

公司代码：603877

公司简称：太平鸟



PEACEBIRD

太平鸟

宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司

2020 年年度报告摘要

一 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上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、准确、完整，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 立信会计师事务所（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 经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

以本次利润分配股权登记日的总股本扣除公司回购专用证券账户中 5,525,822 股后的 471,201,968 股为基数，每 10 股派发现金红利 8 元（含税），拟派发现金红利 376,961,574.40 元（含税），剩余未分配利润结转以后年度分配。

二 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
办公地址	宁波市鄞州区光华路与新晖南路 交叉口太平鸟时尚中心	宁波市鄞州区光华路与新晖南 路交叉口太平鸟时尚中心
电话	0574-56706588	0574-56706588
电子信箱	board@peacebird.com	board@peacebird.com

2 报告期公司主要业务简介

(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。

公司聚焦时尚服饰行业，形成多品牌的时尚矩阵。各品牌面向不同年龄、风格、生活态度的细分客群，优势互补，满足当代年轻人多样化的时尚需求。公司主要品牌如下：

1. PEACEBIRD WOMEN 太平鸟女装



太平鸟女装 (PEACEBIRD WOMEN)

创立于 2001 年

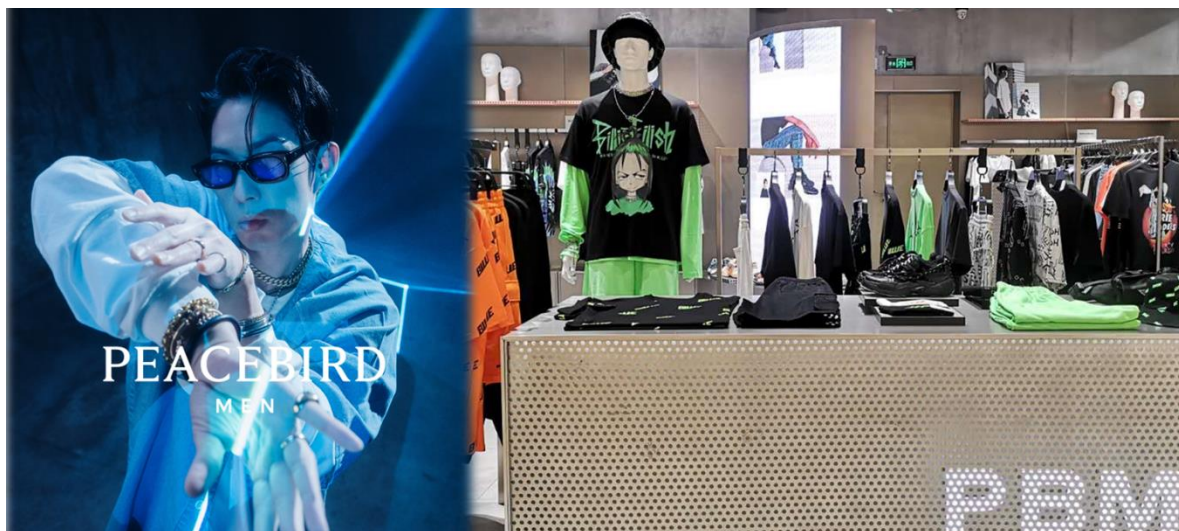
时髦、率真、有年轻态度

25-30 岁都市女性



PEACEBIRD
WOMEN

2. PEACEBIRD MEN 太平鸟男装



太平鸟男装 (PEACEBIRD MEN)

创立于 1996 年

时髦、自信、坚持自我

25-30 岁潮流男性



PEACEBIRD
MEN

3. LEDIN 乐町少女装



乐町少女装 (LEDIN)

创立于 2008 年

甜美、摩登、元气

18-25 岁时髦少女

LEDiN

4. Mini Peace 童装



太平鸟童装 (Mini Peace)

创立于 2011 年

男、女童系列：时尚、潮流、个性态度 3-11 岁儿童

Mini Mini 系列：温暖、有爱 1-3 岁宝宝



Mini Peace

5. MATERIAL GIRL 女装



MG 物质女孩女装 (MATERIAL GIRL)

创立于 2013 年

音乐、时髦、潮流

20-28 岁美式潮流女生

MATERIAL GIRL

6. PETiT AVriL 贝甜童装



贝甜童装 (PETiT AVriL)

创立于 2018 年

轻运动、趣时尚

1-11 岁婴儿和儿童



7. COPPOLELLA 小恐龙



COPPOLELLA

创立于 2016 年

米兰街头

滑板运动潮牌



COPPOLELLA®

8. PEACEBIRD LIVIN' 太平鸟巢

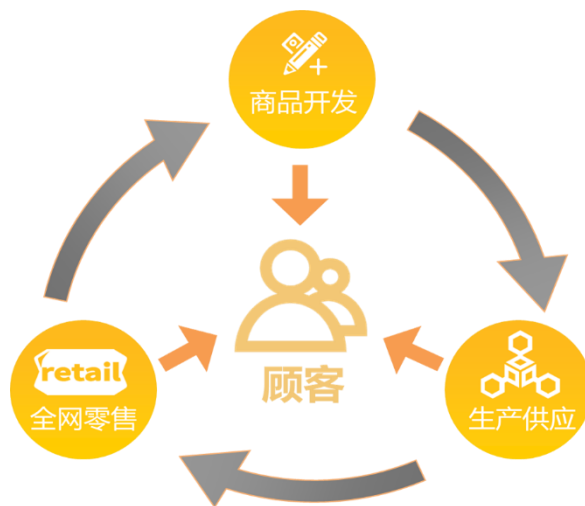


太平鸟·巢 (PEACEBIRD LIVIN')
创立于 2018 年
时尚、品质、生活
追求生活品位的“泛 90 后”年轻人群



(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

公司以数据驱动商品开发的整个流程，积极探索应用大数据、人工智能等技术手段洞察消费者需求，更加精确识别流行趋势。商品开发以消费者需求为核心，以市场趋势、消费者洞察、销售数据等为指引，数字赋能提高商品开发精准度，提供最符合当下消费者需求的商品，不断满足

消费者对时尚的需求。

2. 全网协同的立体零售模式

公司不断完善直营门店、加盟门店、传统电商等零售渠道，积极探索社交零售新渠道，通过微博、小红书、抖音、KOL、小程序等受当下年轻人欢迎的方式与消费者互动，打造极致的零售体验，提高消费者品牌粘性，以年轻消费者喜欢的方式，全渠道提供让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制度和供应商分级资源库，全新的 SCM 供应商管理系统已经在品牌事业部逐步落地，生产供应的全部流程都由专职管理部门进行跟踪管理。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、追单生产等环节，不断提升生产供应效率。公司持续打造快速柔性的生产供应模式，实现快速开发、快速打样、快速生产，快速为消费者提供所需的时尚商品。

(三) 行业情况说明

根据中国证监会公布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处的行业为纺织服装、服饰业，行业代码为 C18。

2020 年，随着我国疫情防控逐步取得良好成效，国内社会经济和消费市场逐渐恢复增长，纺织服装行业呈现出新的发展态势和特点。

1. 国内经济运行恢复增长，消费市场复苏势头良好

2020 年国内 GDP 迈上百万亿元新台阶，季度增速分别为-6.8%、3.2%、4.9%和 6.5%，新冠疫情防控取得良好效果，国内经济运行恢复增长；随着经济恢复增长，消费市场出现持续复苏的良好势头，居民消费需求不断释放，部分境外消费回流，预计 2021 年消费市场稳定复苏的态势有望得到延续。

2. 社交零售蓬勃发展，线上消费增长加速

“在线化”、“社娱化”等逐渐成为 Z 世代年轻人的消费标签，移动互联网日益成为年轻人的首选消费场所，社交零售在 90 后、00 后中逐渐普及。内容种草分享、视频直播互动等，已经成为年轻消费者与品牌进行互动交流的重要方式。社交零售蓬勃发展，加之新冠疫情等影响，线上消费增长出现加速态势，2020 年实物商品网上零售额增长 14.8%，占社会消费品零售总额比重增长至 24.9%。

3. 年轻消费者“个性化”需求突出，国内品牌发展占得先机

更突出的“个性化”需求是 Z 世代年轻消费群体的鲜明特征，他们崇尚自我表达和彰显个性，希望与品牌进行更多交互连接，希望通过产品表达自己的生活方式和态度。得年轻人者得先机，品牌迫切需要与消费者建立直接连接、互动的渠道，倾听他们的声音，满足他们的需求，从而形成情感共鸣和品牌粘性。年轻人消费习惯的变化也为国内品牌快速崛起创造了良好的机会。

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：万元 币种：人民币

	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年
总资产	854,136.111451	701,501.956811	21.76	663,834.15
营业收入	938,686.518773	792,762.406213	18.41	771,187.54
归属于上市公司股东的净利润	71,280.713951	55,154.698356	29.24	57,153.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	56,107.4	35,264.72	59.10	39,545.16
归属于上市公司股东的净资产	389,742.057799	351,445.481608	10.90	353,911.88
经营活动产生的现金流量净额	115,436.034218	86,844.024053	32.92	85,294.31
基本每股收益（元/股）	1.51	1.17	29.06	1.20
稀释每股收益（元/股）	1.51	1.17	29.06	1.20
加权平均净资产收益率（%）	19.38	16.17	增加3.21个百分点	16.78

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：万元 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	138,275.31	183,449.38	230,367.03	386,594.80
归属于上市公司股东的净利润	875.59	11,194.81	18,946.65	40,263.66
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-3,627.41	9,213.98	15,844.76	34,676.07
经营活动产生的现金流量净额	-18,224.06	-7,118.28	22,558.55	118,219.82

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股本及股东情况

4.1 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

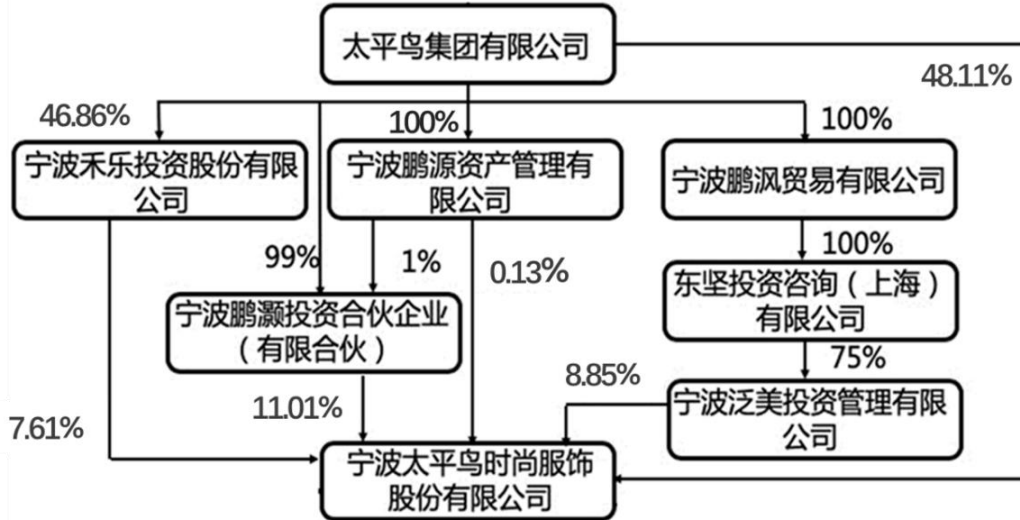
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）	6,978
------------------	-------

年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					6,614		
截止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	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
太平鸟集团 有限公司		229,362,000	48.11		质押	28,000,000	境内非国 有法人
宁波鹏灏投 资合伙企业 （有限合伙）		52,500,000	11.01		质押	52,500,000	境内非国 有法人
陈红朝		49,195,500	10.32		无		境内自然 人
宁波泛美投 资管理有限 公司		42,168,000	8.85		质押	42,168,000	境内非国 有法人
宁波禾乐投 资股份有限 公司	-4,192,000	36,296,000	7.61		无		境内非国 有法人
中国工商银 行股份有限 公司—中欧 消费主题股 票型证券投 资基金	8,816,965	8,816,965	1.85		未知		其他
香港中央结 算有限公司	3,747,208	6,331,860	1.33		未知		境外法人
翁江宏	-239,544	6,251,856	1.31		无		境内自然 人
宁波太平鸟 时尚服饰股 份有限公司 回购专用证 券账户		5,525,822	1.16		无		境内非国 有法人
中信证券股 份有限公司	3,991,740	4,006,232	0.84		未知		国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，太平鸟集团有限公司系宁波禾乐投资股份有限公司第一大股东，宁波鹏灏投资合伙企业（有限合伙）系太平鸟集团有限公司控制的有限合伙企业，宁波泛美投资管理有限公司系太平鸟集团有限公司控制的公司。						
表决权恢复的优先股股东及	不适用						

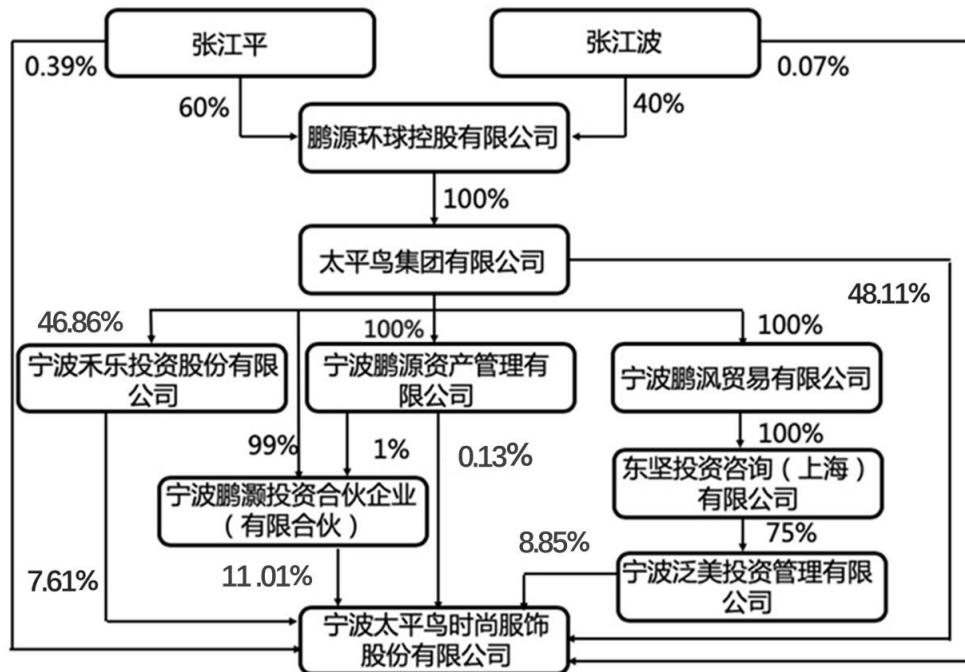
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

报告期内，公司主要经营情况具体如下：

疫情之下，启动变革，2020 年是公司全面变革元年。在“聚焦时尚、数据驱动、全网零售”战略牵引下，公司坚定推进运营管理体系变革，聚焦提升公司经营质量，夯实未来高速可持续发展基础。

品牌年轻化升级： 聚焦年轻消费者的时尚需求，增强品牌年轻化认知粘性

商品管理能力变革： 在巩固商品追单能力基础上，加快商品快单能力培育

渠道结构调整优化： 从战略、品牌、财务等价值维度清晰渠道经营重心

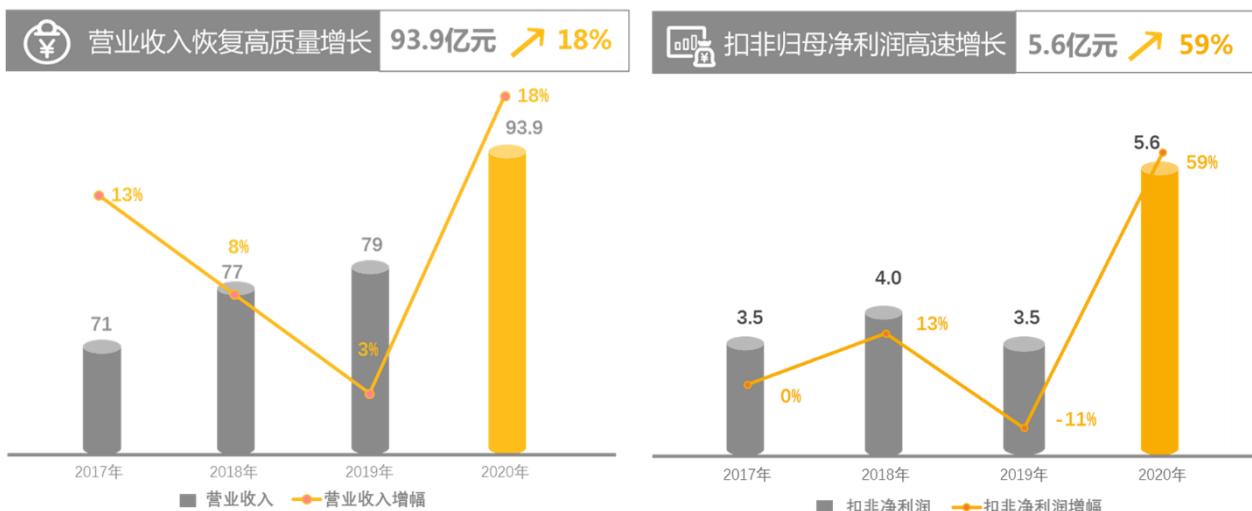
组织活力激发： 通过绩效管理变革和高目标牵引，激发组织活力

科技数字化转型： 启动科技数字化转型，推动运营模式的变革升级

2020 年度公司经营业绩有效提升，经营质量逐渐改善，公司全面变革取得了初步的成效。这也验证了变革方向的大致正确性，坚定了公司快速推进变革的决心和信心。

疫情之下，公司收入、利润实现逆势增长

2020 年公司实现营业收入 93.9 亿元，同比增长 18.4%；实现扣非后归母净利润 5.6 亿元，同比增长 59.1%。疫情之下，公司收入、利润均实现逆势增长，经营质量逐渐得到改善。



品牌年轻化升级，设计创新专注青年时尚

2020 年，公司年度品牌主题定位为“PEACE&LOVE 太平青年”，增强与时尚青年的连接互动，与中国服装协会成立“中国当代青年时尚研究中心”，聚焦青年时尚生活方式与消费趋势洞察，激发青年消费者对时尚的热爱，创造“中国设计”之时尚魅力。

2020年6月,新生代演员欧阳娜娜成为太平鸟女装品牌代言人和首位 PEACEBIRD 品牌发声人,与品牌一起传递太平鸟的青年态度,共同探讨年轻人话题——拥抱变化、敢于挑战、多元可能性。



2020年9月,太平鸟女装时尚秀“SUPERCHINA”在新落成的太平鸟时尚创意中心上演,以未来科技“FUTURE”、运动力量“POWER”、年轻文化“YOUNG”与中国元素“SUPERCHINA”为四大时尚主题,彰显“中国设计”魅力,传递品牌对青年时尚的热爱和创造。



公司延续 IP 领跑，智造娱乐化时尚，全年推出 60 余款 IP 联名系列，用 IP 与年轻消费者建立连接和情感共鸣。与飞跃、红双喜等国潮品牌跨界联名，点燃时尚青年对潮玩运动的热爱；与大理石日志、火影忍者等知名动漫 IP 联名，圈粉动漫电竞二次元青年；与全球音乐偶像 Billie Eilish、虚拟偶像洛天依等跨界联名，凭借大胆创新多角度诠释青年时尚。

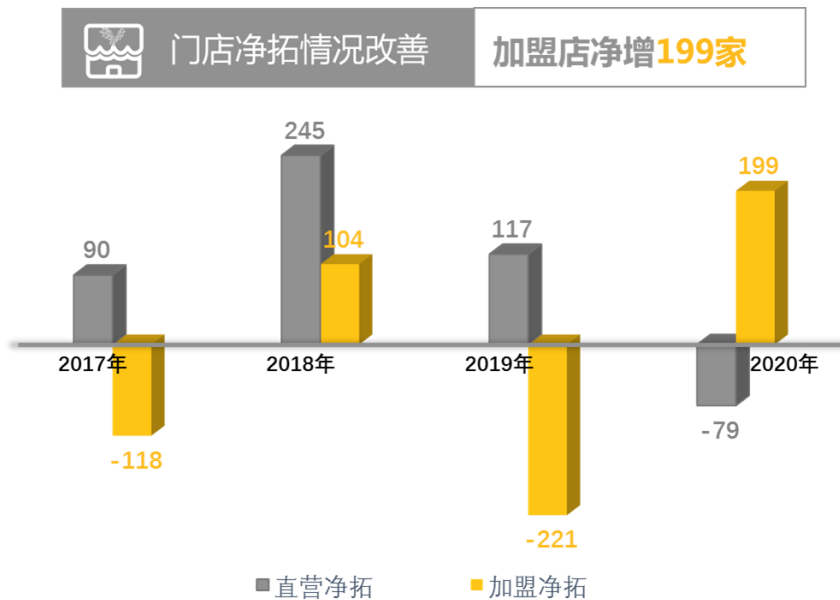


渠道结构调整优化，清晰渠道经营重点策略

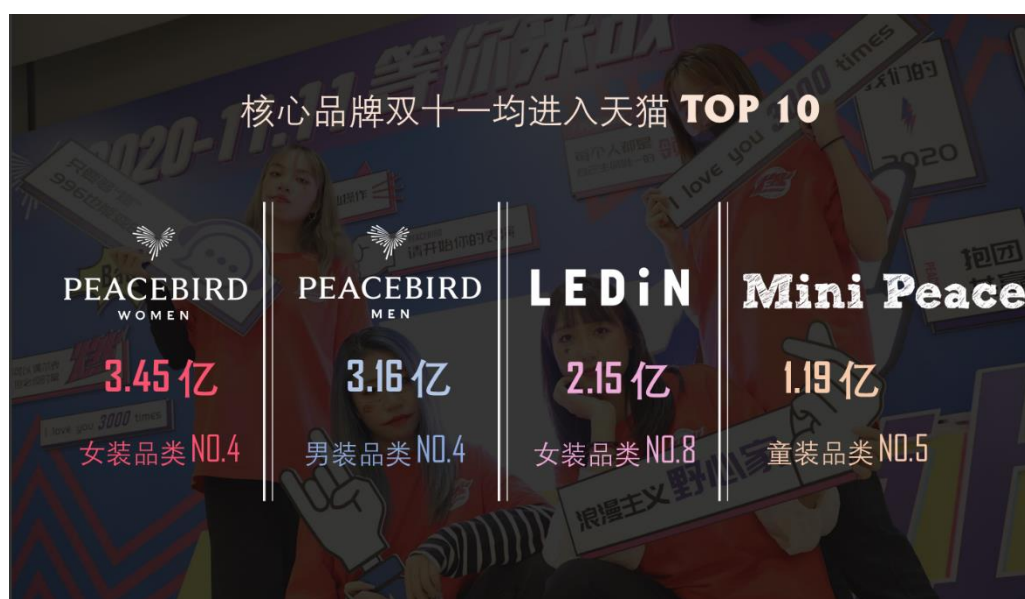
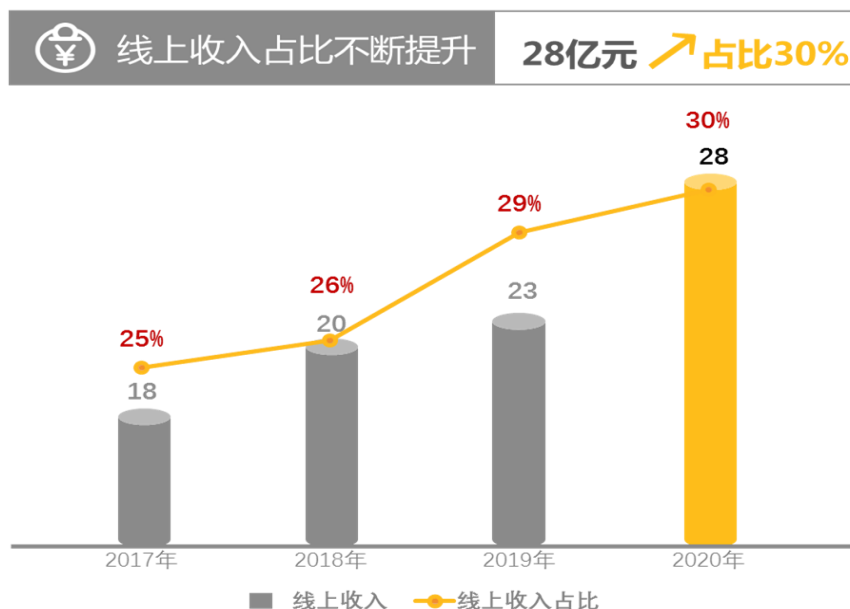
从战略、品牌、财务等价值贡献维度，公司重新平衡和清晰渠道经营策略，通过结构性优化调整促进渠道经营的可持续、健康发展。

直营渠道：聚焦改善门店运营质量，实现店效增长和盈利提升；重视低效门店的调整和关闭。报告期内，直营渠道净拓店-79家，直营收入增长至41亿元，同比增长21%，直营渠道运营质量得到改善。

加盟渠道：通过强化货品、零售等赋能支持，帮助加盟商提升盈利水平，实现门店数量和零售规模的增长。报告期内，加盟渠道净拓店+199家，加盟收入增长至23亿元，同比增长7%，加盟渠道恢复增长。

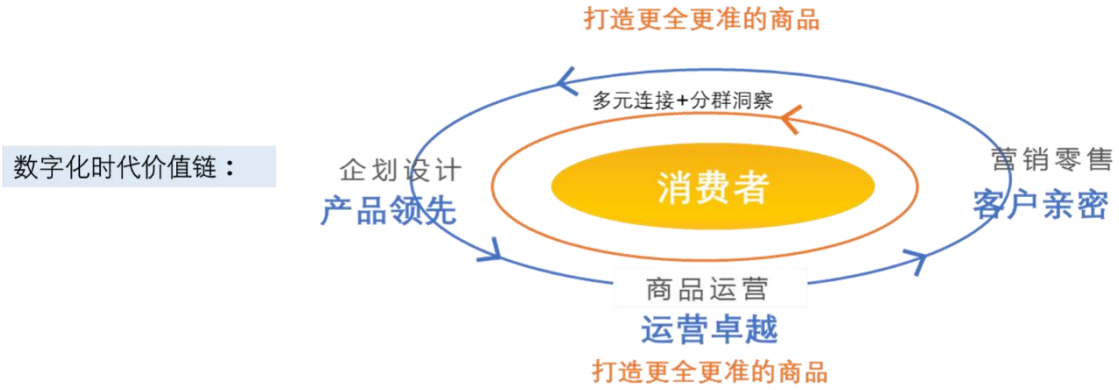


线上渠道：线上逐渐成为年轻人的主要聚集场所，快速推动线上零售增长是公司的经营重点。在实现天猫等战略渠道零售快速增长的基础上，公司重点布局抖音等社交电商新渠道，强化与年轻消费者的深度连接互动，培育线上规模高速增长第二曲线。报告期内，线上渠道营业收入 28 亿元，同比增长 21%，线上收入占比提升至 30%以上。



启动科技数字化转型，推动运营模式变革升级

为践行“数据驱动”战略，2020 年公司启动科技数字化转型项目，通过科技数字化手段，实现数据驱动的数字化运营和数字化理性决策，促进公司整体经营效率的提升。公司通过科技数字化赋能，推动传统运营模式的变革升级，致力于早日成为“科技型时尚品牌公司”。



科技数字化转型项目将以消费者为核心，构建消费者需求洞察和深度连接平台，以提高设计的准确度和营销的精准度；同时构建供应链运营效率提升平台，提升供应链生态圈的智能决策水平和快速供应速度。该项目将有助于公司降低库存规模，提升商品运营效率；同时，会促进公司更加重视消费者的连接互动，增强消费者对品牌的粘性和忠诚度。

高目标牵引和激励体系变革，充分激发组织活力

致力于成为卓越的时尚品牌零售公司，是公司始终追求的愿景。报告期内，公司推行高标准对标的管理方式，通过高目标牵引，不断打破组织内部壁垒，锻炼抱团作战能力，推动组织变革和快速成长，从而有效提升组织凝聚力和创造力。



公司对员工激励体系进行变革调整，充分调动员工价值创造的热情和积极性，取得了良好的激励效果，比如疫情之下，员工主动性进行“造节营销”，零售业绩不但没有下降，反而不断创造新高。激励体系的变革，从制度保障上，调动了员工工作积极性，进一步激发了组织活力。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

详见本报告第十一节、五“重要会计政策及会计估计”。

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

序号	子公司名称
1	宁波太平鸟风尚男装有限公司
2	宁波乐町时尚服饰有限公司
3	宁波太平鸟时尚服饰创意研究院有限公司
4	杭州太平鸟时装有限公司
5	合肥太平鸟服饰营销有限公司
6	西安乐町服饰营销有限公司
7	沈阳太平鸟服饰销售有限公司
8	上海太平鸟服饰营销有限公司
9	北京太平鸟服饰有限公司
10	长春太平鸟服饰营销有限公司
11	济南太平鸟服饰营销有限公司
12	南昌太平鸟服饰营销有限公司
13	南京太平鸟服饰有限公司
14	成都太平鸟服饰有限公司
15	长沙太平鸟服饰有限公司
16	郑州太平鸟服饰有限公司
17	慈溪太平鸟物流有限公司
18	宜昌太平鸟服装制造有限公司
19	宁波太平鸟服装制造有限公司

20	池州太平鸟服装制造有限公司
21	宁波太平鸟网络科技有限公司
22	武汉太平鸟服饰营销有限公司
23	宁波太平鸟电子商务有限公司
24	宁波太平鸟服饰营销有限公司
25	宁波太平鸟男装营销有限公司[注 1]
27	Peacebird(France)Holding
27	宁波乐町服饰营销有限公司[注 2]
28	宁波云鸟软件科技有限公司
29	宁波太平鸟悦尚童装有限公司
30	广州太平鸟服饰营销有限公司
31	宁波太平鸟巢艺术文化传播有限公司
32	宁波太平鸟魔法网络科技有限公司
33	宁波贝甜时尚服饰有限公司[注 3]
34	宁波町尚科技有限公司[注 4]

[注 1] 宁波太平鸟男装营销有限公司系子公司宁波太平鸟风尚男装有限公司的全资子公司。

[注 2] 宁波乐町服饰营销有限公司系子公司宁波乐町时尚服饰有限公司的全资子公司。

[注 3] 宁波贝甜时尚服饰有限公司系子公司宁波太平鸟悦尚童装有限公司的全资子公司。

[注 4] 宁波町尚科技有限公司系子公司宁波乐町时尚服饰有限公司的全资子公司。

本公司子公司的相关信息详见本附注“九、在其他主体中的权益”。

本报告期合并范围变化情况详见本附注“八、合并范围的变更”。