

证券代码: 002029

证券简称: 七匹狼

公告编号: 2022-049

# 福建七匹狼实业股份有限公司

## 2022 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普通股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	陈平	袁伟艳	
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、主要财务数据和财务指标

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）	1,448,463,894.89	1,541,855,029.76	-6.06%
归属于上市公司股东的净利润（元）	90,334,995.33	82,702,255.02	9.23%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	46,141,989.56	82,134,736.04	-43.82%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-126,308,318.72	23,011,688.88	-648.89%
基本每股收益（元/股）	0.13	0.11	18.18%
稀释每股收益（元/股）	0.13	0.11	18.18%
加权平均净资产收益率	1.57%	1.38%	0.19%
	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）	10,500,245,089.96	10,390,611,463.92	1.06%
归属于上市公司股东的净资产（元）	6,105,337,883.30	6,006,466,630.15	1.65%

## 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	29,439	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0			
<b>前 10 名股东持股情况</b>						
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	34.29%	259,136,718		质押	131,250,000
洪泽君	境内自然人	4.92%	37,180,000			
周永伟	境内自然人	2.12%	16,045,600	12,034,200		
周少明	境内自然人	1.75%	13,190,200	9,892,650		
周少雄	境内自然人	1.75%	13,190,200	9,892,650		
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.68%	12,731,200			
南方基金－农业银行－南方中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000			
大成基金－农业银行－大成中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000			
广发基金－农业银行－广发中证金融资产管理计划	其他	0.64%	4,853,000			
银华基金－农业银行－银华中证金融资产管理计划	其他	0.57%	4,327,833			
<b>上述股东关联关系或一致行动的说明</b>	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。					
<b>参与融资融券业务股东情况说明</b>	上述股东中，洪泽君通过信用证券账户持有公司股票 36,180,000 股。					

(如有)

#### 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、茄克衫、针织衫以及男士内衣、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方式向全国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，并以终端数据为指引驱动智能决策，进行研发设计和商品管理。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

### （一）行业情况

#### ■ 国内疫情多点爆发，影响物流系统通畅同时对消费市场产生较大冲击

报告期内，国内疫情多点爆发，封控趋严，物流受阻，对国内消费市场产生较大冲击。在疫情扰动下，上半年国内消费线上线下都面临较大的压力。根据国家统计局公布数据显示，2022 年上半年，我国社会消费品零售总额同比下降 0.7%。其中服装、鞋帽、针纺织品类零售总额同比下降 6.5%。

■ 国内消费习惯发生变化，从“炫富”“悦他”消费转向追求“舒适”“自我”体验，消费者更加追求健康自由的生活方式不断助推体育、户外产品发展，对于传统商务时尚服饰则产生了不利影响。

后疫情时代，兼具体育运动、旅游、休闲和社交等多重属性的体育及户外休闲活动受到人们青睐，有力推动相关产品需求增长。在此趋势下，众多体育和户外品牌服装在上半年仍取得不错成绩。但与此对应的是，传统休闲服装面临疫情及消费意愿的双重影响，面临发展困难和瓶颈，各公司也纷纷调整产品及市场战略，以迎合新的市场环境及消费需求。

### （二）经营环境分析

项目	对 2022 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	2020 年初疫情爆发后，国家先后出台了支持疫情防控和企业复工复产方面的税收优惠，对产业链上下游渡过疫情难关起到了积极作用，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。近期国内疫情反复，对服装消费造成不利影响。公司须采取有效措施积极应对。	疫情的零星爆发仍可能对未来的销售带来一定的负面影响，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。	2022 年，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，公司进行了部分票据贴现，利率变动增加公司财务费用，但对公司业绩影响不大。	公司资金较为充裕，利率变动影响公司财务费用，但对公司业绩影响不大。	无
成本要素	公司为品牌运营企业，在现有模式下可以控制公司毛	公司业态决定成本要素的价格变动对公司不会带来	无

的价格变化	利率，成本要素价格对公司影响较小。	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。
-------	-------------------	---

### （三）报告期主要经营情况

#### 1、业务概述

2022 年上半年，面对不利的外部环境，公司坚持围绕发展战略，不断调整优化经营管理，但各地散发的疫情仍然给公司带来不良影响。报告期内，公司实现营业总收入为 144,846.39 万元，较上年同期下降 6.06%；营业利润 11,967.71 万元，较上年同期增长 8.24%；扣除非经常性损益的净利润 4,614.20 万元，较上年同期下降 43.82%。

#### 2、报告期公司主要业务发展状况

##### ■ 七匹狼主品牌

报告期内，在国内疫情多发散发的背景下，公司继续以产品为导向、以供应链为基础、以渠道为抓手、以消费者为核心，多措并举，推进七匹狼品牌调整升级。

在产品端，公司建立了商品运营、企划互动机制和工作制度，通过联动运营体系人员、终端店铺人员向商品企划传递大运营体系中的营销和顾客需求，协同企划、设计做好产品研发和规划。与此同时，公司通过匹配用户、产品、店铺信息进行精准的产品组合，按店面积标准、场景标准、顾客需求进行产品匹配组货，实行差异化的产品销售策略。报告期内，公司紧扣消费者需求，在不断完善原有的产品系列的基础上，在电商渠道推出新的子品牌“狼族户外”，将人体运动美学与时尚相结合，同时赋予产品更多的功能性，打造产品竞争力。

在供应链端，公司建立了一套可持续发展的技术研发体系，优化技术研发流程、管理机制，提升自主开发能力。优化了供应链和业务端的管理体系，实行嵌入式管理升级，梳理端到端的业务流程，缩短工作时效。报告期内，公司对体系内工厂进行了快反能力盘点，锁定快反工厂、完成快反供应商产能协议签订，并根据快反规划进行备料操作，完成了柔性供应链体系的初步建设，实现快反高效落地运行，满足各渠道快反需求。

在渠道端，为了降低疫情和封控措施对终端门店造成的影响，公司积极布局数字化门店，提升门店运营效率，着力提升店铺销售业绩，同时升级优化会员体系管理，提升核心用户数量及复购金额。线上渠道方面，公司积极调整各平台渠道运营思路，打造多个爆款产品；重点布局抖音、快手等直播电商渠道，抢占市场份额；搭建直播自有团队，沉淀现有运营能力。报告期内，直播成为电商核心增量平台，抖音渠道整体业绩同比提升超过 100%。鉴于天猫、京东等传统电商平台流量竞争日益激烈，公司 2022 上半年线上销售收入同比略有下降。

公司将继续围绕“中国茄克 中国七匹狼”核心战略布局，不断优化经营、变革创新，打造有态度有价值的时尚产品。

#### ■ 新品牌

报告期内，公司“Karl Lagerfeld”店铺较为集中的华东、东北、华北地区疫情多发，相应的封闭措施和防疫政策造成客流减少，影响了线下店铺的正常营业，对“Karl Lagerfeld”本报告期的销售收入造成了较大负面影响。公司一方面积极通过全员营销、协调减租等措施消除不利影响，一方面持续修炼内功。报告期内，公司不断深化“Karl Lagerfeld”品牌运作，通过优化商品企划及系列风格划分，使商品与渠道、客群更为匹配；以开发盈利店铺为基准，重构渠道盈利模型，拓展线上和重点区域渠道布局；加强营销推广的力度及会员体系搭建、升级顾客服务标准、加强客户体验、提升门店员工销售技能。相应优化措施将为疫情好转后销售业绩的提升打下坚实基础。

福建七匹狼实业股份有限公司

董 事 会

2022 年 8 月 25 日