

公司代码：603196

公司简称：日播时尚

日播时尚集团股份有限公司
2023 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 众华会计师事务所（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

经公司第四届董事会第十三届会议审议通过，公司拟定2023年年度利润分配预案如下：向2023年度利润分配实施公告中确定的股权登记日可参与分配的股东，每股派发现金红利人民币0.022元（含税）。本议案尚需提交股东大会审议。

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	日播时尚	603196	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	胡爱斌	魏蒙蒙
办公地址	上海市松江区茸阳路98号	上海市松江区茸阳路98号
电话	021-57783232-8726	021-57783232-8726
电子信箱	ir@ribo.com.cn	ir@ribo.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》，公司属于“C 制造业”大类下的“C18 纺织服装、服饰业”。

2023年，我国纺织服装市场面临更趋复杂的内外部环境，全球经济增长放缓、内需不足、出口困难等。面对复杂严峻的市场，我国纺织服装行业围绕加快建设高质量发展的纺织现代化产业体系目标，通过扩大内需、优化结构、提质升效、防范化解风险等多举措推进产业转型升级和创

新发展，行业经济运行在复杂的环境中持续回升。

1、内需消费疫后复苏，行业景气逐步回升

2023年，随着国家扩内需、促消费各项政策措施落地显效，就业形势大体稳定，消费者对国风、国潮及自主品牌认可度提升等，市场活力持续回升，国内消费场景加快恢复。据国家统计局数据，在商品零售方面，2023年我国社会消费品零售总额47.1万亿元，同比增长7.2%。其中，服装、鞋帽、针纺织品类零售表现明显好于社会消费品零售整体水平，全年实现零售额1.4万亿元，同比增长12.9%。此外，在商贸流通体系建设不断推进、网络零售消费体验提升、电商业态蓬勃发展等积极因素带动下，网络渠道零售增速也实现良好回升，2023年，全国网上“穿类”商品零售额同比增长10.8%，增速较2022年大幅回升7.3个百分点。

2、线上线下深度融合发展，赋能实体经济转型

线上与线下融合的趋势已成为服装行业的一大发展机遇。2023年，结合电子商务的便捷性和实体店的体验性，新零售模式的兴起正在成为推动行业发展的新动力。通过整合线上、线下资源，实现消费者体验的无缝对接，使购物更加便捷和愉悦，服装零售企业努力提升服务效率和顾客满意度，通过大数据分析，深入了解消费者行为和购物偏好，更好地触达消费者，提升市场竞争力。

3、消费多样多元，品牌拥抱变化

社会环境的发展和变化使得消费者对服装的需求更加多样化，对个性化的追求显著增强。企业需要通过不断提高产品设计和质量、提升服务品质、更加注重包容性和多元文化的表达来满足日益多样的消费需求。当下，越来越多的服装企业打破刻板印象，拥抱消费者的多样性，消费多样化趋势正驱动着服装行业向更高质量、更高性价比、更加精深的市场转型。

（一）主要业务

日播时尚主营业务为精品服装的设计创意、材料及工艺技术研发、生产销售、客户服务，专注于中高端时尚女装领域。我们期望为客户提供真正满足其内心渴望的服饰产品与服务，打造时尚的生活方式。

“播 broadcast”品牌创立于1999年，是中国早期真正意义上原创性的都市女装品牌之一。成立至今，都市中成长型女性的处世价值始终是品牌美学的对焦之处。率真、从容而不失时代性的女性形象是品牌一贯的心中缪斯，它所折射出的自在，是心灵觉知下的本然状态。这份睿知与自在，既是[播 broadcast]此刻的坐标，也是下一段旅程的起点。



播 broadcast 时尚大片

“播 broadcast”为公司旗下童装品牌，创立于2018年，面向3-8岁儿童。品牌缘起自“给予不分大小”的信念初衷，秉持着“一颗善良的心才是美的服饰”的审美理念，启发孩子们去理解美丽的内涵：美丽不只关乎外表，关爱与帮助他人更是由心而发的美丽。“播 broadcast”充分顺应孩子们爱动的天性，从穿着舒适性出发，倾向于使用环保亲肤的自然纤维布料，在可承受的范围内，让好的材质和不过时的设计灵感碰撞出可传承的、物有所值的衣服。



播 broadcastcute 童装时尚大片

（二）经营模式

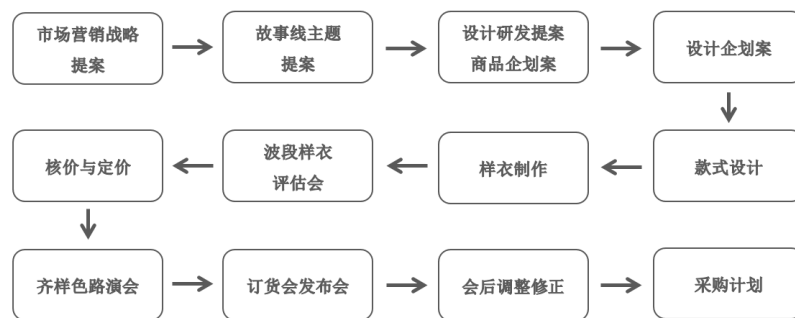
公司采取“全渠道、轻资产、数智能、精运维”的运营管理模式，全力打造以“用户价值体验为核心”的营销链、商品链、服务链、社群链，为用户精准地提供高品质的商品、贴心服务和便捷的购物体验。

1、全网精准营销模式

公司实行以内容、传播策划为核心的全网精准营销模式。原创与品牌文化、产品定位、时尚穿搭等相关的高质量图文、短视频内容，同时也邀请明星友人、KOL、KOC、核心客户等加入内容创作联盟，快速构建品宣和营销矩阵，通过大数据分析、新媒体手段全方位精准地触达目标消费者，用稳定且有价值的内容促成交易，增强品牌与用户的亲密度。

2、多元化设计研发模式

公司一直以“设计创新”为根本驱动力，挖掘美的内在哲学，不断丰富美学价值观。公司产品设计由各品牌设计研发部具体负责，始终坚持独立原创设计原则。公司设计研发团队经验丰富、创新力强、素质高，具有丰富的从业经验，贴近服装市场，能够将流行趋势有效地与公司品牌风格相结合，保证公司产品的时尚性、丰富性和连续性。同时，公司与国内外优秀的设计师联名及知名艺术家、IP等跨界合作，进一步强化丰富产品矩阵，提升设计研发竞争力。公司设计研发的主要工作流程如下：



3、按需采购模式

公司采用“战略性采购、大宗采购、现货采购相结合”的按需采购模式。采购类别主要包括面料辅料、成衣产品及配饰，由各品牌的采购部门负责。公司商品部结合销售目标、订货会订单、全渠道大数据、当前销售市场反馈信息等，预测并制定具体采购计划，由采购部门执行。公司采购部门通过持续的市场调研，选择、评审、考核供应商，建立完善的原材料及成衣供应商档案体系，并以严格的第三方检测及自我检验的方式，确保所采购面料辅料及成衣的品质符合生产经营需求。

4、精益生产模式

公司目前生产采用“自制生产与外协生产相结合”的精益生产模式。自制生产主要通过上海松江和江西于都 2 个智能制造基地，创新性的采用“工单生产模式”快速响应各种订单，能够满足当下服装个性化、小批量、多批次、短交期的柔性供应需求，从订单下达到交付成衣，最快可七天完成。外协生产模式包括定制生产和委托加工两种，公司与近百家优质成衣及面辅料供应商常年保持紧密合作。

5、全渠道销售和服务模式

公司全渠道营销网络以“消费者价值体验”为核心，采用先进的数字化技术将线下和线上购物场景全面融合，线下以直营、联销、经销为实体渠道，线上以天猫、抖音等第三方电商旗舰店、短视频平台，结合公司自主开发的移动数字客服店、微直播店铺等为电子商务渠道，通过全渠道的销售模式提供商品与服务。同时，公司也在打造“店+群”服务体系，积极组织线下活动、分享有价值的內容，建立消费者情感链接，构建有温度、高链接、高互动的长期关系，培养更高的品牌忠诚度。

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

	2023年	2022年	本年比上年 增减(%)	2021年
总资产	1,160,958,361.40	1,261,621,048.00	-7.98	1,202,602,882.45
归属于上市公司股东的 净资产	799,372,831.15	801,475,856.93	-0.26	854,678,116.30
营业收入	1,026,954,658.74	952,458,912.08	7.82	1,024,714,952.73
归属于上市公司股东的 净利润	17,076,667.90	16,572,535.55	3.04	81,234,385.24
归属于上市公司股东的 扣除非经常性损益的净 利润	6,658,714.29	5,857,583.85	13.68	72,252,257.43
经营活动产生的现金流 量净额	140,181,070.77	-6,210,584.97	不适用	98,367,954.13
加权平均净资产收益率 (%)	2.14	1.96	增加0.18个 百分点	9.73
基本每股收益(元/股)	0.0715	0.0680	5.15	0.3436
稀释每股收益(元/股)	0.0714	0.0692	3.18	0.3435

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	247,418,835.49	204,984,557.75	246,495,492.23	328,055,773.27
归属于上市公司股东的净利润	12,196,063.60	-6,946,919.28	15,516,799.26	-3,689,275.68
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	11,618,504.78	-12,905,472.29	12,163,867.51	-4,218,185.71
经营活动产生的现金流量净额	-12,521,719.52	5,081,941.91	77,166,156.92	70,454,691.46

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

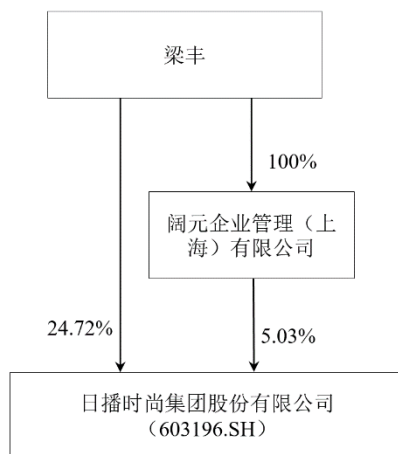
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）		12,424					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		13,838					
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）		不适用					
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）		不适用					
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	
梁丰	59,000,000	59,000,000	24.72	0	无		境内自 然人
王卫东	-6,967,500	20,902,500	8.76	0	无		境内自 然人
鲸域资产管理（上海） 有限公司—鲸域光华 私募证券投资基金	19,800,000	19,800,000	8.30	0	无		其他
王晟羽	14,720,000	14,720,000	6.17	0	无		境内自 然人
上海日播投资控股有 限公司	-111,822,500	14,692,500	6.16	0	无		境内非 国有法 人
上海岱熹投资管理有	14,220,000	14,220,000	5.96	0	无		其他

限公司—岱熹战略新兴产业成长二号私募证券投资基金							
胡博军	13,770,000	13,770,000	5.77	0	无		境内自然人
阔元企业管理（上海）有限公司	12,000,000	12,000,000	5.03	0	无		境内非国有法人
中信证券股份有限公司	507,768	1,134,668	0.48	0	未知		其他
赵红武	39,100	1,033,400	0.43	0	未知		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>王卫东与王晟羽为父子，王卫东为上海日播投资控股有限公司实际控制人，因此，王卫东、王晟羽、上海日播投资控股有限公司构成一致行动人。</p> <p>梁丰为阔元企业管理(上海)有限公司实际控制人，因此，梁丰、阔元企业管理(上海)有限公司构成一致行动人。</p> <p>除上述情况外，公司未知悉其他上述股东关联关系或一致行动情况。</p>						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

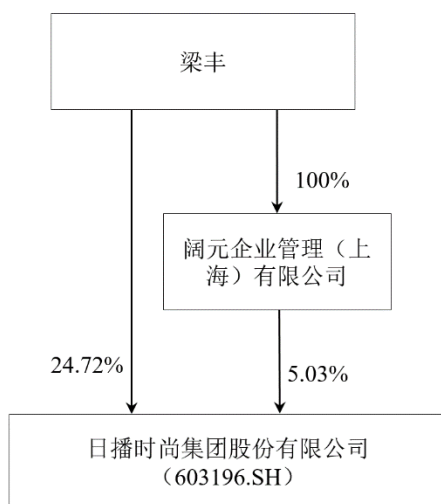
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

报告期内，公司实现营业收入 10.27 亿元，同比增长 7.82%，实现归属于上市公司股东的净利润 1,707.67 万元，同比增长 3.04%。公司把握消费复苏机遇，持续强化品牌力、商品力、零售力，驱动业绩增长。

报告期内，不存在公司经营情况的重大变化，不存在对公司经营情况有重大影响和预计未来有重大影响的事项。

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