证券代码:603587　　证券简称:地素时尚　　公告编号:2026-011

地素时尚股份有限公司 2025年度“提质增效重回报”行动方案评估报告暨2026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，于2025年10月30日披露了《公司2025年度“提质增效重回报”行动方案》(以下简称“2025年度行动方案”)。为持续提升公司经营质效、核心竞争力、治理水平、股东回报与信息披露质量，公司对2025年度“提质增效重回报”行动方案执行成效开展全面评估，并结合服装行业发展趋势与自身经营实际，制定2026年度行动方案。

2026年4月17日，公司召开第五届董事会第五次会议，审议通过《关于2025年度“提质增效重回报”行动方案评估报告暨2026年度“提质增效重回报”行动方案的议案》(以下简称“2026年度行动方案”)，系统总结2025年度方案实施成效，并明确2026年度提质增效、价值创造与高质量发展重点工作。具体内容如下：

一、聚焦服装主业，稳健经营发展

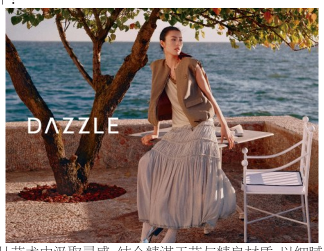
地素时尚股份有限公司成立于2002年，总部位于中国上海，是一家专注于中高端时尚服装的多品牌集团。公司旗下拥有高级成衣品牌DAZZLE、DIAMOND DAZZLE及时尚品牌d’zzit，以匠心工艺推动创新，探索复杂美感的深层次时装叙事。DAZZLE致力于创造美学碰撞下的多重体验，DIAMOND DAZZLE专研匠心工艺与艺术表达，d’zzit则彰显不拘于风格定义的即兴态度。不同品牌以不同方式的实践，丰富着中国时装审美多元化的尝试。公司凭借卓越的设计创新、敏捷的供应链管理、精准的品牌定位以及多元化的市场网络，在中国时尚行业树立了独特的品牌形象。

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：



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：

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：

(一)2025年度行动方案实施情况

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，公司实现营业收入21.36亿元，归属于上市公司股东的净利润2.60亿元，加权平均净资产收益率7.15%，较上年同期减少1.02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与工作。具体行动包括以下几个方面：

1、持续强化品牌内核，优化品牌定位

(1)DAZZLE：深耕品牌文化，拥抱多元的叙事表达

DAZZLE品牌于2025年初发布全新“时钟花”品牌标识，以“爱在你身边”的花语印证了品牌对于拥抱的定义。DAZZLE始终持续融合文化传承与社会责任，在延续2024熊猫公益胶囊系列中对野生大熊猫和传统非遗蜀绣的保护基础上，2025年再度携手一个地球自然基金会推出雪豹公益胶囊系列，从与牦牛绒生产基地的合作，到牦牛相关环保产品的选择，立足时装品类，通过对在地化工艺和原生态材料的运用，以不同角度将参与公益的初心化为时装生产的动力。2025年末，DAZZLE发布马年青绿系列，并宣布于适为DAZZLE品牌文化代言人，通过其导演的新年广告、创作及演唱的影片主题曲《一瞬间》，进一步诠释“Love Creates”的品牌信仰和“一种美拥抱另一种美”的品牌主张。

(2)d’zzit：梳理d’zzit品牌定位，引领情绪共鸣

d’zzit品牌于2025年通过深入的市场分析和消费者行为调研后，重新审视并梳理品牌定位，聚焦年轻消费群体的审美趋势和生活方式，官宣刘浩存为代言人以强化市场连接，并同步完成品牌视觉形象与门店全面升级。与此同时，d’zzit品牌通过系列IP联名深化情绪共鸣，2025年初与泡泡玛特旗下Nyota联名，诠释独特而自由的d’zzit女孩，在探索世界的过程中恣意生长，成为更好的自己；年中与经典复古风格的Little Lulu联名，带来了时髦、调皮、古灵精怪的全新系列；年末则携手中国艺术家IP奈美兔，融合标志性“蝴蝶”元素，以趣味化设计满足年轻群体个性化需求，持续强化品牌吸引力。

2、深耕高质量会员运营，攻坚新老并重增长新局

报告期内，公司围绕会员运营质量提升与规模结构优化两大核心方向，构建精细化、差异化全渠道会员运营体系，推动会员业务稳健发展。

(1)会员权益升级与双品牌差异化运营

公司于2025年4月完成全集团品牌会员权益体系的全面升级，进一步夯实会员价值主张，为差异化运营奠定制度基础。在此基础上，公司深化DAZZLE与d’zzit品牌差异化会员运营策略：DAZZLE品牌以明星赋能为核心引流手段，d’zzit品牌以专属礼赠实现精准触达，并据此制定覆盖新老会员的分层运营方案，着力提升人均消费效能，持续扩大高价值会员群体贡献占比。

(2)首届“地素会员节”落地实施

2025年下半年，公司创新打造并成功落地首届“地素会员节”，综合运用全渠道分阶段精细化运营、差异化积分权益设计、社交裂变拉新及线下门店专属礼遇等多元化举措，有效带动活动期间门店销售业绩显著提升。本次会员节成功构建并验证了“全域联动—精准触达—场景转化”会员营销闭环模型，形成可复制、可推广的标准化运营范式。

(3)全渠道数据贯通与运营体系夯实

公司持续推进全渠道会员数据打通与运营流程优化，协同效率稳步提升，会员客单价及消费频次保持上行态势，会员终身价值(LTV)运营成效逐步显现，为后续会员运营体系的迭代升级奠定坚实基础。

3、线上线下齐发力，全渠道打破圈层，实现整合传播

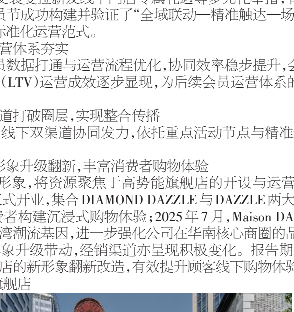
报告期内，公司坚持线上线下双渠道协同发力，依托重点活动节点与精准运营策略，有效实现业绩增长与用户规模扩容。

(1)线下渠道布局：店铺形象升级翻新，丰富消费者购物体验

公司持续深耕品牌终端形象，将资源聚焦于高势能旗舰店的开设与运营。2025年4月，Maison DAZZLE上海新天地旗舰店正式开业，集合DIAMOND DAZZLE与DAZZLE两大核心品牌，以独特设计理念与高端购物环境，为消费者构建沉浸式购物体验；2025年7月，Maison DAZZLE深圳万象城店优雅启幕，以品牌美学融合深圳湾潮流基因，进一步强化公司在华南核心商圈的品牌势能。

与此同时，受公司终端形象升级带动，经销渠道亦呈现积极变化。报告期内，经销客户重新启动店铺扩张，并同步推进既有门店的新形象翻新改造，有效提升顾客线下购物体验。

Maison DAZZLE新天地旗舰店



Maison DAZZLE深圳万象城旗舰店

(2)线上渠道深化：多平台布局，以大型活动为抓手激发直播渠道潜力

公司持续扩大线上渠道覆盖，在各主要电商平台增设直播店铺，重点加强天猫平台旗舰店运营能力建设。报告期内，公司围绕DAZZLE冬季青绿系列发布，以“拥抱青绿，逛江山”为主题策划线上超级会员日及超级时装发布等大型联动活动，于上海朱家角水乐堂举办VIP私享音乐会，并在天猫官方旗舰店直播间首次举办直播大秀，特邀著名作曲家及指挥家谭盾等重量级嘉宾参与，以“线下私享活动+主题走秀+天猫直播”的创新形式，有效传递品牌文化内涵，精准触达消费者与品牌粉丝。活动期间，DAZZLE品牌当日直播销售额首次跻身平台榜单TOP 8。

(3)平台大促节点：强化平台合作，品牌排名显著跃升

2025年，公司把握618与双11两大年度核心大促节点，与天猫深度合作，旗下各品牌积极参与小红书与阿里联合推出的“红猫计划”，持续在小红书平台开展种草预热，构建“内容引流—平台承接—转化成交”的完整链路。两大促销节点期间，公司旗下品牌店铺平台排名均实现显著跃升，品牌影响力与线上销售竞争力得到有效验证，充分体现了公司多平台协同运营策略的持续成效。

(二)2026年度行动方案

1、深耕品牌文化内核，升级双品牌形象定位

(1)DAZZLE：强化品牌文化，深耕核心品类

2026年，DAZZLE品牌将持续聚焦“青绿系列”等重点产品系列，延续自身“矛盾冲突美学”的设计理念和“Love Creates”的品牌信仰，坚持企业社会责任的担当与东方美学的文化传承。品牌将从核心品类出发，配合优质的代言人矩阵，强化品牌形象和视觉记忆，提升品牌影响力。同时，DAZZLE将通过不同类型的艺术联名持续延展美学价值，进一步深化品牌的高端形象，彰显出对品质与美学的极致追求。

(2)d’zzit：完善品牌定位，进一步升级品牌形象

2026年，d’zzit将正式发布全新“蝴蝶”品牌标识，并通过全新品牌视觉短片及一系列推广活动，推动品牌形象升级。通过重新梳理d’zzit品牌定位，精准把握年轻消费群体的审美需求与生活方式，提升品牌在年轻市场中的吸引力和竞争力。同时，公司将加大对d’zzit品牌线上线下融合的力度，优化全渠道购物体验，确保品牌形象的一致性和连贯性，通过精准的数据分析和用户反馈，不断迭代产品和服务，满足年轻消费者多元化、个性化的需求。

2、优化会员增长结构，推进全域一体化会员运营升级

2026年，公司将推动会员业务增长结构优化升级，由以老客价值深耕为主，向“新客扩量与老客深耕并重”的健康发展模式转型，以双品牌会员业绩持续实现两位数增长为核心目标，全力推进会员业务高质量、规模化、可持续发展，具体包括：

(1)公司将结合市场环境与消费趋势，灵活布局全年营销节奏。通过整合全域流量资源、探索多元化的跨界合作机会，稳步提升品牌在目标客群中的渗透率。同时，公司将持续优化获客成本与新客结构，为业务发展注入高质量的新生动力。

(2)公司将进一步完善会员权益与服务体系，通过精细化的运营管理，提升会员的品牌体验与忠诚度。依托多品牌战略，公司将打造更具差异化和针对性的服务体系，有效激发存量用户的复购活力与长效价值。

(3)公司计划稳步推进会员运营体系的数字化与一体化建设。通过打通多渠道资源与场景链路，探索创新的消费互动场景，持续提升系统的智能化运营能力，构建更加高效协同、全域贯通的会员增长生态。

3、深化全渠道运营，强化渠道协同与市场覆盖

2026年，公司将围绕直营、经销、电商三大渠道协同发力、高效联动，持续推进渠道结构优化与终端竞争力提升。

(1)线下直营：聚焦体验升级，夯实品牌势能

公司将根据市场环境与消费趋势，动态优化线下实体网络布局。重点推进品牌零售终端的形象迭代与体验升级，在核心商业区打造高质量的标杆门店，稳步提升品牌在核心市场的渗透力与影响力。

(2)经销网络：深化合作机制，稳步拓宽市场

基于互利共赢的原则，公司将持续优化合作伙伴赋能体系。通过提供更有竞争力的商业支持策略，携手合作伙伴稳步推进网络延伸与渠道下沉，共同提升整体业务规模与渠道健康度。

(3)线上电商：聚焦精细运营，提升综合效能

公司将持续强化线上渠道的数字化精细运营能力。通过灵活适配平台资源与营销节奏，不断优化资产周转效率与运营质量，巩固并稳步拓展品牌在数字化渠道的市场份额与竞争优势。

二、坚持创新设计，持续提升研发能力

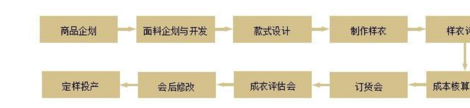
(一)2025年度行动方案实施情况

1、紧跟全球时尚趋势，推进新产品设计研发

2025年，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，公司研发投入8,618.35万元，占当期营业收入的比例为4.03%。

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：



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12月31日，公司设计研发中心共有131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《商标注册流程说明文件》《设计侵权风险咨询及版权登记流程说明文件》等流程制度，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。截至2025年12月31日，公司持有版权5,201个，本年度新增版权438个；持有国内有效注册商标1,152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。

(二)2026年度行动方案

1、研发投入与产品创新

2026年，公司将持续紧跟全球时尚趋势与消费市场变化，深度研判流行走向、市场需求、渠道结构及消费者偏好，以产品创新为核心，全面提升设计研发效率与原创竞争力。公司将在2025年研发投入基础上保持稳定且较高强度的研发投入，持续优化研发资源配置，聚焦面料创新、工艺升级、版型优化及数字化设计能力建设，进一步提升研发投入效能。

保持研发投入占营收比例稳定，加大趋势研究、面料开发、版型技术投入；重点推进环保面料、功能性面料、可持续工艺应用，打造绿色时尚产品；建立畅销款复盘与爆款孵化机制，提升产品动销率与毛利率。

2、研发团队建设

2026年，公司将延续严格的设计师选拔标准，聚焦兼具国际时尚视野与本土化审美能力的复合型人才，拓宽人才招聘渠道，补充设计研发新鲜血液，优化团队年龄与专业结构，力争将设计研发团队规模稳步提升，保持行业领先水平。同时，完善全方位自主培养机制，定制分层分类培训计划，涵盖国际时尚趋势解读、本土消费需求分析、新型面料与工艺应用等核心内容，定期组织行业交流、外出研学、内部技能比拼等活动，推动设计师队伍专业能力持续提升，实现“国际视野”与“本土适配”的深度融合。

2026年公司将进一步优化激励体系，细化持股激励规则，扩大核心骨干激励覆盖面；同时建立健全绩效考核与晋升通道，将设计成果、市场反馈、创新贡献与薪酬福利、职业发展直接挂钩，充分激发团队创新活力与工作积极性。此外，强化人文关怀与团队建设，完善员工福利保障，搭建设计师交流分享平台，增强团队凝聚力，确保核心设计团队稳定性，推动核心成员长期扎根公司，持续深化对品牌精神、理念与内涵的理解，实现个人成长与公司发展同频共振。

3、强化知识产权储备与布局

2026年，公司将在现有《商标注册流程说明文件》《设计侵权风险咨询及版权登记流程说明文件》等流程制度的基础上，结合行业发展趋势、设计研发创新需求及知识产权保护新形势，修订完善知识产权管理相关制度，细化版权、商标等知识产权的申请、注册、维护、运用、维权等全流程管理规范，明确各部门及相关岗位的职责分工，实现知识产权管理与设计研发、生产销售等环节的深度衔接，提升管理的精细化、规范化水平，确保知识产权管理有章可循、有据可依。

公司将持续聚焦设计研发核心领域，紧密结合新产品设计、工艺创新、面料研发等工作，加大知识产权储备力度，重点推进原创设计、新型工艺、特色面料等相关版权、商标的申请工作，力争2026年版权、注册商标数量稳步增长，进一步丰富知识产权储备库。同时，优化知识产权布局策略，结合国内市场深耕与国际市场拓展需求，扩大国际注册商标覆盖范围，重点布局核心目标市场，提升品牌在全球范围内的知识产权保护力度，为公司市场拓展提供支撑。

三、不断完善治理制度，强化规范运作水平

(一)2025年度行动方案实施情况

1、推动内部治理机制完善

公司严格遵照相关法律法规要求，持续优化治理结构。2025年完成《公司章程》、两会议事规则等制度修订，取消监事会并强化审计委员会监督职能，新增《公司舆情管理制度》，进一步健全治理体系。截至本公告披露日，公司已按新《公司法》要求完成相关制度梳理修订，切实维护了全体股东合法权益。

2、坚持“三会一层”规范运作

公司注重董事会多元化与独立性，持续优化成员结构。第五届董事会共9名董事，其中女性董事5人、独立董事3人，专业背景多元。董事会下设各专业委员会规范高效运作，2025年各专门会议依规召开，保障决策科学规范。独立董事依法充分履职，公司持续评估独立董事独立性，确保其独立、公正履职。

3、强化内审内控机制

公司内部控制体系健全并有效执行，未发现内部控制重大缺陷及重要缺陷，信息披露与财务报告真实可靠。公司持续完善内控制度与流程，强化监督检查与整改落实，构建事前、事中、事后全流程风险防控机制，加强内控培训与文化建设，提升合规运营水平。

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。

(二)2026年度行动方案

1、持续优化公司治理体系

2026年，公司将在2025年制度修订、梳理的基础上，紧盯新《公司法》及相关法律法规的更新迭代，持续优化完善公司治理相关制度。重点推进已梳理修订制度的落地执行，配合股东会完成相关制度的审议流程，确保制度合法合规、贴合公司运营实际。同时，结合公司业务发展、治理需求，补充完善相关配套管理制度，细化各环节操作规范，重点优化舆情管理、审计监督等专项制度，形成“全覆盖、可落地、可监督”的制度体系，推动公司运营全流程规范化、标准化。

针对2025年取消监事会、强化审计委员会监督职能的调整，2026年公司将进一步细化审计委员会职责分工，完善审计委员会工作机制，明确审计范围、工作流程及监督重点，加强审计委员会对公司财务、运营、内控等环节的监督力度，提升监督的专业性和有效性。同时，优化董事会、股东会运作机制，规范会议流程，保障股东尤其是中小股东的知情权、参与权、表决权和监督权，确保决策科学、透明、高效，推动治理结构持续优化，形成权责清晰、运转协调、监督有力的治理格局。

2、规范董事会及下设专业委员会运作

2026年，公司将继续秉持董事会多元化建设理念，在保持现有成员专业背景多元、性别结构合理的基础上，结合公司战略发展需求，进一步优化董事会成员结构，重点吸纳具备行业经验、财务、法律、战略管理等领域的专业人才，丰富董事会决策视角。同时，严格按照相关法律法规及《公司章程》要求，保障独立董事的独立性与专业性，定期开展独立董事独立性评估，优化独立董事选聘、履职、考核机制，确保独立董事能够独立、公正、审慎地行使职权，充分发挥其专业监督与决策咨询作用；持续保障女性董事的话语权与参与权，推动治理结构优势转化为公司治理效能。

公司将进一步完善董事会运作规则，细化董事会会议流程、决策程序，规范会议材料准备、审议、表决、记录等全环节管理，确保董事会会议高效、规范召开，保障董事充分行使知情权、参与权、表决权。同时，强化董事会下设各专业委员会的职能发挥，明确各专业委员会的职责边界与工作重点，完善专业委员会工作细则，推动各专业委员会围绕公司战略、财务监督、薪酬考核、合规管理等核心领域开展工作，加强专业委员会与董事会、管理层的协同联动，提升决策的专业性与科学性，确保各专门会议依规、有序、高效召开。

3、全面升级内控与风险管理

2026年，公司将在2025年内控体系建设的基础上，结合新《公司法》等法律法规更新、公司业务发展及治理需求，进一步修订完善内控制度体系，重点优化财务核算、信息披露、关联交易、风险防控等核心领域的内控流程，细化操作规范，填补管理空白，确保内控制度与流程贴合公司运营实际、具备可操作性。同时，推动内控制度与业务流程深度融合，明确各环节内控责任，实现业务全流程有章可循、有规可依，持续提升内控体系的系统性与完整性。

公司将持续强化内控执行力度，建立健全内控执行监督机制，明确监督责任，加强对各部门、各业务环节内控执行情况的常态化检查，重点排查内控流程执行不到位、制度流于形式等问题，及时发现并纠正执行偏差。完善监督检查闭环管理，对检查中发现的问题建立台账，明确整改责任人、整改措施及整改时限，跟踪整改落实情况，确保问题整改到位、形成长效机制。同时，强化审计委员会对内控监督的专业指导作用，提升监督检查的专业性与针对性，坚决杜绝内部控制重大缺陷及重要缺陷的发生。

4、深化ESG与可持续发展

2026年，公司将进一步健全ESG治理架构、强化层级履职、提升统筹效能，持续完善自上而下的ESG管理与监督机制。一是强化董事会对ESG战略的统筹引领与决策部署，提升战略发展委员会在ESG风险研判、目标制定、规划审议等方面的专业职能，确保ESG与公司整体战略深度融合。二是优化ESG工作小组运行机制，明确工作职责、年度计划与考核标准，强化跨部门协同与项目闭环管理，系统推进环境、社会责任、公司治理等重点工作落地。三是完善ESG信息梳理、数据统计、过程跟踪与成效复盘机制，按规定编制并披露ESG相关信息，通过定期汇报、专项审议、监督评估等方式，及时向董事会及战略发展委员会反馈执行进展与改善成效。四是建立ESG风险识别、评估与应对常态化机制，加强对供应链、运营、合规、气候变化等关键领域的风险管控，积极把握可持续发展带来的品牌、市场与管理机遇，推动ESG治理更加规范化、体系化、长效化，切实保障公司可持续发展目标高效落地。

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

(一)2025年度行动方案实施情况

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、中国上市公司协会、上海上市公司协会组织的培训合计16次。

(二)2026年度行动方案

1、优化薪酬与绩效管理体系

2026年，公司将持续推进科学人才战略落地，在2025年人才盘点基础上，联合专业咨询机构开展常态化、精细化人才盘点工作，重点聚焦渠道运营、核心业务、管理骨干等关键领域，精准识别高能力、高潜力人才，动态更新人才画像，明确人才缺口与培养方向。优化人才招聘与引进策略，拓宽招聘渠道，重点吸纳契合公司发展需求、具备专业能力与发展潜力的复合型人才，着力提升高能力、高潜力人才密度；同时，完善人岗匹配机制，通过岗位适配评估、轮岗锻炼、岗位调整等方式，实现人岗精准对接，持续优化人才结构，打造梯队合理、专业互补、活力充沛的人才队伍。与此同时，2026年公司将贯彻落实总部员工薪资调整制度和直营零售晋升政策，吸引、激励和保留优秀人才，支持公司战略目标的实现，同时引导员工不断提高工作绩效和能力素质，促进员工与公司的共同成长。

2、优化多元化股权激励体系

2026年，公司将在2025年股权激励方案基础上，结合公司战略规划、业务发展实际及行业激励趋势，进一步优化股权激励体系。持续聚焦高管、核心技术人员、核心业务人员等关键群体，精准匹配激励对象，优化股票期权、限制性股票的授予标准、数量及行权/解锁规则，确保激励资源向为公司发展作出突出贡献的员工倾斜。同时，进一步细化可行权与可解锁条件，除延续净利润增长率核心指标外，结合业务发展重点，补充增设核心业务指标、创新成果、团队绩效等辅助考核指标，实现激励与公司发展目标、个人履职成效深度绑定，提升激励的针对性与导向性。

3、强化“关键少数”履职能力

2026年，公司将在2025年培训基础上，结合监管政策更新、公司治理需求及董高履职痛点，进一步优化培训体系。聚焦监管政策解读、公司治理规范、合规风险防控、战略决策能力、财务专业知识、ESG管理等核心领域，明确年度培训重点，制定针对性培训计划，确保培训内容贴合履职需求、贴合监管要求、贴合公司发展实际。同时，结合董高岗位分工差异，开展分层分类培训，针对董事侧重决策能力、治理规范培训，针对高级管理人员侧重经营管理、风险防控培训，提升培训的针对性与实效性。

五、注重投资者回报，增加股东获得感

(一)2025年度行动方案实施情况

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。

(二)2026年度行动方案

1、严格落实分红规划，确保履行分红承诺

2026年，公司将严格遵照《未来三年(2024-2026年)股东分红回报规划的公告》要求，坚守现金分红核心承诺，确保当年以现金形式分配的利润不低于当年实现净利润的60%。结合公司2026年度经营业绩、现金流状况、财务健康水平、未来发展规划及重大资金支出安排等核心因素，科学测算分红比例、分红金额及分红时间，合理制定2026年度权益分派方案，确保分红方案既符合承诺要求，又兼顾公司可持续发展，实现股东回报与公司发展的良性平衡。

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。

公司将进一步健全科学、持续的分红决策机制，明确分红决策流程、审议权限及测算标准，细化现金分红的触发条件、比例区间、实施流程等相关规定，提升利润分配决策的透明度、规范化水平与可操作性。在制定分红方案过程中，充分考虑全体股东尤其是中小股东的意见与诉求，畅通股东沟通渠道，通过投资者说明会、线上交流、意见征集等方式，广泛听取股东对分红方案的建议，确保分红决策科学合理、贴合股东需求。

2、推进回购股份激励用途落地

2026年，公司将以回购股份为基础，结合人才战略与激励规划，有序推进员工持股计划的研究、制定与实施，确保回购股份充分发挥激励效能。结合公司发展战略、核心人才需求，科学推进员工持股计划方案，实现回购股份与人才激励的深度绑定，确保激励方案合规、公平、公正，充分激发核心员工的积极性与归属感，助力公司人才队伍稳定。

六、高度重视信息披露工作，多渠道开展投资者沟通

(一)2025年度行动方案实施情况

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。

2025年公司披露临时公告49份，定期报告4份，举办业绩说明会3次，回复上证e互动留言34条。

(二)2026年度行动方案

1、全面提升信息披露质量

2026年，公司将进一步严格落实信息披露相关规定，持续完善《信息披露管理制度》，结合监管政策更新及公司经营发展实际，细化信息披露流程、责任分工及审核标准，明确信息披露的范围、时限、格式要求，确保信息披露全流程规范化、标准化。加强信息披露审核机制建设，建立“源头把控、多级审核、全程追溯”的审核体系，对定期报告、临时公告等各类披露信息进行严格审核，重点核查信息的真实性、准确性、完整性、及时性和有效性，杜绝虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，切实提升信息披露质量。

2、构建多元化投资者沟通机制

公司将在严格遵守监管要求的基础上，进一步拓宽信息披露渠道，除按照规定在上海证券交易所指定平台披露信息外，充分利用公司官网、投资者关系平台、公众号等渠道，及时、全面披露公司经营状况、发展战略、重大事项进展等相关信息，方便投资者快速获取信息。加强信息披露的针对性与可读性，优化披露内容呈现形式，对复杂事项进行清晰解读，帮助投资者更好地理解公司情况，切实保障全体股东特别是中小股东的知情权、参与权。

七、其他事宜

2026年，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
2026年4月18日

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

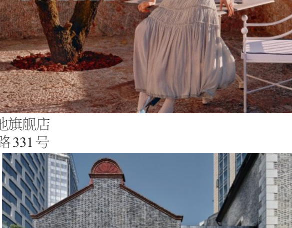
地素时尚股份有限公司成立于2002年，总部位于中国上海，是一家专注于中高端时尚服装的多品牌集团。公司旗下拥有高级成衣品牌DAZZLE、DIAMOND DAZZLE及时尚品牌d’zzit，以匠心工艺推动创新，探索复杂美感的深层次时装叙事。DAZZLE致力于创造美学碰撞下的多重体验，DIAMOND DAZZLE专研匠心工艺与艺术表达，d’zzit则彰显不拘于风格定义的即兴态度。不同品牌以不同方式的实践，丰富着中国时装审美多元化的尝试。公司凭借卓越的设计创新、敏捷的供应链管理、精准的品牌定位以及多元化的市场网络，在中国时尚行业树立了独特的品牌形象。

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

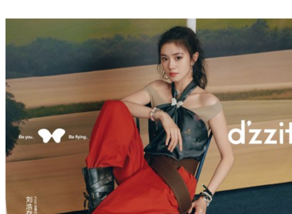
DIAMOND DAZZLE，从艺术中汲取灵感，结合精湛工艺与精良材质，以细腻的时装语言叙述东方审美，呈现高品质的当代时装技艺。

DIAMOND DAZZLE品牌风格如下：

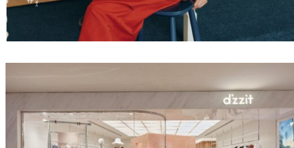
深圳万象天地“DIAMOND DAZZLE”店

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

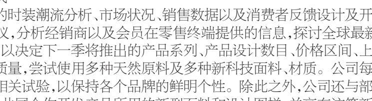


(二)公司经营模式

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，特许经销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。

除以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
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)								
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

马瑞敏
54.90%
地素时尚股份有限公司

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

马瑞敏
54.90%
地素时尚股份有限公司

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

证券代码:603587　　证券简称:地素时尚　　公告编号:2026-010

地素时尚股份有限公司 2025年度利润分配预案的公告

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。

重要内容提示：

● 每股分配比例：每股派发现金红利0.40元(含税)。

● 本次利润分配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，具体日期将在权益分派实施公告中明确。公司通过回购专用证券账户所持有的本公司股份不参与本次利润分配。

● 在实施权益分派的股权登记日前公司总股本(扣除公司回购专用证券账户中的股份数)发生变动的，维持每股分配比例不变，相应调整分配总额，并将另行公告具体调整情况。

● 公司不触及《上海证券交易所股票上市规则》第9.8.1条第一款第(八)项规定的可能被实施其他风险警示的情形。

一、利润分配预案内容

(一)利润分配预案的具体内容

经立信会计师事务所(特殊普通合伙)审计，公司2025年度实现归属于上市公司股东的净利润为人民币260,423,803.93元，截至2025年12月31日，母公司累计可供分配利润为1,490,764,104.75元。经董事会决议，公司2025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分配利润。本次利润分配预案如下：

公司拟向全体股东每10股派发现金股利4.00元(含税)。截至本公告披露日，公司总股本474,092,787股，扣除公司回购专用证券账户中的股份数(9,716,640股)后的股本464,376,147股为基数，以此计算合计拟派发现金红利185,750,458.80元(含税)；2025年度以现金为对价，采用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总计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%。2025年度公司未实施注销以现金为对价采用集中竞价交易方式回购的股份。

如在本公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，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。如后续总股本发生变化，将另行公告具体调整情况。

本次利润分配预案尚需提交股东会审议。

(二)是否可能触及其他风险警示情形

项目	2025年	2024年	2023年
现金分红总额(元)	185,750,458.80	234,282,221.00	380,797,025.60
回购注销总额(元)	0.00	0.00	14,247,501.31
归属于上市公司股东的净利润(元)	260,423,803.93	303,507,573.46	493,632,406.42
2025年度末母公司报表未分配利润(元)	1,490,764,104.75		
最近三个会计年度累计现金分红总额(元)	800,829,705.40		
最近三个会计年度累计现金分红总额是否低于5000万元	否		
最近三个会计年度累计回购注销总额(元)	14,247,501.31		
最近三个会计年度平均净利润(元)	352,521,261.27		
最近三个会计年度累计现金分红及回购注销总额(元)	815,077,206.71		
现金分红比例(%)	231.21%		
现金分红比例(E)是否低于30%	否		
是否触及《股票上市规则》第9.8.1条第一款第(八)项规定的可能被实施其他风险警示的情形	否		

公司2023-2025年度累计现金分红及回购注销金额为815,077,206.71元，高于最近三个会计年度年均净利润的30%，因此公司不触及《股票上市规则》第9.8.1条第一款第(八)项规定的可能被实施其他风险警示的情形。

二、公司履行的决策程序

公司于2026年4月17日召开第五届董事会第五次会议，以9票同意、0票弃权、0票反对，审议通过了《关于公司2025年度利润分配预案的议案》，并同意将本议案提交公司股东会审议。本方案符合公司章程规定的利润分配政策和公司已披露的股东回报规划。

三、相关风险提示

本次利润分配预案结合了公司盈利能力、未来资金需求等因素，不会对公司经营性现金流量产生重要影响，不会影响公司的正常经营及长期发展。本次利润分配预案尚需提交公司股东会审议批准后方可实施，敬请广大投资者理性判断，并注意投资风险。

特此公告。

地素时尚股份有限公司
董事会
2026年4月18日

证券代码:603587　　证券简称:地素时尚　　公告编号:2026-016

地素时尚股份有限公司 关于召开2025年度暨2026年第一季度业绩说明会的公告

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。

重要内容提示：

● 会议召开时间：2026年5月7日(星期四)下午13:00-14:00

● 会议召开地点：上海证券交易所上证路演中心(网址：http://roadshow.sseinfo.com/)

● 会议召开方式：上证路演中心网络互动

● 投资者可于2026年4月27日(星期一)至5月6日(星期三)16:00前登录上证路演中心网站首页点击“提问预征集”栏目或通过公司邮箱info@dazzle-fashion.com进行提问。公司将在说明会上对投资者普遍关注的问题进行回答。

地素时尚股份有限公司(以下简称“公司”)已于2026年4月18日发布2025年年度报告，并将于2026年4月29日发布公司2026年第一季度报告，为便于广大投资者更全面深入地了解公司2025年年度及2026年第一季度经营成果、财务状况，公司计划于2026年5月7日(星期四)下午13:00-14:00举行2025年度暨2026年第一季度业绩说明会，就投资者关心的问题进行交流。

一、说明会类型

本次业绩说明会以网络互动形式召开，公司将针对2025年年度及2026年第一季度经营成果及财务指标的具体情况与投资者进行互动交流和沟通，在信息披露允许的范围内就投资者普遍关注的问题进行回答。

二、说明会召开的时间、地点

(一)会议召开时间：2026年5月7日(星期四)下午13:00-14:00

(二)会议召开地点：上海证券交易所上证路演中心(网址：http://roadshow.sseinfo.com/)

(三)会议召开方式：上证路演中心网络互动

三、参加人员

董事长、总经理：马瑞敏女士

董事会秘书、职工代表董事：沈志春先生

财务总监：张俊先生

独立董事：李平女士

(若发生特殊情况，公司将根据实际情况调整出席人员)

四、投资者参加方式

(一)投资者可在2026年5月7日(星期四)下午13:00-14:00，通过互联网登录上证路演中心(http://roadshow.sseinfo.com/)，在线参与本次业绩说明会，公司将及时回答投资者的提问。

(二)投资者可于2026年4月27日(星期一)至5月6日(星期三)16:00前登录上证路演中心网站首页，点击“提问预征集”栏目(https://roadshow.sseinfo.com/preCallQa)，根据活动时间，选中本次活动或通过公司邮箱info@dazzle-fashion.com向公司提问，公司将在说明会上对投资者普遍关注的问题进行回答。

五、联系人及咨询办法

联系人：张黎俐

电话：021-31085111　　021-31085300

邮箱：info@dazzle-fashion.com

六、其他事项

本次业绩说明会召开后，投资者可以通过上证路演中心(http://roadshow.sseinfo.com/)查看本次业绩说明会的召开情况及主要内容。

特此公告。

地素时尚股份有限公司
董事会
2026年4月18日