

北京嘉曼服饰股份有限公司 2023年 年度报告摘要



2024年4月23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：公司本年度会计师事务所由立信会计师事务所（特殊普通合伙）变更为中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）。

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 108,000,000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 7.6 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 0 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 | | |
| 姓名 | 程琳娜 | | |
| 办公地址 | 北京市石景山区古城西街 26 号院 1 号楼 8 层 801 | | |
| 传真 | 010-68149756 | | |
| 电话 | 010-68149755 | | |

2、报告期主要业务或产品简介

(1)、主营业务

公司是一家中高端童装运营企业，业务涵盖童装的研发设计、品牌运营与推广、直营与加盟销售等核心业务环节。公司产品覆盖 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开设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公司商品覆盖版图，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、京东等国内知名电商平台开设店铺。

公司采取多品牌运营策略，包括自有品牌：水孩儿、菲丝路汀和暇步士（Hush puppies），自有渠道：Bebelux，授权经营品牌：哈吉斯（Hazzys），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、哈吉斯和菲丝路汀对应中高端市场；Bebelux 国际高端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。

公司运营的童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）、菲丝路汀（Fess & 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、Chloé、VERSACE 等 | 高端 |

注：2023 年 9 月 14 日 Wolverine 已将暇步士品牌在中国大陆及港澳地区的全品类 IP 资产移交给公司，暇步士品牌已成为公司的自有品牌。

(2)、其他业务

2023 年 9 月 14 日 Wolverine 集团已将暇步士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。

即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授权费的业务模式。

(3)、主要产品

公司的主要产品包括自有品牌水孩儿、暇步士和菲丝路汀，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，产品覆盖各品牌男女儿童外套（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。公司经营的主要童装品牌如下：

| 类型 | 品牌名称 | 品牌介绍 | 图例 |
|------|--|--|--|
| 自有品牌 | 水孩儿  SINCE 1995 | 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。 |  |
| | 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。 |  |
| | 菲丝路汀  FÉES LUTINS | 菲丝路汀品牌定位于法式优雅风格，倡导新奇、自然、浪漫、精致的设计理念，品牌的宗旨是“小精灵为每一位小天使创造属于自己的新天地”。 |  |

| | | | |
|----------|--|--|---|
| 授权品牌 | <p>哈吉斯</p>  | <p>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。</p> |  |
| 国际零售代理品牌 | <p>EMPORIO ARMANI、HUGO BOSS、KENZO KIDS、Chloé等</p> | <p>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。</p> |  |

注 1：2023 年度公司的产品仅包括上述品牌的童装及相关产品，不涉及成人装。

（3）、公司所处行业情况

公司是一家中高端童装运营企业，业务涵盖童装的研发设计、品牌运营与推广、直营与加盟销售等核心业务环节。根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所属行业为“C18 纺织服装、服饰业”。从具体产品而言，公司属于纺织服装、服饰业中的童装细分行业。

A. 童装行业整体情况

a. 童装市场具有较强的成长性。我国童装萌芽于 90 年代，较欧美国家起步晚。基于国内庞大的儿童群体基数，童装市场占服装整体市场的比例达到 12%，国内童装的市场规模处于世界头部的地位。童装行业发展展现出较好的成长性，根据欧睿数据，2022 年我国童装市场规模达到 2299 亿元，其中 2009-2019 年童装市场受益于早期较高的出生率和逐步提升的儿童消费支出，呈现高景气度，年均复合增长率为 12%，2020-2022 年期间波动明显，2023-2028 年预测年均增长率为 6%，仍将保持稳健增长。

b. 童装市场具备较强的韧性。童装市场因其刚性需求的消费品属性表现出更强的市场韧性，在市场

消费意愿下降导致需求不足时，承压能力更强，在市场消费意愿回暖，需求回升时恢复程度更高。对比服装细分赛道在 2020 年前后的表现，童装的稳健性和修复弹性仅次于运动服饰。

c. 童装市场内部竞争逐渐加剧，品牌集中度和市场细分程度逐年提升。随着我国经济不断发展，城镇居民的人均可支配收入也随之不断提升，这种趋势带动了婴童消费升级。目前市场上，童装的消费者主要是 80、90 后的年轻父母，更重视孩子所穿童装的时尚性、舒适性、功能性，品牌意识较强，使得国内品牌童装的市场份额仍有提升空间。

近年年轻父母对孩子全方位发展更加重视，童装的穿着场景更加多样化。因此按照不同的穿着场景和消费特点来设计童装显得尤为重要。随着童装市场竞争的加剧，市场成长迅速，童装品牌纷纷通过差异化策略确定品牌的市场定位。童装品牌日益在目标年龄段、性别、功能性、品牌风格等方面都出现了细分的趋势。

B. 竞争格局

童装市场的迅速成长吸引了越来越多的服装企业，目前我国拥有童装企业逾万家，行业竞争者较多，市场较为分散。按照品牌来源的不同，童装品牌分为国内品牌和国外品牌，其中：国外童装品牌如 E.LAND、KENZO 等，国内童装品牌如水孩儿、巴拉巴拉、安奈儿和小猪班纳等。国内品牌进入童装市场较早，对童装行业有较强的专业认识和丰富的经验积累。根据品牌进入路径的不同，童装品牌还可分为专业童装品牌和成人延伸品牌，专业童装品牌是指独立的童装品牌，如水孩儿、巴拉巴拉。成人装延伸品牌是指在原来成人装基础上，延伸发展出针对婴童的服饰品牌，如国外品牌 EMPORIO ARMANI、优衣库（UNIQLO）、ZARA，国内的 MINI PEACE、jnby by JNBY 等。它们通常与其品牌成人装保持相近的设计风格，并利用原有品牌优势和渠道优势推广童装产品。

C. 公司产品的市场地位

公司的产品一直定位于中高端童装市场，其中，自有品牌水孩儿定位于中端、菲丝路汀定位于中高端。公司于 2023 年 9 月收购了全球知名的中高端休闲服饰品牌暇步士（Hush puppies）在国内及港澳地区的全品类 IP 资产，至此暇步士也成为公司的主力自有品牌，该品牌定位于中高端。国际零售代理品牌例如 EMPORIO ARMANI、HUGO BOSS、KENZO KIDS 等均为国际一二线高端品牌，公司与该等童装品牌保持了长期稳定的合作关系。授权经营品牌哈吉斯系全球知名的中高端休闲服饰品牌，公司拥有该等品牌的童装产品在中国大陆的独家经营权，授权经营时间已超过五年，公司优秀的研发设计能力、品牌运营和推广能力以及全面的销售渠道获得了授权方的高度认可，具有与公司长期合作的基础和意向。

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

追溯调整或重述原因

会计政策变更

元

| | 2023 年末 | 2022 年末 | | 本年末比上年 末增减 | 2021 年末 | |
|------------------------|------------------|------------------|------------------|---------------|------------------|------------------|
| | | 调整前 | 调整后 | 调整后 | 调整前 | 调整后 |
| 总资产 | 2,481,383,090.19 | 2,373,961,360.63 | 2,380,309,789.20 | 4.25% | 1,222,479,006.94 | 1,230,633,813.24 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 2,009,114,676.91 | 1,863,483,258.79 | 1,864,016,798.00 | 7.78% | 732,090,462.21 | 732,838,998.82 |
| | 2023 年 | 2022 年 | | 本年比上年增 减 | 2021 年 | |
| | | 调整前 | 调整后 | 调整后 | 调整前 | 调整后 |
| 营业收入 | 1,151,755,114.76 | 1,143,091,866.57 | 1,143,091,866.57 | 0.76% | 1,214,425,919.26 | 1,214,425,919.26 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 179,917,468.66 | 165,967,165.54 | 165,752,168.14 | 8.55% | 194,686,216.60 | 195,434,753.21 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 124,121,440.66 | 137,312,136.01 | 137,097,138.61 | -9.46% | 174,589,743.45 | 175,338,280.06 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 162,042,071.35 | 126,450,805.23 | 126,450,805.23 | 28.15% | 205,472,581.15 | 205,472,581.15 |
| 基本每股收益（元/股） | 1.67 | 1.89 | 1.89 | -11.64% | 2.4 | 2.41 |
| 稀释每股收益（元/股） | 1.66 | 1.89 | 1.89 | -12.17% | 2.4 | 2.41 |
| 加权平均净资产收益率 | 9.32% | 16.00% | 15.97% | -6.65% | 30.59% | 30.69% |

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

执行《企业会计准则解释第 16 号》（财会〔2022〕31 号）导致的会计政策变更。

2022 年 11 月 30 日，财政部发布了《企业会计准则解释第 16 号》（财会〔2022〕31 号，以下简称解释 16 号），其中“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”内容

自 2023 年 1 月 1 日起施行，允许企业自发布年度提前执行。

本公司于 2023 年 1 月 1 日起执行该规定，对于首次执行日租赁负债和使用权资产产生的应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异对比报表及累计影响数进行了追溯调整，具体调整情况如下：

递延所得税资产影响 6,348,428.57 元，递延所得税负债影响 5,814,889.36 元，未分配利润影响 533,539.21 元，所得税费影响 214,997.4 元。

(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 | 294,038,044.90 | 229,816,275.06 | 192,657,169.80 | 435,243,625.00 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 64,433,212.42 | 31,878,497.92 | 31,014,433.84 | 52,591,324.48 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 44,513,185.04 | 24,070,163.87 | 5,021,719.39 | 50,516,372.36 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 67,798,638.96 | -41,768,056.81 | -29,741,144.89 | 165,752,634.09 |

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 | 14,146 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 13,380 | 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 | | | |
| 刘激 | 境内自然人 | 45.40% | 49,027,242.00 | 49,027,242.00 | 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 | | | |
| 重庆麒厚西海股权投资管理有限公司—重庆麒厚股权投资合伙企业 | 境内非国有法人 | 4.51% | 4,870,783.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 | | | |

| | | | | | | |
|------------------------|---|-------|--------------|--------------|-----|------|
| (有限合伙) | | | | | | |
| 深圳市架桥富凯股权投资企业(有限合伙) | 境内非国有法人 | 4.13% | 4,455,000.00 | 0.00 | 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 |
| 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 | 2.24% | 2,415,947.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 刘焜松 | 境内自然人 | 0.96% | 1,034,500.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 陈卫星 | 境内自然人 | 0.67% | 725,600.00 | 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、刘澍、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，刘澍为曹胜奎与刘林贵之子，刘澍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、实际控制人刘澍。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。 | | | | | |

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前十名股东较上期发生变化

适用 不适用

单位：股

| 前十名股东较上期末发生变化情况 | | | | | |
|-----------------------------------|-----------|------------------|---------|-----------------------------------|---------|
| 股东名称(全称) | 本报告期新增/退出 | 期末转融通出借股份且尚未归还数量 | | 期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量 | |
| | | 数量合计 | 占总股本的比例 | 数量合计 | 占总股本的比例 |
| 刘焜松 | 新增 | 0 | 0.00% | 1,034,500 | 0.96% |
| 陈卫星 | 新增 | 0 | 0.00% | 725,600 | 0.67% |
| 鹏扬基金-中国银行-鹏扬基金诚泰3号集合资产管理计划 | 退出 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| 国泰君安证券股份有限公司 | 退出 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| 陈旦珍 | 新增 | 0 | 0.00% | 371,400 | 0.34% |
| 班志 | 新增 | 0 | 0.00% | 210,200 | 0.19% |
| 中国农业银行股份有限公司-西部利得量化成长混合型发起式证券投资基金 | 新增 | 0 | 0.00% | 196,800 | 0.18% |
| BARCLAYS BANK PLC | 新增 | 0 | 0.00% | 196,699 | 0.18% |
| 邵纯龄 | 退出 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| 薛金勇 | 退出 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| 中国国际金融香港资产管理有 | 退出 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |

| | | | | | |
|--------------|----|---|-------|---|-------|
| 限公司—FT | | | | | |
| 华泰证券股份有限公司 | 退出 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| 中国国际金融股份有限公司 | 退出 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| 招商证券股份有限公司 | 退出 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| 卜守国 | 退出 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |

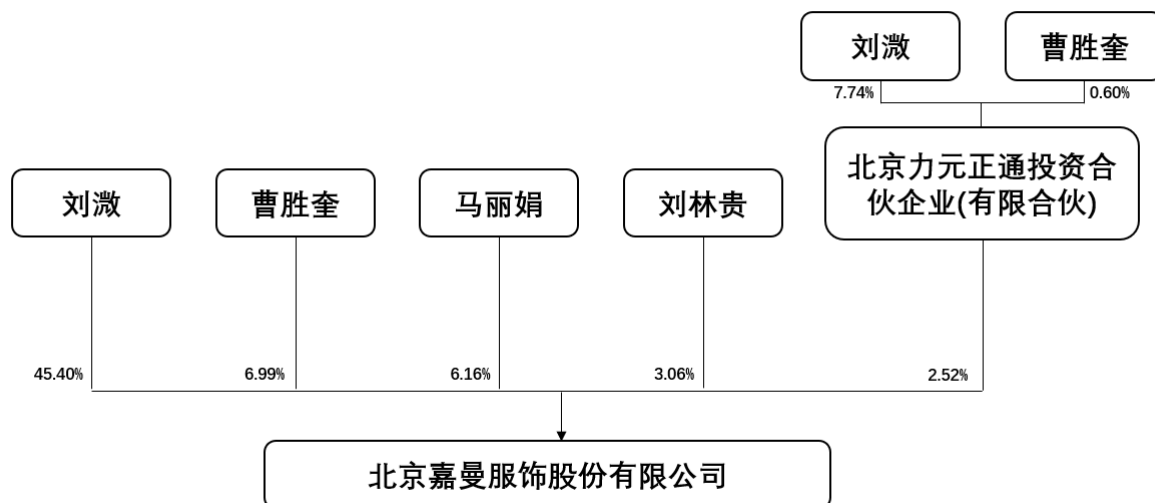
公司是否具有表决权差异安排

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

鉴于 2023 年 9 月 14 日，公司已从 Wolverine 集团取得了暇步士品牌在中国大陆及港澳地区的全品类 IP 资产。经公司管理层审慎调研及充分研究，决定于 2024 年开始自主运营暇步士品牌的成人装品类产品（含：男装、女装等）以拓展公司产品宽度，提升消费者覆盖面。公司将通过上述决策的实施，将主营产品类型扩展到全年龄段，努力打造盈利的第二成长曲线。