

证券代码：300640

证券简称：德艺文创

公告编号：2024-032

## 德艺文化创意集团股份有限公司 2023 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。

华兴会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所未变更，为华兴会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

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

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以公司总股本 312,452,427 股剔除公司回购专用证券账户中的股份 1,459,000 股后的股本 310,993,427 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.70 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

以上利润分配方案披露后至实施权益分派股权登记日前，若公司总股本或回购专用证券账户中的股份发生变动的，公司将按照分配比例不变的原则，相应调整分配总额。

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	德艺文创	股票代码	300640
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	吴艳菱	齐琳	
办公地址	福建省闽侯县上街镇创业路 1 号	福建省闽侯县上街镇创业路 1 号	
传真	0591-87828800	0591-87828800	
电话	0591-87762758	0591-87762758	
电子信箱	board@fz-profit.com	board@fz-profit.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### （一）主营业务概况

德艺文创是一家致力于为海内外客户提供研发设计、外包生产及全球化销售一站式服务的文创家居用品整体供应商。公司坚持实施自主创新发展战略，逐步发展成为拥有完整销售业态的集团性公司。公司始终秉承着“创新引领、传承文化、品质家居、缔造生活”为经营理念，坚持“文化资源创意化、创意设计产品化、产品销售产业化”的业务理念，以满足海内外消费者日常居家生活的个性化、多样化需求为研发设计驱动力，为客户和终端消费者提供高附加值的创意家居产品。

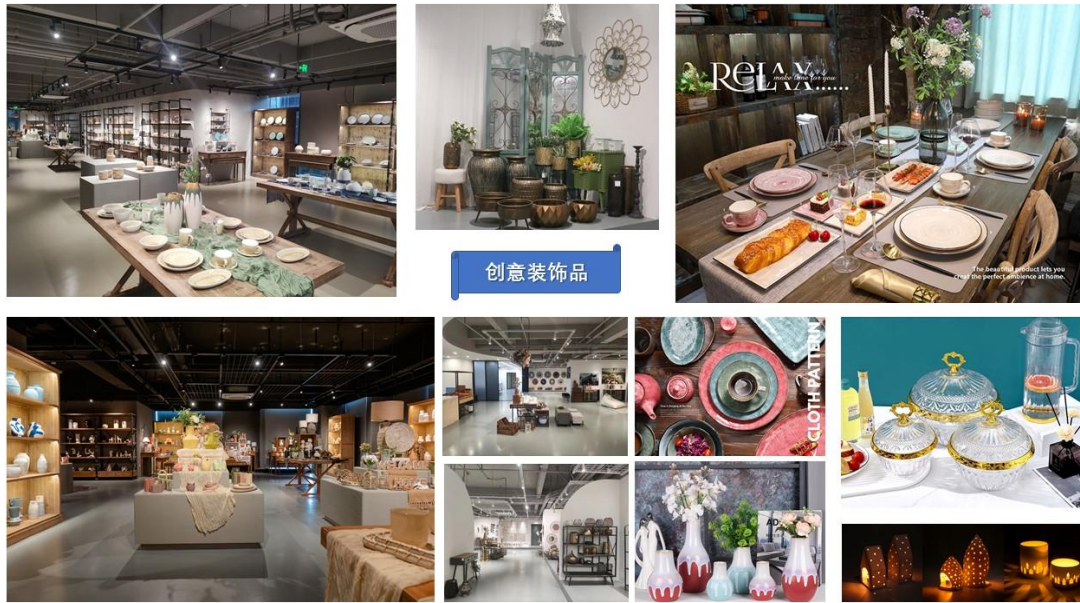
公司主营产品为文创家居用品。公司突出“文化、创意、时尚”的产品特性，在家居用品研发设计中，立足海内外文化，推动中国文化元素与当季潮流趋势的融合，以陶瓷、树脂、竹木等中国特色原材料为载体，并融入诸多文化元素，在产品能够满足居民日常居家生活需求的实用性功能基础上，借助专业研发设计团队的知识智慧及情感，赋予其独特的设计、时尚的外观、新颖的材质，打造出兼具“时尚、创意、设计”于一体的创意家居用品。目前，公司已经形成了创意装饰品、休闲日用品、时尚小家具等三大产品系列近万个品种，产品远销全球五大洲 100 多个国家，为国内主要的文化创意家居用品出口商之一。自设立以来，公司主营业务和主要产品均未发生变化。

#### （二）公司主要产品

公司主营产品为创意家居生活用品，产品品类齐全，系列丰富。按照产品功能类别划分，大致可以分为创意装饰品、休闲日用品及时尚小家具三大类。

##### 1、创意装饰品

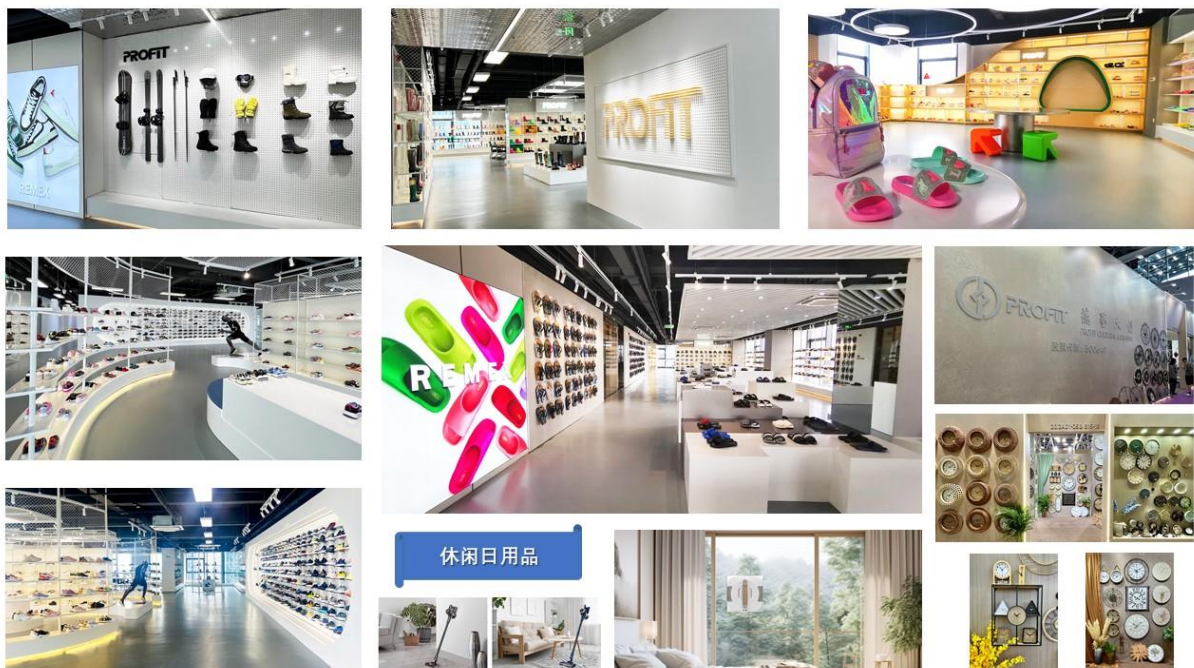
对于创意装饰品，公司在研发设计理念上突显创意特性，通过文化创意和设计服务将中华传统文化或外国经典元素融入陶瓷、树脂、竹木、铁件等载体之中，并运用现代的工艺技术制造而成。公司的创意装饰品，按照用途可以划分为节庆装饰品、家居装饰品、日用装饰品及花园装饰品等；按照材质可以划分为陶瓷装饰品、树脂装饰品、纺织装饰品等。公司部分创意装饰产品如下图所示：

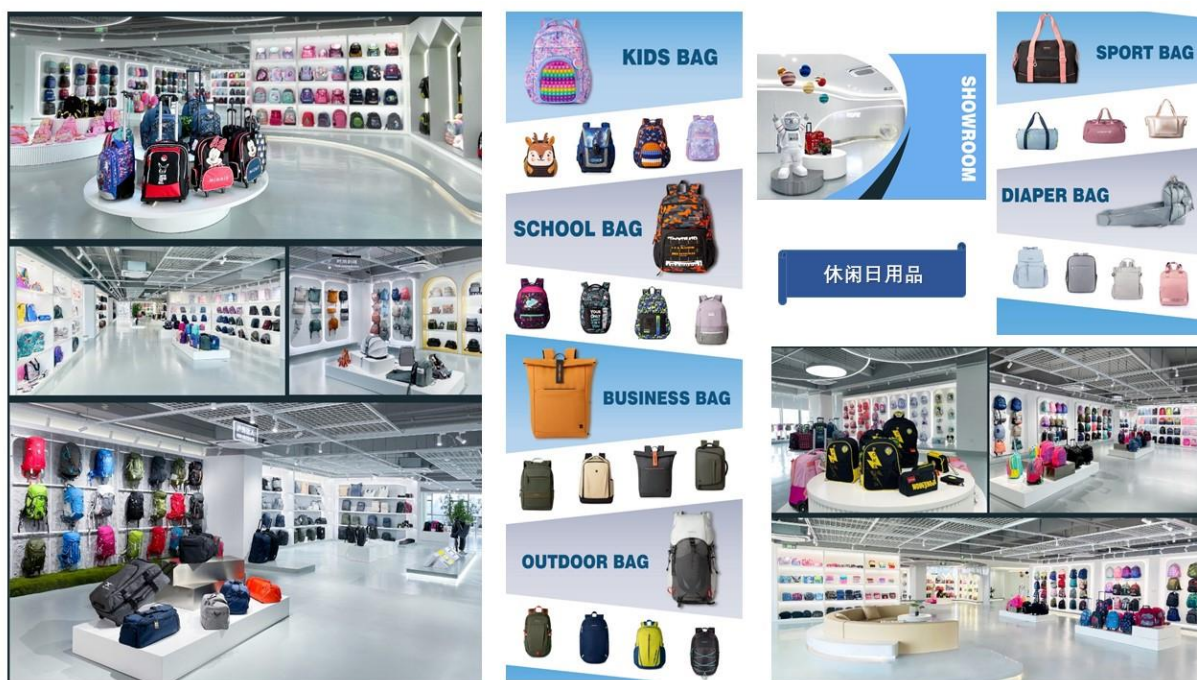


(图 1：公司设计的创意装饰品产品图片)

## 2、休闲日用品

对于休闲日用品，公司在研发设计理念上突显休闲特性，以提升产品的美观度和舒适感、改善产品的休闲文化体验为重点，倡导休闲的生活方式，赋予家居日用品以时尚元素和文化内涵。公司的休闲日用品主要包括休闲鞋和休闲包两大类，其中：鞋类产品包括沙滩拖鞋、凉鞋及休闲鞋等；包类产品包括动漫背包、商务休闲包、户外休闲包等。公司部分休闲日用产品如下图所示：

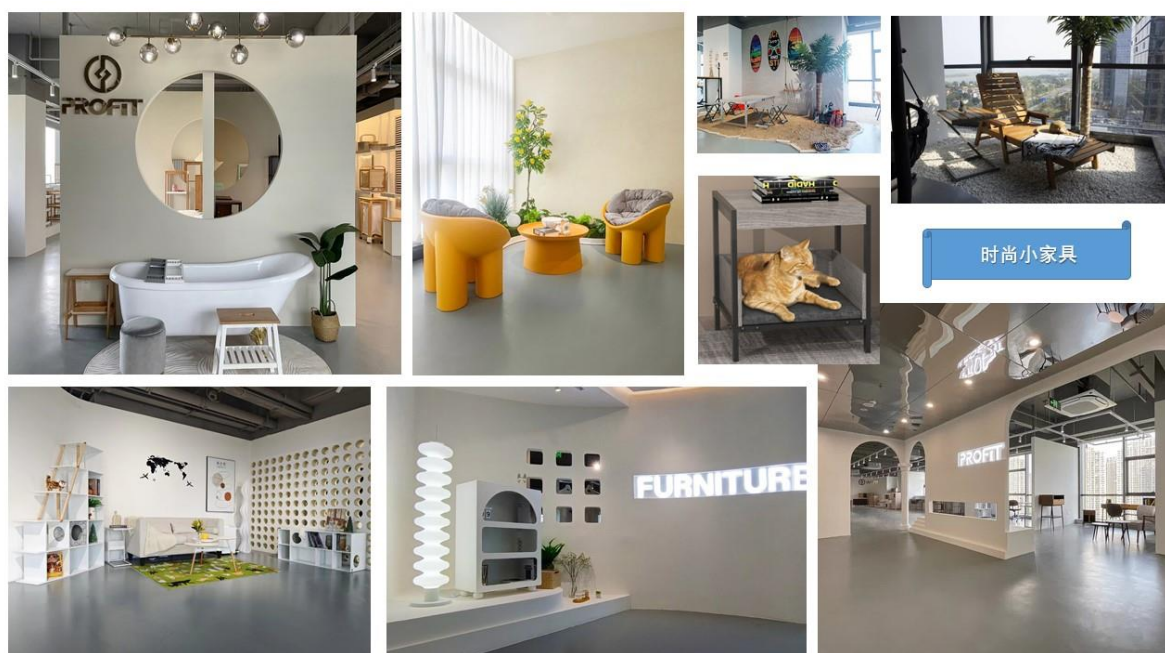




(图 2: 公司设计的休闲日用品产品图片)

### 3、时尚小家具

对于时尚小家具，公司在研发设计理念上突显时尚特性，除具备家具产品本身的实用功能外，在外观设计上还融合了设计师的创新和灵感，融入时尚、品质、文化及个性化元素，满足消费者对生活环境和生活品质的高层次要求。公司的时尚小家具包括装饰小家具、客厅小家具、浴室小家具、收纳小家具等系列。公司部分时尚小家具产品如下图所示：



(图 3: 公司设计的时尚小家具产品图片)

#### (三) 经营模式

作为一家致力于为海内外客户提供文化创意家居用品一站式采购服务的公司，公司建立了集“研发设计—委托外包—渠道销售”三大环节于一体的稳定业务经营模式。公司突出“文化、创意、时尚”的产品特性，建立了独立、完整的研发、设计、采购及销售体系。其环节主要如下：

##### 1、研发设计环节

公司始终坚持以研发创新为核心驱动力，通过充分整合全球文化资源、现代文创工艺与最新设计理念，以陶瓷、树脂、铁艺等材料为载体，借助专业的研发设计团队将文化资源转变为文化创意家居用品。截至目前，公司获得各项知识产权一百余项，在创意设计、产品开发等方面处于行业领先水平。

## 2、委托外包环节

公司所处的福建省，是陶瓷、树脂、竹木制品以及服装鞋帽等日用品的重要生产基地，原料供应充足，生产厂商众多，产业链条完整，并已经形成了产业集群。在此基础上，公司凭借卓越的研发设计能力，采用 OEM 采购模式，由公司研发中心提供设计图纸，OEM 厂商按照设计图生产产品，最终以公司的自主品牌或指定品牌销售。为了与文创家居产品个性化、小批量、多品种的特点相匹配，公司通常采取小规模、多批次的采购方式。同时，公司外销产品遵循“以销定产”原则，根据客户订单的品种和数量组织相应采购，实行产品零库存管理，最大程度地降低公司经营风险。

## 3、渠道销售环节

公司产品销售包括国外市场销售（外销）与国内市场销售（内销）；报告期内，公司外销收入占比仍超过 90%。

### （1）外销模式

作为国家文化出口重点企业，公司经过多年的积累和沉淀，建立了完备的海外营销渠道。目前，公司已经拥有了覆盖全球五大洲的客户。公司与大型经销商及商超经过长时间的合作，建立了良好和稳定的供销关系。业务部门秉承“传承文化、创新引领、点缀生活、品味人生”的理念，以对文化流行时尚的深刻理解为基础，通过多种渠道开拓下游客户，为客户提供个性化定制产品。

近年来，为拓宽出海渠道，公司加大跨境电商发展力度。跨境电商业务依托公司传统业务形成的研发设计、供应链管理、销售渠道以及质控品检优势，在成本效率方面凸显公司竞争优势，为促进公司业务稳定和便利化注入了新动力。

### （2）内销模式

报告期内，公司国内销售业务收入占比较小。公司产品主要定位于个性化、定制化、创意化。公司密切关注国内市场，本着“稳妥布局、稳健经营、稳步发展”的原则，着重通过各类电子商务平台、线下展厅以及参与线下展会拓展合作相结合的方式促进内销业务的发展。目前，公司部分产品通过第三方互联网平台和自建线上销售网站并搭建微信小程序等方式进行线上销售、宣传和展示。

除 IP 运营业务外，为加大国内市场开发力度，报告期内公司设立全资孙公司福州伊瓜萱鞋业有限公司（福建德艺双馨商贸有限公司的子公司），并于 2023 年 7 月联手国内文化创意产品领域资深合作伙伴共同投资设立福建德艺经典科技有限公司。福建德艺经典科技有限公司主要围绕国内客户礼品、员工福利、商务文创、办公用品等各类场景需求，专注于非遗文创产品研发，融合中国传统工艺和现代科技，开发传统手工艺品、绘画艺术品、文化衍生品等。



（图 4：内销板块及跨境电商板块）

报告期内，公司经营模式未发生重大变化。今后，公司将延续和发展现有产品线及业务模式，在巩固海外市场的基础上，持续提升研发能力、重点拓展电商渠道，尤其是跨境电商业务，加强 IP 运营并加大国内市场开发力度，加强与上下游优质企业合作。

未来，公司计划在现有文化创意产品业务的基础上，利用数字孪生、人工智能等数字化技术，探讨相关技术在数据采集、选品、客户沟通、产品展示、售后服务等环节的运用，打造数字化样品库，搭建数字化展厅，打破时间、空间的界限，提高与客户的远程沟通效率，及时响应客户需求；并探讨利用人工智能技术辅助产品研发设计，在产品造型创意以及图形图像处理方面为设计师提供参考，通过借助相关技术实现虚拟验证，优化产品设计，根据大数据和趋势分析，预测未来的设计流行趋势和客户的喜好，为设计师提供更具前瞻性的设计方向等，进一步巩固海外营销网络体系，助力公司业务发展，更好的提升公司形象以及品牌知名度。

#### （四）主要业绩驱动因素

##### 1、政策驱动因素

为促进文化创意产业高质量发展，国家陆续出台支持文化产业和专业化设计服务细分行业发展的政策，以鼓励和促进文化产业及上下游产业融合发展、为经济转型和社会发展注入文化活力。同时，国家始终将科技创新摆在发展的重要位置，出台系列政策支持企业在产品研发设计、营销等环节与人工智能、云计算、数字孪生等数字科技进行融合，促进企业的高效发展。

##### 2. 市场驱动因素

创意家居用品是既具备普通家居用品的实用属性、又融入了设计者赋予的文化创意属性的家居用品。居民对生活品质的追求，为创意家居产业提供了广阔的市场空间，同时，伴随着我国城市化进程的加快，以及居民生活节奏提速和新一代主力消费群体追求时尚化、个性化的心理影响，“轻装修、重装饰”的理念有望发展为新的居家生活潮流，对创意家居用品的需求也有望进一步增长。作为以中国五千年的传统文化为创意来源的企业，公司深扎于中华文化的丰厚土壤，并以此为创意设计的来源，重点开发呈现具有文化特色的家居产品。东西方设计思潮的碰撞和交流极大地丰富了创意和设计内涵，拓展了物质和非物质文化遗产传承和发扬途径，促进了文化资源的应用和发展，为创意家居用品产业的发展不断提供创意源泉。

##### 3、公司自身的竞争优势驱动因素

公司凭借专业的研发设计团队和卓越的研发设计能力，通过充分整合全球文化资源、现代文创工艺与最新设计理念，高效的供应链管理体系，深耕多年的全球经销渠道，以陶瓷、树脂、竹木等材料为载体，生产出符合市场需求的文化创意家居用品。

### 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

	2023 年末	2022 年末	本年末比上年末增减	2021 年末
总资产	914,883,169.37	1,095,184,854.60	-16.46%	835,782,014.76
归属于上市公司股东的净资产	817,131,476.24	828,072,947.72	-1.32%	675,747,472.26
	2023 年	2022 年	本年比上年增减	2021 年
营业收入	721,054,661.20	837,702,324.00	-13.92%	806,701,210.95
归属于上市公司股东的净利润	26,377,739.76	50,202,548.37	-47.46%	20,779,016.13

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	24,782,232.43	43,414,035.27	-42.92%	12,364,303.93
经营活动产生的现金流量净额	33,748,056.17	227,819,787.75	-85.19%	-45,273,174.69
基本每股收益（元/股）	0.0848	0.1690	-49.82%	0.0773
稀释每股收益（元/股）	0.0848	0.1690	-49.82%	0.0773
加权平均净资产收益率	3.14%	7.18%	-4.04%	3.56%

## (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	178,363,906.21	179,477,164.42	191,069,487.86	172,144,102.71
归属于上市公司股东的净利润	7,048,567.54	-403,355.51	15,498,481.74	4,234,045.99
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,305,911.93	12,790,784.83	13,831,267.19	-3,145,731.52
经营活动产生的现金流量净额	21,764,400.56	-4,092,377.49	19,229,554.00	-3,153,520.90

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

报告期末普通股股东总数	12,047	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	10,949	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）									
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况				
					股份状态	数量			
吴体芳	境内自然人	36.31%	113,440,509.00	85,080,382.00	质押	32,250,000.00			
陈岚	境内自然人	2.82%	8,802,700.00	0.00	质押	3,830,000.00			
许美珍	境外自然人	2.59%	8,100,000.00	0.00	不适用	0.00			
王静	境外自然人	1.23%	3,850,000.00	0.00	不适用	0.00			
吴丽萍	境外自然人	1.08%	3,381,000.00	3,360,750.00	质押	3,381,000.00			

中国银行股份有限公司一国金量化多因子股票型证券投资基金	其他	0.99%	3,086,400.00	0.00	不适用	0.00
余金仙	境内自然人	0.68%	2,118,502.00	0.00	不适用	0.00
中国民生银行股份有限公司一国金量化精选混合型证券投资基金	其他	0.67%	2,094,000.00	0.00	不适用	0.00
华泰金融控股（香港）有限公司—中国动力基金	境外法人	0.61%	1,917,550.00	0.00	不适用	0.00
陈黎明	境内自然人	0.55%	1,702,945.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明	吴体芳与许美珍为一致行动人，未知上表其他股东之间是否存在关联关系，也未知上表其他股东是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。					

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前十名股东较上期发生变化

适用 不适用

前十名股东较上期末发生变化持股情况					
股东名称（全称）	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
李建锋	退出	0	0.00%	0	0.00%
华泰证券股份有限公司	退出	0	0.00%	510,634	0.16%
孙智丹	退出	0	0.00%	825,000	0.26%
李欣	退出	0	0.00%	0	0.00%
中国银行股份有限公司一国金量化多因子股票型证券投资基金	新增	0	0.00%	3,086,400	0.99%
余金仙	新增	0	0.00%	2,118,502	0.68%
中国民生银行股份有限公司一国金量化精选混合型证券投资基金	新增	0	0.00%	2,094,000	0.67%
华泰金融控股（香港）有限公司—中国动力基金	新增	0	0.00%	1,917,550	0.61%

公司是否具有表决权差异安排

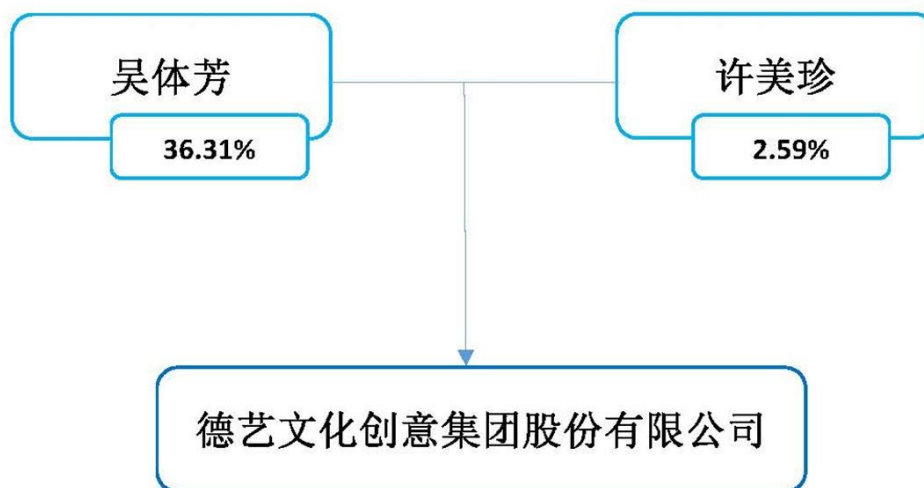
适用 不适用



## (2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

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



注：许美珍为实际控制人吴体芳的一致行动人

注：公司于 2024 年 2 月 8 日披露了《关于公司控股股东、实际控制人、董事长增持公司股份及后续增持计划的公告》（公告编号：2024-009）。基于对公司未来持续稳定发展的信心及对公司长期价值的认可，为维护资本市场稳定，提振投资者信心，促进公司持续、稳定、健康、高质量发展，公司控股股东、实际控制人、董事长吴体芳先生计划自 2024 年 2 月 7 日起 6 个月内，通过深圳证券交易所交易系统以集中竞价方式增持公司股份，拟用于实施增持计划资金合计不低于人民币 1,000 万元（含 2024 年 2 月 7 日和 2024 年 2 月 8 日增持金额）。

自 2024 年 2 月 7 日至 2024 年 2 月 20 日，吴体芳先生通过深圳证券交易所交易系统以集中竞价交易方式累计增持公司股份 2,625,060 股，占公司总股本的 0.8401%，占公司总股本剔除公司回购专用证券账户中的股份数量的 0.8441%，增持金额合计为人民币 1,001.18 万元。

本次增持计划实施前，吴体芳先生持有公司股份 113,440,509 股，占公司总股本的 36.31%，占公司总股本剔除公司回购专用证券账户中的股份数量的 36.48%；吴体芳先生配偶及其一致行动人许美珍女士持有公司股份 8,100,000 股，占公司总股本的 2.59%，占公司总股本剔除公司回购专用证券账户中的股份数量的 2.60%；两人合计持有公司股份 121,540,509 股，占公司总股本的 38.90%，占公司总股本剔除公司回购专用证券账户中的股份数量的 39.08%。

截至本报告披露日，吴体芳先生持有公司股份 116,065,569 股，占公司总股本的 37.15%，占公司总股本剔除公司回购专用证券账户中的股份数量的 37.32%；吴体芳先生及其一致行动人许美珍女士合计持有公司股份 124,165,569 股，占公司总股本的 39.74%，占公司总股本剔除公司回购专用证券账户中的股份数量的 39.93%。

## 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

2023 年，面对严峻复杂的宏观经济形势，为克服诸多外部挑战，公司紧紧围绕发展战略及年度经营目标，狠抓经营管理；加强研发设计能力，拓展产品品类，积极参加各类线下展会；加快发展新业态新模式，积极布局跨境电商业务，通过自运营模式触达海外 C 端消费者，沉淀品牌效应；推进实施数字化转型，将数字技术应用于产品研发设计、营销推广等环节，打造全品类展示空间。

2023 年上半年，受海外消费需求低迷、客户去库存等多重因素影响，公司出口订单不及预期，但从第三季度开始，订单逐步呈现恢复态势。虽然 2023 年全年公司实现营业收入 72,105.47 万元，较上年同期下降 13.92%，但毛利润及毛利率均同比提升，跨境电商业务收入亦稳步增长。

2023 年度，公司实现归属于上市公司股东的净利润 2,637.77 万元，较上年下降 47.46%，主要原因系本期展会费、固定资产折旧等费用增加；汇兑收益较上年同期减少；截至本报告期末，公司开展的外汇套期保值业务出现浮动亏损，影响本期非经常性损益。

报告期内，根据年度经营计划，公司开展了以下重点工作：

#### （一）夯实优势业务，以创新促发展

2023 年，公司持续夯实优势业务，以创新促发展，吸引和吸纳研发设计高层次人才，加强研发设计能力，通过新技术、新材料、新工艺的更新和应用，提升产品附加值和竞争力；探索利用人工智能等技术辅助产品研发设计及销售，提升产品表现力，增强产品展示和客户体验度，提高客户远程选品的效率，持续不断将文化与科技融合成果从样品到产品再到商品进行转化。

公司持之以恒深耕主业，做精专业，立足发展实际，扎实修炼基本功，提升应对风险能力。在具备传统销售优势的海外市场，公司稳扎稳打，加强创意设计能力，进一步挖掘客户潜在需求，积极参加各类境内外展会，通过加强与境外客户以及工厂采购端互动，根据客户需求及原材料市场行情把握采购节奏，最大限度保证出口发货量，不断提升产品和服务能力，排除万难以传统业务夯实创新基础，打造稳固“基石”。

在巩固与海外客户合作关系的同时，公司以国内对文化创意产业的大力支持为契机，加大国内市场开拓力度，加强国内市场的排兵布阵，于 2023 年 7 月联手国内文化创意产品领域资深合作伙伴共同投资设立福建德艺经典科技有限公司，围绕国内客户礼赠品、员工福利、商务文创、办公用品等各类场景需求，专注于非遗文创产品研发，融合中国传统工艺和现代科技，开发传统手工艺品、绘画艺术品、文化衍生品等。根据国内客户需求情况，公司加大布局线上营销渠道，通过线上宣传、展示、销售产品，使公司产品承载着传统文化进一步走向国内外消费者的日常生活，构建国内国外双循环的业务布局，助力公司战略的实现。

#### （二）稳步推进 IP 产品及运营中心、数字化展示中心等项目建设

2020 年公司向特定对象发行股票，本次融资主要围绕公司主营业务，建设 IP 产品及运营中心，在 IP 市场和国内电商渠道进行布局，提升国内市场业务占比及电子商务渠道销售占比，综合提升公司营销管理信息化程度，扩大公司在文化创意行业的市场影响力。本报告期，公司稳步推进项目建设，然而受台风“杜苏芮”与台风“海葵”影响，公司需对项目现场额外进行排水及清淤施工，导致项目实施进度缓慢。公司将加快推进本次募集资金投资项目的建设进度。

2022 年公司以简易程序向特定对象发行股票，本次融资主要建设数字化展示中心，利用先进的数字技术打造数字化样品展示空间，构建线上线下相融合的产品展示、沟通中心。目前公司已基本建成全品类线下展厅，数字化展示中心项目尚处于建设中。

#### （三）重视股东回报，积极实施现金分红

基于公司实际经营情况和长远利益，并考虑对股东的合理回报，在保障公司正常经营和可持续发展基础上，报告期内公司实施了 2022 年度利润分配方案，与投资者共同分享公司的发展成果。具体方案为：以公司总股本剔除公司回购专用证券账户中的股份后的股本 310,993,427 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.20 元（含税），共计派发 37,319,211.24 元（含税），上述权益分派事项已于 2023 年 6 月实施完毕。

至此，公司自 2017 年上市以来，已连续 7 个年度实施现金分红（2016 年度至 2022 年度）。

具体内容详见《2023 年年度报告》