

公司代码：603587

公司简称：地素时尚

地素时尚股份有限公司
2025 年年度报告摘要

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、 本公司董事会及董事、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、 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、 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2025年年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除公司回购专用证券账户的股数为基数每10股派发现金股利4.00元（含税）。截至本报告披露日，公司总股本474,092,787股，扣除公司回购专用证券账户持有的9,716,640股，以此计算合计拟派发现金红利185,750,458.80元（含税），占2025年度归属于上市公司股东净利润的比例为71.33%。2025年度公司以现金集中竞价方式回购金额为67,195,517.80元（不含交易手续费），现金分红和回购金额合计252,945,976.60元，占2025年度归属于上市公司股东净利润的比例为97.13%。剩余未分配利润结转以后年度分配。

至实施权益分派股权登记日期间，若因可转债转股、回购股份、股权激励授予股份回购注销、重大资产重组股份回购注销等致使公司总股本扣除公司回购专用证券账户的股数发生变动的，公司将维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。

以上利润分配预案尚需提交公司2025年年度股东会审议。

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

适用 不适用

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	地素时尚	603587	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	沈志春	张黎俐
联系地址	上海市普陀区丹巴路28弄1-2号旭辉世纪广场8号楼	上海市普陀区丹巴路28弄1-2号旭辉世纪广场8号楼
电话	021-31085111、021-31085300	021-31085111、021-31085300
传真	021-31085352	021-31085352
电子信箱	info@dazzle-fashion.com	info@dazzle-fashion.com

2、报告期公司主要业务简介

服装行业主要分为服装设计研发、生产制造、品牌推广、终端销售等环节，公司涉及其中的设计研发、品牌推广以及终端销售环节，主要通过直营或者经销的品牌专卖店向最终消费者销售公司设计研发的中高端品牌女装。根据《国民经济行业分类与代码》（GB/T 4754-2017）以及《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》，本公司属于“C 制造业”大类下的“C18 纺织服装、服饰业”。

2025 年，面对国际需求持续疲弱、美国关税政策多变等复杂严峻的外部形势，叠加国内消费增长动力不足、市场预期偏弱等现实挑战，我国服装行业持续深化转型升级，稳定释放发展韧性和创新活力，在宏观经济稳中有进、各项存量增量政策协同发力的支撑下，行业经济运行呈现“基本稳定、承压前行”的发展态势。根据国家统计局数据，2025 年 1-12 月，我国限额以上单位服装类商品零售额累计 11,044.5 亿元，同比增长 2.8%，增速比 2024 年同期加快 2.7 个百分点；穿类商品网上零售额同比增长 1.9%，增速较 2024 年同期加快 0.4 个百分点。

同时，2025 年作为“十四五”规划收官之年，国家出台多项扩内需，促消费政策，对服装消费市场实现稳定增长起到决定性作用。此外，在品牌升级、品质提升、营销创新、节日效应等多重市场因素的共同推动下，限额以上单位服装零售额增势良好，增速有所加快，全国重点大型零售企业服装零售额持续恢复，降幅明显收窄。服装消费价格在供需两端的双重驱动下，持续处于相对较高的上涨水平，重点大型零售企业各品类服装基本呈现量减价增的市场特点。情绪价值成为年度消费关键词，服装品牌从多维度满足消费者对情感、体验的需求，能够充分展现情绪价值的服装品类，穿搭风格以及零售渠道得到市场关注。

2026 年是“十五五”规划开局之年，坚持内需主导，建设强大国内市场是经济工作的首要任务。国家已经对构建现代化产业体系以及时尚产业发展提出明确的发展要求，在以新需求引领新供给，以新供给创造新需求的市场格局下，服装消费市场将朝智能化、绿色化、融合化、高端化方向持续提质扩容，服装行业将迎来新的发展机遇。

（一）公司主要业务及品牌概述

地素时尚股份有限公司成立于 2002 年，总部位于中国上海，是一家专注于中高端时尚服装的多品牌集团。公司旗下拥有高级成衣品牌 DAZZLE、DIAMOND DAZZLE 及时尚品牌 d'zzit，以匠心工艺推动创新，探索复杂美感的深层次时装叙事。DAZZLE 致力于创造美学碰撞下的多重体

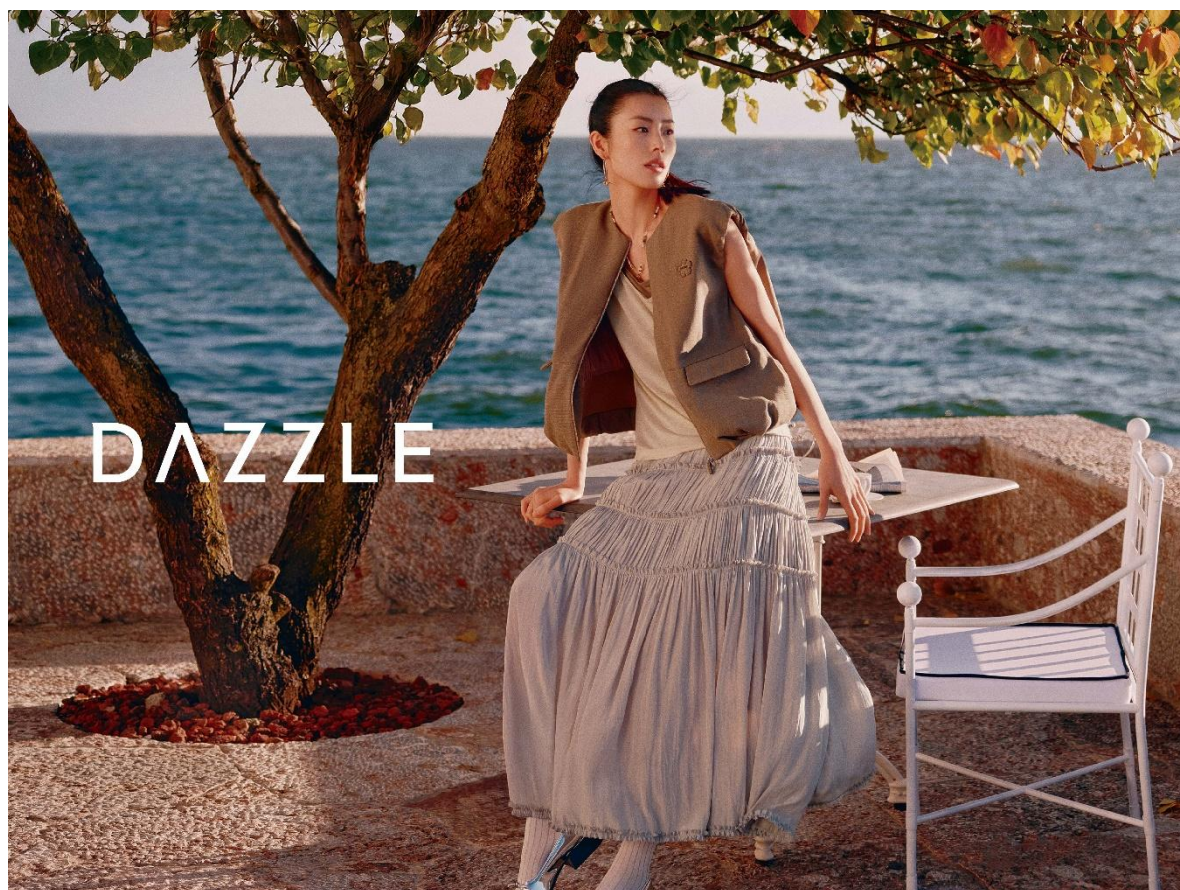
验，DIAMOND DAZZLE 专研匠心工艺与艺术表达，d'zzit 则彰显不拘于风格定义的即兴态度。不同品牌以不同方式的实践，丰富着中国时装审美多元化的尝试。公司凭借卓越的设计创新、敏捷的供应链管理、精准的品牌定位以及多元化的市场网络，在中国时尚行业树立了独特的品牌形象。

作为“矛盾冲突美学”的开创者和实践者，地素时尚在矛盾中不断创造新的平衡，通过匠心追求、非凡创意、艺术格调以及触及心灵的美好生活体验，助力中国审美多元化，成为最具品牌价值和影响力的时尚集团。

我们深信：“创造美学的多重体验，让更多的人以赤诚的心，自信、勇敢的姿态拥抱美好世界”的使命，会为人们的生活注入新鲜的活力；而“LOVE CREATES”的信念，将一路照亮人生的旅程，引导人们朝着梦想的方向生长！

DAZZLE，以“Love Creates”为品牌信仰，传递“赤诚、自信、勇敢”的情感价值和“拥抱主义”的社会价值。坚持“一种美拥抱另一种美”的品牌主张和“矛盾冲突美学”的设计理念，为当代女性提供丰富的时装衣橱。

DAZZLE 品牌风格如下：



Maison DAZZLE 新天地旗舰店
上海市新天地黄陂南路 331 号



DIAMOND DAZZLE，从艺术中汲取灵感，结合精湛工艺与精良材质，以细腻的时装语言叙述东方审美，呈现高品质的当代时装技艺。

DIAMOND DAZZLE 品牌风格如下：



深圳万象天地“DIAMOND DAZZLE”店



d'zzit, d'zzit girl 在不同文化、不同风格之间穿梭，以一次次的轻盈出场，向世界展现灵动的锋芒。——be you, be flying 乘风而上，做自己。

d'zzit 品牌风格如下：



南京德基“d'zzit”店



(二) 公司经营模式

1、设计研发模式

公司按照最新的时装潮流分析、市场状况、销售数据以及消费者反馈设计及开发新产品。管理层每季开始前举行会议，分析经销商以及会员在零售终端提供的信息，探讨全球最新时装潮流趋势、客户喜好及需求变化，以决定下一季将推出的产品系列、产品设计数目、价格区间、上市波段等要素。公司注重产品面料的质量，尝试使用多种天然原料及多种新科技面料、材质。公司每年在新面料研发上投入大量资源进行相关试验，以保持各个品牌的鲜明个性。除此之外，公司还与部分优质供货商建立了良好的合作关系，共同合作开发产品所用的新型面料和设计图样，并享有该等新型面料和设计图样的独家使用权。

公司的设计研发流程具体如下图所示：



2、采购模式

公司采购的类别主要包括面料、辅料和成衣，商品部根据每季经销商订货情况及直营店铺的销售预测为基础制定销售计划。生产部（主要负责外协订单的跟单工作）根据销售计划、面料辅料和成衣交货周期制定相应的生产计划，并下达相应的采购指令。生产部专员根据下达的采购指令，确认采购的品种、数量和交货时间后，在综合考虑成本、交期、供应商特点后选择最具竞争力的

供应商签订该次采购协议。公司供应链管理中心下的品控部制定了严格的采购流程控制、过程跟踪和质量验收标准，有效保证了原材料和成衣的质量。

3、生产模式

公司采取部分委托加工和完全委托加工相结合的生产模式。公司以此最大程度地降低运营成本，并将主要精力专注于附加值更高的环节。公司的外协生产方式包括部分委托加工和完全委托加工两种。根据不同模式的特点，公司综合考量产品品类、款式特点、交货时间、面辅料工艺、供应商能力等各方面因素，选择最合适的生产模式组织生产。

公司两种生产模式的具体情况如下：

(1) 部分委托加工模式

公司与供应商签署《部分委托生产协议》，公司负责产品设计研发、面辅料开发和采购环节，公司向供应商提供款式图或参照样、面辅料，指导监督其按要求完成加工，供应商根据公司要求完成指定产品的加工生产，公司在指定产品验收合格入库后对外销售。

(2) 完全委托加工模式

公司与完全委托加工商签署《完全委托生产协议》，公司负责产品设计研发、面辅料开发环节，向完全委托加工商提供自主设计的服装样板、样衣和工艺单，完全委托加工商根据公司的指示采购特定的面辅料，按照公司的要求组织生产，公司在成衣验收合格入库后对外销售。

4、销售模式

公司目前主要采用直营、经销和电商相结合的销售模式。其中：

直营模式下，公司目前主要通过百货商场店、购物中心店等渠道以零售方式向客户销售产品。

经销模式下，公司与经销商签订合同，由公司将产品销售给经销商，再由其通过销售终端以零售方式向客户销售公司的产品。

公司营销管理中心下的直营零售部负责直营销售网络的管理，特许经营部负责经销商的管理。这种直营和经销并举的销售网络是公司业务发展壮大的重要因素。凭借强大的零售网络，公司能够在全国主要城市和地区接触广大的客户群，确保产品的销售效率。

除直营和经销为主的销售模式外，公司还在天猫、抖音、小红书、唯品会、京东、微商城等电商平台上销售。

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

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	4,300,962,050.88	4,397,198,888.86	-2.19	4,629,726,249.11
归属于上市公司股东的 净资产	3,631,333,649.53	3,670,884,369.07	-1.08	3,745,348,721.01

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
营业收入	2,136,175,523.37	2,218,818,429.14	-3.72	2,648,819,535.18
利润总额	333,058,662.78	403,678,749.97	-17.49	665,980,601.82
归属于上市公司股东的 净利润	260,423,803.93	303,507,573.46	-14.20	493,632,406.42
归属于上市公司股东的 扣除非经常性损益的净 利润	231,972,157.98	250,564,091.43	-7.42	462,017,716.77
经营活动产生的现金流 量净额	485,267,398.02	399,635,402.94	21.43	702,978,869.32
加权平均净资产收益率 (%)	7.15	8.17	减少1.02个 百分点	13.37
基本每股收益(元/股)	0.56	0.65	-13.85	1.04
稀释每股收益(元/股)	0.56	0.65	-13.85	1.04

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	478,788,989.65	587,783,493.16	478,668,572.55	590,934,468.01
归属于上市公司股东的 净利润	82,603,060.58	87,533,011.16	65,871,441.60	24,416,290.59
归属于上市公司股东的 扣除非经常性损益后的 净利润	63,124,066.23	70,229,194.50	57,765,992.87	40,852,904.38
经营活动产生的现金流 量净额	67,594,991.14	133,024,678.14	115,108,959.46	169,538,769.28

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

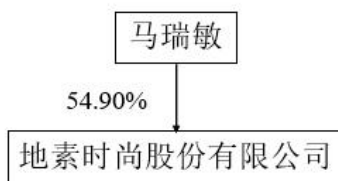
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)	18,077
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	17,078
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

前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
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	
马瑞敏	0	260,295,065	54.90	0	无		境内自然 人
马艺芯	0	48,016,296	10.13	0	无		境内自然 人
马丽敏	0	32,640,000	6.88	0	无		境内自然 人
上海亿马企业管理合 伙企业（有限合伙）	0	21,708,346	4.58	0	无		其他
马姝敏	0	5,653,393	1.19	0	无		境内自然 人
香港中央结算有限公 司	1,541,279	1,634,564	0.34	0	无		其他
招商基金管理有限公 司—社保基金 1903 组 合	1,419,900	1,419,900	0.30	0	无		其他
刘珍珠	1,273,800	1,273,800	0.27	0	无		境内自然 人
张慕中	1,204,900	1,204,900	0.25	0	无		境内自然 人
李红杰	未知	1,200,100	0.25	0	无		境内自然 人
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，马瑞敏和马艺芯为母女关系；马瑞敏和马丽敏、马姝敏为姐妹关系。马姝敏和上海亿马的执行事务合伙人江瀛为夫妻关系。 除此之外，本公司未知上述股东之间是否存在关联关系，也未知其是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

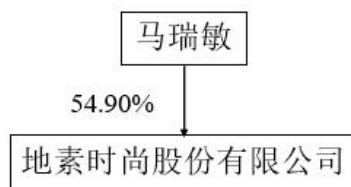
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化，实现营业收入 213,617.55 万元，较上年同期减少 3.72%；归属于上市公司股东的净利润 26,042.38 万元，较上年同期减少 14.20%。

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