

证券代码：002127

证券简称：南极电商

公告编号：2023-009

## 南极电商股份有限公司 2022 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。

非标准审计意见提示

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	南极电商	股票代码	002127
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	不适用		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	朱星毓	史宇婷	
办公地址	上海市杨浦区江湾城路 99 号尚浦中心 3 号楼 10 楼	上海市杨浦区江湾城路 99 号尚浦中心 3 号楼 10 楼	
传真	021-63460611	021-63460611	
电话	021-63461118-8621	021-63461118-8885	
电子信箱	zhuxingyu@nanjids.com	shiyuting@nanjids.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

**公司的愿景是成为世界级消费品品牌公司。**

**公司的使命是帮助中国优质中小企业持续成功。**

#### （一）主营业务情况

报告期内，公司的主营业务仍以电商渠道为主，基于品牌授权业务，整合供应链上、中、下游资源，向产业链提供高效率的产业服务，向消费者提供高性价比的产品。

时间互联以移动互联网营销业务为主，为广告主提供营销策略制定、创意策划与素材制作、媒体资源整合、数据追踪分析、短视频定制、投放优化等一站式服务。

报告期内，公司通过自有品牌升级、与知名品牌合作及并购等方式，持续打造多元化品牌矩阵；持续加强品牌视觉形象统一、包装规范等方式，维护并提升品牌形象；持续通过组织机构变革、服务升级、品质升级等管理手段，不断提高运营效率及服务质量，持续赋能产业链中小企业；通过对业务条线和财

务管理的风险控制梳理，有效提升资金运营效率，保障公司稳健、持续发展。

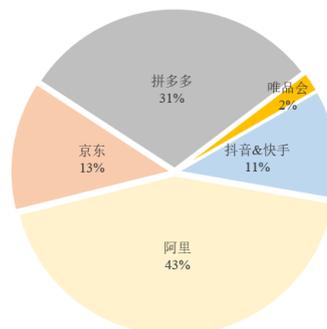
## （二）经营情况概述

报告期内，公司总体经营成果如下：

### 1、报告期内，各电商渠道可统计 GMV 总计达 347.22 亿元，同比减少 20.16%，其中：

- （1）阿里平台 GMV 为 150.41 亿元；
- （2）拼多多平台 GMV 为 105.70 亿元；
- （3）京东平台 GMV 为 45.48 亿元；
- （4）抖音&快手平台 GMV 为 38.51 亿元；
- （5）唯品会平台 GMV 为 7.01 亿元。

2022 年度各平台 GMV 占比情况



### 2、报告期内，公司营业收入总计完成 33.10 亿元，同比下降 14.88%。其中：

公司本部营业收入总计完成 5.08 亿元，时间互联营业收入总计完成 28.02 亿元。从整体看，报告期内公司收入下滑一方面系时间互联优化收缩了部分具有不确定性的业务线导致移动互联网媒体投放平台业务规模下降。另一方面受经济下行及市场需求疲软的影响，公司所服务的产业链中小客户经营承压，进而导致本部的收入出现下降。但是随着市场及消费逐步复苏，管理层对新品牌、新渠道的不断拓展，对现有品牌的不断升级，预计公司明年的收入会有所提升。

### 3、报告期内，归属于上市公司股东的净利润为-2.98 亿元，同比下降 162.52%。

公司本部归属于上市公司股东的净利润总计-3.47 亿元，时间互联归属于上市公司股东的净利润总计 0.49 亿元。从整体看，归属于上市公司股东的净利润下滑主要系公司本年因子公司时间互联业绩未达预期而计提了 4.56 亿元的商誉减值及公司品牌综合服务业务下滑所致。

### 4、报告期内，经营性现金流为 5.75 亿元，同比增长 51.27%。

公司本部经营性现金流总计 3.31 亿元，时间互联经营性现金流总计 2.44 亿元，同比多流入 1.95 亿元。从整体看，公司经营性现金流同比增长，主要系子公司时间互联因部分业务线收缩，资金投入减少，同时强化对应收款项回款的催收，使得经营性现金流得到显著提升。

## （三）公司的发展举措

消费行业在下行周期，平台、产业链上的中小企业及公司都处于持续承压中，面对诸多不确定性，公司一方面进行内部变革与升级，以顺应外部发展趋势与消费者需求，持续提升组织内部运营和服务效率，强化风控管理，有效降低风险业务占比，保障业务及资金运营安全高效；另一方面通过共创互助、营销升级、品牌升级及扶持政策等持续助力产业链中小企业，帮助产业链客户共克时坚，坚定发展信心。

公司坚定成为世界级消费品品牌公司的愿景，坚持多品牌战略发展定力，自有品牌升级与并购、合作并举，满足消费者多元化、个性化消费愿望。

### 1、从商品交易为中心转变为以客户和消费者为中心

商业的底层逻辑离不开社会发展趋势和用户的需求。消费环境的变化与行业的变革都指向消费者追求更具有性价比且个性化的产品，从而对供应链提出了更为严苛的要求，供应端在消费风格的快速切换中要做到兼具规模化的同时降低库存，还要有持续上新等能力以维持发展。基于对行业发展的领悟，公司从过去的以商品管理为核心，转变为以客户和消费者为中心的管理。从以交易为中心，转变为为客户和消费者创造价值，持续赋能。

### 2、组织变革，提升内部运营效率

面临阶段性环境的不确定性，及科技创新、消费需求变化对行业的深远影响。公司主动进行内部变革。在内部组织方面，公司各事业部从过去的细分品类整合为大模块，集中调度资源，有效提升资源共享与运营效率；同时建立大中台，中台的财务、人事、法务、品牌、新营销、数据跟业务配合，围绕事业部，以品牌为中心、渠道为中心，形成业务服务矩阵。中台组织为所有前台事业部和后台负责人做好服务，提升管理效率和价值创造。此外，后台合规支持为前台负责任，让业务做的更好。

### 3、业务升级，推动公司高质量发展

#### （1）品牌升级

消费者情绪切换快，消费行业竞争加剧，新品牌迭代加快，要实现消费者的高度认知和长期关注，对品牌提出更高要求。现阶段的品牌力=内容力+商品力+用户的口碑力+持续力。公司拥有多品牌矩阵及多年的品牌运营经验，具备“人找货”的坚实基础和“货找人”的品牌打造能力。公司“南极人”及“百家好”品牌定位全品类，覆盖全年龄消费段；“卡帝乐鳄鱼”、“精典泰迪”、“Mind Bridge”、“JUCY JUDY”等品牌进行个性化的风格定位，突出强势品类，满足消费者多元化、个性化的风格偏好。公司坚定以品牌力为重要发展支柱与抓手，坚定丰富、强化品牌力，持续引入品牌主理人、青年设计师、买手等人才，根据各品牌特性及消费者喜好，调整产品品类规划，突出强势品牌与品类的同时，在产品风格、设计、包装等多方面持续满足供应端及消费端对品牌多元化、个性化的需求。

#### （2）服务升级

在客户服务方面，通过与客户共创，事业部将中台职能部门与后台管理风控部门与供应链客户的管理组织打通。首先是内外打通，即把公司的组织跟客户的组织变成一个整体；其次是上下打通，把公司的业务跟客户的业务垂直打通；第三是左右打通，把公司的业务跟公司的增值部门、职能部门、风控部门进行打通。通过组织结构的充分衔接，实现数据公开与信息公平，让沟通变得高效有用，持续为客户进行管理赋能，真正实现“力出一孔，利出一孔”。

### （3）营销升级

公司通过事业部与客户共创，组织充分打通衔接，实现公司与客户间数据公开与信息公平，公司基于多年沉淀的平台市场数据及品牌运营策略，帮助客户“抓周期”，对客户的生产、经营、销售周期进行全面指导，实现客户生命周期内的标签管理。根据市场洞察与店铺运营体系优化，帮助客户获取最新的流量运营策略、提供商品企划建议，开展深度培训等。一对一帮助客户进行优质、专业的内容打造，一方面，重点发掘爆款数据，为客户提供生产、销售建议，精细化直播运营方案，打造爆品；另一方面，深挖优质内容，优化表达形式，打造高质量流量获取能力，帮助客户获得更多品牌红利，同时让消费者建立更好的品牌认知。

### （4）品质升级

公司始终坚持“一厂一品一特色”的产品理念和“高品质、高性价比、高颜值”的品质理念，以国家标准为基础，根据用户评分和评价，不断优化企业标准，提升商品品质，提高服务体验满意度，满足消费者持续不断对消费升级的追求。同时，通过制定负面清单制度，对供应链合作伙伴的准入进行严格筛选，并对已合作的供应链伙伴进行跟踪检测，对不符合标准的进行培训、改造甚至淘汰，打造真正的国货优品。

## 4、强化风险控制，促进业务健康发展

### （1）强化应收管理，全面预算管理，提升运营效率

报告期内，一方面，公司成立专项应收管理小组加强应收清理，对客户应收进行分层分级管理，给予客户针对性的解决方案及扶持政策，有效控制应收风险；同时严格控制新开业务授信规模，有效提高收入质量。另一方面，公司推行全面预算管理，及时追踪分析预算执行情况，实现全面预算管理的事前、事中和事后全过程监控，并对存量业务进行体系优化，增量业务在试点成功的基础上有序推进，合理控制预算规模与费用支出，有效提升运营效率。

### （2）合理收缩风险业务，提升现金流效率

报告期内，时间互联针对市场风险在战略上做出调整，针对不同业务线的客户结构和行业进行深入分析，合理优化收缩了回款风险较大的业务线，提升了经营性现金流质量，促进业务稳步、高质量发展。

## 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

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	5,057,531,602.85	5,521,804,720.75	-8.41%	6,506,344,387.41
归属于上市公司股东的净资产	4,385,713,616.96	4,861,044,428.07	-9.78%	5,781,923,255.07
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	3,309,675,440.52	3,888,093,634.42	-14.88%	4,171,910,790.54
归属于上市公司股东的净利润	-298,260,211.39	477,061,173.28	-162.52%	1,187,989,729.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-353,914,603.71	446,344,030.87	-179.29%	1,104,952,718.80
经营活动产生的现金流量净额	575,347,679.02	380,341,157.32	51.27%	956,424,737.04
基本每股收益（元/股）	-0.1274	0.2025	-162.91%	0.4872
稀释每股收益（元/股）	-0.1274	0.2025	-162.91%	0.4872
加权平均净资产收益率	-6.48%	9.53%	减少了 16.01 个百分点	22.40%

(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	946,196,425.97	807,943,082.62	822,430,714.70	733,105,217.23
归属于上市公司股东的净利润	139,074,277.91	35,678,443.87	74,111,070.60	-547,124,003.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	132,523,057.94	21,510,292.05	52,189,529.17	-560,137,482.87
经营活动产生的现金流量净额	-369,258,400.00	194,167,223.20	69,425,488.80	681,013,367.02

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	130,901	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	122,001	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
前 10 名股东持股情况							
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	
张玉祥	境内自然人	24.94%	612,159,216	459,119,412	质押	135,310,000	

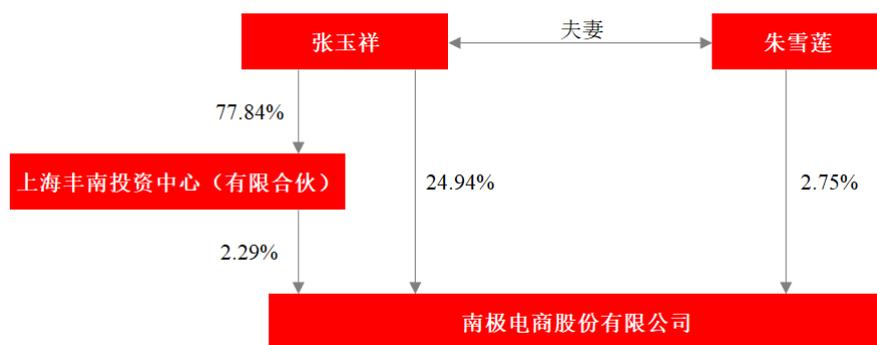
吴江新民实业投资有限公司	境内非国有法人	4.05%	99,397,366			
香港中央结算有限公司	境外法人	3.15%	77,268,071			
朱雪莲	境内自然人	2.75%	67,606,947			
上海丰南投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	2.29%	56,339,130			
南极电商股份有限公司—第三期员工持股计划	其他	0.81%	20,000,000			
董平	境内自然人	0.74%	18,059,800			
中国农业银行股份有限公司—中证 500 交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.68%	16,599,600			
葛楠	境内自然人	0.59%	14,455,705			
广州市昊盟计算机科技有限公司	境内非国有法人	0.43%	10,473,000			
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，张玉祥、朱雪莲为夫妻，与上海丰南投资中心（有限合伙）为一致行动人。本公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	1、葛楠通过普通证券账户持有本公司股票 675,205 股，通过信用交易担保证券账户持有本公司股票 13,780,500 股，合计持有本公司股票 14,455,705 股。 2、广州市昊盟计算机科技有限公司通过普通证券账户持有本公司股票 0 股，通过信用交易担保证券账户持有本公司股票 10,473,000 股，合计持有本公司股票 10,473,000 股。					
前 10 名股东中存在回购专户的特别说明	南极电商股份有限公司回购专用证券账户持有股份数量为 98,917,441 股，占公司总股本的比例为 4.03%。					

**（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表**

适用 不适用

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



## 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

1、2022年2月，百家好（上海）时装有限公司完成了工商变更登记，并取得了中国（上海）自由贸易试验区市场监督管理局下发的营业执照。

2、2022年3月，公司收到容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《签字注册会计师变更告知函》，公司2021年度签字注册会计师由褚诗炜女士、孔令莉女士、王莲女士变更为孔令莉女士、董建华先生、王莲女士。

3、2022年4月，经中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司审核确认，公司已完成2019年股票期权激励计划中因业绩考核未达标而对应注销238.9603万份股票期权。

4、2022年4月，经中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司审核确认，公司已完成2021年股票期权激励计划中因激励对象离职和业绩考核未达标而对应注销2,415万份股票期权。

5、2022年5月16日，公司2021年年度股东大会审议通过了《关于2021年度利润分配预案的议案》：拟以扣除回购专户上已回购股份（118,917,441股）后的总股本2,335,952,962为基数，向全体股东每10股派发现金红利0.80元（含税），共派发现金红利186,876,236.96元，母公司剩余未分配利润981,647,858.71元，暂时用于补充流动资金或公司发展，结转以后年度分配。另外，公司本期不进行资本公积转增股本，不送红股。截至报告期末，公司2021年度权益分派已实施完毕。

6、公司分别于2022年7月21日、2022年8月26日召开第七届董事会第十次会议、第七届监事会第八次会议和2022年第一次临时股东大会，审议通过了《关于公司〈第三期员工持股计划（草案）及其摘要的议案〉》、《关于公司〈第三期员工持股计划管理办法〉的议案》和《关于提请股东大会授权董事会办理第三期员工持股计划有关事项的议案》。并于2022年9月，经中登公司审核，完成本次员工持股计划2,000万股股份的过户登记。

7、2022 年 8 月，公司董事会收到董事杨秀琴女士提交的书面辞职报告。杨秀琴女士因个人原因申请辞去董事及公司董事会下属专门委员会担任的职务，辞职生效后不再担任公司的任何职务。

8、2022 年 8 月，公司收到国家知识产权局颁发的 74 项以及香港特别行政区政府知识产权署颁发的 4 项商标转让证明，受让取得 BASIC HOUSE、Mind Bridge、JUCY JUDY 等共计 78 项注册商标。

9、2022 年 8 月，为丰富公司的品牌运维体系进一步落地“扩品牌”战略的实施，公司与李育菁、Milestone Apparels Limited、黄益洪、李岸波、黄约丽、黄约翰签署了《南极电商股份有限公司和李育菁、Milestone Apparels Limited、黄益洪、李岸波、黄约丽、黄约翰关于贝拉维拉服饰股份有限公司 100%股权转让之股权转让协议》，以人民币 4,500 万元收购贝拉维拉服饰股份有限公司 100%股权。

10、2022 年 8 月，公司第七届董事会第十一次会议和第七届监事会第九次会议审议通过了《关于调整 2021 年股票期权激励计划行权价格的议案》。因公司实施 2021 年度利润分配方案，根据公司《2021 年股票期权激励计划》的规定，对行权价格进行相应的调整。经调整后股票期权行权价格由 7.09 元/股调整为 7.01 元/股。

11、2022 年 9 月，公司控股股东张玉祥先生的一致行动人上海丰南投资中心（有限合伙）的有限合伙人及出资情况信息发生变更。

12、2022 年 10 月，公司与 TBH GLOBAL CO., LTD、TBH HONG KONG LIMITED、百家好（上海）时装有限公司签署了《补充协议书》，经 TBH HK、公司与百家好上海三方协商确定，公司无需向 TBH HK 支付股权转让尾款人民币 3,600 万元，即公司已按照《股权转让协议》的约定完全履行了股权转让价款的支付义务，TBH HK 与公司对股权转让相关百家好上海的估值、清算差额及股权转让价款的支付再无争议。

南极电商股份有限公司

董事长：张玉祥

2023 年 4 月 20 日