

## 一、重要提示

本年度报告摘要摘自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

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间利润分配预案或公积金转增股本预案  
适用 不适用  
是否以公允价值转增股本  
是 否  
否 是

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以1,469,333,729股为基数，向全体股东每10股派发现金红利1.7元（含税），送红股0股（含税），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	报喜鸟	股票代码	002154
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人及联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	陈敏	魏飞	
办公地址	浙江省温州市鹿城区南汇街道2299号	浙江省温州市鹿城区南汇街道2299号	
电话	0577-67231669	0577-67231669	
传真	0577-67239911	0577-67239911	
电子邮箱	88@bxbird.com	88@bxbird.com	

## 2. 报告期主要业务或产品简介

## （一）公司所处行业情况

2025年为“十四五”规划收官之年，外部环境复杂多变，挑战交织，国内经济承压但稳步前行、向前向好。国内推进消费提振专项行动，新型消费模式迭代激发市场活力，服装内销市场实现温和增长，但行业市场内卷加剧，经营成本租金等因素影响，运营承压，发展压力较大。据国家统计局数据，2025年全年社会消费品零售总额40.1万亿元，同比增长3.7%；限额以上单位消费品零售额1.10万亿元，同比增长2.8%；全国网上零售额16.97万亿元，同比增长8.6%，其中穿类商品网上零售额同比增长1.9%，反映出居民服装消费仍较为谨慎。

随着居民生活品质与审美水平不断提升，消费理念更加多元，中高端服装消费需求加速向品质化、场景适向方向转型。消费者愈发注重产品的面料、工艺、功能及环保健康属性，会根据日常通勤、商务场合、户外休闲、居家生活、运动健身等不同场景，选择风格与功能适配的服装产品，且愿意为结合自身场景、兼具实用价值与情感共鸣的产品支付溢价。对生活方式、文化层面的价值追求日益增强。同时，行业竞争加剧，消费者需求转变等现状，市场端已深入设计、生产、营销、渠道等全环节的价值竞争，对企业的综合能力提出更高要求。头部企业凭借品牌、供应链、数字化及渠道优势，持续整合上下游资源，市场占有率不断提升，呈现“强者越强”的发展格局；中小品牌则面临库存积压、负债压力大、现金流紧张及渠道布局乏力等问题。关闭、出清节奏加快，有效促进行业集中度提升。同时，国际品牌持续向二三线城市下沉，本土品牌既面临消费升级带来的发展机遇，也遭遇消费升级、渠道变革、全球化竞争加剧等多重挑战。企业唯有围绕消费需求升级，强化产品功能创新与场景化设计，同时深耕品牌定位，塑造独特品牌内涵，才能有效提升用户黏性与品牌溢价能力；通过优化渠道布局，实现线上线下深度融合，通过渠道协同降低运营成本；通过依托数字化、科技创新优化供应链管理，实现研、产、供、销全流程协同，通过数据赋能应用，精准定位消费趋势与市场需求，提升运营决策的科学性与高效性，全方位提升运营效率，实现稳健可持续发展。

## （二）公司主要业务

公司控股建立了三大生产基地，产品品类涵盖西服、西装、衬衫、夹克、羊毛衫、POLO衫、羽绒服、速干衣、户外休闲、皮鞋皮具等全品类服饰。公司坚持服装为主业，实施多品牌、全渠道、国际化发展战略，目前自有或代代的品牌包含葆华（SAINT ANGELO）、HAZZYS（哈吉斯）、宝岛(BONO)、WOOLRICH（沃里奇）、所罗、CAMICISSIMA（恺米切）、LAFUMA（乐飞）、TOMBOLINI（汤姆博利尼）、亨利格兰(HENRY GRANT)、衣领特（ELITE）、斯威尔尔（ASHWELL），可满足中高端人群多元化的着装需求。

## （三）公司经营模式

## 1. 研发设计模式

公司各品牌拥有独立的研发设计部门，采用自主研发、授权研发模式。以商品企划为主导，采用场景化开发模式，积极探索应用大数据手段捕捉流行趋势和消费者需求，提高商品设计的精准度；公司材料研发团队负责面料辅料及趋势研究，制定品牌核心面料研发项目的规划及落地，致力于新材料的创新和研发，完善品牌核心产品的功能技术，提升产品科技含量，高性价比和科技产品，不断提升消费品对市场的需求。定期研发中心专责公司定制产品的企划、研发设计、技术研究和等。通过系统化的资源整合与跨品牌面料资源共享机制，为各品牌打造兼具精准市场定位与鲜明差异化特色的产品体系，持续强化品牌核心竞争力。

## 2. 采购模式

公司采购的主要产品包括面料辅料、半成品、成衣、配饰和其他物料，依托SCM供应链管理系统，实现从需求预测、供应商评估、采购执行到生产计划协同的全链路管理。供应链管理部整合国内外优秀供应商，组建供应商评估小组，对供应商从多个方面进行初始评估，综合权衡，优中选优。公司采购部、企划部根据订货会订单情况制定采购和生产计划，采购部向列入战略供应商目录或合格供应商目录的面辅料生产商和外贸供应商进行询价、比价、下单，按交货阶段组织采购和生产。公司通过采购、生产和销售之间的合理衔接，科学安排采购和生产计划。公司严格执行《采购管理制度》、《供应商考核与评估》、《外协品管理规程》等相关制度，确保流程合规，并持续探索与应用优秀供应商的新合作模式。

## 3. 生产模式

公司目前采用自制、外协生产相结合的生产模式。在浙江温州永嘉、上海松江、安徽合肥建立了三大生产基地，主导产品西服、衬衫以自制生产为主；其他品类主要采用外协加工方式生产，包括T恤、夹克、羊毛衫等。公司根据不同生产模式的特点，结合产品的品质、生产工艺、交货时间、订货数量等因素，采用相应的生产模式组织生产。公司建立了报喜鸟大型个性化智能制造体系，按照消费者的个性化订单，通过智能化数据分析整合，生成订单信息指令，驱动智能工厂进行大规模的个性化制造，实现服装制造的最高生产目标——“个性化定制不降低品质、单件流不降低效率”，保障了公司全品类私人定制业务的顺利实施。

## 4. 销售模式

公司运营品牌分为零售品牌和团购品牌，零售品牌如报喜鸟（SAINT ANGELO）、HAZZYS（哈吉斯）、CAMICISSIMA（恺米切）、LAFUMA（乐飞）、所罗线上线下相互融合的全渠道营销；线下销售主力加强和直营相结合的营销模式，加盟模式为公司主要销售方式，由加盟商通过转授权以零售方式运营报喜鸟公司品牌，公司原则上不直接介入零售业务，但对加盟商经营报喜鸟品牌以技术支持、经营情况给予一定的信用担保，并收取一定的资金占用费（风险金）；直营方面（包括直营）：公司主要通过百货商场、购物中心开设品牌专卖店、商场专柜/专区等进行产品销售，并由公司进行统一的运营和管理。线上销售主要通过线下三方平台如天猫、京东、唯品会等主流电商平台进行合作，并设官方品牌网店销售产品；通过抖音直播等平台进行直播销售和产品销售；同时，积极引入线下业务赋能线下终端，打造数字化门店、创新业务模式。团购品牌和团购业务如知嘛女装品牌(BONO)、校服品牌衣领特(ELITE)，通过招投标、市场开拓等形式获取客户订单，根据客户订单需求进行自主生产或委外加工。

## （四）公司所处的行业地位

作为国内少数几家成功实施多品牌发展战略的品牌服装企业之一，公司坚持服装为主业，建立了良好的多品牌矩阵，形成了优质的多品牌资产，成熟品牌报喜鸟（SAINT ANGELO）、HAZZYS（哈吉斯）、宝岛(BONO)持续稳健发展，成长品牌LAFUMA（乐飞）、CAMICISSIMA（恺米切）等坚持快速迭代，品牌影响力持续提升。此外，公司在服装行业并购重组、品牌孵化等方面积累了丰富经验，经营情况给予一定的信用担保，并收取一定的资金占用费（风险金）；直营方面（包括直营）：公司主要通过百货商场、购物中心开设品牌专卖店、商场专柜/专区等进行产品销售，并由公司进行统一的运营和管理。线上销售主要通过线下三方平台如天猫、京东、唯品会等主流电商平台进行合作，并设官方品牌网店销售产品；通过抖音直播等平台进行直播销售和产品销售；同时，积极引入线下业务赋能线下终端，打造数字化门店、创新业务模式。团购品牌和团购业务如知嘛女装品牌(BONO)、校服品牌衣领特(ELITE)，通过招投标、市场开拓等形式获取客户订单，根据客户订单需求进行自主生产或委外加工。

作为国内少数几家成功实施多品牌发展战略的品牌服装企业之一，公司坚持服装为主业，建立了良好的多品牌矩阵，形成了优质的多品牌资产，成熟品牌报喜鸟（SAINT ANGELO）、HAZZYS（哈吉斯）、宝岛(BONO)持续稳健发展，成长品牌LAFUMA（乐飞）、CAMICISSIMA（恺米切）等坚持快速迭代，品牌影响力持续提升。此外，公司在服装行业并购重组、品牌孵化等方面积累了丰富经验，经营情况给予一定的信用担保，并收取一定的资金占用费（风险金）；直营方面（包括直营）：公司主要通过百货商场、购物中心开设品牌专卖店、商场专柜/专区等进行产品销售，并由公司进行统一的运营和管理。线上销售主要通过线下三方平台如天猫、京东、唯品会等主流电商平台进行合作，并设官方品牌网店销售产品；通过抖音直播等平台进行直播销售和产品销售；同时，积极引入线下业务赋能线下终端，打造数字化门店、创新业务模式。团购品牌和团购业务如知嘛女装品牌(BONO)、校服品牌衣领特(ELITE)，通过招投标、市场开拓等形式获取客户订单，根据客户订单需求进行自主生产或委外加工。

其中，报喜鸟（SAINT ANGELO）坚持西服第一品牌战略，曾荣获“中国驰名商标”、“中国名牌产品”、“全国纺织服装行业质量领先品牌”等诸多荣誉，是国内中高端男装领军企业，曾荣获了《中华人民共和国纺织行业标准毛衫西服》、《团体标准半毛衫西服》等众多服装行业标准制定工作，系中国服装协会标准《服装定制生产技术规范——西服卷一、大衣》的第一起草单位，拥有28项西服领域实用新型专利，研发的“单层双面穿上衣”、“轻正装系列运动西服”等3项产品被登记为浙江省科学技术成果；创新推出的运动西服深受好评，其中多场合功能型运动西服项目获得第九届中国十大纺织科技—新锐科技奖，全羊毛零克重磅西服系列，可运动西服分别荣获中国纺织工业联合会颁发的2024年度“2025年度十大类纺织创新产品”称号。在智能制造方面，报喜鸟品牌率先进行数字化转型，是第一入选“国家智能制造示范工厂”名单，此外，报喜鸟还参与了“中国纺织服装数字化与智能化升级，升级完善温州总部智能化生产项目，提升全场景柔性生产能力，智能制造能力。

哈吉斯（HAZZYS）作为中高端男装休闲品牌，持续提升产品年轻化、多品类、多系列发展，产品包含男装、女装、鞋包等类别，产品设计融合了精心裁剪和国际流行色彩，主打英伦绅士为基调的都市风格，适用于通勤、休闲、运动场景，同时对亚洲人身体特点优化版制。HAZZYS曾获亚洲消费者大奖等荣誉，还受邀参加上海时装周担当开幕首秀品牌，以主题“Crush In London”登上26S时装周时装周。此外，哈吉斯（HAZZYS）在国内一二线城市与大型商业体保持深度合作，凭借首屈一指的品牌性价比和优质的产品体验，赢得了消费者的广泛认可，具有较高品牌知名度和忠诚度。

宝岛（BONO）作为国内职业装领域的知名品牌，连续多年蝉联“中国职业装十大品牌”、“中国职业装十大品牌”等荣誉，曾获“2024—2025年行业标杆品牌”、“全国职业装品牌领军品牌”等荣誉；其运营主体上海宝岛为国内高新技术企业、上海市专精特新中小企业、上海市企业技术中心，曾荣获上海市科学技术奖一等奖、中国西服（含衬衫）十强企业、中国职业装十强企业等荣誉；旗下“上海工厂”成功入选工业和信息化部智能制造管理试点工厂名单。此外，报喜鸟还参与了《中华人民共和国纺织行业标准非结合衬服服装》、《中华人民共和国纺织行业标准衬衫》的起草工作。

LAFUMA（乐飞）源自法国，专注于户外运动服饰的研发和销售，拥有百年的户外品牌历史积淀，品牌知名度较高，被《户外探险VOYAGE》杂志评为2025年度可持续户外品牌。其独特的“轻户外、悦旅行”及“野Lafuma去旅行、拍照片”的品牌理念，契合了当下人们亲近自然、热衷户外与拍照分享的生活习惯。品牌拥有GORE-TEX、POLARTEC等顶级面料加持及自主研发的LTX™面料技术，确保了户外产品的专业性舒适度，近年来实现快速发展。

CAMICISSIMA（恺米切）作为源自意大利的专业衬衫品牌，已有90多年悠久历史，享有意大利“衬衫之王”美誉，渠道遍布全球多个国家和地区，CAMICISSIMA（恺米切）致力于满足每位男士对衬衫的全方位需求，深耕专业品质衬衫细分市场，更是免烫技术的开创者之一，核心产品为100%全棉免烫衬衫，深受消费者喜爱。

WOOLRICH（沃里奇）是英国历史最为悠久的高端户外品牌之一，历经近200年的沉淀与发展，产品线已拓展至美式休闲户外、户外、童装、家纺等多个系列，成为标志性的高端生活方式品牌。品牌建立了线上线下销售渠道，产品销售于全球二十多个国家和地区。在漫长的品牌发展历程中，WOOLRICH（沃里奇）打造出了一系列户外衬衫、北派派克大衣、极地的寒风、水牛角羊毛毡等经典产品，其中红黑水牛角图案更是成为其时尚界的标志性设计元素。

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》中纺织服装类相关的披露要求

## 3. 主要会计数据和财务指标

## （一）近三年主要会计数据和财务指标

## 公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	2025年度	2024年度	2023年度	2022年度	单位：元
总资产	7,346,270,882.70	6,675,912,082.70	7,026.7	7,026,132,023.81	
归属于上市公司股东的净资产	4,439,170,883.52	4,309,801,626.63	6.19%	4,341,243,688.33	
营业收入	20,026	20,046	本年比上年增减	20,023	
营业成本	9,369,389,913.00	9,163,231,587.72	0.31%	9,263,626,184.72	
归属于上市公司股东的净利润	341,747,762.73	484,400,488.01	-30.08%	467,882,079.89	
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	279,879,714.52	428,241,464.48	-33.76%	604,800,363.56	
经营活动产生的现金流量净额	698,484,979.62	702,229,668.67	-0.36%	1,153,641,263.52	
基本每股收益（元/股）	0.23	0.34	-32.35%	0.46	
稀释每股收益（元/股）	0.23	0.34	-32.35%	0.46	
研发投入占营业收入的比例	7.06%	11.38%	-37.87%	16.06%	

## （二）分季度主要会计数据

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	单位：元
营业收入	1,303,263,966.47	1,087,417,962.28	1,088,752,496.08	1,609,866,617.17	
归属于上市公司股东的净利润	179,397,306.29	26,168,324.13	16,723,028.90	106,725,203.41	
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	163,500,144.60	-1,344,379.43	17,997,203.41	95,756,749.04	
经营活动产生的现金流量净额	79,263,661.43	-3,286,140.00	1,263,893.13	946,971,303.13	

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异  
是 否

## 4. 股本及股东情况

## （一）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前十名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数 69,989

报告期末表决权恢复的优先股股东总数 0

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况

前十名普通股股东持股情况