

青木科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-004

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他：电话会议、投资者线上交流会
参与单位名称及人员姓名	中信建投基金管理有限公司、中信建投经管委财富管理部客户、中信证券股份有限公司、中金基金管理有限公司、华夏银行股份有限公司、长江证券股份有限公司、嘉实基金管理有限公司、上海名禹资产管理有限公司、浙江浙商证券资产管理有限公司、中国对外经济贸易信托有限公司、上海重阳投资管理股份有限公司、上海弘尚资产管理中心（有限合伙）、Willing Capital Management Limited、宁波梅山保税港区新沙鸿运投资管理有限公司、Goldman Sachs Asset Management International（高盛国际资产管理公司）、Aspex Management (HK) Limited、博道基金管理有限公司、Cathay Securities Investment Trust Co., Ltd.（国泰证券投资信托股份有限公司）、TX Capital (HK) Limited、Cephei Capital Management (Hong Kong) Limited、百年保险资产管理有限责任公司、重庆德睿恒丰资产管理有限公司、建信基金管理有限责任公司、上海途灵资产管理有限公司、光大保德信基金管理有限公司、上海东恺投资管理有限公司、Harmolands China Equity Fund、海南希瓦私募基金管理有限责任公司、东海基金管理有限责任公司、招銀國際資產管理有限公司（招银国际资产管理有限公司）、北京磐泽资产管理有限公司、上海泾溪投资管理合伙企业（有限合伙）、交银施罗德基金管理有限公司、金鹰基金管理有限公司、上海玖鹏资产管理中心（有限合伙）、上海万纳私募基金管理有限公司。
时间	2024 年 10 月 29 日（周二）17:00-18:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书兼财务总监李克亚

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>投资者提出的问题及公司回复情况：</p> <p>1、今年代运营的 Jellycat 和泡泡玛特都取得了不错的效果，可否介绍一下公司在代运营业务的成功经验？</p> <p>答：知名文娱类项目泡泡玛特及高端软玩具项目 Jellycat 都是公司近两年在代运营业务新拓展的客户。代运营模式下，公司会根据品牌商的需求，提供一站式、全方位的电商代运营服务，并且所代运营店铺的所有权归属品牌商，公司无需向品牌商采购商品，不承担库存风险，也不承担营销推广投放费用。</p> <p>大服饰品类是公司代运营业务服务的核心品类，由于大服饰行业的非标特性，运营要求更加的精细化，因此多年来公司在服务大服饰品类的过程中积累了丰富的运营经验和对平台及行业的洞察，沉淀出一套完善的运营服务打法，加上技术的持续投入和赋能，目前公司已具备从大服饰品类向其他类目的延展能力。</p> <p>未来代运营业务，公司将一方面加大在大服饰品类的拓展力度，继续拓展更多头部和有影响力的服饰品牌，另一方面也将积极拓展新品类新赛道。如最近两年公司成功新拓展了知名体育用品类项目李宁、运动服饰品牌 Champion 及运动装备品牌安德玛等服饰品牌，同时还成功拓展了知名文娱类项目泡泡玛特和高端软玩具项目 Jellycat 等。公司有信心在不断提升精细化运营能力之下，助力品牌持续创造增长空间，实现双赢。</p> <p>2、公司业务第三季度的增速进一步提升，可否就收入趋势情况进行一些介绍？</p> <p>答：公司前三季度营业收入同比上升 23.52%，增长主要来自于电商代运营服务和品牌孵化与管理业务，其中电商代运营服务增长 23.21%，该增长来自于两个方</p>
----------------------	---

面，一个方面是公司继续发挥在大服饰领域的优势地位，积极拓展抖音渠道代运营业务，带动原有服务品牌持续保持增长；另一方面，报告期内公司积极拓展新品牌，本期新引进高端软玩具项目 Jellycat、运动服饰品牌 Champion、运动装备品牌安德玛等品牌均取得较好的业绩，从而带动代运营服务快速增长；品牌孵化与管理业务增长 143.36%，本期增长主要来自于健康消费品类 Cumlaude lab、Zuccari 这两个品牌。报告期内，Cumlaude lab、Zuccari 这两个孵化品牌积极拓展销售渠道，不断扩大行业声量和影响力，在消费者心中形成了良好的消费心智，从而带动销售收入保持高速增长。

3、公司品牌孵化与管理业务的模式和规划如何？

答：公司品牌孵化与管理业务主要是针对在中国有成长潜力的海外新兴品牌，公司根据自身在电商零售行业多年的经验积累以及对中国消费市场的判断，进行筛选品类和具体品牌，将之引入中国市场，全盘负责品牌在中国区域的品牌推广、线上线下全渠道销售工作，助力品牌在中国快速成长。公司品牌孵化与管理业务的合作模式主要为合资模式，产品品类主要聚焦在健康消费品和宠物食品两个品类。通常公司在与品牌合作初期会采取总代理的合作方式，通过一定期限（通常不超过一年）的总代理合作模式和双方团队磨合，快速进一步了解行业和品牌发展情况，对于有良好增长预期的品牌，将转为合资的模式进行合作。合资运营模式是指公司与品牌方成立合资公司，并将品牌在中国区域所有业务和商标授权等装入合资公司，公司在合资公司中拥有超过 50%持股比例的控股权，由公司组建团队负责合资公司的具体运营，以实现品牌在中国区域的快速增长。品牌孵化与管理业务作为公司的第二增长线，公司将继续加

	<p>大对该业务的投入，以品牌总代理、合资、投资等方式引入优质的国际品牌，尤其是在中国有成长潜力的海外新兴品牌。该业务合作模式，公司规划未来每年引入一到两个品牌合资落地，希望将来能孵化出一批在中国市场有良好口碑、有一定规模的优质消费品牌。</p> <p>4、公司在抖音平台提供电商运营服务和销售的情况如何？</p> <p>答：公司从 2021 年开始大力布局抖音平台相关业务，包括为品牌客户提供店铺自播、达人直播合作等电商运营服务，公司品牌孵化及管理业务也在积极开拓抖音渠道业务。截至今年上半年，公司直播基地覆盖上海、广州和杭州三地，电商直播办公面积超 8,000 平方，设有直播间超 80 个，拥有和合作各类主播人数超 300 人，上半年抖音代运营收入实现了同比增长 204.99%，收入贡献占比 11.49%，成为公司收入占比 10%以上的平台，公司将把握机会，深耕专业能力，在包括抖音在内的主流电商平台中打造完整服务生态体系，持续提升公司的运营服务能力和盈利能力。</p> <p>5、公司在手资金较多，是否考虑进行收并购或者自建新的业务增长点？</p> <p>答：公司目前现金流状况良好，充足的资金储备有利于公司进一步拓展品牌孵化业务及开展与主业相关的投资并购业务。公司成立了战略投资部，围绕公司主业在持续进行一些项目投资的考察和评估，如果未来有进一步的投资计划，公司将依据相关规则进行信息披露。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 10 月 29 日