

# 贵州永吉印务股份有限公司

## 2025 年度总经理工作报告

2025 年，公司管理层在董事会带领下，严格按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等法律法规和《贵州永吉印务股份有限公司章程》等公司制度的要求，勤勉、忠实地履行自身职责，贯彻执行董事会、股东大会各项决议。公司紧紧围绕长远发展战略和生产经营目标，通过优化管理体系、科学分析行业发展趋势、强化市场管理、提高创新能力等方式，较好地完成 2025 年度各项工作。2025 年度工作情况汇报如下：

### 一、2025 年度总体经营情况

2025 年度，公司实现营业收入 88,090.74 万元，同比下降 2.68%；其中，精品纸包装业务营业收入 58,178.81 万元，同比下降 23.73%；境外管制药品相关业务营业收入 29,911.93 万元，同比增长 110.13%。报告期内，实现归属于上市公司股东的净利润 8,222.03 万元，同比下降 48.62%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 6,068.00 万元，同比减少 51.94%。截止 2025 年 12 月 31 日，公司资产总额为 213,291.78 万元，同比增长 9.21%，归属于上市公司股东的净资产为 120,742.86 万元，同比增长 1.01%。

### 二、2025 年度主要工作回顾

#### （一）精品纸包装业务

2025 年度，精品纸包装行业在宏观经济波动、成本压力上行与市场竞争加剧的多重挑战下运行，整体经营环境趋于复杂，行业竞争格局加剧，市场价格下行压力凸显，导致行业内多数企业盈利能力下滑，公司业绩面临挑战。

公司重点服务于烟标、酒标等精品包装领域，烟草和白酒行业作为精品纸包装行业的重要下游，其需求与宏观政策及消费力变化紧密相关。受国家控烟政策、宏观经济放缓及部分消费领域需求疲软等因素影响，下游客户订单出现一定波动，相关市场需求承压。这一结构性变化直接传导至包装环节，导致公司主要精

品纸包装产品销售价格有所下降，对精品纸包装业务收入造成影响。面临激烈的外部竞争和下游客户持续降本增效的压力。报告期内，精品纸包装业务营业收入 58,178.81 万元，同比下降 23.73%。

面对严峻的行业挑战，公司将化压力为动力，聚焦核心业务，通过一系列战略举措积极应对，致力于提升经营业绩和核心竞争力。

深化市场开拓，优化客户结构：在稳固现有核心客户的基础上，积极开拓优质新客户，特别是高附加值产品领域的客户，降低对单一市场的依赖，分散结构性风险。

强化成本管控，提升运营效率：通过精益生产、工艺优化和供应链管理，全方位降低生产成本。同时，加强内部费用控制，提升整体运营效率，有效对冲原材料成本上涨的压力。

加大研发投入，推动产品创新：持续增加研发投入，聚焦绿色包装、智能包装等前沿领域，开发具有更高技术含量和附加值的新产品，以创新驱动业务增长，跳脱低层次价格竞争。

## （二）管制药品业务

### 1、Tasmanian Botanics Pty Ltd（以下简称“TB Pty”）

TB Pty 形成了由“TB”、“Sunflower”及“Althea”三大品牌构成的品牌矩阵，产品覆盖干花类、精油类产品与医用雾化产品三大核心品类，长期保持 30-35 款在售产品，形成丰富的产品梯队，旨在覆盖不同层次、不同偏好的患者群体，形成差异化的市场定位。干花系列产品以起效快、应用广的特点，占据了澳大利亚市场的主流地位。温室干花长期供不应求，占干花类销售额的 55%-60%，主打产品为 T-Opal、T-Jade、T-Amethyst，市场反馈良好；户外干花凭借稳定品质进一步丰富了产品线，主打产品为 Huon (T9+C11 平衡型)、King Billy (T24) 和 Royale (T27)。精油系列产品以剂量精准、使用便捷、作用时间长的特点，满足了特定患者群体的需求，核心产品为 C100、T25+C25。医用雾化系列已推出 Jade Vape、Opal Vape、Amethyst Vape 等产品，凭借便捷性与创新性，销量逐步上升，消费者接受度持续提高。

2025年，TB Pty 主要以零售业务为主，零售额占营业收入的70%以上。报告期内，管理层积极进行市场拓展，品牌知名度和市场地位在澳大利亚持续提升，并荣获多个专业奖项。TB Pty 将持续投入产线建设，根据市场需求优化产能结构，并全力聚焦市场营销，拓宽销售渠道，寻求战略合作机会以扩大市场份额。报告期内，TB Pty 实现营业收入16,407.60万元，同比增长15.26%。

为进一步增强对Pijen的控制力，加强TB Pty业务协同，公司于2025年12月与Pijen其余股东签署协议，购买Pijen少数股东股权。本次交易完成后，公司将成为Pijen的唯一股东，进一步增强公司对TB Pty的控制力，有利于整合公司现有澳大利亚市场的业务资源，增厚公司业绩水平。后续，TB Pty会积极寻求符合公司发展战略及长远目标的权益类项目合作机会，助力TB Pty进一步扩大市场份额，提升市场地位。

## 2、Phytoca Holdings Pty Ltd(以下简称Phytoca Pty)

2025年2月，公司通过子公司Yongji Health分三期在澳大利亚并购一家持证管制药品供应商Phytoca Holdings的100%股权，进而间接取得Phytoca Pty的100%股权。Phytoca Pty是一家自主品牌的管制药品经营公司，主营业务为自主品牌管制药品的销售、渠道服务及进出口业务等，通过多年经营，Phytoca Pty已拥有Phytoca和Pouch两个自主的药品品牌，并拥有涵盖药房以及医院、诊所等专业医疗机构的多元化销售渠道和完整的物流仓储体系。

2025年4月，Yongji Health与Phytoca Holdings的相关股东已完成第一期股权交割，Yongji Health持有Phytoca Holdings的60.00%股份。截至本公告披露日，Yongji Health与Phytoca Holdings的相关股东正在积极推进第二期股权交割，第二期交割完成后，Yongji Health持股比例由60%提升至80%。

Phytoca Pty采用直销为主、分销为辅的混合模式，构建了以专业医疗机构分销为主、自有渠道服务为辅的多元化分销网络。Phytoca Pty定位“双赛道”运营：一方面，通过销售多种自有品牌产品，结合现有的成熟分销网络和渠道面向终端市场，销售渠道主要面向下游的专业医药分销商、连锁药店以及拥有开具此类药品处方权的诊所和医生；另一方面，利用已建立的进口、仓储、物流和分销体系，为部分合作机构提供深度渠道服务。

通过多年经营，Phytoca Pty 在市场上建立了较高的品牌知名度，产品线主要涵盖四大类：干花、精油、医用雾化产品及胶囊，其中干花为核心产品。Phytoca Pty 凭借丰富的产品矩阵、年轻化的包装设计 & 快速迭代能力，长期保持 40 款产品在售。2025 年，Phytoca Pty 不断加强销售渠道的开发和建设，通过积极扩张渠道网络和产品迭代创新提升自身业务体量，零售终端渠道覆盖率不断提升。报告期内，Phytoca Pty 营业收入快速增长，2025 年 4-12 月，实现营业收入 12,678.39 万元人民币（2,757.37 万澳元），超出当期销售目标。

### （三）卡牌业务

为突破传统印刷业务发展瓶颈，把握新型文化消费市场增长机遇，公司于 2025 年 6 月设立上海卡匠，作为承载卡牌业务及文化创意衍生品业务的核心经营平台。该平台的设立，是公司在深入研判宏观消费趋势、行业竞争格局与自身发展阶段基础上作出的战略部署，旨在依托公司在印刷工艺表现及成熟供应链体系方面长期积累的优势，积极探索印刷业务向文化创意产业延伸与升级的战略路径，标志着公司向 AIGC 文创传媒市场综合服务业务拓展迈出关键一步。

自成立以来，上海卡匠作为公司深度布局文创与潮玩赛道的业务核心，全面贯彻“策划先行、落地高效、闭环增值”的发展策略，构建起覆盖 IP 筛选与授权、产品策划与研发、供应链协同、品牌营销、全渠道分发及用户运营的完整商业闭环。

截至本公告披露日，上海卡匠多个重点项目和包含银行体系在内的新型渠道相继上线或打通，已完成包括游戏类、国漫类、艺术家类等多个头部 IP 的签约授权。自去年完成品牌初创与体系化建设以来，上海卡匠凭借“IP-用户-场景”数据中台及深度分销网络，2026 年第一季度进入成果转化阶段，业务矩阵显现出强劲的盈利内驱力与品牌渗透力。

在产品维度，上海卡匠通过自研多关节结构等工艺创新与多维跨界联动模式，成功推动《尘白禁区》及《重返未来：1999》等知名 IP 衍生项目落地，相关项目凭借“潮玩+游戏”、“潮玩+消费”的差异化方案，精准锚定年轻客群，单品预售营收规模达到百万，展现出较高的成长性。

#### （四）AI 漫剧行业的探索

2025 年，是全球产业结构在人工智能（AI）技术浪潮下剧烈变革的一年。在数字化浪潮和全球经济不确定性加剧的背景下，面对传统主营业务市场的稳健发展与未来增长空间的潜在挑战，公司深刻认识到，积极拥抱新兴技术、前瞻性布局高成长性赛道，是保障公司长期可持续发展的必然选择。

2025 年 12 月，公司与新绘纪（重庆）科技有限公司共同设立重庆叁圭，借此切入具有高成长性、轻资产属性的“AI 漫剧”赛道。重庆叁圭自 2025 年 12 月成立以来，利用原有技术平台的优势和市场资源，迅速完成了首期内容产品的商业化验证。2026 年第一季度，重庆叁圭依托新建成的工业化生产线，迅速推进了多部重点项目的制作与发行，内容覆盖了末世、玄幻、民俗、惊悚等多个高流量题材赛道。截至本报告披露日，重庆叁圭完成 12 部 AIGC 作品制作，已上线发行 3 部，待发行 9 部，在途制作 6 部。其中，《末世倒谷：我的杂货铺通万界》作为首部重点推出的原创直出作品，已于 2026 年 3 月正式登陆抖音、红果、腾讯视频等多个核心流量平台。重庆叁圭新出品的 AI 真人剧《北境佣兵》于 2026 年 4 月 16 日上线，目前该剧红果热度值已超过 3500 万。

2026 年 2 月 10 日，公司设立贵州灵伍捌动漫科技有限公司，贵州灵伍捌专注于网文 IP 高效改编、原创精品漫剧开发及短视频内容商业化落地，立足自制/承制与 IP 的全链路运营。自 3 月 10 日筹办至今，贵州灵伍捌已完成资质申办、组织架构搭建、自研“Agent”生成平台部署和测试、流量平台及版权方合作签署等运营基础工作，并同步展开承制/自制相关业务。在内容源头上，业务板块自建了原创内容编剧团队，与红果、阅文、容量、Dreame 等头部平台签署年框，锁定优质 IP 供给；同时组建专业流量投放团队，自研的投放平台已上线试运行，确保内容精准触达。截至本报告披露日，贵州灵伍捌已完成制作项目 19 部，在途（制作）项目 33 部。

### 三、2026 年度工作展望

2026 年，公司将全面深化业务转型，实行“一体三翼”为业务基石，稳步推进多元化发展格局。在巩固境外管制药品及传统纸包装业务的基础上，重点发力 AIGC 内容制作与 IP 衍生商品开发，锚定 AIGC 文创传媒市场新赛道；以 AIGC

高效生成数字内容为基础，孵化并培育潜力 IP；通过多平台运营与用户互动验证 IP 价值，形成市场影响力；最终以 IP 授权与衍生品开发实现商业变现，并反哺上游内容创新，构建从“内容生成到 IP 变现”的可持续闭环。公司分业务类别制定以下经营计划：

### （一）文创业务板块

截至目前，公司文创业务板块分别由控股子公司重庆叁圭动漫科技有限公司、贵州灵伍捌动漫科技有限公司和全资子公司上海卡匠文化创意有限公司承载运营，公司实施“独立核算保生存，协同作战谋发展”的经营方针。

#### 1、重庆叁圭动漫科技有限公司

重庆叁圭致力于成为全球重要的 AI 原生内容量产平台，重庆叁圭将持续专注 AIGC 影视技术的优化，特别是高品质 AIGC 视频内容从题材和创意的发现到 AI 剧本创作到 AIGC 制作到发行投流的全流程 AI 技术的持续优化和迭代。重庆叁圭除自主投流 AI 漫剧作品外，侧重打造高画质、强剧情的精品漫剧，通过提升单片质量来获取更高的平台评级与分账收益，确立在 AIGC 内容创作行业的品质标杆地位。截至本报告披露日，重庆叁圭已制作完成 12 部视频作品，上线发行作品 3 部，代发行作品 9 部，在途制作 6 部。随着生产效率的进一步提高，重庆叁圭产能逐步释放，2026 年重庆叁圭计划制作各类 AIGC 精品剧作品 200 部以上。

#### 2、贵州灵伍捌动漫科技有限公司

贵州灵伍捌以自研内容生产 agent 工具为技术底座，国内深耕自制/承制精品内容与 IP 全链路孵化运营，海外以“社媒矩阵+版权发行”为策略，后续自研运营“AI 内容+AI 社交”的全球化 App，构建技术、内容、流量、用户、运营的完整商业生态。贵州灵伍捌将发挥“内容工厂”优势，利用成熟的内容制作智能体，在抖音、快手等媒体渠道通过平台发行和投放运营获取流量分成与版权收益，确保在独立核算下规模快速扩大，提高盈利能力。2026 年贵州灵伍捌计划完成各类 AIGC 内容产品 400 部，截至本报告披露日，贵州灵伍捌已完成制作的 AIGC 视频作品 19 部，在途（制作）项目 33 部。

### 3、上海卡匠文化创意有限公司

上海卡匠坚持“IP 多元化+产品多元化+全渠道渗透”的经营模式。聚焦高产值、强粘性的游戏类 IP 与重点国漫 IP，开发包含收藏卡牌、创意软周、立体物、毛绒在内的丰富产品线。快速在核心受众中建立“卡匠”的品牌认知。

经营策略上，坚持“匠心筑品、生态共创、自研孵化”的核心方针，针对 S 级项目采取“核心城市快闪+跨界品牌联名”的重度投入模式，快速破圈；针对成熟项目采取“常规出品+线上内容矩阵”的稳定模式。通过灵活的业务组合，确保品牌声量与销售转化并进，实现全年运营项目总量超过 35 个。

公司在上述三间公司保持业务独立运营的基石上，通过资源重组与流程再造，以重庆叁圭、贵州灵伍捌的 AIGC 生产力为基础，以上海卡匠的供应链与渠道为延伸，合力开辟 AIGC 文创传媒市场的新赛道。

重庆叁圭与贵州灵伍捌将作为 IP 孵化的“内容工厂”，通过技术互补与题材差异化，实现 AIGC 漫剧的规模化生产与精品化打磨。两间公司力争全年产出各类漫剧作品 600 部以上，其中 S 级以上精品漫剧 60 部，沉淀 30 个以上自有版权的 IP 资产，打造 3-6 个具有商业开发价值 IP。上海卡匠作为 IP 价值的商业变现终端，依托团队在潮玩领域深厚的爆款打造经验，已构建起线上线下全渠道、多场景的深度覆盖网络。全面推行“分层开发、创意快跑”策略：针对泛粉丝群体，通过新技术赋能的高效研发体系，快速迭代高性价比“谷子”周边，联动抖音、小红书等主流电商及 MCN 机构形成流量闭环，实现规模化放量；针对核心受众，精研高溢价品类，联合线下 KA 连锁与流通渠道提升产品附加值。这种“全网引流+多维渗透”的变现模式，高效适配了从线上 IP 内容孵化到线下实物消费的商业闭环需求，为 IP 衍生品的高效触达与价值增长提供了坚实支撑

#### （二）境外管制药品业务版块

2026 年，在境外管制药品业务方面，公司通过进一步收购 Phytoca Pty 和 TB Pty 公司的少数股权，以期达到绝对控股，最终实现完全控制。海外管制药品业务将依托 Phytoca Pty 的渠道和品牌优势，结合 TB Pty 的种植、加工优势，进一步推进两家公司的深度协同，在业务拓展上实施“存量深耕+增量突破”策

略，实现整体的价值最大化。具体举措如下：

1、双轮驱动的市场拓展计划。依托 Phytoca Pty 成熟的自主渠道，继续深耕澳大利亚本土市场的需求，利用 Phytoca Pty 的品牌影响力，主攻高毛利管制药的市场份额，与 TB Pty 主攻性价比市场组成分层销售的策略。针对新西兰等新兴市场，利用 Phytoca Pty 的品牌优势，推动两家公司向新兴市场快速渗透，扩大市场份额。

2、产销联动推进生产端协同。建立 Phytoca Pty 和 TB Pty 的“月度产销联席会议”制度。Phytoca Pty 负责输出精准的市场需求预测，TB Pty 据此安排种植计划与排产，进一步提升库存周转率，避免产能闲置。

### （三）传统精品纸包装业务板块

通过调整客户结构、聚焦高利润订单、强化技术工艺三大路径，实现该类业务提质增效的经营目标。具体举措如下：

1、优化客户结构，聚焦优质增量。将“利润贡献率”和“品牌成长性”作为筛选优质客户的核心标准。重点开发高端白酒客户的需求，主动参与客户新品开发的早期阶段，提供从标签材质选择到防伪技术植入的一站式服务，通过提升服务附加值来增强客户粘性，获得更有利的议价空间。

2、针对高端酒企对防伪的刚性需求，大力推广“一物一码”、RFID 射频识别、纹理防伪等技术。帮助客户解决市场痛点的同时，促使产品从普通的纸质标签升级为具备数据服务功能的智能包装物，从而增厚单品利润。

3、利用 AIGC 生成的数字内容孵化出来的 IP，无缝切入高利润的卡牌供应链领域。

谢谢大家！

贵州永吉印务股份有限公司总经理：钱国军

2026 年 4 月 23 日