

证券代码：002127

证券简称：南极电商

公告编号：2020-077

## 南极电商股份有限公司 2020 年第三季度报告正文

## 第一节 重要提示

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

所有董事均已出席了审议本次季报的董事会会议。

公司负责人张玉祥、主管会计工作负责人沈佳茗及会计机构负责人(会计主管人员)施逸伟声明：保证季度报告中财务报表的真实、准确、完整。

## 第二节 公司基本情况

### 一、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

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减	
总资产（元）	5,882,586,768.63	5,484,815,012.19	7.25%	
归属于上市公司股东的净资产（元）	5,300,500,211.91	4,858,727,120.86	9.09%	
	本报告期	本报告期比上年同期增减	年初至报告期末	年初至报告期末比上年同期增减
营业收入（元）	1,145,864,799.04	13.14%	2,772,255,304.06	4.73%
归属于上市公司股东的净利润（元）	291,213,732.73	34.90%	721,895,573.39	19.90%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	260,935,886.63	27.78%	662,006,802.48	17.01%
经营活动产生的现金流量净额（元）	98,670,383.16	-30.41%	72,848,040.60	-75.05%
基本每股收益（元/股）	0.12	33.33%	0.30	20.00%
稀释每股收益（元/股）	0.12	33.33%	0.30	20.00%
加权平均净资产收益率	5.66%	0.45%	13.83%	-1.22%

非经常性损益项目和金额

适用  不适用

单位：元

项目	年初至报告期末金额	说明
非流动资产处置损益（包括已计提资产减值准备的冲销部分）	-7,458.70	
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	19,796,555.09	
委托他人投资或管理资产的损益	19,489,039.74	
单独进行减值测试的应收款项、合同资产减值准备转回	22,993,911.58	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	3,982,660.68	
减：所得税影响额	6,368,657.95	
少数股东权益影响额（税后）	-2,720.47	
合计	59,888,770.91	--

对公司根据《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》定义界定的非经常性损益项目，以及把《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》中列举的非经常性损益项目界定为经常性损益的项目，应说明原因

适用  不适用

公司报告期不存在将根据《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》定义、列举的非经常性损益项目界定为经常性损益的项目的情形。

## 二、经营情况

南极电商以电商渠道为主，用品牌授权和产业链服务力争打造世界级消费品巨头。

在本报告期内，公司持续围绕流量、效率、价值链、数据赋能、组织、文化、分享和风控等八个方面提升公司的业务能力和管理能力，继续夯实公司竞争优势。



公司认为：

### 1) 电商的本质是流量；

南极人品牌在各大电商渠道有较好的流量规模，访问人次、购买人次、复购人次的比较优势明显，较有竞争力；

### 2) 零售的本质是效率；

南极人品牌商品侧重高频和中频商品，供应商和经销商的资源精准配置有助于供应链快速反应、提高周转、降低库存，从而实现更高的生产运营效率；

### 3) 商业的本质是价值链；

公司的品牌、产品和服务构建了价值链的根基。好的品牌是信任背书和超预期，南极人品牌的产品和服务虽有成绩，但仍有很大提升空间；

### 4) 好的供应链实现数据赋能；

更深入地对供应链合作伙伴进行数字化指导，让工厂经营者懂数据、运用数据，以消费者需求作为业务的起点，解决“信息孤岛”，帮助工厂精准生产、提升品质、降低成本；

### 5) 好的组织让竞争力可持续；

公司通过人才引进、组织优化、流程改造等方式持续提升公司竞争力，但仍有较大的提升空间；

### 6) 好的文化能产生自驱力；

公司鼓励员工在公司平台上找到自己的价值点，自我驱动、自我成就。公司距离世界顶级优秀企业仍有一段距离；

**7) 平台的本质是分享;**

让员工、客户、股东分享公司成长红利是平台健康持续发展的源泉，为员工、客户、股东带来长期回报是公司的责任;

**8) 风控让公司健康发展;**

良好的风险控制让企业立于不败之地。公司历来倡导依法经营、廉洁从业、诚实守信的经营风气，重视品质管理和反腐倡廉，旨在追求长期健康发展。

**(一) 消费端概况**

1.报告期内，公司主要品牌南极人以家庭为应用场景，向阿里、京东、社交电商、唯品会等各电商渠道上的消费者提供高性价比、穿透消费层级和消费周期的有个性的基础款产品。公司在各电商渠道可统计的GMV（“Gross Merchandise Volume”的缩写）达228.53亿元，同比增长35.96%。其中南极人品牌GMV为203.29亿元，同比增长40.00%。

**南极人品牌是以电商渠道为主的、领先的消费品品牌。**

2.公司及时顺应电商渠道流量规则，继续推行大店策略，即使受疫情影响，仍然取得了较好的成绩。

南极人在各电商平台的部分核心大店GMV情况（单位：万元）

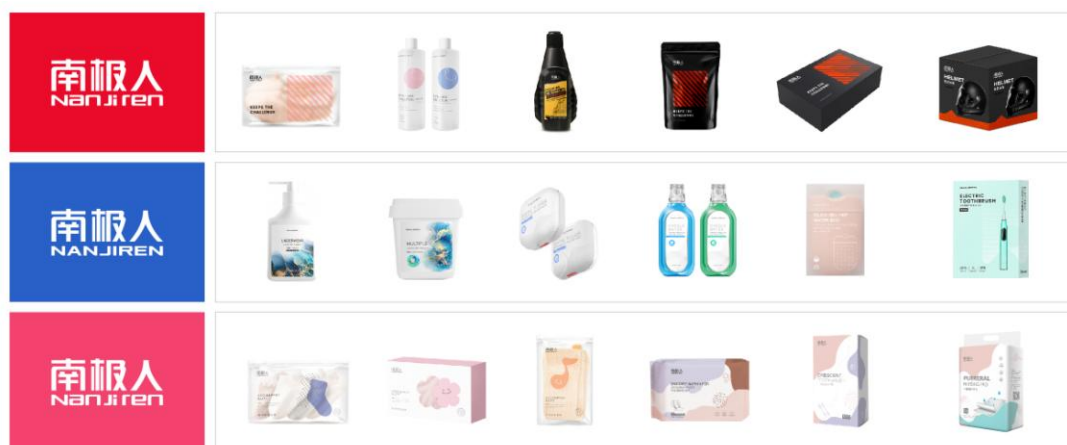
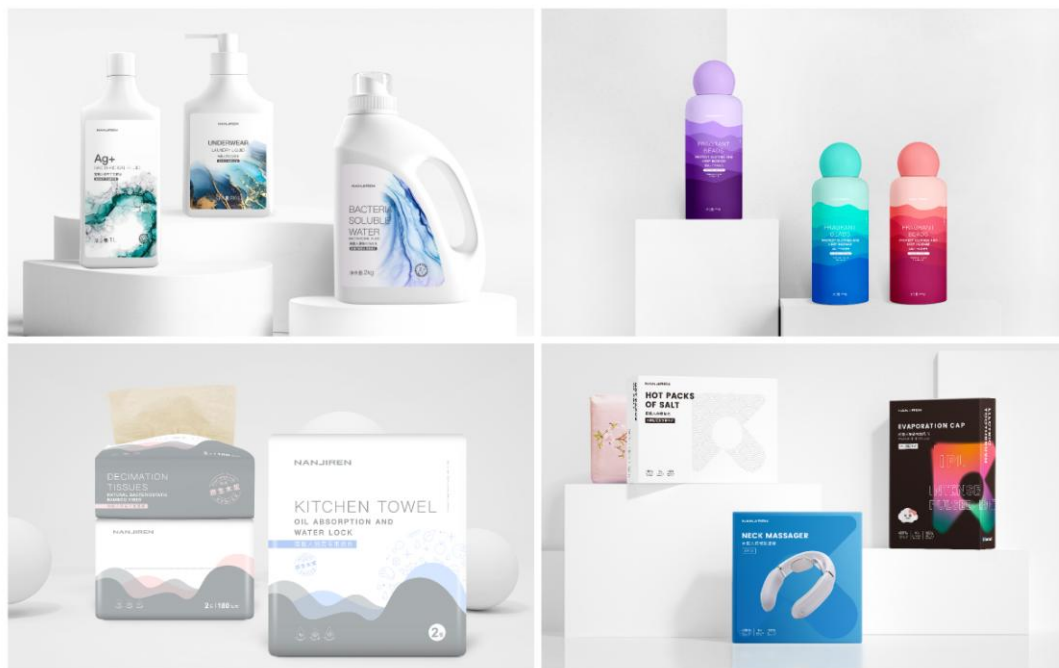
店铺名称	平台	主营类目	2019年前三季度	2020年前三季度	同比增长率
店铺一	阿里	床上用品	23,273.25	58,904.81	153.10%
店铺二	阿里	女士内衣/男士内衣/家居服	62,938.06	46,465.03	-26.17%
店铺三	阿里	床上用品	45,225.94	43,329.32	-4.19%
店铺四	拼多多	床上用品	3,184.08	38,860.70	1120.47%
店铺五	京东	床上用品	-	33,562.62	-
店铺六	阿里	床上用品	11,980.52	29,935.67	149.87%
店铺七	阿里	女士内衣/男士内衣/家居服	7,054.00	26,866.17	280.86%
店铺八	阿里	男装	9,121.43	24,287.92	166.27%
店铺九	阿里	男装	9,423.45	20,784.65	120.56%
店铺十	阿里	床上用品	25,432.02	20,610.11	-18.96%
店铺十一	阿里	床上用品	7,066.37	14,798.54	109.42%
店铺十二	京东	女士内衣/男士内衣/家居服	4,747.78	14,724.05	210.13%
店铺十三	拼多多	床上用品	-	14,651.88	-
店铺十四	阿里	女士内衣/男士内衣/家居服	4,247.31	13,949.93	228.44%
店铺十五	京东	女士内衣/男士内衣/家居服	-	13,913.88	-

**南极人品牌爆款的能力+丰富的供应链+快速反应，迅速地形成了店铺的规模效应。**

**(二) 公司的品牌管理**

**品牌图库共享服务**

公司持续重视品牌形象的升级与推广。前三季度，公司在1.0图库的基础上推出了全新的2.0图库，包含母婴童装21款包装图片、母婴一次性产品11款包装图片、母婴旗舰店11款包装图片、家清旗舰店40款包装图片、个护美容10款包装图片、运动户外9款包装图片，同时审核了客户提供的包装图片。从而，在满足合作伙伴个性化需求的同时又符合公司品牌形象的统一性。



### (三) 公司品牌分析

公司的主要品牌包括南极人、卡帝乐鳄鱼、精典泰迪。

1. 南极人品牌的定位是大众的家庭生活方式品牌，南极人力争成为以电商渠道为主的、世界级的消费品品牌。2020年前三季度南极人品牌GMV达203.29亿元，同比增长40.00%，已经成为电商消费品领导品牌之一。
2. 卡帝乐鳄鱼品牌的定位是年轻人喜欢的国际潮流品牌，为消费者提供国际化的时尚度和品质以及可接受的价格，力争成为细分领域的影响力品牌。2020年前三季度卡帝乐鳄鱼品牌GMV达21.53亿元，同比增长7.19%。
3. 精典泰迪品牌的定位是国际品牌，专注于母婴和品牌联名业务，力争成为国际品牌合作的典范。2020年前三季度精典泰迪品牌GMV达2.32亿元，同比增长55.61%。

#### （四）渠道分析

2020年前三季度公司授权的店铺在各电商平台实现GMV228.53亿元，具体细分如下：

- 1.在阿里渠道实现的GMV为136.31亿元，同比增长22.40%，占比59.65%；
- 2.在主要社交电商渠道实现的GMV为45.82亿元，同比增长112.77%，占比20.05%；
- 3.在京东渠道实现的GMV为32.15亿元，同比增长20.93%，占比14.07%；
- 4.在唯品会渠道实现的GMV为11.62亿元，同比增长55.65%，占比5.08%；
- 5.在其他渠道实现的GMV为2.64亿元，同比增长131.94%，占比1.15%。

#### （五）时间互联经营分析

- 1.流量平台方面：**报告期内公司全资子公司时间互联不断巩固原有主流媒体的合作优势，凭借持续优质的客户服务和行业口碑，2020年继续作为VIVO电商金融行业的核心代理商、小米广告效果类独家代理商以及应用宝商业化核心代理商；2020年成为OPPO网服核心代理商，为OPPO代理投放流量。
- 2.流量客户方面：**严格筛选客户资质，在保证资金安全的情况下提高资金使用效率，降低经营风险；同时，报告期内新拓展客户601家，继续深耕原有电商、金融、教育工具、网服等行业客户，获取业绩增长点。
- 3.创新业务方面：**公司结合市场趋势和公司的流量以及供应链等业务优势，继续深耕2019年布局的网络红人广告经纪业务；2020年时间互联开始在抖音等短视频平台拓展达人广告业务，一方面进行现有广告主在达人广告投放的转化；另一方面，也开拓了更多的品牌广告主。同时，时间互联主要以抖音、快手、小红书为代表的短视频直播平台，针对自有以及合作的达人在短视频直播平台进行直播业务拓展。

#### （六）公司经营业绩情况

报告期内，公司总体业绩表现如下：

南极电商实现营业收入114,586.48万元，同比增长13.14%；归属于上市公司股东的净利润29,121.37万元，同比增长34.90%。

- 1) 公司本部的营业收入为31,812.73万元（已抵消对时间互联产生的收入-20.00万元），同比增长24.76%；归属于上市公司股东的净利润为24,712.80万元（已抵消对时间互联产生的利润0.08万元），同比增长35.44%；
- 2) 时间互联的营业收入为82,773.75万元，同比增长9.23%；归属于上市公司股东的净利润为4,408.57万元，同比增长31.95%。

报告期内，公司主营的品牌授权及综合服务业务收入合计为30,321.57万元，同比增长30.42%；其中品牌综合服务业务收入为28,236.73万元，同比增长30.39%；经销商品牌授权业务收入2,084.83

万元，同比增长30.77%。

### 三、报告期末股东总数及前十名股东持股情况表

#### 1、普通股股东和表决权恢复的优先股股东总数及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	35,418			报告期末表决权恢复的优先股股东总数（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	42,910,000
吴江新民实业投资有限公司	境内非国有法人	4.18%	102,637,366			
香港中央结算有限公司	境外法人	4.05%	99,347,343			
朱雪莲	境内自然人	2.75%	67,606,947			
上海丰南投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	2.29%	56,339,130			
全国社保基金四一六组合	其他	1.65%	40,553,361			
刘睿	境内自然人	1.57%	38,515,223	28,886,417	质押	21,300,000
中国工商银行—汇添富成长焦点混合型证券投资基金	其他	1.51%	37,181,500			
泰康人寿保险有限责任公司—投连—多策略优选	其他	1.51%	37,018,664			
全国社保基金四一八组合	其他	1.47%	36,025,514			
前 10 名无限售条件股东持股情况						
股东名称	持有无限售条件股份数量	股份种类				
		股份种类	数量			
吴江新民实业投资有限公司	102,637,366	人民币普通股	102,637,366			
香港中央结算有限公司	99,347,343	人民币普通股	99,347,343			
朱雪莲	67,606,947	人民币普通股	67,606,947			



上海丰南投资中心（有限合伙）	56,339,130	人民币普通股	56,339,130
全国社保基金四一六组合	40,553,361	人民币普通股	40,553,361
中国工商银行－汇添富成长焦点混合型证券投资基金	37,181,500	人民币普通股	37,181,500
泰康人寿保险有限责任公司－投连－多策略优选	37,018,664	人民币普通股	37,018,664
全国社保基金四一八组合	36,025,514	人民币普通股	36,025,514
汇添富基金管理股份有限公司－社保基金四二三组合	36,000,083	人民币普通股	36,000,083
中国工商银行股份有限公司－汇添富蓝筹稳健灵活配置混合型证券投资基金	32,000,000	人民币普通股	32,000,000
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。		
前 10 名股东参与融资融券业务情况说明（如有）	不适用		

公司前 10 名普通股股东、前 10 名无限售条件普通股股东在报告期内是否进行约定购回交易

是  否

公司前 10 名普通股股东、前 10 名无限售条件普通股股东在报告期内未进行约定购回交易。

## 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

### 第三节 重要事项

#### 一、报告期主要财务数据、财务指标发生变动的情况及原因

√ 适用 □ 不适用

##### (一) 资产负债表项目:

1. 报告期末货币资金198,901.11万元,较年初增加55.29%,增加70,817.91万元,系公司减少购买理财产品,闲置资金增加买入大额定期存单所致。
2. 报告期末交易性金融资产60,000.00万元,较年初减少59.73%,减少89,000.00万元,系公司减少购买理财产品,闲置资金增加买入大额定期存单所致。
3. 报告期末应收票据3,821.84万元,较年初减少48.01%,减少3,528.78万元,系公司上期末应收票据到期承兑且公司部分未到期票据背书转让所致。
4. 报告期末应收账款124,601.04万元,较年初增加57.78%,增加45,630.63万元,系公司旗下小袋客户一般在年末回款,而三季度末存在部分小袋业务应收款所致。
5. 报告期末预付款项38,524.25万元,较年初增加68.01%,增加15,593.96万元,主要系2020年时间互联新增加了OPPO渠道,同时由于十一期间需要给各个媒体渠道新增备款导致。
6. 报告期末递延所得税资产1,743.80万元,较年初增加113.54%,增加927.20万元,系应收款项增加导致坏账上升,导致公司计提递延所得税资产增加,同时本期增加了股权支付产生的递延所得税资产。
7. 报告期末应交税费5,081.16万元,较年初减少36.15%,减少2,876.24万元,系公司12月收入占比较高,故年初应交税费金额较大所致。

##### (二) 利润表项目:

1. 报告期内管理费用3,475.04万元,较去年同期增加51.61%,增加1,182.87万元,管理费用较上年同期同比增加,主要系公司业务规模扩张,管理人员增加、新增期权激励费用及本部迁入新办公楼房租增长所致。

##### (三) 现金流量表项目:

1. 年初至报告期末经营活动产生的现金流量净额7,284.80万元,去年同期经营活动产生的现金流量净额29,193.32万元,现金净流入减少21,908.52万元,系因疫情影响,客户回款节奏放缓,同时小袋净放款增加导致。公司上半年经营活动现金流为净流出状态,三季度已逐渐恢复转正,预计4季度经营活动现金流将进一步改善。
2. 年初至报告期末投资活动产生的现金流量净额-6,887.18万元,去年同期投资活动产生的现金流量净额

-112,693.25万元，现金净流出增加105,806.07万元，系净购买理财及大额定存的金额大幅下降所致。

3. 年初至报告期末筹资活动产生的现金流量净额-30,249.07万元，去年同期筹资活动产生的现金流量净额-3,896.09万元，现金净流出减少26,352.98万元，系公司本期分红3.02亿元所致。

## 二、重要事项进展情况及影响和解决方案的分析说明

适用  不适用

公司于2020年9月1日召开第六届董事会第二十八次会议，审议通过了《关于对2019年股票期权激励计划补充说明的议案》、《关于调整2019年股票期权激励计划行权价格的议案》、《关于向2019年股票期权激励计划预留授予的激励对象授予股票期权的议案》。（1）在保持本激励计划原有业绩指标不变的前提下，对本激励计划中2020年和2021年公司层面业绩考核指标做了补充情况说明，并相应在公司《2019年股票期权激励计划（草案）》、《2019年股票期权激励计划考核管理办法》中添加补充情况说明，其他内容不变。（2）因公司实施2019年度利润分配方案，根据公司《2019年股票期权激励计划（草案）》的规定，若在激励对象行权前有派息、资本公积转增股本、派送股票红利、股票拆细、配股或缩股等事项，应对行权价格进行相应的调整。经调整后首次授予股票期权行权价格由6.7元/股调整为6.576元/股。（3）以2020年9月1日为本次预留股票期权的授予日，向符合授予条件的46名激励对象授予320.9727万份股票期权，本次行权价格为6.576元/股。

重要事项概述	披露日期	临时报告披露网站查询索引
第六届董事会第二十八次会议，审议通过了《关于对2019年股票期权激励计划补充说明的议案》、《关于调整2019年股票期权激励计划行权价格的议案》、《关于向2019年股票期权激励计划预留授予的激励对象授予股票期权的议案》。	2020年09月03日	巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)《第六届董事会第二十八次会议决议公告》
	2020年09月03日	巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)《关于对2019年股票期权激励计划补充情况说明的公告》
	2020年09月03日	巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)《关于调整2019年股票期权激励计划行权价格的公告》
	2020年09月03日	巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)《关于向2019年股票期权激励计划预留授予的激励对象授予股票期权的公告》

股份回购的实施进展情况

适用  不适用

采用集中竞价方式减持回购股份的实施进展情况

适用  不适用

## 三、公司实际控制人、股东、关联方、收购人以及公司等承诺相关方在报告期内超期未履行完毕的承诺事项

适用  不适用

公司报告期不存在公司实际控制人、股东、关联方、收购人以及公司等承诺相关方在报告期内超期未履行完毕的承诺事项。

## 四、金融资产投资

### 1、证券投资情况

适用  不适用

公司报告期不存在证券投资。

### 2、衍生品投资情况

适用  不适用

公司报告期不存在衍生品投资。

## 五、募集资金投资项目进展情况

适用  不适用

## 六、对 2020 年度经营业绩的预计

预测年初至下一报告期期末的累计净利润可能为亏损或者与上年同期相比发生大幅度变动的警示及原因说明

适用  不适用

## 七、日常经营重大合同

适用  不适用

## 八、委托理财

适用  不适用

单位：万元

具体类型	委托理财的资金来源	委托理财发生额	未到期余额	逾期未收回的金额
银行理财产品	自有资金	65,000	60,000	0
合计		65,000	60,000	0

单项金额重大或安全性较低、流动性较差、不保本的高风险委托理财具体情况

适用  不适用

委托理财出现预期无法收回本金或存在其他可能导致减值的情形

适用  不适用

## 九、违规对外担保情况

适用  不适用

公司报告期无违规对外担保情况。

## 十、控股股东及其关联方对上市公司的非经营性占用资金情况

适用  不适用

公司报告期不存在控股股东及其关联方对上市公司的非经营性占用资金。

## 十一、报告期内接待调研、沟通、采访等活动登记表

适用  不适用

接待时间	接待地点	接待方式	接待对象类型	接待对象	谈论的主要内容及提供的资料	调研的基本情况索引
2020年08月22日	其他	电话沟通	机构	机构	以电话会议的形式解读公司2020年半年度报告	2020年8月24日于互动易( <a href="http://irm.cninfo.com.cn">http://irm.cninfo.com.cn</a> )披露的《2020年8月22日投资者关系活动记录表》

南极电商股份有限公司

董事长：张玉祥

2020年10月22日