

青木科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他：
参与单位名称及人员姓名	线上参与青木科技 2025 年度网上业绩说明会的投资者
时间	2026 年 5 月 12 日（星期二）下午 15:30-17:30
地点	“青木科技投资者关系”微信小程序
上市公司接待人员姓名	吕斌先生：董事长 卢彬先生：总经理 李克亚先生：副总经理、财务总监兼董事会秘书 王平先生：副总经理 韩慧博先生：独立董事 陈全先生：保荐代表人 王贤先生：保荐代表人
投资者关系活动主要内容介绍	投资者提出的问题及公司回复情况 公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复： 1、问：请问公司在行业竞争加剧下，如何稳定份额与利润率？ 答：尊敬的投资者，您好！公司会持续加强品牌电商运营链路各核心环节的综合能力，使公司整体运营管理和服务水平始终保持行业领先水准。电商代运营业务目前仍是公司业绩的基础。公司会在未来保持持续投入，布局更具影响力的头部品牌和高成长性的细分类目，并会持续提升公司电商直播业务的盈利能力，确保公司基本

盘稳健。品牌孵化业务作为公司的第二增长曲线，未来会倾斜更多资源，加大对该业务的支持和投入，引入更多优质品牌，为业绩增长注入势能。并且通过强化品牌建设、市场营销、销售渠道开拓、产品研发以及供应链管理的能力，提升品牌孵化业务的整体盈利水平。另外公司会加强 AI 等前沿技术的应用，对各项自研技术工具进行优化升级，完善产品功能性和商业化的能力，为业务侧进行更高价值的赋能。感谢您的提问，再次感谢您对公司的关注！

2、问：请问珂蔓朵、Zuccari 的用户复购与生命周期价值如何？

答：尊敬的投资者，您好！目前品牌孵化与管理业务主要由公司管理品牌 CUMLAUDE LAB（珂蔓朵）和 ZUCCARI（意卡莉）构成。公司的品牌孵化与管理业务自 2022 年至 2025 年间，分别实现 1.35 亿元、3.07 亿元和 4.75 亿元的营业收入，业绩增长显著。珂蔓朵品牌自 2022 年成立合资公司运营以来，通过持续的品牌投入，在消费者心中树立了较高端的形象，确立了其在进口女性私护品牌中的头部地位。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。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，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的增长。感谢您的提问，再次感谢您对公司的关注！

3、问：2025 年营收、净利双双高增，请问核心驱动逻辑是什么？2026 年业绩增长目标如何规划？

答：尊敬的投资者，您好！公司在 2025 年度实现营业收入约 14.15 亿元，同比增长 22.7%。实现归母净利润

1.23 亿元，同比增长 35.9%。在 2026 年第一季度，公司实现营业收入约 3.43 亿元，对比上一年度同期增长约 25.1%；实现归母净利润约 4212.1 万元，同比增速达到 320.5%，公司的整体盈利能力进一步提升。收入与盈利能力双双向好的背后，一方面得益于电商代运营等服务类业务新增项目的进入和原有项目的业绩增长，以及由此带来业务规模效应的提升，另一方面受益于品牌孵化与管理业务整体盈利水平逐渐提升。公司的电商代运营业务不承担商品采购成本，根据销售额计算服务费确认收入。近几年来公司电商代运营业务不断向好，合作品牌数量、业务体量都在不断攀升。由于成本主要系人力与管理费用，因此规模效应对于电商代运营业务盈利能力的提升较为明显。品牌孵化与管理业务方面，公司管理的部分品牌项目在 2024 年及 2025 年间实现了全年盈利，该业务的整体盈利水平呈逐年攀升趋势。未来随着代运营规模效应和品牌孵化与管理业务品牌影响力的提升，公司的整体盈利能力有望进一步增强。在 2026 年度，公司会保持电商代运营业务的稳定发展，延展与头部品牌和高增长潜力细分类目的业务机会，继续加强电商直播业务的运营管理水平，提高盈利能力，确保公司基本盘业务的稳定。品牌孵化与管理业务方面，公司会倾斜更多资源，延续第二业绩增长曲线的增长势头。感谢您的提问，再次感谢您对公司的关注！

4、问：直播基地、仓储物流配套落地后，在降本增效、履约效率上带来哪些实质提升？

答：尊敬的投资者，您好！2025 年间，公司在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，可容纳储存量

可超过 1,500 万件货品。青丰科技园依托江浙沪“包邮区”的核心优势，可以做到整合多方资源，优化仓储入库、分拣以及发货等多个环节的运营管理效率，为公司电商代运营和品牌孵化与管理业务的长期发展提供了坚实基础。直播间建设方面，公司近年来持续优化电商直播的运营管理团队，截至 2025 年末公司总有直播间数量超过 75 个，全职直播业务的运营管理人员超过 450 人。公司全资子公司“旺兔柏”是抖音电商认证的首批 DP 品牌服务商之一，在报告期内获得了“2025 年抖音电商钻石服务商”这一认证。公司电商直播的业务规模以及整体盈利能力在 2025 年和 2026 年一季度得到了显著提升！再次感谢您对公司的关注！

5、问：宠物食品赛道布局进度如何，2026 年能否形成规模收入，盈利预期怎么看？

答：尊敬的投资者，您好！公司是宠物食品希尔斯（Hill's）在中国地区的品牌总代理。2025 年间该品牌在中国地区的营收和利润已有一定规模，2026 年第一季度增速明显，后续公司将继续拓展其他宠物食品及健康相关产品，稳步推进业务发展节奏。未来随着业务体量的逐步扩大，盈利水平有望得到逐步提升。感谢您对公司的关注。

6、问：公司负债率处于低位，未来有无并购扩张、新建产能等资本运作及开支计划？

答：尊敬的投资者，您好！公司已成立战略投资部，会持续围绕公司主营业务进行一些潜在投资或并购项目的考察和评估工作。未来如有相关并购事项，将根据证监会及交易所的相关规则进行信息披露。再次感谢您对公司的关注！

7、问：美护私护赛道竞争加剧，公司品牌孵化的核心壁垒和差异化竞争优势体现在哪？

答：敬的投资者，您好！公司品牌孵化与管理业务在2025年度实现营业收入约4.75亿元，取得了较为出色的业绩增长。品牌孵化与管理业务的快速发展受益于公司多年来通过品牌电商代运营业务积累的线上运营和品牌操盘管理经验。公司对于电商平台的规则打法、品牌调性打造以及线上生意的成长路径逐步形成了独特的认知和方法论。未来在品牌孵化与管理业务的发展方面，公司会重点布局的是健康消费品这一板块，通过代理、合资、投资、并购以及新设自有品牌等多种方式落地更多优质品牌项目，为品牌孵化业务持续注入增长势能。再次感谢您对公司的关注！

8、问：抖音、小红书等平台流量格局变化，公司如何控制获客成本、做好全域流量运营？

答：尊敬的投资者，您好！公司具备覆盖品牌电商全链路的综合运营管理能力。其综合性主要体现在公司业务体系覆盖了终端消费者在电商消费过程中所能触及的多个关键环节，例如商品规划、人群运营、线上投放管理、客服管理、仓储物流服务、短视频与电商直播运营等多个方面。当前公司的电商代运营业务覆盖了天猫、抖音、京东、小红书、微信小店、小程序、唯品会等多家电商平台。同时，公司自研的智能投流工具“青木啄木鸟”与多个线上平台接口打通，结合公司多年的品牌运营经验和AI新技术的应用，能够有效提升品牌的线上投放效率，提升销售转化水平。再次感谢您对公司的关注！

9、问：代运营业务客户集中度情况如何，后续拓展新类目、分散客户结构有何安排？

答：尊敬的投资者，您好！公司代运营业务主要涉及鞋服、箱包、潮玩、珠宝配饰以及保健品等多个类目。当前公司代运营客户结构相对分散。未来公司会继续保持

稳定的业务扩展节奏，降低代运营业务对单一客户的依赖程度。近年来公司代运营业务收入稳定增长，品牌合作数量、品类以及平台渠道方面都在持续拓宽。2025年间，公司的电商代运营业务成功拓展了包括像 Doctor's Best、可隆、比音勒芬、周大生、Jack Wolfskin 狼爪等众多颇具影响力的头部品牌。公司会巩固好自身在大服饰领域的竞争优势，未来在大服饰领域拓展更多有影响力的头部品牌，布局高成长性的细分类目。此外，会保持向其他类目，例如潮玩、珠宝配饰、保健品等赛道的业务延展，为电商代运营业务持续注入新的业绩增量。感谢您的提问，再次感谢您对公司的关注！

10、问：一季度业绩延续增长态势，增长能否持续？公司未来三年整体战略与资源倾斜方向是什么？

答：尊敬的投资者，您好！公司 2026 年一季度实现营业收入约 3.43 亿元，对比上一年度同期增长约 25.1%；归母净利润为 4212.1 万元，同比增速达到 320.5%，整体的盈利能力显著提升。公司盈利能力提升的背后，一方面得益于电商代运营等服务类业务的溢价能力和业务规模效应的持续攀升，另一方面受益于品牌孵化与管理业务整体盈利水平逐渐向好。未来公司会继续加强在电商代运营业务领域的优势，持续提升公司的运营管理水平 and 整体盈利能力，另一方面会加大对品牌孵化与管理业务的投入，发展公司业务的第二增长曲线。再次感谢您对公司的关注！

11、问：电商代运营业务稳步增长，直播电商与多平台布局进展，2026 年客户拓展有何目标？

答：尊敬的投资者，您好！近几年来公司的电商代运营业务不断向好，2023 年至 2025 年期间分别实现营业收入 4.87 亿元、5.65 亿元和 6.35 亿元，收入增速连续两年保持双位数水平。公司的全资子公司“旺兔柏”是

抖音电商认证的首批 DP 品牌服务商之一，2025 年间获得了“2025 年抖音电商钻石服务商”这一认证。公司电商直播的业务规模及整体盈利能力在 2025 年和 2026 年一季度得到了显著提升！公司会持续加强电商运营链路各核心环节的综合能力，确保公司整体的运营管理和服务水平始终保持行业领先水准。会继续优化电商直播业务的运营管理水平，进一步提升盈利能力，确保公司基本盘业务发展的可持续性。再次感谢您对公司的关注！

12、问：去年销售费用大幅增加，主要投入方向是什么，后续有无控费优化、降低费用率举措？

答：尊敬的投资者，您好！2025 年度销售费用增加主要是由于市场推广费用和平台费用的增加，该类销售费用的投入主要是用于品牌孵化与管理业务以及经销代理业务，费用增长比例与业务增长比例相当。公司一方面积极管制市场推广费用的比例，另一方面借助公司自研智能投流系统“青木啄木鸟”等技术工具，优化线上投放效率。目前品牌孵化与管理业务仍处于快速增长阶段，未来随着规模效应和品牌影响力的显现，销售费用的占比有望进一步降低，提升公司的整体盈利水平。再次感谢您对公司的关注！

13、问：传统电商代运营 2025 年收入 6.34 亿(+12.27%)，增速慢于整体，是否受平台流量分流、品牌方自建运营影响？后续增长规划？

答：尊敬的投资者，您好！近几年来，公司代运营业务延续持续稳定增长势头，2023 年至 2025 年期间分别实现营业收入 4.87 亿元、5.65 亿元和 6.35 亿元，收入连续两年保持双位数增长。公司的电商代运营业务通常不承担商品采购成本，根据销售额计算的佣金和服务费确认收入。目前公司的合作品牌相对稳定。再次感谢您

对公司的关注！

14、问：公司核心合作品牌有哪些？头部品牌续约稳定性、合作年限、佣金/分成模式是否有变化？

答：尊敬的投资者，您好！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。公司通常与合作客户签署长期合同，合同期内代运营服务费水平基本保持稳定。再次感谢您对公司的关注！

15、问：天猫、京东流量见顶，抖音、拼多多冲击，公司在传统货架电商的竞争壁垒、客户留存策略是什么？

答：尊敬的投资者，您好！当前公司电商代运营业务覆盖了天猫、抖音、京东、小红书、微信小店、小程序、唯品会等多家电商平台。报告期内，公司再次蝉联获得了“天猫六星服务商”这一认证。公司提供抖音直播运营服务的全资子公司旺兔柏在 2025 年间获得了“抖音电商钻石服务商”这一认证。公司通常与客户签署长期合作合同，品牌合作相对稳定。再次感谢您对公司的关注！

16、问：经营现金流有所下滑，背后原因是什么，2026 年将如何改善回款、稳固现金流水平？

答：尊敬的投资者，您好！报告期内，经营活动产生的现金流量净额同比减少的主要原因系电商代运营服务费跨期回款变动影响。由于电商代运营业务有较强的季

节性，在年底大促期间产生的服务费通常较容易发生跨期结算，进而导致经营活动产生的现金流量产生波动。公司将持续与主要客户保持良性互动，积极开展应收账款的回收工作，以稳定公司的现金流水平。感谢您的提问，再次感谢您对公司的关注！

17、问：境外收购标的股权争议进展何时落地，预计何时并表、对 2026 年业绩有多大贡献？

答：尊敬的投资者，您好！公司于 2025 年 11 月 20 日召开的第三届董事会第十三次会议审议通过了由公司的子公司青木新加坡与 Norsund Gruppen AS、YunlinZHAN 签署《股份购买及认购协议》及相关协议的事项，计划收购挪威 Vitalis 公司的股权。待交易完成后，青木新加坡将持有 Vitalis 公司超过 65% 的股权，成为其控股股东。出于对广大投资者利益保护的考虑，公司于 2026 年 4 月 26 日自愿披露了《关于全资子公司购买股权进展的公告》，公告中披露了关于标的公司 Vitalis 涉及到的诉讼争议等事项。若相关争议不能妥善解决，可能影响交割条件的最终完成。考虑到本次交易存在不确定性，敬请广大投资者注意投资风险。截至目前，公司仍在积极推进 Vitalis 收购项目的交割工作。再次感谢您对公司的关注！

18、问：品牌孵化业务高增高毛利，核心品牌后续放量节奏、新品迭代及市占率提升计划？

答：尊敬的投资者，您好！公司品牌孵化与管理业务当前主要合作管理的是国际品牌。公司与品牌方就中国区域的市场发展、产品上新以及节日促销等相关安排保持密切互动，并根据双方确定的节奏推出新品计划，开展市场营销活动等。再次感谢您对公司的关注！

19、问：AI 在电商运营、品牌营销落地应用情况，2026 年 AI 赋能业务还有哪些重点布局？

	<p>答：尊敬的投资者，您好！公司围绕品牌电商运营管理的关键环节，自研了一系列技术工具，并跟随公司业务增长节奏保持对各项技术系统的迭代和升级。这一特点，使公司具备了品牌电商运营管理与技术能力相融合的综合能力矩阵。公司自主研发的技术系统包括商品管理系统“青木小白”、智能广告投放系统“青木啄木鸟”、订单管理 OMS 系统、消费者运营中台“数据磨坊”以及自研智能客服助手等技术工具。在 2025 年内，公司加大了 AI 等新技术的应用，对各项自研技术工具进行升级，使其更具智能化和更高效。并且不断完善产品的功能性和商业化能力。公司技术解决方案及消费者运营业务在 2025 年报告期内实现了约 7525.3 万元的营业收入，同比增速达到 14.3%。感谢您的提问，再次感谢您对公司的关注！</p> <p>20、问：公司实施高分红高转增，未来是否会延续稳健分红政策，长期股东回报如何规划？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好！公司自上市以来积极响应资本市场呼声，过去几年间连续通过现金分红回馈广大投资者朋友们对公司的信任和支持，具体包括 2022 年度、2023 年度、2024 年度中期，以及 2024 年度现金分红，合计派发现金股利超过 1.5 亿元。未来公司会通过实际行动和业绩结果来回报广大投资者对公司的关心、支持和信任！感谢您的提问，再次感谢您对公司的关注！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 5 月 12 日