

公司代码：603587

公司简称：地素时尚

地素时尚股份有限公司
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

公司 2022 年年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除公司回购专用证券账户的股数为基数每 10 股派发现金股利 7.00 元（含税）。截至本报告披露日，公司总股本 481,077,600 股，扣除公司回购专用证券账户持有的 8,034,308 股，以此计算合计拟派发现金红利 331,130,304.40 元（含税），占 2022 年度归属于上市公司股东净利润的比例为 86.11%，剩余未分配利润结转以后年度分配。

2022 年度，公司以集中竞价交易方式累计回购股份 4,837,322 股，计入现金分红的金额为 69,855,508.36 元（不含交易手续费），占 2022 年度归属于上市公司股东净利润的比例为 18.17%。

综上，公司 2022 年度以现金方式分配股利总计为 400,985,812.76 元，占 2022 年度归属于上市公司股东净利润的比例为 104.28%。

至实施权益分派股权登记日期间，若因可转债转股、回购股份、股权激励授予股份回购注销、重大资产重组股份回购注销等致使公司总股本发生变动的，公司将维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。

以上利润分配预案尚需提交公司 2022 年年度股东大会审议。

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	地素时尚	603587	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	田霖	张黎俐
办公地址	上海市普陀区丹巴路28弄1-2号旭辉世纪广场8号楼	上海市普陀区丹巴路28弄1-2号旭辉世纪广场8号楼
电话	021-31085111	021-31085111
电子信箱	info@dazzle-fashion.com	info@dazzle-fashion.com

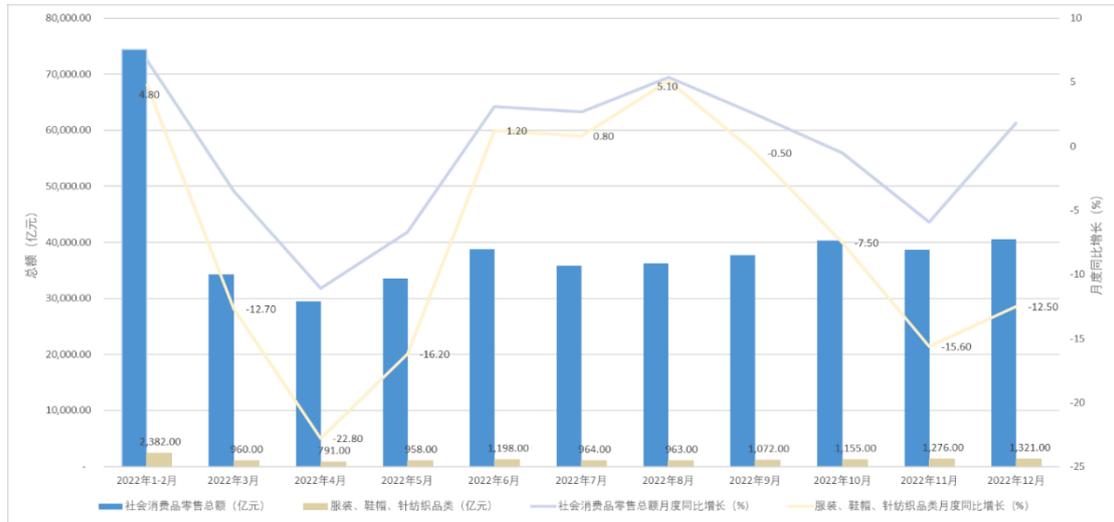
2 报告期公司主要业务简介

服装行业主要分为服装设计研发、生产制造、品牌推广、终端销售等环节，公司涉及其中的设计研发、品牌推广以及终端销售环节，主要通过直营或者经销的品牌专卖店向最终消费者销售公司设计研发的中高端品牌女装。根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》，本公司属于“C 制造业”大类下的“C18 纺织服装、服饰业”。

全年服装零售持续受需求萎缩影响

2022 年，国际环境风高浪急，我国经济社会发展也遭遇多重超预期因素的冲击。根据国家统计局数据，2022 年社会消费品零售总额为 439,733 亿元，比上年下降 0.2%，单季度增速分别为 3.3%、-4.6%、3.5%和-2.7%，全年消费市场受扰动明显。

细分项下，2022 年服装、鞋帽、针纺织品类零售额为 13,003 亿元，同比下降 6.5%。3-5 月，服装、鞋帽、针纺织品类零售额，同比下降；6-8 月，随出行、消费需求逐步恢复，零售额数据温和改善，由降转升；而 9-12 月，消费市场再次受到一定冲击，零售额增速呈同比负增长态势。随着进一步扩内需促消费系列政策逐步见效，消费市场发展韧性持续显现，预计未来居民消费需求将不断释放，市场销售有望稳步恢复。



数据来源：国家统计局

电商新业态新模式彰显活力

据国家统计局数据显示，2022 年全国网上零售额 13.79 万亿元，同比增长 4%。其中，实物商品网上零售额 11.96 万亿元，同比增长 6.2%，占社会消费品零售总额的比重为 27.2%。商务大数据对重点电商平台监测显示，重点监测电商平台累计直播 1.2 亿余场，累计观看超 1.1 亿人次，直播商品超 9500 万个。线上服装零售稳定增长，1-12 月穿类实物商品网上零售额同比增长 3.5%。

中高端服装品牌此前电商化程度相对较低，受到线下人流减少的催化，品牌公司在精简优化线下渠道质量、出清低效门店的同时，愈加重视线上的电商业务，加强全域运营协同。除天猫等

传统电商平台仍为主力之外，抖音等新兴渠道也吸引了大量品牌布局，成为营收增长的重要来源之一。品牌公司为提升不同用户消费体验，实施了差异化的战略，挖掘新平台增长点，发展多样化的电商平台，深度触达消费者。此外，电商还兼具营销宣传与去化库存的功能，头部品牌也越来越注重电商渠道上的竞争及其盈利能力。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化，由于全球宏观经济震荡、国内外形势纷繁复杂，公司所处的行业市场出现了明显波动。2022年，公司实现营业收入240,037.16万元，较上年同期下降17.16%；归属于上市公司股东的净利润38,454.64万元，较上年同期下降44.23%。面对挑战，公司凝心聚力、拥抱变化、攻坚克难、砥砺前行。报告期内，公司主要着力于以下五个方面的工作：

1、坚持创新多元化发展，持续丰富集团代言人矩阵

2022年底，公司旗下品牌DIAMOND DAZZLE、DAZZLE及RAZZLE发布了以“矛盾冲突美学”为创意基础的2023春季大片，并获得广泛关注。“矛盾冲突美学”一直以来都是公司的核心理念，以东方美学融合当代设计为初心，借用其中矛盾冲突对撞新生，发掘和而不同之美。公司专注于将东西方文化及审美进行有机结合，在2022年冬至，官宣RAZZLE首位品牌代言人——井柏然。凭其卓然的品味和风格，井柏然深受关注和喜爱。他对时装、生活方式的敏锐认知，与RAZZLE品牌潜心于设计与匠心的品质，在潮流与经典之间平衡有度的气质浑然契合。

作为公司最善于探索全新事物的时尚潮流品牌，d'zzit从未停下脚步。2022年12月，d'zzit携手备受年轻人喜爱的潮玩集团POP MART(crybaby)开展创意联名，除了将IP形象在工艺上进行生动设计制作外，d'zzit还与潮玩设计师合作定制了专属吊卡（玩偶）“珍珠”与“雪球”，一经推出便在潮玩圈掀起了小热潮。为了巩固差异化的品牌形象，d'zzit官宣了全新品牌大使虞书欣。这是继d'zzit与亚洲流行天后泫雅合作后，再次与拥有独特时尚穿搭见解与风格的时尚先锋进行合作。该品牌期待与更多消费者一起探索时尚穿搭的无限可能。

2、调整优化线下营销体系，挖掘线上营销增长新动力

2022年由于聚集性、接触性消费受限，行业经营面临较大挑战。公司坚持在变化中追求持续稳健发展，积极应对行业挑战与商业环境变化，主动调整渠道与营销策略。

对于线下渠道，公司继续优化营销网络体系，将精力与资源聚焦于提升门店位置、面积及经营管理能力，更加注重终端店铺的质量提升而非数量增加。

对于线上渠道，公司依托天猫、抖音、唯品会、京东、小红书、微信小程序会员商城及其他电商平台，搭建了较为完备的电商销售网络。入驻抖音渠道的DAZZLE与d'zzit品牌，在行业下行期间仍然延续较高增长势头，成为公司线上增长的新动力。

相信通过精细化运营管理、加强社交零售拓展、提升私域流量维护以及完善线上线下全渠道协同，公司可以借助更智能、更开放的方式触达并连接消费者，进一步巩固地素时尚的竞争优势并展现业绩韧性。

3、加速数字转型，助力智能化发展

在明确数字化转型的战略目标下，公司持续推进内部业务数字化改革。我们搭建了消费者数

数字化运营体系，实现对消费者的差异化运营，明确运营人群及优先级。通过对人群细分后，使用自动化营销平台制定运营策略，实现自动化营销，并在此基础上量化分析运营效果。其次，公司深化了供应链业务改革，稳步持续实现供应链体系数字化转型，完善采购生产管理模块，强化对生产质量的把控及效率的提升。与此同时，公司实现了研发工艺阶段的功能线上化，确保公司内部与供应商信息流同步的及时性和完整性。

截至 2022 年底，已基本实现消费者数字化运营的智能应用，深化了供应链业务数字化能力，完善了商品前后端的衔接，为管理层提供数据洞察及智能决策支持。

4、消费者运营数字化工具启用，全面提升品牌消费体验

作为消费者运营数字化的重要组成，导购数字化应用工具已于 2022 年上半投入使用。其中，导购邀约任务小程序可以关联实际业务场景，从总部到直营管理人员，再到门店店长及导购，各环节清晰明朗，极大地提高了邀约效率。

与此同时，为了更好地应对市场趋势变化和内外部挑战，优化消费者旅程及提升用户体验，2022 年下半年，公司对 CRM 体系进行了全面诊断和洞察，锁定了提升业务价值的关键抓手，明确私域运营的目标和框架，形成了转型落地的阶段性策略和方案。

随着 2022 年公司数据中台、智能营销等核心数字化项目落地建成，公司数字化运营得到了进一步优化提升。

5、全方位增强组织能力建设

为了满足公司的集团化和多元化战略发展需求，我们通过吸引、培养卓越人才，搭建后备人才梯队，加强组织能力建设来增强公司核心竞争力。

在组织文化建设上，公司逐步建立多层次、多维度的文化体系。基于已形成的企业文化理念和行为规范，《员工手册》于 2022 年 1 月 1 日正式生效，并逐步开展《爱与个人成长》地素文化课程，通过生动的案例故事分享，结合制度层面的文化融入及管理层面的文化指引，将公司的文化价值观传递给员工。

在组织运作上，不断完善组织体系，定期调整与优化组织架构，提升敏捷性。同时为激发组织动力，定向跟进薪酬与长期激励，优化价值分配体系。另一方面，公司不断升级内部沟通协作方式，通过引入功能更加完善强大的协同办公软件，对内部沟通和组织协同进行全面更新迭代，使其更加符合经济全面好转关键时期的市场复苏和公司发展的双重要求。

在人才发展上，公司致力于吸引和发展多元人才。在外部人才引进方面，通过建立多渠道的人才引进机制，引入部分高级管理人员及专业人才，满足公司长期发展对组织及人才的需求。在内部储备人才培养方面，公司推进管培生项目，规划长期培养和成长路径，完成多个阶段的培训学习和一对一访谈辅导，为管培生创造“多能型人才生态圈”，为公司储备优秀的、具有高适应度的专属人才梯队。

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	4,360,229,143.43	4,691,541,561.23	-7.06	4,098,779,415.65
归属于上市公司股东的净资产	3,609,714,375.72	3,756,626,739.64	-3.91	3,439,121,491.31
营业收入	2,400,371,623.03	2,897,599,885.26	-17.16	2,564,170,558.22
归属于上市公司股东的净利润	384,546,423.10	689,483,326.02	-44.23	629,857,231.85
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	383,409,161.33	647,394,385.05	-40.78	576,087,209.06
经营活动产生的现金流量净额	496,371,793.66	873,850,725.55	-43.20	723,825,950.79
加权平均净资产收益率(%)	10.28	19.00	减少8.72个百分点	18.66
基本每股收益(元/股)	0.80	1.44	-44.44	1.31
稀释每股收益(元/股)	0.80	1.44	-44.44	1.31

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	596,912,506.06	503,706,208.88	618,493,331.67	681,259,576.42
归属于上市公司股东的净利润	150,370,248.74	101,474,476.14	123,584,482.64	9,117,215.58
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	100,343,238.24	97,357,273.46	120,692,138.74	65,016,510.89
经营活动产生的现金流量净额	83,772,557.26	137,649,542.04	143,088,940.75	131,860,753.61

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

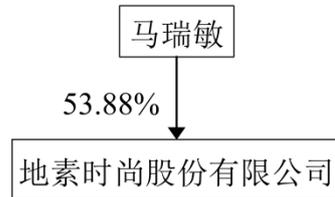
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					18,120		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					17,636		
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 状态	数量	
马瑞敏	0	259,181,965	53.88	0	无		境内自然 人
马艺芯	0	48,016,296	9.98	0	无		境内自然 人
马丽敏	0	32,640,000	6.78	0	无		境内自然 人
上海亿马企业管理合伙企业（有限合伙）	0	21,708,346	4.51	0	无		其他
招商银行股份有限公司—上证红利交易型开放式指数证券投资基金	9,660,506	9,660,506	2.01	0	无		其他
马姝敏	0	5,653,393	1.18	0	无		境内自然 人
香港中央结算有限公司	-9,220,854	4,028,106	0.84	0	无		境外法人
招商银行股份有限公司—泓德丰润三年持有期混合型证券投资基金	0	3,460,623	0.72	0	无		其他
中国工商银行股份有限公司—泓德远见回报混合型证券投资基金	-565,500	2,517,821	0.52	0	无		其他
上海鲸象资产管理有限公司—鲸象稳健成长 2 号私募证券投资基金	170,000	2,100,000	0.44	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，马瑞敏和马艺芯为母女关系；马瑞敏和马丽敏、马姝敏为姐妹关系。马姝敏和上海亿马企业管理合伙企业（有限合伙）的执行事务合伙人江瀛为夫妻关系。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股数量的说明	无						

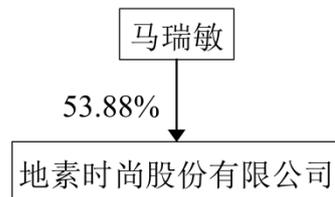
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化，实现营业收入 240,037.16 万元，较上年同期减少 17.16%；归属于上市公司股东的净利润 38,454.64 万元，较上年同期减少 44.23%。

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