

公司代码：603877

公司简称：太平鸟

转债代码：113627

转债简称：太平转债

宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司
2024 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、毕马威华振会计师事务所（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2024年度利润分配实施股权登记日总股本扣除拟回购注销的限制性股票为基数，每10股派发现金红利4元（含税），拟派发现金红利188,430,160.40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
联系地址	宁波市新晖南路258号	宁波市新晖南路258号
电话	0574-56706588	0574-56706588
传真	0574-56225671	0574-56225671
电子信箱	board@peacebird.com	board@peacebird.com

2、 报告期公司主要业务简介

根据《上市公司行业统计分类与代码》，公司所处的行业为纺织服装、服饰业，行业代码为C18。

1. 国民经济稳中有进，高质量发展扎实推进

经国家统计局初步核算，2024 年全年国内生产总值比上年增长 5.0%。全国社会消费品零售总额 487,895 亿元，同比增长 3.5%，其中限额以上服装、鞋帽、针纺织品类同比增长 0.3%。9 月 26 日中央政治局会议部署出台一揽子增量政策，推动社会信心有效提振、市场活力增强，将为我国服装行业平稳向好发展提供强有力支撑。

2. 理性消费成为主流，质价比消费时代来临

消费者的消费能力和信心仍较为谨慎，储蓄意愿强劲，短期内消费潜力未完全释放，恢复和扩大消费的基础还需进一步巩固。居民消费呈现出“价格预算先行，品质追求延续”的特征：预算在国人购物决策中的优先级提升，但对于品质的追求并未改变，人们对于产品的质价比、功能、文化等本质特点依然有更大的诉求。

3. 回归本质精益经营，修炼内功提质增效

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，回归行业本质，拼内功、做深品牌和产品，正成为行业共识。越来越多企业通过组织变革、流程再造、人才激活、数字化转型等方式，围绕品牌力、产品力、渠道力、供应链能力等实现精细化运营。通过强化品牌价值和提升经营质量，企业能够在“变局”中赢得底气，实现可持续发展。这种转变不仅是行业发展的必然趋势，也是企业在新时期赢得竞争优势的关键所在。

（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

LEDiN

mini peace

太平鸟全球
品牌代言人：王鹤棣

ures	
GATE	STATUS
A09	CANCELLED
E29	ON TIME
C31	BOARDING
A07	DELAYED
B25	ON TIME
B17	ON TIME
C07	ON TIME
A16	DELAYED

Dep	
TIME	TO
12:31	...
12:35	...
12:42	...
12:51	...
13:09	...
13:37	...
13:45	...
13:55	...



太平鸟 PEACEBIRD

悦享品质时尚

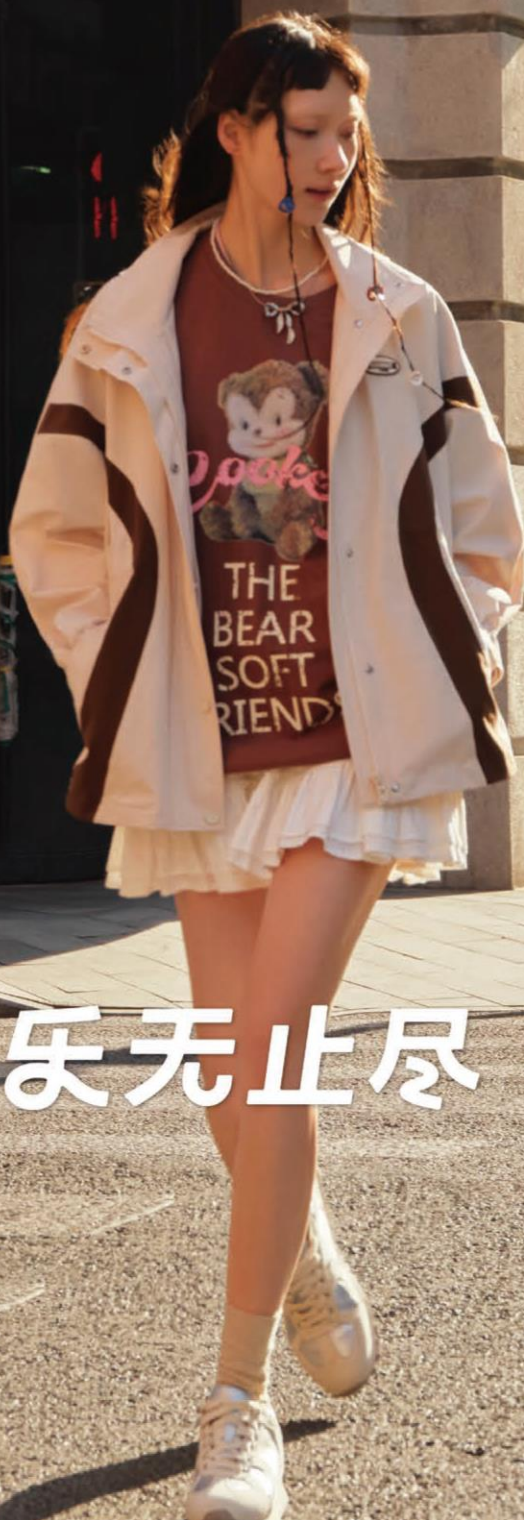
太平鸟女装
品牌代言人：张婧仪

太平鸟
PEACEBIRD

悦享品质时尚



16



LEDiN 乐无止尽



mini peace

（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

公司秉持数据驱动商品开发的理念，通过积极引入大数据分析和人工智能技术，深入挖掘消费者需求，精准识别市场流行趋势。商品开发始终围绕消费者需求这一核心，依托市场趋势、消费者洞察和销售数据等多维度信息，借助数字化手段提升开发精准度，从而推出与消费者喜好契合的时尚商品，持续满足消费者对时尚潮流的追求。

2. 全网协同的立体零售模式

公司持续优化直营与加盟门店布局，同步强化线上电商平台运营，致力于构建全方位零售网络。同时积极拓展社交零售新渠道，通过抖音、小红书等深受消费者喜爱的社交平台，与消费者建立互动桥梁，打造沉浸式的零售体验，增强品牌与消费者的粘性。公司秉持全渠道战略，旨在多样化提供令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体系，在 SCM 供应商管理系统的加持下，实现了生产供应全流程的跟踪管理。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、追单生产等关键环节，共同推动生产供应效率的提升。公司持续打造快速柔性的生产供应模式，实现商品从开发、打样到生产的快速响应，确保能够迅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，在年轻时尚服饰和童装等细分市场中均具有较强的竞争力。在年轻时尚服饰领域，公司与 UR、Zara、绫致、Uniqlo 等服装品牌保持相对竞争关系；在童装领域，公司与 little moco、Fila kids、Balabala、Nike kids 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：元 币种：人民币

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	8,424,478,406.26	8,083,289,181.07	4.22	8,556,750,440.27
归属于上市公司股东的净资产	4,504,931,966.39	4,520,870,266.81	-0.35	4,148,444,373.72
营业收入	6,802,399,203.16	7,792,124,340.26	-12.70	8,601,638,095.28
归属于上市公司股东的净利润	258,455,324.20	421,942,182.32	-38.75	185,825,468.44
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	123,087,449.37	288,783,185.42	-57.38	-25,736,096.33
经营活动产生的现金流量净额	860,323,998.95	1,276,292,512.72	-32.59	398,823,008.25
加权平均净资产收益率(%)	5.75	9.74	减少3.99个百分点	4.44
基本每股收益(元/股)	0.55	0.90	-38.89	0.39
稀释每股收益(元/股)	0.55	0.89	-38.20	0.39

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	1,805,673,197.46	1,339,900,617.37	1,396,025,932.18	2,260,799,456.15
归属于上市公司股东的净利润	158,764,894.92	12,427,839.38	-63,378,719.05	150,641,308.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	108,160,197.35	-43,153,941.30	-74,782,360.89	132,863,554.21
经营活动产生的现金流量净额	8,168,946.60	11,576,408.75	-106,053,292.28	946,631,935.88

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

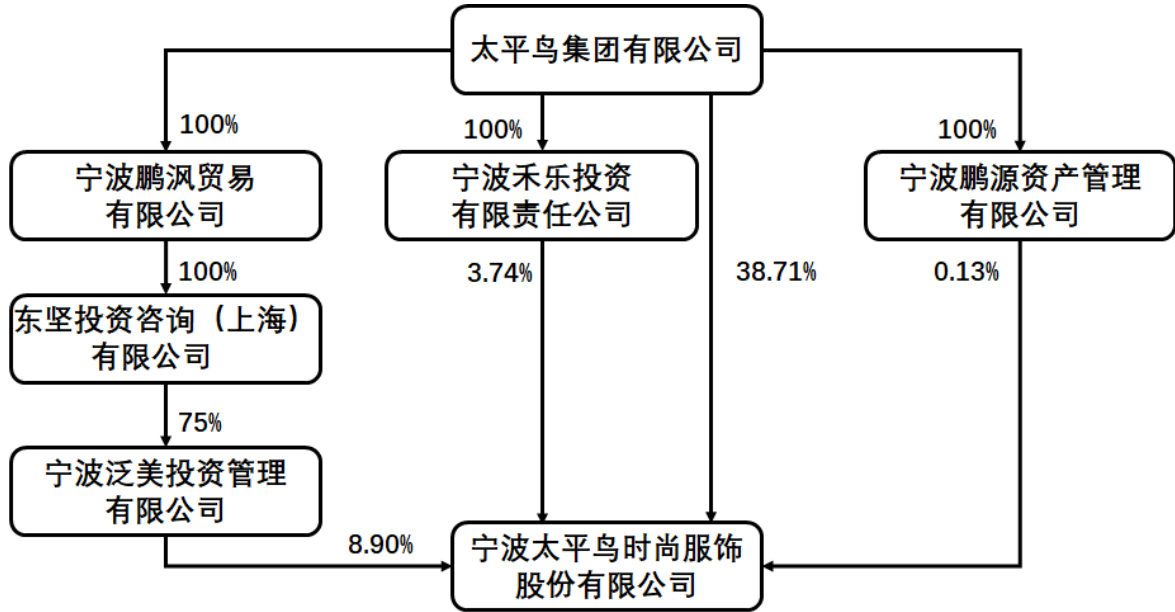
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					15,393		
年度报告披露日前一月末的普通股股东总数（户）					13,262		
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		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
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	-22,122,900	183,416,688	38.71	0	无	0	境内非国 有法人
张江波	53,191,300	77,347,912	16.32	0	无	0	境内自然 人
宁波泛美投资管理有 限公司	0	42,168,000	8.90	0	无	0	境内非国 有法人
陈红朝	-7,970,400	26,995,100	5.70	0	无	0	境内自然 人
宁波禾乐投资有限责 任公司	0	17,724,307	3.74	0	无	0	境内非国 有法人
高路峰	111,200	9,000,000	1.90	0	未知		境内自然 人
宁波汪洋浩博资产管 理中心（有限合伙） —浩博七号一期私募 证券投资基金	-1,460,000	8,010,000	1.69	0	未知		其他
香港中央结算有限公 司	-4,778,043	6,496,560	1.37	0	未知		境外法人
上海思懿投资管理有 限公司—思懿投资新 享13号私募证券投资 基金	5,744,500	5,744,500	1.21	0	未知		其他
王明峰	1,859,000	5,394,845	1.14	135,000	无	0	境内自然 人
上述股东关联关系或一致行动的说明	太平鸟集团有限公司、张江波、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一致行动人。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						

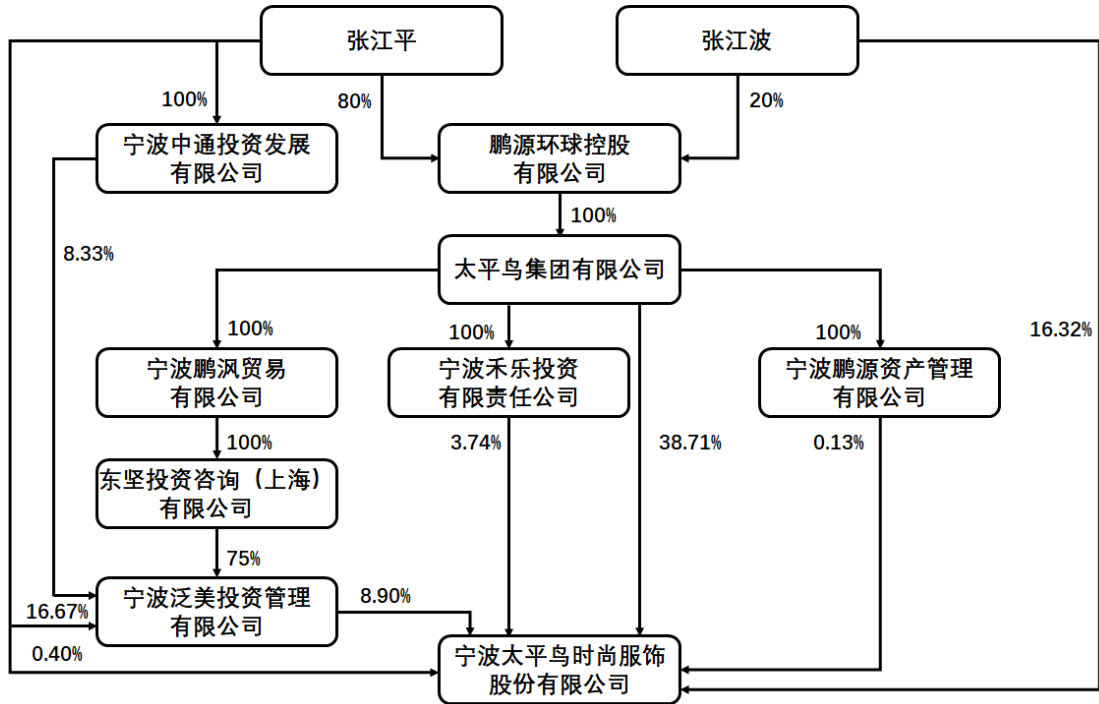
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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：

◆ **悦享品质时尚，开启品牌新纪元**

2024 年，太平鸟携手全球知名咨询机构 BCG，规划了全新的国际化战略引领方向，共同擎画品牌新蓝图：

太平鸟品牌以“悦享品质时尚”为核心定位，立足中国主流时尚，致力于为 25-35 岁的年轻消费者提供在品质生活下的多个通用场景的穿搭方案，用兼具人文温度与实用美学的时尚语言重构消费体验，向全球践行“悦享品质时尚”的价值主张，开启品牌发展的新纪元。



◆ 品质时尚驱动品类革新，重塑增长新动能

1. 甄质新生，定义品质生活新范式

太平鸟「甄质·新生」冬季品质系列通过全球溯源珍稀原料与高奢级工艺的深度融合，打造大师大衣系列与衬衫羽绒两大标杆级产品矩阵。为构建立体化品质认知，太平鸟以“甄质工坊”为主题打造艺术策展式营销活动，并联动顶尖媒体 VOGUE 及特邀品牌甄友娜然、付辛博共同呈现艺术创作与品质生活的品质视觉企划，实现产品力与品牌精神共鸣的双向突破，成功构建消费者太平鸟品质认知体系。



2. 全域穿行，场景革命引领品类革新

基于都市户外 3.0 趋势洞察，太平鸟以前沿设计思维打造「全域穿行」战略单品体系。创新研发的时尚化冲锋羽绒产品线，精准捕捉实用主义与时尚美学的平衡支点，开辟冬季服饰新蓝海。PEACEBIRD X A-COLD-WALL*联名系列，作为国际潮奢与本土品牌的首度深度对话，以前瞻性设计语言解构多场景穿搭边界。以深圳旗舰店开业为契机，通过数字艺术装置与明星效应的协同共振，实现社交传播与商业转化的高效增长。



3. 质御寒冬，构筑羽绒产业时尚护城河

太平鸟秉持品质承诺，建立霍尔多巴吉白鹅绒供应链体系，以「质御寒冬」理念重塑羽绒品类价值基准。通过建筑级空间叙事手法，以旗舰店为地标锚点，打造全国八芒星主题装置快闪矩阵，将品牌探索基因注入沉浸式美学场域，构筑消费者与品牌的价值共鸣链，极大推动羽绒品类完成从保暖单品到时尚载体的范式转型，并持续助力品牌旗舰店与消费者的深度链接。



LEDiN 在上海、南京两地落地「倍暖通勤专列巡游快闪」，充分展现了“尽享时尚意趣，拥抱鲜活真我”的品牌理念，更传递出战略升级后的 LEDiN 致力于为消费者传递积极情绪价值、着力构建全新品牌文化体系的宏愿。



mini peace 携手风靡全球的童趣 IP，升级羽绒产品，重新定义儿童冬日先锋潮流，跨界叙述 mini peace 宝藏羽绒的创意理念，并在重奢商场宁波阪急开启“宝藏漫游”，探索冬日的自由与热爱。



◆ 全新视觉形象升级，点亮品牌新征程

2024 年，太平鸟以品牌视觉标识的第三次全面升级为起点，开启崭新征程。此次升级旨在重新定义品质内核，焕新品牌公众形象，塑造更深刻的品牌认知，为品牌战略的深化与升级注入新动力。

全新品牌 VI 顺应消费者趋势，创新性地将中文“太平鸟”作为视觉核心，辅以“PEACEBIRD”英文标识，彰显了太平鸟对本土文化的深厚情感与强烈认同，也展现了中西文化的和谐共鸣。本次视觉形象的全面升级，不仅深度聚焦用户视觉触点，更以全新视觉形象为引领，全方位拉动终端形象、产品体系、市场营销的“立体化转型”，构建起更具活力与吸引力的品牌新生态。这是太平鸟品牌全面升级的重要里程碑，也是开启“创世界级时尚品牌”新征程的重要起点。

太平鸟

PEACEBIRD

◆ 超级门店新形象，品质零售新标杆

2024 年，太平鸟围绕“一个品牌”战略，构筑了全新的品牌旗舰店，以“未来聚场”为核心设计理念，打造出集全品牌矩阵与多元风格场景于一体的沉浸式购物空间，在这里，活力与质感交织，塑造出别具一格的零售新面貌。2024 年 5 月，太平鸟在品牌发源地宁波揭幕了全球首家品牌旗舰店，开启了零售新纪元的序幕。此后，品牌旗舰店在武汉、长春、杭州、深圳、重庆等城市核心商圈相继落子。2025 年初，太平鸟全球首家“超级壹号店”正式在上海商业黄金地段——南京路盛大开业，以双层逾千平方米的创新空间，打造城市时尚新地标，成为品牌形象新征程中的一座璀璨里程碑。

8 座千平旗舰标杆，不仅彰显了太平鸟零售战略的升级，也为消费者带来了全新的购物体验，多家旗舰店 2025 年 1 月零售额突破 500 万元大关。在零售新形象新格局的引领下，最新市场数据也印证了战略成效。太平鸟以“悦享品质时尚”的核心主张，持续通过产品创新与体验升级，致力于与消费者创造更深层的情感联结，重新定义中国时尚零售行业的品质标杆。

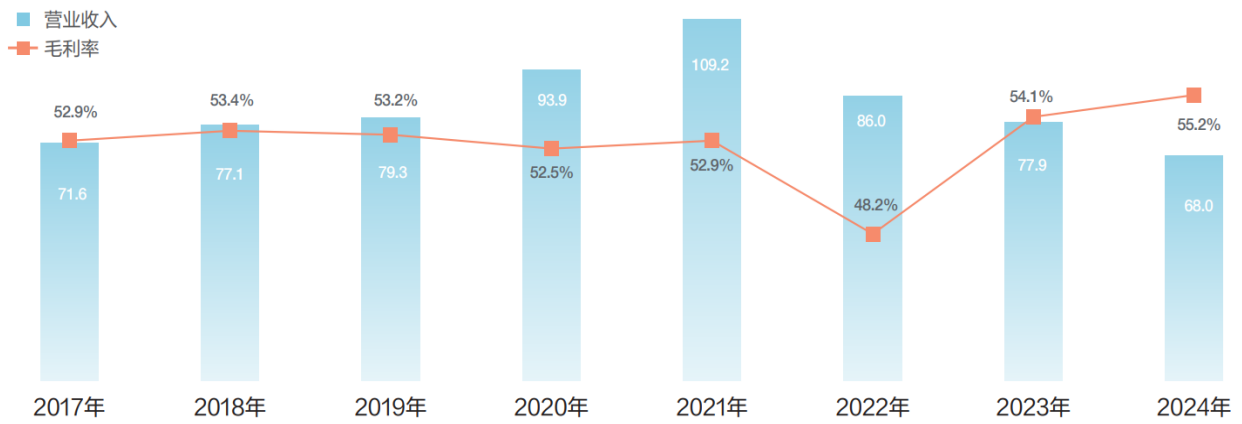


◆ 零售业绩承压，公司利润同比下滑

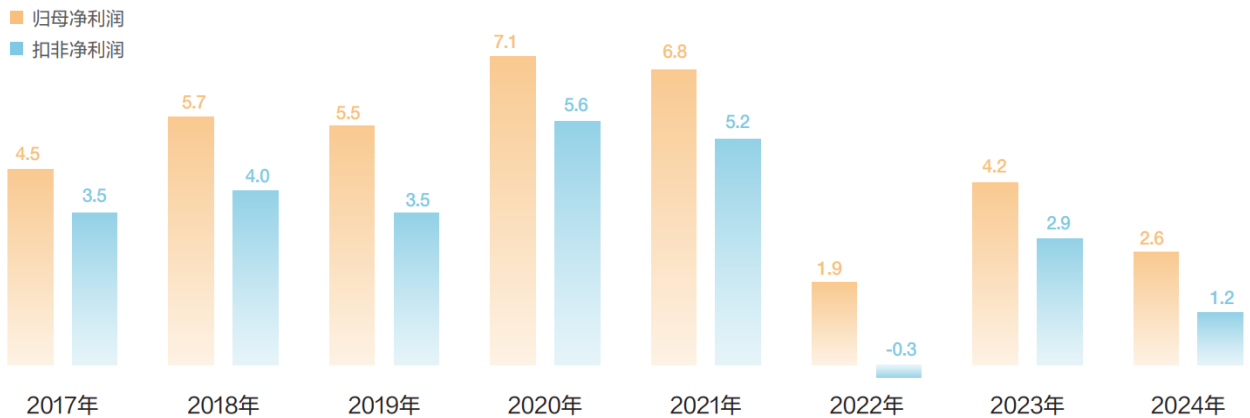
公司坚定变革战略方向，持续强化品牌力，提升产品力，充分激发组织活力，致力于不断提升品牌价值和经营质量。

报告期内，公司实现营业收入 68.0 亿元，同比下降 12.7%；实现归母净利润 2.6 亿元，同比下降 38.7%；实现扣非净利润 1.2 亿元，同比下降 57.4%。

营业收入及毛利率 单位：亿元

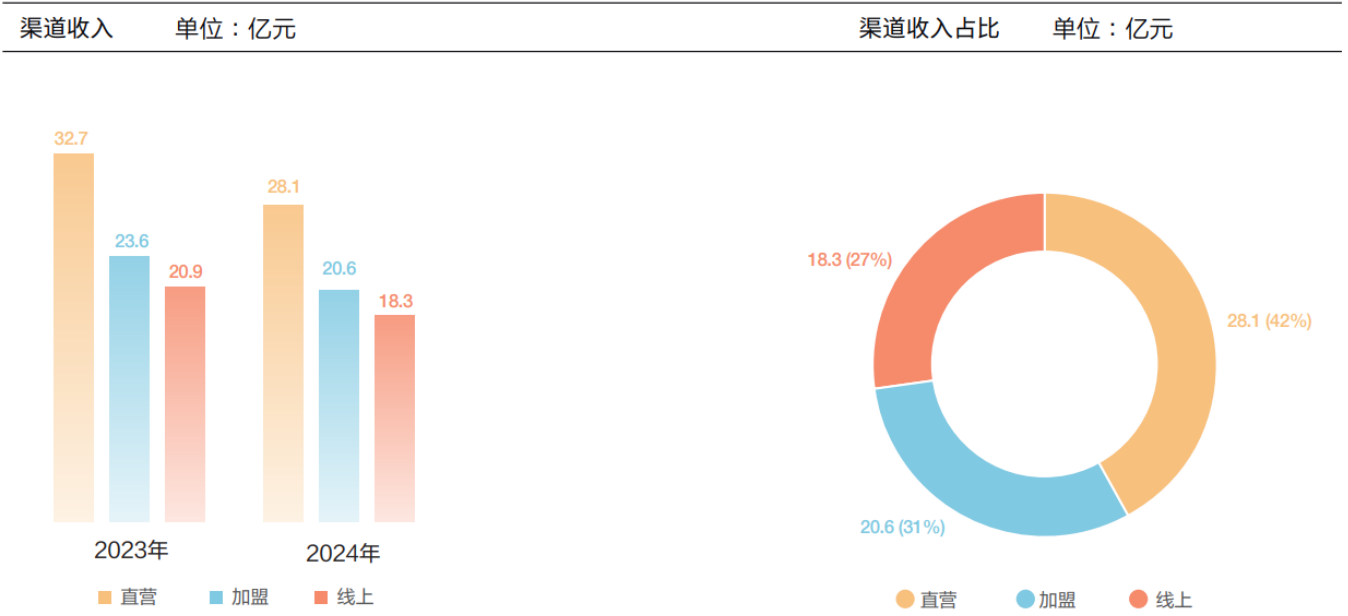


净利润 单位：亿元



◆ 持续优化渠道结构，谋定渠道发展战略

公司聚焦门店经营质量提升和盈利能力改善，持续关闭低效门店，经营重点转向提升终端品牌形象和门店平效。同时更加清晰渠道的价值定位和经营拓展重点区域，围绕“降楼层、扩面积、提平效”的渠道发展原则，为公司未来高质量增长调整好渠道结构。



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