

证券代码：002029

证券简称：七 匹 狼

公告编号：2026-037

福建七匹狼实业股份有限公司

2026 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		
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）	1,414,780,631.29	1,374,552,379.13	2.93%
归属于上市公司股东的净利润（元）	-27,302,051.57	160,466,825.44	-117.01%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	143,242,617.46	29,106,349.61	392.14%

经营活动产生的现金流量净额（元）	72,719,760.95	-22,598,088.62	421.80%
基本每股收益（元/股）	-0.04	0.23	-117.39%
稀释每股收益（元/股）	-0.04	0.23	-117.39%
加权平均净资产收益率	-0.41%	2.43%	-2.84%
	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）	9,432,525,707.96	10,060,538,983.53	-6.24%
归属于上市公司股东的净资产（元）	6,667,449,230.43	6,744,880,636.50	-1.15%

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	35,369			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
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
香港中央结算有限公司	境外法人	1.31%	9,221,935	0	不适用	0
冯声振	境内自然人	1.04%	7,329,300	0	不适用	0
招商基金管理有限公司－社保基金 1903 组合	其他	0.48%	3,358,400	0	不适用	0
陈建河	境内自然人	0.43%	3,038,701	0	不适用	0
陈虹	境内自然人	0.41%	2,868,000	0	不适用	0
杨理东	境内自然人	0.36%	2,529,000	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，陈虹通过信用证券账户持有公司股票 2,830,000 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及时尚趋势，协同设计、面料、销售等多部门，以终端数据为指引，结合 AI 智能预测驱动商品决策，精准锚定开发方向，持续推进功能科技与文化美学的融合创新，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，为适应市场快速变化、强化公司对商品的引导力，公司逐步加大“直发代销”比重，由公司直接下单生产并配送至终端销售，同时搭建“期货+快反”弹性订单体系，依托拉式补货和快速反应机制优化货品流转节奏，统筹兼顾供应效率与库存风险管控。

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

➤ 服装行业复苏维持弱复苏但增长势能偏弱

据国家统计局数据，2026 年上半年全国服装鞋帽针纺织品类零售额同比增长 6.7%，增速高于社零整体水平，行业维持弱复苏态势，但增长持续性不足。分阶段看，服装鞋帽针纺

织品类零售额 1- 3 月累计同比增长 9.3%，1- 6 月累计同比回落至 6.7%，二季度单季增速较一季度明显放缓。在宏观经济承压、居民收入预期偏弱的背景下，消费者服饰消费意愿趋于保守，非刚需、冲动型消费减少，性价比导向明显，“理性消费”“质价比优先”成为主流消费心态。行业整体处于弱复苏与深度调整并存的阶段，企业普遍面临成本波动、渠道变革与消费分层等多重经营压力。

➤ 男装赛道结构性变革加速

男装行业正处于深度结构重塑周期。需求端消费逻辑发生明显转变，消费者选购服饰不再单纯看重身份标识属性，更聚焦穿着舒适感、多场景适配能力与产品实用功能，适配通勤、商旅、轻户外等多元场景的功能性服饰市场需求持续扩容。供给端呈现材料科技、绿色工艺、文化创意、柔性供应链多维升级趋势。行业竞争重心转向面料研发、功能技术、低碳工艺、文化内容打造、供应链快速响应等综合实力的比拼。

2、经营环境分析

项目	对 2026 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

2026 年上半年，公司坚持“夹克专家”战略定位，围绕“准赛道、强品类、铸信心”深耕商旅核心赛道，协同推进渠道提质、产品创新、供应链柔性快反建设，持续夯实主营业务经营质量。报告期内，公司营业利润受到非经常性损益因素扰动，但扣除非经常性损益后

的净利润实现增长。报告期内，公司实现营业总收入 141,478.06 万元，较上年同期增加 2.93%；营业利润-3,056.85 万元，较上年同期下降 117.38%；扣除非经常性损益的净利润 14,324.26 万元，较上年同期上升 392.14%。

2、报告期公司主要业务发展状况

■ 七匹狼主品牌

➤ 渠道端

2026 年上半年，七匹狼男装以“合作共赢”为年度主题，持续深化渠道改革与经营提质，线上线下协同发力，在巩固基本盘的同时积极探索新增长路径，推动渠道结构持续优化、经营质量稳步提升。

线下推进渠道升级。公司坚持“从开出店到开好店”的渠道策略，以提升店铺成功率和人效为核心，聚焦优质客户、优质渠道与优质落位，推动渠道从规模扩张向质量提升转型。报告期内，公司持续优化门店网络布局，新开门店主要集中于核心商圈购物中心及奥莱渠道，同时加快低效门店的调整与关闭，门店结构进一步优化。公司深耕会员服务，通过狼族俱乐部平台，打造兼具文化厚度与品牌温度的专属活动，深化与会员的情感链接，加深会员消费者对品牌文化的认同感与归属感。通过整合营销资源、强化拉式补货机制，有效降低库存风险，提升新品售罄率。

线上渠道围绕商品、渠道运营、营销、视觉四大板块系统推进经营升级。公司根据不同平台特性实行差异化策略，并强化直营能力建设，同时充分借助市场资源，探索直营与联营相结合的多元经营模式，提升渠道整体运营效率。营销方面，线上渠道紧密围绕品牌重大节点开展营销活动，结合 417 品牌大秀、品牌代言人官宣等品牌事件，与天猫、京东、抖音等平台深度共建 618 等大促活动，实现品牌声量与销售转化的同步提升。视觉端持续推进“树形象、融视觉”工程，结合市场流行趋势与产品特点优化页面视觉呈现，提升用户购物体验与品牌感知。

➤ 产品端

公司深耕用户深度洞察，持续夯实休闲商务核心赛道，加速拓展商旅新赛道，以“舒适科技+高质价比”为核心主张，打造“简约、质感、时尚、无龄化”的产品风格，通过大单品矩阵建设、技术研发创新、全链路商品闭环管理，持续提升产品竞争力与市场认可度。报告期内，公司举办 2026 年春夏新品大秀，推出彩商旅科技夹克 4.0 与东方世遗国色多彩 POLO 系列，再次融合泉州非遗文化与现代前沿科技。在设计上，公司将泉州非遗文化转化

为可穿着的男装语言：闽南古厝“燕尾脊”的飞檐曲线被解构为夹克肩背部挺括线条，南洋花砖几何美学转化为面料肌理，南音表演服印花与滴水兽图腾成为领口、袖口的精致点缀。在色彩上，联合清华大学美术学院推出的“东方世遗国色”体系进一步扩展，从青城山、景德镇、故宫、长城、敦煌等世界遗产中提炼出清水绿、花瓷青、丁香紫、天青蓝、烽烟驼、琉璃黄等 17 种东方色系，打破传统商务男装黑白灰格局。在功能科技上，多彩商旅科技夹克 4.0 搭载新一代轻量化充气颈枕，较上一代厚度降低、重量减轻、弹力提升，10 秒即可快速充气；新增磁吸发热按摩系统与声控按摩功能，配合高透气、防风雨的呼吸膜面料及特氟龙三防、抗菌凉感等技术，持续回应高频差旅人群的多场景穿着需求。

➤ 供应链

公司持续推进供应链体系优化升级，围绕快反驱动、品质保障、供应协同、技术突破、成本优势五大方向与供应商深化合作，努力提升供应链的运转效率与综合实力，助力品牌稳步发展。同时，公司积极推进“品牌方+上游供应链+下游经销商”三方联合产品开发模式，以利益共享机制推动大单品共创。报告期内，公司与意大利奢侈品面料企业杰尼亚联合研发的降温科技面料已成功应用于 2026 年春夏系列，持续以面料创新带动产品升级。公司持续搭建柔性供应链体系，以“以销定产、快速响应”为核心，从完善预测效率、订单模式革新、拉式补货推广、库存结构优化等多维度发力，快反支撑能力持续优化。

■ 卡尔品牌

2026 年上半年，Karl Lagerfeld 品牌聚焦轻奢定位，以产品结构优化、渠道效率提升和组织能力建设为核心，推动经营态势持续向好。渠道运营方面，品牌深化线上线下一体化融合，推动货品全渠道流转与营销资源统一协同。线下深耕华东、华南优势市场，推进核心商圈渠道再填充与加密布局，同时加速奥特莱斯渠道拓展，部分奥莱门店表现突出，成为新的业绩增长点。线上渠道持续优化直播间运营，流量转化效率逐步改善。商品与零售运营方面，品牌持续聚焦核心品类战略，以核心大单品驱动销售增长。报告期内卡尔品牌稳步优化男装业务合作模式，聚焦核心优势品类运营，优化品牌资产配置，为长期可持续发展夯实基础。

福建七匹狼实业股份有限公司
董 事 会
2026 年 8 月 27 日