

证券代码：301110

证券简称：青木股份

青木数字技术股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-001

| | |
|---------------|--|
| 投资者关系活动类别 | <input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 登陆全景网“投资者关系互动平台”进行观看、提问互动的投资者 |
| 时间 | 2022年5月13日（周五）下午3:30至5:30 |
| 地点 | 全景网“投资者关系互动平台”（ http://rs.p5w.net ） |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长吕斌先生 董事兼总经理卢彬先生 独立董事辛宇先生 董事会秘书兼财务总监李克亚先生 保荐代表人林悦先生 保荐代表人王贤先生 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>1、请问公司财务报表2021年净资产收益率是40多，今年一季度变成1点多了，问为什么下降如此大？是不是公司发展前景不乐观！</p> <p>答：尊敬的投资者，您好！2022年一季度加权平均净资产收益率为3.67%，2021年加权平均净资产收益率为41.77%，净资产收益率的下降主要是由于以下原因：</p> <p>（1）两者计算公式中分子口径不同，前者仅为单季度利润，后者为年度利润；</p> <p>（2）电商行业具有明显的季节性特点，每年的一季度是相对淡季，导致一季度净资产收益率相对较低；</p> <p>（3）由于受疫情影响，物流发货受阻，特别是华东区域，如上海、杭州等区域陆续发生疫情管控措施，部分</p> |

公司代运营客户的仓库和公司自有仓库分布在华东区域，物流发货均收到较大影响，导致 2022 年一季度收入和利润下滑，进而导致净资产收益率较上年同期下降；

(4) 2021 年一季度期间主要合作品牌 Solid Gold 和 H&M 均产生较高收入，2021 年 3 季度公司结束了与 Solid Gold 品牌的总代理合作，2021 年 2 季度开始停止了 H&M 的电商运营服务，也是导致 2022 年一季度收入和利润下滑进而导致净资产收益率较上年同期下降的原因。

感谢您的关注！

2、公司要达到做大做强的目的，21 年度是否考虑转增股份！

答：尊敬的投资者您好，基于公司发展战略、发展阶段情况，综合考虑公司目前经营状况以及未来发展需要，根据证监会鼓励企业现金分红，本着回报股东、与股东分享公司经营成果的原则，公司拟定了 2021 年年度分配方案：以公司股本总数 66,666,667 股为基数，每 10 股派送现金股利 6 元（含税），不送红股，不以资本公积转增股本。以上分配方案已经公司第二届董事会第十三次会议审议通过和第二届监事会第九次会议审议通过，尚待提交股东大会审议。感谢您的关注。

3、请问公司是否建立了一系列创新机制？

答：尊敬的投资者，您好！公司制定了鼓励员工研发创新的机制，通过调动研发人员的工作积极性，激发科研潜能，保护发明创造权益，提高公司市场竞争力和经济效益。《科技成果转化奖励制度》对于参与产品开发的各项目小组，依据承担的科研任务比重和科研成果，按股份制形式进行成果收益的分配；《企业内部创业管理标准》为符合标准的员工提供内部创业的机会和资源，并制定利润共享机制，为员工创造福利；《知识产权管理及奖励制度》规定了知识产权的权利归属、管理模式和保护措施，对知识产权的发明创造人和管理人员给予奖励，鼓励员工发明创造。感谢您的关注！

4、请问目前公司技术研发主要集中在哪些方面？

答：尊敬的投资者您好！公司以成为数据和技术驱动的零售服务专家为愿景，深耕电子商务服务行业，通过研发建设和持续完善专业的电商自动化运营系统，确保品牌商各项线上业务的精细化管理和顺利推进，致力于通过技术提高服务能力。公司自成立以来一直注重研发投入，技术研发主要集中在提升运营效率的运营工具开发和客户关系管理的系统开发两个方面，自主研发了多个电商技术解决方案，在多年的经验积累中沉淀了一大批核心技术。未来公司将继续加大对技术的投入，不断提升利用数据和技术服务品牌商的能力。感谢您的关注！

5、请问疫情下，对于公司电商业务影响大吗？

答：尊敬的投资者，您好！当前疫情形势对整个电商零售行业和电商服务行业都产生了较大的不利影响，主要体现在两个方面：一方面，疫情形势导致对部分区域进行了封控管理，特别是部分品牌仓储基地受到封控管理，会导致仓储物流发货受到严重影响，进而影响电商行业销售业绩；另一方面，疫情如若长期持续，势必影响人民的生产生活和收入，进而可能会影响到消费信心，也会间接传导至整个行业。感谢您的关注。

6、请问公司有哪些布局，去抓住国家最新发布的统一大市场这一机遇？

答：尊敬的投资者，您好！公司关注到了《关于加快建设全国统一大市场的意见》的发布，目前公司具备为品牌商提供一站式电商运营综合解决方案，包括商品规划、营销推广、技术解决方案、客户服务、仓储物流服务等综合服务能力和技术人才储备，在电商零售综合服务方面具备参与统一大市场的服务能力。公司将积极探索其中的商业机会，并在国家政策的指引下积极开展业务，不断提升自身的经营管理能力，为公司未来创造更多价值。感谢您的关注！

7、公司有木有进军新能源汽车领域，代理新能源汽车的计划？

答：尊敬的投资者，您好！公司暂无与新能源汽车企业合作的业务，相关动态及数据敬请关注公司披露的公告。谢谢！

8、请介绍公司未来发展目标及战略

答：尊敬的投资者，您好！公司未来发展目标及战略规划如下：

（1）技术能力

公司围绕成为“数据和技术驱动的零售服务专家”的愿景，在未来将继续加大对技术的投入，不断提升利用数据和技术服务品牌商的能力。一方面利用数字渠道积累的海量投放数据、消费者行为数据、商品数据进行分析建模，对消费者深度洞察，构建多层次的全渠道营销体系，实现更精准的投放和营销，帮助品牌商提升市场份额；另一方面利用对消费者的深度洞察，分析消费者需求变化，反向去指导和帮助品牌商优化产品设计，合理进行产品规划，提升品牌产品的知名度。

（2）业务发展

公司将围绕电商代运营服务、品牌孵化、全域消费者运营技术产品三个方面进行规划布局。

1) 电商代运营服务方面，继续加强和巩固在大服饰领域的优势地位，在大服饰领域拓展更多头部品牌和布局有增长潜力的细分类目。同时不断拓展电商代运营服务

品类,追求在大服饰领域的纵深增长和跨品类的横向增长,从而实现电商代运营服务的可持续增长。

2) 品牌孵化方面,以品牌总代理身份引入更多优质国外品牌,帮助其开拓中国市场,进而探索合资经营、合资生产的战略目标,提升公司与品牌商的粘度和可持续增长。

3) 全域消费者运营技术产品方面,充分利用公司在全域消费者运营服务的经验积累和技术产品开发能力,不断提升业务在线化、业务智能化水平,根据品牌零售具体的业务场景和商业痛点进行建模和应用,通过服务大客户不断完善和迭代产品,朝着打造标准化、智能化的SaaS产品方向推进,以服务更广泛的零售品牌和商家,实现公司可持续的长远发展。

感谢您对公司的关注!

9、请问公司合作的母婴品牌有哪些?

答:尊敬的投资者,您好!公司目前合作的母婴品牌有ChuChuBaby 啾啾、宇津等,具体母婴品牌详见公司招股说明书。感谢您的关注!

10、请问公司今年一季报业绩减少的原因是什么?公司在提升业绩方面,有哪些部署安排?

答:尊敬的投资者,您好!2022年第一季度公司营业收入同比下降主要受新冠疫情因素影响,一季度华东区域先后实施了阶段性封控措施,而公司部分代运营客户和公司自有仓储基地主要在华东,物流快递发货受阻和延迟,导致3月份销售确认收款延迟和退款率提升引起收入下降。另外,由于2021年一季度期间主要合作品牌SolidGold和H&M均产生较高收入,2021年3季度公司结束了与SolidGold品牌的总代理合作,2021年2季度开始停止了H&M的电商运营服务,也是导致2022年一季度相比2021年一季度收入下降的主要因素。基于SolidGold品牌成功的销售经验,公司2021年又成功引入了美国宠物食品品牌TikiPets、北美新兴宠粮品牌Nulo、美国高端宠物食品品牌VitalEssentials和加拿大高端宠物食品品牌OpenFarm四个宠物食品品牌,成为上述四个品牌的中国独家总代理公司。此外,2022年一季度代运营业务新签了BoyLondon、Trendiano、Naturalizer、ChristopheRobin、Lacoste等9个品牌。

2022年,公司将积极布局主营业务,实施好公司的募投项目,加强公司在电商销售服务领域的综合服务能力,尤其是提升和巩固公司电商代运营业务在大服饰行业的影响力和竞争优势,积极拓展头部品牌和增速较快的品类;积极拓展品牌孵化业务的合作品牌和销售网络,加大公司在技术能力方面的投入,构建公司围绕电

商零售的技术矩阵和能力，不断摸索、拓展更多业绩提升的可能性。感谢您的关注！

11、请问子公司青木香港控股的经营状况如何？

答：尊敬的投资者，您好！公司全资子公司青木香港控股有限公司营业范围包括进出口贸易，主营业务包括跨境电商零售业务，主要是通过天猫国际、京东国际电商平台向国内消费者销售商品。2021 年该子公司实现营业收入 1.31 亿元，并实现净利润 15,486,146.34 元，经营情况良好。未来公司将继续积极布局跨境电商零售业务，拓展新的增长空间。感谢您的关注！

12、请问请问公司海外电商业务范围主要是哪些国家和地区？

答：尊敬的投资者，您好！公司主营业务是为全球知名品牌提供一站式综合电商服务，主要是帮助品牌在天猫（含天猫国际）、京东（含京东国际）、唯品会、抖音等国内电商平台进行开展业务，面向的主要是国内消费者，不涉及在海外其他国家和地区开展业务。感谢您的关注！

13、请问公司主打的几款产品，目前市场占有率约多少？

答：尊敬的投资者，您好！公司主营业务是为全球知名品牌提供一站式综合电商服务。公司以成为“数据和技术驱动的零售服务专家”为愿景，通过洞察零售市场变化，利用数据和技术赋能，为品牌商提供单项或综合电子商务服务，助力品牌提升中国市场的知名度和美誉度，扩大市场份额。公司主营业务涵盖电商销售服务、品牌数字营销、技术解决方案及消费者运营服务三大板块。公司拥有众多国内外优质客户，包括 Skechers、ECCO、Bershka、Zara Home、Emporio Armani、APM、Samsonite、FION、ACNE Studios 等知名品牌，公司合作品牌涵盖服装、箱包、鞋履、配饰、母婴、美妆、宠物食品等类别，在大服饰领域优势明显。感谢您对公司的关注。

14、请介绍一下公司的行业地位？

答：尊敬的投资者，您好！公司作为行业领先的电子商务服务商，为国内外知名品牌提供一站式综合电商服务。经过多年的行业沉淀和积累，公司现已发展为中国电商服务行业顶级的服务商之一，尤其在大服饰行业内优势明显，是大服饰行业最具口碑的服务商之一。公司屡次获得天猫、京东等电商平台的服务商殊荣，是首家同时拥有天猫六星资质和天猫国际紫星资质的服务商。公司 2014 年起多次获得天猫“金牌淘拍档”称号，2018 年至 2021 年连续被评为“天猫六星服务商”（天猫平台最高级别），是“天猫国际紫星服务商”（天猫国际

平台最高级别)；公司获得“天猫服饰-品牌营销综合服务”、“天猫消费者运营优秀推荐服务商”、“京东数坊进阶能力认证”等资质认证；获得“2017 年度最佳天猫合作伙伴”、“品牌营销金服奖”等奖项；公司代运营店铺被京东授予“2018 年最佳销售合作奖”、“2019 最佳经营店铺奖”等奖项。除了电商平台的认可，公司也收获了来自国家及政府行业机构的肯定，被商务部评为“2017-2018 年度国家级电子商务示范企业”。感谢您对公司的关注。

15、除了香港子公司在做跨境电商，请问公司对于跨境电商还有哪些布局？

答：尊敬的投资者，您好！公司子公司青木香港控股有限公司、云檀香港有限公司、宇津香港控股有限公司等，均有从事跨境电商等相关业务，均主要是在天猫国际、京东国际等电商平台面向国内消费者开展电商零售业务。感谢您的关注。

16、请问公司物流供应链业务受到疫情的影响了吗？

答：尊敬的投资者，您好！2022 年一季度华东区域先后实施了阶段性封控措施，而公司部分代运营客户和公司自有仓储基地主要在华东，物流快递发货受阻和延迟，导致 3 月份销售确认收款延迟和退款率提升引起收入下降。感谢您对公司的关注。

17、请问公司在品牌方面有何竞争优势？

答：尊敬的投资者，您好！公司凭借优质的服务、良好的销售达成能力，不断扩大合作品牌数量和质量。目前，公司与 Skechers、ECCO、Zara Home、Emporio Armani、APM、Samsonite、FION、ACNE Studios 等数十个国内外优质品牌达成电商销售合作关系。公司合作品牌涵盖服装、箱包、鞋履、配饰、母婴、美妆、宠物食品等类别，在奠定大服饰行业优势地位的情况下，逐步延展至母婴、美妆、宠物食品等大快消行业类别，展现出专业的品牌服务能力，凸显了公司作为行业领先的综合电商服务商的服务优势。感谢您对公司的关注。

18、主要合作品牌 Solid Gold 和 H&M 均产生较高收入，2021 年 3 季度公司结束了与 Solid Gold 品牌的总代理合作，2021 年 2 季度开始停止了 H&M 的电商运营服务，为什么？

答：尊敬的投资者，您好！公司与此两个品牌合作的情况如下：

1、由于健合国际于 2020 年 12 月完成对 Solid Gold Pet, LLC 100%股权的收购，健合国际与公司于 2021 年重新签订合作协议，合作模式、授权期限及授权范围发生变化后，不再符合公司品牌孵化业务总代理的合作思路，故双方协商结束了与 Solid Gold 品牌的合作。

2、H&M 公司受 2021 年 3 月媒体广泛报道“H&M 集团关于尽职调查的声明”事件影响，故公司于 2021 年二季度中止了与该品牌的电商代运营业务合作。感谢您的关注！

19、请问李总，公司的代运营业务由大服饰向大快消拓展的优势有哪些？

答：尊敬的投资者，您好！经过过去十多年的电商代运营经验积累和沉淀，公司在大服饰行业已经形成了明显的竞争优势，站稳了行业头部地位。未来电商代运营业务，公司一方面将继续加强在大服饰行业的竞争优势和领先地位，不断拓展头部品牌和增速较快的大服饰细分品类，另一方面也将在服务品类方面，从大服饰行业向其他行业品类进行拓展，公司所具备的优势主要包括：

（1）公司已经具备完善的涵盖电商服务全业务链条的综合服务能力；

（2）公司沉淀和培养了具备完整梯队的电商服务人才和运营经验，特别是在服务大服饰行业品牌的过程中，积累了丰富的运用经验，更容易扩展到其他品牌；

（3）具备较强的技术服务能力，拥有自主研发的技术工具和系统软件，并构建了围绕电商零售的技术服务矩阵；

（4）熟悉主流电商平台和新兴电商平台运营规则，并对规则变化具有较强的洞察力等；

（5）大服饰行业相对其他行业运营的颗粒度更细，运营更加精细化，因此其他行业向大服饰行业转存在较大的运营难度，而从大服饰向其他品类延展，运营的难度相对较容易。

以上为总结的部分优势。感谢您的关注。

20、为什么一季度利润会下降这么多

答：尊敬的投资者，您好！2022 年第一季度公司营业收入同比下降主要受新冠疫情因素影响，一季度华东区域先后实施了阶段性封控措施，而公司部分代运营客户和公司自有仓储基地主要在华东，物流快递发货受阻和延迟，导致 3 月份销售确认收款延迟和退款率提升引起收入下降。另外，由于 2021 年一季度期间主要合作品牌 SolidGold 和 H&M 均产生较高收入，2021 年 3 季度公司结束了与 SolidGold 品牌的总代理合作，2021 年 2 季度开始停止了 H&M 的电商运营服务，也是导致 2022 年一季度相比 2021 年一季度收入下降的主要因素。基于 SolidGold 品牌成功的销售经验，公司 2021 年又成功引入了美国宠物食品品牌 TikiPets、北美新兴宠粮品牌 Nulo、美国高端宠物食品品牌 VitalEssentials 和加拿大高端宠物食品品牌 OpenFarm 四个宠物食品品牌，成为上述四个品牌的中国独家总代理公司。此外，

2022 年一季度代运营业务新签了 BoyLondon、Trendiano、Naturalizer、ChristopheRobin、Lacoste 等 9 个品牌。

2022 年，公司将积极布局主营业务，实施好公司的募投项目，加强公司在电商销售服务领域的综合服务能力，尤其是提升和巩固公司电商代运营业务在大服饰行业的影响力和竞争优势，积极拓展头部品牌和增速较快的品类；积极拓展品牌孵化业务的合作品牌和销售网络，加大公司在技术能力方面的投入，构建公司围绕电商零售的技术矩阵和能力，不断摸索、拓展更多业绩提升的可能性。感谢您的关注！

21、2022 年第一季度贵公司营收、净利润等都同比下滑，为何每股净资产、每股公积金却大幅增长？

答：尊敬的投资者，您好！公司于 2022 年 3 月 11 日完成了在深交所创业板首次公开发行并上市，完成发行上市后，募集资金增加了公司的净资产和资本公积。感谢您的关注！

22、我亏了 20%

答：尊敬的投资者，您好！二级市场股价波动受到国际环境、宏观经济、行业趋势、投资者偏好等多种因素影响，我们注意到公司发行挂牌以来，受俄乌局势、新冠疫情等因素影响，A 股市场情绪波动较大，公司股价也出现了下跌。但公司目前经营活动一切正常，公司将持续做好经营管理，不断加强公司自身核心竞争力，为股东创造更多价值。感谢您的关注。

23、吕董事长好！请问青木公司相对其他电商公司有何优势？能否通俗一点介绍一下？上市是新的开始，但公司股价大幅破发严重影响公司形象，请问公司未来规划，如何来提振投资者信心？

答：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注，针对您关心的问题，逐一回复如下：

（1）、公司的竞争优势，主要如下：1）公司具备广泛且优质的品牌合作基础，互信且稳定的品牌合作关系，并在大服饰行业形成了良好的商业口碑和竞争优势；2）公司已经具备完善的涵盖电商服务全业务链条的综合服务能力；3）依靠技术能力，公司具备全渠道数据驱动，精细化人群运营能力；4）具备较强的技术服务能力，拥有自主研发的技术工具和系统软件，并构建了围绕电商零售的技术服务矩阵；5）公司经过十多年的发展，沉淀和培养了具备完整梯队的电商服务人才和运营经验。

（2）、对于公司二级市场股价的走势问题。由于二级市场股价波动受到国际环境、宏观经济、行业趋势、投资者偏好等多种因素影响，我们注意到公司发行挂牌

以来，受俄乌局势、新冠疫情等因素影响，A股市场情绪波动较大，公司股价也出现了下跌。但公司目前经营活动一切正常，公司将持续做好经营管理，不断加强公司自身核心竞争力，为股东创造更多价值。

(3)、公司未来的业务规划：

1) 技术能力

公司围绕成为“数据和技术驱动的零售服务专家”的愿景，在未来将继续加大对技术的投入，不断提升利用数据和技术服务品牌商的能力。一方面利用数字渠道积累的海量投放数据、消费者行为数据、商品数据进行分析建模，对消费者深度洞察，构建多层次的全渠道营销体系，实现更精准的投放和营销，帮助品牌商提升市场份额；另一方面利用对消费者的深度洞察，分析消费者需求变化，反向去指导和帮助品牌商优化产品设计，合理进行产品规划，提升品牌产品的知名度。

2) 业务发展

公司将围绕电商代运营服务、品牌孵化、全域消费者运营技术产品三个方面进行规划布局。

电商代运营服务方面，继续加强和巩固在大服饰领域的优势地位，在大服饰领域拓展更多头部品牌和布局有增长潜力的细分类目。同时不断拓展电商代运营服务品类，追求在大服饰领域的纵深增长和跨品类的横向增长，从而实现电商代运营服务的可持续增长。

品牌孵化方面，以品牌总代理身份引入更多优质国外品牌，帮助其开拓中国市场，进而探索合资经营、合资生产的战略目标，提升公司与品牌商的粘度和可持续增长。

全域消费者运营技术产品方面，充分利用公司在全域消费者运营服务的经验积累和技术产品开发能力，不断提升业务在线化、业务智能化水平，根据品牌零售具体的业务场景和商业痛点进行建模和应用，通过服务大客户不断完善和迭代产品，朝着打造标准化、智能化的SaaS产品方向推进，以服务更广泛的零售品牌和商家，实现公司可持续的长远发展。感谢您的关注！

24、你好吕董，字节跳动打包上市，贵司是否有间接参股？

答：尊敬的投资者，您好！公司未直接或间接参股字节跳动。感谢您的关注！

25、请问公司与抖音合作占比公司多少份额？

答：尊敬的投资者，您好！公司自2021年开始已经重点拓展了抖音渠道的代运营业务合作，目前已经与多个品牌达成了业务合作，公司全资子公司旺兔柏成为了抖音电商认证的首批DP品牌服务商之一。截至2022年一季度，公司来自抖音平台的代运营业务收入占公司整体

| | |
|----------|---|
| | <p>业务收入的比例仍然较低。感谢您的关注。</p> <p>26、请问公司股价跌破发行价？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好！二级市场股价波动受到国际环境、宏观经济、行业趋势、投资者偏好等多种因素影响，我们注意到公司发行挂牌以来，受俄乌局势、新冠疫情等因素影响，A股市场情绪波动较大，公司股价也出现了下跌。但公司目前经营活动一切正常，公司将持续做好经营管理，不断加强公司自身核心竞争力，为股东创造更多价值。感谢您的关注。</p> |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2022年5月13日 |