

证券代码：300703

证券简称：创源股份

公告编号：2026-020

宁波创源文化发展股份有限公司 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。

董事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
陈刚	董事长	陈刚先生因被有关监察机关留置暂时无法正常履职

董事、高级管理人员异议声明的风险提示：

董事长陈刚先生因被有关监察机关留置，暂时无法正常履职，未知悉年报内容，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
陈刚	董事长	被留置	无

尤尼泰振青会计师事务所（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、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	创源股份	股票代码	300703
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	创源文化		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	赵雅	吴熙	
办公地址	浙江省宁波市北仑区大碶人民北路 688 号 1 幢 A 座	浙江省宁波市北仑区大碶人民北路 688 号 1 幢 A 座	
传真	0574-86188189	0574-86188189	
电话	0574-86188111	0574-86188111	

电子信箱	cre8@cre8direct.net	cre8@cre8direct.net
------	---------------------	---------------------

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睿特菲、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。

公司秉持匠心筑牢产品基石，以品牌战略引领增长突破。通过加速数字化转型，我们致力构建“线上精准触达与线下沉浸体验”深度融合的消费新场景。始终坚持以质取胜，不断提升品牌影响力与核心竞争力，旨在为消费者创造持久的长期价值。

文化创意产业始终以消费者需求为研发核心驱动，持续投入高占比研发资金，聚焦产品设计复杂、柔性生产要求高的细分赛道，构建起“非标个性化定制+敏捷迭代开发+柔性制造交付”的复合型竞争优势。公司以客户价值创造为支点，为品牌商、零售商提供深度定制化设计服务，持续输出具有创意附加值的中高端文教用品、手工益智、IP 文创、生活家居，覆盖全球市场。

国际文创板块聚焦核心客户战略，建立国际化供应体系，已形成“国内双基地+东南亚产能”的供应链布局，宁波、安徽基地发挥研产销一体化效能，越南生产基地充分发挥区域贸易协定的政策优势，增强跨境交付能力，同步提升欧美等战略市场的服务响应效率。报告期内，公司重点推进越南生产基地的产能扩充。截至报告期末，越南创源实现营业收入 5.28 亿元，较 2024 年增长 58.19%，成为板块增长的重要动力。2025 年，公司通过子公司新加坡创源强化东南亚战略支点功能，计划追加投资 1,800 万美元，用于支持该区域生产体系的建设与多元化产能协同。为进一步贴近终端市场，公司于 2025 年设立澳洲办事处、英国设计工作室，契合欧洲、澳洲市场对在地化设计与快速响应的需求，并在海外设立采购办事处，以应对关税政策与供应链在地化需求，初步构建“在地化设计+全球供应+全球销售”的格局。

2025 年，公司成立国内文创事业部，在运营欧美存量市场的同时将更加聚焦国内市场，深化战略布局。国内文创板块依托自主研发与创新设计优势，融合 IP 资源的文化势能，捕捉本土消费趋势，在保持创意价值输出的同时，着力构建高效市场响应体系与多元化产品矩阵，打造“IP+科技”的创源产品，强化自有品牌与国内市场的共鸣。

报告期内，国内文创重点布局 IP 文创、祈福文创及智能玩具三大业务板块。在 IP 文创板块，公司已与天络行、酷乐潮玩等业内优质伙伴达成战略合作，共同发挥 IP 运营、产品创新与渠道拓展能力，持续培育国内潮流消费市场。智能玩具业务已成立独立运营实体，首轮产品经小范围市场测试验证后，正持续进行迭代优化与技术升级，强化智能交互体验。祈福文创业务则聚焦传统文化场景化开发，已与五台山、杭州北高峰、峨眉山等知名文化地标建立合作，并积极拓展更多合作伙伴，逐步构建涵盖多元文化 IP 的产品矩阵。公司以“IP+科技”双轮驱动，不断增强在国内文创市场的渗透力与品牌影响力，积极开启“国际国内双循环”的全新发展格局。

运动健康产业以子公司睿特菲作为主营平台，睿特菲多年来一直致力于为全球家庭提供完美个人健身房而努力，通过亚马逊平台与自有官网双渠道深耕家用健身市场，聚焦 RITFIT、Kangaroo Hoppers 等自主品牌建设，产品矩阵涵盖力量训练器材、儿童体操设备等居家健身产品。睿特菲重视研发体系建设，积累了丰富的技术、经验和人才优势，坚持围绕“品销一体打造爆款，极致体验成就品牌”的战略，在爆款产品打造和品牌价值塑造方面形成独特竞争优势，以极致用户体验构筑品牌护城河。报告期内，睿特菲业务实现跨越式增长，营收增速达 53.09%，彰显强劲发展动能。通过部署飞书等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究院，整合平面设计、结构工程、智能工程等多领域专业人才，通过系统化的研发管理与项目孵化机制，持续提升产品创新与设计转化能力，为各业务板块提供具备市场竞争力的产品解决方案。

为深化技术应用与创新效率，公司积极建设 AIGC 技术平台，持续优化算法模型，赋能设计流程数字化、智能化，支持海量、个性化产品创新，并于 2025 年被列入浙江省人工智能赋能制造业典型案例、宁波国资国企系统科技创新与数字化转型十佳案例。在团队布局上，公司着力打造国际化与本土化相结合的设计力量，已在国内建设国家级研发中心，并于美国设立创意设计中心，同步在杭州设立智能玩具专项研发中心，聚焦前沿领域进行技术攻关与产品预研。

在产品开发方面，文化创意产业不断优化研发设计能力以及积极建立产品标准化体系，主动对产品进行不断的迭代升级与破旧立新的研发，依托国内外研发网络，把握国内外市场的客户需求和产品趋势，进行主题化、系列化的产品研发；运动健康产业则通过市场调研确定产品方向及系列，由专业设计师及工艺师参与产品设计及数值模拟分析，量产前产品已经过多次打样试样及严格的性能测试。子公司睿特菲组建高素质研发团队，完善研发流程，紧跟市场行业发展方向、紧追用户健身需求，不断提高公司产品的竞争力与研发力，在销产品满足欧美等国的安全和环保标准，且通过 BSCI 和 ISO 体系认证以及 TÜV、BV、Intertek 等机构检测验证并获得合格证书。

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估，确定主要供应商及供货方案，采购订单流程高效移动协同，完善合同制作及发票校验透明管理，核价、打样、送货管理、验货入库、付款等全流程打通，快捷高效，阳光采购。

公司根据需求增加国内采购资源与东南亚采购职能在全球范围内寻找新的供应商，确保公司合作的供应商持续改善，并满足公司采购需求。公司通过展会、网络、同行业介绍、杂志等多种渠道信息收集潜在供应商信息，当采购需求发生时，搜索潜在的供应商资料库，并根据公司《供应商评鉴管理程序》对供应商进行评鉴，确定合格供应商范围。合格供应商确定后，由所需部门提出采购申请，采购部要求合格供应商比价，根据质量、价格、交期、供应商资质等因素确定最终接单单位，下达采购单，执行采购业务，同时采购资源部门在整个供应链采购执行过程中提供支持，确保集中、合理、公正、高效进行。

3、生产模式

公司生产的大部分产品是为客户定制。产品高度定制化，“接单生产，匠心定制”，产品灵活多变并且不失柔性规模化；迭代速度快，公司在产品非标准化、结构复杂的特点下，宁波与安徽生产基地可实现十天左右打样试制。越南公司已组建多条本册、便签、剪贴册、卡片生产线，快速响应在线接单。外销类订单，公司主要采用接单生产的模式。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 生产及物料控制系统，升级生产的计划与生产的进度控制，加强跟踪物料计划、请购、调度等物料控制模式，整合工艺路线，为公司量身定制工单流程，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，实现集团内部的生产管控，实行规范的现代化生产管理体系。

4、销售模式

公司产品销售以国外市场为主，同时不断开拓国内市场。

国际市场线下销售模式：公司客户主要包括零售商与品牌商，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，由公司业务团队组建项目组进行开发和维护，并根据客户的需求进行定向产品开发设计。公司同时向客户推荐公司开发的产品，同客户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，向客户提供公司优质产品或者协助客人定向开发，并通过展会宣传，参与项目竞标等模式获取合作机会，利用信息系统以电话、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。

国际市场销售也积极拓展跨境电商模式：睿特菲及其子公司主营运动健身用品，执行以亚马逊销售为主，官网销售为辅的战略方针。睿特菲在亚马逊销售为主导的前提下（美国亚马逊店铺“RITFIT LLC”、欧洲亚马逊店铺“RITFIT”、日本亚马逊店铺“RitFit”），加大了对官网（www.ritfitsports.com）建设投入，报告期内睿特菲官网销售占其营业收入比约为 38.90%，积极发展自己的科技研发团队，积累了丰富的技术、经验、人才和市场优势。美国智源拥有亚马逊店铺

“Zeal Concept Inc”，旗下拥有子品牌“PAPERAGE”“Elyn”，主营亚马逊平台的时尚文具类、生活居家类产品，以简约设计及优异质量获得消费者一众好评。

国内市场销售模式：主要依靠区域供应链优势发展自有品牌，在渠道开发上打造线上线下复合立体的渠道体系。在线上渠道，组建专业电商团队，在拓展平台电商的过程中，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，与全国各大书店、精品店等连锁系统建立稳定合作，进行产品铺货与品牌展示，并通过积极参与行业展会推广自主品牌，多元化发展零售渠道。

三、电子商务经营情况

1、子公司睿特菲主营家庭运动健身用品，包含哑铃凳、龙门架、负重器械及蹦床等，其中倒蹬机产品、龙门架套装产品在亚马逊单品类排名第一。睿特菲业务模式主要是利用外部供应商供应链供货生产，运输至海外仓备货，通过亚马逊平台（美国亚马逊店铺“RITFIT LLC”）、Tiktok 平台和自营官方网站平台（www.ritfitsports.com）销售并配送给海外终端消费者。

报告期内睿特菲美国子公司合计促成订单数 436,028 笔，总销售额 9,211.23 万美元。其中通过美国亚马逊网站销售 5,204.50 万美元，以美元计较去年同期增长 16.91%；通过官网销售 3,692.60 万美元，以美元计较去年同期增长 87.28%；通过 TikTok 平台销售 314.19 万美元。

业务收入确认的具体方法为：客户在电商平台下达采购订单，通过亚马逊或 PayPal 支付货款，在订单确认后按照订单详情向客户交付产品，待取得平台结算清单后确认收入。成本结转的具体方法为：按照移动加权平均法进行产品成本核算。

风险及权益保障措施：在电商平台网站以文字解说、多角度图片等方式充分展示产品细节，有效提升客户体验；公示客户服务电话专线、邮箱专线及社交媒体账号，全面指导客户产品安装、解决使用故障及投诉等问题，保障消费者权益。外部平台主要选择信誉好、规模大、措施完善的第三方平台开展合作，自营平台采用了科学的加密技术与手段，充分保障客户个人信息及隐私权益。

2、子公司美国智源主营时尚文具及生活家居品类，包含笔记本册、日程日历、办公收纳等，其中一款笔记本产品在亚马逊单品类排名第一。美国智源业务模式主要是在国内以 OBM 方式进行产品采购，运输到海外在海外仓备货，通过亚马逊平台（美国亚马逊店铺“PAPERAGE”）销售并配送给海外终端消费者。

报告期内美国智源合计促成订单数 843,828 笔，通过美国亚马逊网站销售 1,237.54 万美元，以美元计较去年同期下降 8.99%。

业务收入确认的具体方法为：客户在亚马逊平台下达采购订单并支付货款，在订单确认后按照订单详情向客户交付产品，待取得第三方平台结算清单后确认收入。成本结转的具体方法为：按照移动加权平均法进行产品成本核算。

风险及权益保障措施：在电商平台网站以文字解说、多角度图片等方式充分展示产品细节，在官方网站详细介绍使用范例，有效提升客户体验；外部平台主要选择信誉好、规模大、措施完善的第三方平台开展合作，充分展示消费者评价，保障消费者权益。

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	2,035,483,859.39	1,900,208,938.78	7.12%	1,489,893,052.07
归属于上市公司股东的净资产	798,779,686.73	888,133,668.90	-10.06%	812,943,076.24
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年

营业收入	2,144,066,374.22	1,939,388,003.74	10.55%	1,358,782,668.61
归属于上市公司股东的净利润	60,732,038.86	107,932,773.91	-43.73%	76,740,344.54
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	58,490,587.91	102,310,803.90	-42.83%	70,701,120.10
经营活动产生的现金流量净额	183,977,399.45	148,031,445.66	24.28%	199,535,391.22
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%	-6.09%	9.83%

(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	454,501,448.68	541,851,477.38	605,207,649.04	542,505,799.12
归属于上市公司股东的净利润	20,504,243.21	29,287,409.58	29,862,859.23	-18,922,473.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	19,578,535.28	27,394,714.42	28,507,368.70	-16,990,030.49
经营活动产生的现金流量净额	-14,395,412.58	44,432,071.70	54,914,611.34	99,026,128.99

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	22,259	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	19,480	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				
					股份状态	数量			
浙江宁旅企业管理有限公司	国有法人	29.27%	52,793,000.00	0.00	不适用	0.00			
任召国	境内自然人	7.52%	13,556,500.00	13,556,500.00	不适用	0.00			
柴孝海	境内自然人	1.70%	3,071,500.00	0.00	不适用	0.00			
江明中	境内自然人	1.26%	2,271,103.00	0.00	不适用	0.00			

香港中央结算有限公司	境外法人	0.77%	1,397,000.00	0.00	不适用	0.00
邓建军	境内自然人	0.77%	1,396,000.00	0.00	不适用	0.00
彭建文	境内自然人	0.76%	1,369,000.00	0.00	不适用	0.00
招商银行股份有限公司—银华富利精选混合型证券投资基金	其他	0.54%	966,500.00	0.00	不适用	0.00
马瑞东	境内自然人	0.50%	902,800.00	0.00	不适用	0.00
中国工商银行股份有限公司—鹏华优质治理混合型证券投资基金(LOF)	其他	0.49%	882,100.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明	浙江宁旅、任召国先生和柴孝海先生之间及其与其他前十名股东之间无关联关系，不属于一致行动人。除此之外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。					

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

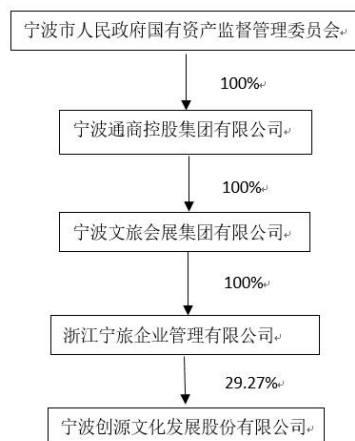
公司是否具有表决权差异安排

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

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 日召开第四届董事会第五次会议审议通过了《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，出资 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独资或合作方式继续在境外投资设立其他经营实体，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会展集团合作参与设立宁波黑蚁四号股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“本有限合伙”“本基金”）。本基金目标规模 5 亿元人民币，公司出资比例预计为 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公告》（公告编号：2025-037）。

2025 年 10 月 24 日，公司与厦门逸代鸿企业管理合伙企业（有限合伙）、厦门逸代盛企业管理合伙企业（有限合伙）签订了《宁波黑蚁四号股权投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》，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 日召开第四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方案的议案》，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交易方式累计回购股份数量为 3,670,000 股，占公司总股本的 2.03%，成交的最低价格为 27.84 元/股，成交的最高价格为 31.88 元/股，支付的总金额为人民币 110,026,256.16 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。