

1. 本年度报告披露要求在报告全文, 为便于了解公司的经营成果、财务状况及未来发展能力, 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、监事及董事、监事、高级管理人员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. 容诚会计师事务所(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间利润分配预案或公积金转增股本预案
公司拟以权益分派实施公告刊登日在标的股本为基数, 每10股派发现金股利3.00元(含税), 留余未分配利润, 结转后利润为零。

第二节 公司基本情况

公司概况			
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码
A股	上海证券交易所	九牧王	601566
联系人和联系方式	董秘会秘书	证券事务代表	
姓名	张泽淳	袁婉玲	
办公地址	厦门市湖里区高崎路1号	厦门市湖里区高崎1号	
电话	(0592)-28670000	(0592)-28670000	
传真	(0592)-28670007	(0592)-28670007	
电子邮箱	ir@jiuwo.com	ir@jiuwo.com	

2. 报告公司主要业务简介

根据国家统计局数据, 2024年1-12月, 我国社会消费品零售总额407,896.0亿元, 比上年增长5.1%, 全国限额以上单位消费品零售额102,550.0亿元, 同比增长7.7%, 其中, 限额以上的单位商品, 鞋服、针纺织品类商品零售额同比增长9.0%, 实物商品网上零售额零售额同比增长15.5%。

2024年内男装市场在消费升级与理性消费的双重驱动下, 呈现出多元、科技化与可持续的发展态势。

1. 消费个性化, 追求性价比与品质, 重视消费价值

根据麦肯锡尼尔, 普华永道等机构发布的中国消费趋势调研报告, 2024年消费者出现理性消费, 追求高性价比与多元品质的消费特征, 消费回归价值, 消费者更加重视产品的价值, 而非简单追求品牌溢价, 高性价比和消费比价被重点关注。

2. 消费场景多元化, 推动产品场景化设计与创新。男装消费场景, 从商务休闲、户外探索、社交娱乐等多场景延伸, 商务休闲、户外运动、商务男装、男装男装加绒加厚。

3. 消费对本土化的需求增强, 品牌持续经营

国务院关于进一步扩大消费潜力促进消费持续恢复的若干措施》明确提出, 开发时尚国产产品, 推动服饰、鞋包等打造“潮牌”, 消费者本土化的需求增强, 更强调购买国产产品和国潮产品。Z世代(90后, 00后)已成为潮流消费的主力军, 他们不仅追求个性化表达, 还通过“谷子经济”(二次元周边消费)形成文化认同。

4. 服装全链全深挖掘产品, 反应市场变化, 强化技术创新的引领

面对市场竞争与消费者需求变化, 服装品牌主动求变、发展, 在产品创新、渠道布局、精准营销等方面取得显著的行业布局与探索。

● 在产品创新方面, 服装品牌融合传统工艺与现代潮流, 并依托科技力量引领产品革新, 不断推出满足消费者需求的新产品, 在渠道、供应链等方面形成成效, 推动产品创新与渠道建设。

● 在渠道建设上, 服装品牌抢占线上线下融合, 为消费者带来更加便捷、舒适的购物体验。

(一) 报告期内公司生产经营情况

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王品牌也得到了国内机构媒体的认可, 先后获得“中国最受消费者欢迎的休闲男装”、“中国十大最具影响力男装”、“中国服装行业年度“最佳品牌”、“最佳商务男装”、“中国最有价值品牌”、“2019中国服饰行业年度总评榜-中国品牌100强”、“中国最具影响力品牌”、“中国最有价值品牌500强”、“中国最受消费者欢迎的男装品牌”等众多奖项。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。

九牧王是中国行业龙头企业, 公司主要从事男装及男士商务休闲服饰的生产和销售, 并实施品牌发展战略, 目前拥有“男装”、“九牧王”、“韩国通勤”、“ZIOZIA”及源自欧洲的时尚男装品牌等众多品牌, 融合多个年龄段和不同产品风格, 持续推出“品质拓展、品质领先、高质量发展”战略, 着力聚焦产品, 强化品牌优势, 为消费者提供更多的产品选择。

九牧王定位于精工、优雅、舒适, 目前消费者以25-60岁的精干白领为主, 主要产品包括男装、衬衫、T恤、休闲服饰等, 产品商务休闲、商务休闲、户外等。