

证券代码：300640

证券简称：德艺文创

公告编号：2023-036

德艺文化创意集团股份有限公司 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。

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由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：以公司现有总股本 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 1.20 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	福建省福州市鼓楼区五四路 158 号环球广场 1701 单元	福建省福州市鼓楼区五四路 158 号环球广场 1701 单元	
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

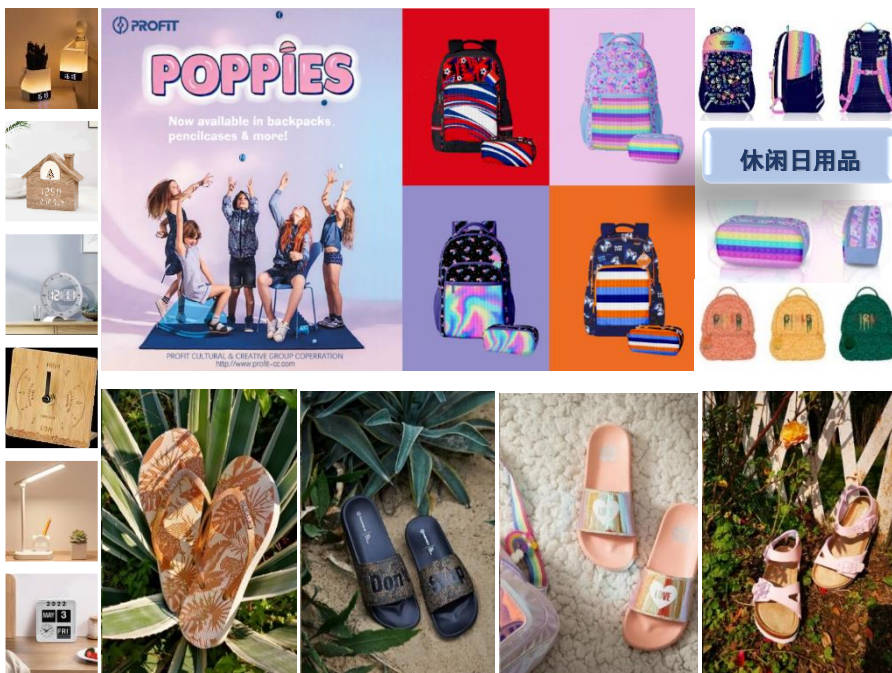
对于家创意装饰品，公司在研发设计理念上突显创意特性，通过文化创意和设计服务将中华传统文化或外国经典元素融入陶瓷、树脂、竹木、铁件等载体之中，并运用现代的工艺技术制造而成。公司的创意装饰品，按照用途可以划分为节庆装饰品、家居装饰品、日用装饰品及花园装饰品等；按照材质可以划分为陶瓷装饰品、树脂装饰品、纺织装饰品等。公司部分创意装饰产品如下图所示：



(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

报告期内，公司海外销售占比较高，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。公司与上述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。公司客户均在区域内有较大影响力且信誉良好，由于公司产品的综合竞争优势，客户持续稳定。

（1）外销模式

海外销售渠道是公司二十余年的积累和沉淀，是公司核心竞争力之一。公司注重加强自主品牌建设，不断扩大在国外的知名度和影响力，建立了一套成熟完整的市场开拓机制。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。

（2）内销模式

报告期内，公司国内销售业务仍处于发展前期，规模较小。目前，公司主要通过第三方互联网平台（包括抖音、亚马逊、阿里巴巴等）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。

公司产品主要定位于个性化、定制化、创意化，随着我国经济的快速发展，居民收入水平不断提高，部分消费者的消费理念正在发生改变，逐渐接受个性化、高价值的文化创意家居用品，国内市场是公司将来重要的目标市场。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，将着重通过各类电子商务平台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。

报告期内，公司经营模式未发生重大变化。随着文化及相关产业蓬勃发展的背景下，叠加新兴技术的助力，行业迎来新的发展机遇，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、经营 IP 衍生产品并加大国内市场开发力度，加强与上下游优质企业合作。此外，公司通过网络电商渠道，借助于直播、短视频等新兴营销方式进行 IP 衍生产品的推广和销售。因此，若未来 IP 产品以及国内市场的销售比重逐渐上升，公司的销售模式将发生一定的变化。



（图 4：公司 IP 潮玩产品图片）

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、全息投影等数字化技术，打造数字化样品库，搭建数字化展厅，打破时间、空间的界限，在有限的空间内随时随地向海内外客户展示公司的产品和服务，为其提供身临其境的体验，提高与客户的远程沟通效率，及时响应客户需求，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。

2022 年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《“十四五”文化发展规划》，提出文化是重要内容、重要支点、重要因素、重要领域、重要力量源泉、重要软实力；我们要更加坚定文化自信，提升文化贸易国际竞争力，提高核心文化产品和服务出口在文化贸易中的份额。

2022 年，稳外贸、稳中小企业等相关政策频繁出台，包括稳外贸市场主体保订单，巩固提升出口信用保险作用，加大外贸信贷投放，保障外贸产业链供应链稳定畅通等均有利于公司外销业务。

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，居民消费能力的提高，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。

(1) 国际社会对中国文化产品的需求，为业绩增长提供了有利条件

国家影响力的稳步提升和国际市场对中国文化产品的需求，为发展文化产品对外贸易创造了有利条件，中国文化产品和服务有望在各国中的影响力进一步扩大，继而有利于加速中国创意家居产业和创意家居产品的国际化进程。

(2) 东西方文化的交流为研发设计提供创意源泉

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

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	1,095,184,854.60	835,782,014.76	31.04%	483,348,986.77
归属于上市公司股东的净资产	828,072,947.72	675,747,472.26	22.54%	340,063,888.73
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	837,702,324.00	806,701,210.95	3.84%	560,296,860.59
归属于上市公司股东的净利润	50,202,548.37	20,779,016.13	141.60%	39,005,657.83
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	43,414,035.27	12,364,303.93	251.12%	23,420,868.05
经营活动产生的现金流量净额	227,819,787.75	-45,273,174.69	603.21%	38,994,114.66
基本每股收益（元/股）	0.1690	0.0773	118.63%	0.1765

稀释每股收益（元/股）	0.1690	0.0773	118.63%	0.1765
加权平均净资产收益率	7.18%	3.56%	3.62%	12.44%

(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	223,171,553.55	231,838,900.10	211,026,488.28	171,665,382.07
归属于上市公司股东的净利润	8,264,258.23	12,885,387.72	22,200,280.90	6,852,621.52
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	7,425,700.91	11,465,289.41	22,399,952.58	2,123,092.37
经营活动产生的现金流量净额	26,919,487.00	94,016,123.45	7,929,589.24	98,954,588.06

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	12,007	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	12,534	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									
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	47,550,000.00			
陈岚	境内自然人	3.81%	11,900,000.00	0.00	质押	11,900,000.00			
许美珍	境内自然人	2.59%	8,100,000.00	0.00					
李建锋	境内自然人	1.61%	5,041,304.00	4,040,404.00					
吴丽萍	境内自然人	1.43%	4,481,000.00	4,480,312.00	质押	4,481,000.00			
王静	境内自然人	1.29%	4,040,404.00	4,040,404.00					
华泰证券股份有限公司	国有法人	1.21%	3,769,535.00	3,030,303.00					
孙智丹	境内自然人	1.02%	3,185,903.00	3,030,303.00					

陈黎明	境内自然人	1.01%	3,167,245.00	2,424,242.00		
李欣	境内自然人	0.66%	2,046,950.00	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《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。					

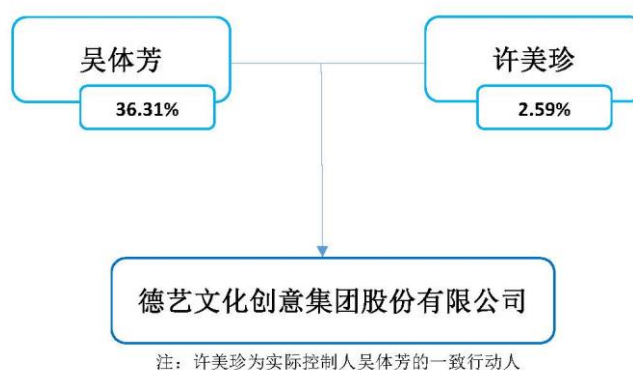
公司是否具有表决权差异安排

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



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

2022 年，国内外形势复杂严峻，在海外地缘冲突、通胀上行等不利因素冲击下，全球主要经济体经济增速下滑。为应对复杂的内外部形势，公司迎难而上，狠抓经营管理，按照年度经营计划积极开展各项工作，在巩固与欧美国家主要客户合作关系的同时，基于现有产品研发优势以及供应链管理优势，抓订单、扩市场，加大 IP 运营和跨境电商业务的拓展力度。此外，公司加强研发设计能力，探索使用 VR、AR、MR 等技术，以提升产品表现力、增强产品展示和客户体验度、提高客户远程选品的效率。2022 年度，公司实现营业收入 83,770.23 万元，较上年同期增长 3.84%。

公司海外收入占比较高，销售货款主要以美元结算，受美元升值因素影响，本报告期汇兑收益较上年同期增加。2022 年度，公司实现净利润 5,020.25 万元，较上年同期大幅增长，增幅达到 141.60%。

报告期内，公司开展了以下重点工作：

（一）拓展优势业务，破思维、谋发展

2022 年，公司继续深耕主业，立足发展实际，稳中求进，扎实修炼企业“内功”，提升应对风险能力。在具备传统销售优势的海外市场，公司把握发展机遇，稳扎稳打，加强创意设计能力，挖掘客户潜在需求，增加产品储备，保证公司持续创新能力；加强与客户及工厂端互动，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，巩固和提升公司在创意家居用品行业的市场地位，排除万难以传统业务为创新根基，打造稳固“机身”。

在巩固和扩大传统海外销售市场的基础上，公司以国内对文化创意产业的大力支持为契机，突破传统思维模式，加强国内市场的排兵布阵，加大互联网电商的渠道建设，并积极探索直播电商等新媒体销售模式，借助国内外成熟的跨境

电商和抖音直播平台，加大布局线上营销渠道，更多地开拓新的线上市场，力求未来以 IP 运营和跨境电商业务为新的业绩增长点，两翼均衡发展。

（二）以简易程序向特定对象发行股票

公司于 2022 年 7 月 2 日收到中国证监会《关于同意德艺文化创意集团股份有限公司向特定对象发行股票注册的批复》（证监许可〔2022〕1377 号），同意公司以简易程序向特定对象发行股票的注册申请。本次发行募集资金总额 134,082,496.35 元，扣除各项发行费用人民币 7,759,437.04 元（含税），实际募集资金净额为人民币 126,323,059.31 元，公司总股本由 285,365,054 股变更为 312,452,427 股。募集资金净额将用于数字化展示中心及智能零售终端建设项目及补充流动资金。

本次以简易程序向特定对象发行股票事项的完成，有助于提升公司的核心竞争力、持续盈利能力和抗风险能力。募投项目拟利用数字孪生、人工智能、大数据、云计算等先进的数字科技技术打造数字化样品展示空间，搭建涵盖全品类线下展厅、远程数字会议室等多种数字化应用展厅，同时投入线上样品间展示系统、数字化设计辅助软件等软硬件设备，构建一站式、全场景、低成本、可持续运营的线上线下相融合的产品展示、沟通中心。通过募投项目建设，不仅能打破公司通过传统展厅向客户展示产品在时间和空间上的限制，而且借助远程可视化设备以及线上会议等相关系统，客户可实现远程沉浸式选样以及设计创意的实时沟通，能大大提升公司在新形势下的境内外业务开展效率。

本次募投项目紧密围绕着公司现有业务展开，是公司应对复杂国际政治、军事、经济形势对公司经营业绩带来不确定性的的重要手段，一方面提升与海外客户在新形势下开展日常沟通的效率，提升公司整体形象，另一方面通过搭建国内营销渠道，进一步完善公司整体营销体系，构建国内国外双循环的业务布局，助力公司战略的实现。

（三）稳步推进德艺文创产业基地项目及 IP 产品及运营中心项目等建设

报告期内，公司持续稳步推进德艺文创产业基地项目和 IP 产品及运营中心项目的施工建设工作。

德艺文创产业基地项目旨在有效提升公司自主创新、持续发展能力和研发水平，储备研发人才，支撑公司创意家居用品市场化和产业化体系。该项目已于 2022 年末达到预定可使用状态。

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。2022 年 2 月，公司取得 IP 产品及运营中心项目（桩基工程）相关的建筑工程施工许可证，虽然募投项目实际实施时间有所推迟，但随着建筑工程实施相关许可证的取得，本报告期公司已加快推进本次募集资金投资项目的建设进度。

（四）完善公司治理结构、建立规范制度体系

2022 年，公司按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》等相关法律、法规和规范性文件，以及《公司章程》的有关规定，进一步完善公司治理结构，促进规范运作，对公司相关治理制度进行了梳理，并结合公司自身实际情况，对相关治理制度作出新增和修订。

具体内容详见《2022 年年度报告》

德艺文化创意集团股份有限公司

法定代表人：吴体芳

二〇二三年四月二十六日