



锦泓集团

2023年年度报告

锦泓时装集团股份有限公司

VGRASS | TEENIE WEENIE | 元先

公司简称：锦泓集团 | 公司代码：603518 | 转债简称：维格转债 | 转债代码：113527

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 公证天业会计师事务所（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

公司于 2024 年 4 月 25 日召开第五届董事会第二十四次会议，审议通过了《关于公司 2023 年度利润分配的议案》，利润分配方案为：“拟以公司 2023 年度利润分配实施股权登记日总股本扣除回购专用证券账户中股份后的股份数量为基数，每 10 股派发现金红利 2.60 元（含税），不实施送股和资本公积金转增股本。”本议案尚需提交公司 2023 年度股东大会审议。

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	锦泓集团	603518	维格娜丝
可转债	上海证券交易所	维格转债	113527	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陶为民	夏天

办公地址	南京市建邺区茶亭东街240号	南京市建邺区茶亭东街240号
电话	025-84736763	025-84736763
电子信箱	securities@vgrass.com	securities@vgrass.com

2 报告期公司主要业务简介

根据《国民经济行业分类》，公司所属行业为纺织服装、服饰业，行业代码为 C18。

2023 年国内生产总值相较上年增长 5.2%。全年社会消费品零售总额较上年增长 7.2%。基本生活类商品销售稳定增长，限额以上单位服装、鞋帽、针纺织品类零售额增长 12.9%。全国网上零售额较上年增长 11.0%。其中，实物商品网上零售额同比增长 8.4%，占社会消费品零售总额的比重为 27.6%。

2023 年随着国内各地出台多项措施促进消费复苏，服装消费市场迎来稳健反弹，内销市场持续恢复向好。在消费者谨慎的消费心理下，服装品牌马太效应进一步放大，品牌力弱且性价比低的产品将面临较大竞争压力。此外，随着 Open AI 开发的 Chat GPT 模型引爆人工智能的应用发展，AI 在服装行业也有非常高的应用潜力。AIGC 在服装行业的应用可以在商品拍摄、电商作图、电商排版、商品展示、主播打造、交易场景等多个环节体现，运用 AIGC 绘画工具，不仅可以降低企业的运营成本，还能通过超精准服装还原给消费者带来全新体验。

（一）主要业务

公司主营业务涵盖中高档服饰的设计研发、生产制造、品牌营销及终端销售，旗下拥有多个自有品牌，具体包括：

定位于中高端的新复古学院风格标志性品牌 “Teenie Weenie”

定位于中国高端女装领导品牌 “VGRASS”

V·GRASS

TEENIE WEENIE
ALL THAT BEAR



定位于具有中国文化元素特征的高端精品品牌“元先”

以上品牌的产品线覆盖中、高端服饰、高级定制场合服饰、高端工艺品和国潮文创礼品等，形成了公司金字塔式的立体品牌矩阵布局。

1、Teenie Weenie

Teenie Weenie 品牌于 2004 年进入中国市场，2017 年被公司收购，是国内中高端定位的新复古学院风格的标志性品牌。Teenie Weenie 品牌灵感来自于 1950 年代经典的常春藤学院风，使用卡通形象描绘 50 年代上流阶层年轻人的生活方式与穿着守则。品牌以独特的卡通形象及家族故事为品牌创作蓝本，历经多年发展，主人公 William 和 Katherine 的形象已经深入人心，在年轻消费者群体中拥有广泛的品牌认知和影响力。

Teenie Weenie 面向 Z 世代消费群体及儿童，随着时代和年轻人生活习惯的变迁，在经典复古学院风格之外，融入更多潮流设计元素，为顾客提供蕴含学院风以及户外、运动、休闲等时尚高品质服饰，产品线包括女装、男装、童装、配饰及 IP 授权产品等。Teenie Weenie 品牌在全国近 200 个城市开设近 1100 家门店，涵盖了城市核心商圈的购物中心和百货商场，营造高档独特的品牌形象。

TEENIE WEENIE 首位品牌代言人

赵露思



TEENIE WEENIE
ALL THAT BEAR

@TeenieWeenie



YGRASS

2、VGRASS

VGRASS 品牌创立于 1997 年，定位于中国高端女装领导品牌。作为东方织造美学的传承者，VGRASS 溯源云锦故事，从云锦织物中获取灵感，融合现代生活美学，呈现云锦的高级浪漫与技艺。VGRASS 品牌坚持自主研发设计，精选优质面料，以匠心创造东方女性之美，为中国女性带来舒适自在的穿着体验。

VGRASS 品牌是国内为数不多设立多个研发设计中心的时装品牌。在研发设计方面，不断挖掘云锦馆藏艺术宝藏，自主研发独特面料花型。在产品品类方面，聚焦于连衣裙，坚持“连衣裙之王”的品牌战略，做到单品类多样化。在产品面料方面，与国际知名面料供应商合作，采用自主设计蕴含中国文化元素的定制化进口面料，开发高端时装系列。在产品工艺方面，使用传统云锦工艺，加入苏绣、钉珠等重工手工工艺，打造具有中国文化元素的高端场合装。

VGRASS 品牌以直营为主、加盟为辅的销售模式，目前已开设近 200 家专卖店，基本覆盖国内一线、省会城市及重点二、三线城市，进驻核心商圈的高端购物中心和百货商场。品牌直营专卖店坚持自主选址、自行设计装修及自主管理，贯彻公司的高端品牌战略。

3、元先

元先品牌是公司 2015 年全资收购国内唯一的云锦专业研究机构南京云锦研究所之后，为传承和发扬传统云锦织造技艺而打造的具有中国文化元素特征的高端精品品牌。该品牌面向国内外高净值人群，旗下的产品线涵盖中高端装饰艺术品、高级定制场合服饰和国潮文创礼品等领域。

云锦距今已有超过 1600 年历史，在元、明、清三朝均为皇家御用品。云锦织造技艺被联合国教科文组织列入《人类非物质文化遗产代表作名录》，也被我国列入首批《国家级非物质文化遗产名录》。云锦因其具有悠久的历史、被中国皇室御用、手工织造、能够代表中国优秀丝织文化等关键要素，具有成为中华民族国货精品的强大优势，期望成为国货精品走向国际市场的代表。南

京历代云锦博物馆是我国爱国主义教育基地之一，其不仅承担了云锦历史传述、织造技艺传承、传世品和文物复制品的展示职能外，还兼具市场化云锦产品及销售功能。

（二）经营模式

1、多品牌立体化集团经营模式

公司现有的三大自有品牌：Teenie Weenie、VGRASS、元先，覆盖了中高端和高端产品线，形成了金字塔式的立体品牌矩阵布局。各品牌以事业部形式独立运营，在保持独立经营的同时，又形成了相互协调与资源共享的良性竞争生态圈，共同推动公司的创新发展。

多品牌模式有助于公司扩大目标消费群体范围，满足消费者多元化、多样化、个性化的需求，提高客户黏性。同时又能丰富公司的品牌文化、提高公司和品牌的影响力，为公司业绩提供更多增长点，增强公司的持续盈利能力和抗风险能力。

2、研发设计、生产制造及终端零售、品牌营销一体化经营模式

公司自成立以来一直坚持自主研发设计，在韩国首尔、中国上海和南京设有国际化设计团队，拥有丰富的国际化设计运营经验，自主研发设计能力持续提升。

公司产品主要依托代工厂进行加工生产，同时在南京还设有自营的生产工厂。自营工厂拥有多项实用新型专利，不仅承担各种新技术新工艺的研发、验证和样品制作，也能承接双面呢、刺绣等复杂工艺产品的批量加工生产，同时也保持整条供应链的贯通和快速反应能力，产品大货准交率和追单平均周期处于行业领先水平。

公司融合线上线下终端零售渠道开展营销。线上渠道包括各类平台电商、直播电商、小程序及集团商城等。线下渠道包括直营店和加盟专卖店，主要分布于国内城市的购物中心、百货商场。公司坚持自主选址、自主设计装修、自主管理，以彻底贯彻公司的品牌战略和定价策略，对消费者需求做出快速响应，保证品牌营销与推广的力度，为公司不断提升品牌档次和品牌调性提供了强有力保障。

3、多渠道融合的新零售经营模式

公司实施多渠道融合的新零售经营模式，重视渠道由线下向线上转型，同时探索多渠道融合。

公司线下渠道包括直营模式和加盟模式。直营模式中，公司进驻当地核心商圈的核心商场及购物中心开设品牌专卖店，直接向顾客销售产品及提供服务。加盟模式中，公司与加盟商签订特许经营合同，将产品销售给加盟商，再由加盟商通过其所属的专卖店以零售方式销售给顾客。

公司的线上渠道已进驻抖音、天猫、京东、唯品会、小红书、得物等各类电商平台，并积极布局小程序、自媒体以及“锦集”集团商城等，增强与客户的连接及深度交互。

公司将线下直营和加盟店、线上平台电商、直播电商、社交电商、微信小程序以及“锦集”集团商城整合起来，实现了品牌与客户间的多触点、全时段深度互动。同时，公司还通过建立云仓商品管理系统，公司实现了商品在各渠道中的共享和高效流转，随时随地为客户提供优质的产品和服务，充分满足移动互联时代碎片化、移动化、个性化和多元化的消费需求。

4、IP 资产开发与授权经营模式

Teenie Weenie 品牌拥有极其丰富的 IP 资产“矿山”，包括由 18 只拟人化、个性鲜明的小熊角色卡通形象及其背后的小熊家族故事。公司对这些卡通形象、家族故事、品牌故事、品牌 LOGO 及商标使用权等 IP 资产进行深度挖掘与加工，与头部供应链、经销商进行授权合作，实现 IP 资产的授权与变现，为公司带来业绩新增长点的突破。

公司持续对 Teenie Weenie 品牌 IP 资产进行开发和推广，迭代设计出符合年轻消费群体审美的小熊家族卡通和潮玩形象、延续开发小熊家族系列故事，短视频的创作，并对 Teenie Weenie 品牌的 IP 资产进行再培育。公司携手跨界品牌及产品联名，不断提升 Teenie Weenie 品牌 IP 资产的价值和影响力。

公司通过对线上大数据的分析，筛选出与小熊家族生活方式最接近、最受消费者欢迎的品类，与头部供应商与经销商进行合作与授权经营，组成 IP 资产品类授权合作单元，汇集与小熊家族生

活方式相关的各类产品，为小熊粉丝们提供更多优质的商品选择。实现 Teenie Weenie 品牌 IP 资产的价值变现。

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

	2023年	2022年	本年比上年 增减(%)	2021年
总资产	5,661,827,815.39	6,111,530,310.79	-7.36	6,115,275,156.35
归属于上市公司股东的净资产	3,390,166,973.48	3,090,818,029.66	9.69	2,558,506,764.58
营业收入	4,544,930,493.88	3,899,495,527.26	16.55	4,324,418,205.01
归属于上市公司股东的净利润	297,624,127.05	71,414,240.72	316.76	224,014,472.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	270,239,437.37	46,735,667.08	478.23	197,567,256.86
经营活动产生的现金流量净额	932,742,411.27	548,702,761.69	69.99	628,895,720.43
加权平均净资产收益率(%)	9.23	2.43	增加6.80个百分点	9.78
基本每股收益(元/股)	0.87	0.25	248.00	0.83
稀释每股收益(元/股)	0.83	0.25	232.00	0.81

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	1,167,274,847.21	943,797,579.73	985,023,010.01	1,448,835,056.93
归属于上市公司股东的净利润	102,585,354.29	40,747,939.68	47,180,171.19	107,110,661.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	102,604,375.35	31,429,525.38	30,749,480.47	105,456,056.17
经营活动产生的现金流量净额	206,062,939.28	171,253,265.71	100,079,808.14	455,346,398.14

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

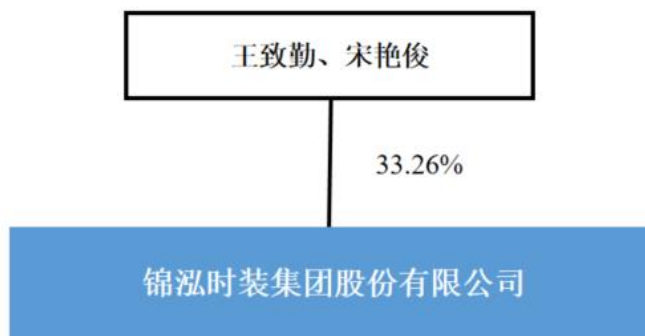
截至报告期末普通股股东总数 (户)					25,349		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数 (户)					19,108		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数 (户)					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数 (户)					0		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有 有限 售条 件的 股份 数量	质押、标记或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
王致勤	0	62,659,420	18.05	0	质押	62,574,080	境内 自然 人
宋艳俊	0	52,825,920	15.21	0	质押	52,825,920	境内 自然 人
朔明德投资有限公 司	0	14,270,699	4.11	0	未知		境内 非国 有法 人

交通银行股份有限公司 - 浦银安盛消费升级灵活配置混合型证券投资基金	10,375,380	10,375,380	2.99	0	未知	未知
全国社保基金——六组合	6,590,286	6,590,286	1.90	0	未知	未知
中国邮政储蓄银行股份有限公司 - 泉果思源三年持有期混合型证券投资基金	5,964,300	5,964,300	1.72	0	未知	未知
中国工商银行股份有限公司 - 浦银安盛红利精选混合型证券投资基金	5,486,149	5,486,149	1.58	0	未知	未知
周景平	0	4,746,000	1.37	0	无	境内 自然人
兴业银行股份有限公司 - 华夏兴阳一年持有期混合型证券投资基金	3,970,473	3,970,473	1.14	0	未知	未知

余文光	-1,746,200	3,573,800	1.03	0	未知	境内 自然 人
上述股东关联关系或一致行动的说明	王致勤与宋艳俊是夫妻关系，与上述其他股东不存在关联关系和一致行动关系。公司未知其余股东之间是否存在关联关系和一致行动关系。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无					

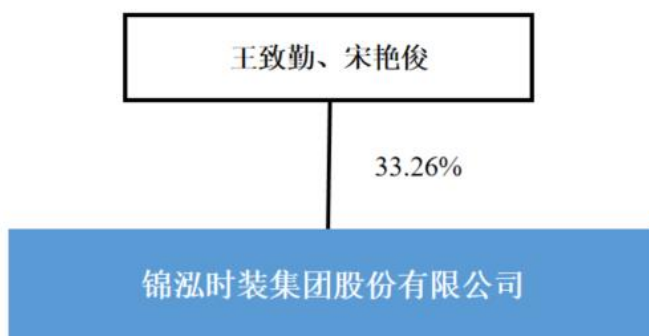
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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。

2023 年公司营业收入 45.45 亿，同比增长 16.55%；2023 年归属于上市公司股东的净利润 2.98 亿，较上年同期相比增长 316.76%。

2023 年末公司归属于上市公司股东的净资产 33.90 亿元，同比增长 9.69%。

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