

证券代码：300703

证券简称：创源股份

宁波创源文化发展股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-009

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 媒体采访 ☐ 新闻发布会 ☐ 现场参观 ☒ 其他（线上策略会） ☐ 分析师会议 ☐ 业绩说明会 ☐ 路演活动
参与单位名称及人员姓名	申万宏源 魏雨辰 摩根士丹利基金 潘海洋 国泰君安资管 张炳炜 国泰君安资管 范杨 上海万纳资管 杨君弈 鹏扬基金 袁天娇 华夏财富创 张婷 东方证券 王树娟 建信养老 高月 紫金信托 魏宁伟 国寿安保 韩涵 兴业证券 储天舒 平安基金 季清斌 创金合信基金 梁雪 名禹资管 刘宝军 国寿养老 高媛媛 汇安基金 吴尚伟 中金基金 方榕佳 上海卫宁私募基金 王兴佳 西部利得 林静 浙商证券 陈姗姗 天风证券 张彤 国信证券 朱张元 个人投资者 李天超
时间	2025年10月29日 9:30-10:00
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 赵雅
投资者关系活动主要内容介绍	1. 睿特菲的利润率是不是有明显的提升？ 答：睿特菲 2025 年前三季度净利润率较 2024 年前三季度略有提升。 2. 睿特菲业务未来的增长预期，包括规模体量目标及未来两年增速目标？ 答：从睿特菲近几年的业绩趋势看，公司对睿特菲业务有较高期望；从当前表现来看，单 9 月份睿特菲官网收入已超过亚马逊收入，说明其在美国运动健身垂类的品牌效应显著提升；

	今年 5 月下旬睿特菲启动 TikTok 运营, 现已跃居平台 Hardline 大类 TOP 3 商家, 并登顶力量训练器械品类第一。今年德国亚马逊站已开通, 明年将启动欧洲市场销售, 这些都是未来增长的重要因素, 整体对其未来增长持乐观态度。 3. 睿特菲在官网和 TikTok 渠道拓展上取得亮眼成绩的核心动作是什么? 是新招运营团队还是原有团队擅长该领域? 答: 睿特菲团队人员情况比较稳定。睿特菲并非公司近年新增业务, 睿特菲成立于 2014 年, 2015 年起专注运动健身板块, 至今已有十年深耕经验; 核心团队成员任职年限多在四五年以上, 在产品设计、电商运营、市场推广等领域积累了丰富经验; 团队通过每月自检复盘, 不断弥补不足、提升能力, 产品设计始终围绕客户需求, 邀请网红达人测试新品并收集反馈, 持续迭代升级; 此外, 睿特菲从 2022 年开始实施股权激励, 大部分核心团队成员为股东, 工作积极性高, 推动业务持续向好。 4. 睿特菲产品结构是否存在价格带上行趋势, 高附加值单品(如龙门架)占比是否提升? 答: 受关税加征影响, 睿特菲产品价格略微上调; 产品价格跨度较大, 从几百美金到几千美金不等。睿特菲定位“小面积健身房解决方案服务商”, 以龙门架为基础, 可根据客户需求搭配不同配置, 满足从基础到中高级的健身需求; 目前产品可通过多种变化实现不同锻炼效果, 适配不同消费层级的需求。 5. 睿特菲除美国市场外, 下一个重点发展市场是否为德国? 答: 睿特菲并非仅聚焦德国单一市场, 而是以德国亚马逊站为基点, 拓展整个欧洲市场, 通过该站点覆盖欧洲区域的销售需求。 6. ? 文创产品出口代工业务应对关税的措施及当前在手订单情况? 答: 文创产品出口业务自公司成立以来便持续发展, 客户群体稳定。公司不仅为客户提供供应链服务, 更提供优质的设计服务, 今年前三季度, 该业务板块营收与去年同期基本持平, 展现出良好的市场韧性。关税政策出台后, 公司快速在越南建厂, 今年已完成北部公司筹建, 工厂正为后续生产作积极的准备, 计划明年年初启动生产; 南部工厂持续扩大产线, 2025 年上半年越南公司的营收较去年同期增长约 63%, 随着越南北部的
--	---

	生产投入，越南生产基地可以承接客户更多需求。 7. 文创出口代工业务在北美市场之外的拓展规划？ 答：公司一直尝试开拓非美市场的销售，但当前欧洲经济环境较差；美国市场仍是优质市场，公司会持续稳固美国市场，同时积极开拓非美市场，比如公司已在英国、澳大利亚等地设立 office；公司在客户端具备供应链品牌影响力（Cre8），将通过提供更贴近的服务、提升客户体验，进一步提升营收规模。 8. 越南基地是否可能完全承接国内订单，还是会保留部分国内出货？ 答：国内仍会保留部分出货，目前东南亚整体的供应链尚未完全成熟，公司全球化供应链体系仍在搭建提升中，部分产品需国内生产配合。 9. 国内 IP 文创业务的进展及未来规划？ 答：公司前期已公布参与黑蚁资本的基金投资，黑蚁资本在新消费领域具备丰富经验，未来可能基于其能力和资源开展合作；同时，公司与天络行、酷乐潮玩等上下游企业开展业务合作，推进国内文创产品及销售渠道的开拓，整体围绕这一方向布局国内 IP 文创业务。 10. 公司未来是否可能获取更多 IP 合作，合作方向主要集中在哪些方面？ 答：公司 IP 对接工作一直在持续推进，包括和天络行开展更深层次的战略合作，打通消费者生态；除与天络行的合作外，公司也在自主寻找合适的 IP 进行布局。 11. 与天络行的合作是否集中在其已有 IP（如加菲猫），还是会共同获取新 IP？ 答：目前通过天络行已有的 IP 合作。天络行在 IP 获取方面具备专业性，由他们自主获取新的 IP，如有适合公司的 IP 再与其展开合作；公司从其他渠道自主获取新 IP 时，也会邀请天络行从专业角度评估该 IP 本身是否值得获取，判断适合的产品品类，借助其专业能力进行筛选。 12. 国内文创业务团队的人数规模、协作方式及未来团队建设计划？ 答：公司研究院原本定位为集团整体服务，现基于市场需求，目前更多重心投向国内文创市场开拓，研究院现有将近 40 人，整体国内文创团队规模接近 100 人；团队分工方面，产品
--	---

	研究院包含各类设计、AI 相关人员，品牌运营部门负责恋屿、TDP、TT、锦福等 4 个品牌的同步运营，不同人员对应不同品牌小组；未来团队建设将围绕国内文创市场开拓需求，持续优化人员配置、提升团队专业能力。 13. 公司在国内 IP 文创、出口代工文创、睿特菲（健身器材跨境电商）三大业务板块的资源投入及战略规划？ 答：出口文创业务将稳扎稳打，持续稳健提升市场份额；睿特菲的运动健身业务是公司重点看好的板块，给予较高期望，目前其团队规模已接近 130 人，资金、人员配置充足，采用独立运营模式，通过 OKR 管理方式不断提升营收和运营水平；目前公司将更多资源重心放在国内文创市场开拓上，希望通过外部合作、资源整合及内部核心团队的组建等方式，打开国内市场。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及未公开披露的重大信息。
附件清单（如有）	无
日期	2025年10月30日