

公司代码：688365

公司简称：光云科技

杭州光云科技股份有限公司
2025年年度报告摘要

第一节 重要提示

1、本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。

2、重大风险提示

公司已在本报告中阐述了公司在经营过程中可能面临的风险因素，敬请查阅本报告“第三节 管理层讨论与分析/四、风险因素”部分。敬请投资者注意投资风险。

3、本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

4、公司全体董事出席董事会会议。

5、立信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

6、公司上市时未盈利且尚未实现盈利

是 否

7、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

无

母公司存在未弥补亏损

适用 不适用

8、是否存在公司治理特殊安排等重要事项

适用 不适用

第二节 公司基本情况

1、公司简介

1.1 公司股票简况

适用 不适用

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所及板块	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所科创板	光云科技	688365	不适用

1.2 公司存托凭证简况

适用 不适用

1.3 联系人和联系方式

	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘宇	庄玲玲
联系地址	浙江省杭州市滨江区浦沿街道坚塔街599号光云大厦	浙江省杭州市滨江区浦沿街道坚塔街599号光云大厦
电话	0571-81025116	0571-81025116
传真	0571-81025116	0571-81025116
电子信箱	gyir@raycloud.com	gyir@raycloud.com

2、报告期公司主要业务简介

2.1 主要业务、主要产品或服务情况

公司是服务于电商商家的 SaaS 企业，核心业务是基于电商业务场景为电商商家提供 SaaS 服务及增值服务。

（一）主要产品或服务

公司主要 SaaS 产品及服务包括以超级店长、快递助手、快麦 ERP、快麦小智客服机器人、深绘美工机器人、逸淘供应链等为代表的电商 SaaS 产品；以有成财务、有成 CRM、有成报销、番茄表单为代表的企服类 SaaS 产品。

公司在淘宝、天猫、1688、拼多多、抖音、微信、快手等各大电商平台上提供 SaaS 产品及增值服务，在行业内具有良好的口碑和品牌效应，旗下产品多次被各大电商平台授予各类优质奖项。公司凭借多年来在电商运营管理、企业服务领域领先的数字化技术和专业的服务能力，被阿里授予了“订单工具/商品管理类目复购/好评榜第一、企业 ERP 类目复购榜第一、星耀伙伴客户关系管理工具服务商”、被抖音授予了“抖店年度优秀服务商”、被钉钉授予“钉钉管理套件融合新锐奖”、被 1688 授予了“年度分销铺货工具 TOP5 服务商”。

公司所处的行业生态链如下：

业务生态



报告期内，公司以现金方式收购逸淘（山东）投资管理有限公司 100% 股权。通过本次交易，公司整合山东逸淘较为成熟的供应链及分销管理软件产品，公司的产品矩阵进一步丰富，服务电商客户的环节进一步延伸至采购及供应链管理环节，双方在产品线方面有良好的产品协同效应。

2.2 主要经营模式

1、销售模式

(1) SaaS 产品

报告期内公司的 SaaS 产品主要通过各电商平台的服务市场（如阿里巴巴商家服务市场（fuwu.taobao.com）、拼多多服务市场（fuwu.pinduoduo.com）、抖店服务市场（fuwu.jinritemai.com）、京东京麦服务市场（fw.jd.com）等）进行在线销售。

在阿里巴巴商家服务市场、拼多多服务市场、1688 服务市场、抖店服务市场，电商商家通过搜索查询公司产品，点开详情页后，电商商家根据需求选择相应版本及期限进行购买，一次性向服务市场支付全部价款后即可使用，服务市场在客户订购的服务期限内与公司按月摊销结算。

在京东和其他电商服务市场上购买公司 SaaS 软件，与上述操作类似。上述平台企业将用户付费扣抵平台分成后一次性支付给公司，公司将上述款项确认为预收款，在满足收入确认条件时分摊确认收入。

除线上销售外，公司部分电商 SaaS 产品，尤其是针对大中型商家的快麦系列产品，亦会通过线下推广的方式进行产品营销，其主要方式为电话营销、集中拜访电商产业园区、持续跟踪重点客户等。由于线下推广的 SaaS 产品大多是垂直领域电商 SaaS 产品，因此在营销推广过程中，往

往需要结合对客户操作人员的培训与指导。在该模式下，客户订购发行人 SaaS 产品后将预付款项交纳至公司，公司按照与客户签订的合同及客户实际使用情况确认收入。

（2）配套硬件

公司电商配套硬件的境内的销售模式主要系经销模式。经销模式下，公司以买断模式销售电商配套硬件，由经销商将产品销往终端客户。根据约定，公司在货物交付客户时即完成履约义务。配套硬件按客户签收公司产品确认收入。

2、采购模式

公司主要采购电商平台技术服务、短信、API、云服务器等业务资源，配套硬件及配件耗材，办公设备及其他资源。

（1）电商平台技术服务、短信、API、服务器等业务资源的采购

公司在电商服务市场上销售 SaaS 产品，需要向电商服务市场所在的各电商平台采购技术服务。公司根据与各电商平台的服务市场签订的技术服务协议，向各平台按销售收入的一定比例支付技术服务费，由平台于每月向公司支付价款时扣除。

公司为商家提供 CRM 短信时需向第三方通信平台采购短信。采购部门通过比较采购价格及质量决定采购对象及采购价格，后续与供应商之间根据当月采购短信数量，按月结算。

公司按照服务器空间容量、使用期限等采购需求，向供应商采购服务器资源以维护软件功能的正常运行。

（2）电商配套硬件及配件耗材的采购

公司以 ODM 的方式采购电商配套硬件，委托第三方根据公司的产品规格与外观设计要求进行电商配套硬件产品的设计和生产。公司筛选具有产品设计、生产能力的上游厂商作为供应商，供应商根据公司的产品技术要求进行产品设计，并按照订单为公司定制生产电商配套硬件。

（3）公司办公设备及其他资源的采购

公司采购部门按需采购办公用品、办公场地、水电等资源，以维持公司的日常运营。

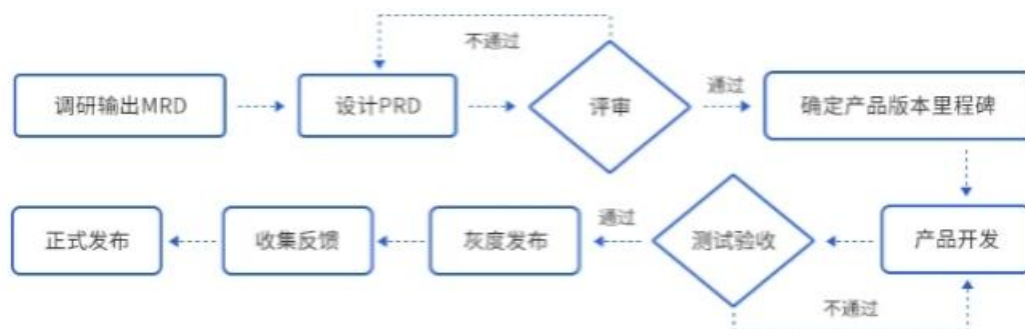
3、研发模式

在公司管理层制定的战略方向下，市场部及各事业部客服人员不定期汇总市场调研信息和用户反馈信息。同时，产品经理和核心技术人员会不定期对重要客户及潜在种子客户进行拜访与调研，整合信息形成相应的 MRD（市场需求文档）。各事业部基于对市场需求的研发编制 PRD（产品

需求文档)，组织人员从各自的专业角度提出产品开发意见并进行产品综合评审。

产品综合评审通过后，由总经理、事业部负责人、财务、技术人员等相关人员成立的项目研发评审委员会，针对项目的技术可行性、研发周期、财务投入、成员配备和预计成果等各方面进行综合评审，并最终确定是否立项。

公司研发立项通过后，研发组根据 PRD 设立产品版本里程碑，采用敏捷研发模式对产品版本进行开发、测试、验收、发布。在产品开发过程中采用灵活的灰度发布策略，先投放部分客户，根据客户反馈进行产品调整，待稳定后逐渐扩大灰度范围，直至全部上线正式发布。



2.3 所处行业情况

(1). 行业的发展阶段、基本特点、主要技术门槛

在全球经济环境日趋复杂的背景下，2025 年的中国经济延续了总体平稳、稳中有进的发展态势，为消费市场及电子商务行业的持续增长构筑了坚实基础。中国电子商务行业近年来也呈现了稳定发展的态势，行业进一步向高质量、数字化和智能化方向升级。

2025 年中国社会消费品零售总额达到 50.1 万亿元，同比增长 3.7%。其中，全国网上零售额 15.97 万亿元，同比增长 8.6%。实物商品网上零售额达到 13.08 万亿元，增长 5.2%，占社会消费品零售总额的比重为 26.1%。同时，根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 57 次《中国互联网络发展状况统计报告》。截至 2025 年 12 月，我国网民规模达 11.25 亿人，较 2024 年底增长 1,717 万人，互联网普及率历史性突破 80.1%。网络购物用户规模达 9.37 亿人，占网民整体的 83.2%，生成式人工智能用户规模爆发式增长至 6.02 亿人，深刻重塑了行业的业态和模式。

随着电商行业新业态、新模式的发展，基于对电商市场竞争的应对，各类型商家对供应链管理、营销推广、店铺运营、客户关系管理等各方面，提出了专业化和个性化的需求，以提升商家运营管理效率。同时，电商 SaaS 产品的提供者——以光云科技为代表的广大电商服务商面对日趋激烈的市场竞争，纷纷研究推出更加专业的垂直细分领域电商 SaaS 产品，以及更具高性价比的产品以迎合市场发展趋势。

公司的电商 SaaS 产品主要覆盖中小商家和大商家，以及部分头部品牌商家。通过对上述商家业务流程的梳理，公司打造了适配于各类型商家的产品矩阵，以提升商家的内部经营效率和盈利能力。例如，以超级店长、快递助手为代表的中小商家 SaaS 产品；以快麦 ERP、快麦小智客服机器人、深绘美工机器人、巨沃 WMS、逸淘供应链等为代表的大商家 SaaS 产品。公司将以中小商家 SaaS 为基础，继续提升大商家 SaaS 的市场占有率，夯实未来业务发展的基础，以迎接下一时代的市场考验。

总体来说，我国的电商 SaaS 行业仍处于稳步发展阶段，市场竞争日益激烈。行业内头部企业建立并巩固了市场优势，竞争重点将由产品和价格为导向，转变为综合服务能力为导向的竞争格局。

(2). 公司所处的行业地位分析及其变化情况

电商 SaaS 行业的核心竞争力在于其帮助电商商家在关键流程提升效率，同时兼顾稳定性与可靠性。电商领域具有客户集中、需求多样、交易流量巨大的特征，因此电商 SaaS 产品核心竞争力最终体现于服务的客户群体数量、交易高峰时点的峰值处理能力及应对多样化需求服务能力等。

1) 业内领先的行业地位

中国电商零售市场中，已经形成以淘宝天猫、京东、拼多多、抖音、快手等交易平台百花齐放的格局。根据市场公开信息，公司在阿里巴巴商家服务市场的电商 SaaS 客户服务数量处于服务市场领先地位，公司的 SaaS 产品在阿里巴巴商家服务市场的对应产品类目中，付费用户数量位居前列。在拼多多、抖音等电商平台，公司的电商 SaaS 服务客户数量也在逐步提升，均处于对应类目中的前列。

2) 交易高峰时点的峰值处理能力

以公司主要电商 SaaS 产品超级店长、快递助手为例，通过大规模后台任务并行执行框架，日常为数十万商家执行订单同步和店铺管理等任务，在电商平台大型促销活动期间（例如“双 11”，“6.18”等），该峰值处理能力可达百万；快递助手、超级店长、快麦 ERP 在过往 12 个月内为上百万商家累计稳定处理近百亿笔订单，该框架稳定支撑了上百万商家短时间内产生的上亿次后台任务。

3) 电商商家多样化需求服务能力

电商商家在电子交易的过程中需求品类繁多，涉及商品管理、订单管理、店铺管理、商品折扣管理、客户营销管理、库存管理等各个类目，业内大部分的电商 SaaS 产品提供商仅提供一种或者几种类目的产品，公司基于多年的电商 SaaS 产品开发经验及对电子商务交易过程的深度理解，研发了一系列满足电商商家整体交易链条的 SaaS 产品矩阵，可以为电商商家提供一站式服务。

4) 公司具备多平台发展能力

公司以阿里巴巴商家服务市场作为 SaaS 业务开展的起始点，逐步向多类型电商平台渗透，形成了以各大电商平台全面发展的 SaaS 产品线格局。

综上，公司以淘宝、天猫平台服务市场为基础，在多个细分类目中取得了突出的行业地位，同时顺应行业发展和客户需求，公司持续开发除淘宝、天猫以外的电商平台，针对平台特性和规则对产品与服务进行改良或创新，目前已成功服务了拼多多、京东、抖音、快手等其他主要电商平台的电商商家。同时在客户群体数量、交易高峰时点的峰值处理能力及应对多样化需求服务能力等方面均处于行业领先的地位。

(3). 报告期内新技术、新产业、新业态、新模式的发展情况和未来发展趋势

《2026 年国务院政府工作报告》中提到，国家持续推进制造业数字化转型和“人工智能+”行动，行业应用加快落地，新型智能终端不断涌现，数据要素潜力加快释放，数字经济核心产业增加值占国内生产总值的比重提高到了 10.5%以上。近年来，数字经济与实体经济深度融合，电商行业步入存量竞争与精细化运营并重的新阶段，新技术、新产业、新业态、新模式加速迭代，为公司电商 SaaS 业务带来全新发展机遇与挑战。公司紧跟行业变革浪潮，立足核心技术优势与商家服务经验，深度把握产业发展脉络，推动业务与技术、产业、模式深度融合，实现高质量发展。

上游供应链管理在电商产业中的核心战略地位愈发凸显，成为商家构建竞争壁垒、提升盈利能力的关键环节。随着电商行业从流量竞争转向供应链效率竞争，商家对供应链数字化、协同化、智能化的需求急剧增长。商家需要进一步完善供应链分销、采购协同能力，构建覆盖“采购-仓储-履约-分销”的全链路供应链服务体系。未来，随着电商产业向纵深发展，供应链数字化将成为行业标配，为公司业务带来持续增长空间。

跨境电商业务成为电商行业未来重要增长点，发展潜力巨大。当前国内电商行业发展趋稳，而全球电商市场持续扩容，“中国制造”出海需求旺盛，跨境电商成为商家拓展增量市场的核心路径。近年来，中国电商 SaaS 企业凭借多平台适配能力、跨境数据合规处理技术、高效履约解决方案，快速切入跨境市场，服务大量出海品牌与商家，跨境业务收入贡献稳步提升。未来，随着全球贸易数字化进程加快、跨境电商政策持续利好，跨境业务将成为拉动行业增长的核心引擎。

AI 技术全面拉抬升级电商 SaaS 行业，重构行业技术格局与服务模式，成为驱动行业高质量发展的核心动力。SaaS 凭借部署灵活、迭代迅速、按需付费、低成本高效能的核心优势，是电商商家实现数字化运营不可或缺的工具，也将是 AI 电商应用落地的基础载体。报告期内，大模型、多模态、智能体等技术快速商业化，深度融入电商运营全场景。AI 技术不仅提升 SaaS 产品功能效

率，更推动行业从工具化服务向智能化、个性化、预测性服务转型，强化技术壁垒与核心竞争力。未来，AI能力需通过与电商SaaS的运营场景深度融合，才能真正转化为商家降本增效的实际价值。AI与SaaS的结合将引领行业智能化变革浪潮，SaaS的核心工具地位将长期稳固。

整体而言，报告期内新技术、新产业、新业态、新模式协同发力，为行业发展注入强劲动能。公司将持续深耕电商SaaS领域，立足核心优势，强化供应链服务能力，加速跨境业务布局，深化AI技术应用，不断创新产品与服务模式，助力电商商家数字化升级，推动公司在行业变革中实现持续、稳健、高质量发展。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	1,747,864,134.99	1,603,256,120.23	9.02	1,567,702,491.69
归属于上市公司股东的净资产	945,405,580.23	956,250,133.87	-1.13	1,023,235,658.59
营业收入	563,218,711.27	477,791,543.86	17.88	475,473,813.42
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	546,888,860.24	473,033,174.42	15.61	470,672,595.50
利润总额	-28,720,370.19	-87,733,612.77	不适用	-20,410,132.36
归属于上市公司股东的净利润	-26,081,895.67	-82,046,116.44	不适用	-18,446,909.98
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-29,580,895.03	-72,987,095.29	不适用	-83,288,044.61
经营活动产生的现金流量净额	117,355,962.41	54,156,071.74	116.70	22,844,690.41
加权平均净资产收益率(%)	-2.75	-8.30	不适用	-1.84
基本每股收益(元/股)	-0.06	-0.19	不适用	-0.04
稀释每股收益(元/股)	-0.06	-0.19	不适用	-0.04
研发投入占营业收入的比例	28.23	31.26	减少3.03个百分点	29.91

(%)				
-----	--	--	--	--

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	114,887,403.10	147,535,074.80	142,636,538.74	158,159,694.63
归属于上市公司股东的净利润	-12,950,886.07	837,468.33	-2,918,472.35	-11,050,005.58
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-13,276,312.53	746,443.38	-3,619,342.32	-13,431,683.56
经营活动产生的现金流量净额	19,110,029.11	16,793,827.88	15,709,357.79	65,742,747.63

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4、 股东情况

4.1 普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)							20,000
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)							20,537
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)							不适用
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)							不适用
截至报告期末持有特别表决权股份的股东总数(户)							不适用
年度报告披露日前上一月末持有特别表决权股份的股东总数(户)							不适用
前十名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)							
股东名称 (全称)	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有 限售条 件股 份 数 量	质押、标记或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	

杭州光云投资有限公司	0	154,320,840	36.24	0	无	0	境内非国有法人
谭光华	0	43,632,810	10.25	0	无	0	境内自然人
杭州华营投资合伙企业（有限合伙）	0	27,823,630	6.53	0	无	0	其他
海南祺御企业管理合伙企业（有限合伙）	-7,111,271	21,339,572	5.01	0	无	0	其他
香港中央结算有限公司	3,517,789	3,615,494	0.85	0	无	0	其他
中国工商银行股份有限公司—德邦稳盈增长灵活配置混合型证券投资基金	3,012,337	3,012,337	0.71	0	无	0	其他
杭州华彩企业服务合伙企业（有限合伙）	-431,992	3,005,475	0.71	0	无	0	其他
中国建设银行股份有限公司—融通互联网传媒灵活配置混合型证券投资基金	2,659,052	2,659,052	0.62	0	无	0	其他
杭州光云科技股份有限公司—2023年员工持股计划	173,380	1,874,440	0.44	0	无	0	其他
林天翼	0	1,827,043	0.43	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>1、谭光华系杭州光云投资有限公司控股股东、实际控制人；</p> <p>2、谭光华系杭州华营投资合伙企业（有限合伙）的普通合伙人及执行事务合伙人；</p> <p>3、谭光华系杭州华彩企业服务合伙企业（有限合伙）的有限合伙人；</p> <p>4、除此之外，公司未知前十大股东之间是否存在关联关系，也未知其是否属于一致行动人关系。</p>						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

存托凭证持有人情况

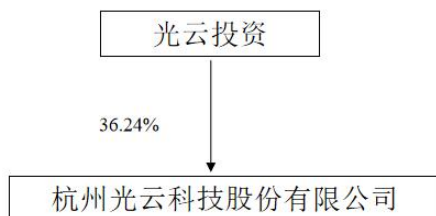
□适用 √不适用

截至报告期末表决权数量前十名股东情况表

□适用 √不适用

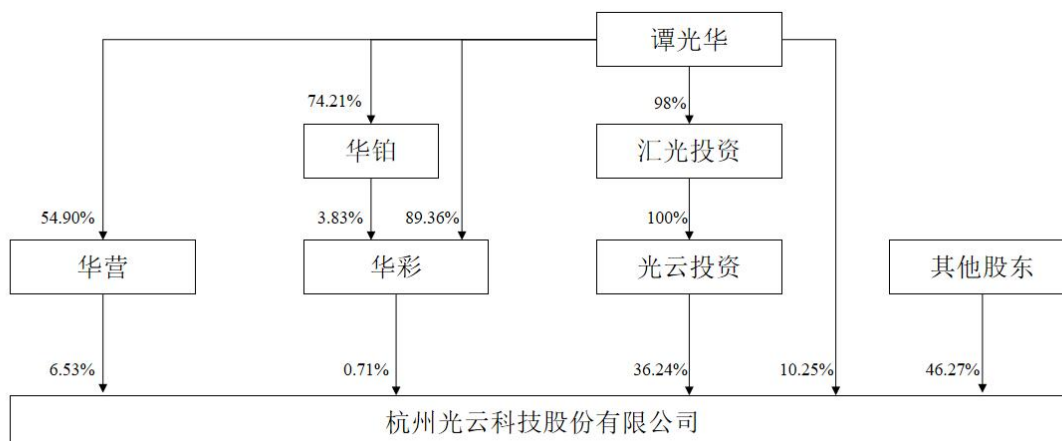
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

5、公司债券情况

□适用 √不适用

第三节 重要事项

1、 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司实现营业收入 56,321.87 万元，同比增加 8,542.72 万元，增幅 17.88%；公司

归属于上市公司股东的净利润-26,081,895.67元，较上年同期减少亏损68.21%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-29,580,895.03元，较上年同期减少亏损59.47%。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用