

一、重要提示
1.1 本年度报告摘要摘自年度报告全文,投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站和中国证监会指定网站上的年度报告全文。

1.2 公司简介

股票简称	九牧王	股票代码	601566
股票上市交易所	上海证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	吴徵荣	李健	
电话	(0592)-2955789	(0592)-2955789	
传真	(0592)-2955997	(0592)-2955997	
电子信箱	ir@secone.net	ir@secone.net	

1.3 主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位:元 币种:人民币

	2013年(末)	2012年(末)	本年(末)比上 年(末)增减 (%)	2011年(末)
总资产	5,213,530,745.12	5,109,496,726.77	2.04	4,757,782,963.90
归属于上市公司股东的净资产	4,519,430,947.51	4,392,565,684.88	2.89	3,978,865,174.44
经营活动产生的现金流量净额	558,847,260.63	559,252,793.52	-0.07	335,052,620.25
营业收入	2,501,539,269.87	2,600,556,841.21	-3.81	2,257,331,244.52
归属于上市公司股东的净利润	537,302,198.95	668,423,350.31	-19.62	517,893,217.40
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	523,831,102.08	657,337,868.40	-20.31	515,319,221.24
加权平均净资产收益率(%)	12.05	16.08	减少4.03个百分点	19.49
基本每股收益(元/股)	0.93	1.16	-19.83	0.99
稀释每股收益(元/股)	0.93	1.16	-19.83	0.99

2.2 前10名股东持股情况表

单位:股

截止报告期末股东总数		23,439	年度报告披露日前第5个交易日末股东总数	23,079
前十名股东持股情况				
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股总数	报告期内增减
九牧王国际投资有限公司	境外法人	58.34	337,500,000	0
泉州市舶锐投资有限公司	境内非国营贸易企业	5.21	30,150,000	无
泉州市舶锐投资有限公司	境内非国营贸易企业	5.21	30,150,000	无
泉州市舶锐投资有限公司	境内非国营贸易企业	5.21	30,150,000	无
智立方(泉州)投资有限公司	境内非国营贸易企业	3.81	22,050,000	0
中国工商银行(一千万亿级战略投资者)	未知	0.55	3,175,873	3,175,873
全国社保基金——零三组合	未知	0.52	2,993,349	2,993,349
中国建设银行(一千万亿级战略投资者)	未知	0.40	2,299,572	2,299,572
中国建设银行(一千万亿级战略投资者)	未知	0.35	1,999,972	1,999,972
中国农业银行股份有限公司-博时内需增长灵活配置混合型证券投资基金	未知	0.26	1,499,943	1,499,943

上述股东关联关系或一致行动的说明

公司实际控制人陈加茂及泉州市舶锐投资有限公司实际控制人陈加茂为兄弟关系,陈金盾、陈加茂、陈燎原与泉州市舶锐投资有限公司实际控制人陈加茂为陈金盾的妹妹,为陈加茂、陈燎原的姐夫。上述股东系一致行动人。

2.3 以方框图描述公司与实际控制人之间的产权及控制关系



三、管理层讨论与分析

(一)宏观经济环境及行业概述

2013年,国内外经济形势复杂多变,但是受投资因素拉动,我国经济经历了年中波折和低谷后,仍展现出稳中向好的局面,整体经济稳中企稳,社会消费品零售总额不断增长,但城镇居民和农村居民的人均可支配收入同比增速明显回暖,而城乡居民消费提量速度不大。

服装行业整体上来看,受到内需拉动缓慢等因素的影响,内销市场虽然保持增长,但增速较前两年明显放缓,并且表现不及零售市场;百货渠道服饰销售形势更为严峻。今年以来,服饰销售价格压力明

九牧王股份有限公司

2013年度报告摘要

尊敬的股东、客户、合作伙伴及社会各界朋友:

2013年,公司通过“新动力、精耕细作、提升盈利能力”的战略指导,重心围绕提升扭升的能力,提升直营店铺,提升加盟网络和产品线方面精细操作,虽然在毛利率上缓解了宏观环境低迷对零售盈利的冲击,但2013年经营业绩仍然出现了下滑,也是公司经营业绩首次出现下滑。报告期间,公司针对不同区域的消费者需求,调整产品线,提升了营销网络的变动性。

公司通过“提升直营店铺形象”和“提升直营商店”两方面,通过公司层面的商品企划项目,推动了直营商店能力,为加盟商提供了更好的发展空间,提升了直营商店的运营效率。

2013年,公司一方面精耕细作,生产出更多的产品,提高了生产效率。另一方面采用推拉结合的订货模式,直接面对消费者的补货,有效地提升了运营效率。在激烈的市场竞争环境中,公司则紧紧围绕各区域的信息反馈,是终端门店,提升了系列化产品的研发、采买、终端陈列等能力,并强化了“男装专家”在终端的落地,直营店的整体盈利能力得到了提升。

3.提升加盟商盈利能力

由于实体经济不景气,加盟商在两年困难的库存徘徊过高,终端租金仍处高位等因素,加盟商的盈利能力大降,2013年加盟商开店意愿有所降低。为此,公司在加强直营店铺运营的同时,在2013年进一步强化了加盟管理团队的组织建设和发展库建设,加大库存整合和加盟商零售运营的帮扶,帮助加盟商消化库存,提升盈利能力。

4.提升直营商店效能

公司通过“提升直营店铺形象”和“提升直营商店”两方面,通过公司层面的商品企划项目,推动了直营商店能力,为加盟商提供了更好的发展空间,提升了直营商店的运营效率。

2013年,公司一方面精耕细作,生产出更多的产品,提高了生产效率。另一方面采用推拉结合的订货模式,直接面对消费者的补货,有效地提升了运营效率。在激烈的市场竞争环境中,公司则紧紧围绕各区域的信息反馈,是终端门店,提升了系列化产品的研发、采买、终端陈列等能力,并强化了“男装专家”在终端的落地,直营店的整体盈利能力得到了提升。

3.提升加盟商盈利能力

由于实体经济不景气,加盟商在两年困难的库存徘徊过高,终端租金仍处高位等因素,加盟商的盈利能力大降