

公司代码：603877

转债代码：113627

公司简称：太平鸟

转债简称：太平转债

宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司

2021 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 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

公司拟以2021年度利润分配实施股权登记日的股本为基数，向全体股东每10股派发现金红利6元(含税)，拟派发现金红利286,036,674.00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	太平鸟	603877	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王青林	范盈颖
办公地址	宁波市新晖南路258号	宁波市新晖南路258号
电话	0574-56706588	0574-56706588
电子信箱	board@peacebird.com	board@peacebird.com

2 报告期公司主要业务简介

根据中国证监会公布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处的行业为纺织服装、服饰业，行业代码为C18。

2021年，整体经济环境高开低走，尤其是下半年，多地疫情卷土重来，对经济增长造成了较大压力。

1. 经济增长高开低走，国内销售受到冲击

根据国家统计局数据，2021 年我国全年国内生产总值比上年增长 8.1%，第一至四季度增速分别为 18.3%、7.9%、4.9%、4.0%，呈现增速持续下滑的态势；全年社会消费品零售总额 440,823 亿元，比上年增长 12.5%，从 2021 年 8 月起，服装鞋帽、针纺织品类持续负增长。

2. 疫情、暖冬双重影响，服装行业压力巨大

2021 年下半年，全国多地疫情卷土重来，实体门店客流量大幅下滑；加之三、四季度全国气温普遍显著偏高，严重影响秋冬季核心品类销售。两重因素叠加，对服装企业的年度经营业绩产生了较大压力。

3. 电商格局转变，服装行业机遇与挑战并存

2021 年电商平台的全面开放竞争，是电商行业的重要转折点。对服装行业来说，一方面，为服装企业提供了更多的销售渠道和多元化的电商销售模式；另一方面，对于服装电商存量市场的流量产生了稀释，对现有的经营业务带来了更大的挑战。

总体来说，2021 年对服装行业是充满挑战的一年，唯有坚定地聚焦顾客价值创造才能立于不败之地。公司始终将顾客价值创造置于首要地位，围绕顾客价值持续进行品牌建设、渠道建设、数字化建设和快速反应机制创新，以持续强化的核心竞争力应对外部压力和不确定性。

（一）主要业务：聚焦时尚品牌发展，创中国青年首选品牌

公司是一家以顾客为中心的时尚品牌零售公司，致力于成为中国青年的首选时尚品牌。

公司聚焦时尚服饰行业，形成多品牌的时尚矩阵。各品牌面向不同年龄、风格、生活态度的细分客群，优势互补，满足当代年轻人多样化的时尚需求。公司主要品牌如下：





太平鸟男装
(PEACEBIRD MEN)
创立于1996年
时髦、自信、坚持自我
25-30岁潮流男性

PEACEBIRD
MEN



乐町少女装
(LEDiN)
创立于2008年
甜美、摩登、元气
18-25岁时髦少女

LEDiN




mini peace

太平鸟童装
(Mini Peace)
创立于2011年
时尚、潮流、个性态度
3-11岁儿童



MATERIALGIRL

MG物质女孩女装
创立于2013年
音乐、时髦、潮流
20-28岁美式潮流女生



（二）经营模式：积极拥抱创新，创造顾客价值

公司经营模式以消费者价值创造为核心，积极拥抱数字化零售创新，打通商品开发、生产供应和商品零售等各个环节，为顾客提供高品质的时尚商品和愉悦、便捷的购物体验。



1. 数据驱动的商品开发模式

公司以数据驱动商品开发的整个流程，积极探索应用大数据、人工智能等技术手段洞察消费者需求，更加精确识别流行趋势。商品开发以消费者需求为核心，以市场趋势、消费者洞察、销

售数据等为指引，数字赋能提高商品开发精准度，提供最符合当下消费者需求的商品，不断满足消费者对时尚的需求。

2. 全网协同的立体零售模式

公司不断完善直营门店、加盟门店、传统电商等零售渠道，积极探索社交零售新渠道，通过抖音、小红书等受当下年轻人欢迎的方式与消费者互动，打造极致的零售体验，提高消费者品牌粘性，以年轻消费者喜欢的方式，全渠道提供让消费者惊喜的时尚商品。

3. 快速柔性的生产供应模式

公司拥有完备的供应商管理制度和供应商分级资源库，全新的 SCM 供应商管理系统已经在品牌事业部逐步落地，生产供应的全部流程都由专职管理部门进行跟踪管理。公司与供应商高度协同，战略供应商深度参与商品开发打样、追单生产等环节，不断提升生产供应效率。公司持续打造快速柔性的生产供应模式，实现快速开发、快速打样、快速生产，快速为消费者提供所需的时尚商品。

（三）市场地位及竞争关系

公司男装、女装、童装等品牌发展均衡，在中档休闲服饰和童装等细分市场中均具有较强的竞争力。在中档休闲服饰领域，公司与绫致、Uniqlo、Zara、中国李宁等服装品牌保持相对竞争关系；在童装领域，公司与Balabala、Nike、Adidas、安奈儿等服饰品牌保持相对竞争关系。

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

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	1,019,445.70	854,136.11	19.35	701,501.96
归属于上市公司股东的净资产	426,770.32	389,742.06	9.50	351,445.48
营业收入	1,092,075.99	938,686.52	16.34	792,762.41
归属于上市公司股东的净利润	67,726.39	71,280.71	-4.99	55,154.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	52,034.04	56,107.40	-7.26	35,264.72
经营活动产生的现金流量净额	129,999.94	115,436.03	12.62	86,844.02
加权平均净资产收益率(%)	16.88	19.38	减少2.50个百分点	16.17
基本每股收益(元/股)	1.44	1.51	-4.64	1.17
稀释每股收益(元/股)	1.44	1.51	-4.64	1.17

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	267,009.38	234,479.14	239,407.11	351,180.36
归属于上市公司股东的净利润	20,333.36	20,768.77	14,274.50	12,349.76
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	18,782.71	10,268.75	11,918.78	11,063.80
经营活动产生的现金流量净额	-19,678.34	24,188.78	1,168.03	124,321.47

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

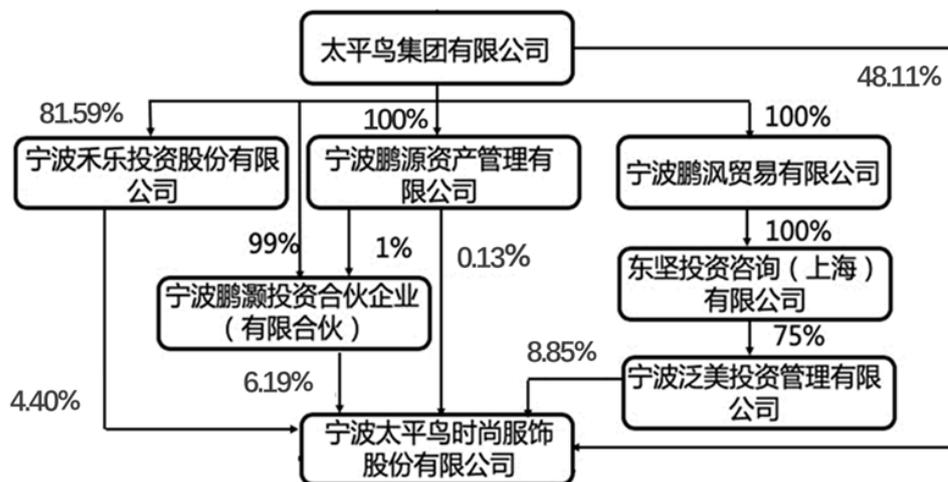
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）						17,642	
年度报告披露日前一月末的普通股股东总数（户）						19,478	
截至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、标记或冻结 情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
太平鸟集团有 限公司	0	229,362,000	48.11		质押	28,000,000	境内非国 有法人
陈红朝	-4,760,000	44,435,500	9.32		无		境内自然 人
宁波泛美投资 管理有限公司	0	42,168,000	8.85		质押	38,168,000	境内非国 有法人
宁波鹏灏投资 合伙企业（有 限合伙）	-23,000,000	29,500,000	6.19		质押	20,130,000	其他
宁波禾乐投资 股份有限公司	-15,313,519	20,982,481	4.40		无		境内非国 有法人
香港中央结算 有限公司	3,820,990	10,152,850	2.13		未知		境外法人

翁江宏	-1,554,700	4,697,156	0.99		无		境内自然人
中信证券股份有限公司	279,245	4,285,477	0.90		未知		国有法人
宁波宁聚资产管理中心（有限合伙）—宁聚量化优选证券投资基金	2,300,000	2,300,000	0.48		未知		其他
宁波宁聚资产管理中心（有限合伙）—宁聚量化多策略证券投资基金	2,300,000	2,300,000	0.48		未知		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，宁波鹏灏投资合伙企业（有限合伙）系太平鸟集团有限公司控制的有限合伙企业，宁波泛美投资管理有限公司、宁波禾乐投资股份有限公司系太平鸟集团有限公司控制的公司。公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人的情形。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

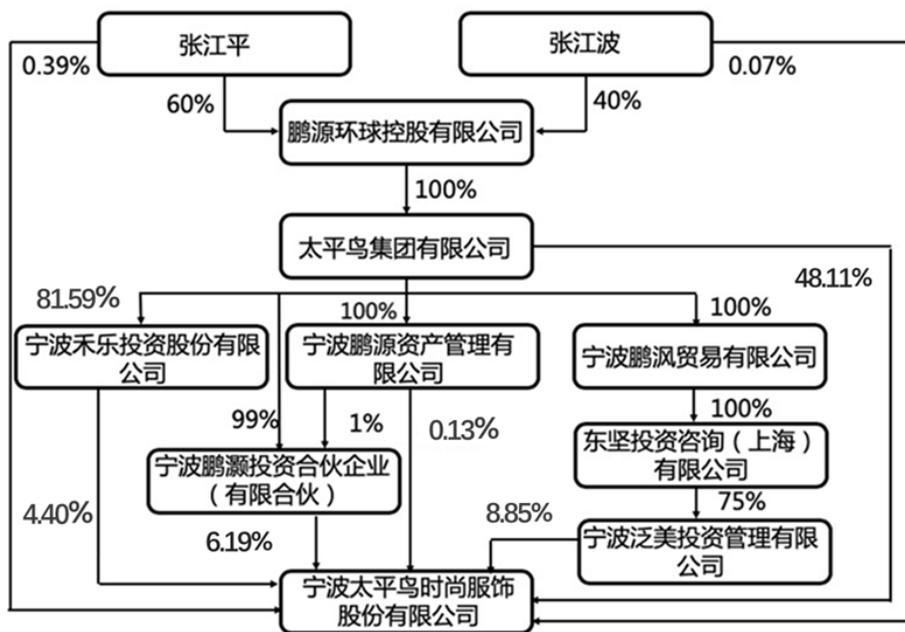
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

报告期内，公司主要经营情况具体如下：

◆ 品牌聚焦时尚和青年文化

除了通过联名及先锋设计师合作等方式持续演绎国潮文化，更加注重原创的力量，同时逐渐打破品类赛道壁垒，显现出越发多元的品牌文化内涵。

持续演绎国潮文化

坚持以年轻的时尚与潮流方式演绎，全新诠释中国文化。持续与中国相关的 IP、设计师、艺术家合作，过程中，显现出愈发多元的表现方式，将传承与发扬文化为己任。

太平鸟女装 PEACEBIRD WOMEN x 国家宝藏系列

太平鸟女装携手古老中华的智慧结晶——国家宝藏系列，打开历史与先锋的奇妙共鸣。三星堆的文物宝藏穿越时空而来，开启神秘古蜀国的专属时髦密码。

精美绝伦的敦煌壁画铺卷开来，在光芒中熠熠生辉的“九色鹿”，踩着祥和之光与太平鸟女装

穿越时空相遇。温柔的颜色点亮天真与活力，蓬松的外套点缀上卡通鹿图案，遥相呼应。

乐町 Ledin x 敦煌博物馆

以史为底蕴，融新生之态，一起探寻丝路之乐。

灵动飘逸的流苏和圈圈缠绕的盘扣，将中国传统文化的美丽与内涵和现代风格的实用性和时髦感完美碰撞，做独一无二的新中式女孩。

集结一切原创力量

尊重原创，并且致敬每一个有创造力的灵魂。意图从创意的源头开始挖掘，开放创意的资源和发展的土壤，给每一个正在发光的想法，多一次闪耀的机会。

#PEACE CREW# 创意联盟

「PEACE CREW」是太平鸟成立的非官方创意单位，意在集结所有有创造力的个体，从代言人、运动员、到艺术家、设计师，不管热爱什么，这里都有让人无所畏惧、释放真我的同伴。太平鸟通过全新创意矩阵与消费群体建立新的对话方式，进一步传递品牌的青年态度，以创造力对抗无趣，共同探讨不设限、敢于挑战、无限可能性等年轻话题。

太平鸟男装 PEACEBIRD MEN

太平鸟男装发起#2021 设计青年赋能计划#，联动国内外多所知名服装类学院，面向学生群体和社会发起羽绒服创意设计征集，支持青年设计师们的创意自我表达和落地。

联合潮流主理人李晨 Nic、中国“鬼才”设计师 Su Wukou 苏五口、生活潮牌 Headache 头疼、UNuseless 珍道具仓库、新疆涂鸦艺术家 Donis 五大国内创意力量，不断刷新羽绒设计力和新玩法。

突破品类赛道壁垒

童装市场稳固基石 品牌新发声

着眼于中高端童装市场，太平鸟童装 Mini Peace 以爱陪伴中国小孩，协同创造一个有爱和无限可能的未来。致敬品牌十周年，太平鸟童装携手国际先锋设计师 Maria 打造全新限量高定系列，用“花卉”元素，传递儿童的纯真与美好；10 周年大秀高端新体验，在光影下进行一场自由奢华的商场游行，捕获最时尚的着装灵感；发布全新 IP 形象“想想”——一个有态度、有梦想的时尚虚拟人物，对话时尚潮流艺术，带领中国小孩一起进入充满快乐和爱的“梦想空间”。

街头潮流成长赛道 初见新成效

品牌棋格元素再次迅速蔓延，COPPOLELLA “格”局全开，多款棋格毛衫、长袖、短袖 T 恤等

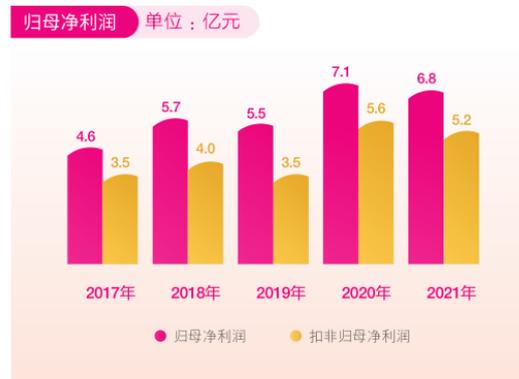
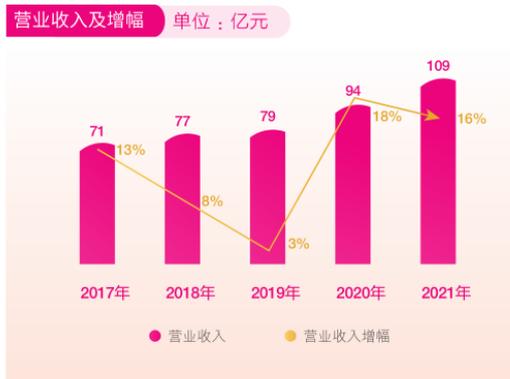
成为街舞，及日常出街火热单品。全网明星、KOL 频频上身，热度不减。

全新太平鸟羽绒服 时尚新突破

在加入人性化设计细节、保证出色的抗寒防护能力同时，太平鸟羽绒服沿袭了其时尚和潮流基因，突破羽绒服传统设计理念，以更多元的设计表达，颠覆对羽绒服的传统想象，为消费者冬日穿着带来更加舒适和先锋的体验。专业、时尚和潮流，将继续成为推动太平鸟羽绒服行业竞争力的核心要素。

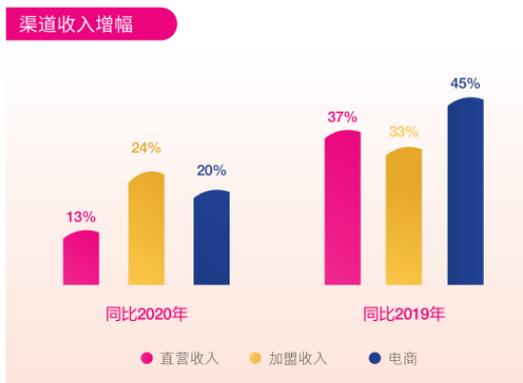
◆ 营业收入持续增长，首次突破百亿

报告期内，公司实现营业收入 109.2 亿元，同比增长 15.3 亿元，增幅 16.3%，营业收入持续增长，首次突破百亿。实现归母净利润 6.8 亿元，同比下降 5.0%；实现扣非归母净利润 5.2 亿元，同比下降 7.3%，利润同比下降主要受四季度零售业绩下滑以及费用支出增加等影响。



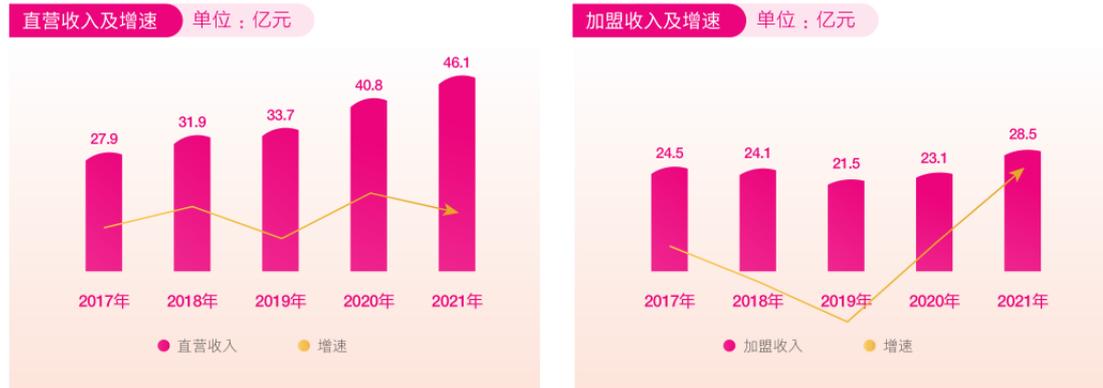
◆ 渠道结构持续优化

报告期内，公司持续优化渠道结构和提升运营质量，线下渠道聚焦店效提升，线上渠道发力社交新零售，直营、加盟、线上等渠道收入均实现了较快增长，加盟净拓店创上市以来年度最佳。



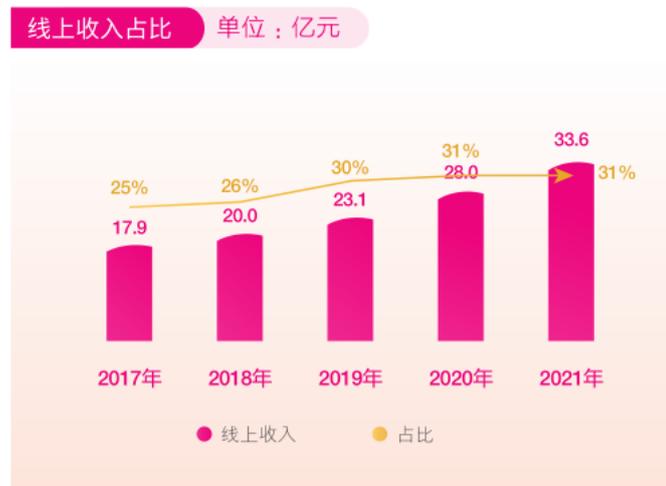
直营渠道：聚焦改善门店运营质量，注重店效增长和盈利提升。高质量谨慎拓店，加快低效门店关闭调整，直营渠道经营重心放在店效的持续提升。

报告期内，直营渠道净拓店+62家，直营收入增长至46.1亿元，同比增长13%，直营渠道运营质量得到不断改善。



加盟渠道：强化对加盟商的商品、零售等赋能支持，帮助加盟商提升门店店效和商品流转效率，持续聚焦在提升加盟门店盈利水平。

报告期内，加盟渠道净拓店+536家，加盟收入增长至28.5亿元，同比增长24%，加盟渠道恢复增长势头延续。



线上渠道：随着消费者变迁以及新技术的兴起，线上渠道愈发凸显其重要性，公司不断完善和发展线上渠道，通过精细化运营以及线上线下协同，更好地触达连接消费者。在天猫等战略渠道，不断提升消费者购物体验；在抖音等社交电商新兴渠道，快速迭代，培育出线上增长的第二曲线。

报告期内，线上渠道收入33.6亿元，同比增长20%，线上收入占比保持在30%以上。

◆ **高目标牵引成长，激发组织活力**

致力于成为卓越的时尚品牌零售公司，是公司始终追求的愿景。为此公司努力打造平等、协同、高效、扁平的组织架构，通过高目标牵引，配合创新的薪酬激励体系，充分调动员工价值创造的积极性，打破成长的边界，推动整个组织变革和团队快速成长，从而有效提升组织凝聚力和创造力。

公司倡导信任和奋斗，致力于激活组织内每个个体，鼓励年轻人主动创新，让每个热爱时尚、热爱服装、热爱零售的伙伴都有充分发挥的机会和空间，创造出最好的活力，不断成长为公司新生代的领导者。

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