

## 九牧王股份有限公司 2015 年年度报告摘要

### 一 重要提示

1.1 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网站上仔细阅读年度报告全文。

1.2 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。

#### 1.3 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
独立董事	童锦治	因公出差	薛祖云

1.4 致同会计师事务所（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。

#### 1.5 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
姓名	吴徽荣
电话	0592-2955789
传真	0592-2955997
电子信箱	ir@joeone.net

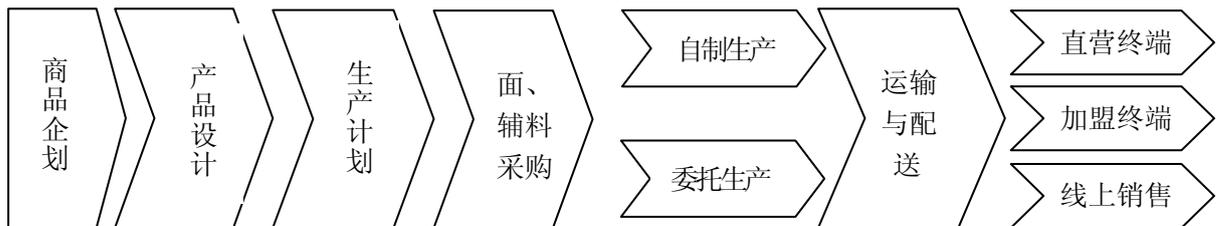
1.6 公司拟以 2015 年 12 月 31 日总股本 574,637,150 股为基数，每 10 股派发现金股利 5.0 元（含税），本次实际分配的利润共计 287,318,575.00 元，剩余未分配利润 291,132,178.41 元，结转以后年度分配。

## 二 报告期主要业务或产品简介

### （一）、公司主要业务及经营模式

公司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，主要从事男士商务休闲品牌服饰的生产和销售，主要产品包括男裤、茄克、衬衫、T 恤和西装等。公司凭借强劲的品牌知名度、庞大的营销网络、“专业好品质”的产品、业务纵向一体化带来的高价值供应链优势，公司核心产品九牧王男裤及茄克已经占据市场领导者地位。

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。自制生产模式主要是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。网上销售，主要销售渠道为天猫、京东、唯品会、苏宁易购等第三方平台，此外公司还自主开发了线上销售平台九牧王E商场，随着移动互联网的普及，公司正加紧完善新媒体营销方式。

## （二）、服装行业发展情况

2012年以前，我国服装零售行业经历了十年的黄金发展期，从限额以上批发零售企业服装鞋帽、针纺织品零售额来看，2002-2012年的复合增速达23.75%（数据来源：国家统计局），快速增长的行业大环境造就了一批高速发展的企业。在黄金十年，服装零售企业主要采取相对粗放的“开店+提价”的单品牌增长模式，注重渠道数量和批发能力。但在2012年之后，行业运营环境变得愈发复杂，先后暴露出高库存及单店运营能力不强等问题，加之零售景气度下滑，服装零售企业依靠价格提升及外延扩张已无法持续支撑自身的增长，增速出现明显放缓。数据显示，2012年开始纺织服装/服饰行业收入及利润增速分别由2011年的28%和33%下降至11%和10%（数据来源：wind）。与此同时，2012年“双十一”的发力，使企业遭受来自电商新渠道的又一冲击。在此背景下，自2012年底开始，各服装零售企业陆续展开了渠道调整之路，展开了渠道精简、供应链整合、提高零售能力、打通全渠道等等，开启了品牌整合和单店质量提升阶段。从实际的效果来看，行业多数品牌的库存去化已经接近尾声，也取得了一定效果，后续行业的复苏将取决于市场需求回升的力度。行业目前暂未形成在规模上、品牌上具备绝对优势的企业，存在行业整合与突围的机会。公司结合现在的行业目前的发展阶段，提出“零售转型”，旨在提高单店经营质量，提升客户满意度，结合在品牌宣传、渠道建设、产品研发等方面的优势保持行业领先地位。

## 三 会计数据和财务指标摘要

单位：万元 币种：人民币

	2015年	2014年	本年比上年	2013年
--	-------	-------	-------	-------

			增减(%)	
总资产	539,357.801533	513,152.51	5.11	521,353.07
营业收入	225,660.119362	206,781.914241	9.13	250,153.93
归属于上市公司股东的净利润	40,425.078825	35,052.072713	15.33	53,730.22
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	43,207.17	33,634.6	28.46	52,383.11
归属于上市公司股东的净资产	428,370.811492	443,439.5	-3.40	451,943.09
经营活动产生的现金流量净额	54,005.834237	47,358.636671	14.04	55,884.73
期末总股本	57,463.715	57,463.715	0	57,846.23
基本每股收益(元/股)	0.70	0.61	14.75	0.93
稀释每股收益(元/股)	0.70	0.61	14.75	0.93
加权平均净资产收益率(%)	9.37	7.88	增加1.49个百分点	12.05

#### 四 2015年分季度的主要财务指标

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	56,273.88	46,291.49	57,645.69	65,449.06
归属于上市公司股东的净利润	12,794.03	9,498.35	5,372.76	12,759.94
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	12,508.05	11,627.73	11,605.59	7,465.8
经营活动产生的现金流量净额	25,214.37	5,478.09	10,266.66	13,046.71

#### 五 股本及股东情况

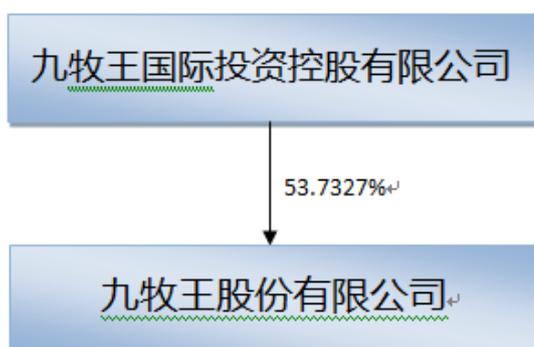
##### 5.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数(户)		17,815					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)		16,694					
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	-28,731,860	308,768,140	53.73		质押	93,811,442	境外法人
泉州市顺茂投资管理有限公司		30,150,000	5.25		无		境内非国有法人
泉州市睿智投资管理有限公司		30,150,000	5.25		质押	23,000,000	境内非国有法人
泉州市铂锐投资管理有限公司		30,150,000	5.25		质押	25,000,000	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	14,000,000	境内非国有法人
九牧王股份有限公司-第一期员工持股计划		18,093,996	3.15		无		其他
全国社保基金一一二组合		13,007,771	2.26		未知		其他
全国社会基金一一八组合		7,467,230	1.30		未知		其他
南方东英资产管理有限公司-南方东英客户专项计划7号(交易所)		6,286,293	1.09		未知		其他
中国工商银行-南方绩优成长股票型证券投资基金		5,075,825	0.88		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；南方东英资产管理有限公司-南方东英客户专项计划7号(交易所)实际控制人陈美冷与九牧王国际投资控股有限公司实际控制人林聪颖为夫妻关系，为一致行动人；</p> <p>陈美冷、林聪颖为陈金盾的妹妹、妹夫，为陈加贫、陈加芽、陈美箬的姐姐、姐夫。</p> <p>上述股东陈美冷、林聪颖为一致行动人。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>						

## 5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



## 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



## 六 管理层讨论与分析

### 一 管理层讨论与分析

公司在 2014 年年度报告“董事会报告”中披露了 2015 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 21.5 亿元	成本和期间费用 17.5 亿元	2015 年终端预计与上年基本持平

2015 年公司实现收入 22.57 亿元，完成年收入计划的 104.98%；成本和期间费用 17.56 亿元，

占年成本及费用计划的 100.33%；2015 年终端净减少 153 家，主要是公司继续关闭效益不佳的终端所致。

### (一) 主营业务分析

#### 利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位:万元 币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	225,660.12	206,781.91	9.13
营业成本	94,857.22	90,470.24	4.85
销售费用	57,971.22	56,785.30	2.09
管理费用	20,563.66	20,588.41	-0.12
财务费用	301.16	-7,506.19	不适用
经营活动产生的现金流量净额	54,005.83	47,358.64	14.04
投资活动产生的现金流量净额	-22,790.12	-87,727.22	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	-33,418.55	-44,862.70	不适用
研发支出	2,271.40	2,188.49	3.79

财务费用本年比上年增加 7,807.35 万元，主要是本报告期内收到的利息收入减少所致。

投资活动产生的现金流量净额增加 64,937.10 万元，主要是本报告期内理财赎回导致现金流增加。

#### 1. 收入和成本分析

##### (1). 主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位:万元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
服装服饰	223,923.09	93,564.62	58.22	8.94	4.63	增加 1.72 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
男裤	111,561.97	43,880.69	60.67	9.18	5.07	增加 1.54 个百分点
茄克	43,939.42	20,149.57	54.14	32.75	26.33	增加 2.33 个百分点
衬衫	28,464.38	11,216.04	60.60	-3.24	-9.56	增加 2.76 个百分点

西装	15,893.33	7,181.81	54.81	11.05	8.43	增加 1.09 个百分点
T 恤	12,357.88	5,028.80	59.31	0.52	-4.27	增加 2.04 个百分点
其他	11,706.11	6,107.71	47.82	-17.85	-17.83	减少 0.02 个百分点
合计	223,923.09	93,564.62	58.22	8.94	4.63	增加 1.72 个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
华东	94,107.00	41,829.88	55.55	9.05	2.01	增加 3.07 个百分点
中南	48,498.24	19,000.21	60.82	4.91	2.68	增加 0.85 个百分点
华北	29,492.96	11,695.58	60.34	12.09	10.27	增加 0.65 个百分点
西北	19,893.90	8,136.65	59.10	15.00	9.67	增加 1.99 个百分点
西南	20,418.38	8,139.31	60.14	12.57	12.25	增加 0.12 个百分点
东北	11,512.60	4,762.98	58.63	2.06	2.73	减少 0.27 个百分点
合计	223,923.09	93,564.62	58.22	8.94	4.63	增加 1.72 个百分点

#### 主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明

公司主营业务全部为销售服装服饰产品的收入,公司 2015 年主营业务收入较上年同期上升了 8.94%。

从收入的产品构成来看,男裤占主营业务收入的比重为 49.82%,是公司的核心产品。

从收入的地区构成来看,各区域的收入均出现了不同程度的上升。

报告期内公司向前五名客户累计销售 37,298.90 万元,占公司营业收入的 16.53%。

#### (2). 产销量情况分析表

主要产品	生产量	销售量	库存量	生产量比上年增减 (%)	销售量比上年增减 (%)	库存量比上年增减 (%)
男裤	5,148,927.00	5,000,440.00	2,813,497.00	3.44	5.07	4.53
茄克	741,004.00	762,417.00	422,056.00	12.43	27.75	-7.89
衬衫	1,316,051.00	1,281,553.00	550,880.00	1.96	-4.60	2.25

西装	356,555.00	382,093.00	195,452.00	1.06	4.58	-15.81
T恤	523,822.00	503,159.00	173,763.00	12.64	-2.40	2.18
其他	860,590.00	849,381.00	830,445.00	-4.12	-12.95	-3.79
合计	8,946,949.00	8,779,043.00	4,986,093.00	3.52	2.60	0.65

产销量情况说明

上表中“生产量”包含自产与外购。

报告期公司自产产能状况

产品类别	折算标准品类	设计产能(万件)	产能利用率(%)	在建产能及投资建设情况
茄克、衬衫、T恤	茄克	50.00	95.98	无
西装、男裤	男裤	500.00	79.66	无

### (3). 成本分析表

单位：万元

分行业情况							
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
服装服饰	营业成本	93,564.62	98.64	89,424.63	98.84	4.63	
其他业务	营业成本	1,292.60	1.36	1,045.61	1.16	23.62	
合计	营业成本	94,857.22	100.00	90,470.24	100.00	4.85	
分产品情况							
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
男裤	营业成本	43,880.69	46.26	41,763.19	46.70	5.07	
茄克	营业成本	20,149.57	21.24	15,950.04	17.84	26.33	
衬衫	营业成本	11,216.04	11.82	12,401.28	13.87	-9.56	
西装	营业成本	7,181.81	7.57	6,623.52	7.41	8.43	
T恤	营业成本	5,028.80	5.30	5,253.15	5.87	-4.27	
其他服装服饰产品	营业成本	6,107.71	6.44	7,433.47	8.31	-17.83	
其他业务	营业成本	1,292.60	1.36	1,045.61	1.17	23.62	
合计	营业成本	94,857.22	100.00	89,424.63	100.00	6.08	

2014-2015年公司自产产品成本构成如下：

产品名称	期间	直接材料占比(%)	直接人工占比(%)	制造费用占比(%)
男裤	2015	64.15	20.05	15.80

产品名称	期间	直接材料占比 (%)	直接人工占比 (%)	制造费用占比 (%)
	2014	63.54	20.65	15.81
茄克	2015	53.83	27.59	18.58
	2014	54.89	26.17	18.94
衬衫	2015	64.80	21.22	13.98
	2014	65.37	19.64	14.99
西装	2015	43.86	30.47	25.67
	2014	41.24	31.22	27.54
T 恤	2015	70.95	17.10	11.95
	2014	71.95	15.23	12.82

成本分析其他情况说明

主要供应商情况

报告期内公司向前五大供应商采购 15,556.51 万元，占公司采购总额比例为 18.60%。

## 2. 费用

单位：万元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动额	变动比例 (%)
销售费用	57,971.22	56,785.30	1,185.92	2.09
管理费用	20,563.66	20,588.41	-24.75	-0.12
财务费用	301.16	-7,506.19	7,807.35	
资产减值损失	7,161.14	8,136.24	-975.10	-11.98
所得税费用	8,701.26	9,707.95	-1,006.69	-10.37
合计	94,698.44	87,711.71	6,986.73	7.97

财务费用本年比上年增加 7,807.35 万元，主要是本报告期内收到的利息收入减少所致。

## 3. 研发投入

研发投入情况表

单位：万元

本期费用化研发投入	2,271.40
本期资本化研发投入	
研发投入合计	2,271.40
研发投入总额占营业收入比例 (%)	1.01
公司研发人员的数量	102
研发人员数量占公司总人数的比例 (%)	1.42
研发投入资本化的比重 (%)	0

情况说明

公司研发支出主要系与服装产品设计开发相关的各项支出，报告期内公司研发支出 2,271.40 万元，较上年同期上升 3.79 %。

#### 4. 现金流

单位：万元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动额	变动比例 (%)
经营活动产生的现金流量净额	54,005.83	47,358.64	6,647.19	14.04
投资活动产生的现金流量净额	-22,790.12	-87,727.22	64,937.10	
筹资活动产生的现金流量净额	-33,418.55	-44,862.70	11,444.15	

说明：投资活动产生的现金流量净额增加 64,937.10 万元，主要是本报告期内理财赎回导致现金流增加。

#### (二) 非主营业务导致利润重大变化的说明

适用 不适用

#### (三) 资产、负债情况分析

#### 资产及负债状况

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例 (%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例 (%)	本期期末金额较上期期末变动比例 (%)	情况说明
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	122,128,386.38	2.26				详见其他说明
应收利息	3,298,568.83	0.06				详见其他说明
一年内到期的非流动资产	56,182,639.25	1.04	706,086.69	0.01	7856.90	详见其他说明
其他流动资产	928,123,568.92	17.21	2,016,980,636.13	39.31	-53.98	详见其他说明
可供出售金融资产	1,050,109,557.66	19.47	184,760,000.00	3.60	468.36	详见其他说明
长期股权投资	260,360,525.93	4.83	-			详见其他说明

投资性房地产	265,632,899.83	4.92	138,571,814.35	2.70	91.69	详见其他说明
在建工程	3,247,941.70	0.06	4,870,220.58	0.09	-33.31	详见其他说明
长期待摊费用	11,144,200.30	0.21	4,935,792.10	0.10	125.78	详见其他说明
其他非流动资产	4,053,075.64	0.08	16,877,347.72	0.33	-75.99	详见其他说明
短期借款	364,121,477.14	6.75	-			详见其他说明
应交税费	47,222,042.04	0.88	28,878,012.84	0.56	63.52	详见其他说明
应付利息	2,946,428.49	0.05	-			详见其他说明
递延收益	11,974,477.18	0.22	6,020,008.46	0.12	98.91	详见其他说明
递延所得税负债	51,584.38	0.00				详见其他说明

#### 其他说明

1、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产余额较年初增加 12,212.84 万元，主要是报告期内购买股票所致；

2、应收利息余额较年初增加 329.86 万元，主要是报告期内新增债券投资相应应计的债券利息；

3、一年内到期的非流动资产年末较年初增加 5,547.66 万元，主要是报告期内一年内到期的可供出售金融资产增加所致；

4、其他流动资产年末较年初减少 108,885.71 万元，减幅 53.98%，主要是报告期内赎回的理财产品增加所致；

5、可供出售金融资产年末较年初增加 86,534.96 万元，增幅 468.36%，主要是报告期内购买的债券、基金、认购期限大于一年的理财产品以及参股北京瑞誉金合投资管理中心（有限合伙）、北京清科致达投资管理中心（有限合伙）、上海向心云网络科技有限公司股权所致；

6、长期股权投资年末较年初增加 26,036.05 万元，主要是报告期内本公司发起设立了上海景林九盛欣联股权投资中心（有限合伙），投资于互联网时尚生活相关项目；以及发起设立了上海华软创业投资合伙企业（有限合伙），投资于新文化时尚相关项目；

7、投资性房地产年末较年初增加 12,706.11 万元，增幅 91.69%，主要是报告期内对外出租的房产增加所致；

8、在建工程年末较年初下降 33.31%，主要是报告期内部分在建工程结转固定资产所致；

9、长期待摊费用年末较年初增加 620.84 万元，增幅 125.78%，主要是报告期内待摊销的装修费、租赁费增加所致；

10、其他非流动资产年末较年初减少 1,282.43 万元，减幅 75.99%，主要是本年预付房屋、设备款结转固定资产所致；

11、短期借款年末较年初增加 36,412.15 万元，主要是报告期内根据短期资金需求借入资金所致；

12、应交税费年末较年初增加 1,834.40 万元，增幅 63.52%，主要是报告期内应缴纳的增值税和企业所得税增加所致；

13、应付利息年末较年初增加 294.64 万元，主要是报告期内新增短期借款对应应付利息增加；

14、递延收益年末较年初增长 595.45 万元，增长 98.91%，主要是报告期内 VIP 客户消费积分尚未兑换，本年度积分增加所致；

15、递延所得税负债年末余额较年初增加 5.15 万元，主要是报告期交易性金融资产、衍生金融工具的会计处理与税法处理的暂时性差异所致。

#### (四) 行业经营性信息分析

##### 服装行业经营性信息分析

##### 1. 报告期内实体门店情况

√适用□不适用

品牌	门店类型	2014 年末数量(家)	2015 年末数量(家)	2015 新开(家)	2015 关闭(家)
JOEONE	直营	838	829	63	72
JOEONE	加盟	2,074	1,908	170	336
FUN	直营	33	48	25	10
FUN	加盟	0	7	7	0
合计	--	2,945	2,792	265	418

##### 2. 报告期内各品牌的盈利情况

√适用□不适用

单位:万元币种:人民币

品牌类型	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
JOEONE 品牌	220,982.73	92,416.46	58.18	8.50	4.40	1.64
FUN 品牌	2,940.36	1,148.16	60.95	56.44	27.08	9.02
合计	223,923.09	93,564.62	58.22	8.94	4.63	1.72

FUN 品牌营业收入本年较上年增长 56.44%，主要系报告期内 FUN 终端拓展所致。

### 3. 报告期内直营店和加盟店的盈利情况

√适用 □不适用

单位:万元币种:人民币

分门店类型	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
直营店	76,785.59	27,032.93	64.79	10.88	9.53	0.43
加盟店	125,158.90	56,955.87	54.49	7.50	0.60	3.12
其他	21,978.61	9,575.82	56.43	10.57	17.83	-2.69
合计	223,923.09	93,564.67	58.22	8.94	4.63	1.72

### 4. 报告期内线上、线下销售渠道的盈利情况

√适用 □不适用

单位:万元币种:人民币

销售渠道	2015 年			2014 年		
	营业收入	营业收入占比 (%)	毛利率 (%)	营业收入	营业收入占比 (%)	毛利率 (%)
线上销售	16,503.38	7.37	56.66	14,792.16	7.20	60.13
线下销售	207,419.71	92.63	58.34	190,762.51	92.80	56.21
合计	223,923.09	100.00	58.22	205,554.67	100.00	56.50

### 5. 报告期内各地区的盈利情况

√适用 □不适用

单位:万元币种:人民币

地区	营业收入	营业收入占比 (%)	营业收入比上年增减 (%)
华东	94,107.00	42.03	9.05
中南	48,498.24	21.66	4.91
华北	29,492.96	13.17	12.09
西北	19,893.90	8.88	15.00
西南	20,418.38	9.12	12.57
东北	11,512.60	5.14	2.06
境内小计	223,923.09	100.00	8.94
合计	223,923.09	100.00	8.94

### 6. 其他说明

√适用 □不适用

2014-2015 年,公司按门店类型分类的终端数量及面积情况如下:

门店类型	2015 年		2014 年	
	数量 (家)	面积 (平方米)	数量 (家)	面积 (平方米)
JOEONE 品牌				

门店类型	2015 年		2014 年	
	数量 (家)	面积 (平方米)	数量 (家)	面积 (平方米)
直营店	829	53,782	838	48,600
加盟店	1,908	215,586	2,074	209,957
FUN 品牌				
直营店	48	4,145	33	2,799
加盟店	7	641	-	-
合计	2,792	274,154	2,945	261,356

2014-2015 年，公司按门店地区分类的终端数量情况如下：

地区	2015 年			2014 年		
	JOEONE 终端数	FUN 终端数	合计 占比%	JOEONE 终端数	FUN 终端数	合计 占比%
华北	457	1	16.40	482	-	16.37
华东	955	47	35.89	1042	33	36.5
华中	348		12.46	377	-	12.8
华南	255		9.13	259	-	8.79
西南	262	3	9.49	270	-	9.17
西北	262	4	9.53	276	-	9.37
东北	198		7.09	206	-	6.99
合计	2737	55	100.00	2912	33	100.00

报告期内公司的存货情况

单位：元 币种：人民币

存货种类	年末数			年初数		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	79,885,050.27	14,366,902.18	65,518,148.09	88,063,467.74	12,499,057.41	75,564,410.33
在产品	13,240,105.63	-	13,240,105.63	12,187,784.39	-	12,187,784.39
库存商品	564,226,134.81	68,435,403.49	495,790,731.32	561,281,208.81	72,687,851.28	488,593,357.53
周转材料	2,770,825.09	-	2,770,825.09	2,007,136.60	-	2,007,136.60
委托加工物资	7,021,932.05	-	7,021,932.05	15,030,055.39	-	15,030,055.39
合计	667,144,047.85	82,802,305.67	584,341,742.18	678,569,652.93	85,186,908.69	593,382,744.24

报告期内按库龄结构披露库货情况：

单位：元 币种：人民币

库龄	账面金额	跌价准备	账面价值
1 年以内	399,371,729.65	4,162,812.40	395,208,917.25

库龄	账面金额	跌价准备	账面价值
1-2年	76,612,148.00	5,171,551.08	71,440,596.92
2-3年	48,322,472.31	26,740,077.70	21,582,394.61
3年以上	39,919,784.85	32,360,962.31	7,558,822.54
合计	564,226,134.81	68,435,403.49	495,790,731.32

#### 存货周转天数分析

报告期末，公司存货余额为 58,434.17 万元，较上期同比下降 1.52%，存货周转天数为 224 天，较上年 242 天减少 18 天，主要是公司去库存达到一定效果，销售增长所致。

#### 应付账款周转天数分析

报告期末，公司应付账款余额为 26,460.44 万元，较上期同比下降 1.72%，公司应付账款周转天数约为 101 天，较上期减少 5 天，主要是公司销售增长，营业成本相应增加所致。

#### 应收账款周转天数分析

报告期末，公司应收账款余额为 16,210.88 万元，较上期同比下降 7.94%，本期公司应收账款周转天数约为 27 天，较上期减少 4 天，主要是因为公司报告期内维持稳健的信贷政策所致。

### (五) 投资状况分析

#### 1、对外股权投资总体分析

单位：元 币种：人民币

涉及报表科目	期末余额	期初余额	变动比例 (%)
长期股权投资	260,360,525.93	-	-
可供出售金融资产	492,760,000.00	184,760,000.00	166.70
对外股权投资合计	753,120,525.93	184,760,000.00	307.62

公司内对外股权投资增加 56,836.05 万元，增幅 307.62%，主要是公司报告期内新增上海景林九盛欣联股权投资中心（有限合伙）、上海华软创业投资合伙企业（有限合伙）、北京瑞誉金合投资管理中心（有限合伙）等投资所致。

### (1) 重大的股权投资

单位：元 币种：人民币

被投资公司名称	主要业务	投资份额	持股比例	资金来源	合作方	投资期限	产品类型	预计收益	本期投资盈亏	是否涉诉等
上海景林九盛欣联股权投资中心（有限合伙）	股权投资，实业投资，投资咨询，企业管理及咨询，投资管理	135,838,296.00	99.00%	自有	上海景辉投资管理中心（有限合伙）	6年	股权投资	-	-675,951.88	否
上海华软创业投资合伙企业（有限合伙）	投资管理、投资咨询、资产管理、实业投资	125,000,000.00	49.02%	自有	龙城旅游控股集团有限公司、北京金陵华瑞咨询合伙企业（有限合伙）、常州华软投资管理有限公司	6年	股权投资	-	198,181.81	否
北京瑞誉金合投资管理中心（有限合伙）	投资管理、实业投资	300,000,000.00	8.57%	自有	西藏瑞誉投资管理有限公司、堆龙德庆奕卓咨询服务有限责任公司等	7年	股权投资	-	-	否
财通证券股份有限公司	证券经纪；证券投资咨询；证券自营；证券承销与保荐	184,760,000.00	1.92%	自有	浙江省金融控股有限公司等	-	股权投资	-	-	否

### (2) 重大的非股权投资

无

### (3) 以公允价值计量的金融资产

单位：元 币种：人民币

明细	初始投资成本	资金来源	报告期内购入	售出	投资收益	公允价值变动情况
债券	359,719,686.11	自有	359,719,686.11	147,619,551.64	5,204,983.82	-2,041,524.34
基金	129,855,766.90	自有	129,855,766.90	-	-	-1,575,269.78
权益性理财产品	89,950,099.80	自有	89,950,099.80	9,558,017.41	9,426,656.04	-5,198,992.73
股票	735,440,115.30	自有	735,440,115.30	617,304,510.51	-50,344,399.46	3,819,964.08
衍生金融资产-远期 结售汇合同	-	自有	-	-	-	172,817.51
合计	1,314,965,668.12		1,314,965,668.12	774,482,079.57	-35,712,759.60	-4,823,005.26

#### (六) 重大资产和股权出售

无

#### (七) 主要控股参股公司分析

单位：万元 币种：人民币

子公司全称	子公司类型	经营范围	注册资本	总资产	净资产	净利润	上年净利润	净利润波动	占合并净利润比
欧瑞宝(厦门)投资管理有限公司	全资子公司	服装业的投资及管理,服装、鞋帽销售,经营各类商品和技术的进出口	1,500.00	1,042.04	1,042.04	62.23	25.04	148.52%	0.15%
玛斯(厦门)投资管理有限责任公司	全资子公司	服装业的投资及管理,服装、鞋帽销售,经营各类商品和技术的进出口	5,000.00	5,395.51	-100.99	1,171.92	340.81	243.86%	2.90%
九牧王零售投资管理有限公司	全资子公司	投资控股、品牌推广、研发及销售	86,067.46 万港币	73,546.84	70,648.54	-860.47	-42.78		-2.13%
泉州九牧王洋	全资子	生产各种服装及服饰产品	4,200.00	22,494.29	21,921.73	419.18	697.46	-39.90%	1.04%

子公司全称	子公司类型	经营范围	注册资本	总资产	净资产	净利润	上年净利润	净利润波动	占合并净利润比
服时装有限公司	公司								
山南九牧王商贸有限责任公司	全资子公司	服装、服饰的批发及零售	1,000.00	34,534.43	28,471.75	15,818.97	11,417.31	38.55%	39.14%
九牧王(河南)有限公司	全资子公司	服装生产、销售	10,000.00	10,647.06	10,647.06	283.64	326.34	-13.08%	0.70%
西藏工布江达县九盛投资有限责任公司	全资子公司	投资及投资咨询服务、服装服饰的批发及零售	80,000.00	111,707.94	78,706.12	-712.68	-61.3		-1.76%
厦门九牧王投资发展有限公司	全资子公司	对房地产投资；房地产开发经营与管理及其相关技术的交流和推广；企业管理咨询、投资顾问；销售：服装、服饰、鞋帽、皮革制品、纺织品、箱包、香水	30,000.00	40,939.24	34,582.40	2,979.95	1,074.71	177.28%	7.37%
合计				300,307.35	245,918.65	19,162.74	13,777.59		

2015年净利润占比10%以上的子公司情况如下：

单位：万元 币种：人民币

子公司名称	所属行业	主要产品或服务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	营业利润	净利润
山南九牧王商贸有限责任公司	服装行业	服装销售	10,000.00	34,534.43	28,471.75	58,866.01	17,251.09	15,818.97

山南九牧王商贸有限责任公司（以下简称“山南九牧王”）2015年净利润较上年上升38.55%，主要系山南九牧王承担公司的部分采购业务，报告期

内山南九牧王的收入同比增长，从而导致其经营业绩上升。

与公司主业关联度较小的子公司

子公司全称	注册资本	成立目的	未来经营计划
九牧王零售投资管理有限公司	86,067.46 万港币	作为公司境外投资主体，优化公司投资结构	进行境外资本运作，优化投资结构
西藏工布江达县九盛投资有限责任公司	80,000 万人民币	对公司资产进行管理及进行资本运作	进行资本运作，提高公司资产使用效率

本年取得子公司情况

本公司之子公司西藏工布江达县九盛投资有限责任公司于 2015 年 7 月与韩都衣舍电子商务集团股份有限公司分别出资 5,010,000.00 元和 4,990,000.00 元设立济南九韩国际电子商务有限公司，分别持股 50.10%和 49.9%，本公司能够对济南九韩公司实施控制，2015 年将其纳入合并范围。

公司	取得方式	对公司整体生产经营和业绩的影响
济南九韩国际电子商务有限公司	投资设立	对净利润影响-12.62 万元，业绩影响-0.03%

本年无处置子公司情况

(八) 公司控制的结构化主体情况

无

## 二 公司关于公司未来发展的讨论与分析

### (一) 行业竞争格局和发展趋势

2015年国家经济已经进入“中高速增长”区间的新常态，居民消费需求疲弱、企业产能过剩，服装行业未来也将继续面临消费低迷、库存高企的局面，面对消费者日趋理性的消费理念，高性价比将成为企业运作的主要策略，销量主导将取代价格主导成为服装行业发展的重要趋势。

随着中央经济工作会议、十三五规划等会议的召开，以及“中国制造2015”等国家战略的实施，服装行业未来将在智能制造、供给侧改革等方面迎来更多的机遇与竞争。一方面，通过智能化改造，深度挖掘产业链上下游及中间环节的价值，发展柔性生产、智慧管理、私人定制将是服装行业智能改造的主要趋势；另一方面，供给侧改革政策的推出将加快淘汰品质低劣的服装企业，因此，提高产品质量、提升性价比是服装企业未来重点改善的方向。

同时，随着90后步入职场人数的增加，这一群体的消费能力逐渐增强，简单的设计与一般的品质和平庸的营销，已不能满足其追求个性的需求，增加服装设计的时尚度、多样化的营销、与时尚产业跨界合作，将有助服装企业精准定位年轻市场。

另外，众多服装企业频繁进行多元化投资，以应对主业业务业绩下滑的压力，或者通过整合、收购、入股等方式向多品牌、多品类进军，在更多的细分市场抢占份额，寻找新的盈利增长点。未来服装行业的投资行为将会进一步升级，通过投资打造生态圈，将产业链从线性变为网状，将产业触角延伸，构建多元化的产业集团；同时，立足主业，推出更多的细分品类或品牌，打造综合型品牌集团，增强品牌影响力。

展望未来，在终端消费低迷、电商冲击的背景下，未来服装零售企业将在以下几方面的管理提升以实现行业的竞争优势：①直营化，即打造符合零售时代的以直营以及类直营渠道为主的模式，提高对门店的控制力，通过精细化管理提高效率；②全渠道，推行线上和线下两条腿都走路的并进策略；③加强零售管理，围绕消费者需求，打造粉丝经济，推出特性化产品；④打通供应链，整合上游创造成本优势，提升反应速度；⑤通过多品牌、多品类的“生态圈平台化”实现进一步的外延发展。

### (二) 公司发展战略

#### 1、九牧王品牌

未来，九牧王品牌将继续以“领跑中国男裤，成为商务男装的领导品牌”为品牌愿景，通过开展零售转型、加强商品风格化、利用分标牌服务不同细分消费者。公司未来主要的战略举措如

下：

#### (1) 零售转型

公司零售转型以消费者满意、终端店铺盈利为核心，构建以市场为导向的快速反应价值链。转型的第一阶段从整合总部、分公司、门店的零售管理组织职能、零售培训和完善店铺标准等多方面强化零售运营能力，形成门店的核心竞争力；第二阶段以零售运营能力为基础，强化门店运营，建立单店规划和采买模型，提高采买的精准度，形成与前期规划之间的连动，最终形成商品管理的核心竞争力。

#### (2) 做强男裤

公司将始终把男裤作为核心的战略品类，提升裤类版型、面料功能、工艺研发水平；推行产品经理制，导入 SPA 模式，实现商品全生命周期管理，对市场快速反应；启动裤百店计划，开出形象好、流水高的裤店；保持综合裤类占有率第一的市场地位。

#### (3) 分标

公司通过分标满足不同细分消费群的需求，新标牌 J1 于 2016 春夏正式推向市场。针对新标牌，公司成立了独立的团队并制定了详细的发展规划。

#### (4) 商品风格化

为解决目前商务男装同质化的问题，公司将商品风格化作为重要的战略举措。基于品牌定位，沉淀产品 DNA、缩减 SKU、明确核心产品和主推、精准采买，在终端呈现清晰的商品风格。

### 2、FUN 品牌

2016 年，“FUN”品牌将持续提升全渠道运营管理能力、多产品线设计开发能力和供应链快速反应能力等核心能力，推动“潮牌领导者”品牌愿景的实现。

### 3、服装相关产业投资

除服装主业的发展外，公司还将积极探索服装相关产业的投资，致力于打造精英生活的时尚产业集团，围绕“精英生活”进行产业布局。产业覆盖精英生活的各方面，包括时尚服饰、时尚文化、时尚娱乐、时尚运动、时尚健康等。

### (三) 经营计划

公司 2016 年度的经营计划如下：

收入计划（亿元）	费用计划（亿元）	新年度经营目标
营业收入 23.20 亿元	成本和期间费用 19.00 亿元	2016 年终端预计与上年基本持平。

注：本经营计划不构成公司对未来业绩的实质承诺，敬请投资者注意投资风险。

#### 1、九牧王品牌

2016 年公司以“零售转型”、“做强男裤”为核心开展各项工作：

1) 继续推行标准店铺项目，实现零售标准运营落地：2015 年公司通过对标准店铺的打造，

形成可复制的终端零售运营标准,在此基础上 2016 年公司将分阶段将终端零售运营标准推广到各零售终端,实现零售运营标准的落地。

2) 进一步提升加盟商盈利能力:公司将零售运营标准推广到加盟商,协助加盟商进行零售转型;协助客户完成营业计划和采买规划,提升加盟商的盈利水平。

3) 建立品牌管理体系,完善品牌沟通传播策略:公司将通过建立“男裤专家”的品牌沟通策略,加强公司品牌与艺术、时尚的跨界合作,实现艺术与时尚的整合;优化 VIP 管理体系,完善 VIP 顾客沟通策略。

4) 强化自主开发能力:公司将强化产品系列化开发,寻找功能性面料,提高产品性价比,优化品类版型及工艺。

5) 建立快速的供应链响应机制:公司将通过固化周间验证/季节验证;优化采买模式、提高规划与采买精度;完善常规款战略供应商备货机制,建立面辅料战略储备;建立快速反应专用流水线、持续优化业务流程等措施来提升快速反应能力,提高畅销品补单的比例。

6) O2O 线上线下一体化,实现全渠道融合:2016 年公司将提高线上线下同价款商品的比例;在全国建立若干个区域分仓,整合全国商品,提高物流配送效率;同时培育与发展 C2B 名师专属订制业务。

## 2、FUN 品牌

在渠道方面,“FUN”品牌强调线上线下全渠道运营,强化线下实体店的“销售+体验”功能,在店铺设计方面考虑 O2O 的需求,对加盟店铺进行直营化管理,通过培训、优化销售人员激励机制、优化终端信息系统、打造新的店铺形象等手段持续提升终端销售能力及店效;线上强化社交化、粉丝化新电商,提升线上渠道的销售占比。2016 年,“FUN”品牌计划新开店铺 40-50 家。

在商品研发方面,“FUN”品牌将持续引进优秀的研发设计人才,提升原创设计能力,继续进行联名款运作,初步形成产品线风格,继续强化 T 恤、卫衣、夹克、裤等重点品类,并单独开发互联网产品。

在供应链管理方面,“FUN”品牌将持续优化相关业务流程,控制成本,提高商品性价比;建立供应商准入机制,提升供应链快速反应能力及商品品质。

在品牌推广方面,“FUN”品牌将打造 FUN 自媒体,加强社交媒体等新电商平台的推广,并通过与明星开展合作、互动等提升品牌认知度。

## (四) 可能面对的风险

市场风险

### （1）中国宏观经济波动的风险

服装行业具有一定的周期性，易受宏观经济波动的影响，尤其是中高端及高时尚度的品牌。目前，中国 GDP 增速进入下行通道，转入中速增长，而未来预计仍会延续这一趋势，这将可能影响消费者服装消费金额以及消费习惯，进而影响公司未来经营表现。对此，公司将根据宏观环境的变化及时调整运营策略。

### （2）消费需求变化，行业竞争加剧

消费者的需求更加个性化，对产品的要求更高，市场进一步细分。而因长期推行“订货制”，国内服装企业对市场的反应相对滞后，未能完全做到以终端消费者的需求为导向；此外，服装行业创新能力和机制不足，导致产品同质化程度较高，国内服装企业之间竞争加剧，并同时面临来自国际品牌和新兴品牌的竞争。为提升公司的核心竞争力，公司一方面将加强面辅料的开发，加强与战略供应商的合作，开发具有科技感和功能性的商品，并提高商品性价比；另一方面将加强定制业务和 VIP 客户精准营销，提升消费者体验，与消费者实现双向沟通，实现以市场为导向的快速反应。

### （3）下游销售渠道变化的风险

近年来，购物中心和电商渠道在国内发展迅猛，集成店等各类渠道也正逐步兴起，给百货商场、街铺等传统渠道造成了较大的冲击，未来公司如果没能及时有效的利用购物中心及电商等新兴渠道，将有可能给公司经营业绩带来不利影响。公司将抓住零售发展的趋势，充分利用九牧王成熟且庞大的实体销售网络的优势，积极拓展购物中心店，并探索线上线下一体化的业务模式。

## 经营风险

### （1）销售过于倚重九牧王单一品牌的风险

目前九牧王品牌的营业收入占到公司年度经营收入 90%以上，公司营业收入及其增长过于依赖九牧王品牌，为此，公司在巩固九牧王品牌的同时，将积极进行多品牌拓展。

### （2）公司积极拓展多品牌业务，但多品牌运营能力相对较弱

公司在未来将积极拓展多品牌业务，其中可能包括运营自有品牌以及通过兼并、收购、代理的方式运营国内外其他男装品牌，如何运作这些新的业务，将对公司的多品牌运营能力提出较大挑战。公司现阶段多品牌运营能力相对较弱，未来将通过建立适合的运营机制、引入及培育管理人才等加强多品牌运营能力。

### （3）公司可能无法快速实现零售转型

公司将“以消费者满意，终端店铺盈利为核心的零售转型”作为战略发展方向。然而，从粗放式增长向以市场驱动的精细化零售运营转型需要时间与经验的积累，可能无法在短期内迅速实现。为此，公司将加大对终端门店和商品管理的投入，匹配组织资源能力，为公司未来的业务拓

展及运营效率提升打下良好基础。

(4) 加盟商盈利能力无法持续改善的风险

公司加盟业务占总体业务比重较大，若加盟商盈利能力无法明显改善，加盟商盈利持续萎缩，将影响公司经营目标的达成。对此，公司一方面帮扶加盟商进行零售转型，采用更灵活的加盟政策、建立专业的加盟管理团队、对加盟门店导购进行系统培训、加强对加盟商的销售分析、推动加盟周间验证。另一方面全面整合加盟商品，从统一价格、统一库存、线上销售等方面提升加盟商品的周转。

(5) 低效店关闭影响存量店数的风险

受外部经济形势及消费者购物习惯的影响，公司近年来对店铺结构进行调整，低效店的关闭将影响存量总店数。公司整体渠道策略以提升单店店效为主，针对低效店采取积极的提升策略，识别出尚有增长潜力的低效店。同时，未来新开店将加大对购物中心渠道的拓展，推进加盟地级大店、县级大店的拓展，确保公司整体渠道结构的合理和盈利能力的提升。

## 七 涉及财务报告的相关事项

7.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

无

7.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

无

7.3 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。

报告期本公司合并范围包括母公司、8家直接控股子公司及1家间接控股子公司，与上年相比增加了1家间接控股子公司。合并报表范围变动及其明细情况详见本附注六、合并范围的变动及本附注七、在其他主体中的权益披露。

7.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

无