

公司代码：601566

公司简称：九牧王

九牧王股份有限公司
2019 年年度报告摘要

一 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上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、准确、完整，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 经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

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6.5元（含税），剩余未分配利润，结转以后年度分配。

二 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

（一）公司主要业务及产品

九牧王是中国商务休闲男装品牌的领先企业、国内男裤行业的龙头企业。公司主要从事男士商务休闲品牌服饰的生产和销售，公司实行多品牌发展战略，通过自主经营、直接投资培育和收购兼并等方式打造“精工质量平台”、“时尚品质平台”和“潮流时尚平台”三大服装平台。

1、精工质量平台：以“九牧王”品牌为主，同时积极培育新品牌“VIGANO”。

“九牧王”品牌自推出以来，一直专注于为男士提供商务休闲男装，品牌定位为精致、优雅、

时尚，目标消费者为 35-45 岁中高收入男士。“九牧王”品牌产品划分为黑标（经典、精致、时尚）、灰标（时尚、流行、精致）两个风格，主要产品包括男裤、茄克、衬衫、T 恤和西装等。根据中华全国商业信息中心对全国重点大型零售企业、商业集团的统计数据，“九牧王”品牌男裤市场综合占有率连续十九年位列国内男裤市场第一，为中国男裤市场的领跑者。

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。



JOEONE 2020 春夏产品图

2、时尚品质平台：以 ZIOZIA”为核心品牌。

公司于 2018 年通过增资的方式取得韩国 ZIOZIA 品牌在中国区（包括香港、澳门、台湾）的经营权。该品牌创立于 1995 年，产品风格为高品质时尚男装，致力于为消费者提供修身时尚的高质量男士服装，主要目标客户群为 80 及 90 后年轻男性消费者，主要产品包括西装、衬衫及时尚通勤休闲装。“ZIOZIA”品牌于进入中国市场后，凭借简单时髦的产品风格、时尚的版型及高性价比受到了国内消费者的欢迎。



ZIOZIA 产品图

3、潮流时尚平台：以 FUN 品牌为核心品牌，旗下包含 BeenTrill、Garfield by fun、Snoopy 等多个联名系列，未来将持续以联名品牌形式推动潮流时尚平台的发展。

FUN 品牌秉承“乐趣、创意、跨界”的品牌 DNA，坚持从视觉形象、服饰产品到图像设计等方面进行深度创意，将时装天桥的灵感融入到美式街头风格中，创造出独挡一面的作品。FUN 品牌将持续提升供应链快速反应能力、多产品线设计开发能力和全渠道运营管理能力等核心能力，稳步提升盈利水平。

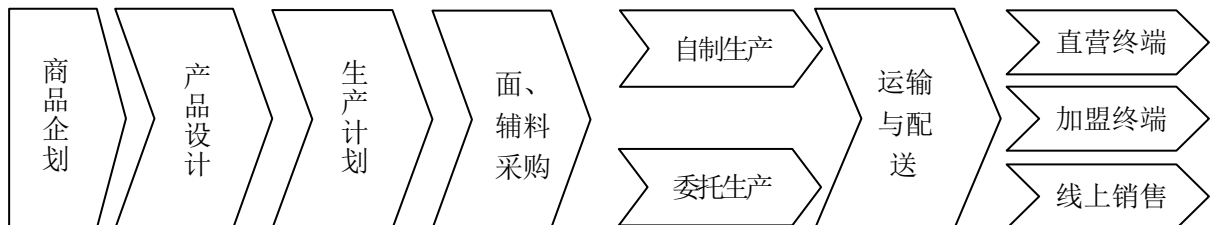


FUN 产品图及店铺形象图



(二) 公司经营模式

公司主要采用以自制生产为主、委托加工生产为辅，直营与加盟相结合的销售模式，生产和销售九牧王品牌的服饰产品。公司的主营业务简要流程如下所示：



采购方面，公司主要采用自主采购的模式，采购对象根据不同的生产模式而有所不同。在自制生产模式下，公司采购用于生产男裤及茄克等所需的面料、辅料；在完全委托加工生产模式下，公司直接采购受托合作生产厂商生产的服饰成品，如羊毛衫、皮具、领带等；在部分委托加工生产模式下，公司采购生产所需的面、辅料并委托加工厂生产，向公司交付成品。公司制定了规范的面辅料采购流程，严格控制采购的每个环节，包括跟踪面辅料进度，面辅料入库检验及面辅料的货款结算等，确保公司所需的面辅料符合公司的要求。

生产方面，公司主要采用自制生产为主、委托加工生产为辅的生产模式。自制生产模式主要系通过自身的研发团队设计，使用自身拥有的厂房、生产设备、工人、技术工艺来组织生产。公

司的主导产品男裤及茄克基本为自制生产。除男裤及茄克等主要为自制生产外，羊毛衫、皮具、领带等服饰类非主导产品采用委托加工生产模式。委托加工生产模式是指公司将自身设计出的产品委托给其他合作厂商生产加工，并全程监督其生产加工过程，对其产品质量严格把关验收，再将最终产品通过本公司的终端销售网络进行销售。公司目前的委托加工生产模式可以细分为两类：一是完全委托加工生产模式，即公司委托加工生产的产品的面料采购及成品生产均由受托加工生产厂商按公司要求完成；二是部分委托加工生产模式，即公司提供委托加工生产所需的面辅料，而成品的生产由受托加工生产厂商完成。

销售方面，公司主要采用直营和加盟相结合的销售模式，网上销售作为补充。直营模式是指在国内重点的一、二级城市及经济发展好市场潜力大的三级城市，由公司与百货商场合作设立直营商场专柜或者设立九牧王品牌专卖店，直营模式下商场专柜或专卖店人员均由公司派出，并接受公司统一管理运营，经营收益与风险均由公司承担；加盟模式是指在特定地域、特定时间内，公司授予加盟商九牧王品牌服装的经营权，双方签订经销合同约定双方的权利义务，加盟商在店内只能销售九牧王品牌的服装。线上销售，主要销售渠道为天猫、京东、唯品会、苏宁易购、有货等第三方平台，随着移动互联网的普及，公司通过微信小程序开设了九牧王微商场线上销售平台，公司正加紧完善全渠道布局和新媒体营销方式。

（三）服装行业发展情况

随着中国经济步入“新常态”以及“消费升级”的持续演进，国内服装行业处于主流消费群体迭代，社交电商、购物中心等新兴渠道持续冲击传统商场、街铺，电商引流成本趋高等多重环境，而新兴品牌涌现、国际品牌加速布局中国市场，亦加剧了行业竞争热度。报告期内，服装行业增速继续趋缓，行业步入调整期，业务增长重点从渠道外延增长向精细化运营提效的内生增长转变。领先品牌纷纷锚定以消费者为核心，在产品研发、供应链、渠道布局、品牌推广与会员运营等方面持续调整与变革，具体表现为：

1、文化属性与时尚度持续提升，产品更加凸显“年轻化”。

为适应 80 后、90 后年轻客群以及日益普遍的“年轻化”着装心理，品牌服装企业在原有产品风格和产品线基础上，升级或开发出更加年轻、时尚的产品线，持续丰富产品品类。尤其是，随着国人民族自信心的走高，国潮、国货、国牌持续受到关注和青睐。服装品牌充分运用中国元素，与国内外潮流元素、跨界元素有机结合，多维提升产品的文化属性和时尚度，加上新面料、新技术、新工艺的注入，使得服装“年轻化”、“品质化”内涵更加丰富。

2、数字化、智能化技术赋能，助力全价值链提升。

品牌服装企业以市场为导向，为实现快速响应，持续提升供应链效率。数字化和智能化技术，如智能工厂、RFID 技术、5G、云仓、智能中台系统等新技术，加速了服装企业全价值链提升。

3、渠道调整继续深化，渠道结构更加多样化和一体化。

渠道的动态调整、优化已成常态，部分领先品牌线下网点回归净增长。随着消费主力日趋年轻化、体验式消费趋势增强，以及低线市场增量的释放，服装行业渠道结构调整持续深化：线下来看，购物中心业态不断“刷新”，传统百货则日益“购物中心化”，优质、成熟的购物中心、百货店、奥莱店成为稀缺资源，在品牌服装生意板块中，占比持续扩大，街铺、低效商场店则整体收窄，同时，品牌服装涉入低线市场仍然热度不减。

线上来看，流量“去中心化”趋势增强、引流成本趋增背景下，第三方电商平台、社交电商、微商城、社群、直播等多样化渠道，纷纷成为生意触点。此外，品牌服装企业通过构建信息系统，以及“BAT”等巨头的外部赋能，持续打通线上线下，在品牌建设、大数据赋能、消费者运营、库存共享、智慧门店等领域开展合作，推动两线进一步融合，渠道格局呈一体化、扁平化态势。

4、重视新媒体、情感互动等多元化推广手法，深化会员运营，多维度强化品牌粘性。

服装品牌在传统推广渠道之外，更加重视互动性强、覆盖率高、成本低廉、精准度高的新媒体和其他多元化推广媒介。例如，通过借助 KOL、KOC 的人气带动，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等形式，向年轻消费群体推广时尚的生活方式，从而提升其对品牌的认知度和好感度。通过多元化的社交媒体、快闪店、直播带货等新媒介或手法，则进一步拉近了与目标消费者的距离，更强化了品牌输出和会员互动。同时，通过强化情感共鸣、品牌认同、社交互动等深层次会员运营，以及对会员大数据的收集、分析，更为品牌商精准营销、贴心服务，增强顾客粘性提供了可能。

5、多品牌延展以覆盖差异化市场需求，集团化布局更增强上下游整合能力。

在行业增速放缓、消费升级持续、消费者迭代的多重背景下，市场需求日益细分，单一品牌越来越难以覆盖多级消费群体的需求。为突破单一品牌规模的天花板，领先的品牌服装企业，纷纷通过内部孵化或外延并购新品牌的方式，搭建起多品牌矩阵，满足更多消费群体的差异化需求，以期培育新的增长点。此外，多品牌、集团化的组合，通过销售规模的提升，在供应链、渠道等方面实现协同效应，加上集团自身向上下游的产业布局，亦使其对上下游价值链关键环节的掌控能力得以增强。

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

	2019年	2018年	本年比上年 增减(%)	2017年
总资产	5,807,193,137.96	6,087,507,530.34	-4.60	6,412,735,083.46
营业收入	2,857,040,777.50	2,733,217,139.67	4.53	2,565,133,743.81
归属于上市公司股东的净利润	370,074,793.92	533,591,465.85	-30.64	494,063,656.94
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	201,835,543.48	360,762,432.17	-44.05	439,868,515.37
归属于上市公司股东的净资产	4,264,746,333.18	4,432,416,210.03	-3.78	5,330,042,157.92
经营活动产生的现金流量净额	257,796,256.21	445,985,972.86	-42.20	496,421,030.27
基本每股收益(元/股)	0.64	0.93	-31.18	0.86
稀释每股收益(元/股)	0.64	0.93	-31.18	0.86
加权平均净资产收益率(%)	8.60	11.04	减少2.44个百分点	10.20

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	80,066.53	55,281.44	67,123.12	83,232.99
归属于上市公司股东的净利润	27,061.52	5,422.42	5,585.35	-1,061.82
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	15,297.82	4,238.87	3,555.76	-2,908.89
经营活动产生的现金流量净额	10,249.19	-9,514.88	7,654.82	17,390.50

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股本及股东情况

4.1 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

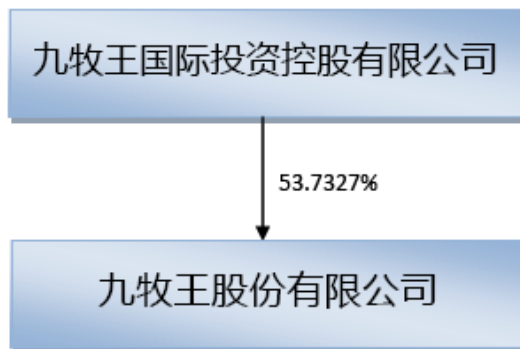
单位：股

截止报告期末普通股股东总数(户)		20,230					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)		19,610					
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	0	308,768,140	53.73		质押	50,000,000	境外法人
泉州市睿智投资管理有限公司	0	30,150,000	5.25		质押	20,800,000	境内非国有法人
泉州市顺茂投资管理有限公司	0	30,150,000	5.25		无		境内非国有法人
泉州市铂锐投资管理有限公司	0	30,150,000	5.25		无		境内非国有法人
智立方（泉州）投资管理有限公司	0	22,050,000	3.84		无		境内非国有法人
全国社保基金一零三组合	1,572,594	10,005,094	1.74		未知		其他
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	0	7,840,220	1.36		未知		其他
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	2,174,898	7,493,317	1.3		未知		其他
兴证证券资管—兴业银行—兴证资管鑫众77号集合资产管理计划	0	5,672,600	0.99		未知		其他
中国工商银行股份有限公司—富国中证红利指数增强型证券投资基金	3,216,415	3,661,415	0.64		未知		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>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；</p> <p>陈金盾、陈加贫、陈加芽与智立方（泉州）投资管理有限公司实际控制人陈美箬为兄妹关系；</p> <p>林聪颖为陈金盾的妹夫，为陈加贫、陈加芽、陈美箬的姐夫。</p> <p>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>						

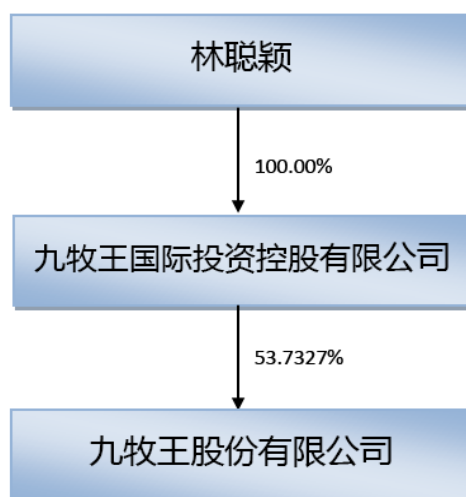
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

5.1 公司债券基本情况

单位:亿元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	发行日	到期日	债券余额	利率	还本付息方式	交易所

九牧王股份有限公司 2016年公司债券（第一期）	16九牧01	136729	2016-9-26	2019-9-26	2.00	3.70	单利按年计息付息，不计复利，每年付息一次，到期一次还本，最后一期利息随本金的兑付一起支付。	上海证券交易所
-----------------------------	--------	--------	-----------	-----------	------	------	---	---------

5.2 公司债券付息兑付情况

√适用 □不适用

本期债券的起息日为2016年9月26日，付息日期为2017年至2019年间每年的9月26日。如遇法定节假日或休息日，则顺延至其后的第1个工作日，每次付息款项不另计利息。

本期公司债券已于2019年9月26日到期，公司已完成本期债券的还本付息及摘牌，详见公司于2019年9月16日刊载于上海证券交易所网站的《关于2019年公司债券本息兑付和摘牌公告》。

5.3 公司债券评级情况

√适用 □不适用

2019年6月17日，联合信用评级有限公司出具了《九牧王股份有限公司公司债券2019年跟踪评级报告》，报告评定公司主体长期信用等级为AA，评级展望为“稳定”，公司公开发行的“16九牧01”公司债券信用等级为AA，详见公司于2019年6月18日刊载于上海证券交易所网站的《九牧王股份有限公司公司债券2019年跟踪评级报告》。

5.4 公司近2年的主要会计数据和财务指标

√适用 □不适用

主要指标	2019年	2018年	本期比上年同期增减(%)
资产负债率(%)	26.42	27.13	-0.71
EBITDA全部债务比	1.12	1.03	8.74
利息保障倍数	27.83	258.39	-89.23

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

公司在2018年年度报告“董事会报告”中披露了2019年的经营目标，具体如下：

收入计划(亿元)	费用计划(亿元)	新年度经营目标
营业收入 29.00 亿元	成本和期间费用 23.80 亿元	2019 年终端预计净增 50-150 家

2019年公司实现营业收入28.57亿元，完成全年收入计划的98.50%；成本和期间费用24.59亿元，占年成本及费用计划的103.30%；2019年终端净增加158家。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

财政部于 2017 年 3 月 31 日分别发布了《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》（财会【2017】7 号）、《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》（财会【2017】8 号）、《企业会计准则第 24 号—套期会计》（财会【2017】9 号），于 2017 年 5 月 2 日发布了《企业会计准则第 37 号—金融工具列报》（财会【2017】14 号）。要求境内上市企业自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。本公司于 2019 年 1 月 1 日执行上述新金融工具准则，对会计政策的相关内容进行调整。

2019 年 4 月 30 日，财政部发布的《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会【2019】6 号），要求对已执行新金融工具准则但未执行新收入准则和新租赁准则的企业按规定编制财务报表。

2019 年，财政部发布了《关于印发修订〈企业会计准则第 7 号—非货币性资产交换〉的通知》（财会[2019]8 号）、《关于印发修订〈企业会计准则第 12 号—债务重组〉的通知》（财会[2019]9 号）进行会计政策的变更，仅对财务报表项目列示产生影响，对公司财务状况、经营成果不产生重大影响。于 2019 年 1 月 1 日之前的金融工具确认和计量与新金融工具准则要求不一致的，本公司按照新金融工具准则的规定，对金融工具的分类和计量（含减值）进行追溯调整，将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日（即 2019 年 1 月 1 日）的新账面价值之间的差额计入 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。同时，本公司未对比较财务报表数据进行调整。

2019 年 9 月 19 日，财政部发布了《关于修订印发《合并财务报表格式（2019 版）》的通知》（财会【2019】16 号），与财会【2019】6 号配套执行。

本公司根据财会【2019】6 号、财会【2019】16 号规定的财务报表格式编制比较报表，并采用追溯调整法变更了相关财务报表列报。

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

√适用□不适用

报告期本公司纳入合并范围的子公司及孙公司合计 10 家，其中本年新增 1 家，具体请阅“附注八、合并范围的变动”和“附注九、在其他主体中的权益”。