



北京嘉曼服饰股份有限公司 2024年年度报告摘要

2025年4月28日

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：不适用。

非标准审计意见提示

☐适用 ☒不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

☐适用 ☒不适用

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

☒适用 ☐不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 108000000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 7.2 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 2 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

☐适用 ☐不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	嘉曼服饰	股票代码	301276
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	程琳娜	曹宁	
办公地址	北京市石景山区古城西街 26 号院 1 号楼 8 层 801	北京市石景山区古城西街 26 号院 1 号楼 8 层 801	
传真	010-68149756	010-68149756	
电话	010-68149755	010-68149755	
电子信箱	investor@jmdress.com	investor@jmdress.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（1）主营业务

公司是一家中高端品牌服装的运营企业，业务涵盖童装、男装和女装的研发设计、品牌运营与推广、直营与加盟销售等核心业务环节。其中童装产品覆盖 0-16 岁（主要为 2-14 岁）的男女儿童服装及内衣袜子等相关附属产品。

公司构建了线上与线下、直营与加盟的多元化全渠道销售模式。直营方面，公司在国内一线、二线城市众多知名商场和购物中心开设了直营店铺，在保证店铺效益的同时兼顾品牌形象的建立和宣传；加盟方面，公司不断拓展市场覆盖版图，让更多的消费者能体验并认可公司的产品；线上方面，公司致力于与电商头部平台合作，已经在唯品会、天猫、抖音、京东、拼多多等国内知名电商平台开设旗舰店和专卖店。

公司采取了多品牌差异化的运营策略，包括自有品牌：暇步士（Hush Puppies）和水孩儿，自有渠道：Bebelux，授权经营品牌：哈吉斯（Hazzys），十余个国际零售代理品牌：EMPORIO ARMANI、HUGO BOSS 等。在消费层级方面，水孩儿对应中端市场；暇步士、哈吉斯对应中高端市场；Bebelux 国际多品牌集合店对应高端童装市场。各个品牌的发展阶段涵盖了成熟期、发展期、初创期三个梯度。公司凭借各品牌自有特色在各个细分市场中满足不同类型消费者的需求，培养有品牌忠诚度的客户群体。通过多品牌差异化发展和线上和线下、直营与加盟渠道并行的发展战略，公司产品

已形成对童装市场多维度、深层次的渗透，具备持续的滚动式发展潜力。

公司运营的服装品牌及其定位情况如下：

类别	品牌名称	品牌定位
自有品牌	水孩儿（Souhait）	中端
	暇步士（Hush Puppies）	中高端
	菲丝路汀（Fees&Lutins）	中高端
授权品牌	Hazzys（哈吉斯）	中高端
国际代理品牌	EMPORIO ARMANI、HUGO BOSS、KENZO KIDS、Chlo��、VERSACE、MONCLER、FENDI 等	高端

注：由于公司发展战略规划调整，菲丝路汀（Fees&Lutins）暂停 2024 年秋冬季产品之后设计和开发工作。

（2）其他业务

2023 年 9 月 14 日 Wolverine 集团已将暇步士 Hush Puppies 品牌在中国大陆及港澳地区的全品类 IP 资产移交给公司。公司亦承继了暇步士品牌在中国大陆及港澳地区各品类（包括：童装、鞋类、男士服装、女士服装、箱包、皮具等）被授权商与 Wolverine 集团或其授权商签订的授权许可协议。

公司开展了通过将暇步士品牌的一个或多个品类产品在中国大陆地区进行设计、生产、销售、宣传的权利授权给被授权公司，并根据许可协议约定收取品牌授权使用费的业务模式。

（3）主要产品

公司的主要产品包括自有品牌水孩儿和暇步士，授权品牌哈吉斯，国际零售代理品牌 EMPORIO ARMANI、HUGO BOSS 等的童装产品，产品覆盖暇步士品牌男女装和上述各品牌的童装外套（礼服、套装、羽绒服、风衣、夹克等）、上衣（T 恤、衬衣、马夹、背心、秋衣、毛衣等）、裤类、裙类及内衣袜子等相关附属产品。公司经营的主要产品如下：

类型	品牌名称	品牌介绍	图例
自有品牌	暇步士  Hush Puppies	暇步士品牌始创于 1958 年，以标志性的巴吉度猎犬作为品牌商标。产品的设计将永恒的休闲风格、较高的舒适度和品质感完美结合，为世界各地的几代消费者定义了正宗的休闲风格。	  
	水孩儿 	创立于 1995 年，是国内较早的专业化童装品牌，主要服务于 2-14 岁少年儿童，开发以简约时尚为特色，结合户外、运动风格的各种系列服装产品。	

授权品牌	哈吉斯 	哈吉斯品牌定位于校园风格，综合了 LG 时装集团一贯的精心裁剪和当今国际流行的色彩，洋溢着浓郁的英伦风情。	
国际零售代理品牌	EMPORIO ARMANI、HUGO BOSS、KENZO KIDS、Chloé等	均为国际一、二线流行品牌，经过多年的合作和发展，公司已成为该等国际品牌方在国内重要的童装产品代理商和零售商。	 

注 1：2024 年年中公司开始自运营暇步士品牌男女装业务。

（4）公司市场地位情况

男女装方面：公司自有品牌暇步士（Hush Puppies）是由沃尔弗林集团于 1958 年创立，以著名的巴吉度猎犬作为品牌标志。产品的设计将永恒的休闲风格、较高的舒适度和品质感相结合，为世界各地的几代消费者定义了正宗的休闲风格。暇步士（Hush Puppies）主张舒适自然的时代人文精神，60 多年来，暇步士（Hush Puppies）凭借对该理念的坚持，至今足迹已遍布世界多个国家及城市。暇步士（Hush Puppies）品牌的休闲鞋及服装先后于 1997 年和 1999 年进入中国市场，多年来在休闲品牌类占有一席之地。2002 年暇步士（Hush Puppies）品牌的手表及包类亦正式登陆中国，使这个家族性品牌的商品更趋于成熟及多元化，是一个家喻户晓的全球性品牌。2023 年 9 月，公司收购了该品牌在大陆及港澳地区的全品类 IP 资产，至此暇步士成为公司的主力自有品牌。

童装方面：公司自有品牌“水孩儿”于 1995 年创立，主要专注于为 2-14 岁少年儿童开发以简约时尚为特色，结合户外及运动风格的各种系列服装产品，是国内较早一批成立的专业化童装品牌，具有一定的市场基础及消费认知。“水孩儿”童装一方面以水的灵动、活力、纯洁、和谐作为品牌的文化内涵，倡导孩子们走向户外，亲近大自然，在探索中成长，

并将该等理念融入到产品的色系、版型、面料的设计元素当中。另一方面，自品牌创立伊始即着重于中高端市场渠道，重视产品品质感，从设计、原料、生产、销售等全流程把控产品质量，以良好的品质赢得了市场口碑。根据中国商业联合会与中华全国商业信息中心的监测报告结果显示，在中国大童童装市场子类别中，“水孩儿”品牌连续多年的市场综合占有率排名前十，连续三届被“中国服装协会”评为“中国十大童装品牌”。

公司的授权经营品牌哈吉斯（Hazzys）创立于 2000 年，它综合了 LG 时装集团一贯的精心裁剪和当今国际流行的色彩，洋溢着浓郁的英伦校园风情，是国际知名的流行服饰品牌。公司于 2015 年获得哈吉斯童装在中国大陆地区（不包括港澳台）的独家授权，独立进行上述品牌童装的设计、生产、运营推广和销售。对该品牌的授权经营不仅提高了公司的盈利能力，也为公司培养了一批技术过硬的设计人才，是公司核心竞争力的重要补充。

公司从 2005 年开始经营国际高端童装品牌零售业务，主要包括“EMPORIO ARMANI”、“KENZO KIDS”和“HUGO BOSS”等国际知名一二线品牌，并与该等品牌保持了良好的合作关系。除开设进口单品牌店铺外，公司创立了“Bebelux ”国际高端童装集合店，将不同品牌、不同风格的国际精品童装集中呈现在消费者面前，满足消费者的不同消费需求。国际高端童装品牌零售业务是公司与国际服装设计潮流接轨的重要窗口，同时是公司提升国际知名度及行业内形象的重要渠道，是公司保持核心竞争力必不可少的元素。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年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

元

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
总资产	2,599,826,835.65	2,481,383,090.19	4.77%	2,380,309,789.20
归属于上市公司股东的净资产	2,094,185,032.02	2,009,114,676.91	4.23%	1,864,016,798.00
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	1,099,165,342.05	1,151,755,114.76	-4.57%	1,143,091,866.57
归属于上市公司股东的净利润	171,210,765.36	179,917,468.66	-4.84%	165,752,168.14
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	130,211,317.60	124,121,440.66	4.91%	137,097,138.61
经营活动产生的现金流量净额	135,085,636.02	162,042,071.35	-16.64%	126,450,805.23
基本每股收益（元/股）	1.59	1.67	-4.79%	1.89
稀释每股收益（元/股）	1.59	1.66	-4.22%	1.89
加权平均净资产收益率	8.36%	9.32%	-0.96%	15.97%

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	287,640,604.12	192,746,031.53	206,294,055.58	412,484,650.82

归属于上市公司股东的净利润	53,153,456.08	39,202,029.18	11,525,445.73	67,329,834.37
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	44,876,406.77	15,549,977.14	7,421,647.04	62,363,286.65
经营活动产生的现金流量净额	55,166,508.60	-31,790,441.04	1,738,356.02	109,971,212.44

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

☐是 ☒否

4、股本及股东情况

(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

报告期末普通股股东总数	11,845	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	11,238	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）									
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、标记或冻结情况				
					股份状态	数量			
刘澍	境内自然人	45.79%	49,456,042.00	49,348,842.00	不适用				0.00
曹胜奎	境内自然人	6.99%	7,548,446.00	7,548,446.00	不适用				0.00
马丽娟	境内自然人	6.16%	6,653,670.00	6,653,670.00	不适用				0.00
刘林贵	境内自然人	3.06%	3,307,339.00	3,307,339.00	不适用				0.00
北京力元正通投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.52%	2,721,573.00	2,721,573.00	不适用				0.00
深圳市架桥富凯股权投资企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.10%	2,266,600.00	0.00	不适用				0.00
天津架桥富凯股权投资基金合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.18%	1,278,347.00	0.00	不适用				0.00
刘焜松	境内自	1.09%	1,173,200.00	0.00	不适用				0.00

	然人					
陈卫星	境内自 然人	0.84%	906,200.00	0.00	不适用	0.00
江苏银 行股份 有限公 司一博 时汇融 回报一 年持有 期混合 型证券 投资基 金	其他	0.39%	421,791.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系 或一致行动的说明		1、北京嘉曼服饰股份有限公司股东曹胜奎、刘林贵、刘激、马丽娟为一致行动人。2、前十名股东中曹胜奎与刘林贵为夫妻关系，刘激为曹胜奎与刘林贵之子，刘激与马丽娟为夫妻关系。3、北京嘉曼服饰股份有限公司股东北京力元正通投资合伙企业（有限合伙）的执行事务合伙人为公司控股股东、实际控制人刘激。4、公司股东深圳市架桥富凯股权投资企业（有限合伙）和天津架桥富凯股权投资基金合伙企业（有限合伙）穿透后均由自然人徐波、张丽梅共同控制。5、除前述关联关系外，未知公司其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。				

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

☐适用 ☒不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

☐适用 ☒不适用

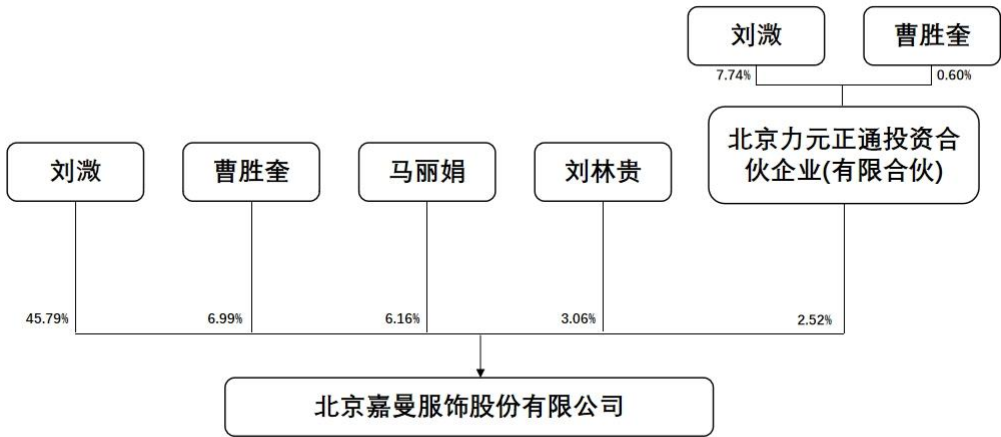
公司是否具有表决权差异安排

☐适用 ☒不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

☐适用 ☒不适用

三、重要事项

无