沉淀，依托人体工学研究和近 400 项专利，以中国女性的标准定义好内衣，建立评价体系并推出“人体美学内衣”。未

来，爱慕始终坚守初心，通过不断创造满足消费者需求的“品质、时尚、健康、科技、艺术”的产品和体验，实现对美的追求和创造，传递对全球消费者的关爱。

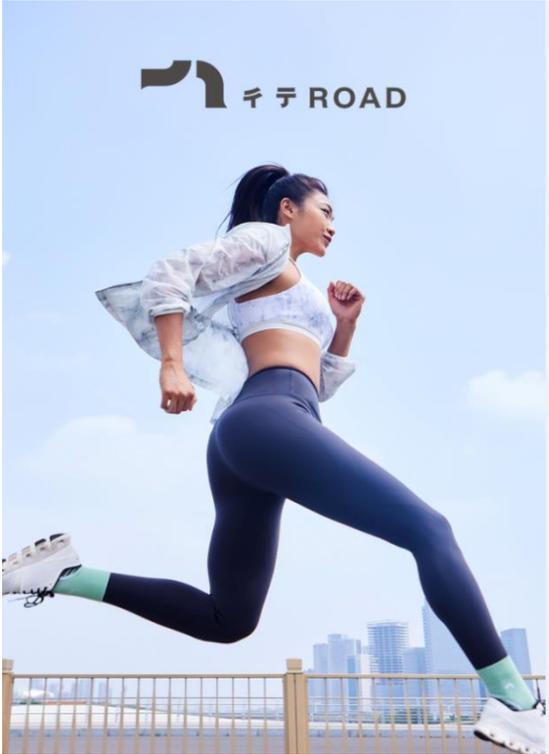
2.1 主要业务及品牌概述

公司持续专注于高品质贴身服饰及其用品的研发、生产与销售，已形成以贴身服饰品类为核心，多品牌、全渠道发展的经营模式，在市场建立了较强的品牌认知与美誉度。公司核心品牌如下：

品牌	品牌风格定位	品牌风格
<p>爱慕 (AIMER)</p>	<p>诞生于 1993 年，以“爱”、“美”、“生命力”为品牌定位。爱慕尊重、欣赏每位女性的多元之美，从消费者需求出发，以人体工学为支撑，提供专业、舒适、健康、高颜值的好内衣。爱慕始终与当代女性同行，探索爱与美的无限可能。</p>	
<p>爱慕先生 (AIMER MEN)</p>	<p>诞生于 2005 年，公司旗下高端男士内衣品牌，以品质、品位为品牌调性，秉承经典、时尚、创意、科技的设计风格，诠释精英男士独具品位的生活方式，致力于为精英男士提供舒适、时尚、高品质的内衣服饰。</p>	

品牌	品牌风格定位	品牌风格
<p>爱慕儿童 (AIMER KIDS)</p>	<p>诞生于 2009 年,公司旗下专业中高端儿童内衣品牌,将爱融入设计,为 0-16 岁婴童及青少年提供高品质内衣,相伴孩子科学健康成长。</p> <p>品牌理念: 纯净内衣·爱的陪伴</p>	 <p>The image shows two children, a boy and a girl, wearing red long-sleeved pajamas. The boy is on the left, looking up and laughing. The girl is on the right, smiling. The background is a warm, orange-red color. The text 'AIMER KIDS' is visible in the upper left. At the bottom, there is a slogan in Chinese and English: '纯净内衣·爱的陪伴' and 'ACCOMPANY WITH PURE LOVE'.</p>
<p>爱美丽 (IMIS)</p>	<p>诞生于 2005 年,由公司倾力打造的中高端贴身服饰品牌。聚焦精致美学新青年,为追求“品质生活和松弛感情绪”的消费者提供优质产品。</p> <p>品牌以“简约现代,高阶质感”为设计基调,通过更流畅的版型设计及现代元素演绎,传递心释放、享自在的生活方式。</p>	 <p>The image shows a woman with long dark hair, wearing a black sports bra and black pants, sitting on a white surface. She is looking towards the camera with a neutral expression. The brand name 'IMIS' is prominently displayed in large white letters at the bottom of the image. The background is a simple, light-colored wall.</p>

品牌	品牌风格定位	品牌风格
兰卡文 (LA CLOVER)	<p>诞生于 2004 年,公司倾力打造的中国奢华蕾丝内衣品牌。品牌独具匠心的设计,精湛的手工艺,珍贵独特的面料,无与伦比的版型,成就独一无二的“贴身艺术品”。品牌致力于不断激励更多女性,在勇敢追求,自信引领的路上,创造属于自己的惊艳时刻。</p>	
乎兮 (HUXI)	<p>诞生于 2018 年,公司旗下科技健康贴身服饰品牌,以“乎兮,自由去呼吸”为品牌主张,秉承“肌肤呼吸、身心呼吸、地球呼吸”的品牌价值观。</p>	

品牌	品牌风格定位	品牌风格
彳亍 (ROAD)	<p>诞生于 2021 年，公司在全新赛道的新布局。品牌旨在为每位热爱运动的伙伴打造专业、高端的运动服饰，以独家专利技术及多场景、多强度的运动 Bra 矩阵树立彳亍品牌“运动 Bra 专家”的品牌形象。倡导与消费者同行、共创，通过运动连接彼此、分享内在愉悦、共同成长。彳亍，以专业支持热爱，享受运动愉悦，创造无限可能。</p>	
皇锦 (EMPERORIENT)	<p>诞生于 1999 年，公司倾力打造的中国传统美学生活匠心品牌。源自对中华优秀传统文化的传承与创新，并形成以图案原创为核心的品牌价值，用优良的经典材质和精湛的传统手工技艺创造出具有艺术价值的产品。</p>	

2.2 公司经营模式及市场地位

1、研发模式

公司研发中心、各品牌事业部、生产基地均拥有经验丰富的研发设计、生产技术团队。公司是首家拥有国家工业设计中心称号的内衣品牌公司，连续三年获得企业标准“领跑者”称号。公司始终坚持以消费者为中心，建设公司核心技术研发能力，在产品的设计、工艺研究、流行趋势、企划设计、智能制造、标准化建设等方面全方位推动公司的产品革新和生产技术升级。公司主导或参与制定了多项国家标准、行业标准，同时注重人体工学等基础项目研究，与行业顶尖人才和机构、多所高校合作共同推进内衣方面的学术研究及落地实践，持续整合全球内衣产业资源，始终秉承“为消费者生产一件好内衣”的初心，持续引领行业发展。

2、采购模式

公司拥有完备的供应商准入管理制度、供应商评价管理制度、供应商定级管理制度，形成相对稳定又具有竞争状态的供应商动态管理机制。公司利用智慧供应链云平台与供应商进行互联，实现高效、及时的可视化采购业务管理。公司与供应商高度协同，战略供应商深度参与前期商品开发打样、物料储备、快反追单生产等环节，持续提升多品牌多渠道产品供应能力。

3、生产模式

公司采用自制生产、成品定制和委托加工相结合的生产模式。公司自有工厂产能主要满足生产工艺难度高、品质控制流程较为复杂的核心品类产品，同时公司也与具备一定研发设计能力或专利技术的部分优质外协供应商建立了良好合作关系，向外部供应商委托加工或定制成品。公司对前述生产方式生产的产品均建立了严格的质量控制标准，确保公司所有产品品质均符合公司及行业标准。

4、销售模式

公司建立了以消费者为中心的、规模化的全渠道营销网络，全面覆盖线上、线下渠道。线下渠道是公司的核心销售渠道，线上渠道包括天猫、京东、唯品会、抖音等优质第三方平台，以及公司自建爱慕官方商城私域渠道。公司渠道建设始终以满足消费者更优购物体验为目标，在大数据应用、人工智能、物联网等智慧新零售领域不断探索实践，打造全时、全渠道经营通路，实现线上线下一体化经营。

5、市场地位

公司的市场地位突出，是贴身服饰行业的龙头企业。根据中国商业联合会和中华全国商业信息中心对线下零售渠道的监测数据，公司旗下爱慕（AIMER）、兰卡文（LA CLOVER）、爱慕先生（AIMER MEN）、爱慕儿童（AIMER KIDS）2022年获得线下同类产品市场综合占有率行业第一。公司连续多年被中国服装协会评为“全国服装行业百强企业”。2022年，公司被中国纺织工业联合会评为“2022中国纺织服装品牌竞争力优势企业”。

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

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	5,128,323,175.00	5,100,959,211.67	0.54	3,938,665,167.03
归属于上市公司 股东的净资产	4,481,515,904.13	4,371,151,661.74	2.52	3,447,083,249.20
营业收入	3,300,391,400.49	3,518,830,377.31	-6.21	3,362,232,508.82
归属于上市公司 股东的净利润	205,073,733.55	344,771,468.59	-40.52	444,414,274.68

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	168,200,060.42	301,586,114.12	-44.23	382,032,532.42
经营活动产生的现金流量净额	674,549,350.27	326,622,510.27	106.52	738,223,352.18
加权平均净资产收益率(%)	4.63	8.58	减少3.95个百分点	13.73
基本每股收益(元/股)	0.51	0.90	-43.33	1.23
稀释每股收益(元/股)	0.51	0.90	-43.33	1.23

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	935,098,977.08	765,856,730.89	751,703,766.17	847,731,926.35
归属于上市公司股东的净利润	130,075,842.72	20,766,318.49	21,962,068.64	32,269,503.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	124,524,578.50	-3,601,944.73	25,522,411.39	21,755,015.26
经营活动产生的现金流量净额	157,714,840.60	192,833,495.11	184,707,292.43	139,293,722.13

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

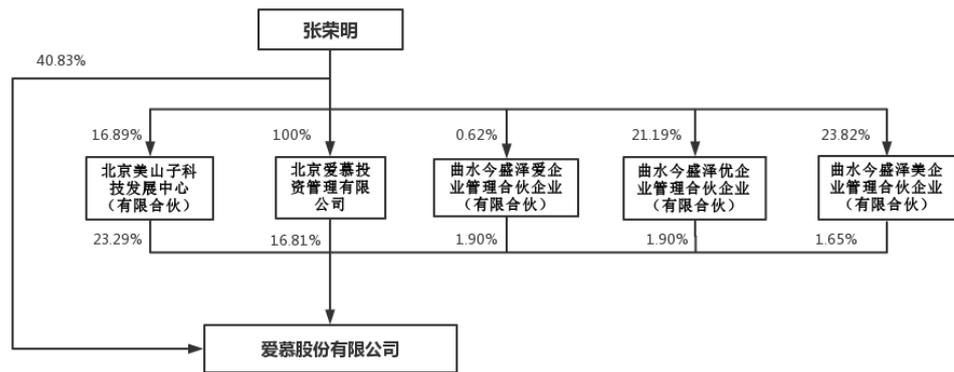
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)		14,136					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)		14,219					
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	数量	

					状态		
张荣明		163,323,229	40.83	163,323,229	无		境内自然人
北京美山子科技发展中心（有限合伙）		93,159,058	23.29	93,159,058	无		其他
北京爱慕投资管理有限公司		67,246,734	16.81	67,246,734	无		境内非国有法人
曲水今盛泽爱企业管理合伙企业（有限合伙）		7,612,007	1.90	7,612,007	无		其他
曲水今盛泽优企业管理合伙企业（有限合伙）		7,612,007	1.90	7,612,007	无		其他
曲水今盛泽美企业管理合伙企业（有限合伙）		6,619,137	1.65	6,619,137	无		其他
嘉华优选（天津）企业管理咨询合伙企业（有限合伙）		5,427,828	1.36	0	无		其他
北京众海投资管理有限公司—北京众海嘉信网络科技有限公司（有限合伙）		2,520,000	0.63	0	无		其他
福建晋江十月海畅股权投资合伙企业（有限合伙）		2,160,000	0.54	0	无		其他
北京朝投发投资管理有限公司—北京市盈润汇民基金管理中心（有限合伙）		1,800,000	0.45	0	无		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，张荣明是北京爱慕投资管理有限公司的控股股东、实际控制人，是曲水今盛泽爱企业管理合伙企业（有限合伙）、曲水今盛泽优企业管理合伙企业（有限合伙）、曲水今盛泽美企业管理合伙企业（有限合伙）的执行事务合伙人，张荣明与北京爱慕投资管理有限公司、曲水今盛泽爱企业管理合伙企业（有限合伙）、曲水今盛泽优企业管理合伙企业（有限合伙）、曲水今盛泽美企业管理合伙企业（有限合伙）构成一致行动关系。除此之外，本公司未知上述股东之间是否存在关联关系，也未知其是否属于《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东及持	无						

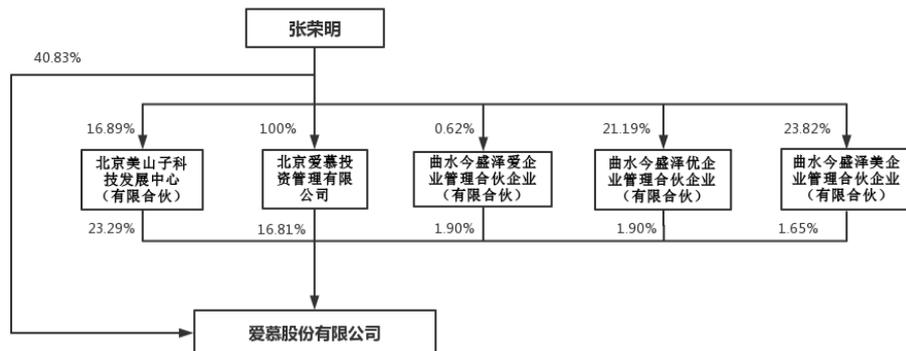
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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。

2022 年度，公司实现营业收入 330,039.14 万元，较上年下降 6.21%；公司毛利率 66.26%，较上年下降 1.29 个百分点；归属于上市公司股东的净利润 20,507.37 万元，较上年下降 40.52%。

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