

证券简称：千岸科技

证券代码：874600

深圳千岸科技股份有限公司

广东省深圳市南山区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1101



深圳千岸科技股份有限公司招股说明书（申报稿）

本公司的发行申请尚未经中国证监会注册。本招股说明书申报稿不具有据以发行股票的法律效力，投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为投资决定的依据。

本次股票发行后拟在北京证券交易所上市，该市场具有较高的投资风险。北京证券交易所主要服务创新型中小企业，上市公司具有经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解北京证券交易所市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

保荐机构（主承销商）



（福州市湖东路 268 号）

中国证监会和北京证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

声明

发行人及全体董事、审计委员会委员、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、准确、完整。

发行人及全体董事、审计委员会委员、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销商承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法承担法律责任。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法承担法律责任。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股
发行股数	公司拟向不特定合格投资者公开发行股票不超过 2,425 万股（未考虑超额配售选择权），或不超过 2,788.75 万股（全额行使超额配售选择权）；且发行后公众股东持股占发行后总股本的比例不低于 25%。公司及主承销商可以根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不得超过本次发行股票数量的 15%。最终发行数量由股东大会授权董事会与主承销商根据具体情况协商，并经中国证监会同意注册后确定
每股面值	人民币 1.00 元
定价方式	通过发行人和主承销商自主协商直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价方式确定发行价格。最终定价方式将由股东大会授权董事会与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定
每股发行价格	以后续的询价或定价结果作为发行底价
预计发行日期	
发行后总股本	
保荐人、主承销商	兴业证券股份有限公司
招股说明书签署日期	

重大事项提示

• 本公司特别提醒投资者对下列重大事项给予充分关注，并认真阅读招股说明书正文内容：

一、本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的安排及风险

公司本次公开发行股票完成后，将在北京证券交易所上市。

公司本次公开发行股票获得中国证监会注册后，在股票发行过程中，会受到市场环境、投资者偏好、市场供需等多方面因素的影响；同时，发行完成后，若公司无法满足北京证券交易所上市的条件，均可能导致本次公开发行失败。

公司在北京证券交易所上市后，投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

二、本次发行相关主体作出的重要承诺

本公司提醒投资者认真阅读发行人及其控股股东、实际控制人、董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员、相关股东等作出的重要承诺，具体内容详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”。

三、本次发行前滚存未分配利润的分配安排

2025年5月27日，公司召开2025年第三次临时股东大会，审议通过《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市前滚存未分配利润分配方案的议案》：在本次发行上市完成后，公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市前所形成的滚存未分配利润，由本次发行上市完成后的全体新老股东按照发行后的持股比例共享。

四、本次发行上市后的股利分配政策和决策程序

公司2025年第三次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》中利润分配相关内容，上市后三年现金分红等具体利润分配计划以及计划的具体内容、制定依据和可行性，未分配利润的使用安排等具体内容详见本招股说明书“第十一节 投资者保护”之“二、本次发行上市后的股利分配政策和决策程序”。本公司提请投资者需认真阅读该章节的全部内容。

五、特别风险提示

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书的“第三节 风险因素”部分，并特别注意下列事项：

（一）Amazon平台集中度较高的风险

公司主要通过Amazon等第三方电商平台以及公司自有品牌网站实现自有品牌产品的销售。Amazon是公司最主要的销售平台，2023年、2024年和**2025年**公司通过Amazon平台实现的销售

收入占主营业务收入的比例分别为 93.42%、90.30%和 **85.55%**，逐年下降，但集中度较高。

如果公司未来无法与 Amazon 平台保持良好的合作关系，或 Amazon 平台的销售政策、收费标准等发生重大不利变化，亦或公司在 Amazon 平台的经营情况不及预期，将对公司的经营业绩产生不利影响。此外，如果 Amazon 由于市场竞争、经营策略变化或当地国家政治经济环境变化而造成市场份额降低，亦可能对销售额产生负面影响。

（二）受美国关税政策影响业绩波动甚至大幅下滑的风险

报告期内，公司境外收入占主营业务收入的比例分别为 99.56%、99.57%和 **99.68%**，占比较高，为公司营业收入的主要来源，销售市场主要包括美国、加拿大、欧洲等国家和地区。其中，发行人来自美国地区的主营业务收入占比分别为 53.08%、51.01%和 **51.40%**。

2025 年 2 月以来，美国**对华关税政策有所反复**，对公司美国市场业务带来**一定的不确定性**，若**公司不能采取有效措施应对关税波动带来的成本压力**，**将面临经营业绩波动甚至大幅下滑的风险**。

（三）毛利率下滑的风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 39.88%、41.51%和 **43.54%**。公司毛利率受市场竞争变化、公司品牌力、产品结构变化、成本控制、海运成本、汇率波动和国际贸易政策等因素综合影响。如果不能采取有效措施积极应对上述因素变化，公司存在毛利率下滑的风险。

（四）存货管理风险

报告期各期末，公司存货余额分别为 17,892.94 万元、23,842.55 万元和 **24,612.03** 万元，占资产总额的比例分别为 28.01%、29.08%和 **26.39%**。报告期内，公司存货周转率分别为 4.05 次/年、4.69 次/年和 **4.63** 次/年。由于公司所处行业的经营模式需维持较高规模的备货，一定程度增加了公司的存货跌价风险和资金占用压力。若公司未来不能合理控制存货规模，或市场竞争、消费者需求等因素变化导致公司产品不能持续满足市场需求而出现滞销、存货积压，则公司可能存在存货跌价的风险，进而对公司的财务状况和经营成果产生不利影响。此外，公司存货主要存放于亚马逊 FBA 仓、自营仓和其他第三方仓等，若该等仓库存货或其他在途存货因管理不善，而出现损失或损害等情况，将对公司的经营业绩造成不利影响。

（五）海运价格波动的风险

公司主要通过海运的方式将商品运输至北美、欧洲等主要海外销售地区的 FBA 仓、自营仓及第三方仓，国内仓至海外仓产生的物流费用纳入头程物流成本。2024 年，全球经济和国际贸易回暖，全球集装箱航运贸易量回升，受红海事件等地缘冲突影响，全球运力供给紧张，头程物流费用较 2023 年有所上涨。**2025 年较 2024 年**航运价格整体呈现震荡下行趋势。如果未来发生国际运力供不应求的事件，海运价格持续大幅上涨，将对公司经营业绩产生一定不利影响。

（六）汇率波动的风险

报告期内公司境外销售占当期主营业务收入的比例超过 **99%**，外销业务主要以美元、欧元、加元等为结算币种。美元、欧元、加元兑人民币汇率受全球政治、经济影响呈现一定波动，受汇率波动影响，公司报告期内的汇兑收益金额分别为 563.91 万元、141.46 万元和 **483.70 万元**，若未来主要结算货币兑人民币的汇率发生大幅波动，可能导致公司出现大额汇兑损失，进而影响公司经营业绩。

（七）期后业绩下滑的风险

2023 年至 2025 年，公司实现营业收入 139,985.68 万元、166,714.39 万元和 **198,092.27 万元**，2024 年同比上升 19.09%，2025 年同比上升 **18.82%**；实现净利润 9,642.60 万元、14,418.68 万元和 **21,950.66 万元**，2024 年同比上升 49.53%，**2025 年同比上升 52.24%**。报告期内，公司经营业绩持续增长。

公司是一家从事自有品牌产品研发、设计和销售的跨境电商企业，主要销售市场为欧美，主要销售平台为亚马逊，受行业特征和业务模式影响，公司经营业绩容易受到国际贸易政策、销售平台政策、存货管理、国际海运费价格和汇率波动等因素的影响，期后业绩存在一定不确定性甚至下滑的风险。

六、财务报告审计截止日后的主要经营状况

公司最近一期审计报告截止日为 **2025 年 12 月 31 日**，审计截止日至本招股说明书签署日，公司经营状况正常，公司所处行业的产业政策等未发生重大变化，公司业务经营模式、其他税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等均未发生重大变化。

经初步测算，公司 **2026 年度第一季度**业绩预计情况如下：

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年 1-3 月	变动幅度
营业收入	45,734.68~48,227.52	43,843.20	4.31%~10.00%
归属于母公司所有者的净利润	5,048.61~5,493.55	6,112.68	-17.41%~-10.13%
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润	4,902.39~5,373.55	5,933.60	-17.38%~-9.44%

注：上表中 2026 年度第一季度数据为公司初步预计数据，未经会计师审计或审阅，且不构成盈利预测。

2026 年 1-3 月，公司预计营业收入较上年同期上升，主要原因为公司持续通过技术创新优化产品性能和用户体验，持续加大对盈利能力较强产品的开发投入和销售运营，核心品类收入持续上升。2026 年 1-3 月，公司预计归属于母公司所有者的净利润较上年同期有所下滑，主要原因系受汇率变动及关税政策变动因素的影响，具体原因如下：

1、2026 年 1-3 月主要结算外币持续贬值对净利润产生一定影响

2025 年 1-3 月，公司主要外币结算币种美元、欧元、加元等外币兑人民币处于持续升值状态，2025 年 1-3 月汇兑收益金额为 546.01 万元。2026 年 1-3 月，美元、欧元、加元等外币兑人民币处于持续贬值状态，预计 2026 年 1-3 月公司汇兑将产生净损失，对 2026 年 1-3 月净利润产生一定影响。

2、2025 年美国对华加征关税对净利润产生一定影响

2025 年 2 月以来，美国对华出口商品进行了多轮加征关税，公司 2025 年 1-3 月销售的商品主要系 2024 年出口的货物，受美国加征关税影响较小，公司 2026 年 1-3 月销售的商品主要系 2025 年出口的货物，受美国加征关税影响成本有所上升，因此对 2026 年 1-3 月净利润产生一定影响。

综上，公司期后销售情况良好，且 2026 年 2 月美国对华关税加征率已调整为 10%，预计上述因素不会对公司经营业绩造成重大不利影响。

七、首次申报审计截止日后的分红情况

发行人于 2025 年 4 月 21 日召开第二届董事会第十一次会议、第二届监事会第八次会议，于 2025 年 5 月 12 日召开 2024 年年度股东大会会议，审议通过《关于公司 2024 年年度权益分派预案的议案》，向股东派发现金分红 2,997.30 万元。公司于 2025 年 5 月 28 日完成了本次现金分红。该事项对发行人的财务状况、盈利能力及持续经营无重大不利影响，相关方案执行完毕后发行人符合发行条件和上市条件，发行人不存在上市前突击大额或高比例现金分红的情况。

目录

声明	2
本次发行概况	3
重大事项提示	4
目录	8
第一节 释义	9
第二节 概览	12
第三节 风险因素	30
第四节 发行人基本情况	34
第五节 业务和技术	94
第六节 公司治理	172
第七节 财务会计信息	191
第八节 管理层讨论与分析	226
第九节 募集资金运用	319
第十节 其他重要事项	349
第十一节 投资者保护	350
第十二节 声明与承诺	354
第十三节 备查文件	363
附表一：境内商标	364
附表二：境外商标	367
附表三：境内专利	375
附表四：境外专利	383
附表五：软件著作权	389
附表六：域名	394

第一节 释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称和术语具有的含义如下：

普通名词释义		
公司、本公司、发行人、千岸科技	指	深圳千岸科技股份有限公司
千岸有限、有限公司	指	深圳市千岸科技有限公司（公司前身）、深圳市千岸进出口有限公司（公司前身曾用名）
义乌千岸	指	义乌市千岸电子商务有限公司，公司子公司
深圳亿桥	指	深圳市亿桥供应链有限公司，公司子公司
武汉千岸	指	武汉市千岸科技有限公司，公司子公司
义乌运动匠	指	义乌运动匠科技有限公司，公司子公司
深圳千旭	指	深圳市千旭科技有限公司，公司子公司
深圳云网天下	指	深圳市云网天下电子商务有限公司，公司子公司
深圳火麦	指	深圳市火麦电子商务有限公司，公司子公司
深圳海麦	指	深圳市海麦天下电子商务有限公司，公司子公司
义乌辰虎	指	义乌市辰虎电子商务有限公司，公司子公司
义乌怀强	指	义乌市怀强电子商务有限公司，公司子公司
深圳禾乃秀	指	深圳市禾乃秀电子商务有限公司，公司子公司
深圳麦德全	指	深圳市麦德全电子商务有限公司，公司子公司
义乌赛霞	指	义乌市赛霞电子商务有限公司，公司子公司
义乌物业	指	义乌亿桥物业服务服务有限公司，公司子公司
上海千岸	指	上海千岸科技有限公司，公司子公司
香港千岸	指	Hongkong Thousandshores Limited，公司子公司
加拿大千岸	指	Hisgadget Online Ltd.，公司子公司
美国千岸	指	Thousandshores Inc.，公司子公司
日本千岸	指	サウザンドショアス株式会社，公司子公司
德国千岸	指	Thousandshores Deutschland GmbH，公司子公司
Ohuhu Inc.	指	Ohuhu Inc.，公司子公司
英国千岸	指	THOUSANDSHORES (UK) LTD.，公司子公司
韩国千岸	指	싸우전드쇼어스이커머스 주식회사（英文名：Thousandshores E-commerce Co., Ltd.），公司子公司
新加坡千岸	指	EBRIDGE BUSINESS PTE. LTD.，公司子公司
长沙千岸	指	长沙市千岸科技有限公司，公司曾经子公司，于 2022 年 5 月注销
康美联	指	青岛康美联文化用品有限公司，公司报告期内曾经参股的公司
肇庆红鹰	指	广东肇庆市红鹰科技有限公司，康美联全资子公司
香港亚菲	指	香港亚菲电子商务有限公司 Hong Kong Yaffi Limited，公司合营公司
千岸聚新	指	深圳市千岸聚新管理咨询合伙企业（有限合伙）
前海鹏晨	指	深圳市前海鹏晨创智投资管理企业（有限合伙）
众集投资	指	深圳市众集投资合伙企业（有限合伙）
苏州古玉	指	苏州古玉晟轩股权投资合伙企业（有限合伙）
海南永诚	指	海南永诚拾号私募股权投资基金合伙企业（有限合伙）
深圳永诚	指	深圳市永诚捌号投资合伙企业（有限合伙）
赣江复星	指	赣江新区复星惟健企业管理中心（有限合伙）

上海联新	指	上海联新科技股权投资中心（有限合伙）
赛维时代	指	赛维时代科技股份有限公司（301381.SZ）
三态股份	指	深圳市三态电子商务股份有限公司（301558.SZ）
致欧科技	指	致欧家居科技股份有限公司（301376.SZ）
安克创新	指	安克创新科技股份有限公司（300866.SZ）
华凯易佰	指	华凯易佰科技股份有限公司（300592.SZ）
傲基股份	指	傲基（深圳）跨境商务股份有限公司（02519.HK）
Amazon、亚马逊	指	亚马逊公司及其分支机构（Amazon.com，Inc.，NASDAQ:AMZN）
eBay	指	eBay 公司及其分支机构（NASDAQ:EBAY），是全球知名的网络交易平台之一
AliExpress、速卖通	指	全球速卖通（AliExpress），是阿里巴巴旗下面向全球市场打造的在线交易平台
Shopify	指	Shopify（NYSE:SHOP），是加拿大的电子商务软件开发商，其提供的服务软件 Shopify 是一个 SaaS 领域的购物车系统，适合跨境电商建立独立站，用户支付一定费用即可在其上利用各种主题/模板建立自己的网上商店
Payoneer	指	Payoneer 派安盈，是一款全球跨境贸易收款工具
Paypal	指	PayPal 贝宝（NASDAQ: PYPL）是一个总部在美国的第三方支付服务商，允许在使用电子邮件来标识身份的用户之间转移资金
Pingpong	指	杭州乒乓智能技术有限公司旗下为跨境电商提供跨境收款等服务的第三方支付工具
《德国专项法律意见书》	指	林宇律师事务所就德国税务专项问题出具的法律意见书
《香港千岸法律意见书》	指	李伟斌律师行、陈冯吴律师事务所就香港千岸若干事宜出具的法律意见书
《美国千岸法律意见书》	指	GCA Law Partners LLP 就美国千岸若干事宜出具的法律意见书
《Ohuhu Inc.法律意见书》	指	Midtown Law 就 Ohuhu Inc.若干事宜出具的法律意见书
《德国千岸法律意见书》	指	林宇律师事务所就德国千岸若干事宜出具的法律意见书
《加拿大千岸法律意见书》	指	McMillan LLP 铭伦律师事务所就加拿大千岸若干事宜出具的法律意见书
《公司章程》	指	《深圳千岸科技股份有限公司章程》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
财政部	指	中华人民共和国财政部
北交所	指	北京证券交易所
股转系统、全国股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
保荐机构、主承销商、保荐人、兴业证券	指	兴业证券股份有限公司
律师、中伦律师	指	北京市中伦律师事务所
会计师、容诚会计师	指	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
本次公开发行	指	发行人本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市
本招股说明书	指	《深圳千岸科技股份有限公司招股说明书》
报告期	指	2023 年、2024 年、2025 年
报告期各期末	指	2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日、2025 年 12 月 31 日

元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
境内、境外	指	中国境内、中国境外
专业名词释义		
B2C	指	Business to Customer, 指进行电子商务交易的供需双方为企业对个人
B2B	指	Business to Business, 指进行交易的供需双方都为商家（或企业、公司）
SKU	指	Stock Keeping Unit（库存量单位），现在已经被引申为产品统一编号的简称，每种产品均对应唯一的 SKU 号
FBA	指	Fulfillment by Amazon, 是亚马逊提供的代发货服务，卖家将货物发往亚马逊仓库后，由亚马逊在海外提供专业的仓储和物流服务，负责货物的选拣、存储、包装和运输
ERP	指	Enterprise Resource Planning, 即企业资源计划，是一种将物质资源、资金资源和信息资源集成一体化管理的企业信息管理系统
SIP	指	Standard Inspection Procedure, 是用于指导质量检验活动的规范性文件。它明确产品在各阶段的检验要求，包括进料、生产过程和成品检验
TQC	指	Total Quality Control（全面质量控制），是一种综合的、全面的经营管理方式和理念。以产品质量为核心，以全员参与为基础，其根本目的是通过顾客满意来实现组织的长期成功，增进组织全体成员及全社会的利益
DTC	指	Direct-to-Consumer（直面消费者），是一种营销策略，品牌可以通过直接向消费者销售产品或服务来扩大其业务范围。在 DTC 策略中，品牌不需要通过第三方经销商或电商平台，而是直接向消费者销售产品或服务，在跨境电商中以自建独立站为代表。相较于传统的销售模式，它减少了中间环节，降低了成本，提高了销售效率和用户体验
ASIN	指	“Amazon Standard Identification Number” 的英文缩写，系亚马逊为了方便分类查找自动为每一样产品生成的唯一标准识别号
BS 榜单	指	Best Sellers 榜单，是亚马逊基于实时销量生成的商品排名榜单，直接反映市场趋势与消费者偏好；该榜单每小时更新一次，反映最新的趋势
头程物流	指	跨境贸易卖家通过特定运输方式将商品从中国运到目的地仓库存储的物流过程
尾程物流	指	跨境贸易卖家通过特定运输方式从存储仓将商品直接派送到消费者的物流过程
BI	指	Business Intelligence（商业智能），是一款提供包括数据连接、数据处理、可视化分析、多维交互分析和数据应用的经营决策分析工具

注：本招股说明书部分表格中合计数与各单项数据之和在尾数上可能存在差异，系计算过程中的四舍五入形成。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、 发行人基本情况

公司名称	深圳千岸科技股份有限公司	统一社会信用代码	91440300559872352Y	
证券简称	千岸科技	证券代码	874600	
有限公司成立日期	2010 年 8 月 2 日	股份公司成立日期	2020 年 12 月 8 日	
注册资本	72,750,000.00 元	法定代表人	何定	
办公地址	广东省深圳市南山区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1101			
注册地址	广东省深圳市南山区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1101			
控股股东	何定	实际控制人	何定、何文	
主办券商	兴业证券股份有限公司	挂牌日期	2024 年 10 月 21 日	
上市公司行业分类	F 批发和零售业		F52 零售业	
管理型行业分类	F 批发和零售 业	F52 零售业	F529 货摊、无店 铺及其他零售业	F5292 互联网零 售

二、 发行人及其控股股东、实际控制人的情况

（一）发行人情况

发行人的基本情况详见本节之“一、发行人基本情况”。

（二）控股股东情况

截至本招股说明书签署日，何定为发行人的控股股东，何定直接持有公司 43.56%的股份，为公司第一大股东，其持有的股份所享有的表决权已足以对股东大会的决议产生重大影响。

（三）实际控制人情况

截至本招股说明书签署日，何定、何文为发行人的实际控制人。何文与何定为姐弟关系，且签订了《一致行动人协议》。何定直接持有发行人 43.56%的股份，通过千岸聚新闻间接持有发行人 0.01%的股份，合计持有发行人 43.57%的股份，并担任发行人董事长兼总经理；何文直接持有发行人 11.21%的股份并担任发行人董事兼副总经理。何定与何文合计持有发行人 54.78%的股份。

三、 发行人主营业务情况

公司是一家从事自有品牌产品研发、设计并主要通过电商平台和自营网站进行销售的高新技术企业。一方面，公司以产品的研发设计创新为核心驱动力，依托研发技术积累，打造核心优势品类与市场知名品牌。另一方面，公司以信息系统技术创新为公司业务高效运转的核心基石，通过自主开发设计的跨境电商全业务链条数字化与智能化运营管理系统，打造公司平台化快速反应能力与精

细化服务水平，高效地将自主品牌的差异化产品销售给全球消费者，主要产品包括艺术创作、数码电子、运动户外、家居庭院等类别，为全球消费者提供有趣生活体验。

四、 主要财务数据和财务指标

项目	2025年12月31日 /2025年度	2024年12月31日 /2024年度	2023年12月31日 /2023年度
资产总计(元)	932,561,761.70	819,782,047.48	638,876,852.48
股东权益合计(元)	690,188,094.86	496,611,650.22	348,386,808.86
归属于母公司所有者的股东权益(元)	690,188,094.86	496,611,650.22	348,386,808.86
资产负债率（母公司）（%）	13.48	13.98	21.36
营业收入(元)	1,980,922,681.19	1,667,143,900.91	1,399,856,798.16
毛利率（%）	43.42	41.35	39.86
净利润(元)	219,506,626.96	144,186,819.40	96,426,044.27
归属于母公司所有者的净利润(元)	219,506,626.96	144,186,819.40	96,426,044.27
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	213,365,812.43	142,979,253.97	91,409,552.90
加权平均净资产收益率（%）	37.31	34.13	30.49
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	36.26	33.84	28.91
基本每股收益（元/股）	3.02	1.98	1.33
稀释每股收益（元/股）	3.02	1.98	1.33
经营活动产生的现金流量净额(元)	229,817,787.47	171,874,927.11	207,206,446.42
研发投入占营业收入的比例（%）	1.56	1.60	1.43

五、 发行决策及审批情况

（一）本次公开发行已获得的授权和批准

2025年5月8日，公司召开第二届董事会第十二次会议，审议并通过了《关于公司申请公开发行股票并在北交所上市的议案》等关于本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的相关议案。

2025年5月27日，公司召开2025年第三次临时股东大会，审议并通过了与本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的相关议案，并同意授权公司董事会办理本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的相关事宜。

2025年12月1日，公司召开第二届董事会第十九次会议，审议并通过了《关于调整公司申请公开发行股票并在北交所上市方案的议案》和《关于调整公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市募集资金投资项目及募集资金运用可行性研究报告的议案》，公司根据自身

发展的实际需求以及股东会对董事会的授权，对募集资金投资项目及募集资金金额进行相应调整。

（二）本次公开发行尚需履行的决策程序与审批程序

本次公开发行还需取得北交所的审核通过和中国证监会的注册。

综上，公司董事会、股东大会已依法定程序作出批准本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的决议，符合《公司法》《证券法》等法律、法规、规范性文件和《公司章程》的相关规定。

六、 本次发行基本情况

发行股票类型	人民币普通股
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	公司拟向不特定合格投资者公开发行股票不超过 2,425 万股（未考虑超额配售选择权），或不超过 2,788.75 万股（全额行使超额配售选择权）；且发行后公众股东持股占发行后总股本的比例不低于 25%。公司及主承销商可以根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不得超过本次发行股票数量的 15%。最终发行数量由股东大会授权董事会与主承销商根据具体情况协商，并经中国证监会同意注册后确定
发行股数占发行后总股本的比例	-
定价方式	通过发行人和主承销商自主协商直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价方式确定发行价格。最终定价方式将由股东大会授权董事会与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定
发行后总股本	
每股发行价格	以后续的询价或定价结果作为发行底价
发行前市盈率（倍）	
发行后市盈率（倍）	
发行前市净率（倍）	
发行后市净率（倍）	
预测净利润（元）	
发行前每股收益（元/股）	
发行后每股收益（元/股）	
发行前每股净资产（元/股）	
发行后每股净资产（元/股）	
发行前净资产收益率（%）	
发行后净资产收益率（%）	
本次发行股票上市流通情况	-
发行方式	本次发行将采取网下向询价对象申购配售和网上向社会公众合格投资者定价发行相结合的发行方式，或证券监管部门认可的其他发行方式
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定的，已开通北京证券交易所股票交易权限的合格投资者（法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）
战略配售情况	-
预计募集资金总额	-

预计募集资金净额	-
发行费用概算	-
承销方式及承销期	-
询价对象范围及其他报价条件	符合北交所要求的合格投资者
优先配售对象及条件	-

七、 本次发行相关机构

（一） 保荐人、承销商

机构全称	兴业证券股份有限公司
法定代表人	苏军良
注册日期	2000 年 5 月 19 日
统一社会信用代码	91350000158159898D
注册地址	福州市湖东路 268 号
办公地址	福建省福州市湖东路 268 号
联系电话	021-20370631
传真	021-38565707
项目负责人	王英
签字保荐代表人	王英、贺小波
项目组成员	吕鹏飞、冯继恩、王大伟、余嵩、韩旭泽、陈之睿、李亚平、邓红军、张琳璐、何嘉勇

（二） 律师事务所

机构全称	北京市中伦律师事务所
负责人	张学兵
注册日期	1994 年 11 月 10 日
统一社会信用代码	31110000E00018675X
注册地址	北京市朝阳区金和东路 20 号院正大中心 3 号楼南塔 22-24 层及 27-31 层
办公地址	北京市朝阳区金和东路 20 号院正大中心 3 号楼南塔 22-24 层及 27-31 层
联系电话	010-59572288
传真	010-65681022/1838
经办律师	饶晓敏、周俊

（三） 会计师事务所

机构全称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	刘维、肖厚发
注册日期	2013 年 12 月 10 日
统一社会信用代码	911101020854927874
注册地址	北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢 10 层 1001-1 至 1001-26
办公地址	北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢 10 层 1001-1 至 1001-26
联系电话	010-66001391
传真	010-66001391
经办会计师	杨运辉、刘海曼、李亚慧、郭跃烽、李桐

（四）资产评估机构

☐适用 ☒不适用

（五）股票登记机构

机构全称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
法定代表人	黄英鹏
注册地址	北京市西城区金融大街 26 号 5 层 33
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

（六）收款银行

户名	兴业证券股份有限公司
开户银行	平安银行福州分行
账号	19014506740001

（七）申请上市交易所

交易所名称	北京证券交易所
法定代表人	鲁颂宾
注册地址	北京市西城区金融大街丁 26 号
联系电话	010-63889755
传真	010-63884634

（八）其他与本次发行有关的机构

☐适用 ☒不适用

八、发行人与本次发行有关中介机构权益关系的说明

截至本招股说明书签署日，公司与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

九、发行人自身的创新特征

公司具有产品创新、技术创新特征，且充分利用人工智能等数字信息技术助力产业链升级与效率提升。

（一）产品创新

公司产品以“提升消费者生活质量，丰富消费者有趣生活体验”为核心，通过场景化、精细化与差异化的创新性产品研发设计理念，精准挖掘特定消费人群的行为特征与需求，并基于已积累的产品创新设计技术，成功研发打造了覆盖艺术创作、数码电子、运动户外、家居庭院四大领域的产

品矩阵。报告期内，公司主营业务收入呈现出向艺术创作、数码电子和运动户外三大产品类别集中的趋势，公司该三大产品类别主要创新特征情况如下：

1、艺术创作

公司艺术创作类产品以 Ohuhu 品牌为主，其中优势品类产品为绘画笔。

（1）产品整体的创新设计理念及技术实力

创新设计理念	对艺术创作人群的心理进行精准把控，通过打造产品青春、活泼的风格特征，向用户传递积极乐观生活态度，为各类热爱并向往艺术创作的人群提供艺术创作灵感。
创新设计技术	①多功能性马克笔墨水配方及工艺技术：基于不同溶剂、染料的材质特点，进行马克笔墨水配方及配套工艺技术的研发，建立马克笔墨水配方参数数据库，并不断优化迭代； ②马克笔核心构件适配性测试分析技术：针对笔头、储水芯、墨水等马克笔核心构件的不同材质进行定量测试，构建参数数据库，并在此基础上对不同材质之间的应用适配性进行测试分析，实现最佳技术参数匹配。
市场认可度	①绘画笔品牌 Ohuhu 荣获“2019 年度亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强”、“2021 年度浙江省跨境电商出口知名品牌”、“第二十二届深圳（湾区）知名品牌”，并多次进入 OneSight 编制的《BrandOS 出海品牌社媒影响力榜单》排名和易势科技联合每日经济新闻发布的《中国跨境电商品牌影响力排行榜》Top100 榜单，且自 2019 年以来在文具办公品类中保持榜首； ②核心马克笔产品深受绘画爱好者的热捧，荣获 2024 年度德国红点设计奖（Red Dot）、法国设计奖和美国缪斯设计奖金奖，品牌销售额与销售量在亚马逊绘画笔类产品中排名前列。

（2）主要研发创新工作

公司针对绘画笔的研发创新工作主要围绕丰富墨水配方颜色种类、提升墨水配方性能、优化绘画笔结构设计等方面展开。具体如下：

①针对马克笔墨水配方成分进行研究，包括乙醇、丙二醇甲醚、染料、松香树脂或醛酮树脂等，同时对不同染料种类（碱性染料、酸性染料、金属络合染料）、染料纯度及在染料溶剂体系中溶解度进行对比测试，研究不同墨水配方方案的性能表现。

②对不同墨水配方存在的问题予以优化解决。如针对染料在溶剂体系中的溶解性低、存在酸性环境反应等带来的墨水干湿前后颜色饱和度变化率大、颜色暗沉、易褪色等问题开展研发工作，包括通过染料提纯、酸性染料改性、金属络合染料增溶等方面的研发创新保障了公司马克笔的高品质性能。

③优化马克笔的结构设计。如针对马克笔加墨量大带来的漏墨问题进行研究，通过储水芯纤维丝加弹加捻技术处理，提升了储水芯储墨及抓墨能力，解决马克笔在负压等高海拔环境下的漏墨问题。

（3）产品具体性能指标分析

公司绘画笔产品性能优势主要体现在为：

①公司马克笔绘画性能表现突出，保障了用户艺术创作的高品质

公司马克笔产品绘画过程中墨水干湿前后颜色变化小，同色叠色或多色融色后画面不易变脏、不泛白，遇水、遇光条件下无明显褪色，负压等高海拔环境下不易漏墨，绘画性能表现突出，保障了用户艺术创作的高品质。

②公司马克笔为用户提供更灵活便捷的使用体验

在颜色组合方面，公司马克笔已积累了丰富的墨水颜色配方方案，同时提供多个色系套装选择，合计可提供 500 余种鲜艳色彩组合，颜色布局全面，色阶丰富，是目前市面上颜色最全的马克笔品牌之一，可灵活满足用户的各种创作需求。

在笔尖组合方面，公司双头酒精马克笔提供粗头、软头、细头、软粗头、薄粗头、Mini 软头等丰富笔尖组合，可满足绘画初学者、绘画爱好者、专业绘画者、涂色爱好者、设计师等不同用户人群的不同创作场景需求，用户人群广泛。

在个性化设计方面，公司根据国际瑞典 NCS 自然色彩体系颜色理论，将颜色的色相、饱和度、明度等量化指标应用在酒精马克笔颜色色号管理及识别上，对每个颜色进行编码化，形成有颜色色相、饱和度、明度量化的色号，使用户的使用过程更便捷。

2、数码电子

公司数码电子类产品以 iClever 品牌和 Tribit 品牌为主，其中主要产品为儿童耳机、蓝牙音箱。

（1）产品整体的创新设计理念及技术实力

创新设计理念	在满足用户基本休闲娱乐需求的基础上，一方面强化产品使用安全，注重对特定人群的听力保护；另一方面，基于产品的特定使用场景需求，强化产品防水、防汗、长续航等个性化性能开发，全方位多角度的为用户提供极致的音频视听体验。
创新设计技术	①安全声压级检测和控制技术：自动降低持续过大音量，控制用户安全声压，同时又节省芯片数量，提升设备电量的持久耐用性； ②主动降噪声控技术：针对不同音频设备的特点实现定制化降噪，有效消除环境噪音，保护听力，降低音频设备在动态使用过程中的噪音干扰； ③多维音质控制与改善技术：基于不同音频设备特点实现对音质效果的精细化控制；根据不同用户听力状况定制最佳音频效果方案，使用户获取最真实听觉体验；实现各种极限状态下的不失真超重低音效果，使产品低音更饱满；通过拓展声场打造更真实的现场感体验； ④电池自防护与长续航技术：有效避免电池短路或者反焊接造成设备损坏；根据设备的输出功率（音量大小），以及音乐输入信号的大小，调整电池给系统的供电电压和电流，达到省电的目的； ⑤多样化防水结构设计技术：创新多样防水结构设计，以最低的成本方式，在结构空间允许的前提下，实现不同部位的高等级防水方案，并最大化降低对设备声学特性的影响。
市场认可度	①耳机系列产品数次荣获德国红点设计奖（Red Dot）、汉诺威工业设计

	奖（iF）、日本 VGP SUMMER 大奖等诸多奖项； ②XSound Go 蓝牙音箱荣获顶级科技媒体 Wirecutter 最佳音箱奖； ③StormBox Micro 蓝牙音箱荣获美国知名科技媒体 CNET 颁发的“CNET 2020 Editor's Choice”大奖。

（2）主要研发创新工作

公司针对数码电子的研发创新工作主要围绕提升听觉体验、使用续航与环境耐受性展开。具体如下：

①公司基于不同用户人群特点与使用需求持续开展听觉体验提升的研发创新工作。如针对儿童耳机主要开展听力保护技术的创新研究，对听力保护技术持续优化提升，由 dB 听力保护技术成功升级为 dBA 听力保护技术和基于耳蜗共振预衰减的听力保护技术，为儿童提供更安全的视听体验。针对蓝牙音箱，公司持续深耕低音增强虚拟算法与数字信号处理技术，不断提升公司蓝牙音箱的声音层次与细节。

②公司通过不断优化电压管理自动化算法与电池管理技术，提升相关电子产品的续航能力。

③基于公司数码电子产品运动户外的使用特性，公司持续开展防水防尘结构的创新研究，提升产品的环境耐受性。

（3）产品具体性能指标分析

公司儿童耳机产品性能指标优势主要体现为：

①公司儿童耳机拥有更成熟的听力保护技术。听力保护作为儿童耳机产品的核心，一直是公司在该领域的重点研发方向。目前亚马逊在售的多数儿童耳机产品仍采用 dB 听力保护技术，仅需满足声音在 1000Hz 频段不超过 85dB 的要求，而公司自研的基于人类听觉系统特性的听力保护技术采用更科学准确的 dBA（A 计权分贝）方式进行音量测试，通过模拟人耳听力环境，对声音进行全频段的 dBA 计权，使声音整体不超过 74/85dB，对儿童的听力保护效果更为显著。同时公司经过多年的持续投入，并成功推出的基于耳蜗共振预衰减的听力保护技术，对容易造成听力障碍的声音频段进行衰减，在兼顾声音清晰度的同时，有效预防高频听力损失。

②公司儿童耳机提供更全面的降噪处理方案，拥有主动和被动两种降噪模式选择，且公司双馈主动降噪模式相较大部分在售儿童耳机的单馈主动降噪模式对噪音的采集更为精准，降噪效果更佳，最大降噪深度可达 40dB。

③公司产品拥有更强的续航能力，单次充电续航时间长，快充能力突出。目前公司儿童耳机产品单次充电最长续航时间可达 85 小时，10 分钟快充最多可获得 7 小时播放时间，具有降噪功能的儿童耳机单次充电最长续航时间可达 60 小时，10 分钟快充可获得 5 小时播放时间。

④公司在儿童耳机领域产品布局完善，产品矩阵丰富，产品外观多样，覆盖场景全面。

公司蓝牙音箱产品性能指标优势主要体现为：

①音质效果：公司自研 XBass 低音增强虚拟算法，通过数字信号处理技术来改善有限体积的扬声器低频表现，即通过生成低频谐波来模拟低音效果，达到低音增强的目的，带来低音的下潜深度和胸腔共振的震撼感，最低频率可以达到 40Hz。

②续航能力：公司自研 RunStretch 自适应动态增压和降压算法实现的电池管理技术。通过硬件与软件的精准控制，精确计算电子功率需要的能量进行合理动态增压和降压算法，从而将功耗控制在相对较低的水平，目前最高续航可达 30 小时。

③防水防尘性能：公司通过开发多样化防水结构设计技术，使产品具备 IPX7 级防水性能，即在 1 米深的水中浸泡 30 分钟而不受损害，有效满足消费者对产品耐用性和可靠性的需求。

3、运动户外

公司运动户外类产品以 Sportneer 品牌为主，产品主要包括训练器材、户外用品、自行车用品等。

(1) 产品整体的创新设计理念及技术实力

创新设计理念	在人体工学原理基础上，精准定位各类户外和健身爱好者差异化与专业化的功能需求，并积极挖掘健身行业未来趋势，为用户提供更安全、便捷、舒适的健身选择。
创新设计技术	①基于人体工学原理与用户需求挖掘的创新结构设计技术：创新结构设计，使公司运动户外产品不仅具备结构稳定、便捷易收纳、快速拆装、功能多样化等属性特点，还更符合人体工程学原理，极大提升用户使用的安全性； ②自适应校准技术：以智能化的方式实现设备校准过程，具有灵活性、实时性、精准性和可靠性的特点，提升产品的稳定性与安全性，改善用户体验； ③电机电磁结构设计技术：优化电机整体输出效率和扭矩输出，以实现高效的能量转换。该结构设计实现了单电机达到 260 磅的力量训练，相较行业内双电机 220 磅力量训练而言，产品性能实现了大幅提升； ④高功率瞬态性能/电源突波管理技术：让电源拥有高能量密度、低内阻、快速放电能力和较好的循环寿命，解决了传统电源在面对高功率瞬态需求时存在功率输出滞后、能量密度不高、内阻较大等问题，极大地提升了电机的整体性能。
市场认可度	产品畅销欧美，其中自行车训练架及可调节负重沙袋更是常居亚马逊同类产品畅销榜单。

(2) 主要研发创新工作

公司针对运动户外类产品的研发创新工作主要围绕人体工学结构与提升工艺质量方面展开。具体如下：

①公司持续开展人体工学结构分析，基于用户不同身体部位的结构特点与曲线弧度差异等，进行差异化结构设计创新。如针对手腕和脚踝等分别创新推出不同曲线弧度的负重沙包系列。

②公司持续开展提升工艺质量的研究创新工作，围绕材料使用、工艺细节处理、个性化设计等提升用户使用便捷性与舒适性。

(3) 产品具体性能指标分析

对于运动户外产品而言，通常材料特性、结构设计合理性、工艺质量等方面的基础性能是产品实现核心功能的前提，直接决定产品的可靠性和耐用性，亦是消费者关注的核心。公司运动户外产品在上述关键指标上的性能优势如下：

①公司运动户外产品结合具体使用场景与用户需求，多使用在强度、韧性、弹性、密度、环保、吸湿透气等方面具有优异性能的材料，产品在承重性、抗冲击性、轻量化和透气舒适性等方面的性能表现具备竞争优势。如公司负重训练类产品可调节负重沙包口袋采用弹性包边材料和定制三层面料组合设计，使产品更吸湿透气耐磨，且运动过程更稳定安全。

②公司运动户外产品注重结构设计的合理性，基于目标消费人群的身体特征分析实现人体工学适配，同时通过功能分区设计与可调节性等满足用户多场景的使用需求。如可调节负重沙包与可调节负重背心通过分区设计实现配重可调节，可更好的满足用户渐进式负重训练的日常需求；同时为更贴合用户不同佩戴部位的曲线弧度，公司基于人体工学原理创新结构设计，分别研发推出曲线负重沙包与手腕沙包，使用户的佩戴与运动过程更为舒适。

③公司运动户外产品具备良好的工艺质量，注重做工细节与配件可靠性，持久耐用。如在产品的缝线密度、卡扣/魔术贴等的锁定强度、金属件的防锈处理等方面持续打磨升级，提升产品使用寿命与运动过程中的安全性能。

综上所述，公司针对“提升消费者生活质量，丰富消费者有趣生活体验”的核心诉求，基于对特定消费场景需求的深入挖掘，不断优化升级产品的创新设计理念，强化产品的创新设计技术，形成了性能指标突出、市场认可度高的创新性与高竞争力产品矩阵，公司符合北交所关于产品创新属性的定位需求。

（二）技术创新

由于跨境电商涉及境内境外、线上线下多个业务环节，流程复杂，因此需要强大、完善的信息系统支撑各项业务活动。公司凭借自己强大的 IT 研发团队与技术实力，持续推动数字化信息技术在跨境电商全业务流程中的运用，通过数字化手段解决业务需求，以数字化技术指导供应链管理，分析大量交易数据，实时把握市场消费需求，构建供应商、客户、商品的多维模型，实现精准营销推广，赋能上下游产业链运营效率提升、降低运营成本，提高企业的核心竞争力。公司主要业务环节的数字化信息技术创新特征与运用情况如下：

所属业务环节	技术名称	技术特色	技术运用具体情况与效果
采购环节	智能采购指引系统	一方面，此系统技术基于全球各渠道的在库和在途产品数量、到货周期与未来消耗预测等情况，通过实时数据追踪与精细化运行计算，为公司备货、备料决策提供精准数据支撑，对公司的供应链采购行为提供有效指引，在控制缺货、缺料风险的情	报告期内，公司智能采购指引系统为公司提供采购指引超 12 万次，为公司提供缺货预警超 24 万次，并依据预计的不同缺货程度，给予不同的操作建议指引。

		况下，最大限度提升公司货物周转率和资金使用效率，提高公司采购运营效率。 另一方面，SRM 供应商协同管理模块内置订单、交货、财务三大协同功能，供应商通过系统接入即可在线确认订单下达与变更、在线更新交货物流与验收状态、自动对账开票，通过构建端到端数字化协同网络，有效提升供应链运转效率，缩短交付周期，降低公司运营成本。	SRM 供应商协同管理模块自 2025 年上线以来在 报告期内 已实现电子化订单确认超 8,000 次，交期变更确认超 2 万次；到货验收系统化申请超 2 万次。
品控环节	智能品质管理系统	此系统技术囊括安全合规、认证测试、品质检测与改善等品质管控的全流程模块。一方面，系统的安全合规和认证测试模块，积累了针对公司各品类产品在不同国家和地区合规认证要求的丰富数据库并动态更新，为公司产品的安全合规性提供了基础保障；另一方面，基于行业规范化的质检标准与公司制定的 SIP 规范，设置多种模式下质检系统操作与追踪流程，提供精细化质检指引，减少人工判断失误，有效降低公司产品不良率和客诉率，并通过数据报表的量化呈现，实现对员工及供货方行为的有效考核管理。	报告期内，公司累计新增进行了超 400 款产品在不同销售目的地的安规与法规咨询，进行产品认证申请超 2,000 次，进行产品合规性申请超 3,500 次，推进签署产品 SIP 规范超 500 份，指引完成货物质检超 11 万次，完成对供应商的定期考核 3,000 余次，推进数百款产品质量提升，公司安全合规认证数据库不断丰富，品控流程得到持续优化和完善。
仓储物流环节	自动化仓储与库存管理系统	此系统技术可用于对仓库库位的自动化管理，覆盖产品从收货上架、库内转移、定期盘点、产品换标、拣货出库、称重打单是整个仓储管理流程，可对同类产品进行自动归集，并对库存商品进行先进先出管理，有效提升了公司的仓储运行效率，大大降低公司呆滞库存与存货平均库龄。同时，系统通过 API 数据接口高效同步 FBA 实时库存，系统算法可实现多维度数据分析，为 FBA 仓的补货与仓库调度决策提供数据支撑，有效提升公司安全库存，降低缺货率，提升发货及时率。 此外，公司通过数据接口自动对接尾程物流商派送单号，实时同步物流商的派送轨迹，为在途货物跟踪监控、及时掌握商品配送信息提供有力支持。	报告期内，公司同步头程物流轨迹超 22 万条，同步自有仓 B2C 订单发货尾程物流轨迹超 48 万条。
物流环节	智能排柜系统	此系统技术根据全球各渠道的在库和在途产品数量、到货周期、销量预测情况，计算需从中国仓发货到海外仓补货的产品种类和数量，并根据设定的毛利率、毛利额等条件对待发货产品进行智能优先级排序，在指定日期、指定体积要求下，对海运发货柜进行智能填充，以实现每个柜子的最大化利用率，有效提升仓库人员的发货效率，降低公司物流成本。	报告期内，通过智能化运算为公司提供近 7,000 次货柜填充有效指引。
营销推广环节	智能广告系统	此系统技术可实现对多区域与多国家店铺广告投放的一站式管理与效果追踪。通过定制系统广告规则与竞价机制，可实现广	可自动托管 3 种广告类型，涵盖全面。同时，可自动追踪超 3,000 个我品和竞品的

		告的自动化投放，同时基于对广告投放效果的实时追踪，与广告关键词的智能搜集与批量管理，自动优化广告投放策略，提高广告投放的精准度和效率，在最小广告成本下，有效提升公司营销推广的质量。	品牌及其搜索词的投放效果，以实现广告策略快速优化。
营销推广环节	智能营销管理系统	此系统技术包括销售中心、ASIN 中心、海卖助手、红人管理等多个技术模块，可实现多维度销售目标管控、分品类销量排名与关键词搜索热点追踪、多国家与多站点销售数据及订单自动化管理等功能，以便于及时并全面了解公司不同产品、不同店铺、不同销售人员的销售真实情况，并基于实时情况针对性的调整销售与广告运营策略，动态优化公司营销推广效果。在红人管理环节，系统可实现红人挖掘、红人建联、发货、效果评估等红人合作全流程闭环管理，通过多社媒同时挖掘，逐步沉淀全球红人库，提升红人合作效率与成功率，同时通过系统各流程节点的关键指标控制，可有效评估红人合作质量，持续优化红人合作回报率。	每日追踪关键词数量 超 700 个，每日追踪我品和竞品的广告位从 1 个上升至 3 个。同时可高效追踪我品和竞品的自然流量位置与用户星级评价数。报告期内，成功合作红人近 8,000 位，上线推广视频上 万 条。
营销推广环节	智能客服追踪系统	此系统技术提供针对客诉与用户反馈问题的跨部门协作平台，并可进行分类标记和分析反馈，在高效完成客诉问题处理基础上，为公司各业务环节的工作提供改进参考建议，从而不断提升用户体验。	目前该系统已通过 API 实现了 99 个邮箱的自动抓取与推送，自 2019 年系统上线至今已累计为超 60 万客户提供售前、售后服务，且报告期内为公司提供数百条产品改善与 listing 优化建议。

公司信息系统技术对各业务环节提效降本的具体情况如下：

系统名称	降低运营成本与效率提升具体情况
智能采购指引系统	1、在供应商信息维护考核环节，从线下搜集信息后在表格中手工登记维护，升级为系统线上化维护更新。信息维护耗时从天级压缩至小时级，同步实现信息准确率提升，避免手工登记错漏风险；同时可通过系统对供应商完成动态考核评估，推动供应商质量的整体提升； 2、在申购需求汇总环节，以往需整合不同销售部门通过表格、邮件分散提交的申购需求，线下生成采购单；如今系统自动汇总分散需求，经线上流程审批后直接向供应商下达采购单，消除跨部门信息孤岛与重复劳动； 3、在供应商导入与采购单审批环节，以往需采购部、财务部、总经办等多部门线下流转审批，如今线上审批流程大幅压缩审批时长，跨部门协同效率显著提升，推动采购周期整体缩短； 4、系统通过智能备货建议与自动总量控制功能，破解传统线下分散式申购模式下的超量采购、库存积压痛点，从源头控制冗余库存占用，显著提升企业资金使用效率与周转效率； 5、供应商通过接入 SRM 供应商协同管理系统，实现采购流程的高效协同处理，在订单变更、货物交付、货物验收、对

	账开票等方面，协同处理的效率平均提高 50%以上。
智能品质管理系统	1、在货物验收作业环节，从传统线下多验货员人工分散录入表格和逐个拍照上传的状态，升级为系统与验货 PAD 终端信息直连互推：验货需求实时同步更新，结果自动生成并推送，全程无信息遗漏且汇总效率显著提升。同时，系统汇总的海量验货数据信息与 BI 平台深度对接，支持按时间、品线、地区、供应商、不良原因等维度开展品质问题多维分析，既实现验货效率大幅提升，又能通过数据挖掘潜在品质风险，为公司产品质量优化提供决策支撑； 2、在文件管理方面，系统从线下多人分散手工管理（线下表格/纸质文件+邮件传递）转向线上系统集成汇总，旧模式因多人分散维护，常出现文件版本混乱、命名不规范、存储位置零散等问题，现通过系统集中存储，建立统一文件分类框架，并支持关键词模糊搜索与权限分级访问等，文件调取效率由此前的数小时提升至数分钟；同时，系统集成后，文件创建-审核-归档全流程线上化，减少跨部门沟通成本，又通过标准化流程规避人为疏漏；通过大量数据资产的沉淀，可为数据深层价值挖掘提供可能性，驱动公司主动品质改进与决策优化。
自动化仓储与库存管理系统	1、从线下表格登记、管理粗放的拣货出库模式，升级为系统驱动的全流程自动化仓储作业体系。通过整合收货上架、拣货出库、称重打单、换标、盘点等离散环节，实现无缝流水线作业：自动汇总多张客户订单，并生成高效的批次拣货单；根据仓库布局与货品位置，自动计算并规划出最短拣货路径；在批量拣选完成后，引导操作员至分拣区进行按订单的二次分拨与校验。同时，批次码作业功能破解无序摆放下的先进先出难题，减少货物挪库频次，库位利用率显著提升； 2、告别传统模式下一客一算的手工重复劳动，通过系统预设计费规则实现第三方服务费用自动化计算，效率与准确率双维度提升，解决人工计算误差与耗时问题； 3、从线下人工记录工时、作业量等滞后方式，转型为系统实时汇总仓库人员各环节作业数据。管理层可基于数据高效考核人员绩效，动态优化各环节人员配置，推动人均作业效率最大化。
智能排柜系统	从线下表格手工搜集、汇总发货信息并人工计算排柜结果，升级为线上全流程自动化搜集与汇总信息，基于智能规则自动输出优化排柜方案。单柜排柜耗时从 2-3 天压缩至分钟级，方案优化度显著提升，既提高发货效率，又赋能物流供应链高效协同。随着系统持续迭代，其覆盖场景与应用范围亦得到进一步拓展。
智能广告系统	1、系统功能实现从人工逐个广告组筛选操作升级为后台批量筛选操作模式，支持运营人员基于 ACOS（广告支出销售比，等于广告支出/广告销售额）、点击率、转化率等统一数据维度，跨板块集中筛选与批量调整广告组。剔除诊断分析耗时后，单环节操作效率提升 90%以上，显著降低重复劳动强度； 2、广告数据展示从单一绩效维度呈现升级为多广告类型+多绩效指标整合模式，可同步展示商品推广、品牌推广、展示型推广等多类型广告的展示量（Impressions）、点击量（Clicks）、点击率（CTR）、花费（Spend）、销售额（Sales）、广告支出销售比（ACOS）等核心指标，并通过 BI 系统对接，支持

	跨广告类型横向对比与投放效果深度归因，为策略调整提供可视化决策依据； 3、系统依托历史广告投放绩效数据，从广告活动设置、投放产品、关键词/ASIN 投放内容、搜索词等维度输出智能优化建议，推动成功案例经验沉淀与快速迁移，助力实现投放策略的标准化复制，进而保障广告效果的稳定性与可预测性。
智能营销管理系统	1、从人工逐个登录亚马逊账号、手动获取订单数据并线下汇总分析，升级为系统全链路自动化同步模式。数据时效性从原有的日级/周级更新，跃升至秒级实时同步，支持批量查看多国家销售汇总数据及多维度动态呈现，不仅将运营响应速度与管理决策效率提升数倍，更通过去人工化操作减少数据缺失遗漏，数据准确度较之前显著改善； 2、在红人管理模块，可实现对红人发货的实时系统化管理，操作时间由 1.5 小时降低至 0.5 小时，并在发货后实时跟踪与数量统计；品牌团队月度/季度数据预计可实时展示；管理层实现多团队数据一站式横向对比，便于考核。
智能客服追踪系统	1、通过多邮箱集成管理，有效降低邮箱密码泄露风险，单位时间邮件回复总量提升 20%，且通过新增满意度调查与主管抽查评分双轨机制，实现客服话术有效提升，提高下游客户的服务体验，且为客服部门绩效考核提供自动化数据支撑； 2、通过系统数据抓取功能，客服可减少无效登录与检查流程，从而可集中精力处理目标订单，针对性显著提升，人均每月可减少约 20 小时非必要耗时； 3、基于精细化客诉数据分类，向品质与运营部门等持续输出产品与 Listing 优化建议，目前已达数百条； 4、已初步构建并可逐步完善高频产品知识数据库，通过对接人工智能技术实现 AI 客服，目前该功能客服使用率已接近 100%，完成无修改采纳率已达 70%以上。

（三）产业链升级与效率提升情况

1、跨境电商突破传统零售局限，优化配置全球零售资源

传统零售的核心局限是“空间限制（区域市场）、成本刚性（线下支出）、效率滞后（长供应链）”，而跨境电商通过“全球市场覆盖、轻资产成本、短链路供应链、数字化体验、数据化决策”等核心优势实现对全球零售资源的优化配置，带来零售市场新的增长空间。

维度	传统零售	跨境电商
市场空间	传统零售的客群局限于实体店周边 3-5 公里，若区域消费需求饱和，增长即陷入瓶颈。	跨境电商通过亚马逊、速卖通等第三方电商平台以及自营独立站等渠道可高效触达全球区域市场，无需新增实体店开设，即可解决跨区域的供需错配问题。
成本结构	传统零售一般需提前支付数月实体店押金，雇佣店员、收银员等固定人员，面临较大的刚性线下成本（租金+人工）支出。	跨境电商核心成本为平台佣金+物流费，人工成本集中在运营和客服（可远程办公，无需按门店配置人员），同时可通过第三方物流代发与海外仓共享等方式减少库存积压，通过数字化模式实现轻资产运营，降低固定成本依赖。
供应链效率	传统零售的商品流转路径是品牌方→省级代理商→市级经销商→实体店→消费者，	跨境电商可实现品牌方→跨境电商平台/海外仓→消费者的短链路，商品周转周期可大幅缩短，且中间加价环节减少，商品价格更具竞争力。

	流通链路和库存周转周期长，加价环节多。 同时，传统零售的库存主要集中在实体店，缺货调拨效率缓慢。	跨境电商可通过全球库存可视化调度，提升物流速度，降低缺货风险，有效缩短了链路损耗，提升响应速度。
消费者体验	传统零售面临营业时间与货架空间限制，营业时间较短且展示商品数量有限，无法全方位满足消费者的购物需求。	跨境电商通过数字化服务覆盖更多消费场景，突破传统零售营业时间限制，实现随时随地浏览下单，适配了现代人群碎片化购物的习惯。 同时，跨境电商平台可提供数十万甚至数百万款商品，消费者通过搜索、筛选功能即可快速对比价格、评价、规格等，决策效率更高。
决策能力	传统零售决策需通过线下调研、经销商反馈等获取信息，滞后性较长；营销依赖线下海报、传单等，无法精准锁定客群，整体易出现库存积压与营销低效的问题。	跨境电商的核心优势是数据驱动，通过平台数据（如 Google Trends、亚马逊 BS 榜单、社交媒体热点等）实时追踪全球消费趋势，可及时调整产品开发方向，降低积压风险。 在营销方面，跨境电商可通过电商平台站内广告投放、搜索引擎营销、社交媒体定向投放精准定位客群，实现营销效果实时监测调整，实现精准决策。

2、跨境电商创新业务模式助力传统外贸转型升级

传统外贸模式是由国外进口商主导的 OEM 或集中采购模式，一般要跨越“国内工厂-外贸公司-目的国进口商-目的国批发商-目的国零售商”5 个渠道，产品交易的流程过长，渠道加价率较高，且商品的流转周期较长。

随着互联网技术的迅速发展，“互联网+外贸”的跨境电商业务模式逐步出现并发展壮大。根据国家统计局发布的《新产业新业态新商业模式统计分类（2018）》，公司所属“互联网零售”行业属于新产业、新业态、新商业模式的范畴。而跨境电商出口新模式“海外仓”的逐步建设完善，进一步打通了境内工厂到境外终端消费者的全链路跨境物流服务体系，实现中国品牌快速直接触达海外终端客户。跨境电商凭借其线上交易、非接触式交货、交易链条短等优势，为我国外贸发展注入新动能，是产业转型升级、创新驱动的重要助推器。

3、跨境电商全面赋能产业带高效发展

经过二十多年的发展，我国跨境电商出口进入了深耕国内供应链的新阶段，通过“跨境电商+产业带”实现跨境电商对各地优势产业带的全面赋能，推动特色产品出口，实现产业转型升级，培育自主品牌，使数字经济与实体经济实现有效融合，即跨境电商通过数字化、协同创新、精准营销、智能物流等方式，形成立体联动的助力生态，推动产业带数字化、产品创新、国际市场扩大、高效履约，形成优质供应链进一步为我国跨境电商高质量发展提供强大支撑。具体情况如下：

赋能路径方式	赋能具体情况
跨境电商推动产业带数字化	跨境电商促使产业带从经销商主导的订单模式下的被动生产，转向协同效率更高的备货模式，即提前配备原材料，通过柔性化生产方式，对少量、多次的订单实现快速响应。在备货模式下，产业带上下游企业数字化进程持续提升，对供应链的把控能力增强，产业带订单积少成多，实现了大批量

	生产，进一步加快产业带的集聚化和数字化。
跨境电商加快产业带产品创新	传统外贸模式下产业带的企业不直接掌握消费市场的信息，产品和环节创新，都是基于国外采购商需求，或是自身成本考虑，多为局部的改进。 跨境电商模式下，产业带的企业能够直接面对消费者反馈，通过上下游协同创新，实现产品迭代，是结构型创新，甚至能够引领消费需求。
跨境电商拓展产业带国际市场	传统外贸一般是通过展会形式获得国际订单，新产品打开国际市场的难度较大、周期较长，导致新兴产业带出口难度较大、成本高。 跨境电商模式下，在符合进口国相关标准的情况下，新产品可以随时上架，并向潜在客户进行精准营销，能够缩短新兴产业带出口的周期，甚至快速占领国际市场，成为细分行业头部。
跨境电商提升产业带履约效率	在传统外贸模式下，产业带部分企业给国外品牌做代加工，走传统海运，效率低下，资金回流周期长。 在跨境电商模式下，产业带企业能够借助跨境物流体系，制定数字化的跨境物流解决方案，改变流通方式，提高履约效率，提升消费者体验，实现智慧供应链建设。

4、公司对产业链升级与效率提升发挥的具体作用

公司作为跨境电商行业中具有代表性的企业之一，在有效打通产业链，促进产业链升级与效率提升方面发挥的具体作用如下：

（1）打破信息壁垒，重构生产-消费链路

传统产业链的痛点是生产端与消费端脱节，公司通过平台化、数字化工具直接连接生产商与消费者，消除中间冗余环节。

一方面，公司积极向上游延伸，筛选核心供应商，建立长期稳定合作关系。通过行业展会、B2B平台或产业带调研等锁定满足研发能力、成本合理、交付质量与交期稳定且合作性好的供应商，签订长期框架协议，共享需求预测数据，降低供应商配合成本。供应商通过接入公司 SRM 供应商协同管理系统，可高效完成在线确认订单下达与变更、在线更新交货物流与验收状态、自动对账开票，有效提升供应链整体运转效率。除一级供应商外，公司亦同步向上游延伸，对部分关键物料供应商进行资质认定和准入管控。此外，公司基于供应商现有的技术水平与资源优势，通过合作开发的形式，推动供应商的产品技术升级，如升级产品的结构和功能设计，共同研发定制化原材料或零部件等。

另一方面，公司持续向下游渗透，通过线上线下多渠道直接触达消费者，捕捉真实的消费需求。如通过品牌独立站、亚马逊等第三方平台、TikTok、Instagram 等社交媒体多渠道布局，分析用户行为数据（浏览轨迹、加购记录、评价反馈等），精准分析需求深入了解消费者需求和市场趋势。同时利用公司智能营销管理系统整合多平台销售数据，进行用户行为的系统性分析。最终公司将获取的消费者需求及时反馈至生产端的供应商合作圈层，推动生产端积极调整生产计划与产品设计，从

“被动接单”转向“主动响应”。

（2）数据互通与全球化布局，强化产业链生态韧性

在生产端，一方面，公司具备对终端消费者的直接触达能力，可更精准预测消费需求数量，供应商可能面临快速变动的采购需求，因此将推动生产端制造企业改造产线，实现智能化柔性制造，打造快速响应能力。另一方面，为分散产品采购风险，公司除中国境内供应商外，已布局东南亚等区域供应商，并将国内成熟的生产工艺、管理经验输出至海外产能，降低综合成本。

在流通端，公司优化物流与支付，降低履约成本。一方面，公司布局全球化物流网络，通过“国内仓+海外仓”组合模式，缩短配送时效，即通过国内义乌自有仓，实现国内商品采购后的质检、存储、集拼、转运等功能，并通过国际物流将货物运抵海外仓库，最后通过海外第三方物流配送将商品交付给终端消费者。根据不同业务类型，公司搭配使用亚马逊 FBA 仓、海外自营仓等不同的海外仓和第三方物流配送服务。海外自营仓的建立有助于公司掌握库存自主权，避免亚马逊 FBA 仓的库容限制，且有助于应对国际贸易摩擦与关税筹划。另一方面，公司通过多元化支付渠道（Paypal、Payoneer、Pingpong 等）实现多币种实时结算，解决资金多平台多币种收款的困难。同时，公司通过开立多币种银行账户，以离岸账户与本地账户相结合的方式，降低汇率波动风险，优化流动性。

（3）用数字技术优化产业链决策

数据是打通产业链的“神经中枢”，跨境电商企业需通过数据沉淀-分析-应用闭环，实现全链路智能化。首先，在数据沉淀环节，通过全渠道布局以覆盖全链路，如通过亚马逊等第三方电商平台及自营品牌独立站高效获取前端销售数据，通过公司 ERP 系统与 WMS（仓储管理系统）等抓取供应链数据（库存、采购等），通过 API 接口对接物流信息数据等；其次通过 BI 工具进行数据的可视化呈现，利用大数据模型有效预测销售趋势，指导公司采购、仓储与物流活动。公司数字化技术对采购、品控、仓储物流、营销推广等环节发挥的指导作用详见本招股说明书之“第二节 概览”之“九、发行人自身的创新特征”之“（二）技术创新”。

十、 发行人选择的具体上市标准及分析说明

发行人符合《北京证券交易所股票上市规则》第 2.1.3 条的第一款第（一）项标准，即预计市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8。

结合发行人的可比公司估值、行业市盈率情况以及公司报告期内股票交易价格等因素合理估计，预计发行时公司市值不低于 2 亿元；公司 2024 年、**2025 年**归属于母公司股东的净利润（扣除非经常性损益前后孰低数）分别为 14,297.93 万元**和 21,336.58 万元**，最近两年净利润均不低于 1,500 万元；公司 2024 年、**2025 年**加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益前后孰低数）分别为 33.84%

和 36.26%，均不低于 8%。因此，公司符合《北京证券交易所股票上市规则》第 2.1.3 条的第一款第（一）项的市值及财务指标。

十一、 发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在公司治理特殊安排等重要事项。

十二、 募集资金运用

经公司第二届董事会第十二次会议、2025 年第三次临时股东大会和第二届董事会第十九次会议审议通过，公司本次拟向不特定合格投资者公开发行股票所募集的资金扣除发行费用后，拟投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟用募集资金投资额	项目备案情况
1	产品开发中心建设项目	22,078.79	22,078.79	深南山发改备案（2025）628 号
2	供应链及运营中心系统建设项目	12,285.42	12,285.42	深南山发改备案（2025）626 号
3	品牌建设和渠道推广项目	17,061.59	5,061.59	深南山发改备案（2025）627 号
4	补充流动资金	8,600.00	8,600.00	不适用
合计		60,025.80	48,025.80	-

本次发行募集资金到位前，公司可以根据实际需要调整募投项目的实际进度，先行以自筹资金支付项目所需款项，待募集资金到位后予以置换。本次发行募集资金到位后，若实际募集资金净额少于以上项目所需资金总额，则不足部分由公司通过自有资金或其他方式自筹解决；若本次发行募集资金超过项目预计资金使用需求，公司将根据中国证监会和北交所的相关规定使用超募资金。

十三、 其他事项

截至本招股说明书签署日，不存在需披露的其他事项。

第三节 风险因素

投资者在评价本公司此次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。以下风险因素根据重要性原则和可能影响投资者决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素依次发生。投资者应当认真阅读公司公开披露的信息，自主判断公司投资价值并做出投资决策，自行承担股票依法发行后因公司经营与收益变化导致的风险。

一、经营风险

（一）Amazon 平台集中度较高的风险

公司主要通过 Amazon 等第三方电商平台以及公司自有品牌网站实现自有品牌产品的销售。Amazon 是公司最主要的销售平台，2023 年、2024 年和 **2025 年**公司通过 Amazon 平台实现的销售收入占主营业务收入的比例分别为 93.42%、90.30%和 **85.55%**，逐年下降，但集中度较高。

如果公司未来无法与 Amazon 平台保持良好的合作关系，或 Amazon 平台的销售政策、收费标准等发生重大不利变化，亦或公司在 Amazon 平台的经营情况不及预期，将对公司的经营业绩产生不利影响。此外，如果 Amazon 由于市场竞争、经营策略变化或当地国家政治经济环境变化而造成市场份额降低，亦可能对销售额产生负面影响。

（二）受美国关税政策影响业绩波动甚至大幅下滑的风险

报告期内，公司境外收入占主营业务收入的比例分别为 99.56%、99.57%和 **99.68%**，占比较高，为公司营业收入的主要来源，销售市场主要包括美国、加拿大、欧洲等国家和地区。其中，发行人来自美国地区的主营业务收入占比分别为 53.08%、51.01%和 **51.40%**。

2025 年 2 月以来，美国**对华关税政策有所反复**，对公司美国市场业务带来**一定的不确定性**，若**公司不能采取有效措施应对关税波动带来的成本压力**，**将面临经营业绩波动甚至大幅下滑的风险**。

（三）毛利率下滑的风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 39.88%、41.51%和 **43.54%**。公司毛利率受市场竞争变化、公司品牌力、产品结构变化、成本控制、海运成本、汇率波动和国际贸易政策等因素综合影响。如果不能采取有效措施积极应对上述因素变化，公司存在毛利率下滑的风险。

（四）品牌力受损的风险

品牌影响力对公司的持续盈利具有重要影响，如公司产品质量、品牌维护、运营推广及售后服务等方面出现问题，将会直接影响公司的品牌形象和品牌美誉度，进而对公司的经营业绩和持续盈利能力产生负面影响。

（五）新技术和新产品开发失败的风险

公司下游市场竞争激烈，用户需求更新迭代较快，使得公司必须不断加快技术研发和新产品开发步伐。若公司新品开发失败或者不及市场预期、公司信息系统无法及时更新迭代满足行业趋势变化，将对公司的财务状况和未来发展产生不良影响。

（六）采用成品采购经营模式的风险

公司采用成品采购的经营模式，对供应商的产能与交付能力有一定的要求，若部分核心供应商因其自身经营问题或外部突发事件导致产能波动或供应能力阶段性中断，而公司短期内难以通过调整供应商弥补产能缺口，则可能直接造成订单履约延迟或缺货，进而影响公司市场份额和品牌形象。

（七）境外监管政策变动的风险

公司主要从事跨境电商出口贸易业务，报告期内，公司主要的销售区域为北美洲和欧洲等，并主要通过在美国、德国、中国香港等国家和地区设立境外子公司进行海外市场的销售。公司的经营活动不仅受到中国政府相关法律法规的管辖，还在税收、知识产权、消费者权益保护及不正当竞争等方面面临不同国家和地区复杂的监管环境。如果未来境外子公司或消费者所在国家或地区法律法规及相关监管要求发生不利变化，而公司管理层未能正确理解或及时根据相关监管政策的变化进行调整，则可能使公司面临相关国家的监管或处罚措施，从而对公司经营业绩造成不利影响。

（八）期后业绩下滑的风险

2023 年至 2025 年，公司实现营业收入 139,985.68 万元、166,714.39 万元和 **198,092.27 万元**，2024 年同比上升 19.09%，2025 年同比上升 **18.82%**；实现净利润 9,642.60 万元、14,418.68 万元和 **21,950.66 万元**，2024 年同比上升 49.53%，**2025 年**同比上升 **52.24%**。报告期内，公司经营业绩持续增长。

公司是一家从事自有品牌产品研发、设计和销售的跨境电商企业，主要销售市场为欧美，主要销售平台为亚马逊，受行业特征和业务模式影响，公司经营业绩容易受到国际贸易政策、销售平台政策、存货管理、国际海运费价格和汇率波动等因素的影响，期后业绩存在一定不确定性甚至下滑的风险。

二、财务风险

（一）存货管理的风险

报告期各期末，公司存货余额分别为 17,892.94 万元、23,842.55 万元和 **24,612.03 万元**，占资产总额的比例分别为 28.01%、29.08%和 **26.39%**。报告期内，公司存货周转率分别为 4.05 次/年、4.69 次/年和 **4.63 次/年**。

由于公司所处行业的经营模式需维持较高规模的备货，一定程度增加了公司的存货跌价风险和

资金占用压力。若公司未来不能合理控制存货规模，或市场竞争、消费者需求等因素变化导致公司产品不能持续满足市场需求而出现滞销、存货积压，则公司可能存在存货跌价的风险，进而对公司的财务状况和经营成果产生不利影响。此外，公司存货主要存放于亚马逊 FBA 仓、自营仓和其他第三方仓等，若该等仓库存货或其他在途存货因管理不善，而出现损失或损害等情况，将对公司的经营业绩造成不利影响。

（二）海运价格波动的风险

公司主要通过海运的方式将商品运输至北美、欧洲等主要海外销售地区的 FBA 仓、自营仓及第三方仓，国内仓至海外仓产生的物流费用纳入头程物流成本。2024 年，全球经济和国际贸易回暖，全球集装箱航运贸易量回升，受红海事件等地缘冲突影响，全球运力供给紧张，头程物流费用较 2023 年有所上涨。2025 年较 2024 年航运价格整体呈现震荡下行趋势如果未来发生国际运力供不应求的事件，海运价格持续大幅上涨，将对公司经营业绩产生一定不利影响。

（三）汇率波动的风险

报告期内公司境外销售占当期主营业务收入的比例超过 99%，外销业务主要以美元、欧元、加元等为结算币种。美元、欧元、加元兑人民币汇率受全球政治、经济影响呈现一定波动，受汇率波动影响，公司报告期内的汇兑收益金额分别为 563.91 万元、141.46 万元和 483.70 万元，若未来主要结算货币兑人民币的汇率发生大幅波动，可能导致公司出现大额汇兑损失，进而影响公司经营业绩。

三、其他风险

（一）公司治理风险

公司实际控制人为何定、何文，何文与何定为姐弟关系，且签订了《一致行动人协议》，何定与何文合计持有公司 54.78%的股份，何定担任公司董事长、总经理，何文担任公司董事、副总经理。公司已按照《公司法》《上市公司章程指引》等法律法规的要求成立了由股东会、董事会和高级管理人员组成的治理架构并有效运行。但实际控制人仍可能利用其主要决策者地位，对公司的战略规划、生产经营、人事安排、重大资本支出和利润分配等重大事项施加影响，从而影响公司决策的科学性和合理性。且随着公司的发展，公司经营规模持续扩大，业务范围不断扩展，人员逐渐增加，将会对公司治理提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因公司治理不适应发展需要而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

（二）募集资金投资项目风险

本次募集资金投资项目是依据公司发展战略，在充分考虑包括市场潜力、自身管理能力等因素后确定的投资项目。如果项目实施因市场环境发生重大变化、组织管理不力等原因不能按计划进行，可能导致募投项目经济效益的实现存在较大不确定性，进而对公司经营计划的实现和持续发展产生

不利影响。此外，由于募集资金投资项目的建设需要一定的周期，项目实施后，如果募集资金投资项目不能按照原定计划实现预期的经济效益，则新增资产折旧及摊销费用将对公司未来的经营业绩产生不利影响。

（三）发行失败的风险

公司本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市受宏观经济市场环境、资本市场形势、投资者对公司的判断等多重因素影响。若公司发行新股存在认购不足或其他不利变化，则会给公司带来发行失败的风险。

第四节 发行人基本情况

一、 发行人基本信息

公司全称	深圳千岸科技股份有限公司
英文全称	Shenzhen Thousandshores Technology Co., Ltd.
证券代码	874600
证券简称	千岸科技
统一社会信用代码	91440300559872352Y
注册资本	72,750,000.00 元
法定代表人	何定
成立日期	2010 年 8 月 2 日
办公地址	广东省深圳市南山区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1101
注册地址	广东省深圳市南山区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1101
邮政编码	518052
电话号码	0755-86344651
传真号码	0755-86344651
电子信箱	ir@1000shores.com
公司网址	https://www.1000shores.cn
负责信息披露和投资者关系的部门	董事会办公室
董事会秘书或者信息披露事务负责人	高娜
投资者联系电话	0755-86344651
经营范围	一般经营项目是：电子商务平台技术服务；信息传输、软件和信息技术服务；计算机软、硬件、通讯产品、电子产品、机械设备的研发及销售；经营电子商务（涉及前置性行政许可的，须取得前置性行政许可文件后方可经营）；国内贸易；货物及技术进出口。（以上法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）
主营业务	公司从事自有品牌产品的研发、设计和销售，产品覆盖艺术创作、数码电子、家居庭院、运动户外四大领域。
主要产品与服务项目	公司长期坚持打造国际知名自有品牌，自主创立品牌包括 Ohuhu、Tribit、Sportneer、iClever 等。

二、 发行人挂牌期间的基本情况

（一） 挂牌时间

2024 年 10 月 21 日

（二） 挂牌地点

全国中小企业股份转让系统创新层。

（三） 挂牌期间受到处罚的情况

无。

（四） 终止挂牌情况

☐适用 ☒不适用

（五） 主办券商及其变动情况

自 2024 年 10 月 21 日挂牌以来，公司的主办券商为兴业证券股份有限公司，未发生变动。

（六） 报告期内年报审计机构及其变动情况

报告期内，公司的年报审计机构为容诚会计师事务所（特殊普通合伙），未发生变动。

（七） 股票交易方式及其变更情况

自 2024 年 10 月 21 日挂牌以来，公司股票交易方式为集合竞价转让，未发生变更。

（八） 报告期内发行融资情况

报告期内，公司未进行发行融资。

（九） 报告期内重大资产重组情况

报告期内，公司未发生重大资产重组情况。

（十） 报告期内控制权变动情况

报告期内，公司的控股股东为何定、实际控制人为何定和何文，未发生变动。

（十一） 报告期内股利分配情况

报告期内，公司进行了 3 次股利分配，具体情况如下：

公司第一届董事会第十二次会议和 2023 年第二次临时股东大会审议通过了《关于深圳千岸科技股份有限公司 2022 年年度利润分配方案的议案》，向股东派发现金红利 1,000.00 万元。公司于 2023 年 3 月 6 日完成了本次利润分配。

公司第二届董事会第十一次会议和 2024 年年度股东大会审议通过了《关于公司 2024 年年度权益分派预案的议案》，向股东派发现金分红 2,997.30 万元。公司于 2025 年 5 月 28 日完成了本次利润分配。

截至本招股说明书签署日，何定直接持有公司 43.56%的股份，为公司第一大股东，其持有的股份所享有的表决权已足以对股东大会的决议产生重大影响，认定为公司控股股东。

何定的基本情况如下：

何定，男，1974 年 11 月生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为 330725197411****，博士研究生学历，现任千岸科技董事长兼总经理。何定先生于 2007 年 2 月至 2008 年 6 月，任 Sun Microsystems Inc.高级软件工程师；于 2008 年 6 月至 2010 年 3 月，任 Sunvalleytek International Inc. 副总经理；于 2010 年 10 月至 2016 年 1 月，任千岸有限总经理；于 2016 年 2 月起至今历任千岸有限、千岸科技董事长、总经理。

2、实际控制人情况

截至本招股说明书签署日，本公司实际控制人为何定、何文，何文与何定为姐弟关系，且签订了《一致行动人协议》。何定直接持有公司 43.56%的股份，通过千岸聚新间接持有发行人 0.01%的股份，合计持有发行人 43.57%的股份，并担任公司董事长兼总经理，何文直接持有公司 11.21%的股份并担任公司董事兼副总经理。何定与何文合计持有公司 54.78%的股份，为公司的实际控制人。

何定的基本情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”之“1、控股股东情况”。

何文的基本情况如下：

何文，女，1966 年 7 月生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为 330725196607****，本科学历，现任千岸科技董事兼副总经理。何文女士于 1985 年 7 月至 2011 年 6 月历任中国电信股份有限公司义乌分公司信息台台长、商城信息业务部经理、增值业务中心主任；于 2010 年 8 月至 2010 年 10 月任千岸有限执行董事、总经理；于 2010 年 10 月至 2016 年 1 月任千岸有限执行董事、副总经理；于 2016 年 2 月起至今历任千岸有限、千岸科技董事、副总经理。

（二） 持有发行人 5%以上股份的其他主要股东

截至本招股说明书签署日，除何定、何文外，其他持有发行人 5%以上股份的其他主要股东如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	刘治	1,147.2240	15.77%
2	王文生	900.0000	12.37%
3	千岸聚新	750.0000	10.31%

上述股东的基本情况简介如下：

1、刘治

刘治，男，1977年5月生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为110107197705****，博士研究生学历，现任千岸科技董事兼副总经理。刘治先生于1996年7月至1997年7月任北京希望电脑公司产品推广工程师；于1997年7月至1998年7月任上海山特电子有限公司产品推广工程师；于2007年4月至2010年6月任美国OSIsoft Inc.(CA,US)软件工程师；于2010年8月起至今历任千岸有限、千岸科技董事、副总经理。

2、王文生

王文生，男，1964年9月生，中国国籍，拥有新加坡永久居留权，身份证号码为420106196409****，硕士研究生学历。王文生先生于1990年8月至1994年8月任深圳沙河实业公司下属工厂总经理兼总工程师；于1994年9月至2016年6月任深圳市日海通讯设备有限公司董事、总裁、总工程师；于2003年11月至2016年11月任深圳日海通讯技术股份有限公司董事长兼总经理；于2022年10月起至今任深圳市日海通讯设备有限公司执行董事；于2024年8月起至2025年7月任新加坡千岸董事。

3、千岸聚新

千岸聚新的基本情况如下：

企业名称	深圳市千岸聚新管理咨询合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91440300MA5DHYUC2A
执行事务合伙人	刘治
成立日期	2016年8月9日
企业类型	有限合伙企业
认缴出资额	555.5556 万元
实缴出资额	555.5556 万元
主要经营场所	深圳市南山区南头街道马家龙社区南山大道3186号莲花广场B栋1006
经营范围	商务信息咨询、商业信息咨询（不含信托、证券、期货、保险及其它金融业务）、企业管理咨询（不含人才中介服务）、企业品牌策划、市场调研、市场信息咨询、市场营销策划。（法律、行政法规或者国务院决定禁止和规定在登记前须经批准的项目除外）
主营业务及与发行人主营业务的关系	千岸聚新为千岸科技的员工持股平台，无其他对外投资，与千岸科技的主营业务不存在关系。

截至本招股说明书签署日，千岸聚新的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例
1	杨旭峰	有限合伙人	200.0000	36.0000%
2	彭健	有限合伙人	69.4400	12.4990%
3	刘治	普通合伙人	57.5622	10.3600%
4	杨娟	有限合伙人	30.0000	5.4000%

5	彭秀清	有限合伙人	27.7800	5.0000%
6	李悦纯	有限合伙人	18.9427	3.4100%
7	代玄	有限合伙人	15.0000	2.7000%
8	邵燕林	有限合伙人	15.0000	2.7000%
9	李昕	有限合伙人	13.4656	2.4240%
10	蔡政辰	有限合伙人	12.5000	2.2500%
11	高娜	有限合伙人	11.1071	2.0000%
12	敖雪辉	有限合伙人	10.0000	1.8000%
13	沙晋生	有限合伙人	8.7500	1.5750%
14	屈鹏飞	有限合伙人	6.6750	1.2020%
15	邓碧波	有限合伙人	6.2500	1.1250%
16	胡莹	有限合伙人	5.7500	1.0350%
17	范宇	有限合伙人	5.0000	0.9000%
18	卢毓秋	有限合伙人	5.0000	0.9000%
19	王蕾	有限合伙人	3.0000	0.5400%
20	郭海峰	有限合伙人	2.7800	0.5000%
21	王彩霞	有限合伙人	2.5000	0.4500%
22	戴小梅	有限合伙人	2.5000	0.4500%
23	章杨	有限合伙人	2.5000	0.4500%
24	梁苑真	有限合伙人	2.5000	0.4500%
25	周鸿华	有限合伙人	2.5000	0.4500%
26	彭志坚	有限合伙人	2.5000	0.4500%
27	陈云	有限合伙人	1.5000	0.2700%
28	冯青青	有限合伙人	1.5000	0.2700%
29	梁伟	有限合伙人	1.0000	0.1800%
30	孙世民	有限合伙人	1.0000	0.1800%
31	王晓强	有限合伙人	1.0000	0.1800%
32	涂哲	有限合伙人	1.0000	0.1800%
33	唐怀强	有限合伙人	1.0000	0.1800%
34	肖雄	有限合伙人	1.0000	0.1800%
35	周泽宇	有限合伙人	1.0000	0.1800%
36	吴灯武	有限合伙人	1.0000	0.1800%
37	王燕珍	有限合伙人	1.0000	0.1800%

38	何定	有限合伙人	0.5530	0.1000%
39	陈畅	有限合伙人	0.5000	0.0900%
40	陈瑞	有限合伙人	0.5000	0.0900%
41	杨帆	有限合伙人	0.5000	0.0900%
42	李景辉	有限合伙人	0.5000	0.0900%
43	丁莹	有限合伙人	0.5000	0.0900%
44	陈观月	有限合伙人	0.5000	0.0900%
45	徐一方	有限合伙人	0.5000	0.0900%
46	曹飞华	有限合伙人	0.5000	0.0900%

注：上表出资比例为合伙协议约定及工商登记信息，计算得到的出资比例与列明的出资比例不一致的原因系为消除四舍五入造成的尾差。

（三） 发行人的股份存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，发行人的股份不存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况。

（四） 控股股东、实际控制人所控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署日，除公司及其合并范围内的子公司外，公司控股股东、实际控制人不存在其他控制的企业。

五、 发行人股本情况

（一） 本次发行前后的股本结构情况

截至本招股说明书签署日，本次公开发行前公司的总股本为 72,750,000 股。公司本次拟向不特定合格投资者公开发行股票的数量为 24,250,000 股（未考虑超额配售选择权），占发行后总股本的比例为 25.00%；发行后公众股东持股比例不低于公司股本总额的 25.00%。本次公开发行可以采用超额配售选择权，超额配售部分不超过本次发行股票数量的 15.00%。

（二） 本次发行前公司前十名股东情况

序号	股东姓名/名称	担任职务	持股数量 (万股)	限售数量 (万股)	股权比例(%)
1	何定	千岸科技董事长、总经理	3,169.29	3,169.29	43.56
2	刘治	千岸科技董事、副总经理	1,147.22	1,147.22	15.77
3	王文生	-	900.00	900.00	12.37
4	何文	千岸科技董事、副总经理	815.41	815.41	11.21

5	千岸聚新	-	750.00	750.00	10.31
6	上海联新	-	284.18	284.18	3.91
7	蒋纯望	-	208.90	208.90	2.87
合计		-	7,275.00	7,275.00	100.00

(三) 主要股东间关联关系的具体情况

序号	关联方股东名称	关联关系描述
1	何定、何文	何文与何定为姐弟关系，且为一致行动关系
2	何定、千岸聚新	何定系千岸聚新有限合伙人，持有千岸聚新0.10%的出资额
3	刘治、千岸聚新	刘治系千岸聚新执行事务合伙人，持有千岸聚新10.36%的出资额

(四) 其他披露事项

1、发行人实际控制人存在的一致行动情况

2016年4月1日，何定与何文签署了《一致行动人协议》，将双方的一致行动人关系以书面的形式明确化并约定：双方将在公司的董事会、股东大会召开前就会议所要表决事项进行充分协商沟通，形成一致意见后，在公司的董事会、股东大会进行一致意见的投票；如果双方对有关公司经营发展的重大事项行使何种表决权无法达成一致意见的，则应当以何定的意见为准进行表决。双方承诺及同意，任何一方均不得与签署本协议之外的其他方签订与本协议内容相同、近似的协议或合同或者作出类似安排，也不会作出影响公司控制权稳定性的其他行为，在本协议有效期内不得委托他人代为行使股东权利。协议有效期自公司完成首次公开发行股票并上市后满36个月之日终止。有效期届满，双方如无异议，自动延期三年。

2、发行人历史上曾存在的股权代持及解除情况

公司历史上曾存在股权代持情况，已依法依规解除，不存在纠纷或潜在纠纷，具体情况参见公司挂牌时于全国股转系统披露的《深圳千岸科技股份有限公司公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“四、公司股本形成概况”之“（六）其他情况”。

3、私募基金备案情况

公司股东上海联新是以非公开方式向投资者募集资金设立的合伙企业，主要从事股权投资业务。上海联新已在中国证券投资基金业协会进行私募投资基金备案（基金编号：SND827），管理人为上海联新资本管理有限公司。上海联新资本管理有限公司已登记为私募投资基金管理人（登记编号：P1060771）。

六、 股权激励等可能导致发行人股权结构变化的事项

（一）发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排情况

1、已经制定或实施的股权激励基本情况

公司通过员工持股平台千岸聚新实施股权激励，千岸聚新的具体情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东”之“3、千岸聚新”。

截至本招股说明书签署日，公司已实施的历次股权激励情况如下：

时间	授予人数	授予份额（万元出资额）	授予价格（元/出资额）
2016 年 12 月	7 人	190.00	1.00
2017 年 6 月	15 人	105.00	1.20
2019 年 2 月	29 人	167.50	1.20
2020 年 9 月	25 人	196.81	3.64
2021 年 3 月	14 人	17.25	4.91
2023 年 6 月	14 人	34.00	5.58
2024 年 7 月	14 人	20.72	6.46
2024 年 8 月	11 人	10.50	6.46
2025 年 4 月	14 人	9.94	9.22

2、对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响

截至本招股说明书签署日，公司上述股权激励均已实施完毕，对公司的经营状况、财务状况等均无重大影响，公司控制权在历次股权激励实施前后亦未发生变化。

（二）发行人及其控股股东、实际控制人与其他股东签署的特殊投资约定

截至本招股说明书签署日，公司及其控股股东、实际控制人、股东均不存在特殊投资条款，曾经存在的各项特殊投资条款均已解除或终止，相应解除或终止过程均不存在争议或潜在纠纷，不存在损害公司或其他股东利益情形，不会对公司经营产生重大不利影响。

七、 发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况

（一） 控股子公司情况

√适用 □不适用

公司从事自有品牌产品研发、设计并主要通过电商平台和自营网站进行产品销售，经过多年的发展，公司母子公司之间、各子公司之间形成了满足业务发展需要的职能定位分工，其中母公司主要提供综合运营管理服务、软件技术开发及产品设计研发服务，承担集团总部管理及研发技术服务的职能，各子公司基本情况、主要业务内容、定位及功能与在业务体系中发挥的作用如下：

1. 义乌千岸

子公司名称	义乌市千岸电子商务有限公司
成立时间	2014 年 5 月 13 日
注册资本	600.00 万元
实收资本	600.00 万元
注册地	浙江省金华市义乌市稠江街道荷花南街 512 号 A 座 9 楼(自主申报)
主要生产经营地	浙江省金华市义乌市稠江街道荷花南街 512 号 A 座 9 楼(自主申报)
主要产品或服务	主要负责集团产品采购并销售给境外子公司,同时提供境内仓储服务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	公司境内的产品供应链中心
股东构成及控制情况	千岸科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日: 25,900.06 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日: 4,904.48 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度: 1,683.03 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所(特殊普通合伙)

2. 深圳亿桥

子公司名称	深圳市亿桥供应链有限公司
成立时间	2020 年 12 月 10 日
注册资本	200.00 万元
实收资本	200.00 万元
注册地	深圳市南山区南头街道马家龙社区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1003
主要生产经营地	深圳市南山区南头街道马家龙社区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1003
主要产品或服务	主要为公司提供采购支持、品质检测、物流等供应链配套服务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为义乌千岸在深圳的供应链分部
股东构成及控制情况	义乌千岸持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日: 1,180.59 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日: 682.73 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度: 49.29 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所(特殊普通合伙)

3. 武汉千岸

子公司名称	武汉市千岸科技有限公司
成立时间	2019 年 9 月 4 日
注册资本	200.00 万元
实收资本	200.00 万元
注册地	湖北省武汉市东湖新技术开发区光谷大道 41 号现代·国际设计城三期 6 栋 12 层 03、04、05 室

主要生产经营地	湖北省武汉市东湖新技术开发区光谷大道 41 号现代·国际设计城三期 6 栋 12 层 03、04、05 室
主要产品或服务	主要从事电子商务平台店铺运营管理
主营业务及其与发行人主营业务的关系	公司位于武汉的运营分部
股东构成及控制情况	千岸科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：877.74 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：508.08 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：81.90 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

4. 义乌物业

子公司名称	义乌亿桥物业服务有限公司
成立时间	2023 年 3 月 8 日
注册资本	50.00 万元
实收资本	50.00 万元
注册地	浙江省金华市义乌市稠江街道荷花南街 512 号 A 座 8 楼（自主申报）
主要生产经营地	浙江省金华市义乌市稠江街道荷花南街 512 号 A 座 8 楼（自主申报）
主要产品或服务	主要从事房产租赁及物业管理
主营业务及其与发行人主营业务的关系	负责公司的义乌房产物业管理
股东构成及控制情况	千岸科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：857.15 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：244.18 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：178.36 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

5. 上海千岸

子公司名称	上海千岸科技有限公司
成立时间	2022 年 2 月 14 日
注册资本	300.00 万元
实收资本	300.00 万元
注册地	上海市奉贤区西闸公路 1036 号 1 幢
主要生产经营地	上海市奉贤区西闸公路 1036 号 1 幢
主要产品或服务	主要为公司产品研发和物流提供支持
主营业务及其与发行人主营业务的关系	公司位于上海的分部
股东构成及控制情况	千岸科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：224.05 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：170.93 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：6.14 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

6. 义乌运动匠

子公司名称	义乌运动匠科技有限公司
成立时间	2020 年 10 月 16 日
注册资本	2,000.00 万元
实收资本	2,000.00 万元
注册地	浙江省金华市义乌市稠江街道荷花南街 512 号 A 座 8 楼 801（自主申报）
主要生产经营地	浙江省金华市义乌市稠江街道荷花南街 512 号 A 座 8 楼 801（自主申报）
主要产品或服务	办公室及仓库租赁
主营业务及其与发行人主营业务的关系	公司华东运营中心主体
股东构成及控制情况	千岸科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：13,295.18 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：1,874.97 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：67.13 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

7. 深圳千旭

子公司名称	深圳市千旭科技有限公司
成立时间	2021 年 3 月 31 日
注册资本	5.00 万元
实收资本	5.00 万元
注册地	深圳市南山区南头街道马家龙社区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1007
主要生产经营地	深圳市南山区南头街道马家龙社区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1007
主要产品或服务	无实际业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为亚马逊店铺开立主体
股东构成及控制情况	千岸科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：6.17 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：6.11 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：1.11 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

8. 深圳云网天下

子公司名称	深圳市云网天下电子商务有限公司
成立时间	2017 年 4 月 21 日
注册资本	15.00 万元
实收资本	15.00 万元
注册地	深圳市南山区南头街道马家龙社区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1103

主要生产经营地	深圳市南山区南头街道马家龙社区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1103
主要产品或服务	无实际业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为亚马逊店铺开立主体
股东构成及控制情况	千岸科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：89.57 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：25.17 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：24.81 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

9. 深圳火麦

子公司名称	深圳市火麦电子商务有限公司
成立时间	2020 年 5 月 18 日
注册资本	5.00 万元
实收资本	5.00 万元
注册地	深圳市南山区南头街道马家龙社区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1004
主要生产经营地	深圳市南山区南头街道马家龙社区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1004
主要产品或服务	无实际业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为亚马逊店铺开立主体
股东构成及控制情况	深圳云网天下持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：5.96 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：5.96 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：-0.03 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

10. 深圳海麦

子公司名称	深圳市海麦天下电子商务有限公司
成立时间	2020 年 7 月 7 日
注册资本	5.00 万元
实收资本	5.00 万元
注册地	深圳市南山区南头街道马家龙社区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1005
主要生产经营地	深圳市南山区南头街道马家龙社区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1005
主要产品或服务	无实际业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为亚马逊店铺开立主体
股东构成及控制情况	深圳云网天下持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：7.28 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：7.22 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：1.11 万元

是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

11. 义乌辰虎

子公司名称	义乌市辰虎电子商务有限公司
成立时间	2020 年 7 月 27 日
注册资本	5.00 万元
实收资本	5.00 万元
注册地	浙江省金华市义乌市稠江街道荷花南街 512 号 A 座 8 楼 803（自主申报）
主要生产经营地	浙江省金华市义乌市稠江街道荷花南街 512 号 A 座 8 楼 803（自主申报）
主要产品或服务	无实际业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为亚马逊店铺开立主体
股东构成及控制情况	深圳云网天下持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：17.61 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：17.07 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：10.26 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

12. 义乌怀强

子公司名称	义乌市怀强电子商务有限公司
成立时间	2020 年 8 月 3 日
注册资本	5.00 万元
实收资本	5.00 万元
注册地	浙江省金华市义乌市稠江街道荷花南街 512 号 A 座 8 楼 802（自主申报）
主要生产经营地	浙江省金华市义乌市稠江街道荷花南街 512 号 A 座 8 楼 802（自主申报）
主要产品或服务	无实际业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为亚马逊店铺开立主体
股东构成及控制情况	深圳云网天下持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：9.76 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：9.58 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：3.42 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

13. 深圳禾乃秀

子公司名称	深圳市禾乃秀电子商务有限公司
成立时间	2020 年 8 月 18 日
注册资本	5.00 万元
实收资本	5.00 万元

注册地	深圳市南山区南头街道马家龙社区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1002
主要生产经营地	深圳市南山区南头街道马家龙社区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1002
主要产品或服务	无实际业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为亚马逊店铺开立主体
股东构成及控制情况	深圳云网天下持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：8.45 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：8.33 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：2.25 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

14. 深圳麦德全

子公司名称	深圳市麦德全电子商务有限公司
成立时间	2020 年 12 月 9 日
注册资本	5.00 万元
实收资本	5.00 万元
注册地	深圳市南山区南头街道马家龙社区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1102
主要生产经营地	深圳市南山区南头街道马家龙社区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1102
主要产品或服务	无实际业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为亚马逊店铺开立主体
股东构成及控制情况	深圳云网天下持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：8.48 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：8.36 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：2.25 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

15. 义乌赛霞

子公司名称	义乌市赛霞电子商务有限公司
成立时间	2021 年 6 月 10 日
注册资本	5.00 万元
实收资本	5.00 万元
注册地	浙江省金华市义乌市稠江街道荷花南街 512 号 A 座 8 楼 804（自主申报）
主要生产经营地	浙江省金华市义乌市稠江街道荷花南街 512 号 A 座 8 楼 804（自主申报）
主要产品或服务	无实际业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为亚马逊店铺开立主体
股东构成及控制情况	深圳云网天下持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：6.04 万元

最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：6.04 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：-0.09 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

16. 香港千岸

子公司名称	Hongkong Thousandshores Limited
成立时间	2015 年 8 月 28 日
注册资本	784.60 万港元
实收资本	784.60 万港元
注册地	Room 1027, Unit 06, 10/F, Energy Plaza, 92 Granville Road, Kowloon, Hong Kong
主要生产经营地	Room 1027, Unit 06, 10/F, Energy Plaza, 92 Granville Road, Kowloon, Hong Kong
主要产品或服务	主要负责公司产品在亚太和部分欧洲市场的销售业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	公司境外持股平台与部分境外业务的开展主体
股东构成及控制情况	千岸科技持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：11,764.93 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：3,771.58 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：215.41 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

17. 加拿大千岸

子公司名称	Hisgadget Online Ltd.
成立时间	2013 年 1 月 31 日
注册资本	351.68 加拿大元
实收资本	351.68 加拿大元
注册地	1285 WEST BROADWAY, SUITE 600 VANCOUVER BC V6H 3X8, CANADA
主要生产经营地	1285 WEST BROADWAY, SUITE 600 VANCOUVER BC V6H 3X8, CANADA
主要产品或服务	主要负责公司产品在加拿大市场的销售业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	公司在加拿大开展业务的主要主体
股东构成及控制情况	香港千岸持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：3,716.28 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：1,418.27 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：312.65 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

18. 美国千岸

子公司名称	Thousandshores Inc.
成立时间	2015 年 10 月 22 日

注册资本	1,000.00 美元
实收资本	1,000.00 美元
注册地	37707 CHERRY ST NEWARK CA 94560
主要生产经营地	37707 CHERRY ST NEWARK CA 94560
主要产品或服务	主要负责公司产品在美国市场的销售业务，并提供仓储服务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	公司在美国开展业务的主要主体
股东构成及控制情况	香港千岸持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：16,723.38 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：5,380.25 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：617.77 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

19. 日本千岸

子公司名称	サウザンドショアス株式会社
成立时间	2016 年 5 月 10 日
注册资本	300.00 万日元
实收资本	300.00 万日元
注册地	东京都涩谷区代代木 1-44-12
主要生产经营地	东京都涩谷区代代木 1-44-12
主要产品或服务	主要负责公司产品在日本市场的销售业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	公司在日本开展业务的主要主体
股东构成及控制情况	香港千岸持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：256.77 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：68.21 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：4.10 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

20. 德国千岸

子公司名称	Thousandshores Deutschland GmbH
成立时间	2016 年 11 月 9 日
注册资本	2.50 万欧元
实收资本	2.50 万欧元
注册地	Sorbenstraße 22, 20537 Hamburg
主要生产经营地	Sorbenstraße 22, 20537 Hamburg
主要产品或服务	主要负责公司产品在部分欧洲市场的销售业务，并提供仓储服务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	公司在欧洲开展业务的主要主体
股东构成及控制情况	香港千岸持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：14,448.44 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：1,779.64 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：735.24 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

21. Ohuhu Inc.

子公司名称	Ohuhu Inc.
成立时间	2023 年 5 月 16 日
注册资本	100.00 美元
实收资本	100.00 美元
注册地	1846 E. Innovation Park Dr., Suite 100, Oro Valley, AZ, 85755
主要生产经营地	1846 E. Innovation Park Dr., Suite 100, Oro Valley, AZ, 85755
主要产品或服务	主要负责 Ohuhu 品牌在美国市场的销售业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	公司在美国开展业务的主体之一
股东构成及控制情况	英国千岸持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日: 10,416.61 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日: 309.70 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度: 363.25 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

22. 英国千岸

子公司名称	THOUSANDSHORES (UK) LTD.
成立时间	2022 年 5 月 27 日
注册资本	1,000.00 英镑
实收资本	1,000.00 英镑
注册地	124 City Road, London EC1V 2NX
主要生产经营地	124 City Road, London EC1V 2NX
主要产品或服务	主要负责公司产品在英国市场的销售业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	公司在英国开展业务的主要主体
股东构成及控制情况	香港千岸持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日: 749.03 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日: 28.34 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度: 34.03 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

23. 新加坡千岸

子公司名称	EBRIDGE BUSINESS PTE. LTD.
成立时间	2024 年 8 月 8 日
注册资本	20.00 万新加坡元
实收资本	20.00 万新加坡元
注册地	6 Raffles Quay, #14-02, Singapore 048580
主要生产经营地	6 Raffles Quay, #14-02, Singapore 048580
主要产品或服务	拟主要负责公司产品在新加坡市场的销售业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	公司拟在新加坡开展业务的主要主体
股东构成及控制情况	香港千岸持股 100%

最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：121.09 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：88.83 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：-16.94 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

24. 韩国千岸

子公司名称	싸우전드쇼어스이커머스 주식회사
成立时间	2024 年 4 月 30 日
注册资本	1.00 亿韩元
实收资本	1.00 亿韩元
注册地	서울특별시 서초구 사평대로 18 길 29, 5 층 비 11 호 (반포동, 신우빌딩)
主要生产经营地	서울특별시 서초구 사평대로 18 길 29, 5 층 비 11 호 (반포동, 신우빌딩)
主要产品或服务	主要负责公司产品在韩国市场的销售业务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	公司在韩国开展业务的主要主体
股东构成及控制情况	香港千岸持股 100%
最近一年及一期末总资产	2025 年 12 月 31 日：147.23 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：54.88 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：2.36 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

（二） 参股公司情况

√适用 □不适用

1. 香港亚菲

公司名称	香港亚菲电子商务有限公司
成立时间	2019 年 8 月 8 日
注册资本	240.00 万港元
实收资本	240.00 万港元
注册地	RM 1205, 12/F TAI SANG BANK BLDG 130-132 DES VOEUX RD CENTRAL HK
主要生产经营地	RM 1205, 12/F TAI SANG BANK BLDG 130-132 DES VOEUX RD CENTRAL HK
主要产品或服务	服装类产品的电商渠道销售
主营业务及控股方业务情况	与公司主要产品不同，与公司主营业务无关
股东构成及控制情况	香港千岸持股 50%，Interfocus Inc.持股 50%
入股时间	2019 年 8 月 8 日
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：2,065.23 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：46.31 万元
是否经过审计	否
审计机构名称	-

注：香港亚菲财务报告经容诚会计师事务所（特殊普通合伙）审阅。

2. 康美联

公司名称	青岛康美联文化用品有限公司
成立时间	2002 年 4 月 30 日
注册资本	2,000.00 万元
实收资本	1,900.00 万元
注册地	山东省青岛市市南区太湖路 3 号 1 单元 301 户
主要生产经营地	山东省青岛市市南区太湖路 3 号 1 单元 301 户
主要产品或服务	马克笔等文具的生产、制造、销售
主营业务及控股方业务情况	公司绘画笔类产品主要供应商，青岛红宝林投资有限公司为控股方
股东构成及控制情况	发行人已不再持有康美联股权。截至本招股说明书签署日，青岛红宝林投资有限公司持股 54%，青岛亨得盛企业管理合伙企业（有限合伙）持股 27.5%，王毅持股 18.5%
入股时间	2020 年 4 月 27 日
最近一年及一期末净资产	2025 年 12 月 31 日：9,577.02 万元
最近一年及一期净利润	2025 年度：3,021.15 万元
是否经过审计	否
审计机构名称	-

（1）公司转让康美联股权情况

①基本情况

2025 年 5 月 30 日，经公司与康美联实际控制人王毅友好协商，公司将所持有康美联 5.00%股权转让予康美联实际控制人王毅所控制的青岛亨得盛企业管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“亨得盛”），转让价格为 500.00 万元。康美联于 2025 年 6 月完成本次转让的工商变更登记。

②出售对象

亨得盛的基本情况如下：

公司名称	青岛亨得盛企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91370213MA3RN2J09T
成立时间	2020 年 3 月 30 日
出资额	450.00 万元
主要经营场所	山东省青岛市李沧区宾川路 90 号 20 号楼 102A 室
经营范围	一般项目：企业管理；物业管理；信息技术咨询服务；社会经济咨询服务；教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）；集贸市场管理服务；市场调查（不含涉外调查）；企业形象策划；市场营销策划；组织文化艺术交流活动；会议及展览服务；礼仪服务；家政服务；文具用品批发；办公用品销售；纸制品销售；电子产品销售；日用百货销售；建筑材料销售；广告设计、代理；广告制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；平面设计；办公服务；信息系统集成服务；网络技术服务；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；装卸搬运。（除依法须经批准的项目外，凭营

	业执照依法自主开展经营活动)			
合伙人情况	合伙人名称	合伙人类型	出资比例	备注
	王毅	执行事务合伙人	99.00%	
	孙静	有限合伙人	1.00%	孙静与王毅为夫妻关系

③定价情况

截至 2024 年末，康美联净资产 8,100.26 万元，5.00%股权对应的净资产为 405.01 万元，公司将康美联 5.00%股权转让给亨得盛的股权转让价格为 500.00 万元，较公司最初投资康美联的股权对价 450.00 万元有一定的合理增值，该价格为双方友好协商确定，价格公允。

(2) 转让原因

公司转让康美联股权的原因如下：公司在艺术创作品线处于发展早期时，为增强对供应链的管控力和稳定性对康美联进行投资，而随着公司艺术创作产品品线的高速发展，现阶段更加需要对供应链进行多点布局，转让持有的康美联股权更有利于后续优化供应商结构，增强供应链安全性和多样性；同时随着康美联产能逐步扩大和产品性能日趋稳定，康美联亦在积极寻求除公司之外其他主流马克笔品牌客户，公司退出康美联亦有利于康美联拓展其他品牌客户。

(3) 公司与康美联合作关系持续稳定

上述股权变动后，康美联与公司的合作关系持续稳定，主要原因如下：

①公司在产品设计、市场洞察和品牌运营等方面具备较强的综合能力，而康美联在生产工艺、流程管理等方面具有丰富的经验，双方保持稳定的合作能够充分发挥各自优势，实现双方经济利益最大化；

②公司在消费者洞察方面具备较强的能力，公司能够通过分析用户行为数据（浏览轨迹、加购记录、评价反馈等），利用公司智能营销管理系统整合多平台销售数据，精准分析和预判消费者需求变化的动向。康美联在与公司合作的过程中能够及时掌握最前沿的信息，便于其针对行业需求变化进行生产工艺迭代和提前布局；

③公司 Ohuhu 品牌在绘画马克笔细分领域已具备较强的品牌知名度，与公司保持良好的合作关系也有利于康美联拓展其他客户；

④2025 年 8 月，公司与康美联子公司肇庆红鹰续签了为期 2 年（到期后无异议自动续签 1 年）的采购框架合作协议。

综上，公司入股和最终转让康美联股权都是双方在不同发展阶段基于各自战略需求而进行的正常商业行为，公司转让康美联股权不影响双方合作的稳定性。

八、 董事、监事/审计委员会委员、高级管理人员情况

(一) 董事、监事/审计委员会委员、高级管理人员的简要情况

1、董事会成员

截至本招股说明书签署日，公司董事会由 7 名董事组成，包括 3 名独立董事，董事会成员具体情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	何定	董事长	2023 年 11 月至 2026 年 11 月
2	何文	董事	2023 年 11 月至 2026 年 11 月
3	刘治	董事	2023 年 11 月至 2026 年 11 月
4	陈旭红	董事	2023 年 11 月至 2026 年 11 月
5	方玲玲	独立董事	2023 年 11 月至 2026 年 11 月
6	朱忠敬	独立董事	2023 年 11 月至 2026 年 11 月
7	吴永平	独立董事	2024 年 4 月至 2026 年 11 月

上述董事的简历如下：

何定先生的简历具体情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”之“1、控股股东情况”。

何文女士的简历具体情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”之“2、实际控制人情况”。

刘治先生的简历具体情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东”之“1、刘治”。

陈旭红女士，1961 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。陈旭红于 1981 年 7 月至 1990 年 7 月任湖南医药学院教师；于 1990 年 8 月至 1994 年 8 月任深圳布吉高级中学教师；于 1994 年 9 月至今历任深圳市日海通讯设备有限公司人事经理、事业部经理、总经理助理；于 1996 年 8 月至今任深圳市海若技术有限公司董事；于 2023 年 9 月至今任深圳锐泊科技有限公司监事；于 2023 年 11 月至今任千岸科技董事。

方玲玲女士，1980 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。方玲玲于 2002 年 9 月至 2005 年 1 月任深圳丹邦科技股份有限公司人事文员；于 2005 年 1 月至 2019 年 8 月历任日海智能科技股份有限公司证券事务代表、人事行政总监、董办总经理；于 2019 年 8 月至 2025 年 12 月任中山华利实业集团股份有限公司董事会秘书、副总经理；于 2021 年 3 月至今任千岸科技独立董事。

朱忠敬先生，1973 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。朱忠敬于 1997 年 7 月至 2004 年 10 月任深圳希望天园有限公司采购经理；于 2004 年 10 月至 2008 年 6 月任

深圳日海通讯有限公司供应链主管；于 2008 年 7 月至 2010 年 11 月任诺亚（中国）控股有限公司部门经理；于 2010 年 11 月至 2015 年 12 月任深圳市大正元股权投资基金管理有限公司高级副总裁；于 2016 年 1 月至今任深圳恒益天泽资本管理有限公司执行董事、总经理；于 2020 年 4 月至今任深圳市卓帆技术有限公司董事；于 2020 年 5 月至今任深圳天泽合信投资合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人；于 2020 年 12 月至今任千岸科技独立董事。

吴永平先生，1976 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。吴永平于 2004 年 6 月至 2016 年 6 月任平安证券股份责任公司投行执行总经理；于 2016 年 7 月至 2018 年 11 月历任日海智能科技股份有限公司历任董事长助理、董事、副总经理、董事会秘书；于 2016 年 9 月至今任深圳市福泽安泰科技有限公司执行董事、总经理；于 2019 年 9 月至 2024 年 11 月任北京一点数娱科技有限公司执行董事；于 2020 年 12 月至今任深圳市永诚资本管理有限公司、深圳市前海永诚资产管理有限公司执行董事；于 2020 年 12 月至 2021 年 12 月任千岸科技独立董事；于 2021 年 1 月至 2023 年 8 月任日海智能科技股份有限公司董事、副董事长；于 2021 年 3 月至今任深圳市永信贰号投资合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人；2021 年 12 月至 2022 年 2 月，任千岸科技董事；于 2022 年 4 月至今任深圳市永诚实业管理有限公司执行董事、总经理；于 2022 年 10 月至 2024 年 9 月任深圳市亿信投资实业合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人；于 2024 年 4 月至今任千岸科技独立董事。

2、监事会成员/审计委员会委员

2025 年 8 月 6 日，公司召开 2025 年第四次临时股东会并作出决议，公司不再设置监事会，监事会职权由董事会审计委员会承接。

截至本招股说明书签署日，公司董事会审计委员会由 3 名成员组成，具体情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	吴永平	审计委员会召集人	2024 年 4 月至 2026 年 11 月
2	朱忠敬	审计委员会委员	2023 年 11 月至 2026 年 11 月
3	陈旭红	审计委员会委员	2023 年 11 月至 2026 年 11 月

公司董事会审计委员会委员的具体情况详见本节之“八、董事、监事/审计委员会委员、高级管理人员情况”之“（一）董事、监事/审计委员会委员、高级管理人员的简要情况”之“1、董事会成员”。

取消监事会前，公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名，具体情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	黄申霞	监事会主席	2023 年 11 月至 2025 年 8 月
2	黄敏	职工代表监事	2023 年 11 月至 2025 年 8 月
3	李赛琴	监事	2023 年 11 月至 2025 年 8 月

上述监事的简历如下：

黄申霞女士，1993 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。黄申霞于 2015 年 3 月至 2022 年 4 月任深圳市银宝山新科技股份有限公司薪酬规划专员；于 2022 年 4 月至今任千岸科技高级薪酬绩效专员；于 2023 年 11 月至 2025 年 8 月任千岸科技监事。

黄敏先生，1986 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。黄敏于 2007 年 5 月至 2011 年 3 月任深圳珈伟光伏照明股份有限公司物控员；于 2011 年 3 月至 2014 年 3 月，任豪利士电线装配（深圳）有限公司物控员；于 2014 年 4 月至 2018 年 10 月，任深圳矽递科技股份有限公司 PMC 工程师；于 2018 年 11 月至 2021 年 5 月，任闻泰通讯股份有限公司流程 IT；于 2021 年 5 月至 2021 年 7 月，任广东杰诺软件科技有限公司产品经理；于 2021 年 8 月至今，任千岸科技产品经理；于 2023 年 11 月至 2025 年 8 月任千岸科技监事。

李赛琴女士，1995 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。李赛琴于 2016 年 6 月至 12 月，任广州卓匠电子科技有限公司外贸业务员；于 2017 年 3 月至 2019 年 1 月，任广州乐游动漫科技有限公司外贸业务员；于 2019 年 3 月至 2019 年 5 月，任深圳市鑫瑞智能科技有限公司外贸业务员；于 2019 年 6 月至今，任千岸科技 B2B 海外销售经理；于 2023 年 11 月至 2025 年 8 月任千岸科技监事。

3、高级管理人员

截至本招股说明书签署日，公司高级管理人员由 6 人组成，具体情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	何定	总经理	2023 年 11 月至 2026 年 11 月
2	何文	副总经理	2023 年 11 月至 2026 年 11 月
3	刘治	副总经理	2023 年 11 月至 2026 年 11 月
4	杨旭峰	副总经理	2023 年 11 月至 2026 年 11 月
5	彭秀清	财务总监	2024 年 4 月至 2026 年 11 月
6	高娜	董事会秘书	2024 年 4 月至 2026 年 11 月

上述高级管理人员的简历如下：

何定先生的简历具体情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”之“1、控股股东情况”。

何文女士的简历具体情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”之“2、实际控制人情况”。

刘治先生的简历具体情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东”之“1、刘治”。

杨旭峰先生，1977年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。杨旭峰于1998年9月至2004年6月，任中国电信股份有限公司义乌分公司维护安装部机务员、班长；2004年6月至2009年7月，任中国电信股份有限公司义乌分公司秘书、互联网应用中心主任；2009年7月至2014年11月，任中国电信股份有限公司义乌分公司大陈支局局长；2021年12月至2022年5月，任千岸科技董事；2014年11月至今，任义乌千岸副总经理；2018年8月至今，历任千岸有限、千岸科技副总经理。

彭秀清女士，1986年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，**硕士**学历。彭秀清于2008年7月至2009年7月，任深圳市驰创电子科技有限公司应付会计；2009年7月至2010年6月，任深圳市泽宝网络科技有限公司总账会计；2010年8月至今，历任千岸有限、千岸科技总账会计、财务主管、财务经理、财务总监。

高娜女士，1990年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。高娜于2013年10月至2016年1月，任上海上咨会计师事务所审计项目经理；2016年2月至2020年3月，任普华永道会计师事务所高级审计师；2020年9月至今，历任千岸有限、千岸科技审计经理、董事会秘书。

（二） 直接或间接持有发行人股份的情况

姓名	职位	关系	直接持股数量 (股)	间接持股数量 (股)	无限售股数量 (股)	其中被质押 或冻结股数
何定	董事长、总经理	何文之弟	31,692,882	7,275	0	0
刘治	董事、副总经理	-	11,472,240	778,425	0	0
何文	董事、副总经理	何定之姐	8,154,089	0	0	0
杨旭峰	副总经理	-	0	2,699,025	0	0
彭秀清	财务总监	-	0	378,300	0	0
高娜	董事会秘书	-	0	152,775	0	0

（三） 对外投资情况

单位：万元

姓名	在发行人处职务	对外投资单位名称	投资金额	投资比例
何定	董事长、总经理	千岸聚新	0.55	0.10%
刘治	董事、副总经理	千岸聚新	57.56	10.36%
陈旭红	董事	新疆易通光股权投资合伙企业（有限合伙）	86.67	3.47%
		深圳市格雷斯产业投资合伙企业（有限合伙）	50.00	50.00%
杨旭峰	副总经理	千岸聚新	200.00	36.00%

彭秀清	财务总监	千岸聚新	27.78	5.00%
高娜	董事会秘书	千岸聚新	11.11	2.00%
朱忠敬	独立董事	深圳恒益天泽资本管理有限公司	530.00	53.00%
		深圳天泽合信投资合伙企业（有限合伙）	44.68	44.68%
吴永平	独立董事	深圳市永诚资本管理有限公司	1,000.00	50.00%
		深圳市福泽安泰科技有限公司	9.90	99.00%
		深圳市前海永诚资产管理有限公司	500.00	50.00%
		深圳市永信贰号投资合伙企业（有限合伙）	50.00	0.67%
		深圳市合创盈投资合伙企业（有限合伙）	160.00	31.76%
		深圳市永诚实业管理有限公司	750.00	75.00%
		宁波锦泽企业管理合伙企业（有限合伙）	270.00	9.68%

（四） 其他披露事项

1、董事、监事/审计委员会委员、高级管理人员之间存在的亲属关系

截至本招股说明书签署日，除公司董事、副总经理何文和公司董事长、总经理何定为姐弟关系外，公司其他董事、取消监事会前在任监事/审计委员会委员及高级管理人员不存在亲属关系。

2、董事、监事/审计委员会委员、高级管理人员薪酬情况

（1）董事、监事/审计委员会委员、高级管理人员的薪酬组成和确定依据

报告期内，在公司任职的董事根据其在公司担任的具体管理职务，按公司相关薪酬标准与绩效考核领取薪酬，不额外领取董事津贴。未在公司任职的董事，不在公司领取薪酬。公司独立董事按照独立董事津贴标准领取薪酬。公司审计委员会委员均为公司董事或独立董事，按照前述标准确定薪酬。

公司取消监事会前在任监事、高级管理人员的薪酬根据其在公司担任的具体管理职务，按公司相关薪酬标准与绩效考核领取薪酬。同时取消监事会前在任监事按照监事津贴标准领取薪酬。

（2）薪酬总额占利润总额的比例

报告期内，公司董事、取消监事会前在任监事/审计委员会委员、高级管理人员薪酬总额占各期利润总额的比重情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
薪酬总额（万元）	980.89	779.14	681.22
利润总额（万元）	26,456.08	16,992.35	11,599.42
占比	3.71%	4.59%	5.87%

报告期各期，公司董事、取消监事会前在任监事/审计委员会委员、高级管理人员薪酬总额分别为 681.22 万元、779.14 万元和 980.89 万元，占利润总额的比例分别为 5.87%、4.59%、3.71%。报告期内董事、取消监事会前在任监事/审计委员会委员、高级管理人员薪酬总额与公司利润总额变动趋势一致。2023 年以来公司利润总额大幅增长，2023 年、2024 年、2025 年上述比例下降至 5.87%、4.59%、3.71%。

3、董事、监事/审计委员会委员、高级管理人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、取消监事会前在任监事/审计委员会委员及高级管理人员在其他单位任职情况如下：

姓名	本公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与本公司关联关系
何定	董事长、总经理	香港亚菲	董事	公司合营公司
刘治	董事、副总经理	千岸聚新	执行事务合伙人	公司股东
陈旭红	董事、审计委员会委员	深圳市日海通讯设备有限公司	总经理助理	公司董事兼职公司
		深圳市海若技术有限公司	董事	公司董事兼职公司
		深圳锐泊科技有限公司	监事	公司董事兼职公司
吴永平	独立董事、审计委员会召集人	深圳市永诚资本管理有限公司	执行董事	公司独立董事兼职公司
		深圳市永诚实业管理有限公司	法定代表人、执行董事兼总经理	公司独立董事兼职公司
		深圳市前海永诚资产管理有限公司	法定代表人、执行董事	公司独立董事兼职公司
		深圳市福泽安泰科技有限公司	法定代表人、执行董事兼总经理	公司独立董事兼职公司
		深圳市永信贰号投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	公司独立董事兼职公司
朱忠敬	独立董事、审计委员会委员	深圳市卓帆技术有限公司	董事	公司独立董事兼职公司
		深圳恒益天泽资本管理有限公司	法定代表人、执行董事兼总经理	公司独立董事兼职公司
		深圳天泽合信投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	公司独立董事兼职公司

		苏州格瑞通股权投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	公司独立董事兼职公司

4、董事、监事/审计委员会委员、高级管理人员变动情况

（1）董事变动情况

报告期初至今，公司董事变动情况如下：

时间	姓名	变动情况	变动原因
2023 年 3 月	李丹青	离任董事	公司股东退出，委派董事辞任
2023 年 10 月	陈旭红	新任董事	公司原股东委派董事辞任，公司董事会提名新任董事
2024 年 4 月	陈永刚	离任独立董事	个人原因
2024 年 4 月	吴永平	新任独立董事	原独立董事辞任，公司董事会提名新任独立董事
2025 年 7 月	刘治	离任董事	个人原因
2025 年 7 月	刘治	新任董事	职工代表大会选举为职工代表董事

（2）监事/审计委员会委员变动情况

报告期初至今，公司监事变动情况如下：

时间	姓名	变动情况	变动原因
2023 年 11 月	余联智	离任监事	第一届监事会任期届满离任
2023 年 11 月	艾小波	离任监事	第一届监事会任期届满离任
2023 年 11 月	陈观月	离任监事	第一届监事会任期届满离任
2023 年 11 月	黄申霞	新任监事	第二届监事会选举新任
2023 年 11 月	李赛琴	新任监事	第二届监事会选举新任
2023 年 11 月	黄敏	新任监事	第二届监事会选举新任
2025 年 8 月	黄申霞	离任监事	监事会取消
2025 年 8 月	李赛琴	离任监事	监事会取消
2025 年 8 月	黄敏	离任监事	监事会取消

报告期初至今，公司审计委员会变动情况如下：

时间	姓名	变动情况	变动原因
2023 年 11 月	刘治	离任委员	任期届满离任
2023 年 11 月	陈旭红	新任委员	原委员离任，公司董事会增补
2024 年 4 月	陈永刚	离任委员	个人原因
2024 年 4 月	吴永平	新任委员	原委员离任，公司董事会增补

（3）高级管理人员变动情况

报告期初至今，公司高级管理人员变动情况如下：

时间	姓名	变动情况	变动原因
2024 年 4 月	彭健	离任董事会秘书、财务总监	个人原因
2024 年 4 月	高娜	新任董事会秘书	原董事会秘书辞任，选聘新任董事会秘书
2024 年 4 月	彭秀清	新任财务总监	原财务总监辞任，选聘新任财务总监

报告期内，公司上述人员变动主要系个人原因、换届选举、股东委派董事变更、公司内部人事变动等，属于正常人员变动，不会对公司生产经营产生重大不利影响。

九、 重要承诺

（一） 与本次公开发行有关的承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺内容(索引)
控股股东、实际控制人	2025 年 5 月 8 日 /2025 年 9 月 19 日 /2026 年 3 月 17 日	长期有效	关于股份锁定及减持意向的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
持股 5%以上的股东	2025 年 5 月 8 日	长期有效	关于股份锁定及减持意向的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
持股董事、高级管理人员	2025 年 5 月 8 日	长期有效	关于股份锁定及减持意向的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
公司	2025 年 5 月 8 日 /2025 年 12 月 1 日	长期有效	关于遵守《稳定公司股价预案》的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2025 年 5 月 8 日 /2025 年 12 月 1 日	长期有效	关于遵守《稳定公司股价预案》的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
领取报酬的非独立董事、高级管理人员	2025 年 5 月 8 日 /2025 年 12 月 1 日	长期有效	关于遵守《稳定公司股价预案》的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
公司	2025 年 5 月 8 日	长期有效	关于利润分配政策的	索引本节“九、重要承

			承诺	诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2025年5月8日	长期有效	关于利润分配政策的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员	2025年5月8日	长期有效	关于利润分配政策的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
公司	2025年5月8日	长期有效	关于上市后填补被摊薄即期回报措施及相关承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2025年5月8日	长期有效	关于上市后填补被摊薄即期回报措施及相关承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
领取报酬的非独立董事、高级管理人员	2025年5月8日	长期有效	关于上市后填补被摊薄即期回报措施及相关承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
公司	2025年5月8日	长期有效	关于未履行承诺事项时约束措施的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2025年5月8日	长期有效	关于未履行承诺事项时约束措施的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
持股 5%以上的股东	2025年5月8日	长期有效	关于未履行承诺事项时约束措施的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员	2025年5月8日	长期有效	关于未履行承诺事项时约束措施的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
公司	2025年5月8日	长期有效	关于股东信息披露的	索引本节“九、重要承

			专项承诺	诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2025年5月8日	长期有效	关于避免同业竞争的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2025年5月8日	长期有效	关于规范和减少关联交易的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
持股 5%以上的股东	2025年5月8日	长期有效	关于规范和减少关联交易的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员	2025年5月8日	长期有效	关于规范和减少关联交易的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2025年5月8日	长期有效	关于保证公司独立性的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
公司	2025年5月8日	长期有效	关于公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏及欺诈发行情形下导致回购股份和向投资者赔偿事项的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2025年5月8日	长期有效	关于公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏及欺诈发行情形下导致回购股份和向投资者赔偿事项的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员	2025年5月8日	长期有效	关于公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏及欺诈发行情形下导致回购股份和向投资者赔偿事项的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
公司	2025年5月8日	长期有效	关于挂牌期间不存在违法违规交易情形的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本

				次公开发行有关的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2025 年 5 月 8 日	长期有效	关于挂牌期间不存在违法违规交易情形的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
董事、高级管理人员	2025 年 5 月 8 日	长期有效	关于挂牌期间不存在违法违规交易情形的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2025 年 5 月 8 日	长期有效	关于不存在对退市企业承担责任等相关事项的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
董事、高级管理人员	2025 年 5 月 8 日	长期有效	关于不存在对退市企业承担责任等相关事项的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2025 年 9 月 19 日 /2025 年 12 月 1 日	长期有效	关于上市后业绩大幅下滑延长股份锁定期的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“1、与本次公开发行有关的承诺事项”

（二） 前期公开承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺内容(索引)
控股股东、实际控制人	2024 年 5 月 31 日	长期有效	规范或避免同业竞争的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
董事、监事、高级管理人员、核心技术（业务）人员	2024 年 5 月 31 日	长期有效	规范或避免同业竞争的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2024 年 5 月 31 日	长期有效	减少或规范关联交易的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
董事、监事、高级管理人员	2024 年 5 月 31 日	长期有效	减少或规范关联交易的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承

				诺事项”
其他持股 5% 以上股东	2024 年 5 月 31 日	长期有效	减少或规范关联交易的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2024 年 5 月 31 日	长期有效	解决资金占用问题的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
董事、监事、高级管理人员	2024 年 5 月 31 日	长期有效	解决资金占用问题的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2024 年 5 月 31 日	长期有效	股份增持或减持的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
董事、监事、高级管理人员	2024 年 5 月 31 日	长期有效	股份增持或减持的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
公司	2024 年 5 月 31 日	长期有效	公司及子公司房屋租赁事项的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2024 年 5 月 31 日	长期有效	公司及子公司房屋租赁事项的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2024 年 5 月 31 日	长期有效	用工、社保和住房公积金事项的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
公司	2024 年 5 月 31 日	长期有效	未能履行相关承诺的约束措施的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
控股股东、实际控制人	2024 年 5 月 31 日	长期有效	未能履行相关承诺的约束措施的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承

				诺事项”
董事、监事、高级管理人员、核心技术（业务）人员	2024 年 5 月 31 日	长期有效	未能履行相关承诺的约束措施的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
其他持股 5% 以上股东	2024 年 5 月 31 日	长期有效	未能履行相关承诺的约束措施的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
实际控制人、控股股东	2024 年 8 月 8 日	长期有效	公司行政处罚相关事项的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
实际控制人、控股股东	2024 年 11 月 7 日	长期有效	股东自愿限售的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
董事、监事、高级管理人员	2024 年 11 月 7 日	长期有效	股东自愿限售的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”
其他股东	2024 年 11 月 7 日	长期有效	股东自愿限售的承诺	索引本节“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”之“2、公司申请挂牌时的承诺事项”

（三） 承诺具体内容

1、与本次公开发行有关的承诺事项

（1）关于股份锁定及减持意向的承诺

①控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“1、自公司股票在北京证券交易所上市交易之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人在本次发行前直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购本人持有的该等股份。

2、若公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于本次发行的发行价，或者公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第 1 个交易日）收盘价

低于本次发行的发行价，则本人直接和/或间接持有公司股票的锁定期限在原有锁定期期限的基础上自动延长 6 个月；在延长锁定期内，本人不转让或者委托他人代为管理本人直接和/或间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

3、本人承诺在锁定期届满后（包括延长锁定期，下同），若计划减持所持有公司股份，将及时通知公司，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。减持方式将采用交易所集中竞价交易、大宗交易、协议转让等北京证券交易所认可的合法方式。本人拟减持所持有的公司股份时，将遵守严格法律法规和规范性文件的规定，且不违背本人在公司公开发行股票时已作出的公开承诺。

4、如在上述锁定期满后两年内减持所持公司股票的，减持价格不低于本次发行的发行价，减持价格根据减持当时的二级市场股票交易价格确定，若公司股份在该期间内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价相应调整。

5、本人在担任发行人的董事、高级管理人员期间，如实并及时申报本人直接或间接持有的发行人股份及其变动情况；在任职期间每年转让的股份不得超过所持发行人股份总数的 25%，因司法强制执行、继承、遗赠、依法分割财产等导致股份变动的除外。本人离职后 6 个月内，不转让所持有的发行人股份。

6、自本承诺出具后，如本承诺与届时有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及北京证券交易所的业务规则等不一致或存在冲突的，本人承诺遵照相关规定执行。如相关法律法规及规范性文件或中国证券监督管理委员会及北京证券交易所等证券监管机构对锁定期安排、股份减持有其他要求，本人同意根据证券监管机构的最新监管意见进行相应调整。

7、如本人违反上述承诺，本人将在中国证监会指定信息披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如果本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归公司所有。如本人未将前述违规减持公司股份所得收益上交公司，则公司有权扣留应付本人现金分红中与本人应上交公司的违规减持所得金额相等的现金分红。本人将自愿承担相应法律后果，并依据监管部门或司法机关认定的方式及金额赔偿因未履行赔偿而给公司或投资者带来的损失。

8、如上市后发生解除一致行动关系情形的，除因不可抗力外，上市时作出的股份锁定安排不因协议解除而发生变化。

9、本人作为公司控股股东、实际控制人、董事长及总经理，若公司上市后涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后 6 个月内，本人自愿限售直接或间接持有的股份，若公司上市后本人涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后 12 个月内，本人自愿限售直接或间接持有的股份。”

②持股 5%以上的股东出具的承诺

持股 5%以上的股东刘治、王文生、千岸聚新承诺如下：

“1、自公司股票在北京证券交易所上市交易之日起十二个月内，本人/本合伙企业不转让或者委托他人管理本人/本合伙企业在本次发行前直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购本人/本合伙企业持有的该等股份。

2、本人/本合伙企业承诺在锁定期限届满后，若计划减持所持有公司股份，将及时通知公司，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。本人/本合伙企业拟减持所持有的公司股份时，将遵守严格法律法规和规范性文件的规定，且不违背本人/本合伙企业在公司公开发行股票时已作出的公开承诺。

3、自本承诺出具后，如本承诺与届时有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及北京证券交易所的业务规则等不一致或存在冲突的，本人/本合伙企业承诺遵照相关规定执行。如相关法律法规及规范性文件或中国证券监督管理委员会及北京证券交易所等证券监管机构对锁定期安排、股份减持有其他要求，本人/本合伙企业同意根据证券监管机构的最新监管意见进行相应调整。

4、如本人/本合伙企业违反上述承诺，本人/本合伙企业将在中国证监会指定信息披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如果本人/本合伙企业因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归公司所有。如本人/本合伙企业未将前述违规减持公司股份所得收益上交公司，则公司有权扣留应付本人/本合伙企业现金分红中与本人/本合伙企业应上交公司的违规减持所得金额相等的现金分红。本人/本合伙企业将自愿承担相应法律后果，并依据监管部门或司法机关认定的方式及金额赔偿因未履行赔偿而给公司或投资者带来的损失。”

③持股董事、高级管理人员出具的承诺

持股董事、高级管理人员刘治、杨旭峰、彭秀清、高娜承诺如下：

“1、自公司股票在北京证券交易所上市交易之日起十二个月内，本人不转让或者委托他人管理本人在本次发行前直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购本人持有的该等股份。

2、若公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于本次发行的发行价，或者公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第 1 个交易日）收盘价低于本次发行的发行价，则本人直接和/或间接持有公司股票的锁定期限在原有锁定期期限的基础上自动延长 6 个月；在延长锁定期内，本人不转让或者委托他人代为管理本人直接和/或间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

3、本人承诺在锁定期限届满后（包括延长锁定期，下同），若计划减持所持有公司股份，将及时通知公司，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。减持方式将采用交易所集中竞价交易、大宗交易、协议转让等北京证券交易所认可的合法方式。本人拟减持所持有的公司

股份时，将遵守严格法律法规和规范性文件的规定，且不违背本人在公司公开发行股票时已作出的公开承诺。

4、如在上述锁定期满后两年内减持所持公司股票的，减持价格不低于本次发行的发行价，减持价格根据减持当时的二级市场股票交易价格确定，若公司股份在该期间内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价相应调整。

5、本人在担任发行人的董事/高级管理人员期间，如实并及时申报本人直接或间接持有的发行人股份及其变动情况；在任职期间每年转让的股份不得超过所持发行人股份总数的 25%，因司法强制执行、继承、遗赠、依法分割财产等导致股份变动的除外。本人离职后 6 个月内，不转让所持有的发行人股份。

6、自本承诺出具后，如本承诺与届时有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及北京证券交易所的业务规则等不一致或存在冲突的，本人承诺遵照相关规定执行。如相关法律法规及规范性文件或中国证券监督管理委员会及北京证券交易所等证券监管机构对锁定期安排、股份减持有其他要求，本人同意根据证券监管机构的最新监管意见进行相应调整。

7、如本人违反上述承诺，本人将在中国证监会指定信息披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如果本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归公司所有。如本人未将前述违规减持公司股份所得收益上交公司，则公司有权扣留应付本人现金分红中与本人应上交公司的违规减持所得金额相等的现金分红。本人将自愿承担相应法律后果，并依据监管部门或司法机关认定的方式及金额赔偿因未履行赔偿而给公司或投资者带来的损失。

8、本人不会因职务变更、离职等原因而放弃履行承诺。”

（2）关于遵守《稳定公司股价预案》的承诺

为保护投资者利益，进一步明确公司上市后三年内稳定公司股价的措施，公司制定了《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定公司股价的预案》（以下简称“《稳定公司股价预案》”），公司、控股股东、实际控制人、领取报酬的非独立董事、高级管理人员就该预案的执行作出如下承诺：

①公司出具的承诺

“本公司将严格遵守并执行《稳定公司股价预案》，若本公司违反该预案，则本公司将：

1、在相关信息披露平台上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2、如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任。

3、如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护公司投资者利益。”

②控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“本人将严格遵守并执行《稳定公司股价预案》，若本人违反该预案，则本人将：

1、在相关信息披露平台上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2、自违反上述承诺之日起停止从公司领取现金分红，由公司暂扣并代管，直至按稳定股价方案采取相应措施并实施完毕。

3、所持公司股份不得转让，直至按稳定股价方案采取相应措施并实施完毕。”

③领取报酬的非独立董事、高级管理人员出具的承诺

领取报酬的非独立董事、高级管理人员何定、何文、刘治、杨旭峰、彭秀清、高娜承诺如下：

“本人将严格遵守并执行《稳定公司股价预案》，在启动股价稳定措施的条件满足时，如本人未采取上述稳定股价的具体措施，本人承诺接受以下约束措施：

1、在相关信息披露平台上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2、自违反上述承诺之日起停止从公司领取现金分红或领取薪酬，由公司暂扣并代管，直至按稳定股价方案采取相应措施并实施完毕。

3、所持公司股份不得转让，直至按稳定股价方案采取相应措施并实施完毕。

4、不得作为股权激励对象，或调整出已开始实施的股权激励方案的行权名单。

5、公司领取报酬的非独立董事、高级管理人员无正当理由拒不履行本预案规定的股票增持义务的，股东大会有权解聘、更换相关董事，公司董事会有权解聘相关高级管理人员。”

(3) 关于利润分配政策的承诺

①公司出具的承诺

“公司承诺将遵守并执行届时有效的《深圳千岸科技股份有限公司章程》以及公司股东大会审议通过的《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内股东回报规划的议案》的议案中相关利润分配政策。”

②控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“本人承诺将遵守并执行届时有效的《深圳千岸科技股份有限公司章程》以及公司股东大会审议通过的《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内股东回报规划的议案》的议案中相关利润分配政策。”

③董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员出具的承诺

董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员何定、何文、刘治、陈旭红、方玲玲、朱忠敬、吴永平、黄申霞、黄敏、李赛琴、杨旭峰、彭秀清、高娜承诺如下：

“本人承诺将遵守并执行届时有效的《深圳千岸科技股份有限公司章程》以及公司股东大会审议通过的《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内股东回报规划的议案》的议案中相关利润分配政策。”

（4）关于上市后填补被摊薄即期回报措施及相关承诺

①公司出具的承诺

“为保障中小投资者利益，为降低向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所（以下简称“北交所”）上市摊薄即期回报的影响，公司制定相应应对措施，相关责任主体作出相关承诺。

（一）保持并发展现有业务

1、公司将持续推进技术研发与产品创新，不断提高产品品质及生产技术水平，巩固和强化核心竞争力；进一步完善现有销售网络布局，大力拓展国内外市场，持续提高国内外市场占有率。

2、公司将严格遵守《公司法》《证券法》等法律法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保三会及经营管理层能够按照法律法规和公司章程的规定行使职权，做出科学谨慎的决策。公司将继续优化管理流程、建立更加有效的运行机制，确保公司各项业务计划的平稳实施、有序进行。

（二）提高日常运营效率，降低公司运营成本，提升公司经营业绩的具体措施

1、强化募集资金管理

公司根据制定的《深圳千岸科技股份有限公司募集资金管理制度》，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中。公司将定期检查募集资金使用情况，从而加强对募投项目的监管，保证募集资金得到合理、合法的使用。

2、积极调配资源，加快募集资金投资项目的开发和建设进度

本次公开发行募集资金投资项目紧紧围绕公司主营业务，有利于提高长期回报，符合上市公司

股东的长期利益。本次募集资金到位后，公司将积极调配资源，开展募投项目的前期准备工作，加快募集资金投资项目的开发和建设进度，尽早实现项目收益，避免即期回报被摊薄，使公司被摊薄的即期回报（如有）尽快得到填补。

3、强化投资者回报机制

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司已根据中国证监会的相关规定及监管要求，制定了上市后适用的《深圳千岸科技股份有限公司章程（草案）》，就利润分配政策研究论证程序、决策机制、利润分配形式、现金方式分红的具体条件和比例、发放股票股利的具体条件、利润分配的审议程序等事宜进行详细规定和公开承诺，并制定了《深圳千岸科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后股东分红回报未来三年规划》，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，提高公司的未来回报能力。

4、加强经营管理和内部控制，提升经营效率和盈利能力

公司建立了完善的内部控制体系，经营管理水平不断提高。公司将加强企业内部控制，发挥企业管控效能。公司将继续加强预算管控，在保证产品质量的情况下，降低单位产出成本，提升效益，提高公司资金使用效率，提升盈利能力，全面有效地控制公司经营和管控风险。

公司承诺，将积极采取上述措施填补被摊薄的即期回报，如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于发行人的原因外，将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。”

②控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“1、不越权干预公司经营管理，不侵占公司利益。

2、不无偿或以不公平条件向其他单位或个人输送利益。

3、督促公司切实履行填补回报措施。

4、本承诺出具日后至本次发行上市实施完毕前，若中国证监会、北交所作出关于填补被摊薄即期回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会、北交所的该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会、北交所的最新规定出具补充承诺。

5、本人承诺将严格履行公司制定的有关填补被摊薄即期回报措施以及本人作出的任何有关填补被摊薄即期回报措施的承诺，确保公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行。

6、若非因不可抗力原因，导致本人未能履行前述承诺事项的，本人将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：（1）将在公司股东大会或中国证监会指定的披露媒体

上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；（2）本人未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给公司和投资者造成损失的，依法赔偿公司和投资者损失。

若因不可抗力原因，导致本人未能履行前述承诺事项的，本人将作出新的承诺，并接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：本人将出具补充承诺或替代承诺，并将接受前述约束措施，直至补充承诺或替代承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

7、自作出之日起，上述承诺为不可撤销的、持续有效的承诺。”

③领取报酬的非独立董事、高级管理人员出具的承诺

领取报酬的非独立董事、高级管理人员何定、何文、刘治、杨旭峰、彭秀清、高娜承诺如下：

“1、不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

2、对个人的职务消费行为进行约束。

3、不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

4、在自身职责和权限范围内，将公司股东大会审议通过的薪酬管理制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并对公司董事会和股东大会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）。

5、如果公司拟实施股权激励，在自身职责和权限范围内，促使公司拟公布的股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并对公司董事会和股东大会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）。

6、承诺出具后至公司本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市实施完毕前，如中国证监会或证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺相关的其他新的监管规定，且上述承诺不能满足中国证监会或证券交易所该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会或证券交易所的规定出具补充承诺。

7、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若非因不可抗力原因，导致本人未能履行前述承诺事项的，本人将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：（1）将在公司股东大会或中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；（2）本人未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给公司和投资者造成损失的，依法赔偿公司和投资者损失。

若因不可抗力原因，导致本人未能履行前述承诺事项的，本人将作出新的承诺，并接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：本人将出具补充承诺或替代承诺，并将接受前述约束措施，直至补充承诺或替代承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

8、自作出之日起，上述承诺为不可撤销的、持续有效的承诺。”

（5）关于未履行承诺事项时约束措施的承诺

①公司出具的承诺

“1、本公司将严格履行其在本次发行上市过程中所作出的全部公开承诺事项中的各项义务和责任，并积极接受社会监督。

2、如非因不可抗力（如：相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因）未能完全且有效的履行承诺事项中的各项义务或责任，则本公司承诺将采取以下措施予以约束：

（1）在股东大会及中国证监会/北交所指定的披露媒体上及时、充分披露承诺事项未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉；

（2）在有关监管机关要求的期限内予以纠正；

（3）如该违反的承诺属于可以继续履行的，本公司将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本公司将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交发行人股东大会审议，相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序；

（4）本公司将要求对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；

（5）本公司将不批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更；

（6）本公司承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本公司依法赔偿投资者的损失；本公司因违反承诺有违法所得的，按相关法律法规处理。

3、如因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会/北交所指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护本公司投资者利益。”

②控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“1、本人将严格履行其在本次发行上市过程中所作出的全部公开承诺事项中的各项义务和责任，并积极接受社会监督。

2、如非因不可抗力原因（如：相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原

因)导致本人公开承诺事项未能履行或无法按期履行的,本人同意采取以下约束措施:

(1)在公司股东大会及中国证监会/北交所指定的披露媒体上及时、充分公开披露说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉;

(2)在有关监管机关要求的期限内予以纠正;

(3)如该违反的承诺属于可以继续履行的,本人将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项;如该违反的承诺确已无法履行的,本人将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺,并将上述补充承诺或替代性承诺提交发行人股东大会审议;

(4)本人直接或间接持有的公司股份将不得转让,直至本人按相关承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。因合并分立、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外;

(5)本人因未履行或未及时履行相关承诺所获得的收益归公司所有,并在获得收益的5个工作日内将所获收益支付给公司指定账户;

(6)本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行,给发行人或投资者造成损失的,由本人依法赔偿发行人或投资者损失;

(7)本人作出的、公司招股说明书披露的其他承诺约束措施或根据届时规定可以采取的约束措施。

3、如因不可抗力原因导致本人公开承诺事项未能履行或无法按期履行的,本人同意采取以下约束措施:

(1)在公司股东大会、中国证监会/北交所指定的披露媒体上及时、充分公开披露说明未履行的具体原因;

(2)尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案,向公司及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺,以尽可能保护公司及投资者的权益。”

③持股5%以上的股东出具的承诺

持股5%以上的股东刘治、王文生、千岸聚新承诺如下:

“1、本人/本合伙企业将严格履行其在本次发行上市过程中所作出的全部公开承诺事项中的各项义务和责任,并积极接受社会监督。

2、如非因不可抗力原因(如:相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因)导致本人/本合伙企业公开承诺事项未能履行或无法按期履行的,本人/本合伙企业同意采取以下约束措施:

(1) 在公司股东大会及中国证监会/北交所指定的披露媒体上及时、充分公开披露说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

(2) 在有关监管机关要求的期限内予以纠正；

(3) 如该违反的承诺属于可以继续履行的，本人/本合伙企业将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人/本合伙企业将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交发行人股东大会审议；

(4) 本人/本合伙企业直接或间接持有的公司股份将不得转让，直至本人/本合伙企业按相关承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。因合并分立、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

(5) 本人/本合伙企业因未履行或未及时履行相关承诺所获得的收益归公司所有，并在获得收益的5个工作日内将所获收益支付给公司指定账户；

(6) 本人/本合伙企业承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行，给发行人或投资者造成损失的，由本人/本合伙企业依法赔偿发行人或投资者损失；

(7) 本人/本合伙企业作出的、公司招股说明书披露的其他承诺约束措施或根据届时规定可以采取的约束措施。

3、如因不可抗力原因导致本人/本合伙企业公开承诺事项未能履行或无法按期履行的，本人/本合伙企业同意采取以下约束措施：

(1) 在公司股东大会、中国证监会/北交所指定的披露媒体上及时、充分公开披露说明未履行的具体原因；

(2) 尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，向公司及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益。”

④董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员出具的承诺

董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员何定、何文、刘治、陈旭红、方玲玲、朱忠敬、吴永平、黄申霞、黄敏、李赛琴、杨旭峰、彭秀清、高娜承诺如下：

“1、本人将严格履行其在本次发行上市过程中所作出的全部公开承诺事项中的各项义务和责任，并积极接受社会监督。

2、如非因不可抗力原因（如：相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因）导致本人公开承诺事项未能履行或无法按期履行的，本人同意采取以下约束措施：

(1) 在公司股东大会及中国证监会/北交所指定的披露媒体上及时、充分公开披露说明未履行

的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

（2）在有关监管机关要求的期限内予以纠正；

（3）如该违反的承诺属于可以继续履行的，本人将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交发行人股东大会审议；

（4）本人直接或间接持有的公司股份（如有）将不得转让，直至本人按相关承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。因合并分立、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

（5）可以职务变更但不主动要求离职，并主动申请调减或停发薪酬或津贴；

（6）本人因未履行或未及时履行相关承诺所获得的收益归公司所有，并在获得收益的 5 个工作日内将所获收益支付给公司指定账户；

（7）本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行，给发行人或投资者造成损失的，由本人依法赔偿发行人或投资者损失；

（8）本人作出的、公司招股说明书披露的其他承诺约束措施或根据届时规定可以采取的约束措施。

3、如因不可抗力原因导致本人公开承诺事项未能履行或无法按期履行的，本人同意采取以下约束措施：

（1）在公司股东大会、中国证监会/北交所指定的披露媒体上及时、充分公开披露说明未履行的具体原因；

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，向发行人及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护发行人及投资者的权益。

4、本人承诺不因职务变更、离职等原因而放弃履行已作出的各项承诺及未能履行承诺的约束措施。”

（6）关于股东信息披露的专项承诺

①公司出具的承诺

“1、本公司股东均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形，不存在《证监会系统离职人员入股拟上市企业监管规定（试行）》所述证监会系统离职人员及其父母、配偶、子女及其配偶持股的情形。

2、本公司历史沿革中存在何文代何定持股、赵英代蒋纯望持股、陈旭红、众集投资代王文生

持股、持股平台代持等股份代持情形，该等代持情形已于本次发行上市申报前清理完毕，相关方之间不存在股权争议或潜在纠纷等情形。

3、本次发行并上市的中介机构（兴业证券股份有限公司、北京市中伦律师事务所、容诚会计师事务所（特殊普通合伙））或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份或其他权益的情形。本公司及本公司股东不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形。

4、本公司及本公司股东已及时向本次发行的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行的中介机构开展尽职调查，依法在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务。”

（7）关于避免同业竞争的承诺

①控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“1、本人现时没有直接或间接经营或者为他人经营任何与千岸科技经营的业务相同、相似或在任何方面构成竞争的业务。

2、自本承诺出具之日起，本人及本人控制的企业将不会以任何方式从事，包括但不限于单独与他人合作直接或间接从事与千岸科技相同、相似或在任何方面构成竞争的业务。

3、本人保证不直接或间接投资并控股于业务与千岸科技相同、类似或在任何方面构成竞争的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权。

4、若本人直接或间接参股的公司、企业从事的业务与千岸科技有竞争，则本人将作为参股股东或促使本人控制的参股股东对此等事项行使否决权。

5、本人不向其他业务与千岸科技相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织或个人提供千岸科技的专有技术或销售渠道、客户信息等商业秘密。

6、若未来本人或本人控制的其他企业拟从事的新业务可能与千岸科技存在同业竞争，本人将本着千岸科技优先的原则与公司或其控股子公司协商解决。

7、若本人或本人所控制的其他企业获得的商业机会与千岸科技主营业务发生同业竞争或可能发生同业竞争的，本人承诺将上述商业机会通知千岸科技，在通知中所指定的合理期间内，如千岸科技作出愿意利用该商业机会的肯定答复，则本人及本人控制的其他企业将放弃该商业机会，以确保千岸科技及其全体股东利益不受损害；如果千岸科技在通知中所指定的合理期间内不予答复或者给予否定的答复，则视为放弃该商业机会。

8、若千岸科技今后从事新的业务领域，则本人及本人控制的其他公司或其他组织将不以控股

方式或以参股但拥有实质控制权的方式从事与千岸科技新的业务领域有直接竞争的业务活动，包括但不限于投资、收购、兼并与千岸科技今后从事的新业务有直接竞争的公司或者其他经济组织。

9、本人保证促使本人及本人控制的其他公司或其他组织遵守本承诺，并愿意承担因本人及本人控制的其他公司或其他组织违反上述承诺而给千岸科技造成的全部经济损失。

上述承诺自即日起具有法律效力，对本人具有法律约束力，如有违反并因此给千岸科技造成损失，本人愿意承担法律责任。本承诺持续有效且不可变更或撤销，直至本人不再对千岸科技有重大影响为止。”

（8）关于规范和减少关联交易的承诺

①控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“本人将尽力减少本人及本人实际控制的企业与千岸科技之间的关联交易。如本人及本人实际控制的其他企业今后与千岸科技不可避免地出现关联交易时，将依照市场规则，本着一般商业原则，通过签订书面协议，并严格按照《公司法》、千岸科技《公司章程》《关联交易管理制度》等制度规定的程序和方式履行关联交易审批程序，公平合理交易。涉及到本人的关联交易，本人将在相关股东大会中回避表决，不利用本人在千岸科技中的地位，为本人在与千岸科技关联交易中谋取不正当利益。

如本人违反已作出的相关承诺，将采取如下具体措施：（1）将在中国证监会指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的原因并公开道歉；（2）如所违反的承诺可以继续履行，将在千岸科技或有权监管部门要求的期限内继续履行承诺；（3）如所违反的承诺不可以继续履行，将向千岸科技及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护千岸科技及其投资者的权益，并将补充承诺或替代承诺提交千岸科技股东大会审议；（4）对违反上述承诺而给千岸科技造成的经济损失，本人将承担赔偿责任。

上述承诺于本人对千岸科技拥有控制权期间持续有效。”

②持股 5%以上股东出具的承诺

持股 5%以上股东刘治、王文生、千岸聚新承诺如下：

“本人承诺规范和减少本人及本人实际控制的企业与千岸科技之间发生的关联交易。如本人及本人实际控制的其他企业今后与千岸科技不可避免地出现关联交易时，将依照市场规则，本着一般商业原则，通过签订书面协议，并严格按照《公司法》、千岸科技《公司章程》《关联交易管理制度》等制度规定的程序和方式履行关联交易审批程序，公平合理交易。涉及到本人的关联交易，本人将在相关股东大会中回避表决，不利用本人在千岸科技中的地位，为本人在与千岸科技关联交易

中谋取不正当利益。

对于公司与本人发生的关联交易，本人承诺将保证交易的价格、相关协议条款和交易条件公平合理，不会要求公司给予与第三人的条件相比更优惠的条件，在此基础上公司将逐步减少此项关联交易占同类交易的比重。

如本人违反已作出的相关承诺，将采取如下具体措施：（1）将在中国证监会指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的原因并公开道歉；（2）如所违反的承诺可以继续履行，将在公司或有权监管部门要求的期限内继续履行承诺；（3）如所违反的承诺不可以继续履行，将向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益，并将补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；（4）对违反上述承诺而给公司造成的经济损失，本人将承担赔偿责任。

上述承诺于本人作为千岸科技持股 5%以上股东期间持续有效。”

③董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员出具的承诺

董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员何定、何文、刘治、陈旭红、方玲玲、朱忠敬、吴永平、黄申霞、黄敏、李赛琴、杨旭峰、彭秀清、高娜承诺如下：

“本人承诺规范和减少本人及本人实际控制的企业与千岸科技之间发生的关联交易。如本人及本人实际控制的其他企业今后与千岸科技不可避免地出现关联交易时，将依照市场规则，本着一般商业原则，通过签订书面协议，并严格按照《公司法》、千岸科技《公司章程》《关联交易管理制度》等制度规定的程序和方式履行关联交易审批程序，公平合理交易。涉及到本人的关联交易，本人将在相关董事会和股东大会中回避表决，不利用本人在千岸科技中的地位，为本人在与千岸科技关联交易中谋取不正当利益。

对于公司与本人发生的关联交易，本人承诺将保证交易的价格、相关协议条款和交易条件公平合理，不会要求公司给予与第三人的条件相比更优惠的条件，在此基础上公司将逐步减少此项关联交易占同类交易的比重。

如本人违反已作出的相关承诺，将采取如下具体措施：（1）将在中国证监会指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的原因并公开道歉；（2）如所违反的承诺可以继续履行，将在公司或有权监管部门要求的期限内继续履行承诺；（3）如所违反的承诺不可以继续履行，将向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益，并将补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；（4）对违反上述承诺而给公司造成的经济损失，本人将承担赔偿责任。

上述承诺于本人担任千岸科技董事、监事、高级管理人员期间持续有效。”

（9）关于保证公司独立性的承诺

①控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“1、在作为公司控股股东/实际控制人期间，本人将保证公司在业务、资产、财务、人员、机构等方面与本人及本人控制的其他企业保持独立。

2、本人承诺不会利用控股股东/实际控制人地位，损害公司的合法利益。

3、在作为公司控股股东/实际控制人期间，本人及本人控制的其他企业将杜绝一切非法占用公司资金、资产的行为，不要求公司及其下属子公司向本人及本人控制的其他企业提供任何形式的担保或者资金支持。

4、本人将支持公司董事会、监事会及高级管理人员独立履行职责，确保公司独立运作，并依法行使控股股东/实际控制人权利，不侵犯公司享有的由全体股东出资形成的法人财产权。

5、本人同意承担因违反上述承诺而给公司造成的相关损失。

本承诺函自签署之日起至本人作为公司的控股股东/实际控制人期间持续有效。”

（10）关于招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏及欺诈发行情形下导致回购股份和向投资者赔偿事项的承诺

①公司出具的承诺

“1、本次发行上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏及欺诈发行情形，本公司对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

2、若因本次发行上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏及欺诈发行情形，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将及时提出股份回购预案，并提交董事会、股东大会讨论，依法回购公开发行的全部新股，回购价格按照发行价加算银行同期存款利息确定（若本公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），并根据相关法律、法规规定的程序实施。在实施上述股份回购时，如法律法规、公司章程等另有规定的从其规定。

3、若因本次发行上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏及欺诈发行情形，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。投资者损失根据本公司与投资者协商确定的金额或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额予以确定。”

②控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“1、本次发行上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏及欺诈发行情形，本人对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

2、若因本次发行上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏及欺诈发行情形，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将利用在公司的控股地位，促成公司及时依法回购公开发行的全部新股。

3、若因本次发行上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏及欺诈发行情形，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。投资者损失根据公司与投资者协商确定的金额或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额予以确定。”

③董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员出具的承诺

董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员何定、何文、刘治、陈旭红、方玲玲、朱忠敬、吴永平、黄申霞、黄敏、李赛琴、杨旭峰、彭秀清、高娜承诺如下：

“1、本次发行上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏及欺诈发行情形，本人对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

2、若因本次发行上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏及欺诈发行情形，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。投资者损失根据公司与投资者协商确定的金额或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额予以确定。”

(11) 关于挂牌期间不存在违法违规交易情形的承诺

①公司出具的承诺

“公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌期间，本公司不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易本公司股票提供便利的情形。”

②控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌期间，本人不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易公司股票提供便利的情形。”

③董事、高级管理人员出具的承诺

董事、高级管理人员何定、何文、刘治、陈旭红、方玲玲、朱忠敬、吴永平、杨旭峰、彭秀清、高娜承诺如下：

“公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌期间，本人不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易公司股票提供便利的情形。”

(12) 关于不存在对退市企业承担责任等相关事项的承诺

①控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“本人作为公司控股股东/实际控制人，承诺最近 36 个月内不存在以下情形：

1、担任因规范类和重大违法类强制退市情形被终止上市企业的董事、高级管理人员，且对触及及相关退市情形负有个人责任。

2、作为前述企业的控股股东、实际控制人且对触及及相关退市情形负有个人责任。”

②董事、高级管理人员出具的承诺

董事、高级管理人员何定、何文、刘治、陈旭红、方玲玲、朱忠敬、吴永平、杨旭峰、彭秀清、高娜承诺如下：

“本人作为公司董事/高级管理人员，承诺最近 36 个月内不存在以下情形：

1、担任因规范类和重大违法类强制退市情形被终止上市企业的董事、高级管理人员，且对触及及相关退市情形负有个人责任。

2、作为前述企业的控股股东、实际控制人且对触及及相关退市情形负有个人责任。”

(13) 关于上市后业绩大幅下滑延长股份锁定期的承诺

①控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“1、若公司上市当年较上市前一年扣除非经常性损益后归母净利润下滑 50%以上，则延长本人届时所持股份锁定期限 24 个月；

2、若公司上市第二年较上市前一年扣除非经常性损益后归母净利润仍下滑 50%以上的，则在前项基础上延长本人届时所持股份锁定期限 12 个月；

3、若公司上市第三年较上市前一年扣除非经常性损益后归母净利润仍下滑 50%以上的，则在前项基础上延长本人届时所持股份锁定期限 12 个月；

4、若本人因违反上述承诺而获得收益的，所得收益归公司所有；若本人因未履行上述承诺给公司或其他投资者造成损失的，本人将依法承担相应法律后果。”

2、公司申请挂牌时的承诺事项

(1) 关于规范或避免同业竞争的承诺

①控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“（一）截至本承诺函出具之日，本人及本人关系密切的家庭成员在中国境内外未直接或间接从事或参与任何在商业上对公司构成竞争的业务或活动，或拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任董事、监事、高级管理人员或核心技术人员。

（二）本人及本人关系密切的家庭成员将来也不会在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对公司构成竞争的业务及活动，或拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任董事监事、高级管理人员及核心技术人员。

（三）若违反上述承诺，本人愿意对由此给公司造成的损失承担赔偿责任及其他责任。”

②董事、监事、高级管理人员、核心技术（业务）人员出具的承诺

董事、监事、高级管理人员、核心技术（业务）人员刘治、陈旭红、方玲玲、朱忠敬、吴永平、黄申霞、黄敏、李赛琴、杨旭峰、彭秀清、高娜、杨娟、沙晋生承诺如下：

“（一）截至本承诺函出具之日，本人及本人关系密切的家庭成员在中国境内外未直接或间接从事或参与任何在商业上对公司构成竞争的业务或活动，或拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任董事、监事、高级管理人员或核心技术人员。

（二）本人及本人关系密切的家庭成员将来也不会在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对公司构成竞争的业务及活动，或拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任董事监事、高级管理人员及核心技术人员。

（三）若违反上述承诺，本人愿意对由此给公司造成的损失承担赔偿责任及其他责任。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。”

（2）关于减少或规范关联交易的承诺

①控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“1、本人将尽可能地避免和减少本人和本人投资或控制的其他企业、组织或机构（以下简称“本人控制的其他企业”）与公司之间的关联交易。

2、对于无法避免或者因合理原因而发生的关联交易，本人和本人投资或控制的其他企业将根据有关法律、法规和规范性文件以及公司章程的规定，遵循平等、自愿、等价和有偿的一般商业原

则，履行法定程序与公司签订关联交易协议，并确保关联交易的价格公允，原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，以维护公司及其股东（特别是中小股东）的利益。

3、本人保证不利用在公司的地位和影响，通过关联交易损害公司及其股东（特别是中小股东）的合法权益。本人和本人控制的其他企业保证不利用本人在公司中的地位和影响，违规占用或转移公司的资金、资产及其他资源，或违规要求公司提供担保。

4、如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，本人愿意承担因此给公司及其股东造成的全部经济损失及其他相应的法律责任。

5、本承诺书自签订之日即行生效并不可撤销，并在公司存续且本人依照中国证监会或全国中小企业股份转让系统相关规定被认定为公司的关联方期间内有效。”

②董事、监事、高级管理人员出具的承诺

董事、监事、高级管理人员刘治、陈旭红、方玲玲、朱忠敬、吴永平、黄申霞、黄敏、李赛琴、杨旭峰、彭秀清、高娜承诺如下：

“1、本人将尽可能地避免和减少本人和本人投资或控制的其他企业、组织或机构（以下简称“本人控制的其他企业”）与公司之间的关联交易。

2、对于无法避免或者因合理原因而发生的关联交易，本人和本人投资或控制的其他企业将根据有关法律、法规和规范性文件以及公司章程的规定，遵循平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，履行法定程序与公司签订关联交易协议，并确保关联交易的价格公允，原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，以维护公司及其股东（特别是中小股东）的利益。

3、本人保证不利用在公司的地位和影响，通过关联交易损害公司及其股东（特别是中小股东）的合法权益。本人和本人控制的其他企业保证不利用本人在公司中的地位和影响，违规占用或转移公司的资金、资产及其他资源，或违规要求公司提供担保。

4、如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，本人愿意承担因此给公司及其股东造成的全部经济损失及其他相应的法律责任。

5、本承诺书自签订之日即行生效并不可撤销，并在公司存续且本人依照中国证监会或全国中小企业股份转让系统相关规定被认定为公司的关联方期间内有效。”

③其他持股 5%以上股东出具的承诺

其他持股 5%以上股东王文生、千岸聚新承诺如下：

“1、本人/本企业将尽可能地避免和减少本人/本企业和本人/本企业投资或控制的其他企业、组织或机构（以下简称“本人/本企业控制的其他企业”）与公司之间的关联交易。

2、对于无法避免或者因合理原因而发生的关联交易，本人/本企业和本人/本企业投资或控制的

其他企业将根据有关法律、法规和规范性文件以及公司章程的规定，遵循平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，履行法定程序与公司签订关联交易协议，并确保关联交易的价格公允，原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，以维护公司及其股东（特别是中小股东）的利益。

3、本人/本企业保证不利用在公司的地位和影响，通过关联交易损害公司及其股东（特别是中小股东）的合法权益。本人/本企业和本人/本企业控制的其他企业保证不利用本人/本企业在公司中的地位和影响，违规占用或转移公司的资金、资产及其他资源，或违规要求公司提供担保。

4、如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，本人/本企业愿意承担因此给公司及其股东造成的全部经济损失及其他相应的法律责任。

5、本承诺书自签订之日即行生效并不可撤销，并在公司存续且本人/本企业依照中国证监会或全国中小企业股份转让系统相关规定被认定为公司的关联方期间内有效。”

（3）关于解决资金占用问题的承诺

①控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“（一）截至本承诺函出具之日，本人、本人的近亲属及本人控制的其他企业不存在以委托管理、借款、代偿债务、代垫款项或其他任何方式占用公司资金、资产等资源的情形。

（二）本人将严格按照《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）等法律法规及《公司章程》、资金管理等制度的规定，杜绝一切非法占用公司资金、资产的行为，不要求公司为本人提供任何形式的违法违规担保，不从事损害公司及其他股东合法权益的行为。

（三）本人保证促使本人的近亲属及本人控制的其他企业严格按照《公司法》《证券法》等法律法规及公司章程、资金管理等制度的规定，杜绝一切非法占用公司资金、资产的行为，不要求公司提供任何形式的违法违规担保，不从事损害公司及其他股东合法权益的行为。”

②董事、监事、高级管理人员出具的承诺

董事、监事、高级管理人员刘治、陈旭红、方玲玲、朱忠敬、吴永平、黄申霞、黄敏、李赛琴、杨旭峰、彭秀清、高娜承诺如下：

“（一）截至本承诺函出具之日，本人、本人的近亲属及本人控制的其他企业不存在以委托管理、借款、代偿债务、代垫款项或其他任何方式占用公司资金、资产等资源的情形。

（二）本人将严格按照《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）等法律法规及《公司章程》、资金管理等制度的规定，杜绝一切非法占用公司资金、资产的行为，不要求公司为本人提供任何形式的违法违规担保，不

事损害公司及其他股东合法权益的行为。

（三）本人保证促使本人的近亲属及本人控制的其他企业严格按照《公司法》《证券法》等法律法规及公司章程、资金管理等制度的规定，杜绝一切非法占用公司资金、资产的行为，不要求公司提供任何形式的违法违规担保，不从事损害公司及其他股东合法权益的行为。”

（4）关于股份增持或减持的承诺

①控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“1、本人在公司在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。

2、本人将严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律、法规以及中国证券监督管理委员会、股转系统和《公司章程》关于股份限制流通的相关规定。”

②董事、监事、高级管理人员出具的承诺

董事、监事、高级管理人员刘治、陈旭红、方玲玲、朱忠敬、吴永平、黄申霞、黄敏、李赛琴、杨旭峰、彭秀清、高娜承诺如下：

“1、本人在担任公司董事、监事或高级管理人员的任职期间内，每年转让持有的公司股份不超过本人持有公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的公司股份。

2、本人将严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律、法规以及中国证券监督管理委员会、股转系统和《公司章程》关于股份限制流通的相关规定。”

（5）关于公司及子公司房屋租赁事项的承诺

①公司出具的承诺

“截至本承诺函出具日，深圳千岸科技股份有限公司（以下简称“公司”）及其子公司签订的房屋租赁合同均合法、合规、真实、有效，不存在纠纷、潜在纠纷或行政处罚；部分租赁房屋存在尚未办理租赁备案的情形，相关房屋对公司开展经营活动不存在重大影响，且具有较强的可替代性。后续如有处罚或者其他经济损失，均由公司控股股东、实际控制人承担。”

②控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“截至本承诺函出具日，公司及子公司签订的房屋租赁合同均合法、合规、真实、有效，不存在纠纷、潜在纠纷或行政处罚。部分租赁房屋存在尚未办理租赁备案的情形，相关房屋对公司开展

经营活动不存在重大影响，且具有较强的可替代性。

后续如有处罚或者其他经济损失，本人承诺承担由此给公司及其子公司造成的一切赔偿责任或其他责任。”

（6）关于用工、社保和住房公积金事项的承诺

①控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“（一）本人将督促公司及其子公司按照法律法规的规定规范公司用工。如因违法违规用工引致诉讼、仲裁或有关主管部门的行政处罚，从而导致公司及/或其子公司需要承担相关责任或遭受经济损失的，本人承诺承担因此造成公司及/或其子公司的所有损失，保证公司及/或其子公司的业务不会因前述事宜受到不利影响。

（二）若公司及其子公司因有关政府部门或司法机关在任何时候认定公司及其子公司需补缴社会保险费（包括基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险）和住房公积金，或因社会保险费和住房公积金事宜受到处罚，或被任何相关方以任何方式提出有关社会保险费和住房公积金的合法权利要求，本人将无条件全额承担有关政府部门或司法机关认定的需由公司及其子公司补缴的全部社会保险费和住房公积金、罚款或赔偿款项，全额承担被任何相关方以任何方式要求的社会保险费和住房公积金或赔偿款项，以及因上述事项而产生的由公司及其子公司支付的或应由公司及其子公司支付的所有相关费用。

（三）若本人违反上述承诺给公司及其他股东造成损失，一切损失将由本人承担。”

（7）关于未能履行相关承诺的约束措施的承诺

①公司出具的承诺

“本公司将严格履行在本次申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

若本公司未能完全且有效地履行承诺事项中的各项义务或责任，则本公司将采取以下措施予以约束：

1、如本公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、规范性文件及公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：（1）在中国证监会、全国中小企业股份转让系统有限责任公司（以下简称“全国股转系统”）指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；（2）对本公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；（3）给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。

如本公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、规范性文件及公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：（1）在中国证监会、全国股转系统指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护投资者利益。”

②控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“就本人在公司挂牌过程中作出的公开承诺事项，如未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

1、通过公司及时、充分披露本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因。

2、在有关监管机关要求的期限内予以纠正。

3、如该违反的承诺属可以继续履行的，本人将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交公司股东大会审议。

4、本人承诺，未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本人/本企业依法赔偿投资者的损失；本人/本企业因违反承诺所得收益，将上缴公司所有。

5、本人违反公开承诺及挂牌申请文件中的其他承诺事项，给公司或投资者造成损失的，将依法赔偿对公司或投资者的损失。如果本人未承担前述赔偿责任，公司有权扣减本人所获分配的现金分红、薪酬、津贴等用于承担前述赔偿责任。同时本人持有的公司股份（如有）将不得转让，直至本人按相关承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。

6、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本人自身无法控制的客观原因，导致本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：（1）通过公司及时、充分披露本人/本企业承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向公司及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益。

7、其他根据届时规定可以采取的约束措施。”

③董事、监事、高级管理人员、核心技术（业务）人员出具的承诺

董事、监事、高级管理人员、核心技术（业务）人员刘治、陈旭红、方玲玲、朱忠敬、吴永平、黄申霞、黄敏、李赛琴、杨旭峰、彭秀清、高娜、杨娟、沙晋生承诺如下：

“本人作为深圳千岸科技股份有限公司（以下简称“公司”）的董事/监事/高级管理人员/核心技术（业务）人员，将严格履行本人在本次公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开

转让过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任，如本人未能完全且有效地履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则本人将采取以下各项措施予以约束：

1、通过公司及时、充分披露本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因。

2、在有关监管机关要求的期限内予以纠正。

3、如该违反的承诺属可以继续履行的，本人将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交公司股东大会审议。

4、本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本人依法赔偿投资者的损失；本人因违反承诺所得收益，将上缴公司所有。

5、本人违反公开承诺及申报文件其他承诺事项，给公司或投资者造成损失的，将依法赔偿对公司或投资者的损失。如果本人未承担前述赔偿责任，公司有权扣减本人所获分配的现金分红、薪酬、津贴等用于承担前述赔偿责任。同时本人持有的公司股份（如有）将不得转让，直至本人按相关承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。

6、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本人自身无法控制的客观原因，导致本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：（1）通过公司及时、充分披露本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向公司及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益。

7、其他根据届时规定可以采取的约束措施。

上述承诺及相关措施不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行。”

④其他持股 5%以上股东出具的承诺

其他持股 5%以上股东王文生、千岸聚新承诺如下：

“就本人/本企业在公司挂牌过程中作出的公开承诺事项，如未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

1、通过公司及时、充分披露本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因。

2、在有关监管机关要求的期限内予以纠正。

3、如该违反的承诺属可以继续履行的，本人/本企业将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人/本企业将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交公司股东大会审议。

4、本人/本企业承诺，未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本人/本

企业依法赔偿投资者的损失；本人/本企业因违反承诺所得收益，将上缴公司所有。

5、本人/本企业违反公开承诺及挂牌申请文件中的其他承诺事项，给公司或投资者造成损失的，将依法赔偿对公司或投资者的损失。如果本人/本企业未承担前述赔偿责任，公司有权扣减本人所获分配的现金分红、薪酬、津贴等用于承担前述赔偿责任。同时本人/本企业持有的公司股份（如有）将不得转让，直至本人/本企业按相关承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。

6、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本人/本企业自身无法控制的客观原因，导致本人/本企业承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：（1）通过公司及时、充分披露本人/本企业承诺未能履行承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向公司及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益。

7、其他根据届时规定可以采取的约束措施。”

（8）关于公司行政处罚相关事项的承诺

①控股股东、实际控制人出具的承诺

控股股东何定，实际控制人何定、何文承诺如下：

“1、如果公司或其子公司因未按规定办理企业境外投资有关审批、备案手续（如发改委、商务部门、外汇管理部门的有关手续）而带来任何行政处罚费用支出、其他费用支出或经济损失，本人将无条件全部无偿代其承担。

2、如果公司或其子公司因目前企业境外投资手续不规范的情形而需要承担补缴、赔偿、处罚或滞纳金等任何形式的经济损失或义务，本人将承担前述全部的经济补偿、赔偿、罚金及其他经济损失，并保证今后不会就此向公司或其子公司进行追偿。”

（9）股东自愿限售的承诺

股东何定、刘治、何文、王文生、蒋纯望、千岸聚新、上海联新承诺如下：

“截至自愿限售出具之日，何定、刘治、何文、王文生、蒋纯望、深圳市千岸聚新管理咨询合伙企业（有限合伙）、上海联新资本管理有限公司—上海联新科技股权投资中心（有限合伙）分别持有公司股份 31,692,882 股、11,472,240 股、8,154,089 股、9,000,000 股、2,088,992 股、7,500,000 股和 2,841,797 股，其中流通股份分别为 7,923,220 股、2,868,060 股、2,038,522 股、9,000,000 股、2,088,992 股、7,500,000 股、1,610,351 股，上述股东对其持有的全部流通股份进行自愿限售，限售期限至完成股票公开发行并在北京证券交易所上市之日，或公开发行股票并在北京证券交易所上市事项终止之日。”

十、 其他事项

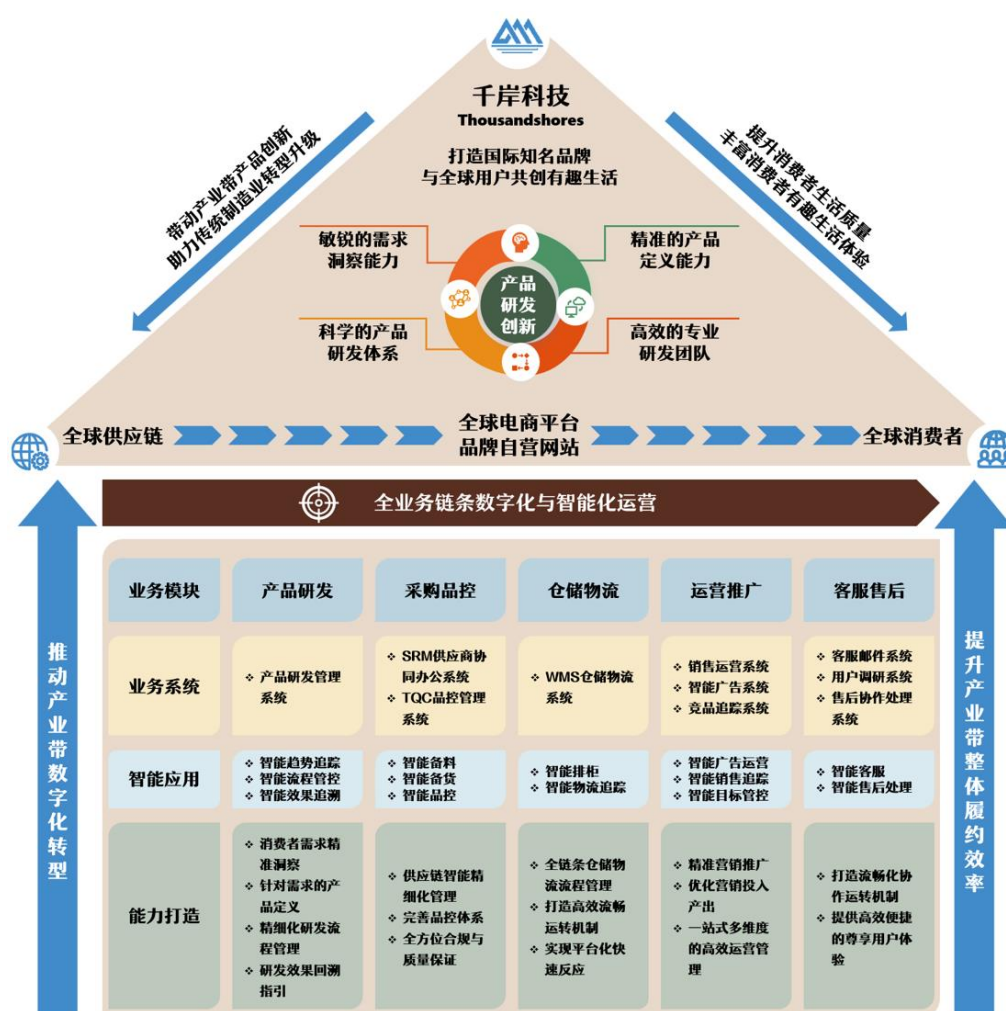
无。

第五节 业务和技术

一、 发行人主营业务、主要产品或服务情况

（一）公司主营业务

公司是一家从事自有品牌产品研发、设计并主要通过电商平台和自营网站进行销售的高新技术企业。一方面，公司以产品的研发设计创新为核心驱动力，依托研发技术积累，打造核心优势品类与市场知名品牌。另一方面，公司以信息系统技术创新为公司业务高效运转的核心基石，通过自主开发设计的跨境电商全业务链条数字化与智能化运营管理系统，打造公司平台化快速反应能力与精细化服务水平，高效地将自主品牌的差异化产品销售给全球消费者，主要产品包括艺术创作、数码电子、运动户外、家居庭院等类别，为全球消费者提供有趣生活体验。



1、公司以产品研发设计创新为核心驱动力

在产品研发环节，公司长期根植消费者家庭休闲生活核心场景，并借助公司运营系统的多样化智能趋势追踪功能，同时通过线上消费者反馈与线下用户调研等多渠道的消费者互动信息，实现对

特定消费人群行为与心理特征的精准把控，形成了系统化的消费者需求分析能力，并构建自身的场景化、精细化与差异化创新性产品研发设计理念。在此基础上，公司通过专业研发人才队伍建设，标准研发实验室的搭建，与针对各品类产品特性功能开发的完善核心技术体系的建立，成功研发打造了覆盖艺术创作、数码电子、家居庭院、运动户外四大领域的产品矩阵，为全球消费者提供有趣生活体验，有效满足消费者个性化与差异化的消费需求，公司多个系列核心品类产品长期位列于亚马逊 BS（Best Sellers）榜单百名榜。

基于强大的差异化消费需求把控能力与突出的产品研发创新实力，公司成功创立了 Ohuhu、Tribit、Sportneer、iClever 等具有市场影响力的自有品牌。其中公司 Ohuhu 品牌荣获“2019 年度亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强”、“2021 年度浙江省跨境电商出口知名品牌”、“第二十二届深圳（湾区）知名品牌”、《深圳品牌发展白皮书（1980-2025）》之品牌发展典型案例，并多次进入 OneSight 编制的《BrandOS 出海品牌社媒影响力榜单》排名和易势科技联合每日经济新闻发布的《中国跨境电商品牌影响力排行榜》Top100 榜单，且自 2019 年以来在文具办公品类中保持榜首，旗下马克笔产品深受绘画爱好者的热捧，荣获 2024 年度德国红点设计奖（Red Dot）、法国设计奖和美国缪斯设计奖金奖，品牌销售额与销售量在亚马逊绘画笔类产品中排名前列。近年来 Ohuhu 品牌关键词搜索热度在亚马逊主要站点中保持在较高水平，品牌的市场影响力与消费者粘性不断增强。公司蓝牙音箱荣获顶级科技媒体 Wirecutter 最佳音箱奖、美国知名科技媒体 CNET 颁发的“CNET 2020 Editor's Choice”大奖，耳机系列产品亦数次荣获德国红点设计奖（Red Dot）、汉诺威工业设计奖（iF）、日本 VGP SUMMER 大奖等诸多奖项，并常居亚马逊同类产品畅销榜单，其中 iClever 是美国在线渠道中零售销售量排名第一的儿童耳机品牌。

2、信息系统技术创新系公司业务高效运转的核心基石

在信息系统开发建设环节，公司自设立之初便组建了专业的信息系统开发技术团队，经过多年研发和技术攻关，成功研发了囊括 ERP 企业管理系统、WMS 仓储管理系统、TQC 品质管理系统、智能营销管理系统等多个子系统为一体的运营管理系统，打造了覆盖产品研发设计、采购、仓储、物流、销售、日常运营管理等全业务链条的数字化与智能化运营管理体系，以数字化技术赋能上下游产业链，通过搭建全产业链的高效流畅协作运转机制，进一步提升运营效率、降低运营成本，形成稳定可靠的技术优势，为公司业务高速发展提供强有力的支撑，进一步提高企业的核心竞争力。

凭借多年的技术积累与创新沉淀，公司技术实力与市场地位获得了行业、政府部门、社会机构等的高度认可，并积累了丰富的知识产权成果。近年来，公司被认定为深圳市专精特新中小企业、深圳市科技型中小企业、国家鼓励的软件企业、广东省数字贸易龙头企业（贸易数字化平台类）、技术先进型服务企业，并参与《数字化供应链体系架构》（标准号：GB/T 46887-2025）、《跨境电子商务商家风险防控指南》（标准号：GB/T 46702-2025）国家标准的起草。截至报告期末，公司已获授权专利 328 项，其中发明专利 28 项，实用新型专利 113 项，外观设计专利 187 项，另有计算机软件著作权 83 项。

(二) 主要产品或服务

报告期内，公司产品类别包括艺术创作、数码电子、运动户外、家居庭院四大领域，各领域产品均紧密围绕消费者家庭休闲生活场景，以“提升消费者生活质量，丰富消费者有趣生活体验”为核心。公司各品类产品在消费者家庭休闲生活中的应用情景如下：

Quiet Focus in a Creative Home Office

家庭办公



1 iClever BK10
Bluetooth Keyboard



2 iClever Solar
Bluetooth Keyboard



3 iClever Foldable
Keyboard



4 TRIBIT StormBox Mini+
Portable Wireless Speaker



Morning Energy: Solo Yoga Flow in Sunlit Space

休闲运动

1 Tribit StormBox
Mini+ Portable Bluetooth Speaker



2 Sportneer Adjustable
Dumbbells HandWeights Set of 2



3 Sportneer
Weighted WristBangles



4 Sportneer 4 in 1 Foam
Roller Set
(Dual Textures FoamRoller)



Rainy Day Art Party: Mother-Daughter Drawing Time

艺术创作



1 Ohuhu Bamboo
Marker Organizer
(High-Rise)



2 iClever BTH20 Active
Noise Cancelling Headphones
for Kids



3 Ohuhu Double-
Sided Coloring
Books



4 Ohuhu Honolulu 320
Colors Dual Tips Alcohol
Art Markers





Family Wellness Hour by the Backyard Pool 家居庭院

Tribit Bluetooth Speaker
StormBoxBlast 2, 200W
Portable Wireless Speaker



1

Sportneer Aquatic Exercise
Dumbbells Water Weights



2

Adjustable Height Aluminum
Roll Up Camping Table
for Outdoor



3

Sportneer Back
Board Kids Swim Belt



4

通过清晰定位消费场景与消费群体，并经长期的产品创新积累，公司自主创立了 Ohuhu、Tribit、Sportneer、iClever 等享有较高市场声誉的自有品牌，各品牌具有清晰的市场定位和鲜明的品牌特色。公司各品牌与各品类产品情况如下：

1、各品牌情况

品牌名称	品牌描述
	Ohuhu 品牌创立于 2014 年，品牌风格青春、活泼，品牌主营的绘画品线，倡导用户大胆想象，敢于创作。其中马克笔深受海外绘画爱好者们的热捧，质量也深受广大用户的认同。此外，Ohuhu 旗下的品线还包括：家居用品、音乐器材、美妆个护、家修工具等。该品牌的产品充满活力与朝气，致力于将积极生活的态度渗入到生活的方方面面。
	Tribit（趣倍）品牌创立于 2017 年，品牌诞生的初衷是：激发用户对户外探索的热情，拥抱自然之美与音乐的魅力。该品牌专注于蓝牙音频领域，产品的音频处理表现出独特的魅力。旗下产品线主要包括蓝牙音箱、耳机等。
	Sportneer（运动匠）创立于 2016 年，专注于运动健身领域，致力于为用户提供实用舒适的个人运动健身装备，使用户的自我提升能随时随地进行、不受时间和空间限制，为用户创造愉悦便利的健身体验。旗下优质产品线主要包含骑行训练、个人健身、运动康复、露营徒步等运动装备，同时在智能体育领域积极创新。目前产品畅销欧美，其中的自行车训练架及可调节负重沙袋更是常居亚马逊同类产品畅销榜首。
	iClever 品牌创立于 2010 年，一直致力于提供创新的优质消费电子产品，利用技术的力量突破智能生活的界限，如今已经是北美、欧洲等多个国家和地区最受欢迎的消费电子品牌之一，拥有很高的知名度和美誉度。iClever 旗下现有电脑办公、娱乐影音、充电智能三大品类，其中儿童耳机品线专注打造安全舒适，多彩有趣的儿童耳机，坚持让孩子们放心聆听丰富多彩的学习和娱乐生活，多款产品被评为亚马逊最畅销产品。

公司在自有品牌运营基础上，清晰定位消费场景与消费群体，推行精品模式运营，围绕艺术创作、数码电子、家居庭院、运动户外四大领域，打造具有市场竞争力的优势品类，以满足终端消费

者舒适、便捷、健康的家庭休闲有趣生活需求。

2、各品类产品情况

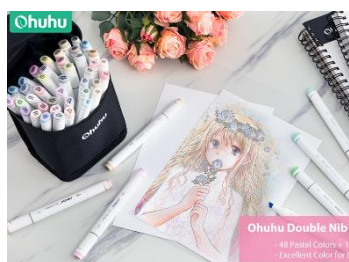
（1）艺术创作类

公司艺术创作类产品以 Ohuhu 品牌为主，产品主要包括绘画笔及画本画架等绘画配套用品。

公司对艺术创作人群的心理进行精准把控，通过打造产品青春、活泼的风格特征，向用户传递积极乐观生活态度，为各类热爱并向往艺术创作的人群提供艺术创作灵感。针对绘画笔类产品，公司建立了标准的绘画笔研发实验室，积累了多功能性马克笔墨水配方及工艺技术等多项创新设计技术，并通过严格把控产品质量，保证产品良好的艺术创作性能。公司绘画笔类产品因叠色效果好、出墨流畅、色泽稳定性高、质感细腻，同时具备环保属性等特征，从而深受绘画爱好者们的热爱，在亚马逊平台上销量排名前列，并荣获 2024 年度德国红点设计奖（Red Dot）、法国设计奖和美国缪斯设计奖金奖等诸多奖项，并被评为 EBRUN 全球好物。

公司艺术创作类产品主要应用场景展示如下：

绘画创作



（2）数码电子类

公司数码电子类产品以 iClever 品牌和 Tribit 品牌为主，其中 iClever 品牌旗下主要包括儿童耳机、键盘鼠标等产品系列，Tribit 品牌旗下主要包括蓝牙音箱、耳机等产品系列。

公司儿童耳机品线产品采用自研的安全音量控制技术，通过三度音量限制器保护儿童听力，为儿童打造多彩有趣又安全舒适的学习和娱乐生活，并通过声音激发儿童想象力，在欧美市场拥有较高的知名度和美誉度，多款产品位列亚马逊畅销产品，并荣获法国设计奖（FDA），2025 年度，公司儿童耳机在美国、英国、澳大利亚等地区被多家权威媒体评为最佳儿童耳机产品。

公司蓝牙音箱、耳机等产品，不仅可满足用户日常休闲娱乐的需求，还因具备防水、防汗、长续航等属性而成为户外运动爱好者的完美音频伴侣。此外，Tribit 音频实验室研发的 XBass 增强技术，使相关产品的音频处理更为饱满和逼真，为用户带来高品质的聆听体验。公司 XSound Go 蓝牙音箱荣获顶级科技媒体 Wirecutter 最佳音箱奖，StormBox Micro 蓝牙音箱荣获美国知名科技媒体 CNET 颁发的“CNET 2020 Editor's Choice”大奖，耳机系列产品亦数次荣获德国红点设计奖（Red Dot）、汉诺威工业设计奖（iF）、日本 VGP SUMMER 大奖等诸多奖项。

公司数码电子类产品主要应用场景展示如下：

儿童娱乐



休闲办公



户外运动



(3) 运动户外类

公司运动户外类产品以 Sportneer 品牌为主，产品主要包括训练器材、户外用品、自行车用品等，覆盖了健身训练、露营徒步、骑行训练等日常的户外运动和健身场景。

公司精准定位各类户外和健身爱好者差异化与专业化的功能需求，并积极挖掘健身行业未来趋势，为用户提供更安全、便捷、舒适的健身选择。公司产品在更好满足人体工学设计的基础上，还表现出较好的稳固性与灵活性，且兼容属性强，因而深受运动爱好者的喜爱，目前产品畅销欧美，其中自行车训练架及可调节负重沙袋更是常居亚马逊同类产品畅销榜单，**2025 年度，公司负重沙包产品被美国多家权威媒体推荐购买，被评为最佳脚踝负重产品。**公司运动户外类产品主要应用场景展示如下：

健身训练



露营徒步



骑行训练



(4) 家居庭院类

公司家居庭院类产品以 Ohuhu 品牌为主，产品主要包括庭院用品、家居用品等。

公司深入洞察消费者家居和庭院生活需求，通过精益求精的产品设计和工艺管控，不断创新提高产品性能，以打造兼具专业品质和实用功能的家居庭院必备品，为世界各地用户搭建通往轻松与健康生活方式的桥梁，助力人们生活方式的转型升级。

公司家居庭院类产品主要应用场景展示如下：

庭院种植



(三) 主营业务收入构成

报告期内，公司营业收入构成情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
主营业务收入	196,451.90	99.17%	164,893.27	98.91	138,696.21	99.08
艺术创作	82,366.22	41.58%	53,788.42	32.26	34,496.61	24.64
数码电子	40,092.27	20.24%	44,996.00	26.99	42,895.17	30.64
运动户外	44,338.71	22.38%	37,765.89	22.65	30,288.48	21.64
家居庭院	29,654.70	14.97%	28,342.97	17	31,015.96	22.16
其他业务收入	1,640.37	0.83%	1,821.12	1.09	1,289.47	0.92
合计	198,092.27	100.00%	166,714.39	100	139,985.68	100

(四) 主要经营模式

1、产品开发模式

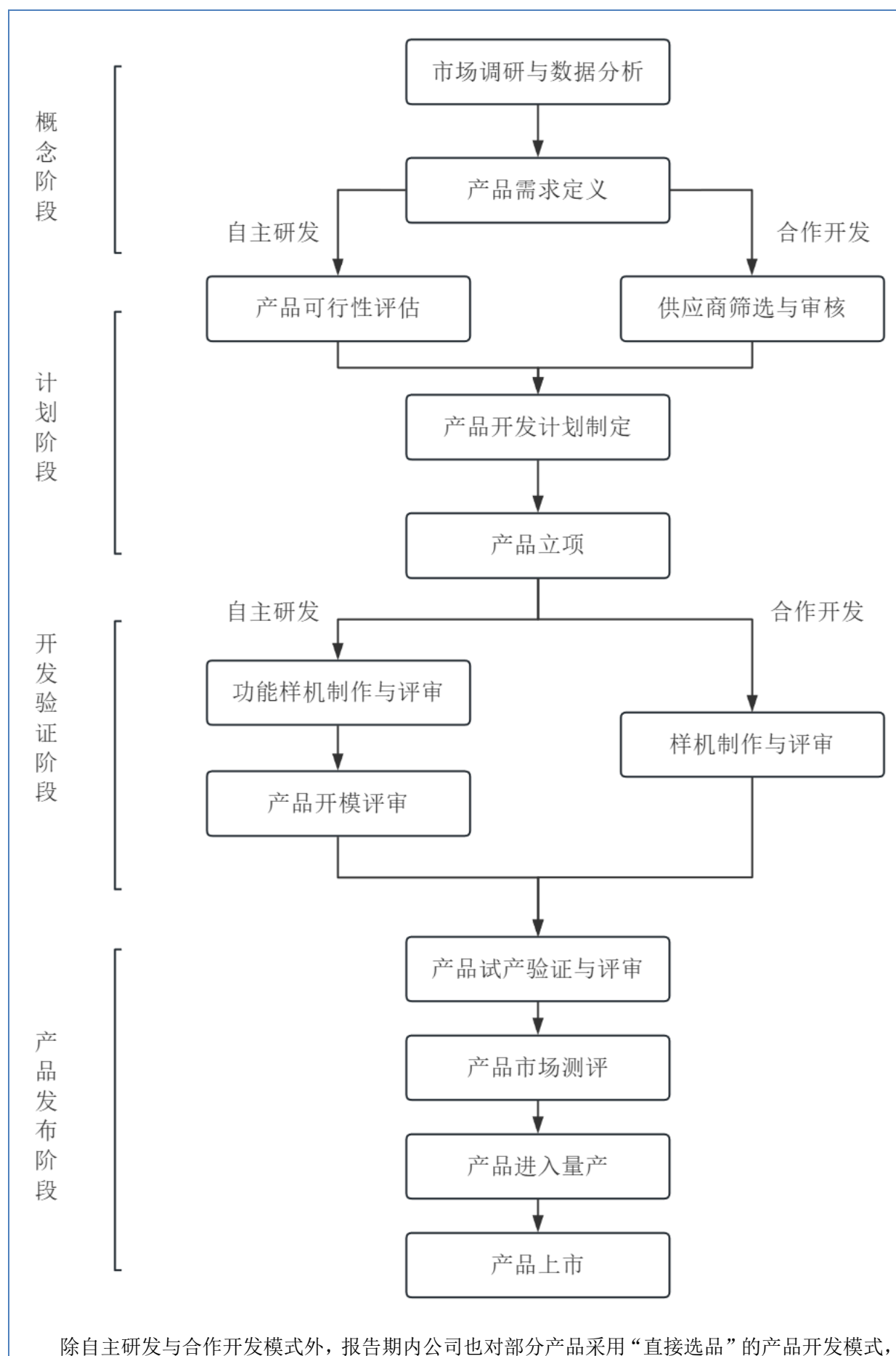
报告期内，公司主要采用“自主研发”和“合作开发”相结合的产品开发模式，其中针对公司品牌塑造与品牌定位相关联的核心品类或现有市场供应无法有效满足消费者需求且供应商自有研发技术能力尚不成熟的品类，公司主要通过自主研发完成技术创新或功能突破，建立差异化竞争优势；而针对现有市场供应尚无法完全满足消费者需求但供应商技术水平已相对成熟的品类，公司充分利用中国的供应链资源优势，主要通过与优质供应商合作，基于自身对终端消费场景和消费需求的挖掘，与供应商完成产品的合作开发。

(1) 产品开发策略

公司产品开发策略系基于对终端消费需求及变化趋势的精细化挖掘与下游市场发展状况的深入分析，并充分考虑公司四大领域产品的先进技术发展趋势与应用方向，同时结合公司战略布局与发展规划，开发具备创新性、高性价比、协同互补的优质产品。

(2) 产品开发流程

公司产品开发主要流程如下：



主要针对现有市场供应已基本满足消费者需求的品类。

2、采购模式

为实现资源效益最大化，公司根据产业链“微笑曲线”理论，将主要经营资源集中于高附加值的上游研发设计端与下游的品牌运营端，而在生产制造环节则通过整合优质供应链资源，以向供应商进行成品采购的方式进行。报告期内公司通过义乌子公司向供应商进行采购，并主要使用公司自主研发的 ERP 企业管理系统、WMS 仓储系统管理和 TQC 品质管理系统、SRM 供应商协同管理系统等对采购各环节进行管理，公司采购流程主要包括采购订单生成与下达、货物生产与交付、货物验收与付款三大环节，具体情况如下：

（1）采购订单生成与下达

销售人员基于系统自动计算的建议采购数量及掌握的市场需求动向创建申购单，并经销售经理审核；系统根据申购单自动创建采购单，经采购部门审核确认后，正式向供应商下达采购指令。

（2）货物生产与交付

供应商根据收到的采购订单信息开始进行备料生产，并按约定时间和地点向公司完成交付。

（3）货物验收与付款

采购到货后，由物流部门在系统中录入本批次的到货数量，经由品质部门质检合格后，系统生成入库单，并由仓库人员根据入库单完成产品的最终入库确认。采购入库完成后，根据协议约定进入相应的对账与付款流程。

此外，公司通过严格的供应商准入管理与日常管理，完善的产品品控体系与品质检测程序严格把控公司销售的产品质量。

3、仓储物流模式

报告期内，公司根据业务开展特点，构建了以亚马逊 FBA 仓模式为主，以自营仓及第三方仓模式为辅、国内仓与海外仓相结合的多层次仓储体系，并依靠自主研发的仓储物流系统（WMS 系统）等运营管理系统对存货信息、仓储物流作业等实行智能化管理。

为缩短客户下单后的配送时间，提升客户满意度，提高终端消费者的购物体验，公司业务开展主要采用“国内仓+海外仓”模式，即通过国内义乌自有仓，实现国内商品采购后的质检、存储、集拼、转运等功能，并通过国际物流将货物运抵海外仓库，最后通过海外第三方物流配送将商品交付给终端消费者。根据不同业务类型，公司搭配使用亚马逊 FBA 仓、海外自营仓等不同的海外仓和第三方物流配送服务。具体情况如下：

（1）亚马逊 FBA 仓模式

针对亚马逊平台的产品销售，公司主要选择使用亚马逊所提供的仓储物流服务（即 FBA 服务），

亦为公司线上 B2C 销售最主要的仓储物流形式。

在该模式下公司将产品由国内义乌仓通过海运、空运等方式运抵至亚马逊 FBA 仓库，由亚马逊为公司提供产品储存、派发、终端配送、客户退换货等一体化、闭环式仓储物流服务，相关仓储物流费用由亚马逊从结算款项中直接扣除。

亚马逊 FBA 仓的库存信息会在亚马逊后台进行实时更新，公司运营管理系统会定时通过数据接口获取 FBA 仓的存货信息。

（2）海外自营仓模式

为满足公司多区域、多电商平台产品销售的需求，公司在亚马逊 FBA 仓的基础上，结合业务开展的实际情况，在美国、德国开展海外自营仓库建设，主要用于公司自发货订单的销售，以及与亚马逊 FBA 仓之间的调拨。

在该模式下，公司在将产品通过海运等方式运抵海外自营仓后，由公司海外仓员工使用公司自行开发的运营管理系统完成产品的储存、拣货、派发、客户退换货等后续仓储物流服务。

公司定期对自营仓库存进行盘点，确保库存实物准确性及与系统库存数据的一致性。

（3）海外第三方仓模式

海外第三方仓系除亚马逊外的其它第三方仓，作为在亚马逊 FBA 仓和公司自营仓无法满足需求时的补充。报告期内，公司租用的其它第三方仓主要位于加拿大、英国、日本、美国等地。

在该模式下，公司将产品运抵第三方合作仓后，由第三方仓储物流服务商提供仓储管理及相应的物流配送服务，公司定期与第三方仓储物流服务商对账结算。

公司在引入期严格考察第三方仓储物流服务商的资质，并通过定期获取第三方仓反馈的库存数据掌握相应的库存信息。

4、营销推广模式

公司自设立以来持续打造具有市场影响力的自有品牌，并坚持精品模式运营，营销推广活动主要包括站内推广与站外推广。站内推广指在自有网站或第三方电商平台内部进行的优化和广告活动，主要依赖平台内部的资源（如首页广告位、商品详情页推荐等），旨在通过精准投放提升用户转化率和粘性；站外推广指在其他平台或渠道（如社交媒体、搜索引擎、行业论坛等）进行的品牌宣传活动，目的是扩大品牌知名度和市场份额，吸引外部流量进入自有平台或第三方电商平台。

针对站内推广，公司主要在 Amazon 等第三方电商平台站内进行广告投放，广告投放形式包括商品推广（Sponsored Products）、品牌推广（Sponsored Brands）、展示型推广（Sponsored Display）等。在广告投放环节，销售人员利用公司自行开发的智能广告系统，可实现对多区域与多国家店铺广告投放的一站式管理与效果追踪。销售人员基于自身积累的丰富营销推广经验、相关产品的特点

和市场竞争状况等，针对性定制系统广告规则与竞价机制，可实现广告的定时自动化投放，同时基于对广告投放效果的实时追踪，与广告关键词的智能搜集与批量管理，自动优化广告投放策略，提高广告投放的精准度和效率，在最小广告成本下，有效提升公司营销推广的质量。

针对站外推广，公司主要基于品牌特色与品牌战略规划，并结合不同国家文化、不同消费群体特征、不同节日习俗等，在 Google、YouTube、Instagram、Facebook 等平台进行线上媒体投放。同时通过与权威媒体、社交媒体红人等合作，进行公司品牌形象塑造与产品口碑传播。

5、销售模式

报告期内，公司销售模式根据销售渠道的不同可划分为 B2C 模式及 B2B 模式，其中通过 B2C 模式实现的销售收入占比超过 90%，是公司最主要的销售模式。

（1）B2C 模式

①以亚马逊为主的第三方电商平台

在 B2C 模式下，公司主要通过子公司在 Amazon、速卖通等第三方电商平台上开设店铺的模式将产品销售给终端消费者。具体而言，消费者在第三方电商平台上选购商品，通过商品浏览、客服咨询、自助下单等操作后，利用第三方支付工具进行订单支付，公司系统通过调用第三方电商平台的 API 数据接口，从电商平台中抓取订单信息，根据不同的仓储物流模式，进入不同的物流配送流程。

②自营网站

为加强自有品牌建设，推动垂直品类精品化运营及精准营销，公司除在第三方电商平台开店销售外，亦成功构建自营网站进行自主品牌产品的销售。公司主要通过社交媒体红人合作、Google、YouTube、Instagram、Facebook 等网站广告进行网站特色打造与运营推广，其中 Ohuhu 自营网站订阅用户数持续增长，为公司绘画笔类产品积淀了大量粉丝。

公司自营网站销售流程与第三方电商平台销售流程基本一致，通常为用户在自营网站注册下单后，公司系统将获取订单信息，并通过 WMS 仓储管理系统安排物流配送，公司自营网站销售配送主要通过自营仓库进行。

（2）B2B 模式

报告期内，公司 B2B 模式收入占比低，报告期各期占比均低于 10%。

公司 B2B 业务主要通过各类线下展会以及阿里巴巴国际站等渠道进行商品信息展示，客户直接向公司下单订购产品并完成付款。此外，公司亦有部分产品通过先销售给大型线下连锁超市或类似京东自营等电商平台客户，再由该类客户向终端消费者进行销售。

（五）公司采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素以及经营模式和影响因素在报告期

内的变化情况及未来变化趋势

公司采用目前经营模式主要是由所处行业特点与发展趋势、产业链上下游情况、自身业务特性与发展阶段、国家产业政策与市场竞争格局等因素所决定的。随着跨境电商行业市场集中度逐步提高，行业整体品牌意识不断加强，产品创新设计和消费趋势的把控对树立消费者的品牌认知尤为关键，因此，公司注重产品的研发设计创新，并推行精品模式运营，持续打造提升产品的品牌力。而由于我国已形成了完善、成熟的制造业产业链及配套体系，且相较研发设计端与品牌运营端，制造环节的附加值相对较低，基于资源效益最大化原则，公司在生产制造环节主要采用成品采购模式。同时，由于线上消费者对购物及时性的要求不断提升，且产业政策大力支持跨境电商企业海外仓建设，因而公司业务开展亦主要采用“国内仓+海外仓”模式。

整体而言，公司现阶段经营模式系基于自身行业及业务特点及公司多年的经营管理经验而形成。报告期内，公司经营模式及其影响因素未发生重大变化。预计在未来一定时期内，公司的经营模式及影响公司经营模式的的关键因素亦不会发生重大变化。

（六）公司业务模式等方面的创新特征

公司业务模式等方面的创新特征详见本招股说明书“第二节概览”之“九、发行人自身的创新特征”。

（七）公司不同产品开发模式的具体情况

报告期内，为最大化资源利用效率，公司基于中国的供应链资源优势和公司整体发展规划和品牌战略，针对不同产品的消费需求、市场供应与技术水平等特点，对不同的产品分别采用自主研发、合作开发和直接选品三类不同的产品开发模式。

1、不同产品开发模式的采购、销售情况

报告期内，公司三类不同产品开发模式的采购、销售情况如下：

单位：万元

2025 年度				
开发类型	收入金额	收入占比	采购金额	采购占比
自主研发	27,841.42	14.17%	10,300.16	17.59%
合作开发	112,214.88	57.12%	34,714.25	59.28%
直接选品	56,395.59	28.71%	13,541.21	23.13%
总计	196,451.90	100.00%	58,555.62	100.00%
2024 年度				
开发类型	收入金额	收入占比	采购金额	采购占比
自主研发	25,857.24	15.68%	11,166.82	19.84%
合作开发	87,354.13	52.98%	29,598.86	52.60%

直接选品	51,681.90	31.34%	15,507.10	27.56%
总计	164,893.27	100.00%	56,272.78	100.00%
2023 年度				
开发类型	收入金额	收入占比	采购金额	采购占比
自主研发	23,403.53	16.87%	8,690.84	21.19%
合作开发	67,097.12	48.38%	19,679.54	47.99%
直接选品	48,195.56	34.75%	12,636.04	30.81%
总计	138,696.21	100.00%	41,006.42	100.00%

随着公司持续增加产品研发投入，推行品牌化战略，报告期内公司自主研发和合作开发产品收入金额及采购金额占比整体呈上升趋势，直接选品类产品收入金额及采购金额的占比整体下降。

2、三类产品开发模式的差异

项目	自主研发	合作开发	直接选品
适用场景	针对公司品牌塑造与品牌定位相关联的核心品类或现有市场供应无法有效满足消费者需求且供应商自有研发技术能力尚不成熟的品类，公司需通过技术创新或功能突破建立差异化竞争优势。	现有市场供应尚无法完全满足消费者需求且供应商自有研发技术能力已相对成熟的品类，公司充分利用中国的供应链资源优势，与供应商进行合作开发。	现有市场供应已基本满足消费者需求，公司通过选择合格供应商直接进行产品供应。
产品需求定义	公司对产品进行从无到有的完整定义，包括产品外观设计、内部功能结构设计、材料使用设计等。	公司基于供应商已有产品，对产品的功能、结构、外观等进行局部调整的定义。	不涉及产品需求定义，仅改动产品 Logo、包装设计等。
产品开发技术与知识产权	公司通常完整享有产品开发过程中的技术和知识产权，且通常会进行专利申请。	公司通常享有产品开发过程中自身工作成果相关的知识产权，可能进行专利申请。	公司通常不享有产品知识产权，不涉及专利申请。
技术验证	通常需完整进行 EVT 工程验证测试、DVT 设计验证测试与 PVT 生产验证测试。且通常涉及新开模具，需开展模具的技术工艺和可行性评估、以及模具成熟度评审与验收工作。	通常仅需完成 DVT 设计验证测试与 PVT 生产验证测试。且通常仅进行模具结构的局部调整。	公司不享有产品知识产权，通常不涉及专利申请。

注 1：EVT 工程验证测试包括功能样机制作、产品基本功能验证等；

注 2：DVT 设计验证测试包括产品全功能测试和可靠性测试，其中可靠性测试包括跌落测试、弯折测试、耐磨测试、插拔寿命测试、环境测试等；

注 3：PVT 生产验证测试指对产线制程成熟度进行验证。

（八）公司自设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的发展演变情况

公司自成立以来，主要从事自有品牌产品研发、设计并主要通过电商平台和自营网站进行销售，自设立以来的主营业务及主要经营模式未发生变更。公司的发展主要经历了初创期、转型升级期和

快速发展期，各阶段发展情况如下：

1、初创期（2010 年-2014 年）：积极探索海外消费者需求，初步尝试品牌与海外仓布局

公司设立之初，依靠中国丰富的优质供应链资源，依托 Amazon 等电商平台开展跨境电商业务，通过整合国内优质供应链资源，寻找合适产品满足海外消费者需求。该阶段公司产品以数码电子产品为主，逐步积累海外运营经验的同时，积极尝试品牌化运营与海外仓布局，公司于成立当年即创立公司第一个数码电子自主品牌 iClever，并建设了美国自营仓，为公司下一阶段的业务转型升级打下了坚实的基础。

2、转型升级期（2015 年-2018 年）：明确“品牌化”战略布局，加大产品自主研发与运营系统开发

随着大量卖家在电商平台的持续入驻，行业竞争呈加剧趋势，海外消费者亦由单纯的追求高性价比商品向多场景与多维度的个性化与差异化需求转变，且对中国品牌的认知和购买意向逐渐增加。公司通过前期的业务运营积淀，已具备一定的海外运营先发优势和消费者需求洞察能力，公司一方面进一步明确了“品牌化”战略布局，陆续创立了 Ohuhu、Sportneer 和 Tribit 等主要品牌，正式开启“品牌化”战略运营，并探索独立站建设。另一方面，公司加大研发投入，提升产品的自主研发设计能力，并围绕公司业务流程特点，进一步完善配套信息化运营系统的开发，提升公司的差异化、精细化与高效化的服务水平。

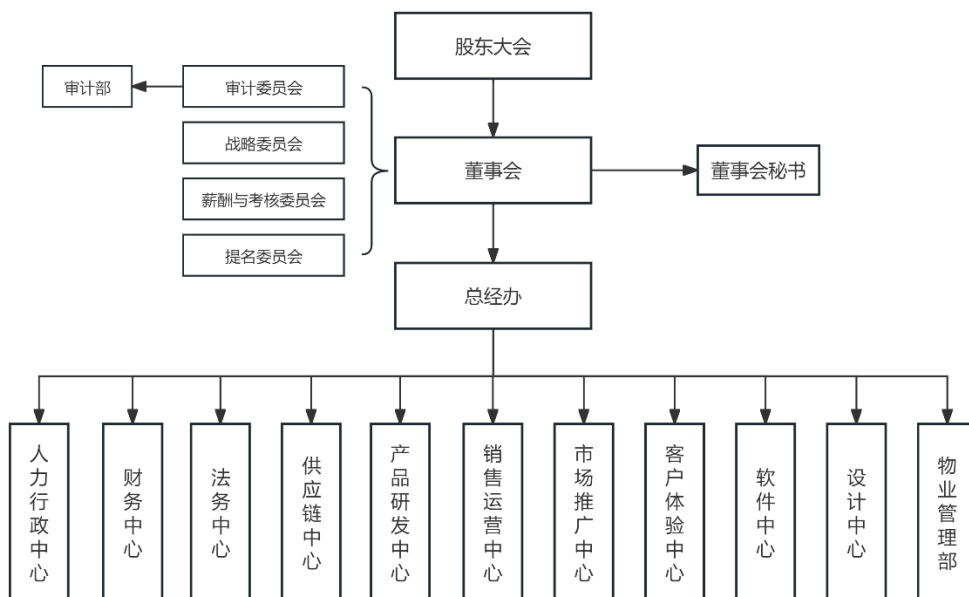
3、快速发展期（2019 年至今）：形成相对稳定的产品矩阵与品牌定位，产品市场影响力和美誉度持续增强，业绩规模快速增长

随着消费者需求升级与行业品牌化运营趋势的深化，公司前期持续的研发投入与品牌建设效果逐步显现，公司品牌的知名度在此阶段有了较快的提升，各品牌下多个细分品类产品在亚马逊同类产品销售排名榜中常居前列。

在此阶段，公司基于对消费者个性化和差异化需求的洞察，以“提升消费者生活质量，丰富消费者有趣生活体验”为核心目标，同时梳理各品牌特色与产品战略定位，明确 Ohuhu、Tribit、Sportneer、iClever 四大品牌的风格特点与产品发展规划。基于公司精准的消费需求洞察能力与突出的产品研发创新能力，并在公司自主开发完成的跨境电商全业务链条数字化与智能化运营管理系统的加持下，公司产品与品牌的市场认可度与用户粘性进一步增强，效能持续释放，公司业绩规模实现快速的增长。

（九）公司组织结构及主要业务流程

1、内部组织结构



序号	部门	主要职能
1	人力行政中心	负责建立健全公司人力资源管理系统和行政管理系统，职能包括人才管理、招聘管理、薪酬与绩效管理和行政支持等工作。
2	财务中心	负责建立完善公司的财务核算体系，职能包括财务规划、预算管理、资金管理、成本控制、会计报告和财务分析等工作。
3	法务中心	负责建立风险预防、评估和应对体系，职能包括合同管理、合规控制、知识产权管理、危机处理等工作。
4	供应链中心	负责完善供应体系，职能包括供应商管理、采购管理、质量控制、物流管理、库存管理、供应链资源整合优化等工作。
5	产品研发中心	负责建立有竞争力的产品和研发体系，职能包括产品规划、技术研发、项目管理、产品测试等工作。
6	销售运营中心	负责全球线上各平台及线下各渠道的销售运营工作，职能包括制定销售目标、制定营销计划、营销策略、管理销售活动、管理销售团队、对接服务客户等工作。
7	市场推广中心	负责各产品线品牌矩阵的打造，下设品牌营销、广告、市场洞察等二级部门，职能包括制定品牌战略、市场研究、数字营销、公共关系、广告投放、活动策划执行等工作。
8	客户体验中心	负责提升客户满意度与品牌忠诚度，职能包括客户洞察、体验优化、满意度调查分析、提供售前售后个性化服务等工作。
9	软件中心	负责公司数字化转型和信息技术应用，职能包括信息化业务系统的规划、开发、实施、维护，以及 IT 基础设施搭建，持续完善信息化管理平台 and 计算机设备管理体系等工作。
10	设计中心	负责提供设计解决方案，职能包括产品设计、品牌设计、平面设计、动画设计等工作。
11	物业管理部	负责公司的义乌房产物业管理。

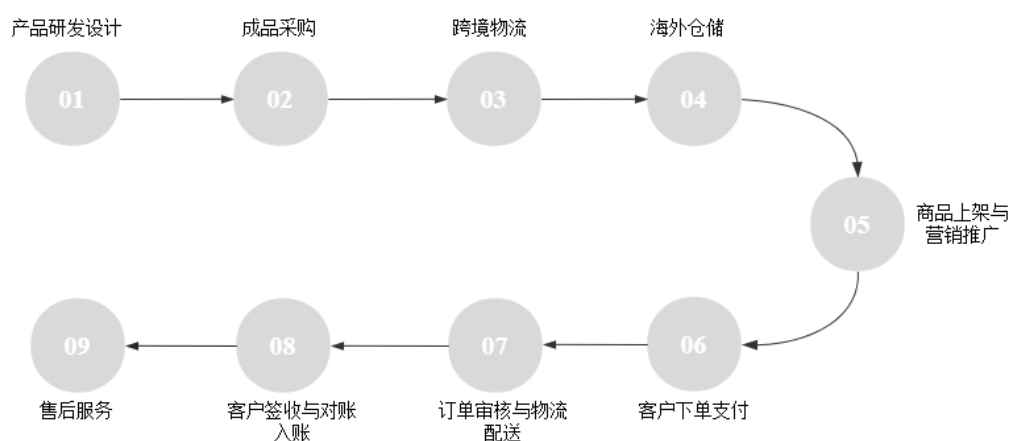
2、主要业务流程

报告期内，公司从事自有品牌产品的研发、设计和销售，主要销售平台为 Amazon、速卖通等第三方电商平台以及公司自有品牌网站。

公司通过主导产品的研发设计，实现对产品结构功能与外观设计的定义，并通过成品采购的方式将产品设计方案高效转化为切实满足消费者需求的高品质消费品，最后通过跨境物流、海外仓储、线上销售及客户服务等环节将公司商品销往北美、欧洲、亚洲等主要地区。

在跨境物流环节，主要由境内子公司义乌千岸完成采购后向境外子公司销售，并由义乌千岸通过一般贸易模式出口报关及申请出口退税，再由境外子公司清关并支付关税、进口增值税等，相关销售款项由境外子公司向义乌千岸支付，义乌千岸进行结汇。

公司业务开展主要环节如下：



（十）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司主要从事跨境电商零售业务，属于互联网零售行业，对外销售产品均为成品采购，经营过程中不涉及生产环节，不存在高污染的情况。公司日常运营过程中产生的生活污水及生活垃圾均由物业或环卫部门统一处理。截至本招股说明书签署日，公司不存在因环境保护问题被有关部门处罚的情况。

二、 行业基本情况

（一）所属行业及确定所属行业的依据

根据中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引（2023），公司属于“批发和零售业”中的“零售业”（行业代码：F52）。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业属于“批发和零售业”大类下的“互联网零售”（行业代码：F5292）子类。考虑到公司主要通过海外的电商平台进行境外销售，公司可归属于跨境出口电商行业。

（二）行业主管部门、监管体制、主要法律法规政策及对发行人经营发展的影响

1、行业主管部门及监管体制

序号	行业主管单位	监管内容
1	商务部	主要负责拟定国内外贸易和国际经济合作的发展战略、政策，起草国内外贸易和对外经济合作的法律法规草案及制定部门规章，其中商务部电子商务和信息化司主要负责制定我国电子商务发展规划，推动电子商务服务体系建设，建立电子商务统计和评价体系，拟订电子商务相关标准、规则，拟订国内外贸易和国际经济合作领域信息化建设规划，组织商务领域电子政务建设等内容。
2	国家工业和信息化部	主要负责电子商务行业管理、促进网络资源共建共享、拟定互联网数据安全相关管理政策并组织实施、指导跨境电商行业自律和相关行业组织发展并且对本行业发展进行宏观调控。
3	海关总署	主要负责监督跨境贸易电子商务的进出口业务活动、监管进出境货物和物品的通关和征税等管理工作，承担口岸管理、海关稽查、保税监管、知识产权、海关保护等主要职责。
4	中国电子商务协会	主要负责推动执行国家有关电子商务行业发展方针政策，提供行业管理和服

2、行业主要法律法规和政策

序号	文件名	文号	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
1	《国务院关于同意在海南全岛和秦皇岛等 15 个城市(地区)设立跨境电子商务综合试验区的批复》	国函〔2025〕40 号	国务院	2025. 05	新增 15 个跨境电商综合试验区,推进跨境电商政策机制全国复制推广,探索贸易便利化与税收创新政策。
2	《2025 年政府工作报告》	-	国务院	2025.03	明确提出“促进跨境电商发展”、“完善跨境寄递物流体系”、“加强海外仓建设”，为全年政策定调。
3	《关于进一步促进跨境电商出口发展的公告》	海关总署公告 2024 年第 167 号	海关总署	2024.11	取消跨境电商出口海外仓企业备案；简化出口单证申报手续；扩大出口拼箱货物“先查验后装运”试点；推广跨境电商零售出口跨关区退货监管模式。
4	《商务部等 9 部门关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》	商 贸 发〔2024〕125 号	商务部、国家发展改革委等 9 部门	2024.06	为拓展跨境电商出口，优化海外仓布局，加快培育外贸新动能，经国务院同意，提出以下意见：积极培育跨境电商经营主体；加大金融支持力度；加强相关基础设施和物流体系建设；优化监管与服务；积极开展标准规则建设与国际合作。
5	《数字商务三年行动计划（2024-2026 年）》	-	商务部	2024.04	促进跨境电商出口，优化跨境电商出口监管方式，组织跨境电商综试区开展平台和卖家出海等专项行动。支持跨境电商赋能产业带，引导传统外贸企业发展跨境电商，建立线上线下融合、境内境外联动的营销服务体系，并

					提升海外仓专业化、规模化、智能化水平。
6	《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》	国 办 发 (2023) 42 号	国务院	2023.12	在重点领域培育壮大一批内外贸融合发展产业集群。推动商业科技创新中心建设,促进互联网、大数据、人工智能和内外贸相关产业深度融合。促进“跨境电商+产业带”模式发展,带动更多传统产业组团出海。
7	《国务院办公厅关于推动外贸稳规模优结构的意见》	国 办 发 (2023) 10 号	国务院	2023.04	推动跨境电商健康持续创新发展。支持外贸企业通过跨境电商等新业态新模式拓展销售渠道、培育自主品牌。创新建设跨境电商综合试验区,积极发展“跨境电商+产业带”模式,带动跨境电商企业对企业出口。加快出台跨境电商知识产权保护指南,引导企业防范知识产权风险。建设跨境电商综合试验区线上综合服务平台并发挥好作用,指导企业用好跨境电商零售出口相关税收政策措施。持续完善跨境电商综合试验区考核评估机制,做好评估结果应用,充分发挥优秀试点示范引领作用。
8	《关于跨境电子商务出口退运商品税收政策的公告》	财政部海关总署税务总局公告 2023 年第 4 号	财政部、海关总署、税务总局	2023.01	对符合规定的跨境电商出口退运商品,免征进口关税和进口环节增值税、消费税,出口时已征收的出口关税准予退还。跨境电商企业出口的货物若再次退回国内,此前已征收过的出口关税将获得退还。
9	《深圳市推动跨境电子商务高质量发展行动方案(2022-2025)》	-	深圳市商务局	2022.10	加强平台企业培育引进。支持电商企业做大做强。推进产业园区提质增效。促进企业质量提升和品牌升级。强化企业创新发展路径。引导企业提升数字化水平。开通通关便利改革。优化税收政策环境。便利跨境资金结算等。
10	《中国人民银行关于支持外贸新业态跨境人民币结算的通知》	-	中国人民银行	2022.06	进一步发挥跨境人民币结算业务服务实体经济、促进贸易投资便利化的作用,支持外贸新业态发展。
11	《国务院办公厅关于推动外贸保稳提质的意见》	国 办 发 (2022) 18 号	国务院	2022.05	推动跨境电商加快发展提质增效。针对跨境电商出口海外仓监管模式,加大政策宣传力度,对实现销售的货物,指导企业用足用好现行出口退税政策,及时申报办理退税。尽快出台便利跨境电商出口退换货的政策,适时开

					展试点。针对跨境电商行业特点，加强政策指导，支持符合条件的跨境电商相关企业申报高新技术企业。
12	《2022 年政府工作报告》	-	国务院	2022.03	加快发展外贸新业态新模式，充分发挥跨境电商作用，支持建设一批海外仓。
13	《“十四五”现代流通体系建设规划》	发 改 经 贸 (2022) 78 号	国家发展和改革委员会	2022.01	发展外贸新业态。促进跨境贸易多元化发展，培育外贸新动能。深入推进跨境电商综合试验区建设，鼓励跨境电商平台完善功能。引导企业优化海外仓布局，完善海外仓功能，提高商品跨境流通效率。
14	《国务院办公厅关于做好跨周期调节进一步稳外贸的意见》	国 办 发 (2021) 57 号	国务院	2022.01	针对目前外贸行业面临的不确定、不稳定、不平衡因素，从挖掘进出口潜力、保障外贸产业链供应链稳定畅通、稳市场主体保订单以及加强组织实施四大方面提出进一步扩大开放，促进外贸平稳发展的若干政策指引。其中明确指出要通过进一步发挥海外仓带动作用，增设一批跨境电商电子商务综合试验区等措施鼓励外贸新业态发展。
15	《“十四五”数字经济发展规划》	国发(2021) 29 号	国务院	2022.01	大力发展跨境电商，扎实推进跨境电商综合试验区建设，积极鼓励各业务环节探索创新，培育壮大一批跨境电商龙头企业、海外仓领军企业和优秀产业园区，打造跨境电商产业链和生态圈。
16	《“十四五”对外贸易高质量发展规划》	-	商务部	2021.11	支持加快发展贸易新业态，包括促进跨境电商持续健康发展、推进市场采购贸易方式发展、发挥外贸综合服务企业带动作用、加快海外仓发展、推动保税维修发展、支持离岸贸易发展等。
17	《国务院关于落实<政府工作报告>重点工作分工的意见》	国发(2021) 6 号	国务院	2021.03	实行高水平对外开放，促进外贸外资稳中提升。稳定加工贸易，发展跨境电商等新业态新模式，支持企业开拓多元化市场。
18	《国务院办公厅关于进一步做好稳外贸稳外资工作的意见》	国 办 发 (2020) 28 号	国务院	2020.08	提出支持贸易新业态发展，包括充分利用外经贸发展专项资金、服务贸易创新发展引导基金等现有渠道，支持跨境电商平台、跨境物流发展和海外仓建设等；鼓励进出口银行、中国出口信用保险公司等各类金融机构在风险可控前提下积极支持海外仓建设。

19	《中华人民共和国电子商务法》	-	全国人大 常委会	2019.01	我国电商领域首部综合性法律，提出建立健全适应跨境电子商务特点的海关、税收、进出口检验检疫、支付结算等管理制度，有利于跨境电商健康快速发展。

3、对公司经营发展的影响

跨境电商作为近年来新出现的贸易方式，相关政策的制定也经历了从无到有、从被动到主动的转变。近年来，中央和地方层面均密集出台了多项支持跨境电商行业发展的政策，并针对通关、税收、支付、海外仓建设等关键环节出台了相应配套措施。上述法律法规和行业政策的出台和实施为跨境电商行业营造了良好的政策环境，有助于相关企业持续健康发展，不会对公司经营资质、行业准入门槛等产生重大不利影响。公司将把握政策机遇，保持并进一步优化运营模式，进一步提升综合竞争力和行业地位。

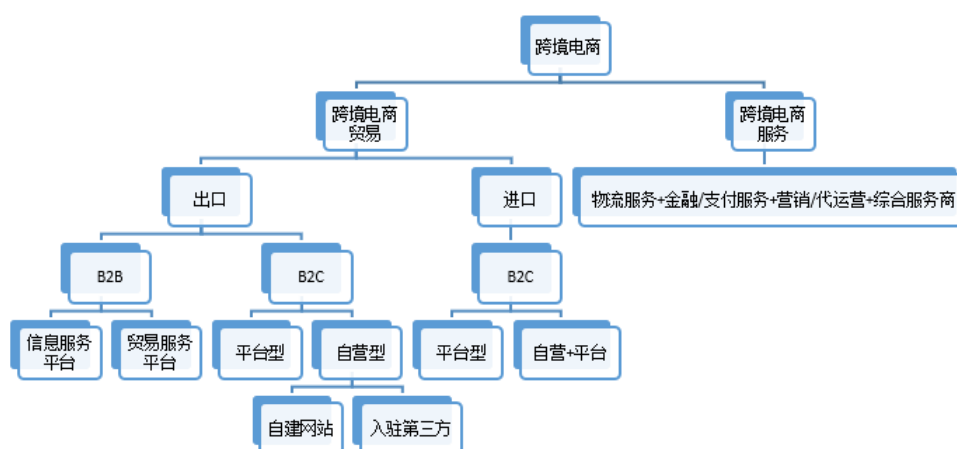
（三）行业发展概况

1、跨境电商行业基本情况

跨境电商，即“跨境电子商务”，是指通过电子商务平台达成交易、进行电子支付结算，并通过跨境电商物流及异地仓储送达商品，从而完成交易的一种国际商业活动。跨境电子商务具有重要的战略意义，是推动经济一体化、贸易全球化的技术基础。跨境电子商务不仅冲破了国家间的障碍，使国际贸易走向无国界贸易，同时，它也正在引起世界经济贸易的巨大变革。

跨境电商包含的要素种类多样，包括商品流通方向、交易对象、盈利模式、经营品类、运营模式等，因此跨境电商的细分业态较为多元，以适应不同的市场需求和经营模式。

图：跨境电商的细分业态

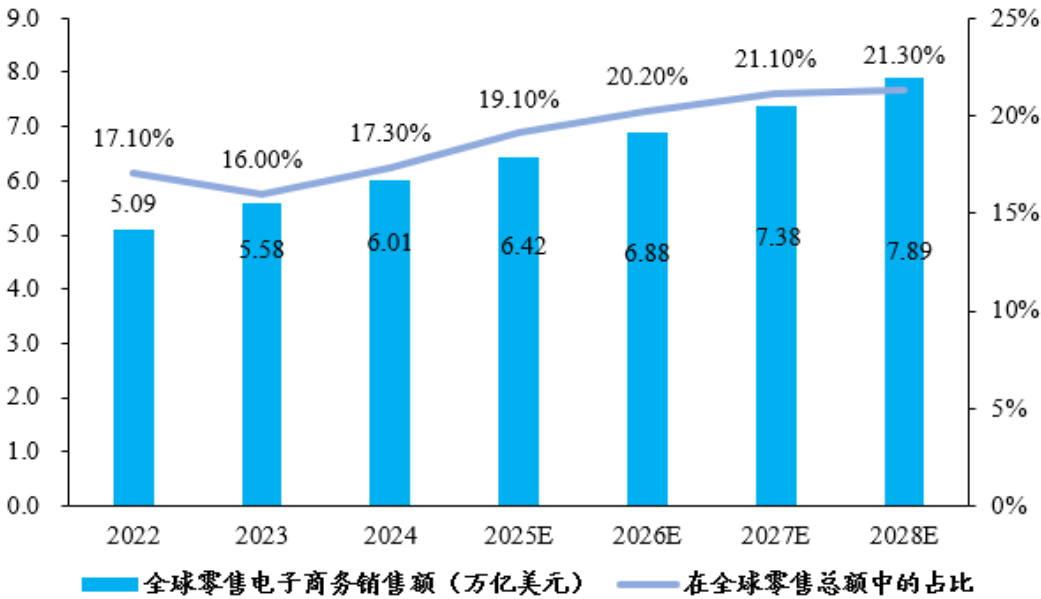


2、跨境电商行业的市场情况

（1）全球零售市场电商化趋势明显，渗透率逐年增长

就全球市场而言，近年来，随着全球互联网渗透率的稳定提升、第三方支付工具技术层面的进一步成熟以及配套服务的日益完善，线上购物在全球零售市场规模中的渗透率快速提升。根据 Statista 的数据统计，2022 年全球零售电子商务销售额已达到 5.09 万亿美元，预计将会在 2028 年增长至 7.89 万亿美元，2022-2028 年的复合增长率预计为 7.58%。全球零售电子商务在全球零售总额中的占比也逐渐提高，预计 2028 年可以达到 21.30%，全球跨境电商市场拥有较大的发展空间。

图：全球零售电子商务销售额



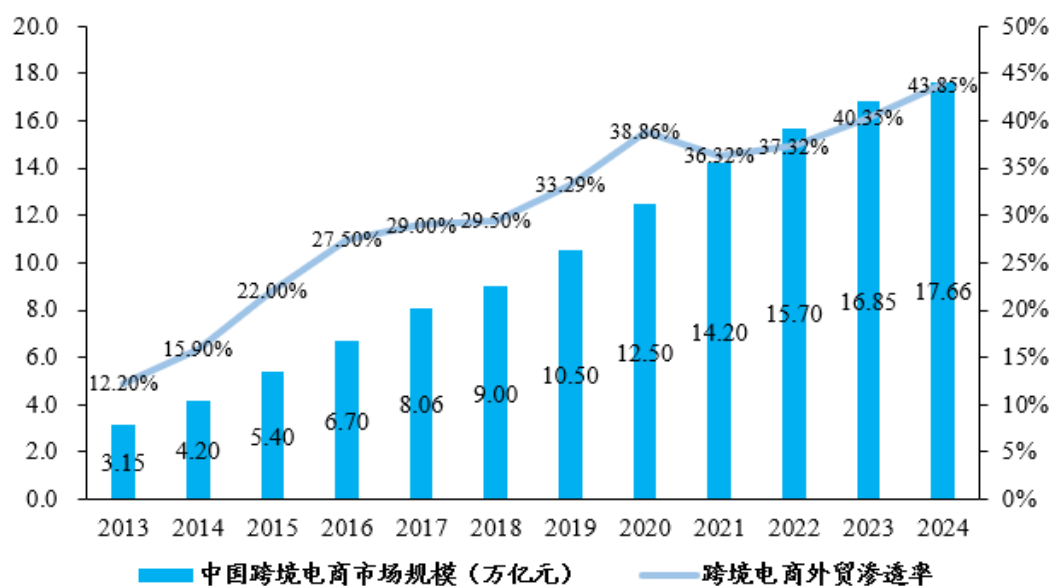
数据来源：Statista

（2）中国跨境电商市场规模稳定增长，发展空间广阔

跨境电商作为我国传统外贸产业转型升级、创新驱动的重要助推器，近年来受国家产业政策的大力扶持。受政策支持、市场环境改善等利好因素的影响，我国的跨境电商市场规模正在逐年提升，2013 年我国跨境电商交易规模仅为 3.15 万亿元，2024 年我国跨境电商市场规模已经达到 17.66 万亿元，2013-2024 年年均复合增长率达 16.97%。

随着我国跨境电商市场规模的快速发展，跨境电商新业态对传统外贸高质量发展的促进作用越发明显，跨境电商外贸渗透率亦逐年提升。根据网经社电子商务研究中心的数据统计，2013 年，我国跨境电商外贸渗透率仅约 12.20%，2024 年已提升至 43.85%。

图：中国跨境电商市场规模及我国跨境电商外贸渗透率

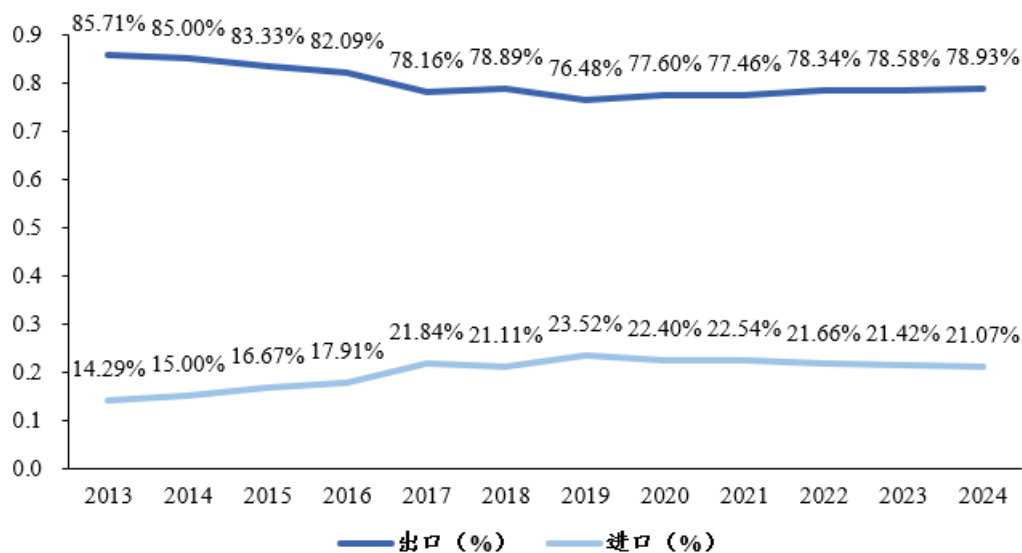


数据来源：网经社电子商务研究中心

(3) 出口跨境电商在我国占据主导地位，欧美发达国家为主要市场

就贸易方向而言，跨境出口电商行业依靠国内日趋完善的供应链以及国内电商行业积累的领先优势，实现了快速发展，占据了我国跨境电商市场的大部分市场份额。根据网经社电子商务研究中心数据显示，近十年我国出口跨境电商规模在跨境电商市场中占比均维持在 75%以上。

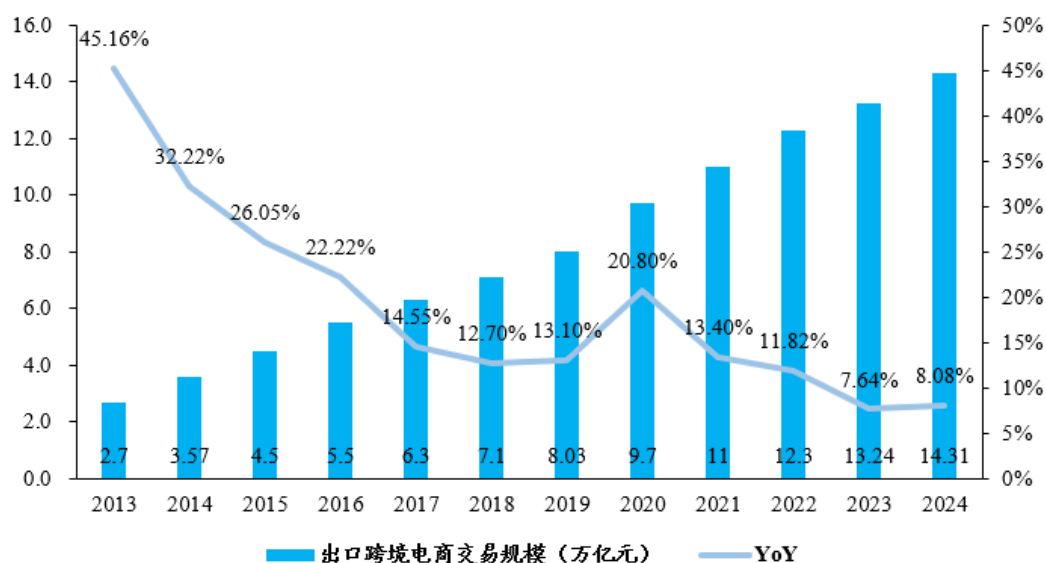
图：2013-2024 年中国跨境电商交易进出口结构



数据来源：网经社电子商务研究中心

就跨境出口电商市场规模而言，2024 年我国跨境电商出口规模约 14.31 万亿元，同比增长 8.08%。受益于全球跨境电商行业规模扩大、我国制造业的整体发展以及中央和地方层面对跨境电商发展的政策支持与配套措施的完善，我国出口跨境电商预计未来仍有较大的发展空间。

图：2013-2024 年中国出口跨境电商市场规模及同比增速



数据来源：网经社电子商务研究中心

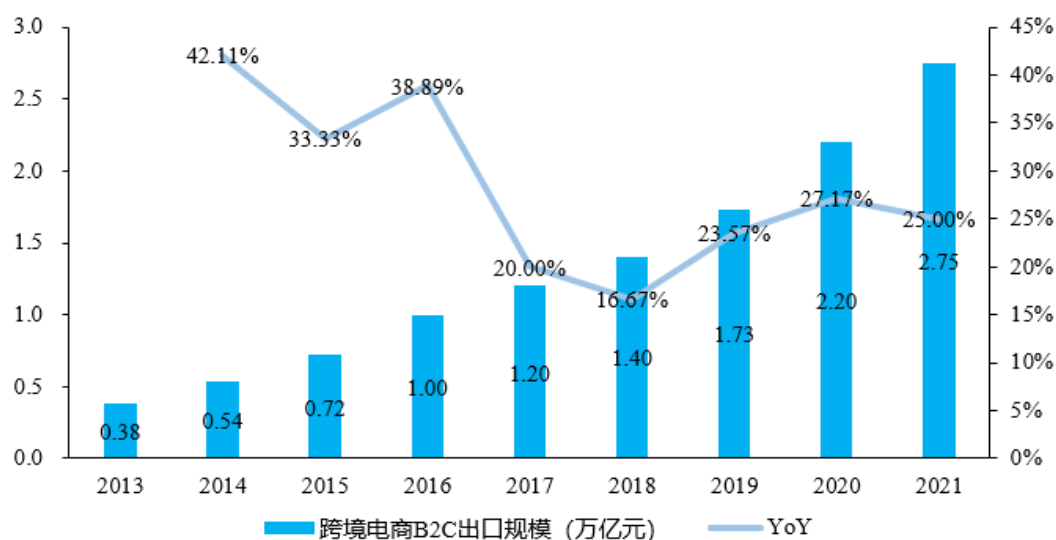
就地域分布而言，由于欧美地区拥有更为完善的基础设施条件以及更为成熟的网络环境，系中国跨境电商卖家主要目标，其中美国是中国跨境出口电商第一大目的地，2024 年出口份额占比超过 30%。除欧美市场外，日本、韩国、印度、澳大利亚等市场亦蓬勃发展，与此同时东南亚市场重要性日益凸显，也吸引了大量中国电商企业及卖家的纷纷布局。

（4）中国跨境电商 B2C 出口市场规模占比稳定提高

跨境电商 B2B 业务具备订单长期稳定、单笔金额较大的优势，在我国跨境电商市场中占据大部分份额，但随着互联网、物流、支付等环节的不断完善，多批次、小批量的 B2C 外贸订单需求不断增长。

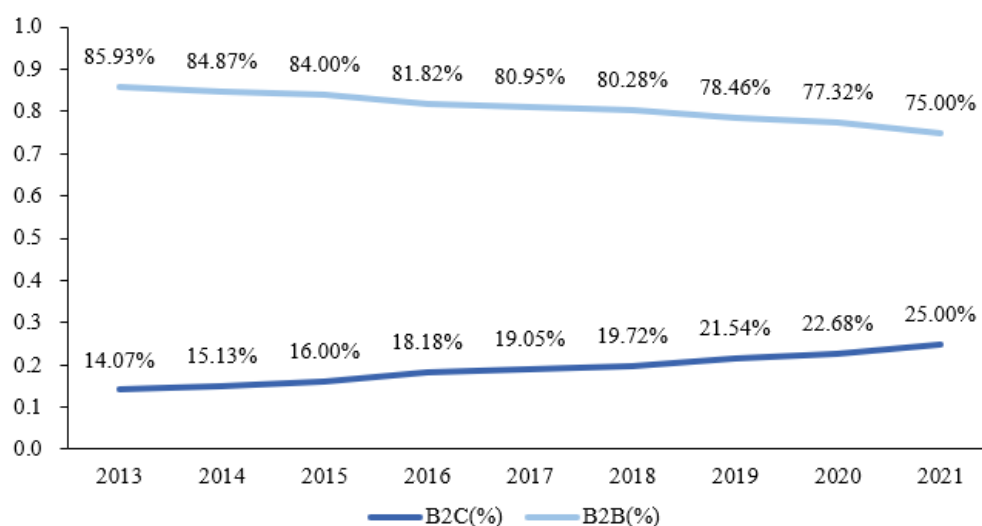
相较于 B2B 模式而言，跨境电商 B2C 卖家能够在海外的第三方平台上直接开设网络店铺，准入门槛相对较低，同时可以依托平台自身所具备的品牌效应获得业务量，商品直接面向终端消费者进行销售，中间环节较少。因此 B2C 模式受到了更多跨境电商卖家的追捧，市场规模实现了逐年稳步增长。根据网经社电子商务研究中心数据统计，2013 年我国跨境出口电商 B2C 市场规模为 0.38 万亿元，至 2021 年已增长至 2.75 万亿元，年均复合增长率达 28.07%，B2C 交易占比亦从 2013 年的 14.07% 增长至 2021 年的 25.00%，B2C 交易模式占比呈现不断扩大的趋势，市场持续发展向好。

图：2013-2021 年我国出口跨境电商 B2C 出口市场规模



数据来源：网经社电子商务研究中心

图：2013-2021 年中国出口跨境电商交易 B2B 与 B2C 结构



数据来源：网经社电子商务研究中心

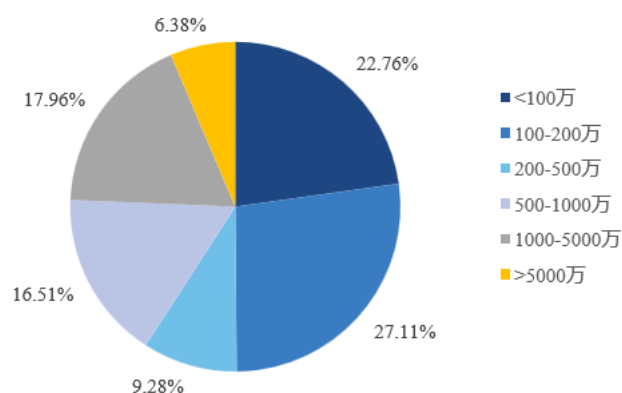
3、跨境电商行业的未来发展趋势

(1) 跨境电商行业市场集中度进一步提高，品牌化趋势明显

就市场集中度而言，目前出口跨境电商行业平台型电商集中度相对较高，呈现寡头垄断的现象，Amazon、AliExpress、eBay、Shein、Wish 等平台占据了较高的市场份额，格局相对稳定；自营型电商企业的竞争格局尚未成型，市场集中度较低，行业呈现充分竞争的市场格局。根据思瀚产业研究院的统计，2022 年我国年销售额在 1,000 万元以下的跨境电商企业超过 75.00%，年销售额超过 5,000 万元的大型卖家仅占 6.38%。在全球化、消费升级的大趋势下，我国规模较小的跨境电商企业将会面临淘汰出局，市场份额会在头部企业进一步聚集，我国跨境电商行业的市场集中度会不断提

升。

图：2022 年中国跨境电商企业销售额分布



数据来源：思瀚产业研究院

就品牌运营而言，我国的跨境电商企业最早都是以白牌、廉价产品为主。近年来随着出口跨境电商规模与流量优势逐步建立、国内跨境电商供应链的完善及同质化竞争的加剧，越来越多的跨境出口电商企业不断强化自身的品牌意识，加强了对于产品创新设计和消费趋势的把控，努力提高海外国家客户对企业自有品牌的认知，大力拓展销售渠道的同时完善供应链体系，通过提升产品的品牌溢价构建企业核心竞争力。

（2）运营渠道逐渐多元化，品牌独立站创造新增长空间

早期大部分的中国跨境电商企业均选择第三方电商平台开设店铺进行产品销售，其中亚马逊竞争优势突出，占据第三方电商平台的绝大部分市场份额。随着 SHEIN、AliExpress、TikTokShop 以及 Temu 等新兴跨境电商平台通过各自独特的特色和发展模式，吸引了大量的消费者和卖家，成长迅速，逐渐在全球电商市场中占据了重要地位，跨境电商企业的运营渠道亦呈现出更为多元化的特点。

随着第三方平台的流量费用越来越高，我国越来越多的跨境电商企业开始尝试建立拥有完全自主权的品牌独立站，即通过 DTC（Direct-to-Consumer）模式的品牌独立站出海。相较第三方电商平台而言，品牌独立站卖家可以获得用户多维销售数据，在销售决策上具有更大的自主性，同时更有利于品牌形象的营销推广。自 2018 年起，Shopify 等企业的自助建立独立站工具越发成熟，运营成本和建站难度降低，跨境电商品牌独立站出海模式的发展愈发迅速，为行业创造了新的增长空间。

（3）合规服务将呈现专业化，是跨境电商企业实现长期发展的必经之路

合规经营是跨境电商出口企业长远发展的基石，合规建设虽然会在短期增加企业的运营成本，但从长期发展来看合规建设是跨境电商企业拓展全球市场、打造国际品牌的必备条件，合规将成为我国跨境电商出口企业持续经营的保障。

合规需要从经营理念着手，从开始就要渗透到供应链的各个节点。在产品的设计之初，电商企业

需要树立各方面的合规意识，通过对信息流、资金流、物流的掌控，将供应商、电商平台、物流服务商和最终用户连成一个合规发展的网链结构。

4、公司主要经营产品所处行业的发展概况及未来发展趋势

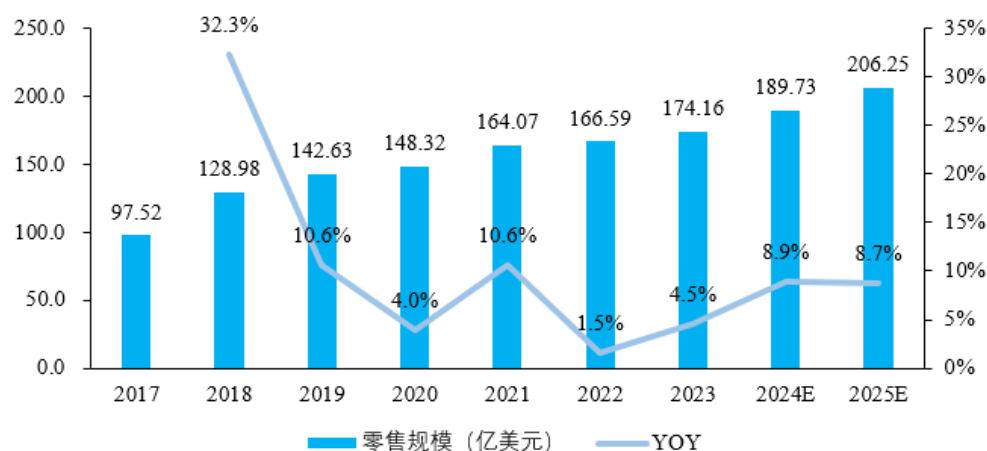
（1）数码电子

近年来，随着智能手机和移动设备的普及，音箱、耳机等音频传输设备和手机常用配件已成为年轻人集中消费的数码产品。随着人们生活方式的变革，催生出了运动、娱乐、办公、教育等多个细化的音频设备使用场景，并且重点关注更丰富、更可靠、更无缝的音频体验。

①蓝牙音箱

随着全球消费者对蓝牙设备的需求逐渐增强，蓝牙技术在扬声器中的运用持续扩大。根据欧睿数据显示，2022 年全球蓝牙音箱零售市场规模为 166.59 亿美元，预计 2025 年全球蓝牙音箱零售市场规模将达 206.25 亿美元，2022-2025 年年均复合增长率将达到 7.38%。随着消费者需求日渐增加，蓝牙音箱针对不同消费场景进行功能分化，包括便携式音箱、家用音箱和防水音箱等产品，其中便携式音箱为消费需求最多的产品。

图：2017-2025 年全球蓝牙音箱零售规模及增速情况



数据来源：Euromonitor

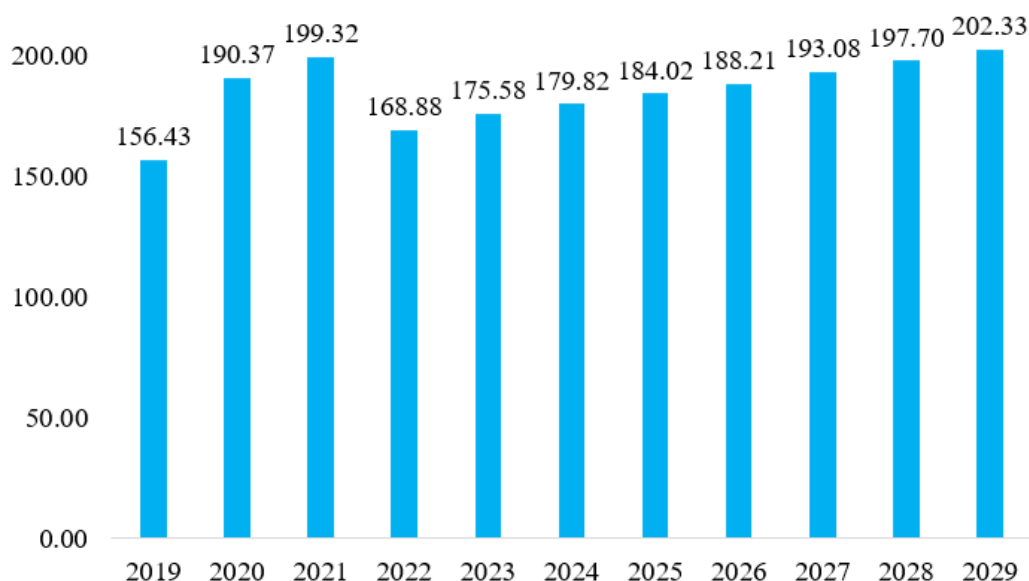
根据 Qualcomm 发布的《音频产品使用现状调研报告 2023》显示，续航时间和音质是消费者购买蓝牙音箱时主要考虑的因素，而低功耗音频化（LEAudio，蓝牙技术最新音频标准，旨在帮助音频传输设备以更低功耗提供更高质量音频）技术的广泛应用，将极大提升蓝牙音箱购买者的消费体验，未来蓝牙音箱市场仍具备广阔发展空间。

②耳机

中国是全球耳机制造和出口大国，根据 UNcomtrade 数据显示，2023 年我国耳机出口额达 45.58 亿美元，位列全球第一。根据 Statista 数据，2024 年全球耳机市场规模达到 179.82 亿美元，预计 2029

年将达 202.33 亿美元。

图：2019-2029 年全球耳机市场规模（亿美元）



数据来源：Statista

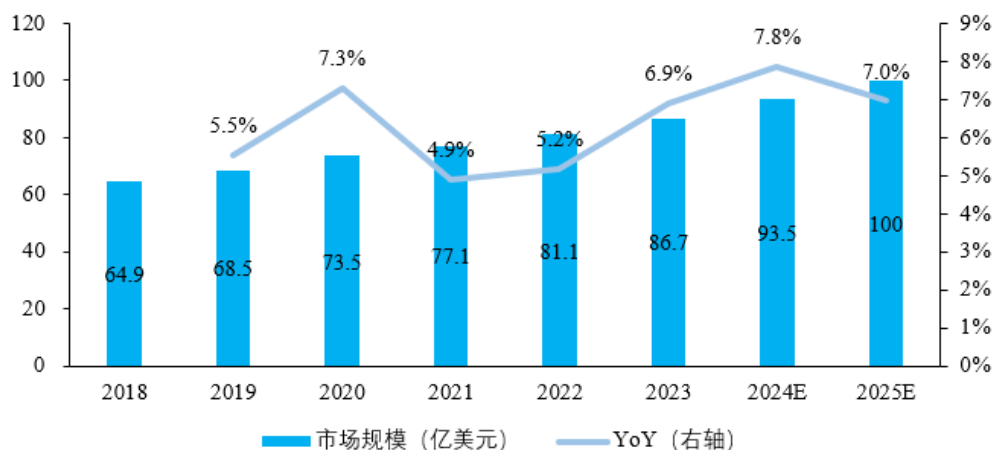
随着智能手机和蓝牙技术普及，耳机逐渐衍生出运动、影音、办公和教育等多个应用场景，全球耳机市场进入多元发展时期。同时，为适应用户需求差异化，耳机产品针对不同使用场景增加更多精细化设计。如随着人们对户外运动越发喜爱和重视，耳机产品及时根据运动过程中身体晃动、大量出汗、脱离电源等情况增加了防掉落稳固设计、防水防汗设计和更长续航设计等。

同时，根据美国 CNN 报道显示，耳机已成为国外儿童生活中不可或缺的一部分，然而长时间佩戴耳机会影响听力，保护儿童听力的儿童耳机由此应运而生，该类产品采用标准无毒环保材料和音量限制技术更加贴合孩童的需求。随着儿童使用耳机的风潮兴起，儿童耳机作为维护儿童健康的重要产品将越发受到重视和关注。

（2）艺术创作

报告期内，公司艺术创作类产品主要涉及马克笔等美术画材用品。近年来美术画材行业增长稳定，根据中金企信国际咨询数据，2022 年全球美术画材行业市场规模达 81.1 亿美元，预计 2025 年市场规模达 100 亿美元，年均复合增长率超过 5%。

图：2018-2025 年全球美术画材行业市场规模



数据来源：中金企信国际咨询

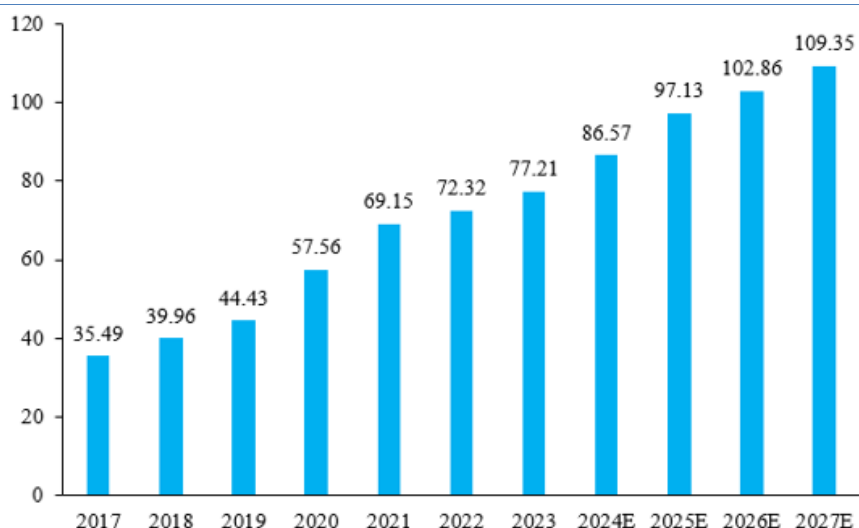
就区域而言，欧美国家为美术画材用品的主要消费地区，欧洲和北美地区经济发达，艺术教育普及率高，美术爱好者人群占比也较高，2022 年度欧洲和北美地区对美术画材行业消费规模贡献率达 71.04%。

就类别而言，美术画材用品主要包括绘画笔、雕塑用品、绘画颜料、画纸、画布、美术辅助用品及其他美术用品，其中绘画笔为美术画材主要需求产品。根据 UNcomtrade 数据显示，2023 年全球绘画笔进出口总额约为 19.03 亿美元，其中美国为 2023 年绘画笔最大进口国。

(3) 运动户外

中国是全球领先的运动户外制造与出口大国之一。随着人们生活水平不断提高和消费者健康意识的增强，越来越多的消费者开始注重户外运动，北美、欧洲等经济发达地区的市场需求尤为强劲。根据 Statista 数据显示，近年来全球户外运动电商市场收入呈持续上升趋势，2017 年为 354.9 亿美元，2023 年已增长至 772.1 亿美元，运动户外品类已成为跨境电商平台的热门搜索品类，运动户外制造产业正迎来较大的海外市场机遇，预计 2027 年市场规模将达 1,093.5 亿美元。

图：全球户外运动电商市场收入（十亿美元）



数据来源：Statista

同时，户外运动市场的全球消费者人数亦呈稳定上升趋势。据 Statista 数据显示，2017 年全球户外运动市场消费人数为 4.16 亿人，预计 2027 年将增长至 17.13 亿人，年均复合增长率达 15.20%。

图：全球户外运动市场消费者人数（百万人）



数据来源：Statista

（4）家居庭院

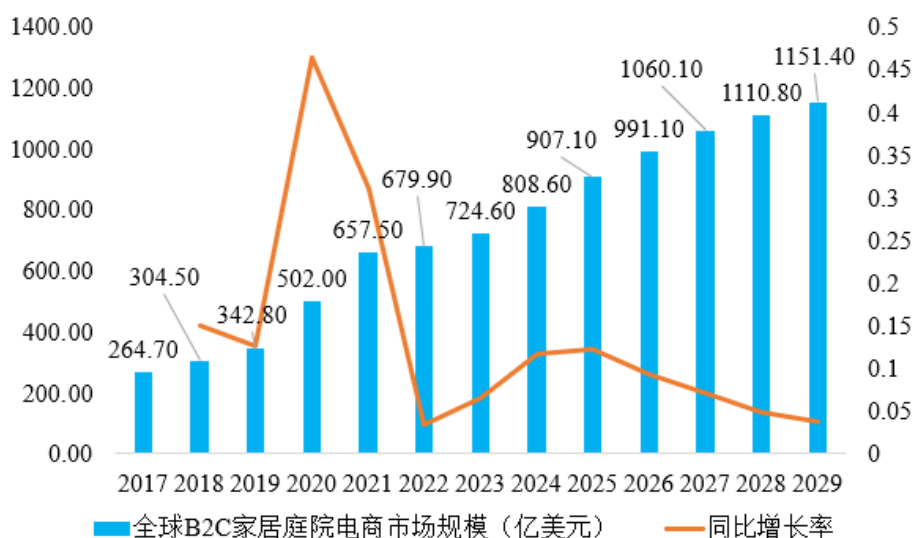
家居庭院用品指和居室及庭院有关的家居收纳类、装饰类、用具类等一系列生活用品。

由于建筑结构和生活习惯的差异，家居庭院市场在不同地区存在明显的差异。北美因拥有较大的庭院、较强的支付能力和稳定的庭院休闲生活习惯，成为了目前家居庭院市场的主要需求力量。

从销售渠道而言，全球家居庭院市场持续向电商渠道转移，电商市场规模整体呈增长趋势。根据 Statista 数据，2024 年全球 B2C 电商渠道家居庭院市场规模达到了 808.60 亿美元，预计 2025-2029 年市场规模年复合增长率为 6.14%，2029 年将达到 1,151.40 亿美元。同时，随着消费者对线上购物的接受度增加以及便利性的提升，家居庭院电商市场将继续成为一个具有潜力的领域，2017 年至

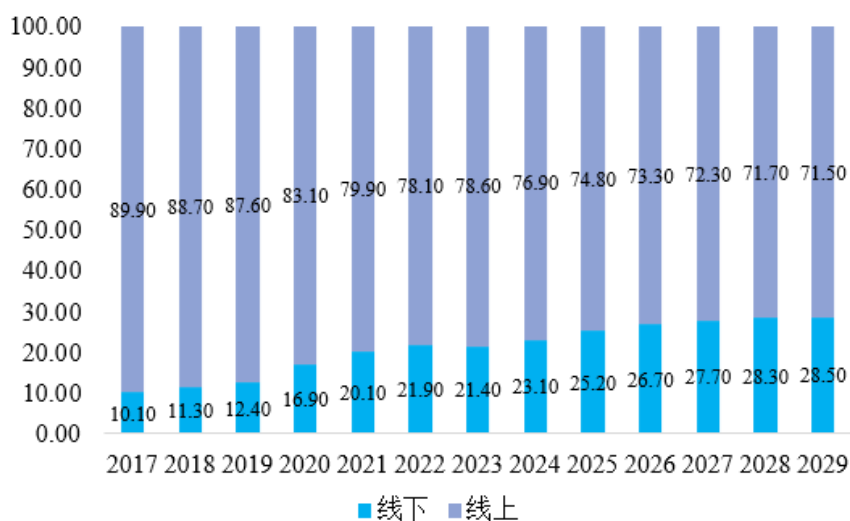
2029 年期间，全球 B2C 电商渠道家居庭院市场规模占全渠道规模的比例持续提升，2024 年达到了 23.10%，预计 2029 年将达到 28.50%。

图：全球 B2C 家居庭院电商市场规模及同比增长率



数据来源：Statista

图：全球 B2C 电商渠道家居庭院市场规模占全渠道市场规模的比例



数据来源：Statista

（四）行业技术水平及技术特点、主要技术门槛和技术壁垒，衡量核心竞争力的关键指标，行业技术的发展趋势，行业特有的经营模式、周期性、区域性或季节性特征等

1、行业技术水平及技术特点

（1）电商平台技术

出口跨境电商企业通常通过亚马逊、eBay、速卖通等全球主流电商平台进行销售。这些平台提供了标准化的技术接口和工具，企业需要具备多平台管理能力，能够同步管理产品上架、订单处理、库存更新等操作。部分企业自主开发了跨平台管理工具，实现数据互通和自动化运营。

同时，为了减少对第三方平台的依赖，部分企业开始自建独立站（DTC，Direct-to-Consumer）。独立站较为完善的技术支持生态，包括网站开发、支付系统集成、用户数据分析等，技术要求相对较高。

（2）供应链管理技术

随着大数据和人工智能技术的发展，跨境电商企业采用相关技术优化供应链管理。例如，通过预测分析模型，企业可以更准确地预测市场需求，优化库存水平，避免库存积压或断货。此外，智能采购系统能够根据历史数据和市场趋势自动生成推荐采购计划，提升采购效率。

跨境物流是出口电商的核心环节之一。企业通常与多家国际物流服务商合作，利用物流管理系统实现物流路线的优化和成本控制。同时，部分企业建立了海外仓，通过仓储管理系统实现库存的实时监控和调配，缩短配送时间，提升用户体验。

（3）大数据分析 with 人工智能

跨境电商企业通过收集和分析海量用户数据（如浏览行为、购买记录、评价反馈等），深入了解消费者需求和市场趋势。这些数据不仅用于优化产品开发和营销策略，还可以帮助企业在不同市场制定差异化的运营策略。

人工智能在跨境电商中的应用已形成多维度技术赋能体系，显著提升行业效率与全球化运营能力。部分核心应用场景包括：①全链路自动化与智能客服：AI 替代商品上架、订单处理等标准化流程，实现分钟级响应，智能客服通过多语言实时翻译与自然语义理解，解决时差与语言障碍，全天候服务海外客户；②AI 内容生成与营销创新：基于多模态大模型，AI 可一键生成商品图文描述、短视频及直播脚本，将内容制作周期从数小时缩短至 1 分钟内；③供应链优化与决策支持：AI 分析全球市场数据，预测销售趋势并优化物流路径，仓储管理系统动态调整库存周转率降低滞销风险；④跨文化适配与合规管理：AI 通过语义分析识别区域消费习惯，优化本地化营销策略；同时监测全球主要国家政策变动，预警法律与知识产权风险。

2、主要进入壁垒

（1）研发创新壁垒

拥有持续技术创新能力、产品更新迭代领先于行业是全球跨境电商企业的核心竞争力之一。要进行产品的研发创新，需要大量的技术储备、对相关消费场景与消费需求的深入挖掘，并通过优秀的快速反应能力灵活应对市场需求的变化与波动。而行业的先进入者已拥有丰富的技术沉淀与专利储备，新进入企业大都不具备产品自主开发设计能力，通常仅能进行档次和附加值含量低、未进行功能革新的低端产品供应，难以有效吸引消费者并获取较高盈利水平。因此，本行业内存在较高的研发创新壁垒。

（2）品牌壁垒

在跨境电商行业竞争日益激烈的环境下，品牌力已成为企业获取长期竞争优势的核心驱动力。拥有强大品牌影响力的企业不仅能获得更高的溢价能力与用户忠诚度，还能在全球化市场中形成差异化竞争壁垒。然而，品牌建设并非一蹴而就，其本质是对产品创新力、消费趋势洞察力及文化适应力的长期沉淀。跨境出口电商需通过持续的产品迭代、本土化运营和价值观输出，逐步构建海外消费者的品牌认知，这一过程天然形成了行业的品牌护城河。

（3）市场开拓壁垒

跨境电商业务开展面临较强的地域差异性挑战，要深入了解当地电商平台的运营规则与运营模式，熟悉当地消费习惯与文化习俗特征等，方能高效实现对目标客户与潜在用户的精准营销触达。对相关情况的熟悉掌握需长期运营经验的积累，对尚处于业务与市场开拓初期的新进入者而言，试错成本高且要耗费大量的时间和精力，对新进入者形成较大的市场开拓壁垒。

（4）供应链壁垒

跨境电商业务的开展依赖于全面的供应链布局，包括供应商筛选与合作关系建立、仓储物流体系建设等。目前市场内的领先企业通过多年的经营和发展，基本已构建了各自稳定且优质的供应商合作圈层，可保证高品质产品供货来源，同时与主要的仓储物流商均建立了良好的合作关系，在熟悉市场规则与业务运转模式的基础上，完成了配套运营系统的开发，保障了供应链各环节的高效运转，具有明显的成本管控优势。新进入者需要大量时间才能实现完善的供应链布局。因此，本行业内存在一定的供应链壁垒。

3、衡量核心竞争力的关键指标

公司所处行业衡量核心竞争力的关键指标如下：

序号	关键指标	竞争力体现
1	产品研发及技术创新能力	产品研发及技术创新能力是跨境电商企业持续发展的核心驱动力，具体可以从研发资金与人力投入、研发成果、主要产品市场认可度等维度体现。
2	品牌运营能力	品牌化运营是跨境电商企业保持差异化竞争优势与长期增长势能的关键，具体可以从自主品牌市场认可度、自主品牌流量热度等维度进行衡量。
3	盈利能力	盈利能力是跨境电商企业竞争力的综合体现，具体可以从营收规模、毛利率、净利率、加权平均净资产收益率等维度进行衡量。

4、行业技术的发展趋势

出口跨境电商行业的技术发展趋势将围绕智能化、数字化、个性化和可持续化展开。人工智能、大数据、区块链、物联网、AR/VR 等前沿技术将进一步推动行业创新，帮助企业提升运营效率、优化用户体验并拓展新的市场机会，部分主要技术趋势如下：

（1）人工智能与机器学习的深度应用

人工智能和机器学习正在成为出口跨境电商行业的重要技术驱动力，未来其应用将更加广泛和深入：①智能推荐与个性化营销：AI 和机器学习将进一步优化推荐系统，根据用户的浏览历史、购

买行为和偏好，提供高度个性化的产品推荐和营销内容，提升转化率；②智能客服与自动化运营：AI 驱动的聊天机器人将更加智能化，能够处理更复杂的客户咨询，甚至实现多语言实时翻译。此外，AI 还将用于自动化运营，如自动定价、库存管理和订单处理；③预测分析与决策支持：通过机器学习算法，企业可以更精准地预测市场需求、销售趋势和供应链风险，从而优化决策流程。

（2）大数据与精准化运营

大数据技术正在成为跨境电商企业提升运营效率和竞争力的关键工具，未来其应用将更加深入：①全链路数据分析：企业将通过大数据技术实现从生产、物流到销售的全链路数据监控与分析，提升运营效率并降低成本；②消费者行为洞察：通过分析海量用户数据，企业可以更深入地了解消费者行为，制定更精准的市场策略；③实时数据驱动：实时数据分析将成为标配，帮助企业快速响应市场变化，例如动态调整价格、优化广告投放等。

（3）自动化与机器人技术

自动化与机器人技术正在改变跨境电商的运营模式，未来其应用将更加广泛：①仓储自动化：机器人技术将广泛应用于仓储管理，例如自动分拣、包装和搬运，提高效率并降低人力成本；②无人配送：无人机和自动驾驶车辆将用于最后一公里配送，尤其是在偏远地区或特殊场景下。

5、行业特有的经营模式、周期性、区域性或季节性特征

（1）行业特有的经营模式

①多平台矩阵运营模式

该模式下，企业同时在多个跨境电商平台（如亚马逊、eBay、速卖通、Wish）以及自建独立站（如 Shopify、Magento）上运营，形成“平台+独立站”的多渠道销售矩阵。该模式能够避免单一平台政策变化（如封店、佣金上涨）对业务的冲击，并能将平台流量与独立站私域流量结合，提升整体转化率。

②海外仓与本地化运营模式

该模式的核心特点是在目标市场（如美国、欧洲）设立海外仓，实现本地化仓储、配送与售后服务。通过本地化团队（如客服、市场推广）提升用户体验与品牌认知。该模式能够将欧美市场的平均配送时间从 15-30 天缩短至 3-5 天，并且通过提供本地退换货与维修服务，提升用户满意度。

（2）周期性

公司产品属于消费品，产品需求与全球经济发展、家庭可支配收入和消费观念有一定的正相关关系。公司产品围绕消费者家庭休闲生活展开，产品具备稳定的消费需求。虽然公司产品所处行业一定程度上受宏观经济波动影响，但随着全球经济持续发展、消费者对品质生活的需求提升及消费理念的转变，行业总体呈现稳定发展的态势，不存在明显的周期性特征。

（3）区域性

在企业分布方面，跨境电商产业呈现出显著的区域性特征，其发展与区域经济、产业带及基础设施紧密相连。在中国，跨境电商产业集群主要聚集在产业带附近及出口活跃度高的地区，例如广东、福建、江苏、浙江等地。我国跨境电商企业多集中在沿海地区，尤其是广东省，根据广东省商务厅数据，2024 年广东跨境电商进出口总额占全国比重超过 1/3。

在出口区域分布方面，根据海关总署统计数据，2025 年上半年我国跨境电商对美国出口占 28.40%、英国占 8.30%、德国占 5.50%。

（4）季节性

跨境电商商品销售收入呈现一定的季节性特征。一般而言下半年的商品销售收入普遍高于上半年，主要原因系欧美国家的主要法定节日和购物节日相对集中于下半年，例如感恩节、黑色星期五和圣诞节等，因此商品销售收入在下半年相对较高。

（五）发行人产品或服务的市场地位、行业内的主要企业、竞争优势与劣势、面临的机遇与挑战，以及上述情况在报告期内的变化及未来可预见的变化趋势

1、发行人产品或服务的市场地位

公司是一家从事自有品牌产品研发、设计并主要通过电商平台和自营网站进行销售的高新技术企业。公司以产品的研发设计创新为核心驱动力，依托研发技术积累，打造核心优势品类与市场知名品牌，树立了较高的市场影响力与优质市场口碑，公司亦具备较高的市场竞争地位。

在产品研发方面，公司基于自身系统化的消费需求分析能力，成功构建了自身的场景化、精细化与差异化创新性产品研发设计理念，并通过多年在相关业务领域深耕细作积累的完善产品开发技术体系与建立的专业研发实验室成功打造了公司市场竞争力突出的核心产品矩阵，相关产品不仅获得众多权威机构颁发的设计奖项，还因可更好地满足特定消费人群与特定使用场景下的个性化与差异化消费需求，而深受市场消费者认可。其中，公司马克笔类产品深受绘画爱好者的热捧，荣获 2024 年度德国红点设计奖（Red Dot）、法国设计奖和美国缪斯设计奖金奖，品牌销售额与销售量在亚马逊绘画笔类产品中排名前列；公司儿童耳机类产品在欧美市场拥有较高的知名度和美誉度，多款产品位列亚马逊畅销产品，并曾获法国设计奖（FDA）；公司 X Sound Go 蓝牙音箱荣获顶级科技媒体 Wirecutter 最佳音箱奖，StormBox Micro 蓝牙音箱荣获美国知名科技媒体 CNET 颁发的“CNET 2020 Editor's Choice”大奖，耳机系列产品亦数次荣获德国红点设计奖（Red Dot）、汉诺威工业设计奖（iF）、日本 VGP SUMMER 大奖等诸多奖项；公司运动户外类产品深受运动爱好者的喜爱，目前产品畅销欧美，其中自行车训练架及可调节负重沙袋更是常居亚马逊同类产品畅销榜单。2025 年 12 月的 31 天内，公司主要核心品类产品在亚马逊主要站点（美国、德国、英国）所属品类 BS（Best Sellers）榜单中的排名情况如下：

品类	2025 年 12 月共 31 天内 占据前 100 名榜单天数
Ohuhu 美术用品	31（美国）、31（德国）、31（英国）
iClever 儿童耳机	31（美国）、31（德国）、31（英国）
Sportneer 运动户外用品	31（美国）、31（德国）、31（英国）
Tribit 蓝牙音箱	31 （美国）、 13 （德国）、 0 （英国）

注 1：亚马逊无儿童耳机细分品类，儿童耳机与成人耳机归为一个小类；

注 2：蓝牙音箱品线排名同时包含 BOSE、JBL 等国际知名品牌，竞争更为激烈。

在品牌影响力方面，基于强大的差异化消费需求把控能力与突出的产品研发创新实力，公司成功创立了 Ohuhu、Tribit、Sportneer、iClever 等具有市场影响力的自有品牌。其中公司 Ohuhu 品牌荣获“2019 年度亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强”、“2021 年度浙江省跨境电商出口知名品牌”、“第二十二届深圳（湾区）知名品牌”、《深圳品牌发展白皮书（1980-2025）》之品牌发展典型案例，并多次进入 OneSight 编制的《Brand OS 出海品牌社媒影响力榜单》排名和易势科技联合每日经济新闻发布的《中国跨境电商品牌影响力排行榜》Top100 榜单，且自 2019 年以来在文具办公品类中保持榜首。近年来 Ohuhu 品牌关键词搜索热度在亚马逊主要站点中保持在较高水平，品牌的市场影响力与消费者粘性不断增强。公司数码电子代表性品牌之一 Tribit 亦数次名列《中国跨境电商品牌影响力排行榜》Top100 榜单。

截至报告期末，公司已获授权专利 **328** 项，其中发明专利 **28** 项，实用新型专利 **113** 项，外观设计专利 **187** 项，另有计算机软件著作权 **83** 项。同时，公司的技术实力亦获得行业、政府部门、社会机构等的高度认可，公司系国家高新技术企业，并被认定为深圳市专精特新中小企业、广东省数字贸易龙头企业（贸易数字化平台类）、技术先进型服务企业。

2、行业内的主要企业

目前，出口跨境电商行业平台型电商集中度相对较高，呈现寡头垄断的现象，Amazon、AliExpress、eBay、Shein、Wish 等平台占据了较高的市场份额，格局相对稳定；自营型电商企业的竞争格局尚未成型，市场集中度较低，行业呈现充分竞争的市场格局。在全球化、消费升级的大趋势下，我国规模较小的跨境电商企业将会面临淘汰出局，市场份额会在头部企业进一步聚集，我国跨境电商行业的市场集中度会不断提升。除本公司外，行业内知名的跨境电商企业主要还包括赛维时代、三态股份、致欧科技、安克创新、华凯易佰、傲基股份等。相关企业基本情况介绍如下：

（1）赛维时代

赛维时代科技股份有限公司成立于 2012 年，致力于满足全球消费者对高品质、个性化时尚生活的需求，主要销售服饰配饰、百货家居、运动娱乐等时尚生活品类产品。目前，赛维时代销售渠道主要为 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等第三方电商平台以及 SHESHOW、RetroStage 等垂直品类自营网站，线上营销网络覆盖美国、德国、英国等多个国家。

（2）三态股份

三态电子商务股份有限公司成立于 2008 年，是一家从事出口跨境电商零售和第三方出口跨境电商物流的综合性企业。其中三态股份出口跨境电商零售业务以自主研发的信息系统为基础，以大数据选品为依托，实现了对 30 多个全球和区域性主要电商平台的综合管理，通过海外第三方电商平台将中国制造的高性价比商品销售给全球两百多个国家和地区的消费者。

（3）致欧科技

致欧家居科技股份有限公司成立于 2010 年，主要从事自有品牌家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等家居类产品的研发、设计和销售，旗下拥有 SONGMICS、VASAGLE、FEANDREA 三大自有品牌，并主要通过 Amazon、Cdiscount、ManoMano、eBay 等海外知名电商平台将产品销售往欧美日等多个国家和地区。

（4）安克创新

安克创新科技股份有限公司成立于 2011 年，主要从事自有品牌的移动设备周边产品、智能硬件产品等消费电子产品的自主研发、设计和销售，产品主要包括充电类、无线音频类、智能创新类三大系列，其销售渠道主要为 Amazon、eBay、日本乐天等境外电子商务平台。

（5）华凯易佰

华凯易佰前身湖南华凯文化创意公司创立于 2009 年，于 2021 年完成对深圳易佰网络科技有限公司 90% 股权的收购，成功转型跨境电商行业，目前是一家依托中国优质供应链资源、以市场需求为导向的跨境出口零售电商企业。产品主要包括汽车摩托车配件、工业及商业用品、家居园艺、健康美容、户外运动等品类，其销售渠道主要为 Amazon、eBay、AliExpress、Wish、Lazada 等第三方平台，销售区域主要覆盖欧洲、北美洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲等多个地区。

（6）傲基股份

傲基(深圳)跨境商务股份有限公司成立于 2010 年,专注于提供 ALLEWIE、IRONCK、LIKIMIO、SHA CERLIN、HOSTACK 及 FOTOSOK 等品牌的家具家居类产品,主要通过亚马逊、沃尔玛、Wayfair 等第三方线上平台从事跨境 B2C 业务。

3、公司竞争优势与劣势

（1）竞争优势

①研发与技术优势

公司是集产品设计、研发、销售、服务为一体的国家高新技术企业，被认定为深圳市专精特新中小企业、广东省数字贸易龙头企业（贸易数字化平台类）、技术先进型服务企业，并组建了一支专业技术良好、开发经验丰富、创新能力突出的研发人才队伍，兼具较强的产品开发设计与信息技

术实力。截至报告期末，公司已获授权专利 **328** 项，其中发明专利 **28** 项，实用新型专利 **113** 项，外观设计专利 **187** 项，另有计算机软件著作权 **83** 项。公司的研发技术优势主要体现在：

A、产品开发设计优势

产品的研发设计是否有效满足消费者的需求，是产品成败的关键。具备研发设计能力的企业，可自主定义产品的功能结构设计，高效、及时地向市场推出满足消费者个性化与差异化需求的高品质产品，从而取得业务的长期可持续发展，在市场竞争中获胜。

公司自设立以来，高度重视对产品研发设计能力的提升，不断加大研发投入，经过十余年产品开发的经验技术积累，公司已具备完善的产品开发设计能力，在产品自主开发方面形成自身核心竞争力，主要体现在以下几个方面：

a、系统化消费需求分析能力打造公司创新性产品研发设计理念

公司产品自主开发系基于精准市场需求挖掘之上的精细化产品研发。一方面，公司长期根植消费者家庭休闲生活核心场景，在深入消费场景进行用户行为特点分析基础上，精准洞察终端用户消费需求；另一方面，公司开发智能趋势追踪系统，高效追踪电商平台不同品类产品、不同关键字搜索等维度下的销售排名信息，并分析排名趋势变化及其原因，可及时掌握相关领域的销售热点、竞品信息与需求变化趋势等，同时通过线上消费者反馈与线下用户调研等多渠道的消费者互动信息，实现对特定消费人群行为与心理特征的精准把控，形成了系统化的消费者需求分析能力，并成功构建了自身的场景化、精细化与差异化创新性产品研发设计理念，为公司产品开发与设计提供多方面参考数据，指导产品开发方向，提升公司产品开发效率与成功率。

b、完善的产品开发技术体系与专业研发实验室持续引领技术创新

公司深耕跨境电商行业十余年来，致力于满足消费者舒适、便捷、健康的家庭休闲有趣生活需求，并围绕核心品类产品建立了相对完善的核心技术体系，创建了音频设备、绘画笔、运动设备的标准研发实验室，各实验室配备了专业的研发设备与充足的研发资源，为公司产品的持续研发创新提供了强大的资源与技术支持。

针对音频设备类产品，公司掌握了安全声压级检测和控制技术、主动降噪声控技术、多维音质控制与改善技术、电池自防护与长续航技术、多功能性电路设计技术等多项核心技术，使公司在音频设备新品开发过程中，可高效实现对音质效果的精细化控制，并同步达到安全耐用的目的。

针对艺术创作类产品，公司掌握了多功能性马克笔墨水配方技术与笔头、储水芯、墨水材质最佳匹配技术等核心技术，使公司可快速依据不同溶剂、染料的材质特性，优化墨水配方与工艺技术。同时，根据已积累的丰富匹配参数数据库，快速实现不同笔头、储水芯、墨水的最佳技术参数匹配，使最终产品在环保特性、色泽稳定性、叠色效果、书写性能、抗漏性、耐温性、耐冲击性能等方面具有出色表现。

针对运动户外类产品，公司掌握了创新结构设计技术、自适应校准技术、设备故障自动检测与上报处理技术、动态运动监测与可视化技术等多项核心技术，使公司开发产品结构在符合人体工程学原理基础上，还兼具结构稳定、便捷易收纳、快速拆装、功能多样化等属性特点，同时为用户提供智能监测与人机交互的良好使用体验。

B、全链路数字化和智能化运营系统建设优势

运营系统建设是跨境电商业务开展的基础与核心，公司自设立之初便组建了专业的信息系统开发技术团队，并予以充足的资金支持。

经过多年研发和技术攻关，公司完成了全链路数字化和智能化运营系统的建设工作。目前公司运营管理系统包括 ERP 企业管理系统、WMS 仓储管理系统、TQC 品质管理系统、智能营销管理系统等，功能已全面覆盖了从产品开发、采购、品质、仓储、物流、营销推广到日常运营管理等跨境电商全业务环节。公司通过整合多源多品类海量底层数据，自动化解析业务数据，灵活支持公司智能定价策略。该等数据驱动决策方式助力公司保持市场竞争力和品牌声誉，强化与生态合作伙伴的合作深度和稳定性，实现核心产品资源整体收益优化。公司具备在跨境业务市场上的数字化先发优势，是业内为数不多的具备全链路数字化运用能力的企业。

全链路数字化和智能化运营系统的开发建设是公司长期技术积淀与业务经验积累的结果，系公司业务高效运转的核心基石，为公司业务高速发展提供强有力的支撑，进一步提高企业的核心竞争力。

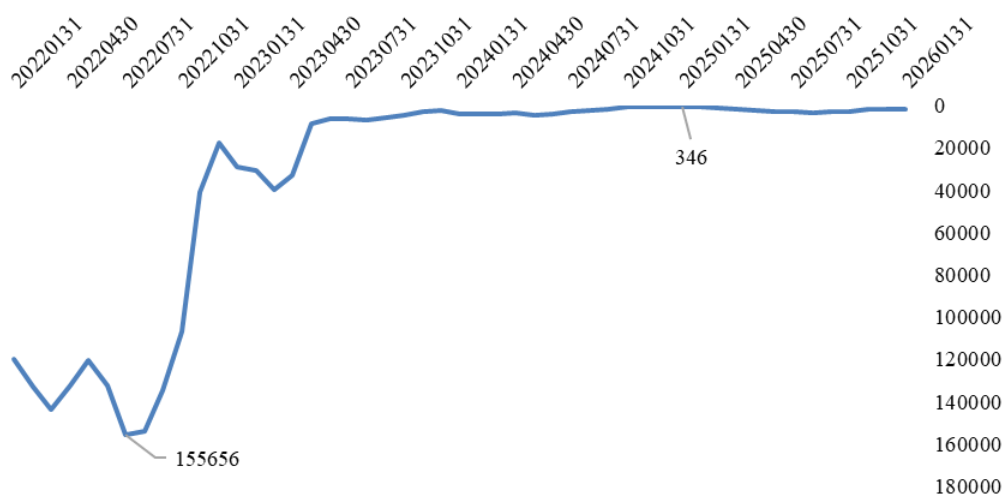
②品牌运营和品牌影响力优势

近年来随着国内跨境电商供应链的完善及同质化竞争的加剧，品牌化运营对于差异化竞争优势的打造愈发关键，但品牌建设并非一蹴而就，其本质是对产品创新力、消费趋势洞察力及文化适应力的长期沉淀，因而拥有强大品牌的企业将具有更强劲的增长势能。

公司长期坚持打造国际知名自有品牌，推动中国品牌出海，基于强大的差异化消费需求把控能力与突出的产品研发创新实力，公司已成功创立 Ohuhu、Tribit、Sportneer、iClever 等品牌特色与市场定位鲜明、市场影响力突出的自有品牌。并在自有品牌运营基础上，清晰定位消费场景与消费群体，在欧美亚等多地市场获得了诸多消费者的青睐和行业媒体的认可。

其中公司 Ohuhu 品牌荣获“2019 年度亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强”、“2021 年度浙江省跨境电商出口知名品牌”、“第二十二届深圳（湾区）知名品牌”、《深圳品牌发展白皮书（1980-2025）》之品牌发展典型案例，并多次进入 OneSight 编制的《Brand OS 出海品牌社媒影响力榜单》排名，且旗下马克笔产品深受绘画爱好者的热捧，荣获 2024 年度德国红点设计奖（Red Dot）、法国设计奖和美国缪斯设计奖金奖，品牌销售额与销售量在亚马逊绘画笔类产品中排名前列。同时，公司 Ohuhu 和 Tribit 品牌均多次进入易势科技联合每日经济新闻发布的《中国跨境电商品牌影响力

近年来 Ohuhu 品牌关键词搜索热度在亚马逊主要站点中保持在较高水平，品牌的市场影响力与消费者粘性不断增强。



公司突出的品牌运营能力与不断扩大的品牌市场影响力为公司在终端消费群体中树立了良好市场口碑与品牌形象，使公司与行业内部分上市公司相比具备品牌运营的先发优势，为公司业绩规模的快速增长提供强大的品牌效能支持，为公司在行业中的优势竞争地位提供持续保障。

在供应商合作层面，公司从研发能力、生产条件、品质管控、体系建设等多维度对新引入供应商进行多轮次的严格筛选，并就交付速度、品质、成本管控等方面对现有合作供应商进行严格考察，实行淘汰机制，最终与留存的优质供应商建立长期稳定合作关系，从生产源头保障了公司产品的性能与品质。

在仓储、物流体系建设方面，公司为确保及时向消费者配送，基于自身业务开展区域与消费群体分布，构建了以亚马逊 FBA 仓模式为主，以自营仓及第三方仓模式为辅、国内仓与海外仓相结合的多层次仓储体系，以多种方式实现公司产品向消费者的快速送达。

在供应链智能化管理方面，公司结合自身业务模式与特点，针对性研发了囊括智能采购、智能仓储、智能品控与智能物流等模块的运营管理系统，可有效实现对备货备料、品质、库存与仓储管理、排柜等供应链各环节的自动化整合管理，大幅提高了供应链的决策准确性与运转效率。

如公司智能备货模块，可基于对未来销量预测情况，并结合公司全球各渠道的在库和在途产品，自动计算空、海运输时效内可到达期间的缺货量，为公司供应链采购提供最佳备货数量指引，最大限度提升公司货物周转率和资金使用效率。公司智能排柜模块，可自动预估未来缺货情况，并计算需从中国仓发货到海外仓补货的产品种类和数量，最后根据产品毛利率、毛利额完成产品优先级排序后，按照指定日期、指定体积填充柜子，以实现每个柜子的最大化利用率，提高发货效率，最大程度节约物流费用。

④营销推广优势

对于自有品牌跨境电商企业而言，营销推广能力不仅直接影响企业经营业绩，亦对自身品牌影响力的塑造产生重要影响。

公司设立至今，已完成全面的营销网络布局，线上销售平台已全面覆盖 Amazon、速卖通主要的第三方电商平台，熟悉不同海外电子商务平台的运营规则和运营模式，针对不同平台的店铺运营、退换货流程、广告投放方式等积累了丰富的经验，并结合不同平台运营规则特点，完成了自身运营系统的个性化功能开发，高效实现与各大电商平台的数据对接和流程管控，大幅提高公司的营销推广效率，奠定了公司在营销推广方面的精准营销触达与快速调整响应优势。

第一，公司自研智能营销管理系统，囊括销售中心、ASIN 中心、海卖助手多个不同技术模块，分别可实现多维度销售目标管控、销售排名与销售订单追踪、多国家与多站点销售数据自动化管理等功能，可及时并全面了解公司不同产品、不同店铺、不同销售人员的销售真实情况，并基于实时情况针对性的调整销售与广告运营策略，动态优化公司营销推广效果。

第二，公司自研的智能广告系统可实现对多区域与多国家店铺广告投放的一站式管理与效果追踪，通过定制系统广告规则与竞价机制，可实现广告的自动化投放，同时基于对广告投放效果的实时追踪，与广告关键词的智能搜集与批量管理，自动优化广告投放策略，提高广告投放的精准度和效率，在最小广告成本下，有效提升公司营销推广的质量。

第三，公司自研智能客服追踪系统，通过系统对客诉问题的改善进行高效协作管控，并进行分类分析整理，有效提升了在销售服务环节的用户体验，并为公司各业务环节的工作提供改善建议。

(2) 竞争劣势

①资本实力和融资渠道有限

出口跨境电商行业近年来展现出快速发展的良好态势，亦吸引了大量的行业新进入者，行业竞争加剧导致流量成本升高，企业运营面临更多的流动资金需求。同时，随着企业经营规模不断扩大，市场营销、商品备货等业务环节对流动资金的需求量也与日俱增，且公司不断进行新产品开发与技术革新，亦需要大量前期资金的投入。公司目前尚未登陆资本市场，融资渠道主要来自于外部投资者和银行借款，相较于同行业内已经上市的跨境电商企业，在资本实力和融资渠道上有所欠缺，亦不具备融资成本优势，在一定程度上制约了公司业务的进一步发展壮大。

②市场布局有待进一步拓展

目前，公司产品在北美、欧洲等主要地区已建立较高的市场影响力，但在中东、东南亚等新兴市场和地区的销售占比仍较低，且公司目前主要以线上 B2C 销售为主，线下 B2B 销售占比尚不足 10%。公司未来有待进一步完善在新兴市场的业务布局，同时加大线下 B2B 业务的开拓力度，但同时将面临不同市场规则、产品需求差异的挑战。

4、行业面临的机遇与挑战

（1）机遇

①国家政策支持

在传统外贸行业发展受阻、经济发展步入“新常态”的宏观环境下，我国政府正积极推进经济结构战略性调整，高度重视跨境电商等贸易新业态发展。党的多次大会明确提出要拓展对外贸易、培育贸易新业态新模式、推进贸易强国建设、促进跨境电商等新业态健康发展。近年来，中央和地方层面均密集出台了多项支持跨境电商行业发展的政策，并针对通关、税收、支付、海外仓建设等关键环节出台了相应配套措施。如 2023 年 4 月，国务院发布《国务院办公厅关于推动外贸稳规模优结构的意见》，明确指出推动跨境电商健康持续创新发展，支持外贸企业通过跨境电商等新业态新模式拓展销售渠道、培育自主品牌。2023 年 12 月，国务院继续发布《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》，进一步促进“跨境电商+产业带”模式发展，带动更多传统产业组团出海。

上述法律法规和行业政策的出台和实施为跨境电商行业营造了良好的政策环境，有助于相关企业持续健康发展。

②国内优质供应链资源丰富

改革开放四十多年来，在不断开放与创新中，中国成为世界制造业生产和出口大国，“中国制造”拥有了面向世界的供应能力。作为全世界唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类的国家，中国是全球制造业体系最为完整的国家之一，产业链上下游配套齐全，基础设施完善，可以为跨境电商提供丰富、优质的产品。同时，虽然近年来中国劳动力成本有所上升，但与发达国家劳动力成本相比仍然较低，在未来一段期间内较低的劳动力成本仍将是我国制造业在国际贸易分工中的大优

势。

在此背景下，出口跨境电商行业可借助中国日益完备的制造业体系、持续提升的性价比优势和不断开放的进出口政策，通过较低的交易成本获取高性价比的产品，将“中国制造”销往广阔的全球市场，继续驱动经济向更好方向和更高质量发展。

③新兴市场增量为出口跨境电商提供新机遇

目前，全球跨境电商市场呈现出发达国家市场和发展中国家市场“二元驱动”的市场格局。欧美、日韩等发达国家和地区依靠其较高水平的互联网普及率和居民消费能力，成为我国跨境电商企业的主要角力场。伴随着跨境物流、第三方支付、外币清算等跨境电商配套服务设施和体系的不断完善，东南亚、南美洲、中东、中亚甚至非洲等发展中国家和地区电商市场的较大潜力。其中以沙特和阿联酋为代表的中东两国拥有优越的双边商贸环境和人均经济基础，俄罗斯具备人口、网络及网购消费习惯基础，马来西亚拥有中国资本推动的电商物流和支付设施发展前景，这些地区为我国出口跨境电商行业的持续稳定发展打开了一片新的蓝海市场。

④跨境配套服务完善，提升跨境电商运营效率

在跨境物流方面，为了满足出口跨境电商对各类跨境商品不同的配送时效和配送成本要求，不同的物流服务商提供了多种跨境物流服务，形成了国际邮政、商业快递、国际专线、国内快递国际化业务在内的多层次的跨境物流网络。在跨境支付方面，第三方支付机构跨境支付业务牌照的发放和人民币跨境支付系统的建立大大加快了资金支付和跨境清算的效率。在跨境通关方面，近年来我国海关通过“电子报关、无纸化通关”、“清单核放、汇总申报”等措施优化通关流程，节省报关时间。随着物流、通关、支付等一系列跨境配套服务设施日益完善，跨境电商的运营效率将不断提高。

（2）挑战

①不同国家与地区的地域差异加大市场拓展难度

出口跨境电商企业主要通过互联网平台与不同国家、地区的消费者进行交易，而不同国家、地区的社会文化、法律政策等因素存在较大差异。跨境电商企业要深入了解当地电商平台的运营规则与运营模式，熟悉当地消费习惯与文化习俗特征等，方能高效实现对目标客户与潜在用户的精准营销触达。对相关情况的熟悉掌握需长期运营经验的积累，需企业配备适应业务需要的多语种运营人员以及深谙平台规则和当地法律政策的专业人员，并及时应对市场变化。整体而言，不同地区的文化、政策差异对出口跨境电商企业拓展市场提出了更高的要求和挑战。

②贸易摩擦带来行业发展的不确定性

2018年以来，全球各国贸易政策呈现出一定的不确定性，就我国出口产品而言，其他国家陆续发布了数项关税加征措施，加征对象包括电子产品元器件、消费电子类制成品等产品。短期内，若

其他国家继续采取或其他境外的国家或地区亦开始采取提高关税等保守主义政策措施或贸易摩擦升级，将可能一定程度上影响我国跨境电商企业的商品出口。

5、上述情况在报告期内的变化及未来可预见的变化趋势

2025 年 2 月以来，美国数次对华加征关税，除美国加征关税之外，公司所处行业的产业政策等未发生重大变化，公司业务经营模式、其他税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等均未发生重大变化。

（六）发行人与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况

1、同行业可比公司选择依据

公司从事自有品牌产品的研发、设计和销售，主要通过 Amazon、速卖通等第三方电商平台以及公司自有品牌网站将高品质与高性价比的中国制造商品销售给全球消费者，在综合考虑业务模式、业务领域、经营规模、公开数据可获取性等因素基础上，公司选取了赛维时代、三态股份、致欧科技 3 家公司作为同行业可比公司。

2、经营情况、市场地位、技术实力等方面的比较情况

公司名称	经营情况	市场地位	技术实力
赛维时代	基本全部为 B2C 出口，主要采用精品类经营策略，主要经营产品类别包括服饰配饰、百货家居、运动娱乐、数码汽摩等，其中服饰配饰收入占比最高，2025 年 1-6 月为 73.90%	曾获得全球跨境电子商务协会授予的“最具影响力企业”奖、深圳市跨境电子商务协会授予的“2017 年度跨境电商行业前十优秀出口商”及“2018 优秀跨境电商出口企业”、广东省跨境电子商务协会授予的“2019 跨境电商行业百强企业（10 强）”、广东省商务厅授予的“2022 年广东省数字贸易龙头企业”“广东省省级跨境电商企业（龙头型）”和“省级公共海外仓”、深圳知名品牌评价委员会授予的“深圳知名品牌 RetroStage”、深圳市中小企业服务局授予的“2022 年深圳市创新型中小企业”和“2022 年深圳市专精特新中小企业”以及广东省跨境电子商务协会“跨境电商高质量发展引领单位（2022-2023）”等多个奖项。	截至 2025 年 6 月末，公司拥有 243 名从事研究开发的人员，拥有境内专利（含发明专利和版权）684 项，境外专利（含版权）215 项，软件著作权 168 项。
三态股份	跨境电商零售业务基本全部为 B2C 出口，亦经营部分跨境电商物流业务，2022 年-2025 年 1-6 月跨境电商物流业务占营业收入	获得了广东省商务厅颁发的“省级跨境电商企业（成长型）”，深圳市工信局颁发的“深圳市专精特新中小企业”，深圳市电子商务协会颁发的“年度最佳市场反响奖”“最优跨境电商出口企业”、“2022 优秀跨境电商企业”、“2021 优秀跨境电商企业”、“2019 优秀跨境	截至 2025 年 6 月末，公司研发人员共 176 人，占公司员工总数的 19.34%，拥有软件著作权 207 项，专利 21 项。

	入 比 重 分 别 为 17.19%、27.09%、25.20%和 23.81%，主要采用泛品类经营策略，主要经营产品类别包括潮流时尚、工具配件、家居生活、数码科技、兴趣爱好等，其中兴趣爱好收入占比最高，2025 年 1-6 月为 28.95%	电商软件服务商”等荣誉，公司的成长也受到了海外第三方电商平台的高度认可，获得了 Shopee “2021 最佳生活品类卖家”、“年度成长之星”，Wish “2019 年度最具潜力卖家”，eBay “2018 年度最佳商品开发开拓奖”、“2017 年度精英奖”。	
致 欧 科技	主要为 B2C 出口，主要采用精品类经营策略，主要经营产品类别包括家具类、家居类、庭院类、宠物类等，其中家具类收入占比最高，2025 年 1-6 月为 52.94%	先后被认定为“技术先进型服务企业”、“河南省电子商务示范企业”，旗下自有品牌已跻身亚马逊欧美市场备受消费者欢迎的家居品牌之列。曾获评“亚马逊全能卖家”、“亚马逊年度最受欢迎品牌卖家”，旗下品牌 SONGMICS、VASAGLE 曾入选“亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强”，连续两年入选网经社评定的“中国跨境电商百强榜”。公司多款产品常年在亚马逊平台上位列最畅销产品（Best Seller）和亚马逊之选（Amazon's Choice）。	截至 2025 年 6 月末，公司已累计获得全球专利 1,000 项。
千 岸 科技	基本全部为 B2C 出口，主要采用精品类经营策略，主要经营产品类别包括艺术创作、数码电子、家居庭院、运动户外等，其中艺术创作收入占比最高，2025 年为 41.93%	公司系国家高新技术企业，并被认定为深圳市专精特新中小企业、广东省数字贸易龙头企业（贸易数字化平台类）、技术先进型服务企业。产品研发方面，公司马克笔类产品深受绘画爱好者的热捧，荣获 2024 年度德国红点设计奖（RedDot）、法国设计奖和美国缪斯设计奖金奖；公司儿童耳机类产品在欧美市场拥有较高的知名度和美誉度，多款产品位列亚马逊畅销产品，并曾获法国设计奖（FDA）；公司 XSound Go 蓝牙音箱荣获顶级科技媒体 Wirecutter 最佳音箱奖，StormBox Micro 蓝牙音箱荣获美国知名科技媒体 CNET 颁发的“CNET 2020 Editor's Choice”大奖，耳机系列产品亦数次荣获德国红点设计奖（Red Dot）、汉诺威工业设计奖（iF）、日本 VGP SUMMER 大奖等诸多奖项。品牌影响力方面，公司 Ohuhu 品牌荣获“2019 年度亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强”、“2021 年度浙江省跨境电商出口知名品牌”、“第二十二届深圳（湾区）知名品牌”、《深圳品牌发展白皮书（1980-2025）》之品牌发展典型案例，并多次进入 OneSight 编制的《BrandOS 出海品牌社媒影响力榜单》排名和易势	截至报告期末，拥有发明专利 28 项、实用新型专利 113 项、外观专利 187 项，软件著作权 83 项，研发人员数量 62 名，占比 13.48%。

		科技联合每日经济新闻发布的《中国跨境电商品牌影响力排行榜》Top100 榜单,且自 2019 年以来在文具办公品类中保持榜首。近年来 Ohuhu 品牌关键词搜索热度在亚马逊主要站点中保持在较高水平,品牌的市场影响力与消费者粘性不断增强。公司数码电子代表性品牌之一 Tribit 亦数次名列《中国跨境电商品牌影响力排行榜》Top100 榜单。	

注:数据来源于同行业可比公司披露招股说明书或定期报告。截至本招股说明书签署日,同行业可比公司尚未披露 2025 年年度报告。

3、其他衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况

单位:万元

项目	年度	赛维时代	三态股份	致欧科技	千岸科技
营业收入	2025 年度	/	/	/	198,092.27
	2024 年度	1,027,537.94	175,123.80	812,383.51	166,714.39
	2023 年度	656,366.29	170,067.51	607,418.72	139,985.68
净利润	2025 年度	/	/	/	21,950.66
	2024 年度	21,409.92	1,436.88	33,357.37	14,418.68
	2023 年度	33,554.77	12,370.29	41,288.37	9,642.60
综合毛利率 (%)	2025 年度	/	/	/	43.42
	2024 年度	43.78	28.39	34.65	41.35
	2023 年度	45.84	31.36	36.32	39.86
净利率 (%)	2025 年度	/	/	/	11.08
	2024 年度	2.08	0.82	4.11	8.65
	2023 年度	5.11	7.27	6.80	6.89
加权平均净资产收益率 (%)	2025 年度	/	/	/	37.31
	2024 年度	8.71	1.07	10.52	34.13
	2023 年度	17.51	16.15	16.76	30.49

注:数据来源于同行业可比公司定期报告。截至本招股说明书签署日,同行业可比公司尚未披露 2025 年年度报告。

三、 发行人主营业务情况

(一) 销售情况和主要客户

1、报告期内各期主要产品或服务的规模

公司与传统制造企业的生产加工模式或其他服务业的劳动密集型服务模式有较大差别,不存在一般意义上的产能、产量、销量指标。

2、公司主要产品或服务的销售情况

(1) 按产品（服务）分类的主营业务收入构成

报告期各期，公司主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
艺术创作	82,366.22	41.93	53,788.42	32.62	34,496.61	24.87
数码电子	40,092.27	20.41	44,996.00	27.29	42,895.17	30.93
运动户外	44,338.71	22.57	37,765.89	22.90	30,288.48	21.84
家居庭院	29,654.70	15.10	28,342.97	17.19	31,015.96	22.36
合计	196,451.90	100.00	164,893.27	100.00	138,696.21	100.00

(2) 按地区分类的主营业务收入构成

报告期各期，公司主营业务收入按地区分类情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
北美洲	123,160.01	62.69	102,887.33	62.40	90,449.89	65.21
欧洲	52,282.43	26.61	43,897.97	26.62	34,210.04	24.67
亚洲	13,178.55	6.71	13,463.09	8.16	11,581.26	8.35
大洋洲	4,804.87	2.45	2,798.46	1.70	1,724.17	1.24
南美洲	2,953.71	1.50	1,784.52	1.08	692.92	0.50
非洲	72.33	0.04	61.90	0.04	37.93	0.03
合计	196,451.90	100.00	164,893.27	100.00	138,696.21	100.00

(3) 按销售方式分类的主营业务收入构成

报告期各期，公司主营业务收入按销售方式分类情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
线上	185,047.72	94.19	159,441.04	96.69	135,178.13	97.46
B2C	184,795.69	94.07	159,024.34	96.44	134,694.60	97.11
B2B	252.04	0.13	416.70	0.25	483.53	0.35
线下	11,404.17	5.81	5,452.23	3.31	3,518.07	2.54

B2B	11,404.17	5.81	5,452.23	3.31	3,518.07	2.54
合计	196,451.90	100.00	164,893.27	100.00	138,696.21	100.00

3、公司服务的主要客户群体

报告期内，公司通过 Amazon、速卖通等第三方电商平台以及公司自有品牌网站将艺术创作、数码电子、家居庭院、运动户外等四大领域产品销售给终端消费者，主要销售模式系 B2C 业务模式，面向的消费群体主要为北美、欧洲、亚洲等主要地区的终端消费者。

4、前五大客户销售情况

报告期内，公司业务模式分为 B2C 模式和 B2B 模式，在 B2C 模式下，公司在电商平台面向终端消费者进行销售，此处披露的前五大渠道或客户包括电商平台、品牌官网及线下 B2B 客户。

(1) 2025 年度前五名销售渠道或客户情况

单位：万元

序号	客户名称	性质	是否关联方	主要销售内容	金额	占主营业务收入比例
1	Amazon	电商平台	否	全品类	168,062.84	85.55%
2	独立站	品牌官网	否	艺术创作类	11,156.10	5.68%
3	Michaels Stores	电商平台及线下 B2B 客户	否	艺术创作类	5,478.39	2.79%
4	速卖通	电商平台	否	数码电子类、艺术创作类	2,147.69	1.09%
5	Tiktok	电商平台	否	艺术创作类	1,150.57	0.59%
合计		-	-	-	187,995.59	95.70%

(2) 2024 年度前五名销售渠道或客户情况

单位：万元

序号	客户名称	性质	是否关联方	主要销售内容	金额	占主营业务收入比例
1	Amazon	电商平台	否	全品类	148,893.19	90.30%
2	独立站	品牌官网	否	艺术创作类	6,240.80	3.78%
3	速卖通	电商平台	否	数码电子类	1,986.45	1.20%
4	Michaels Stores	电商平台及线下 B2B 客户	否	艺术创作类	1,515.21	0.92%
5	Tiktok	电商平台	否	艺术创作类	594.70	0.36%
合计		-	-	-	159,230.35	96.57%

(3) 2023 年度前五名销售渠道或客户情况

单位：万元

序	客户名称	性质	是否关联方	主要销售内容	金额	占主营业务

号						收入比例
1	Amazon	电商平台	否	全品类	129,564.90	93.42%
2	独立站	品牌官网	否	艺术创作类	3,127.19	2.25%
3	速卖通	电商平台	否	数码电子类	1,101.23	0.79%
4	Dino Q Audio	线下 B2B 客户	否	数码电子类	350.65	0.25%
5	SPOTTER GLOBAL, INC.	线下 B2B 客户	否	数码电子类	285.76	0.21%
合计		-	-	-	134,429.74	96.92%

公司主要通过 Amazon 实现自有品牌产品的销售，报告期内通过 Amazon 平台实现的销售收入占主营业务收入的比重分别为 93.42%、90.30%和 **85.55%**，集中度较高，主要与公司的业务模式、所处行业情况、主要销售地区和主要消费群体相关。公司主要销售模式为线上 B2C，主要依托境外电商平台向欧美地区消费者进行销售，而 Amazon 系海外知名电商平台，拥有大量具有购买力的活跃用户，公司主要在 Amazon 平台开设店铺向海外消费者提供产品，因此通过 Amazon 平台实现的销售收入占比较高，具有合理性。报告期内，公司已加大独立站、线下 B2B 等非亚马逊销售渠道的拓展力度，在 Amazon 平台的销售占比呈逐渐下降趋势。

报告期内，公司董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东均未在上述客户中持权益。

（二） 采购情况及主要供应商

1、产品采购情况

报告期内，公司主要向供应商进行艺术创作、数码电子、运动户外、家居庭院等领域的成品采购，采购情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	采购金额	占成品采购总额比例	采购金额	占成品采购总额比例	采购金额	占成品采购总额比例
艺术创作	27,501.53	46.97%	16,744.58	29.76%	10,398.89	25.36%
数码电子	13,337.05	22.78%	18,885.64	33.56%	14,761.53	36.00%
运动户外	10,695.77	18.27%	12,061.04	21.43%	7,657.36	18.67%
家居庭院	7,021.27	11.99%	8,581.52	15.25%	8,188.64	19.97%
合计	58,555.62	100.00%	56,272.78	100.00%	41,006.42	100.00%

报告期内，发行人向前五名供应商采购情况如下：

（1）2025 年度前五名供应商情况

单位：万元

业务类别		成品采购			
序号	供应商名称	是否关联方	采购内容	金额	占成品采购总额比例
1	青岛康美联文化用品有限公司	是	绘画笔等	20,139.73	34.39%
2	东莞市上源电子有限公司	否	儿童耳机等	2,741.44	4.68%
3	深圳市航世科技有限公司	否	键盘鼠标等	2,404.22	4.11%
4	江西台德智慧科技股份有限公司	否	蓝牙音箱等	1,565.58	2.67%
5	深圳市盈圳科科技有限公司	否	儿童耳机等	1,536.85	2.62%
合计		-	-	28,387.82	48.48%

(2) 2024 年度前五名供应商情况

单位：万元

业务类别		成品采购			
序号	供应商名称	是否关联方	采购内容	金额	占成品采购总额比例
1	青岛康美联文化用品有限公司	是	绘画笔等	10,326.57	18.35%
2	深圳市航世科技有限公司	否	键盘鼠标等	4,363.05	7.75%
3	东莞市上源电子有限公司	否	儿童耳机等	3,726.49	6.62%
4	江西台德智慧科技股份有限公司	否	蓝牙音箱等	2,817.73	5.01%
5	深圳市盈圳科科技有限公司	否	儿童耳机等	2,734.02	4.86%
合计		-	-	23,967.86	42.59%

(3) 2023 年度前五名供应商情况

单位：万元

业务类别		成品采购			
序号	供应商名称	是否关联方	采购内容	金额	占成品采购总额比例
1	青岛康美联文化用品有限公司	是	绘画笔等	6,224.08	15.18%
2	深圳市航世科技有限公司	否	键盘鼠标等	3,531.01	8.61%
3	江西台德智慧科技股份有限公司	否	蓝牙音箱等	2,814.65	6.86%
4	东莞市上源电子有限公司	否	儿童耳机等	2,740.23	6.68%
5	深圳市盈圳科科技有限公司	否	儿童耳机等	1,871.27	4.56%
合计		-	-	17,181.24	41.90%

注：受同一实际控制人控制的供应商合并计算。其中：青岛康美联文化用品有限公司包括其全资子公司广东肇庆市红鹰科技有限公司；深圳市航世科技有限公司包括其全资子公司深圳市航世电子科技有限公司。

2、能源采购情况

公司经营所需能源主要为办公用水、电。报告期内，公司能源供应稳定、价格稳定，且消耗量较小。

3、外协服务采购情况

报告期内，公司无外协服务采购的情况。

报告期内，公司不存在向单一供应商采购占比超过 50%的情形，不存在对单一供应商的重大依赖。报告期内，公司曾持有康美联 5%股份，公司实际控制人曾任肇庆红鹰监事，除此之外，公司董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东均未在上述供应商中持权益。

（三） 主要资产情况

1、公司的固定资产情况

（1）主要固定资产情况

公司主要固定资产为房屋及建筑物、办公设备、运输设备等。截至报告期末，公司固定资产具体情况如下：

单位：万元

固定资产类别	资产原值	累计折旧	账面净值	成新率
房屋及建筑物	11,821.17	1,653.96	10,167.21	86.01%
仓库设备	161.62	144.05	17.57	10.87%
运输工具	299.22	154.48	144.73	48.37%
电子设备及其他	844.70	521.00	323.70	38.32%
合计	13,126.71	2,473.50	10,653.21	81.16%

注：账面净值=原值-累计折旧；成新率=账面净值/原值。

（2）房屋及建筑物情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有的房屋建筑物情况如下：

序号	产权编号	权利人	面积 (平米)	坐落	使用期限	是否 抵押	用途
1	浙（2023）义乌市不动产权第 0047039 号	义乌运动匠	71,976.44	浙江省金华市义乌市稠江街道荷花南街 510、512 号	2021 年 5 月 19 日起至 2071 年 5 月 18 日止	否	仓储用地/仓储

注 1：公司上述房屋建筑物已完成了消防备案。厂房验收后，由公司自行管理。

公司合法拥有上述不动产权，不存在权属纠纷或潜在纠纷。

（3）租赁房产

截至本招股说明书签署日，公司及子公司主要租赁房产情况如下：

承租方	出租方	地理位置	建筑面积 (平米)	租赁期限	租赁用途
千岸科技	深圳市南头城科技产业发展有限公司	深圳市南山区南头城莲花广场 B 座 10-11 层	4,972.54	2022.1.1-2026.12.31	办公
武汉千岸	武汉德纳实创业空间服务有限公司	武汉市东湖新技术开发区光谷大道 41 号现代国际设计城三期 6 栋 12 层 03、04、05 室	455.00	2024.7.1-2026.6.30	办公
美国千岸	Mission Goldrush, LLC	37707 Cherry Street, Newark, Ca94560, Alameda	4,180.64	2018.7.1-2028.7.31	办公、仓库
德国千岸	3D Immobilien eGmbH	Sorbenstrasse 22 in 20537 Hamburg	1,000.00	2025.1-无固定期限	仓库、停车位
			500.00	2025.7-无固定期限	
日本千岸	株式会社アットオフィス	東京都渋谷区代々木一丁目 44 番 12 号；鉄筋コンクリート造地上 5 階建 4F	52.70	2024.4.27-2026.4.26	办公
香港千岸	创富香港商务有限公司	中国香港尖沙咀东加连威老道 92 号幸福中心 10 楼 06 室 1027 号房	14.53	2024.9.27-2026.9.26	办公
韩国千岸	주식회사 글로벌비즈센터	서울특별시 서초구 사평대로 18 길 29, 5 층 비 11 호 (반포동, 신우빌딩)	2.20	2025.8.12-2026.8.11	办公
深圳亿桥	深圳市恒明珠房地产开发有限公司	沙井恒明珠科技工业园第 13 栋 3 楼	2,600.00	2026.1.1-2028.10.31	仓库

2、主要无形资产情况

(1) 土地使用权

截至本招股说明书签署日，公司拥有的土地使用权情况如下：

序号	产权编号	权利人	面积 (平米)	坐落	使用期限	权利性质	是否抵押	用途
1	浙（2023）义乌市不动产权第 0047039 号	义乌运动匠	20,232.48	稠江街道荷花南街 510、512 号	2021 年 5 月 19 日起至 2071 年 5 月 18 日止	出让/其他	否	仓储用地/仓储

(2) 商标

截至报告期末，公司拥有 **237** 项注册商标。境内商标详见本招股说明书“附表一：境内商标”，境外商标详见本招股说明书“附表二：境外商标”。

(3) 专利

截至报告期末，公司拥有 **328** 项专利，其中发明专利 **28** 项，实用新型专利 **113** 项，外观设计专利 **187** 项。境内专利详见本招股说明书“附表三：境内专利”，境外专利详见本招股说明书“附表四：境外专利”。

(4) 软件著作权

截至报告期末，公司拥有 **83** 项软件著作权，详见本招股说明书“附表五：软件著作权”。

（5）域名

截至报告期末，公司拥有 **81** 项域名，其中境内域名 2 项，境外域名 **79** 项，域名详见本招股说明书“附表六：域名”。

（四）其他披露事项

报告期内，对公司持续经营有重大影响的合同的基本情况如下：

1、销售合同

公司重大销售合同主要为 B2C 电商平台服务协议与 B2B 业务合同。

（1）B2C 电商平台服务协议

B2C 电商平台服务协议自公司店铺在相应平台注册之日起生效，并长期履行，公司选取报告期年度交易金额在 1,000 万元以上的销售平台服务协议作为公司 B2C 业务的重大销售合同，其中公司自营网站主要借助 Shopify 平台进行搭建，自营网站主要遵循 Shopify 服务条款。

①Amazon

公司在 Amazon 平台开设店铺并遵守 Amazon 官方网站（<https://www.amazon.com>）公布的 Amazon Services Business Solutions Agreement（亚马逊服务商业解决方案协议）及 AMAZON ADVERTISING AGREEMENT（亚马逊广告协议），协议对 Amazon 平台的开店、物流、广告、交易处理服务等条款进行了约定。

②速卖通

公司在速卖通平台开设店铺并遵守速卖通官方网站（<https://www.aliexpress.com>）公布的《速卖通商户服务协议》，用户协议对速卖通平台的服务内容、费用标准、保证金、平台管控等条款进行了约定。

③Shopify

公司借助 Shopify 进行自营网站的搭建和运营，并遵守 Shopify 官方网站（<https://www.shopify.cn>）公布的 Terms of Service（服务条款），服务条款对账户注册与激活、结算、费用、知识产权等项目进行了约定。

④Michaels Stores

公司在 Michaels Stores 平台开设店铺，并遵守其公布的 Products/Merchandise Liability Indemnity Agreement。

⑤Tiktok

公司在 Tiktok 平台开设店铺,并遵守其公布的 TIKTOK SHOP PARTNER CENTER TERMS OF SERVICE。

(2) B2B 业务合同

公司 B2B 业务的主要客户包括电商平台、零售商、经销商、贸易商等,公司通过与其签订代理协议或销售协议约定双方权利义务,公司选取报告期年度交易金额在 500 万元以上的协议作为公司 B2B 业务的重大销售合同。

序号	合同名称	客户名称	合同内容	合同金额	履行情况
1	EXCLUSIVE DISTRIBUTION AGREEMENT	BE CREATIVE SHOP	艺术创作类产品	框架合同,不适用	正在履行
2	Purchase Order Terms and Conditions of Contract	Michaels Stores	艺术创作类产品	框架合同,不适用	正在履行
3	EXCLUSIVE DISTRIBUTION AGREEMENT	Dino Q Audio	数码电子类产品	框架合同,不适用	正在履行

2、采购合同

公司采购合同主要通过签署框架采购协议并向供应商下达订单的形式进行,框架协议中未明确约定合同金额,因此选取与报告期各期前五名成品供应商签订的采购框架协议作为重大采购合同。

序号	合同名称	供应商名称	合同内容	履行情况
1	《采购合作合同》(SZTSCG202104210182)	广东肇庆市红鹰科技有限公司	绘画笔等	履行完毕
	《采购合作合同》(SZTSCG20230929057)			履行完毕
	《采购合作合同》			正在履行
	《采购合作合同》(SZTSCG20230929057)	青岛康美联文化用品有限公司	绘画笔等	履行完毕
2	《采购合作合同》(SZTSCG20221227063)	深圳市航世电子科技有限公司	键盘鼠标等	履行完毕
	《采购合作合同》(SZTSCG20221227064)			
	《采购合作合同》(SZTSCG20221227065)			正在履行
	《采购合作合同》(SZTSCG2025082627)			
	《采购合作合同》(SZTSCG20201220205)	深圳市航世科技有限公司	键盘鼠标等	履行完毕
3	《采购合作合同》(SZTSCG20210115194)	东莞市上源电子有限公司	儿童耳机等	履行完毕
	《采购合作合同》(SZTSCG20230106002)			履行完毕

	《采购合作合同》(SZTSCG20250106002)			正在履行
4	《采购合作合同》(SZTSCG20210510016)	江西台德智慧科技股份有限公司	蓝牙音箱等	履行完毕
	《采购合作合同》(SZTSCG20221215062)			履行完毕
	《采购合作合同》(SZTSCG20250120005)			正在履行
5	《采购合作合同》(SZTSCG20211130074)	深圳市盈圳科科技有限公司	儿童耳机等	履行完毕
	《采购合作合同》(SZTSCG202406110018)		儿童耳机等	正在履行
6	《采购合作合同》(SZTSCG20201014154)	深圳市奋达科技股份有限公司	蓝牙音箱等	履行完毕
	《采购合作合同》(SZTSCG20221215060)			履行完毕
	《采购合作合同》(SZTSFD20250425001)			正在履行

3、借款或授信合同

报告期内，公司选取合同金额 6,000 万元及以上的借款或授信合同为重大借款或授信合同。

序号	合同名称	贷款人	合同金额（万元）	借款期限	担保情况	履行情况
1	《银行信贷额度授信函》P/SZ/SN/10427/20	星展银行（中国）有限公司深圳分行	短期贷款及应付账款融资总额度 1,000 万美元或其等值的人民币（可循环使用）	2020.12.16 生效	保证	履行完毕
2	《银行信贷额度授信函》（P/SZ/SN/11284/21）	星展银行（中国）有限公司深圳分行	1、短期贷款及应付账款融资总额度 1,000 万美元或其等值的人民币或欧元（可循环使用）；2、短期贷款及应付账款融资总额度 1,000 万美元或其等值的人民币或欧元（不可循环使用）	2022.1.18 生效	保证	履行完毕
3	《固定资产借款合同》（2022 北固借 3001 号）	兴业银行股份有限公司义乌分行	9,500.00	2022.1.17 至 2028.12.10	抵押	履行完毕
4	《最高额抵押融资协议》（2023 固融 3017 号）	兴业银行股份有限公司义乌分行	最高主债权数额 13,835 万元	2023.8.31 至 2028.12.31	抵押	履行完毕
5	《综合授信合同》（2024 深银大鹏综字第 0023 号）	中信银行股份有限公司深圳分行	综合授信额度 9,000 万元	2024.12.20 至 2025.11.6	保证	履行完毕

6	《银行信贷额度授信函》（P/SZ/SN/148700/25）	星展银行（中国）有限公司深圳分行	综合授信额度 1,100 万美元	2025.1.7 生效	保证	正在履行

注：星展银行（中国）有限公司深圳分行编号为 P/SZ/SN/148700/25 的授信函签发后，将取代原编号为 P/SZ/SN/10427/20、P/SZ/SN/11284/21 的授信函。

4、担保合同

报告期内，公司选取合同金额 6,000 万元及以上的担保合同为重大担保合同。

序号	合同编号	贷款银行	担保债权 额度（万元）	担保债权 期间	担保 方式	履行 情况
1	《最高额保证合同》（CG/SZ/SN/10427/20-01、CG/SZ/SN/10427/20-02）	星展银行（中国）有限公司深圳分行	1,298.00 万美元（或其等值的人民币）	2020.12.11 至 2025.12.10	保证	履行完毕
2	《最高额保证合同》（CG/SZ/SN/11284/21-01、CG/SZ/SN/11284/21-02）	星展银行（中国）有限公司深圳分行	2,420.00 万美元（或其等值的人民币或欧元）	2020.12.11 至 2027.1.3	保证	履行完毕
3	《最高额保证合同》（2021 北借保 3020-1 号）	兴业银行股份有限公司义乌分行	9,500.00	2021.10.10 至 2028.12.31	保证	履行完毕
4	《最高额抵押合同》（2021 北借抵 3020-1 号）	兴业银行股份有限公司义乌分行	最高额 13,627.75 万元	2022.1.10 至 2028.12.31	抵押	履行完毕
5	《最高额抵押合同》（2023 固借抵 3017 号）	兴业银行股份有限公司义乌分行	最高额 13,835.00 万元	2023.8.31 至 2028.12.31	抵押	履行完毕
6	《最高额保证合同》（CG/SZ/SN/148700/25-01、CG/SZ/SN/148700/25-02、CG/SZ/SN/148700/25-03、CG/SZ/SN/148700/25-04）	星展银行（中国）有限公司深圳分行	最高额度 1,210 万美元	2022.1.4-2030.1.6	保证	正在履行

注：担保债权额度系相应担保合同下担保的最高债权额度，担保债权确定期间系相应担保合同下约定的保证额度有效期或对应的授信合同/借款合同的授信期限/借款期限。

四、 关键资源要素

（一）公司核心技术情况

1、公司核心技术

公司深耕跨境电商行业十余年，长期以来高度重视对产品开发设计和运营系统建设的研发投入和技术创新，目前已在核心品类产品开发与信息系统技术开发两大方面积累了多项核心技术，具有较强的研发技术优势。公司在行业通用技术基础上，通过自主研发进行创新改进，形成公司核心技术。一方面，公司产品开发技术在行业通用技术基础之上，充分融合下游特定用户群体在具体使用场景下的个性化与差异化消费需求，形成各品类产品独特的创新设计理念与创新设计技术；另一方

面，公司系统开发技术在行业通用系统架构设计基础之上，紧密结合自身的业务开展需求，形成独具特色的可快速响应与高效运转的多业务模块的数字化与智能化信息管理系统，有效提升公司全业务链条运转效率，降低公司整体的运营管理成本。截至本招股说明书签署日，公司核心技术具体情况如下：

序号	技术名称	技术特色	技术来源	技术应用情况	所处阶段
1	安全声压级检测和控制技术	该技术可将麦克风采集的声音处理为连续计权的声压数值，并以数码形式向用户进行直观展示，帮助用户树立安全声压级意识。此外，通过在蓝牙主控芯片内集成特定程序及特定电路设计等，可实现自动降低持续过大音量，控制用户安全声压，同时又节省芯片数量，提升设备电量的持久耐用性。	自主研发	主要应用于耳机产品	批量生产
2	主动降噪声控技术	公司在音频设备领域长期耕耘，掌握了针对不同音频设备特点的定制化降噪解决方案。其中，公司自研双馈数字降噪技术，并通过在芯片内部集成优化升级的数字降噪算法，可有效消除环境噪音，保护听力。在结构设计上，公司根据设备特点，利用主动降噪模块、增设降噪模组、降噪咪等多重设置，实现多次降噪音质提升；此外，带三麦克风结构、带泄气槽结构、骨声纹结构等特殊结构设计，可进一步提高噪声采样灵敏度与精确性，降低音频设备在动态使用过程中的噪音干扰。	自主研发	主要应用于耳机产品	批量生产
3	多维音质控制与改善技术	音质效果对音频设备的品质具有重要影响，公司通过长期技术经验积淀，熟练掌握了多个维度的音质控制与改善方法，可基于不同音频设备特点实现对音质效果的精细化控制。其中，Xbass-小音箱/耳机发超重低音技术，可实现各种极限状态下的不失真超重低音效果，使产品低音更饱满，音质更丰富；而音频增强技术通过听力检测与音频增强算法，可实现根据不同用户听力状况定制最佳音频效果方案，使用户获取最真实听觉体验；立体声拓展与空间音频技术可增强设备声场，通过拓展声场打造更真实的现场感体验。	自主研发	主要应用于耳机、音箱产品	批量生产

4	电池自防护与长续航技术	1、通过增加电池正极 PMOS 设置，可有效避免电池短路或者反焊接造成设备损坏； 2、利用自主研发的自适应动态电源升降压算法及特定电路设计等，使电源管理 IC 能根据设备的输出功率（音量大小），以及音乐输入信号的大小，调整电池给系统的供电电压和电流，达到省电的目的。在最大功率输出情况下可省电约 15%，在中等功率输出情况下可省电 20-30%。	自主研发	主要应用于耳机、音箱产品	批量生产
5	多样化防水结构设计技术	随着音频设备在运动户外领域运用的推广，设备的防水性能越发被用户所关注，公司创新多样防水结构设计，以最低的成本方式，在结构空间允许的前提下，实现不同部位的高等级防水方案，并最大化降低对设备声学特性的影响，包括铆压防水结构技术、按键防水结构技术、MIC 收音孔防水结构技术等。	自主研发	主要应用于耳机产品	批量生产
6	智能舒适耳机技术	以用户为中心，贴合实际需求，以下技术旨在为用户提供更加卫生、舒适和便捷的使用体验。 1、防止耳套发霉：在耳机上设计防潮装置，有效减少耳套因潮湿而发霉，延长使用寿命； 2、可拆卸清洗耳套：耳套可以轻松拆卸下来进行清洗，保持卫生和清洁，而又不影响密封性能； 3、耳套海绵固定：巧妙的锥体阵列排布固定海绵，不再使用胶水固定，环保升级； 4、减轻佩戴压力：优化设计，使耳机在佩戴时对头部的压力更小，提升长时间使用的舒适感； 5、自动识别左右耳：耳机能够智能判断左右方位，并自动调整成对应的左右声道，无需手动调整。	自主研发	主要应用于耳机产品	批量生产
7	储麦伸缩一体化耳机系统	本系统通过螺旋式储线仓与仿生麦秆伸缩结构深度融合，创新实现耳机线缆与麦克风杆的同步伸缩收纳，解决了传统耳机线缠绕与麦克风长度受限的痛点。其核心技术创新体现在： 1、全场景适配——采用三级缓冲伸缩设计，麦克风杆长度可在 15-60cm 间无级调节，配合定向收音麦秆结构，实现 1.5 米远距	自主研发	主要应用于耳机产品	批量生产

		语音指令识别与 360° 环境降噪; 2、人机交互革新——航空铝镁合金轻量化框架结合 TPE 防滑纹理, 整机重量仅 18g, 储线仓内置重力感应装置实现自动回缩保护。			
8	多功能性马克笔墨水配方及工艺技术	公司以行业发展趋势及用户需求反馈为指引, 基于不同溶剂、染料的材质特点, 进行马克笔墨水配方及配套工艺技术的研发, 建立马克笔墨水配方参数数据库, 并不断优化迭代。公司现已成功研发的环保型酒精墨水、护纸水性墨水、不易分层丙烯墨水配方等技术使公司马克笔类产品在环保特性、色泽稳定性、叠色效果等方面具有出色的表现。	自主研发	主要应用于马克笔	批量生产
9	马克笔核心构件适配性测试分析技术	公司构建专业研发实验室平台, 针对笔头、储水芯、墨水等马克笔核心构件的不同材质进行定量测试, 构建参数数据库, 并在此基础上对不同材质之间的应用适配性进行测试分析, 实现最佳技术参数匹配, 使产品在书写性能、抗漏性、耐温性、耐冲击性、倒水性能等方面具有出色表现。	自主研发	主要应用于马克笔	批量生产
10	基于人体工学原理与用户需求的创新结构设计技术	公司通过深入研究人体结构和功能, 并对具体运用场景下用户需求特点进行深度挖掘, 运用先进的技术工具, 结合专业人士意见、大数据调研等进行创新结构设计, 使公司运动户外产品不仅具备结构稳定、便捷易收纳、快速拆装、功能多样化等属性特点, 还更符合人体工程学原理, 极大提升用户使用的安全性。	自主研发	主要应用于运动户外产品	批量生产
11	自适应校准技术	该技术以智能化的方式实现设备校准过程, 具有灵活性、实时性、精准性和可靠性的特点, 提升产品的稳定性与安全性, 改善用户体验。其中自适应起始位校准能够根据力量臂的不同状态调整核心电机起始位的位置, 自适应重量阈值校准能够对不同档位的重量阈值进行采集, 取上下差值进行补偿, 确保每个档位的重量与实际重量的一致性, 同时满足在非标准模式下, 重量递减幅度的一致性。	自主研发	主要应用于智能健身设备	批量生产
12	动态运动监	该技术通过算法软件使运动设备	自主研发	主要应用于智能	批量生产

	测与可视化技术	核心电机能够实时监测用户运动状态，并快速让控制板发出指令响应变化。同时智能算法通过快速分析运动数据，向用户进行多维度的数据可视化展示，提高了用户获取数据信息的便捷性、多元性和准确性，给用户提供更好的使用体验。		健身设备	
13	电机电磁结构设计技术	该结构设计在考虑磁路、磁场和磁通量等各方面因素基础上对线圈进行参数设计，通过精密的绕线结构及工艺，平衡电磁结构刚度和柔度，并在旋转时通过防干扰技术隔断对控制板的影响，从而优化电机整体输出效率和扭矩输出，以实现高效的能量转换。该结构设计实现了单电机达到260 磅的力量训练，相较行业内双电机 220 磅力量训练而言，产品性能实现了大幅提升。	自主研发	主要应用于智能健身设备	批量生产
14	高功率瞬态性能/电源突波管理技术	该技术通过有效利用电源的高功率瞬态性能，让电源拥有高能量密度、低内阻、快速放电能力和较好的循环寿命，解决了传统电源在面对高功率瞬态需求时存在功率输出滞后、能量密度不高、内阻较大等问题。通过该技术，核心电机的电源在正常工作时只需要 500W 的稳定功率，而在运动高峰及瞬时区间，利用高功率瞬态性能，能够为电机带来1,600W 的高瞬时功率，极大提升了电机的整体性能。	自主研发	主要应用于智能健身设备	批量生产
15	智能采购指引系统	一方面，此系统技术基于全球各渠道的在库和在途产品数量、到货周期与未来消耗预测等情况，通过实时数据追踪与精细化运行计算，为公司备货、备料决策提供精准数据支撑，对公司的供应链采购行为提供有效指引，在控制缺货、缺料风险的情况下，最大限度提升公司货物周转率和资金使用效率，提高公司采购运营效率。 另一方面，SRM 供应商协同管理模块内置订单、交货、财务三大协同功能，供应商通过系统接入即可在线确认订单下达与变更、在线更新交货物流与验收状态、自动对账开票，通过构建端到端	自主研发	应用于采购环节管理	已成熟运用

		数字化协同网络，有效提升供应链运转效率，缩短交付周期，降低公司运营成本。			
16	智能品质管理系统	此系统技术囊括安全合规、认证测试、品质检测与改善等品质管控的全流程模块。一方面，系统的安全合规和认证测试模块，积累了针对公司各品类产品在不同国家和地区合规认证要求的丰富数据库并动态更新，为公司产品的安全合规性提供了基础保障；另一方面，基于行业规范化的质检标准与公司制定的 SIP 规范，设置多种模式下质检系统操作与追踪流程，提供精细化质检指引，减少人工判断失误，有效降低公司产品不良率和客诉率，并通过数据报表的量化呈现，实现对员工及供货方行为的有效考核管理。	自主研发	应用于品控环节管理	已成熟运用
17	自动化仓储与库存管理系统	此系统技术可用于对仓库库位的自动化管理，覆盖产品从收货上架、库内转移、定期盘点、产品换标、拣货出库、称重打单的整个仓储管理流程，可对同类产品进行自动归集，并对库存商品进行先进先出管理，有效提升了公司的仓储运行效率，大大降低公司呆滞库存与存货平均库龄。同时，系统通过 API 数据接口高效同步 FBA 实时库存，系统算法可实现多维度数据分析，为 FBA 仓的补货与仓库调度决策提供数据支撑，有效提升公司安全库存，降低缺货率，提升发货及时率。此外，公司通过数据接口自动对接尾程物流商派送单号，实时同步物流商的派送轨迹，为在途货物跟踪监控、及时掌握商品配送信息提供有力支持。	自主研发	应用于仓储物流环节管理	已成熟运用
18	智能排柜系统	此系统技术根据全球各渠道的在库和在途产品数量、到货周期、销量预测情况，计算需从中国仓发货到海外仓补货的产品种类和数量，并根据设定的毛利率、毛利额等条件对待发货产品进行智能优先级排序，在指定日期、指定体积要求下，对海运发货柜进行智能填充，以实现每个柜子的最大化利用率，有效提升仓库人	自主研发	应用于物流环节管理	已成熟运用

		员的发货效率，降低公司物流成本。			
19	智能广告系统	此系统技术可实现对多区域与多国家店铺广告投放的一站式管理与效果追踪。通过定制系统广告规则与竞价机制，可实现广告的自动化投放，同时基于对广告投放效果的实时追踪，与广告关键词的智能搜集与批量管理，自动优化广告投放策略，提高广告投放的精准度和效率，在最小广告成本下，有效提升公司营销推广的质量。	自主研发	应用于营销推广环节管理	已成熟运用
20	智能营销管理系统	此系统技术包括销售中心、ASIN中心、海卖助手、红人管理等多个技术模块，可实现多维度销售目标管控、分品类销量排名与关键词搜索热点追踪、多国家与多站点销售数据及订单自动化管理等功能，以便于及时并全面了解公司不同产品、不同店铺、不同销售人员的销售真实情况，并基于实时情况针对性的调整销售与广告运营策略，动态优化公司营销推广效果。 在红人管理环节，系统可实现红人挖掘、红人建联、发货、效果评估等红人合作全流程闭环管理，通过多社媒同时挖掘，逐步沉淀全球红人库，提升红人合作效率与成功率，同时通过系统各流程节点的关键指标控制，可有效评估红人合作质量，持续优化红人合作回报率。	自主研发	应用于营销推广环节管理	已成熟运用
21	智能客服追踪系统	此系统技术提供针对客诉与用户反馈问题的跨部门协作平台，并可进行分类标记和分析反馈，在高效完成客诉问题处理基础上，为公司各业务环节的工作提供改进参考建议，从而不断提升用户体验。	自主研发	应用于营销推广环节管理	已成熟运用

2、核心技术与专利及非专利技术的对应关系

序号	技术名称	对应主要专利情况	对应主要软件著作权情况
1	安全声压级检测和控制技术	一种基于耳机终端的音量调节方法及系统 (申请号: 2021112426217, 已授权) 一种音频限幅电路 (申请号: 2022223564070, 已授权)	-

		一种音量检测装置及耳机 (申请号: 2026201304197, 审查中) 一种根据耳机声压级自动降低耳机音量的方法和装置 (申请号: 2023109297277, 审查中) 一种基于耳机声压级的音量调节方法和系统 (申请号: 2025110185290, 审查中) 一种基于耳机终端的智能音量调节方法及系统 (申请号: 2025111053250, 审查中)	
2	主动降噪声控技术	降噪电路 (申请号: 2020227748125, 已授权) 一种半入耳式带三麦克风的耳机 (申请号: 2020229900019, 已授权) 一种带泄气槽的耳机 (申请号: 2020229891880, 已授权) 一种骨声纹耳机 (申请号: 2020229858257, 已授权)	-
3	多维音质控制与改善技术	一种音频播放方法、无线耳机和计算机可读存储介质 (申请号: 2021101441711, 已授权) 一种音频限幅电路 (申请号: 2022223564070, 已授权) 一种耳机声音检测装置 (申请号: 2024210807020, 已授权) 一种耳罩式耳机 (申请号: 202220196054X, 已授权) 一种音频座切换实现线路输入和线路输出的电路 (申请号: 2020228090086, 已授权) 一种音箱音效的切换控制电路 (申请号: 2020228120679, 已授权) 一种音箱 (申请号: 2020228884574, 已授权) 一种双同轴立体声结构 (申请号: 2020228059647, 已授权)	-
4	电池自防护与长续航技术	自适应升压电路 (申请号: 2020228893107, 已授权) 多接口充电控制电路及音箱设备 (申请号: 2020218150979, 已授权)	-
5	多样化防水结构设计技术	一种按键防水结构及耳机 (申请号: 202022984872X, 已授权) 一种音量调节机构 (申请号: 2020228393977, 已授权) 一种耳机 MIC 收音孔及耳机 (申请号: 202022984907X, 已授权) 铆压防水无线耳机及铆压防水无线耳机组件 (申请号: 202123432086X, 已授权) 一种蓝牙音箱的密封机构及智能音箱 (申请号: 2023227611732, 已授权) 一种音箱提手支架组件及智能音箱 (申请号: 202521107036X, 审查中)	-
6	智能舒适耳机技术	一种耳机耳套的防潮装置 (申请号: 2020215623345, 已授权) 一种耳机耳套易于拆装清洗的结构 (申请号: 2020223271028, 已授权) 一种耳机耳套海绵固定结构及耳机 (申请号: 2022221328887, 已授权)	-

		一种耳机头梁压力分配装置及耳机 (申请号: 2022221348202, 已授权)	
		一种头戴式耳机 (申请号: 2021234407399, 已授权)	
		一种耳机声道自适应的方法及耳机 (申请号: 2024119921327, 审查中)	
7	储麦伸缩一体化耳机系统	一种具有储线结构的耳机装置 (申请号: 2021217286637, 已授权)	
		一种耳机麦杆结构及耳机 (申请号: 2021212639327, 已授权)	
		一种伸缩式咪杆结构及耳机 (申请号: 2021206251973, 已授权)	
8	多功能性马克笔墨水配方及工艺技术	一种马克笔墨水及其制备方法 (申请号: 2024102544672, 审查中)	
		一种丙烯马克笔墨水及其制备方法 (申请号: 2024102734592, 审查中)	
		MARKER INKS AND METHODS OF PREPARING THE MARKER INKS (申请号: 18981628, 已授权)	
		MARKER INKS AND METHODS FOR PREPARING THEREOF (申请号: 18981622, 已授权)	
		一种丙烯马克笔墨水及其制备方法 (申请号: 2024116651010, 已授权)	
		水基丙烯马克笔墨水及其制备方法 (申请号: 202510146041X, 已授权)	
9	马克笔核心构件适配性测试分析技术	CONNECT ABLE MARKER PENS (申请号: 18505080, 已授权)	
		一种可拼接马克笔 (申请号: 2023228945980, 已授权)	
		一种多用途马克笔及标记器械 (申请号: 2023233220933, 已授权)	
		后压阀门式马克笔及其使用方法 (申请号: 2024117773034, 审查中)	
		一种后压阀门式马克笔 (申请号: 2024117772811, 审查中)	
		后压阀门式马克笔及其使用方法 (申请号: 2024117772544, 审查中)	
		一种可以更换多类型笔头的马克笔 (申请号: 2025203995015, 已授权)	
		一种便于更换笔头的马克笔 (申请号: 2025204159716, 已授权)	
		一种棉芯式马克笔 (申请号: 2025203807374, 已授权)	
		一种棉芯式马克笔 (申请号: 2025204100939, 已授权)	
		NYLON FLEXIBLE BRUSH TIPS AND ALCOHOL-BASED MARKER PENS (申请号: 19329551, 审查中)	
		控墨结构及直液式马克笔 (申请号: 2025221081939, 审查中)	
		控墨结构及直液式马克笔 (申请号: 2025223047877, 审查中)	
		一种丙烯马克笔 (申请号: 202522803170X, 审查中)	
		一种尼龙软笔头及其制备方法、酒精马克笔 (申请号: 2025108442713, 审查中)	

		一种直液式酒精马克笔 (申请号: 2025213182637, 审查中)	
		一种马克笔 (申请号: 2025215008160, 审查中)	
10	基于人体工学原理与用户需求挖掘的创新结构设计技术	Folding Seats (申请号: 18112815, 已授权)	
		一种快速展开收纳组件及折叠椅 (申请号: 2021234502641, 已授权)	
		一种折叠椅凳 (申请号: 2022213180835, 已授权)	
		一种便于折叠收纳的月亮椅及折叠座椅 (申请号: 2022226010156, 已授权)	
		一种多功能弹力带把手组件及健身弹力带 (申请号: 2023216535453, 已授权)	
		哑铃 (申请号: 2020230254597, 已授权)	
		一种配重片, 哑铃及杠铃 (申请号: 2021107292867, 已授权)	
		负重沙袋 (申请号: 2020230227405, 已授权)	
		一种壶铃 (申请号: 2021234417846, 已授权)	
		一种可调节重量的壶铃 (申请号: 2022235103234, 已授权)	
		一种水中健身腰带及健身器械 (申请号: 202322679927X, 已授权)	
		BUOYANT DEVICES (申请号: 18536199, 已授权)	
		A HYDRAULIC DAMPING DEVICE WITH ADJUSTABLE RESISTANCE AND A RIDING PLATFORM (申请号: 17707381, 已授权)	
		一种自行车训练台阻力装置及自行车训练台 (申请号: 2020233347625, 已授权)	
		一种阻尼装置及骑行台 (申请号: 2021111280542, 已授权)	
		一种阻尼装置及骑行台 (申请号: 2021223580971, 已授权)	
		一种阻力可调的液阻尼装置及骑行台 (申请号: 2021113160121, 已授权)	
		一种阻力可调的液阻尼装置及骑行台 (申请号: 2021113144190, 已授权)	
		一种阻力可调的液阻尼装置及骑行台 (申请号: 2021227205195, 已授权)	
		一种可调节液阻装置及自行车训练器 (申请号: 2021116829791, 已授权)	
		一种可调节液阻装置及自行车训练器 (申请号: 2021234437267, 已授权)	
		可散热阻尼装置及自行车训练台 (申请号: 2021234415499, 已授权)	
		一种折叠跪凳及园艺工具 (申请号: 2024202725423, 已授权)	
		一种可调节高度的跪凳 (申请号: 2021201583718, 已授权)	
		FITNESS DEVICES AND METHODS FOR SWITCHING TRAINING MODES THEREOF (申请号: 18477524, 已授权)	

		WEIGHTED VEST (申请号: 19071729, 审查中)	
		用于手握式负重器材的转换器及负重训练组合套 (申请号: 202520558622X, 已授权)	
		重量可调节的配重片组件及应用其的手握式负重 (申请号: 2025205586465, 已授权)	
		EXERCISE DEVICES (申请号: 19185229, 审查中)	
		俯卧撑训练装置 (申请号: 2025209173692, 审查中)	
		一种骑行台摇摆架及骑行台 (申请号: 2025208239071, 审查中)	
		一种伸缩杆锁紧提示机构及门上单杠 (申请号: 2025112012934, 审查中)	
11	自适应校准技术	一种用于健身设备的切换装置、健身设备及其控制方法 (申请号: 2024109829396, 审查中)	
		SWITCHING DEVICES, FITNESS EQUIPMENT, AND CONTROL METHODS FOR FITNESS EQUIPMENT (申请号: 18788050, 审查中)	-
12	动态运动监测与可视化技术	一种用于健身设备的切换装置、健身设备及其控制方法 (申请号: 2024109829396, 审查中)	融合生理特征和运动数据的智能终端控制系统 (登 记 号 : 2024SR0261304)
		SWITCHING DEVICES, FITNESS EQUIPMENT, AND CONTROL METHODS FOR FITNESS EQUIPMENT (申请号: 18788050, 审查中)	融合能量消耗目标和运动过程数据的智能终端控制系统 V1.0 (登 记 号 : 2025SR0041566)
		-	智能设备交互终端应用软件 (iOS 版) (登 记 号 : 2025SR0153861)
		-	用于健身器材的自适应运动控制系统 (登 记 号 : 2025SR0136627)
13	电机电磁结构设计技术	-	-
14	高功率瞬态性能/电源突波管理技术	-	-
15	智能采购指引系统	基于产品销售信息的供应链管理方法及相关装置 (申请号: 2023108106696, 已授权)	千岸采购订单管理软件 V1.0 (登 记 号 : 2016SR218747)
		一种基于大数据的资源调度方法、装置及电子设备 (申请号: 2023108441196, 已授权)	千岸进销存管理系统[简称: eBridge]V1.2.1 (登记号: 2015SR288341)
		基于产业供应链的大数据分析方法及相关装置 (申请号: 202310839794X, 审查中)	千岸海外仓智能备货系统 V1.0 (登 记 号 : 2015SR290263)
			千岸供应商信息管理系统 V1.0 (登 记 号 : 2017SR072294)
			千岸多仓库库存调拨系统 V1.0 (登 记 号 : 2017SR072289)

			千岸智能备货系统[简称：智能备货]V1.0（登记号：2018SR032917） 千岸基于产品分类供应链库存管理系统[简称：分类库存管理系统]V1.0（登记号：2018SR806323） 千岸公司间调度管理系统[简称：公司间调度]V1.0（登记号：2019SR1243641） 基于大数据的智能供应链跨境物流运维优化管理系统（登记号：2024SR0004221） SRM 供应商高效协同管理系统（登记号：2024SR0112089） 千岸智能备货系统[简称：智能备货]V2.0（登记号：2024SR1949456） 采购与备料协同优化及资源精准配置管理系统V1.0（登记号：2025SR2025666） 基于 SRM 供应平台的供采管控系统（登记号：2025SR0046785）
16	智能品质管理系统	-	千岸云智能质检量化管理系统[简称：TQC 系统]V1.0（登记号：2020SR1911531） 千岸品质管理系统 V1.0（登记号：2021SR1969205） 千岸新产品生命周期全流程管控系统 V1.0（登记号：2023SR1572673） 基于多维度企业智能化管控云服务系统（登记号：2024SR2247192）
17	自动化仓储与库存管理系统	一种数据处理方法及数据处理设备） （申请号：2016107045375，已授权） 任务调度方法、装置、设备及存储介质 （申请号：2023106459424，已授权） 一种基于大数据的供应链物流优化方法 （申请号：2025102142096，审查中） 一种仓库拣货路径调整方法、服务器、介质及产品 （申请号：2025112422784，审查中）	千岸进销存管理系统[简称：eBridge]V1.2.1（登记号：2015SR288341） 千岸电子商务逆向物流管理系统 V1.0（登记号：2015SR288351） 千岸多仓库库存调拨系统 V1.0（登记号：2017SR072289） 千岸智能盘点系统[简称：智能盘点]V1.0（登记号：2018SR034690） SKU 到货查询订单处理软件 V1.0（登记号：2018SR806801）

			千岸数据仓库动态报表查询系统[简称：货物进度表 JV1.0（登记号：2018SR807293） 千岸基于产品分类供应链库存管理系统[简称：分类库存管理系统JV1.0（登记号：2018SR806323） 基于智慧仓储系统的手持APP[简称：智慧仓储手持APP]V1.0（登记号：2021SRA000899） 基于 FBA 的库存管理系统[简称：库存管理系统 JV1.0（登记号：2021SR0255824） 千岸智能仓储管理系统[简称：WMS 管理系统 JV1.0（登记号：2021SR0325915） 千岸智能运输管理系统[简称：QA-TMS 管理系统 JV1.0（登记号：2021SR0404546） 基于离散粒子群算法的电商仓储中心货位分配系统 V1.0（登记号：2023SR1611163） 基于大数据的智能供应链跨境物流运维优化管理系统（登记号：2024SR0004221）
18	智能排柜系统	一种数据处理方法及数据处理设备（申请号：2016107045375，已授权） 任务调度方法、装置、设备及存储介质（申请号：2023106459424，已授权） 智能仓储排柜管理方法、装置、终端及存储介质（申请号：2025100023016，审查中） 一种智能物流排柜方法、终端及存储介质（申请号：2025100042765，审查中） 一种智能排柜方法、装置、计算机设备及存储介质（申请号：202511171510X，审查中） 一种智能打托方法、系统、介质和程序产品（申请号：2025110608435，审查中）	千岸智能排柜系统[简称：智能排柜JV1.0（登记号：2018SR034491） 千岸智能打托系统[简称：AI 动态装箱]V1.0（登记号：2020SR1683464） -
19	智能广告系统	一种基于用户网络行为画像的商品推荐方法及系统（申请号：2023108441139，已授权） 基于产品销售信息的供应链管理方法及相关装置（申请号：2023108106696，已授权） 一种商品推荐方法及装置（申请号：2023109026595，审查中） 一种内容推荐方法及装置（申请号：2023110348778，审查中）	千岸精准广告投放系统[简称：精准广告]V1.0（登记号：2019SR1232947） 广告排名智能管理系统[简称：广告排名]V1.0（登记号：2021SR1211989） 基于大数据的广告投放智能分析系统（登记号：2025SR0001338） -

20	智能营销管理系统	一种基于用户网络行为画像的商品推荐方法及系统 (申请号: 2023108441139, 已授权)	千岸电子商务智能销售软件 V1.0.0.6 (登记号: 2015SR288347)
		基于产品销售信息的供应链管理方法及相关装置 (申请号: 2023108106696, 已授权)	千岸电商会员交易平台 V1.0 (登记号: 2016SR217908)
			千岸站点营销内容管理系统 V1.0 (登记号: 2017SR098718)
			千岸电商产品订单管理系统[简称: 订单查询]V1.0 (登记号: 2018SR807300)
			千岸智能营销系统[简称: 智能营销]V1.0 (登记号: 2019SR1231033)
			海卖助手管理系统 V1.0 (登记号: 2020SR1910309)
			千岸科技商业智能数据可视化自助数据分析平台[简称: 千岸商业智能]V1.0 (登记号: 2022SR0135562)
			亚马逊报告自动下载子系统 V1.0 (登记号: 2023SR0214503)
			海卖助手管理系统 V2.0 (登记号: 2025SR2000198)
			基于大数据驱动的红人效能优化与管理系统 V1.0 (登记号: 2025SR2401589)
21	智能客服追踪系统	-	亚马逊平台大数据分析排名销量预估系统[简称: 亚马逊排名销量预估系统]V1.0 (登记号: 2023SR0312629)
			千岸跨境电子商务客服管理系统 V1.0 (登记号: 2015SR290258)
			千岸基于云平台的客户服务系统[简称: SMS 管理系统]V1.0 (登记号: 2021SR0325625)
			千岸科技商业智能数据可视化自助数据分析平台[简称: 千岸商业智能]V1.0 (登记号: 2022SR0135562)

3、核心技术产品收入占比

报告期内, 公司核心技术有效运用于公司主营业务的开展过程中。一方面, 公司以产品的研发设计创新为核心驱动力, 公司积淀的多项产品研发技术充分运用于公司各核心优势品类产品的开发过程中, 形成公司产品突出的市场竞争优势; 另一方面, 公司以信息系统技术创新为公司业务高效

运转的核心基石，公司自主开发设计的跨境电商全业务链条数字化与智能化运营管理系统，综合运用于公司各平台及各业务线，助力公司实现对终端消费者的快速反应与精细化服务。报告期内，公司核心技术产品与服务形成的收入及其占营业收入的比例具体如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
核心技术产品收入（万元）	196,451.90	164,893.27	138,696.21
营业收入（万元）	198,092.27	166,714.39	139,985.68
核心技术产品收入占营业收入的比例（%）	99.17	98.91	99.08

4、发行人拥有的技术、业务系统在相应产品开发中发挥的作用

（1）产品开发技术在产品开发过程中发挥的作用

序号	技术名称	在相应产品开发中发挥的作用
1	安全声压级检测和控制技术	主要针对耳机产品开发，使公司开发的耳机产品具备较好的听力保护性能，并持续优化提升。
2	主动降噪声控技术	主要针对耳机产品开发，通过多种技术方案综合提升公司开发耳机产品的降噪性能。
3	多维音质控制与改善技术	主要针对耳机、音箱产品开发，通过多种技术方案综合提升公司开发耳机、音箱产品的音质效果，使公司相应产品为用户带来更优质的听觉体验。
4	电池自防护与长续航技术	主要针对耳机、音箱产品开发，提升公司开发相应产品的电池使用寿命与电池使用效率，达到产品长续航的目的。
5	多样化防水结构设计技术	主要针对耳机产品开发，使公司开发的耳机产品具备高防水性能，满足用户运动户外场景的使用需求。
6	智能舒适耳机技术	主要针对耳机产品开发，不断优化公司开发的耳机产品在局部结构上的人性化与个性化设计，使用户的耳机佩戴与使用过程更加卫生、舒适、便捷。
7	储麦伸缩一体化耳机系统	
8	多功能性马克笔墨水配方及工艺技术	主要针对马克笔产品开发，为公司新开发的酒精马克笔、丙烯马克笔等产品提供颜色丰富、性能多样的墨水配方方案，以满足公司马克笔产品在环保、护纸、书写绘画等方面的高性能要求，保障公司产品在耐水性、耐光性、干湿变化、同色融合、画面融合等方面的优异表现。
9	马克笔核心构件适配性测试分析技术	主要针对马克笔产品开发，为公司新开发马克笔提供针对笔头、储水芯、墨水等马克笔核心构件的多样化结构搭配方案，通过不断优化技术参数匹配，提升马克笔产品的整体使用性能。
10	基于人体工学原理与用户需求挖掘的创新结构设计技术	主要针对运动户外产品开发，通过分析公司开发运动户外产品的使用场景与使用需求，提供更人性化与便捷化的结构设计技术方案。
11	自适应校准技术	主要针对智能健身设备开发，为公司开发该类产品提供自动化、智能化与智能交互的技术解决方案，同时提升电机使用效率与性能。
12	动态运动监测与可视化技术	
13	电机电磁结构设计技术	
14	高功率瞬态性能/电源突波管	

	理技术	

（2）业务系统技术在产品开发过程中发挥的作用

①智能营销管理系统助力产品开发需求精细化挖掘

公司智能营销管理系统可实现分品类销量排名与关键词搜索热点追踪，协助公司相关人员高效追踪亚马逊平台下不同品类产品、不同关键字搜索等维度下的销售排名信息，并分析排名趋势变化及其原因，可及时掌握相关领域的销售热点、竞品信息与需求变化趋势等，为公司产品开发与设计提供多方面参考数据。系统化的消费需求分析能力指导公司产品开发方向与开发设计过程中的功能、结构参数定义，提升公司产品开发效率与成功率。

②智能品质管理系统提升新产品开发的认证测试效率

公司智能品质管理系统的安全合规和认证测试模块，积累了针对公司各品类产品在不同国家和地区合规认证要求的丰富数据库并动态更新，使公司在各品类新产品开发过程中，快速锁定其不同销售区域的认证测试要求，在产品开发的源头端，即产品需求定义、功能与结构的参数设计中便充分考虑相关要求，充分保障了产品开发的合规化，提升新产品开发的认证测试效率。

③公司业务系统助力产品开发实现全流程的精细化管控

公司 TQC 品质管理系统模块针对公司新产品开发实行流程化管控，涵盖概念阶段、计划阶段、开发验证阶段、产品发布阶段的关键评审与审批节点，并对各阶段技术评审涉及的相关开发设计资料、测试验证记录、沟通反馈记录等进行系统化管控，实现研发进度流程可视化，便于管理者实时监控研发进度、任务状态和资源分配等信息，尽早发现项目风险，避免项目延误。同时，流程化管控将利于开展产品开发的复盘工作，通过开发过程回溯，总结成功开发经验与开发过程中的常见问题点，将有效提升后续产品开发工作的开展效率与成功率，改善公司新产品开发的市场表现。

（二）公司取得的资质和证书情况

截至本招股说明书签署日，公司取得的与生产经营相关的主要资质和证书情况如下：

序号	资质名称	注册号	持有人	发证机关	发证日期	有效期
1	海关进出口货物收发货人备案回执	4453063463	千岸科技	福中海关	2021年3月1日	长期
2	海关进出口货物收发货人备案回执	3318961B01	义乌千岸	义乌海关	2021年3月29日	长期
3	对外贸易经营者备案登记表	4970292	千岸科技	对外贸易经营者备案登记（深圳宝安）	2020年12月21日	-
4	对外贸易经营者备案登记表	1845564	义乌千岸	对外贸易经营者备案登记（浙江义乌）	2014年9月9日	-
5	海关报关单位注册登记证书	4453063463	千岸科技	中华人民共和国深圳海关	2016年11月22日	长期
6	海关报关单位注册	3318961B	义乌	中华人民共和国义乌海关	2014年9月	长期

	登记证书	01	千岸		19 日	
7	出入境检验检疫报检企业备案表	4700625921	千岸科技	中华人民共和国深圳出入境检验检疫局	2016 年 12 月 1 日	-
8	出入境检验检疫报检企业备案表	3312604472	义乌千岸	中华人民共和国浙江出入境检验检疫局	2017 年 12 月 19 日	-
9	企业境外投资证书	N4403202000669	千岸科技	深圳市商务局	2020 年 12 月 16 日	-
10	国家高新技术企业证书	GR202444201471	千岸科技	深圳市工业和信息化局、深圳市财政局、国家税务总局深圳市税务局	2024 年 12 月 26 日	3 年
11	技术先进型服务企业证书	20244403000038	千岸科技	深圳市工业和信息化局	2024 年 12 月 30 日	3 年

（三）特许经营权

截至本招股说明书签署日，公司不存在特许经营的情况。

（四）公司员工情况

1、公司员工的基本情况

报告期各期末，公司（含子公司）员工人数及变化情况如下：

单位：人

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
员工人数	460	406	357

截至报告期末，公司（含子公司）员工的年龄分布、专业构成、学历结构等的情况如下：

（1）年龄分布

单位：人

项目	2025 年 12 月 31 日	占比
50 岁以上	21	4.57%
41-50 岁	33	7.17%
31-40 岁	155	33.70%
21-30 岁	251	54.57%
合计	460	100.00%

（2）专业构成

单位：人

项目	2025 年 12 月 31 日	占比
管理人员	77	16.74%
研发人员	62	13.48%
营销人员	233	50.65%

供应链人员	88	19.13%
合计	460	100.00%

(3) 学历结构

单位：人

项目	2025 年 12 月 31 日	占比
博士	2	0.43%
硕士	52	11.30%
本科	276	60.00%
专科及以下	130	28.26%
合计	460	100.00%

2、公司执行社会保险及住房公积金情况

报告期内，公司为境外员工执行了当地的社会福利制度，为境内员工执行了社会保险及住房公积金制度。公司境内员工的社会保险及住房公积金制度执行情况如下：

(1) 社会保险与住房公积金缴纳情况

报告期各期末，公司及其境内子公司为员工缴纳社会保险、住房公积金的情况如下：

项目	2025 年 12 月 31 日					
	养老	失业	工伤	医疗	生育	公积金
期末境内员工总数（人）	439					
期末缴纳人数（人）	428	428	436	428	428	427
期末未缴人数（人）	11	11	3	11	11	12
期末未缴比例（%）	2.51	2.51	0.68	2.51	2.51	2.73
项目	2024 年 12 月 31 日					
	养老	失业	工伤	医疗	生育	公积金
期末境内员工总数（人）	387					
期末缴纳人数（人）	376	376	377	376	376	374
期末未缴人数（人）	11	11	10	11	11	13
期末未缴比例（%）	2.84	2.84	2.58	2.84	2.84	3.36
项目	2023 年 12 月 31 日					
	养老	失业	工伤	医疗	生育	公积金
期末境内员工总数（人）	334					
期末缴纳人数（人）	325	325	325	325	325	324
期末未缴人数（人）	9	9	9	9	9	10

期末未缴比例（%）	2.69	2.69	2.69	2.69	2.69	2.99

（2）部分员工未缴纳社会保险与住房公积金

截至 2023 年 12 月 31 日，公司及其境内子公司未缴纳社会保险、住房公积金的员工中，6 名员工为退休返聘人员，公司无需为其缴纳社会保险和住房公积金；3 名员工为当月新入职员工，社会保险和住房公积金在之后月份缴纳；1 名员工为中国香港籍人员，公司无需为其缴纳住房公积金。

截至 2024 年 12 月 31 日，公司及其境内子公司未缴纳社会保险、住房公积金的员工中，8 名员工为退休返聘人员，公司无需为其缴纳社会保险和住房公积金，公司为其中 1 名退休保洁人员缴纳了工伤保险；3 名员工为当月新入职员工，社会保险和住房公积金在之后月份缴纳；2 名员工为中国香港籍人员，公司无需为其缴纳住房公积金。

截至 2025 年 12 月 31 日，公司及其境内子公司未缴纳社会保险、住房公积金的员工中，8 名员工为退休返聘人员，公司无需为其缴纳社会保险和住房公积金，公司为其中 7 名退休人员缴纳了工伤保险；3 名员工为当月新入职员工，社会保险和住房公积金在次月缴纳，其中 1 名新入职员工在原任职单位缴纳了社会保险和住房公积金，公司仅为其缴纳了当月工伤保险；1 名员工为中国香港籍人员，公司无需为其缴纳住房公积金。

根据境外法律意见书、公司及子公司所在地相关主管部门出具的无违法违规证明，公司及子公司报告期内不存在人力资源、社会保障领域的违法违规情形，不存在因违反相关法律、法规而受到人力资源及社会保障、住房公积金主管部门行政处罚的记录。

3、劳务派遣情况

报告期内，公司不存在劳务派遣的情形。

4、核心技术（业务）人员

（1）核心技术（业务）人员基本情况

截至本招股说明书签署日，公司共有 2 名核心技术（业务）人员，基本情况如下：

沙晋生，1983 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，计算机科学与技术专业，本科学历。2008 年 6 月至 2010 年 8 月，任深圳市华洽科技有限公司程序员；2010 年 9 月至 2013 年 12 月，任深圳市聚友电子商务有限公司开发工程师；2014 年 9 月至 2015 年 2 月，任深圳市伟巨网络科技有限公司高级开发工程师；2015 年 3 月至 2015 年 9 月，任赛维时代科技股份有限公司高级开发工程师；2015 年 10 月至今，历任千岸有限、千岸科技开发工程师和软件开发经理。

杨娟，1987 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，英语专业，本科学历。2010 年 8 月至今，历任千岸有限、千岸科技电子商务销售、产品主管、eBay 运营部经理、高级运营经理、Amazon 销售总监、产品销售总监、亚马逊广告总监。

(2) 核心技术（业务）人员对外投资及兼职情况

截至本招股说明书签署日，除持有本公司股份外，公司核心技术（业务）人员无其他对外投资情况，也无在外兼职情况。

(3) 核心技术（业务）人员所取得的专业资质及重要的科研成果、获得的奖项

①沙晋生：具有近二十年行业经验，在公司任职期间，先后主持了公司“电商仓储中心库存管理系统”、“基于数据仓库与 QuickBI 的数据分析一体化平台”、“智能设备交互终端应用开发”等核心研发项目，帮助公司实现库存动态精准管理，大大提升仓储资源利用率；实现终端设备高效交互操作，提升使用体验；构建标准化数据分析体系，以数据驱动业务决策，优化运营策略。

②杨娟：具有十五年行业经验，毕业后即在公司任职，任职期间，主导制定《销售运营红线制度》《销售升级制度》等，完善运营规范与晋升机制，提升团队合规性与效率。负责亚马逊欧洲、印度等市场区域后，实现业绩大幅增长。2024 年组建广告部，制定公司广告运营的核心制度及体系，为广告部发展奠定基础，并针对销售开展广告培训。在理顺核心业务、完善关键体系方面成果显著，推动公司运营效率、盈利能力提升及业务持续优化增长。

(4) 核心技术（业务）人员持股情况

截至本招股书签署日，公司核心技术（业务）人员持有公司股份的情况如下：

序号	姓名	直接持股数（股）	间接持股数（股）	持股比例
1	杨娟	0	407,400	0.56%
2	沙晋生	0	116,400	0.16%

(5) 报告期内核心技术（业务）人员变动情况

上述核心技术（业务）人员均与发行人签署了劳动合同、保密协议及竞业禁止协议。截至本招股说明书签署日，上述协议均履行正常，不存在违约情形。上述核心技术（业务）人员不存在侵犯第三方知识产权或商业秘密、违反与第三方的竞业限制约定或保密协议的情况。

公司鼓励核心技术（业务）人员积极从事技术（业务）创新，推进研发成果商业化，及时申请知识产权保护。公司通过建立公平、公正、透明的奖惩机制等方式，有效提高了技术（业务）人员的工作积极性、创新主动性，降低了核心技术（业务）人员的流失风险。

报告期内，上述核心技术（业务）人员均在公司任职，公司核心员工未发生重大变化。

(五) 公司研发情况

1、主要在研项目情况

截至招股说明书签署日，公司正在从事的主要研发项目具体情况如下：

序号	项目名称	所处阶段及进展情况	项目预算 (万元)	人员投入	项目拟达到的目标与技术水平先进性
1	一种积木铆接结构的健身器材研究与应用	开发执行与改进阶段	1,350.00	9人	攻克快拆式铆接结构件的稳定性和强度，解决健身器材使用过程中稳定、易拆、易装、易任意组合的技术难题，研发出一种健身器材的新型结构方式，从而改变整个健身器材的产品形态，实现用户自由设定产品；包括但不限于力量训练器材、动感单车、椭圆机、凯迪拉克床等。
2	基于自研跑道型单元的1.1声道便携音箱声学系统研究	设计与开发阶段	650.00	13人	通过自研长冲程高磁密度跑道型喇叭单元所组成的1.1声道架构，将传统便携音箱从“单一发声体”升级为“微型分频系统”。在同等单元架构、体积条件下，达到便携音箱行业第一梯队的声压级、低频下潜、高频解析力。
3	基于频域噪声处理的多声道自适应码率分配方法的研究	开发执行与改进阶段	500.00	7人	通过在耳机生成音频播放信号后，获取耳机上的光敏电阻的电压信号，并对两个电压信号的大小进行比较以获取方向信号，利用终端屏幕亮度高于环境亮度的特点，使耳机佩戴时可根据方向信号自动调节左、右声道与左、右扬声器的对应关系，从而在无需用户辨别方向的情况下使耳机自适应地对应方向，保障用户的听觉体验。
4	高透高亮度酒精马克笔墨水配方及结构研制与应用	设计与开发阶段	1,000.00	18人	1、本项目采用日本进口高纯酸性染料与高酸值的松香树脂、苹果酸来提升墨水颜色的饱和度与透明度；同时采用AEO-5表面活性剂来提升染料在溶剂中的溶解度，增加了色浓度降低染料析出的风险，实现日本COPIC竞品高透高亮度的颜色表现效果； 2、匹配结构上：匹配开发较尼龙软笔头更软、更舒适的橡胶软笔头，实现更佳的软笔头书写体验。
5	绘画级直液式丙烯笔墨水配方及结构研制与应用	设计与开发阶段	1,000.00	18人	1、本项目采用酸性纯丙乳液体系提升色浆的展色与饱和度，同时使用丙烯酸树脂溶液为研磨树脂，提升钛白浆的稳定性，解决普通直液式丙烯笔在纸上融色后易发暗、黑，颜色易分层浮色问题，实现纸上绘画后线迹不易发黑、暗、脏使用体验； 2、结构上：自主研发直液式用储水器，实现抗漏性达-20kpa不漏墨的水平。
6	多源数据融合销售智能决策与支持管控系统	开发执行与改进阶段	210.00	14人	完善销售运营相关数据支撑与功能建设，规范B2B客户账期与授信额度管控，拓展销售渠道及业务区域，全面提升销售运营能力、市场洞察能力及业务拓展效能。
7	基于人工智能及大数据的智慧运营管理系统	开发执行与改进阶段	410.00	7人	通过AI技术构建智慧运营管理系统，实现智能客服自动回复率超50%，并对亚马逊评论、反馈及退货原因全自动打标，形成涵盖用户画像、使用场景等维度的结构化标签体系。同时建成融合市场、产品、销售三维度的智能诊断系统，大幅减少人工操作，缩短数据处理周期，全面提升运营智能化、数据化与决策效率，为企业精细化运营提供有力支撑。

8	基于 AI 模型的供应链智能质检与缺陷识别系统	开发执行与改进阶段	60.00	4 人	通过多模态技术自动提取检测报告关键信息并结构化录入 TQC 系统,提升数据质量与团队效能;部署智能问答引擎,将认证咨询响应提速至秒级,实现知识有效沉淀复用;自动解析物流单据并与 ERP 数据比对核验,大幅减少人工投入与差错风险。系统全面优化质检与物流流程,达到行业先进水平。
9	基于大数据的广告投放智能分析系统	开发执行与改进阶段	230.00	7 人	整合多国家多账号广告明细数据,支持同时批量优化多账号广告策略,大幅提升用户的广告数据分析效率与优化操作效率,推动广告高阶打法方法论沉淀。

2、研发投入情况

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
供应链采购与物流智能管控平台	247.66		
基于多维数据融合流程管控系统	204.35		
AI 智能市场洞察系统	146.87		
多产品兼容终端应用专项研发	52.53		
一种基于低音增强的开放式耳机音频优化方法的研究及应用	261.86		
创新外设产品设计与开发	157.29		
基于 360 度全方位扬声方法的研究及应用	505.02		
一种积木铆接结构的健身器材研究与应用	648.25		
出墨稳定、便捷的新型直液式结构丙烯笔的研究与应用	72.62		
三维环绕声音效的音频处理方法及系统的研究		535.10	
基于多维度企业智能化管控云服务系统		363.98	
基于多模态模型的外观结构设计的研究与应用		208.27	
儿童耳机多模态声学融合创新项目		234.85	
丙烯马克笔墨水配方及结构研制与应用		150.36	
基于大数据的广告投放智能分析系统	129.89	130.33	
智能设备交互终端应用的开发		77.87	
基于智能算法的商品销售动态推进管理系统		68.73	
基于数据仓库与 QuickBI 的数据分析一体化平台		37.75	
基于 SRM 供应平台的供采管控系统		36.45	
AI 客服多渠道一站式管理系统	51.39	15.59	
融合生理特征和运动数据的智能终端控制系统的健身器材的研发		633.43	396.49
基于三维音源位置坐标的立体声音频信号处理系统			369.62
数字音频 AGC 线性增益控制技术的研究			288.57

产品设计仿真分析方法及系统的研究			232.73
跨境电商用 ERP 信息优化系统			192.44
电商仓储中心库存管理系统			174.96
具有费用预估功能的跨境电商用 ERP 管理系统			128.03
基于大数据的智能供应链跨境物流运维优化管理系统			110.66
千岸新产品生命周期全流程管控系统			55.89
供应链管理体系提升系统			37.24
酒精性马克笔墨水研制与应用	620.68	179.18	20.90
电压跟踪音频自动限幅电路设计的研究			
带动态仿真实时交互系统的健身器材的研发			
自适应音量播放的无线耳机音频控制系统			
基于大数据算法的跨境电商用亚马逊排名销量预估系统			
智能数字化供应链管理服务体系			
具有动态效果的智能降噪头戴式舒适耳机的研发			
Tribit 基于 H5 技术的跨境电商用智能后台运营管理系统			
产品设计色彩智能分析系统			
跨境电商智能营销服务运营系统			
构建数学模型智能优化产品外观设计方法的研究			
跨境电商用智能云用财务协同管理系统			
跨境电商用数据可视化分析系统			
合计	3,098.41	2,671.90	2,007.52
其中：资本化金额	0.00	0.00	0.00
当期研发投入占营业收入的比重	1.56%	1.60%	1.43%

3、合作研发情况

报告期内，公司不存在与高校、科研机构等其他单位合作研发的情形。

报告期内，公司为有效利用中国的供应链资源优势，存在与供应商进行产品合作开发的情形。公司针对现有市场供应及供应商开发能力已相对成熟的品类，主要通过与优质供应商合作，基于供应商已有的经验技术积累，并充分利用自身对终端消费场景和消费需求的挖掘，与供应商一起确定产品结构设计与功能技术参数，完成产品的合作开发。

五、 境外经营情况

报告期内，公司主要的销售市场位于北美、欧洲、亚洲等地区，并主要通过在美国、德国、加拿大、日本、中国香港等国家~~和~~地区设立境外子公司进行海外市场的销售，该等境外子公司的相关

情况详见本招股说明书之“第四节发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”。

六、 业务活动合规情况

报告期内，公司经营合法合规。截至本招股说明书签署日，公司业务活动不存在重大违法违规情形。

七、 其他事项

截至本招股说明书签署日，公司无其他应披露事项。

第六节 公司治理

一、 公司治理概况

按照《公司法》《证券法》等法律法规的要求，公司建立健全了由股东会、董事会、监事会、高级管理人员等组成的公司法人治理结构，制定并完善了《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《投资者关系管理制度》《信息披露管理制度》《利润分配管理制度》《对外担保管理制度》《关联交易管理制度》《对外投资管理制度》等公司治理制度，并设置了审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等董事会专门委员会。公司的权力机构、决策机构、管理层、监督机构等权责明确、相互协调、相互制衡，已经形成了规范、成熟、完善的公司治理体系。

报告期内，公司股东会/股东大会、董事会、监事会、高级管理人员、独立董事、董事会秘书、董事会专门委员会等机构和人员依法依规运行，公司的治理情况良好，不存在重大缺陷。

2025年7月21日，发行人董事会召开第二届董事会第十五次会议并作出决议，公司不再设置监事会，现任监事职务自然免除，监事会职权由董事会审计委员会承接，相应对《公司章程》《审计委员会工作细则》及其他相关治理制度等进行修订；同日，发行人监事会召开第二届监事会第十一次会议并作出决议，取消监事会并修订《公司章程》，废止公司《监事会议事规则》。2025年8月6日，发行人召开2025年第四次临时股东会并作出决议，取消监事会并修订《公司章程》，相应修订《审计委员会工作细则》及其他相关治理制度，废止公司《监事会议事规则》。

（一）股东会制度的建立健全及运行情况

按照《公司法》《证券法》等法律法规及《公司章程》的规定，公司制定了《股东会议事规则》。公司股东会由7名股东组成，是公司的权力机构，对公司的重大事项进行审议和决议。

报告期内，公司股东会/股东大会严格按照有关法律法规、《公司章程》及《股东会议事规则》/《股东大会议事规则》规范运行，历次股东会/股东大会的通知、召开、表决程序和决议内容等合法有效，会议记录完整规范，不存在股东违法违规行使职权的情形。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

《公司法》《证券法》等法律法规及《公司章程》的规定，公司制定了《董事会议事规则》。公司董事会由7名董事组成，其中董事长1名、独立董事3名、职工董事1名。董事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生，非职工董事由股东会选举或者更换，任期三年，任期届满可连选连任。公司董事会是公司的日常经营决策机构，对公司股东会负责。

报告期内，公司董事会严格按照有关法律法规、《公司章程》及《董事会议事规则》规范运行，

历次董事会的通知、召开、表决程序和决议内容等合法有效，会议记录完整规范，不存在董事违法违规行使职权的情形。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

按照《公司法》《证券法》等法律法规及《公司章程》的规定，公司制定了《监事会议事规则》。截至 2025 年 8 月 6 日，公司监事会由 3 名监事组成，其中监事会主席 1 名、职工代表监事 1 名。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生，非职工监事由股东会选举产生。公司监事会是公司的监督机构。

2025 年 7 月 21 日，发行人董事会召开第二届董事会第十五次会议并作出决议，公司不再设置监事会，现任监事职务自然免除，监事会职权由董事会审计委员会承接，相应对《公司章程》《审计委员会工作细则》及其他相关治理制度等进行修订；同日，发行人监事会召开第二届监事会第十一次会议并作出决议，取消监事会并修订《公司章程》，废止公司《监事会议事规则》。2025 年 8 月 6 日，发行人召开 2025 年第四次临时股东会并作出决议，取消监事会并修订《公司章程》，相应修订《审计委员会工作细则》及其他相关治理制度，废止公司《监事会议事规则》。

报告期初至监事会取消期间，公司监事会严格按照有关法律法规、《公司章程》及《监事会议事规则》规范运行，历次监事会的通知、召开、表决程序和决议内容等合法有效，会议记录完整规范，不存在监事违法违规行使职权的情形。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

按照《公司法》《证券法》等法律法规及《公司章程》的规定，公司制定了《独立董事工作制度》。公司董事会设独立董事 3 名，不少于董事会总人数的三分之一，且均具备独立董事的任职资格，其中 1 名为会计专业人士。独立董事人选由公司董事会、单独或者合并持有公司已发行股份 1% 以上的股东提出，并经股东会选举决定。

报告期内，公司独立董事谨慎、认真、勤勉地履行权利和义务，为公司的风险管理、内部控制和重大经营决策等出具独立公允的专业意见，积极参与审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等董事会专门委员会的工作，对公司法人治理结构的完善和规范运作发挥了积极作用。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

按照《公司法》《证券法》等法律法规及《公司章程》的规定，公司制定了《董事会秘书工作细则》。公司设董事会秘书 1 名，对董事会负责，是公司的高级管理人员。

报告期内，公司董事会秘书勤勉尽责，筹备各次董事会会议和股东大会并确保公司董事会和股东会/股东大会依法召开、依法行使职权，及时向公司股东和董事通报公司的有关信息，建立了与股东的良好关系，同时也保障了公司信息披露事务和投资者关系管理工作的有效执行，为公司治

理结构的完善和董事会、**股东会**/股东大会正常行使职权发挥了重要作用。

二、 特别表决权

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

三、 内部控制情况

（一）公司内部控制的基本情况

公司根据《公司法》《证券法》等法律法规的要求，并结合公司及行业的特点，逐步制定并完善了各项内控制度。公司高度重视内部控制体系的建设运行，明确了各部门的职责分工，能够及时识别和应对各项风险，有严格的审批流程和权限管理，可以保障公司内外部各项必要信息的有效沟通，并通过内部审计等方式对内部控制体系进行持续监控。公司的内部控制体系运行良好，为公司的稳健经营和持续发展提供了有力保障。

（二）公司管理层对内部控制完整性、合理性、有效性的自我评估意见

公司管理层认为，根据《企业内部控制基本规范》及相关规定，本公司内部控制于 2025 年 12 月 31 日在所有重大方面是有效的。

（三）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）对公司内部控制制度进行了审计，出具容诚审字[2026]518Z0472 号《内部控制审计报告》，认为：千岸科技公司于 2025 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

四、 违法违规情况

报告期内，公司及其子公司受到的处罚情况如下：

（一）千岸科技

2023 年 12 月 20 日，德国税务局出具通知书，要求千岸科技补缴其在 2019 年、2020 年尚未缴纳的增值税，并追加滞纳金 49,150.00 欧元。公司对前述要求补缴的款项向德国税务局提交了申诉文件，并最终获得了认可，公司在相应年度不存在应补缴税款的情形。

根据《德国专项法律意见书》，上述行为不属于重大违法违规行为，不会对公司持续经营产生影响。

（二）香港千岸

2023 年 6 月 14 日，德国税务局出具通知书，要求香港千岸补缴其在 2019 年尚未缴纳的增值税，并追加滞纳金 3,739.50 欧元。经香港千岸多轮申诉及沟通，德国税务局部分认可了香港千岸申报的款项。香港千岸已对德国税务局要求的款项完成了支付。

2024 年 3 月 31 日，英国税务海关总署出具缴税通知，要求香港千岸就英国增值税欠缴税款产生的利息合计 4,553.45 英镑予以补缴。香港千岸已根据英国税务海关总署的要求按时足额完成了上述款项的补缴。

根据《香港千岸法律意见书》《德国专项法律意见书》，上述行为不属于重大违法违规行为，不会对香港千岸持续经营产生影响。

（三）美国千岸

2023 年 10 月，美国千岸收到消费品安全委员会（CPSC）的违规通知，因其两批产品的标签的合规声明不明显，该两批货物暂时被处以停止销售并扣押的措施。2023 年 12 月，美国千岸收到美国海关及边境保卫局（CBP）发出的扣押通知，通知 CBP 已扣押两批货物，货物价值为 7,627.92 美元。该违规行为不属于重大违法违规行为，不会对美国千岸持续经营产生重大不利影响。

2024 年 2 月 9 日，美国千岸收到得克萨斯州审计部的通知，美国千岸需补缴企业经营税及利息 12,799.93 美元，扣除预付金额后的最终应付金额为 7,800.84 美元，美国千岸已支付前述款项。

2024 年 6 月 17 日，美国千岸收到美国国税局的通知，美国千岸低估了 2023 纳税年度的美国联邦纳税义务，导致罚款 12,305 美元和利息费用 233.72 美元，美国千岸已支付前述款项。

2024 年 8 月 13 日，美国千岸收到加州特许经营税委员会的通知，应补缴企业税罚金 367.44 美元、利息 27.09 美元，美国千岸已支付前述税款、利息及罚金。

2025 年 4 月、6 月，美国千岸分别收到亚利桑那州、乔治亚州、伊利诺伊州、北卡罗来纳州、弗吉尼亚州、纽约州税务局的通知，要求其缴纳因 2024 年所得税预缴不足所致的 60 美元滞纳金、109 美元滞纳金、488 美元滞纳金、62 美元滞纳金、104 美元滞纳金、288.76 美元滞纳金及罚款，美国千岸已支付前述款项。

根据《美国千岸法律意见书》，上述行为不属于重大违法违规行为，不会对美国千岸持续经营产生影响。

（四）Ohuhu Inc.

2023 年 5 月，由于税务申报延迟，佐治亚州税务局向 Ohuhu Inc.发出了 30 美元的延期申报罚款通知。Ohuhu Inc.已缴纳前述罚款。

2023 年 10 月，Ohuhu Inc.收到美国印第安纳州税务局作出的通知书，认为 Ohuhu Inc.延迟缴纳报税单，因此被处以 25 美元的最低罚款。Ohuhu Inc.已缴纳前述罚款。

根据《Ohuhu Inc.法律意见书》，上述行为不属于重大违法违规行为，不会对 Ohuhu Inc.持续经营产生重大不利影响。

（五）德国千岸

2023 年 3 月，德国千岸收到法国税务局的税收付款单，要求德国千岸支付 2021 年 3 月、4 月、5 月、10 月、12 月及 2022 年 2 月、3 月、4 月、9 月、12 月因迟缴增值税产生的滞纳金，合计 12,002.59 欧元。德国千岸已支付前述滞纳金。

2024 年 2 月 1 日，德国千岸收到芬兰税务局的增值税征收通知，要求德国千岸补缴增值税的利息 128 欧元。德国千岸已支付前述款项。

2024 年 5 月 31 日，德国千岸收到芬兰税务局的增值税征收通知，要求德国千岸补缴逾期申报罚金 264.03 欧元，增值税利息 1,039.74 欧元，德国千岸已支付前述款项。

2024 年 7 月 1 日，德国千岸收到汉堡税务局的通知，要求德国千岸补缴增值税利息 2,230 欧元，德国千岸已支付前述款项。

2024 年 12 月 13 日，德国千岸收到意大利税局的通知，要求德国千岸缴纳增值税逾期支付的利息 132.97 欧元和迟缴处罚 12,133.25 欧元，德国千岸已支付前述款项。

2025 年 11 月 4 日，德国千岸收到德国税务局通知，要求德国千岸支付 2021 年年度报告延迟申报所致罚金 2,500.00 欧元，德国千岸已支付前述罚金。

2026 年 1 月 16 日，德国千岸收到意大利税务局通知，要求德国千岸支付与 2021 年度增值税相关的罚款 383.94 欧元。德国千岸已对该费用进行申诉。

根据《德国千岸法律意见书》，上述行为不属于重大违法违规行为，不会对德国千岸持续经营产生影响。

（六）加拿大千岸

2023 年 8 月 4 日，加拿大千岸收到加拿大税务局作出的评估通知书，因加拿大千岸延迟缴纳税款，对其罚款 1,864.12 加拿大元。加拿大千岸已支付前述罚款。

根据《加拿大千岸法律意见书》，前述处罚不属于重大处罚，不会对加拿大千岸持续经营产生影响。

综上，报告期内公司及其子公司所受的处罚均不构成重大违法违规情况，亦不会对公司持续经营产生重大不利影响。

五、 资金占用及资产转移等情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况，不存在固定资产、无形资产等资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业转移的情况，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

六、 同业竞争情况

（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的同业竞争情况

截至本招股说明书签署日，除公司及其合并范围内的子公司外，公司控股股东、实际控制人不存在其他控制的企业，亦未以其他任何形式直接或间接从事与公司相同或相似的业务，不存在同业竞争情况。

（二）关于避免同业竞争的承诺

为避免未来可能出现的同业竞争情况，公司控股股东、实际控制人出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，详见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”。

七、 关联方、关联关系和关联交易情况

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》《北京证券交易所股票上市规则》等相关规定，结合公司具体情况，公司的关联方及关联关系如下：

1、控股股东、实际控制人

截至本招股说明书签署日，公司的控股股东为何定，实际控制人为何定、何文。

何定、何文的具体情况详见本招股说明书之“第四节发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”。

2、除公司控股股东、实际控制人外持有公司 5%以上股份的股东

截至本招股说明书签署日，除何定、何文外，其他持有公司 5%以上股份的其他股东为刘治、王文生、千岸聚新。

刘治、王文生、千岸聚新的具体情况详见本招股说明书之“第四节发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东”。

3、公司控股股东、实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除公司及其合并范围内的子公司外，公司控股股东、实际控制人不

存在控制的其他企业。

4、公司控股子公司

公司子公司的基本情况详见本招股说明书之“第四节 发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”。

5、公司的董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员

公司的董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员的基本情况详见本招股说明书之“第四节 发行人基本情况”之“八、董事、监事/审计委员会委员、高级管理人员情况”。

6、与持股 5%以上自然人股东、董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员关系密切的家庭成员

与公司持股 5%以上自然人股东、董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员关系密切的家庭成员也属于公司的关联方，具体包括其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母。

7、前述关联自然人及其关系密切的家庭成员控制、共同控制、担任董事、高管或施加重大影响的其他法人或其他组织

序号	关联方名称	与发行人的关系
1	深圳市艾伦投资有限公司	持股 5%以上的股东王文生持股 100%
2	广州远思企业管理有限公司	持股 5%以上的股东王文生与其配偶陈一丹合计持股 100%，王文生担任执行董事
3	深圳市海若技术有限公司	持股 5%以上的股东王文生与其配偶陈一丹合计持股 100%，王文生担任法定代表人、董事长，陈一丹担任董事、总经理；董事陈旭红担任董事
4	深圳市海铸实业发展有限公司	深圳市海若技术有限公司持股 48.28%，王文生担任董事
5	深圳市日海通讯设备有限公司	持股 5%以上的股东王文生担任法定代表人、执行董事，王文生控制的深圳市凯文诺投资合伙企业（有限合伙）及王文生弟弟王祝武控制的深圳市创武投资有限公司合计持股 100%
6	新疆易通光股权投资合伙企业（有限合伙）	持股 5%以上的股东王文生为第一大份额持有人，持有 22.48%的合伙份额，董事陈旭红持有 3.47%的合伙份额，彭健（报告期内曾任董事会秘书兼财务总监）持有 3.87%的合伙份额
7	深圳市凯文诺投资合伙企业（有限合伙）	持股 5%以上的股东王文生持有 99.99%的合伙份额
8	深圳市泽丰投资合伙企业（有限合伙）	持股 5%以上的股东王文生弟弟王祝全持有 83%的合伙份额，担任执行事务合伙人
9	深圳妙创医学技术有限公司	持股 5%以上的股东王文生弟弟王祝全持股 0.01%，担任法定代表人、执行董事、总经理，王祝全控制的深圳市泽丰投资合伙企业（有限合伙）持股 99.99%

10	深圳妙创信息技术有限公司	持股 5%以上的股东王文生弟弟王祝全担任法定代表人、执行董事、总经理，深圳妙创医学技术有限公司持股 100%
11	深圳市创武投资有限公司	持股 5%以上的股东王文生弟弟王祝武 100%持股，担任法定代表人、执行董事、总经理
12	深圳市泉启投资合伙企业（有限合伙）	持股 5%以上的股东王文生弟弟王祝武持有 99%的合伙份额，深圳市创武投资有限公司担任执行事务合伙人
13	深圳市格雷斯产业投资合伙企业（有限合伙）	持股 5%以上的股东王文生弟弟王祝武、董事陈旭红分别持有 50%的合伙份额，王祝武担任执行事务合伙人
14	众集投资	持股 5%以上的股东王文生弟弟王祝武的配偶曾小毛持有 99%的合伙份额，深圳市创武投资有限公司担任执行事务合伙人
15	深圳市辉腾尔国际贸易有限公司	持股 5%以上的股东王文生弟弟王祝武的配偶曾小毛持股 99%
16	深圳锐泊科技有限公司	董事陈旭红儿子陈昱庄担任法定代表人、执行董事、总经理，并持股 34%；陈旭红担任监事，王文生控制的深圳市日海通讯设备有限公司持股 66%
17	深圳恒益天泽资本管理有限公司	独立董事朱忠敬持股 53%，担任法定代表人、执行董事、总经理，朱忠敬持股 44.68%的深圳天泽合信投资合伙企业（有限合伙）持股 47%
18	深圳天泽瑞通投资合伙企业（有限合伙）	独立董事朱忠敬控制的深圳恒益天泽资本管理有限公司担任执行事务合伙人
19	深圳恒益天泽成长创新投资合伙企业（有限合伙）	独立董事朱忠敬控制的深圳恒益天泽资本管理有限公司担任执行事务合伙人
20	苏州康瑞通创业投资合伙企业（有限合伙）	独立董事朱忠敬控制的深圳恒益天泽资本管理有限公司担任执行事务合伙人
21	苏州格瑞通股权投资合伙企业（有限合伙）	独立董事朱忠敬担任执行事务合伙人
22	深圳天泽半导体投资合伙企业（有限合伙）	独立董事朱忠敬控制的深圳恒益天泽资本管理有限公司担任执行事务合伙人
23	深圳天泽合信投资合伙企业（有限合伙）	独立董事朱忠敬持股 44.68%，担任执行事务合伙人
24	深圳市卓帆技术有限公司	独立董事朱忠敬担任董事
25	深圳正坛电子有限公司	独立董事朱忠敬配偶林雪莲持股 100%，担任法定代表人、执行董事、经理
26	深圳市永诚实业管理有限公司	独立董事吴永平持股 75%，担任法定代表人、执行董事、总经理
27	深圳市永诚资本管理有限公司	独立董事吴永平持股 50%，担任法定代表人、执行董事，深圳市永诚实业管理有限公司持股 50%
28	海南永诚	深圳市永诚资本管理有限公司担任执行事务合伙人
29	赢合盛乾一号（深圳）投资合伙企业（有限合伙）	深圳市永诚资本管理有限公司持有 4.69%的合伙份额，担任执行事务合伙人
30	深圳市前海永诚资产管理有限公司	独立董事吴永平持股 50%，担任法定代表人、执行董事

31	深圳市永诚壹号投资合伙企业（有限合伙）	深圳市永诚资本管理有限公司担任执行事务合伙人并持有 17%的合伙份额， 深圳市永诚实业管理有限公司持有 51%的合伙份额
32	深圳市永诚贰号投资合伙企业（有限合伙）	深圳市永诚资本管理有限公司担任执行事务合伙人，并与深圳市永信贰号投资合伙企业（有限合伙）、深圳市永信实业投资合伙企业（有限合伙）合计持有 100%的合伙份额
33	深圳市永诚叁号投资合伙企业（有限合伙）	深圳永诚实业管理有限公司 持有 18.89%的合伙份额，王祝武持有 16.67%的合伙份额，深圳市永诚资本管理有限公司持有 1.11%的合伙份额并担任执行事务合伙人
34	深圳市永诚伍号投资合伙企业（有限合伙）	海南永诚持有 64.1656%合伙份额，深圳市永诚叁号投资合伙企业（有限合伙）持有 20.2003%的合伙份额，深圳市永诚资本管理有限公司持有 9.506%的合伙份额并担任执行事务合伙人
35	深圳永诚陆号投资合伙企业（有限合伙）	深圳市永诚资本管理有限公司持有 0.13% 的合伙份额并担任执行事务合伙人
36	深圳市永诚柒号投资合伙企业（有限合伙）	深圳市永诚贰号投资合伙企业（有限合伙）持有 50.62%合伙份额，深圳市永诚资本管理有限公司持有 24%的合伙份额并担任执行事务合伙人
37	深圳永诚	深圳市永诚资本管理有限公司持有 19.63%的合伙份额，担任执行事务合伙人
38	深圳市永诚玖号投资合伙企业（有限合伙）	深圳市永诚贰号投资合伙企业（有限合伙）持有 58.06% 合伙份额，深圳市永诚资本管理有限公司持有 6.45% 合伙份额并担任执行事务合伙人
39	深圳市永诚拾壹号投资合伙企业（有限合伙）	深圳市永诚资本管理有限公司持有 30%的合伙份额并担任执行事务合伙人，深圳永诚陆号投资合伙企业（有限合伙）持有 25%的合伙份额
40	海南永诚拾伍号投资合伙企业（有限合伙）	深圳市永诚叁号投资合伙企业（有限合伙）持有 68.49%的合伙份额，深圳市永诚资本管理有限公司持有 1.37%的合伙份额并担任执行事务合伙人
41	深圳市永信实业投资合伙企业（有限合伙）	海南永诚持有 20.35% 的合伙份额， 深圳永诚壹号投资合伙企业（有限合伙）持有 8.72%的合伙份额 ， 深圳市永诚叁号投资合伙企业（有限合伙）持有 31.40%的合伙份额 ， 深圳永诚陆号投资合伙企业（有限合伙）持有 11.63%的合伙份额 ， 深圳市永诚捌号投资合伙企业（有限合伙）持有 5.81%的合伙份额 ， 深圳市永诚拾壹号投资合伙企业（有限合伙）持有 15.12%的合伙份额 ，深圳市亿信投资实业合伙企业（有限合伙）持有 6.98% 的合伙份额并担任执行事务合伙人
42	深圳市永信贰号投资合伙企业（有限合伙）	独立董事吴永平持有 0.67%的合伙份额并担任执行事务合伙人，海南永诚持有 72.67%的合伙份额，深圳永诚陆号投资合伙企业（有限合伙）持有 26.67%的合伙份额
43	深圳市福泽安泰科技有限公司	独立董事吴永平持有 99%的股份，担任法定代表人、执行董事、总经理
44	义乌市男子汉服饰有限公司	副总经理杨旭峰配偶父母合计持股 100%
45	福建省湃锐投资有限公司	财务总监彭秀清哥哥彭顺杖及与其配偶龚巧美合计

		持股 100%，彭顺杖担任执行董事兼总经理
46	湖北众拓工贸集团有限公司	财务总监彭秀清哥哥彭顺杖担任法定代表人、执行董事兼总经理，福建省湃锐投资有限公司持股 33.34%
47	江西省好旺矿业发展有限公司	财务总监彭秀清哥哥彭顺杖担任董事长，持股 20%
48	江西省众拓石业有限公司	财务总监彭秀清哥哥彭顺杖持股 33.33%
49	罗田众拓石业有限公司	财务总监彭秀清哥哥彭顺杖持股 33.33%
50	麻城杰诚永华石业有限公司	财务总监彭秀清哥哥彭顺杖持股 30%，并曾担任法定代表人、执行董事兼经理
51	深圳市芯泽睿科技有限公司	董事会秘书高娜母亲赵丽华持股 70%，并担任法定代表人、执行董事、总经理
52	深圳市优纳芯科技有限公司	董事会秘书高娜母亲赵丽华持股 99%，并担任法定代表人、执行董事、总经理

8、其他主要关联方

报告期内及在过去十二个月内存在上述情形之一的关联方，或根据实质重于形式的原则认定的其他与发行人有特殊关系，可能或者已经造成发行人对其利益倾斜的其他关联方情况具体如下：

序号	关联方	与发行人的关系
1	康美联	报告期内发行人曾持股 5%，发行人实际控制人何定曾任董事，2020 年 12 月离任
2	肇庆红鹰	康美联全资子公司，报告期内发行人实际控制人何定曾任监事，2025 年 6 月离任
3	香港亚菲	香港千岸持股 50%
4	李丹青	报告期内曾任公司董事
5	李淳	曾任公司董事
6	陈永刚	报告期内曾任公司独立董事
7	龚楚	曾任公司独立董事
8	陈观月	报告期内曾任公司监事
9	艾小波	报告期内曾任公司监事
10	余联智	报告期内曾任公司监事
11	彭健	报告期内曾任公司董事会秘书、财务总监
12	深圳是时创意设计有限公司	李丹青持股 65%，担任法定代表人、执行董事、总经理
13	深圳市是时文化发展有限公司	李丹青持股 100%，担任法定代表人、执行董事、总经理
14	深圳市前海鹏晨投资管理有限公司	李丹青曾持有 50%股份，2022 年 11 月退出
15	深圳市前海鹏晨投资合伙企业（有限合伙）	李丹青持有 24.99%合伙份额，深圳市前海鹏晨投资管理有限公司担任执行事务合伙人
16	深圳市前海鹏晨德润投资合伙企业（有限合伙）	李丹青曾持有 49.75%合伙份额，2022 年 9 月退出，深圳市前海鹏晨投资管理有限公司担任执行事务合伙人

17	嘉兴景泽投资合伙企业（有限合伙）	深圳市前海鹏晨投资管理有限公司担任执行事务合伙人
18	深圳市弘智创盈投资合伙企业（有限合伙）	深圳市前海鹏晨投资管理有限公司担任执行事务合伙人
19	前海鹏晨	李丹青持股 14.50%，深圳市前海鹏晨德润投资合伙企业（有限合伙）担任执行事务合伙人
20	深圳市前海鹏晨盈通投资企业（有限合伙）	李丹青持股 5%，深圳市前海鹏晨德润投资合伙企业（有限合伙）担任执行事务合伙人
21	深圳市电连德睿投资合伙企业（有限合伙）	深圳市前海鹏晨德润投资合伙企业（有限合伙）担任执行事务合伙人
22	深圳市前海鹏晨源拓投资企业（有限合伙）	李丹青持股 16.53%，深圳市前海鹏晨德润投资合伙企业（有限合伙）担任执行事务合伙人
23	深圳市鹏晨瑞智私募股权投资基金合伙企业（有限合伙）	李丹青持股 11.36%，深圳市前海鹏晨德润投资合伙企业（有限合伙）担任执行事务合伙人
24	深圳市前海鹏晨嘉弘投资合伙企业（有限合伙）	李丹青持股 3.62%，深圳市前海鹏晨德润投资合伙企业（有限合伙）担任执行事务合伙人
25	深圳市前海鹏晨讯达私募股权投资合伙企业（有限合伙）	李丹青持股 2.988%，深圳市前海鹏晨德润投资合伙企业（有限合伙）担任执行事务合伙人
26	深圳艾利佳材料科技有限公司	李丹青曾担任董事，2022 年 7 月离任
27	深圳市花好月圆创意文化有限公司	李丹青持股 39%，已于 2024 年 11 月注销
28	深圳市瑞丰光电子股份有限公司	陈永刚担任董事、财务总监
29	深圳市中科创激光技术有限公司	陈永刚担任董事长
30	常州利瑞光电有限公司	陈永刚担任执行董事
31	湖北瑞华光电有限公司	陈永刚担任财务负责人
32	湖北瑞华汽车电子有限公司	陈永刚担任财务负责人
33	武汉瑞思光电科技发展有限公司	陈永刚担任财务负责人
34	深圳课尚教育有限公司	陈永刚的配偶李艳吉担任法定代表人、执行董事、总经理，持股 50%
35	苏州古玉誉恒私募基金管理有限公司	李淳担任法定代表人、执行董事并持股 10%，该公司已于 2024 年 4 月注销
36	航天时代飞鹏有限公司	李淳担任董事
37	深圳市和创共赢投资有限公司	李淳曾经担任董事，2024 年 5 月离任
38	上海牵趣网络科技有限公司	李淳担任董事
39	深圳市品永实业有限公司	龚楚及其配偶苏燕燕合计持股 100%，苏燕燕担任法定代表人、执行董事、总经理
40	深圳市胜华法务有限公司	龚楚配偶苏燕燕 100%控股，担任执行董事、总经理、法定代表人
41	深圳市海科投资有限公司	持股 5%以上的股东王文生与其配偶陈一丹合计持股 100%，2024 年 9 月注销
42	深圳市亿信投资实业合伙企业（有限合伙）	独立董事吴永平曾持股 75%，担任执行事务合伙人，2024 年 9 月退出
43	麻城市众拓石业有限公司	财务总监彭秀清哥哥彭顺杖曾持股 33.33%，2022 年 4 月退出
44	麻城市众旺石业有限公司	财务总监彭秀清哥哥彭顺杖曾持股 33.33%，2022

		年 4 月退出
45	厦门妙创医学技术有限公司	深圳妙创医学技术有限公司持股 99%，已注销
46	苏州泓瑞通股权投资合伙企业（有限合伙）	独立董事朱忠敬控制的深圳恒益天泽资本管理有限公司担任执行事务合伙人，已注销
47	深圳市永诚拾贰号投资合伙企业（有限合伙）	深圳市永诚贰号投资合伙企业（有限合伙）持有 66.67%的合伙份额，深圳市永诚资本管理有限公司持有 33.33%的合伙份额并担任执行事务合伙人，已注销
48	海南永诚拾叁号投资合伙企业（有限合伙）	深圳市永诚贰号投资合伙企业（有限合伙）持有 66.67%的合伙份额，深圳市永诚资本管理有限公司持有 33.33%的合伙份额并担任执行事务合伙人，已注销
49	西藏卓恒企业管理有限公司	独立董事吴永平持有 99%的股份，担任法定代表人、执行董事、总经理，该公司已于 2023 年 8 月注销
50	宁波森光商务信息咨询工作室	独立董事吴永平持有 100%的股份，该公司已于 2022 年 8 月注销
51	山东一点智越信息科技有限公司	独立董事吴永平担任执行董事，该公司已于 2022 年 10 月注销
52	北京一点数娱科技有限公司	独立董事吴永平曾担任执行董事，2024 年 11 月退出
53	深圳兆日科技股份有限公司	独立董事吴永平曾经担任独立董事，2023 年 5 月离任
54	深圳市则成电子股份有限公司	独立董事吴永平曾经担任独立董事，2022 年 7 月离任
55	天津市国瑞数码安全系统股份有限公司	独立董事吴永平曾经担任董事，2024 年 1 月离任
56	日海智能科技股份有限公司	独立董事吴永平曾经担任董事、副董事长，2023 年 8 月离任
57	中山华利实业集团股份有限公司	独立董事方玲玲曾经担任董事会秘书、副总经理，2025 年 12 月 31 日离任

（二）报告期内的关联交易情况

1、经常性关联交易

（1）购销商品、提供和接受劳务的关联交易

1）采购商品和接受劳务的关联交易

单位：万元

关联方名称	2025 年		2024 年		2023 年	
	金额	占营业成本比例	金额	占营业成本比例	金额	占营业成本比例
康美联（及其全资子公司肇庆红鹰）	20,139.73	17.97%	10,326.57	10.56%	6,224.08	7.39%
小计	20,139.73	17.97%	10,326.57	10.56%	6,224.08	7.39%

报告期内，公司主要向关联方康美联（包含其全资子公司肇庆红鹰）采购马克笔等绘画笔及绘

画配套用品。

公司与康美联合作多年，由于康美联向公司供应的产品质量稳定，能够达到公司及消费者对于优质马克笔产品的各项需求，经考核评估后，公司决定进一步与其建立长期、紧密的合作关系，因此于 2020 年对康美联进行投资，持有其 5%股份，康美联及肇庆红鹰相应成为公司关联方，公司为保证产品质量的稳定性而与上述关联方持续深入合作，关联交易具有商业合理性和必要性；上述关联交易价格系遵循有偿公平、双方自愿的原则由双方协商确定，与公司向同类产品供应商采购单价无显著差异，关联交易定价公允。2025 年 5 月，根据公司战略发展需要及优化公司业务结构的安排，经过与康美联实际控制人王毅友好协商，公司将所持康美联 5%股份以人民币 500 万元的价格出售予王毅实际控制的青岛亨得盛企业管理合伙企业（有限合伙）。上述公司持有康美联的股权变更后，公司与康美联的合作不会发生重大变化，公司与康美联仍将保持良好的合作关系。

2) 出售商品和提供劳务的关联交易

单位：万元

关联方名称	2025 年		2024 年		2023 年	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
香港亚菲	146.60	0.07%	197.79	0.12%	205.35	0.15%
小计	146.60	0.07%	197.79	0.12%	205.35	0.15%

报告期内，公司主要向关联方香港亚菲提供亚马逊平台的销售运营服务并收取服务费。

报告期内，公司向香港亚菲提供亚马逊平台运营指导、店铺营销推广、库存管理等服务，按照香港亚菲销售额的 3%计算并收取服务费。上述关联交易价格系遵循有偿公平、双方自愿的原则并参考市场价格，由双方协商确定，关联交易定价公允。

(2) 关键管理人员薪酬

报告期内，发行人关键管理人员的薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2025 年	2024 年	2023 年
关键管理人员薪酬	980.89	779.14	681.22

注：关键管理人员系公司董事、取消监事会前在任监事和高级管理人员。

2、偶发性关联交易

(1) 关联担保

报告期内，发行人及其子公司不存在为关联方提供担保的情况。发行人及其子公司作为被担保方的关联担保情况如下：

担保方	授信/贷款机构/债权人	担保金额	担保期限	报告期末是否履行

				完毕
何定	杭州银行股份有限公司深圳分行	9,000.00 万元	2020.12.25 至 2023.12.24	是
何定、何文、刘治	星展银行（中国）有限公司深圳分行	1,298.00 万美元(或其等值的人民币)	2020.12.11 至 2025.12.10	是，协议已重新签订
何定、何文、刘治	星展银行（中国）有限公司深圳分行	2,420.00 万美元(或其等值的人民币或欧元)	2020.12.11 至 2027.01.03	是，协议已重新签订
何定	招商银行股份有限公司深圳分行	3,000.00 万元	2021.05.12 至 2024.05.27	是
何定	交通银行深圳分行	1,000.00 万元	2022.11.23 至 2024.11.23	是
何定、王艳艳	兴业银行股份有限公司义乌分行	2,500.00 万元	2022.06.13 至 2024.06.13	是
何定	兴业银行股份有限公司义乌分行	9,500.00 万元	2021.11.04 至 2028.12.31	是，主债务提前清偿完毕
何定	招商银行股份有限公司深圳分行	3,000.00 万元	2022.12.23 至 2023.12.22	是
何定、何文、刘治	恒生银行（中国）有限公司深圳分行	2,200.00 万元	2023.11.23 签订，期限以每笔贷款具体期限为准	是
何定	中国银行股份有限公司深圳南头支行	5,100.00 万元	2023.10.08 签订，合同项下债务单独计算保证期间，为该笔债务履行期限届满之日起三年	是
何定	上海浦东发展银行股份有限公司深圳分行	5,000.00 万元	2023.09.12 至 2024.09.12	是
何定	中信银行股份有限公司深圳分行	4,000.00 万元	2023.05.15 至 2024.03.22	是
何定	汇丰银行（中国）有限公司	100.00 万美元（或其等值的人民币）	2024.07.16 至 2025.07.16	是，协议已重新签订
何定	汇丰银行（中国）有限公司深圳分行	3,500.00 万元	2024.07.16 至 2025.07.16	是，协议已重新签订
何定	中信银行股份有限公司深圳分行	10,000.00 万元	2024.12.20 至 2025.11.06	是
何定	招商银行股份有限公司深圳分行	5,000.00 万元	2024.04.16 至授信协议项下债权到期日届满另加三年	是，协议已重新签订（注 1）
何定	中国银行股份有限公司深圳南头支行	5,100.00 万元	2024.12.24 起订，合同项下债务单独计算保证期间，为该笔债务履行期限届满之日起三年	是，协议已重新签订（注 2）
何定、刘	星展银行（中国）有限公司	1,210.00 万美元(或	2025.1.13 签订，担保	否

治、何文	深圳分行	其等值的人民币、欧元、日元、英镑或加拿大元)	主债权覆盖 2024.7.1 至 2030.1.6, 保证期间自合同签署日起至主合同项下债务届满之后三年止	
何定	汇丰银行(中国)有限公司深圳分行	3,500.00 万元	2025.4.25 至 2026.4.24	否
何定	兴业银行股份有限公司义乌分行	5,000.00 万元	2025.10.17 至 2028.12.31	否
何定	兴业银行股份有限公司深圳分行	4,800.00 万元	2025.10.30 至 2026.6.12	否
何定	招商银行股份有限公司深圳分行	3,000.00 万元	2025.7.9 至授信协议项下债权到期日届满另加三年	否
何定	招商银行股份有限公司深圳分行	5,000.00 万元	2025.7.9 至授信协议项下债权到期日届满另加三年	否
何定	中国银行股份有限公司深圳南头支行	5,100.00 万元	2025.8.6 至授信协议项下债权到期日届满另加三年	否

报告期内,为增强发行人融资能力,股东何定、何文、刘治等关联方为公司提供上述关联担保。发行人在获取银行贷款时,由股东等关联方提供担保属于银行的常规要求,具有合理性,不存在损害发行人及股东利益的情形。上述关联担保未收取费用,发行人不存在通过该等关联交易调节收入利润或成本费用情形,不存在利益输送。

(2) 关联股权收购

2023 年 10 月 12 日,香港千岸以股权转让方式取得 Ohuhu Inc.之 100%股权,股权转让方为公司实际控制人何定,转让价格为注册资本 100 美元,公司自此将其纳入合并范围;2023 年 12 月 12 日,香港千岸以股权转让方式取得 THOUSANDSHORES (UK) LTD.之 100%股权,股权转让方为公司实际控制人何定之配偶王艳艳,转让价格为注册资本 1,000 英镑,公司自此将其纳入合并范围。

(3) 关联方业绩对赌补偿

2023 年 7 月,公司收到康美联因未完成业绩对赌产生的投资补偿款 250 万元。

3、关联方应收应付款项

(1) 应收关联方款项

① 期末余额

单位: 万元

单位名称	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	款项性质
	账面金额	账面金额	账面金额	

(1) 应收账款				
香港亚菲	67.97	315.42	366.12	应收服务费及提供代运营服务而产生的款项
小计	67.97	315.42	366.12	
(2) 其他应收款				
香港亚菲	-	-	134.57	代支付推广费
小计	-	-	134.57	

②关联方其他应收款变动金额

单位：万元

关联方名称	2025 年度				
	期初余额	增加额	减少额	汇率变动影响	期末余额
香港亚菲	-	-	-	-	-
合计	-	-	-	-	-

续：

关联方名称	2024 年度				
	期初余额	增加额	减少额	汇率变动影响	期末余额
香港亚菲	134.57	-	134.57	-	-
合计	134.57	-	134.57	-	-

续：

关联方名称	2023 年度				
	期初余额	增加额	减少额	汇率变动影响	期末余额
香港亚菲	57.78	158.33	86.01	4.46	134.57
合计	57.78	158.33	86.01	4.46	134.57

(2) 应付关联方款项

①期末余额

单位：万元

单位名称	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	款项性质
	账面金额	账面金额	账面金额	
(1) 应付账款				
康美联（及其全资子公司肇庆红鹰）	704.56	1,254.65	858.93	应付货款
小计	704.56	1,254.65	858.93	
(2) 其他应付款				

何定	-	-	-	代垫费用
小计	-	-	-	

②关联方其他应付款变动金额

单位：万元

关联方名称	2025 年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额
何定	-	-	-	-
王艳艳	-	-	-	-
合计	-	-	-	-

续：

单位：万元

关联方名称	2024 年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额
何定	-	-	-	-
王艳艳	-	-	-	-
合计	-	-	-	-

续：

关联方名称	2023 年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额
何定	54.45	1.53	55.97	-
王艳艳	-	31.49	31.49	-
合计	54.45	33.01	87.46	-

注：公司与何定资金往来为代垫款，2023 年按 4%年利率计息；2023 年利息 1.53 万元，2023 年偿还资金按利息总和的 20%扣除个税 2.11 万元；王艳艳系何定之配偶，2023 年加拿大千岸向其短期拆借资金并于 5 天内全额归还。

4、关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

公司与关联方发生的关联交易不存在损害公司及其他股东利益的情况，对公司的财务状况和经营成果未产生重大不利影响。

（三）关联交易履行的程序

公司已建立了完善的公司治理制度，制定了《公司章程》《关联交易管理制度》来规范公司的关联方交易，严格遵照相关制度履行必要的决策程序，确保关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

报告期内，公司按照《公司法》《证券法》《公司章程》《关联交易管理制度》等规定履行了

关联交易决策程序及信息披露义务。

发行人于 2024 年 5 月 17 日召开的第二届董事会第四次会议、第二届监事会第二次会议，审议《关于确认 2022 年度、2023 年度关联交易的议案》，因全体董事、全体监事回避表决，直接提交股东大会审议。2024 年 6 月 7 日召开的 2023 年年度股东大会审议通过了《关于确认 2022 年度、2023 年度关联交易的议案》，对发行人 2023 年度关联交易予以确认，其中关联股东何定、何文、刘治、千岸聚新回避表决，其余股东确认发行人 2023 年度发生的关联交易系以市场定价为原则，关联交易价格公允，不存在通过关联交易损害公司利益或股东利益的情形。独立董事就 2023 年度关联交易议案的相关事项发表了同意的独立意见，认为该等关联交易遵循了平等、自愿和有偿原则，交易定价公允、合理，有利于双方获得合理的经济效益，不存在损害公司和全体股东，特别是非关联股东和中小股东利益的情形。

发行人于 2024 年 5 月 17 日召开的第二届董事会第四次会议、第二届监事会第二次会议，2024 年 6 月 7 日召开的 2023 年年度股东大会，审议通过《关于预计 2024 年度日常性关联交易的议案》，关联董事何定、何文、刘治以及关联股东何定、何文、刘治、千岸聚新回避表决。独立董事就该等关联交易事项发表了同意的独立意见。

发行人于 2024 年 11 月 12 日召开的第二届董事会第八次会议，2024 年 11 月 29 日召开的 2024 年第五次临时股东大会，审议通过《关于公司及控股子公司向金融机构申请授信额度暨实际控制人提供关联担保的议案》，该议案涉及关联交易，由关联方为公司提供无偿担保，属于公司单方面受益的情形，根据相关规定，可免于按照关联交易的方式进行审议，故无需回避表决。

发行人于 2025 年 4 月 21 日召开的第二届董事会第十一次会议、第二届监事会第八次会议，2025 年 5 月 12 日召开的 2024 年年度股东大会分别审议通过《关于确认公司董事 2024 年度薪酬及 2025 年度薪酬方案的议案》《关于确认公司监事 2024 年度薪酬及 2025 年度薪酬方案的议案》《关于预计 2025 年日常性关联交易的议案》，相关关联董事、关联监事及关联股东已回避表决，确认发行人 2024 年度发生的关联交易是公允的，遵循按照市场定价的原则，公平合理，不存在损害公司及公司任何其他股东利益的行为。独立董事就该等关联交易事项发表了同意的独立意见。

发行人于 2026 年 2 月 9 日召开的第二届董事会第二十次会议，2026 年 2 月 26 日召开的 2026 年第一次临时股东会会议分别审议通过《关于修订公司在北交所上市后适用的〈关联交易管理制度〉的议案》《关于预计 2026 年日常性关联交易的议案》，相关关联董事、关联股东已回避表决，确认公司预计的 2026 年度日常关联交易属于正常的商业交易行为，依据公平、合理的定价政策，参照市场价格确定关联交易价格，不会损害公司和股东特别是中小股东的利益。独立董事就该等关联交易事项发表了同意的独立意见。

（四）减少和规范关联交易的具体安排

公司根据相关法律法规和《公司章程》的规定，制定了上市后适用的《深圳千岸科技股份有限公司

公司关联交易管理制度》。公司将严格执行《公司章程》、三会议事规则以及相关规定中关于关联交易的规定，减少和规范不必要的关联交易。

公司控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东、董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员已出具了《关于减少及规范关联交易的承诺函》，具体情况详见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”。

八、 其他事项

报告期内，公司不存在需要披露的其他事项。

第七节 财务会计信息

一、 发行人最近三年财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	384,599,658.65	290,131,382.14	164,827,034.68
结算备付金			
拆出资金			
交易性金融资产	1,486,869.00	-	-
衍生金融资产			
应收票据			
应收账款	75,478,813.05	60,364,901.89	51,719,448.62
应收款项融资			
预付款项	7,569,197.90	6,282,926.39	4,717,175.62
应收保费			
应收分保账款			
应收分保合同准备金			
其他应收款	6,898,985.00	1,791,238.56	3,567,283.40
其中：应收利息			
应收股利			
买入返售金融资产			
存货	239,910,088.91	229,690,686.01	168,113,564.38
合同资产			
持有待售资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	38,813,202.54	37,061,842.08	34,376,555.85
流动资产合计	754,756,815.05	625,322,977.07	427,321,062.55
非流动资产：			
发放贷款及垫款			
债权投资			
其他债权投资			
长期应收款			
长期股权投资	10,326,157.84	10,327,322.18	8,946,567.61
其他权益工具投资	-	4,050,127.65	3,256,430.09
其他非流动金融资产			
投资性房地产		-	-
固定资产	106,532,094.98	112,656,545.94	116,419,043.35
在建工程	-	-	1,881,902.75
生产性生物资产			
油气资产			
使用权资产	20,931,710.19	24,343,901.90	36,626,049.95
无形资产	27,671,452.68	28,118,002.08	28,700,751.06
开发支出			

商誉			
长期待摊费用	1,136,645.94	1,796,109.00	2,559,863.92
递延所得税资产	9,819,870.91	13,167,061.66	12,501,344.48
其他非流动资产	1,387,014.11	-	663,836.72
非流动资产合计	177,804,946.65	194,459,070.41	211,555,789.93
资产总计	932,561,761.70	819,782,047.48	638,876,852.48
流动负债：			
短期借款	45,120,482.71	105,383,110.42	59,666,959.24
向中央银行借款			
拆入资金			
交易性金融负债	-	3,379,829.98	237,225.00
衍生金融负债			
应付票据			
应付账款	44,323,781.44	73,349,530.52	59,477,432.84
预收款项	4,215,716.86	6,100,321.84	5,341,668.49
合同负债	15,641,267.84	11,305,127.46	5,276,389.96
卖出回购金融资产款			
吸收存款及同业存放			
代理买卖证券款			
代理承销证券款			
应付职工薪酬	24,067,022.51	20,020,004.98	16,088,390.93
应交税费	41,000,614.05	31,624,354.84	23,656,651.25
其他应付款	21,324,079.83	21,822,741.24	13,008,249.37
其中：应付利息			
应付股利			
应付手续费及佣金			
应付分保账款			
持有待售负债			
一年内到期的非流动负债	10,921,259.61	9,399,555.03	36,661,298.14
其他流动负债			
流动负债合计	206,614,224.85	282,384,576.31	219,414,265.22
非流动负债：			
保险合同准备金			
长期借款	-	-	16,262,693.00
应付债券			
其中：优先股			
永续债			
租赁负债	11,509,500.09	17,052,784.05	29,392,728.12
长期应付款			
长期应付职工薪酬			
预计负债	7,143,644.40	5,553,869.40	6,268,319.78
递延收益	17,106,297.50	18,179,167.50	19,152,037.50
递延所得税负债			
其他非流动负债		-	-
非流动负债合计	35,759,441.99	40,785,820.95	71,075,778.40
负债合计	242,373,666.84	323,170,397.26	290,490,043.62
所有者权益（或股东权益）：			
股本	72,750,000.00	72,750,000.00	72,750,000.00
其他权益工具			

其中：优先股			
永续债			
资本公积	79,637,798.80	74,646,071.31	71,715,185.79
减：库存股		-	-
其他综合收益	3,400,378.26	4,774,288.08	3,667,151.64
专项储备			
盈余公积	36,375,000.00	32,007,862.31	21,976,457.85
一般风险准备			
未分配利润	498,024,917.80	312,433,428.52	178,278,013.58
归属于母公司所有者权益合计	690,188,094.86	496,611,650.22	348,386,808.86
少数股东权益			
所有者权益合计	690,188,094.86	496,611,650.22	348,386,808.86
负债和所有者权益总计	932,561,761.70	819,782,047.48	638,876,852.48

法定代表人：何定

主管会计工作负责人：彭秀清

会计机构负责人：彭秀清

（二） 母公司资产负债表

√适用□不适用

单位：元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	126,508,015.10	3,827,584.16	25,708,522.98
交易性金融资产			
衍生金融资产			
应收票据			
应收账款	332,859,947.24	274,742,796.67	185,514,357.92
应收款项融资			
预付款项	3,120,162.55	992,531.04	632,355.57
其他应收款	106,304,832.32	107,938,755.86	80,532,607.26
其中：应收利息			
应收股利			
买入返售金融资产			
存货	-	-	818,548.61
合同资产			
持有待售资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	833,237.78	927,633.70	671,251.12
流动资产合计	569,626,194.99	388,429,301.43	293,877,643.46
非流动资产：			
债权投资			
其他债权投资			
长期应收款			
长期股权投资	38,925,428.45	36,925,428.45	36,925,428.45
其他权益工具投资	-	4,050,127.65	3,256,430.09
其他非流动金融资产			
投资性房地产			
固定资产	2,952,879.34	2,277,823.56	1,416,389.90
在建工程			
生产性生物资产			

油气资产			
使用权资产	4,766,638.72	9,533,277.45	14,299,916.25
无形资产	430,561.64	276,209.12	258,056.18
开发支出			
商誉			
长期待摊费用	954,585.63	1,732,774.11	2,556,725.79
递延所得税资产	2,819,143.19	3,119,745.42	3,468,641.64
其他非流动资产	19,300.00	-	-
非流动资产合计	50,868,536.97	57,915,385.76	62,181,588.30
资产总计	620,494,731.96	446,344,687.19	356,059,231.76
流动负债：			
短期借款	12,009,166.67	6,004,666.67	3,015,079.17
交易性金融负债			
衍生金融负债			
应付票据			
应付账款	105,078.80	246,795.28	4,061,674.71
预收款项			
卖出回购金融资产款			
应付职工薪酬	15,571,475.71	13,220,429.99	10,872,499.61
应交税费	16,388,643.85	9,052,387.60	6,501,527.74
其他应付款	7,430,931.36	4,640,323.25	6,028,580.67
其中：应付利息			
应付股利			
合同负债	9,433,544.67	-	830,383.26
持有待售负债			
一年内到期的非流动负债	5,580,249.21	5,074,756.56	14,016,115.10
其他流动负债			
流动负债合计	66,519,090.27	38,239,359.35	45,325,860.26
非流动负债：			
长期借款		-	-
应付债券			
其中：优先股			
永续债			
租赁负债		6,101,615.20	11,676,361.86
长期应付款			
长期应付职工薪酬			
预计负债			
递延收益	17,106,297.50	18,079,167.50	19,052,037.50
递延所得税负债			
其他非流动负债		-	-
非流动负债合计	17,106,297.50	24,180,782.70	30,728,399.36
负债合计	83,625,387.77	62,420,142.05	76,054,259.62
所有者权益：			
股本	72,750,000.00	72,750,000.00	72,750,000.00
其他权益工具			
其中：优先股			
永续债			
资本公积	79,637,798.80	74,646,071.31	71,715,185.79
减：库存股		-	-

其他综合收益	-	-382,391.49	-1,057,034.42
专项储备			
盈余公积	36,375,000.00	32,007,862.31	21,976,457.85
一般风险准备			
未分配利润	348,106,545.39	204,903,003.01	114,620,362.92
所有者权益合计	536,869,344.19	383,924,545.14	280,004,972.14
负债和所有者权益合计	620,494,731.96	446,344,687.19	356,059,231.76

(三) 合并利润表

单位：元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
一、营业总收入	1,980,922,681.19	1,667,143,900.91	1,399,856,798.16
其中：营业收入	1,980,922,681.19	1,667,143,900.91	1,399,856,798.16
利息收入			
已赚保费			
手续费及佣金收入			
二、营业总成本	1,718,518,300.90	1,493,353,014.66	1,281,292,874.96
其中：营业成本	1,120,753,376.14	977,702,158.66	841,804,619.50
利息支出			
手续费及佣金支出			
退保金			
赔付支出净额			
提取保险责任准备金净额			
保单红利支出			
分保费用			
税金及附加	2,099,518.55	2,181,148.60	1,369,177.52
销售费用	492,332,639.08	420,215,301.23	370,279,189.93
管理费用	73,955,932.88	64,435,285.21	49,144,310.45
研发费用	30,984,066.45	26,719,010.73	20,075,220.14
财务费用	-1,607,232.20	2,100,110.23	-1,379,642.58
其中：利息费用	3,111,070.25	5,193,160.76	6,883,837.78
利息收入	5,710,805.20	4,021,215.15	2,055,269.86
加：其他收益	2,650,723.32	3,585,246.48	4,416,816.96
投资收益（损失以“-”号填列）	3,008,763.85	4,407,543.59	1,661,252.65
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	231,574.20	1,234,798.33	1,072,999.57
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）			
汇兑收益（损失以“-”号填列）			
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）			
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	4,087,523.16	-4,847,477.19	-237,225.00
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-974,957.32	-281,002.75	-1,340,082.18
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-5,742,157.50	-6,453,065.70	-8,428,629.76
资产处置收益（损失以“-”号填列）	36,168.68	151,639.01	36,154.50

列)			
三、营业利润（亏损以“－”号填列）	265,470,444.48	170,353,769.69	114,672,210.37
加：营业外收入	101,257.35	113,665.60	2,696,783.44
减：营业外支出	1,010,898.57	543,901.87	1,374,793.94
四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	264,560,803.26	169,923,533.42	115,994,199.87
减：所得税费用	45,054,176.30	25,736,714.02	19,568,155.60
五、净利润（净亏损以“－”号填列）	219,506,626.96	144,186,819.40	96,426,044.27
其中：被合并方在合并前实现的净利润			
（一）按经营持续性分类：			
1. 持续经营净利润（净亏损以“－”号填列）	219,506,626.96	144,186,819.40	96,426,044.27
2. 终止经营净利润（净亏损以“－”号填列）			
（二）按所有权归属分类：			
1. 少数股东损益（净亏损以“－”号填列）			
2. 归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“－”号填列）	219,506,626.96	144,186,819.40	96,426,044.27
六、其他综合收益的税后净额	-948,909.82	1,107,136.44	3,124,788.05
（一）归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-948,909.82	1,107,136.44	3,124,788.05
1. 不能重分类进损益的其他综合收益	807,391.49	674,642.93	548,401.72
（1）重新计量设定受益计划变动额			-
（2）权益法下不能转损益的其他综合收益			-
（3）其他权益工具投资公允价值变动	807,391.49	674,642.93	548,401.72
（4）企业自身信用风险公允价值变动		-	-
（5）其他			
2. 将重分类进损益的其他综合收益	-1,756,301.31	432,493.51	2,576,386.33
（1）权益法下可转损益的其他综合收益		-	-
（2）其他债权投资公允价值变动		-	-
（3）金融资产重分类计入其他综合收益的金额		-	-
（4）其他债权投资信用减值准备		-	-
（5）现金流量套期储备		-	-
（6）外币财务报表折算差额	-1,756,301.31	432,493.51	2,576,386.33
（7）其他			
（二）归属于少数股东的其他综合收益的税后净额			-
七、综合收益总额	218,557,717.14	145,293,955.84	99,550,832.32
（一）归属于母公司所有者的综合收益总额	218,557,717.14	145,293,955.84	99,550,832.32
（二）归属于少数股东的综合收益总额			
八、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）	3.02	1.98	1.33

(二) 稀释每股收益 (元/股)	3.02	1.98	1.33
法定代表人: 何定	主管会计工作负责人: 彭秀清	会计机构负责人: 彭秀清	

(四) 母公司利润表

√适用□不适用

单位: 元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
一、营业收入	314,963,413.20	207,307,826.41	138,881,159.81
减: 营业成本	1,568,531.08	2,096,974.07	2,684,714.65
税金及附加	99,634.92	76,288.08	50,591.01
销售费用	42,632,576.83	34,465,068.31	28,637,966.43
管理费用	42,462,816.97	34,860,592.42	26,114,580.94
研发费用	26,989,126.21	24,447,540.31	19,037,011.04
财务费用	-1,082,408.95	592,937.13	-394,025.11
其中: 利息费用	714,934.53	-	2,507,342.20
利息收入	829,498.04	-	-1,394,377.56
加: 其他收益	2,115,542.94	2,643,972.11	3,604,765.55
投资收益 (损失以“-”号填列)	1,062,287.21	1,082,976.27	34,407,575.58
其中: 对联营企业和合营企业的投资收益			
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益 (损失以“-”号填列)			
汇兑收益 (损失以“-”号填列)			
净敞口套期收益 (损失以“-”号填列)			
公允价值变动收益 (损失以“-”号填列)	-515,645.47	-31,247.01	-
信用减值损失 (损失以“-”号填列)	-247,193.19	242,361.96	-546,876.28
资产减值损失 (损失以“-”号填列)			
资产处置收益 (损失以“-”号填列)	55,932.74	33,924.57	69,720.99
二、营业利润 (亏损以“-”号填列)	204,764,060.37	114,740,413.99	100,285,506.69
加: 营业外收入	6,290.00	-	2,500,000.00
减: 营业外支出	11,906.02	13,501.74	326,083.13
三、利润总额 (亏损总额以“-”号填列)	204,758,444.35	114,726,912.25	102,459,423.56
减: 所得税费用	27,639,764.29	14,412,867.70	8,052,078.91
四、净利润 (净亏损以“-”号填列)	177,118,680.06	100,314,044.55	94,407,344.65
(一) 持续经营净利润 (净亏损以“-”号填列)	177,118,680.06	100,314,044.55	94,407,344.65
(二) 终止经营净利润 (净亏损以“-”号填列)			
五、其他综合收益的税后净额	807,391.49	674,642.93	548,401.72
(一) 不能重分类进损益的其他综合收益	807,391.49	674,642.93	548,401.72
1. 重新计量设定受益计划变动额			

2. 权益法下不能转损益的其他综合收益			
3. 其他权益工具投资公允价值变动	807,391.49	674,642.93	548,401.72
4. 企业自身信用风险公允价值变动			
5. 其他			
(二)将重分类进损益的其他综合收益			
1. 权益法下可转损益的其他综合收益			
2. 其他债权投资公允价值变动			
3. 金融资产重分类计入其他综合收益的金额			
4. 其他债权投资信用减值准备			
5. 现金流量套期储备			
6. 外币财务报表折算差额			
7. 其他			
六、综合收益总额	177,926,071.55	100,988,687.48	94,955,746.37
七、每股收益：			
(一) 基本每股收益（元/股）			
(二) 稀释每股收益（元/股）			

(五) 合并现金流量表

单位：元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务现金	1,331,518,994.38	1,055,893,365.16	849,139,062.22
客户存款和同业存放款项净增加额			
向中央银行借款净增加额			
收到原保险合同保费取得的现金			
收到再保险业务现金净额			
保户储金及投资款净增加额			
收取利息、手续费及佣金的现金			
拆入资金净增加额			
回购业务资金净增加额			
代理买卖证券收到的现金净额			
收到的税费返还	85,326,821.65	70,490,840.64	57,607,645.99
收到其他与经营活动有关的现金	13,685,743.75	11,568,135.95	16,863,036.23
经营活动现金流入小计	1,430,531,559.78	1,137,952,341.75	923,609,744.44
购买商品、接受劳务支付的现金	865,929,354.98	733,268,757.23	563,308,330.21
客户贷款及垫款净增加额			
存放中央银行和同业款项净增加额			
支付原保险合同赔付款项的现金			
拆出资金净增加额			
支付利息、手续费及佣金的现金			
支付保单红利的现金			
支付给职工以及为职工支付的现金	117,198,726.46	98,009,401.76	78,122,960.27
支付的各项税费	105,883,615.36	73,486,541.59	36,828,339.02
支付其他与经营活动有关的现金	111,702,075.51	61,312,714.06	38,143,668.52
经营活动现金流出小计	1,200,713,772.31	966,077,414.64	716,403,298.02
经营活动产生的现金流量净额	229,817,787.47	171,874,927.11	207,206,446.42

二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	85,000,000.00	-	-
取得投资收益收到的现金	3,008,763.85	1,321,916.81	11,171,953.08
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	113,039.15	69,662.86	129,902.63
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		-	
收到其他与投资活动有关的现金		-	2,500,000.00
投资活动现金流入小计	88,121,803.00	1,391,579.67	13,801,855.71
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	15,432,869.12	7,500,327.16	37,309,288.52
投资支付的现金	80,778,011.48	-	-
质押贷款净增加额			
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		-	
支付其他与投资活动有关的现金		-	
投资活动现金流出小计	96,210,880.60	7,500,327.16	37,309,288.52
投资活动产生的现金流量净额	-8,089,077.60	-6,108,747.49	-23,507,432.81
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金			
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金			
取得借款收到的现金	24,760,795.68	97,877,153.25	80,487,397.85
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计	24,760,795.68	97,877,153.25	80,487,397.85
偿还债务支付的现金	114,787,737.06	124,362,071.82	213,188,759.36
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	31,990,851.88	3,536,061.75	40,097,678.83
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润			
支付其他与筹资活动有关的现金	13,006,590.85	12,616,171.34	21,324,548.38
筹资活动现金流出小计	159,785,179.79	140,514,304.91	274,610,986.57
筹资活动产生的现金流量净额	-135,024,384.11	-42,637,151.66	-194,123,588.72
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	2,496,343.44	2,256,959.82	1,507,198.04
五、现金及现金等价物净增加额	89,200,669.20	125,385,987.78	-8,917,377.07
加：期初现金及现金等价物余额	284,188,695.48	158,802,707.70	167,720,084.77
六、期末现金及现金等价物余额	373,389,364.68	284,188,695.48	158,802,707.70

法定代表人：何定

主管会计工作负责人：彭秀清

会计机构负责人：彭秀清

（六） 母公司现金流量表

√适用□不适用

单位：元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	267,007,683.75	117,692,368.13	72,420,359.40
收到的税费返还	-	747,522.83	45,387.55
收到其他与经营活动有关的现金	6,122,901.89	2,592,516.52	4,308,321.01

经营活动现金流入小计	273,130,585.64	121,032,407.48	76,774,067.96
购买商品、接受劳务支付的现金	1,846,463.36	5,165,244.54	2,138,941.02
支付给职工以及为职工支付的现金	75,076,804.89	62,365,258.82	47,145,739.03
支付的各项税费	20,760,840.31	11,922,309.23	1,505,655.64
支付其他与经营活动有关的现金	25,457,394.71	49,966,778.07	55,226,863.16
经营活动现金流出小计	123,141,503.27	129,419,590.66	106,017,198.85
经营活动产生的现金流量净额	149,989,082.37	-8,387,183.18	-29,243,130.89
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	5,000,000.00	-	-
取得投资收益收到的现金	1,062,287.21	1,051,729.26	34,407,575.58
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	92,256.15	72,188.34	112,230.06
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	2,500,000.00
投资活动现金流入小计	6,154,543.36	1,123,917.60	37,019,805.64
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,811,645.78	1,837,911.77	958,926.23
投资支付的现金	2,515,645.47	-	1,370,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			
支付其他与投资活动有关的现金		-	-
投资活动现金流出小计	4,327,291.25	1,837,911.77	2,328,926.23
投资活动产生的现金流量净额	1,827,252.11	-713,994.17	34,690,879.41
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金			
取得借款收到的现金	12,000,000.00	6,210,291.66	3,000,000.00
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计	12,000,000.00	6,210,291.66	3,000,000.00
偿还债务支付的现金	6,000,000.00	12,642,859.16	46,600,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	30,258,299.96	531,390.81	35,829,124.47
支付其他与筹资活动有关的现金	6,021,257.11	5,775,945.84	15,542,316.45
筹资活动现金流出小计	42,279,557.07	18,950,195.81	97,971,440.92
筹资活动产生的现金流量净额	-30,279,557.07	-12,739,904.15	-94,971,440.92
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	1,149,984.67	-30,006.59	-568,060.86
五、现金及现金等价物净增加额	122,686,762.08	-21,871,088.09	-90,091,753.26
加：期初现金及现金等价物余额	3,817,534.72	25,698,473.54	115,790,226.80
六、期末现金及现金等价物余额	126,504,296.80	3,827,385.45	25,698,473.54

二、 审计意见

2025 年度	是否审计√是 □否
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	容诚审字[2026]518Z0471 号
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢 10 层 1001-1 至 1001-26

审计报告日期	2026 年 3 月 17 日
注册会计师姓名	杨运辉、刘海曼、李亚慧
2024 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	容诚审字[2025]518Z0991 号
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢 10 层 1001-1 至 1001-26
审计报告日期	2025 年 4 月 21 日
注册会计师姓名	杨运辉、刘海曼、李亚慧
2023 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	容诚审字[2024]518Z0528 号
审计机构名称	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢 10 层 1001-1 至 1001-26
审计报告日期	2024 年 6 月 7 日
注册会计师姓名	杨运辉、郭跃烽、李桐

三、 财务报表的编制基准及合并财务报表范围

（一） 财务报表的编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照企业会计准则及其应用指南和准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。此外，本公司还按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定（2023 年修订）》披露有关财务信息。

（二） 合并财务报表范围及变化情况

1、新设立子公司

公司名称	股权取得方式	设立时间	注册资本	出资比例
싸우전드쇼어스이커머스 주식회사(Thousand shores E-commerce Co., Ltd.)	新设	2024 年 4 月 30 日	1 亿韩元	100.00%
EBRIDGEBUSINESS SSPTE.LTD.	新设	2024 年 8 月 8 日	20 万新加坡元	100.00%
义乌亿桥物业服务 有限公司	新设	2023 年 3 月 8 日	50 万元	100.00%

注：上海千岸科技有限公司注册资本于 2025 年 2 月 27 日增加至 300 万元。

2、同一控制下企业合并

被合并方名称	企业合并中取得的权益比例	构成同一控制下企业合并的依据	合并日	合并日的确定依据
THOUSANDSHORES (UK) LTD.	100.00%	合并日前后受同一控制方控制	2023/12/12	控制权发生实质性改变
Ohuhu Inc.	100.00%	合并日前后受同一控制方控制	2023/10/12	控制权发生实质性改变

THOUSANDSHORES (UK) LTD.由王艳艳（公司实际控制人之一何定的配偶）于2022年5月27日设立，2023年12月12日公司之子公司香港千岸与王艳艳签订《股权转让协议书》，约定王艳艳向香港千岸转让其持有的THOUSANDSHORES (UK) LTD.100%股权。

Ohuhu Inc.由何定（公司实际控制人之一）于2023年5月16日设立，2023年10月12日公司之子公司香港千岸与何定签订《股权转让协议书》，约定何定向香港千岸转让其持有的 Ohuhu Inc.100%股权。

四、 会计政策、估计

（一） 会计政策和会计估计

具体会计政策和会计估计提示：

√适用 □不适用

本公司根据实际生产经营特点制定的具体会计政策和会计估计包括金融工具减值、存货跌价准备的计提、固定资产折旧、无形资产摊销、收入确认时点等。

1. 金融工具

√适用 □不适用

金融工具，是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。

（1）金融工具的确认和终止确认

当本公司成为金融工具合同的一方时，确认相关的金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的，终止确认：

- ①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；
- ②该金融资产已转移，且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。本公司（借入方）与借出方之间签订协议，以承担新金融负债方式替换原金融负债，且新金融负债与原金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认原金融负债，并同时确认新金融负债。本公司对原金融负债（或其一部分）的合同条款作出实质性修改的，应当终止原金融负债，同时按照修改后

的条款确认一项新的金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。常规方式买卖金融资产，是指按照合同条款规定，在法规或市场惯例所确定的时间安排来交付金融资产。交易日，是指本公司承诺买入或卖出金融资产的日期。

（2）金融资产的分类与计量

本公司在初始确认时根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。除非本公司改变管理金融资产的业务模式，在此情形下，所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，否则金融资产在初始确认后不得进行重分类。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。因销售商品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收票据及应收账款，本公司则按照收入准则定义的交易价格进行初始计量。

金融资产的后续计量取决于其分类：

①以摊余成本计量的金融资产

金融资产同时符合下列条件的，分类为以摊余成本计量的金融资产：本公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其终止确认、按实际利率法摊销或减值产生的利得或损失，均计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

金融资产同时符合下列条件的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：本公司管理该金融资产的业务模式是既以收取合同现金流量为目标又以出售金融资产为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量。除减值损失或利得及汇兑损益确认为当期损益外，此类金融资产的公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入当期损益。但是采用实际利率法计算的该金融资产的相关利息收入计入当期损益。

本公司不可撤销地选择将部分非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，仅将相关股利收入计入当期损益，公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入留存收益。

③以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

上述以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，所有公允价值变动计入当期损益。

（3）金融负债的分类与计量

本公司将金融负债分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、低于市场利率贷款的贷款承诺及财务担保合同负债及以摊余成本计量的金融负债。

金融负债的后续计量取决于其分类：

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

该类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。初始确认后，对于该类金融负债以公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，产生的利得或损失（包括利息费用）计入当期损益。但本公司对指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，由其自身信用风险变动引起的该金融负债公允价值的变动金额计入其他综合收益，当该金融负债终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得和损失应当从其他综合收益中转出，计入留存收益。

②贷款承诺及财务担保合同负债

贷款承诺是本公司向客户提供的一项在承诺期间内以既定的合同条款向客户发放贷款的承诺。贷款承诺按照预期信用损失模型计提减值损失。

财务担保合同指，当特定债务人到期不能按照最初或修改后的债务工具条款偿付债务时，要求本公司向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。财务担保合同负债以按照依据金融工具的减值原则所确定的损失准备金额以及初始确认金额扣除按收入确认原则确定的累计摊销额后的余额孰高进行后续计量。

③以摊余成本计量的金融负债

初始确认后，对其他金融负债采用实际利率法以摊余成本计量。

除特殊情况外，金融负债与权益工具按照下列原则进行区分：

①如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。有些金融工具虽然没有明确地包含交付现金或其他金融资产义务的条款和条件，但有可能通过其他条款和条件间接地形成合同义务。

②如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本

公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是发行方的金融负债；如果是后者，该工具是发行方的权益工具。在某些情况下，一项金融工具合同规定本公司须用或可用自身权益工具结算该金融工具，其中合同权利或合同义务的金额等于可获取或需交付的自身权益工具的数量乘以其结算时的公允价值，则无论该合同权利或合同义务的金额是固定的，还是完全或部分地基于除本公司自身权益工具的市场价格以外变量（例如利率、某种商品的价格或某项金融工具的价格）的变动而变动，该合同分类为金融负债。

（4）衍生金融工具及嵌入衍生工具

衍生金融工具以衍生交易合同签订当日的公允价值进行初始计量，并以其公允价值进行后续计量。公允价值为正数的衍生金融工具确认为一项资产，公允价值为负数的确认为一项负债。

除现金流量套期中属于套期有效的部分计入其他综合收益并于被套期项目影响损益时转出计入当期损益之外，衍生工具公允价值变动而产生的利得或损失，直接计入当期损益。

对包含嵌入衍生工具的混合工具，如主合同为金融资产的，混合工具作为一个整体适用金融资产分类的相关规定。如主合同并非金融资产，且该混合工具不是以公允价值计量且其变动计入当期损益进行会计处理，嵌入衍生工具与该主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，且与嵌入衍生工具条件相同、单独存在的工具符合衍生工具定义的，嵌入衍生工具从混合工具中分拆，作为单独的衍生金融工具处理。如果该嵌入衍生工具在取得日或后续资产负债表日的公允价值无法单独计量，则将混合工具整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

（5）金融工具减值

本公司对于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资、合同资产、租赁应收款、贷款承诺及财务担保合同等，以预期信用损失为基础确认损失准备。

①预期信用损失的计量

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于本公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。

未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融工具的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

于每个资产负债表日，本公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，本公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

本公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

对于应收票据、应收账款、应收款项融资及合同资产，无论是否存在重大融资成分，本公司均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

A. 应收款项/合同资产

对于存在客观证据表明存在减值，以及其他适用于单项评估的应收票据、应收账款，其他应收款、应收款项融资、合同资产及长期应收款等单独进行减值测试，确认预期信用损失，计提单项减值准备。对于不存在减值客观证据的应收票据、应收账款、其他应收款、应收款项融资、合同资产及长期应收款或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征将应收票据、应收账款、其他应收款、应收款项融资、合同资产及长期应收款等划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

a. 应收账款确定组合的依据如下：

对于不含重大融资成分的应收款项和合同资产，本公司按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

对于包含重大融资成分的应收款项、合同资产和租赁应收款，本公司选择始终按照相当于存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

除了单项评估信用风险的应收账款和合同资产外，基于其信用风险特征，将其划分为不同组合：

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款-合并范围内关联方组合	合并范围内关联方往来	根据预期信用损失测算，信用风险极低，不计提预期信用损失，除非关联方无偿还能力
应收账款-账龄组合	具有类似信用风险特征，且与其他组合的风险特征不同	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失

b. 其他应收款确定组合的依据如下：

本公司依据其他应收款信用风险自初始确认后是否已经显著增加，采用相当于未来 12 个月内或整个存续期的预期信用损失的金额计量减值损失。除了单项评估信用风险的其他应收款外，基于其信用风险特征，将其划分为不同组合：

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款-合并范围内关联方组合	合并范围内关联方往来款项	根据预期信用损失测算，信用风险极低，不计提预期信用损失，除非关联方无偿还能力
其他应收款-账龄组合	日常经营中应收取的各类往来款项，具有类似信用风险特征	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，计算预期信用损失
其他应收款-应收退税款组合	根据税收法律法规应收的退税款项	根据预期信用损失测算，信用风险极低，不计提预期信用损失

c.本公司基于账龄确认信用风险特征组合的账龄计算方法：

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1 年以内	5%	5%
1-2 年	10%	10%
2-3 年	30%	30%
3-4 年	50%	50%
4-5 年	80%	80%
5 年以上	100%	100%

B.债权投资、其他债权投资

对于债权投资和其他债权投资，本公司按照投资的性质，根据交易对手和风险敞口的各种类型，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

②具有较低的信用风险

如果金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即便较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，该金融工具被视为具有较低的信用风险。

③信用风险显著增加

本公司通过比较金融工具在资产负债表日所确定的预计存续期内的违约概率与在初始确认时所确定的预计存续期内的违约概率，以确定金融工具预计存续期内发生违约概率的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，本公司考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。本公司考虑的信息包括：

A.信用风险变化所导致的内部价格指标是否发生显著变化；

B.预期将导致债务人履行其偿债义务的能力是否发生显著变化的业务、财务或经济状况的不利变化；

C.债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化；债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化；

D.作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量是否发生显著变化。这些变化预期将降低债务人按合同规定期限还款的经济动机或者影响违约概率；

E.预期将降低债务人按合同约定期限还款的经济动机是否发生显著变化；

F.借款合同的预期变更，包括预计违反合同的行为是否可能导致的合同义务的免除或修订、给予免息期、利率跳升、要求追加抵押品或担保或者对金融工具的合同框架做出其他变更；

G.债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；

H.合同付款是否发生逾期超过（含）30日。

根据金融工具的性质，本公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估信用风险是否显著增加。以金融工具组合为基础进行评估时，本公司可基于共同信用风险特征对金融工具进行分类，例如逾期信息和信用风险评级。

通常情况下，如果逾期超过30日，本公司确定金融工具的信用风险已经显著增加。除非本公司无需付出过多成本或努力即可获得合理且有依据的信息，证明虽然超过合同约定的付款期限30天，但信用风险自初始确认以来并未显著增加。

④已发生信用减值的金融资产

本公司在资产负债表日评估以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资是否已发生信用减值。当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

发行方或债务人发生重大财务困难；债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；债务人很可能破产或进行其他财务重组；发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失；以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

⑤预期信用损失准备的列报

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允

价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，本公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

⑥核销

如果本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。这种情况通常发生在本公司确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以偿还将被减记的金额。

已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

（6）金融资产转移

金融资产转移是指下列两种情形：

A.将收取金融资产现金流量的合同权利转移给另一方；

B.将金融资产整体或部分转移给另一方，但保留收取金融资产现金流量的合同权利，并承担将收取的现金流量支付给一个或多个收款方的合同义务。

①终止确认所转移的金融资产

已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，或既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，但放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产。

在判断是否已放弃对所转移金融资产的控制时，根据转入方出售该金融资产的实际能力。转入方能够单方面将转移的金融资产整体出售给不相关的第三方，且没有额外条件对此项出售加以限制的，则公司已放弃对该金融资产的控制。

本公司在判断金融资产转移是否满足金融资产终止确认条件时，注重金融资产转移的实质。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

A.所转移金融资产的账面价值；

B.因转移而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对于终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为根据《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》第十八条分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分（在此种情况下，所保留的服务资产视同继续确认金融资产的一部分）之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

A.终止确认部分在终止确认日的账面价值；

B.终止确认部分的对价，与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的

金额（涉及转移的金融资产为根据《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》第十八条分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产的情形）之和。

②继续涉入所转移的金融资产

既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，且未放弃对该金融资产控制的，应当按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

继续涉入所转移金融资产的程度，是指企业承担的被转移金融资产价值变动风险或报酬的程度。

③继续确认所转移的金融资产

仍保留与所转移金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，应当继续确认所转移金融资产整体，并将收到的对价确认为一项金融负债。

该金融资产与确认的相关金融负债不得相互抵销。在随后的会计期间，企业应当继续确认该金融资产产生的收入（或利得）和该金融负债产生的费用（或损失）。

（7）金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债应当在资产负债表内分别列示，不得相互抵销。但同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，转出方不得将已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

公司与可比公司的信用减值损失比例及确定依据

本公司采用预期信用损失模型对金融工具的减值进行评估，应用预期信用损失模型需要做出重大判断和估计，需考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。在做出该等判断和估计时，根据历史数据结合经济政策、宏观经济指标、行业风险、外部市场环境、技术环境、客户情况的变化等因素推断债务人信用风险的预期变动。

同行业可比公司根据企业实际情况确定预期信用损失率，与公司对比如下：

公司名称	预期信用损失率					
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
赛维时代	5%	20%	50%	100%	100%	100%
致欧科技	5%	10%	未披露	未披露	未披露	未披露
三态股份	5%	10%	20%	50%	80%	100%
千岸科技	5%	10%	30%	50%	80%	100%

注：同行业可比公司数据来源于年报、招股说明书等公开资料。

2. 存货

√适用 □不适用

(1) 存货的分类

存货是指本公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品，包括库存商品、在途商品、发出商品等。

(2) 发出存货的计价方法

本公司存货发出时采用加权平均法计价。

(3) 存货的盘存制度

本公司存货采用永续盘存制，每年至少盘点一次，盘盈及盘亏金额计入当年度损益。

(4) 存货跌价准备的确认标准和计提方法

资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

①产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

②本公司一般按单个存货项目计提存货跌价准备；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。

③资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。

3. 固定资产

√适用 □不适用

(1) 固定资产确认条件

固定资产在同时满足下列条件时，按取得时的实际成本予以确认：

①与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业。

②该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产发生的后续支出，符合固定资产确认条件的计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的在发生时计入当期损益。

(2) 固定资产分类及折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	3-20	0-5	4.75-33.33
机器设备	年限平均法	3-5	5	19.00-31.67
电子设备	年限平均法	2-5	0-5	19.00-47.50
运输设备	年限平均法	4	5	23.75

(3) 融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法（未执行新租赁准则）

☐适用 ☒不适用

(4) 其他说明

☐适用 ☒不适用

4. 在建工程

☒适用 ☐不适用

（1）在建工程以立项项目分类核算。

（2）在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。包括建筑费用、机器设备原价、其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出以及在资产达到预定可使用状态之前为该项目专门借款所发生的借款费用及占用的一般借款发生的借款费用。本公司在工程安装或建设完成达到预定可使用状态时将在建工程转入固定资产。所建造的已达到预定可使用状态、但尚未办理竣工决算的固定资产，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

本公司各类别在建工程具体转固标准和时点：

类别	转固标准和时点
房屋及建筑物	房屋及建筑物初步验收合格并达到预定可使用状态或合同规定的标准

5. 无形资产与开发支出

√适用 □不适用

(1) 计价方法、使用寿命、减值测试

√适用 □不适用

(1) 无形资产的计价方法

按取得时的实际成本入账。

(2) 无形资产使用寿命及摊销

①使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项目	预计使用寿命	依据
土地使用权	50 年	法定使用权
计算机软件	2-5 年	参考能为公司带来经济利益的期限确定使用寿命

每年年度终了，公司对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。经复核，本期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

②无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。对于使用寿命不确定的无形资产，公司在每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果重新复核后仍为不确定的，于资产负债表日进行减值测试。

③无形资产的摊销

对于使用寿命有限的无形资产，本公司在取得时确定其使用寿命，在使用寿命内采用直线法系统合理摊销，摊销金额按受益项目计入当期损益。具体应摊销金额为其成本扣除预计残值后的金额。已计提减值准备的无形资产，还应扣除已计提的无形资产减值准备累计金额。使用寿命有限的无形资产，其残值视为零，但下列情况除外：有第三方承诺在无形资产使用寿命结束时购买该无形资产或可以根据活跃市场得到预计残值信息，并且该市场在无形资产使用寿命结束时很可能存在。

对使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命并在预计使用年限内系统合理摊销。

各类无形资产的摊销方法、使用寿命和预计净残值如下：

类别	摊销方法	使用寿命（年）	残值率（%）
土地使用权	直线法	50	0
专利权	-	-	-
非专利技术	-	-	-

计算机软件	直线法	2-5	0

(2) 内部研究开发支出会计政策

①研发支出归集范围

本公司将与开展研发活动直接相关的各项费用归集为研发支出，包括薪酬费用、模具样品费、折旧摊销费用、认证测试费、设计开发费等。

②划分内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

A.本公司将为进一步开发活动进行的资料及相关方面的准备活动作为研究阶段，无形资产研究阶段的支出在发生时计入当期损益。

B.在本公司已完成研究阶段的工作后再进行的开发活动作为开发阶段。

③开发阶段支出资本化的具体条件

开发阶段的支出同时满足下列条件时，才能确认为无形资产：

A.完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

B.具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

C.无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

D.有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

E.归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

6. 股份支付

√适用 □不适用

(1) 股份支付的种类

本公司股份支付包括以现金结算的股份支付和以权益结算的股份支付。

(2) 权益工具公允价值的确定方法

①对于授予职工的股份，其公允价值按公司股份的市场价格计量，同时考虑授予股份所依据的条款和条件（不包括市场条件之外的可行权条件）进行调整。②对于授予职工的股票期权，在许多情况下难以获得其市场价格。如果不存在条款和条件相似的交易期权，公司选择适用的期权定价模型估计所授予的期权的公允价值。

(3) 确认可行权权益工具最佳估计的依据

在等待期内每个资产负债表日，公司根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量，以作出可行权权益工具的最佳估计。

(4) 股份支付计划实施的会计处理

以现金结算的股份支付

①授予后立即可行权的以现金结算的股份支付，在授予日以本公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。并在结算前的每个资产负债表日和结算日对负债的公允价值重新计量，将其变动计入损益。

②完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日以对可行权情况的最佳估计为基础，按本公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。

以权益结算的股份支付

①授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日以权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

②完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入成本或费用和资本公积。

(5) 股份支付计划修改的会计处理

本公司对股份支付计划进行修改时，若修改增加了所授予权益工具的公允价值，按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；若修改增加了所授予权益工具的数量，则将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加。权益工具公允价值的增加是指修改前后的权益工具在修改日的公允价值之间的差额。若修改减少了股份支付公允价值总额或采用了其他不利于职工的方式修改股份支付计划的条款和条件，则仍继续对取得的服务进行会计处理，视同该变更从未发生，除非本公司取消了部分或全部已授予的权益工具。

(6) 股份支付计划终止的会计处理

如果在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），本公司：

①将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本应在剩余等待期内确认的金额；

②在取消或结算时支付给职工的所有款项均作为权益的回购处理，回购支付的金额高于该权益

工具在回购日公允价值的部分，计入当期费用。

本公司如果回购其职工已可行权的权益工具，冲减企业的所有者权益；回购支付的款项高于该权益工具在回购日公允价值的部分，计入当期损益。

7. 收入

√适用 □不适用

(1) 一般原则

收入是本公司在日常活动中形成的、会导致股东权益增加且与股东投入资本无关的经济利益的总流入。

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项。在确定合同交易价格时，如果存在可变对价，本公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，并以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额计入交易价格。合同中如果存在重大融资成分，本公司将根据客户在取得商品控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销，对于控制权转移与客户支付价款间隔未超过一年的，本公司不考虑其中的融资成分。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

- ①客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益；
- ②客户能够控制本公司履约过程中在建的商品；
- ③本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司按照投入法（或产出法）确定提供服务的履约进度。当履约进度不能合理确定时，本公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品控制权时点确认收入。在判断客

户是否已取得商品或服务控制权时，本公司会考虑下列迹象：

- ①本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；
- ②本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有了该商品的法定所有权；
- ③本公司已将该商品的实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；
- ④本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；
- ⑤客户已接受该商品。

销售退回条款

对于附有销售退回条款的销售，公司在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而与其有权取得的对价金额确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认为预计负债；同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额，确认为一项资产，即应收退货成本，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本。每一资产负债表日，公司重新估计未来销售退回情况，并对上述资产和负债进行重新计量。

质保义务

根据合同约定、法律规定等，本公司为所销售的商品、所建造的工程等提供质量保证。对于为向客户保证所销售的商品符合既定标准的保证类质量保证，本公司按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》进行会计处理。对于为向客户保证所销售的商品符合既定标准之外提供了一项单独服务的服务类质量保证，本公司将其作为一项单项履约义务，按照提供商品和服务类质量保证的单独售价的相对比例，将部分交易价格分摊至服务类质量保证，并在客户取得服务控制权时确认收入。在评估质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独服务时，本公司考虑该质量保证是否为法定要求、质量保证期限以及本公司承诺履行任务的性质等因素。

主要责任人与代理人

本公司根据在向客户转让商品或服务前是否拥有对该商品或服务的控制权，来判断从事交易时本公司的身份是主要责任人还是代理人。本公司在向客户转让商品或服务前能够控制该商品或服务的，本公司是主要责任人，按照已收或应收对价总额确认收入。否则，本公司为代理人，按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

应付客户对价

合同中存在应付客户对价的，除非该对价是为了向客户取得其他可明确区分商品或服务的，本

公司将该应付对价冲减交易价格，并在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入。

客户未行使的合同权利

本公司向客户预收销售商品或服务款项的，首先将该款项确认为负债，待履行了相关履约义务时再转为收入。当本公司预收款项无需退回，且客户可能会放弃其全部或部分合同权利时，本公司预期将有权获得与客户所放弃的合同权利相关的金额的，按照客户行使合同权利的模式按比例将上述金额确认为收入；否则，本公司只有在客户要求履行剩余履约义务的可能性极低时，才将上述负债的相关余额转为收入。

（2）具体方法

本公司收入确认的具体方法如下：

①商品销售合同

本公司产品按销售模式划分为线上销售和线下销售两种模式：

对于线上销售，客户通过线上销售平台下单，销售平台负责将货物配送给客户或者公司委托物流公司配送交货给客户，在客户已取得商品控制权时确认收入，即在包裹妥投时点确认收入。

对于线下销售，双方签订合同，客户直接向本公司下订单，公司以合同约定的交货方式和国际贸易规则判定控制权转移时点，以条件满足时确认收入。

②提供服务合同

本公司与客户之间的提供服务合同所应履行的履约义务，由于本公司履约的同时客户即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收入款项，本公司将其作为在某一时段内履行的履约义务，按照履约进度确认收入，履约进度不能合理确定的除外。本公司按照投入法确定提供服务的履约进度。对于履约进度不能合理确定时，本公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

8. 递延所得税资产和递延所得税负债

√适用 □不适用

本公司通常根据资产与负债在资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法将应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异对所得税的影响额确认和计量为递延所得税负债或递延所得税资产。本公司不对递延所得税资产和递延所得税负债进行折现。

（1）递延所得税资产的确认

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，其对所得税的影响额按预计转回期间的所得税税率计算，并将该影响额确认为递延所得税资产，但是以本公司很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限。

同时具有下列特征的交易或事项中因资产或负债的初始确认所产生的可抵扣暂时性差异对所得税的影响额不确认为递延所得税资产：

- A. 该项交易不是企业合并；
- B. 交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列两项条件的，其对所得税的影响额（才能）确认为递延所得税资产：

- A. 暂时性差异在可预见的未来很可能转回；
- B. 未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额；

资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前期间未确认的递延所得税资产。

在资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

（2）递延所得税负债的确认

本公司所有应纳税暂时性差异均按预计转回期间的所得税税率计量对所得税的影响，并将该影响额确认为递延所得税负债，但下列情况的除外：

- ①因下列交易或事项中产生的应纳税暂时性差异对所得税的影响不确认为递延所得税负债：

- A. 商誉的初始确认；
- B. 具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

②本公司对与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，其对所得税的影响额一般确认为递延所得税负债，但同时满足以下两项条件的除外：

- A. 本公司能够控制暂时性差异转回的时间；
- B. 该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

（3）特定交易或事项所涉及的递延所得税负债或资产的确认

①与企业合并相关的递延所得税负债或资产

非同一控制下企业合并产生的应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异，在确认递延所得税负债或递延所得税资产的同时，相关的递延所得税费用（或收益），通常调整企业合并中所确认的商誉。

②直接计入所有者权益的项目

与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的当期所得税和递延所得税，计入所有者权益。暂时性差异对所得税的影响计入所有者权益的交易或事项包括：其他债权投资公允价值变动等形成的其他综合收益、会计政策变更采用追溯调整法或对前期（重要）会计差错更正差异追溯重述法调整期初留存收益、同时包含负债成分及权益成分的混合金融工具在初始确认时计入所有者权益等。

③可弥补亏损和税款抵减

A. 本公司自身经营产生的可弥补亏损以及税款抵减

可抵扣亏损是指按照税法规定计算确定的准予用以后年度的应纳税所得额弥补的亏损。对于按照税法规定可以结转以后年度的未弥补亏损（可抵扣亏损）和税款抵减，视同可抵扣暂时性差异处理。在预计可利用可弥补亏损或税款抵减的未来期间内很可能取得足够的应纳税所得额时，以很可能取得的应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产，同时减少当期利润表中的所得税费用。

B. 因企业合并而形成的可弥补的被合并企业的未弥补亏损

在企业合并中，本公司取得被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日不符合递延所得税资产确认条件的，不予以确认。购买日后 12 个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，确认相关的递延所得税资产，同时减少商誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产，计入当期损益。

④合并抵销形成的暂时性差异

本公司在编制合并财务报表时，因抵销未实现内部销售损益导致合并资产负债表中资产、负债的账面价值与其在所属纳税主体的计税基础之间产生暂时性差异的，在合并资产负债表中确认递延所得税资产或递延所得税负债，同时调整合并利润表中的所得税费用，但与直接计入所有者权益的交易或事项及企业合并相关的递延所得税除外。

⑤以权益结算的股份支付

如果税法规定与股份支付相关的支出允许税前扣除，在按照会计准则规定确认成本费用的期间内，本公司根据会计期末取得信息估计可税前扣除的金额计算确定其计税基础及由此产生的暂时性差异，符合确认条件的情况下确认相关的递延所得税。其中预计未来期间可税前扣除的金额超过按照会计准则规定确认的与股份支付相关的成本费用，超过部分的所得税影响应直接计入所有者权

益。

(4) 递延所得税资产和递延所得税负债以净额列示的依据

本公司在同时满足下列条件时，将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列示：

本公司拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；

递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债。

9. 与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

项目	重要性标准
重要的单项计提坏账准备的应收款项	单项金额超过资产总额的 0.5%
重要的在建工程	单项金额超过资产总额的 0.5%
重要的账龄超过 1 年的应付账款	单项金额超过资产总额的 0.5%
重要的账龄超过 1 年的其他应付款	单项金额超过资产总额的 0.5%
重要的账龄超过 1 年的合同负债	单项金额超过资产总额的 0.5%
重要的投资活动现金流量	单项金额超过资产总额的 5%
重要的合营企业或联营企业	对合营企业或联营企业的长期股权投资账面价值超过集团总资产的 5%，或长期股权投资权益法下投资损益超过集团合并净利润的 10%

10. 重大会计判断和估计

本公司根据历史经验和其它因素，包括对未来事项的合理预期，对所采用的重要会计估计和关键假设进行持续的评价。很可能导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整风险的重要会计估计和关键假设列示如下：

(1) 金融资产的分类

本公司在确定金融资产的分类时涉及的重大判断包括业务模式及合同现金流量特征的分析等。

本公司在金融资产组合的层次上确定管理金融资产的业务模式，考虑的因素包括评价和向关键管理人员报告金融资产业绩的方式、影响金融资产业绩的风险及其管理方式、以及相关业务管理人员获得报酬的方式等。

本公司在评估金融资产的合同现金流量是否与基本借贷安排相一致时，存在以下主要判断：本

金是否可能因提前还款等原因导致在存续期内的时间分布或者金额发生变动；利息是否仅包括货币时间价值、信用风险、其他基本借贷风险以及与成本和利润的对价。例如，提前偿付的金额是否仅反映了尚未支付的本金及以未偿付本金为基础的利息，以及因提前终止合同而支付的合理补偿。

（2）应收账款预期信用损失的计量

本公司通过应收账款违约风险敞口和预期信用损失率计算应收账款预期信用损失，并基于违约概率和违约损失率确定预期信用损失率。在确定预期信用损失率时，本公司使用内部历史信用损失经验等数据，并结合当前状况和前瞻性信息对历史数据进行调整。在考虑前瞻性信息时，本公司使用的指标包括经济下滑的风险、外部市场环境、技术环境和客户情况的变化等。本公司定期监控并复核与预期信用损失计算相关的假设。

（3）递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，应就所有未利用的税务亏损确认递延所得税资产。这需要管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

11. 其他重要的会计政策和会计估计

☐适用 ☒不适用

（二） 会计政策和会计估计分析

☒适用 ☐不适用

报告期内，公司重大会计政策及会计估计与同行业可比公司不存在重大差异。

五、 分部信息

☐适用 ☒不适用

六、 非经常性损益

单位：万元

	2025 年度	2024 年度	2023 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	3.62	13.48	1.98
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	252.97	340.64	425.5
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动	636.47	-192.47	35.1

损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益			
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费			
委托他人投资或管理资产的损益			
对外委托贷款取得的损益			
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而产生的各项资产损失			
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回			
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益			
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益			
非货币性资产交换损益			
债务重组损益			
企业因相关经营活动不再持续而发生的一次性费用，如安置职工的支出等			
因税收、会计等法律、法规的调整对当期损益产生的一次性影响			
因取消、修改股权激励计划一次性确认的股份支付费用			
对于现金结算的股份支付，在可行权日之后，应付职工薪酬的公允价值变动产生的损益			
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益			
交易价格显失公允的交易产生的收益			
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益			
受托经营取得的托管费收入			
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-90.96	-41.34	133.83
其他符合非经常性损益定义的损益项目			
小计	802.09	120.31	596.42
减：所得税影响数	188.01	-0.45	94.77
少数股东权益影响额		-	-
合计	614.08	120.76	501.65
非经常性损益净额	614.08	120.76	501.65
归属于母公司股东的净利润	21,950.66	14,418.68	9,642.60
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	21,336.58	14,297.93	9,140.96
归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例（%）	2.80	0.84	5.20

非经常性损益分析：

报告期内，公司非经常性损益主要是政府补助，2023 年度、2024 年度和 **2025 年度**，归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为 501.65 万元、120.76 万元和 **614.08 万元**，占归属于母公司股东的净利润的比例分别为 5.20%、0.84%和 **2.80%**。报告期内，非经常性损益对公司的净利润影响程度较小，非经常性损益对公司的经营稳定性及未来持续盈利能力不构成重大不利影响。

七、 主要会计数据及财务指标

项目	2025 年 12 月 31 日 /2025 年度	2024 年 12 月 31 日 /2024 年度	2023 年 12 月 31 日 /2023 年度
资产总计(元)	932,561,761.70	819,782,047.48	638,876,852.48
股东权益合计(元)	690,188,094.86	496,611,650.22	348,386,808.86
归属于母公司所有者的股东权益(元)	690,188,094.86	496,611,650.22	348,386,808.86
每股净资产（元/股）	9.49	6.83	4.79
归属于母公司所有者的每股净资产(元/股)	9.49	6.83	4.79
资产负债率（合并）（%）	25.99	39.42	45.47
资产负债率（母公司）（%）	13.48	13.98	21.36
营业收入(元)	1,980,922,681.19	1,667,143,900.91	1,399,856,798.16
毛利率（%）	43.42	41.35	39.86
净利润(元)	219,506,626.96	144,186,819.40	96,426,044.27
归属于母公司所有者的净利润(元)	219,506,626.96	144,186,819.40	96,426,044.27
扣除非经常性损益后的净利润(元)	213,365,812.43	142,979,253.97	91,409,552.90
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	213,365,812.43	142,979,253.97	91,409,552.90
息税折旧摊销前利润(元)	288,157,110.01	195,592,269.81	136,785,782.90
加权平均净资产收益率（%）	37.31	34.13	30.49
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	36.26	33.84	28.91
基本每股收益（元/股）	3.02	1.98	1.33
稀释每股收益（元/股）	3.02	1.98	1.33
经营活动产生的现金流量净额(元)	229,817,787.47	171,874,927.11	207,206,446.42
每股经营活动产生的现金流量净额(元)	3.16	2.36	2.85
研发投入占营业收入的比例（%）	1.56	1.60	1.43
应收账款周转率	27.71	28.17	26.64
存货周转率	4.63	4.69	4.05
流动比率	3.65	2.21	1.95
速动比率	2.49	1.40	1.18

主要会计数据及财务指标计算公式及变动简要分析：

- 上述指标的计算公式如下：
- 1、每股净资产=期末净资产/期末股本总额
 - 2、归属于母公司所有者的每股净资产=归属于母公司所有者的净资产/期末股本总额

- 3、资产负债率=总负债/总资产
- 4、毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入
- 5、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+利息支出+固定资产折旧+使用权资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销
- 6、加权平均净资产收益率= $P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$ 其中： P_0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润； NP 为归属于公司普通股股东的净利润； E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产； E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产； E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。
- 7、基本每股收益= $P_0 \div S$
 $S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$
其中： P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润； S 为发行在外的普通股加权平均数； S_0 为期初股份总数； S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数； S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 为报告期月份数； M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。
- 8、稀释每股收益= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$
其中， P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。
- 9、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末总股本
- 10、研发投入占营业收入的比重=研发投入/营业收入
- 11、应收账款周转率=营业收入/平均应收账款账面余额
- 12、存货周转率=营业成本/平均存货账面余额
- 13、流动比率=流动资产/流动负债
- 14、速动比率=（流动资产-存货）/流动负债

八、 盈利预测

☐适用 ☒不适用

第八节 管理层讨论与分析

一、经营核心因素

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响收入的主要因素

公司是一家从事自有品牌产品研发、设计并主要通过电商平台和自营网站进行销售的高新技术企业。影响收入的主要因素包括：行业发展和市场需求、公司研发创新能力、销售运营能力、产品品牌力等。报告期内，公司营业收入的构成及变动情况详见本节之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”。

2、影响成本的主要因素

报告期内，公司营业成本主要由采购成本、头程物流成本、关税成本及尾程物流成本构成。采购成本与公司的产品结构、采购策略以及供应商管理策略等相关；头程物流成本主要受海运物流价格影响；关税成本与产品结构、进口国关税政策相关；尾程物流成本主要受电商平台如亚马逊等的商品物流配送费用水平影响。报告期内，公司营业成本的构成及变动情况详见本节之“三、盈利情况分析”之“（二）营业成本分析”。

3、影响费用的主要因素

公司期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用。影响销售费用的主要因素包括销售平台费用、市场推广费、薪酬费用和仓储费等；影响管理费用的主要因素包括薪酬费用、中介费用和折旧摊销费用等；影响研发费用的主要因素包括研发人员薪酬、模具样品费、折旧摊销费和认证测试费等；影响财务费用的主要因素包括公司利息支出和汇兑损益等。期间费用的变动会在一定程度上影响公司的盈利水平，期间费用的具体分析详见本节之“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”。

4、影响利润的主要因素

影响利润的主要因素为主营业务收入规模、毛利率和期间费用等，具体分析详见本节之“三、盈利情况分析”之“（五）利润情况分析”。

（二）对公司具有核心意义、或其变动对业绩具有较强预示作用的财务或非财务指标

根据公司所处的行业状况及自身业务特点，公司主营业务收入、产品毛利率、期间费用率等财务指标对公司具有核心意义，其变动对公司业绩变动具有较强的预示作用，具体分析详见本节之“三、盈利情况分析”。

此外，公司的研发和创新能力、品牌影响力、行业发展情况、市场开拓能力等非财务指标变化

也对公司的业绩变动具有较强的预示作用。

二、 资产负债等财务状况分析

（一） 应收款项

1. 应收票据

☐适用 ☒不适用

2. 应收款项融资

☐适用 ☒不适用

3. 应收账款

☒适用 ☐不适用

（1） 按账龄分类披露

单位：万元

账龄	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
1 年以内	7,945.14	6,354.20	5,275.27
1 至 2 年			78.57
2 至 3 年			128.18
3 年以上			-
3 至 4 年			-
4 至 5 年			-
5 年以上			-
合计	7,945.14	6,354.20	5,482.02

（2） 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2025 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备的应收账款					
按组合计提坏账准备的应收账款	7,945.14	100.00	397.26	5.00	7,547.88
其中：账龄组合	7,945.14	100.00	397.26	5.00	7,547.88
合计	7,945.14	100.00	397.26	5.00	7,547.88

单位：万元

类别	2024 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例	

				(%)	
按单项计提坏账准备的应收账款					
按组合计提坏账准备的应收账款	6,354.20	100.00	317.71	5.00	6,036.49
其中：账龄组合	6,354.20	100.00	317.71	5.00	6,036.49
合计	6,354.20	100.00	317.71	5.00	6,036.49

单位：万元

类别	2023 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款					
按组合计提坏账准备的应收账款	5,482.02	100.00	310.07	5.66	5,171.94
其中：账龄组合	5,482.02	100.00	310.07	5.66	5,171.94
合计	5,482.02	100.00	310.07	5.66	5,171.94

1) 按单项计提坏账准备：

☐适用 ☒不适用

2) 按组合计提坏账准备：

☒适用 ☐不适用

单位：万元

组合名称	2025 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内	7,945.14	397.26	5.00
合计	7,945.14	397.26	5.00

单位：万元

组合名称	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内	6,354.20	317.71	5.00
合计	6,354.20	317.71	5.00

单位：万元

组合名称	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内	5,275.27	263.76	5.00
1 至 2 年	78.57	7.86	10.00
2 至 3 年	128.18	38.45	30.00
合计	5,482.02	310.07	5.66

确定组合依据的说明：

对于划分为账龄组合的应收账款，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

☐适用 ☒不适用

(3) 报告期计提、收回或转回的坏账准备情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

类别	2024 年 12 月 31 日	本期变动金额				2025 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	汇率变动影响	
账龄组合	317.71	74.32			5.23	397.26
合计	317.71	74.32			5.23	397.26

单位：万元

类别	2023 年 12 月 31 日	本期变动金额				2024 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	汇率变动影响	
账龄组合	310.07	8.52			-0.89	317.71
合计	310.07	8.52			-0.89	317.71

单位：万元

类别	2022 年 12 月 31 日	本期变动金额				2023 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	汇率变动影响	
账龄组合	258.87	94.26		48.85	5.79	310.07
合计	258.87	94.26		48.85	5.79	310.07

其中报告期坏账准备收回或转回金额重要的：

☐适用 ☒不适用

其他说明：

无。

(4) 本期实际核销的应收账款情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	核销金额		
	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
实际核销的应收账款	-	-	48.85

其中重要的应收账款核销的情况：

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	核销时间	应收账款性质	核销金额	核销原因	履行的核销程序	款项是否因关联交易产生
深圳市承信品牌管理有限公司	2023 年 12 月 20 日	仓储服务费	48.85	无法收回	按照公司流程核销	否
合计	-	-	48.85	-	-	-

应收账款核销说明：

根据《企业会计准则》等有关规定，为真实反映公司财务状况，对经营过程中形成的确定无法收回的款项进行清理，按照公司流程予以核销。

(5) 按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

单位：万元

单位名称	2025 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
Amazon	4,485.33	56.45	224.27
Michaels Stores	2,400.51	30.21	120.03
Ebundle LLC	364.47	4.59	18.22
TIGER PUG COMMERCE PVT. LTD.	223.38	2.81	11.17
香港亚菲电子商务有限公司	67.97	0.86	3.40
合计	7,541.66	94.92	377.08

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
Amazon	4,353.42	68.51	217.67
Michaels Stores	859.30	13.52	42.97
TIGER PUG COMMERCE PVT. LTD.	394.11	6.20	19.71
香港亚菲电子商务有限公司	315.42	4.96	15.77
Ebundle LLC	58.00	0.91	2.90
合计	5,980.26	94.12	299.01

单位：万元

单位名称	2023 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
Amazon	4,649.80	84.82	232.49
香港亚菲电子商务有限公司	366.12	6.68	54.28

限公司			
TIGER PUG COMMERCE PVT. LTD.	114.18	2.08	5.71
Ebundle LLC	62.32	1.14	3.12
沃尔玛平台	37.34	0.68	1.87
合计	5,229.76	95.40	297.46

其他说明：

报告期各期末，公司前五名客户的应收账款余额合计数占比分别为 95.40%、94.12%和 **94.92%**。公司应收账款对象主要是 Amazon，其资信状况良好，不存在无法偿付公司款项的重大风险。

(6) 报告期各期末信用期内的应收账款

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用期内应收账款	7,945.14	100.00	6,354.20	100.00	5,482.02	100.00
信用期外应收账款	-	-	-	-	-	-
应收账款余额合计	7,945.14	100.00	6,354.20	100.00	5,482.02	100.00

(7) 应收账款期后回款情况

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
期末应收账款余额	7,945.14	-	6,354.20	-	5,482.02	-
期后回款金额	7,568.01	95.25%	6,354.20	100.00%	5,482.02	100.00%

注：期后回款情况统计时间截至 2026 年 2 月 28 日。

(8) 因金融资产转移而终止确认的应收账款

☐适用 ☒不适用

(9) 转移应收账款且继续涉入形成的资产、负债金额

☐适用 ☒不适用

(10) 科目具体情况及分析说明

①应收账款余额波动分析

报告期各期末，公司应收账款余额分别为 5,482.02 万元、6,354.20 万元和 **7,945.14 万元**，应收

账款账面价值分别为 5,171.94 万元、6,036.49 万元和 **7,547.88 万元**。

2024 年末，公司应收账款余额同比增长 15.91%，主要原因为公司 2024 年新增线下 B2B 客户 Michaels Stores Inc.收入金额较大，部分销售款项截至 2024 年末仍在信用期内，因此应收账款余额有所增长。

2025 年末，公司应收账款余额较 2024 年末同比增长 25.04%，主要原因为线下 B2B 客户 Michaels Stores Inc. 2025 年销售金额较 2024 年增长，部分销售款项截至 2025 年末仍在信用期内尚未结算，因此应收账款余额有所增长。

②公司坏账准备计提充分性分析

公司应收账款坏账计提政策比例与同行业可比公司对比情况如下：

公司简称	1 年以内	1—2 年	2—3 年	3—4 年	4—5 年	5 年以上
赛维时代	5.00%	20.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
三态股份	5.00%	10.00%	20.00%	50.00%	80.00%	100.00%
致欧科技	5.00%	10.00%	未披露			
本公司	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%

注：同行业可比公司坏账计提政策比例来源于招股说明书、定期报告、审核问询函回复等公开披露信息。

如上表所示，公司应收账款坏账计提比例与可比公司不存在显著差异，公司应收账款坏账计提政策谨慎。

报告期各期末，发行人与同行业可比公司应收账款坏账准备实际计提比例对比如下：

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
赛维时代	尚未披露	5.74%	5.94%
致欧科技	尚未披露	5.00%	5.00%
三态股份	尚未披露	20.63%	22.82%
平均值	尚未披露	10.46%	11.25%
本公司	5.00%	5.00%	5.66%

如上表所示，公司应收账款坏账准备实际计提比例与可比公司赛维时代、致欧科技接近，低于三态股份。三态股份坏账准备计提比例高于公司及其他同行业可比公司，主要原因为三态股份存在店铺冻结无法收回的应收账款。

综上，报告期各期末公司应收账款坏账准备计提充分。

4. 其他披露事项:

无。

(二) 存货

1. 存货

(1) 存货分类

☐适用 ☐不适用

单位: 万元

项目	2025 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
库存商品	23,086.23	618.43	22,467.80
在库商品	17,764.24	566.41	17,197.84
在途商品	5,321.99	52.03	5,269.96
发出商品	1,082.68	2.59	1,080.09
委托加工物资	443.12		443.12
合计	24,612.03	621.02	23,991.01

单位: 万元

项目	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
库存商品	22,604.93	858.87	21,746.06
在库商品	14,690.52	777.71	13,912.81
在途商品	7,914.41	81.16	7,833.25
发出商品	1,237.62	14.62	1,223.01
合计	23,842.55	873.49	22,969.07

单位: 万元

项目	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
库存商品	17,063.48	1,072.45	15,991.03
在库商品	10,551.07	772.77	9,778.31
在途商品	6,512.41	299.69	6,212.72
发出商品	829.46	9.13	820.33
合计	17,892.94	1,081.58	16,811.36

(2) 存货跌价准备及合同履约成本减值准备

☒适用 ☐不适用

单位: 万元

项目	2024 年 12 月 31	本期增加金额		本期减少金额		汇率变动 影响	2025 年 12 月 31
		计提	其他	转回或转	其他		

	日			销			日
在库商品	777.71	524.13		735.44		-	566.41
在途商品	81.16	47.50		76.63		-	52.03
发出商品	14.62	2.59		14.62		-	2.59
委托加工物资							
合计	873.49	574.22		826.68		-	621.02

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		汇率变动 影响	2024 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转 销	其他		
在库商品	772.77	559.42		557.17		2.70	777.71
在途商品	299.69	71.27		290.08		0.28	81.16
发出商品	9.13	14.62		9.18		0.05	14.62
合计	1,081.58	645.31		856.43		3.03	873.49

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		汇率变动 影响	2023 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转 销	其他		
在库商品	1,620.30	555.68		1,406.54		3.33	772.77
在途商品	161.37	278.06		140.09		0.33	299.69
发出商品	17.10	9.12		17.12		0.04	9.13
合计	1,798.77	842.86		1,563.74		3.70	1,081.58

存货跌价准备及合同履约成本减值准备的说明

资产负债表日，发行人存货按照成本与可变现净值孰低计量，可变现净值低于成本的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

(3) 存货期末余额含有借款费用资本化金额的说明

☐适用 ☒不适用

(4) 期末建造合同形成的已完工未结算资产情况（尚未执行新收入准则公司适用）

☐适用 ☒不适用

(5) 合同履约成本本期摊销金额的说明（已执行新收入准则公司适用）

☐适用 ☒不适用

(6) 科目具体情况及分析说明

公司存货由库存商品和发出商品构成，其中库存商品包含“在库商品”和“在途商品”。公司在库商品主要系分布在公司国内仓、亚马逊 FBA 仓、海外自营仓的商品；在途商品主要系从国内运

往亚马逊 FBA 仓、海外自营仓等海外仓途中的商品，以及海外不同仓库之间调拨途中的商品；发出商品主要系已从海外仓发出，但尚未妥投至终端消费者的商品。公司各类存货转换时点主要如下：

序号	存货分类转换	转换时点
1	计入“在库商品”	公司从供应商处采购的产品入库国内仓
2	“在库商品”结转至“在途商品”	产品从国内仓出库发往海外仓
3	“在途商品”结转至“在库商品”	产品入库海外仓
4	“在库商品”结转至“发出商品”	产品从海外仓出库发往客户
5	“发出商品”结转至“主营业务成本”	产品妥投至终端客户

①存货管理政策

公司制定了较为完善的存货管理制度，针对 FBA 仓，公司通过 API 接口从亚马逊平台更新存货数据；针对自有仓，公司租用仓库并派驻人员进行管理，定期对存货实施盘点，能够实现对存货的有效管控；针对其他第三方仓，公司定期核对第三方仓的库存数据，确保存货核算数据的准确性。

②存货余额变动情况及原因分析

报告期各期末，公司存货余额分别为 17,892.94 万元、23,842.55 万元和 **24,612.03 万元**。公司存货主要分布在 FBA 仓、国内仓及海外自营仓。

2024 年末，公司期末存货余额较上年末增长 5,949.61 万元，主要原因为：一方面，公司 2024 年销售情况良好，公司根据市场情况适当增加备货规模，存货余额同步增加；另一方面，为防范美国可能实施的加征关税政策，于 2024 年第三、第四季度实施了战略性备货，导致存货余额上涨较多。

2025 年末，公司期末存货余额较上年末增长 769.48 万元，变动较小。

③存货跌价准备计提情况

报告期各期末，公司存货跌价准备余额分别为 1,081.58 万元、873.49 万元和 **621.02 万元**。

2024 年末、**2025 年末**，公司存货跌价准备余额较上年**分别**减少 208.10 万元、**252.46 万元**，主要原因为：第一，公司 2023 年末部分 TWS 耳机受市场竞争激烈等因素的影响，预计可变现净值较低，该部分存货计提跌价金额较大；第二，公司在经过前些年 SKU 精简后，产品进一步集中，2024 年公司存货周转速度整体进一步上升，相应存货跌价计提比例下降。

④存货跌价准备计提的充分性分析

公司分别按照可变现净值和库龄法计算存货跌价金额，并以两种方式计算出的跌价金额较高者计提存货跌价准备。公司存货跌价计提方法具有谨慎性。

报告期内，公司与同行业可比公司的存货跌价准备计提比例如下：

公司名称	2025 年	2024 年	2023 年
赛维时代	尚未披露	0.76%	1.36%
三态股份	尚未披露	24.61%	21.11%
致欧科技	尚未披露	1.37%	0.65%
同行业可比公司平均	尚未披露	8.91%	7.71%
公司	2.52%	3.66%	6.04%

注 1：同行业可比公司数据来源于公开披露的定期报告、招股说明书。

2023 年和 2024 年，同行业可比公司平均存货跌价准备计提比例分别为 7.71%和 8.91%。公司与同行业可比公司在业务模式、存货结构等方面存在不同，因此存货跌价准备计提比例有所差异。

同行业可比公司中，三态股份存货跌价准备计提比例分别为 21.11%和 24.61%，显著高于发行人和同行业其他可比公司，主要系三态股份采用泛品模式，产品需覆盖全品类长尾需求，需维持海量 SKU 以匹配分散流量，但大量非畅销品易形成滞销库存所致。发行人采用精品模式，SKU 数量少，产品生命周期更长，因产品过季而发生跌价的风险更小，因此存货跌价计提比例更低。公司存货跌价准备计提率高于赛维时代和致欧科技。

综上，公司存货跌价准备的计提方法与同行业可比公司相比不存在重大差异，跌价准备计提充分、合理。

2. 其他披露事项：

无。

（三） 金融资产、财务性投资

√适用 □不适用

1. 交易性金融资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日
分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	148.69
其中：	
指定以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	
其中：	
合计	148.69

科目具体情况及分析说明：

截至 2025 年 12 月 31 日，公司交易性金融资产为未到期的远期结售汇产品收益。

2. 衍生金融资产

☐适用 ☒不适用

3. 债权投资

☐适用 ☒不适用

4. 其他债权投资

☐适用 ☒不适用

5. 长期应收款

☐适用 ☒不适用

6. 长期股权投资

☒适用 ☐不适用

单位：万元

被投资单位	期初余额	2025 年度								期末余额	减值准备期末余额
		追加投资	减少投资	权益法下确认的投资损益	其他综合收益调整	其他权益变动	宣告发放现金股利或利润	计提减值准备	其他		
一、合营企业											
香港亚菲	1,032.73			23.16					-23.27	1,032.62	
小计	1,032.73			23.16					-23.27	1,032.62	
二、联营企业											
小计											
合计	1,032.73			23.16					-23.27	1,032.62	

科目具体情况及分析说明：

对香港亚菲投资情况详见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”之“（二）参股公司情况”之“1、香港亚菲”。

7. 其他权益工具投资

☒适用 ☐不适用

(1) 其他权益工具投资情况

☐适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
康美联	-	405.01	325.64
合计	-	405.01	325.64

(2) 非交易性权益工具投资情况

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

对康美联投资情况详见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”之“（二）参股公司情况”之“2、康美联”。

发行人于 2025 年 5 月末将所持康美联 5%股权对外转让出售，截至 **2025 年末**，发行人无其他权益工具投资。

8. 其他非流动金融资产

☐适用 ☒不适用

9. 其他财务性投资

☐适用 ☒不适用

10. 其他披露事项

无。

11. 金融资产、财务性投资总体分析

报告期内，公司长期股权投资金额分别为 894.66 万元、1,032.73 万元和 **1,032.62 万元**，占总资产比例分别为 1.40%、1.26%和 **1.11%**，占比较小，系公司持有香港亚菲的 50%股权。

报告期内公司其他权益工具投资金额分别为 325.64 万元、405.01 万元和 **0.00 万元**，占总资产比例分别为 0.51%、0.49%和 **0.00%**，占比较小，系公司报告期内持有的康美联 5%股权（报告期末已全部对外出售）。

除上述投资外，公司报告期末无其他金融资产、财务性投资。

（四） 固定资产、在建工程

1. 固定资产

☒适用 ☐不适用

(1) 分类列示

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
固定资产	10,653.21	11,265.65	11,641.90
固定资产清理			
合计	10,653.21	11,265.65	11,641.90

(2) 固定资产情况

√适用 □不适用

单位：万元

2025 年 12 月 31 日					
项目	房屋及建筑物	仓库设备	运输工具	电子设备及其他	合计
一、账面原值：					
1.期初余额	11,784.15	164.71	270.95	700.25	12,920.07
2.本期增加金额	37.02	1.74	85.62	156.99	281.36
（1）购置	37.02	1.74	85.62	156.99	281.36
（2）在建工程转入					
（3）企业合并增加					
3.本期减少金额		2.82	57.35	12.52	72.69
（1）处置或报废		2.82	57.35	12.52	72.69
汇率变动影响		-2.00		-0.03	-2.03
4.期末余额	11,821.17	161.62	299.22	844.70	13,126.71
二、累计折旧					
1.期初余额	947.19	138.31	167.86	401.05	1,654.41
2.本期增加金额	706.77	10.42	41.11	128.96	887.26
（1）计提	706.77	10.42	41.11	128.96	887.26
3.本期减少金额		2.68	54.49	9.06	66.22
（1）处置或报废		2.68	54.49	9.06	66.22
汇率变动影响		-1.99		0.04	-1.95
4.期末余额	1,653.96	144.05	154.48	521.00	2,473.50
三、减值准备					
1.期初余额					
2.本期增加金额					
（1）计提					
3.本期减少金额					
（1）处置或报废					
4.期末余额					
四、账面价值					
1.期末账面价值	10,167.21	17.57	144.73	323.70	10,653.21
2.期初账面价值	10,836.96	26.40	103.10	299.20	11,265.65

单位：万元

2024 年 12 月 31 日					
项目	房屋及建筑物	仓库设备	运输工具	电子设备及其他	合计

一、账面原值：					
1.期初余额	11,605.54	152.90	248.49	528.86	12,535.79
2.本期增加金额	313.65	11.58	53.47	228.56	607.25
（1）购置		11.58	53.47	228.56	293.60
（2）在建工程转入	313.65				313.65
（3）企业合并增加					
3.本期减少金额	135.04	1.16	31.00	57.22	224.42
（1）处置或报废		1.16	31.00	57.22	89.38
（2）其他转出	135.04				135.04
汇率变动影响		1.39		0.06	1.45
4.期末余额	11,784.15	164.71	270.95	700.25	12,920.07
二、累计折旧					
1.期初余额	246.86	125.07	177.14	344.82	893.88
2.本期增加金额	700.34	12.97	20.17	109.87	843.35
（1）计提	700.34	12.97	20.17	109.87	843.35
3.本期减少金额		1.08	29.45	53.60	84.13
（1）处置或报废		1.08	29.45	53.60	84.13
汇率变动影响		1.34		-0.04	1.31
4.期末余额	947.19	138.31	167.86	401.05	1,654.41
三、减值准备					
1.期初余额					
2.本期增加金额					
（1）计提					
3.本期减少金额					
（1）处置或报废					
4.期末余额					
四、账面价值					
1.期末账面价值	10,836.96	26.40	103.10	299.20	11,265.65
2.期初账面价值	11,358.69	27.83	71.35	184.04	11,641.90

单位：万元

2023 年 12 月 31 日					
项目	房屋及建筑物	仓库设备	运输工具	电子设备及其他	合计
一、账面原值：					
1.期初余额		178.46	250.35	482.73	911.54
2.本期增加金额	11,605.54	2.96	44.14	90.65	11,743.30
（1）购置	187.94	2.96	44.14	90.65	325.69
（2）在建工程转入	11,417.60				11,417.60
（3）企业合并增加					
3.本期减少金额		30.66	46.00	44.78	121.44
（1）处置或报废		30.66	46.00	44.78	121.44
汇率变动影响		2.14		0.25	2.39
4.期末余额	11,605.54	152.90	248.49	528.86	12,535.79
二、累计折旧					
1.期初余额		121.69	201.34	311.95	634.98
2.本期增加金额	246.86	29.64	19.51	75.31	371.32
（1）计提	246.86	29.64	19.51	75.31	371.32
3.本期减少金额		27.91	43.70	42.61	114.22

(1) 处置或报废		27.91	43.70	42.61	114.22
汇率变动影响		1.65		0.16	1.81
4.期末余额	246.86	125.07	177.14	344.82	893.88
三、减值准备					
1.期初余额					
2.本期增加金额					
(1) 计提					
3.本期减少金额					
(1) 处置或报废					
4.期末余额					
四、账面价值					
1.期末账面价值	11,358.69	27.83	71.35	184.04	11,641.90
2.期初账面价值		56.77	49.01	170.77	276.56

(3) 暂时闲置的固定资产情况

☐适用 ☒不适用

(4) 通过融资租赁租入的固定资产情况（未执行新租赁准则）

☐适用 ☒不适用

(5) 通过经营租赁租出的固定资产

☒适用 ☐不适用

单位：万元

2025 年 12 月 31 日	
项目	期末账面价值
房屋及建筑物	5,451.39

(6) 未办妥产权证书的固定资产情况

☐适用 ☒不适用

(7) 固定资产清理

☐适用 ☒不适用

(8) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 11,641.90 万元、11,265.65 万元和 **10,653.21 万元**，占各期非流动资产的比例分别为 55.03%、57.93%和 **59.92%**，为公司的重要资产构成。

2. 在建工程

√适用 □不适用

(1) 分类列示

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
在建工程	-	-	188.19
工程物资			
合计	-	-	188.19

(2) 在建工程情况

√适用 □不适用

单位：万元

2025 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
-			
合计	-	-	-

单位：万元

2024 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
-			
合计	-	-	-

单位：万元

2023 年 12 月 31 日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
装修工程	188.19		188.19
合计	188.19		188.19

其他说明：

无。

(3) 重要在建工程项目报告期变动情况

√适用 □不适用

单位：万元

2025 年度												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例（%）	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率（%）	资金来源
-												

合计	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

单位：万元

2024 年度												
项目 名称	预算 数	期初 余额	本期增 加金额	本期 转入固 定资产 金额	本期 其他 减少 金额	期末 余额	工程累 计投入 占预算 比例 (%)	工程 进度	利息资 本化累 计金额	其中： 本期利 息资本 化金额	本期 利息资 本化率 (%)	资金 来源
-												
合计	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

单位：万元

2023 年度												
项目 名称	预算数	期初余 额	本期增 加金额	本期转 入固定 资产金 额	本期 其他 减少 金额	期末 余额	工程累 计投入 占预算 比例 (%)	工程进 度	利息 资本化 累 计金 额	其中： 本期利 息资本 化金 额	本期 利息 资本 化率 (%)	资金 来源
华东运营中心	11,000.00	6,724.74	4,692.86	11,417.60			103.80	100.00%	355.20	184.32	4.61	金融机构贷款
合计	11,000.00	6,724.74	4,692.86	11,417.60			-	-	355.20	184.32	-	-

其他说明：

无。

(4) 报告期计提在建工程减值准备情况

☐适用 ☒不适用

(5) 工程物资情况

☐适用 ☒不适用

(6) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 188.19 万元、0.00 万元和 0.00 万元， 占各期非流动资产的比例分别为 0.89%、0.00%和 0.00%。

3. 其他披露事项

报告期内，公司固定资产状况良好，不存在减值迹象，无需计提减值。

公司与同行业可比公司不同固定资产类别折旧年限对比情况如下：

公司	类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
赛 维 时代	机器设备	年限平均法	10	5.00	9.50
	电子设备	年限平均法	5	5.00	19.00
	运输设备	年限平均法	5	5.00	19.00
	办公设备	年限平均法	5	5.00	19.00
致 欧 科技	运输工具	年限平均法	3-9	0-5.00	11.11-33.33
	电子设备及办公设备	年限平均法	3-9	0-5.00	11.11-33.33
	机器设备	年限平均法	3-15	0-5.00	6.67-33.33
三 态 股份	房屋及建筑物	年限平均法	50	5.00	1.90
	机器设备	年限平均法	5-10	5.00	9.50-19.00
	运输设备	年限平均法	4-5	5.00	19.00-23.75
	办公设备及其他	年限平均法	3-5	5.00	19.00-31.67
千 岸 科技	房屋及建筑物	年限平均法	20	5.00	4.75
	电子设备及其他	年限平均法	2-5	0-5.00	19.00-47.50
	运输工具	年限平均法	4	5.00	23.75
	仓库设备	年限平均法	3-5	5.00	19.00-31.67

注：同行业可比公司政策来源于公开披露的定期报告、招股说明书。

报告期内，公司各类固定资产折旧方法与同行业可比公司不存在重大差异，固定资产折旧计提合理充分，与公司实际经营情况相匹配。

（五） 无形资产、开发支出

1. 无形资产

√适用 □不适用

(1) 无形资产情况

√适用 □不适用

单位：万元

2025 年 12 月 31 日			
项目	土地使用权	计算机软件	合计
一、账面原值			
1. 期初余额	3,004.51	146.59	3,151.10

2. 本期增加金额		28.53	28.53
(1) 购置		28.53	28.53
(2) 内部研发			
(3) 企业合并增加			
3. 本期减少金额		25.55	25.55
(1) 处置		25.55	25.55
4. 期末余额	3,004.51	149.57	3,154.08
二、累计摊销			
1. 期初余额	220.33	118.97	339.30
2. 本期增加金额	60.09	13.09	73.18
(1) 计提	60.09	13.09	73.18
3. 本期减少金额		25.55	25.55
(1) 处置		25.55	25.55
4. 期末余额	280.42	106.51	386.93
三、减值准备			
1. 期初余额			
2. 本期增加金额			
(1) 计提			
3. 本期减少金额			
(1) 处置			
4. 期末余额			
四、账面价值			
1. 期末账面价值	2,724.09	43.06	2,767.15
2. 期初账面价值	2,784.18	27.62	2,811.80

单位：万元

2024 年 12 月 31 日			
项目	土地使用权	计算机软件	合计
一、账面原值			
1. 期初余额	3,004.51	132.13	3,136.64
2. 本期增加金额		14.46	14.46
(1) 购置		14.46	14.46
(2) 内部研发			
(3) 企业合并增加			
3. 本期减少金额			
(1) 处置			
4. 期末余额	3,004.51	146.59	3,151.10
二、累计摊销			
1. 期初余额	160.24	106.33	266.57
2. 本期增加金额	60.09	12.64	72.73
(1) 计提	60.09	12.64	72.73
3. 本期减少金额			
(1) 处置			
4. 期末余额	220.33	118.97	339.30
三、减值准备			
1. 期初余额			
2. 本期增加金额			
(1) 计提			
3. 本期减少金额			

(1) 处置			
4. 期末余额			
四、账面价值			
1. 期末账面价值	2,784.18	27.62	2,811.80
2. 期初账面价值	2,844.27	25.81	2,870.08

单位：万元

2023 年 12 月 31 日			
项目	土地使用权	计算机软件	合计
一、账面原值			
1. 期初余额	3,004.51	132.13	3,136.64
2. 本期增加金额			
(1) 购置			
(2) 内部研发			
(3) 企业合并增加			
3. 本期减少金额			
(1) 处置			
4. 期末余额	3,004.51	132.13	3,136.64
二、累计摊销			
1. 期初余额	100.15	88.76	188.91
2. 本期增加金额	60.09	17.56	77.65
(1) 计提	60.09	17.56	77.65
3. 本期减少金额			
(1) 处置			
4. 期末余额	160.24	106.33	266.57
三、减值准备			
1. 期初余额			
2. 本期增加金额			
(1) 计提			
3. 本期减少金额			
(1) 处置			
4. 期末余额			
四、账面价值			
1. 期末账面价值	2,844.27	25.81	2,870.08
2. 期初账面价值	2,904.36	43.37	2,947.73

其他说明：

无。

(2) 报告期末尚未办妥产权证的土地使用权情况

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司无形资产主要系土地使用权及计算机软件。报告期各期末，公司无形资产账面

价值分别是 2,870.08 万元、2,811.80 万元和 **2,767.15 万元**。

2. 开发支出

☐适用 ☒不适用

3. 其他披露事项

无。

（六）商誉

☐适用 ☒不适用

（七）主要债项

1. 短期借款

☒适用 ☐不适用

（1）短期借款分类

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日
质押借款	-
抵押借款	-
保证借款	4,200.92
信用借款	311.13
合计	4,512.05

短期借款分类说明：

报告期内，短期借款是公司向银行借入的偿还期限在 1 年以内（含 1 年）的各种借款，公司短期借款主要为保证借款和信用借款。

（2）已逾期未偿还的短期借款情况

☐适用 ☒不适用

（3）科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司短期借款余额分别为 5,966.70 万元、10,538.31 万元和 **4,512.05 万元**。

公司 2024 年末短期借款较上年末增加 4,571.61 万元，主要系 2024 年公司业务规模扩大，公司运营资金占款增加，且 2024 年银行借款利率较以前年度降低，公司新增部分银行借款。

公司 2025 年末短期借款较上年末减少 6,026.26 万元，主要系部分短期借款到期偿还所致。

2. 交易性金融负债

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日
交易性金融负债	-
其中：衍生金融工具	-
指定公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-
其中：	
合计	-

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司交易性金融负债的余额分别为 23.72 万元、337.98 万元和 **0.00 万元**，主要是为管理汇率风险，公司购买的银行远期结售汇产品的公允价值变动。

3. 衍生金融负债

□适用 √不适用

4. 合同负债（已执行新收入准则公司适用）

√适用 □不适用

(1) 合同负债情况

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日
预收货款	982.01
礼品卡、积分	582.12
合计	1,564.13

(2) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

□适用 √不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司合同负债金额分别为 527.64 万元、1,130.51 万元和 **1,564.13 万元**，占流动负债比例分别为 2.40%、4.00%和 **7.57%**。公司合同负债主要为客户已支付但公司尚未完成履约的货款，2024 年末、**2025 年末**公司合同负债余额**分别**同比增长 114.26%、**38.36%**，主要原因为公司线下 B2B 业务和独立站业务增长较快，期末已收客户货款但尚未完成履约的订单增长，**以及独立站用**

户的礼品卡和消费积分余额增长。

5. 长期借款

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日
质押借款	-
抵押借款	-
保证借款	-
信用借款	-
减：一年内到期的长期借款	-
合计	-

长期借款分类的说明：

☐适用 ☒不适用

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司长期借款余额分别为 1,626.27 万元、0.00 万元和 0.00 万元，截至 2024 年末公司长期借款均已全部偿还完毕，且无新增长期借款。

6. 其他流动负债

☐适用 ☒不适用

7. 其他非流动负债

☐适用 ☒不适用

8. 应付债券

☐适用 ☒不适用

9. 主要债项、期末偿债能力总体分析

(1) 主要债项变动分析

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	4,512.05	18.62%	10,538.31	32.61%	5,966.70	20.54%
交易性金融负债	-	0.00%	337.98	1.05%	23.72	0.08%
应付账款	4,432.38	18.29%	7,334.95	22.70%	5,947.74	20.47%

预收款项	421.57	1.74%	610.03	1.89%	534.17	1.84%
合同负债	1,564.13	6.45%	1,130.51	3.50%	527.64	1.82%
应付职工薪酬	2,406.70	9.93%	2,002.00	6.19%	1,608.84	5.54%
应交税费	4,100.06	16.92%	3,162.44	9.79%	2,365.67	8.14%
其他应付款	2,132.41	8.80%	2,182.27	6.75%	1,300.82	4.48%
一年内到期的非流动负债	1,092.13	4.51%	939.96	2.91%	3,666.13	12.62%
流动负债合计	20,661.42	85.25%	28,238.46	87.38%	21,941.43	75.53%
长期借款	-	0.00%	-	-	1,626.27	5.60%
租赁负债	1,150.95	4.75%	1,705.28	5.28%	2,939.27	10.12%
预计负债	714.36	2.95%	555.39	1.72%	626.83	2.16%
递延收益	1,710.63	7.06%	1,817.92	5.63%	1,915.20	6.59%
非流动负债合计	3,575.94	14.75%	4,078.58	12.62%	7,107.58	24.47%
负债合计	24,237.37	100.00%	32,317.04	100.00%	29,049.00	100.00%

报告期各期末，公司的负债总额分别为 29,049.00 万元、32,317.04 万元和 **24,237.37 万元**，流动负债占负债总额的比例分别为 75.53%、87.38%和 **85.25%**，主要债项为短期借款、应付账款、应付职工薪酬、应交税费、一年内到期的非流动负债等。

（2）主要偿债能力指标

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
资产负债率	25.99%	39.42%	45.47%
流动比率（倍）	3.65	2.21	1.95
速动比率（倍）	2.49	1.40	1.18
利息支出（元）	3,111,070.25	5,193,160.76	5,040,669.69
利息保障倍数（倍）	86.04	33.72	24.01

注：资产负债率=负债总额/资产总额；
流动比率（倍）=流动资产/流动负债；
速动比率（倍）=（流动资产-存货）/流动负债；
利息保障倍数（倍）=（利润总额+利息支出）/利息支出。

①短期偿债能力分析

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.95 倍、2.21 倍和 **3.65 倍**，速动比率分别为 1.18 倍、1.40 倍和 **2.49 倍**。报告期内，公司短期偿债能力指标持续向好，说明短期偿债能力不断提升，不存在短期债务风险。

②长期偿债能力分析

报告期各期末，公司合并报表资产负债率分别为 45.47%、39.42%和 **25.99%**，公司积极控制整

体负债规模，资产负债率略有下降。

报告期各期，公司利息保障倍数分别为 24.01 倍、33.72 倍和 **86.04 倍**，利息保障倍数大幅上升，可以保证足额偿还借款利息。

综上，公司资产、负债结构合理，偿债能力良好，不存在重大债务风险。

（3）主要偿债指标与同行业可比公司对比情况

报告期内，公司主要偿债指标与同行业可比上市公司对比情况如下：

指标	公司名称	2025.12. 31	2024.12.31	2023.12.31
速动比率（倍）	赛维时代	尚未披露	1.04	2.26
	三态股份	尚未披露	9.58	11.45
	致欧科技	尚未披露	0.97	1.26
	平均值	尚未披露	3.86	4.99
	千岸科技	2.49	1.40	1.18
流动比率（倍）	赛维时代	尚未披露	2.19	3.28
	三态股份	尚未披露	10.51	11.98
	致欧科技	尚未披露	1.53	1.75
	平均值	尚未披露	4.74	5.67
	千岸科技	3.65	2.21	1.95
资产负债率	赛维时代	尚未披露	48.11%	33.36%
	三态股份	尚未披露	11.88%	8.89%
	致欧科技	尚未披露	48.55%	44.08%
	平均值	尚未披露	36.18%	28.78%
	千岸科技	25.99%	39.42%	45.47%

注：同行业可比公司数据来源于其定期报告

2023 年至 2024 年，公司的流动比率和速动比率低于同行业可比上市公司，主要是三态股份流动比率和速动比率较高，拉高了平均值，三态股份流动比率和速动比率较高的原因是其持有了大量货币资金和交易性金融资产。

2023 年至 2024 年，公司资产负债率略高于可比上市公司平均水平，主要系三态股份资产负债率较低，大幅拉低了平均水平，公司资产负债率与致欧科技相仿。此外，可比公司均为上市公司，规模较大且融资渠道较多。

报告期内，公司在稳健经营的同时控制负债规模，公司资产的流动性较好，盈利能力较强，有较强的偿债能力。截至本招股说明书签署日，公司不存在重大偿债风险。

(八) 股东权益

1. 股本

单位：万元

	2024 年 12 月 31 日	本期变动					2025 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金转 股	其他	小计	
股份总数	7,275.00						7,275.00

单位：万元

	2023 年 12 月 31 日	本期变动					2024 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金转 股	其他	小计	
股份总数	7,275.00						7,275.00

单位：万元

	2022 年 12 月 31 日	本期变动					2023 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金转 股	其他	小计	
股份总数	7,500.00				-225.00	-225.00	7,275.00

科目具体情况及分析说明：

公司股本变动系股东减资导致：

2023 年 1 月 16 日，千岸科技召开股东大会并作出决议，同意公司以定向减资的形式回购前海鹏晨所持全部股份合计 225 万股。

2024 年 6 月 7 日，容诚会计师出具《出资复核报告》（容诚专字[2024]518Z0495 号），对本次减资进行了复核验证。

2023 年 3 月 2 日，千岸科技完成了工商变更。

本次减资后，公司的股权结构变更为：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	何定	3,268.75	44.93%
2	刘治	1,246.69	17.14%
3	何文	900.66	12.38%
4	王文生	900.00	12.37%
5	千岸聚新	750.00	10.31%
6	蒋纯望	208.90	2.87%
合计		7,275.00	100.00%

2. 其他权益工具

☐适用 ☒不适用

3. 资本公积

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2025 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	2,542.20	-	-	2,542.20
其他资本公积	4,922.41	499.17	-	5,421.58
合计	7,464.61	499.17	-	7,963.78

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	2,542.20	-	-	2,542.20
其他资本公积	4,629.32	293.09	-	4,922.41
合计	7,171.52	293.09	-	7,464.61

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	3,317.20	-	775.00	2,542.20
其他资本公积	4,362.35	266.97	-	4,629.32
合计	7,679.55	266.97	775.00	7,171.52

其他说明，包括本期增减变动情况、变动原因说明：

☒适用 ☐不适用

（1）资本溢价（股本溢价）变动情况 公司报告期内资本公积-资本溢价的增减变动均为公司股东减资导致。 （2）其他资本公积变动情况 公司报告期内资本公积-其他资本公积逐期增加，主要系公司各期分期摊销确认的股份支付费用。

科目具体情况及分析说明：

无。

4. 库存股

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2025 年 12 月 31 日
库存股	-	-	-	-
合计	-	-	-	-

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
库存股	-	-	-	-
合计	-	-	-	-

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
库存股	1,000.00	-	1,000.00	-
合计	1,000.00	-	1,000.00	-

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司对附有回购义务的股票回购注销，相应库存股账面金额减少。

5. 其他综合收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期发生额 其他							2025 年 12 月 31 日
		本期所得税前发生额	减：前期计入其他综合收益当期转入损益	减：前期计入其他综合收益当期转入留存收益	减：所得税费用	税后归属于母公司	税后归属于少数股东	其他	
一、不能重分类进损益的其他综合收益	-38.24	94.99			14.25	80.74		42.50	
其中：重新计量设定受益计划变动额	-	-		-	-	-			-
权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-		-	-	-			-
其他权益工具投资公允价值变动	-38.24	94.99			14.25	80.74		42.50	

企业自身信用风险公允价值变动	-	-		-	-	-			-
二、将重分类进损益的其他综合收益	515.67	-175.63		-	-	-175.63			340.04
其中：权益法下可转损益的其他综合收益	-	-		-	-	-			-
其他债权投资公允价值变动	-	-		-	-	-			-
金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-		-	-	-			-
其他债权投资信用减值准备	-	-		-	-	-			-
现金流量套期储备	-	-		-	-	-			-
外币财务报表折算差额	515.67	-175.63		-	-	-175.63			340.04
其他综合收益合计	477.43	-80.64			14.25	-94.89		42.50	340.04

注：其他为本期其他综合收益结转至留存收益金额。

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期发生额						2024 年 12 月 31 日
		本期所得税前发生额	减：前期计入其他综合收益当期转入损益	减：前期计入其他综合收益当期转入留存收益	减：所得税费用	税后归属于母公司	税后归属于少数股东	
一、不能重分类进损益的其他综合收益	-105.7	79.37			11.91	67.46		-38.24
其中：重新计量设定受益计划变动额	-	-			-			-
权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-			-			-
其他权益工具投资公允价值变动	-105.7	79.37			11.91	67.46		-38.24
企业自身信用风险公允价值变动	-	-			-	-		-
二、将重分类进	472.42	43.25			-	43.25		515.67

损益的其他综合收益								
其中：权益法下可转损益的其他综合收益	-	-			-	-		-
其他债权投资公允价值变动	-	-			-	-		-
金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-			-	-		-
其他债权投资信用减值准备	-	-			-	-		-
现金流量套期储备	-	-			-	-		-
外币财务报表折算差额	472.42	43.25			-	43.25		515.67
其他综合收益合计	366.72	122.62			11.91	110.71		477.43

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期发生额						2023 年 12 月 31 日
		本期所 得税前 发生额	减：前期 计入其 他综合 收益当 期转入 损益	减：前期 计入其 他综合 收益当 期转入 留存收益	减：所得 税费用	税后归 属于母 公司	税后归 属于少 数股东	
一、不能重分类进损益的其他综合收益	-160.54	64.52	-	-	9.68	54.84	-	-105.70
其中：重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-	-	-	-	-
权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他权益工具投资公允价值变动	-160.54	64.52	-	-	9.68	54.84	-	-105.70
企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
二、将重分类进损益的其他综合收益	214.78	257.64	-	-	-	257.64	-	472.42
其中：权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-

金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-	-	-	-	-
现金流量套期储备	-	-	-	-	-	-	-	-
外币财务报表折算差额	214.78	257.64	-	-	-	257.64	-	472.42
其他综合收益合计	54.24	322.16	-	-	9.68	312.48	-	366.72

科目具体情况及分析说明：

报告期内公司其他综合收益逐年增加，主要系受外币汇率变动影响，外币财务报表折算差额增加所致。

6. 专项储备

☐适用 ☒不适用

7. 盈余公积

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2025 年 12 月 31 日
法定盈余公积	3,200.79	436.71		3,637.50
任意盈余公积				
合计	3,200.79	436.71		3,637.50

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
法定盈余公积	2,197.65	1,003.14		3,200.79
任意盈余公积				
合计	2,197.65	1,003.14		3,200.79

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
法定盈余公积	1,253.57	944.07		2,197.65
任意盈余公积				
合计	1,253.57	944.07		2,197.65

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末公司盈余公积余额分别为 2,197.65 万元、3,200.79 万元和 3,637.50 万元，盈余公

积增加系公司按各期净利润 10%提取法定盈余公积金。

8. 未分配利润

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
调整前上期末未分配利润	31,243.34	17,827.80	12,129.27
调整期初未分配利润合计数			
调整后期初未分配利润	31,243.34	17,827.80	12,129.27
加：本期归属于母公司所有者的净利润	21,950.66	14,418.68	9,642.60
出售其他权益工具投资	42.50		
减：提取法定盈余公积	436.71	1,003.14	944.07
提取任意盈余公积			
提取一般风险准备			
应付普通股股利	2,997.30		3,000.00
转作股本的普通股股利			
出售其他权益工具投资			
期末未分配利润	49,802.49	31,243.34	17,827.80

调整期初未分配利润明细：

☐适用 ☒不适用

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司未分配利润分别为 17,827.80 万元、31,243.34 万元和 49,802.49 万元。报告期内，公司持续盈利，期末未分配利润余额呈增长趋势。

9. 其他披露事项

无。

10. 股东权益总体分析

报告期各期末，公司所有者权益余额分别为 34,838.68 万元、49,661.17 万元和 69,018.81 万元，增长较快，主要系报告期内公司业绩快速增长、经营积累增长较快所致。

（九）其他资产负债科目分析

1. 货币资金

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
库存现金	0.92	0.60	0.98
银行存款	31,849.19	21,196.12	12,421.07
其他货币资金	6,609.86	7,816.42	4,060.65
合计	38,459.97	29,013.14	16,482.70
其中：存放在境外的款项总额	16,243.07	17,537.30	7,321.99

使用受到限制的货币资金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
保证金押金	1,121.03	594.27	600.43
质押存款	-	-	2.00
合计	1,121.03	594.27	602.43

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司货币资金金额分别为 16,482.70 万元、29,013.14 万元和 **38,459.97 万元**，占各期末流动资产的比例分别为 38.57%、46.40%和 **50.96%**。公司货币资金主要由银行存款和其他货币资金构成。

2. 预付款项

√适用 □不适用

(1) 预付款项按账龄列示

单位：万元

账龄	2025 年 12 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
1 年以内	740.64	97.85	628.29	100.00	471.72	100.00
1 至 2 年	16.28	2.15				
2 至 3 年						
3 年以上						
合计	756.92	100.00	628.29	100.00	471.72	100.00

账龄超过 1 年且金额重要的预付款项未及时结算的原因：

□适用 √不适用

(2) 按预付对象归集的报告期各期末余额前五名的预付款项情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2025 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)

阿里云计算有限公司	59.57	7.87
浙江荣亚工贸有限公司	46.66	6.16
THIEN LONG GROUP CORPORATION	42.96	5.68
青岛昌隆文具有限公司	42.92	5.67
博滤克斯特种纤维(宁波)有限公司	40.42	5.34
合计	232.53	30.72

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
北京世纪卓越快递服务有限公司	65.68	10.45
THIEN LONG GROUP CORPORATION	50.19	7.99
阿里云计算有限公司	29.41	4.68
中山市昊宁电子厂	27.37	4.36
WESAILPRO LIMITED	25.84	4.11
合计	198.50	31.59

单位：万元

单位名称	2023 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
浙江普莱德休闲用品有限公司	47.11	9.99
浙江荣亚工贸有限公司	34.92	7.40
北京世纪卓越快递服务有限公司	28.31	6.00
金华市天裕工具有限公司	25.90	5.49
苏州日裕办公文教器材有限公司	22.58	4.79
合计	158.81	33.67

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司预付款项分别为 471.72 万元、628.29 万元和 756.92 万元，账龄主要为 1 年以内，占各期末流动资产比例分别为 1.10%、1.00%和 1.00%，主要为预付的货款、仓储物流费用、云服务费等。

3. 合同资产

☐适用 ☒不适用

4. 其他应收款

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
应收利息			
应收股利			
其他应收款	689.90	179.12	356.73
合计	689.90	179.12	356.73

(1) 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2025 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备的其他应收款					
其中：					
按组合计提坏账准备的其他应收款	869.44	100.00	179.54	20.65	689.90
其中：账龄组合	869.44	100.00	179.54	20.65	689.90
合计	869.44	100.00	179.54	20.65	689.90

单位：万元

类别	2024 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备的其他应收款					
其中：					
按组合计提坏账准备的其他应收款	365.59	100.00	186.47	51.00	179.12
其中：账龄组合	365.59	100.00	186.47	51.00	179.12
合计	365.59	100.00	186.47	51.00	179.12

单位：万元

类别	2023 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备的其他应收款					
其中：					
按组合计提坏账准备的其他应收款	528.47	100.00	171.74	32.50	356.73
其中：账龄组合	499.15	94.45	171.74	34.41	327.41
应退税款组合	29.32	5.55			29.32
合计	528.47	100.00	171.74	32.50	356.73

1) 按单项计提坏账准备

☐适用 ☒不适用

2) 按组合计提坏账准备：

☒适用 ☐不适用

单位：万元

组合名称	2025 年 12 月 31 日

	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
账龄组合：1 年以内	653.57	32.68	5.00
账龄组合：1-2 年	29.16	2.92	10.00
账龄组合：2-3 年	17.68	5.30	30.00
账龄组合：3-4 年	8.03	4.02	50.00
账龄组合：4-5 年	131.90	105.52	80.00
账龄组合：5 年以上	29.11	29.11	100.00
低风险组合			
合计	869.44	179.54	20.65

单位：万元

组合名称	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
账龄组合：1 年以内	58.71	2.94	5.00
账龄组合：1-2 年	17.92	1.79	10.00
账龄组合：2-3 年	15.93	4.78	30.00
账龄组合：3-4 年	157.90	78.95	50.00
账龄组合：4-5 年	85.57	68.46	80.00
账龄组合：5 年以上	29.56	29.56	100.00
低风险组合			
合计	365.59	186.47	51.00

单位：万元

组合名称	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
账龄组合：1 年以内	157.85	7.89	5.00
账龄组合：1-2 年	20.76	2.08	10.00
账龄组合：2-3 年	158.93	47.68	30.00
账龄组合：3-4 年	95.02	47.51	50.00
账龄组合：4-5 年			80.00
账龄组合：5 年以上	66.59	66.59	100.00
低风险组合	29.32		
合计	528.47	171.74	32.50

确定组合依据的说明：

公司依据其他应收款信用风险自初始确认后是否已经显著增加，采用相当于未来 12 个月内或整个存续期的预期信用损失的金额计量减值损失。除了单项评估信用风险的其他应收款外，基于其信用风险特征，将其划分为不同组合：		
项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款-账龄组合	日常经营中应收取的各类往来款项，具有类似信用风险特征	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，计算预期信用损失
其他应收款-应收退税款组合	根据税收法律法规应收的退税款项	根据预期信用损失测算，信用风险极低，不计提预期信用损失
其中，账龄组合计提比例如下：		
账龄	计提比例	
1 年以内	5.00%	

1-2 年	10.00%
2-3 年	30.00%
3-4 年	50.00%
4-5 年	80.00%
5 年以上	100.00%

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备, 请按下表披露坏账准备的相关信息:

☒ 适用 ☐ 不适用

单位: 万元

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来 12 个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失 (未发生信用减值)	整个存续期预期信用损失 (已发生信用减值)	
2025 年 1 月 1 日余额	186.47			186.47
2025 年 1 月 1 日余额在本期				
--转入第二阶段				
--转入第三阶段				
--转回第二阶段				
--转回第一阶段				
本期计提	-23.18			-23.18
本期转回				
本期转销				
本期核销	33.60			33.60
其他变动	3.50			3.50
2025 年 12 月 31 日余额	179.54			179.54

对报告期发生损失准备变动的应收账款账面余额显著变动的情况说明:

☐ 适用 ☒ 不适用

报告期坏账准备计提金额以及评估金融工具信用风险是否显著增加的依据:

☐ 适用 ☒ 不适用

(2) 应收利息

1) 应收利息分类

☐ 适用 ☒ 不适用

2) 重要逾期利息

☐ 适用 ☒ 不适用

(3) 应收股利

☐适用 ☒不适用

(4) 其他应收款

☒适用 ☐不适用

1) 按款项性质列示的其他应收款

单位：万元

款项性质	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
保证金及押金	782.69	351.30	363.42
备用金			-
往来款			-
关联方款项			134.57
出口退税款			29.32
其他	86.75	14.30	1.16
合计	869.44	365.59	528.47

2) 按账龄披露的其他应收款

单位：万元

账龄	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
1 年以内	653.57	58.71	187.17
1 至 2 年	29.16	17.92	20.76
2 至 3 年	17.68	15.93	158.93
3 至 4 年	8.03	157.90	95.02
4 至 5 年	131.90	85.57	-
5 年以上	29.11	29.56	66.59
合计	869.44	365.59	528.47

3) 报告期内实际核销的其他应收款情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

单位名称	其他应收款性质	核销时间	核销金额	核销原因	是否因关联交易产生
Rashti Immobilien	租赁保证金	2025 年 6 月 28 日	33.60	预计无法收回	否
零星客户	其他款项	2024 年 11 月 30 日	2.83	预计无法收回	否
合计	-	-	36.43	-	-

4) 按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

单位名称	2025 年 12 月 31 日

	款项性质	2025 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款 期末余额合计 数的比例(%)	坏账准备期末 余额
American Alternative Insurance Corporation	保证金及押金	527.16	1 年以内	60.63	26.36
深圳市南头城科技产业发展有限公司	保证金及押金	99.90	4-5 年	11.49	79.92
Mission Goldrush LLC	保证金及押金	39.16	2-3 年、5 年以上	4.50	31.68
阿里巴巴(中国)网络技术有限公司	其他	33.33	1 年以内	3.83	1.67
3D ImmobilienGbR	保证金及押金	32.45	1 年以内、1-2 年	3.73	2.60
合计	-	732.00	-	84.18	142.23

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日				
	款项性质	2024 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款 期末余额合计 数的比例(%)	坏账准备期末 余额
深圳市南头城科技产业发展有限公司	保证金及押金	99.90	3-4 年	27.32	49.95
Rashti Immobilien	保证金及押金	42.72	4-5 年	11.68	34.17
Bredow GbR	保证金及押金	42.65	4-5 年	11.67	34.12
Mission Goldrush LLC	保证金及押金	40.05	1-2 年, 5 年以上	10.95	30.22
江西台德智慧科技股份有限公司	保证金及押金	20.00	3-4 年	5.47	10.00
合计	-	245.32	-	67.09	158.46

单位：万元

单位名称	2023 年 12 月 31 日				
	款项性质	2023 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款 期末余额合计 数的比例(%)	坏账准备期末 余额
香港亚菲电子商务有限公司	关联方款项	134.57	1 年以内	25.46	6.73
深圳市南头城科技产业发展有限公司	保证金及押金	99.90	2-3 年	18.90	29.97
Rashti Immobilien	保证金及押金	44.61	3-4 年	8.44	22.31
Bredow GbR	保证金及押金	44.54	3-4 年	8.43	22.27
Mission Goldrush LLC	保证金及押金	39.46	1 年以内; 5 年以上	7.47	29.24

合计	-	363.08	-	68.70	110.51

(5) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 356.73 万元、179.12 万元和 689.90 万元，主要为公司保证金及押金，其中 2025 年其他应收款较上年期末增加的主要原因系缴纳的海关保证金增加。其中，公司应收香港亚菲电子商务有限公司的关联方款项为向香港亚菲提供代运营服务而产生的款项，香港亚菲为公司持股 50%的合营公司，经营状况和信用记录良好，上述款项不存在无法收回的情况，报告期各期末公司已按坏账计提政策计提坏账准备，相关款项已于期后收回。 截至报告期末，公司其他应收款中无应收关联方单位账款。

5. 应付票据

☐适用 ☒不适用

6. 应付账款

☒适用 ☐不适用

(1) 应付账款列示

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日
应付货款	4,432.38
应付工程款	-
合计	4,432.38

(2) 按收款方归集的期末余额前五名的应付账款情况

单位：万元

单位名称	2025 年 12 月 31 日		
	应付账款	占应付账款期末余额合计数的比例 (%)	款项性质
广东肇庆市红鹰科技有限公司	704.56	15.90	应付货款
江西台德智慧科技股份有限公司	426.08	9.61	应付货款
THIEN LONG GROUP CORPORATION	351.21	7.92	应付货款
东莞市上源电子有限公司	233.73	5.27	应付货款
江苏辰霏体育用品有限公司	199.69	4.51	应付货款
合计	1,915.27	43.21	-

(3) 账龄超过 1 年的重要应付账款

☐适用 ☒不适用

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司应付账款主要系应付供应商的货款和工程款，报告期各期末，公司应付账款余额分别为 5,947.74 万元、7,334.95 万元和 **4,432.38 万元**，占流动负债的比例分别为 27.11%、25.98% 和 **21.45%**。

2024 年末，公司应付账款余额增长，**主要原因**为公司业务规模整体增长，**同时为提前应对美国加征关税而增加备货**，采购货款金额增加。**2025 年末，公司应付账款余额减少**，主要系上期末由于备货因素使得应付货款金额较高，以及本期支付部分工程款所致。

截至报告期末，除广东肇庆市红鹰科技有限公司（公司报告期内曾持有其母公司康美联 5% 股权）外，应付账款中无应付关联方账款。

7. 预收款项

√适用 □不适用

(1) 预收款项列示

单位：万元	
项目	2025 年 12 月 31 日
预收租金	421.57
合计	421.57

(2) 账龄超过 1 年的重要预收款项情况

□适用 √不适用

(3) 期末建造合同形成的已结算未完工项目情况（未执行新收入准则公司适用）

□适用 √不适用

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司预收款项的金额分别为 534.17 万元、610.03 万元和 **421.57 万元**，主要为公司华东运营中心部分物业对外出租而预收的租金。

8. 应付职工薪酬

√适用 □不适用

(1) 应付职工薪酬列示

单位：万元					
项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	汇率变动影响	2025 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	1,979.73	11,621.13	11,218.69	0.06	2,382.24
2、离职后福利-设定提	7.00	446.79	445.34		8.45

存计划					
3、辞退福利	15.27	128.28	127.53		16.02
4、一年内到期的其他福利	-	-	-		-
合计	2,002.00	12,196.20	11,791.55	0.06	2,406.70

单位：万元

项目	2023年12月31日	本期增加	本期减少	汇率变动影响	2024年12月31日
1、短期薪酬	1,527.16	9,629.72	9,175.59	-1.55	1,979.73
2、离职后福利-设定提存计划	11.68	359.63	364.32		7.00
3、辞退福利	70.00	149.57	204.3		15.27
4、一年内到期的其他福利	-	-	-		-
合计	1,608.84	10,138.92	9,744.21	-1.55	2,002.00

单位：万元

项目	2022年12月31日	本期增加	本期减少	汇率变动影响	2023年12月31日
1、短期薪酬	954.90	8,102.06	7,530.57	0.77	1,527.16
2、离职后福利-设定提存计划	4.58	261.39	254.28		11.68
3、辞退福利	-	101.47	31.47		70.00
4、一年内到期的其他福利	-	-	-		-
合计	959.48	8,464.93	7,816.33	0.77	1,608.84

(2) 短期薪酬列示

单位：万元

项目	2024年12月31日	本期增加	本期减少	汇率变动影响	2025年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	1,971.06	11,087.97	10,687.40	0.18	2,371.80
2、职工福利费	-	156.84	156.84		-
3、社会保险费	7.38	245.62	244.73	-0.12	8.14
其中：医疗保险费	3.41	135.28	134.81		3.89
工伤保险费	0.10	9.32	9.31		0.11
生育保险费	-	12.11	12.11		-
海外社保	3.87	88.90	88.51	-0.12	4.15
4、住房公积金	1.30	130.70	129.71		2.29
5、工会经费和职工教育经费	-	-	-		-
6、短期带薪缺勤	-	-	-		-
7、短期利润分享计划	-	-	-		-
合计	1,979.73	11,621.13	11,218.69	0.06	2,382.24

单位：万元

项目	2023年12月	本期增加	本期减少	汇率变动影响	2024年12

	31 日				月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	1,518.67	9,188.97	8,735.29	-1.29	1,971.06
2、职工福利费	-	118.34	118.34		-
3、社会保险费	6.59	218.02	216.97	-0.26	7.38
其中：医疗保险费	2.85	118.85	118.29		3.41
工伤保险费	0.15	6.27	6.32		0.10
生育保险费	0.01	10.21	10.22		-
海外社保	3.58	82.69	82.14	-0.26	3.87
4、住房公积金	1.90	104.38	104.98		1.30
5、工会经费和职工教育经费	-	-	-		-
6、短期带薪缺勤	-	-	-		-
7、短期利润分享计划	-	-	-		-
合计	1,527.16	9,629.72	9,175.59	-1.55	1,979.73

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	汇率变动影响	2023 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	947.76	7,698.20	7,128.17	0.88	1,518.67
2、职工福利费	0.73	109.73	110.45		-
3、社会保险费	6.02	209.42	208.74	-0.11	6.59
其中：医疗保险费	1.64	110.38	109.17		2.85
工伤保险费	0.06	3.19	3.10		0.15
生育保险费	-	5.72	5.72		0.01
海外社保	4.31	90.13	90.75	-0.11	3.58
4、住房公积金	0.39	83.75	82.24		1.90
5、工会经费和职工教育经费	-	0.97	0.97		-
6、短期带薪缺勤	-	-	-		-
7、短期利润分享计划	-	-	-		-
合计	954.90	8,102.06	7,530.57	0.77	1,527.16

(3) 设定提存计划

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2025 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	6.77	428.28	426.86	8.19
2、失业保险费	0.22	18.50	18.47	0.26
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	7.00	446.79	445.34	8.45

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	11.31	343.74	348.28	6.77
2、失业保险费	0.37	15.9	16.04	0.22
3、企业年金缴费	-	-	-	-

合计	11.68	359.63	364.32	7.007

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	4.42	250.58	243.68	11.31
2、失业保险费	0.16	10.81	10.6	0.37
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	4.58	261.39	254.28	11.68

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 1,608.84 万元、2,002.00 万元和 2,406.69 万元，占各期末流动负债的比例分别为 7.33%、7.09%和 11.65%，公司应付职工薪酬主要为已计提尚未支付的工资及奖金。

9. 其他应付款

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
应付利息			
应付股利			
其他应付款	2,132.41	2,182.27	1,300.82
合计	2,132.41	2,182.27	1,300.82

(1) 应付利息

□适用 √不适用

(2) 应付股利

□适用 √不适用

其他说明：

□适用 √不适用

(3) 其他应付款

√适用 □不适用

1) 按款项性质列示其他应付款

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
应付仓储物流费	860.42	1,087.74	475.82
应付保证金	476.08	490.25	472.43

应付服务费	611.90	442.93	182.75
其他	184.01	161.37	169.81
合计	2,132.41	2,182.27	1,300.82

2) 其他应付款账龄情况

√适用 □不适用

单位：万元

账龄	2025 年 12 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	1,679.00	78.74	1,714.62	78.57	1,299.36	99.89
1-2 年	82.11	3.85	467.66	21.43	-	-
2-3 年	371.30	17.41	-	-	0.93	0.07
3 年以上			-	-	0.53	0.04
合计	2,132.41	100.00	2,182.27	100.00	1,300.82	100.00

3) 账龄超过 1 年的重要其他应付款

□适用 √不适用

4) 其他应付款金额前五名单位情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2025 年 12 月 31 日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
浙江百厦建设有限公司	非关联方	质量保证金	324.07	2-3 年	15.20
容诚会计师事务所（特殊普通合伙）	非关联方	应付服务费	212.85	1 年以内	9.98
BEIJING CENTURY JOYO COURIER SERVICE CO. LTD	非关联方	应付仓储物流费	101.91	1 年以内	4.78
兴业证券股份有限公司	非关联方	应付服务费	101.89	1 年以内	4.78
深圳市关关通物流科技有限公司	非关联方	未结算关税	97.92	1 年以内	4.59
合计	-	-	838.64	-	39.33

√适用 □不适用

单位名称	2024 年 12 月 31 日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
北京世纪卓越快递服务有限	非关联方	物流运费	506.34	1 年以内	23.20

公司					
浙江百厦建设有限公司	非关联方	质量保证金	324.07	1-2 年	14.85
容诚会计师事务所（特殊普通合伙）	非关联方	中介费用	208.21	1 年以内	9.54
德勤管理咨询（上海）有限公司深圳分公司	非关联方	咨询费	121.31	1 年以内、1-2 年	5.56
TIGER PUG COMMERCE PVT. LTD.	非关联方	仓储物流费	97.11	1 年以内	4.45
合计	-	-	1,257.04	-	57.60

√适用 □不适用

单位名称	2023 年 12 月 31 日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例（%）
浙江百厦建设有限公司	非关联方	质量保证金	318.70	1 年以内	24.50
北京世纪卓越快递服务有限公司	非关联方	物流运费	123.76	1 年以内	9.51
容诚会计师事务所（特殊普通合伙）	非关联方	中介费用	91.96	1 年以内	7.07
Star International Custom Brokers, Inc.	非关联方	物流运费	85.85	1 年以内	6.60
德勤管理咨询（上海）有限公司深圳分公司	非关联方	咨询费	68.90	1 年以内	5.30
合计	-	-	689.17	-	52.98

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司其他应付款金额分别为 1,300.82 万元、2,182.27 万元和 **2,132.41 万元**，占流动负债比例分别为 5.93%、7.73%和 **10.32%**，主要为应付仓储物流费和应付保证金。

2024 年末，公司其他应付款较上年同比增长 67.76%，主要原因为：①公司 2024 年销售规模增长，增加了相应的备货规模，仓储物流费用较上年增长较多；②公司筹备北交所上市，新增中介费用较多。

10. 合同负债

√适用 □不适用

(1) 合同负债情况

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
预收货款	982.01	954.42	527.64
礼品卡、积分	582.12	176.09	
合计	1,564.13	1,130.51	527.64

1. 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

☐适用 ☒不适用

2. 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司合同负债金额分别为 527.64 万元、1,130.51 万元和 **1,564.13 万元**，占流动负债比例分别为 2.40%、4.00%和 **7.57%**。公司合同负债主要为客户已支付但公司尚未完成履约的货款，2024 年末公司合同负债余额同比增长 114.26%，主要原因为公司 2024 年线下 B2B 业务和独立站业务增长较快，期末已收客户货款但尚未完成履约的订单增长较多；**2025 年末公司合同负债余额同比增长 38.36%**，主要原因为公司 2025 年独立站业务增长较快，独立站用户的礼品卡和消费积分余额增长较多。

11. 长期应付款

☐适用 ☒不适用

12. 递延收益

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
政府补助	1,710.63	1,817.92	1,915.2
合计	1,710.63	1,817.92	1,915.20

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司递延收益余额分别为 1,915.20 万元、1,817.92 万元和 **1,710.63 万元**，主要为公司收到的政府补助。

13. 递延所得税资产/递延所得税负债

☒适用 ☐不适用

(1) 未经抵销的递延所得税资产

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日		2024 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产

资产减值准备	621.02	155.00	873.49	210.88
信用减值损失	576.80	138.76	493.14	124.05
内部未实现损益	825.23	243.17	1,557.23	391.99
预计负债	571.69	146.52	469.28	118.19
可抵扣亏损	330.34	54.29	507.78	98.22
递延收益	1,710.63	256.59	1,807.92	271.19
租赁负债	2,249.81	481.43	3,157.65	691.84
交易性金融负债/ 资产公允价值变动	-	-	273.73	68.43
其他权益工具投资 公允价值变动	-	-	44.99	6.75
合计	6,885.52	1,475.77	9,185.20	1,981.55

项目	2023 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	1,081.58	311.15
信用减值损失	481.82	112.75
内部未实现损益	921.45	229.56
预计负债	626.83	154.26
可抵扣亏损	419.18	78.55
递延收益	1,905.20	285.78
租赁负债	4,274.91	881.45
交易性金融负债/资产公允价值 变动	23.72	5.93
其他权益工具投资公允价值变动	124.36	18.65
合计	9,859.06	2,078.09

(2) 未经抵销的递延所得税负债

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日		2024 年 12 月 31 日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
使用权资产	2,093.17	452.47	2,856.26	654.55
交易性金融资产 公允价值变动	148.69	37.17		
租赁收入税会差异	31.95	4.15	48.91	10.29
合计	2,273.80	493.78	2,905.17	664.84

项目	2023 年 12 月 31 日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
使用权资产	3,662.60	808.72
租赁收入税会差异	121.73	19.23
合计	3,784.33	827.96

(3) 报告期各期末以抵销后净额列示的递延所得税资产或负债

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	
	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额
递延所得税资产	493.78	981.99
递延所得税负债	493.78	-

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	
	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额
递延所得税资产	664.84	1,316.71
递延所得税负债	664.84	-

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	
	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额
递延所得税资产	827.96	1,250.13
递延所得税负债	827.96	-

(4) 未确认递延所得税资产明细

□适用 √不适用

(5) 未确认递延所得税资产的可抵扣亏损将于以下年度到期

□适用 √不适用

(6) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司递延所得税资产主要为租赁负债、递延收益以及计提应收款项坏账准备和存货跌价准备形成的可抵扣暂时性差异。

14. 其他流动资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
待抵扣税金	3,259.62	3,514.67	3,208.68
应收退货成本	142.67	86.11	133.70
预缴所得税	478.51	42.51	95.28
其他	0.52	62.89	
合计	3,881.32	3,706.18	3,437.66

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司其他流动资产金额分别为 3,437.66 万元、3,706.18 万元和 3,881.32 万元，

占流动资产比例分别为 8.04%、5.93%和 **5.14%**，主要为待抵扣税金。

15. 其他非流动资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 12 月 31 日			2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
预付设备款	138.70	-	138.70	-	-	-
合计	138.70	-	138.70	-	-	-

项目	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值
预付设备款	66.38	-	66.38
合计	66.38	-	66.38

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司其他非流动资产账面价值分别为 66.38 万元、0.00 万元和 **138.70 万元**，主要为预付设备款。

16. 其他披露事项

无。

三、 盈利情况分析

（一） 营业收入分析

1. 营业收入构成情况

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
主营业务收入	196,451.90	99.17	164,893.27	98.91	138,696.21	99.08
其他业务收入	1,640.37	0.83	1,821.12	1.09	1,289.47	0.92
合计	198,092.27	100.00	166,714.39	100.00	139,985.68	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务突出，占营业收入的比例均在 98.00%以上，是营业收入的主要来源；其他业务收入包括租赁收入和服务费收入，占比较低。

2. 主营业务收入按产品或服务分类

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
艺术创作	82,366.22	41.93	53,788.42	32.62	34,496.61	24.87
数码电子	40,092.27	20.41	44,996.00	27.29	42,895.17	30.93
运动户外	44,338.71	22.57	37,765.89	22.90	30,288.48	21.84
家居庭院	29,654.70	15.10	28,342.97	17.19	31,015.96	22.36
合计	196,451.90	100.00	164,893.27	100.00	138,696.21	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务收入分别为 138,696.21 万元、164,893.27 万元和 196,451.90 万元，2024 年和 2025 年分别同比增长 18.89%和 19.14%，公司主营业务收入按产品类别划分的情况具体如下：

1、艺术创作类

报告期内，公司艺术创作类产品实现销售收入分别为 34,496.61 万元、53,788.42 万元和 82,366.22 万元，占主营业务收入的比例分别为 24.87%、32.62%和 41.93%。报告期内，公司艺术创作类产品销售收入大幅增长，2024 年同比增长 55.92%，2025 年同比增长 53.13%。

公司艺术创作类产品以 Ohuhu 品牌为主，主要产品为绘画笔，是公司着力发展的主要品类之一，具备叠色效果好、出墨流畅、色泽稳定性高、质感细腻等特点，深受海外消费者喜爱，产品毛利率较高；同时，在公司对 Ohuhu 品牌建设的大力推进下，Ohuhu 品牌关键词搜索热度在亚马逊主要站点中保持在较高水平，品牌的消费者粘性不断增强。

报告期内，公司不断加强 Ohuhu 品牌建设和销售运营，并通过持续研发提高绘画笔产品的使用体验，实现了销售收入的持续增长。

2、数码电子类

报告期内，公司数码电子类产品实现销售收入分别为 42,895.17 万元、44,996.00 万元和 40,092.27 万元，占主营业务收入的比例分别为 30.93%、27.29%和 20.41%，报告期内收入相对稳定。

公司数码电子类产品以 Tribit 和 iClever 品牌为主，主要产品包括蓝牙音箱、儿童耳机、键盘鼠标等，其中，儿童耳机产品采用自研的安全音量控制技术保护儿童听力，为儿童打造多彩有趣又安全舒适的学习和娱乐生活，在欧美市场拥有较高的知名度和美誉度；蓝牙音箱产品的音频处理饱满逼真，为用户带来高品质的聆听体验；键盘鼠标产品能够满足消费者便携办公等多种需求，具有良好的用户体验。

3、运动户外类

报告期内，公司运动户外类产品实现销售收入分别为 30,288.48 万元、37,765.89 万元和 **44,338.71 万元**，占主营业务收入的比例分别为 21.84%、22.90%和 **22.57%**，其中 2024 年收入同比增长 24.69%，**2025 年收入同比增长 17.40%**。

公司运动户外类产品以 Sportneer 品牌为主，产品主要包括训练器材、户外用品、自行车用品等。公司精准定位各类户外和健身爱好者差异化与专业化的功能需求，并积极挖掘健身行业未来趋势，为用户提供更安全、便捷、舒适的健身选择。2024 年以来，公司运动户外类产品收入同比增长较多，主要原因为负重沙包、室内单杠等健身用品及折叠床等户外用品销售情况良好，收入增长较快。

4、家居庭院类

报告期内，公司家居庭院类产品实现销售收入分别为 31,015.96 万元、28,342.97 万元和 **29,654.70 万元**，占主营业务收入的比例分别为 22.36%、17.19%和 **15.10%**，其中 2024 年同比减少 8.62%，**2025 年同比相对稳定**。

公司家居庭院类产品主要包括家居用品、庭院用品、儿童玩具等。报告期内，公司主动进行产品结构调整，其中主要对家居庭院类产品进行优化，对部分盈利能力较低的产品进行精简。

3. 主营业务收入按销售区域分类

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
北美洲	123,160.01	62.69	102,887.33	62.40	90,449.89	65.21
欧洲	52,282.43	26.61	43,897.97	26.62	34,210.04	24.67
亚洲	13,178.55	6.71	13,463.09	8.16	11,581.26	8.35
大洋洲	4,804.87	2.45	2,798.46	1.70	1,724.17	1.24
南美洲	2,953.71	1.50	1,784.52	1.08	692.92	0.50
非洲	72.33	0.04	61.90	0.04	37.93	0.03
合计	196,451.90	100.00	164,893.27	100.00	138,696.21	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司主要销售区域为北美洲及欧洲地区，报告期各期占主营业务收入的比例分别为 89.88%、89.02%和 **89.30%**。北美洲为公司第一大销售地区，报告期各期占主营业务收入的比例分别为 65.21%、62.40%和 **62.69%**。报告期内，公司主要销售地区未发生重大变化。

4. 主营业务收入按销售模式分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）

线上	185,047.72	94.19	159,441.04	96.69	135,178.13	97.46
B2C	184,795.69	94.07	159,024.34	96.44	134,694.60	97.11
B2B	252.04	0.13	416.70	0.25	483.53	0.35
线下	11,404.17	5.81	5,452.23	3.31	3,518.07	2.54
B2B	11,404.17	5.81	5,452.23	3.31	3,518.07	2.54
合计	196,451.90	100.00	164,893.27	100.00	138,696.21	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司以线上 B2C 为主要销售模式，报告期内线上 B2C 模式销售收入分别为 134,694.60 万元、159,024.34 万元和 **184,795.69 万元**，占主营业务收入的比例分别为 97.11%、96.44%和 **94.07%**。报告期内，公司主要销售模式未发生重大变化。

5. 主营业务收入按季度分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
第一季度	43,416.95	22.10	32,276.86	19.57	31,298.75	22.57
第二季度	45,076.88	22.95	37,210.25	22.57	31,812.20	22.94
第三季度	47,314.29	24.08	41,063.16	24.90	32,326.64	23.31
第四季度	60,643.78	30.87	54,343	32.96	43,258.62	31.19
合计	196,451.90	100.00	164,893.27	100.00	138,696.21	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司销售收入存在一定的季节性特征，销售旺季在第四季度，主要因为公司的主要销售地区为欧美，而黑色星期五、感恩节、圣诞节等欧美主要购物节集中在第四季度。

6. 主营业务收入按销售平台分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
线上	185,047.72	94.19	159,441.04	96.69	135,178.13	97.46
亚马逊	168,062.84	85.55	148,893.19	90.30	129,564.9	93.42
独立站	11,156.10	5.68	6,240.80	3.78	3,127.19	2.25
速卖通	2,147.69	1.09	1,986.45	1.20	1,101.23	0.79
其他平台	3,681.09	1.87	2,320.60	1.41	1,384.81	1.00
线下	11,404.17	5.81	5,452.23	3.31	3,518.07	2.54
合计	196,451.90	100.00	164,893.27	100.00	138,696.21	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司主要的销售平台为亚马逊,报告期内在亚马逊平台实现的销售收入分别为 129,564.90 万元、148,893.19 万元和 **168,062.84 万元**, 占主营业务收入的比例分别为 93.42%、90.30%和 **85.55%**。报告期内, 公司在稳步运营亚马逊市场外, 不断加强渠道建设和品牌建设, 多措并举开拓其他平台市场, 扩大公司产品销售渠道的深度和广度, 不断提升产品市场竞争力。

7. 前五名客户情况

单位: 万元

2025 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	Amazon	168,062.84	85.55	否
2	独立站	11,156.10	5.68	否
3	Michaels Stores	5,478.39	2.79	否
4	速卖通	2,147.69	1.09	否
5	Tiktok	1,150.57	0.59	否
合计		187,995.59	95.70	-
2024 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	Amazon	148,893.19	90.30	否
2	独立站	6,240.8	3.78	否
3	速卖通	1,986.45	1.20	否
4	Michaels Stores	1,515.21	0.92	否
5	Tiktok	594.7	0.36	否
合计		159,230.35	96.57	-
2023 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	Amazon	129,564.90	93.42	否
2	独立站	3,127.19	2.25	否
3	速卖通	1,101.23	0.79	否
4	Dino Q Audio	350.65	0.25	否
5	SPOTTER GLOBAL, INC.	285.76	0.21	否
合计		134,429.74	96.92	-

科目具体情况及分析说明:

公司前五名客户情况详见“第五节业务和技术”之“三、发行人主营业务情况”之“(一)销售情况和主要客户”之“4、前五大客户销售情况”。

公司主要通过 Amazon 实现自有品牌产品的销售, 报告期内通过 Amazon 平台实现的销售收入占主营业务收入的比例分别为 93.42%、90.30%和 **85.55%**, 集中度较高, 主要与公司的业务模式、所处行业情况、主要销售地区和主要消费群体相关。公司主要销售模式为线上 B2C, 主要依托境外电商平台向欧美地区消费者进行销售, 而 Amazon 系海外知名电商平台, 拥有大量具有购买力的活

跃用户，公司主要在 Amazon 平台开设店铺向海外消费者提供产品，因此通过 Amazon 平台实现的销售收入占比较高，具有合理性。报告期内，公司已加大独立站、线下 B2B 等非亚马逊销售渠道的拓展力度，在 Amazon 平台的销售占比呈逐渐下降趋势。

报告期内，公司董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东均未在上述客户中持有权益。

8. 其他披露事项

(1) 第三方回款

报告期内，公司线下 B2B 业务存在少量第三方回款，具体构成如下：

单位：万元

项目	2025 年	2024 年	2023 年
线下 B2B 收入金额	11,404.17	5,452.23	3,518.07
第三方回款金额	1,034.78	1,031.60	710.97
第三方回款金额占线下 B2B 收入的比例	9.07%	18.92%	20.21%
其中：汇兑公司代为付款	745.60	779.30	361.68
法定代表人或实际控制人代为付款	101.04	224.50	186.02
采购人员或经营管理人员代为付款	6.98	23.74	27.66
关联公司代为付款	26.60	-	56.78
境外客户指定付款	154.57	4.07	78.84

报告期内，公司线下 B2B 业务第三方回款金额分别为 710.97 万元、1,031.60 万元和 1,034.78 万元，占线下 B2B 业务收入的比例分别为 20.21%、18.92%和 9.07%。公司线下 B2B 业务以外销为主，销售地区包括东南亚、南美洲等地，双方结算以美元为主，部分客户出于大额外汇便利因素，使用汇兑公司代为付款，部分客户出于付款习惯或付款便利因素，由法定代表人或实际控制人、采购人员或经营管理人员等代为付款，符合当地惯例，具有合理性。

此外，公司线上 B2C 业务存在通过第三方开设店铺的情况，第三方店铺的注册主体为第三方公司，公司与第三方公司签订协议，约定店铺的运营由公司全权负责，除个别第三方店铺的销售款项由公司自主提款至自身账户外，其余主要第三方店铺的销售款项由第三方公司提现，双方定期对账无误后，第三方公司将扣除佣金后的结算款项汇入公司银行账户。上述店铺销售款项由第三方公司提现再向公司转账的情况构成第三方回款，具体如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
线上 B2C 收入金额	184,795.69	159,024.34	134,694.60

第三方店铺回款金额	3,254.82	2,781.04	2,242.65
第三方店铺回款金额占线上 B2C 收入的比例	1.76%	1.75%	1.66%

报告期内，上述第三方店铺回款金额分别为 2,242.65 万元、2,781.04 万元和 3,254.82 万元，占线上 B2C 收入的比例分别为 1.66%、1.75%和 1.76%。

上述两类第三方回款合计占公司主营业务收入比例的情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
主营业务收入	196,451.90	164,893.27	138,696.21
第三方回款合计	4,289.60	3,812.64	2,953.62
第三方回款占主营业务收入的比例	2.18%	2.31%	2.13%

报告期内，公司第三方回款合计金额为 138,696.21 万元、164,893.27 万元和 196,451.90 万元，占主营业务收入的比例分别为 2.13%、2.31%和 2.18%，占比较低。

（2）现金交易

①现金收款

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
B2B 客户收款	-	4.27	55.36
仓库出租收款	-	8.55	48.39
其他	0.02	0.14	0.34
合计	0.02	12.95	104.09
占当期营业收入比重	0.00%	0.01%	0.07%

报告期内，公司存在少量现金收款的情况，主要系海外 B2B 客户收款以及境外仓库出租收款，现金收款占营业收入的比重分别为 0.07%、0.01%、0.00%，占比较小。

②现金付款

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
装卸费及劳务费	11.30	-	-
包装费	4.01	-	-
仓储费	4.92	-	-
办公费	3.35	0.02	3.50
其他	1.30	-	0.62
合计	24.87	0.02	4.11

占当期营业成本比重	0.02%	0.00%	0.00%

报告期内，公司存在少量现金付款的情况，主要系外海子公司支付**装卸费及劳务费、包装费、仓储费、办公费**等，占营业成本的比重分别为 0.00%、0.00%和 **0.02%**，占比较小。

9. 营业收入总体分析

报告期内，公司营业收入分别为 139,985.68 万元、166,714.39 万元和 **198,092.27 万元**，主营业务收入分别为 138,696.21 万元、164,893.27 万元和 **196,451.90 万元**，占当期营业收入的比例分别为 99.08%、98.91%和 **99.17%**，主营业务突出。

2024 年和 2025 年，公司主营业务收入分别同比增长 18.89%和 **19.14%**，主要原因为公司持续加大对盈利能力较强产品的开发投入和销售运营，**通过技术创新优化产品性能和用户体验，聚焦明星产品持续进行产品迭代响应细分市场**需求，并不断加强品牌建设，核心品类产品收入**持续**上升。

（二） 营业成本分析

1. 成本归集、分配、结转方法

公司的生产制造环节由供应商完成，公司直接向供应商采购成品，主要通过海运等方式将产品运送至海外，再由电商平台物流或第三方快递物流商将产品配送至终端消费者，公司的主营业务成本包括产品采购成本、头程物流成本、关税成本及尾程物流成本。

（1）产品采购成本

产品采购成本为公司向供应商采购产品的成本，产品入库国内仓时计入“库存商品”。

（2）头程物流成本

头程物流成本为公司将采购的产品由国内发往海外途中产生的物流及相关费用，其中主要为海运费。公司主要的销售物流模式为将产品批量运输至海外仓库，再根据订单向消费者进行配送，头程物流费用为使存货达到可销售状态和地点所发生的必要支出，公司按照商品的“计费重”（商品体积重或实际重，根据供应商结算规则选择适用其一）为标准，将头程物流费用分配至每件海外存货。

（3）关税成本

关税成本为公司将产品由国内运输至海外时，根据目的地国家或地区的进口关税政策而支付的关税，同样为使存货达到可销售状态和地点所发生的必要支出，公司按照不同产品在不同国家和地区的关税率，将关税核算至每件海外存货。

（4）尾程物流成本

尾程物流成本为公司将产品配送至终端消费者的快递物流费用，公司按照电商平台或第三方快递物流商结算单，将尾程物流成本核算至每个订单及产品。

公司存货发出时采用加权平均法计价，实现对外销售时结转至“主营业务成本”。报告期内，公司成本核算方法未发生改变。

2. 营业成本构成情况

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
主营业务成本	110,920.89	98.97	96,452.46	98.65	83,379.51	99.05
其他业务成本	1,154.45	1.03	1,317.75	1.35	800.96	0.95
合计	112,075.34	100.00	97,770.22	100.00	84,180.46	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司营业成本分别为 84,180.46 万元、97,770.22 万元和 **112,075.34 万元**，包括主营业务成本和其他业务成本，其中主营业务成本占营业成本的比重均在 98.00%以上，其他业务成本占营业成本比例较小，公司营业成本变动趋势与营业收入的变动一致。

3. 主营业务成本构成情况

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
产品采购成本	56,970.00	51.36	50,833.77	52.70	45,256.84	54.28
头程物流成本	6,371.43	5.74	5,612.65	5.82	3,713.21	4.45
关税成本	8,226.06	7.42	3,730.01	3.87	3,082.27	3.70
尾程物流成本	39,353.40	35.48	36,276.03	37.61	31,327.17	37.57
合计	110,920.89	100.00	96,452.46	100.00	83,379.51	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司主营业务成本分别为 83,379.51 万元、96,452.46 万元和 **110,920.89 万元**，变动具体情况如下：

①产品采购成本

2024 年和 2025 年，公司产品采购成本分别同比增长 12.32%和 **12.07%**，主要原因为公司主营业务收入持续增长，采购规模相应提升。

②头程物流成本

2024 年，公司头程物流成本较 2023 年增长 51.15%，主要原因如下：一方面，公司销售规模较上年有所增长，产品销量增加，头程物流成本相应增加；另一方面，全球经济和国际贸易回暖，全球集装箱航运贸易量回升，同时受红海事件等地缘冲突影响，国际海运价格有所上升，头程物流成本较 2023 年有所上涨。

2025 年，公司头程物流成本较 2024 年增长 13.52%，主要原因为公司经营规模扩大，头程物流成本相应增加。

③关税成本

2024 年，公司关税成本较 2023 年增长 21.01%，主要原因为公司销售规模较上年有所增长，产品销量增加，关税成本相应增加。

2025 年，公司关税成本较 2024 年增长 120.54%，主要原因为美国对华加征关税，关税成本大幅增加。

④尾程物流成本

2024 年，公司尾程物流成本较 2023 年增长 15.80%，主要原因为公司销售规模较上年有所增长，产品销量增加，尾程配送成本相应增加。

2025 年，公司尾程物流成本较 2024 年增长 8.48%，主要原因为公司经营规模扩大，尾程物流成本相应增加。

4. 主营业务成本按产品或服务分类

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
艺术创作	41,062.85	37.02	27,215.13	28.22	17,791.14	21.34
数码电子	24,059.83	21.69	26,815.66	27.80	25,334.78	30.38
运动户外	27,215.51	24.54	23,976.61	24.86	19,556.10	23.45
家居庭院	18,582.69	16.75	18,445.06	19.12	20,697.49	24.82
合计	110,920.89	100.00	96,452.46	100.00	83,379.51	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司按产品类别划分的主营业务成本与主营业务收入的变动趋势基本一致。

5. 主营业务成本按其他分类

☐适用 ☒不适用

6. 前五名供应商情况

单位：万元

2025 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比(%)	是否存在关联关系
1	青岛康美联文化用品有限公司	20,139.73	34.39	是
2	东莞市上源电子有限公司	2,741.44	4.68	否
3	深圳市航世电子科技有限公司	2,404.22	4.11	否
4	江西台德智慧科技股份有限公司	1,565.58	2.67	否
5	深圳市盈圳科科技有限公司	1,536.85	2.62	否
合计		28,387.82	48.47	-
2024 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比(%)	是否存在关联关系
1	青岛康美联文化用品有限公司	10,326.57	18.35	是
2	深圳市航世科技有限公司	4,363.05	7.75	否
3	东莞市上源电子有限公司	3,726.49	6.62	否
4	江西台德智慧科技股份有限公司	2,817.73	5.01	否
5	深圳市盈圳科科技有限公司	2,734.02	4.86	否
合计		23,967.86	42.59	-
2023 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比(%)	是否存在关联关系
1	青岛康美联文化用品有限公司	6,224.08	15.18	是
2	深圳市航世科技有限公司	3,531.01	8.61	否
3	江西台德智慧科技股份有限公司	2,814.65	6.86	否
4	东莞市上源电子有限公司	2,740.23	6.68	否
5	深圳市盈圳科科技有限公司	1,871.27	4.56	否
合计		17,181.24	41.90	-

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司向前五名供应商的采购金额分别为 17,181.24 万元、23,967.86 万元和 **28,387.82** 万元，占各期采购额的比例分别为 41.90%、42.59%和 **48.47%**。报告期内，公司不存在向单一供应商采购金额占比超过 50%的情形，不存在对单一供应商的重大依赖。

报告期内，公司曾持有康美联 5%股份，公司实际控制人曾任肇庆红鹰监事，除此之外，公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方均未在上述供应商中持有权益。

7. 其他披露事项

无。

8. 营业成本总体分析

报告期内，公司营业成本分别为 84,180.46 万元、97,770.22 万元和 **112,075.34 万元**，主要由产品采购成本、头程物流成本、关税成本及尾程物流成本等合同履行成本构成，其中产品采购成本和尾程物流成本占比较高，是影响营业成本主要的因素。报告期内，公司营业成本与营业收入的结构及变动趋势基本保持一致。

（三） 毛利率分析

1. 毛利按产品或服务分类构成情况

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
主营业务毛利	85,531.01	99.44	68,440.81	99.27	55,316.70	99.12
其中：艺术创作	41,303.37	48.02	26,573.29	38.54	16,705.47	29.94
数码电子	16,032.44	18.64	18,180.34	26.37	17,560.38	31.47
运动户外	17,123.20	19.91	13,789.27	20.00	10,732.38	19.23
家居庭院	11,072.00	12.87	9,897.91	14.36	10,318.47	18.49
其他业务毛利	485.92	0.56	503.36	0.73	488.52	0.88
合计	86,016.93	100.00	68,944.17	100.00	55,805.22	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司主营业务毛利分别为 55,316.70 万元、68,440.81 万元和 **85,531.01 万元**，占当期营业毛利的比重分别为 99.12%、99.27%和 **99.44%**，公司主营业务集中，是业绩的主要贡献因素。

2024 年和 2025 年，公司主营业务毛利分别同比增长 23.73%和 **24.97%**，主要原因是公司持续加大对盈利能力较强产品的开发投入和销售运营，通过技术创新优化产品性能和用户体验，聚焦明星产品持续进行产品迭代响应细分市场的需求，并不断加强品牌建设，使得公司主营业务收入和毛利实现同步增长。

2. 主营业务按产品或服务分类的毛利率情况

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	毛利率（%）	主营收入占比（%）	毛利率（%）	主营收入占比（%）	毛利率（%）	主营收入占比（%）
艺术创作	50.15	41.93	49.40	32.62	48.43	24.87
数码电子	39.99	20.41	40.40	27.29	40.94	30.93
运动户外	38.62	22.57	36.51	22.90	35.43	21.84
家居庭院	37.34	15.10	34.92	17.19	33.27	22.36
合计	43.54	100.00	41.51	100.00	39.88	100.00

科目具体情况及分析说明:

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 39.88%、41.51%和 **43.54%**，逐步提升，主要原因为公司逐步加强核心品类的产品创新、品牌建设和销售运营，提高核心品类的毛利率和销售占比；同时，对盈利能力较低的品类进行优化精简，毛利率较低的产品销售占比下降，使得公司整体毛利率得到提高。

1、产品结构调整及品牌力提高对毛利率的影响

2024 年，公司主营业务毛利率同比提高 1.62 个百分点，主要表现为毛利率较高的艺术创作类产品的收入占比进一步提高，以及毛利率较低的家居庭院类产品的收入占比进一步下降；**2025 年，公司主营业务毛利率较 2024 年提高 2.03 个百分点，主要体现为艺术创作类产品毛利率持续提升叠加收入占比进一步提高。**

(1) 艺术创作类

报告期内，公司艺术创作类产品毛利率分别为 48.43%、49.40%和 **50.15%**，**毛利率相对较高且持续上升**，收入占比分别为 24.87%、32.62%和 **41.93%**，**收入占比逐年大幅上升。**

公司艺术创作类产品以 Ohuhu 品牌为主，主要产品为绘画笔，是公司着力发展的主要品类之一，深受海外消费者喜爱，产品毛利率较高；同时，公司不断加强 Ohuhu 品牌建设和销售运营，并通过持续研发提高绘画笔产品的使用体验和消费者的品牌粘性，因此获得较高的产品溢价空间。报告期内，公司逐渐提高部分产品的销售单价，实现了艺术创作类产品毛利率和收入占比的同步提升。

(2) 数码电子类

报告期内，公司数码电子类产品毛利率分别为 40.94%、40.40%和 **39.99%**，**毛利率相对稳定**，收入占比分别为 30.93%、27.29%和 **20.41%**，2024 年以来由于艺术创作类产品收入大幅上升，数码电子类产品收入占比有所下降。

公司数码电子类产品以 Tribit 和 iClever 品牌为主，主要产品包括蓝牙音箱、儿童耳机、键盘鼠标等，其中，儿童耳机产品采用自研的安全音量控制技术保护儿童听力，为儿童打造多彩有趣又安全舒适的学习和娱乐生活，在欧美市场拥有较高的知名度和美誉度，产品毛利率相对较高。

(3) 运动户外类

报告期内，公司运动户外类产品毛利率分别为 35.43%、36.51%和 **38.62%**，**毛利率持续上升**，收入占比分别为 21.84%、22.90%和 **22.57%**，**收入占比相对稳定。**

公司运动户外类产品以 Sportneer 品牌为主，产品主要包括训练器材、户外用品、自行车用品等。公司精准定位各类户外和健身爱好者差异化与专业化的功能需求，并积极挖掘行业未来趋势，为用户提供更安全、便捷、舒适的户外和健身选择。报告期内，公司运动户外类产品毛利率**持续上升**，

收入占比**相对稳定**。

(4) 家居庭院类

报告期内，公司家居庭院类产品毛利率分别为 33.27%、34.92%和 **37.34%**，呈持续上升趋势，收入占比分别为 22.36%、17.19%和 **15.10%**，总体呈现下降趋势。

公司家居庭院类产品主要包括家居用品、庭院用品、儿童玩具和小家电等。报告期内，公司主动进行产品结构调整，其中主要对家居庭院类产品进行优化，对部分盈利能力较低的产品进行精简，对部分盈利能力较强的产品继续运营，使得家居庭院类产品收入占比持续下降，同时毛利率有所提升。

2、国际海运费对毛利率的影响

报告期内，公司主营业务成本中的头程物流成本以海运费为主。报告期内，公司海运成本及其占主营业务收入的比重情况如下：

单位：万元

项目	2025 年	2024 年	2023 年
头程物流成本	6,371.43	5,612.65	3,713.21
主营业务收入	196,451.90	164,893.27	138,696.21
头程物流成本占主营业务收入的比重	3.24%	3.40%	2.68%

报告期内，公司主营业务成本中的头程物流成本分别为 3,713.21 万元、5,612.65 万元和 **6,371.43** 万元，占主营业务收入的比重分别为 2.68%、3.40%和 3.24%，其中 2024 年公司头程物流成本占主营业务收入占比较 2023 年提升 0.72 个百分点，主要原因是 2024 年，红海冲突航线中断，迫使船公司绕行好望角导致船舶周期延长，叠加传统出货旺季需求回升，使得 2024 年运价有所上升。

3. 主营业务按销售区域分类的毛利率情况

√适用 □不适用

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
北美洲	41.88	62.69	40.73	62.40	38.68	65.21
欧洲	48.23	26.61	45.74	26.62	44.55	24.67
亚洲	38.15	6.71	33.09	8.16	34.30	8.35
大洋洲	51.03	2.45	45.11	1.70	44.59	1.24
南美洲	41.90	1.50	40.29	1.08	48.86	0.50
非洲	27.60	0.04	29.03	0.04	29.23	0.03
总计	43.54	100.00	41.51	100.00	39.88	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司产品的销售地区以北美和欧洲地区为主，其次为亚洲地区，其他地区的销售收入及占比总体较低。报告期各期，公司在各洲的销售毛利率存在差异，主要原因为公司在销售定价时综合考虑不同地区市场的物价水平、消费能力、同类产品的供需和竞争状况以及物流成本等因素，且不同地区销售的具体产品结构亦存在不同，因此公司在不同地区的毛利率有所差异。

4. 主营业务按照销售模式分类的毛利率情况

☒ 适用 ☐ 不适用

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
线上	44.44	94.19	42.11	96.69	40.45	97.46
B2C	44.44	94.07	42.11	96.44	40.54	97.11
B2B	44.97	0.13	41.47	0.25	14.93	0.35
线下	28.88	5.81	23.94	3.31	18.26	2.54
B2B	28.88	5.81	23.94	3.31	18.26	2.54
总计	43.54	100.00	41.51	100.00	39.88	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司以 B2C 模式销售为主，占主营业务收入的比例分别为 97.11%、96.44% 和 **94.07%**，是公司主营业务收入的主要来源。报告期内，公司 B2C 模式的毛利率分别为 40.54%、42.11% 和 **44.44%**，逐年提升，主要是受产品结构调整及品牌力提高等因素影响，具体分析详见本节之“三、盈利情况分析”之“（三）毛利率分析”之“2. 主营业务按产品或服务分类的毛利率情况”。

报告期内，公司线上销售毛利率高于线下销售毛利率，主要原因为渠道结构和成本分摊方式不同。公司线上销售主要采用 B2C 直销模式，产品通过电商平台直接触达终端消费者，其较高的毛利率需覆盖平台佣金、流量推广等渠道成本；而线下采用 B2B 分销模式，产品通过经销商间接销售，公司在定价中需为经销商预留利润空间，且无需承担终端销售环节的平台费用，因此线下毛利率相对较低。公司上述结构性差异是零售行业多渠道运营的典型特征。

2023 年，公司线上 B2B 模式的毛利率较低，主要原因为 2023 年公司进行产品结构调整时，通过部分线上平台进行 B2B 清货销售，产品销售价格低，导致当年线上 B2B 模式的毛利率偏低。

5. 主营业务按照其他分类的毛利率情况

☐ 适用 ☒ 不适用

6. 可比公司毛利率比较分析

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度

赛维时代（%）	-	45.01	46.31
三态股份（%）	-	35.52	39.92
致欧科技（%）	-	34.74	36.49
平均数（%）	-	38.42	40.91
发行人（%）	43.54	41.51	39.88

注：截至本招股说明书披露之日，可比公司年度报告尚未披露。

科目具体情况及分析说明：

2023 年至 2024 年，公司毛利率介于同行业可比公司之间，与同行业可比公司平均水平相当。

7. 其他披露事项

无。

8. 毛利率总体分析

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 39.88%、41.51%和 **43.54%**，毛利率变动的主要原因详见本节之“三、盈利情况分析”之“（三）毛利率分析”之“2.主营业务按产品或服务分类的毛利率情况”的分析说明。

（四）主要费用情况分析

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	营业收入占比（%）	金额	营业收入占比（%）	金额	营业收入占比（%）
销售费用	49,233.26	24.85	42,021.53	25.21	37,027.92	26.45
管理费用	7,395.59	3.73	6,443.53	3.87	4,914.43	3.51
研发费用	3,098.41	1.56	2,671.90	1.60	2,007.52	1.43
财务费用	-160.72	-0.08	210.01	0.13	-137.96	-0.10
合计	59,566.54	30.07	51,346.97	30.80	43,811.91	31.30

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司期间费用分别为 43,811.91 万元、51,346.97 万元和 **59,566.54 万元**，与营业收入变动趋势一致。报告期内，期间费用占营业收入的比例分别为 31.30%、30.80%和 **30.07%**，基本保持稳定，其中，销售费用占营业收入的比例分别为 26.45%、25.21%和 **24.85%**，占比最高。

1. 销售费用分析

（1）销售费用构成情况

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
销售平台费用	26,125.96	53.07	22,398.11	53.30	19,221.56	51.91
市场推广费	12,418.70	25.22	11,734.36	27.92	10,198.71	27.54
薪酬费用	5,730.80	11.64	4,793.68	11.41	4,101.69	11.08
仓储费用	3,478.47	7.07	2,158.63	5.14	2,268.65	6.13
折旧摊销费用	602.38	1.22	530.90	1.26	730.50	1.97
股份支付	164.20	0.33	70.11	0.17	184.64	0.50
其他	712.75	1.45	335.74	0.80	322.16	0.87
合计	49,233.26	100.00	42,021.53	100.00	37,027.92	100.00

(2) 销售费用率与可比公司比较情况

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
赛维时代（%）	-	37.78	35.67
三态股份（%）	-	21.26	18.17
致欧科技（%）	-	24.70	23.21
平均数（%）	-	27.91	25.69
发行人（%）	24.85	25.21	26.45
原因、匹配性分析	注：截至本招股说明书披露之日，可比公司年度报告尚未披露。 2023 年和 2024 年，公司销售费用率与同行业上市公司平均水平基本一致。在同行业可比公司中，赛维时代的销售费用率相对较高，主要因为其产品结构以服饰配饰品类为主，市场推广费投入相对较高；三态股份的销售费用率相对较低，主要因为其跨境电商零售业务的经营模式为泛品模式，市场推广费投入相对较低。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司销售费用分别为 37,027.92 万元、42,021.53 万元和 **49,233.26 万元**，占营业收入的比例分别为 26.45%、25.21%和 **24.85%**。公司销售费用主要为销售平台费用、市场推广费、仓储费用和薪酬费用，报告期内变动情况如下：

①销售平台费用

公司销售平台费用主要为亚马逊等电商平台收取的销售佣金。报告期内，公司销售平台费用分别为 19,221.56 万元、22,398.11 万元和 **26,125.96 万元**，占各期营业收入的比例分别 13.73%、13.44%和 **13.19%**。

报告期内，公司销售平台费用率基本保持稳定，报告期各期略有下降，主要原因为公司独立站销售收入占比呈现逐年小幅上升趋势，与亚马逊等第三方电商平台相比，独立站收取的平台费用相对较低，因此公司整体的销售平台费用率有所下降。

②市场推广费

公司市场推广费主要为电商平台站内推广费及站外推广费。报告期内，公司市场推广费分别为10,198.71万元、11,734.36万元和**12,418.70万元**，占各期营业收入的比例分别为7.29%、7.04%和**6.27%**。

2024年，公司市场推广费同比增长15.06%，占营业收入的比例与2023年接近，主要原因是公司2024年营业收入增长，相应推广支出增加。

2025年，公司市场推广费同比增长5.83%，占营业收入的比例较以前年度有所下降，主要原因是公司Ohuhu品牌效应增强，自然流量增长，用户复购率提高，相关产品销售对推广费的依赖有所下降。

③仓储费用

公司仓储费主要为亚马逊平台收取的FBA仓储费。报告期内，公司仓储费分别为2,268.65万元、2,158.63万元和**3,478.47万元**，占营业收入的比例分别为1.62%、1.29%和**1.76%**。

2024年，公司仓储费用同比下降4.85%，主要原因是公司2024年经营效率进一步提高，存货周转率由2023年的4.05次/年提升至2024年的4.69次/年，仓储费用进一步减少。

2025年，公司仓储费用同比上升61.14%，主要原因是公司为应对美国关税政策变化，提前进行了一定程度的备货，同时公司2025年销售规模进一步增长，日常存货规模亦有所增长，平均存货余额由2024年的20,867.75万元上升至2025年的24,227.29万元，仓储费用相应增加。

④薪酬费用

报告期内，公司销售费用中的薪酬费用分别为4,101.69万元和4,793.68万元和**5,730.80万元**，占营业收入的比例分别为2.93%、2.88%和**2.89%**。

2024年和2025年，公司销售费用中的薪酬费用同比增长16.87%和**19.55%**，主要原因为随着营业收入和利润规模的提升，公司新增部分销售人员，**同时销售人员绩效有所增加**，使得薪酬费用有所增长。

2. 管理费用分析

(1) 管理费用构成情况

单位：万元

项目	2025年度		2024年度		2023年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
薪酬费用	4,279.54	57.87	3,441.98	53.42	2,685.18	54.64
中介费用	1,668.23	22.56	1,561.49	24.23	1,125.34	22.90
折旧摊销费用	491.54	6.65	459.78	7.14	387.13	7.88

运费	167.40	2.26	309.06	4.80	185.76	3.78
办公费用	205.86	2.78	192.02	2.98	179.58	3.65
差旅费	159.55	2.16	152.66	2.37	129.65	2.64
股份支付	290.85	3.93	186.98	2.90	65.89	1.34
其他	132.63	1.79	139.56	2.17	155.91	3.17
合计	7,395.59	100.00	6,443.53	100.00	4,914.43	100.00

(2) 管理费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
赛维时代（%）	-	2.13	2.36
三态股份（%）	-	2.22	1.54
致欧科技（%）	-	3.69	4.02
平均数（%）	-	2.68	2.64
发行人（%）	3.73	3.87	3.51
原因、匹配性分析	注：截至本招股说明书披露之日，可比公司年度报告尚未披露。 报告期内，公司管理费用率略高于同行业可比公司平均水平，主要原因是同行业可比公司的总体营业收入规模较大，管理费用中固定费用相对较多，由于规模效应被摊薄，导致管理费用率偏低，公司的管理费用规模与自身产品特点、业务规模、经营管理策略相匹配。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司管理费用分别为 4,914.43 万元、6,443.53 万元和 7,395.59 万元，占当期营业收入比重分别为 3.51%、3.87%和 3.73%，基本保持稳定。报告期内，公司管理费用主要变动情况如下： ①薪酬费用 报告期内，公司管理费用中的薪酬费用分别为 2,685.18 万元、3,441.98 万元和 4,279.54 万元。2024 年和 2025 年，公司薪酬费用同比增长 28.18%和 24.33%，主要原因为 2024 年和 2025 年公司经营业绩较好，管理人员平均薪酬有所增长，同时随着公司经营规模的扩大，管理人员数量有所增加。 ②中介费用 中介费用主要系公司聘请会计师事务所、律所、咨询机构的费用。报告期内，公司中介费用分别为 1,125.34 万元、1,561.49 万元和 1,668.23 万元，逐年上升，主要系公司筹备北交所上市，相关中介费用有所增加所致。 ③运费 报告期内，公司计入管理费用的运输费用分别为 185.76 万元、309.06 万元和 167.40 万元。公司计入管理费用的运输费用主要系出于存货管理目的，在海外自有仓、第三方仓及亚马逊 FBA 仓之

间发生存货调拨而产生的费用。

3. 研发费用分析

(1) 研发费用构成情况

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
薪酬费用	2,048.63	66.12	1,668.76	62.46	1,464.69	72.96
模具样品费	616.80	19.91	441.46	16.52	154.19	7.68
折旧摊销费用	137.50	4.44	138.96	5.20	155.99	7.77
认证测试费	88.56	2.86	193.03	7.22	91.96	4.58
设计开发费	46.16	1.49	64.19	2.40	68.96	3.43
股份支付	44.12	1.42	36.00	1.35	16.44	0.82
其他	116.64	3.76	129.51	4.85	55.31	2.75
合计	3,098.41	100.00	2,671.90	100.00	2,007.52	100.00

(2) 研发费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
赛维时代（%）	-	1.16	1.34
三态股份（%）	-	3.69	2.69
致欧科技（%）	-	0.95	0.99
平均数（%）	-	1.93	1.67
发行人（%）	1.56	1.60	1.43
原因、匹配性分析	注：截至本招股说明书披露之日，可比公司年度报告尚未披露。 报告期内，公司研发费用率与同行业可比公司平均水平相当，不存在重大差异。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司研发费用分别为 2,007.52 万元、2,671.90 万元和 3,098.41 万元。

2024 年和 2025 年，公司研发费用分别同比增加 33.09%和 15.96%，主要是因为公司为进行新产品的开发和升级迭代，持续投入模具等研发资源，并增加研发人才招聘，使得薪酬费用和模具样品费用增加。

4. 财务费用分析

(1) 财务费用构成情况

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度

利息费用	311.11	519.32	688.38
减：利息资本化	-	-	184.32
减：利息收入	571.08	402.12	205.53
汇兑损益	-483.70	-141.46	-563.91
银行手续费	700.11	252.45	126.76
其他	-117.16	-18.18	0.65
合计	-160.72	210.01	-137.96

(2) 财务费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
赛维时代（%）	-	-0.28	-0.07
三态股份（%）	-	0.15	0.18
致欧科技（%）	-	0.76	-0.37
平均数（%）	-	0.21	-0.09
发行人（%）	-0.08	0.13	-0.10
原因、匹配性分析	注：截至本招股说明书披露之日，可比公司年度报告尚未披露。 报告期内，公司财务费用率与同行业可比公司水平不存在重大差异。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司财务费用分别为-137.96 万元、210.01 万元和-160.72 万元，2023 年和 2025 年，公司财务费用为负数，主要原因为汇兑收益较高。

5. 其他披露事项

无。

6. 主要费用情况总体分析

报告期内，公司期间费用合计金额分别为 43,811.91 万元、51,346.97 万元和 59,566.54 万元，期间费用率分别为 31.30%、30.80%和 30.07%，整体保持稳定。 报告期内，公司期间费用主要由销售平台费用、市场推广费和薪酬费用构成，三项费用合计占期间费用总额的比例分别为 85.99%、85.76%和 84.95%。 报告期内，公司销售平台费用、市场推广费和薪酬费用合计占营业收入的比例分别为 26.91%、26.42%和 25.55%，报告期各期有所下降，主要原因为报告期内公司独立站和线下 B2B 渠道的销售占比有所上升，独立站平台费用率较低，线下 B2B 渠道无平台费用，使得各期销售平台费用率略有下降；同时，公司品牌建设效果显著，Ohuhu 品牌效应增强，自然流量增长，用户复购率提高，相关产品销售对推广费的依赖有所下降，使得公司各期市场推广费用率略有下降。

（五） 利润情况分析

1. 利润变动情况

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	营业收入占比（%）	金额	营业收入占比（%）	金额	营业收入占比（%）
营业利润	26,547.04	13.40	17,035.38	10.22	11,467.22	8.19
营业外收入	10.13	0.01	11.37	0.01	269.68	0.19
营业外支出	101.09	0.05	54.39	0.03	137.48	0.10
利润总额	26,456.08	13.36	16,992.35	10.19	11,599.42	8.29
所得税费用	4,505.42	2.27	2,573.67	1.54	1,956.82	1.40
净利润	21,950.66	11.08	14,418.68	8.65	9,642.60	6.89

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司营业利润分别为 11,467.22 万元、17,035.38 万元和 **26,547.04 万元**，公司利润总额主要来源于营业利润，营业外收入及营业外支出对公司利润总额影响较小。

2. 营业外收入情况

√适用 □不适用

(1) 营业外收入明细

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
接受捐赠		1.88	6.12
政府补助			
盘盈利得			
罚款、赔偿收入	10.11	1.09	
其他权益工具投资业绩补偿款			250.00
其他	0.02	8.40	13.55
合计	10.13	11.37	269.68

(2) 科目具体情况及分析说明

报告期各期，公司营业外收入金额分别为 269.68 万元、11.37 万元和 **10.13 万元**。2023 年营业外收入金额较大，主要原因是 2023 年 7 月公司收到康美联因未完成业绩对赌产生的投资补偿款 250.00 万元。

3. 营业外支出情况

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
对外捐赠			
赔偿支出		3.11	49.59
滞纳金	101.08	29.3	83.19
非流动资产报废处置损失		1.69	1.63
其他	0.01	20.30	3.07
合计	101.09	54.39	137.48

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司营业外支出分别为 137.48 万元、54.39 万元和 101.09 万元，金额较小。

4. 所得税费用情况

(1) 所得税费用表

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
当期所得税费用	4,173.50	2,653.58	1,524.71
递延所得税费用	331.92	-79.91	432.11
合计	4,505.42	2,573.67	1,956.82

(2) 会计利润与所得税费用调整过程

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
利润总额	26,456.08	16,992.35	11,599.42
按适用税率 15%计算的所得税费用	3,968.41	2,548.85	1,739.91
部分子公司适用不同税率的影响	745.81	391.32	441.93
调整以前期间所得税的影响	77.49	-27.23	
税收优惠的影响			
非应税收入的纳税影响	-9.41	-24.12	-17.70
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	99.32	-43.69	54.98
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响		57.77	
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响			
研发费用加计扣除	-376.21	-329.22	-261.42
税率调整导致期初递延所得税资产/负债余额的变化			-0.89
所得税费用	4,505.42	2,573.67	1,956.82

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司所得税费用分别为 1,956.82 万元、2,573.67 万元和 **4,505.42 万元**，与公司利润总额相匹配。

5. 其他披露事项

无。

6. 利润变动情况分析

报告期内，公司净利润主要来源于日常经营所得的营业利润，营业外收支和所得税费用对净利润的影响较小。报告期各期，公司营业利润分别为 11,467.22 万元、17,035.38 万元和 **26,547.04 万元**，占营业收入的比例分别为 8.19%、10.22%和 **13.40%**。报告期内，利润增长主要受到收入结构性变化和毛利率水平提升的综合影响，公司收入变动和毛利率变动具体分析详见本节“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”及“（三）毛利率分析”。

（六）研发投入分析

1. 研发投入构成明细情况

单位：万元			
项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
薪酬费用	2,048.63	1,668.76	1,464.69
模具样品费	616.80	441.46	154.19
折旧摊销费用	137.50	138.96	155.99
认证测试费	88.56	193.03	91.96
设计开发费	46.16	64.19	68.96
股份支付	44.12	36.00	16.44
其他	116.64	129.51	55.31
合计	3,098.41	2,671.9	2,007.52
研发投入占营业收入的比例（%）	1.56	1.60	1.43
原因、匹配性分析	报告期内，公司的研发费用分别为 2,007.52 万元、2,671.90 万元和 3,098.41 万元 ，占营业收入的比例分别 1.43%、1.60%和 1.56% ，主要包括薪酬费用、模具样品费、折旧摊销费用等。报告期内，公司研发投入规模总体呈上升趋势，不断增强公司自主研发的创新能力。		

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司研发费用均为费用化支出，不存在资本化的情形。

2024 年和 2025 年，公司研发费用分别同比增加 33.09%和 15.96%，主要是因为公司为进行新产品的开发和升级迭代，持续投入模具等研发资源，并增加研发人才招聘，使得薪酬费用和模具样品费用增加。

2. 报告期内主要研发项目情况

报告期内，公司研发费用按项目归集的情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
供应链采购与物流智能管控平台	247.66		
基于多维数据融合流程管控系统	204.35		
AI 智能市场洞察系统	146.87		
多产品兼容终端应用专项研发	52.53		
一种基于低音增强的开放式耳机音频优化方法的研究及应用	261.86		
创新外设产品设计与开发	157.29		
基于 360 度全方位扬声方法的研究及应用	505.02		
一种积木铆接结构的健身器材研究与应用	648.25		
出墨稳定、便捷的新型直液式结构丙烯笔的研究与应用	72.62		
三维环绕声音效的音频处理方法及系统的研究		535.10	
基于多维度企业智能化管控云服务系统		363.98	
基于多模态模型的外观结构设计的研究与应用		208.27	
儿童耳机多模态声学融合创新项目		234.85	
丙烯马克笔墨水配方及结构研制与应用		150.36	
基于大数据的广告投放智能分析系统	129.89	130.33	
智能设备交互终端应用的开发		77.87	
基于智能算法的商品销售动态推进管理系统		68.73	
基于数据仓库与 QuickBI 的数据分析一体化平台		37.75	
基于 SRM 供应平台的供采管控系统		36.45	
AI 客服多渠道一站式管理系统	51.39	15.59	
融合生理特征和运动数据的智能终端控制系统的健身器材的研发		633.43	396.49
基于三维音源位置坐标的立体声音频信号处理系统			369.62
数字音频 AGC 线性增益控制技术的研究			288.57
产品设计仿真分析方法及系统的研究			232.73

跨境电商用 ERP 信息优化系统			192.44
电商仓储中心库存管理系统			174.96
具有费用预估功能的跨境电商用 ERP 管理系统			128.03
基于大数据的智能供应链跨境物流运维优化管理系统			110.66
千岸新产品生命周期全流程管控系统			55.89
供应链管理体系提升系统			37.24
酒精性马克笔墨水研制与应用	620.68	179.18	20.90
电压跟踪音频自动限幅电路设计的研究			
带动态仿真实时交互系统的健身器材的研发			
自适应音量播放的无线耳机音频控制系统			
基于大数据算法的跨境电商用亚马逊排名销量预估系统			
智能数字化供应链管理服务体系			
具有动态效果的智能降噪头戴式舒适耳机的研发			
Tribit 基于 H5 技术的跨境电商用智能后台运营管理系统			
产品设计色彩智能分析系统			
跨境电商智能营销服务运营系统			
构建数学模型智能优化产品外观设计方法的研究			
跨境电商用智能云用财务协同管理系统			
跨境电商用数据可视化分析系统			
合计	3,098.41	2,671.90	2,007.52
其中：资本化金额	0.00	0.00	0.00
当期研发投入占营业收入的比重	1.56%	1.60%	1.43%

3. 研发投入占营业收入比例与可比公司比较情况

√ 适用 □ 不适用

公司	2025 年度	2024 年度	2023 年度
赛维时代（%）	-	1.16	1.34
致欧科技（%）	-	0.95	0.99
三态股份（%）	-	3.69	2.69
平均数（%）	-	1.93	1.67
发行人（%）	1.56	1.60	1.43

注：截至本招股说明书披露之日，可比公司年度报告尚未披露。

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司研发费用率分别为 1.43%、1.60%和 1.56%，与同行业可比公司的平均水平相

比不存在较大差异。

4. 其他披露事项

无。

5. 研发投入总体分析

详见本节之“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”之“3.研发费用分析”。

（七）其他影响损益的科目分析

1. 投资收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
权益法核算的长期股权投资收益	23.16	123.48	107.3
处置长期股权投资产生的投资收益			
丧失控制权后，剩余股权按公允价值重新计量产生的利得			
交易性金融资产在持有期间的投资收益			
其他权益工具投资在持有期间取得的股利收入	50.00	25.00	
债权投资在持有期间取得的利息收入			
其他债权投资在持有期间取得的利息收入			
处置交易性金融资产取得的投资收益	227.72	292.27	58.83
处置债权投资取得的投资收益			
处置其他债权投资取得的投资收益			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产在持有期间的投资收益			
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益			
持有至到期投资在持有期间的投资收益			
可供出售金融资产在持有期间的投资收益			
处置可供出售金融资产取得的投资收益			

处置持有至到期投资取得的投资收益			
合计	300.88	440.75	166.13

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司投资收益金额分别为 166.13 万元、440.75 万元和 **300.88 万元**，主要为权益法核算的长期股权投资收益和处置交易性金融资产取得的投资收益。其中，权益法核算的长期股权投资收益为公司按照持股比例享有的合营企业香港亚菲的净损益份额，处置交易性金融资产取得的投资收益主要为衍生金融工具的到期收益。

2. 公允价值变动收益

√ 适用 □ 不适用

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
交易性金融资产			
其中：衍生金融工具产生的公允价值变动收益	408.75	-	-
交易性金融负债	-	-484.75	-23.72
按公允价值计量的投资性房地产			
按公允价值计量的生物资产			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债			
合计	408.75	-484.75	-23.72

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司公允价值变动收益分别为 23.72 万元、-484.75 万元和 **408.75 万元**，主要为公司为管理汇率风险而购买银行远期结售汇产品所产生的公允价值变动损益。

3. 其他收益

√ 适用 □ 不适用

单位：万元

产生其他收益的来源	2025 年度	2024 年度	2023 年度
一、计入其他收益的政府补助	252.97	340.64	425.5
其中：与递延收益相关的政府补助	107.29	97.29	40.54
直接计入当期损益的政府补助	145.68	243.36	384.97
二、其他与日常活动相关且计入其他收益的项目	12.11	17.88	16.18
其中：个税扣缴税款手续费	11.03	17.88	16.18
进项税加计扣除及税费减免	1.08		

合计	265.07	358.52	441.68

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司其他收益分别为 441.68 万元、358.52 万元和 265.07 万元，主要为中央资金（服务贸易事项）补助、地方政府发放的贸易出口和电商补助等。

4. 信用减值损失

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
应收账款坏账损失	-74.32	-8.52	-94.26
应收票据坏账损失			
其他应收款坏账损失	-23.18	-19.58	-39.75
应收款项融资减值损失			
长期应收款坏账损失			
债权投资减值损失			
其他债权投资减值损失			
合同资产减值损失			
财务担保合同减值			
合计	-97.50	-28.10	-134.01

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司信用减值损失金额分别为 134.01 万元、28.10 万元和 97.50 万元，由应收账款和其他应收款坏账损失组成。公司基于谨慎性原则，对存在减值迹象的资产计提减值，计提充分、合理。

5. 资产减值损失

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
坏账损失	-		
存货跌价损失	-574.22	-645.31	-842.86
存货跌价损失及合同履约成本减值损失（新收入准则适用）			
可供出售金融资产减值损失	-		
持有至到期投资减值损失	-		
长期股权投资减值损失			
投资性房地产减值损失			
固定资产减值损失			
在建工程减值损失			
生产性生物资产减值损失			
油气资产减值损失			

无形资产减值损失			
商誉减值损失			
合同取得成本减值损失（新收入准则适用）			
其他			
合计	-574.22	-645.31	-842.86

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司资产减值损失金额分别为 842.86 万元、645.31 万元和 **574.22 万元**，全部为存货跌价损失，公司严格按照存货跌价政策计提存货跌价准备，计提充分、合理。

6. 资产处置收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
划分为持有待售的非流动资产处置收益			
其中：固定资产处置收益			
无形资产处置收益			
持有待售处置组处置收益			
未划分为持有待售的非流动资产处置收益	3.62	15.16	3.62
其中：固定资产处置收益	3.62	3.32	5.77
无形资产处置收益			
使用权资产处置收益		11.85	-2.15
合计	3.62	15.16	3.62

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司资产处置收益分别为 3.62 万元、15.16 万元和 **3.62 万元**，主要系固定资产处置收益和使用权资产处置收益，金额较小。

7. 其他披露事项

无。

四、 现金流量分析

（一） 经营活动现金流量分析

1. 经营活动现金流量情况

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	133,151.90	105,589.34	84,913.91
收到的税费返还	8,532.68	7,049.08	5,760.76
收到其他与经营活动有关的现金	1,368.57	1,156.81	1,686.30
经营活动现金流入小计	143,053.16	113,795.23	92,360.97
购买商品、接受劳务支付的现金	86,592.94	73,326.88	56,330.83
支付给职工以及为职工支付的现金	11,719.87	9,800.94	7,812.30
支付的各项税费	10,588.36	7,348.65	3,682.83
支付其他与经营活动有关的现金	11,170.21	6,131.27	3,814.37
经营活动现金流出小计	120,071.38	96,607.74	71,640.33
经营活动产生的现金流量净额	22,981.78	17,187.49	20,720.64

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 20,720.64 万元、17,187.49 万元和 **22,981.78 万元**。公司经营活动现金流入主要来源为销售商品、提供劳务收到的现金，经营活动现金流出主要为购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金。

2. 收到的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
政府补助	145.68	243.36	401.15
利息收入	571.08	402.12	205.53
收到质押的存款	-	2.00	940.57
收到的保证金	21.71	6.16	103.06
收到的往来款及其他	630.11	503.17	36.00
合计	1,368.57	1,156.81	1,686.30

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司收到的其他与经营活动有关的现金分别为 1,686.30 万元、1,156.81 万元和 **1,368.57 万元**，主要为收到政府补助、利息收入、收到质押的存款和往来款等。

3. 支付的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
支付的销售费用、管理费用及研发费用	9,393.68	5,844.29	3,592.52
支付海关保证金	1,077.19	-	-
银行手续费	582.95	234.27	127.40
其他	116.39	52.70	94.44

合计	11,170.21	6,131.27	3,814.37

科目具体情况及分析说明:

报告期各期，公司支付的其他与经营活动有关的现金分别为 3,814.37 万元、6,131.27 万元和 11,170.21 万元，主要为支付的期间费用。

4. 经营活动净现金流与净利润的匹配

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
净利润	21,950.66	14,418.68	9,642.60
加：资产减值准备	574.22	645.31	842.86
信用减值损失	97.50	28.10	134.01
固定资产折旧、油气资产折旧、生产性生物资产折旧、投资性房地产折旧	887.26	843.35	385.57
使用权资产折旧	1,002.33	1,045.99	1,042.97
无形资产摊销	73.18	72.73	63.41
长期待摊费用摊销	85.76	85.48	83.15
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-3.62	-15.16	-1.98
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	-	1.69	-
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-408.75	484.75	23.72
财务费用（收益以“-”号填列）	-114.21	336.87	-77.39
投资损失（收益以“-”号填列）	-300.88	-440.75	-416.13
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	320.47	-78.48	432.11
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-	-	-
存货的减少（增加以“-”号填列）	-1,596.16	-6,803.02	5,048.80
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-2,950.19	-1,131.98	735.48
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	2,865.03	7,400.85	2,514.49
其他	499.17	293.09	266.97
经营活动产生的现金流量净额	22,981.78	17,187.49	20,720.64

5. 其他披露事项

无。

6. 经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量与营业收入、净利润的匹配关系如下：

单位：万元			
项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	133,151.90	105,589.34	84,913.91
营业收入	198,092.27	166,714.39	139,985.68
销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例	67.22%	63.34%	60.66%
经营活动产生的现金流量净额	22,981.78	17,187.49	20,720.64
净利润	21,950.66	14,418.68	9,642.60
经营活动产生的现金流量净额占净利润的比例	104.70%	119.20%	214.89%

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 84,913.91 万元、105,589.34 万元和 133,151.90 万元，营业收入分别为 139,985.68 万元、166,714.39 万元和 198,092.27 万元，二者变动趋势一致。销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例分别为 60.66%、63.34%和 67.22%，主要原因为公司在电商平台实现的销售收入以扣除电商平台费用后的净额回款。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 20,720.64 万元、17,187.49 万元和 22,981.78 万元，净利润分别为 9,642.60 万元、14,418.68 万元和 21,950.66 万元，经营活动产生的现金流量净额占净利润的比例分别为 214.89%、119.20%和 104.70%，其中 2023 年经营活动产生的现金流量净额占净利润的比例较高，主要原因为 2023 年公司进行产品结构调整，对部分产品线进行优化精简，相关产品采购量减少，导致购买商品、接受劳务支付的现金相对较少，2024 年、2025 年经营活动产生的现金流量净额与净利润较为匹配。

（二） 投资活动现金流量分析

1. 投资活动现金流量情况

单位：万元			
项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	8,500.00	-	-
取得投资收益收到的现金	300.88	132.19	1,117.20
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	11.30	6.97	12.99
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	250.00
投资活动现金流入小计	8,812.18	139.16	1,380.19
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,543.29	750.03	3,730.93
投资支付的现金	8,077.80	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	

投资活动现金流出小计	9,621.09	750.03	3,730.93
投资活动产生的现金流量净额	-808.91	-610.87	-2,350.74

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-2,350.74 万元、-610.87 万元和**-808.91 万元**。公司投资活动现金流入主要为**收回投资收到的现金**和取得投资收益收到的现金，其中 2023 年公司收到合营企业香港亚菲支付的分红款 1,058.37 万元，**2025 年公司收回理财产品款项和康美联投资款等合计 8,500.00 万元**。公司投资活动现金流出主要由购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的**现金和投资支付的现金**构成，其中 2023 年公司建设华东运营中心，**购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付现金 3,730.93 万元，2025 年公司购买理财产品等支付现金 8,077.80 万元。**

2. 收到的其他与投资活动有关的现金

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
其他权益工具投资业绩补偿	-	-	250.00
合计	-	-	250.00

科目具体情况及分析说明：

2023 年，公司收到其他权益工具投资业绩补偿，具体为 2023 年 7 月公司收到康美联因未完成业绩对赌产生的投资补偿款 250.00 万元。

3. 支付的其他与投资活动有关的现金

☐适用 ☒不适用

4. 其他披露事项

无。

5. 投资活动现金流量分析：

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-2,350.74 万元、-610.87 万元和**-808.91 万元**，具体详见本节之“四、现金流量分析”之“（二）投资活动现金流量分析”之“1. 投资活动现金流量情况”之科目具体情况及分析说明。

（三）筹资活动现金流量分析

1. 筹资活动现金流量情况

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金			
取得借款收到的现金	2,476.08	9,787.72	8,048.74
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计	2,476.08	9,787.72	8,048.74
偿还债务支付的现金	11,478.77	12,436.21	21,318.88
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,199.09	353.61	4,009.77
支付其他与筹资活动有关的现金	1,300.66	1,261.62	2,132.45
筹资活动现金流出小计	15,978.52	14,051.43	27,461.10
筹资活动产生的现金流量净额	-13,502.44	-4,263.72	-19,412.36

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-19,412.36 万元、-4,263.72 万元和-13,502.44 万元。
2024 年，公司筹资活动现金净流出同比减少 15,148.64 万元，主要原因为公司 2024 年新增短期借款尚未到期，偿还债务支付的现金较 2023 年减少 8,882.67 万元；同时，公司 2024 年末向股东进行现金分红，因此分配股利、利润或偿付利息支付的现金同比减少 3,656.16 万元。
2025 年，公司筹资活动现金净流出同比增加 9,238.72 万元，主要原因为公司 2025 年银行借款相对较少，同时向股东分配 2024 年度股利。

2. 收到的其他与筹资活动有关的现金

☐适用 ☒不适用

3. 支付的其他与筹资活动有关的现金

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
支付的股东减资款	-	-	1,000.00
支付租赁负债的本金和利息	1,300.66	1,261.62	1,132.45
合计	1,300.66	1,261.62	2,132.45

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司支付的其他与筹资活动有关的现金分别为 2,132.45 万元、1,261.62 万元和

1,300.66 万元，主要为支付的股东减资款和支付租赁负债的本金和利息，支付的股东减资款为公司 2023 年因减资向股东支付的款项，具体详见本节之“二、资产负债等财务状况分析”之“（八）股东权益”之“1.股本”。

4. 其他披露事项

无。

5. 筹资活动现金流量分析：

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-19,412.36 万元、-4,263.72 万元和 -13,502.44 万元，具体详见本节之“四、现金流量分析”之“（三）筹资活动现金流量分析”之“1. 筹资活动现金流量情况”之科目具体情况及分析说明。

五、 资本性支出

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金金额分别为 3,730.93 万元、750.03 万元和 1,543.29 万元，主要为建设华东运营中心而发生的相应支出，华东运营中心选址于浙江义乌，服务功能包括智能物流、现代仓储、货物分拨、多式联运等，该中心通过规模效应成为大型跨境电商物流履行中心、快递企业重要提货、运货节点，显著提升了公司智能化仓储物流运营能力。报告期内，公司重大资本性支出围绕主营业务进行，不存在跨行业投资的情况。

截至本招股说明书签署日，公司除利用本次发行募集资金投资项目外，无其他可预见的重大资本性支出计划。本次发行募集资金投资项目具体情况详见本招股说明书“第九节募集资金运用”。

六、 税项

（一） 主要税种及税率

税种	计税依据	税率		
		2025 年度	2024 年度	2023 年度
增值税	应纳税增值额（按应纳税销售额乘以适用税率扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额计缴）	13%、9%、6% （注 1）	13%、9%、6% （注 1）	13%、9%、6% （注 1）
消费税	-	-	-	-
教育费附加	应缴流转税税额	3%	3%	3%
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%	7%	7%
企业所得税	应纳税所得额	详见“存在不同 企业所得税税	详见“存在不同 企业所得税税	详见“存在不同 企业所得税税

		率纳税主体的说明”	率纳税主体的说明”	率纳税主体的说明”
地方教育附加	应缴流转税税额	2%	2%	2%
境外间接税	根据不同国家与地区的法规要求根据适用税率计缴	详见注 2	详见注 2	详见注 2

注 1：本公司提供租赁服务、技术服务分别适用的增值税税率为 9%、6%。

注 2：境外间接税如下：

1、美国销售税

计税依据	2025 年	2024 年	2023 年
应税销售收入	0%-9.55%	0%-9.55%	0%-9.55%

2、欧洲增值税

计税依据	2025 年	2024 年	2023 年
应税销售额按适用税率计算销项税，减去进项税后的差额缴纳	19%-25%	19%-25%	19%-25%

3、日本消费税

计税依据	2025 年	2024 年	2023 年
以按税法规定计算的当期销售额为基础计算消费税额，扣除当期允许抵扣的进项消费税额后，差额部分为应交消费税	10%	10%	10%

4、加拿大销售税

计税依据	2025 年	2024 年	2023 年
应税销售额按适用税率计算货物劳务税与销售税，减去其购买或进口用于消费或供其商业活动使用的货物和服务产生的应付货物劳务税与销售税的差额缴纳	5%-15%	5%-15%	5%-15%

5、韩国增值税

计税依据	2025 年	2024 年	2023 年
应税销售额按适用税率计算销项税，减去进项税后的差额缴纳	10%	10%	-

6、新加坡消费税

计税依据	2025 年	2024 年	2023 年
应税销售收入	9%	9%	-

存在不同企业所得税税率纳税主体的说明：

√ 适用 □ 不适用

纳税主体名称	所得税税率		
	2025 年度	2024 年度	2023 年度
深圳千岸科技股份有限公司	15%	15%	15%
除母公司外的境内其他子公司	25%	25%	25%
香港千岸	纳税所得额 200 万港币以内适用 8.25%，200 万港币以上适用 16.5%	纳税所得额 200 万港币以内适用 8.25%，200 万港币以上适用 16.5%	纳税所得额 200 万港币以内适用 8.25%，200 万港币以上适用 16.5%
美国千岸、Ohuhu Inc.	州所得税：适用各州的所得税率，联邦所得税：21%	州所得税：适用各州的所得税率，联邦所得税：21%	州所得税：适用各州的所得税率，联邦所得税：21%
加拿大千岸	联邦所得税 15%，不列颠哥伦比亚省所得税 12%	联邦所得税 15%，不列颠哥伦比亚省所得税 12%	联邦所得税 15%，不列颠哥伦比亚省所得税 12%
日本千岸	资本金小于 1 亿日元的法人：所得额小于 800 万日元，税率为 15%；大于 800 万日元的，税率为 23.2%	资本金小于 1 亿日元的法人：所得额小于 800 万日元，税率为 15%；大于 800 万日元的，税率为 23.2%	资本金小于 1 亿日元的法人：所得额小于 800 万日元，税率为 15%；大于 800 万日元的，税率为 23.2%
德国千岸	企业所得税税率为 15%，另有团结附加税及营业税	企业所得税税率为 15%，另有团结附加税及营业税	企业所得税税率为 15%，另有团结附加税及营业税
英国千岸	年利润不超过 25 万英镑，税率为 19%；超过 25 万英镑，税率为 25%	年利润不超过 25 万英镑，税率为 19%；超过 25 万英镑，税率为 25%	年利润不超过 25 万英镑，税率为 19%；超过 25 万英镑，税率为 25%
韩国千岸	应税所得 2 亿韩币及以下，税率为 9%；应税所得 2 亿韩币以上至 200 亿韩币，税率为 19%；应税所得 200 亿韩币以上至 3000 亿韩币，税率为 21%；应税所得 3000 亿韩币以上，税率为 24%。	应税所得 2 亿韩币及以下，税率为 9%；应税所得 2 亿韩币以上至 200 亿韩币，税率为 19%；应税所得 200 亿韩币以上至 3,000 亿韩币，税率为 21%；应税所得 3,000 亿韩币以上，税率为 24%。	-
新加坡千岸	17%	17%	-

具体情况及说明：

无。

（二） 税收优惠

√适用 □不适用

1、企业所得税优惠

(1) 本公司于 2021 年 12 月 23 日取得 GR202144200087 号《高新技术企业证书》，有效期三年，2023 年度按 15% 的税率缴纳企业所得税。公司于 2024 年 12 月 26 日通过高新技术企业复审并取得 GR202444201471 号《高新技术企业证书》，有效期三年，**2024-2026 年度享受 15% 的企业所得税优惠税率。**

(2) 根据《关于进一步支持小微企业和个体工商户发展有关税费政策的公告》（财政部税务总局公告 2023 年第 12 号），2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。2023 年度至 2025 年度，本公司之子公司武汉千岸、深圳云网天下、深圳亿桥、上海千岸、深圳海麦、深圳火麦、义乌辰虎、义乌怀强、深圳禾乃秀、深圳麦德全、义乌骞霞、义乌亿桥为小型微利企业，享受上述税收优惠政策。

(3) 根据《关于进一步完善研发费用税前加计扣除政策的公告》（财政部税务总局公告 2023 年第 7 号），企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，自 2023 年 1 月 1 日起，再按照实际发生额的 100% 在税前加计扣除；形成无形资产的，自 2023 年 1 月 1 日起，按照无形资产成本的 200% 在税前摊销。

2、增值税税收优惠

(1) 根据国家税务总局 2005 年发布的《出口货物退（免）税管理办法（试行）》税收优惠政策，本公司及子公司义乌千岸进出口的出口环节享受免征增值税的税收优惠。

(2) 根据国家税务总局发布的 2016 年第 29 号关于《营业税改征增值税跨境应税行为增值税免税管理办法（试行）》公告的税收优惠政策，本公司及子公司武汉千岸向境外单位销售的完全在境外消费的专业技术服务免征增值税。

(3) 根据《财政部税务总局关于增值税小规模纳税人减免增值税政策的公告》（财政部税务总局公告 2023 年第 19 号），为进一步支持小微企业和个体工商户发展，现将延续小规模纳税人增值税减免政策公告如下：一、对月销售额 10 万元以下（含本数）的增值税小规模纳税人，免征增值税。二、增值税小规模纳税人适用 3% 征收率的应税销售收入，减按 1% 征收率征收增值税；适用 3% 预征率的预缴增值税项目，减按 1% 预征率预缴增值税。三、本公告执行至 2027 年 12 月 31 日。本公司之子公司深圳海麦、深圳火麦、义乌辰虎、义乌怀强、深圳禾乃秀、深圳麦德全、义乌骞霞享受上述优惠政策。

(4) 根据《财政部国家税务总局关于部分货物适用增值税低税率和简易办法征收增值税政策的通知》（财税〔2009〕9 号）第二条（一）、（二）项规定，一般纳税人销售自己使用过的属于条例第十条规定不得抵扣且未抵扣进项税额的固定资产，按简易办法依 4% 征收率减半征收增值税，

本公司享受上述税收优惠。

(5) 根据《财政部税务总局人力资源社会保障部农业农村部公告 2023 年第 15 号财政部税务总局人力资源社会保障部农业农村部关于进一步支持重点群体创业就业有关税收政策的公告》，自 2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日，企业招用脱贫人口，以及在人力资源社会保障部门公共就业服务机构登记失业半年以上且持《就业创业证》或《就业失业登记证》（注明“企业吸纳税收政策”）的人员，与其签订 1 年以上期限劳动合同并依法缴纳社会保险费的，自签订劳动合同并缴纳社会保险当月起，在 3 年内按实际招用人数予以定额依次扣减增值税、城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加和企业所得税优惠。定额标准为每人每年 6000 元，最高可上浮 30%，各省、自治区、直辖市人民政府可根据本地区实际情况在此幅度内确定具体定额标准。城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加的计税依据是享受本项税收优惠政策前的增值税应纳税额。2024 年度至 2025 年度，本公司之子公司深圳亿桥享受上述税收优惠政策。

(三) 其他披露事项

无。

七、 会计政策、估计变更及会计差错

(一) 会计政策变更

√适用 □不适用

1. 会计政策变更基本情况

单位：元						
期间/时点	会计政策变更的内容	审批程序	受影响的报表项目名称	原政策下的账面价值	新政策下的账面价值	影响金额
2023 年度	执行《企业会计准则解释第 16 号》相关规定	国家统一会计制度要求，无需公司内部审议	对报表项目无影响	-	-	-
2023 年度	执行《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2023 年修订）》相关规定	国家统一会计制度要求，无需公司内部审议	对报表项目无影响	-	-	-
2024 年度	执行《企业会计准则解释第 17 号》	国家统一会计制度要求，无需公	对报表项目无影响	-	-	-

	相关规定	司内部审议				
2024 年度	执行《企业会计准则解释第 18 号》相关规定	国家统一会计制度要求，无需公司内部审议	对报表项目无影响	-	-	-

具体情况及说明：

1、2023 年度主要会计政策变更的说明

（1）公司自 2023 年 1 月 1 日起执行财政部发布的《企业会计准则解释第 16 号》“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”相关规定，该项会计政策变更对公司财务报表无影响。

（2）公司自 2023 年 12 月 22 日起执行证监会发布的《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常性损益（2023 年修订）》相关规定，该项会计政策变更对公司财务报表无影响。

2、2024 年度主要会计政策变更的说明

（1）公司自 2024 年 1 月 1 日起执行财政部发布的《企业会计准则解释第 17 号》“关于流动负债与非流动负债的划分”等相关规定，该项会计政策变更对公司财务报表无影响。

（2）公司自 2024 年 12 月 6 日起执行财政部发布的《企业会计准则解释第 18 号》“关于不属于单项履约义务的保证类质量保证的会计处理”等相关规定，该项会计政策变更对公司财务报表无影响。

2. 首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

☐适用 ☒不适用

（二） 会计估计变更

☐适用 ☒不适用

（三） 会计差错更正

☒适用 ☐不适用

1. 追溯重述法

☒适用 ☐不适用

单位：元

期间	会计差错更正的内容	批准程序	受影响的各个比较期间报表项目名称	累积影响数
2023 年度	对不动产租赁业务的	经第二届董事会第十	详见科目具体情况	

	会计处理进行更正	一次会议、2024 年年度股东大会审议通过	及说明	
2023 年度	对按欠款方归集的余额前五名的应收账款情况进行更正	经第二届董事会第十一次会议、2024 年年度股东大会审议通过	详见科目具体情况及说明	

具体情况及说明：

公司出于业务发展需求，于义乌建设华东运营中心，并于 2023 年 7 月完工验收，华东运营中心作为整体获取了不动产权证书，该运营中心除自用外，亦将部分闲置仓库及办公楼对外出租。

2023 年度，公司出于使财务报表体现房产实际用途考虑，将该运营中心根据自用部分与出租部分面积的比例，分别计入固定资产和投资性房地产核算，成本按照其所占面积进行分摊。

由于该运营中心建造项目系政府补助项目，建筑完工后取得整体的不动产权证书，不得拆分为出售。根据《企业会计准则第 3 号——投资性房地产》应用指南规定：“某项房地产，部分用于赚取租金或资本增值、部分用于生产商品、提供劳务或经营管理，能够单独计量和出售的、用于赚取租金或资本增值的部分，应当确认为投资性房地产；不能够单独计量和出售的、用于赚取租金或资本增值的部分，不确认为投资性房地产”。因此，公司进行会计差错更正，将 2023 年度财务报表中确认的投资性房地产重分类至固定资产和无形资产列报。

此外，公司对 2023 年度按欠款方归集的余额前五名的应收账款情况进行更正。

上述会计差错更正仅为投资性房地产金额重分类至固定资产和无形资产，以及对按欠款方归集的余额前五名的应收账款披露情况进行更正，不影响财务报表的准确性，不存在财务造假、财务内控重大缺陷等情形；不影响公司挂牌与终止挂牌等重要事项的财务申请或实施条件。

前期会计差错对比较期间财务报表主要数据的影响如下：

单位：元

项目	2023 年 12 月 31 日和 2023 年年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	638,876,852.48	-	638,876,852.48	-
负债合计	290,490,043.62	-	290,490,043.62	-
未分配利润	178,278,013.58	-	178,278,013.58	-
归属于母公司所有者权益合计	348,386,808.86	-	348,386,808.86	-
少数股东权益	0.00	-	0.00	-
所有者权益合计	348,386,808.86	-	348,386,808.86	-
营业收入	1,399,856,798.16	-	1,399,856,798.16	-
净利润	96,426,044.27	-	96,426,044.27	-
其中：归属于母公司所有者的净利润	96,426,044.27	-	96,426,044.27	-
少数股东损益	0.00	-	0.00	-

2. 未来适用法

☐适用 ☒不适用

八、 发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一） 财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

☒适用 ☐不适用

公司最近一期审计报告截止日为 2025 年 12 月 31 日，审计截止日至本招股说明书签署日，公司经营状况正常，公司所处行业的产业政策等未发生重大变化，公司业务经营模式、其他税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等均未发生重大变化。

（二） 重大期后事项

☐适用 ☒不适用

（三） 或有事项

☐适用 ☒不适用

（四） 其他重要事项

☐适用 ☒不适用

九、 滚存利润披露

☒适用 ☐不适用

2025 年 5 月 27 日，公司召开 2025 年第三次临时股东大会，审议通过《关于向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市前滚存未分配利润分配方案的议案》，确认截至本次发行上市前公司未分配的滚存利润，由公司本次发行上市后登记在册的新老股东按持股比例共同享有。

第九节 募集资金运用

一、 募集资金概况

（一）本次募集资金投资项目概况

经发行人第二届董事会第十二次会议、2025年第三次临时股东大会和第二届董事会第十九次会议审议通过，公司本次拟向不特定合格投资者公开发行人民币普通股不超过 2,425 万股，本次发行募集资金扣除发行费用后，将按轻重缓急顺序依次投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟用募集资金投资额	备案情况
1	产品开发中心建设项目	22,078.79	22,078.79	深南山发改备案（2025）628号
2	供应链及运营中心系统建设项目	12,285.42	12,285.42	深南山发改备案（2025）626号
3	品牌建设和渠道推广项目	17,061.59	5,061.59	深南山发改备案（2025）627号
4	补充流动资金	8,600.00	8,600.00	不适用
合计		60,025.80	48,025.80	-

若本次股票发行完成后实际募集资金（扣除发行费用后）不能达到拟投资项目资金需求，不足部分由公司自筹解决。如所筹资金超过预计募集资金数额的，公司将按照相关法律、法规、规范性文件及证券监管部门的相关规定履行法定程序后作为与公司主营业务相关的营运资金。如本次募集资金到位时间与项目进度不一致，公司将用自筹资金先行实施项目投资，待募集资金到位后予以置换。

（二）募集资金管理制度和专户存储安排

公司已根据相关法律、法规、规范性文件建立了募集资金专项存储制度，明确了募集资金存储、使用和管理的内部控制制度，确保本次募集资金的规范使用与管理。本次发行完成后，公司募集资金将存放于董事会指定的专项账户集中管理，并与保荐机构及存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。公司将严格按照《募集资金管理制度》对募集资金进行管理，并根据实际经营活动及募集资金投资项目建设规划，合理投入募集资金。

（三）募集资金投资项目与公司主营业务、经营规模、财务状况、技术水平、管理能力和发展目标相适应的依据

1、与公司现有主营业务相适应

公司是一家从事自有品牌产品研发、设计并主要通过电商平台和自营网站进行销售的高新技术企业，主要产品包括艺术创作、数码电子、运动户外、家居庭院等类别，为全球消费者提供有趣生

活体验。本次募集资金投资项目通过加强公司品牌建设、渠道推广、产品研发、供应链及运营中心系统等方面助力公司提高产品研发设计水平，增强公司核心竞争力，与公司现有主营业务相适应。

2、与公司经营规模相适应

报告期内，公司主营业务收入分别为 138,696.21 万元、164,893.27 万元和 **196,451.90 万元**，呈现螺旋式上升的趋势，主要受公司经营战略调整和品牌力不断凸显等因素影响。通过募集资金投资项目的实施，公司将加强营销推广方式和渠道建设，设计研发新的产品，不断地推出具有自主品牌版权、创新的产品，能够使公司保持核心竞争力，抢先占据且开拓市场份额，使得公司能够走可持续发展的道路。

3、与公司财务状况相适应

报告期内，公司持续加大对盈利能力强的产品的开发投入，并不断加强品牌建设，盈利状况良好且可持续，能够有效支撑本次募集资金投资项目的建设实施。

4、与公司技术水平相适应

凭借多年的技术积累与创新沉淀，公司技术实力与市场地位获得了行业、政府部门、社会机构等的高度认可，并积累了丰富的知识产权成果。公司凭借梯队完善的研发团队以及完善的研发管理体系，有效保障本次募集资金投资项目的顺利实施。

5、与公司管理能力相适应

公司已具备成为上市公司应有的公司治理结构、内部控制制度。公司核心管理团队稳定，在跨境电商行业深耕多年，具备丰富的行业经验和运营管理经验，对行业发展的趋势和方向有敏锐的洞察能力，保障募集资金投资项目的实施合规、有效。

6、与公司发展目标相适应

未来，公司将持续践行长期主义，以产品为中心，坚持既定的自主品牌发展战略，通过不断的技术革新，持续打造产品力、品牌力和创造力，进一步提高公司品牌的知名度和美誉度，增强市场影响力。本次募集资金项目围绕公司现有主营业务进行，并与公司未来发展目标相适应。

（四）募集资金投资项目对同业竞争和发行人独立性的影响

本次募集资金投资项目均为与公司主营业务相关的项目，实施主体为发行人，不涉及与他人合资或合作的情形，实施后不会产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

二、 募集资金运用情况

（一）产品开发中心建设项目

1、项目概况

本项目计划总投资 22,078.79 万元，建设期为 36 个月。本项目将根据公司业务发展规划对产品开发中心进行升级扩容，在公司跨境电商业务快速发展的背景下，开发中心将结合公司现有品类发展情况及行业未来发展趋势，重点对运动户外产品、电子产品、美术产品等进行深度开发。本项目通过配置开发软硬件设施及品质检测设备，招聘行业专业人才，强化公司对以运动户外产品、电子产品、美术产品为代表的创新型产品的开发能力，增强公司的核心竞争力，促进公司的可持续发展。

2、项目的必要性与可行性分析

（1）项目必要性分析

①加强研发投入，提高产品研发能力的需要

随着公司的发展进步，相关产品需求呈现快速增长的态势，产品技术快速迭代，对内容、数据、算法、场景等配套软件应用的需求也越来越高。因此，增添技术研发软硬件设施，引进产品开发人才，深入开展产品研发，已成为公司赢得市场竞争的迫切需要。

产品开发中心项目的建设将提升公司实验水平和产品技术研发能力，为运营端提供更多的产品和技术支持，进一步提升公司产品的市场占有率。

②提高核心竞争力，实现公司战略规划的需要

公司是产品驱动型企业，产品技术研发水平是公司核心竞争力的体现，是公司全球化、品牌化的核心驱动力。公司需要紧跟行业的发展趋势，实现产品的技术领先优势。公司的产品诸如电子产品、户外运动产品、美术产品等具有产品更新快、市场需求差异大的特点，故产品设计研发能力是企业参与竞争的基础。为紧跟市场技术发展趋势和消费者需求，公司需进一步加强研发体系建设、扩大研发团队规模，增强公司的技术储备，确保公司产品研发水平、市场份额处于行业领先地位。产品开发中心项目的建设将进一步提高公司的核心竞争力。

③增加自主创新能力、提高公司产品品质的需要

拥有持续技术创新能力、产品更新迭代领先于行业是全球跨境电商企业的核心竞争力。未来，随着跨境电商行业竞争的加剧，产品技术更新和迭代速度加快，对公司的产品技术研发水平提出了更高要求。

通过本项目的建设，公司将对开发中心进行升级扩容，一方面可以根据客户反馈的产品信息，对产品进行改善，不断完善产品的品质，更好地为客户提供高品质的产品，从而提高客户对公司产品的重复购买率；另一方面，公司可以设计研发新的产品，不断地推出具有自主品牌版权、创新的产品，能够使公司保持核心竞争力，抢先占据且开拓市场份额，使得公司能够走可持续发展的道路。

（2）项目可行性分析

①公司拥有梯队完善的研发团队

经过多年的经营，公司通过内部培养和外部引进相结合的方式，已形成一支专业结构合理、研发经验丰富、梯队建设完善的技术研发团队。公司主要研发技术人员拥有着丰富的研发经验和较高的研发水平，且研发团队核心人员架构稳定。专业的人才储备是公司研发能力与产品设计的主要依托，为公司在产品设计、研发、品牌管理方面的长远良好发展提供了有力保证。未来，公司还将通过自行培养和外部引进更多的高素质研发人员，在现有技术基础之上，不断加快技术研发和产品迭代速率。

②公司拥有完善的研发管理体系

在产品研发过程中，公司根据市场数据反馈结合外部市场调研，分析研判市场发展趋势，不断创新产品设计，并进行产品开发、规划管理、保持产品的市场竞争力。同时，为了加强对研究工作的管理，充分调动技术研发人员的积极性和创造性，公司建立了一套完善的研发管理及奖励制度，制定了明确的考核目标及程序，公平、合理的评价技术人员的工作业绩，规定了明确的奖励办法，对科研项目立项、评审、科研经费核算、科研人员绩效考核等进行规范化管理，确保研发项目按时、按质、按量完成。

③公司拥有良好的产品市场基础

公司旗下拥有多个自主品牌，如 Sportneer、Tribit、Ohuhu、iClever 等品牌，在运动户外、音频设备、美术用品等领域具备优秀的自主创新能力以及持续发展力，产品结构较为丰富、品牌系统建设完备。核心品牌产品在目标市场上有着较高的知名度和美誉度，消费者遍布全球多个国家和地区。基于此，公司未来研发问世的新产品能够迅速获得目标市场消费者群体的认可，在较短时间内可以实现目标市场的覆盖和渗透，为产品开发中心项目的建设和后续运营提供市场基础。

3、项目投资概算

本项目总投资 22,078.79 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	估算价格	占项目总资金比例
1	办公及软件设备购置费	7,675.75	34.77%
2	产品开发费	9,410.00	42.62%
3	预备费	854.29	3.87%
4	铺底流动资金	4,138.76	18.75%
项目总投资		22,078.79	100.00%

产品开发中心建设项目拟购置的办公及软件设备情况如下：

单位：台/套、万元/台*套、万元

序号	设备名称	数量	单价	金额
一	检测设备	135	/	790.35
1	rohs2.0 检测仪	3	25.00	75.00
2	电磁振动试验机	3	20.00	60.00
3	二次元测试仪	1	9.00	9.00
4	可编程直流电源	2	8.30	16.60
5	电池包模拟热失控测试机	2	8.00	16.00
6	可编程交流电源	10	7.00	70.00
7	防水测试系统	2	6.00	12.00
8	万能材料拉力试验机	2	5.00	10.00
9	精密型电源/测量单元 双通道	2	5.00	10.00
10	静电计/高阻表	2	5.00	10.00
11	电池内阻测试仪	2	5.00	10.00
12	洛氏硬度计	2	5.00	10.00
13	抗电强度测试仪	3	4.00	12.00
14	水平撞击试验机	2	3.60	7.20
15	紫外光加速老化试验机	2	3.50	7.00
16	锂电池防水测试仪	1	3.00	3.00
17	5KV 绝缘电阻测试仪	2	3.00	6.00
18	灼热丝测试箱	2	2.80	5.60
19	锂电池短路测试试验机	2	2.50	5.00
20	维氏硬度计	2	2.50	5.00
21	电池老化柜	2	2.50	5.00
22	电池燃烧试验机	1	2.50	2.50
23	防火测试箱	1	2.20	2.20
24	鼠标中键按键冲击力试验仪	1	2.00	2.00
25	多路温度测试仪	2	2.00	4.00
26	变频器（10KW）	2	1.50	3.00
27	电脑测控纸板戳穿强度仪	1	1.50	1.50
28	腐蚀测厚仪	2	1.50	3.00
29	频率计数器	2	1.50	3.00
30	QC/PD 快充智能电源老化架	1	1.50	1.50
31	耐火燃烧测试仪	1	1.20	1.20

32	液体介质压力试验台	1	1.20	1.20
33	扭力试验机	2	1.00	2.00
34	电脑全自动插拔力寿命试验机	3	1.00	3.00
35	涂层膜厚测试仪	3	1.00	3.00
36	桌上型推拉力计	2	1.00	2.00
37	测试手机	3	0.95	2.85
38	测试平板	3	0.95	2.85
39	燃烧试验机	1	0.80	0.80
40	10T 大拉力试验机	1	0.80	0.80
41	水平垂直燃烧试验机	1	0.75	0.75
42	电子式气压表	2	0.60	1.20
43	接地电阻测试仪	5	0.50	2.50
44	泄漏电流测试仪	5	0.50	2.50
45	易高百格刀	5	0.50	2.50
46	球压测试仪	2	0.50	1.00
47	直流电子负载仪（300W60A）	2	0.25	0.50
48	空气压缩机	2	0.20	0.40
49	直流电子负载仪（150W30A）	1	0.15	0.15
50	温湿度计	3	0.02	0.05
51	脉冲式锂电池芯短路测试仪	4	5.00	20.00
52	GC-MS	2	50.00	100.00
53	离子色谱-电感耦合等离子体	1	70.00	70.00
54	离子色谱法与紫外-可见光谱法	1	90.00	90.00
55	红外光谱仪	1	60.00	60.00
56	超声波管壁测厚仪	2	3.00	6.00
57	紫外光老化试验箱	2	3.00	6.00
58	涂层测厚仪	2	3.00	6.00
59	纺织品撕裂测试仪	2	1.00	2.00
60	铁件的硬度检测仪器；	2	2.00	4.00
61	面料耐摩擦测试仪；	2	3.00	6.00
62	面料色牢度测试仪	2	1.00	2.00
二	模具	41	/	4,750.00
1	马克笔模具	20	100.00	2,000.00

2	360 度大功率便携式音箱	1	100.00	100.00
3	旗舰级大型便携聚会音箱	1	140.00	140.00
4	MINI 型便携式蓝牙音箱	1	120.00	120.00
5	耳挂式开放式运动 TWS 耳机	1	100.00	100.00
6	耳夹式开放式 TWS 耳机	1	100.00	100.00
7	开放式儿童耳机	1	50.00	50.00
8	头戴降噪儿童耳机	1	80.00	80.00
9	带儿童音频内容的故事机	1	80.00	80.00
10	针对自闭症的儿童耳机	1	80.00	80.00
11	超耐用头戴耳机	1	100.00	100.00
12	积木式模块化智能健身器材	1	800.00	800.00
13	小型健身器材模具	10	100.00	1,000.00
三	开发设备	220	/	2,135.40
1	头戴耳机夹持力测试仪	1	0.50	0.50
2	测试手机	1	0.72	0.72
3	测试手机	1	0.58	0.58
4	测试手机	1	0.49	0.49
5	测试设备	1	0.82	0.82
6	Soundcheck 测试软件	1	11.64	11.64
7	KEMAR 人头及躯干模拟器	1	21.30	21.30
8	四通道恒流源麦克风电源供应器	1	0.18	0.18
9	IEC-711 套装 43AC-S5	1	3.64	3.64
10	IEC-318 套装 43AA-S2	1	3.41	3.41
11	标准声源 42AG	1	1.06	1.06
12	仿真嘴 44AA	1	2.24	2.24
13	1/4" 标准自由场麦克风 GRAS 46BE	1	1.41	1.41
14	1/2" 标准自由场麦克风 GRAS 46AE	1	1.19	1.19
15	RME 声卡 5368	1	1.36	1.36
16	功率放大器 4060	2	0.75	1.50
17	线缆包 5900	2	0.03	0.06
18	线缆包 5904	2	0.03	0.06
19	阻抗盒	1	0.11	0.11
20	蓝牙音频测试连接设备	1	4.25	4.25

21	hifi 功放音箱系统	1	5.00	5.00
22	KEMAR 人头 MIC 连接线	4	0.05	0.20
23	46BE 自由场 MIC 连接线	1	0.08	0.08
24	KB5002 耳廓	1	0.60	0.60
25	Freight	1	1.60	1.60
26	模拟电池	1	0.50	0.50
27	音频测试仪	1	20.00	20.00
28	音频测试仪	1	12.00	12.00
29	兼容性测试设备	30	0.35	10.50
30	市调相关插件费用	5	4.00	20.00
31	竞品采购	100	0.10	10.00
32	核磁共振波谱仪（NMR）	1	850.00	850.00
33	纳米粒度仪	2	30.00	60.00
34	红外光谱仪	2	40.00	80.00
35	珠磨机	1	35.00	35.00
36	光学显微镜	2	45.00	90.00
37	X 荧光光谱仪	2	30.00	60.00
38	扫描电镜	1	60.00	60.00
39	凝胶渗透色谱仪（GPC）	2	50.00	100.00
40	台式 X 射线衍射仪（XRD）	2	70.00	140.00
41	洛氏硬度计	1	3.00	3.00
42	拉力测试机	1	5.00	5.00
43	锁具耐久检测仪	1	5.00	5.00
44	车架震动试验机	1	2.00	2.00
45	抗风强度测试机	1	0.80	0.80
46	推拉力计软件数显测试仪	1	1.00	1.00
47	多路温度巡检仪高压带电	1	0.50	0.50
48	数字示波器	1	0.50	0.50
49	频谱分析仪	1	3.50	3.50
50	电源可编程电子负载仪	1	5.00	5.00
51	拉力疲劳测试仪	1	12.00	12.00
52	万能拉力试验机	2	5.00	10.00
53	热成像仪	1	1.00	1.00

54	三维扫描仪等成品分析相关设备软件	2	5.00	10.00
55	FMEA 分析方法、ABQUAS 仿真分析、电路仿真设计软件 Altium 等软件系统	1	10.00	10.00
56	小型 CNC 数控机床及控制软件	2	20.00	40.00
57	3D 打印设备	1	10.00	10.00
58	全套工具（钳子，L 杠，锯子，螺丝刀，丝锥，扭力扳手等）	1	0.50	0.50
59	台虎钳	1	0.10	0.10
60	数控车床	1	10.00	10.00
61	卧式加工中心	1	50.00	50.00
62	切割机	1	0.50	0.50
63	压力机	1	5.00	5.00
64	摇臂钻床	1	2.00	2.00
65	自动化缝纫机	1	2.50	2.50
66	拉力试验机	1	2.50	2.50
67	激光焊接机	1	5.00	5.00
68	注塑机	1	35.00	35.00
69	工业级 3D 打印机	1	26.00	26.00
70	红外光谱仪	1	30.00	30.00
71	三维激光扫描仪	1	35.00	35.00
72	蔡司三坐标测量仪	1	100.00	100.00
73	ANSYS 仿真软件	1	100.00	100.00
	合 计	396	/	7,675.75

4、项目选址及环境保护

本项目拟选址于深圳市南山区，利用公司目前现有租赁场地实施，不涉及新取得土地或房产。本项目建设实施过程中不产生工业废水、废气、废渣、噪声等污染物，固体废物主要为员工生活及办公垃圾等，基本不会对环境产生污染，不涉及环评批复相关事项。

截至本招股说明书签署日，公司及子公司主要租赁房产使用情况如下：

承租方	出租方	地理位置	建筑面积（平米）	已使用面积（平米）	租赁用途
千岸科技	深圳市南头城科技产业发展有限公司	深圳市南山区南头城莲花广场 B 座 10-11 层	4,972.54	4,972.54	办公
武汉千岸	武汉德纳实创业空间服务有限公司	武汉市东湖新技术开发区光谷大道 41 号现代国际设计城三期 6 栋 12 层 03、04、05 室	455.00	455.00	办公
美国千岸	Mission Goldrush, LLC	37707 Cherry Street, Newark, Ca94560, Alameda	4,180.64	4,180.64	办公、仓库
德国千岸	3D Immobilien eG&R	Sorbenstrasse 22 in 20537 Hamburg	1,500.00	1,500.00	仓库、停车位

日本 千岸	株式会社アットオフィス	東京都渋谷区代々木一丁目 44 番 12 号: 鉄筋コンクリート造地上 5 階建 4F	52.70	52.70	办公
香港 千岸	创富香港商务有限公司	中国香港尖沙咀东加连威老道 92 号幸福 中心 10 楼 06 室 1027 号房	14.53	14.53	办公
韩国 千岸	주식회사 글로벌비즈센터	서울특별시 서초구 사평대로 18 길 29, 5 층 비 11 호 (반포동, 신우빌딩)	2.2	2.2	办公
深圳 亿桥	深圳市恒明珠房地产开发有限公司	沙井恒明珠科技工业园第 13 栋 3 楼	2,600.00	2,600.00	仓库

截至本招股说明书签署日，公司现有租赁场地深圳市南山区南头城莲花广场 B 座 10-11 层已使用，各区域间无刚性隔断限制，设备及物品摆放可根据实际需求进行动态调整，且日常使用中未出现因空间饱和导致的功能性冲突或效率瓶颈，为后续空间腾挪工作提供了操作基础，可作为募投项目的实施场地，若后续空间不足，公司可用自有资金另行租赁场地作为募投项目的实施场地。

5、项目效益评价

本项目计算期为 7 年，其中建设期 3 年。计算期第 1 年开始试运行，预计当年可实现收入 7,719.73 万元；至 T5 年实现稳定运转，可实现收入 111,056.78 万元，税后内部收益率（IRR）为 23.52%，税后静态投资回收期（含建设期）为 5.75 年，项目经济合理，财务效益较好。

6、项目实施进展

进度阶段	建设期（月）											
	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
实施方案设计												
设备采购												
人员招聘及培训												
产品开发及验证												
项目验收												

本项目投资进度规划如下：

单位：万元

序号	项 目	T1 年	T2 年	T3 年	合计
1	办公及软件设备购置费	3,549.37	2,017.88	2,108.50	7,675.75
2	产品开发费	2,352.50	3,293.50	3,764.00	9,410.00
3	预备费	295.09	265.57	293.63	854.29
4	铺底流动资金	281.35	888.12	2,969.28	4,138.75
项目总投资		6,478.31	6,465.07	9,135.41	22,078.79

截至 2025 年 12 月 31 日，该项目正有序推进，已投入 1,590.31 万元，投资进度为 7.20%。

7、拟开发的具体产品类型、内容及开发计划

本项目拟主要研发产品类型及内容如下：

序号	产品类别		产品开发方向
1	运动户外产品	智能体育	积木式模块化智能健身器材
		健身	小型健身器材为主，辅助于力量训练、功能性训练、训练前后的热身恢复等
		户外	露营、骑行装备等
2	电子产品	音箱	多声道中大型便携蓝牙音箱、分体式小型便携蓝牙音箱等
		TWS耳机	空间音频真无线蓝牙耳机、定向声场开放式蓝牙耳机等
		儿童耳机	开放式儿童耳机、头戴降噪儿童耳机、带儿童音频内容的故事机、针对自闭症的儿童耳机、超耐用头戴耳机等
3	美术产品		酒精性马克笔、水性马克笔、丙烯酸树脂或乳液、自制纳米级颜料色浆、丙烯马克笔等

本项目投资进度规划如下：

单位：万元

序号	项 目	T1 年	T2 年	T3 年	合计
1	办公及软件设备购置费	3,549.37	2,017.88	2,108.50	7,675.75
2	产品开发费	2,352.50	3,293.50	3,764.00	9,410.00
3	预备费	295.09	265.57	293.63	854.29
4	铺底流动资金	281.35	888.12	2,969.28	4,138.76
项目总投资		6,478.31	6,465.07	9,135.41	22,078.79

（二）供应链及运营中心系统建设项目

1、项目概况

本项目计划总投资 12,285.42 万元，建设期为 36 个月。本项目围绕公司跨境电商业务开展需要，基于公司现有业务系统，结合公司在未来发展过程中产生的主要业务需求，对公司供应链及运营中心相关系统进行开发，包括智能供应管理、QMS 品质与产品安全管理系统、物流智能化升级及服务体系建设、市场趋势分析系统、销售智能广告运营系统、销售自动化刊登系统、消费者洞察的系统的管理与挖掘、CRM 管理系统、财务银企直连系统、大数据平台与数据可视化项目、AI 企业应用、品牌 APP 应用等内容。上述信息系统平台的开发建设，将全面覆盖公司经营各环节的信息系统，为公司的经营管理提供充分、可靠的依据，保障公司的信息安全，进一步提升公司的运营水平，强化公司的市场竞争力。

2、项目的必要性与可行性分析

（1）项目必要性分析

①响应行业发展趋势，提高公司市场竞争力

随着信息技术和数字经济的飞速发展，跨境电商将逐步从外贸出口的“新业态”成长为“新常态”，意味着跨境电商将更加依赖先进的技术来提高效率、降低成本并提供更好的消费体验。在此背景下，公司需要进一步加强信息化系统建设，加入数字经济发展浪潮，利用大数据等技术进行智能驱动，进一步提高企业的运营效率和市场竞争力。

通过本项目的建设，公司将响应行业发展趋势，提高信息化建设水平，构建平台化的大数据与数据可视化项目，通过数据技术和数据算法显性切入业务流，以数据驱动实现智能化闭环，使得公司的生产经营全过程可度量、可追溯、可预测、可传承，优化资源配置效率，对内提升效率和效益、对外提升客户满意度，构建企业新型竞争优势，实现价值创造。

②打通供应链各链条，提高管理效率

由于互联网技术以及贸易全球化发展趋势迅猛，跨境电商产业的发展规模与日俱增，相对应的对于跨境电商供应链服务水平要求更高。供应链管理是跨境电商的核心，近年来，跨境电商数字化的倾向愈发鲜明，将数字化手段介入产品开发、采购、仓储物流等环节已成为普遍趋势。供应链与数字化信息化结合，能够实现产品开发、生产、采购、品控、仓储物流等上下游供求环节的密切高效协同，缩短产品信息的流通渠道，使得市场所反映的需求信息能够在供应链的链条中迅速流通，提高决策准确性与透明度，降低成本。

通过本项目的建设，公司将打通供应链采购、品质、仓储和产品开发链条，加快信息流在不同部门之间的流动，实现公司各部门之间信息传递、交换和处理的无缝衔接，使公司管理层能够及时了解公司供应链运营状况，从而提高公司管理效率。

③增强运营信息化水平，提高公司精细化管理能力

随着消费者需求的不断变化和市场竞争的加剧，跨境电商运营需要提供更个性化的服务和产品。运营系统建设可以帮助企业实现信息化、智能化和数字化，提高企业的运营效率和决策水平。例如，通过建立 CRM 管理系统、消费者洞察系统等，可以实现对客户信息和消费者数据等方面的全面管理和分析。通过分析市场和用户行为数据，企业能更好地了解消费者需求，精准推送满足消费者需求的商品和服务，提高用户体验和满意度。因此，为了提高信息和管理方面的优势，行业内公司纷纷提升自身的运营系统建设，提升运营效益、精细化管理水平，形成自身的信息优势。

通过本项目建设，公司通过运营系统的升级，精准快速地掌握市场和客户动态，能够对市场 and 客户反应动态做出及时、准确的反馈，提高运营服务管理水平。

(2) 项目可行性分析

①公司拥有一支成熟稳定的管理团队

公司十分重视管理团队的建设，坚持以人才驱动公司的经营管理活动。经过多年发展，公司形成了素质高、成熟稳定的管理团队和专业化的运营团队，具有突出的人才优势。公司核心管理层均

拥有优秀的教育背景，且拥有丰富的跨境电商运营管理经验，能够根据行业现状、发展趋势及市场需求及时、高效地制定符合公司实际的发展战略，保证公司运营管理模式的专业、高效及可持续，为本项目的建设奠定人才及管理基础。

②公司拥有丰富的供应链管理经验

公司作为集产品设计、研发、销售为一体的互联网科技企业，一直重视对供应链体系的建设，经过多年的持续投入，已建成了包含采购、物流、品控及产品开发在内的供应链管理体系。同时，公司拥有丰富的供应链运营经验，尤其是在公司快速发展时期对供应链各环节的协调及周转，团队因此积累了丰富的供应链管理经验，也建立起了信息系统，其中物流管理软件系统处于行业领先地位。丰富的供应链管理经验以及管理体系将为本项目的建设提供经验基础。

③公司拥有较强的业务运营管理能力

公司以跨境电商 B2C 为核心业务，同时坚持自主创新、品牌建设，不断拓宽商业版图。公司旗下拥有多个自主品牌，在运动户外、音频设备、美术用品等领域具备优秀的自主创新能力和持续发展潜力，核心品牌的产品在目标市场中具有很高的用户知名度和美誉度。目前，公司已在全球形成较为稳定的忠实用户群体，成为支持公司各产品品类不断拓展、产品销量持续稳定增长的基础。随着公司业务的稳步增长，公司进一步提升公司品牌优势，与业绩增长形成良性循环，为总部运营管理中心的建设奠定坚实的基础。

3、项目投资概算

本项目总投资 12,285.42 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	估算价格	占项目总资金比例
1	办公及软件设备购置费	5,971.70	48.61%
2	系统开发费	5,414.41	44.07%
3	预备费	569.31	4.63%
4	运营实施费	330.00	2.69%
项目总投资		12,285.42	100.00%

供应链及运营中心系统建设项目拟购置的办公及软件设备情况如下：

单位：台/套、万元/台*套、万元

序号	设备名称	数量	单价	金额
一	办公设施	464	/	689.00
1	阿里云服务器	180	1.50	270.00
2	mySQL 数据库	30	3.50	105.00
3	文件存储服务	30	2.00	60.00

4	安全快照服务	60	2.00	120.00
5	爬虫服务器	60	0.50	30.00
6	电脑	104	1.00	104.00
二	信息化软件及设备	1,989	/	5,282.70
1	XMind	180	0.04	7.20
2	Axure 团队版	60	0.50	30.00
3	蓝湖（需求原型管理系统）	60	0.50	30.00
4	软件项目管理软件 pingcode	180	0.10	18.00
5	ALL PRODUCT BACK	180	0.50	90.00
6	Navicat 企业版 16	180	0.60	108.00
7	Enterprise Architect 16.1	90	0.25	22.50
8	Xshell Plus 7	180	0.20	36.00
9	PowerDesigner	30	12.00	360.00
10	UltraEdit Perpetual （with maintenance）	180	0.10	18.00
11	Amazon CodeWhisperer	180	0.20	36.00
12	pycharm	180	2.00	360.00
13	舆情系统平台	3	50.00	150.00
14	影刀	9	6.00	54.00
15	供应商管理系统	1	200.00	200.00
16	产品开发系统 PLM	1	200.00	200.00
17	产品结构设计软件 creo	6	20.00	120.00
18	人事管理系统	1	200.00	200.00
19	分析设计、分析、办公软件	20	3.00	60.00
20	内网流量安全监测	1	100.00	100.00
21	第三方服务费（安全测试工具等）	3	30.00	90.00
22	第三方服务费（压力测试工具等）	3	30.00	90.00
23	渗透测试	3	30.00	90.00
24	网络安全服务（防病毒）	3	50.00	150.00
25	财务智能化/管理软件系统	3	80.00	240.00
26	海外专线	3	40.00	120.00
27	上网行为管理系统	3	30.00	90.00
28	入侵防御系统-内网	3	50.00	150.00
29	文件加密系统	6	50.00	300.00

30	终端安全行为审计系统	1	50.00	50.00
31	阿里云安全中心	3	50.00	150.00
32	设计软件 Keyshot	40	4.00	160.00
33	品质管理软件 minitab	20	15.00	300.00
34	设计软件 Rhino	20	5.00	100.00
35	设计软件 CorelDRAW	20	5.00	100.00
36	文件存储系统（硬件）	3	20.00	60.00
37	自动化运维平台	3	30.00	90.00
38	备份软件	6	30.00	180.00
39	城域网专线	15	5.00	75.00
40	云专线	3	20.00	60.00
41	无线控制器	1	10.00	10.00
42	网络防火墙（含升级病毒库防御服务）	1	50.00	50.00
43	网络设备/路由器	1	10.00	10.00
44	会议平板	8	4.00	32.00
45	C4D	24	2.00	48.00
46	adobe	60	1.00	60.00
47	大模型服务支持平台	3	50.00	150.00
48	激光三维称重测量设备	2	9.00	18.00
49	自动贴标机	3	20.00	60.00
	合 计	2,453	/	5,971.70

项目拟投入的人员情况：

单位：人

序号	劳动岗位	定员人数（按年工时折算）		
		T1 年	T2 年	T3 年
1	软件开发人员	66	54	34
	合 计	66	54	34

4、拟投资建设的供应链及运营中心系统具体内容、建设计划，与目前使用的运营系统的区别与联系，系统建成后拟实现的效果及效率

本项目主要建设系统内容如下：

序号	新建/升级	系统名称	作用	开发类型
1	新建	物流智能化升级及服务体系建设	仓储智能化服务体系建设	自行研发

2		市场趋势分析系统	用于分析市场未来趋势	自行研发
3		销售自动化刊登系统	用于批量自动化刊登产品上架	自行研发
4		消费者洞察系统的管理与挖掘	洞察消费者购物心理，消费趋势研究管理	自行研发
5		CRM 管理系统	管理独立站及 B2B 客户	自行研发
6		财务银企直连系统	用于连接 ERP 与银行系统	自行研发
7		大数据平台与数据可视化项目	大数据决策分析	自行研发
8		AI 企业应用	客服、用户调研等企业应用	自行研发
9		品牌 APP 应用	为用户提供定制个性化服务，增加营销和销售渠道	自行研发
10		智能供应管理	用于提升内部供应链的智能化程度	自行研发
11	升级	QMS 品质与产品安全管理系统	用于品控和产品安全控制	自行研发
12		销售智能广告运营系统	用于自动化投放广告	自行研发

本项目与公司当前运营系统的区别与联系如下表所示：

项目		募投项目	公司当前运营系统
区别	技术层面	募投项目采用了智能化、自动化等先进的技术手段对需要升级的系统（如 QMS 品质与产品安全管理系统、物流智能化升级及服务体系建设等）进行升级，使得原有系统在功能和性能上有明显提升。	公司当前的系统以 ERP、传统 CRM 为核心，功能集中在基础流程管理，无法满足当前市场环境和业务需求的变化。
	功能层面	募投项目涵盖供应链管理的多个方面，包括品质管理、市场分析、销售运营等，引入 AI、大数据、自动化技术，形成“感知-分析-执行”闭环，升级后的系统将在功能上更加完善，实现从“被动响应”到“主动预测”的跨越。	公司当前系统分散在多个部门或模块中，聚焦内部资源调配（如库存管理、财务对账等），与外部单位联系较少。
联系	系统连续性	募投项目是在当前系统的基础上进行升级和扩建的，因此能够保持业务的连续性。新系统的引入不会对现有的业务流程产生负面影响，而是对原有系统进行优化和改进。	
	系统互补性	募投项目与当前系统之间存在互补性，例如，智能供应管理可以为公司提供更精准的供应链管理和销售计划服务；财务银企直连系统可以优化公司的财务管理流程。此外，募投项目针对当前系统存在的问题进行优化和改进，通过新功能模块与当前运营系统的有机结合，可以形成更加完善、高效的运营管理体系。	

项目各具体系统建设计划如下：

序号	新建/升级	系统名称	建设计划	
			T1 年	T2 年
1	新建	物流智能	T1 年期间，将分阶段推进以下系统功能开发与上线：	T2 年期间，将分阶段推进以下系统功能开发与上线：

		化升级及服务体系建设	T1 年第一季度完成报关清关资料功能需求设计与原型输出； T1 年第二季度完成前述功能开发； T1 年第三季度实现物流供应商管理功能上线与优化； T1 年第四季度完成物流供应商考核与费用优化功能试运行及验收。	T2 年第一季度完成多维度物流商服务评价模型需求设计与原型输出； T2 年第二季度完成仓储智能化功能上线； T2 年第三季度完成在途可视化管理功能测试与报告输出； T2 年第四季度完成异常报警、运费计算功能试运行及验收。
	2	市场趋势分析系统	T1 年期间，将分阶段推进以下数据系统建设： T1 年第一季度完成外部市场数据通道搭建与产品标准定义； T1 年第二季度实现多源数据智能融合与质量监控； T1 年第三季度完成趋势预测模型开发与可视化展示； T1 年第四季度实现产品自动化筛选评分与模型优化。	T2 年期间，将分阶段推进以下系统建设与优化： T2 年第一季度完成系统高级功能的深度验收与业务精调； T2 年第二季度实现系统全面上线并建立数据监控机制； T2 年第三季度完成系统业务价值评估与数据联动分析； T2 年第四季度规划下一代 AI 功能与定制化分析服务。
	3	销售自动化刊登系统	T1 年期间，将分阶段推进以下系统功能开发与上线： T1 年第一季度完成销售中心、ASIN 中心及海卖助手功能需求设计与原型开发； T1 年第二季度完成上述功能用户验收，并推进库龄报表与成功产品功能开发； T1 年第三季度完成库龄报表、成功产品及流量转化率功能测试与验收； T1 年第四季度完成跟卖监控、重点产品及竞品监控功能试运行与迭代验收。	T2 年期间，将分阶段推进以下系统功能开发与上线： T2 年第一季度完成智能线索管理功能试运行与验收； T2 年第二季度完成潜在订单管理与预测功能开发与测试； T2 年第三季度实现潜在订单管理及促销推荐功能验收； T2 年第四季度完成客户健康度与流失预测功能试运行及迭代验收。
	4	消费者洞察系统的管理与挖掘	T1 年期间，将分阶段推进以下消费者研究系统建设： T1 年第一季度完成统一数据接入与标准化标签体系构建； T1 年第二季度实现历史调研报告的智能化检索与知识管理； T1 年第三季度完成 AI 驱动的用户反馈自动分析与趋势识别； T1 年第四季度实现购物心理量化追踪与消费趋势影响力评估。	T2 年期间，将分阶段推进以下消费者洞察系统建设： T2 年第一季度完成调研项目全流程线上化管理与资源统筹； T2 年第二季度实现系统分析成果与产品创新及营销决策的深度融合； T2 年第三季度完成系统业务价值量化与 AI 模型持续优化； T2 年第四季度开展全员系统应用培训并规划下一代功能升级。
	5	CRM 管理系统	T1 年期间，将分阶段推进以下 CRM 系统功能建设： T1 年第一季度完成客户与产品管理模块的系统开发与上线验收； T1 年第二季度实现销售流程管理功能全流程实施与验收；	T2 年期间，将分阶段推进以下系统功能建设： T2 年第一季度完成合同与订单管理模块开发与验收； T2 年第二季度实现数据分析与业绩看板功能上线；

			T1 年第三季度完成销售赋能管理功能需求与系统设计； T1 年第四季度实现销售赋能管理功能上线与用户验收。	T2 年第三季度完成系统集成与API 扩展功能需求设计与方案评审； T2 年第四季度实现集成扩展功能系统开发与上线验收。
6		财务银企直连系统	T1 年期间，将分阶段推进以下财务系统功能建设： T1 年第一季度完成出纳统一付款及多场景支付功能开发与验收； T1 年第二季度实现模具付款与CBS 集成功能需求设计与上线； T1 年第三季度完成交易管理功能系统开发与验收； T1 年第四季度实现付款安全控制与流程管理功能上线。	T2 年期间，将分阶段推进以下资金管理系统建设： T2 年第一季度完成收款认领与资金归集功能开发与验收； T2 年第二季度实现审批流引擎与多级审批功能上线； T2 年第三季度完成交易监控与权限管理功能开发； T2 年第四季度实现多银行适配与安全加密模块系统集成与验收。
7		大数据平台与数据可视化项目	T1 年期间，将分阶段推进以下数据平台建设： T1 年第一季度完成项目规划与业务需求分析； T1 年第二季度实现大数据平台搭建与核心数据接入； T1 年第三季度完成数据清洗加工与核心指标开发； T1 年第四季度实现可视化系统框架搭建与核心指标原型展示。	T2 年期间，将分阶段推进以下数据平台建设： T2 年第一季度完成可视化系统全功能开发与集成测试； T2 年第二季度实现系统正式部署与用户培训； T2 年第三季度完成使用效果评估与首轮功能迭代； T2 年第四季度推进系统深度应用与公司级数据决策体系建设。
8		AI 企业应用	T1 年期间，将分阶段推进以下智能客服系统建设： T1 年第一季度完成项目立项与数据整合； T1 年第二季度实现AI服务构建与系统上线； T1 年第三季度完成自动回复与智能打标系统开发； T1 年第四季度推进知识库优化与多源数据整合功能实施。	T2 年期间，将分阶段推进以下智能服务体系建设： T2 年第一季度完成 VOC 平台多源数据整合与 MVP 版本上线； T2 年第二季度实现智能客服向售前场景扩展及预测性服务研发； T2 年第三季度构建用户认知地图与反馈闭环； T2 年第四季度形成"用户反馈-智能分析-精准响应"的完整体验管理生态。
9		品牌 APP 应用	T1 年期间，将分阶段推进以下 App 功能开发： T1 年第一季度完成主力音箱深度集成与核心功能优化； T1 年第二季度实现高端耳机兼容与生态功能拓展； T1 年第三季度启动 4.0 版本架构规划与 AI 推荐引擎设计； T1 年第四季度完成新品适配与用户忠诚度体系建设。	T2 年期间，将分阶段推进以下 App 生态建设： T2 年第一季度完成美术品牌 App 需求分析及技术选型； T2 年第二季度实现 MVP 版本开发与数据中台初步建设； T2 年第三季度开展用户体验评估与数据驱动优化； T2 年第四季度完成美术品牌 App 全面测试与正式发布。
10	升级	智能供应链管理	T1 年期间，将分阶段推进以下采购与协同系统建设： T1 年第一季度完成采购备料与供应商管理功能开发与验收；	T2 年期间，将分阶段推进以下供应链系统建设： T2 年第一季度完成核心原料价格库和趋势预测功能开发；

			T1 年第二季度 实现采购流程与审核引擎功能上线； T1 年第三季度 完成核心原料价格库和趋势预测功能需求设计与方案评审； T1 年第四季度 实现供应商产品联合开发深度协同需求设计与方案评审。	T2 年第二季度 供应商产品联合开发深度协同上线； T2 年第三季度 完成物流协同与财务对接功能实施，多维度库存可视化功能上线； T2 年第四季度 实现深度融合 AI 预测算法与多维度销量预测模型、供应商门户与全流程协同功能验收。
11		QMS 品质与产品安全管理系统	T1 年期间 ，将分阶段推进以下质量管理体系建设： T1 年第一季度 完成文件控制与 CAPA 等核心流程功能开发； T1 年第二季度 实现质量监控与统计过程控制功能上线； T1 年第三季度 完成质量数据自动化与移动端采集功能实施； T1 年第四季度 实现供应商协同与客户投诉处理全流程覆盖，客户反馈与差评智能分析功能上线。	T2 年期间 ，将分阶段推进以下质量与安全管理建设： T2 年第一季度 完成风险管理与法规符合性功能开发； T2 年第二季度 实现产品上市后监督与安全看板功能上线、AI 驱动认证报告解析上线； T2 年第三季度 完成供应商安全与动态法规库功能实施和认证与合规性矩阵功能开发； T2 年第四季度 实现全流程风险控制与安全评审功能覆盖。
12		销售智能广告运营系统	T1 年期间 ，将分阶段推进以下广告管理系统建设： T1 年第一季度 完成统一操作台与可视化看板功能需求设计； T1 年第二季度 实现广告投放与否定词管理功能上线； T1 年第三季度 完成广告投放优化与转化分析功能开发； T1 年第四季度 实现批量操作与数据展示功能全流程覆盖。	T2 年期间 ，将分阶段推进以下营销数据平台建设： T2 年第一季度 完成客户数据平台与受众分析功能开发； T2 年第二季度 实现智能出价与自动化投放功能上线； T2 年第三季度 完成第三方数据对接与预算管理功能实施； T2 年第四季度 实现竞争情报分析与智能预警功能全流程覆盖。

供应链及运营中心系统建设项目并非简单采购软硬件即可实现，而是以业务驱动、自主研发为实现路径，围绕公司业务及多品类产品的全链路供应链及运营需求，系统性构建高度定制化的系统体系。项目涵盖物流智能化升级及服务体系、市场趋势分析、销售自动化刊登系统、消费者洞察系统的管理与挖掘、CRM 管理系统、财务银企直连系统、大数据平台与数据可视化项目、AI 企业应用、品牌 APP 应用、智能供应链管理、QMS 品质与产品安全管理系统及销售智能广告运营系统等 12 项关键系统，均采用自行研发模式。上述功能模块是在公司运营过程中形成的需求及标准规范，将仓储作业逻辑、消费者行为数据、供应链协同、营销管理等高度定制化需求深度嵌入系统底层，而非依赖外部标准化软硬件。

相关系统功能需依托服务器、数据库、专业软件系统等软硬件载体，但其核心价值在于针对公司商业模式和运营需求的定制化功能实现。这些功能无法通过外购现成软件直接获得，须由公司技术团队结合业务场景持续迭代开发。因此，本项目是以自主研发为引擎、以外采软硬件为支撑的数字化运营基础设施。

本项目建成后拟实现的效果及效率具体如下：

序号	新建/升级	系统名称	拟实现的效果及效率	性能、效率提升情况
1	新建	物流智能化升级及服务体系建设	提升公司仓储智能化水平，实现能够实时监控货物的入库、出库、库存状态，并根据公司的业务需求进行自动化的调度和优化，能够显著提升当前仓储系统的智能化、自动化水平，填补了原有运营系统的空白。	建立物流商比价系统，通过集成各渠道实时运价与时效数据，建立多维度服务评价模型。系统可基于目的地、重量、品类等参数，智能筛选并横向比对不同物流商的方案，结合历史履约表现给出综合评分与推荐，未来功能上线后预计可节约物流成本 5%-10%。
2		市场趋势分析系统	目前公司主要通过第三方市场趋势分析软件（如西柚找词、卖家精灵、飞鱼数据等）辅助决策，使用第三方软件的缺点是无法根据公司个性化需求进行主动预测和数据抓取，拟建设的分析系统则可通过 API 接口调用外部工具，结合公司个性化需求，实现对市场趋势的主动追踪，寻找潜在明星产品，填补了原有运营系统的空白。	系统旨在解决两大核心问题：一是统一并赋能各品线的市场战略分析能力，通过沉淀优秀方法论，提升对市场份额趋势的洞察与长远规划水平；二是构建灵活自主的数据处理能力，突破外部系统在跨品类混合分析等方面的限制。实施后，单品类分析时长将从 5 人·天缩短至 1 人·天，且月度数据可实时自动化更新。
3		销售自动化刊登系统	目前公司以手动刊登产品链接为主，耗时长、重复工作量大、容错率低，该系统能够批量自动化刊登产品上架，大大提升了人员能效并减少人为错误，填补了原有运营系统的空白。	1、从基层员工角度：系统将流量、订单、库存、商品及毛利五大核心数据整合于统一视图，改变了以往需跨多个系统分别查询的操作模式，将数据获取时长从 20 分钟缩短至实时可查。 2、从管理层角度：系统支持管理层实时掌握团队成员的 SKU 操作动态，解决了过往需在后台逐项核查的低效问题，有效降低了沟通与管理成本，预计可将精细化管理的 SKU 覆盖数量提升 30%-50%。
4		消费者洞察系统的管理与挖掘	目前公司对消费者需求的调研工作开展以各产品线单独按照产品开发需求进行，数据的收集和保存体现出孤立片面的特征，而新系统的建立能够实现对消费者需求数据的多维度搜集和体系化存储与共享，不仅提升了现有工作方式的效率，更能够大大提升洞察消费者购物心理和消费趋势研究管理的效率，填补了原有运营系统的空白。	系统实现了商品价格变动对销量影响的日维度追踪，为各产品线制定价格策略提供了精准数据支持；同时，通过自动化批量监测我品与竞品的价格、星级及用户评论等关键信息，将核心数据记录与查看的频率从“周维度”提升至“天维度”。
5		CRM 管理系统	即 Customer Relationship Management System（客户	在无此系统的情况下，B2B 业务各流程间信息割裂，尤其业务前端与多渠道客户的

			关系管理系统），由于之前公司 B2B 客户较少，尚未针对 B2B 客户的特点建立点对点管理，拟新建的 CRM 系统集成了市场营销、销售、服务等多个模块，能对客户信息进行系统化的整理和分析，大大提升公司管理独立站和 B2B 客户的效率，填补了原有运营系统的空白。	沟通记录，同后端批发客户管理、销售出库及订单报表等环节未能打通，导致难以有效追踪各成员实际工作量及客户从沟通到下单的转化路径。 通过全流程数据贯通，可系统性提升团队管理能力，并沉淀优秀销售方法，赋能一线业务人员。 系统上线后，预计可支持销售人员实时跟进客户数量提升 10%-20%；同时，助力团队管理者实时掌握成员客户跟进进展，提前识别业务风险，并实现资源更优配置。
6		财务银企直连系统	该系统通过专线连接的方式，使公司的财务系统与银行综合业务系统实现对接，公司无需专门登录网上银行，就可以利用自身财务系统自主完成对其银行账户包括分（子）公司银行账户的查询、转账、资金归集、信息下载等功能，并在财务系统中自动登记账务信息，免去了原有财务系统、网银系统两次指令录入的过程，提高了工作效率，确保了财务系统与银行综合业务系统账户信息的一致性，填补了原有运营系统的空白。	1、系统性能提升 （1）信息一致性保障：自动化账务登记功能消除了财务系统与银行系统间的人工二次录入环节，从源头杜绝误差，确保账户余额、交易明细等信息实时一致，数据准确性可提升至 99.99%。 （2）集中管理能力扩展：系统支持对分、子公司账户的统一管理与操作，突破原系统仅能管理单一账户的限制，显著增强集团层面的资金集中管控能力。 2、效率提升 （1）操作流程简化：将原有“财务系统+网银”两次独立操作合并，所有功能集成于财务系统内实现，减少系统切换与重复录入，单笔业务处理时间显著缩短，每月可节省 6 人·天工作量。 （2）业务协同效率优化：通过自动化实现资金归集、信息下载等功能，消除人工指令传递滞后，将资金调配与财务汇总的数据协同效率由“周级”提升至“天级”。 （3）资金可视性增强：管理者可实时掌握资金流入与流出动态，支撑快速决策。
7		大数据平台与数据可视化项目	目前公司主要通过第三方数据可视化软件（如远观数据等）辅助决策，使用第三方软件的缺点是无法根据公司个性化需求进行图表定制，本次拟建设的大数据平台与数据可视化系统则可实现定制化的数据整合与加工（如销售、用户行为、市场推广）、可视化分析（可定制化的关键业务指标，如销售额、转化率、用户留存率、复购率等），该系统填补了原有运营系统的空白。	系统通过红人管理模块与 BI 数据集模块可实现能力与效率的全面提升。 1、在红人管理模块方面的预计提升包括： （1）能力提升：构建从合作跟进到效果评估的流程化闭环管理体系，支持基层执行、中层管理与高层决策，实现方法论沉淀与组织能力建设。 （2）效率提升：预计可实现对红人发货的实时系统化管理，操作时间由 1.5 小时降低至 0.5 小时，并在发货后实时跟踪与数量统计；品牌团队月度/季度数据预计可实时展示；管理层实现多团队数据一站式横向对比，便于考核。 2、BI 数据集模块方面预计提升包括： （1）能力提升：业务部门可自主整合与探索数据，减少对开发资源的依赖，提升

				数据洞察与决策支持能力。 (2) 效率提升：减少软件开发人员在数据挖掘和汇总方面的工作量，从而预计可使软件开发时间缩短 15%-20%，业务部门数据分析与洞察所耗费的时间预计可缩短 70%-80%，支持实时灵活的数据探索。
8		AI 企业应用	目前发行人 AI 客服仍停留在人工调用 AI 工具生成回复模板，再人工筛选模板进行回复的阶段，在该系统投入建设完成投入运行后，AI 应用将可以结合公司经营特点和产品特性进行更具有针对性的回复，该系统填补了原有运营系统的空白。	系统通过三大智能模块实现服务与运营能力的全面提升： 1、智能客服系统 (1) 自动处理高频问题并辅助人工回复，整体服务效率提升 30%，平均响应时间缩短 30%。 (2) 建立统一知识库与多语言支持，实现 7×24 小时全球标准化服务。 2、智能文本打标系统 (1) 多语言评论自动化处理准确率预计可达 95%以上。 (2) 构建企业专属结构化用户声音数据库，为决策提供持续数据支撑。 3、消费者声音洞察平台 (1) 实现透明可控的多源数据分析，产品迭代周期预计可缩短 30%。 (2) 客户满意度预计可提升 15%，退货率显著降低。 (3) A+页面转化率预计可提升 10%，营销素材生成效率大幅提升。 (4) 支持业务人员自主配置分析，推动全员数据驱动决策。
9		品牌 APP 应用	该系统针对不同品牌的特性开发针对该品牌产品特点客制化的用户交互 APP，能够为用户提供定制化个性化服务，极大提升用户参与度和购物体验感，从而进一步增加公司产品的品牌力和客户粘性，增加营销和销售渠道，该系统填补了原有运营系统的空白。	开发专属 APP 可显著增强产品市场竞争力，具体价值包括：实现产品 OTA 升级以持续优化用户体验；通过促销信息推送提升复购与转化率；借助用户行为数据埋点为功能迭代提供依据；并通过非隐私信息收集完善用户画像，支持精准营销与产品决策。
10	升级	智能供应链管理	公司现有的智能供应管理仅能够按照既定规则进行缺货预警，收到缺货预警后仍须人工针对预警的有效性进行甄别和筛选，并在系统中人工进行补货调拨等操作，该系统的升级将大大提升缺货预警的准确性，并将实现自动提交补货调货等操作的功能，	1、供应商询比价功能，同时向多家供应商发询价单并限时回标，系统按价格、交期、MOQ（最小订单量）、质量等多维度自动打分，预计 3 分钟内可智能化输出最优方案。 2、核心原料价格库和趋势预测功能，可实时抓取原料行情价格和历史合同价，自动生成议价区间供采购人员决策。 3、供应商产品联合开发深度协同，可在线同步图纸/规范/变更，实现产品开发全

			该系统的升级能够提升内部供应链的智能化程度，是对原有运营系统的升级。	生命周期可视化，预计可缩短产品开发周期 10%-20%，加快产品迭代。 4、实现从采购需求到采购订单全流程自动化，按产能、距离、成本自动拆分订单，降低缺货风险；同时，当库存低于安全线时由系统自动生成采购申请，实现自动提交补货调货等操作。 5、可通过实时监控现有库存与未来入库计划，实现多维度库存可视化。系统可基于历史销量与采购在途数据，动态预测库存压力，当预计占用率超过设定阈值时，自动触发多级预警机制，有效防范仓库爆仓风险，保障供应链稳定运行。 6、深度融合 AI 预测算法与多维度销量预测模型，对库存结构进行动态优化与精细调控。通过智能计算安全库存、再订货点及精准的商品周转计划，系统可实现库存水平的精准设定与自动调节。功能上线后，有望将平均库存周转天数显著缩短至 180 天以内，有效降低滞压风险与资金占用。
11		QMS 品质与产品安全管理系统	即 Quality Management System（质量管理系统），公司现有运营系统已有供应商资质审查、质量检验标准管理与发布、质量问题追溯等功能，此次募投项目将提升该系统的使用体验，并新增部分定制化高级功能模块，潜在的升级包括 AI 驱动的质量波动趋势预测以及跨部门 KPI 联动分析等，该系统是对原有运营系统的升级。	1、构建认证与合规性矩阵：系统内置全球市场合规数据库，清晰定义各产品品类、目标销售国（如美国、欧盟、日本）及销售平台（如亚马逊、速卖通）所适用的法规、标准与认证要求。系统可自动匹配产品信息，管理证书有效期，并主动推送合规预警。 2、AI 驱动认证报告解析：功能上线后，系统能够从认证报告中精准提取证书编号、标准版本、有效期等关键元数据，以及安全性能实测参数，将非结构化文档转化为可计算、可监控的数据资产，实现合规状态的自动监控与风险预警，完成从被动存档向主动风控的转变，单份报告解析可节省 10-15 分钟人工处理时间。 3、客户反馈与差评智能分析：系统通过对接电商平台 API，自动抓取产品评论、问答及退货数据，识别高频质量问题点，并自动生成纠正与预防措施任务单，推送至品质部门闭环处理，形成“识别-分析-改进”的全链条质量管理机制，预计可降低因品质问题导致的投诉与差评率 10%-20%。
12		销售智能广告运营系统	发行人现有运营系统能够针对广告效率进行评价和建议，但广告策略不够丰富且缺乏组合化手段，募投拟建设的系统能够实现自动化数据采集、规则引	系统支持用户便捷调取与分析多年历史数据，可彻底取代传统的手动拼接清洗数据的方式，使数据分析效率得到大幅提升。同时，系统提供高效的批量操作功能，预计可将广告优化工作效率提升 50%以上，并借助全局调优策略，预计可推动广

			擎定制、竞品对标分析、数据可视化看板，并最终实现自动化投放广告等高级功能，该系统是对原有运营系统的升级。	告投资回报率（ROAS）提升 10%-15%。

基于上述量化分析，本项目将显著提升公司在物流智能化升级及服务体系、市场趋势分析、销售自动化刊登系统、消费者洞察系统的管理与挖掘、CRM 管理系统、财务银企直连系统、大数据平台与数据可视化项目、AI 企业应用、品牌 APP 应用、智能供应链管理、QMS 品质与产品安全管理系统及销售智能广告运营系统等核心领域的数字化能力，全面强化公司跨境电商业务的运营效率与全球竞争力，具有必要性及合理性。

5、项目选址及环境保护

本项目拟选址于深圳市南山区，利用公司目前现有租赁场地实施，不涉及新取得土地或房产。本项目建设实施过程中不产生工业废水、废气、废渣、噪声等污染物，固体废物主要为员工生活及办公垃圾等，基本不会对环境产生污染，不涉及环评批复相关事项。

6、项目效益评价

本项目实施后将对公司销售业务产生明显的支撑作用，项目建成后，信息系统平台将全面覆盖公司经营各环节的信息化系统，为公司的经营管理提供充分、可靠的依据，保障公司的信息安全，进一步提升公司的运营水平，强化公司的市场竞争力。项目本身不直接产生经济收入，其效益体现在公司通过销售收入实现的整体经济效益中。

7、项目实施进展

进度阶段	建设期（月）											
	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
实施方案设计												
设备采购												
人员招聘及培训												
系统开发												
项目验收												

本项目投资进度规划如下：

单位：万元

序号	项 目	T1 年	T2 年	T3 年	合计
1	办公及软件设备购置费	3,413.28	1,773.12	785.30	5,971.70
2	系统开发费	2,219.62	1,910.44	1,284.35	5,414.41
3	预备费	281.65	184.18	103.48	569.31

4	运营实施费	110.00	110.00	110.00	330.00
项目总投资		6,024.55	3,977.74	2,283.13	12,285.42

截至 2025 年 12 月 31 日，该项目正有序推进，已投入 570.03 万元，投资进度为 4.64%。

（三）品牌建设和渠道推广项目

1、项目概况

本项目计划总投资 17,061.59 万元，建设期为 36 个月。本项目以提升品牌美誉度和知名度为建设目标，开展品牌、线上线下营销推广。通过本项目的实施，有助于扩大公司产品受众，实现更大范围的宣传覆盖，使公司品牌形象得到全面、系统性提升，强化公司在行业内的影响力及市场竞争力。

2、项目的必要性与可行性分析

（1）项目必要性分析

①进一步提升公司品牌形象，增强市场竞争力的需要

品牌是企业的灵魂和传递品牌理念与产品价值的载体，具有很高的价值。通过品牌建设和渠道推广，企业可以提高品牌知名度，树立良好的品牌形象，从而吸引更多的消费者关注和购买，增强消费者粘性。公司以跨境电商 B2C 为核心业务，成功打造了运动户外品牌 Sportneer、音频设备品牌 Tribit、美术用品品牌 Ohuhu、消费电子品牌 iClever 等自主品牌，在运动户外、音频设备、美术用品等领域具备优秀的创新能力和持续发展潜力。随着公司进一步发展，公司需要完善品牌建设和渠道推广，布局新品牌创造，持续巩固公司的品牌形象。

通过本项目建设，公司将加大品牌的传播推广，全方位提升公司品牌建设能力，有利于公司品牌价值理念的传播及消费者教育，建立稳定的客户群体，增强市场竞争力。

②紧跟行业发展趋势，丰富营销推广方式的需要

当下跨境电商行业需要紧跟行业发展趋势，创新和丰富自身营销推广方式才可以快速提升电商的运营效率。公司自成立以来始终实时跟踪行业动态，积极寻求新的营销方式和渠道以提高公司的产品销售能力。近年来，在移动互联网快速发展以及新型社交媒体平台逐渐崛起的大背景下，跨境电商产品类营销方式逐渐朝着多平台、宽领域、多层次方向发展。公司需要持续扩展营销推广方式及手段，实现销售规模和利润水平的双提高。

通过本项目的实施，公司将加强营销推广方式和渠道建设，建立覆盖更多、更广的销售渠道，增加与消费者的互动性、调动消费者对产品更深层次的感知与体验、提高营销效率，并借助平台刻画用户画像、实现精准化营销，提高盈利水平。

（2）项目可行性分析

①公司具备较为完善的内部管理体系

公司经过多年发展，已形成一套较为成熟有效的管理模式，能够覆盖产品研发设计、业务拓展、电商运营、供应链管理以及风险控制等各个方面。同时，公司通过吸收和学习市场经验，持续完善公司治理结构，建立了科学有效的公司决策机制、快速反应机制和风险防范机制，各部门均制定了部门管理制度，具备运行良好的运营管理组织架构，形成了较为完整的制度管理体系。公司成熟的内部管理体系为本项目的建设提供了可靠保障。

②公司具备丰富的营销推广经验

公司经过多年的发展，在产品推广与营销的过程中积累了丰富的经验，并逐渐建立了较为完善的市场推广机制。同时，公司紧跟电商发展潮流，充分发掘电商主流模式发展潜力，利用新媒体时代下的营销渠道多元化发展趋势，拓宽销售渠道，现已形成新式多元化的营销方式，能快速挖掘有效的电商平台流量分发方式和品牌渠道推广方式，实现资金有效投入并最大化产出。因此，本项目具有渠道建设及品牌推广经验可行性。

③公司拥有成熟的营销团队

经过多年发展，公司拥有一支经验丰富、技能精湛的营销团队。公司的营销团队由一群对跨境电商市场趋势有深刻理解，对消费者行为有敏锐洞察，能够根据市场变化和客户需求，制定出有效的品牌建设及营销计划。营销团队经过持续努力和多年的品牌塑造，有效地推广公司的产品和提升品牌知名度。成熟的营销团队为本项目的实施提供运营基础。

3、项目投资概算

本项目总投资 17,061.59 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	估算价格	占项目总资金比例
1	品牌推广	6,150.65	36.05%
2	线上渠道推广	9,537.27	55.90%
3	办公及软件设备购置费	287.70	1.69%
4	运营实施费	1,085.97	6.36%
项目总投资		17,061.59	100.00%

4、品牌推广、线上渠道推广的主要渠道、主要服务方、服务价格

品牌建设和渠道推广项目中品牌推广、线上渠道推广的主要渠道如下：

序号	投资项目	主要渠道
1	品牌推广	包括 Google、Facebook、ShareASale、Shopify、联盟佣金等线上媒体投放，KOL 合作、红人推广、视频拍摄、送样等

2	线上渠道推广	包括美国、加拿大、欧洲、日本等地区 Amazon 站内广告投放, 京东、天猫、抖音、速卖通、小红书等其他渠道广告投放

品牌推广将通过线上媒体投放、KOL 合作、红人推广等提升品牌曝光度, 报告期内前五名服务商及服务金额如下:

单位: 万元

年度	序号	服务商名称	服务金额	服务内容
2025 年度	1	WESAILPRO LIMITED	240.41	Ohuhu 品牌的 Google 广告代理商
	2	QPI Media	51.09	YouTube 视频推广
	3	RENATA LLC	47.76	线下活动推广
	4	Meta Platforms, Inc.	44.12	Facebook、Instagram 等平台广告投入
	5	Michaels Stores, Inc	37.14	Michaels Store 线下门店展示费用
	合计		420.50	/
2024 年度	1	WESAILPRO LIMITED	415.42	Ohuhu 品牌的 Google 广告代理商
	2	TikTok Inc.	45.96	TikTok 红人佣金
	3	Google LLC.	42.87	自运营 Google 广告支出
	4	Shopify Inc.	40.68	shopify 推广支出
	5	深圳市亚资国际展览有限公司	34.60	展览费
	合计		579.53	/
2023 年度	1	WESAILPRO LIMITED	349.67	Ohuhu 品牌的 Google 广告代理商
	2	HONGKONG VINYL CREATIVE COMMUNICATION LIMITED	62.04	Sportneer 品牌推广商
	3	D-liteful LLC	37.40	美国纽约圣诞新年线下快闪活动支出
	4	ZBANX HONG KONG LIMITED	28.22	iClever 耳机品牌圣诞推广
	5	Google LLC	25.69	自运营 Google 广告支出
	合计		503.02	/

线上渠道推广将继续通过 Amazon、速卖通、京东、天猫、TikTok 等内容电商平台实现精准触达, 渠道推广主要在电商平台站内进行, 依据各电商平台的站内广告点击率、曝光量等收费, 报告期内前五名服务商及服务金额如下:

单位: 万元

年度	序号	服务商名称	服务金额	服务内容
2025 年度	1	亚马逊站内	9,755.74	亚马逊站内广告

	2	Oceanwing service limited	293.67	亚马逊站内广告
	3	TikTok 站内	155.95	TikTok 站内广告
	4	速卖通站内	102.66	速卖通站内广告
	5	天猫站内	34.25	天猫站内广告
	合计		10,342.27	/
2024 年度	1	亚马逊站内	10,025.20	亚马逊站内广告
	2	Oceanwing service limited	119.41	亚马逊站内广告
	3	速卖通站内	44.55	速卖通站内广告
	4	天猫站内	33.44	天猫站内广告
	5	TikTok 站内	32.79	TikTok 站内广告
	合计		10,255.38	/
2023 年度	1	亚马逊站内	8,826.13	亚马逊站内广告
	2	SPARKX MARKETING CO., LIMITED	116.97	亚马逊站内广告
	3	天猫站内	81.97	天猫站内广告
	4	美客多站内	25.88	美客多站内广告
	5	京东站内	22.36	京东站内广告
	合计		9,073.31	/

5、项目选址及环境保护

本项目拟选址于深圳市南山区，利用公司目前现有租赁场地实施，不涉及新取得土地或房产。本项目建设实施过程中不产生工业废水、废气、废渣、噪声等污染物，固体废物主要为员工生活及办公垃圾等，基本不会对环境产生污染，不涉及环评批复相关事项。

6、项目效益评价

本项目实施后将对公司销售业务产生明显的促进作用，提升公司市场营销能力，有力支撑公司业务持续增长。项目本身不直接产生经济收入，其效益体现在公司通过销售收入实现的整体经济效益中。

7、项目实施进展

进度阶段	建设期（月）											
	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
实施方案设计												
设备采购												
人员招聘及培训												

品牌营销推广												
项目验收												

本项目投资进度规划如下：

单位：万元

序号	项 目	T1 年	T2 年	T3 年	合计
1	品牌推广	846.22	1,975.22	3,329.22	6,150.65
2	线上渠道推广	773.42	3,060.42	5,703.42	9,537.27
3	办公及软件设备购置费	124.50	63.70	99.50	287.70
4	运营实施费	298.27	363.50	424.20	1,085.97
项目总投资		2,042.41	5,462.84	9,556.34	17,061.59

截至 2025 年 12 月 31 日，该项目正有序推进，已投入 395.89 万元，投资进度为 4.14%。

（四）补充流动资金

1、项目概况

公司拟将本次募集资金中的 8,600.00 万元用于补充营运资金，以满足公司生产经营的资金需求。通过本次公开募集资金补充流动资金，将满足公司主营业务持续发展的资金需求，并有助于公司优化资本结构、降低财务风险，从而提高公司的综合竞争力和抗风险能力。

2、补充流动资金的必要性及合理性

报告期内，公司规模呈不断增长趋势，资产规模与收入规模均呈上升趋势。随着公司经营规模的逐步扩大，未来募投项目的建成投产，公司对流动资金的需求将日益增加。本次补充流动资金能够有效补充公司经营所需资金，满足未来业务扩张的需求。

本次补充流动资金将全部用于公司主营业务，包括物料采购、日常生产经营以及支付员工薪酬所需等。随着公司经营规模不断扩大、业务和人员规模增长，公司的各项日常运营资金不断增加，公司需要更多的运营资金支撑日常的原材料采购及人员支出等，公司对于运营资金的需求将显著扩张，公司利用募集资金补充流动资金有助于公司在经营规模不断扩大的前提下满足运营资金需求，具有合理性和必要性。

3、补充流动资金对公司财务状况及经营成果的影响

补充营运资金后，公司的资产负债率降低，短期偿债能力和资产流动性将有所提高。补充营运资金短期内可能不会直接产生经济效益，但有助于公司整体经营规模的扩大、财务状况的改善、运营效率的提升，从而进一步提升公司的盈利能力。

4、补充流动资金对提升公司核心竞争力的作用

补充营运资金将为公司实现现有业务稳步发展和新业务快速突破的协同目标提供必要的资金

来源，有利于公司扩大业务规模，优化财务结构，从而提高公司的核心竞争力。

5、补充流动资金的主要用途

本次发行募集资金中补充流动资金部分具有明确的使用方向，将用于发行人的主营业务，与发行人业务发展目标一致。本次发行募集资金中 8,600.00 万元用于补充流动资金，计划用于供应商货款结算支出以及支付员工薪酬等，具体安排如下：

计划用途	金额（万元）
供应商货款结算支出	5,000.00
支付员工薪酬	3,600.00
合计	8,600.00

三、 历次募集资金基本情况

无。

四、 其他事项

无。

第十节 其他重要事项

一、 尚未盈利企业

报告期内，公司持续盈利，不属于尚未盈利企业。

二、 对外担保事项

☐适用 ☒不适用

三、 可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项

☐适用 ☒不适用

四、 控股股东、实际控制人重大违法行为

报告期内，控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

五、 董事、监事/审计委员会委员、高级管理人员重大违法行为

报告期内，董事、取消监事会前在任监事/审计委员会委员、高级管理人员不存在重大违法行为。

六、 其他事项

截至本招股说明书签署日，除上述事项外，公司不存在其他对公司产生重大影响的重要事项。

第十一节 投资者保护

一、公司投资者关系的主要安排

为推动公司完善治理结构，规范公司投资者关系管理工作，根据《公司法》《证券法》《北京证券交易所股票上市规则》《上市公司信息披露管理办法》等有关法律、法规、规章，制定了上市后适用的《公司章程（草案）》《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》，保障投资者依法享有获取公司信息、参与重大决策和享有资产收益等股东权利，切实保护投资者合法权益。

（一）信息披露制度和流程

公司建立了《信息披露管理制度》，明确了信息披露的总则、信息披露的内容、基本原则、应当披露的交易、信息披露的责任划分、保密措施等事项作了具体约定。

根据《信息披露管理制度》，公司明确了信息披露的具体流程，建立了规范的信息披露程序，严格履行信息披露制度，切实保护投资者的合法权益。公司将根据证监会和北交所的有关规定，进一步完善并严格执行相关信息披露制度，切实保护投资者的合法权益。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

公司根据《公司法》《证券法》《北京证券交易所股票上市规则》及其他法律、法规的规定，制订了《投资者关系管理制度》，以明确公司投资者关系管理的目的和基本原则，规范投资者关系工作的工作内容与方式、组织与实施等，完善公司内部控制。

公司董事会秘书负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制定公司信息披露管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定。

董事会秘书	高娜
联系电话	0755-86344651
传真	0755-86344651
电子邮箱	ir@1000shores.com
公司网站	https://www.1000shores.cn/

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司重视与投资者的沟通和交流，未来将严格执行并持续完善《公司章程》《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》等投资者保护制度，认真履行信息披露义务，保证信息披露的真实、准确、完整，通过中国证监会及北京证券交易所规定的信息披露渠道，实现与投资者的良好沟通，及时解答投资者关注的主要问题，保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策与选择管理者等权利，切实维护全体股东尤其是中小股东的合法权益。

二、本次发行上市后的股利分配政策和决策程序

2025年5月27日，公司召开2025年第三次临时股东大会，审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》及《利润分配管理制度》《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划的议案》，公司上市后的股利分配政策和股东分红回报未来三年规划如下：

（一）利润分配的原则

公司实行持续稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。公司利润分配不得超过累计可供分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

（二）利润分配形式

公司可以采取现金、股票或二者相结合的方式或法律、法规允许的其他方式分配利润。公司应当优先采用现金分红的方式进行利润分配。根据公司现金流状况、业务成长性、每股净资产规模等真实合理因素，公司可以采用发放股票股利的方式进行利润分配。

（三）利润分配的间隔期间

原则上每年进行一次利润分配。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

（四）现金分配方式的具体条件和比例

1、公司满足下列现金分红条件的，应当采用现金分红方式进行利润分配：

（1）公司该年度合并报表的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后剩余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

（2）公司制定利润分配方案时，应当以母公司报表中可供分配利润为依据。同时，为避免出现超额分配的情况，公司应当以合并报表、母公司报表中可供分配利润的孰低值的原则来确定具体的利润分配比例；

（3）审计机构对该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（4）未来十二个月内公司无重大投资计划或重大现金支出。

重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：①公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的50%，且超3,000万元；②公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的30%。

2、发放现金分红的最低比例

在满足发放现金股利的条件时，公司以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%，且最近 3 年内公司以现金方式累计分配的利润不少于最近 3 年实现的年均可分配利润的 30%。

3、差异化的现金分红政策

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

（五）利润分配的决策程序、执行及信息披露

董事会在制定公司利润分配方案时，应当通过多种渠道充分听取并考虑独立董事和中小股东的意见。独立董事应对利润分配预案发表独立意见，利润分配预案经董事会审议通过后提请股东大会审议。公司董事会未作出现金利润分配预案的，应当在近期定期报告中披露原因，独立董事对此发表独立意见。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。公司应当在年度报告或半年度报告中详细披露利润分配政策的制定和执行情况。公司应当严格执行《公司章程》确定的利润分配政策以及股东大会审议批准的利润分配具体方案。公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，以及外部经营环境发生的变化，确实需要调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和北京证券交易所的有关规定。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司有权扣减该股东分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（六）利润分配监督约束机制

监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策的情况及决策程序进行监督。

三、本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行前后，公司的股利分配政策不存在重大变化。

四、本次发行前的滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

经公司 2025 年 5 月 27 日召开的 2025 年第三次临时股东大会审议通过，公司向不特定合格投资者公开发行股票前的滚存利润由股票发行后的新老股东按持股比例共享。

五、股东投票机制的建立情况

为有效保护投资者的合法权益，根据上市后适用的《公司章程（草案）》《股东会议事规则》规定，公司股东会选举独立董事、监事时实行累积投票制，并在审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者进行单独计票制，以切实有效保护中小投资者的权利。《公司章程（草案）》规定了公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权，维护股东利益。同时《公司章程（草案）》还规定了网络投票表决方式，对法定事项采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决，以保证中小投资者参与公司股东大会的权利。

六、其他特殊情形

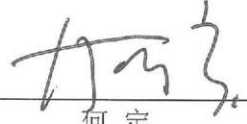
发行人不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排；发行人报告期内扣除非经常性损益前后的净利润均为正，且不存在未弥补亏损。

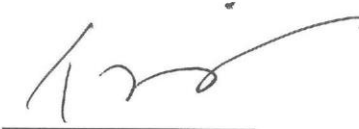
第十二节 声明与承诺

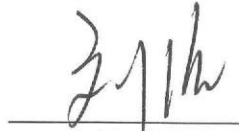
一、发行人全体董事、审计委员会委员、高级管理人员承诺

本公司全体董事、审计委员会委员、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

全体董事签名：


何定


何文


刘治

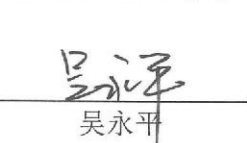

陈旭红


方玲玲

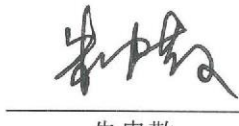

朱忠敬


吴永平

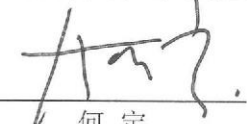
全体审计委员会委员签名：


吴永平

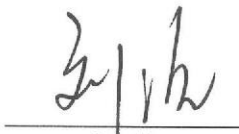

陈旭红


朱忠敬

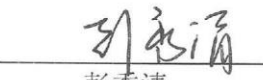
全体高级管理人员签名：


何定


何文


刘治


杨旭峰


彭秀清

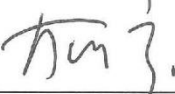

高娜



二、发行人控股股东声明

本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

控股股东签名：



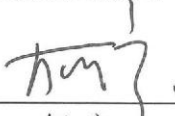
何 定

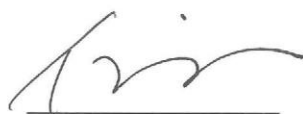


三、发行人实际控制人声明

本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

实际控制人签名：


何 定


何 文



四、 保荐人（主承销商）声明

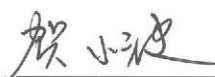
本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

项目协办人（签字）：


吕鹏飞

保荐代表人（签字）：


王英


贺小波

保荐机构法定代表人（签字）：


苏军良



兴业证券股份有限公司

2026年3月17日

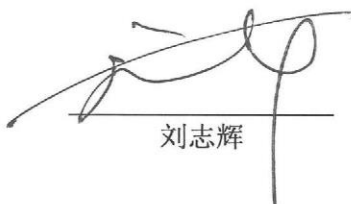
保荐机构（主承销商）董事长、总经理声明

本人已认真阅读深圳千岸科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长（签字）：


苏军良

保荐机构总经理（签字）：


刘志辉



兴业证券股份有限公司

2026年3月17日

五、 发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

北京市中伦律师事务所（盖章）

负责人：

张学兵

经办律师：

饶晓敏

经办律师：

周俊

2026年3月17日

六、承担审计业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、审阅报告、前期会计差错更正专项说明的鉴证报告、内部控制审计报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的上述报告及说明内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

杨运辉



刘海曼



李亚慧



郭跃烽



李 桐



会计师事务所负责人（签字）：

刘 维



容诚会计师事务所（特殊普通合伙）



2016年3月17日

七、 承担评估业务的资产评估机构声明

☐适用 ☒不适用

八、 其他声明

☐适用 ☒不适用

第十三节 备查文件

一、备查文件

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报告及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；
- （六）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行相关的承诺事项；
- （七）内部控制审计报告；
- （八）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （九）其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅时间和查阅地点

（一）查阅时间

工作日：上午 9:30-12:00；下午 14:00-17:00

（二）查阅地点

1、发行人：深圳千岸科技股份有限公司

地址：广东省深圳市南山区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1101

联系人：高娜

电话：0755-86344651

2、保荐人（主承销商）：兴业证券股份有限公司

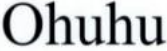
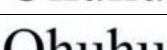
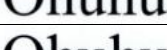
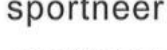
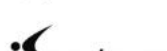
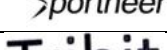
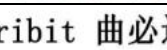
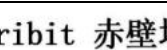
地址：上海市浦东新区长柳路 36 号

联系人：王英、贺小波

电话：0755-23995226

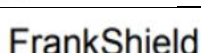
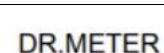
附表一：境内商标

序号	商标	取得方式	注册人	注册号	类别	有效期
1	BoostSmart	原始取得	公司	29665896	11	2019.2.7-2029.2.6
2		原始取得	公司	14887093	9	2016.5.28-2036.5.27
3		原始取得	公司	14887093A	9	2015.9.14-2035.9.13
4	Elechomes	继受取得	公司	21875065	11	2017.12.28-2027.12.27
5		原始取得	公司	14887359	18	2016.9.14-2036.9.13
6	FlyBuds	原始取得	公司	38956036	9	2020.4.21-2030.4.20
7		原始取得	公司	14887300	9	2015.12.7-2035.12.6
8		原始取得	公司	23448290	9	2018.6.28-2028.6.27
9		原始取得	公司	14887228	9	2015.7.28-2035.7.27
10	OxyLED	原始取得	公司	14887417	11	2016.5.28-2036.5.27
11	OxyLED	原始取得	公司	14887417A	11	2015.9.14-2035.9.13
12	QuietPlus	原始取得	公司	39586737	9	2020.2.28-2030.2.27
13	StormBox	原始取得	公司	39592196	9	2020.2.28-2030.2.27
14	磬贝	原始取得	公司	42210277	9	2020.8.14-2030.8.13
15	曲贝	原始取得	公司	42192087	9	2020.8.21-2030.8.20
16	OLAXER	继受取得	公司	21793465	3	2017.12.21-2027.12.20
17	theefun	继受取得	公司	21793530	28	2017.12.21-2027.12.20
18	Elecwave	继受取得	深圳禾乃秀	21793301	9	2017.12.21-2027.12.20
19	Oahu	原始取得	义乌千岸	39577146	16	2020.2.28-2030.2.27
20	ohuhu	原始取得	义乌千岸	15696507	21	2016.1.14-2036.1.13
21	ohuhu	原始取得	义乌千岸	15696347	25	2016.1.7-2036.1.6

序号	商标	取得方式	注册人	注册号	类别	有效期
22		原始取得	义乌千岸	34227931	24	2019.10.28-2029.10.27
23		原始取得	义乌千岸	34227932	28	2019.10.28-2029.10.27
24		原始取得	义乌千岸	38047417	16	2020.1.28-2030.1.27
25		原始取得	义乌千岸	38055095	20	2020.1.28-2030.1.27
26		原始取得	义乌千岸	38055064	28	2020.1.28-2030.1.27
27		原始取得	义乌千岸	38050694	24	2020.1.28-2030.1.27
28		原始取得	义乌千岸	78566436	16	2024.11.07-2034.11.06
29		原始取得	义乌千岸	78555923	35	2024.11.07-2034.11.06
30		继受取得	义乌辰虎	20543995	28	2017.8.28-2027.8.27
31		继受取得	义乌辰虎	20543847	22	2017.8.28-2027.8.27
32		继受取得	义乌辰虎	20543668	20	2017.8.28-2027.8.27
33		原始取得	义乌辰虎	51986372	9	2021.9.28-2031.9.27
34		原始取得	义乌辰虎	51962173	42	2021.9.7-2031.9.6
35		继受取得	深圳云网天下	28316891	9	2018.12.7-2028.12.6
36		继受取得	深圳云网天下	42214367	9	2020.8.14-2030.8.13
37		原始取得	深圳云网天下	54751502	9	2022.1.21-2032.1.20
38		原始取得	深圳云网天下	59971743	9	2022.3.28-2032.3.27
39		原始取得	深圳云网天下	59957216	9	2022.3.28-2032.3.27
40		原始取得	义乌运动匠	52192130	22	2021.8.14-2031.8.13
41		原始取得	义乌运动匠	52179411	9	2021.8.21-2031.8.20
42		原始取得	义乌运动匠	52178226	20	2021.8.14-2031.8.13
43		原始取得	义乌运动匠	52176710	28	2021.8.14-2031.8.13
44		原始取得	义乌运动匠	52174612	12	2021.8.14-2031.8.13
45		原始取得	义乌运动匠	52174312	25	2021.8.14-2031.8.13
46		原始取得	义乌运动匠	52167372	42	2021.8.14-2031.8.13

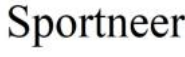
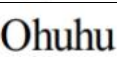
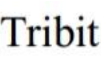
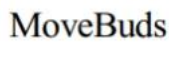
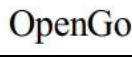
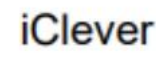
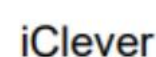
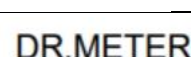
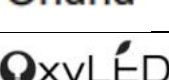
序号	商标	取得方式	注册人	注册号	类别	有效期
47	欧绘	原始取得	义乌千岸	82049739	2	2025.5.14-2035.5.13
48	欧绘	原始取得	义乌千岸	82062774	16	2025.5.14-2035.5.13
49	Ohuhu	原始取得	义乌千岸	82403295	16	2025.6.7-2035.6.6
50		原始取得	义乌千岸、义乌辰虎	82406180	18	2025.6.7-2035.6.6
51		原始取得	义乌千岸、义乌辰虎	82394347	27	2025.6.7-2035.6.6
52		原始取得	义乌千岸、义乌辰虎	82399630	12	2025.6.7-2035.6.6
53		原始取得	云网天下	77685677	18	2025.5.14-2035.5.13
54	Ohuhu	原始取得	义乌千岸	82408380A	2	2025. 8. 7-2035. 8. 6
55		原始取得	义乌千岸、义乌辰虎	82390585	24	2025. 9. 28-2035. 9. 27
56		原始取得	义乌千岸、义乌辰虎	82405093	6	2025. 9. 28-2035. 9. 27

附表二：境外商标

序号	商标	注册地	注册人	商标号	类别	有效期
1		澳大利亚	公司	1875036	9	2017.9.21-2027.9.21
2		澳大利亚	公司	1879911	16、24	2017.10.12-2027.10.12
3		澳大利亚	公司	1879913	11	2017.10.12-2027.10.12
4		澳大利亚	公司	1879912	9	2017.10.12-2027.10.12
5		澳大利亚	公司、美国千岸	2117654	9	2020.9.4-2030.9.4
6		澳大利亚	公司、义乌辰虎	2010269	12	2019.5.18-2029.5.18
7		澳大利亚	义乌辰虎	2143535	42	2020.12.16-2030.12.16
8		澳大利亚	义乌辰虎	2143530	9	2020.12.16-2030.12.16
9		韩国	公司	40-1565341	9	2020.1.16-2030.1.16
10		韩国	深圳云网天下	40-1563731	9	2020.1.13-2030.1.13
11		加拿大	深圳云网天下	1121015	9	2022.2.24-2032.2.24
12		加拿大	义乌千岸	1157762	16、22、28	2022.12.25-2032.12.25
13		加拿大	义乌千岸	1139772	2、3、8、15	2022.8.24-2032.8.24
14		加拿大	义乌辰虎	1121016	12、25、28	2022.2.24-2032.2.24
15		加拿大	加拿大千岸	1151769	11	2022.11.16-2032.11.16
16		加拿大	加拿大千岸	1148082	28	2022.10.26-2032.10.26
17		马来西亚	公司、香港千岸	TM2021012337	9	2021.4.28-2031.4.28
18		马来西亚	公司、香港千岸	TM2021012343	35	2021.4.28-2031.4.28
19		墨西哥	深圳云网天下	2252323	9	2021.5.28-2031.5.28
20		墨西哥	义乌千岸	2591787	16	2023.8.23-2033.8.23
21		墨西哥	义乌辰虎	2591786	28	2023.8.24-2033.8.24
22		欧盟	公司	016815169	11	2017.6.7-2027.6.7
23		欧盟	公司、德国千岸、义乌怀强	013116231	7、8、9	2014.7.25-2034.7.25
24		欧盟	公司、德国千岸、义乌怀强、义乌辰虎、义乌运动匠	014454391	16、20、21	2015.8.11-2035.8.11

序号	商标	注册地	注册人	商标号	类别	有效期
25	Ohuhu	欧盟	公司、德国千岸、义乌怀强、义乌辰虎、义乌运动匠	017986854	10、24、25、28	2018.11.6-2028.11.6
26	OxyLED	欧盟	公司、德国千岸、义乌怀强	013469721	11、20、21	2014.11.19-2034.11.19
27	 sportneer	欧盟	公司、义乌辰虎、义乌怀强、德国千岸、深圳云网天下	016757767	18、22、28	2017.5.23-2027.5.23
28	Theefun	欧盟	公司、义乌怀强、德国千岸	018273799	11、28	2020.7.16-2030.7.16
29	TransNova	欧盟	公司、德国千岸	018642768	9	2022.1.24-2032.1.24
30	tribit	欧盟	德国千岸	017917495	9	2018.6.14-2028.6.14
31	Ohuhu	欧盟	德国千岸	018457495	2、6、8、12、15	2021.4.20-2031.4.20
32	Elechomes	欧盟	深圳云网天下、德国千岸、香港千岸、深圳火麦	018128301	11	2019.9.25-2029.9.25
33		欧盟	德国千岸	018444151	7、8、11	2021.4.1-2031.4.1
34	FlyBuds	欧盟	德国千岸、深圳云网天下	018118271	9	2019.9.3-2029.9.3
35	QuietPlus	欧盟	德国千岸、深圳云网天下	018118416	9	2019.9.2-2029.9.2
36	RunStretch	欧盟	德国千岸、深圳云网天下	018261165	9	2020.6.24-2030.6.24
37	 sportneer	欧盟	德国千岸、义乌辰虎、义乌怀强	018405343	9、10、25、35	2021.2.23-2031.2.23
38	StormBox	欧盟	德国千岸、深圳云网天下	018118270	9	2019.9.3-2029.9.3
39	Tribit Home	欧盟	德国千岸、深圳云网天下	018299900	9	2020.9.1-2030.9.1
40	XBass	欧盟	德国千岸、深圳云网天下	017922012	9	2018.6.22-2028.6.22
41	Xsoun Go	欧盟	德国千岸、深圳云网天下	018001046	9	2018.12.17-2028.12.17
42	Xsound Go	欧盟	德国千岸、深圳云网天下	018006285	9	2019.1.5-2029.1.5
43	XSport	欧盟	德国千岸、深圳云网天下	017922003	9	2018.6.22-2028.6.22
44	iClever	欧盟	德国千岸	018642308	9	2022.1.21-2032.1.21
45		欧盟	德国千岸	018947344	16	2023.11.7-2033.11.7
46		欧盟	德国千岸	013469804	9、12、28	2014.11.19-2034.11.19

序号	商标	注册地	注册人	商标号	类别	有效期
47	FitTransformer	欧盟	公司、德国千岸	019068360	28	2024.08.16-2034.08.16
48	Sportneer	欧盟	德国千岸、公司	019124534	6、12、20、24	2024.12.25-2034.12.25
49		日本	千岸有限	6233270	7	2020.3.6-2030.3.6
50		日本	千岸有限	6233271	9	2020.3.6-2030.3.6
51	Elechomes	日本	千岸有限、日本千岸、长沙千岸	6216802	11	2020.1.16-2030.1.16
52	 iclever	日本	深圳海麦、日本千岸	5781677	9	2015.7.31-2035.7.31
53	ohuhu	日本	千岸有限	5917048	21	2017.1.27-2027.1.27
54	OxyLED	日本	千岸有限	6247427	11	2020.4.22-2030.4.22
55	theefun	日本	千岸有限	5941842	28	2017.4.21-2027.4.21
56		日本	禾乃秀	6469744	7、11	2021.11.11-2031.11.11
57	Elecwave	日本	禾乃秀	5957398	9	2017.6.23-2027.6.23
58	Ohuhu	日本	深圳海麦、日本千岸	6187109	12、16、20、24	2019.10.4-2029.10.4
59	sportneer	日本	义乌辰虎	5976611	20	2017.9.1-2027.9.1
60	sportneer	日本	义乌辰虎	5970839	22	2017.8.10-2027.8.10
61	sportneer	日本	深圳海麦、日本千岸	5970840	28	2017.8.10-2027.8.10
62	sportneer	日本	义乌辰虎	6031910	24	2018.3.30-2028.3.30
63	 Sportneer	日本	义乌辰虎	6219072	21	2020.1.23-2030.1.23
64	 Sportneer	日本	义乌辰虎	6457765	9、42	2021.10.18-2031.10.18
65	Tribit	日本	深圳海麦、日本千岸	6211753	9	2019.12.27-2029.12.27
66	Tribit Home	日本	深圳云网天下	6426813	9	2021.8.10-2031.8.10
67	FlyBuds	日本	深圳云网天下	6529837	9	2022.3.17-2032.3.17
68	XSound Mega	日本	深圳云网天下	6563408	9	2022.5.30-2032.5.30
69	MoveBuds	日本	深圳云网天下	6560065	9	2022.5.23-2032.5.23
70	OpenGo	日本	深圳云网天下	6566916	9	2022.6.6-2032.6.6
71	Tribit	土耳其	公司	202025796	9	2020.2.28-2030.2.28

序号	商标	注册地	注册人	商标号	类别	有效期
72	 iclever	中国香港	美国千岸、香港千岸	305318361	9	2020.6.30-2030.6.29
73	 Tribit	中国香港	美国千岸、香港千岸	305318352	9	2020.6.30-2030.6.29
74	 Ohuhu	中国香港	香港千岸	306733800	2、16	2024.11.22-2034.11.21
75	 Sportneer	中国香港	香港千岸	306733819	25、28	2024.11.22-2034.11.21
76	 Tribit	新加坡	公司	40202005666P	9	2020.3.13-2030.3.12
77	 Ohuhu	新加坡	义乌千岸	40202019635R	28	2020.9.21-2030.9.20
78	 Ohuhu	新加坡	义乌千岸	40202019634W	22	2020.9.21-2030.9.20
79	 Ohuhu	新加坡	义乌千岸	40202019633Y	16	2020.9.21-2030.9.20
80	 Sportneer	新加坡	义乌辰虎	40202019636P	12	2020.9.21-2030.9.20
81	 Sportneer	新加坡	义乌辰虎	40202019639T	28	2020.9.21-2030.9.20
82	 Sportneer	新加坡	义乌辰虎	40202019637Q	25	2020.9.21-2030.9.20
83	 Ohuhu	印度	义乌千岸	4753997	16	2020.11.23-2030.11.23
84	 Sportneer	印度	义乌千岸	4753987	28	2020.11.23-2030.11.23
85	 Tribit	印度	公司	4414888	9	2020.1.21-2030.1.21
86	 ELECHOMES	印度	公司	5052424	11	2021.7.20-2031.7.20
87	 MoveBuds	印度	深圳云网天下	5209687	9	2021.11.15-2031.11.15
88	 OpenGo	印度	深圳云网天下	5209694	9	2021.11.15-2031.11.15
89	 CallElite	印度	深圳云网天下	5209692	9	2021.11.15-2031.11.15
90	 FrankShield	英国	公司	UK00916815169	11	2017.6.7-2027.6.7
91	 iClever	英国	公司	UK00910175396	9	2011.9.28-2031.9.28
92	 Ohuhu	英国	公司	UK00914454391	16、20、21	2015.8.11-2035.8.11
93	 iClever	英国	英国千岸、德国千岸	UK00003793508	9	2022.5.30-2032.5.30
94	 DR.METER	英国	公司、德国千岸	UK00913116231	7、8、9	2014.7.25-2034.7.25
95	 Ohuhu	英国	英国千岸	UK00917986854	10、24、25、28	2018.11.6-2028.11.6
96	 OxyLED	英国	公司、德国千岸	UK00913469721	11、20、21	2014.11.19-2034.11.19

序号	商标	注册地	注册人	商标号	类别	有效期
97	Theefun	英国	公司、德国千岸	UK00918273799	11、28	2020.7.16-2030.7.16
98	Elechomes	英国	德国千岸、香港千岸	UK00918128301	11	2019.9.25-2029.9.25
99	tribit	英国	德国千岸、英国千岸	UK00917917495	9	2018.6.14-2028.6.14
100	Tribit Home	英国	德国千岸、深圳云网天下	UK00918299900	9	2020.9.1-2030.9.1
101	XBass	英国	德国千岸、深圳云网天下	UK00917922012	9	2018.6.22-2028.6.22
102	Xsoun Go	英国	德国千岸、深圳云网天下	UK00918001046	9	2018.12.17-2028.12.17
103	Xsound Go	英国	德国千岸、深圳云网天下	UK00918006285	9	2019.1.5-2029.1.5
104	XSport	英国	德国千岸、深圳云网天下	UK00917922003	9	2018.6.22-2028.6.22
105	FlyBuds	英国	德国千岸、深圳云网天下	UK00918118271	9	2019.9.3-2029.9.3
106	QuietPlus	英国	德国千岸、深圳云网天下	UK00918118416	9	2019.9.2-2029.9.2
107	RunStretch	英国	德国千岸、深圳云网天下	UK00918261165	9	2020.6.24-2030.6.24
108		英国	公司	UK00913469804	9、12、28	2014.11.19-2034.11.19
109		英国	英国千岸	UK00003569001	9	2020.12.17-2030.12.17
110		英国	义乌辰虎	UK00916757767	18、22、28	2017.5.23-2027.5.23
111	FitTransformer	英国	英国千岸	UK00004088369	28	2024.08.16-2034.08.16
112	Sportneer	英国	英国千岸	UK00004140700	6、24	2024.12.24-2034.12.24
113	Sportneer	英国	英国千岸	UK00004140733	12	2024.12.24-2034.12.24
114	Sportneer	英国	英国千岸	UK00004140747	20	2024.12.24-2034.12.24
115	Tribit	智利	公司	1328505	9	2020.9.9-2030.9.9
116	esky	美国	公司	6093538	9	2020.7.7-2030.7.7
117		美国	公司	6270162	9	2021.2.16-2031.2.16
118	inwawa	美国	公司	6151666	8	2020.9.15-2030.9.15
119		美国	公司	4334077	11	2013.5.14-2033.5.14

序号	商标	注册地	注册人	商标号	类别	有效期
120	THEEFUN	美国	公司	5683906	28	2019.2.26-2029.2.26
121	Sobon	美国	公司	5721722	25	2019.4.9-2029.4.9
122	TransNova	美国	公司	7113305	9	2023.7.18-2033.7.18
123	Geekper	美国	公司	5692428	28	2019.3.5-2029.3.5
124		美国	公司、美国千岸	6730452	7	2022.5.24-2032.5.24
125		美国	公司、美国千岸	6730453	9	2022.5.24-2032.5.24
126		美国	公司、美国千岸	6730454	18	2022.5.24-2032.5.24
127		美国	公司、美国千岸	6730455	10	2022.5.24-2032.5.24
128		美国	公司、美国千岸	6730457	28	2022.5.24-2032.5.24
129	Elechomes	美国	深圳禾乃秀	5521008	11	2018.7.17-2028.7.17
130	XULEM	美国	深圳禾乃秀	6058651	10	2020.5.19-2030.5.19
131		美国	深圳禾乃秀	6742457	7	2022.5.31-2032.5.31
132		美国	深圳禾乃秀	6742458	11	2022.5.31-2032.5.31
133	FlyBuds	美国	深圳云网天下	5949354	9	2019.12.31-2029.12.31
134	QuietPlus	美国	深圳云网天下	5950286	9	2019.12.31-2029.12.31
135	RunStretch	美国	深圳云网天下	6457526	9	2021.8.17-2031.8.17
136	StormBox	美国	深圳云网天下	5950248	9	2019.12.31-2029.12.31
137	tribit	美国	深圳云网天下	5728509	9	2019.4.16-2029.4.16
138	Tribit	美国	深圳云网天下	5838297	9	2019.8.20-2029.8.20
139	Tribit Home	美国	深圳云网天下	6457666	9	2021.8.17-2031.8.17
140	Unleash the true sound	美国	深圳云网天下	5957591	9	2020.1.7-2030.1.7
141	XBass	美国	深圳云网天下	5735428	9	2019.4.23-2029.4.23
142	XFree Go	美国	深圳云网天下	6117760	9	2020.8.4-2030.8.4
143	Xsound Go	美国	深圳云网天下	5832933	9	2019.8.13-2029.8.13
144	XSound Plus	美国	深圳云网天下	6067854	9	2020.6.2-2030.6.2

序号	商标	注册地	注册人	商标号	类别	有效期
145	MoveBuds	美国	深圳云网天下	6957676	9	2023.1.17-2033.1.17
146	CallElite	美国	深圳云网天下	6957675	9	2023.1.17-2033.1.17
147	Tribitneer	美国	深圳云网天下	6953417	21	2023.1.17-2033.1.17
148	Honolulu	美国	义乌千岸	6055042	16	2020.5.12-2030.5.12
149	Oahu	美国	义乌千岸	6017411	16	2020.3.24-2030.3.24
150	ohuhu	美国	义乌千岸	4781296	21	2015.7.28-2035.7.28
151	ohuhu	美国	义乌千岸	5979019	28	2020.2.4-2030.2.4
152	ohuhu	美国	义乌千岸	5979018	22	2020.2.4-2030.2.4
153	ohuhu	美国	义乌千岸	6014397	20	2020.3.17-2030.3.17
154	Ohuhu	美国	义乌千岸	5978980	16	2020.2.4-2030.2.4
155	OHUHU	美国	义乌千岸	6320510	2、3、8、12、15	2021.4.13-2031.4.13
156	Ohuhu	美国	义乌千岸	6567258	9	2021.11.23-2031.11.23
157	FitTransformer	美国	义乌千岸	7426990	28	2024.06.25-2034.06.25
158	sportneer	美国	义乌辰虎	5650359	28	2019.1.8-2029.1.8
159	sportneer	美国	义乌辰虎	5860610	12	2019.9.17-2029.9.17
160	sportneer	美国	义乌辰虎	5860616	28	2019.9.17-2029.9.17
161	sportneer	美国	义乌辰虎	5849135	25	2019.9.3-2029.9.3
162	 portneer	美国	义乌辰虎	6502280	35	2021.9.28-2031.9.28
163	 portneer	美国	义乌辰虎	6501003	9	2021.9.28-2031.9.28
164	 portneer	美国	义乌辰虎	6502233	10	2021.9.28-2031.9.28
165	iclever	美国	美国千岸	4451225	9	2013.12.17-2033.12.17
166	RAKZU	美国	香港千岸	6086717	11	2020.6.23-2030.6.23
167	RAKZU	美国	深圳麦德全、义乌霁霞	6730814	10	2022.5.24-2032.5.24
168	Ohuhu	沙特	义乌千岸	1445009653	16	2023.9.26-2033.9.14
169	Tribit	马德里国际注册	云网天下	1719463	9	2022.12.7-2032.12.7
170	Ohuhu	马德里国际注册	义乌千岸	1769719	16	2023.10.24-2033.10.24

序号	商标	注册地	注册人	商标号	类别	有效期
171	sportneer	马德里国际注册	义乌辰虎	1821430	28	2024.08.21-2034.08.21
172	iClever	马德里国际注册	德国千岸	1845748	9	2024.9.13-2034.9.13
173		美国	公司	7760255	9	2025.4.15-2035.4.15
174		韩国	义乌辰虎	40-2368548	28	2025.6.4-2035.6.4
175	Sportneer	沙特	公司	TM-01-00-38591-24	28	2024.10.1-2034.9.17
176	Dr.meter	加拿大	加拿大千岸	TMA1333419	7、9	2025. 7. 18-2035. 7. 18
177	Sportneer	新加坡	义乌辰虎	40202501236U	6	2025. 8. 21-2035. 1. 16
178	Sportneer	新加坡	义乌辰虎	40202501239X	24	2025. 8. 21-2035. 1. 16
179	Kaala	美国	Ohuhu Inc.	7948720	16	2025. 9. 16-2035. 9. 16
180	Pupe	美国	Ohuhu Inc.	7948946	16	2025. 9. 16-2035. 9. 16
181	Nahuku	美国	Ohuhu Inc.	7949035	16	2025. 9. 16-2035. 9. 16

附表三：境内专利

序号	专利名称	专利号	类型	权利人	专利权期限	取得方式
1	一种数据处理方法及数据处理设备	2016107045375	发明	公司	2016 年 8 月 22 日至 2036 年 8 月 21 日	受让
2	一种语音播放方法、耳机和存储介质	202110001135X	发明	公司	2021 年 1 月 4 日至 2041 年 1 月 3 日	原始
3	一种音频播放方法、无线耳机和计算机可读存储介质	2021101441711	发明	公司	2021 年 2 月 2 日至 2041 年 2 月 1 日	原始
4	一种耳机语音指令的播放方法、耳机和存储介质	2021103070773	发明	公司	2021 年 1 月 4 日至 2041 年 1 月 3 日	原始
5	一种基于权限的耳机语音播放方法、耳机和存储介质	2021103070735	发明	公司	2021 年 1 月 4 日至 2041 年 1 月 3 日	原始
6	一种基于大数据的资源调度方法、装置及电子设备	2023108441196	发明	公司	2023 年 7 月 11 日至 2043 年 7 月 10 日	原始
7	一种基于用户网络行为画像的商品推荐方法及系统	2023108441139	发明	公司	2023 年 7 月 11 日至 2043 年 7 月 10 日	原始
8	多接口充电控制电路及音箱设备	2020218150979	实用新型	公司	2020 年 8 月 26 日至 2030 年 8 月 25 日	原始
9	一种蓝牙耳机	2021205722160	实用新型	公司	2021 年 3 月 19 日至 2031 年 3 月 18 日	原始
10	一种便携式耳机音箱组合装置	2020210328418	实用新型	公司	2020 年 6 月 8 日至 2030 年 6 月 7 日	原始
11	按键结构及音箱	2020222243783	实用新型	公司	2020 年 9 月 30 日至 2030 年 9 月 29 日	原始
12	一种耳机	2020211175937	实用新型	公司	2020 年 6 月 15 日至 2030 年 6 月 14 日	原始
13	一种耳机耳套的防潮装置	2020215623345	实用新型	公司	2020 年 7 月 31 日至 2030 年 7 月 30 日	原始
14	一种耳机耳套易于拆装清洗的结构	2020223271028	实用新型	公司	2020 年 10 月 19 日至 2030 年 10 月 18 日	原始
15	一种伸缩式咪杆结构及耳机	2021206251973	实用新型	公司	2021 年 3 月 26 日至 2031 年 3 月 25 日	原始
16	一种自行车训练台阻力装置及自行车训练台	2020233347625	实用新型	公司	2020 年 12 月 30 日至 2030 年 12 月 29 日	原始
17	一种可调节高度的跪凳	2021201583718	实用新型	公司	2021 年 1 月 20 日至 2031 年 1 月 19 日	原始
18	一种头戴式耳机	2020230062262	实用新型	公司	2020 年 12 月 14 日至 2030 年 12 月 13 日	原始
19	一种反光结构及音箱	2020230051094	实用新型	公司	2020 年 12 月 14 日至 2030 年 12 月 13 日	原始
20	自适应升压电路	2020228893107	实用新型	公司	2020 年 12 月 3 日至	原始

序号	专利名称	专利号	类型	权利人	专利权期限	取得方式
			新型		2030 年 12 月 2 日	
21	一种音箱	2020228884574	实 用 新型	公司	2020 年 12 月 4 日至 2030 年 12 月 3 日	原始
22	一种音量调节机构	2020228393977	实 用 新型	公司	2020 年 11 月 30 日至 2030 年 11 月 29 日	原始
23	一种音箱	2020228290595	实 用 新型	公司	2020 年 11 月 30 日至 2030 年 11 月 29 日	原始
24	一种音箱音效的切换 控制电路	2020228120679	实 用 新型	公司	2020 年 11 月 27 日至 2030 年 11 月 26 日	原始
25	一种具有自锁功能的 挂带结构	2020228118289	实 用 新型	公司	2020 年 11 月 27 日至 2030 年 11 月 26 日	原始
26	一种音频座切换实现 线路输入和线路输出 的电路	2020228090086	实 用 新型	公司	2020 年 11 月 27 日至 2030 年 11 月 26 日	原始
27	一种双同轴立体声结 构	2020228059647	实 用 新型	公司	2020 年 11 月 27 日至 2030 年 11 月 26 日	原始
28	一种音频匹配控制电 路	2020228059628	实 用 新型	公司	2020 年 11 月 27 日至 2030 年 11 月 26 日	原始
29	智能音箱	2020227844921	实 用 新型	公司	2020 年 11 月 26 日至 2030 年 11 月 25 日	原始
30	一种头戴式耳机系统	202022780526X	实 用 新型	公司	2020 年 11 月 25 日至 2030 年 11 月 24 日	原始
31	降噪电路	2020227748125	实 用 新型	公司	2020 年 11 月 26 日至 2030 年 11 月 25 日	原始
32	按键组合复位电路	2020227747847	实 用 新型	公司	2020 年 11 月 26 日至 2030 年 11 月 25 日	原始
33	一种头戴式耳机系统	2020227711597	实 用 新型	公司	2020 年 11 月 25 日至 2030 年 11 月 24 日	原始
34	计步器	2020227589364	实 用 新型	公司	2020 年 11 月 25 日至 2030 年 11 月 24 日	原始
35	负重沙袋	2020230227405	实 用 新型	公司	2020 年 12 月 15 日至 2030 年 12 月 14 日	原始
36	哑铃	2020230254597	实 用 新型	公司	2020 年 12 月 15 日至 2030 年 12 月 14 日	原始
37	煎烤设备	2020230240448	实 用 新型	公司	2020 年 12 月 15 日至 2030 年 12 月 14 日	原始
38	一种干果机托盘	2020230231260	实 用 新型	公司	2020 年 12 月 15 日至 2030 年 12 月 14 日	原始
39	食物处理器	2020230230535	实 用 新型	公司	2020 年 12 月 15 日至 2030 年 12 月 14 日	原始
40	真空封口机	2020230204973	实 用 新型	公司	2020 年 12 月 15 日至 2030 年 12 月 14 日	原始
41	进风过滤组件及空气 净化器	2020230252021	实 用 新型	公司	2020 年 12 月 15 日至 2030 年 12 月 14 日	原始
42	空气净化器	2020230401149	实 用 新型	公司	2020 年 12 月 16 日至 2030 年 12 月 15 日	原始
43	一种带泄气槽的耳机	2020229891880	实 用	公司	2020 年 12 月 11 日至	原始

序号	专利名称	专利号	类型	权利人	专利权期限	取得方式
			新型		2030 年 12 月 10 日	
44	一种半入耳式带三麦克风的耳机	2020229900019	实 用 新型	公司	2020 年 12 月 11 日至 2030 年 12 月 10 日	原始
45	一种按键防水结构及耳机	202022984872X	实 用 新型	公司	2020 年 12 月 11 日至 2030 年 12 月 10 日	原始
46	一种耳机 MIC 收音孔及耳机	202022984907X	实 用 新型	公司	2020 年 12 月 11 日至 2030 年 12 月 10 日	原始
47	一种骨声纹耳机	2020229858257	实 用 新型	公司	2020 年 12 月 11 日至 2030 年 12 月 10 日	原始
48	一种干果机	2021217521779	实 用 新型	公司	2021 年 7 月 28 日至 2031 年 7 月 27 日	原始
49	一种具有储线结构的耳机装置	2021217286637	实 用 新型	公司	2021 年 7 月 27 日至 2031 年 7 月 26 日	原始
50	一种电压检测系统	2021219239471	实 用 新型	公司	2021 年 8 月 16 日至 2031 年 8 月 15 日	原始
51	一种立体声音箱设备相位检测电路以及立体声音箱设备	2021219465383	实 用 新型	公司	2021 年 8 月 18 日至 2031 年 8 月 17 日	原始
52	一种立体声声道检测电路及立体声音箱	2021219437970	实 用 新型	公司	2021 年 8 月 18 日至 2031 年 8 月 17 日	原始
53	一种具有可伸缩咪杆的耳机装置	2021218757473	实 用 新型	公司	2021 年 8 月 11 日至 2031 年 8 月 10 日	原始
54	一种阻力可调的液阻尼装置及骑行台	2021227205195	实 用 新型	公司	2021 年 11 月 8 日至 2031 年 11 月 7 日	原始
55	一种耳机麦杆结构及耳机	2021212639327	实 用 新型	公司	2021 年 6 月 4 日至 2031 年 6 月 3 日	原始
56	一种骑行装置阻力系统及动感单车	2021234491685	实 用 新型	公司	2021 年 12 月 31 日至 2031 年 12 月 30 日	原始
57	一种磁阻尼装置	2021232393387	实 用 新型	公司	2021 年 12 月 21 日至 2031 年 12 月 20 日	原始
58	一种头戴式耳机	2021234407399	实 用 新型	公司	2021 年 12 月 30 日至 2031 年 12 月 29 日	原始
59	铆压防水无线耳机及铆压防水无线耳机组件	202123432086X	实 用 新型	公司	2021 年 12 月 30 日至 2031 年 12 月 29 日	原始
60	一种可调节液阻装置及自行车训练器	2021234437267	实 用 新型	公司	2021 年 12 月 31 日至 2031 年 12 月 30 日	原始
61	一种耳机套	2021234356429	实 用 新型	公司	2021 年 12 月 30 日至 2031 年 12 月 29 日	原始
62	一种壶铃	2021234417846	实 用 新型	公司	2021 年 12 月 30 日至 2031 年 12 月 29 日	原始
63	可散热阻尼装置及自行车训练台	2021234415499	实 用 新型	公司	2021 年 12 月 30 日至 2031 年 12 月 29 日	原始
64	一种跑步机的跑板缓冲调节装置	202123430498X	实 用 新型	公司	2021 年 12 月 30 日至 2031 年 12 月 29 日	原始
65	一种自锁式按钮及其跑步机	2021234483250	实 用 新型	公司	2021 年 12 月 30 日至 2031 年 12 月 29 日	原始

序号	专利名称	专利号	类型	权利人	专利权期限	取得方式
66	一种可测量角度的梯子	2021234304960	实用新型	公司	2021 年 12 月 30 日至 2031 年 12 月 29 日	原始
67	一种快速展开收纳组件及折叠椅	2021234502641	实用新型	公司	2021 年 12 月 31 日至 2031 年 12 月 30 日	原始
68	一种耳罩式耳机	202220196054X	实用新型	公司	2022 年 1 月 24 日至 2032 年 1 月 23 日	原始
69	一种折叠椅凳	2022213180835	实用新型	公司	2022 年 5 月 27 日至 2032 年 5 月 26 日	原始
70	一种减震减噪筋膜枪	2022217088908	实用新型	公司	2022 年 7 月 4 日至 2032 年 7 月 3 日	原始
71	一种具有阻力调节功能的骑马机	2022217310950	实用新型	公司	2022 年 7 月 6 日至 2032 年 7 月 5 日	原始
72	一种折叠式充电底座	202221979710X	实用新型	公司	2022 年 7 月 28 日至 2032 年 7 月 27 日	原始
73	一种头戴式耳机	2022219790685	实用新型	公司	2022 年 7 月 28 日至 2032 年 7 月 27 日	原始
74	一种耳机耳套海绵固定结构及耳机	2022221328887	实用新型	公司	2022 年 8 月 12 日至 2032 年 8 月 11 日	原始
75	一种耳机头梁压力分配装置及耳机	2022221348202	实用新型	公司	2022 年 8 月 12 日至 2032 年 8 月 11 日	原始
76	一种可调节角度的筋膜枪	2022223596264	实用新型	公司	2022 年 9 月 5 日至 2032 年 9 月 4 日	原始
77	一种可调节角度的筋膜枪	2022223584835	实用新型	公司	2022 年 9 月 5 日至 2032 年 9 月 4 日	原始
78	一种音频限幅电路	2022223564070	实用新型	公司	2022 年 9 月 5 日至 2032 年 9 月 4 日	原始
79	一种便于折叠收纳的月亮椅及折叠座椅	2022226010156	实用新型	公司	2022 年 9 月 29 日至 2032 年 9 月 28 日	原始
80	一种按摩球及健身按摩装置	2023200431153	实用新型	公司	2023 年 1 月 6 日至 2033 年 1 月 5 日	原始
81	一种具有档位显示功能的动感单车	2022216742904	实用新型	公司	2022 年 6 月 30 日至 2032 年 6 月 29 日	原始
82	一种筋膜枪固定支架及按摩器固定装置	2022218529683	实用新型	公司	2022 年 7 月 18 日至 2032 年 7 月 17 日	原始
83	一种可折叠的椭圆机	2023200479862	实用新型	公司	2023 年 1 月 5 日至 2033 年 1 月 4 日	原始
84	一种阻尼装置及骑行台	2021223580971	实用新型	公司	2021 年 9 月 26 日至 2031 年 9 月 25 日	原始
85	一种可调节重量的壶铃	2022235103234	实用新型	公司	2022 年 12 月 27 日至 2032 年 12 月 26 日	原始
86	一种直驱式骑行台	2023200238442	实用新型	公司	2023 年 1 月 3 日至 2033 年 1 月 2 日	原始
87	一种多功能弹力带把手组件及健身弹力带	2023216535453	实用新型	公司	2023 年 6 月 27 日至 2033 年 6 月 26 日	原始
88	一种拔草器	2021222037460	实用新型	公司	2021 年 9 月 10 日至 2031 年 9 月 9 日	原始
89	支架结构及展示装置	202022830705X	实用新型	义乌千岸	2020 年 11 月 30 日至 2030 年 11 月 29 日	原始

序号	专利名称	专利号	类型	权利人	专利权期限	取得方式
90	草钉鞋	2020230057160	实用新型	义乌千岸	2020 年 12 月 14 日至 2030 年 12 月 13 日	原始
91	飞轮组件及健身车	2020229978920	实用新型	义乌千岸	2020 年 12 月 14 日至 2030 年 12 月 13 日	原始
92	一种健腹器械	2020230827601	实用新型	义乌千岸	2020 年 12 月 17 日至 2030 年 12 月 16 日	原始
93	一种停车架	2020230556756	实用新型	义乌千岸	2020 年 12 月 17 日至 2030 年 12 月 18 日	原始
94	握力器	202023100175X	实用新型	义乌千岸	2020 年 12 月 21 日至 2030 年 12 月 20 日	原始
95	一种自行车坐垫套	2021211680860	实用新型	义乌千岸	2021 年 5 月 28 日至 2031 年 5 月 27 日	原始
96	马克笔（2600）	2018302522819	外观设计	义乌千岸、 康美联	2018 年 5 月 25 日至 2028 年 5 月 24 日	原始
97	马克笔（蜻蜓细杆）	2020303503206	外观设计	公司、 康美联	2020 年 7 月 2 日至 2030 年 7 月 1 日	受让
98	蓝牙音箱	2021301562187	外观设计	公司	2021 年 3 月 23 日至 2031 年 3 月 22 日	原始
99	便携式蓝牙音箱 （Model_IC-BTS20）	201830622602X	外观设计	公司	2018 年 11 月 5 日至 2028 年 11 月 4 日	原始
100	便携式蓝牙音箱 （Model_IC-BTS25）	2018306226015	外观设计	公司	2018 年 11 月 5 日至 2028 年 11 月 4 日	原始
101	便携式蓝牙音箱	2019301724019	外观设计	公司	2019 年 4 月 16 日至 2029 年 4 月 15 日	原始
102	便携式蓝牙音箱	2019305086657	外观设计	公司	2019 年 9 月 17 日至 2029 年 9 月 16 日	原始
103	便携式蓝牙音箱	202030052870X	外观设计	公司	2020 年 2 月 17 日至 2030 年 2 月 16 日	原始
104	便携式蓝牙音箱	202030157880X	外观设计	公司	2020 年 4 月 17 日至 2030 年 4 月 16 日	原始
105	草钉鞋	2020302428496	外观设计	公司	2020 年 5 月 22 日至 2030 年 5 月 21 日	原始
106	电源插座	2017302096094	外观设计	公司	2017 年 5 月 27 日至 2027 年 5 月 26 日	原始
107	蓝牙耳机（BTH16）	2021301757503	外观设计	公司	2021 年 3 月 30 日至 2031 年 3 月 29 日	原始
108	耳机音箱组合装置	2020302844896	外观设计	公司	2020 年 6 月 8 日至 2030 年 6 月 7 日	原始
109	马克笔	202130163377X	外观设计	公司	2021 年 3 月 25 日至 2031 年 3 月 24 日	原始
110	冷热雾加湿器	2019306291076	外观设计	公司	2019 年 11 月 15 日至 2029 年 11 月 14 日	原始
111	马克笔	2020302428481	外观设计	公司	2020 年 5 月 22 日至 2030 年 5 月 21 日	原始
112	沙包	2020302155319	外观设计	公司	2020 年 5 月 13 日至 2030 年 5 月 12 日	原始
113	花盆底托（接水盘）	2021300858140	外观设计	公司	2021 年 2 月 5 日至 2031 年 2 月 4 日	原始

序号	专利名称	专利号	类型	权利人	专利权期限	取得方式
114	头戴式蓝牙耳机	2019303895318	外观专利	公司	2019 年 7 月 22 日至 2029 年 7 月 21 日	原始
115	无线耳机	2020303040384	外观专利	公司	2020 年 6 月 15 日至 2030 年 6 月 14 日	原始
116	耳机	2021302608046	外观专利	公司	2021 年 4 月 30 日至 2031 年 4 月 29 日	原始
117	耳机充电仓	202130261416X	外观专利	公司	2021 年 4 月 30 日至 2031 年 4 月 29 日	原始
118	蓝牙耳机 (BTH14)	2020307241912	外观专利	公司	2020 年 11 月 27 日至 2030 年 11 月 26 日	原始
119	蓝牙儿童耳机	2020307000691	外观专利	公司	2020 年 11 月 18 日至 2030 年 11 月 17 日	原始
120	有线儿童耳机	202030698667X	外观专利	公司	2020 年 11 月 18 日至 2030 年 11 月 17 日	原始
121	蓝牙儿童耳机	2020306986453	外观专利	公司	2020 年 11 月 18 日至 2030 年 11 月 17 日	原始
122	有线儿童耳机	2020306986646	外观专利	公司	2020 年 11 月 18 日至 2030 年 11 月 17 日	原始
123	排插 (12A4U)	2020307159551	外观专利	公司	2020 年 11 月 24 日至 2030 年 11 月 23 日	原始
124	排插 (10A4U)	2020307147145	外观专利	公司	2020 年 11 月 24 日至 2030 年 11 月 23 日	原始
125	耳机盒 (BTHA2)	2020308014085	外观专利	公司	2020 年 12 月 24 日至 2030 年 12 月 23 日	原始
126	无线蓝牙耳机 (BTH96)	2020308014028	外观专利	公司	2020 年 12 月 24 日至 2030 年 12 月 23 日	原始
127	无线蓝牙耳机充电盒 (BTH96)	2020308014013	外观专利	公司	2020 年 12 月 24 日至 2030 年 12 月 23 日	原始
128	干果机	202030782381X	外观专利	公司	2020 年 12 月 17 日至 2030 年 12 月 16 日	原始
129	头戴式蓝牙耳机 (BTH15)	2021302597535	外观专利	公司	2021 年 4 月 30 日至 2031 年 4 月 29 日	原始
130	空气炸锅 (抽屉式)	2021307372311	外观专利	公司	2021 年 11 月 10 日至 2036 年 11 月 9 日	原始
131	干果机	2021307373988	外观专利	公司	2021 年 11 月 10 日至 2036 年 11 月 9 日	原始
132	筋膜枪	2022304792221	外观专利	公司	2022 年 7 月 26 日至 2037 年 7 月 25 日	原始
133	音箱 (BTS52)	2021307187772	外观专利	公司	2021 年 11 月 2 日至 2036 年 11 月 1 日	原始
134	推雪铲	2023304371091	外观专利	公司	2023 年 7 月 12 日至 2038 年 7 月 11 日	原始
135	水中哑铃	2024302631794	外观专利	公司	2024 年 5 月 7 日至 2039 年 5 月 6 日	原始
136	任务调度方法、装置、设备及存储介质	2023106459424	发明	公司	2023 年 6 月 1 日至 2043 年 5 月 31 日	原始
137	一种水中健身腰带及健身器械	202322679927X	实用新型	公司	2023 年 9 月 28 日至 2033 年 9 月 27 日	原始

序号	专利名称	专利号	类型	权利人	专利权期限	取得方式
138	墨水瓶	2023305459926	外观设计专利	公司	2023 年 8 月 24 日至 2038 年 8 月 23 日	原始
139	耳罩（猫耳朵儿童）	202330748963X	外观设计专利	公司	2023 年 11 月 16 日至 2038 年 11 月 15 日	原始
140	基于产品销售信息的供应链管理方法及相关装置	2023108106696	发明	公司	2023 年 7 月 4 日至 2043 年 7 月 3 日	原始
141	一种帐篷及户外防护器械	2023224057701	实用新型	公司	2023 年 9 月 4 日至 2033 年 9 月 3 日	原始
142	一种负重背心及健身器械	2023230870427	实用新型	公司	2023 年 11 月 14 日至 2033 年 11 月 13 日	原始
143	一种可拼接马克笔	2023228945980	实用新型	公司	2023 年 10 月 27 日至 2033 年 10 月 26 日	原始
144	一种折叠跪凳及园艺工具	2024202725423	实用新型	义乌千岸	2024 年 2 月 2 日至 2034 年 2 月 1 日	原始
145	一种多用途马克笔及标记器械	2023233220933	实用新型	公司	2023 年 12 月 6 日至 2033 年 12 月 5 日	原始
146	一种蓝牙音箱的密封机构及智能音箱	2023227611732	实用新型	公司	2023 年 10 月 13 日至 2033 年 10 月 12 日	原始
147	一种蓝牙音箱脚垫及智能音箱	2023227608886	实用新型	公司	2023 年 10 月 13 日至 2033 年 10 月 12 日	原始
148	一种耳套固定结构及头戴式耳机	202322957328X	实用新型	公司	2023 年 10 月 31 日至 2033 年 10 月 30 日	原始
149	一种可收纳单车保护罩及车衣	2024208968912	实用新型	公司	2024 年 4 月 26 日至 2034 年 4 月 25 日	原始
150	一种配重片,哑铃及杠铃	2021107292867	发明	公司	2021 年 6 月 29 日至 2041 年 6 月 28 日	原始
151	一种阻尼装置及骑行台	2021111280542	发明	公司	2021 年 9 月 26 日至 2041 年 9 月 25 日	原始
152	一种基于耳机终端的音量调节方法及系统	2021112426217	发明	公司	2021 年 10 月 25 日至 2041 年 10 月 24 日	原始
153	一种阻力可调的液阻尼装置及骑行台	2021113160121	发明	公司	2021 年 11 月 8 日至 2041 年 11 月 7 日	原始
154	一种可调节液阻装置及自行车训练器	2021116829791	发明	公司	2021 年 12 月 31 日至 2041 年 12 月 30 日	原始
155	一种阻力可调的液阻尼装置及骑行台	2021113144190	发明	公司	2021 年 11 月 8 日至 2041 年 11 月 7 日	原始
156	音箱的主体（BTS56）	202430581794X	外观设计专利	公司	2024 年 9 月 11 日至 2039 年 9 月 10 日	原始
157	一种耳机声音检测装置	2024210807020	实用新型	公司	2024 年 5 月 17 日至 2034 年 5 月 16 日	原始
158	笔壳及马克笔	2024207741935	实用新型	公司	2024 年 4 月 15 日至 2034 年 4 月 14 日	原始
159	适用于多声压级装配需求的 U 杯、磁铁及内磁式喇叭	2024213402651	实用新型	公司	2024 年 6 月 13 日至 2034 年 6 月 12 日	原始
160	一种健身器材	2024216121518	实用新型	公司	2024 年 7 月 8 日至 2034 年 7 月 7 日	原始

序号	专利名称	专利号	类型	权利人	专利权期限	取得方式
161	一种健身器材	2024216482997	实 用 新型	公司	2024 年 7 月 12 日至 2034 年 7 月 11 日	原始
162	底部支撑组件及月亮椅	202421615141X	实 用 新型	公司	2024 年 7 月 9 日至 2034 年 7 月 8 日	原始
163	一种门上单杠	202421869789X	实 用 新型	公司	2024 年 8 月 5 日至 2034 年 8 月 4 日	原始
164	降噪耳罩的耳罩壳及耳壳支架（EM01）	2024305734951	外 观 专利	公司	2024 年 9 月 9 日至 2039 年 9 月 8 日	原始
165	一种改善密封性的耳罩结构及头戴式耳机	2024222412436	实 用 新型	公司	2024 年 9 月 12 日至 2034 年 9 月 11 日	原始
166	按键套及应用其的便携音箱	2024221979054	实 用 新型	公司	2024 年 9 月 9 日至 2034 年 9 月 8 日	原始
167	音箱的主体（BTS51）	2024305818054	外 观 专利	公司	2024 年 9 月 11 日至 2039 年 9 月 10 日	原始
168	一种阻力模组及其安装结构	2023111690974	发明	公司	2023 年 9 月 11 日 -2043 年 9 月 10 日	原始
169	用于健身器材的训练模式切换装置及切换方法	2023111710821	发明	公司	2023. 9. 11-2043. 9. 1 0	原始
170	一种丙烯马克笔墨水及其制备方法	2024116651010	发明	公司	2024. 11. 20-2044. 11 . 19	原始
171	水基丙烯马克笔墨水及其制备方法	202510146041X	发明	公司	2025. 2. 10-2045. 2. 9	原始
172	开放式耳机的主体（OWS01）	2024306536958	外 观 专利	公司	2024. 10. 16-2039. 10 . 15	原始
173	重量可调节的配重片组件及应用其的手握式负重	2025205586465	实 用 新型	公司	2025. 3. 27-2035. 3. 2 6	原始
174	一种后压阀门式马克笔	2024228682710	实 用 新型	公司	2024. 11. 25-2034. 11 . 24	原始
175	一种后阀门马克笔	202422868259X	实 用 新型	公司	2024. 11. 25-2034. 11 . 24	原始
176	一种后压阀门式马克笔	2024228682087	实 用 新型	公司	2024. 11. 25-2034. 11 . 24	原始
177	一种棉芯式马克笔	2025204100939	实 用 新型	公司	2025. 3. 11-2035. 3. 1 0	原始
178	一种轻便型摇椅	2024218547322	实 用 新型	义乌千岸、 浙江嘉立 德运动科 技有限公 司	2024. 8. 1-2034. 7. 31	原始

附表四：境外专利

序号	专利名称	专利号	类型	权利人	国家/地区	有效期
1	Silicone cold-extrusion lamp belt and manufacturing method thereof	US11014312B2	发明	公司	美国	2017.8.2-2039.5.8
2	Soundbar speaker	USD1004571S	外观	公司	美国	2023.11.14-2038.11.14
3	Earphones	USD942425S	外观	公司	美国	2022.2.1-2037.2.1
4	Portable wireless speaker	USD884675S	外观	公司	美国	2020.5.19-2035.5.19
5	Portable wireless speaker	USD883954S	外观	公司	美国	2020.5.12-2035.5.12
6	Portable wireless speaker	USD884676S	外观	公司	美国	2020.5.19-2035.5.19
7	Portable wireless speaker	USD926728S	外观	公司	美国	2021.8.3-2036.8.3
8	Portable wireless speaker	USD931830S	外观	公司	美国	2021.9.28-2036.9.28
9	Child headphones	USD886078S	外观	公司	美国	2020.6.2-2035.6.2
10	Art Marker	USD993147S	外观	公司	美国	2023.7.25-2038.7.25
11	Humidifier	USD923164S	外观	公司	美国	2021.6.22-2036.6.22
12	Sandbag	USD944904S	外观	公司	美国	2022.3.1-2037.3.1
13	Adjustable ladder	USD904641S	外观	公司	美国	2020.12.8-2035.12.8
14	Art Marker	USD1023148S	外观	公司	美国	2024.4.16-2039.4.16
15	Pair of cat ear headphones	USD863253S	外观	公司	美国	2019.10.15-2034.10.15
16	Wireless headphones	USD904341S	外观	公司	美国	2020.12.8-2035.12.8
17	Pair of earphones	USD989747S	外观	公司	美国	2023.6.20-2038.6.20
18	Earphone	USD974334S	外观	公司	美国	2023.1.3-2038.1.3
19	Earphone charger box	USD978794S	外观	公司	美国	2023.2.21-2038.2.21
20	KIDS WIRELESSHEADPHONES	USD944767S	外观	公司	美国	2022.3.1-2037.3.1
21	KIDSWIRELESS HEADPHONES	USD944763S	外观	公司	美国	2022.3.1-2037.3.1
22	KIDS HEADPHONES	USD947153S	外观	公司	美国	2022.3.29-2037.3.29
23	KIDS HEADPHONES	USD944764S	外观	公司	美国	2022.3.1-2037.3.1
24	KIDS WIRELESS HEADPHONES	USD944766S	外观	公司	美国	2022.3.1-2037.3.1
25	KIDS WIRELESS HEADPHONES	USD947809S	外观	公司	美国	2022.4.5-2037.3.1
26	KIDS HEADPHONES	USD956011S	外观	公司	美国	2022.6.28-2037.6.28

序号	专利名称	专利号	类型	权利人	国家/地区	有效期
27	Kids headphones	USD944768S	外观	公司	美国	2022.3.1-2037.3.1
28	KIDS WIRELESS HEADPHONES	USD954021S	外观	公司	美国	2022.6.7-2037.6.7
29	A HYDRAULIC DAMPING DEVICE WITH ADJUSTABLE RESISTANCE AND A RIDING PLATFORM	US11980800B2	发明	公司	美国	2022.3.29-2042.9.3
30	FITNESS DEVICES AND METHODS FOR SWITCHING TRAINING MODES THEREOF	US12048859B1	发明	公司	美国	2023.9.28-2043.9.28
31	CONNECTABLE MARKER PENS	US12064988B1	发明	公司	美国	2023.11.8-2043.11.8
32	Massage gun	USD1031064S	外观	公司	美国	2024.6.11-2039.6.11
33	WALL CHARGER	USD790464S	外观	香港千岸	美国	2017.6.27-2032.6.27
34	CHARGER	USD790458S	外观	香港千岸	美国	2017.6.27-2032.6.27
35	携带式スピーカー	1640932	外观	千岸有限	日本	2018.11.5-2043.11.5
36	携带式スピーカー	1640933	外观	千岸有限	日本	2018.11.5-2043.11.5
37	スピーカー	1713811	外观	公司	日本	2021.10.26-2046.10.26
38	Chargers	003009851-0001	外观	公司	欧盟	2016.3.2-2026.3.2
39	Chargers	003009851-0002	外观	公司	欧盟	2016.3.2-2026.3.2
40	Wireless speakers	006380218-0001	外观	公司	欧盟	2019.4.16-2029.4.16
41	Speakers	006879755-0001	外观	公司	欧盟	2019.9.17-2029.9.17
42	Machines for physical exercise	008175780-0001	外观	公司	欧盟	2020.9.20-2030.9.20
43	Exercising apparatus	007905245-0001	外观	公司	欧盟	2020.5.13-2030.5.13
44	Compasses	008183909-0001	外观	公司	欧盟	2020.9.25-2030.9.25
45	Speakers	008536445-0001	外观	公司	欧盟	2021.5.12-2026.5.12
46	Headphones	008301253-0001	外观	公司	欧盟	2020.11.29-2030.11.29
47	Wireless headphones	008275812-0001	外观	公司	欧盟	2020.11.18-2030.11.18
48	Headphones	008276273-0001	外观	公司	欧盟	2020.11.18-2030.11.18
49	Headphones	008276281-0001	外观	公司	欧盟	2020.11.18-2030.11.18
50	Headphones	008276307-0001	外观	公司	欧盟	2020.11.18-2030.11.18
51	Apparatus for developing muscles	008302251-0001	外观	公司	欧盟	2020.11.29-2030.11.29
52	Power strips with mains cables	008281018-0001	外观	公司	欧盟	2020.11.24-2030.11.24

序号	专利名称	专利号	类型	权利人	国家/地区	有效期
53	Power strips with mains cables	008281729-0001	外观	公司	欧盟	2020.11.2454-2030.11.24
54	Computer lecterns	008298764-0001	外观	公司	欧盟	2020.11.29-2030.11.29
55	Desks	008302244-0001	外观	公司	欧盟	2020.11.29-2030.11.29
56	Wireless headphones	008368351-0001	外观	公司	欧盟	2020.12.24-2030.12.24
57	Earphones	008368369-0001	外观	公司	欧盟	2020.12.24-2030.12.24
58	Headphones	008319362-0001	外观	公司	欧盟	2020.12.11-2030.12.11
59	Headphones	008318364-0001	外观	公司	欧盟	2020.12.11-2030.12.11
60	Headphones	008319396-0001	外观	公司	欧盟	2020.12.11-2030.12.11
61	Headphones	008319404-0001	外观	公司	欧盟	2020.12.11-2030.12.11
62	Food dehydrators	008737225-0001	外观	公司	欧盟	2021.10.26-2026.10.26
63	Deep fryers	008735096-0001	外观	公司	欧盟	2021.10.26-2026.10.26
64	Balance boards	008735088-0001	外观	公司	欧盟	2021.10.26-2026.10.26
65	Speakers	008735070-0001	外观	公司	欧盟	2021.10.26-2026.10.26
66	Floor mats	008313159-0001	外观	义 乌 千 岸	欧盟	2020.12.9-2030.12.9
67	Seat covers	008370522-0001	外观	义 乌 千 岸	欧盟	2020.12.24-2030.12.24
68	Ladders	008439012-0001	外观	义 乌 千 岸	欧盟	2021.2.20-2026.2.20
69	Bicycle locks	008443113-0001	外观	义 乌 千 岸	欧盟	2021.2.25-2031.2.25
70	Bicycle lock	015071196-0001	外观	德 国 千 岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
71	Bicycle lock	015071196-0002	外观	德 国 千 岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
72	Bicycle lock	015071196-0003	外观	德 国 千 岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
73	Bicycle lock	015071196-0004	外观	德 国 千 岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
74	Bicycle lock	015071196-0005	外观	德 国 千 岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
75	Bicycle lock	015071196-0006	外观	德 国 千 岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
76	Bicycle lock	015071196-0007	外观	德 国 千 岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
77	Bicycle lock	015071196-0008	外观	德 国 千 岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
78	Bicycle lock	015071196-0009	外观	德 国 千 岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
79	Bicycle lock	015071196-0010	外观	德 国 千 岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3

序号	专利名称	专利号	类型	权利人	国家/地区	有效期
80	Bicycle lock	015071196-0011	外观	德国 千岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
81	Bicycle lock	015071196-0012	外观	德国 千岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
82	Bicycle lock	015071196-0013	外观	德国 千岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
83	Bicycle lock	015071196-0014	外观	德国 千岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
84	Bicycle lock	015071196-0015	外观	德国 千岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
85	Bicycle lock	015071196-0016	外观	德国 千岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
86	Bicycle lock	015071196-0017	外观	德国 千岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
87	Bicycle lock	015071196-0018	外观	德国 千岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
88	Bicycle lock	015071196-0019	外观	德国 千岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
89	Bicycle lock	015071196-0020	外观	德国 千岸	欧盟	2024.9.3-2029.9.3
90	Wireless headphones, Headphones	90083193620001	外观	公司	英国	2020.12.11-2030.12.11
91	Headphone	90083183640001	外观	公司	英国	2020.12.11-2030.12.11
92	Headphones	90082762810001	外观	公司	英国	2020.11.18-2030.11.18
93	Headphones, Wireless headphones	90082758120001	外观	公司	英国	2020.11.18-2030.11.18
94	Exercising apparatus	90079052450001	外观	公司	英国	2020.5.13-2030.5.13
95	Speakers	90068797550001	外观	公司	英国	2019.9.17-2029.9.17
96	Compasses	90081839090001	外观	公司	英国	2020.9.25-2030.9.25
97	Machines for physical exercise	90081757800001	外观	公司	英国	2020.9.20-2030.9.20
98	Chargers	90030098510001	外观	公司	英国	2016.3.2-2026.3.2
99	Chargers	90030098510002	外观	公司	英国	2016.3.2-2026.3.2
100	Sitting mats, Non-slip mats, Floor mats	90083131590001	外观	义 乌 千岸	英国	2020.12.9-2030.12.9
101	Cladding for walls, Anti-noise screens [building materials], Acoustic baffles, Anti-noise screen panels, Cladding for floors	90083184300001	外观	义 乌 千岸	英国	2020.12.11-2030.12.11
102	Cladding for walls, Anti-noise screens [building materials], Acoustic baffles,	90083189840001	外观	义 乌 千岸	英国	2020.12.11-2030.12.11

序号	专利名称	专利号	类型	权利人	国家/地区	有效期
	Anti-noise screen panels, Cladding for floors					
103	Wireless headphones	6127558	外观	公司	英国	2021.3.30-2026.3.30
104	Telescopic Extension Ladder	6119994	外观	义 乌 千 岸	英国	2021.2.20-2026.2.20
105	Bicycle locks	6120902	外观	义 乌 千 岸	英国	2021.2.25-2026.2.25
106	Soundbar speaker	6136614	外观	公司	英国	2021.5.12-2026.5.12
107	Headphone	6134582	外观	公司	英国	2021.4.30-2026.4.30
108	Air fryer	6172067	外观	公司	英国	2021.10.26-2026.10.26
109	Food dehydrator	6172068	外观	公司	英国	2021.10.26-2026.10.26
110	Speakers	6172066	外观	公司	英国	2021.10.26-2026.10.26
111	bicycle lock	6388203	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
112	bicycle lock	6388204	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
113	bicycle lock	6388205	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
114	bicycle lock	6388206	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
115	bicycle lock	6388207	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
116	bicycle lock	6388208	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
117	bicycle lock	6388209	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
118	bicycle lock	6388210	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
119	bicycle lock	6388211	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
120	bicycle lock	6388212	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
121	bicycle lock	6388213	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
122	bicycle lock	6388214	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
123	bicycle lock	6388215	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
124	bicycle lock	6388216	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
125	bicycle lock	6388217	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
126	bicycle lock	6388218	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
127	bicycle lock	6388219	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
128	bicycle lock	6388220	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
129	bicycle lock	6388221	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
130	bicycle lock	6388222	外观	公司	英国	2024.9.2-2029.9.2
131	HYDRAULIC DAMPING DEVICE WITH ADJUSTABLE	US12276317B2	发明	公司	美国	2022.3.24-2043.3.26

序号	专利名称	专利号	类型	权利人	国家/地区	有效期
	RESISTANCE AND A RIDING PLATFORM					
132	FOLDING SEAT	US12220064B2	发明	公司	美国	2023.2.22-2043.5.28
133	EARMUFF	USD1076238S	外观	公司	美国	2023.11.16-2040.5.20
134	BUOYANT DEVICES	US12214261B1	发明	公司、乌辰虎	美国	2023.12.11-2043.12.11
135	Speakers	015101530-0001	外观	德国千岸	欧盟	2025.5.9-2030.5.9
136	Marker Pen	6427383	外观	公司	英国	2025.3.3-2030.3.3
137	Marker Pen	6426509	外观	公司	英国	2025.2.27-2030.2.27
138	Marker Pen	6426510	外观	公司	英国	2025.2.27-2030.2.27
139	Marker Pen	6427382	外观	公司	英国	2025.3.3-2030.3.3
140	speaker	6443088	外观	公司	英国	2025.5.9-2030.5.9
141	Wireless Speaker	USD1087061S	外观	公司	美国	2025. 8. 5-2040. 8. 5
142	EARMUFFS	USD1106595S	外观	公司	美国	2025. 12. 16-2040. 12. 16
143	MARKER INKS AND METHODS OF PREPARING THE MARKER INKS	US12435227B2	发明	公司	美国	2024. 12. 15-2044. 12. 15
144	MARKER INKS AND METHODS FOR PREPARING THEREOF	US12473444B2	发明	公司	美国	2024. 12. 15-2044. 12. 15
145	Marker pen	015099476-0001	外观	德国千岸	欧盟	2025. 4. 18-2030. 4. 18
146	Headphones	015108381-0001	外观	公司、德国千岸	欧盟	2025. 7. 1-2030. 7. 1
147	Small decorative storage boxes	015124708-0001	外观	公司、德国千岸	欧盟	2025. 11. 21-2030. 11. 21
148	headphones	GB6454532S	外观	公司	英国	2025. 7. 1-2030. 7. 1
149	Marker pen	GB6466393S	外观	公司	英国	2025. 8. 19-2030. 8. 19
150	Organizer	GB6486699S	外观	公司	英国	2025. 11. 18-2030. 11. 18

附表五：软件著作权

序号	软件名称	登记号	登记日期	著作权人	取得方式
1	千岸电子商务订单集散系统 V1.0	2015SR288336	2015.12.29	公司	受让
2	千岸进销存管理系统[简称：eBridge]V1.2.1	2015SR288341	2015.12.29	公司	受让
3	千岸电子商务智能销售软件 V1.0.0.6	2015SR288347	2015.12.29	公司	受让
4	千岸电子商务逆向物流管理系统 V1.0	2015SR288351	2015.12.29	公司	受让
5	千岸跨境电子商务客服管理系统 V1.0	2015SR290258	2015.12.30	公司	原始
6	千岸跨境电子商务财务成本分析软件 V1.0	2015SR290260	2015.12.30	公司	原始
7	千岸海外仓智能备货系统 V1.0	2015SR290263	2015.12.30	公司	原始
8	千岸采购订单管理软件 V1.0	2016SR218747	2016.8.15	公司	原始
9	千岸电商会员交易平台 V1.0	2016SR217908	2016.8.15	公司	原始
10	千岸站点营销内容管理系统 V1.0	2017SR098718	2017.3.31	公司	原始
11	千岸供应商信息管理系统 V1.0	2017SR072294	2017.3.9	公司	原始
12	千岸多仓库库存调拨系统 V1.0	2017SR072289	2017.3.9	公司	原始
13	千岸智能备货系统[简称：智能备货]V1.0	2018SR032917	2018.1.15	公司	原始
14	千岸智能排柜系统[简称：智能排柜]V1.0	2018SR034491	2018.1.16	公司	原始
15	千岸智能盘点系统[简称：智能盘点]V1.0	2018SR034690	2018.1.16	公司	原始
16	SKU 到货查询订单处理软件 V1.0	2018SR806801	2018.10.10	公司	原始
17	千岸单平台数据优化管理系统 V2.1	2018SR805750	2018.10.10	公司	原始
18	千岸产品审核 ERP 管理系统软件 V1.0	2018SR805746	2018.10.10	公司	原始
19	千岸电商产品订单管理系统[简称：订单查询]V1.0	2018SR807300	2018.10.10	公司	原始
20	千岸数据仓库动态报表查询系统[简称：货物进度表]V1.0	2018SR807293	2018.10.10	公司	原始
21	千岸基于产品分类供应链库存管理系统[简称：分类库存管理系统]V1.0	2018SR806323	2018.10.10	公司	原始
22	千岸单平台数据转换引擎系统 V1.8	2018SR832713	2018.10.18	公司	原始

序号	软件名称	登记号	登记日期	著作权人	取得方式
23	千岸单平台综合信息处理系统 V3.8	2018SR832741	2018.10.18	公司	原始
24	千岸智能营销系统[简称: 智能营销]V1.0	2019SR1231033	2019.11.28	公司	原始
25	千岸公司间调度管理系统[简称: 公司间调度]V1.0	2019SR1243641	2019.11.30	公司	原始
26	千岸精准广告投放系统[简称: 精准广告]V1.0	2019SR1232947	2019.11.29	公司	原始
27	Tribit 门户营运网站系统[简称: Tribit 网站运营]V1.0	2019SR1243651	2019.11.30	公司	原始
28	Yaffifashion 门户网站数据分销系统[简称: 数据分销系统]V1.0	2020SR0606149	2020.6.11	公司	原始
29	Amazon 数据分析系统 V1.0	2020SR1547954	2020.11.5	公司	原始
30	千岸智能打托系统[简称: AI 动态装箱]V1.0	2020SR1683464	2020.11.28	公司	原始
31	海卖助手管理系统 V1.0	2020SR1910309	2020.12.29	公司	原始
32	千岸云智能质检量化管理系统[简称: TQC 系统]V1.0	2020SR1911531	2020.12.29	公司	原始
33	品牌网站支持系统[简称: 品牌系统]V2.0	2021SR0208274	2021.2.5	公司	原始
34	基于智慧仓储系统的手持APP[简称: 智慧仓储手持APP]V1.0	2021SRA000899	2021.2.20	公司	原始
35	产品开发 OEM 系统 V1.0	2021SR0255962	2021.2.19	公司	原始
36	基于 FBA 的库存管理系统[简称: 库存管理系统]V1.0	2021SR0255824	2021.2.19	公司	原始
37	阿米巴(设计、文案)量化管理系统[简称: AMB 系统]V1.2	2021SR0264871	2021.2.20	公司	原始
38	Elechomes 智能家居平台APP 控制软件(ios 版)[简称: Elechomes (ios 版)]V1.0	2021SRA001168	2021.3.9	公司	原始
39	Elechomes 智能家居平台APP 控制软件(Android 版)[简称: Elechomes (Android 版)]V1.0	2021SRA001186	2021.3.10	公司	原始
40	千岸智能仓储管理系统[简称: WMS 管理系统]V1.0	2021SR0325915	2021.3.2	公司	原始
41	千岸基于云平台的客户服务系统[简称: SMS 管理系统]V1.0	2021SR0325625	2021.3.2	公司	原始

序号	软件名称	登记号	登记日期	著作权人	取得方式
42	千岸智能运输管理系统 [简称: QA-TMS 管理系统]V1.0	2021SR0404546	2021.3.17	公司	原始
43	广告排名智能管理系统 [简称: 广告排名]V1.0	2021SR1211989	2021.8.16	公司	原始
44	Sportneer 智能 App 控制软件(ios 版)[简称: Sportneer (ios 版)]V1.0.0	2021SRA006073	2021.9.3	公司	原始
45	Sportneer 智能 App 控制软件 (Android 版) [简称: Sportneer (Android 版)]V1.0.0	2021SRA006071	2021.9.3	公司	原始
46	Tribit 蓝牙音箱&无线耳机 APP 控制软件 (ios 版) [简 称 : Tribit (ios 版)]V1.0.0	2021SR1685101	2021.11.10	公司	原始
47	Tribit 蓝牙音箱&无线耳机 APP 控制软件(Android 版)[简称: Tribit (Android 版)]V1.0.0	2021SR1713428	2021.11.12	公司	原始
48	千岸品质管理系统 V1.0	2021SR1969205	2021.12.1	公司	原始
49	千岸智能应用软件Web后台运营管理系统 V1.0	2022SR0011434	2022.1.4	公司	原始
50	千岸科技商业智能数据可视化自助数据分析平台 [简 称 : 千 岸 商 业 智 能]V1.0	2022SR0135562	2022.1.20	公司	原始
51	Tribit 基于 H5 技术帮助中心软件[简称: Tribit 帮助中心软件]V1.0	2023SR0214546	2023.2.9	公司	原始
52	智能化供应链管理物流付款子系统[简称: 物流付款子系统]V3.0	2023SR0214512	2023.2.9	公司	原始
53	千岸智能云财务系统 V1.0	2023SR0214513	2023.2.9	公司	原始
54	亚马逊报告自动下载子系统 V1.0	2023SR0214503	2023.2.9	公司	原始
55	Tribit 无线蓝牙耳机手机蓝牙通讯测试软件[简称: Tribit 无线蓝牙通讯测试软件]V1.0	2023SR0214504	2023.2.9	公司	原始
56	亚马逊平台大数据分析排名销量预估系统[简称: 亚马逊 排名 销 量 预 估 系 统]V1.0	2023SR0312629	2023.3.10	公司	原始
57	千岸数据可视化分析平台 V1.0	2023SR0445506	2023.4.6	公司	原始
58	工业产品设计过程建模优化系统 V1.0	2023SR1725158	2023.12.22	公司	原始

序号	软件名称	登记号	登记日期	著作权人	取得方式
59	产品设计色彩智能分析系统 V1.0	2023SR1725188	2023.12.22	公司	原始
60	构建数学模型智能优化产品外观设计系统 V1.0	2023SR1569206	2023.12.5	公司	原始
61	千岸新产品生命周期全流程管控系统 V1.0	2023SR1572673	2023.12.6	公司	原始
62	基于离散粒子群算法的电商仓储中心货位分配系统 V1.0	2023SR1611163	2023.12.12	公司	原始
63	具有费用预估功能的跨境电商用 ERP 管理系统 V1.0	2023SR1613186	2023.12.12	公司	原始
64	基于大数据的智能供应链跨境物流运维优化管理系统 V1.0	2024SR0004221	2024.1.2	公司	原始
65	跨境电商用ERP信息优化和数据分析系统 V1.0	2024SR0109081	2024.1.16	公司	原始
66	SRM 供应商高效协同管理系统 V1.0	2024SR0112089	2024.1.17	公司	原始
67	融合生理特征和运动数据的智能终端控制系统 V1.0	2024SR0261304	2024.2.9	公司	原始
68	基于参数优化的产品结构智能设计系统 V1.0	2024SR0707409	2024.5.23	公司	原始
69	千岸智能备货系统[简称智能备货]V2.0	2024SR1949456	2024.12.2	公司	原始
70	基于多维度企业智能化管控云服务系统	2024SR2247192	2024.12.31	公司	原始
71	基于智能算法的订单退款预估系统 V1.0	2025SR0134856	2025.1.21	公司	原始
72	基于大数据的广告投放智能分析系统 V1.0	2025SR0001338	2025.1.2	公司	原始
73	融合能量消耗目标和运动过程数据的智能终端控制系统 V1.0	2025SR0041566	2025.1.8	公司	原始
74	基于 SRM 供应平台的供采管控系统 V1.0	2025SR0046785	2025.1.8	公司	原始
75	智能设备交互终端应用软件（iOS 版）V1.0	2025SR0153861	2025.1.22	公司	原始
76	用于健身器材的自适应运动控制系统 V1.0	2025SR0136627	2025.1.21	公司	原始
77	基于多模态模型的外观结构设计系统 V1.0	2025SR0227838	2025.2.10	公司	原始
78	基于数据仓库与 QuickBI 的数据分析一体化平台 V1.0	2025SR0652780	2025.4.22	公司	原始
79	邮件管理系统	2025SR1675414	2025. 9. 2	公司	原始
80	海卖助手管理系统	2025SR2000198	2025. 10. 16	公司	原始

序号	软件名称	登记号	登记日期	著作权人	取得方式
81	采购与备料协同优化及资源精准配置管理系统	2025SR2025666	2025. 10. 20	公司	原始
82	基于大数据驱动的红人效能优化与管理系统	2025SR2401589	2025. 12. 11	公司	原始
83	ERP 与 CBS 资金流自动化对接系统	2025SR2271198	2025. 11. 25	公司	原始

附表六：域名

序号	域名	权利人	ICP 备案/许可证号	注册/审核时间	到期时间
1	bluebanner.cn	公司	粤 ICP 备 2021008426 号-1	2021/1/21	-
2	1000shores.cn	公司	粤 ICP 备 2021008426 号-2	2021/3/17	-
3	tribit.com	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2014/4/14	2026/4/18
4	1000SHORES.COM	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2015/8/12	2028/8/12
5	THOUSANDSHORE S.COM	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2010/8/17	2028/8/17
6	drmeter.com	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2012/1/11	2027/1/11
7	iclever.com	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	1999/5/15	2027/5/15
8	iffei.com	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2013/1/19	2027/1/19
9	intocircuit.com	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2012/1/11	2027/1/11
10	ohuhu.com	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2014/6/6	2030/6/6
11	sportneer.com	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2016/5/12	2027/5/12
12	fittransformer.com	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2023/4/7	2027/4/7
13	tribit.jp	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2020/11/30	2026/11/30
14	elecwave.com	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2016/4/25	2027/4/25
15	hismarket.com	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2010/4/1	2027/4/1
16	CHARGERBUY.CO M	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2010/7/9	2026/7/9
17	colpetcare.com	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2016/3/31	2027/3/31
18	ESKYNOW.COM	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2011/11/4	2026/11/4
19	OXyled.COM	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2012/7/30	2027/7/30
20	sportneer.jp	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2020/11/30	2026/11/30
21	theefun.com	公司	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2016/2/22	2027/2/22
22	elechomes.cn	公司	未实际使用, 未备案	2020/7/14	2026/7/14
23	oxyled.cn	公司	未实际使用, 未备案	2020/7/14	2026/7/14
24	sportneer.cn	公司	未实际使用, 未备案	2020/7/14	2026/7/14

序号	域名	权利人	ICP 备案/许可证号	注册/审核时间	到期时间
25	theefun.cn	公司	未实际使用, 未备案	2021/2/23	2027/2/23
26	tribitaudio.cn	公司	未实际使用, 未备案	2018/6/7	2026/6/7
27	tribitaudio.com.cn	公司	未实际使用, 未备案	2018/6/7	2026/6/7
28	elecwave.cn	公司	未实际使用, 未备案	2021/1/12	2027/1/13
29	ohuhu.com.cn	公司	未实际使用, 未备案	2019/4/16	2027/4/16
30	geekper.com	公司	未实际使用, 未备案	2018/9/10	2026/9/10
31	greenjoygarden.com	公司	未实际使用, 未备案	2019/6/12	2026/6/12
32	rakzu.com	公司	未实际使用, 未备案	2019/4/15	2026/4/15
33	shoresaudio.com	公司	未实际使用, 未备案	2019/5/20	2026/5/20
34	sztserp.com	公司	未实际使用, 未备案	2017/1/10	2027/1/10
35	tribitaudio.com	云网天下	未实际使用, 未备案	2017/8/1	2026/8/1
36	yaffifashion.com	公司	未实际使用, 未备案	2018/9/10	2026/9/10
37	ICLEVER.US	公司	未实际使用, 未备案	2013/5/6	2027/5/6
38	ohuhuart.com	公司	未实际使用, 未备案	2019/11/21	2026/11/21
39	ohuhubeauty.com	公司	未实际使用, 未备案	2020/11/30	2026/11/30
40	ohuhuhealth.com	公司	未实际使用, 未备案	2019/8/21	2028/8/21
41	ohuhuoutdoor.com	公司	未实际使用, 未备案	2020/11/30	2026/11/30
42	tribitaudio.jp	公司	未实际使用, 未备案	2020/11/30	2026/11/30
43	HIMBOX.COM	公司	未实际使用, 未备案	2013/4/24	2027/4/24
44	tribitaudio.uk	公司	未实际使用, 未备案	2020/11/30	2026/11/30
45	tribit.co.uk	公司	未实际使用, 未备案	2020/11/24	2026/11/24
46	sportneer.de	公司	未实际使用, 未备案	2020/11/24	2026/11/24
47	tribit.store	公司	未实际使用, 未备案	2021/1/8	2027/1/9
48	amazonrf.com	公司	未实际使用, 未备案	2019/11/11	2026/11/11
49	amazonyulin.com	公司	未实际使用, 未备案	2019/11/11	2026/11/11
50	APAD.US	公司	未实际使用, 未备案	2013/9/16	2026/9/16
51	buyqi.com	公司	未实际使用, 未备案	2012/6/13	2026/6/14
52	chargerstar.com	公司	未实际使用, 未备案	2015/1/6	2027/1/6
53	dancevalue.com	公司	未实际使用, 未备案	2017/7/24	2027/7/24
54	DEALMERRY.COM	公司	未实际使用, 未备案	2014/10/29	2026/10/29
55	elechomes.co.uk	公司	未实际使用, 未备案	2020/11/24	2026/11/24
56	elechomes.com	公司	未实际使用, 未备案	2016/3/31	2027/3/31
57	elechomes.eu	公司	未实际使用, 未备案	2020/2/24	2027/2/24

序号	域名	权利人	ICP 备案/许可证号	注册/审核时间	到期时间
58	elechomes.jp	公司	未实际使用, 未备案	2020/11/30	2026/11/29
59	ELECSPAN.COM	公司	未实际使用, 未备案	2011/2/9	2030/2/9
60	FIPPAR.COM	公司	未实际使用, 未备案	2011/10/28	2026/11/29
61	FITFITBUY.COM	公司	未实际使用, 未备案	2014/10/28	2026/10/28
62	gigaeye.com	公司	未实际使用, 未备案	2013/4/15	2027/4/15
63	HISGADGET.COM	公司	未实际使用, 未备案	2010/4/22	2027/4/22
64	HISTEST.COM	公司	未实际使用, 未备案	2011/11/4	2026/11/4
65	hozshoes.com	公司	未实际使用, 未备案	2022/2/15	2027/2/15
66	LEDMEET.COM	公司	未实际使用, 未备案	2012/6/25	2027/6/25
67	olaxer.com	公司	未实际使用, 未备案	2016/8/19	2027/8/19
68	sportneer.co.uk	公司	未实际使用, 未备案	2020/11/24	2026/11/24
69	stinolab.com	公司	未实际使用, 未备案	2016/2/26	2027/2/26
70	cybostar.com	公司	未实际使用, 未备案	2011/4/5	2027/4/5
71	elechomes.de	公司	未实际使用, 未备案	2020/11/24	2026/11/24
72	ohuhu.de	公司	未实际使用, 未备案	2020/11/24	2026/11/24
73	iclever.co.jp	日本千岸	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2018/9/19	2026/9/30
74	ohuhu.jp	日本千岸	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2019/9/21	2026/9/30
75	thousandshores.jp	日本千岸	域名解析服务器位于中国境外, 未备案	2020/4/15	2026/4/30
76	zosinla.com	公司	未实际使用, 未备案	2023/11/9	2025/11/9
77	1000shores.com.cn	公司	未实际使用, 未备案	2025/8/21	2026/8/21
78	cozytuft.com	公司	未实际使用, 未备案	2025/11/18	2026/11/18
79	cozytufting.com	公司	未实际使用, 未备案	2025/11/18	2026/11/18
80	easieryard.com	公司	未实际使用, 未备案	2025/9/9	2027/9/9
81	tribit.in	公司	未实际使用, 未备案	2023/10/27	2026/10/27