

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

### 2022 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](http://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2022年度利润分配实施股权登记日总股本扣除公司回购专用证券账户中股份后的股份数量为基数，每10股派发现金红利1.5元（含税），拟派发现金红利70,964,270.10元，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《国民经济行业分类》，公司所处的行业为纺织服装、服饰业，行业代码为 C18。

#### 1. 经济下行压力增大，消费市场需求不足

面对错综复杂的国内外发展环境，据国家统计局数据，经初步核算，2022 年全年国内生产总值比上年增长 3.0%。全国社会消费品零售总额 439,733 亿元，同比下降 0.2%，其中限额以上服装、鞋帽、针纺织品类同比下降 6.5%。随着政策积极发力、生产生活秩序逐步恢复，内需有望支撑我国经济重回复苏轨道。

#### 2. 全渠道深度融合，机遇与挑战并存

中国服装行业已从外延扩张式为主的快速发展阶段步入内生式为主的优化发展阶段。大数据、电商平台等因素催化，推动我国线上消费持续发展，优质短视频、趣味直播激发用户消费新的需求。同时，线下场景不断升级，个性化、场景化的门店服务体验满足消费者深层次的需求。未来，线上线下一体化的经营模式将会持续深化，全渠道融合、数字化升级将助推服装行业新的变革。

#### 3. 时尚服饰+生活方式或成潮流

如何赢得当代消费者的喜爱是行业永恒的命题。相比满足基本的生活需要，新生代消费者更倾向于生活品质的提升与追求美好生活，滑雪、露营、飞盘等新兴活动从内容社区走红，逐渐成为年轻人新的潮流选择。生活意识觉醒的浪潮下，消费者愈加关注健康、自然、高品质的生活方式，同时 ESG、可持续等也日益成为消费者、行业与社会关注的热点。这些不断创新的变化与策略，都在激发行业探索与重塑时尚更多的可能性。

##### （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。

公司聚焦多品牌发展矩阵，各品牌面向不同年龄、风格、生活态度的细分客群，优势互补，满足当代年轻人的多元化需求。公司主要品牌如下：

# PEACEBIRD

## 太平鸟女装

创立于2001年  
时髦、率真、有年轻态度  
25-30岁都市女性



# PEACEBIRD

## 太平鸟男装

创立于1996年  
时髦、自信、坚持自我  
25-30岁潮流男性



# PEACEBIRD

## 乐町

创立于2008年  
甜美、摩登、元气  
18-25岁时髦少女



# PEACEBIRD

创立于2011年  
时尚、潮流、个性态度  
3-11岁儿童



## 太平鸟童装

## （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

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	855,105.22	1,019,445.70	-16.12	854,136.11
归属于上市公司股东的净资产	414,274.61	426,770.32	-2.93	389,742.06
营业收入	860,163.81	1,092,075.99	-21.24	938,686.52
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	854,642.91	1,083,677.53	-21.13	923,749.58
归属于上市公司股东的净利润	18,472.07	67,726.39	-72.73	71,280.71
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益的净利润	-2,684.09	52,034.04	-105.16	56,107.40
经营活动产生的现金流量净额	39,882.30	129,999.94	-69.32	115,436.03
加权平均净资产收益率(%)	4.42	16.88	减少12.46个 百分点	19.38
基本每股收益(元/股)	0.39	1.44	-72.92	1.51
稀释每股收益(元/股)	0.39	1.44	-72.92	1.51

### 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	246,351.30	173,335.24	202,655.26	237,822.01
归属于上市公司股东的净利润	19,023.18	-5,692.16	1,923.06	3,217.99
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益后的净利润	11,224.39	-10,702.43	-185.38	-3,020.67
经营活动产生的现金流量 净额	-22,818.54	2,042.39	3,870.15	56,788.30

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

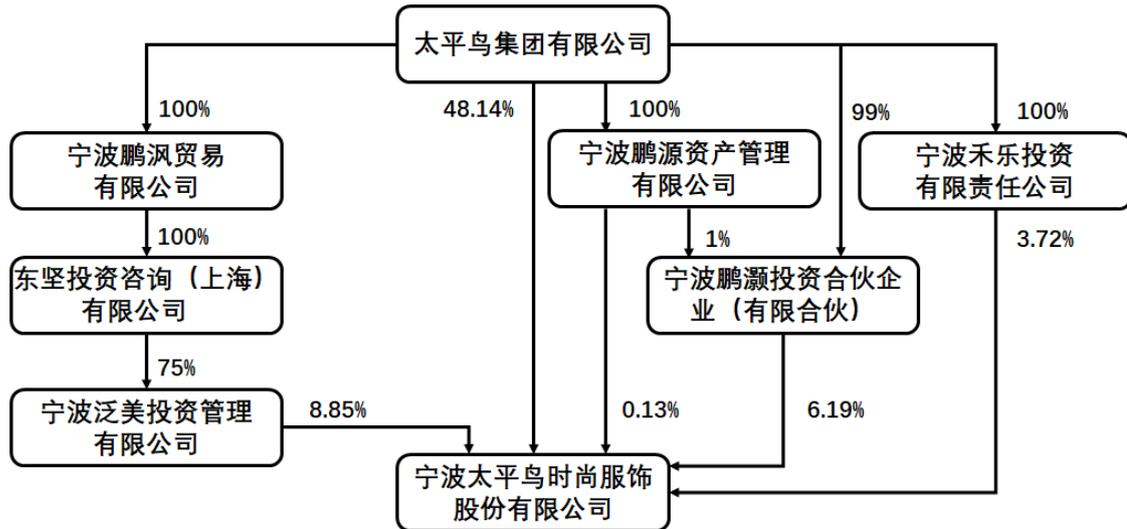
截至报告期末普通股股东总数(户)	15,904
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	13,632
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0

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、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	48.14		质 押	28,000,000	境内 非国 有法 人
陈红朝	0	44,435,500	9.33		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	22,168,000	境内 非国 有法 人
宁波鹏灏投 资合伙企业 (有限合伙)	0	29,500,000	6.19		质 押	15,754,000	其他
宁波禾乐投 资有限责任 公司	-3,258,174	17,724,307	3.72		无		境内 非国 有法 人
香港中央结 算有限公司	6,336,988	16,489,838	3.46		未 知		境外 法人
高路峰	5,999,900	5,999,900	1.26		未 知		境内 自然 人
翁江宏	450,000	5,147,156	1.08	450,000	无		境内 自然 人
王明峰	3,165,145	3,263,845	0.69	450,000	无		境内 自然 人
宁波宁聚资 产管理中心 (有限合伙) —融通 1 号 证券投资基 金	1,000,000	3,200,000	0.67		未 知		其他
上述股东关联关系或一致	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						

行动的说明	限公司控制的有限合伙企业，宁波泛美投资管理有限公司、宁波禾乐投资有限责任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

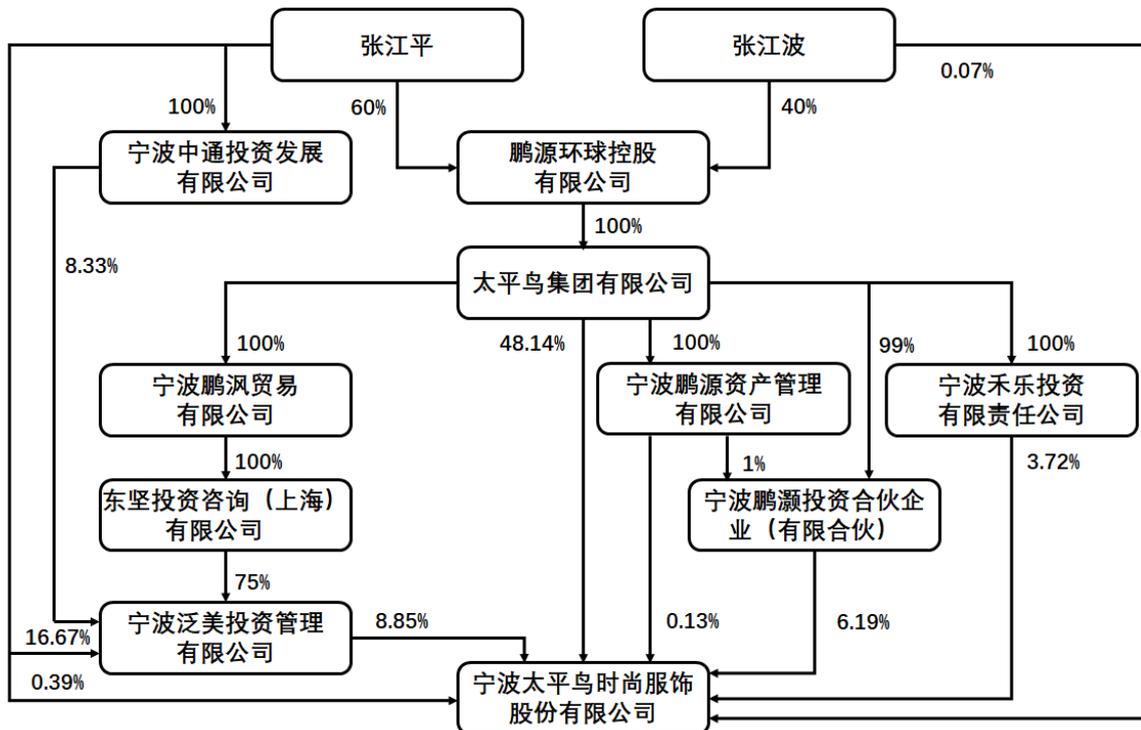
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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，与青年同频

公司持续聚焦时尚，与青年同频，注重原创力量、通过先锋设计师合作、IP 联名、文化主题活动等形式，以先锋的创意视角与极致的细节匠心，创造 PEACEBIRD 多元品牌文化。

##### **中国设计集结原创文化力量**

品牌携手中国设计师品牌 SUSAN FANG、TysGRocery、80N8、iisense 等，以 PEACEBIRD 为平台，开启中国原创力量的多样表达。

##### **PEACEBIRD x 80N8 自然力**

PEACEBIRD 携手中国先锋设计师品牌 80N8，以自然力为出发点，打造出以“Pinky Bird Low Impact Denim”的牛仔合作。该系列以高饱和度的粉色为主色调，以更节能可持续的方式呈现超强的视觉冲击于自然可持续中；借“汉麻、菘蓝、惜水，沃壤”四个意向，重新探讨自然与时尚的微妙关联，发掘自然的多元美学，进一步探索 Z 世代的多元面貌，点亮低碳生活无限灵感。

##### **LEDIN x 韩火火 甜辣来袭**

LEDIN 与时尚创意人韩火火携手打造甜辣系列。以复古明亮色彩，大胆表达自我，在纷繁多变的当下，坚持独一无二的甜辣主张，在色彩的碰撞中，呈现随性而不失自我的独特风格，与韩火火一起，逃离条条框框的束缚，开启充满甜辣活力的秋冬衣橱。

##### **多元表达破圈解锁新赛道**

##### **#2022 PEACE CREW# 一场与运动的全新对话**

21 年开始，公司启动 JOIN THE PEACE CREW 战役，融合创意源头，共同探讨创意不设限的可能性，用产品的语言向社会传达 PEACE CREW 的立意。22 年秋冬，PEACE CREW，创意集结，全新出发。以“光”为介质，将各色 PEACE CREW 连接在一起，公司打造全新运动系列 AIRXPEACE & SPCN，同频年轻人最敏感的运动热爱，以与生俱来的潮流视角，不断突破场景界限，跨越无界之界，打造“场上+场下”无缝转化穿搭&无限跨界模式。

##### **Mini Peace 打响中高端心智**

在童装市场规模持续增长，高收入的 Z 世代父母对孩子个性化需求愈发热衷的客观条件下，高端与运动已成为童装市场不可忽视的增长引擎，公司携手品牌驻法创意总监“Maria”（前 Dior 设计师），通过一系列高端产品研发、探索太平鸟童装（Mini Peace）高级时装与场景的融合，打造 MINIPEACE MVP 高级运动系列与璀璨联名系列；全新 LOGO 重构高级运动新风、盛况空前的创意沉浸式艺术大秀、星辰闪耀的缤纷美学，赋予中国小孩内核创造力，探索自我无限可能。

## 专业匠心成就专业内核

### PEACEBIRD JEANS

多年沉淀的工艺经验与研发设计力量，开拓牛仔裤的舒适边界。自研发科技牛仔布「威化冰肌棉」，持续考究流线结构，注重保留纯正的牛仔味道，让每一条牛仔裤呈现出简洁而舒适的潮流氛围感。

### 太平鸟羽绒服 26 年革新突破，探索领先专业实力

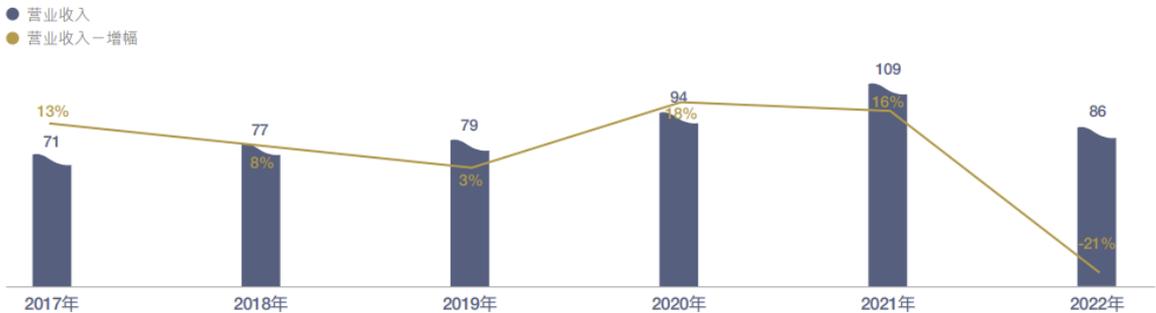
公司秉承为消费者冬日穿着带来更加先锋设计与舒适体验的产品理念，太平鸟与行业专研人员、领域专业机构共同深耕羽绒服品类，在工艺、面料、版型、品质上精益求精，科技上不断突破，现已斩获九大国际奖项，涵盖时尚轻羽绒、户外羽绒、运动羽绒三大主力系列产品；深化打磨专业产品力，融合时尚与专业的边界，助推太平鸟在羽绒服领域内的核心竞争力。

#### ◆ 营业收入及利润均出现下降，推动公司经营模式变革

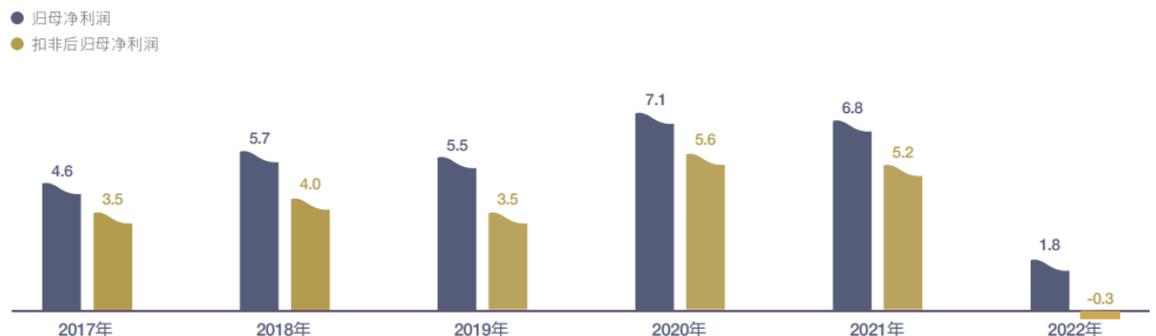
报告期内，公司实现营业收入 86.0 亿元，同比下降 21.2%；实现归母净利润 1.8 亿元，同比下降 72.7%；实现扣非净利润-0.3 亿元，上市后首次出现亏损。

外部经营环境的变化导致公司业绩大幅波动，暴露出公司整体抗风险能力及经营质量存在改善空间，进而推动公司组织和模式变革升级，促进公司从规模增长导向转型为高质量可持续增长。

营业收入及增幅 单位：亿元



归母净利润 单位：亿元



#### ◆ 组织架构变革重组，助力实现公司高质量增长

事业部制的组织模式让太平鸟走到了百亿，基本完成市场拓展及规模增长的阶段性任务。为更好地提升太平鸟品牌价值，改善公司经营质量，公司对组织架构、管控模式进行重大变革重组，从事业部制转向职能大部制。

**本次变革的核心：“一个品牌，两个抓手，三个集成”，以实现产品开发、零售运营、供应链等核心业务的专业化集中管理。**

- 一个品牌：抱团聚力，力出一孔

强化太平鸟品牌的统一化管理，统一的品牌精神、品牌形象及消费者认知，致力于成为中国青年的首选时尚品牌。

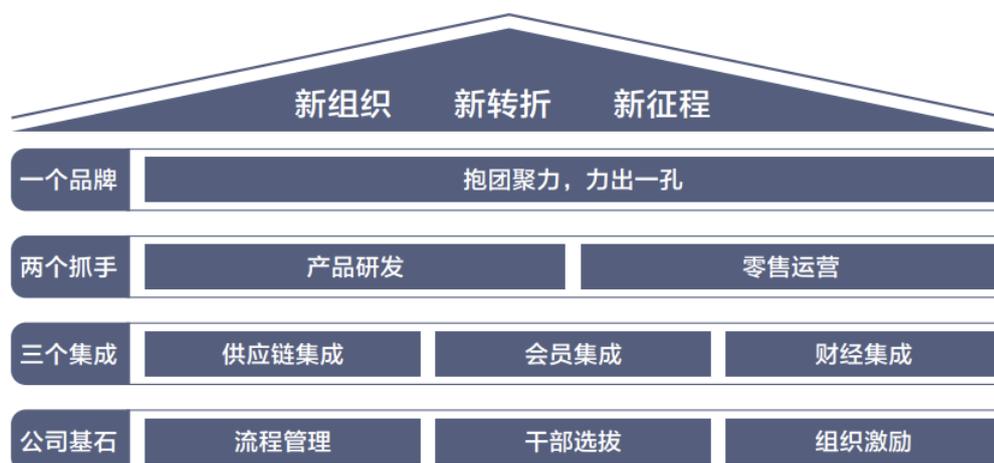
- 两个抓手：商品零售，专业为本

产品领先：实现设计开发的流程化管理，不断强化技术创新，确保产品领先。

零售运营：统一渠道运营策略，升级店铺形象，重塑电商运营模式，实现品牌引领。

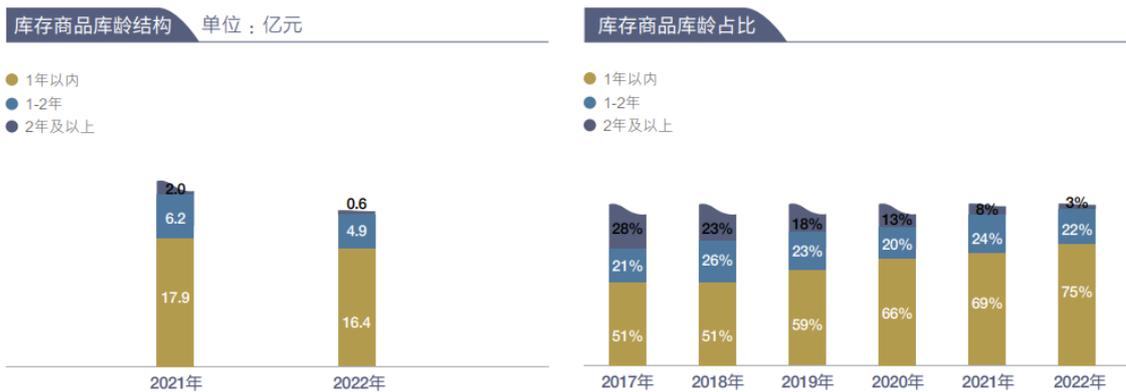
- 三个集成：供应链、会员和财经集成

三个集成以便集中管控赋能经营，实现资源的优化配置，进一步降本增效。



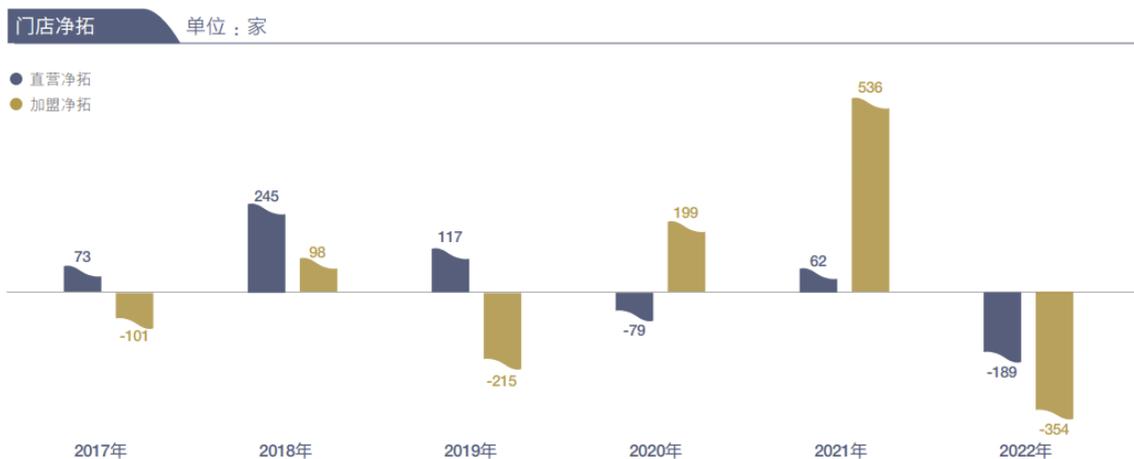
#### ◆ 控制库存商品增长，降低公司经营风险

报告期末，公司库存商品原值 22.0 亿，同比降低 4.1 亿，降幅 15.7%，库存管理改善主要受益于强化商品产销计划性管理，当年新品库存逐渐得到优化；强化过季老品的消化处理，2 年及以上货品库存明显降低，占比由最高时期的 28% 逐渐控制在 2022 年的 3% 左右。



◆ **关闭低效实体门店，提升渠道经营质量**

改变过往渠道规模增长策略，公司更加聚焦门店经营质量提升和盈利能力改善，主动关闭低效门店，经营重点转向提升门店坪效和盈利能力，为公司高质量增长调整好渠道结构。



◆ **SAP S/4 HANA 顺利上线，夯实公司数字化转型基础**

在外部顾问 IBM 公司帮助下，公司成功实施上线 SAP S/4 HANA 系统。该系统的实施，将有效推动公司主数据的规则化治理和核心业务流程的标准化建设，强化业财一体化集团管理水平；同时夯实公司数字化转型基础，为公司未来发展提供重要支撑和保障。



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