

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
2024 年年度报告摘要

第一节 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 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 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。
- 公司全体董事出席董事会会议。
- 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。
- 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
鉴于公司2024年度净利润为负，结合公司目前经营情况和未来发展需求，公司2024年度拟不进行利润分配，也不进行资本公积金转增股本。

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
联系地址	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
传真	0510-88350139	0510-88350139
电子信箱	hongdou@hongdou.com	hongdou@hongdou.com

2、报告期公司主要业务简介

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）和《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司所属行业为“纺织服装、服饰业”，行业代码为C18。

2024年，我国服装行业努力克服消费需求不足、内卷式竞争加剧等困难和挑战，在宏观政策

效应持续释放、新质生产力加速发展等因素的支撑下，行业经济运行总体平稳。

内销市场稳中承压。在国家促消费政策逐步显效、新型消费新业态新模式激发市场活力等因素支撑下，服装内销市场保持增长，但受消费意愿不足、市场竞争加剧等因素影响，终端消费内生动力不足，内销增速有所放缓。根据国家统计局数据，2024 年 1-12 月，我国限额以上单位服装类商品零售额累计 10,716.2 亿元，同比增长 0.1%，增速比 2023 年同期放缓 15.3 个百分点；穿类商品网上零售额同比增长 1.5%，增速比 2023 年同期放缓 9.3 个百分点。

运行质效温和修复。根据国家统计局数据，2024 年 1-12 月，我国服装行业规模以上（年主营业务收入 2,000 万元及以上）企业 13,820 家，实现营业收入 12,699.15 亿元，同比增长 2.76%。1-12 月，服装行业规模以上企业亏损面达 20.07%，比 2023 年同期扩大 1.03 个百分点；产成品周转率、应收账款周转率和总资产周转率分别为 10.45 次/年、6.26 次/年和 1.16 次/年，同比分别下降 5.07%、2.90%和 0.30%，周转速度放缓显示行业运营压力加大。

当前，多重利好因素将支撑服装内销市场持续回暖：①以 Z 世代、新中产为代表的新消费群体崛起，运动、国潮、绿色等新消费增长点结合线上线下融合发展的新零售模式持续激发市场活力，消费场景和消费品质创新升级。②县域市场展现出巨大的消费潜力和消费变革需求，国货品牌和电商平台加速布局下沉市场。③服装品牌和企业加强产品开发和场景创新，通过文化赋能、科技支撑等强化品牌价值创造。

（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“舒适红豆”为品牌理念。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为主，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）”的全渠道营销网络体系。公司线下门店采取直营与联销相结合方式。其中：①直营店由公司所属并直接经营管理。②联销门店由公司负责品牌和门店运营管理，供应链负责提供优质稳定的产品，加盟商负责提升品牌区域认知度、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品牌方面的运营管理。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。联销模式可以整合公司、供应链和下游加盟商的各类资源，发挥各方优势。

公司线上店铺以平台电商、社交电商为主要销售来源。其中：①平台电商方面，公司主要入驻了天猫、京东、唯品会等第三方电子商务平台，依托其流量，通过直播带货等形式促成销售。②社交电商方面，公司以社交媒体带动销售，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。

产品方面，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 and 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。品牌全域运营模式的产品采取代销方式，部分主推及新产品采取承揽方式。

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和工艺要求，确定需要的面、辅料名称、规格、数量，并制定面、辅料采购计划，进行采购并组织生产。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

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	437,790.78	526,739.38	-16.89	473,695.23
归属于上市公司股东的净资产	254,369.01	295,408.94	-13.89	298,744.74
营业收入	195,907.44	233,033.34	-15.93	234,138.43
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	192,002.37	228,696.05	-16.04	228,736.41
归属于上市公司股东的净利润	-23,817.68	3,000.56	不适用	1,503.94
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-28,494.06	1,154.39	不适用	314.15
经营活动产生的现金流量净额	-18,541.92	42,173.16	不适用	10,733.38
加权平均净资产收益率(%)	-8.49	0.99	减少9.48个百分点	0.47
基本每股收益(元/股)	-0.10	0.01	不适用	0.01
稀释每股收益(元/股)	-0.10	0.01	不适用	0.01

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	65,033.48	43,105.96	40,768.68	46,999.32
归属于上市公司股东的净利润	4,123.38	298.84	-4,092.94	-24,146.96
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	3,028.10	-799.79	-4,269.69	-26,452.68
经营活动产生的现金流量净额	-10,742.60	-306.48	-17,701.23	10,208.40

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）						61,045	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）						57,967	
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
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	0	1,352,708,418	58.90	0	质押	1,081,363,000	境内非 国有法 人
周海江	56,000,000	58,063,491	2.53	0	无	0	境内自 然人
无锡红闾服饰有限 公司	26,519,700	26,519,700	1.15	0	质押	21,000,000	境内非 国有法 人
香港中央结算有限 公司	16,108,412	24,006,951	1.05	0	无	0	未知
无锡文智投资合伙 企业（有限合伙）	-101,603,528	22,396,472	0.98	0	无	0	境内非 国有法 人
李锡静	0	7,030,156	0.31	0	无	0	境内自 然人
喻军		6,098,300	0.27	0	无	0	境内自 然人
王昌辉	3,182,900	4,782,900	0.21	1,000,000	无	0	境内自 然人
顾立飞		4,201,010	0.18	0	无	0	境内自 然人
匡致宇		4,159,800	0.18	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、周海江、无锡红闾服饰有限公司为一致行动人，王昌辉为公司董事。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。						

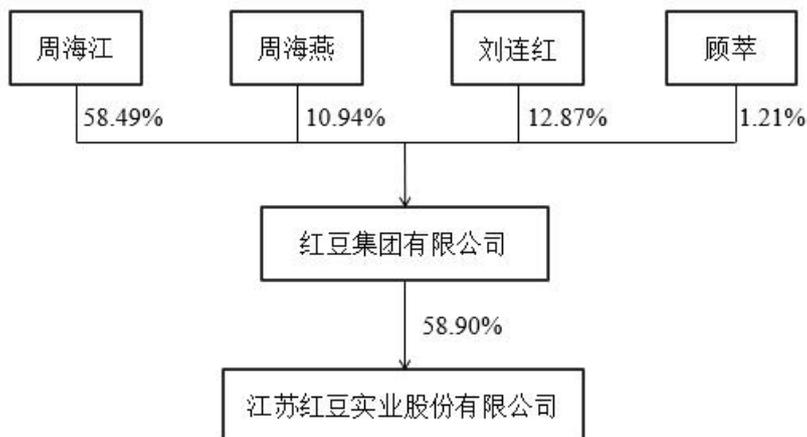
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

2024 年度，公司实现营业收入 195,907.44 万元，其中服装业务收入 181,095.90 万元（含男

装业务收入 133,001.39 万元); 实现归属于上市公司股东的净利润-23,817.68 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：周宏江
江苏红豆实业股份有限公司
2025 年 4 月 28 日