

公司代码：601566

公司简称：九牧王

九牧王股份有限公司
2021 年年度报告摘要

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 容诚会计师事务所（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
公司拟以利润分配实施股权登记日登记在册的总股本为基数，每10股派发现金股利5.00元（含税），剩余未分配利润，结转以后年度分配。

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	九牧王	601566	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	吴徽荣	张喻芳
办公地址	厦门市思明区宜兰路1号	厦门市思明区宜兰路1号
电话	0592-2955789	0592-2955789
电子信箱	ir@joeone.net	ir@joeone.net

2 报告期公司主要业务简介

（1）报告期内公司所处行业情况

报告期内，在新冠疫情等因素影响下，一方面处于行业调整期的国内服装业“负重前行”，承压复苏；另一方面行业集中化速度加快、部分龙头企业主动“求变”，开创新机。整体上，服装行业呈现如下趋势：

①焕新：产品、品推齐齐升级，品牌年轻化、时尚化、个性化趋势愈加明显

为适应年轻主流客群以及日益普遍的“年轻化”着装心理，品牌服装企业进行产品升级或开

发出更加年轻、时尚的产品线，塑造更加年轻时尚的产品调性。同时，借助年轻化的推广媒介、推广语言和形象，启用高人气新生代明星代言带货，持续“焕新”品牌形象。尤其是，随着国人民族自信的走高，国潮、国货、国牌持续受热捧，服装品牌充分运用中国元素，与国内外潮流元素有机结合，多维提升产品的文化属性和时尚度。加上跨界联名产品、跨界异业营销的不断“出新”，以及新面料、新技术、新工艺的加持，使得服装产品和品牌年轻化、时尚化内涵更加丰富。

②聚焦：单品创新+推广聚焦，做强品牌优势单品，强化顾客品牌认知

顾客心智时代，具有一定品类优势的品牌，纷纷“回溯”品牌成长基因，发掘或打造自身传统优势单品，通过不断聚焦单品的产品创新和升级、聚焦品牌推广中单品形象塑造，强化专属品类特色，力争实现“品牌=品类”的顾客印象，加深顾客对品牌的“品类”认知，构筑品牌“护城河”。

③整合：渠道调整继续深化，渠道结构多样化、一体化

渠道的动态调整、优化已成常态。从线下来看，优质、成熟的购物中心、百货店、奥莱店继续作为稀缺资源而被主要品牌“追逐”，街边店、低效商场店则整体收窄，快闪店、集合店创新运作手法层出不穷，潜力可期。线上方面，线上流量“去中心化”继续增强，第三方电商平台、直播电商、微商城、社群等多样化渠道，纷纷成为生意触点。此外，品牌服装企业通过完善或构建信息系统，或借互联网行业巨头的外部赋能，在品牌建设、大数据赋能、消费者运营、库存共享、智慧门店等领域深入探索，推动线上线下进一步融合。整体上渠道格局一体化、扁平化态势越发增强。

④共鸣：加码新媒体、情感互动的推广手法，深化会员运营

服装品牌更加重视互动性强、覆盖率广、精准度高的新推广媒介。如通过新媒体广告投放，借助KOL、KOC人气带动、借势热点话题进行品牌发声、打造独特的品牌故事进行内容营销，向年轻消费群体推广时尚的生活方式，全方位提升消费者对品牌的认知度、好感度，深入引起情感共鸣，将进一步拉近与年轻消费群的距离，强化品牌输出和会员粘性。

⑤精益：升级柔性供应链系统、强化终端运营提升，向精益管理要效益

消费者主权时代，个性独特的产品，加上即时快速的上新需求，对服装品牌优化升级柔性供应链提出更高要求。例如，本次疫情冲击下，部分头部品牌及时调整期货下单量，积极科学备料，提升季中补单，即有效降低了库存风险。同时，“存量竞争”时代，主要品牌愈加强调店效、坪效，通过提升终端零售运营能力，增强门店卖货能力和会员运维能力建设，优化创新终端绩效考核机制，全力支持渠道精细化运营。

⑥数智化：数字化、智能化技术赋能，助力全价值链效率提升

品牌服装企业以顾客为导向，为实现快速、精准响应，愈加强调供应链效率提升。数字化和智能化技术，如智能工厂、智慧门店、RFID 技术、5G、云仓、智能中后台系统等新技术、新架构，有效助推服装企业全价值链的效率提升。

(2) 报告期内公司从事的业务

九牧王是中国男裤行业的龙头企业，公司主要从事男裤及男士商务休闲服饰的生产和销售，并实施多品牌发展战略。目前，拥有“男裤专家”九牧王、韩国品质时尚男装 ZIOZIA 及国际潮牌 FUN 等多个品牌，覆盖多个核心年龄段和产品风格，致力于践行“时尚生活，美好向往”的公司使命，实现“成为精英生活的时尚产业引领者”的美好愿景。

“男裤专家”九牧王品牌

九牧王品牌秉持精工匠心，专注男裤 33 年，积累了 1200 万人体数据，沉淀 6 大主推裤版型，拥有多项裤领域实用新型专利，是中国男裤标准参与制定者¹，以打造“全球最好的裤子”为品牌使命，以“领跑中国男裤，成为全球裤王”为品牌愿景。

九牧王品牌定位于精致，优雅、时尚，目标消费者为 25-50 岁的精英白领男士，主要产品包括男裤、茄克、衬衫、T 恤和西服等。截止 2021 年，九牧王男裤市场综合占有率连续二十二年位列国内第一²，强势领跑中国男裤市场。

九牧王品牌也得到了国内权威机构和媒体的认可，先后获得“中国最受消费者欢迎的休闲装品牌”、“中国十大最具影响力品牌”、“中国服装行业年度十佳品牌”、“2011 亚洲品牌年度总评榜-中国品牌 100 强”、“中国创造精工时尚奖”等多项荣誉。



九牧王
男裤专家

¹西裤国家标准：GB/T2666-2017；水洗整理服装国家标准：GB/T22700-2016；牛仔服装行业标准：FZ/T81006-2017。

²数据来源于：中华全国商业信息中心对全国重点大型零售企业、商业集团的统计

韩国品质时尚男装 ZIOZIA

ZIOZIA 品牌创立于 1995 年，是韩国高级男士成衣品牌。公司于 2018 年通过增资的方式取得 ZIOZIA 品牌在中国区（包括香港、澳门、台湾）的经营权。ZIOZIA 品牌深耕中国市场，根据中国消费市场的需求，将品牌重新定义为“经典商务”、“商务休闲”、“时尚休闲”三大系列风格，为男士消费者提供全天候、多场景的穿着需求和服务。



ZIOZIA

国际潮牌 FUN

FUN 品牌秉承“乐趣、创意、跨界”的品牌 DNA 及多元化的潮流文化，将艺术潮玩和街头服饰结合，创造出别具一格充满乐趣的潮流文化属性，FUN 已成为一个深受年轻人喜爱的潮流生活方式品牌。FUN 品牌旗下包含 fun、Garfield by fun、Snoopy 等多个联名系列，通过原创及联名其他知名潮流品牌与 IP 形象，创造出独挡一面的作品。



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：万元 币种：人民币

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	615,887.51	590,961.15	4.22	580,719.31
归属于上市公司股东的净资产	406,828.98	419,795.14	-3.09	426,474.63
营业收入	305,042.18	267,221.26	14.15	285,704.08
归属于上市公司股东的净利润	19,458.66	36,889.02	-47.25	37,007.48
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	17,203.15	10,649.75	61.54	20,183.55
经营活动产生的现金流量净额	20,056.36	25,906.05	-22.58	25,779.63
加权平均净资产收益率(%)	4.74	8.78	减少4.04个百分点	8.60
基本每股收益(元/股)	0.34	0.64	-46.88	0.64
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.64	-46.88	0.64

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：万元 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	81,136.55	58,480.17	77,590.99	87,834.48
归属于上市公司股东的净利润	9,896.64	2,346.76	-6,995.45	14,210.71
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	10,872.73	-3,465.28	1,707.23	8,088.47
经营活动产生的现金流量净额	14,509.08	-10,477.61	-395.51	16,420.40

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

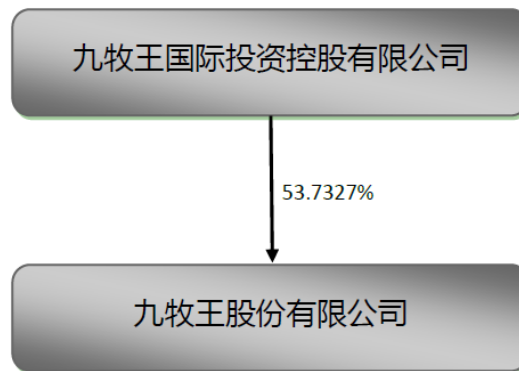
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					11,857		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					12,307		
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	
九牧王国际投资控股有限公司		308,768,140	53.73		无		境外法人
泉州市顺茂投资管理有限公司		28,650,000	4.99		无		境内非 国有法 人
泉州市铂锐投资管理有限公司		25,150,000	4.38		质押	21,186,442	境内非 国有法 人
招商银行股份有限公司—上证红利交易型开放式指数证券投资基金	3,719,744	22,723,593	3.95		无		其他
泉州市睿智投资管理有限公司		22,650,000	3.94		质押	15,850,000	境内非 国有法 人
智立方（泉州）投资管理有限公司		22,050,000	3.84		质押	14,200,000	境内非 国有法 人
兴证证券资管—兴业银行—兴证资管鑫众76号集合资产管理计划	454,100	10,178,713	1.77		无		其他
瑞银资产管理（新加坡）有限公司—瑞银卢森堡投资 SICAV	8,873,090	8,873,090	1.54		无		其他
吴晓滨		8,142,554	1.42		无		境内自 然人
陈培泉		7,500,000	1.31		无		境内自 然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	泉州市顺茂投资管理有限公司实际控制人陈金盾、泉州市睿智投资管理有限公司实际控制人陈加贫及泉州市铂锐投资管理有限公司实际控制人陈加芽为兄弟关系； 陈金盾、陈加贫、陈加芽与智立方（泉州）投资管理有限						

	<p>公司实际控制人陈美箬为兄妹关系； 九牧王国际投资控股有限公司实际控制人林聪颖为陈金盾的妹夫，为陈加贫、陈加芽、陈美箬的姐夫；陈培泉为陈加贫之子。 除上述关联关系外，未知其他股东是否存在关联关系或一致行动情况。</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

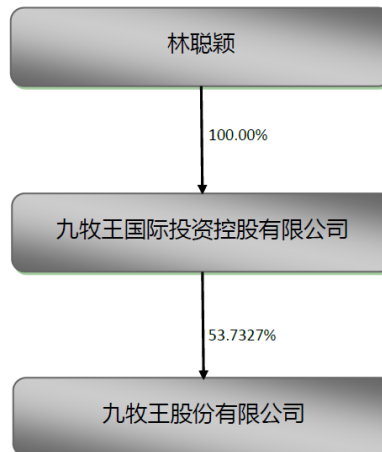
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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。

2021 年公司实现营业收入 305,042.18 万元，较上年同期增长 14.15%，主要是 2021 年疫情得到控制后，公司推动“男裤专家”战略变革逐步落地，带动销售增长所致；

归属上市公司股东净利润 19,458.66 万元，较上年同期下降 47.25%，主要是投资业务产生的公允价值变动损益同比下降所致；

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 17,203.15 万元，较上年同期上升 61.54%，主要是：①2021 年疫情得到控制，公司推动“男裤专家”战略变革逐步落地，带动销售增长 14.15%；②公司控制终端打折力度，减少渠道成本支出，带来毛利率增加 0.93 个百分点所致。

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