北京三夫户外用品股份有限公司

证券代码:002780 证券简称:三夫户外 公告编号:2024-030

2023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	三夫户外	股票代码	002780
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	秦亚敏	牛晓敏	
办公地址	北京市昌平区陈家营西路3号院23号楼	北京市昌平区陈家营西路3号院23号楼	
传真	010-87409280	010-87409280	
电话	010-87409280	010-87409280	
电子信箱	sanfoirm@sanfo.com	sanfoirm@sanfo.com	

2.报告期主要业务或产品简介

公司以研发销售专业优质户外运动用品、组织户外活动赛事团建,构建亲子青少年综合户外素质教育体验平台为主营业务,通过各业务板块融合为消费者提供全方位产品和服务,鼓励和帮助人们走向户外,运动健康,并全力践行人与自然和谐相处的生活理念。

报告期内,公司与CRISPI品牌方密切沟通,合作开展新品研发,坚持CRISPI独特的DNA,将意大利手工匠心传承鞋品CRISPI中国区独家代理权的上海飞蛙商贸有限公司100%股权项目、获得北欧户外美学代表品牌HOUDINI中国区独家销售运营代理权、与Klättermusen AB签订合资协议,并于2024年3月完成合资公司相关注册手续。

2023年度,公司实现营业收入84,640.00万元,同比增长50.51%;利润总额3,137.78万元,同比增长192.68%;其中归属于上市公司股东的净利润3,653.40万元,同比增长210.91%。截至2023年底,公司资产总额为110,505.36万元,归属于股东的净资产为68,876.95万元。

1.聚焦打造"自有+独家代理"品牌矩阵,完成渠道运营向品牌化运营业务转型

(1)围绕X-BIONIC运动黑科技的品牌定位,继续深化X-BIONIC产品设计研发、渠道开拓建设、市场营销推广、会员体系运营

"X"代表科技、创意、未来和无限可能,"BIONIC"代表仿生科技,X-BIONIC所体现的就是探索、科技、为梦想激励运动的精神。

报告期内,公司聚焦X-BIONIC自有品牌运营业务,集研发、设计、委托加工、渠道建设、市场推广、销售于一体,通过公司直营的商场单品牌店、滑雪场单品牌店、户外多品牌、多品类集合店、传统及新兴电商平台、直播等渠道,满足不同类型的消费需求。

公司持续加大研发力度,坚持X-BIONIC科技功能性和高级时尚感结合的理念,以产品适用场景为基础,完善丰富各种产品线搭建。产品研发团队在已有代表行业专业高度的贴身层产品基础上,持续推出专业户外、功能商务等产品,与国际优质面料供应商GORE-TEX、Schoeller、Polartec、Pertex、Primaloft、Allied Feather and Down等建立深度合作伙伴关系,共同合作、设计生产各种功能性产品。包括各种硬壳冲锋衣、不同厚度软壳套装、科技保温轻暖棉服、拒水羽绒服、单板滑雪服、双板滑雪服、商务夹克、商务羽绒服、商务三合一羽绒服、商务羽绒大衣等高价值产品,同时还有适合春夏秋三季销售的各种风衣、夹克、长短T恤、卫衣、各类徒步裤、商务裤、跑步裤等优秀产品,涵盖户外攀登、徒步、跑步、健身、滑雪、战术、商务通勤等各种场景。其中以Schoeller软壳材料为核心的软壳品类,特别获得用户好评及市场极大关注,奠定了"不是所有软壳都叫Schoeller"的软壳行业高度。目前X-BIONIC产品品类已经基本完成并在不断优化。

2023年,公司分别在北京DT51、深圳万象城、长春万象城、北京八达岭奥莱、北京SKP、北京石京龙滑雪场新开6家X-BIONIC品牌店,截至2023年12月,X-BIONIC共开设22家单品牌店(包括10家商场店和12家滑雪店),30家户外渠道品牌专区店(包括28家三夫综合店品牌专区和2家经销渠道品牌专区)。

X-BIONIC通过举办多项品牌及会员活动,赞助各项户外运动赛事及运动员,在不同领域助力品牌发展。邀请自由式空中技巧奥运冠军徐梦桃、自由式空中技巧世界冠军王心迪等冠军用户空临X-BIONIC北京SKP冬季店参加情人节活动,吸引众多明星、运动博主到店拍照打卡,助力X-BIONIC线下渠道市场推广;X-BIONIC杭州旗舰店和长春万象城店开业,分别邀请国际超模何穗、短道速滑奥运冠军任子威出席开业典礼及线下宣传活动;冠名崇礼国际铁人两项挑战赛和第24届三夫国际铁人三项赛;赞助越野跑运动员王勋、陈霖,并分别摘获2023朱雀168超级越野赛168公里组男女组冠军;赞助长江商学院、中欧国际工商学院EMBA-A队参赛玄奘之路戈壁挑战赛,分别获得戈17冠军和戈18冠军;为致敬人类首次登顶珠峰70周年、X-BIONIC赞助古小溪(重庆登顶珠峰北坡第一人)、ISA两位女性登山家在2023年5月成功登顶世界第一高峰——珠穆朗玛峰;与任贤齐、林更新、张靓颖、张信哲、张蓝心、赵丽娜、黄小蕾、何冲等众多明星和冠军合作,为品牌进行宣传露出。报告期内合作超过200位运动和时尚达人,在小红书、抖音等平台为产品进行宣传和种草,持续深化X-BIONIC品牌力。

组建完善X-BIONIC品牌运营团队,包括商品部、陈列部、培训部、会员营销部、品牌店铺售管理部等,做到运营管理精细化;同时,根据店铺商圈和客户不同,实行差异化精准运营,提升店效和服务;门店陈列形象按季度主题和产品风格规划呈现,通过季度道具的设计和月度店铺陈列指引,线下形象得到提升和统一管理;不断完善整体培训框架和内容,借助线上平台覆盖各层级员工,提升店铺服务水平和顾客体验;开展滑雪、越野跑、城市跑等多场会员主题互动活动,增加了会员粘性以及对产品的认可度。报告期内,X-BIONIC会员纳新23,000人,会员销售占比达90%。

(2)全国独家代理品牌

公司全国独家代理品牌包括意大利手工匠心传承鞋靴品牌CRISPI、瑞典山系经典品牌Klattermusen、北欧户外美学代表品牌HOUDINI、经典工装鞋靴品牌DANNER、战术背包品牌Mystery Ranch和专业户外鞋品牌LA SPORTIVA。

1)意大利手工匠心传承鞋靴品牌CRISPI

CRISPI鞋品坚持采用意大利传统手工制鞋工艺,融合现代技术及意大利特有的时尚品味。进入中国市场16年,以"舒适C/磨合"的穿着体验获得了广大中国消费者的青睐。

报告期内,公司与CRISPI品牌方密切沟通,合作开展新品研发,坚持CRISPI独特的DNA,将意大利手工匠心传承结合新的制鞋科技,并针对中国市场的充分了解,将功能性、高质量以及时尚感结合,以产品适用场景为基础,根据中国消费者不同使用场景,完善产品线矩阵,推出多元化的中国独家与首发的优质产品,包括MONACO复古版、MONACO低帮、MONACO马丁靴等,品类涵盖徒步、户外、时尚穿搭、运动等各种场景。

2023年,公司开发了CRISPI品牌视觉系统及使用规范标准,在公司多品牌、多品类综合店完成12家CRISPI品牌形象专区升级,与6家经销商合作并同步完成CRISPI品牌形象专区升级。

市场推广方面,除了延续以往成功市场运营方式的同时,与众多KOL及专业、时尚自媒体、户外主流媒体等进行深度合作,将品牌专业性与时尚潮流趋势相结合。CRISPI品牌官方账号内容升级,更具有品牌深度及调性,增加粉丝粘性,在B站、小红书、抖音等各大平台大幅增加品牌露出,持续扩大品牌声量。

2)瑞典山系经典品牌Klattermusen

报告期内,瑞典山系经典品牌Klattermusen表现亮眼,分别在杭州大厦、上海嘉里、北京国贸、深圳万象天地pop-up拥有3家单品牌店和1家快闪店。在社交媒体B站、小红书、抖音等平台持续进行品牌露出,与众多KOL合作推广,增加品牌曝光度和搜索热度。小红书、抖音、微信公众号、微博粉丝实现双位增长,开设了小红书店铺和微信小程序店铺,小红书粉丝数量达到1.5万名。

3)北欧户外美学代表品牌HOUDINI

HOUDINI品牌致力于环保理念,对环保科技面料的研发,使其在功能性户外服装的环保领域树立了标杆;打造产品循环经济模式,赢得了消费者对HOUDINI产品长期价值的认可;HOUDINI品牌领先的设计理念区别于其他品牌的独特竞争优势,强调与自然和谐共生的哲学观。产品追求极简设计,采用高级低调莫兰迪色系,获得众多女性消费者喜爱。

2023年7月,公司与Houdini Sportswear AB公司正式签署《独家代理协议》。10月,HOUDINI品牌专区形象中国首店落户上海三夫万体店,随后分别在北京三夫祥云小镇店、北京三夫马甸中店、青岛三夫奥帆中心店迅速开设了HOUDINI品牌专区,并在2023年下半年开通了Houdini天猫旗舰店、HOUDINI京东旗舰店、HOUDINI运动户外抖音旗舰店,以及开通Houdini在三夫户外抖音旗舰店的销售授权;批发方面,2023年与经销商合作开设了2家HOUDINI品牌专区形象,并着手准备HOUDINI商场自营中国品牌首店,不断扩充以及完善HOUDINI品牌销售渠道。

报告期内,HOUDINI联合Polartec中国举办了开业活动,成功为HOUDINI进入中国营造出响亮声势,与众多KOL以及专业、时尚自媒体、户外专业媒体进行深度合作,将品牌专业性与时尚潮流趋势相结合,在B站、小红书、抖音等平台大幅增加品牌露出,持续扩大品牌声量。

公司独家代理的经典美式工装鞋靴品牌DANNER代表着勇敢坚韧、自由不羁的品牌精神,致力于用高品质的面料和工艺为客户提供最好的产品,这正是DANNER 90年传承,经久不衰的核心所在;全球重装背包领导品牌MYSTERY RANCH,以强大的背负系统、结实耐用的品质、独特的外观设计获得市场及背包使用者的一致赞许;专业户外鞋品牌LA SPORTIVA被认为是专门为山地运动而生的品牌,主要适用于高海拔登山、阿尔卑斯式攀登、大岩壁攀岩、滑雪登山、越野跑的技术性山地运动。DANNER、MYSTERY RANCH、LA SPORTIVA目前主要以天猫、京东、抖音等电商平台渠道销售为主,产品关注度持续提升,保持稳定发展。

2.积极调整销售渠道布局,快速拓展新兴电商平台销售业务,优化多品牌、多品类连锁零售渠道产品结构、推进线下零售店形象更新升级

报告期内,公司根据大众消费习惯的变化积极调整销售渠道布局,聚焦抖音、小红书等新兴电商平台打造流量矩阵,在北京祥云小镇、沈阳丁香小镇、苏州新光天地设立新型多品牌、多品类综合旗舰店,打造杭州平安金融中心单品牌集合店,通过线上线下零售渠道相结合,为消费者提供更加便捷的商品供给,优化购物体验。

公司重视新兴电商平台的业务呈现,在抖音、微信小程序、小红书、快手等平台布局呈现效果凸显,先后在多个平台开设运营三夫户外专营店、CRISPI官方旗舰店、攀山鼠klattermusen运动旗舰店、HOUDINI胡丁尼运动户外旗舰店、X-BIONIC官方旗舰店、X-BIONIC运动户外旗舰店、DANNER丹纳官方旗舰店、神秘农场官方旗舰店、LA SPORTIVA户外旗舰店等多个直播渠道,运营模式及服务趋于成熟,业绩持续稳定增长。公司线上运营团队秉持"努力为用户提供优质产品和无忧服务"的理念,积极提升线上业务质量,对电商相关工作流程优化,包括页面设计、用户售前售后服务、物流配送等,全力提升用户在选择、购买、售后全流程中的购物体验。

2023年大众户外出行客户增多,主要以露营、轻量徒步、越野跑、自驾游等户外活动为主,并且这些活动呈现持续增长趋势。公司针对这部分产品需求,加大适合产品的备货,增加店铺的陈列面积,同时对有竞争力的品牌进行优化和增加,旨在为户外运动爱好者提供一站式购物服务。

后冬奥时代,冰雪运动及冰雪旅游持续升温,公司在北京、崇礼、吉林、新疆等优质滑雪场开设了12家滑雪场店,店内货品种类齐全,(单、双)雪板、固定器、雪鞋、头盔、雪镜、雪服、护具等一应俱全;并根据滑雪爱好者需求,不断引进新产品,如快穿固定器、带护掌手套、XRD护具、影石360等产品。部分雪场店为会员提供存放雪板、维修保养雪板等服务,为会员提供便利。

线下门店重视开展社群活动及口碑营销,2023年组织社群活动共183场,包含徒步、露营、城市跑、越野跑、CITY WALK、攀岩及门店分享会等多种活动形式。线下零售会员新增44,386人,同比2022年新增上升43.6%。截至2023年12月31日,门店会员总数38.1万人,会销比82%,同比2022年增长21%。会员复购率为40.22%,同比2022年增长9%,老会员人数占比52.9%,新会员人数占比47.1%,老会员销售占比59.7%,新会员销售占比40.3%。

3.品质化打造户外活动赛事团建业务

报告期内,三夫赛事以自有精品赛事IP为主导,继续聚焦铁人三项赛和越野跑赛,成功举办了X-BIONIC 2023崇礼国际铁人两项挑战赛、X-BIONIC 2023中国·京津冀铁人三项赛暨第24届三夫铁人三项赛、"成长勋章"小铁人赛北京站和厦门站以及2023大境门古长城越野赛、adidas TERREX 2023崇礼168超级越野赛和2023平谷玻璃合古长城越野赛等多项具有影响力的体育赛事。这些赛事吸引了来自世界各地的运动员和参与者,特别是崇礼168超级越野赛,赛事路线均根据当地的自然环境、历史遗迹、文化底蕴进行特别设计,是体育文化旅游融合发展的结合。从第一届参赛选手2,000人到本次参赛选手近万人,7年间总报名人数超过50,000人,间接影响近百万人参与,现已成为华北地区乃至全国范围内组别最多、规模最大、影响力最强的群众参与型户外运动赛事之一,被河北省体育局评为2023年度精品赛事,提升了公司的知名度和品牌影响力。赛事组织方面,三夫赛事更加注重管理流程和细节,加强对志愿者和工作人员的培训,在确保比赛流程顺畅的同时,提高整体服务质量,确保比赛过程中参赛者和观众的安全,为参赛者提供更优质的比赛体验;与小红书、微博等多家媒体形成战略合作,扩大赛事的曝光度和影响力。结合文创作品风潮,针对赛事活动开发的文创和公益产品也得到了广大参赛爱好者和户外运动爱好者的好评。

报告期内,三夫团建持续深耕企业高端户外团建领域,抓住旅行式团建热度期,先后与滴滴出行、东方雨虹等多家公司达成合作。结合当下户外热潮及精致悦己风的生活方式,为客户制定全新户外团建方案。全年成功举办多场百人沙漠戈壁徒步团建、千人露营家庭狂欢日、高端定制旅行式团建等项目。同时也结合当下人群消费观念,推出京津冀小规模企业特色团建,成功举办"奥林巴斯趣味运动会""三元及第勇士挑战赛""学而思万米跑"等超200个团建项目,服务企业人数超20,000人,获得了广大企业客户和产业组织的认可及广泛好评。

公司全资子公司北京三夫国际梦想旅行社负责活动部业务,承办中国登山协会户外领队资质培训,拥有全国上百位持有户外资质的签约领队、业务范围以北京、成都、上海为主,同时通过在线旅游的方式招募全国范围的户外旅行爱好者。报告期内,活动部主要以山地户外旅行为载体,部分门店为依托,接待户外旅行爱好者7,000余人次,发布户外旅行线路近100条。马兰布统冰雪跨年、海南岛300km环岛骑行、武功山徒步、东北雪谷雪乡穿越等活动深受户外旅行爱好者夸赞。三夫户外活动不只是户外旅行爱好者健康生活方式的选择,更会充当绿色理念的传播使者,在活动中倡导并坚守无痕山野原则;不使用一次性物品、减少垃圾产生并全部带出山野、减少对自然的冲击,让户外爱好者重新认识人与自然的关系。三夫活动部作为"距离户最近的部门"之一,积极承担着装备推荐官的职责,公司旗下户外用品的产品体验、反馈收集、使用心得、知识科普等相关交流每天都在活动社群里广泛传播,为宣传公司品牌、提升客户粘性、改善公司产品和品牌服务做出了积极的贡献。

4.稳健运营亲子青少年综合户外素质教育业务

报告期内,公司平稳运营"松鼠部落亲子户外乐园+鹰极安全教育培训+SANFO HOOD野套营地+三夫小勇士"亲子青少年综合素质教育业务。

上海悉乐面对亲子市场的激烈竞争不断寻求新的突破方向,对"松鼠部落"不同园区的部分原有项目进行更新改造,不同乐园根据实际情况引入玻璃水滑梯、卡丁车、木屋营地、稻草人艺术节等新兴项目,给"松鼠部落"产品自身带来了多样性和丰富体验感。同时,受益于国内青少年素质教育政策的支持、"松鼠部落"在抖音、小红书等流量平台进行的营销推广以及园区项目的更新迭代,2023年入园游客人次提升显著。成都、武汉、郑州、南京四家乐园接待游客共计60.12万人次,同比增加25%。但是,不良天气(武汉暴雨、南京大雨)、低价竞争市场环境也给各乐园带来了不利的运营影响。

贵州鹰极聚焦安全教育,以"让三亿孩子更安全",打造"一个0~99岁都需要学习的地方"为核心,积极对品牌、业务进行升级。报告期内,贵州鹰极申请并获得国家知识产权局认证的"应急逃生的半体航空训练仓"、"一种应急逃生训练装楼"两项国家实用新型专利证书;主办"川黔两省应急安全教育(基地)发展论坛"并成立鹰极安全教育研究院、获得全国研学旅行基地称号、贵州省级体育旅游示范点基地资质、"全球应急产业十大先锋项目奖"等资质奖项,为安全教育领域的后续相关课程研发及课程体系的再优化提供了强力的专业支撑。先后参加接待国家体育总局青少动调研组在基地开展的国家"十四五"青少年体育发展规划实施中期评估汇报座谈会、广州企业基地实地调研考察等多个项目,提升了公司员工的信心与使命感,激发了员工的积极性与创新力,提升了个人专业知识技能,支撑了业务发展与开展。2023年,鹰极安全教育完成各项安全培训及演练230场,人数达到70,056人次,同比2022年增长56%。

报告期内,SANFO HOOD主打"营地+"运营模式,在北京和成都分别新增成立"撒野营地"和"植物与行星营地"两大精品露营地,将露营与团建、景区、互联网、农场、美食等多种元素活动相结合,为品牌赋能更多可能性。致力于青少年素质教育板块,三夫小勇士与成都蘸湖风景区合作全新升级版少儿户外活动,完成单场赛事超1,000组家庭参与的好成绩;三夫小勇士赛北京站落地SANFO HOOD撒野营地,首创露营+赛事概念,构建完整的用户户外娱乐生态链,聚焦用户参赛体验,深受北京地区亲子家庭好评称赞。2023年,三夫团建延伸出青少年军事夏令营/冬令营项目,凭借成熟的系统化运营经验、新媒体矩阵营销手法及对固有亲子私域流量进行升级,成功签约近1,000组青少年家庭参加。

5.打造智能化物流供应链体系

报告期内,三夫供应链为满足迅速增长的自有品牌货、电商及线下门店发货需求,通过引入先进的仓储技术和设备,打造了具备行业领先水平的数字化仓库,为各品牌、各部门、各子公司都提供了重要的基础设施和供应链全渠道服务,实现货物的快速、安全、高效运输,降低库存成本及品牌运营成本、提升客户满意度等,进而促进公司各品牌的发展和竞争力。

公司通过以上业务板块为消费者提供全方位的产品与服务,打造以经营用户为核心的户外生态平台,将人与户外品牌相链接,人与户外产品相链接,人与户外教育相链接,在多板块间实现客群转化,从而构建完整的户外产业内外循环。

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

追溯调整或重述原因

会计政策变更

单位:万元

	2023年末	2022年末		本年末比上年末增减	2021年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产	110,505.36	107,062.42	107,126.67	3.15%	101,124.46	101,159.67
归属于上市公司股东的净资产	68,876.95	65,166.20	65,223.55	5.60%	68,553.82	68,587.27

	2023年	2022年		本年比上年增减	2021年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	84,640.00	56,236.71	56,236.71	50.51%	55,553.76	55,553.76
归属于上市公司股东的净利润	3,653.40	−3,317.89	−3,293.99	210.91%	−2,616.90	−2,583.45
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	3,251.59	−3,931.02	−3,907.12	183.22%	−2,640.26	−2,606.81
经营活动产生的现金流量净额	5,411.05	−4,565.90	−4,565.90	218.51%	3,096.26	3,096.26
基本每股收益(元/股)	0.23	−0.21	−0.21	209.52%	−0.18	−0.18
稀释每股收益(元/股)	0.23	−0.21	−0.21	209.52%	−0.18	−0.18
加权平均净资产收益率	5.45%	−4.96%	−4.96%	10.41%	−4.79%	−4.79%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

2022年11月30日,财政部发布了《企业会计准则解释第16号》(财会[2022]31号,以下简称解释16号),其中"关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理"内容自2023年1月1日起施行。对于因适用解释16号的单项交易而确认的租赁负债和使用权资产,产生应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的,本公司按照解释16号的规定,将因适用解释16号——所得税的规定进行追溯调整。

因执行该项会计处理规定,本公司追溯调整了2022年1月1日合并财务报表的递延所得税资产352,127.71元,相关调整对本公司合并财务报表中归属于母公司股东权益的影响金额为334,499.38元,其中未分配利润为334,499.38元;对少数股东权益的影响金额为17,628.33元。本公司母公司财务报表相应调整了2022年1月1日的递延所得税资产225,315.02元,相关调整对本公司母公司财务报表中股东权益的影响金额为225,315.02元,其中未分配利润为225,315.02元。

本公司按照《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益(2023年修订)》(证监会公告[2023]65号)的规定重新界定2022年度非经常性损益,执行该项解释对本公司2022年度非经常性损益未产生影响。

具体内容详见公司于2023年11月30日在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)披露的《关于会计政策变更的公告》(公告编号:2023-088)。

(2)分季度主要会计数据

单位:万元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	18,809.93	17,173.56	18,077.44	30,579.07
归属于上市公司股东的净利润	829.65	304.64	69.03	2,450.07
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	680.25	197.42	−17.95	2,391.88
经营活动产生的现金流量净额	414.48	280.46	−3,066.79	7,782.91

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	16,137	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	22,061	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(不含通过转融通出借股份)

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
张恒	境内自然人	20.74%	32,676,248	24,507,186	质押	5,729,565
北京熙诚金睿股权投资基金管理有限公司-北京新动力优质企业发展基金(有限合伙)	其他	4.01%	6,325,110	0	不适用	0
孙雷	境内自然人	2.04%	3,220,648	2,415,486	不适用	0
邵亦然	境内自然人	1.39%	2,190,245	0	不适用	0
中信证券股份有限公司	国有法人	0.95%	1,495,378	0	不适用	0
魏君贤	境内自然人	0.81%	1,276,908	0	不适用	0
中国银行股份有限公司-华宝可持续发展主题混合型证券投资基金	其他	0.65%	1,024,400	0	不适用	0
中国工商银行股份有限公司-华商乐享互联灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.61%	965,388	0	不适用	0
中国建设银行股份有限公司-华宝研究精选混合型证券投资基金	其他	0.54%	853,600	0	不适用	0
光大证券股份有限公司	国有法人	0.54%	852,633	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	本公司未知上述股东之间是否存在关联关系以及是否属于《上市公司收购管理办法》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)	无					

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 √不适用

前十名股东较上期发生变化

√适用 □不适用

单位:股

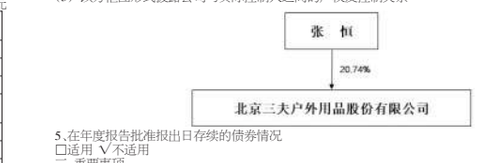
前十名股东较上期未发生变化情况					
股东名称(全称)	本报告期新增/减出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
中国银行股份有限公司-华宝可持续发展主题混合型证券投资基金	新增	0	0.00%	0	0.00%
中国建设银行股份有限公司-华宝研究精选混合型证券投资基金	新增	0	0.00%	0	0.00%
光大证券股份有限公司	新增	0	0.00%	0	0.00%
深圳市上善若水资产管理有限公司-上善若水远正证券投资私募基金	退出	0	0.00%	0	0.00%
张欣	退出	0	0.00%	0	0.00%
国泰君安证券股份有限公司	退出	0	0.00%	0	0.00%

(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

报告期内,除已披露信息外,公司无其他重大事项。

北京三夫户外用品股份有限公司董事会

二〇二四年四月三十日

证券代码:002780 证券简称:三夫户外 公告编号:2024-032

北京三夫户外用品股份有限公司关于2023年度拟不进行利润分配的专项说明

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。

北京三夫户外用品股份有限公司(以下简称"公司")于2024年4月28日召开第五届董事会第三次会议和第五届监事会第三次会议,审议通过了《关于2023年度利润分配预案的议案》,现将具体情况说明如下:

一、公司2023年度利润分配预案

根据容诚会计师事务所(特殊普通合伙)出具的《审计报告》,公司2023年归属于上市公司股东的净利润为36,533,966.95元,合并报表期末未分配利润为17,657,308.28元。母公司实现净利润-72,500,012.77元,加年初未分配利润32,017,024.39元,母公司2023年期末可供分配利润为-40,482,988.38元。

公司拟定2023年度利润分配预案为:2023年度不派发现金红利、不送红股、不以公积金转增股本。

董事会审议该议案前,公司已召开独立董事专门会议审议该议案,独立董事对本议案发表了同意的意见。本预案尚需提交公司2023年度股东大会审议。

二、2023年度不进行利润分配的原因

根据《公司章程》第一百五十六条规定,公司实施现金分红应满足下列条件:

(1)公司该年度或半年度实现的可分配利润(即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润)为正值;

(2)公司累计可供分配利润为正值;

(3)审计机构对公司的该年度或半年度财务报告出具无保留意见的审计报告;

(4)公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生。

鉴于公司2023年度母公司净利润为负值且母公司累计未分配利润为负值,不满足公司实施现金分红的条件,结合公司实际经营及发展需要,为保障公司正常生产经营和维护股东长远利益,公司拟定2023年度不派发现金红利,不送红股,不以公积金转增股本。

三、公司母公司报表未分配利润为负但合并报表未分配利润为正的情况说明

截至2023年12月31日,公司母公司报表期末未分配利润为-40,482,988.38元,合并报表期末未分配利润为17,657,308.28元。2023年度,公司子公司北京旅行鼠户外用品有限公司向母公司实施分红外,其他子公司未向母公司实施分红。2023年度母公司亏损主要系对控股子公司上海悉乐文化发展有限公司大额计提长期股权投资减值所致。

四、公司未分配利润的用途和计划

未分配利润结转下一年度,用于满足公司日常经营需要,保障公司持续发展、平稳运营。

今后,公司将积极采取措施持续优化业务结构,改善母公司及控股子公司的财务状况,尽快实现未分配利润转正。按照《关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》、《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律法规的要求,重视以现金分红形式对投资者进行回报,综合考虑与利润分配相关的各种因素,在满足现金分红等利润分配条件下,积极履行公司的利润分配制度,与股东、投资者共享公司成长和发展的成果。

五、董事会审议情况

2024年4月28日,公司第五届董事会第三次会议审议通过了《关于2023年度利润分配预案的议案》,同意将该议案提交公司2023年度股东大会审议。

六、监事会意见

监事会认为:公司2023年度利润分配预案符合《公司法》和《公司章程》的相关规定,符合公司当前的实际经营状况和全体股东的长远利益,有利于公司持续、稳定、健康发展,同意公司2023年度利润分配预案并同意提交公司2023年度股东大会审议。

七、备查文件

1、第五届董事会第三次会议决议

2、第五届监事会第三次会议决议

特此公告。

北京三夫户外用品股份有限公司董事会

二〇二四年四月三十日

证券代码:002780 证券简称:三夫户外 公告编号:2024-033

北京三夫户外用品股份有限公司关于2023年度计提资产减值准备的公告

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。

北京三夫户外用品股份有限公司(以下简称"公司")于2024年4月28日召开第五届董事会第三次会议和第五届监事会第三次会议,审议通过了《关于2023年度计提资产减值准备的议案》。董事会审议该议案前,公司已召开独立董事专门会议审议该议案,独立董事对本议案发表了同意的意见。现将具体情况公告如下:

一、本次计提资产减值准备情况

根据《企业会计准则》的有关规定,为真实反映公司的财务状况、资产价值及经营成果,公司对合并报表中截至2023年12月31日相关资产出现的减值迹象进行了全面的清查和分析,对可能发生资产减值损失的资产计提资产减值准备。2023年度计提资产减值准备的资产主要为存货、其他应收款、应收账款、固定资产,计提资产减值准备合计人民币5,217.73万元。明细如下表:

金额:万元

项 目	本期计提资产减值准备金额
存货	3,504.60
其他应收款	221.93
应收账款	217.96
固定资产	1,273.25
合 计	5,217.73

注:表格中金额合计小数差异为四舍五入所致。

二、本次计提资产减值准备的具体说明

1、计提存货跌价准备

公司存货跌价准备计提的会计政策是:资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量,存货成本高于其可变现净值的,计提存货跌价准备,计入当期损益。在确定存货的可变现净值时,以取得的可靠证据为基础,并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。2023年公司根据此会计政策计提存货跌价准备3,504.60万元。

2、计提应收账款、其他应收款坏账准备

根据《企业会计准则》及公司相关会计政策,采用预期信用损失法,2023年公司对应收账款计提坏账准备217.96万元,对其他应收款计提坏账准备221.93万元。

3、计提固定资产减值准备

上海悉乐经营业绩未达预期,基于谨慎性原则,2023年对亲子乐园的游乐设施计提减值准备1,273.25万元。

三、本次计提资产减值准备对公司的影响

公司本次计提资产减值准备符合《企业会计准则》和公司内部控制等相关规定,从谨慎性原则出发,客观的体现了公司资产的实际情况。本次对公司存在减值迹象的资产计提了减值准备,相应会减少公司2023年度的净利润和归属于母公司股东的所有者权益。公司本次计提资产减值准备已经会计师事务所审计。

四、董事会合理性说明

本次计提资产减值准备遵照并符合《企业会计准则》和公司实际情况,本次计提资产减值准备基于谨慎性原则,公允地反映了截至2023年12月31日公司财务状况及资产价值,使公司关于资产价值的会计信息更加真实可靠,具有合理性。

五、监事会意见

经审核,监事会认为:公司本次计提资产减值准备事项的决议程序合法合规,公司按照《企业会计准则》和公司会计政策计提资产减值准备,符合公司的实际情况,计提减值准备后能够更加公允地反映公司的资产状况。因此,同意本次计提资产减值准备事项。

六、备查文件

1、第五届董事会第三次会议决议

2、第五届监事会第三次会议决议

特此公告。

北京三夫户外用品股份有限公司董事会

二〇二四年四月三十日

证券代码:002780 证券简称:三夫户外 公告编号:2024-035

北京三夫户外用品股份有限公司关于公司2024年度对外担保额度预计的公告

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。

北京三夫户外用品股份有限公司(以下简称"公司")于2024年4月28日召开第五届董事会第三次会议和第五届监事会第三次会议,审议通过了《关于公司2024年度对外担保额度预计的议案》。董事会审议该议案前,公司已召开独立董事专门会议审议该议案,独立董事对本议案发表了同意的意见。该议案尚需提交公司股东大会审议。现将相关事项公告如下:

一、担保情况概述

为满足子公司日常经营及未来发展需要,公司计划对合并报表范围内的子公司向银行等金融机构进行融资需求时提供担保,担保总额度为7,000万元人民币。额度有效期为自2023年度股东大会审议通过之日起至2024年度股东大会召开之日止。

本次被担保子公司均为公司的全资或控股子公司,公司对被担保人的经营和财务状况具备较强的监控和管理能力,被担保对象经营发展稳定,自身具备较强的偿债能力。同时,公司为非全资子公司提供担保时,要求被担保方的其他股东提供同比例担保或反担保,以降低担保风险。

本事项将提请股东大会批准公司董事会授权公司经营管理层或相应子公司负责人根据公司实际经营情况的需要,在额度范围内签署上述担保相关的合同及法律文件,授权有效期与上述额度有效期一致。上述额度范围内的担保情形包括:公司为合并报表范围内各级子公司提供担保。担保方式包括但不限于保证、抵押、质押等,公司可以根据实际情况,在上述额度范围内,在符合要求的担保对象之间进行担保额度的调剂。

(下转B302版)

北京三夫户外用品股份有限公司

2024第一季度报告

证券代码:002780 证券简称:三夫户外 公告编号:2024-034

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。

重要内容提示:

1.董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误