

福建七匹狼实业股份有限公司

关于“质量回报双提升”行动方案的进展公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

为践行中央政治局会议提出的“要活跃资本市场、提振投资者信心”及国务院常务会议提出的“要大力提升上市公司质量和投资价值,要采取更加有力有效措施,着力稳市场、稳信心”的指导思想,大力提升上市公司的可投性,让广大投资者有实实在在的获得感,公司于2024年11月23日披露了《关于“质量回报双提升”行动方案的公告》(公告编号:2024-058)。

现针对行动方案的2025年度举措进展说明如下:

一、深耕“实业+投资”战略,提高公司核心竞争力

2025年,面对复杂多变的外部环境与日趋激烈的市场竞争,公司积极顺应消费趋势,进一步聚焦商旅场景,持续强化产品创新与核心单品打造,优化全渠道终端运营,提升供应链协同效率,扎实开展各项经营工作,实现整体业务平稳运行。

报告期内,公司实现营业总收入为300,352.27万元,较上年同期下降4.35%;营业利润39,945.67万元,较上年同期上升15.96%;归属于母公司的净利润33,265.39万元,较上年同期上升16.91%。

(一) 夯实主品牌经营,以商旅场景为核心打造差异化优势

➤ 产品创新:深耕商旅场景,文化与科技双轮驱动产品升级

公司紧跟消费品质化、场景化趋势,立足三十五年品牌积淀与市场洞察,将品牌独有的狼文化精神、传统非遗文化及匠心工艺元素融入现代男装设计,赋予产品深厚文化内涵与独特辨识度。同时紧扣男士商旅出行核心痛点,以功能面料革新与工艺创新为支撑,针对性解决长途出行、天气变化、日常通勤等实际穿着需求,兼顾时尚版型、实用功能与穿着体验,打造适配四季、覆盖多元场景的商旅产品体系。

围绕商旅核心需求,公司推出多款标杆产品:商旅夹克内置充气颈枕,缓解长途出行疲劳,搭配专业防水科技应对多变天气;多彩防晒夹克采用原纱防晒面料,高效阻隔紫外线;商旅凉感POLO运用速干透气面料,保持清爽亲肤;狼文化T恤融入品牌经典元素,简

约利落适配多场景；工装风单夹克、云暖羽绒、拒水羽绒等兼顾多场景适配、轻盈保暖与防水防油功能，全面满足四季商旅穿搭需求。

依托文化与科技双赋能，公司多款核心产品凭借出众品质与场景化体验获得市场广泛认可，产品创新实力也斩获多项国际权威荣誉。2025年，春季核心单品“商旅科技夹克”斩获缪斯设计奖金奖、法国设计奖金奖等四项国际权威设计大奖；商旅多彩 POLO 获 WRCA “世界卓越的抗菌固色多彩 POLO” 认证，并入选 WWD China 可持续时尚创意榜单；冬季商旅多彩羽绒夹克获评 WRCA “世界卓越的超强保暖科技羽绒夹克” 称号，产品力与行业认可度持续提升。

➤ 渠道运营：优化终端布局，实施精细化运营管理

报告期内，公司持续推进线下渠道的精细化运营与智能化升级，持续优化门店网络布局，重点提升购物中心渠道覆盖力度，积极拓展奥莱业态。公司基于消费需求与门店类型构建差异化经营模型，针对不同客群特征制定标准化运营与服务体系，实现成熟模式的快速复制与推广。不断深化会员体系建设，以增值服务体验为核心，通过狼族俱乐部、时尚发布、非遗定制体验、品牌博物馆探访等多元活动，强化品牌文化共鸣与客户忠诚度，持续提升终端服务水平与消费体验。同时，公司运用数字化工具赋能门店运营与会员管理，依托终端销售数据、用户反馈及会员偏好等信息，优化商品结构，提升货品周转与品类调控效率，以数据驱动产品、服务及营销模式创新，进一步激发消费潜力，提升消费体验。报告期内，公司开设了多家商旅主题形象店，通过营造沉浸式商旅消费场景，有力促进了品牌商旅战略的贯彻与落地。

公司线上渠道已全面覆盖传统电商、兴趣电商及社交媒体等多元平台。公司持续深化线上渠道精细化运营管理，实行平台专人负责制，强化与各平台的互动沟通，及时把握政策动态并同步优化店铺运营策略。针对线上流量增长趋缓的行业环境，公司从多维度提升线上运营效能。产品方面，推进产品差异化与风格化升级，依托设计创新构建核心竞争力，打造标杆爆款；营销方面，深化与平台资源及生态伙伴的合作，精准提升品牌曝光，紧抓重要营销节点开展主题促销活动，实现声量与销量同步提升。在用户与会员运营层面，持续完善线上会员体系，通过精细化用户运营增强用户粘性与复购率。

➤ 供应链管理：强化全链路协同，提升风险管控与供应效能

报告期内，公司供应链体系持续优化，通过构建全链路风险防控机制、优化供应商结构、推行成本前置管理，在风险管控、质量提升、成本控制及技术保障等方面实现全面提升。在商品运营协同层面，供应链与企划、研发、销售等部门建立高效协同机制，实现产品设计阶段的前置成本管控。

为提升商旅夹克等核心产品品质，公司技术研发中心常态化开展专项技术培训，持续优化版型结构与工艺标准，为产品品质升级提供坚实支撑。公司不断完善科学合理的供应商矩阵，与核心供应商建立长期稳定的战略合作关系，有效提升供应链的敏捷性、协同效率与可持续发展能力。同时，公司深化产业协同，与行业头部供应商开展供应链合作研讨，围绕新材料研发、技术创新、功能性面料应用等关键领域深度合作，共同推动技术突破与产品升级，为消费者提供更具科技含量与环保价值的优质产品，助力行业高质量发展。

（二）精耕卡尔品牌运营，提升轻奢业务发展质效

2025年，卡尔品牌围绕巩固品牌定位、优化品类、深化会员体系、打造标杆门店、升级品牌形象等方面持续发力，不断夯实团队能力，优化调整业务结构，提升运营效能。

女装方面，公司深化“法式酷雅美学”的核心理念，通过创意视觉、跨界合作及沉浸式体验，强化品牌高端时尚形象。成立女装品类研发攻坚组，汇聚了商企、设计、技术及外协供应链专家，围绕“研-供-销”全链路推进流程再造，缩短新品打样周期，并依托头部供应链资源提前锁定优质面料保障供给；引入AI数据赋能，整合市场趋势、终端销售与产能信息，明确产品策略；通过周度跟踪、双周复盘机制动态优化货品与营销，打造一衣多搭产品体系并为终端提供专项培训支撑，实现女装业务的品类突破和业绩增长。

男装方面，公司主动推进业务调整和转型，加快奥莱渠道布局，为品牌开辟新的增长路径，同时持续创新合作模式，深耕会员价值运营，积极应对市场变化与行业竞争，推动男装业务稳健发展。

（三）审慎开展产业投资，稳健把控投资风险

报告期内，基于对外部宏观环境与行业趋势的审慎研判，公司秉持稳健谨慎的投资原则，未新增重大对外投资项目。未来公司将继续立足产业协同，密切跟踪时尚消费领域新动态，重点围绕品牌矩阵、数字化技术应用及商业模式创新等挖掘符合公司战略目标的优质项目，促进公司长期发展。

二、重视投资者回报，共享公司发展

公司高度重视对投资者的合理投资回报，通过开展现金分红与股份回购相结合的方式，进一步增强投资者获得感。

自2004年上市以来，公司累计已进行现金分红18次，并多次开展了股份回购方案。

2024年7月，公司开启新一期的股份回购，2024年7月12日召开第八届董事会第十次会议审议通过了《关于回购公司股份方案的议案》，并于2024年7月17日披露了《回购报告书》（公告编号：2024-038）。公司决定使用自有资金以集中竞价交易方式回购公司发行的人民币普通股（A股），用于实施股权激励或员工持股计划。回购股份资金总额不低于人民币

1.5亿元且不超过3亿元(含)。至2025年7月,公司新一期回购完成,累计回购股份31,044,706股,回购金额约1.73亿元,其中在2025年进行回购股份15,003,100股,回购金额0.93亿元。

2025年,公司实施了2024年度的利润分配方案,共支付现金红利67,397,883.10元。2026年4月1日的第九届董事会第四次会议审议通过2025年度的利润分配方案:以未来实施分配方案时股权登记日的总股本扣除公司回购专户上已回购股份后的总股本为基数,向全体股东每10股派发现金红利1元(含税),送红股0股(含税),不以公积金转增股本,预计将派发现金分红67,397,883.10元。2025年度的利润分配预案尚需2025年年度股东会通过。

三、夯实治理,提升规范运作水平

2025年内,公司依据最新的法规要求及公司发展需要修订制度文件,完成对《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》等多项公司治理制度的修订,同时取消监事会设置,重新明确并调整审计委员会职责边界,持续健全、完善公司法人治理结构和内部控制制度,持续深入开展治理活动,提升公司法人治理水平,为公司股东合法权益的保护提供有力保障。

2025年,公司完成新一届董事会的换届选举,公司严格按照《公司法》《公司章程》的规定选聘董事,公司董事会设董事9名,其中非独立董事4名,独立董事4名,职工代表董事1名,董事会的人数和人员构成符合法律、法规的要求。董事会中兼任公司高级管理人员职务的人员以及由职工代表担任董事人数总计未超过公司董事总人数的1/2,独立董事的人数比例未低于公司董事总数的三分之一且至少包括一名会计专业人士,独立董事兼任境内上市公司独立董事均未超过三家,也不存在连任公司独立董事超过六年的情形,符合相关法规的要求。董事会下设战略委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会等4个专门委员会,各尽其责,确保董事会高效运作和科学决策。

四、提升信息披露质量、深化投资者关系管理

公司严格遵守《深圳证券交易所股票上市规则》、《上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等相关法律法规的要求,并根据公司制定的《信息披露管理制度》履行信息披露义务,同时在信息披露过程中持续做好内幕信息管理事项。公司严格按照有关规定和要求在《中国证券报》、《证券时报》、《证券日报》、《上海证券报》和巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)等媒体平台客观、真实、准确、完整地披露有关信息,不存在选择性信息披露和泄露未公开重大信息的情况,确保了所有股东享有平等信息获取权。

公司本着对全体股东高度负责的态度,以相关规定为指导,积极主动地按照“公平、公正、公开”原则开展投资者关系管理工作,平等对待全体投资者。2025年,公司在年度报告发布后,及时组织召开业绩说明会,邀请公司高管、独立董事出席,围绕年度经营成

果、财务状况、发展规划等投资者关心的问题，与投资者进行实时互动交流，深入解读报告核心内容；积极参与辖区证监局组织的“上市公司投资者网上集体接待日”活动，主动回应市场关切，传递公司发展信心。上述所有投资者关系活动均已按要求填写《投资者关系活动记录表》，并及时完成披露，确保活动全程可追溯、信息可查询。同时，公司品牌管理中心通过官方网站、官方公众号等自有自媒体平台，定期推送公司品牌动态、企业文化、投资者关系相关资讯，作为信息披露和互动交流的重要补充，帮助投资者多维度、全方位了解公司最新发展情况。

2025年度，公司积极推动“质量回报双提升”方案的落地实施，保持了与投资者的良好沟通，公司将继续深入开展“质量回报双提升”行动，聚焦主业，提升核心竞争力，夯实公司治理，强化规范运作，持续提升信息披露质量，践行可持续发展理念，进一步加强投资者沟通交流，积极回报投资者，切实履行上市公司的责任和义务，不断提升公司投资价值。

特此公告。

福建七匹狼实业股份有限公司

董 事 会

2026年4月3日