公司代码:603587603587　　公司简称:地素时尚地素时尚

# 地素时尚股份有限公司

## 2021 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2021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账户的股数为基数每10股派发现金股利10.00元(含税)。截至2022年3月31日,公司总股本481,150,000股(已扣除已回购注销回购未办理工商变更登记手续股份50,000股),扣除公司回购专用账户持有的608,318股,以此计算合计拟派发现金红利480,461,682.00元(含税),占2021年度归属于上市公司股东净利润的比例为69.68%,剩余未分配利润转以后年度分配。

2021年度,公司以集中竞价交易方式累计回购股份292,963股,计入现金分红的金额为4,916,883.97元(不含交易手续费),占2021年度归属于上市公司股东净利润的比例为0.71%。

综上,公司2021年度以现金方式分配股利总计为485,378,565.97元,占2021年度归属于上市公司股东净利润的比例为70.40%。

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。

以上利润分配预案需提交公司2021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

行业发展现状

2021年,纵面对复杂严峻的国际环境和国内疫情散发等多重考验,国民经济持续恢复发展,根据国家统计局数据,2021年全年全国社会消费品零售总额440,823亿元,比上年增长12.5%,两年平均增速为3.9%。其中限额以上单位消费品零售额人民币164,148亿元,同比增长13.4%;细分项下服装鞋帽,针纺织品类人民币13,842亿元,同比增长12.7%。

近年来,民族自信心的逐步提升也加深了国人的爱国情绪和支持国货的信心。加之三月BCI棉花事件的发酵,国内消费者对国产品牌的消费认同度逐渐提高,更多地倾注意力转移到优质的国产品牌上,逐渐引发了国货新趋势。

经过多年的积累,公司的品牌影响力、市场竞争力逐渐增强,市场占有率处于行业前列,品牌风格和时尚内涵得到市场的广泛认可。2011年度至2020年度,根据中国服装协会发布的服装行业百强企业名单,公司连续10年入选行业百强企业(按利润总额及销售利润率排名),其中,2017年度位居销售利润率排行榜的第3名及利润总额排行榜第18名,2018年度位居销售利润率排行榜的第3名及利润总额排行榜第16名,2020年度位居销售利润率排行榜的第1名及利润总额排行榜第15名,2020年度位居销售利润率排行榜的第1名及利润总额排行榜第14名。

行业竞争格局

区域竞争方面,从我国女装产业链企业区域分布来看,女装产业产业链企业主要分布在华东、华南地区,华北、华中、西北、西南地区企业相对较少。浙江、江苏、山东、上海等地女装产业企业数量较多,上海市女装产业代表有地素时尚等。浙江省女装产业代表企业有锦泓集团、戎美股份等;山东省女装产业代表有鲁泰A、如意集团等。

企业经营表现方面,品牌女装企业在2021年体现出更多优势。根据WIND数据,通过2020年中国女装A股上市企业女装业务营收情况来看,地素时尚女装业务营收超过了20亿元,位于第一梯队;安正时尚、朗姿股份、歌力思、欣贺股份、拉夏贝尔女装业务营收处于10-20亿元之间,位于第二梯队;第三梯队为女装业务营收小于10亿元,代表企业有戎美股份、日播时尚、森马服饰、森林休闲等。

中国服装行业的格局较为分散,子行业集中度较低,行业门槛较低,行业增长前景大,有助于新兴企业进入。但是随着服装行业规模增长趋于平稳,头部品牌的营业收入也将趋于稳定。行业的竞争力将会主要集中于品牌优势上,发挥品牌作用,打造出消费者心中高记忆度的产品将会成为企业关注的重点。

行业发展趋势

市场研究公司欧睿国际(Euromonitor International)在其《世界服装和鞋类市场》报告中指出:“尽管成熟且规模庞大,但得益于中国经济的稳定有力增长,中国的服装行业仍有望实现乐观的发展。”IBISWorld也指出了全球服装制造业的增长前景。对服装的需求将不断增长,以及经济状况将改善,将在未来五年推动服装行业的持续发展。

服装行业在2022-2025年会有以下值得注意的服装行业新趋势。

1、数字化的时用

数字化在时装行业中扮演角色加重。技术改变了消费者购物和与品牌互动的方式,近年来,Rent the Runway,thredUP和ThirdLove等时尚电子商务公司吸引了大量投资。随着市场的发展,传统和新兴时尚品牌都必须增加其在线影响力,并使用大数据和分析来提供更多个性化解决方案,并占领更大的市场份额。

2、可持续发展的重要性日益提高

伴随数字化,服装行业的另一个主要趋势是可持续性。越来越多的消费者关注地球的未来,并始终没有采取环保做法的时尚品牌施加压力。因此,行业不少重要参与者正在努力修改其业务模型,并开发使用更具可持续性的材料制成的产品。例如,某专业运动品牌将在沿海地区冲洗掉的塑料垃圾变成回收的聚酯,并将其用于鞋子和衣服。为了减少对环境的影响,某奢侈品巨头投资了致力于用更环保的替代品替代合成添加剂的初创公司。

3、向尺寸个性化方向的时尚转变

正如从《从加大码到包括大码的时尚》报告中所概述的那样,全世界肥胖症的上升刺激了对潜流,加大码时尚的需求。在过去,大码服装的选择在许多零售商中很少出现,并且通常会降级到产品系列服装旁边的单独区域。现在,随着包括网模在内的计划变得越来越普遍,这种情况已经开始改变。国外头部百货公司已经扩大了商店规模,但是大多数服装品牌都没有采取类似措施来标准化两位数的尺码。

4、运动时尚的持续增长

另一个值得关注的行业流行趋势是运动休闲服装。尽管新产品类别通常经历增长和收缩的循环,但是运动休闲服装继续在“克服发展困力”。健康的日益普及可以帮助解释瑜伽服装的持久力。在其他零售商艰难生存的同时,加拿大知名运动休闲的品牌继续实现年23%的高增长。未来几年,全球运动休闲服装市场有望保持健康增长。根据GlobalData的估计,到2023年,市场规模预计将达到5,700亿美元。运动休闲服装有望在宣洩既得更大的吸引力。

报告期内,公司主营业务未发生重大变化,实现营业收入289,759.99万元,较上年同期增加13.00%;归属于上市公司股东的净利润68,948.33万元,较上年同期增加9.47%,营业收入和净利润稳步增长。公司在报告期内主要着力于以下几个方面的工作:

1、多维度拓展品牌力建设,深度内容共创助力破圈

2021年,公司市场营销传播工作在品牌力、产品力与数字化赋能客户三大矩阵中持续发力,不断加强品牌力拓展与输出。2021年是IP合作丰富之年,公司坚持深度内容共创的心发展方向,以新颖独特的内容在各圈层扩展认知度、兴趣度的同时,兼顾对年轻化圈层的触达和对多元设计美学的探讨,唐老鸭、够难人梦、加菲猫、宝可梦和米奇等IP系列合作都为公司带来了更多话题与热度。

2021年下半年,公司正式进入了品牌力建设全面升级阶段。8月的敦煌系列大秀整体提升了公司在中国时尚行业的口碑与知名度,敦煌系列大秀结合传统东方文化与西方摩登表达,进行全平台、跨圈层立体传播,并与行业内各大时尚媒体展开了不同层面的深度合作,包括与国际顶级时尚杂志VOGUE 9月开事件合作策划内容,与知名时尚媒体XLLX联合制作创意短视频,与相框毕生集团揽胜深度文化讨论展开的秀前采访等。此次大秀直播共获得836万次观看量,话题声量超过16亿,全网曝光超达5.7亿,在时尚行业引起广泛讨论。

双十一期间,为了配合电商营销节点,DAZZLE和“zzii分别签约了品牌大使孙怡与谈雅,并进行了热度传播,新的品牌大使施动了品牌国际化和多样化进程。2021年底,为了进一步提升品牌质感,公司旗下高端品牌DIAMOND DAZZLE官宣舒淇为代言人,在业内获得广泛关注与好评,为品牌定义了全新形象。

2、开拓电商营销新渠道,数字营销助推销售增长

2021年,公司开始围绕不同品牌的整体定位策略落地差异化线上营销,全年电商整体收入增长略有放缓,主要原因是DAZZLE主品牌从原本更注重规模增长向更注重品牌长期价值发展转型,短期内营收规模有所调整。与此同时,更注重年轻市场拓展的d’zzii品牌发力成长,d’zzii品牌线上渠道年度增长远超行业整体增速。仅2021年对一期同,d’zzii品牌线上全渠道GMV增长同比达到143%,天猫渠道GMV同比增长58%,跃身女装行业TOP30,抖音渠道GMV达到近5,000万元,单日女装行业排名跃身TOP10。

此外,面对线上更多的年轻品牌新用户,公司也在积极探索创新的数字营销手段。12月伴随早春新品的上市,d’zzii品牌联合MALL,首次发布数字封装,同套不同的Total Look以官盒形式随机发放,活动先后通过d’zzii官方微博和微信账号宣布开启,当晚便在数字藏品收藏圈引发热议,短短两个小时内,近千套数字封装就被被收藏取一空,之后的三天内,d’zzii官方微信的自动回复中更新了融入品牌商品特点的口令线索,使活动热度持续在数字藏品圈内发酵。随着数字封装的推广,公司在营销方面的探索不断加大,通过与相关平台的合作,以及与时尚媒体、品牌、消费者运营及供应链快速响应等方面开拓,以全力支持企业数字化转型。截至2021年底,公司已基本完成营销体系智能数据分析和相关应用场景搭建,将各系统数据顺利融打通,实现“人、货、场”的智能匹配,更精准地洞察市场与消费趋势,并及时响应消费者需求,实现数据驱动业务并辅助业务决策。

4、围绕消费者需求,精细化运营品牌

在数据应用场景方面,公司搭建了消费者CDP(Customer Data Platform)中心,通过该平台进行集团消费者运营和管理,通过丰富的消费者标签、商品标签、零售标签,进行多样性的人群组合,匹配不同的营销策略,并通过前端应用工具,实现品牌-导购-用户强关联、强运营。

在消费者运营方面,多年的集团化运营积累了大量用户数据,各个品牌已经形成了消费者分层,为与集团品牌战略定位保持一致,在消费者集团化运营的基础上,公司将男女装品牌进行了更加精细化的划分,在会员权益、会员服务、运营管理方面进行了更符合独立品牌调性的构建,从而形成了“集团数据运营——品牌精细化运营”的新方式。

在消费者活动方面,除邀请消费者至线下门店参与丰富、有趣的现场活动外,公司还针对不同品牌的消费者特性和需求,开发了多种线上互动形式。例如,更为年轻的“d’zzii品牌针对用户开展了线上彩沙互动活动,成功招募了更多的品牌新客。

5、坚持人才高地建设,增强组织核心竞争力

基于战略目标,公司致力于吸引和培养卓越人才;打造学习型组织,加强组织能力的进一步建设,增强公司核心竞争力。

在组织文化建设方面,公司逐步建立多层次和多维度的文化体系。2021上半年,公司面向企业中层管理人员,开办“以价值观为抓手的文化建设”地素时尚文化共创营,统一了“管理者是企业文化建设核心角色”的思想认知,倡导管理者以身作则践行价值观。同时,公司管理层经过四次共创会,在下半年把价值观准地转化为规范。

在组织运作方面,公司基于战略需点进一步完善组织体系,推动数字化信息体系建设,进行全方位流程优化,加强组织的可持续创新和快速迭代。

在人才发展方面,公司致力于吸引和发展有复杂的卓越多元人才。基于战略目标建立人才培养、架构与新酬体系,落实人才的长期股票激励,对外吸引一流人才,公司通过建立多渠道的人才引进机制,引入那分高级管理人员及专业人才,满足公司跨越式发展对组织及人才的需求。在内部人才能力培养方面,公司自上而下提升中高级管理者的自我领导力和团队领导力,并举办“地素领导力项目共创工作坊”,明确了公司人才观和领导力标准,加强人才招聘体系设计,进而提升公司人才密度。并于2021年4月首次推出限制性股票激励计划,覆盖高管及核心技术业务人员共计102人。

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

| | 2021年 | 2020年 | 本年比上年增减(%) | 2019年 |
|---|---|---|---|---|
| 总资产 | 4,691,541,561.23 | 4,098,779,415.65 | 14.46 | 3,924,576,876.79 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 3,756,626,739.64 | 3,439,121,491.31 | 9.23 | 3,309,213,503.54 |
| 营业收入 | 2,897,599,885.26 | 2,564,170,568.22 | 13.00 | 2,378,416,518.59 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 689,483,326.02 | 629,857,231.85 | 9.47 | 624,368,493.68 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 647,394,385.05 | 576,087,209.06 | 12.38 | 567,485,909.57 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 873,850,725.55 | 723,825,950.79 | 20.73 | 725,141,148.85 |
| 加权平均净资产收益率(%) | 19.00 | 18.66 | 增加0.34个百分点 | 19.73 |
| 基本每股收益(元/股) | 1.44 | 1.31 | 9.92 | 1.30 |
| 稀释每股收益(元/股) | 1.44 | 1.31 | 9.92 | 1.30 |

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 | 656,581,967.38 | 695,987,375.71 | 670,909,853.62 | 874,120,688.55 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 195,474,613.14 | 194,592,070.08 | 165,054,200.85 | 134,362,441.95 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 | 162,198,461.63 | 188,178,365.30 | 156,931,150.14 | 140,086,407.98 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 180,726,649.21 | 243,522,104.14 | 167,772,080.02 | 281,829,892.18 |

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

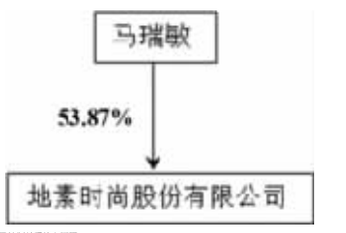
| | |
|---|---|
| 截至报告期末普通股股东总数(户) | 19,711 |
| 年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户) | 20,636 |
| 截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户) | 0 |
| 年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户) | 0 |

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 | 53.86 | 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 |
| 香港中央结算有限公司 | 6,620,086 | 13,248,960 | 2.75 | 0 | 无 | | 境外法人 |
| 马姝敏 | 0 | 5,653,393 | 1.17 | 0 | 无 | | 境内自然人 |
| 张浪 | 3,989,170 | 3,989,170 | 0.83 | 0 | 无 | | 境内自然人 |
| 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 | 3,460,623 | 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 | -3,316,505 | 3,083,321 | 0.64 | 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 | 1,930,000 | 1,930,000 | 0.40 | 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 | | | | | | |

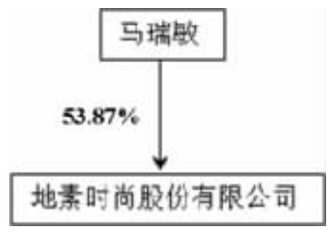
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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289,759.99万元,较上年同期增加13%;归属于上市公司股东的净利润68,948.33万元,较上年同期增加9.47%,营业收入和净利润稳步增长。

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 √不适用证券代码:603587　证券简称:地素时尚　公告编号:2022-009

地素时尚股份有限公司

2021年第四季度主要经营数据的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

地素时尚股份有限公司(以下简称“公司”)根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第3号行业信息披露:第十号——服装》的相关规定,现将公司2021年四季度主要经营数据(经审计)公告如下:

一、2021年1-12月零售终端数量变动情况

| 品牌 | 2020年末数量(家) | 报告期新开(家) | 报告期关闭(家) | 报告期末数量(家) |
|---|---|---|---|---|
| 直营 | 371 | 31 | 48 | 354 |
| 其中:DA | 183 | 11 | 21 | 173 |
| DM | 33 | | 5 | 28 |
| DZ | 145 | 15 | 22 | 138 |
| RA | 10 | 5 | | 15 |
| 经销 | 783 | 112 | 50 | 845 |
| 其中:DA | 444 | 66 | 23 | 487 |
| DM | 20 | 3 | 1 | 22 |
| DZ | 319 | 43 | 26 | 336 |
| 总计 | 1154 | 143 | 98 | 1199 |

备注:DA指DAZZLE品牌

DM指DIAMOND DAZZLE品牌

DZ指d’zzii品牌

RA指RAZZLE品牌

(下同)

二、按品牌收入、成本和毛利分析

单位:元 币种:人民币

| 品牌 | 营业收入 | | 营业成本 | | 毛利率 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 金额 | 同比 | 金额 | 同比 | 当期 | 上年同期 |
| DA | 1,632,398,846.91 | 10.00% | 358,289,143.02 | 8.19% | 78.05% | 77.68% |
| DM | 202,360,652.03 | 3.03% | 39,849,769.08 | 4.56% | 80.31% | 80.60% |
| DZ | 1,025,612,972.91 | 18.62% | 270,540,013.54 | 20.54% | 73.62% | 74.04% |
| RA | 32,882,030.91 | 114.66% | 6,318,699.12 | 84.96% | 80.78% | 77.70% |
| 其他 | 4,345,382.50 | 13.35% | 3,337,612.90 | 12.38% | 23.19% | 22.53% |
| 小计 | 2,897,599,885.26 | 13.00% | 678,335,237.66 | 13.03% | 76.59% | 76.60% |

备注:其他指物料。

三、按模式收入、成本和毛利分析

单位:元 币种:人民币

| 模式 | 营业收入 | | 营业成本 | | 毛利率 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 金额 | 同比 | 金额 | 同比 | 当期 | 上年同期 |
| 线上 | 386,387,101.04 | 5.04% | 92,482,078.90 | 5.34% | 76.06% | 76.13% |
| 电商 | 386,387,101.04 | 5.04% | 92,482,078.90 | 5.34% | 76.06% | 76.13% |
| 线下 | 2,506,807,401.72 | 14.34% | 582,515,545.85 | 14.36% | 76.76% | 76.77% |
| 直营 | 1,290,653,559.82 | 11.78% | 223,595,820.86 | 9.11% | 82.68% | 82.25% |
| 经销 | 1,216,213,841.90 | 17.19% | 358,919,725.00 | 17.90% | 70.49% | 70.67% |
| 其他 | 4,345,382.50 | 13.35% | 3,337,612.90 | 12.38% | 23.19% | 22.53% |
| 总计 | 2,897,599,885.26 | 13.00% | 678,335,237.66 | 13.03% | 76.59% | 76.60% |

备注:其他指物料。

特此公告。

地素时尚股份有限公司

董事会

2022年4月28日

证券代码:603587　证券简称:地素时尚　公告编号:2022-010

# 地素时尚股份有限公司关于2021年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

根据中国证券监督管理委员会(以下简称“中国证监会”)《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》等法律、法规、规范性文件的规定,地素时尚股份有限公司(以下简称“公司”、“本公司”)编制了《关于公司2021年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》,具体内容如下:

一、募集资金基本情况

经中国证券监督管理委员会(以下简称“中国证监会”)《关于核准地素时尚股份有限公司首次公开发行股票的批复》(证监许可[2018]792号)核准,公司首次公开发行人民币普通股(A股)8,000万股,发行价为27.52元/股,募集资金总额为人民币167,872.00万元,扣除发行费用人民币9,657.77万元,实际募集资金净额为人民币158,214.23万元。上述募集资金已于2018年6月19日全部到账,经立信会计师事务所(特殊普通合伙)验证,并出具了《验资报告》(信会师报字[2018]第ZA15279号)。

截至2021年12月31日,地素时尚募集资金专项账户(以下简称“专户”)存储情况如下:

| 序号 | 开户银行 | 银行账号 | 截至2021年12月31日专户存储余额(万元) |
|---|---|---|---|
| 1 | 宁波银行上海普陀支行 | 70100122000096022 | - |
| 2 | 宁波银行上海普陀支行 | 70100122000095964 | 637.60 |
| 3 | 平安银行股份有限公司上海分行 | 15000088597742 | 5,339.64 |
| 4 | 交通银行股份有限公司上海桂北支行 | 310065073018800004825 | 4,312.89 |
| 合计 | —— | —— | 10,290.12 |

注1:表中数据尾数误差系四舍五入所致。

注2:公司的募集资金专用账户“宁波银行上海普陀支行(账号70100122000096022)已经于2018年9月20日注销完成。

截至2021年12月31日,公司募集资金专户余额为102,901,197.20元,明细情况如下:

| 明细 | 金额(元) |
|---|---|
| 2020年12月31日募集资金专户余额 | 150,094,899.33 |
| 减:置换预先已投入募集资金投资项目的自筹资金 | - |
| 减:2021年度使用金额 | 165,754,811.72 |
| 减:2021年度购买理财产品差额 | -100,000,000.00 |
| 加:2021年度存款利息收入和理财产品收益减支付银行的手续费 | 18,561,109.59 |
| 2021年12月31日募集资金专户余额 | 102,901,197.20 |

二、募集资金管理情况

为规范公司募集资金的管理,保护投资者的权益,根据《中华人民共和国合同法》(下称“《合同法》”)、《中华人民共和国证券法》(下称“《证券法》”)、《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》和中国证券监督管理委员会相关法律、法规和规范性文件以及公司制定的募集资金管理制度的相关规定,公司、中国国际金融股份有限公司与宁波银行上海普陀支行、平安银行股份有限公司上海分行、交通银行股份有限公司上海桂北支行签订了《募集资金专户存储三方监管协议》,协议内容按照《募集资金专户存储三方监管协议(范本)》拟定,与《募集资金专户存储三方监管协议(范本)》无重大差异,截至2021年12月31日,除宁波银行上海普陀支行(账号70100122000096022)已经注销外,其余《募集资金专户存储三方监管协议》正常履行。

三、募集资金实际使用情况

1、募集资金投资项目资金使用情况

2021年度,公司实际使用募集资金人民币16,575.48万元,具体情况详见募集资金使用情况对照表(附表1)。

2、募集资金投资项目先期投入及置换情况

报告期内,公司不存在募集资金投资项目先期投入及置换情况。

3、用闲置募集资金暂时补充流动资金情况

报告期内,公司不存在以闲置募集资金暂时补充流动资金的情况。

4、对闲置募集资金进行现金管理,投资相关产品情况

公司于2019年4月12日召开第二届董事会第十八次会议和第二届监事会第十七次会议,2019年5月6日召开2018年年度股东大会,分别审议通过了《关于公司使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》,同意公司使用最高不超过人民币60,000万元的闲置募集资金进行现金管理,用于购买安全性高、流动性好、发行主体有保本约定、产品投资期限最长不超过12个月的理财产品或结构性存款、定期存款等,在上述额度内可循环滚动使用,期满归还至公司募集资金专用账户。

公司于2020年4月7日召开第三届董事会第五次会议和第三届监事会第四次会议,2020年4月28日召开2019年年度股东大会,分别审议通过了《关于公司使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》,同意公司使用最高不超过人民币50,000万元的闲置募集资金进行现金管理,用于购买安全性高、流动性好、发行主体有保本约定、产品投资期限最长不超过12个月的理财产品或结构性存款、定期存款等,在上述额度内可循环滚动使用,期满归还至公司募集资金专用账户。

公司于2021年4月27日召开第三届董事会第十一次会议和第三届监事会第九次会议,2021年5月31日召开2020年年度股东大会,分别审议通过了《关于公司使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》,同意公司使用最高不超过人民币50,000万元的闲置募集资金进行现金管理,用于购买安全性高、流动性好、发行主体有保本约定、产品投资期限最长不超过12个月的理财产品或结构性存款、定期存款等,在上述额度内可循环滚动使用,期满归还至公司募集资金专用账户。

2021年度,公司使用闲置募集资金进行现金管理,投资相关产品情况如下:

| 受托人名称 | 产品名称 | 产品类型 | 委托理财金额(万元) | 起始日 | 到期日 | 实际收益率 | 投资收益(万元) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 平安银行股份有限公司上海长风支行 | 平安银行对公结构性存款(100%保本挂钩LPR)产品 | 结构性存款 | 50,000.00 | 2020/12/30 | 2021/3/30 | 3.50% | 431.51 |
| 平安银行股份有限公司上海长风支行 | 平安银行对公结构性存款(100%保本挂钩LPR)产品 | 结构性存款 | 50,000.00 | 2021/6/23 | 2021/9/27 | 3.18% | 418.20 |
| 平安银行股份有限公司上海长风支行 | 平安银行对公结构性存款(100%保本挂钩汇率)产品 | 结构性存款 | 45,000.00 | 2021/10/11 | 2021/12/29 | 2.95% | 287.33 |
| 平安银行股份有限公司上海长风支行 | 平安银行对公结构性存款(100%保本挂钩汇率)产品 | 结构性存款 | 40,000.00 | 2021/12/31 | 2022/3/30 | 3.13% | 306.07 |

截至2021年12月31日,公司使用闲置募集资金购买保本型理财产品的余额为40,000.00万元,剩余使用闲置募集资金购买的理财产品本金及收益已按期归还至募集资金专户。

5、用超募资金永久补充流动资金或归还银行贷款情况

报告期内,公司不存在用超募资金永久补充流动资金或归还银行贷款情况。

6、超募资金用于在建项目及新项目的情况

报告期内,公司不存在将超募资金用于在建项目及新项目(包括收购资产等)的情况。

7、节余募集资金使用情况

报告期内,公司不存在将募集资金投资项目节余资金用于其他募集资金投资项目或非募集资金投资项目的情况。

四、变更募投项目的资金使用情况

报告期内,公司不存在变更募集资金投资项目的资金使用情况。

五、募集资金使用及披露中存在的问题

报告期内,公司募集资金的使用及信息披露已按照中国证监会《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》等相关规定执行,不存在未及时、真实、准确、完整披露募集资金的存放及实际使用情况,不存在募集资金管理违规情形。

本公司董事会认为,公司已按规范的方式于募集资金使用的相关信息及时、真实、准确、完整,不存在募集资金管理违规情形。

六、会计师事务所对公司年度募集资金存放与使用情况出具的鉴证报告的结论性意见

?经鉴证,立信会计师事务所(特殊普通合伙)认为,2021年度募集资金存放与使用情况专项报告在所有重大方面按照中国证券监督管理委员会《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求(2022年修订)》(证监会公告[2022]15号)、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》以及《上海证券交易所上市公司自律监管指南第1号——公告格式》的相关规定编制,如实反映了地素时尚2021年度募集资金存放与使用情况。

七、保荐机构对公司年度募集资金存放与使用情况所出具的专项核查报告的结论性意见

公司 2021 年度募集资金存放与使用情况符合《上市公司监管指引第2号-上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》以及《地素时尚股份有限公司募集资金管理制度》等法律法规和制度文件的规定,并及时履行了相关信息披露义务,不存在变相改变募集资金用途和损害股东利益的情况。

特此公告。

地素时尚股份有限公司

董事会

2022年4月28日

附表 1:

募集资金使用情况对照表

单位:万元

| 募集资金总额 | | | | 158,214.23 | | 本年度投入募集资金总额 | | | | | | 16,575.48 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 变更用途的募集资金总额 | | | | 0.00 | | 已累计投入募集资金总额 | | | | | | 117,601.31 |
| 变更用途的募集资金总额比例 | | | | 0.00 | | | | | | | | |
| 承诺投资项目 | 已变更项目,含部分变更(如有) | 募集资金承诺投资总额 | 调整后投资总额 | 截至期末承诺投入金额(1) | 本年度投入金额 | 截至期末累计投入金额(2) | 截至期末累计投入金额与承诺投入金额的差额(3)=(2)-(1) | 截至期末投入进度(%)(4)=(2)/(1) | 项目达到预定可使用状态日期 | 本年度实现的效益 | 是否达到预计效益 | 项目可行性是否发生重大变化 |
| 营销网络及品牌建设项目 | 否 | 104,623.91 | 104,623.91 | 104,623.91 | 15,025.83 | 68,317.17 | -36,306.74 | 65.30% | -- | 不适用 | 不适用 | 否 |
| 信息化系统升级项目 | 否 | 9,579.32 | 9,579.32 | 9,579.32 | 849.76 | 5,801.92 | -3,777.40 | 60.57% | -- | 不适用 | 不适用 | 否 |
| 研发中心建设项目 | 否 | 4,011.00 | 4,011.00 | 4,011.00 | 690.89 | 3,482.22 | -528.78 | 86.82% | -- | 不适用 | 不适用 | 否 |
| 补充与主营业务相关的营业资金 | 否 | 40,000.00 | 40,000.00 | 40,000.00 | - | 40,000.00 | - | 100.00% | | 不适用 | 不适用 | 否 |
| 合计 | -- | 158,214.23 | 158,214.23 | 158,214.23 | 16,575.48 | 117,601.31 | -40,612.92 | 74.33% | -- | -- | -- | -- |
| 未达到计划进度原因(分具体项目) | 近两年,受到复杂多变的国际形势和国内经济结构调整等影响,国内经济下行压力较大,服装消费市场竞争激烈,尤其为应对新冠疫情挑战,公司本着厉行节约的原则,加强项目建设各个环节费用的控制,监督和管理,合理的降低项目建造成本和费用等投资金额,并适度调整经营重点和资源投入,从股东利益最大化的角度考虑,暂时放缓了“营销网络及品牌建设项目”、“信息化系统升级项目”和“研发中心建设项目”相关项目的投资进度。公司后期将密切关注经济形势,市场环境的发展事态,以谨慎投资、稳健发展为宗旨,待消费市场企稳回升后最终确定是否调整募集资金投资计划或实施方案,从而降低募集资金投入风险,保障募集资金安全合理运用和募投项目建设质量,更好地维护全体投资者利益。 | | | | | | | | | | | |
| 项目可行性发生重大变化的情况说明 | 不适用 | | | | | | | | | | | |
| 募集资金投资项目先期投入及置换情况 | 报告期内,公司不存在募集资金投资项目先期投入及置换情况。 | | | | | | | | | | | |
| 用闲置募集资金暂时补充流动资金情况 | 不适用 | | | | | | | | | | | |
| 对闲置募集资金进行现金管理,投资相关产品的情况 | 公司于2019年4月12日召开第二届董事会第十八次会议和第二届监事会第十七次会议,2019年5月6日召开2018年年度股东大会,分别审议通过了《关于公司使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》,同意公司使用最高不超过人民币60,000万元的闲置募集资金进行现金管理,用于购买安全性高、流动性好、发行主体有保本约定、产品投资期限最长不超过12个月的理财产品或结构性存款、定期存款等,在上述额度内可循环滚动使用,期满归还至公司募集资金专用账户。<br>公司于2020年4月7日召开第三届董事会第五次会议和第三届监事会第四次会议,2020年4月28日召开2019年年度股东大会,分别审议通过了《关于公司使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》,同意公司使用最高不超过人民币50,000万元的闲置募集资金进行现金管理,用于购买安全性高、流动性好、发行主体有保本约定、产品投资期限最长不超过12个月的理财产品或结构性存款、定期存款等,在上述额度内可循环滚动使用,期满后归还至公司募集资金专用账户。<br>公司于2021年4月27日召开第三届董事会第十一次会议和第三届监事会第九次会议,2021年5月31日召开2020年年度股东大会,分别审议通过了《关于公司使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》,同意公司使用最高不超过人民币50,000万元的闲置募集资金进行现金管理,用于购买安全性高、流动性好、发行主体有保本约定、产品投资期限最长不超过12个月的理财产品或结构性存款、定期存款等,在上述额度内可循环滚动使用,期满后归还至公司募集资金专用账户。<br>截至2021年12月31日,公司使用闲置募集资金购买保本型理财产品的余额为40,000.00万元。 | | | | | | | | | | | |
| 用超募资金永久补充流动资金或归还银行贷款情况 | 无 | | | | | | | | | | | |
| 募集资金结余的金额及形成原因 | 无 | | | | | | | | | | | |
| 募集资金其他使用情况 | 无 | | | | | | | | | | | |

注1:“本年度投入募集资金总额”包括募集资金到账后“本年度投入金额”及实际已置换先期投入金额。

注2:“截至期末承诺投入金额”以最近一次已披露募集资金投资计划为依据确定。

注3:“本年度实现的效益”的计算口径、计算方法与承诺效益的计算口径、计算方法一致。

证券代码:603587　证券简称:地素时尚　公告编号:2022-011

# 地素时尚股份有限公司关于公