南极电商股份有限公司

证券代码:002127 证券简称:南极电商 公告编号:2022-019

2021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。

除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名

非标准审计意见提示

☐ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

√ 适用 ☐ 不适用

是否以公积金转增股本

☐ 是 √ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以2335952962为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.80元(含税),送红股0股(含税),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		

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张玉祥	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	021-63461118-8885
电子信箱	zhangyuxiang@nanjids.com	shiyuting@nanjids.com

2、报告期主要业务或产品简介

(一)公司主营业务

报告期内,公司的主营业务仍是以电商渠道为主,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。

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。

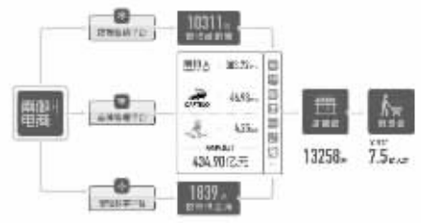
报告期内,公司通过规范品牌应用,持续提升品牌形象,通过自有品牌衍生、知名品牌合作及并购品牌等方式,持续打造满足多元化消费场景及个性化消费需求,受到消费者喜爱的多元化品牌矩阵。

与此同时,公司不断提升内部管理流程规范,通过内部组织架构调整,进一步实现管理垂直化、高效化,并通过阿米巴模式实现内部事业群共同创业、有效提升经营效率及效益;督导外部供应链客户端建立管理规范、品质规范、服务规范等,内外兼修,打造高效、优质的供应链服务。

(二)经营模式

1、公司本部

公司本部以“南极人”、“卡帝乐鳄鱼”、“精典泰迪”为主要品牌,以一体化产业服务为落脚点,以持续解决传统服装行业库存高、周转慢等痛点为目标,通过品牌授权业务,打通供应链上、中、下游,以阿里、京东、唯品会、拼多多、抖音、快手等立体交互渠道为链接,实现“生产—消费”链资源的高效配置与运转。



供应链服务:公司授权供应商总数为1,839家,授权经销商总数为10,311家,授权店铺13,258家。公司基于“持续、互助、分享、结果、共赢”的价值观,通过品牌授权,与上游、中游、下游客户建立深度合作,与万千中、小产业者建立产业纽带,形成规模化产业集群。高度分散,绝对规模的供应链系统,能够实现极高的商品生产配置及交付效率,差异化的管理效率和极迅速的试错调整效率,既能紧跟潮流热点快速反应,也能实现资源的精准配置,为南极产业共同体持续赋能。

报告期内,公司通过数字化平台数据集成作用,进一步搭建研发体系,指导产业链条根据消费需求迅速反应,提升产品上新速率,提高授权供应商、授权经销商产品周转效率。此外,公司建立产业授权供应商名录,不断规范授权供应商管理,建立合作正面、负面清单,号召、组织全体授权供应商向标杆企业学习,通过产业游学、培训等方式,持续督导授权供应商提高管理规范及产品品质。开展为期近4个月的专项授权经销商品质抽检活动,全面梳理品牌使用规范,并通过内部“神秘买家计划”、外部“黑猫平台”反馈情况等持续开展品质抽检,规范品牌应用,切实维护品牌形象,提升消费者满意度。公司已设立合规稽查部对供应链合作客户进行全链条的授权业务管理。将会进一步对授权供应商准入、授权供应商验厂、标签规范、商品稽查、三方送检等关键环节进行强管理,强执行,不断提升产品质量管理意识和尊重知识产权意识。

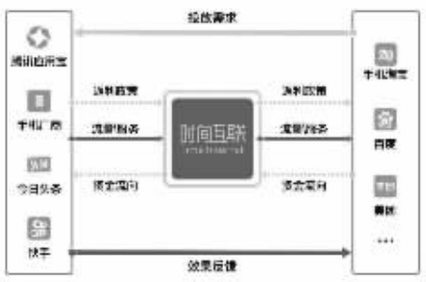
数据营销平台:经过多年数据沉淀,数据营销平台已覆盖授权经销商在包括天猫、淘宝、京东、拼多多、唯品会、抖音、快手等主流电商平台涉及品类的全部市场数据,并基于分层分级管理标准,实现了客户生命周期内的标签管理,并提供针对性的预警、优化意见,也已逐步形成并完善精细化的市场洞察与店铺运营体系。数据营销平台包括具有普适性的海量行业数据、流量数据、竞品数据,以及具有针对性的店铺诊断工具、优质商品图库、SEO优化策略及定制化BI报表服务。授权经销商可以通过店铺诊断工具,对店铺进行持续、稳定的数据化追踪,洞察店铺潜在问题。同时通过爆款运营策略,了解垂类赛道,提升店铺爆款打造效率,从而大大提升优质授权经销商的粘性。同时,数据营销平台通过对消费者评论的监控与分析,帮助公司及授权经销商进行质量管理。

管理数字平台:公司正在打造覆盖全生产流程的供应链一站式服务平台及资讯交互社区。涵盖产品研发、面辅料原料采购、生产设备采购、生产工序、产品包装、仓储物流、库存处理、软件系统、人才引进等版块。旨在为供应链/工厂提效、赋能,汇集整合行业优质资源,促进产业品牌化、规模化、规范化。同时,通过引入权威、专业第三方检测机构、科研院所,对工厂从原材料到成品商品的全生产流程进行质量管控指导、检测及监管。

品牌管理:2021年南极电商实现434.90亿GMV线上销售规模。7.5亿人次全网消费者基数。覆盖60多个品类,并常年在内衣、家纺、女装、童装等类目主流平台销量保持TOP1。做出这些成绩的关键是多年来我们创造并守护了“南极人”这个消费者喜爱、社会认同的大众国民品牌。除了“南极人”外,公司在前几年收购“卡帝乐鳄鱼”、“精典泰迪”品牌的基础上,今年通过与全球著名品牌“C&A(中国)”合作,2022年初收购百家好系列包括BASIC HOUSE、Mind Bridge、JUCY JUDY等78件商标,进一步拓宽公司的产品维度,打造能够覆盖全年龄段消费群体并能够满足个性化需求的品牌矩阵,搭建更为多样化、个性化的消费场景,满足供应商、经销商及消费者多样化的需求。通过品牌中心化管理享有品牌势能带来的持续利益,通过品牌专业化管理在竞争市场中保持持续领先,通过品牌垂直化管理在巨头林立的电商平台持续获取便宜流量,通过品牌精细化管理源源不断地给用户持续提供高性价比的商品。

品牌价值提升:“帮助中国优质中小企业持续成功”是南极电商的使命。公司将在品牌形象提升上大力投入,在全网全媒体投入营销传播内容,公司会在人民日报、第一财经等主要媒体上投放广告传播,并计划在全网社交媒体上邀请海量KOL/KOC代言人为我们品牌产品代言宣发。公司将进一步深入价值营销,在好货不贵的基础上加强个性化拼图,和用户进行有情感、有温度、有内容的沟通;在巩固电商流量优势地位的基础上打通线上线下流量交互,和用户一起创造有颜值、有社交、沉浸式的品牌体验,贴近市场的同时形成快一步时代的领先布局。真正做到“用户喜欢”、“伙伴相信”、“投资者尊重”的世界级消费品品牌公司。

2、时间互联



时间互联的主营业务是移动互联网营销业务,即移动端的数字营销业务,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。

目前时间互联互联网营销服务已覆盖营销策略和创意、媒体投放和执行、效果监测和优化、社会化营销、精准营销、流量整合等完整的服务链条,成功建立了从基础的互联网流量整合到全方位精准数字营销服务于一体的整合营销平台。

时间互联实现应用商店、短视频广告媒体、主流新媒体等全类型媒体覆盖,持续保持在应用商店细分领域的头部优势。近年来,短视频平台迅速发展,用户量和流量快速集聚,诞生出多种形态的传播方式,越来越受到广告主的关注。短视频平台除具备社交属性外,还通过丰富的内容和创意,为商品和消费者打造丰富的互动方式,正逐渐取代图文形式成为内容营销最重要的战场。时间互联通过准确的战略布局及稳健的内部组织架构能力,快速与头部短视频营销媒体合作,在短视频营销业务布局,依托丰富的客户资源、媒体合作资源,围绕短视频平台,通过广告和内容电商等方式实现商业变现。时间互联通过不断的丰富媒体资源,各类型媒体服务经验也在不断增强。

伴随着移动通信技术的加速演进、智能手机的快速普及、以及用户消费习惯的持续改变,互联网营销呈现内容化、原生化、跨屏化、数据化的发展趋势。时间互联将顺应行业发展趋势,不断增强内容创意能力、全媒体覆盖能力及全模式优化能力,积极探索增量空间,使公司业绩稳步健康发展。

(三)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434.90亿元,同比增长8.16%,其中:

(1)阿里平台GMV为197.75亿元,占比45.47%,同比减少13.25%;

(2)拼多多平台GMV为137.26亿元,占比31.56%,同比增长55.96%;

(3)京东平台GMV为60.82亿元,占比13.98%,同比增长5.00%;

(4)唯品会平台GMV为14.56亿元,占比3.35%,同比减少34.43%;

(5)抖音&快手平台GMV为19.80亿元,占比4.55%。

从整体看,报告期内公司GMV仍维持在合理的增长预期内,其中:传统搜索渠道的阿里渠道和唯品会渠道增速出现下滑、京东渠道的增速趋缓;社交渠道(拼多多)抓住了市场机会依然保持高速增长;内容渠道(抖音、快手)迅速崛起,GMV近20亿元。2021年公司GMV数据侧面反应了公司“好货不贵、多样性、可持续”的产品深受消费者的喜爱,也说明了公司的品牌定位、多渠道布局是可以穿透消费场景及消费周期的。

2、报告期内,公司营业收入总计完成38.88亿元,同比下降6.80%。其中:

(1)公司本部营业收入总计完成8.08亿元,同比下降42.12%;

(2)时间互联营业收入总计完成30.80亿元,同比增长10.96%。

从整体看,报告期内公司营业收入下降主要由于公司本部收入下降所致,由于传统搜索渠道客户受经济环境、疫情反复等影响,盈利水平下降,阿里平台GMV下滑,部分客户库存压力较大,消化不及预期,导致品牌综合服务收入下降显著。但同时,在公司多渠道发展的战略指引下,拼多多渠道收入达成超过2.23亿元,增幅23.57%,直播渠道收入达成超过0.57亿元。公司管理层相信,随着公司对存量业务的不断夯实,叠加公司正在逐步丰富的多品牌矩阵,公司2022年度的收入会有显著的提升。

3、报告期内,归属于上市公司股东的净利润为4.77亿元,同比下降59.84%。

从整体看,2021年归属于上市公司股东净利润下滑主要是由于南极本部的利润下滑所致,公司在传统搜索渠道的客户收入产生较大幅度的下滑,而对应的成本费用主要为固定的人力成本等支出,同时叠加公司对新拓展的跨境电商和食品项目的前期投入,综合导致归属于上市公司股东净利润产生较大幅度的下滑。

4、持续升级供应链服务,着力解决服装行业痛点

传统服装行业产业链客户的主要痛点是库存高、周转效率低、产品内容单一等问题,尤其是中小产业者,由于自身实力有限,盈利空间进一步被压榨。公司作为产业链条整合者,拥有高美誉度的国民品牌,能够为中、小厂商产品直接提供品牌赋能,同时通过自有数据平台,实时掌握消费者动态需求,“N对N”的生产与销售合作链态,一个工厂对应多家经销商,能够极大提升工厂订单的预期可控、生产配置及周转率;一个经销商、店铺,对接多家工厂,能够提供最专业、最迅速的量产服务。供应链服务带来的产业集群效应能够使供销双方直接降低经营成本,都实现业绩最优,最大程度实现个性化管理效率,同时能够满足个性化的消费需求。

基于公司特有的数据营销平台和管理数字平台,能够更好的赋能C2M产销模式。数据营销平台能够直接获得消费者预期,对消费者需求的动态管理,能够第一时间将量化消费需求传递给上游授权供应商,并且赋能爆品打造,反向指导工厂生产能够最大化降低工厂对消费需求预判的试错成本,同时在需求端也能够持续强化品牌覆盖能力,提升品牌认知度与认同度。

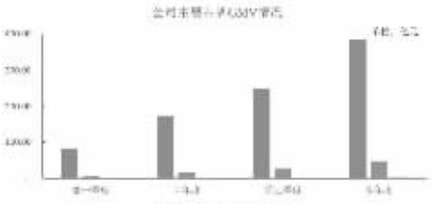
5、持续提升品牌价值,提升消费体验

长期以来,公司坚持“好货不贵”的产品理念,为广大消费者提供有能力购买的高品质商品。随着生活水平的不断提高,满足更有品质的生活体验已经成为最直接的消费诉求。在“好货不贵”的产品理念驱动下,公司将进一步打造研发体系,帮助授权供应商不断提升产品质量,树立精品理念,持续建设品质规范,满足各级消费群体消费升级诉求。

与此同时,公司持续优化营销策略,结合直播等新兴传播工具,强化品牌在不同消费群体的触达,并结合产品变革,场景覆盖,子品牌孵化、持续上新等手段,在满足消费者物质诉求的同时,进一步满足消费者价值需求,系统提升品牌影响力。

6、存量稳定,增量挖潜

从上图表公司各季度及全年在各平台GMV数据可以看出,受行业流量规则及新平台崛起的影响,公司品牌产品在传统渠道,如阿里、唯品会的GMV出现了下滑,拼多多、抖音、快手等强调交互、更为突出内容的平台GMV增速较快。虽然公司在传统平台GMV出现了波动,但基于庞大的存量市场,传统渠道在经历规则调整后,依然能够为公司GMV持续增长提供强大支撑。新平台的崛起,体现出消费触达和穿透更强,下沉市场对消费升级的诉求,也体现出消费者对产品内容的诉求,未来公司将进一步搭建品牌矩阵、提升品牌内涵,提高产品品质,给更多的消费者带来更多更好的产品。公司将在持续稳固存量市场的同时,进一步挖潜增量渠道。



从上图表可以看,“南极人”依然是公司GMV及收入表现的支柱品牌,维持稳定增长趋势。与此同时,“卡帝乐鳄鱼”、“精典泰迪”等品牌也在持续发力。

7、持续规范,管理增效

一方面,公司持续重视品牌形象的升级与推广,通过升级包装设计、品牌图库共享服务、品牌设计核准制度、广告投放、细化品牌应用规范、品控支持等举措,不断提升消费者对公司品牌的认知度;同时强化内部法务、质控等内部合规管理部门的联动合作,梳理内外部合作规范,制定规范管理标准,量化管理。另一方面,公司坚持以质量管理为核心,通过抽检、巡检、与第三方质检机构合作、平台抽检等方式,严格把控产品质量,注重加强与授权供应商、授权经销商的沟通与合作,树立标杆企业,清理不合格合作方,持续通过数字化管理,优化质量管理工作,全程参与到合作供应链的准入、运营、退出工作中,通过建立客户评分、店铺评分、商品评分、行业评分和竞品评分等服务体系,对供应链质量管理工作进行服务输出。

报告期内,一方面,公司在梳理外部合作方的同时,亦对公司内部组织架构、管理条线进行调整梳理,进一步促使管理结构扁平化、垂直化,顺应电商发展快速反应的运营趋势,降本增效。公司内部参考阿米巴经营理念,对内衣事业部、男装事业部、女装事业部等前端组织部门进行独立经营孵化,极大的提高了管理柔性和管理效率,开拓了事业合作伙伴,更有利于有品牌推广和个性化运营。另一方面,公司持续对供应链合作伙伴进行培训、督导,对新入合作伙伴给予一站式服务配合,持续帮助合作伙伴创业成功。

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

	2021年末	2020年末	本年末比上年末增减	2019年末
总资产	5,521,804,720.75	6,506,344,387.41	-15.13%	5,484,815,012.19
归属于上市公司股东的净资产	4,861,044,428.07	5,781,923,255.07	-15.93%	4,858,727,120.86
	2021年	2020年	本年比上年增减	2019年
营业收入	3,888,093,634.42	4,171,910,790.54	-6.80%	3,906,848,236.41
归属于上市公司股东的净利润	477,061,173.28	1,187,989,729.36	-59.84%	1,206,136,918.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	446,344,030.87	1,104,952,718.80	-59.61%	1,147,929,618.05
经营活动产生的现金流量净额	380,341,157.32	956,424,737.04	-60.23%	1,254,911,826.62
基本每股收益(元/股)	0.2025	0.4872	-58.44%	0.4941
稀释每股收益(元/股)	0.2025	0.4872	-58.44%	0.4941
加权平均净资产收益率	9.53%	22.40%	-12.87%	28.13%

(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	812,747,718.93	848,550,654.51	1,113,249,296.53	1,113,545,964.45
归属于上市公司股东的净利润	134,002,435.49	112,116,825.39	157,039,685.83	73,902,226.57
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	128,119,192.71	95,171,431.43	156,691,359.45	66,362,047.28
经营活动产生的现金流量净额	-283,791,601.71	18,450,395.38	-22,122,864.73	667,805,228.38

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	151,044	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	159,348	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	46,095,800
吴江新民实业投资有限公司	境内非国有法人	4.09%	100,397,366			
朱雪莲	境内自然人	2.75%	67,606,947			
香港中央结算有限公司	境外法人	2.61%	64,098,682			
上海丰南投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	2.29%	56,339,130			
刘睿	境内自然人	1.24%	30,513,223		质押	21,000,000
董平	境内自然人	0.62%	15,206,400			
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	0.43%	10,670,500			
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			
南极电商股份有限公司-第二期员工持股计划	其他	0.33%	7,979,128			
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)	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。					

(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、公司于2021年1月5日召开第六届董事会第三十三次会议,审议通过了《关于回购公司股份的预案》。截至2021年1月25日,公司通过股票回购专用证券账户以集中竞价交易方式,累计回购公司股份数量72,492,381股,占公司总股本的2.95%,购买的最高成交价为10.62元/股,购买的最低成交价为8.93元/股,支付总金额为699,852,143.92元(不含交易费用)。公司本次股份回购股份方案实施完毕。详见巨潮资讯网披露的《关于股份回购完成暨股份变动的公告》(公告编号:2021-012)。

2、公司于2021年1月27日召开第六届董事会第三十四次会议,审议通过了《关于回购公司股份的方案》。截至2021年6月30日,公司通过股票回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份,已回购公司股份数量32,296,523股,占公司目前总股本1.32%,最高成交价为9.95元/股,最低成交价为7.93元/股,成交金额294,882,482.01元(不含交易费用)。公司已于2021年7月28日披露了《关于股份回购完成暨股份变动的公告》(公告编号:2021-061)。

3、报告期内,公司完成了第七届董事会和第七届监事会的换届选举及高级管理人员、董事会秘书、证券事务代表、内审负责人的聘任工作。

4、2021年5月7日,公司2020年年度股东大会审议通过了《公司2020年度利润分配预案的议案》:以扣除回购专户上已回购股份(93,298,318股)后的总股本2,361,572,085为基数,向全体股东每10股派发现金红利1.66元(含税),共派发现金红利392,020,966.11元,母公司剩余未分配利润75,212,811.32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2020年度权益分派已实施完毕。

5、公司分别于2021年8月27日、2021年9月14日召开第七届董事会第三次会议、第七届监事会第二次会议和2021年第二次临时股东大会,审议通过了《关于公司(2021年股票期权激励计划(草案))及摘要的议案》、《关于公司(2021年股票期权激励计划实施考核管理办法)的议案》、《关于提请股东大会授权董事会办理公司2021年股票期权激励计划有关事项的议案》。本激励计划拟向激励对象授予4,000.00万份股票期权,约占本激励计划草案公告日公司股本总额245,487.0403万股的1.63%。授予的激励对象共计106人,包括公司公告本激励计划时在公司(含子公司)任职董事、高级管理人员、中层管理人员和核心技术(业务)骨干,不含南极电商独立董事、监事、单独或合计持股5%以上的股东或实际控制人及其配偶、父母、子女。授予激励对象股票期权的行权价格为7.09元/股。

6、公司于2021年9月22日召开第七届董事会第四次会议和第七届监事会第三次会议,审议通过了《关于调整2021年股票期权激励计划授予激励对象名单和授予数量的议案》、《关于向激励对象授予股票期权的议案》。经调整,本次股票期权授予的激励对象人数由106人调整为102人,授予的股票期权数量由4,000万份调整为3,935万份。2021年9月30日,公司完成了2021年股票期权激励计划授予登记工作。

7、2021年10月22日,公司披露了《限售股份解除限售的提示性公告》,本次限售股份可解除限售数量为10,378,778股,占总股份比例为0.4228%。本次限售股份可上市日为2021年10月26日。

8、公司2021年10月对苏州黑蚁三号股权投资合伙企业(有限合伙)的投资,为该合伙企业的有限合伙人,投资金额5,000万元,实际已出资2,500万元,持股比例9.4135%,对合伙企业的投资、经营决策无重大影响,合伙企业存续期限为2021年5月31日至无固定期限。

9、公司分别于2021年10月26日、2021年11月11日召开第七届董事会第五次会议和2021年第三次临时股东大会,审议通过了《关于变更公司董事的议案》,聘任毛东芳女士为公司第七届董事会董事和董事会提名委员会委员。增补董事、董事会专门委员会委员的任期自股东大会审议通过之日起至第七届董事会届满之日止。

10、公司于2021年12月26日召开了公司第七届董事会第七次会议、第七届监事会第五次会议,审议通过了《关于收购TBH GLOBAL CO., LTD持有的部分商标及收购百家好(上海)时装有限公司100%股权的议案》:同意公司以自有资金3.3亿元人民币收购TBH GLOBAL CO.,LTD持有的在中国大陆和香港特别行政区注册的部分商标(包括BASIC HOUSE、Mind Bridge、JUCY JUDY等商标共计78件),以及以自有资金1.8亿元人民币向百家好香港有限公司收购其所持有的百家好的100%股权。

南极电商股份有限公司

董事长:张玉祥

2022年4月21日

证券代码:002127 证券简称:南极电商 公告编号:2022-016

南极电商股份有限公司关于公司董事辞职的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

南极电商股份有限公司(以下简称“公司”)董事会今日收到公司董事、财务负责人沈佳茗女士提交的书面辞职报告。沈佳茗女士因公司董事会人员调整自愿申请辞去董事及在公司董事会下属专门委员会担任的职务,沈佳茗女士辞职后仍担任公司财务负责人的职务。

根据《中华人民共和国公司法》、《南极电商股份有限公司章程》等相关规定,沈佳茗女士的辞职报告自送达公司董事会之日起生效。沈佳茗女士辞去董事职务后,公司董事会人数由原来9人调减为7人,不会导致公司董事会成员低于法定最低人数,不会影响公司董事会正常运作。公司后续将对公司章程有关条款进行修订。

特此公告。

南极电商股份有限公司

董事会

二〇二二年四月二十一日

证券代码:002127 证券简称:南极电商 公告编号:2022-020

南极电商股份有限公司关于2021年度利润分配预案的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

南极电商股份有限公司(以下简称“公司”)于2022年4月21日召开了第七届董事会第八次会议,审议通过了《关于2021年度利润分配预案的议案》,现将相关事宜公告如下:

一、本次利润分配预案基本情况

经容诚会计师事务所(特殊普通合伙)审计,公司2021年度合并报表归属于上市公司股东的净利润为477,061,173.28元,提取法定盈余公积金29,408,950.27元,2021年末合并报表可分配利润为3,853,896,621.53元;母公司实现净利润1,214,789,344.46元,按母公司净利润的10%提取法定盈余公积金121,478,934.45元,加上以前年度未分配利润467,233,777.43元,减去本年实施的2020年度对股东利润分配392,020,091.77元,2021年末母公司可分配的利润为1,168,524,095.67元,资本公积期末余额为1,867,471,741.07元。

根据《公司法》等法律法规的相关规定,上市公司通过回购专户持有的本公司股份,不享受利润分配、公积金转增股本等相关权利。

在符合利润分配原则、保证公司正常经营和可持续性发展,兼顾股东利益的前提下,公司提出2021年度利润分配预案为: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。

本次利润分配预案公布后至实施前,如公司总股本由于股份回购、股权激励行权、再融资新增股份上市等原因发生变动,按照“分配比例不变”的原则,分红金额相应调整。

二、审议本次利润分配预案的相关说明

1、第七届董事会第八次会议以7票同意、0票反对、0票弃权和第七届监事会第六次会议以3票同意、0票反对、0票弃权的结果,审议通过了《关于2021年度利润分配预案的议案》,并将该预案提交公司2021年年度股东大会审议。

2、提议人:公司董事会

3、确定该现金分红方案的理由:公司近年业务稳健、财务状况良好,本方案兼顾了公司可持续发展与合理回报投资者的原则,有利于广大投资者分享公司发展的经营成果。

上述利润分配方案符合《中华人民共和国公司法》、《企业会计准则》、中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、中国证监会《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》的规定,符合《南极电商股份有限公司章程》(以下简称“《公司章程》”)中关于现金分红的规定,具备合法性、合规性、合理性。

三、监事会意见

监事会认为公司2021年度利润分配预案是依据公司实际情况制订的,符合相关法律法规的规定,符合《公司章程》规定的利润分配政策,不存在损害公司股东利益的情形。

四、独立董事意见

经核查,基于公司的实际经营情况和发展预期,并考虑广大投资者的合理回报需求,公司拟定上述利润分配预案,与公司的经营现状及未来规划相匹配,有利于公司的可持续发展。审议程序符合有关法律法规及《公司章程》的规定,我们同意上述利润分配预案,并将上述议案提交公司2021年年度股东大会审议。

五、其他

本次利润分配方案披露前,公司严格控制内幕信息知情人的范围,并对相关内幕信息知情人履行了保密和严禁内幕交易的告知义务。本次利润分配方案尚须经公司2021年年度股东大会审议批准后方可实施,敬请广大投资者注意投资风险。

六、备查文件

1、第七届董事会第八次会议决议;

2、第七届监事会第六次会议决议;

3、独立董事关于公司第七届董事会第八次会议相关事项的独立意见;

4、深交所要求的其他文件。

特此公告。

南极电商股份有限公司

董事会

二〇二二年四月二十一日

证券代码:002127 证券简称:南极电商 公告编号:2022-021

南极电商股份有限公司关于续聘2022年度审计机构的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

南极电商股份有限公司(以下简称“公司”)于2022年4月21日分别召开第七届董事会第八次会议和第七届监事会第六次会议,审议通过了《关于续聘2022年度审计机构的议案》,拟续聘容诚会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“容诚”)为公司2022年度审计机构。具体情况如下:

一、拟聘任会计师事务所事项的情况说明

本公司拟聘任容诚会计师事务所(特殊普通合伙)担任2022年报审计机构。该所不存在违反《中国注册会计师职业道德守则》对独立性要求的情形,实行一体化管理,建立了较为完善的质量控制体系,长期从事证券服务业务,审计人员具有较强的专业胜任能力;该所自成立以来未受到任何刑事处罚、行政处罚,已购买职业责任保险,具有较强的投资者保护能力,因此拟聘任该审计机构为本公司提供2022年报审计服务。

二、拟聘任会计师事务所的基本信息

1.基本信息

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)由原华普天健会计师事务所(特殊普通合伙)更名而来,初始成立于1988年8月,2013年12月10日改制为特殊普通合伙企业,是国内最早获准从事证券服务业务的会计师事务所之一,长期从事证券服务业务。注册地址为北京市西城区阜成门外大街22号1幢外经贸大厦901-22至901-26,首席合伙人肖厚发。

2.人员信息

截至2021年12月31日,容诚会计师事务所共有合伙人160人,共有注册会计师1,131人,其中504人签署过证券服务业务审计报告。

3.业务规模

容诚会计师事务所经审计的2020年度收入总额为187,578.73万元,其中审计业务收入163,126.32万元,证券期货业务收入73,610.92万元。

容诚会计师事务所共承担274家上市公司2020年年报审计业务,审计收费总额31,843.39万元,客户主要集中在制造业(包括但不限于计算机、通信和其他电子设备制造业、专用设备制造业、电气机械和器材制造业、化学原料和化学制品制造业、汽车制造业、医药制造业)及信息传输、软件和信息技术服务业,建筑业,批发和零售业,水利、环境和公共设施管理业、交通运输、仓储和邮政业,科学研究和技术服务业,金融业,电力、热力、燃气及水生产和供应业,文化、体育和娱乐业,采矿业等多个行业。

容诚会计师事务所对南极电商股份有限公司所在的相同行业上市公司审计客户家数为2家。

4.投资者保护能力

容诚会计师事务所已购买注册会计师职业责任保险,职业保险购买符合相关规定;截至2021年12月31日累计责任赔偿限额9亿元。近三年在执业中无相关民事诉讼承担民事责任的情况。

5.诚信记录

容诚会计师事务所近三年因执业行为受到刑事处罚0次、行政处罚0次、监督管理措施1次、自律监管措施1次、纪律处分0次。

5名从业人员近三年在容诚会计师事务所执业期间因执业行为受到自律监管措施1次;11名从业人员近三年在容诚会计师事务所执业期间受到监督管理措施各1次。

10名从业人员近三年在其他会计师事务所执业期间受到监督管理措施各1次。

三、项目信息

1.基本信息

项目合伙人:孔令莉,2013年成为中国注册会计师,2010年开始从事上市公司审计业务,2010年开始在容诚会计师事务所执业,2019年开始为南极电商股份有限公司提供审计服务;近三年签署过华兴源创(688001)等多家上市公司审计报告。

项目签字注册会计师:董建华先生,2019年成为中国注册会计师,2015年开始从事上市公司审计业务,2015年开始在本所执业,2021年开始为公司提供审计服务;近三年签署过日久光电、合肥演艺等多家上市公司和挂牌公司审计报告。

项目签字注册会计师:王莲,2021年成为中国注册会计师,2015年开始从事上市公司审计业务,2014年开始在容诚会计师事务所执业,2017年开始为南极电商股份有限公司提供审计服务;近三年签署过南极电商上市公司审计报告。

项目质量控制复核人:张果林,1998年成为中国注册会计师并开始从事上市公司审计业务,2021年开始在容诚会计师事务所执业;2009年开始从事项目质量控制复核工作,近三年复核过方大集团、鹭燕医药、纽威股份等多家上市公司审计报告。

2.上述相关人员的诚信记录情况

项目合伙人孔令莉、签字注册会计师董建华、王莲,项目质量控制复核人张果林近三年内未曾因执业行为受到刑事处罚、行政处罚、监督管理措施和自律监管措施、纪律处分。

3.独立性

容诚会计师事务所及上述人员不存在违反《中国注册会计师职业道德守则》对独立性要求的情形。

4.审计收费

审计收费定价原则:根据本单位(本公司)的业务规模、所处行业和会计处理复杂程度等多方面因素,并根据本单位(本公司)年报审计需配备的审计人员情况和投入的工作量以及事务所的收费标准确定最终的2021年度财务报表审计收费为135万元(含税),与上期审计费用一致。

四、拟续聘会计师事务所履行的程序

1、公司董事会审计委员会已对容诚进行了审查,认为其在执业过程中坚持独立审计准则,客观、公正、公允地反映公司财务状况、经营成果,切实履行审计机构应尽的职责,认可容诚会计师事务所的独立性、专业胜任能力、投资者保护能力,同意续聘容诚会计师事务所(特殊普通合伙)为公司2022年度审计机构,并提交公司第七届董事会第八次会议审议。

2、独立董事的事前认可情况和独立意见

独立董事事前认可意见:容诚会计师事务所(特殊普通合伙)在担任公司2021年度审计机构期间严格遵循《中国注册会计师独立审计准则》等有关财务审计的法律、法规和相关政策,勤勉尽责,遵照独立、客观、公正的执业准则,公允合理地发表了审计意见,出具的审计报告能公正、真实地反映公司的财务状况和经营成果。因此,我们同意继续聘任容诚会计师事务所(特殊普通合伙)为公司2022年度财务报告的审计机构。同意将该议案提交给公司第七届董事会第八次会议审议,并提请董事会将议案提交股东大会审议。

独立董事独立意见:容诚会计师事务所(特殊普通合伙)具备证券、期货相关业务审计从业资格,具有上市公司审计工作的丰富经验和职业素养。容诚会计师事务所(特殊普通合伙)已连续多年为公司提供审计服务,在为公司提供审计服务的工作中,恪尽职守,公正的执业准则,较好地完成了审计工作。出具的审计报告能够公正、真实地反映公司的财务状况和经营成果。因此,为保持审计工作的连续性,我们同意继续聘任容诚会计师事务所(特殊普通合