

# 青木数字技术股份有限公司 2021 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。

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
-----------	-----------	-----------	--------

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。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为天健会计师事务所（特殊普通合伙）。

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普通股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普通股利润分配预案为：以 66,666,667 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 6.00 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	青木股份	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	广州市海珠区凤和江贝村东海大街南 32 号 001 单元	广州市海珠区凤和江贝村东海大街南 32 号 001 单元	
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

公司作为行业领先的电子商务服务商，为国内外知名品牌提供一站式综合电商服务。经过多年的行业沉淀和积累，公司现已发展为中国电商服务行业顶级的服务商之一，尤其在大服饰行业内优势明显，是大服饰行业最具口碑的服务商之一。

公司屡次获得天猫、京东等电商平台的服务商殊荣，是首家同时拥有天猫六星资质和天猫国际紫星资质的服务商。公司 2014 年起多次获得天猫“金牌淘拍档”称号，2018 年至 2021 年连续被评为“天猫六星服务商”（天猫平台最高级别），是“天猫国际紫星服务商”（天猫国际平台最高级别）；公司获得“天猫服饰-品牌营销综合型服务商”、“天猫消费者运营优秀推荐服务

商”、“京东数坊进阶能力认证”等资质认证；获得“2017年度最佳天猫合作伙伴”、“品牌营销金服奖”等奖项；公司代运营店铺被京东授予“2018年最佳销售合作奖”、“2019最佳经营店铺奖”等奖项。除了电商平台的认可，公司也收获了来自国家及政府行业机构的肯定，被商务部评为“2017-2018年度国家级电子商务示范企业”。

公司主要提供的服务包括：

#### （1）电商销售服务

电商销售服务是公司的核心业务，指公司为品牌商提供单环节、多环节甚至全链路的电子商务运营和销售服务。公司综合评估品牌商的行业竞争力、销售趋势、品牌资产基础等因素，协助品牌商制定电商渠道的商品策略、渠道策略、营销策略，规划品牌在电商渠道的生意发展计划，并组织团队提供运营和销售服务，帮助品牌提升品牌力、商品力、销售力。电商销售服务包含电商代运营、渠道分销、电商渠道零售三种业务模式：

##### 1) 电商代运营

电商代运营指公司为品牌商在天猫、京东、抖音等电商平台上的官方旗舰店提供综合运营服务，具体包括品牌定位、商品规划、人群及流量运营、视觉设计、整合营销、客户服务及管理、仓储物流、技术支持等服务，品牌商可根据自身需求选择上述服务中的单环节、多环节或全链路服务，该类服务模式，店铺所有权归属品牌商，公司无需向品牌商采购商品，不承担库存风险。公司利润来源为服务收入和成本之间的差额。公司收入主要为服务费收入和仓储物流收入，服务费的收取方式包括固定服务费、固定服务费+变动服务费、变动服务费三种，其中固定服务费的定价主要根据公司对运营店铺投入的人力、物力和财力确定，变动服务费的定价通常根据实际销售金额乘以约定的服务佣金率计算确定。公司成本主要包括为提供代运营服务发生的人力成本和仓储物流成本。

##### 2) 渠道分销

渠道分销指公司基于品牌商或其代理商分销授权，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。下游为B2C电商平台时，公司通常需提供整合营销、店铺运营、客服支持等服务。对于其他分销卖家，公司仅向其分销商品，不提供运营支持服务。该类业务模式下，公司向品牌商或其代理商采购商品，承担库存风险。公司盈利模式为商品购销差价并扣减销售物流费后的差额。

##### 3) 电商渠道零售

电商渠道零售指公司基于品牌商或其代理商的授权，向其采购商品后，通过公司自有店铺直接销售给终端消费者，公司拥有线上店铺所有权并提供与电商销售相关的全部服务。该类业务模式下，公司需要承担采购商品的库存风险，需要根据品牌定位制定并执行详细的销售计划。公司盈利模式为商品购销差价并扣减销售物流费后的差额。

#### （2）品牌数字营销

品牌数字营销指公司为品牌商提供品牌传播策划及执行服务。公司根据品牌商诉求，提供单项或整合的品牌数字营销服务，如大型营销活动策划及执行、自媒体运营、直播、社交平台推广等，以加强消费者触达，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。公司收取的服务费与项目服务采购成本、人力成本的差额，构成品牌数字营销业务的盈利来源。

公司基于平台数据和前瞻性行业报告分析市场偏好，根据品牌销售记录洞察消费者特征，构建详细的用户画像；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、线下营销活动实施等服务，助力品牌价值提升。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）。

#### （3）技术解决方案及消费者运营服务

品牌零售的数字化能力建设分为两个阶段。第一阶段是业务在线化的实现，品牌商聚焦线上电商渠道的建设和数字媒体的应用，以提升商品线上销售的规模和效率。第二阶段是对数据驱动的业务智能化的探索，随着电商流量增长瓶颈凸显，品牌商越加重视对品牌核心数据资产进行收集汇总、深度分析和运营，以期不断提升电商甚至线下销售各环节的效率，洞察品牌生意成长的潜在机会。

公司紧跟行业的数字化浪潮，结合新技术的应用重构传统的业务模式，技术赋能品牌商数字化转型，进而实现销售增长。第一阶段，公司为品牌商提供支持电商销售的解决方案，通过研发建设和持续完善专业的电商自动化运营系统，确保品牌商各项线上业务的精细化管理和顺利推进，提高运营效率和效果；第二阶段，公司创新开拓消费者运营服务业务，利用自主研发消费者数据中台“数据磨坊”及第三方工具，协助品牌商收集、清洗、分析及应用消费者数据，以实现更精细化的消费者洞察，实现全链路的会员营销及运营管理，从而实现消费者数据资产对品牌长期价值最大化。

技术解决方案业务，若客户需求为标准化需求，则标准化的IT系统即可满足，公司在相关系统完成销售安装调试后一次性确认收入；若客户需求为个性需求，公司需要根据客户需求，在标准化IT系统的基础上进行个性化开发定制，定制化系统在定制开发期内按照进度收款并确认收入。成本主要包括软件开发相关的人力成本和外包成本，收入和成本之间的差额为盈利来源。

消费者运营服务业务，向客户收取的各项服务费为收入的主要来源，成本主要是提供消费者运营服务的人力成本和短信采购成本，收入与成本的差额是盈利来源。

### 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

追溯调整或重述原因

会计差错更正

单位：万元

	2021 年末	2020 年末		本年末比上年末增减	2019 年末	
		调整前	调整后		调整后	调整前
总资产	59,867.67	37,611.48	37,611.48	59.17%	21,797.15	21,797.15
归属于上市公司股东的净资产	42,816.74	27,911.57	27,919.33	53.36%	17,397.82	17,397.82
	2021 年	2020 年		本年比上年增减	2019 年	
		调整前	调整后		调整后	调整前
营业收入	87,952.61	64,870.2	64,870.2	35.58%	36,121.48	36,121.48
归属于上市公司股东的净利润	14,772.13	12,513.75	12,367.13	19.45%	4,351.8	4,378.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	14,525.85	12,430.22	12,283.6	18.25%	3,941.52	3,757.67
经营活动产生的现金流量净额	7,119.56	4,833.2	4,833.2	47.31%	2,900.31	2,900.31
基本每股收益（元/股）	2.9544	2.5027	2.4734	19.45%	0.8704	0.8757
稀释每股收益（元/股）	2.9544	2.5027	2.4734	19.45%	0.8704	0.8757
加权平均净资产收益率	41.77%	55.65%	54.98%	-13.21%	27.26%	27.42%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

公司基于企业会计准则的相关规定，并结合财政部 2021 年 5 月发布的《股份支付准则应用案例》，对股份支付的会计处理方式进行了会计差错更正，由在授予日一次性确认更正为在等待期内每个资产负债表日对预计可行权数量作出估计，并按照授予日授予股份的公允价值确认相应的股份支付费用。

公司于 2021 年 12 月 31 日召开了第二届董事会第十二次会议以及第二届监事会第八次会议，审议并通过了《关于更正 2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 半年度财务报告的议案》，同意公司依据《企业会计准则第 11 号——股份支付》，对股份支付的会计处理方式进行了会计差错更正，由在授予日一次性确认更正为在等待期内每个资产负债表日对预计可行权数量作出估计，并按照授予日授予股份的公允价值确认相应的股份支付费用。

#### (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	218,352,832.61	211,555,697.10	171,955,089.88	277,662,445.34
归属于上市公司股东的净利润	27,656,322.20	39,209,176.66	9,483,703.47	71,372,112.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	27,356,168.23	39,119,558.52	8,249,436.49	70,533,304.03
经营活动产生的现金流量净额	22,445,828.39	13,802,895.86	-27,483,151.74	62,429,998.51

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	12	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	20,522	报告期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							
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	
吕斌	境内自然人	28.35%	14,175,000	14,175,000			
卢彬	境内自然人	19.80%	9,900,000	9,900,000			
孙建龙	境内自然人	15.00%	7,500,000	7,500,000			
广州市允能企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	12.00%	6,000,000	6,000,000			
广州市允嘉企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	4.80%	2,400,000	2,400,000			
广州市陌仟投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	4.80%	2,400,000	2,400,000			
广州市穗晖投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	4.00%	2,000,000	2,000,000			
广州市允杰投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.79%	1,896,325	1,896,325			
刘旭晖	境内自然人	3.60%	1,800,000	1,800,000			
广州市允培投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.46%	728,675	728,675			
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>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。孙建龙、刘旭晖为公司股东、董事，不存在关联关系。广州市允能企业管理合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人为吕斌。广州市陌仟投资合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人为孙建龙。广州市允嘉企业管理合伙企业（有限合伙）、广州市允培投资合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人均为公司人事总监赵爱华。广州市允杰投资合伙企业（有限合伙）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。</p>						

公司是否具有表决权差异安排

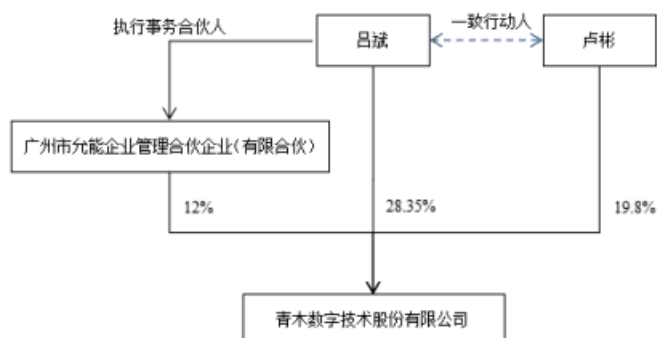
适用  不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用  不适用

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