

证券代码：603587

证券简称：地素时尚

公告编号：2025-048

地素时尚股份有限公司

2025 年度“提质增效重回报”行动方案的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

地素时尚股份有限公司（以下简称“地素时尚”或“公司”）为贯彻落实国务院《关于进一步提高上市公司质量的意见》要求，积极响应上海证券交易所《关于开展沪市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议》《上市公司“提质增效重回报”专项行动一本通》等相关要求，以投资者是市场之本，上市公司为市场之基，为维护全体股东的利益，基于对公司未来发展的信心，特制定《公司 2025 年度“提质增效重回报”行动方案》（以下简称“《行动方案》”），并于 2025 年 10 月 29 日经公司第五届董事会第三次会议审议通过。具体举措如下：

一、 聚焦服装主业，巩固核心竞争力

地素时尚是一家多品牌运作的时尚集团。自 2002 年创立以来，公司通过匠心追求、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，打造专注时尚领域、聚焦品牌价值、具有国际竞争力的产业集团。公司围绕中高端品牌定位，分别创立“DAZZLE”、“DIAMOND DAZZLE”、“d’zzit”和“RAZZLE”¹ 四个知名服装品牌，形成对时装领域深层次的诠释。

DAZZLE



¹ 注：2025 年因业务调整，公司正逐步暂停 RAZZLE 品牌业务。



DIAMOND DAZZLE



d'zzit

Be you.  Be flying.



2025 年以来，受国内外市场需求偏弱、美国加征关税引发全球贸易动荡等外部形势影响，我国服装行业竞争加剧、成本上涨，企业效益普遍承压。2025 年前三季度，公司实现营业收入 15.45 亿元，归属于上市公司股东的净利润 2.36 亿元，加权平均净资产收益率 6.42%，较上年同期减少 1 个百分点。为专注主营业务，持续提升公司盈利能力、营运能力以及品牌影响力，公司围绕多个关键领域开展经营管理工作。具体行动包括以下几个方面：

1) 深化品牌定位，升级品牌形象

经过深入的市场分析和消费者行为研究后，公司对旗下各品牌的定位和品牌形象进行全面升级。2025 年初，公司 DAZZLE 品牌发布由中国艺术家李姝睿创作的全新“时钟花”品牌标识，并以此作为 DAZZLE 品牌的核心视觉元素之一，广泛应用于各类产品设计及宣传之中，与品牌已有的 Monogram “D” 标识相互补充，进一步强化品牌形象和视觉记忆，提升品牌影响力。2025 年 4 月，公司 d'zzit 品牌官宣了刘浩存作为全新代言人，结合“be you, be flying”的品牌全新关键词，打造破格美学下全新品牌身份，以此深度触达年轻市场，更好地契合年轻消费群体的审美趋势和生活方式。此外，品牌重塑工作进一步延伸至品牌视觉识别（VI）的系统性革新与线下门店空间的全面升级，旨在为消费者打造统一而崭新的品牌体验。

未来，公司将致力于品牌价值的深度打造，通过系统性的代言人策略与整合媒体宣传，深化品牌独特内涵，塑造差异化的品牌形象，有效提升各品牌在细分目标客群心中的吸引力和市场竞争力，从而在竞争激烈的时尚行业中脱颖而出。

2) 多元化营销策略，精准触及客群

公司紧跟消费趋势变化，持续拓展品牌触达渠道，强化与目标客群的深度互动。依托全渠道 CRM，公司打通多渠道会员数据，强化私域精细化运营，以数据驱动用户价值挖掘。通过“计划—执行—回流—洞察”的营销闭环，结合自动化营销工具，公司推动传统数字营销向精准营销升级。线上渠道方面，公司以自身产品和系列为基础，深化传播策略，细化传播节奏，结合社交媒体平台的内容和 IP 优势，强势种草和占据消费者心智，助力销售拉新引流，实现商业落地。线下渠道方面，公司根据自身的发展策略采取以直营和经销相结合的销售模式，经过多年的发展，已经建立了各大品牌互为支撑、资源共享的营销网络体系，多年来与国内主要的高档百货商场、大型购物中心建立了良好的合作关系。截至 2025 年 9 月 30 日，公司拥有 771 家零售终端。公司将持续对特定地区的经济实力、消费能力和零售业情况进行考量，重点开拓具有较高消费潜力和需求的城市。

同时，为进一步强化品牌的高端形象并探索线下直播的运营模式，公司全新品牌旗舰店 Maison DAZZLE 于 2025 年在上海新天地和深圳万象城启幕，以独特设计理念和高端购物环境，为消费者提供沉浸式购物体验。

Maison DAZZLE 新天地旗舰店



Maison DAZZLE 深圳万象城旗舰店



未来，公司将继续贯彻 360°整合营销策略，依托数字化工具与创新营销模式，不断优化内容传播与用户运营，增强品牌影响力与市场竞争力，构建更具吸引力的消费体验。

3) 优化供应链管理，提升营运能力

稳定、高效、可持续的供应链是品牌竞争力的重要基石。公司坚持严格的供应商准入与评价机制和完善的供应商评价体系，每季度、每年度定期对合作伙伴资质进行综合考核，以甄选优质合作伙伴，确保产品质量与生产效率。

持续深化供应商管理：一方面，持续优化供应商准入流程，细化供应商生产

类型、设备、人员、质量体系等维度的核心资质内容；另一方面，不断完善供应商协同机制，通过全链路风险反馈与闭环管理，实现交付能力、产品质量、配合度等多维度的数据线上化，推动供应商评估机制向智能化、体系化升级。

同步搭建供应链数据中台，聚焦成本、进度、质量、绩效等多维度数据分析，目前已完成成品交付情况、质量洞察、生产进度分析及出入库实时监控等实时看板分析，有效达成数据赋能业务，为供应链数字化转型提供支撑。

未来，公司将持续迭代供应链管理体系，提升协同能力与响应速度，构建灵活、高效的运营模式，以敏捷满足市场需求。

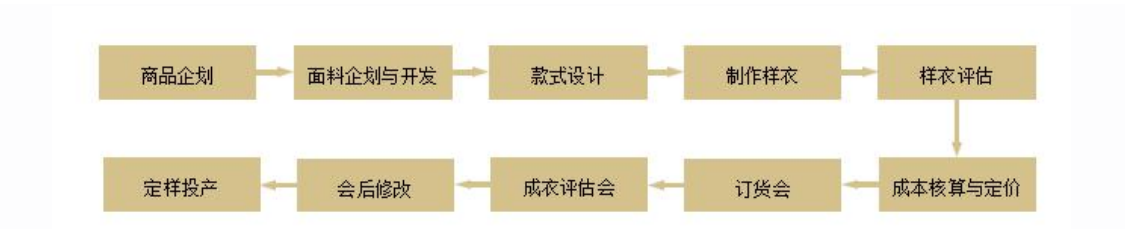
二、 坚持创新设计，持续提升研发能力

1) 紧跟全球时尚趋势，推进新产品设计研发

公司紧跟全球时尚趋势，深入分析市场动态、销售数据及消费者反馈，持续推动产品创新。2025 年前三季度，公司研发投入 3,146.45 万元，占当期营业收入的比例为 2.04%。

依据自身产品设计的独特性和对产品工艺的深入研究，将更多具有品牌标志性的设计元素、工艺技法、创新材料引入产品设计中，增强产品优势、创作出结合时尚趋势的特色风格。

公司的设计研发流程具体如下图所示：



公司将继续保持稳定的研发投入比例，通过持续深化研发创新，不断提升产品竞争力，同时推动环保材料的应用，打造兼具时尚感与可持续性的产品。

2) 优化人才激励机制，保持研发团队稳定

设计研发是公司品牌和产品的灵魂，也是公司业务模式的核心环节。公司拥有一支经验丰富、富有活力和创新精神的设计研发团队。截至 2025 年 9 月 30 日，公司设计研发中心共有 129 名员工，在同行业处于较高水平。

公司始终严格挑选设计师团队，并注重全方面的自主培养，既具有国际时尚触觉，又深谙本土化审美。此外，公司通过核心设计人员持股、提供相关专业培训等一系列方式对设计研发团队进行激励，保证了公司设计研发团队的稳定。核

心团队长期在公司任职，在公司的精心培养下，深刻理解品牌精神、理念和内涵。

3) 加强知识产权管理，保护研发创新成果

公司已建立健全相关制度体系，制定《知识产权保护规定》等管理制度，不断强化知识产权的规范化、系统化管理，推动创新成果的有效保护与合理运用。截止 2025 年 9 月 30 日，公司持有版权 5,055 个，本年度新增版权 292 个；持有国内有效注册商标 1,143 个，国际有效注册商标 36 个。公司不仅高度重视公司知识产权的研发工作，还将持续完善研发成果的保护工作、积极维护公司注册商标专用权。

三、完善治理结构，提高治理水平

1) 推动内部治理机制完善

公司按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《上市公司章程指引》等相关法律、法规和规范性文件的有关规定，不断完善公司治理结构。2025 年，公司修订了《公司章程》、三会议事规则和其他一系列配套治理制度；取消监事会设置并强化董事会审计委员会监督职能，明确权责边界；新增制定《公司舆情管理制度》，进一步完善公司治理体系，为公司高效、稳健、规范经营提供了组织保证和制度保障。

2) 坚持“三会一层”规范运作

公司重视董事会的多元化与独立性，优化成员结构，确保决策的专业性、公正性和多视角考量。董事会成员涵盖不同性别、专业背景及行业经验，以提升议事效率和决策质量。公司第五届董事会由 9 名董事组成，其中女性董事 5 人，独立董事 3 人。

为提升董事会的专业性，公司董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、战略发展委员会、提名委员会，确保决策的专业支持。截至本报告披露日，2025 年公司召开了 4 次董事会审计委员会、1 次公司 2024 年度审计结果沟通会议、2 次董事会提名委员会、1 次董事会薪酬与考核委员会、1 次董事会战略发展委员会专门会议，对重大经营决策及其他重大事项均履行了相关审批程序。

独立董事履职方面，2025 年公司已召开 2 次独立董事专门会议，充分发挥了独立董事在上市公司治理中参与决策、监督制衡、专业咨询的作用。公司将定期评估独立董事的独立性，确保他们能够独立、公正地履行职责。

3) 强化内审内控机制

公司纳入评价范围的业务与事项已建立了内部控制，并得到有效执行，信息披露、财务报告真实可靠，主要经营业务合法合规，基本达到了公司内部控制的目標，未发现内部控制的重大缺陷和重要缺陷。

公司将持续围绕公司战略，改进并完善内部控制制度，规范内部控制制度执行，加强内部控制监督检查及整改力度，优化内部控制环境，提升内控管理水平，通过对各类风险事项的事前、事中、事后控制，强化内控管理、有效防范各类风险，增强内控知识培训与宣传力度，积极营造内控文化氛围，从而促进公司高效、健康、可持续发展。

4) 践行可持续发展理念

为在战略层面能够有效应对 ESG 和可持续风险机遇，公司构建了由董事会、董事会战略发展委员会及 ESG 工作小组组成的三级管理架构，各层级间形成了紧密协作、高效联动的治理机制，为 ESG 战略的稳健推进提供有力支撑，确保可持续发展目标的高效落实。ESG 工作小组持续推进年度重点任务，并通过年度 ESG 报告的专项审议向董事会汇报其执行成果，以此推动可持续发展战略的贯彻执行。

四、强化管理层与股东利益共担共享约束，强化“关键少数”责任

1) 完善科学的薪酬管理体系

公司坚持绩效导向的薪酬制度体系，致力于构建科学合理的人才战略体系，通过与咨询机构的紧密合作，公司开展全面的人才盘点，明确并优化了用人及薪酬激励策略，着力提升高能力、高潜力人才的密度和人岗匹配度，不断优化人才结构，完善人才池，从而不断强化渠道运营能力和人才储备，激发员工潜力，助推企业持续健康发展。

2) 建立多元化股权激励方案

公司通过多元化的股权激励方案，鼓励员工积极参与公司发展与成长。针对高管、核心技术及业务人员，公司授予股票期权和限制性股票，使员工能够分享公司业绩增长带来的价值增值。以公司净利润增长率作为激励对象的可行权与可解锁条件之一，在完善激励机制的同时，确保公司利润增长能够支撑合理且可持续的利润分配。未来，公司将结合战略规划与业务发展实际，适时研究相关激励方案，使为公司发展作出突出贡献的员工能够共享发展成果。

3) 提升“关键少数”履职能力

为强化董事、高级管理人员的专业素养和履职能力，截至本报告披露日，本年度公司董事、监事、高级管理人员参与中国证监会上海监管局、上海证券交易所（以下简称“上交所”）、中国上市公司协会（以下简称“中上协”）、上海上市公司协会组织的培训合计 15 次。

未来，公司将及时反馈传递证券市场监管部门组织的法定培训；充分借助证监会、上交所、中上协及其培训平台、资本市场学院等监管平台资源，组织“关键少数”及公司经营管理层进行线上、线下的培训，确保“关键少数”了解最新的法律法规，不断强化“提质增效重回报”的意识，不断提升管理经营水平。

五、提升投资者回报，与投资者共享公司价值成长红利

1) 持续稳定分红

为进一步完善和健全公司科学、持续的分红决策和监督机制，增加利润分配决策的透明度和可操作性，积极回报投资者，引导投资者树立长期投资和理性投资的理念，公司于 2024 年 4 月发布《未来三年（2024-2026 年）股东分红回报规划的公告》，计划每年向股东以现金形式分配的利润不低于当年实现净利润的 60%，具体分红比例依据公司现金流、财务状况、未来发展规划以及是否有重大资金支出安排等因素确定。

公司于 2025 年 6 月完成了 2024 年年度权益分派实施，公司以实施权益分派股权登记日登记的总股本 476,763,282 股扣除公司回购专用账户的 8,198,840 股后的 468,564,442 股为基数，向全体股东每股派发现金红利 0.50 元（含税），合计派发现金分红 234,282,221.00 元（含税），占 2024 年度合并报表中归属于上市公司股东的净利润 77.19%。

2) 积极回购股份

2025 年 7 月 30 日，公司披露了《关于股份回购实施结果暨股份变动的公告》（公告编号：2025-040）。公司以集中竞价交易方式累计回购股份 8,326,640 股，已回购股份占公司总股本的比例为 1.7563%，最高成交价格为人民币 13.50 元/股，最低成交价格为人民币 10.19 元/股，回购平均价格为 12.13 元/股，已支付的资金总额为人民币 100,969,520.00 元（不含交易手续费），本次回购股份符合相关法律法规的有关规定和公司回购方案的要求。根据回购股份方案，此次回购股份拟用于公司日后实施员工持股计划或股权激励。

六、提高信息披露有效性，加强投资者沟通

加强信息披露与投资者关系管理是公司提升治理水平、增强市场透明度、树立良好企业形象的重要举措。公司始终高度重视信息披露工作，严格按照《上海证券交易所股票上市规则》及公司《信息披露管理制度》等有关规定，认真履行信息披露义务，真实、准确、完整、及时、有效地披露公司定期报告、临时公告等重大信息，切实维护全体股东特别是中小股东的知情权。公司积极支持投资者参加股东会，通过网络投票等方式为各类投资者主体参与重大事项决策创造便利条件。

截至本报告披露日，2025 年公司披露临时公告 48 份，定期报告 4 份，举办业绩说明会 2 次，回复上证 e 互动留言 31 条。未来，公司将通过以下方式优化信息披露及投资者关系管理工作：

1) 完善自愿披露机制，建立多层次投资者沟通渠道

公司通过法定信息披露、自愿信息披露、公司官网、官方公众号等多层次、多平台建立投资者沟通渠道，便于投资者获取信息。公司将在符合《上海证券交易所股票上市规则》及相关规范运作要求的情况下，主动披露公司重大事项及其进展，加强信息披露的公平性和及时性，简明清晰、通俗易懂地向广大投资者传递公司价值。

2) 提高信息披露可读性，加强信息获取便捷性

公司将进一步优化信息披露的表现和传播形式，继续做好定期报告“一图读懂”、公众号传播等工作，通过灵活多样的方式向广大投资者展示公司经营情况和产品情况，突出关键信息点，减少投资者阅读负担。

在业绩说明会及投资者开放日活动中，持续优化 PPT 等辅助素材，增加图表、数据对比等可视化展示，让信息更直观易懂，以更加高效、便捷的方式与投资者沟通，实现公司与投资者的共赢。

3) 建立投资者意见征询和反馈通道

公司将持续构建与投资者的多层次沟通渠道，及时回复上证 e 互动平台上的投资者提问，并通过投资者热线电话、公开邮箱等方式加强投资者意见征询和反馈机制。

七、其他事宜

公司将继续聚焦经营主业，提升公司核心竞争力、盈利能力和营运能力。通过以良好的经营管理、规范的公司治理和积极的投资者回报，切实保护投资者利

益，切实履行上市公司责任和义务，回报投资者信任，维护公司良好市场形象，促进资本市场平稳健康发展。

本报告所涉及的公司规划、发展战略等系非既成事实的前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质承诺，敬请投资者注意相关风险。

特此公告。

地素时尚股份有限公司

董事会

2025 年 10 月 30 日