

证券代码：301110

证券简称：青木科技

公告编号：2026-010

# 青木科技股份有限公司 2025 年年度报告摘要

## 一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

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

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 92,535,333 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 4 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	青木科技	股票代码	301110
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	李克亚	邱正	
办公地址	广州市海珠区逸景路 353 号 3601 房	广州市海珠区逸景路 353 号 3601 房	
传真	020-80929898	020-80929898	
电话	020-80929898	020-80929898	
电子信箱	qmzq@qingmutec.com	qmzq@qingmutec.com	

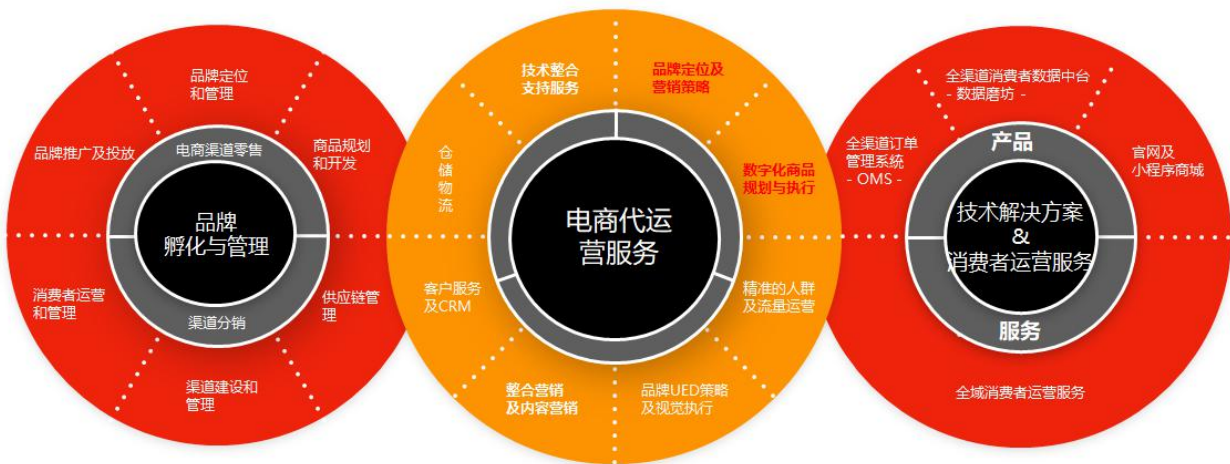
### 2、报告期主要业务或产品简介

公司是国内领先的品牌电商运营和零售服务专家，拥有专业全面的品牌电商运营管理体系。公司业务主要分为电商代运营服务、品牌孵化与管理、经销代理、品牌数字营销业务，以及技术解决方案与消费者运营业务这五个部分。公司以“用户为先、科技驱动、成为专业领先、值得信赖的行业领航者”为愿景，通过应用 AI 等新技术，洞察行业发展和消费者需求，依托行业领先的服务水平和品牌运营管理能力，为客户创造真实、可持续的价值，并助力品牌提升知名度和美誉度，实现业绩增长。

公司业务体系覆盖多平台与电商全链条，具有独特的竞争优势。公司当前业务体系全面覆盖了终端消费者在电商消费场景中触及的关键环节。公司围绕品牌端输出市场定位战略方案，提供包括商品规划、视觉设计、店铺运营、仓储供应链管理、消费者人群运营、客服售后管理、店铺直播与短视频内容制作、网络达人商务、线上投流智能化以及品牌电商运营需要的信息系统开发的能力，是同时拥有全链路品牌电商运营管理业务体系和技术开发能力的电商运营与零售服务专家。公司业务体系实现了对天猫、抖音、京东、小红书、唯品会等多家电商平台的覆盖。

公司长期服务于众多国内外知名品牌，包括 Skechers、ECCO、Lacoste、Emporio Armani、Farfetch、Samsonite、泡泡玛特、Jellycat、Toteme、ACNE Studios、Under Armour、探路者、moodytiger、KOLON SPORT、小鹰 Osprey、博士伦、李宁、BOY LONDON、Zara Home、Niko and ...、例外、Stada、Doctor's Best、硅基动感、Cumlaude Lab、Zuccari、希尔思等知名品牌。公司合作品牌涵盖大服饰（服装、箱包、鞋履、配饰等）、运动户外、健康食品、美妆个护、女性私护、宠物食品等类目。

报告期内，公司获得了由阿里妈妈颁发的“2025 年阿里妈妈 AI 创变年度全域经营伙伴奖 - 全域六星生态伙伴”，并再次蝉联“天猫六星服务商”。公司提供抖音直播运营服务的全资子公司旺兔柏获得了“2025 年抖音电商钻石服务商”认证。



## (二) 公司主要产品和服务

### 1、电商代运营服务

公司自 2011 年开始电商代运营业务，是行业内早期成立的专业服务商之一。公司的电商代运营业务长期保持稳定的业绩增长。公司电商运营业务全面覆盖电商业务的所有环节，涵盖品牌和商品的电商策略制定、视觉设计、店铺和商品运营、仓储物流服务、会员运营、客服服务、店铺直播、内容运营、线上投流等。公司电商运营业务覆盖了天猫、抖音、京东、小红书、微信小店、小程序、唯品会等主要电商平台。

报告期内，公司在浙江省义乌市建设的仓储物流中心“青丰科技园”通过验收并投入使用。青丰科技园园区占地约 80 亩，由两栋 5 层的物流仓库和一栋 8 层的办公楼组成，分为 13.5 万平方米的仓储空间和 7,000 平米的办公区域，预计容纳储存量可超过 1,500 万件货品。青丰科技园坐落在浙江省义乌市，依托江浙沪“包邮区”的核心优势，整合多方资源，优化仓储、入库、分拣到发货各个环节，为电商代运营业务和品牌孵化与管理业务未来发展提供了坚实基础。

公司电商代运营业务可为货架电商平台的代运营服务和电商直播服务。

#### (1) 货架电商代运营服务

货架电商代运营指公司为合作品牌在天猫、京东、唯品会等货架式电商平台上的单个或多个店铺提供单环节、定制化或全链条的电商品牌运营服务。在此类服务模式，品牌店铺的所有权归属于合作品牌。公司无需向品牌方采购商品，不承担库存风险，公司也不承担营销推广费用。

#### (2) 电商直播服务

电商直播服务指公司为合作品牌在抖音、天猫、京东、小红书、微信视频号、微信小店等电商直播平台上提供店铺

直播代运营服务，内容包括提供直播间打造创意、货品规划、主播培育、店铺直播和短视频内容制作、营销推广、客服管理、会员运营以及商品仓储物流、外部达人红人商务合作对接等业务。

在报告期内，公司保持对抖音、天猫直播、微信小店以及小红书等平台直播业务的扩展，并不断扩充自有直播间数量，优化直播运营团队。报告期末，公司的直播间数量超过 75 个，全职直播业务团队人员超过 450 人。

## 2、品牌孵化与管理业务

得益于在品牌电商代运营领域积累的运营和管理经验，公司对于消费行业和电商各平台的规则打法、品牌调性打造方法论以及业务发展成长路径逐步形成了自身的认知，公司通过与境内外优质品牌设立合资公司、签署长期协议等方式，共同拓展品牌产品在部分地区或市场的份额。公司于 2022 年开始着力布局品牌孵化与管理这一业务板块，2025 年度品牌孵化与管理业务收入达 47,444.73 万元，同比增长超过 50%。

CUMLAUDE LAB 珂蔓朵由妇科医生和药剂师于 1998 年创立，是源自西班牙的女性私护品牌，致力于为女性提供覆盖全年龄段的私护健康解决方案。珂蔓朵建立了参照医药研发标准的产品研发体系，通过妇科科研和临床试验支持产品开发，并与西班牙妇产科学会、公立医院以及实验室等科研机构合作，持续探索将医药和护肤领域的前沿技术和成分应用至私护场景。珂蔓朵品牌自 2022 年由公司正式带入中国市场以来，通过不断推进品牌建设，在消费者心中树立了较高端的品牌形象，确立了其在进口私护品牌中的头部地位。截至报告期末，珂蔓朵在中国市场已形成较为完善的产品矩阵，覆盖多场景清洁的基础洗液、私密部位外部保养产品、内部护理产品以及口服调理的营养膳食补充剂这四大产品体系。

ZUCCARI 意卡莉是源自意大利的自然功能营养品牌，创立于 1993 年，致力于通过天然成分为基础的自然膳食营养产品，为消费者带来全生命周期的健康膳食管理方案。意卡莉自 2023 年由公司正式引入中国市场后，公司不断加强品牌的市场营销与推广力度。目前，意卡莉在中国市场的产品线主要围绕体重管理和美容抗衰这两大矩阵构成。在报告期内，意卡莉品牌通过赞助包括湖南卫视热播剧《国色芳华》以及江苏卫视综艺《温暖的客栈》等娱乐节目，并与胡兵、伊能静等明星艺人开展代言等相关合作，使得品牌曝光和产品认可度不断提升，进而带动营业收入规模实现较高速增长。

体绪（Femology）是一个专注于女性私密护理与情绪美护的品牌。其核心定位是“为女性专研的身体情绪美护品牌”，倡导“私肌美护，分区愈养”的理念，旨在通过产品护理同时关照女性的身心情绪。

在报告期内，公司子公司青木新加坡签署了《股份购买和增资协议》，拟收购挪威 Vitalis 公司的控制权，Vitalis 在挪威拥有工厂和成熟的供应链体系，旗下品牌包括“Noromega”“Nordmea”“Biosunn”“Biokost”等。截止到报告期末，该项目尚未交割。根据《股份购买和增资协议》的相关约定，股权交割以各项交割前提条件满足为前提。截止到本报告披露之日，交割前提条件尚未完成，Vitalis 公司及其股东近期与香港诺美嘉、广州诺美嘉等存在诉讼纠纷，股权交割存在一定的不确定性风险。

## 3、经销代理业务

经销代理业务合作的对象是国内外的成熟品牌。公司代理品牌客户部分渠道的分销或电商零售业务。公司与品牌方或其代理商达成分销授权，向其采购商品后分销给唯品会、京东自营等第三方 B2C 电商平台或其他分销卖家。当分销的下游对象为 B2C 电商平台时，公司通常需要提供整合营销、店铺运营和客服管理等服务。当分销对象为其他分销卖家时，公司仅向其分销商品，不提供运营支持服务。在经销代理的业务模式下，公司向品牌方或其代理商采购商品并承担库存风险。

在报告期内，公司的经销代理业务的营业收入实现了超过 15% 的增长。

## 4、品牌数字营销业务

品牌数字营销指公司根据合作品牌诉求，向其提供单项或整合的品牌传播策划方案及执行服务，例如大型营销活动、自媒体运营、直播、社交平台推广等。通过加强品牌方对消费者的触达，提升品牌曝光度和影响力，提高消费者对品牌的认知度和好感度。公司基于运营端积累的经验和品牌销售数据记录，结合平台数据和行业分析方法洞察消费者特征，构建详细用户画像；同时结合品牌特性与消费者行为习惯，输出横跨线上线下传播平台的整合营销方案，并提供传播内容创作、渠道投放、实施线下营销活动等服务，助力提升品牌价值。公司品牌数字营销业务覆盖站内各类营销 IP（超级品牌日、超级品类日、天猫欢聚日等）、各类平台营销频道（小黑盒、有好货、微淘等）和站内外社交媒体平台（小红书、微博、微信、抖音等）在报告期内，公司品牌数字营销业务积极进行品类和服务区域拓展，从原有以大服饰、美妆行业为主，开始向潮玩等标品品类拓展，服务区域也开始了布局海外数字营销业务。

### 5、技术解决方案及消费者运营服务

围绕品牌电商运营管理链路中的关键环节，公司自主研发并持续优化了一系列技术系统与运营工具。公司随着业务规模增长的同时保持对技术系统保持迭代升级，逐步形成信息技术系统开发能力与品牌电商运营管理结合的综合能力矩阵。公司技术能力主要在品牌电商运营中的价值在运营效率提升以及数据驱动业务两方面，首先是通过技术能力支持业务流程和运营工作的标准化。为此，公司围绕电商运营生态的关键环节，自主研发并持续优化了一系列信息系统和技术工具，协助品牌客户和公司团队实现更精细化的运营管理，提高工作效率。公司自主研发的技术系统包括支持商品管理的“青木小白”、智能化广告投放系统“青木啄木鸟”、订单管理 OMS 系统、消费者洞察和运营的“数据磨坊”等。在报告期内，公司在自身业务实践的基础上对上述系统进行集成整合，根据品牌客户的定制化需求提供技术解决方案服务，协助其搭建品牌电商运营所需的信息化管理体系。

报告期内，技术解决方案及消费者运营服务所合作的客户包括 OPPO、小米、迪卡侬、新百伦、山姆会员店等国内外知名企业。



报告期内，公司重点投入技术力量，进行了系统功能的强化和 AI 能力的升级，（1）小白产品线，依托青木小白系统结合 Figma 插件为基础的设计平台，提升图片处理、电商页面设计、装修等能力，进而提升运营和视觉协作效率；（2）啄木鸟系统，增加了渠道覆盖并拓展了投放模式，在预算管理及放量、计划监控与预警、人群与投放素材的 AI 优化推荐等方面进行迭代改善，进而提升了投放和消费者运营的效果和效率；（3）数据平台，完成 50+ 品牌自定义的品牌数据门户搭建以及抖音渠道的应用，实现数据智能化应用（包括飞书同步、数据预警等功能）；（4）完成 Jellycat 电商一体化解决方案、萨洛蒙私域运营、迪士尼飞猪/天猫双端打通、H&M 小单快返等业务。

### 3、主要会计数据和财务指标

#### （1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

元

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	1,864,601,663.80	1,729,098,415.20	7.84%	1,583,418,697.27
归属于上市公司股东的净资产	1,502,459,329.70	1,414,832,113.01	6.19%	1,418,997,095.18
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	1,414,839,269.63	1,153,155,310.05	22.69%	967,446,047.98
归属于上市公司股东的净利润	123,044,285.61	90,539,807.86	35.90%	52,082,963.94

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	108,975,966.86	78,089,168.50	39.55%	41,114,078.57
经营活动产生的现金流量净额	130,133,200.07	180,245,397.36	-27.80%	33,899,869.47
基本每股收益（元/股）	1.3297	0.9768	36.13%	0.5594
稀释每股收益（元/股）	1.3297	0.9768	36.13%	0.5594
加权平均净资产收益率	8.44%	6.37%	2.07%	3.70%

## (2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	274,480,916.28	393,598,913.59	352,661,716.06	394,097,723.70
归属于上市公司股东的净利润	10,015,932.27	41,641,115.57	27,959,760.45	43,427,477.32
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	8,506,053.15	40,021,050.60	26,150,660.48	34,298,202.63
经营活动产生的现金流量净额	-6,830,950.71	19,842,193.50	16,357,614.85	100,764,342.43

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是  否

## 4、股本及股东情况

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

单位：股

报告期末普通股股东总数	9,604	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	14,157	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）									
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		不适用	不适用	0
					股份状态	数量			
吕斌	境内自然人	20.94%	19,380,900	14,883,750	不适用				0
卢彬	境内自然人	14.98%	13,860,000	10,395,000	不适用				0
宁波允宜投资合伙企业	境内非国有法人	9.08%	8,400,000	0	不适用				0

业（有限合伙）						
孙建龙	境内自然人	5.37%	4,968,321	0	质押	2,820,000
基本养老保险基金一六零三二组合	境内非国有法人	4.32%	4,001,400	0	不适用	0
刘旭晖	境内自然人	2.72%	2,520,000	1,890,000	不适用	0
中国工商银行股份有限公司—华安媒体互联网混合型证券投资基金	境内非国有法人	1.52%	1,410,043	0	不适用	0
宁波前多越投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.52%	1,405,288	0	不适用	0
东台宜谦企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.06%	976,455	0	不适用	0
东台宜善企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.05%	971,988	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	本公司控股股东、实际控制人为吕斌和卢彬，吕斌和卢彬为本公司一致行动人。允宜合伙执行事务合伙人为吕斌。宜谦合伙执行事务合伙人为公司副总经理王平。除上述股东外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					

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

适用 不适用

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

适用 不适用

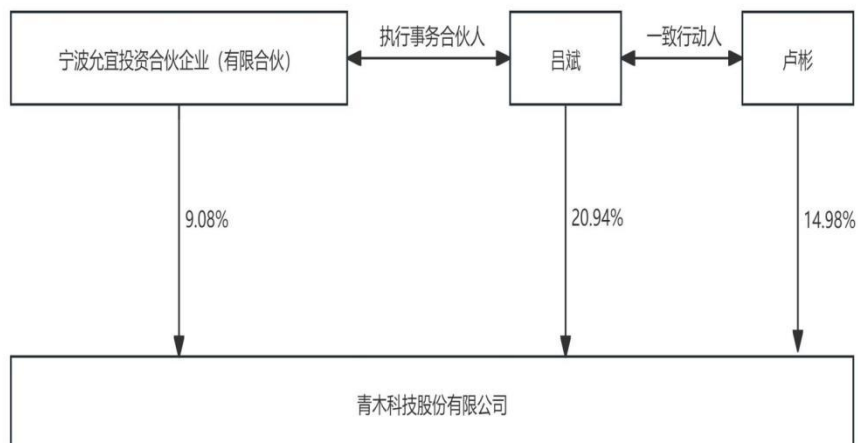
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

## （2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

无