

# 南极电商股份有限公司

## 2024 年度财务决算报告

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2024 年度的财务报表进行了审计，根据并出具容诚审字[2025]230Z0644 号标准无保留意见的审计报告，现将公司 2024 年度财务决算报告如下：

### 一、收入、利润情况

2024 年南极电商共实现营业收入 33.58 亿元，同比 2023 年增长 6.66 亿元，增幅为 24.75%。2024 年公司收入增长主要源于公司转型及业务结构的调整，公司在可选消费品品牌服务收入、自营货品销售收入和移动互联网营销服务收入方面均呈现良好的增长趋势所致。

2024 年南极电商实现归属于母公司所有者的净利润为-2.37 亿元，较上年同期减少 3.48 亿元，主要系战略性转型升级投入与市场环境竞争加剧的双重影响：南极人品牌战略升级新增自营及加盟模式，推出了南极人轻奢系列。公司报告期内与分众传媒进行了梯媒合作，并开展了包括像明星代言、机场推广及平台投流等一系列营销活动，从而导致销售费用大幅增加，虽取得良好的市场反响但也短期利润承压；同时子公司时间互联受行业竞争加剧、上游成本抬升及毛利空间压缩等影响，利润未达预期，计提了商誉减值准备 1.08 亿元。全年每股收益-0.10 元/股（上年度为 0.05 元/股）。

从利润构成情况看，公司 2024 年实现毛利 5.05 亿元，同比增长 0.82 亿元，增幅为 19.32%；公司平均毛利率 15.04%，同比下降 0.68 个百分点，主要系业务结构调整，自营货品销售业务拉低了平均毛利率。公司 2024 年发生销售、管理及研发费用合计 7.06 亿元，同比增加 4.46 亿元，增幅 171.57%，主要由于南极本部新增分众、投流等品牌推广服务费增长 4.57 亿元所致，销售、管理及研发费用合计占收入的比重由 2023 年的 9.65% 增长至 21.01%。公司实现营业利润-2.68 亿元，较上年同期下降 3.96 亿元，降幅 310.34%，营业利润率由 2023 年的 4.74% 下降至-7.98%，主要由于本年计提了 1.08 亿元商誉减值以及推广服务费大幅增长所致。

### 二、资产、负债情况

截至 2024 年 12 月 31 日，公司合并报表资产总额为 50.88 亿元，负债总

额为 8.80 亿元，股东权益总额为 42.08 亿元（其中归属于母公司所有者权益为 42.15 亿元）。截止 2024 年末的资产负债率为 17.30%，处于较低水平。

从资产构成情况看，截止 2024 年末公司流动资产为 36.77 亿元，占资产总额的 72.25%，流动性较好；非流动资产为 14.12 亿元，占资产总额的 27.75%。

从负债构成情况看，截止 2024 年末公司流动负债为 8.60 亿元，主要为经营应付款及合同负债，且无任何银行贷款；非流动负债 0.20 亿元，主要系租赁负债。

### 三、现金流量情况

2024 年公司经营活动产生的现金流量净额为流出 1.77 亿元，同比减少 5.77 亿元，主要由于自营采购货款及推广服务费支付增加所致，每股经营活动产生的现金流量净额为-0.07 元；投资活动产生的现金流量净额为流入 1.53 亿元，主要系本年赎回理财产品所致；筹资活动产生的现金流量净额为流出 2.03 亿元，主要系分配股利所致。

总体上，2024 年公司整体经营正常，短期战略转型投入较大，但公司有充足的资金保障业务持续稳健增长。

南极电商股份有限公司

董事会

二〇二五年四月二十四日