

证券代码：301110

证券简称：青木股份

公告编号：2025-010

# 青木科技股份有限公司 2024 年年度报告摘要

## 一、重要提示

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。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 92,535,333 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 4.00 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

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	青木科技	股票代码	301110
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	青木股份		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	李克亚	邱正	
办公地址	广州市海珠区凤和江贝村东海大街南 32 号 001 单元	广州市海珠区凤和江贝村东海大街南 32 号 001 单元	
传真	020-80929898	020-80929898	
电话	020-80929898	020-80929898	
电子信箱	qmzq@qingmutec.com	qmzq@qingmutec.com	

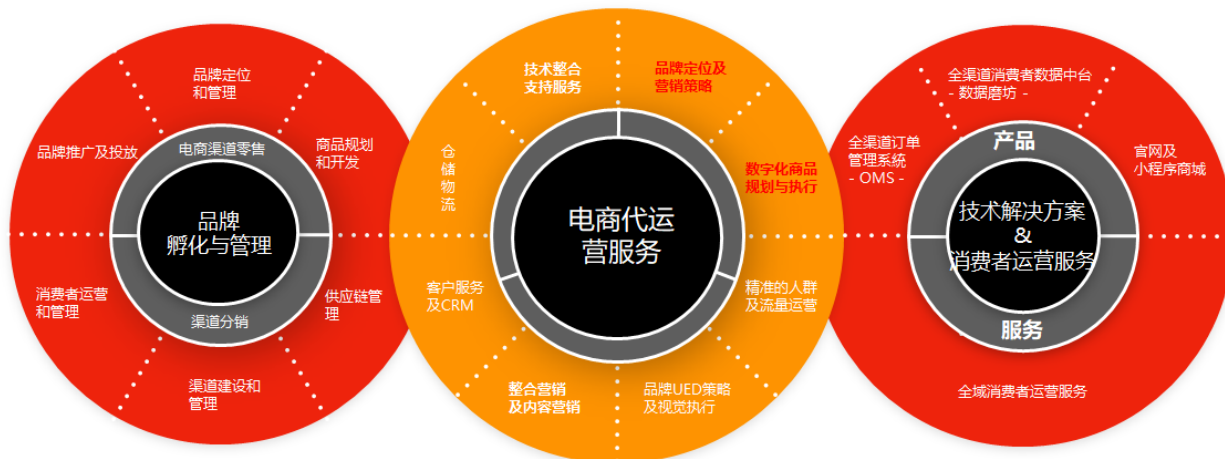
### 2、报告期主要业务或产品简介

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，覆盖电商代运营服务、电商直播服务、品牌孵化与管理、品牌数字营销、技术解决方案及消费者运营等服务。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，为品牌方提供单项、综合或定制化的电子商务服务，助力品牌提升中国市场的知名度和美誉度，扩大市场份额。

公司长期服务于众多国内外知名品牌，包括 Skechers、ECCO、Lacoste、Emporio Armani、Farfetch、Samsonite、

泡泡玛特、Jellycat、APM、Toteme、ACNE Studios、Under Armour、探路者、小鹰 Osprey、博士伦、Thom Browne、李宁、BOY LONDON、Zara Home、Grow Gorgeous、Niko and ...、例外、Stada、Cumlaude Lab、Zuccari 等知名品牌。公司合作品牌涵盖大服饰（服装、箱包、鞋履、配饰等）、运动户外、健康食品、美妆个护、女性私护、宠物食品等类目。

报告期内，公司获得了由阿里妈妈颁发的“2024 年阿里妈妈全域六星生态伙伴”、由淘天集团颁发的“2024 年度天猫生态卓越服务奖”、由天猫服饰颁发的“天猫服饰 2024 年度经营伙伴”和“天猫服饰 2024 年度店播贡献机构”等奖项。公司提供抖音直播运营服务的全资子公司旺兔柏获得了“2024 年抖音电商金牌服务商”认证。在天猫最新发布的 2025 年度生态认证名单中，公司再次蝉联“天猫六星服务商”。



## 主要产品及服务的基本情况

### 1. 电商代运营服务

电商代运营服务包括传统电商平台的代运营服务和电商直播服务。

#### (1) 传统电商代运营服务

传统电商代运营指公司为品牌方在天猫、京东等传统电商平台上的单个或多个官方店铺提供单环节、核心模块或全链条的代运营服务。服务内容包括提供品牌定位及竞争策略制定、商品规划和执行、人群及流量运营、视觉设计、摄影及短视频拍摄制作、营销策划及推广服务、客服管理服务、仓储物流服务以及电商配套的软件技术支持服务。在该类服务模式，店铺所有权归属品牌方，公司无需向品牌方采购商品，不承担库存风险。公司与品牌方建立合作关系后，会综合评估品牌方的竞争优势和行业趋势等因素，协助品牌方制定电商渠道的商品策略、渠道策略和营销策略，规划品牌在电商渠道的生意发展计划，并搭建团队提供运营服务，协助品牌达成销售目标。

本报告期内，公司新增了 Jellycat、UNDER ARMOUR、OSPREY 等品牌的代运营合作。

#### (2) 电商直播服务

电商直播服务指公司为品牌方在抖音、天猫、京东等电商直播平台上提供店铺直播代运营服务，包括为品牌方提供直播间打造、直播创意、货品规划、主播培育、店铺直播、内容营销、营销推广、客户服务、会员服务、仓储物流、外部达人合作等一站式电商直播服务业务。目前公司拥有超过 450 人的全职直播业务团队，职能角色包括主播、场控、运营、短视频制作人员及管理人员。

报告期内，公司继续扩充直播间数量，持续搭建直播运营团队。公司的直播基地已经覆盖上海、广州和杭州三座城市，直播间数量超过 75 个。

电商代运营服务（包括传统电商平台代运营和电商直播服务）的收入来源主要是服务费收入和仓储物流收入。服务费的收取方式通常包括固定服务费、变动服务费或采取二者相结合的方式。其中固定服务费的定价主要根据公司对运营店铺投入的人力、物力和财力确定，变动服务费的定价通常根据实际销售金额乘以约定的服务佣金率计算确定。代运营业务的成本主要包括为提供代运营服务发生的人力成本和仓储物流成本。

## 2. 品牌孵化与管理业务

品牌孵化与管理业务的目标是针对在中国有成长潜力的优质海外品牌。公司根据自身在电商零售行业多年运营经验的积累以及对消费市场的判断，对海外品牌进行品类和产品等因素的筛选后将具备高成长潜力的优质品牌引入中国市场。引入后公司会搭建专属团队全盘负责品牌在中国区域的运营、营销推广以及线上和线下全渠道的销售工作。

品牌孵化与管理业务的合作模式包括总代理和合资运营两种方式。通常公司在与品牌合作的初期会采取总代理的合作方式，通过一定期限（通常不超过一年）的总代理合作使双方团队快速磨合，进一步了解行业和品牌情况，评估品牌在中国区域的成长性和长期发展前景。对于有积极增长预期的品牌，公司会进一步将总代理的合作模式升级到合资运营模式。合资运营模式是指公司与品牌方成立合资公司，并将品牌在中国区域所有的业务和商标授权装入合资公司。公司在合资公司中拥有超过 50% 持股比例的控制权。公司会自主搭建团队负责合资公司的运营，以实现品牌在中国区域的快速增长。报告期内，品牌孵化业务主要聚焦在女性个护、大健康等品类。

品牌孵化与管理业务以买断货品的方式向品牌方采购，在线上 and 线下多渠道进行推广和销售。销售收入与采购成本和各项费用的差额构成了业务的利润来源。销售方式包括电商渠道零售和电商渠道分销两种。

## 3. 经销代理业务

经销代理业务是指公司与品牌方或其代理商达成分销授权，向其采购商品后分销给唯品会、京东自营等第三方 B2C 电商平台或其他分销卖家。当分销的下游对象为 B2C 电商平台时，公司通常需要提供整合营销、店铺运营和客服支持等服务。当分销对象为其他分销卖家时，公司仅向其分销商品，不提供运营支持服务。在经销代理的业务模式下，公司需要向品牌方或其代理商采购商品并承担库存风险。公司盈利模式为商品购销差价并扣减销售物流费后的差额。

## 4. 品牌数字营销方案业务

品牌数字营销指公司根据品牌方诉求，提供单项或整合的品牌传播策划及执行服务，如大型营销活动策划及执行、自媒体运营、直播、社交平台推广等，以加强消费者触达，提升品牌曝光度和影响力，提高消费者对品牌的认知度和好感度。公司基于平台数据和前瞻性行业报告分析市场偏好，根据品牌销售记录洞察消费者特征，构建详细的用户画像；同时结合品牌特性与消费者行为习惯，输出横跨线上线下传播平台的整合营销方案，并提供传播内容创作、渠道投放、线下营销活动实施等服务，助力品牌价值提升。公司品牌数字营销业务覆盖站内各类营销 IP（超级品牌日、超级品类日、天猫欢聚日等）、各类平台营销频道（小黑盒、有好货、微淘等）和站内外社交媒体平台（小红书、微博、微信、抖音等）。公司收取的服务费与项目采购成本和人力成本的差额，构成了品牌数字营销业务的盈利来源。

## 5. 技术解决方案及消费者运营服务

品牌零售的数字化能力建设分为两个阶段。第一阶段是业务在线化的实现，品牌商聚焦线上电商渠道的建设和数字媒体的应用，以提升商品线上销售的规模和效率。第二阶段是对数据驱动的业务智能化的探索，随着电商流量增长瓶颈凸显，品牌商越加重视对品牌核心数据资产进行收集汇总、深度分析和运营，以期不断提升电商甚至线下销售各环节的效率，洞察品牌生意成长的潜在机会。

公司紧跟行业的数字化浪潮和新技术的变化，结合新技术的应用重构传统的业务模式，技术赋能品牌商数字化转型，进而实现销售增长。第一阶段，公司为品牌商提供支持电商销售的解决方案，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，提高运营效率和效果；第二阶段，公司创新开拓消费者运营服务业务，利用自主研发消费者数据中台“数据磨坊 CRM”及第三方工具，协助品牌商归集、整理、分析及应用消费者数据，以实现更精细化的消费者洞察，实现全链路的会员营销及运营管理，从而实现消费者数据资产对品牌长期价值最大化。



**技术解决方案业务：**若客户需求为标准化需求，则标准化的 IT 系统即可满足，公司在相关系统完成销售安装调试后一次性确认收入；若客户需求为个性化需求，公司需要根据客户需求，在标准化 IT 系统的基础上进行个性化开发定制，定制化系统在定制开发期内按照进度收款并确认收入。成本主要包括软件开发相关的人力成本和外包成本，收入和成本之间的差额为盈利来源。

**消费者运营服务业务：**是指公司利用自身研发的“数据磨坊 CRM”软件等工具，为品牌提供全方位会员运营服务，并向品牌客户收取服务费，该项业务成本主要是提供消费者运营服务的人力成本和短信采购成本，服务费收入与成本的差额是盈利来源。

经过多年的积累，公司自主研发了包括“数据磨坊 CRM”“青木 OMS”“小白系统”“青木啄木鸟”“青木数据平台”“启明星”等软件，为客户在商品管理、页面制作、产品上下架、订单管理、库存管理、会员管理、会员互动、活动营销、流量运营等电商业务的各种场景提供软件和技术支持。

### 3、主要会计数据和财务指标

#### (1) 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  
 追溯调整或重述原因  
 其他原因

元

	2024 年末	2023 年末		本年末比上年末增减	2022 年末	
		调整前	调整后		调整前	调整后
总资产	1,729,098,415.20	1,583,418,697.27	1,583,418,697.27	9.20%	1,603,700,368.15	1,603,700,368.15
归属于上市公司股东的净资产	1,414,832,113.01	1,418,997,095.18	1,418,997,095.18	-0.29%	1,406,183,307.66	1,406,183,307.66
	2024 年	2023 年		本年比上年增减	2022 年	
		调整前	调整后		调整前	调整后
营业收入	1,153,155,310.05	967,446,047.98	967,446,047.98	19.20%	846,627,097.45	846,627,097.45
归属于上市公司	90,539,807.86	52,082,963.94	52,082,963.94	73.84%	65,883,395.23	65,883,395.23

司股东的净利润						
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	78,089,168.50	41,114,078.57	41,114,078.57	89.93%	54,108,621.68	54,108,621.68
经营活动产生的现金流量净额	180,245,397.36	33,899,869.47	33,899,869.47	431.70%	101,930,143.74	101,930,143.74
基本每股收益(元/股)	0.9768	0.7812	0.5594	74.62%	1.0500	0.7400
稀释每股收益(元/股)	0.9768	0.7812	0.5594	74.62%	1.0500	0.7400
加权平均净资产收益率	6.37%	3.70%	3.70%	2.67%	5.72%	5.72%

## (2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	226,323,527.36	317,915,205.14	263,720,503.02	345,196,074.53
归属于上市公司股东的净利润	24,169,441.26	42,883,122.78	5,180,536.45	18,306,707.37
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	20,065,272.96	40,448,238.09	1,985,148.05	15,590,509.40
经营活动产生的现金流量净额	31,539,636.58	68,299,406.82	43,389,659.38	37,016,694.58

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

### (1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	14,157	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	13,376	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数(如有)	0
前 10 名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)									
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况				
					股份状态	数量			
吕斌	境内自然人	21.45%	19,845,000.00	19,845,000.00	不适用	0.00			
卢彬	境内自然人	14.98%	13,860,000.00	13,860,000.00	不适用	0.00			
宁波允	境内非	9.08%	8,400,000.00	8,400,000.00	质押	2,212,000.00			

宜投资合伙企业（有限合伙）	国有法人					
孙建龙	境内自然人	8.37%	7,742,673.00	0.00	质押	4,800,000.00
东台宜善企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.26%	3,016,488.00	0.00	不适用	0.00
刘旭晖	境内自然人	2.72%	2,520,000.00	1,890,000.00	不适用	0.00
宁波前多越投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.62%	2,426,668.00	0.00	不适用	0.00
东台宜谦企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.14%	1,982,855.00	0.00	不适用	0.00
东台雅达企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.06%	980,046.00	0.00	不适用	0.00
东台宜庄企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.76%	707,000.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明	本公司控股股东、实际控制人为吕斌和卢彬，吕斌和卢彬为本公司一致行动人。允宜合伙执行事务合伙人为吕斌。宜谦合伙执行事务合伙人为公司副总经理王平。除上述股东外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

适用 不适用

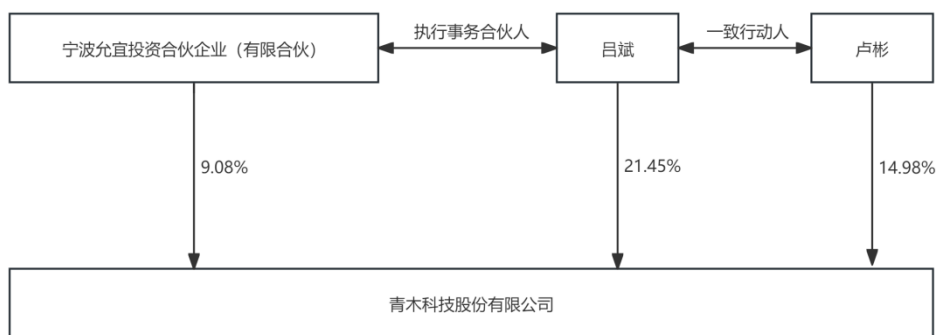
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

## （2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

无