

宁波创源文化发展股份有限公司

证券代码:300703 证券简称:创源股份 公告编号:2026-020

2025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。
 董事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容摘要
陈刚	董事长	陈刚先生因被有关监察机关留置暂时无法履行职责,未如期报告,知悉年报内容,请投资者特别关注。

除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议
 未亲自出席董事姓名 未亲自出席董事职务 未亲自出席会议原因 被委托人姓名

姓名	职务	是否出席
陈刚	董事长	否

尤尼康普信会计师事务所(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176721840股为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.8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0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、公司简介
 1.公司简介

股票简称	股票代码	上市交易所
创源股份	300703	深圳证券交易所

姓名	姓名	姓名	姓名
陈刚	吴越	陈刚	吴越

2.报告期主要业务或产品简介
 一、公司主要业务及产品情况
 公司集研发设计、生产、销售全套供应链为一体,专注于文化创意与运动健康两大产业,通过宁波、安徽、越南三大生产基地及普特非、禾源纺织两大子公司的协同布局,致力于为全球消费者提供多样化、创新化的产品与服务。

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
适用 不适用

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

1、宁波创源文化发展股份有限公司(以下简称“公司”)于2025年1月21日召开第九届董事会第五次会议审议通过《关于向全资子公司增资及其对外投资设立子公司的议案》,拟向全资子公司 CRE8 DIRECT(SINGAPORE) PTE.LTD.(以下简称“新加坡创源”)增资1,800万美元,并拟通过全资子公司新加坡创源出资800万美元在越南投资设立全资子公司,以增资700万美元在柬埔寨投资设立全资子公司。此外,全资子公司新加坡创源拟在适当时机以增资或合作方式投资在境外投资设立其他经营主体,开展主营业务相关经营活动,投资金额不超过300万美元,具体投资方案尚未确定。详见公司于2025年1月22日披露的《关于向全资子公司增资及其对外投资设立子公司的公告》(公告编号:2025-004)。

2025年9月,越南子公司的设立已经相关行政主管部门审核并注册完成,详见公司于2025年9月12日披露的《关于全资子公司对外投资设立子公司的进展公告》(公告编号:2025-039)。

2、公司于2025年8月25日、2025年9月12日分别召开了第四届董事会第七次会议和2025年第一次临时股东大会,审议通过了《关于与专业投资机构合作投资设立基金暨关联交易的议案》,为更好地借助专业投资机构的市场洞察能力和项目覆盖能力,发掘优质项目资源,实现资源共享、互利共赢,进一步深化产业及资本的深度融合,公司拟作为有限合伙人使用自有资金5,000万元与深圳前海黑蚁创业投资基金合伙企业(有限合伙)(以下简称“黑蚁资本”)、公司关联人宁波文旅旅集团合作参与投资设立宁波黑蚁四号股权投资基金合伙企业(有限合伙)(以下简称“黑蚁资本”基金)。本基金目标规模5亿元人民币,出资占比比例预计为10%,不超过50%。详见公司于2025年8月27日披露的《关于与专业投资机构合作投资设立基金暨关联交易的进展公告》(公告编号:2025-037)。

2025年10月24日,公司与厦门迈代鸿企业管理合伙企业(有限合伙)、厦门迈代鸿企业管理合伙企业(有限合伙)签订了宁波迈代鸿企业管理合伙企业(有限合伙)合作协议,投资人民币5,000万元。详见公司于2025年10月25日披露的《关于与专业投资机构合作投资设立基金暨关联交易的进展公告》(公告编号:2025-049)。

宁波黑蚁四号股权投资基金合伙企业(有限合伙)已根据《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》等法律法规的要求,在中国证券投资基金业协会完成私募投资基金备案手续,并取得《私募投资基金备案证明》。详见公司于2026年2月3日披露的《关于与专业投资机构合作投资设立基金暨关联交易的进展公告》(公告编号:2026-009)。

3、公司于2025年9月11日召开第九届董事会第八次会议,审议通过了《关于以集中竞价交易方式回购公司股份的议案》,同意公司使用自有资金和自筹资金通过集中竞价交易方式回购公司股份,并在未来适宜时机用于股权激励计划或员工持股计划,截至2025年10月27日,公司通过回购专用证券账户以集中竞价方式累计回购股份数量为3,670,000股,占公司总股本的2.02%,成交的最高价格为27.84元/股,成交的最低价格为31.88元/股,支付的总金额为人民币11,026,256.10元(不含交易费用)。至此,公司本次回购方案已实施完毕,实际回购时间区间为2025年10月9日至2025年10月27日。

运动健康产业以子公司普特非作为主营业务,普特非多年来一直致力于为全球家庭提供完整个人健身解决方案,通过亚马逊平台与自有网站渠道深耕家用健身产品,聚焦RITFIT、Kangaroo Hoppers等自主品牌建设,产品矩阵涵盖力量训练器材、儿童操课设备等居家健身产品。普特非重视研发投入体系建设,积累了丰富的技术、经验和人才优势,围绕“营销+品牌+打造爆款+极致体验成品牌”战略,在爆款产品打造和品牌价值塑造方面形成独特竞争优势,以极致用户体验构建品牌护城河。报告期内,普特非业务实现跨越式增长,营收增速达53.09%,彰显强劲发展动能。通过部署飞书协同工具优化内外部管理流程,构建敏捷化运营体系,并将OKR管理机制深度融入战略解码与执行闭环,提升组织效能,为业务高速增长提供

有力支撑,2025年启动美国线下体验店运营,开启“线上线下一体化”发展新阶段,进一步拓宽品牌全球化发展路径。

二、主要经营模式
 1.研发模式
 公司坚持以研发创新为核心驱动力,全面构建“前瞻研究、敏捷设计、技术融合、全球协同”的研发体系。2025年,公司正式成立产品研发院,整合平面设计、结构工程、智能工程等多领域专家人才,通过系统化研发管理与项目孵化机制,持续提升产品创新与迭代转化能力,为各业务板块提供具备市场竞争力的产品解决方案。

2.采购模式
 公司建立了完善的采购流程,分别为供应商开发流程、采购执行流程及供应商评估流程。公司完善SRM系统与SAP系统对接,可实现集团化采购管控,供应商基础资料规范,在系统中建立供应商评估模型,实时对供应商总体评价,确定主要供应商及供货方案,采购订单流程高效协同,完善合同制作及发票校验管理,核价、打样、送货管理、验收入库、付款等全流程打通,快捷高效,阳光采购。

3.生产模式
 公司生产的大部分产品是为客定制、产品高度定制化、“按单生产、匠心定制”,产品灵活多变且不失去规模化、迭代速度快;公司产品在生产非标准化、结构复杂的特点下,宁波与安徽生产基地可实现左右打样试制,越南公司已组建多条产线,便查、易贴册,卡片生产,快速响应在线接单。外销渠道上,公司主要采用按单生产的模式,为了保证产品质量,提高生产效率,公司完善MES实施智能制造自动化系统与PMC生产及物料控制体系,升级生产的生产计划与生产的控制控制,加强跟踪物料计划、订购、调度等物料控制体系,整合工艺路线,为公司量身定制订单流程,要求销售、生产、设计、采购、研发、品质等各部门必须紧密配合起来,实现集团内部的产管管控,实行规范的现代化生产管理体系。

4.销售模式
 公司产品销售以海外市场为主,同时不断开拓国内市场。国际市场线下销售渠道:公司产品主要包括轻奢用品与品牌商,公司在营销过程中采取聚焦大客户战略,重点针对各区域内行业排名靠前的客户进行定向开发,由公司业务员团队组建项目组进行开发及维护,并根据客户的需求进行定向产品开发;公司同时向客户推荐公司开发的产品,同时建立长期稳定的合作关系,根据客户的实际需求情况,公司制定相应的客户服务计划,满足客户的个性化需求。

此外,营销部门会制定客户拓展计划,销售人员定期对客户进行走访,对市场进行调研,根据客户需求,向客户提供个性化的产品或服务方案,协助客户定向开发,并通过展会宣传、参与项目竞标等方式获取合作机会,利用信息化工具以电话、邮件、视频、网络等方式与客户和终端保持紧密联络,并积极参加国内外各大展会,力争以不同的方式多方位呈现公司产品。

国际市场线上销售渠道:公司客户主要来自轻奢用品与品牌商,公司在营销过程中采取聚焦大客户战略,重点针对各区域内行业排名靠前的客户进行定向开发,由公司业务员团队组建项目组进行开发及维护,并根据客户的需求进行定向产品开发;公司同时向客户推荐公司开发的产品,同时建立长期稳定的合作关系,根据客户的实际需求情况,公司制定相应的客户服务计划,满足客户的个性化需求。

此外,营销部门会制定客户拓展计划,销售人员定期对客户进行走访,对市场进行调研,根据客户需求,向客户提供个性化的产品或服务方案,协助客户定向开发,并通过展会宣传、参与项目竞标等方式获取合作机会,利用信息化工具以电话、邮件、视频、网络等方式与客户和终端保持紧密联络,并积极参加国内外各大展会,力争以不同的方式多方位呈现公司产品。

国际市场营销体系:在线上渠道,组建专业团队负责线上开发,在拓展平台开发的过程中,已与京东达成战略合作,同时全面入驻天猫、抖音等主流电商平台,并积极挖掘新兴电商合作资源,在线下渠道,参与各大书店、精品店等连锁系统建立稳定合作,进行产品推广与品牌维护,并通过直播等方式与消费者推广自主品牌,多元化发展零售渠道。

三、电子商务经营情况

项目	2025年末	2024年末	本年比上年增减	2023年末
总资产	2,038,483,859.39	1,900,288,938.78	7.12%	1,489,893,652.07
归属于上市公司股东的所有者权益	796,779,686.73	888,133,668.90	-10.60%	812,943,676.24

项目	2025年	2024年	本年比上年增减	2023年
营业收入	2,144,666,374.22	1,939,388,003.74	10.55%	1,358,782,668.64
归属于上市公司股东的净利润	67,532,838.86	107,932,773.91	-43.87%	76,740,544.51

项目	2025年	2024年	本年比上年增减	2023年
经营活动产生的现金流量净额	183,977,399.45	148,031,445.66	24.28%	199,335,391.22
基本每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
加权平均净资产收益率	6.59%	12.68%	-46.99%	9.83%

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	454,561,448.61	541,851,477.38	605,207,649.04	542,565,799.12
归属于上市公司股东的净利润	67,532,838.86	29,877,469.58	268,507,859.23	-18,022,473.16

项目	2025年	2024年	本年比上年增减	2023年
经营活动产生的现金流量净额	183,977,399.45	148,031,445.66	24.28%	199,335,391.22
基本每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
加权平均净资产收益率	6.59%	12.68%	-46.99%	9.83%

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	454,561,448.61	541,851,477.38	605,207,649.04	542,565,799.12
归属于上市公司股东的净利润	67,532,838.86	29,877,469.58	268,507,859.23	-18,022,473.16
经营活动产生的现金流量净额	183,977,399.45	148,031,445.66	24.28%	199,335,391.22
基本每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
加权平均净资产收益率	6.59%	12.68%	-46.99%	9.83%

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	454,561,448.61	541,851,477.38	605,207,649.04	542,565,799.12
归属于上市公司股东的净利润	67,532,838.86	29,877,469.58	268,507,859.23	-18,022,473.16
经营活动产生的现金流量净额	183,977,399.45	148,031,445.66	24.28%	199,335,391.22
基本每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
加权平均净资产收益率	6.59%	12.68%	-46.99%	9.83%

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	454,561,448.61	541,851,477.38	605,207,649.04	542,565,799.12
归属于上市公司股东的净利润	67,532,838.86	29,877,469.58	268,507,859.23	-18,022,473.16
经营活动产生的现金流量净额	183,977,399.45	148,031,445.66	24.28%	199,335,391.22
基本每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
加权平均净资产收益率	6.59%	12.68%	-46.99%	9.83%

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	454,561,448.61	541,851,477.38	605,207,649.04	542,565,799.12
归属于上市公司股东的净利润	67,532,838.86	29,877,469.58	268,507,859.23	-18,022,473.16
经营活动产生的现金流量净额	183,977,399.45	148,031,445.66	24.28%	199,335,391.22
基本每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
加权平均净资产收益率	6.59%	12.68%	-46.99%	9.83%

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	454,561,448.61	541,851,477.38	605,207,649.04	542,565,799.12
归属于上市公司股东的净利润	67,532,838.86	29,877,469.58	268,507,859.23	-18,022,473.16
经营活动产生的现金流量净额	183,977,399.45	148,031,445.66	24.28%	199,335,391.22
基本每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
加权平均净资产收益率	6.59%	12.68%	-46.99%	9.83%

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	454,561,448.61	541,851,477.38	605,207,649.04	542,565,799.12
归属于上市公司股东的净利润	67,532,838.86	29,877,469.58	268,507,859.23	-18,022,473.16
经营活动产生的现金流量净额	183,977,399.45	148,031,445.66	24.28%	199,335,391.22
基本每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
加权平均净资产收益率	6.59%	12.68%	-46.99%	9.83%

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	454,561,448.61	541,851,477.38	605,207,649.04	542,565,799.12
归属于上市公司股东的净利润	67,532,838.86	29,877,469.58	268,507,859.23	-18,022,473.16
经营活动产生的现金流量净额	183,977,399.45	148,031,445.66	24.28%	199,335,391.22
基本每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
加权平均净资产收益率	6.59%	12.68%	-46.99%	9.83%

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	454,561,448.61	541,851,477.38	605,207,649.04	542,565,799.12
归属于上市公司股东的净利润	67,532,838.86	29,877,469.58	268,507,859.23	-18,022,473.16
经营活动产生的现金流量净额	183,977,399.45	148,031,445.66	24.28%	199,335,391.22
基本每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
加权平均净资产收益率	6.59%	12.68%	-46.99%	9.83%

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	454,561,448.61	541,851,477.38	605,207,649.04	542,565,799.12
归属于上市公司股东的净利润	67,532,838.86	29,877,469.58	268,507,859.23	-18,022,473.16
经营活动产生的现金流量净额	183,977,399.45	148,031,445.66	24.28%	199,335,391.22
基本每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
加权平均净资产收益率	6.59%	12.68%	-46.99%	9.83%

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	454,561,448.61	541,851,477.38	605,207,649.04	542,565,799.12
归属于上市公司股东的净利润	67,532,838.86	29,877,469.58	268,507,859.23	-18,022,473.16
经营活动产生的现金流量净额	183,977,399.45	148,031,445.66	24.28%	199,335,391.22
基本每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
加权平均净资产收益率	6.59%	12.68%	-46.99%	9.83%

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	454,561,448.61	541,851,477.38	605,207,649.04	542,565,799.12
归属于上市公司股东的净利润	67,532,838.86	29,877,469.58	268,507,859.23	-18,022,473.16
经营活动产生的现金流量净额	183,977,399.45	148,031,445.66	24.28%	199,335,391.22
基本每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
加权平均净资产收益率	6.59%	12.68%	-46.99%	9.83%

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	454,561,448.61	541,851,477.38	605,207,649.04	542,565,799.12
归属于上市公司股东的净利润	67,532,838.86	29,877,469.58	268,507,859.23	-18,022,473.16
经营活动产生的现金流量净额	183,977,399.45	148,031,445.66	24.28%	199,335,391.22
基本每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
稀释每股收益(元/股)	0.34	0.6	-43.33%	0.42
加权平均净资产收益率	6.59%	12.68%	-46.99%	9.83%

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	454,561,448.61	541,851,477.38	6	