

证券代码：002029

证券简称：七匹狼

公告编号：2025-061

福建七匹狼实业股份有限公司
2025 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	七匹狼	股票代码	002029
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	-		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	袁伟艳	刘金英	
办公地址	福建省晋江市金井镇南工业区	福建省晋江市金井镇南工业区	
电话	0595-85337739	0595-85337739	
电子信箱	zqb@septwolves.com	zqb@septwolves.com	

2、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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	1,374,552,379.13	1,461,132,386.47	-5.93%
归属于上市公司股东的净利润（元）	160,466,825.44	186,426,831.50	-13.93%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	29,106,349.61	75,299,887.39	-61.35%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-22,598,088.62	15,562,475.77	-245.21%
基本每股收益（元/股）	0.23	0.26	-11.54%
稀释每股收益（元/股）	0.23	0.26	-11.54%
加权平均净资产收益率	2.43%	2.87%	-0.44%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	9,877,950,649.71	10,805,526,644.90	-8.58%
归属于上市公司股东的净资产（元）	6,568,029,826.07	6,571,306,805.58	-0.05%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	27,781	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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
福建七匹狼集团有限公司	境内非国有法人	36.76%	259,136,718	0	质押	131,250,000
洪泽君	境内自然人	4.89%	34,500,000	0	不适用	0
周少雄	境内自然人	3.32%	23,390,528	17,542,896	不适用	0
周永伟	境内自然人	2.28%	16,045,600	12,034,200	不适用	0
周少明	境内自然人	1.87%	13,190,200	9,892,650	不适用	0
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.81%	12,731,200	0	不适用	0
大成基金－农业银行－大成中证金融资产管理计划	其他	0.62%	4,388,800	0	不适用	0
广发基金－农业银行－广发中证金融资产管理计划	其他	0.59%	4,152,000	0	不适用	0
南方基金－农业银行－南方中证金融资产管理计划	其他	0.59%	4,129,200	0	不适用	0
嘉实基金－农业银行－嘉实中证金融资产管理计划	其他	0.58%	4,107,900	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，周永伟、周少雄、周少明为兄弟关系，为福建七匹狼集团有限公司实际控制人。除此以外，福建七匹狼集团有限公司与其他股东之间不存在关联关系，也不属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人；未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	上述股东中，洪泽君通过信用证券账户持有公司股票 34,500,000 股。					

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

☐适用 ☒不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

☐适用 ☒不适用

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

☐适用 ☒不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

☐适用 ☒不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、在半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

（一）公司主要业务及产品

作为中国男装品牌的领先企业之一，公司主要从事“七匹狼”品牌男装及针纺类产品的设计、生产和销售，致力于满足男士在不同场景下的穿着需求。主要产品包括衬衫、西服、裤装、夹克衫、针织衫以及内衣、内裤、袜子及其它针纺产品等。

近年来，除了主标“七匹狼”产品以外，公司还经营国际轻奢品牌“Karl Lagerfeld”。

报告期内，公司从事的主要业务、主要产品及其用途、经营模式、主要的业绩驱动因素等未发生重大变化。

（二）主要经营模式

公司为“七匹狼”服装品牌运营商，通过直营与加盟相结合、线上线下互补的多元化全渠道模式，向消费者销售七匹狼品牌为主的服装服饰。商品企划设计部门围绕消费者需求变化，结合时尚潮流，协同设计、面料、销售等多部门，以终端数据为指引驱动智能决策，精准锚定开发方向，进行研发设计和商品管理，有效实现成本控制、品质升级与面料创新的协同突破。公司通过一年两季的“订货会”提前向经销商反馈新一季的产品，并结合经销商的订货反馈最终向上游确定订单生产。近年来，为了满足市场快速变化以及公司对于产品的引导性，公司也逐步采用“直发代销”模式，绕过订货会由公司直接下单生产并配发终端进行销售。

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》中的“纺织服装相关业务”的披露要求

1、行业情况

■ 国民经济运行平稳，纺织服装等消费品相对承压

根据国家统计局数据，2025 年上半年，GDP 同比增长 5.3%，较 2024 年同期上涨 0.3 个百分点，经济整体走势平稳。受复杂外部环境及消费信心影响，2025 年 1-6 月，社会消费品零售总额达 24.55 万亿，同比增长 5%，但服装鞋帽针纺织品类零售额同比仅增 3.1%，且 6 月单月增速进一步降至 1.9%，反映出消费者在非必需品消费上仍倾向于审慎。

■ 新消费浪潮兴起，指引传统企业转型升级

尽管传统纺织服装消费增长放缓，但新消费浪潮逐步兴起：消费者需求加速向个性化、健康化、国潮化及理性化迁移，表现为国潮服饰持续走俏、运动户外及科技功能服饰（如防晒、智能穿戴、天然材质）需求强劲、蕴含情绪价值的产品及强调多场景适配的穿搭方案日益受到青睐等等。为传统企业探索通过技术升级、文化赋能等方式捕捉新的增长点提供了重要参考。

2、经营环境分析

项目	对 2025 年半年度业绩及财务状况影响情况	对未来业绩及财务状况影响情况	对承诺事项的影响
国家及地方税收变化	国家先后出台了支持小微企业发展税收优惠，对公司部分主体有积极作用，但对公司业绩未产生重大影响。	目前暂未出台将对公司业绩及财务状况造成重大影响的国家及地方税收变化。	无
进出口政策及国外市场变化	公司以内销为主，进出口政策及国外市场变化对公司业绩直接影响较小。	公司国外市场比例很小，同时由于品牌门槛，出口转内销企业与公司定位不同，对公司市场份额没有重大影响。	无
国内市场变化	服装消费受居民购买力和消费意愿的影响，面临经济和市场环境变化所带来的经营风险。报告期内，可选消费相对承压，服装零售增速放缓。	宏观消费承压，公司需不断强化内功，增强核心竞争力，以应对市场可能的不利变化。	无
信贷政策调整	公司运营良好，所处行业为政府鼓励行业，信贷政策调整对公司无重大影响。	影响较小。	无
汇率变动	报告期内，公司出口业务占总销售比例很小，同时公司进口原材料很少，汇率变动对公司业绩影响较小。	公司将继续以内销为主，汇率变动预计对公司业绩影响较小。	无
利率变动	报告期内，公司利用部分闲置自有资金进行委托理财，并进行了部分票据贴现，利率变动将在一定程度上影响公司财务费用及投资收益。	利率变动将继续在一定程度上影响公司财务费用及投资收益。	无
成本要素的价格变化	公司为品牌运营企业，在现有模式下可以控制公司毛利率，成本要素价格对公司影响较小。	公司业态决定成本要素的价格变动对公司不会带来太大影响。但随着产品结构以及各渠道收入结构的变动、特定情况下促销需求，毛利率可能呈现一定变化。	无

（三）报告期主要经营情况

1、业务概述

2025 年上半年，公司仍然受到复杂的外部环境以及行业竞争加剧等不利因素的影响。

报告期内，公司实现营业总收入 137,455.24 万元，较上年同期下降 5.93%；营业利润 17,591.14 万元，较上年同期下降 29.25%；扣除非经常性损益的净利润 2,910.63 万元，较上年同期下降 61.35%。公司采取各种措施积极应对外部环境变化。

2、报告期公司主要业务发展状况

■ 七匹狼主品牌

➤ 渠道端

线下渠道方面，报告期内，公司结合消费者圈层社交需求和多场景着装需求，分店群打造差异化商业模式。公司在线下渠道推进 MALL 的覆盖，根据市场情况开设奥莱渠道，同时根据不同店态客群画像及消费习惯的不同，梳理差异化营销及服务标准，提升经营质量，打造不同店态的成功商业模式并快速复制。公司加强会员管理，以“增值服务体验”为核心，通过狼族俱乐部、时尚大秀、定制化的非遗体验、探访七匹狼博物馆等会员活动，强化文化共鸣与客户黏性。此外，公司持续提升服务标准，确保门店服务规范化、精细化，提升终端门店服务质量，为消费者带来更专业、更温暖的终端购物体验。

线上渠道方面，面对平台流量增长放缓的挑战，公司通过深化平台生态合作整合资源，精准提升曝光效率并重点孵化趋势品类；同步构建数据驱动闭环，依托大数据分析用户偏好与流行趋势，赋能爆款选品与新品开发决策；在此基础上升级产品与内容竞争力，通过设计创新强化产品独特性，结合虚拟穿搭、场景化种草等内容矩阵扩大传播声量，努力实现转化效率的有效突破。

➤ 产品端

以匠心铸品质，以文化立根基。报告期内，站在 35 周年新起点，公司在消费者洞察中挖掘新的潮流趋势，深化文化驱动。在首届泉州时尚周启幕大秀上，公司以“泉州世遗”为主题，发布 2025 年春夏新品大秀。本次大秀主推的多彩商旅系列以 POLO 为特色产品，同时覆盖 T 恤、空调夹克与世遗合作款等。新品不仅运用了创新立体剪裁和冷感科技，更将泉州世遗工艺加以应用，将泉州非遗珠绣、丝绸之路等元素融入设计，深度挖掘闽商精神与“狼性文化”，打造兼具文化内涵与实用功能的产品。同时，报告期内，公司更加重视科技创新，以此解决场景痛点：商旅夹克内置充气颈枕提升旅途舒适性，并应用防水技术应对多变天气；多彩防晒夹克，使用原纱防晒科技有效减少紫外线伤害；商旅凉感多彩 POLO 以细腻纹理，创新面料快速排汗透气，带来凉爽体感；狼文化 T 恤，以先锋设计重构灵感狼元素，演绎休闲风格，简练裁剪，塑造清爽利落的穿着体验。报告期内，公司商旅凉感多彩

POLO 凭借卓越的抗菌固色性能，入选 2025 年 WWD CHINA 全球可持续时尚高峰论坛的第四届 Sustain100 可持续时尚创意榜单。

➤ 供应链

在供应链管理上，公司强调信息共享，产品共创。公司重视与供应商的沟通协作，定期走访工厂，开展专项品质巡查和技术培训，通过工艺优化、标准落地及全面质量管理导入赋能生产，跟踪生产进度、识别改进机会并优化质量标准，确保服装产品从原材料采购到成品交付的每一个环节都符合质量要求，从而提升服装产品的整体品质。在成本管控方面，供应链部门与前端企划设计部门深度协同，将成本把控贯穿设计创意全过程，缩短产品开发周期，提升设计成果转化效率，持续优化成本结构，提升产品竞争力。报告期内，公司继续深化产业协同，与意大利奢侈面料企业杰尼亚深化技术合作，联合研发"降温科技"面料，以科技创新助推品牌战略升级。

■ 新品牌

报告期内，公司持续巩固“Karl Lagerfeld”品牌定位，优化品类结构，打造全渠道深度款、心智款。深耕会员经营，提升品牌忠诚度。聚焦核心门店，打造标杆门店，构筑增长中枢。品牌视觉形象持续升级，2025 早秋系列大片延续"Me Time：不设限自闪耀"年度主题，深化当代女性独立自信的精神表达。配合主题对本季秋冬橱窗形象进行全新升级，运用珍珠、金属链、飞行墨镜等品牌标志性元素，进一步构建个性、自我与闪耀的多重叙事，并通过明星穿搭、博主矩阵及社交媒体传播，持续提升品牌影响力。

福建七匹狼实业股份有限公司

董 事 会

2025 年 8 月 22 日