公司代码：601566　　公司简称：九牧王

九牧王股份有限公司

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 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

公司拟以权益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3.00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	张景淳	张喻芳
联系地址	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
传真	0592-2955997	0592-2955997
电子信箱	ir@joeone.net	ir@joeone.net

2、 报告期公司主要业务简介

根据国家统计局数据，2024 年 1-12 月，我国社会消费品零售总额 487,895 亿元，比上年增长 3.5%。全国限额以上单位消费品零售额 192,553 亿元，同比增长 2.7%，其中，限额以上单位服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额同比增长 0.3%，实物商品网上穿类商品零售额同比增长 1.5%。

2024 年国内男装市场在消费升级与理性消费的双重驱动下，呈现出多元化、科技化与可持续的发展态势：

1、消费理性化，追求高质价比与多元品质，重视消费价值

根据麦肯锡、尼尔森、普华永道等主流机构发布的中国消费趋势调研报告，2024 年中国消费者展现出理性审慎、追求高质价比与多元品质的消费特征，消费回归价值和意义。消费者更加注重产品的价值，而非盲目追求品牌溢价；高性价比和质价比成为核心购买决策因素。

2、消费场景多元化，推动品类加速细分

随着户外运动、健身等场景的兴起，消费者对功能性与时尚感兼具的产品需求显著增长，也推动服装功能性面料和设计技术的创新。男装消费向职场通勤、运动休闲、户外探险、社交娱乐等多场景延伸，商务休闲风、户外运动风成为主流趋势，男装品类加速细分。

3、消费者对本土文化的认同感增强，国潮继续盛行

国务院《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》明确提出开发时尚国潮产品，推动服装、箱包等领域打造“潮牌”。消费者对本土文化的认同感增强，更倾向购买融入国潮元素的产品和国产品牌，Z 世代（95 后、00 后）已成为国潮消费的主力军，他们不仅追求个性化表达，还通过“谷子经济”（二次元周边消费）形成文化认同。

4、服装品牌全面深耕细作，灵活应对市场变化，积极探索新的增长引擎

面对市场挑战与消费者需求变迁，服装品牌主动谋求变革与发展，在产品创新、渠道布局、精准营销及市场拓展等多个层面深化布局与探索：

- 在产品创新方面，服装品牌融合传统文化与现代潮流，并依托科技力量引领产品创新，不断研发新型面料与功能，以高质价比满足消费者的多元化功能需求，并凭借极致单品精准定位细分市场，深植消费者心智。
- 在渠道建设上，服装品牌积极抢占优质购物中心与奥特莱斯资源，以更贴近年轻消费群体的方式，构建强大的渠道网络。在营销策略上，服装品牌重视线下与线上消费场景的打造与消费体验的升级，通过加速线上线下融合，为消费者带来更加便捷、舒适的购物体验。

- 在市场布局方面，国内市场竞争加剧，推动品牌加速全球化布局。部分品牌尝试出海战略，积极推动品牌国际化进程，以更广阔的视野迎接全球市场的机遇与挑战；部分品牌并购国际品牌，与自有品牌在品类、定位等方面形成互补，在渠道、供应链等方面形成协同效应，同时根据国内消费者的需求，推出本地化产品和营销策略，进一步提升市场渗透率。

（一）报告期内公司主营业务情况

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、韩国通勤时装 ZIOZIA 及源自潮流文化的时尚裤装品牌 FUN 等多个品牌，覆盖多个核心年龄段和产品风格，持续推进“品牌拓展、品质领先、全球化、高质量发展”战略，聚焦专业裤装、商务休闲、时尚商务三大业务领域，积极引领和服务消费者“多场景”着装需求，为顾客打造专业高品质服饰与生活方式,致力于“成为全球领先的多品牌时尚商务服饰集团”。

1、“男裤专家”九牧王品牌

九牧王品牌秉承精工匠心，专注男裤 36 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、T 恤和西服等，产品风格涵盖正装、商务休闲及户外等。截止 2024 年，九牧王男裤市场综合占有率连续二十五年位列国内第一，强势领跑中国男裤市场[2]。

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”“最佳商务男装品牌”、“中国最有价值品牌 500 强”“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”“中国最有价值品牌 500 强”“中国奥莱 20 年影响力品牌”“中国纺织服装品牌竞争力优势企业”等多项荣誉。

2、韩国通勤时装 ZIOZIA

ZIOZIA 品牌创立于 1995 年，是韩国高级男士成衣品牌，公司于 2018 年通过合资方式取得其大中华区的经营权。根据中国市场的消费需求，将品牌重新定位于“韩国通勤时装”。ZIOZIA 品

[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

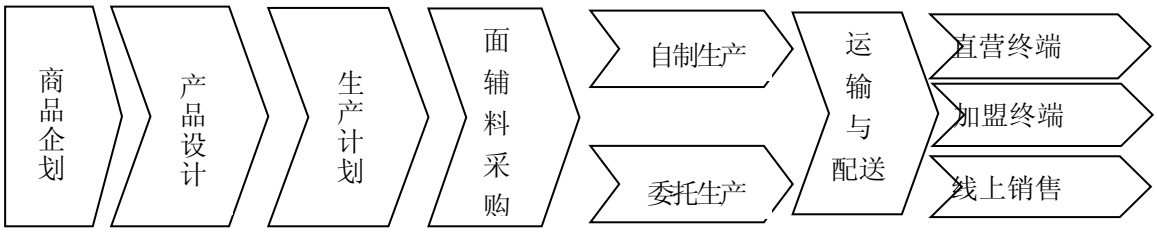
牌将秉承舒适通勤的品牌使命，为 25~35 岁的追求品质的职场人士提供全天候、多场景的穿着需求和服务，致力于成为当代品质人士通勤着装的首选品牌。

3、源自潮流文化的时尚裤装品牌 FUN

FUN 品牌战略升级，以打造高性价比的时尚裤装为品牌使命，用时尚与功能兼备的产品，表达当代年轻人健康、活力、酷的生活状态；用好看、好穿又好搭配的产品，重新定义裤装，满足 18~35 岁的时尚年轻消费者的需求，致力于成为年轻人裤装首选品牌。

（二）公司主要经营模式

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，生产和销售九牧王等品牌的服饰产品。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。公司制定了规范的采购流程，严格控制采购的每个环节，包括跟踪采购进度、生产进度，入库检验及货款结算等，确保公司采购的面辅料及成衣符合公司的要求。

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，线下公司主要采用直营和加盟相结合的销售模式。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。线上方面，公司已全面布局天猫、京东、唯品会、抖音、小红书等主流电商平台、微商城以及其他新兴线上渠道，以全域触及前端顾客。随着移动互联网的普及，以及新技术、新工具赋能下，线上线下渠道正加速打通、融合，以全方位服务顾客。

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

	2024年	2023年	本年比上年增减(%)	2022年
总资产	571,885.86	578,604.56	-1.16	567,267.40
归属于上市公司股东的净资产	394,490.99	392,124.64	0.60	376,093.01
营业收入	318,124.53	305,499.87	4.13	262,009.06
归属于上市公司股东的净利润	17,620.53	19,123.83	-7.86	-9,325.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	20,106.14	24,142.37	-16.72	6,010.89
经营活动产生的现金流量净额	26,617.45	58,265.54	-54.32	26,981.17
加权平均净资产收益率（%）	4.50	4.98	减少0.48个百分点	-2.40
基本每股收益（元／股）	0.31	0.33	-6.06	-0.16
稀释每股收益（元／股）	0.31	0.33	-6.06	-0.16

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	93,984.42	63,573.24	69,064.33	91,502.54
归属于上市公司股东的净利润	10,818.12	-5,816.63	8,506.33	4,112.71
归属于上市公司股东的	19,909.15	-7,082.54	-2,581.49	9,861.02

扣除非经常性损益后的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	10,562.04	-5,613.70	-4,258.35	25,927.46

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）							14,499
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							14,195
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	
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		27,650,000	4.81		无		境内非国有法人
泉州市睿智投资管理有限公司		19,450,000	3.38		质押	13,600,000	境内非国有法人
泉州市铂锐投资管理有限公司		18,950,000	3.30		质押	13,000,000	境内非国有法人
陈培泉		15,293,400	2.66		无		境内自然人
智立方（泉州）投资管理有限公司		14,550,000	2.53		无		境内非国有法人
瑞银资产管理（新加坡）有限公司－瑞银卢森堡投资 SICAV	-896,300	8,563,190	1.49		未知		其他
香港中央结算有限公司	6,017,174	7,739,093	1.35		未知		其他

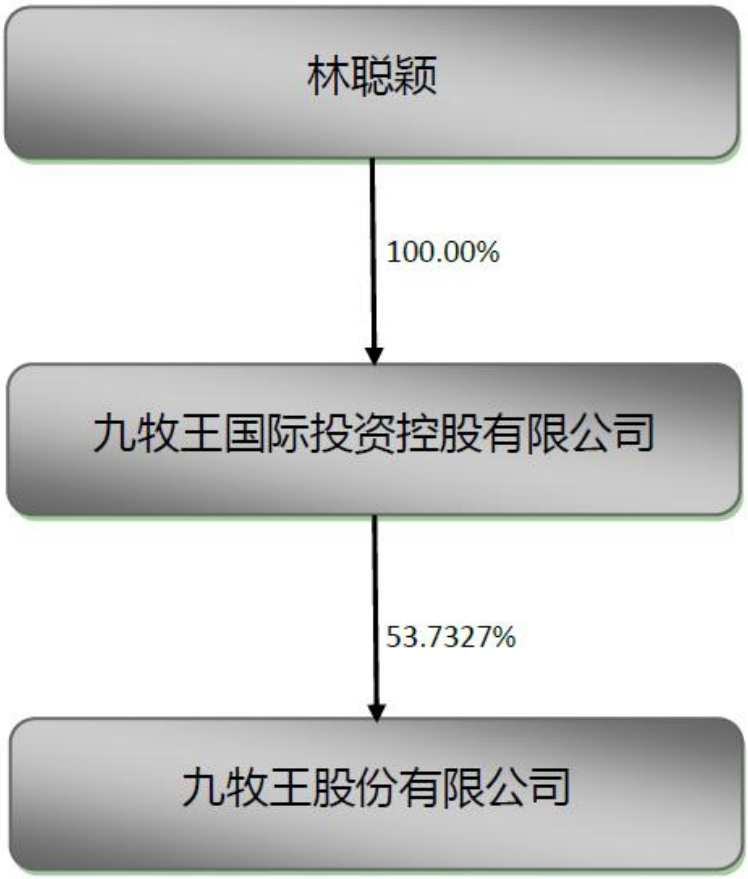
吴晓滨		7,687,554	1.34		未知		境内自然人
陈美箸		7,500,000	1.31		无		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明		泉州市顺茂投资管理有限公司实际控制人陈金盾、泉州市睿智投资管理有限公司实际控制人陈加贫及泉州市铂锐投资管理有限公司实际控制人陈加芽为兄弟关系； 陈金盾、陈加贫、陈加芽与智立方（泉州）投资管理有限公司实际控制人陈美箸为兄妹关系； 九牧王国际投资控股有限公司实际控制人林聪颖为陈金盾的妹夫，为陈加贫、陈加芽、陈美箸的姐夫；陈培泉为陈加贫之子。 除上述关联关系外，未知其他股东是否存在关联关系或一致行动情况。					

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。

公司全资子公司上海玖传就与上海中奥实业发展有限公司（以下简称“中奥地产”）租赁合同纠纷事项向上海市闵行区人民法院（以下简称“法院”）提起诉讼，并于 2023 年 3 月收到法院的受理通知书，案号为（2023）沪 0112 民初 10534 号。

上海玖传（出租方）与中奥地产（承租方）签订了《房屋租赁合同》、《车位出租协议》，自2022年5月起中奥地产未按约定支付租金。上海玖传向法院提起诉讼要求对方支付租金及违约金等共计669.02万元。

2023年3月10日，中奥地产对上海玖传提起反诉讼，要求上海玖传支付装修损失1,656.50万元及承担全部诉讼费用。

2024年7月8日，上海闵行区人民法院一审判决：

① 确认双方之间的《房屋租赁合同》于2023年4月6日解除；

② 中奥地产支付上海玖传租金、违约金等合计1,016.89万元；

③ 上海玖传无需退还履约保证金209.67万元；

④ 上海玖传支付中奥地产装修补偿350万元。

随后上海玖传、中奥地产均提起上诉。

上海市第一中级人民法院于2024年12月12日作出判决：驳回上海玖传、中奥地产的上诉请求，维持一审判决。本次判决为终审判决。

截至本报告披露日，上述判决尚未执行。

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