

锦泓时装集团股份有限公司

Jinhong Fashion Group Co., Ltd.

证券代码: 603518.SH

////// Share Code: 603518.SH

2020 年年度报告

Annual Report



TEENIE WEENIE
ALL THAT BEAR

YGRASS


元先

公司代码：603518
转债代码：113527
转股简称：191527

证券简称：锦泓集团
转债简称：维格转债
转股代码：维格转股

锦泓时装集团股份有限公司

2020 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 公证天业会计师事务所（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 2020 年度拟不进行利润分配，亦不进行资本公积金转增股本。

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	锦泓集团	603518	维格娜丝
可转债	上海证券交易所	维格转债	113527	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陶为民	夏天
办公地址	南京市建邺区茶亭东街240号	南京市建邺区茶亭东街240号
电话	025-84736763	025-84736763
电子信箱	securities@vgrass.com	securities@vgrass.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）主要业务

公司主要业务为中高档服装的设计研发、生产制造、品牌营销及终端销售，旗下拥有多个自有品牌，包括：公司旗下中高端定位的新复古学院风格的标志性品牌 TEENIE WEENIE；中国高端女装领导品牌 VGRASS；具有中国文化元素特征的高端精品品牌「元先」。以上品牌覆盖中高端服饰、高级定制场合服饰、高端工艺品和国潮文创礼品等产品线，形成了金字塔式的立体品牌矩阵布局。

1、 TEENIE WEENIE



TEENIE WEENIE 品牌创立于 1997 年,是公司旗下中高端定位的新复古学院风格的标志性品牌。TEENIE WEENIE 品牌灵感来自于 1950 年代经典的常春藤学院风,使用卡通形象描绘 50 年代上流阶层的生活方式与穿着守则。品牌以独特的卡通形象及家族故事为品牌创作蓝本,历经多年发展,主人公 William 和 Katherine 的形象已经深入人心,在年轻消费者群体中拥有广泛的品牌认知和影响力。

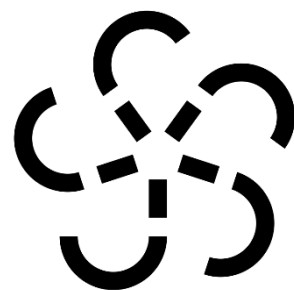
TEENIE WEENIE 面向 Z 世代消费群体及儿童,随着时代和年轻人生活习惯的变迁,在经典复古学院风格之外,融入更多潮流设计元素,为顾客提供蕴含学院风、运动休闲的时尚高品质服饰,产品线包括女装、男装、童装、配饰及 IP 授权产品等。TEENIE WEENIE 在全国 190 余个城市开设超过 1100 家门店,营造高档独特的品牌形象。

2、VGRASS



VGRASS 品牌创立于 1997 年,是中国高端女装领导品牌。作为东方织造美学的传承者,VGRASS 溯源云锦故事,从云锦织物中获取灵感,融合现代生活美学,呈现云锦的皇室浪漫与技艺。VGRASS 坚持自主研发设计,精选优质面料,以匠心创造东方女性之美,为所有中国女性带来舒适自在的穿着体验。

VGRASS 是为数不多的在全球设立多个研发设计中心的品牌。在研发设计方面,不断挖掘云锦馆藏艺术宝藏,自主研发独特面料花型。在产品品类方面,聚焦于连衣裙,坚持“连衣裙之王”的品牌战略,做到单品类多样化。在产品面料方面,与国际知名面料供应商合作,采用进口面料开发高端定制系列。在产品工艺,使用传统云锦工艺,加入苏绣、钉珠等重工手工工艺,打造具有中国文化元素的高端场合装。VGRASS 以直营为主加盟为辅的销售模式,基本覆盖国内一线、省会城市及重点二、三线城市,进驻核心商圈的高端百货和购物中心。坚持自主选址、自行设计装修及自主管理,贯彻公司的高端品牌战略。



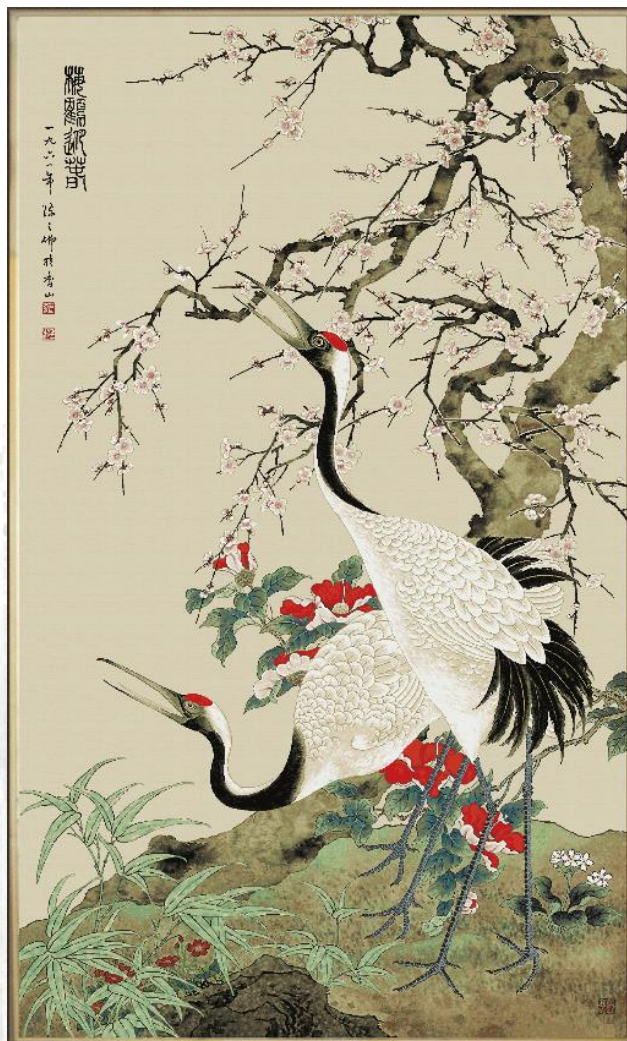
ROYAL ART OF YUNJIN
BY VGRASS

3、元先

「元先」品牌是公司 2015 年全资收购国内唯一的云锦专业研究机构南京云锦研究所之后，为传承和发扬传统云锦织造技艺而打造的具有中国文化元素特征的高端精品品牌。云锦距今已有超过 1,600 年历史，在元、明、清三朝均为皇家御用品。云锦织造技艺被联合国科教文组织列为《人类非物质文化遗产代表作名录》，也被我国列入《中国首批国家级非物质文化遗产名录》。云锦因其悠久的历史、被中国皇室御用手工织造产量稀少，且能够代表中国优秀文化，具有成为中华民族精品的强大优势，期望成为中华民族走向国际精品市场的领导者。



「元先」面向国内外高净值人群，产品线包括高端工艺品、高级定制场合服饰、国潮文创礼品等。公司位于南京的云锦博物馆，目前承担云锦历史传述、织造技艺传承、云锦传世品和文物复制品的展示，以及云锦产品的销售功能。云锦博物馆也是我国爱国主义教育基地之一。

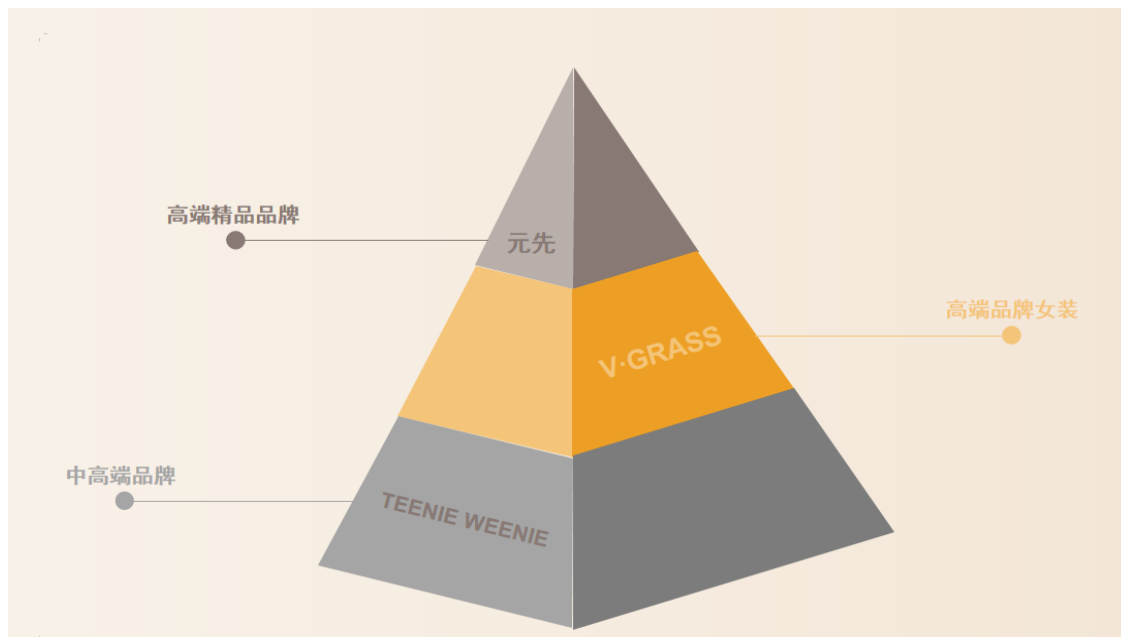


（二）经营模式

1、多品牌立体化集团经营模式

公司现有的三大自主品牌 TEENIE WEENIE 、 VGRASS 、「元先」分别覆盖中高端、高端和奢侈品产品线，形成了金字塔式的立体品牌矩阵。各品牌以事业部形式独立运营，在保持独立经营的同时，又形成了相互协调与资源共享的良性竞争的生态圈，共同推动公司的创新发展。

多品牌模式有助于公司扩大目标消费群体范围，满足消费者多元化、多样化、个性化的需求，提高客户黏性。同时又能丰富公司的品牌文化、提高公司影响力，在国内外目标市场上不断将产品竞争转化为品牌竞争，为公司业绩提供更多增长点，增强公司的持续盈利能力和抗风险能力。



2、多渠道融合的新零售经营模式

公司融合多种销售渠道，打造新零售经营模式。通过融合线下直营和加盟店铺，与线上传统平台电商、直播电商、兴趣电商、社交电商、自媒体平台、小程序等，实现品牌与客户持续且深度地交互；通过「云仓」商品管理系统，实现商品在各渠道中的高效流转，力求在任何时间、任何地点、任何渠道为客户提供优质的产品和服务，从而充分满足移动互联网时代碎片化、移动化、个性化、多元化的消费诉求。

线下渠道以直营模式为主，辅以加盟。直营模式下，通过进驻当地核心商圈的百货商场及购物中心开设专卖店，向顾客销售产品及提供服务。加盟模式下，公司与加盟商签订特许经营合同，由公司将产品销售给加盟商，再由其通过其所属的专卖店以零售方式销售给顾客。

线上渠道方面，旗下品牌进驻天猫、京东、抖音、唯品会、小红书等各类电商平台，还积极布局小程序、自媒体等，增强与客户的连接及深度交互。

3、研发设计、生产及销售一体化经营模式

公司自成立以来一直坚持自主研发设计，在韩国首尔、中国上海和南京组建国际设计团队，拥有丰富的国际化设计运营经验，自主研发能力不断提升。

公司产品主要依托国内的代工厂进行生产。公司在中国南京也拥有自己的生产工厂，拥有多项实用新型专利，不仅能承接双面呢、刺绣等复杂工艺的加工生产，还能保持整条供应链的快速反应能力，产品大货准交率和追单平均周期处于行业领先水平。

公司融合线上线下渠道进行销售。线上渠道包括各类电商平台、小程序、自媒体及集团商城等。线下渠道包括以直营为主、加盟为辅的专卖店，坚持自主选址、自行设计装修、自主管理，以彻底贯彻公司的品牌战略和定价策略，对消费者需求做出快速响应，保证了品牌营销与推广的力度，为公司不断提升品牌档次提供了强有力保障。

4、IP 资产开发与授权经营模式



TEENIE WEENIE 品牌拥有极其丰富的 IP 资产矿山，包括由 18 只拟人化个性鲜明的小熊组成的卡通形象及其背后的小熊家族故事。公司对这些小熊家族卡通形象、小熊家族及 TEENIE WEENIE 品牌故事、品牌 LOGO 及商标使用权等，进行深度挖掘与加工，与头部供应链经销商资源合作，向客户提供除服饰产品之外的其他 TEENIE WEENIE IP 资产周边产品，以带给粉丝们对小熊家族关于“青春、梦想与温暖”的情感共鸣。

公司持续对 TEENIE WEENIE 品牌 IP 资产进行开发和推广。通过对小熊家族卡通形象的开发，小熊家族系列动漫、短视频的创作，对 IP 资产再培育；通过与跨界品牌联名，与明星和网红合作及互动，不断提升 TEENIE WEENIE 品牌 IP 资产价值和影响力。

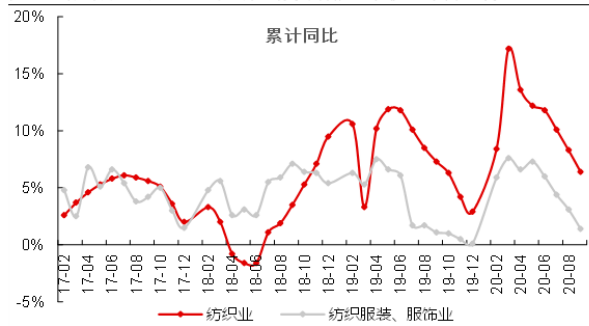
公司在推广品牌 IP 资产的同时，与头部供应链及经销商的授权合作，实现 IP 资产授权与变现循环。通过对线上大数据的分析，公司筛选出与小熊家族生活方式最接近、最受消费者欢迎的品类，寻找头部供应商与经销商进行合作与授权经营，组成 IP 资产品类授权合作单元。公司还计划开设小熊家族生活方式旗舰店及集团网上商城，汇集与 TEENIE WEENIE 品牌小熊家族生活方式相关的各类产品，为粉丝们提供更多优质商品。

（三）行业情况

2020 年全年社会消费品零售总额 391981 亿元，比上年下降 3.9%。限额以上服装鞋帽、针、纺织品类商品零售类累计 12,365 亿元，同比累计下降 6.6%。全年全国网上零售额 117601 亿元，比上年增长 10.9%。其中，实物商品网上零售额 97590 亿元，增长 14.8%，占社会消费品零售总额的比重为 24.9%，比上年提高 4.2 个百分点。

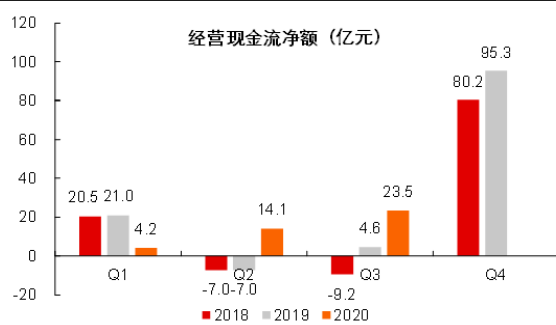
2020 年一季度，新冠疫情对服装行业冲击显著。但自二季度起，伴随国内疫情逐步缓解，经济运行稳步复苏，境外消费回流，线下实体门店恢复营业并渐进延长营业时间，电商新零售等新兴渠道加速布局，服装消费呈现了明显的逐季改善。据长江证券的服装行业研究报告，2020 年初新冠疫情的冲击使得服装行业进入新一轮较为明显的库存周期中，逐步经历了 2020 上半年的被动补库存，及 2020 下半年的主动去库存。考虑到服装公司疫情后普遍进行了砍单，并通过电商、奥特莱斯等渠道加大打折促销力度，行业库存规模快速下降。自 2020 年三季度起，品牌服装存货拐点已现，在需求端逐步企稳及存货去化顺畅的背景下，服装板块资产质量为近年最优：存货水平较低、现金流强，蓄势待发。在需求端逐步企稳的背景下，2021 年服装行业有望轻装前行，进入 2021 上半年“谨慎备货”下的被动去库存，以及 2021 下半年“重启扩张”下的主动补库存，有望对业绩形成强力支撑。疫情之后，服装上市公司普遍减少新品备货，并持续加快库存去化回笼现金，经营活动现金流自 2020 年二季度起已显著改善，可以初步判断当前服装品牌类上市公司的资产质量处在近年的最优状态。

图 7：限额以上纺织企业产成品存货增幅延续快速下降趋势



资料来源：Wind，长江证券研究所

图 22：20Q2 开始，品牌服装板块经营现金流显著改善



资料来源：Wind，长江证券研究所

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

	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年
总资产	5,627,103,984.50	6,944,910,692.73	-18.98	6,639,656,365.56
营业收入	3,339,906,829.13	2,913,022,359.93	14.65	3,085,609,336.25
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	3,325,373,549.83	/	/	/
归属于上市公司股东的净利润	-623,748,192.30	108,874,423.25	-672.91	272,839,077.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-655,737,005.89	104,749,174.78	-726.01	214,879,463.71
归属于上市公司股东的净资产	1,946,886,954.74	2,589,582,614.43	-24.82	2,416,294,666.06
经营活动产生的现金流量净额	942,590,068.95	231,184,185.33	307.72	437,010,712.10
基本每股收益 (元/股)	-2.50	0.43	-681.4	1.13
稀释每股收益 (元/股)	-2.50	0.42	-695.24	1.13
加权平均净资产收益率(%)	-27.30	4.29	减少31.59个百分点	12.46

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	602,323,342.77	527,304,137.04	661,609,860.58	1,548,669,488.74
归属于上市公司股东的净利润	600,646.37	-3,114,843.03	-915,167,883.19	293,933,887.55
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-14,085,856.67	-4,861,528.10	-916,343,165.90	279,553,544.78

经营活动产生的现金流量净额	264,651,635.90	126,771,212.63	108,621,046.26	442,546,174.16
---------------	----------------	----------------	----------------	----------------

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

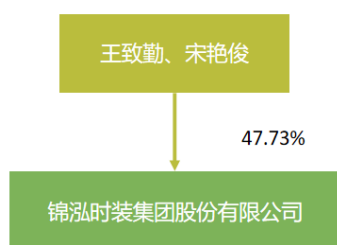
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					14,860		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					12,908		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
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）					0		
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	
王致勤	0	67,659,420	26.80	0	冻结	67,659,420	境内 自然 人
宋艳俊	0	52,825,920	20.93	0	冻结	52,825,920	境内 自然 人
朔明德投资有限公司	0	17,057,922	6.76	0	无	0	境内 非国 有法 人
周景平	0	4,779,600	1.89	33,600	无	0	境内 自然 人
锦泓时装集团股份有 限公司回购专用证券 账户	3,496,662	3,496,662	1.39	0	无	0	其他
马杰		3,081,260	1.22	0	无	0	未知
上海爱屋企业管理有 限公司		2,513,661	1.00	0	无	0	境内 非国 有法 人
张良		1,596,900	0.63	0	无	0	未知
黄建武		1,284,360	0.51	0	无	0	未知
王宝林	0	1,051,424	0.42	0	无	0	境内

							自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	王致勤与宋艳俊是夫妻关系，与其他股东不存在关联关系和一致行动关系。未知其余股东之间是否存在关联关系和一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

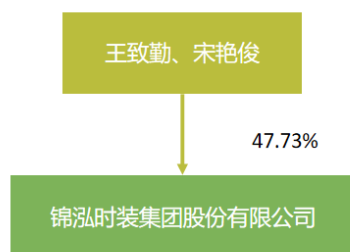
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

公司 2020 年归属于上市公司股东的净利润-6.24 亿，合并报表的亏损主要是由于对商誉和无形资产计提减值造成，但公司经营的基本面稳中向好。若剔除商誉和无形资产减值后，2020 年归属于上市公司股东的净利润为 8771 万元。

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

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》(以下简称新收入准则)。根据相关新旧准则衔接规定,对可比期间信息不予调整,首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整本报告期期初留存收益及财务报表其他相关项目金额。

执行新收入准则对公司2020年1月1日财务报表的主要影响如下:

合并资产负债表

项目	2019年12月31日	2020年1月1日	调整
其他流动资产	16,161,032.35	20,476,404.71	4,315,372.36
预收款项	26,803,724.26	—	-26,803,724.26
合同负债	—	26,975,507.37	26,975,507.37
其他流动负债	7,442,391.84	14,841,378.49	7,398,986.65
递延收益	3,370,693.70	115,296.30	-3,255,397.40

调整说明:将“预收款项”重分类至“合同负债”、“其他流动负债”;将计入“递延收益”的可兑换会员积分公允价值重分类至“合同负债”;原预计退货的毛利额确认为“其他流动负债”,新收入准则下将预计退货金额部分重分类至“其他流动资产”。

与原收入准则相比,执行新收入准则对 2020 年度财务报表相关项目的影响如下(增加/(减少)):

受影响的资产负债表项目	2020年12月31日	
	合并	母公司
其他流动资产	5,595,908.50	—
预收款项	-30,358,493.91	—
合同负债	33,820,485.78	—
其他流动负债	9,030,594.97	—
递延收益	-6,896,678.34	—

受影响的利润表项目	2020年度	
	合并	母公司

受影响的利润表项目	2020 年度	
	合并	母公司
营业收入	490,439,463.07	—
营业成本	34,938,038.12	—
销售费用	455,501,424.95	—

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

控股子公司名称	注册 资本	持股 比例	是否合并		备注
			2020 年度	2019 年度	
南京弘景时装实业有限公司	3617.051555 万元	100%	是	是	
上海维格娜丝时装有限公司	6000 万元	100%	是	是	
维格娜丝韩国有限公司	1 亿韩元 (实收资本)	100%	是	是	该公司为本公司境外设立的子公司，成立日期 2012 年 10 月 5 日
江苏维格娜丝时装有限公司	500 万元	100%	是	是	
上海赫为时装有限公司	2000 万元	100%	是	是	该子公司尚未实际缴纳注册资本
南京云锦研究所有限公司	5000 万元	100%	是	是	本公司 2015 年 8 月购买其 100%股权
云锦博物馆	—	—	—	是	已注销
维格娜丝意大利有限公司	4 万欧元	100%	是	是	该公司为本公司境外设立的子公司，成立日期 2016 年 7 月 6 日
南京金维格服装产业投资合伙企业(有限合伙)	270,100 万元	33.358%	是	是	本公司 2017 年 1 月投资设立的合伙企业
甜维你（上海）商贸有限公司	50 亿元	100%	是	是	本公司于 2017 年 3 月购买其 90%股权，于 2020 年 10 月购买其 10%股权
北京甜维你商贸有限公司	500 万元	100%	是	是	甜维你（上海）商贸有限公司子公司
成都甜维你商贸有限公司	2 万元	100%	是	是	甜维你（上海）商贸有限公司子公司

深圳甜维你商贸有限公司	50 万元	100%	是	是	甜维你（上海）商贸有限公司子公司
上海甜维熊商贸有限公司	2 万元	100%	是	是	甜维你（上海）商贸有限公司子公司
甜维你韩国有限公司	1 亿韩元	100%	是	是	甜维你（上海）商贸有限公司子公司，成立日期 2018 年 8 月 22 日