

公司代码：600177

公司简称：雅戈尔

雅戈尔时尚股份有限公司  
2024 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 <http://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、 立信会计师事务所（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

公司董事会提出以下利润分配预案：以2024年度权益分派实施公告确定的股权登记日的总股本为基数，每股派发现金红利0.20元（含税）；以2024年12月31日公司总股本4,623,441,902股为基数计算，共派发现金红利924,688,380.40元（含税）。本年度不送红股，也不以资本公积金转增股本。

在董事会审议通过本利润分配预案后至实施权益分派股权登记日期间，因回购股份、股权激励授予等致使公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配金额不变，相应调整分配总额。

根据公司2023年年度股东大会授权，公司已分别于2024年9月13日、2024年12月4日、2025年3月3日完成2024年第一季度、半年度、第三季度现金红利分派，共派发现金红利1,387,032,570.60元（含税）。

如前述年度利润分配预案经公司2024年年度股东大会审议通过，公司2024年度向全体股东共派发现金红利人民币2,311,720,951.00元（含税），占本年度归属于上市公司股东净利润的比例为83.53%。

同时，公司董事会综合考虑公司的经营业绩和现金流情况，提出2025年中期分红规划：拟结合2025年第一季度、半年度及第三季度未分配利润与当期业绩，于2025年9月、12月及2026年3月实施三次中期分红，并提请股东大会授权董事会制定具体的分红方案（2025年年度分红方案结合审计数据提出并实施）。

## 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	雅戈尔	600177	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	冯隽	曹雨超
联系地址	浙江省宁波市海曙区鄞县大道西段2号公司证券部	浙江省宁波市海曙区鄞县大道西段2号公司证券部
电话	0574-56198177	0574-56198177
传真	0574-87425390	0574-87425390
电子信箱	ir@youngor.com	ir@youngor.com

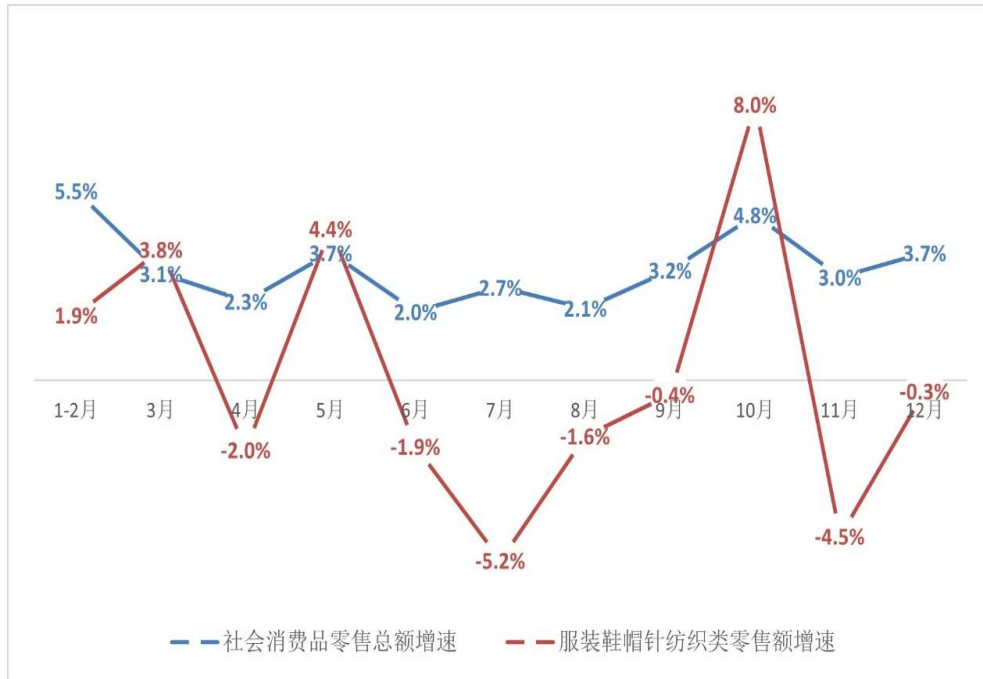
## 2、报告期公司主要业务简介

### 公司从事的业务情况

公司核心主业为以品牌服装为主体的时尚产业，其他业务包括地产开发和投资。报告期内，公司业务结构、经营模式、竞争优势、行业地位等未发生重大变化。

### 公司所处行业情况

国家统计局数据显示，2024 年社会消费品零售总额 48.79 万亿元，比上年增长 3.5%，增速较 2023 年回落 3.7 个百分点。其中，限额以上单位服装、鞋帽、针纺织品类零售额全年同比增长 0.3%，增速较 2023 年回落 12.60 个百分点，未能延续恢复性增长态势。



2024 年，消费对 GDP 增长的贡献从 2023 年的 82.5% 回落到 44.5%（数据来源：国家统计局）。面对市场规模增速放缓、整体预期偏弱、消费内生动力不足的压力，时尚行业面临更加分化和内卷的竞争：

1、高端市场折戟：2023 年高端与下沉市场并进的 K 型复苏曲线，在 2024 年出现分化。根据贝恩公司发布的《2024 年中国奢侈品市场报告》，2024 年中国内地个人奢侈品市场销售额预计下降 18%-20%。

2、细分赛道突围：运动户外继续延续高景气度，户外风格进一步日常化，叠加功能性科技以及小众运动继续兴起，新锐户外运动品牌持续涌现。同时，京东联合魔镜发布的《2024 年秋冬服饰潮流趋势白皮书》显示，“保暖外穿”赛道（羽绒服、冲锋衣、大衣）和“品质舒适内搭”赛道（针织衫、保暖内衣、家居服）相关品类规模增速迅猛。

3、渠道竞争加剧：线上线下平台从价格内卷逐步回归到卷服务、卷体验。百货、购物中心等业态积极通过数字化转型、多元化创新，优化提升运营效率与顾客体验；非标商业、城市更新、首店成为商业关注的热点。

消费需求的收缩与分化，倒逼国内品牌加速升级：以科技赋能推动供应链优化和产品创新，

以 IP 联名、可持续叙事等提升品牌价值、重塑品牌文化，以渠道重构、体验升级等满足情绪价值，以差异化的策略、高质量的转型巩固综合竞争优势。

## 核心竞争力分析

### 1、坚持创新驱动，锻造供应链优势，不断巩固商务男装行业龙头地位

公司的前身是成立于 1979 年的“青春服装厂”。在四十余年的发展历程中，公司积极应用新材料、新技术和新理念，建立了完整的产品研发和技术创新体系，不断强化以 DP、水洗等功能性产品为核心的系列化开发和技术升级，探索可持续理念与绿色材料、技术的深度融合。

根据中国商业联合会、中华全国商业信息中心联合发布的中国市场商品销售统计结果，雅戈尔男衬衫连续 28 年、男西装连续 25 年获得同类产品市场综合占有率第一。

此外，公司构建了有韧性的供应链体系，与供应商在设计、生产等方面形成了深度合作，确保了公司的弹性供货能力。

### 2、聚焦主品牌提升，完善多品牌矩阵，推进时尚产业生态布局

公司以主品牌 YOUNGOR 为核心，结合多年来在渠道、供应链、资金、零售管理等方面的积累和优势，实施多元化品牌发展战略，自创、合作开发及收购八大品牌，布局商务休闲、运动户外、童装、潮流、生活方式等领域，基本构建起时尚集团矩阵格局，覆盖满足更多消费人群对美好生活的需要。

#### YOUNGOR

雅戈尔旗下主品牌，打造“最受欢迎的高级商务人士的品牌”和代表“中国品质”的品牌战略。品牌以全球化视野，依托全产业链优势，坚持科技与创新的研发理念，确立了 YOUNGOR 品牌在中国服装领域的重要地位。

雅戈尔品牌服装以全系列男装为主体，布局商务女装、青少年装等。男装以“中国衬衫”加行政商务、婚庆、户外休闲三大系列为构架，满足对应人群多场景、高品质、高品位的着装需求。

#### MAYOR

中国男装奢品。坚持“匠心、原创、卓越”的核心价值，遍寻全球珍稀原料，编织优雅，雕琢非凡。以高端产品、高级定制服务高雅成功人士。满足您在行政、商务、休闲、派对等场合的着装需求和风尚追求。

#### HANP（汉麻世家）

创立于 2009 年，作为中国天然休闲生活方式品牌之一，从一粒种子开始到汉麻材质的全方位应用，融合多种天然材料，将高质量功能性产品提供给消费者。

HANP 品牌以“开创自然新生活”为核心理念，坚守品牌基因，传承汉麻文化。持续打造汉麻精品线，发挥汉麻材质天然、吸湿、抗菌、抗静电等功能。同时延伸休闲服装线，以麻类材质休闲基因与时尚设计相结合，适合日常聚会、休闲娱乐等多种场景，着力构建“天然、健康、科技”的休闲生活方式。

怀着对大自然的敬畏之心，我们将一如既往地探索汉麻和其他天然创新材料在当代生活中的更多可能。秉持绿色引领，匠人之心，输出品质生活。HANP 品牌目前已荣获多项专利，及联合国粮农组织授予“天然纤维综合应用突出贡献奖”、世界服装大会颁布“2023 年度十大类纺织创新产品”等多项荣誉。

#### HART MARX（哈特·马克思）

1887 年，HART MARX 在美国创立，历经 130 余年的发展，始终处于创新&变革的前沿，并开创服装领域多个“第一”。进入 21 世纪，秉承骑士精神，以“生活马术”为品牌风格，致力于打造高端运动休闲品牌，重新诠释当代都市节奏下的运动休闲方式。

#### MAISON CORTHAY

法国顶奢鞋履品牌。采用传统固特异制鞋工艺，以独特的轮廓、圆润的曲线和平滑的缝线著称，坚持使用充满能量与活力的色彩，手工上色，极具风格，为顾客创造兼具美感与高品质的鞋履。

#### UNDEFEATED

UNDEFEATED 不仅是一家潮流精品零售店，也是一个享誉全球的运动服饰品牌，设计和开发了一系列令人印象深刻的经典单品。其标志性的“五条杠”Logo 寓有“不败”之意，同时象征着“胜利”和“美德”。

自 2002 年由 JamesBond 与 Eddie Cruz 共同创立以来，UNDEFEATED 已经在街头建立了良好

的声誉，并证明了其商业模式的独创性。从洛杉矶 LaBrea Ave. 街边的一家小店开始，UNDEFEATED 的店铺目前已经遍布中国、美国和日本的数十座城市。

时至今日，UNDEFEATED 仍然在青年人群中有着举足轻重的地位，仍是定义运动潮流和街头文化时代的强音。

#### **HELLY HANSEN**

HELLY HANSEN 来自挪威，创始于 1877 年，致力于开发高端专业级户外服饰，帮助人们更有活力地生活。

不停革新的 HELLY HANSEN 深受世界级航海家、滑雪者及探险家们的追捧。作为世界顶级专业运动服装品牌，超过 5 万个专业滑雪人士拥有 HH 的装备，全球超过 200 家滑雪场和山地向导公司选择了 HH。在世界级的奥林匹克赛事中，也能看到 HH 在雪地里、于雪山上耀眼的品牌标识。

五大洋赛事的世界顶级帆船选手对 HELLY HANSEN 青睐有加，我们很自豪能与这项运动中最出色的帆船运动员以及专业的帆船协会合作并参与其中。

HELLY HANSEN 还是领先的北欧救援工作服品牌，在需要装备同时达到性能、保护和安全的工作场合都可以看到 HELLY HANSEN。

一个世纪以来，我们传承 HELLY HANSEN 船长的传奇，从最恶劣的天气环境中收集灵感不断创新，每一次的革新，都是为了更好地保护户外爱好者完成下一个挑战。

#### **BONPOINT**

1975 年，Marie-France Cohen 于巴黎创立 BONPOINT。品牌名在法语中意为“优点”，蕴含着创始人期望为孩子们打造极致优质精致服饰的愿景，自此掀开奢华童装领域的崭新篇章。

BONPOINT 的设计团队由一群满怀热忱与天赋的设计师构成，他们从法国高级时装中汲取灵感，将精湛工艺与童趣元素精妙融合。品牌始终秉持严苛标准，选用顶级的棉、丝、羊绒等面料，对每一处细节都精雕细琢。从细腻繁复的手工刺绣，到典雅别致的纽扣，无一不淋漓尽致地展现出 BONPOINT 对品质的极致追求。品牌经典的连衣裙、衬衫、外套等单品，凭借简约优雅的设计与精巧细致的剪裁，备受家长与孩子们的青睐。

不仅如此，BONPOINT 的业务范畴还延伸至鞋履、配饰、护肤品、香水以及家居系列，致力于为孩子们营造全方位的奢华体验，同时也为亲子间创造更多温馨美好的瞬间。

### **3、巩固直营渠道优势，优化会员体验，探索新商业模式**

公司构建了覆盖全国的营销网络体系，涵盖自营专卖店、购物中心、商场网点、奥莱、团购、特许等六大线下渠道，以及电商、微商城两大线上渠道，直营渠道的销售收入占比达到 95% 以上，更有利于洞察消费者需求，提供精准、及时、灵活的会员服务。

公司持续推进渠道升级战略，传递品牌理念，优化消费体验，通过传统门店、时尚体验馆、商务会馆的迭代，探索适应新消费环境的新商业模式。

### 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

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	71,389,352,770.85	80,511,726,788.27	-11.33	77,777,108,183.72
归属于上市公司股东的净资产	41,199,968,953.69	39,216,715,238.31	5.06	37,920,525,633.46
营业收入	14,188,216,938.96	13,749,455,750.80	3.19	14,821,202,773.20
归属于上市公司股东的净利润	2,767,465,580.96	3,433,926,376.96	-19.41	5,072,774,235.80
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,703,134,728.75	3,185,195,062.38	-15.13	4,716,967,388.29
经营活动产生的现金流量净额	1,545,600,284.13	6,541,807,252.17	-76.37	-1,935,452,878.58
加权平均净资产收益率(%)	6.83	8.91	减少2.08个百分点	14.09
基本每股收益(元/股)	0.60	0.75	-20.00	1.11
稀释每股收益(元/股)	0.60	0.75	-20.00	1.10

#### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：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	3,311,464,552.55	2,399,382,369.70	2,689,020,544.91	5,788,349,471.80
归属于上市公司股东的净利润	926,972,854.76	938,032,610.00	646,922,126.75	255,537,989.45
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	920,370,965.63	900,220,916.10	628,617,907.42	253,924,939.60
经营活动产生的现金流量净额	-275,527,399.04	1,017,238,581.46	-44,582,489.24	848,471,590.95

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

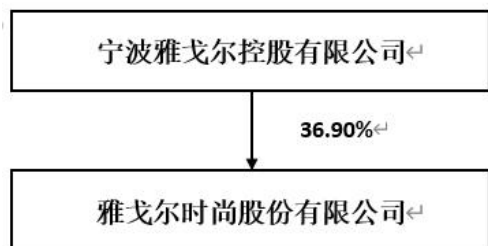
截至报告期末普通股股东总数（户）					88,064		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					84,572		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
宁波雅戈尔控股有限公司	0	1,706,212,641	36.90	0	无		境内非国有法人
昆仑信托有限责任公司—昆仑信托·添盈投资一号集合资金信托计划	0	439,409,601	9.50	0	未知		其他
中国证券金融股份有限公司	0	251,131,792	5.43	0	未知		其他
李如成	0	130,436,328	2.82	0	无		境内自然人
深圳市博睿财智控股有限公司	-5,607,600	97,050,000	2.10	0	未知		境内非国有法人
香港中央结算有限公司	7,577,888	96,030,098	2.08	0	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	234,110	61,163,417	1.32	0	未知		其他
深圳市恩情投资发展有限公司	3,137,880	49,188,480	1.06	0	未知		境内非国有法人
中国建设银行股份有限公司—华泰柏瑞中证红利低波动交易型开放式指数证券投资基金	42,657,170	42,657,170	0.92	0	未知		其他

雅戈尔集团有限公司	0	39,606,947	0.86	0	无	境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	宁波雅戈尔控股有限公司、雅戈尔集团有限公司、李如成系一致行动人；其他股东未知其有无关联关系或是否属于一致行动人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用					



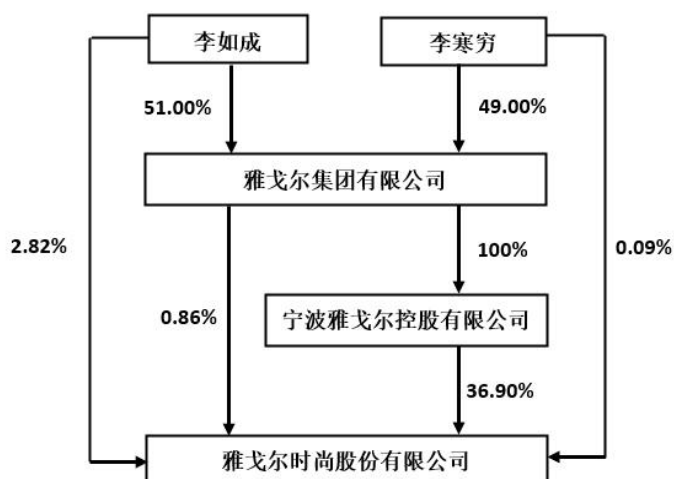
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

2024 年，公司完成营业收入 1,418,821.69 万元，同比增长 3.19%；实现归属于上市公司股东的净利润 276,746.56 万元，由于产业布局调整叠加消费需求疲软等因素，同比下降 19.41%；期末归属于上市公司股东的净资产 4,119,996.90 万元，同比增长 5.06%；资产负债率 41.95%，较年初下降 9.02 个百分点。

时尚板块完成营业收入 679,905.20 万元，实现归属于上市公司股东的净利润 43,115.26 万元，受消费复苏不及预期以及投入性费用增加等因素影响，分别同比下降 6.94%、43.90%。

地产业务无新推项目，尾盘实现预售收入 303,075.91 万元（订单口径，合作项目按权益比例折算），同比下降 69.03%；结转营业收入 747,139.72 万元，同比增长 16.20%；实现归属于上市公司股东的净利润 15,355.95 万元，同比下降 73.23%。

投资业务继续优化投资结构，减持或退出三亚长浙等财务投资项目，收回现金 179,645.11 万元，全年实现归属于上市公司股东的净利润 220,945.46 万元，同比增长 5.43%。

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