

证券代码：002154

证券简称：报喜鸟

公告编号：2024 年 008 号

# 报喜鸟控股股份有限公司

## 2023 年年度报告摘要

### 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。

非标准审计意见提示

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

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 1,459,333,729 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2.5 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	报喜鸟	股票代码	002154
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	证券事务代表	
姓名	谢海静	包飞雪	
办公地址	浙江省永嘉县瓯北街道双塔路 2299 号	浙江省永嘉县瓯北街道双塔路 2299 号	
传真	0577-67315986	0577-67315986	
电话	0577-67379161	0577-67379161	
电子信箱	stock@baoxiniao.com	stock@baoxiniao.com	

#### 2、报告期主要业务或产品简介

##### 一、报告期内公司所处行业情况

公司需遵守《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 3 号——行业信息披露》中零售相关业的披露要求

2023 年是全面贯彻党的二十大精神开局之年，是疫情防控转段后经济恢复发展的一年。随着经济社会全面恢复常态化运行，消费呈现良好恢复态势，根据国家统计局数据显示，全国社会消费品零售总额达到人民币 47.15 万亿元，同比增长 7.22%，消费复苏的趋势显现；随着线下消费场景持续创新拓展，实体店铺零售恢复向好，限额以上百货店零售

额累计增长 8.8%；服装类商品零售额累计值 1.05 万亿元，较上年同期增长 15.4%，服装社零好于整体社零；全年实物商品网上零售额 13.02 万亿元，同比增长 8.4%；其中网上穿类实物零售额累计增长 10.8%，2023 年度我国纺织服装行业内销市场实现较快复苏。

随着社会的发展和消费者意识的提高，人们对服装的需求越来越倾向于个性化和多样化，更注重场景化服装需求，从而催生出更多细分的服装品类和特色品牌，以满足消费者的不同需求。受互联网时代年轻消费群体需求的驱动，“国潮”兴起，民族审美凸显，国风国潮产品及自主品牌市场认可度得到提升。随着城市化进程的加快和消费者购物习惯的变化，购物中心以其综合性、便捷性和体验性等优势，逐渐成为品牌服装线下核心渠道之一；直播电商以其天然的数据和流量、较强的互动和视觉展示等优势快速发展，成为线上销售重要渠道，促进服装行业加快数字化转型升级。尽管经济形势可能面临挑战，但消费者仍然重视对产品品质和品牌价值的消费，消费升级趋势未变。但消费者更加理性，促使品牌方提供更优质的产品和服务，更加重视科技、时尚、环保的服装产业新定位，更加注重企业内生增长，促进服装产业高质量发展。

公司需遵守《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 3 号——行业信息披露》中纺织服装相关业的披露要求

## 二、报告期内公司从事的主要业务

公司需遵守《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 3 号——行业信息披露》中零售相关业的披露要求

### （一）公司主要业务

报喜鸟控股成立于 2001 年，主营业务为品牌服装的研发、生产和销售，在浙江温州永嘉、上海松江、安徽合肥建立了三大生产基地，产品品类涵盖西服、西裤、衬衫、夹克、羊毛衫、POLO 衫、羽绒服、速干衣、休闲裤、皮鞋皮具等全品类服饰。公司实施“一主一副、一纵一横”的发展战略，服装主业上坚持多品牌化发展，目前自有或代理的品牌包含报喜鸟、HAZZYS（哈吉斯）、宝鸟、所罗、Camicissima（恺米切）、Lafuma（乐飞叶）、东博利尼、亨利·格兰等，各品牌产品能满足中高端男士不同场合下的着装需求。

### （二）公司经营模式

#### 1、研发设计模式

公司各品牌拥有独立的研发设计部门，采用自主研发、授权研发模式。以商品企划为主导，采用场景化开发模式，积极探索应用大数据手段捕捉流行趋势和消费者需求，提高商品设计的精准度；报告期内公司成立材料研发中心，负责面料辅料发展趋势研究、制定品牌核心面料研发项目的规划及落地；并携手东华大学以及业界知名主流面料商，通过产学研深度合作，致力于原材料的创新和提升，完善和解决产品的纺织技术，坚持向消费者提供高品质、高性价比和高科技的产品，不断满足消费者对市场的需求。

#### 2、采购模式

公司采购的主要产品包括面料辅料、半成品、成衣、配饰和其他物料，公司根据订货会订单情况制定采购和生产计划，按交货波段组织采购和生产。公司通过采购、生产和销售之间的合理衔接，科学安排采购和生产计划。公司严格执行《采购管理制度》、《供应商考察与评估》、《外协品采购管理规定》等相关制度，向列入战略供应商目录或合格供应商目录的面辅料生产商和外购件供应商进行采购，并持续探索与业内优秀供应商的新合作模式。

#### 3、生产模式

公司目前采用自制、外协生产相结合的生产模式。在温州永嘉、上海松江、安徽合肥建立了三大生产基地，主导产品西服、衬衫以自制生产为主；其他品类主要采用委外加工方式进行生产，包括衬衫、T 恤、夹克、羊毛衫等。公司根据不同生产模式的特点，结合产品的品类、生产工艺、交货时间、订货数量等因素，采用相匹配的生产模式组织生产。公司建立了报喜鸟大规模个性化智能定制系统，按照消费者的个性化订单，通过智能化数据分析和信息整合，生成订单信息指令，驱动智能工厂进行大规模的个性化制造，实现服装定制的最高生产目标——“个性化缝制不降低品质、单件流不降低效率”，保障了公司全品类私人定制业务的顺利实施。

#### 4、销售模式

公司运营品牌分为零售品牌和团购品牌，零售品牌如报喜鸟、HAZZYS（哈吉斯）、CAMICISSIMA（恺米切）、LAFUMA（乐飞叶）等实行线上线下相互融合的全渠道营销；线下销售主要为加盟和直营相结合的销售模式，加盟模式

为公司与加盟商签订合同，由加盟商通过其终端以零售方式向顾客销售公司产品，公司原则上要求其先付款再发货，对部分加盟商根据其以往汇款信用、经营情况给予一定的信用账期，并收取一定的资金占用费（风险金）；直营方面，公司主要通过百货商场、购物中心店拓展专卖店、商场专柜/专厅等网点，并进行统一的运营和管理。线上销售主要通过同第三方平台如天猫、京东、唯品会等主流电商平台进行合作，开设官方旗舰店，通过抖音等直播平台进行带货，努力提升新零售业务会员引流赋能和创新业务尝试。团购品牌和团购业务如职业装品牌宝鸟、校服品牌衣俪特，通过招投标、市场开拓等形式获取客户订单，根据客户订单需求进行自主生产或委外加工。

### （三）公司所处的行业地位

公司坚持服装为主业，成功实施多品牌发展战略，建立了良好的多品牌矩阵，旗下已有三个超 10 亿营收规模的品牌。其中成熟品牌报喜鸟、哈吉斯、宝鸟、所罗稳健发展，成长品牌乐飞叶、恺米切等快速发展，培育品牌东博利尼小步快走。2020 年至 2023 年期间，公司持续保持稳健发展，实现营业收入年复合增速 11.52%、归属于母公司所有者净利润年复合增速 23.95%，经营业绩增速行业领先。2023 年，公司实现营业收入 525,362.52 万元，较上年同期上升 21.82%，实现归属于母公司所有者净利润为 69,785.21 万元，同比增长 52.11%，实现快速发展，经营业绩再创历史新高。

其中，报喜鸟品牌坚持西服第一品牌战略，曾荣获“中国驰名商标”、“中国名牌产品”、“全国纺织服装行业质量领先品牌”等诸多荣誉，是国内品牌男装领先品牌。报喜鸟系半毛衬男西服、全毛衬西服标准制定者，拥有 25 项西服领域实用新型专利，研发的“单层双面穿上衣”、“轻正装系列运动西服”等 20 项产品被登记为浙江省科学技术成果；创新推出的运动西服自上市以来，市场认可度较高，销售数量、销售金额均实现较好增长，其中多场合功能型运动西服项目获得第九届中国十大纺织科技-新锐科技奖。在智能制造方面，报喜鸟品牌率先进行数字化转型，是成衣品牌服装企业第一家入选“国家工信部智能制造示范企业”，报告期内荣获浙江省经济和信息化厅颁发的“服务型制造示范企业”。

哈吉斯（HAZZYS）为中高端英伦休闲品牌，持续推进产品年轻化、多品类、多系列发展，产品包含男装、女装、箱包、鞋等类别，曾获亚洲消费者大赏等荣誉，受邀参加上海时装周担当开幕首秀品牌，在一、二线城市与国内大型综合体保持紧密合作，消费者认可度高，具有较高品牌知名度、美誉度和忠诚度。

宝鸟品牌为国内知名职业装团购品牌，系 2023 年度中国职业装十大品牌、中国职业装领军品牌、“2022-2023 年行业标杆品牌”之一，曾荣获中国西服（含衬衫）十强企业、中国职业装 50 强企业、全国服装行业质量领先品牌等荣誉。2023 年度宝鸟实现收入 10.39 亿元，同比增长 15.87%，客户覆盖从占比较高的金融系统进一步延伸至通信、交通、能源等行业，有效拓宽客户范围。合肥 100 万套智能制造生产项目正在积极推进中，建设完成后将为宝鸟业务持续增长提供产能保障。

恺米切品牌是意大利专业衬衫品牌，已有 90 多年历史，享有意大利“衬衫之父”美誉，渠道遍布全球多个国家。恺米切品牌致力于满足每一位男士关于衬衫的所有需求，专注制作品质衬衫，核心产品为 100% 全棉免烫衬衫，定位清晰。作为知名国际品牌，恺米切终端形象精致、统一，商场认可度高，目标客群画像清晰，且品类聚焦、陈列简单、营销策略固定，商业模式更为简单，有望实现快速复制。

乐飞叶品牌来源于法国，具有较高的品牌知名度，专注户外休闲服饰的研发和销售，坚持“轻户外、悦旅行”、“穿 Lafuma 去旅行，拍照好看”的品牌理念，符合人们享受自然生活、户外露营、拍照分享的生活习惯，近年来户外休闲品类实现高速增长，乐飞叶品牌积极快速发展中。

## 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

单位：元

	2023 年末	2022 年末	本年末比上年末增减	2021 年末
总资产	7,055,130,923.81	5,990,458,688.35	17.77%	6,117,536,478.16
归属于上市公司股东的净资产	4,341,343,685.33	3,934,839,307.90	10.33%	4,161,423,487.68

	2023 年	2022 年	本年比上年增减	2021 年
营业收入	5,253,625,184.72	4,312,763,563.85	21.82%	4,451,368,806.37
归属于上市公司股东的净利润	697,852,097.89	458,774,115.04	52.11%	464,358,584.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	604,869,365.50	374,267,876.51	61.61%	413,855,043.93
经营活动产生的现金流量净额	1,153,641,350.32	515,309,797.86	123.87%	619,451,107.56
基本每股收益（元/股）	0.48	0.31	54.84%	0.3800
稀释每股收益（元/股）	0.48	0.31	54.84%	0.3800
加权平均净资产收益率	16.96%	11.22%	5.74%	13.38%

## （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	1,290,475,906.50	1,180,164,056.74	1,196,794,484.82	1,586,190,736.66
归属于上市公司股东的净利润	255,586,126.25	152,008,271.22	147,521,323.56	142,736,376.86
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	219,758,210.21	123,335,675.52	139,904,702.98	121,870,776.79
经营活动产生的现金流量净额	149,651,136.62	189,832,629.74	92,171,925.29	721,985,658.67

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	47,381	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	48,891	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
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	
吴志泽	境内自然人	25.20%	367,777,954	278,221,855.00	质押	73,700,000	
吴婷婷	境内自然人	12.72%	185,564,542	0	质押	97,850,000	
香港中央结算有限公司	境外法人	6.77%	98,785,943	0	不适用	0	
中国建设银行股份有限公司—汇添富消费行业混合型证券投资基金	其他	1.88%	27,500,038	0	不适用	0	
中国工商银行—融通动力先锋混合型证券投资基金	其他	1.65%	24,035,502	0	不适用	0	

中国建设银行股份有限公司—中欧价值发现股票型证券投资基金	其他	1.38%	20,099,808	0	不适用	0
中国建设银行股份有限公司—中欧成长优选回报灵活配置混合型发起式证券投资基金	其他	1.23%	17,935,047	0	不适用	0
吴特	境内自然人	0.94%	13,790,466	0	不适用	0
中国工商银行—南方绩优成长股票型证券投资基金	其他	0.82%	12,022,600	0	不适用	0
全国社保基金—二零一组合	其他	0.82%	11,954,594	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	股东吴志泽、吴婷婷为一致行动人，与前十名其他股东之间不存在关联关系，也不属于一致行动人；未知前十名其他股东之间是否存在关联关系或是否为一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

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

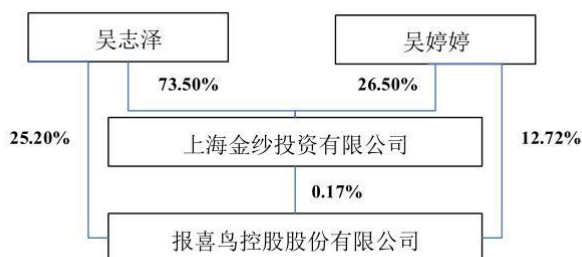
适用 不适用

## (2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

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

无