

证券代码：300703

证券简称：创源股份

公告编号：2023-013

宁波创源文化发展股份有限公司 2022 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

立信会计师事务所（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。

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亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）变更为立信会计师事务所（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 180391840 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.5 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庐山西路 45 号	浙江省宁波市北仑区庐山西路 45 号	
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，主营六大类产品：时尚文具、手工益智、社交情感、运动健身、生活家居及其他，包含 90 多个品项系列的产品。

公司以消费者需求为研发驱动力，投入高占比的研发资金，选择了客户设计、生产难度较大的细分领域，公司产品具有非标准化、迭代速度快、设计独特、快速交付的自身优势。公司以客户价值为核心，为品牌商、零售商提供贴身设计服务，为消费者提供有竞争力的高附加值创意产品。

公司产品包含中高端文教用品，目前主要销售市场为欧美市场。公司在国内拥有宁波、安徽双“生产及出口基地”，着力打造研产销一体化供应链；在东南亚布局越南生产基地，以核心客户及核心产品为经营策略，建立国际化供应体系。

电商贸易主要依靠亚马逊平台、自营官方网站及阿里巴巴国际站拓展欧美市场运动健身用品和生活家居用品的跨境电商贸易，以及依靠淘宝平台拓展文教文创用品的国内电商贸易。

二、主要经营模式

1、研发模式

公司持续深耕欧美市场，开拓其他国际市场和国内市场。为打造研发设计能力为公司核心能力，公司高投入建设国际化和本土化相结合的设计团队，在国内打造国家级的研发中心和在美国成立创意设计中心。公司不断优化研发设计能力以及积极建立产品标准化，主动对产品进行不断的迭代升级与破旧立新的研发，把握国内外市场的客人需求和产品趋势，进行主题化、系列化的产品研发。

自主研发运动健身用品的产线，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。睿特菲成立高素质人才的研发设计中心，建立了完整的研发设计流程，进行主题化、系列化的产品开发，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，有助于公司产品在众多竞品中脱颖而出。创源体育用品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。

国外市场线下外贸销售模式：公司客户主要包括零售商与品牌商，公司在外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，并积极参加线上广交会、线上推广会、线上直播等，力争以不同的方式多方位呈现公司产品。

国外市场销售也积极拓展跨境电商模式：睿特菲、美国睿特菲及脱凡体育主营运动健身用品，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，报告期内美国睿特菲官网销售占其营业收入比约为 26%，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”，旗下拥有三个子品牌“PAPERAGE”“Elyn”“Heypop”，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：宁波创源文创主要依靠区域供应链优势开展自有品牌（如 the daily paper、Cre8、@Cre8 等）开发，与线下连锁书店合作铺货展示，与大客户进行 ODM 开发联名定制产品。杭州创源文创开展公司自有品牌（如恋屿、纸器时代等）的线下批发业务，以省、地市级经销商批发为主，通过各类学讯订货会、展会销售推广自主品牌产品。禾源纺织品为企业客户定制产品来开拓国内市场。

三、报告期合并范围内子公司主要业务情况

安徽创源为公司国内生产基地之一，已有多年成熟柔性化生产经验，产线灵活，交期稳定。

美国创源为公司海外创意设计团队，就地为美国客户提供服务，同客户进行零距离接触，为消费者开发与设计畅销的产品。

新加坡创源作为公司海外投资平台，负责公司的海外投资业务，积极寻找和关注时尚文教休闲用品领域优质资产标的，有计划有步骤地进行战略性投资，在更大范围和更深层次上挖掘市场潜力和空间。

香港创源作为海外贸易中心，扩大公司的海外市场影响力，防范局部可能的关税调整及贸易壁垒风险，优化并完善供应体系，打造公司时尚文教休闲用品的国际知名度。

越南创源作为公司海外生产基地，利用地理位置、人口红利、自然资源丰富、关税及企业所得税等成本优势，通过对企业内外资源实施有效的整合，报告期内建设完善多条生产线，有效提高产能水平。

美国智源打造文具、礼品等时尚休闲产品的自有品牌，现有“PAPERAGE”“Elyn”“Heypop”品牌，销售模式目前为以亚马逊为主的线上销售，致力实现跨境线上、线下同时销售的目标。智源供应链为美国智源提供中国境内供应链管理服务。

睿特菲、美国睿特菲、脱凡体育和日本睿特菲，通过亚马逊及自建官方网站线上销售拥有自主品牌（如 RITFIT、Kangaroo Hoppers 等）健身器材、宠物产品、户外家具、蹦床等居家健身品类，积极发展科技研发团队，积累了丰富的技术、经验、人才和市场优势。

创源体育用品布局运动健身板块供应链，自主研发生产销售家庭运动健身器材，为睿特菲及自有品牌提供有力支撑。

快邦投资主要负责对外投资和投资管理咨询，围绕上市公司发展战略，参股投资与上市公司业务或发展战略可以产生协同的项目、公司或其他投资标的，对接外部资源为公司发展献计献策。报告期内主要对外投资有：森雨文化、宁波晓白、红隼互娱、灵梦传媒、天堂硅谷创源基金、星影尚。

宁波创源文创主要依靠区域供应链优势，参与大客户 toB 端定制产品开发合作与自有品牌建设（如 the daily paper、Cre8、@Cre8 等），与书店及精品店合作进行线下铺货。

杭州创源文创以打造文化创新的新型文具产业想法为主要宗旨，是一家拥有自主研发设计的文化创意公司，目前旗下“恋屿”和“纸器时代”品牌产品已于全国各大文具城及商超展示，全国各省、地级市均有代理商家，影响力日益增长。

滁州慧源利用当地交通物流优势，主营本地化产品出口，属于外贸型企业。

创源产业园目前正在积极建设基础设施，截止 2022 年 3 月已取得权属证书，积极招募优秀的初创及成熟企业项目中。

禾源纺织品系一家主营花园旗、彩旗、户外旗及日用纺织制品、家居纺织品等产品的工贸一体企业。以传统外贸业务及跨境电商运营实现线上与线下相结合的业务模式，产品品类丰富，设计时尚精美，远销欧美、日本、南美等地。浩加旅游为其全资子公司，主营同类型业务。

妙吾科技由杭州少女心选电子商务有限公司于 2022 年 3 月更名，并于报告期完成了团队组建，主营研发、销售宠物用品，目前已有自主品牌妙吾物的猫砂、猫罐头、猫抓板等产品销售。

创源海纳主要系管理宁波数字文化产业园北仑项目的建设、开发及运营。

安徽安禧达曾用作运动健身品类生产基地使用，后作为厂房出租，已于 2022 年完成转让。

人之初原系致力于打造和开发在线出图及付费报告的产品与服务平台，已于 2022 年完成转让。

创源独角兽原系抖音平台品牌营销、直播带货运营，已于 2022 年完成注销。

四、参股公司的主要业务情况

天堂硅谷创源基金管理团队深入研究文化娱乐行业，在行业里筛选符合投资要求的优质项目。

青岛行律道起长期聚焦于智能制造、消费、医疗健康等潜力行业，专注于投资成长期的优秀企业。

吾流文化是一家具有强大 IP 获取能力，擅长深度挖掘 IP 商业化潜质，并输出全方位多系列产品的潮玩衍生品公司，业务涵盖文创用品，潮玩，日化产品，生活用品，节庆礼品，印刷品及出版物书籍等。

快邦投资所投资的森雨文化聚焦于原创优质动漫作品的策划生产；星影尚主营艺考培训，同时涉猎经纪业务和广告业务；宁波晓白主要提供公共区域的共享无接触充电服务；灵梦传媒以打造热门 IP 作为核心内容，并通过直播电商业务与综艺节目结合，打造消费生态链；红隼互娱是一家手机游戏研发运营和服务公司，为用户提供优质的互联网泛娱乐服务。

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

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

元

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	1,361,712,123.08	1,371,618,597.29	-0.72%	1,398,743,532.57
归属于上市公司股东的净资产	764,023,784.02	690,291,665.11	10.68%	710,342,832.36
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	1,318,672,874.96	1,382,961,553.54	-4.65%	1,086,506,000.98
归属于上市公司股东的净利润	74,943,266.60	9,466,723.64	691.65%	51,826,045.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	65,952,203.96	618,182.20	10,568.73%	36,353,367.64
经营活动产生的现金流量净额	231,841,151.66	16,886,823.55	1,272.91%	-21,686,152.15
基本每股收益（元/股）	0.41	0.05	720.00%	0.29
稀释每股收益（元/股）	0.41	0.05	720.00%	0.29
加权平均净资产收益率	10.32%	1.35%	8.97%	7.07%

(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	310,584,584.69	436,500,521.53	296,617,383.24	274,970,385.50
归属于上市公司股东的净利润	4,035,203.68	55,802,289.56	29,279,056.46	-14,173,283.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益	-896,812.38	51,151,128.97	25,934,166.58	-10,236,279.21

的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	-2,852,578.19	35,867,496.70	137,034,964.14	61,791,269.01

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

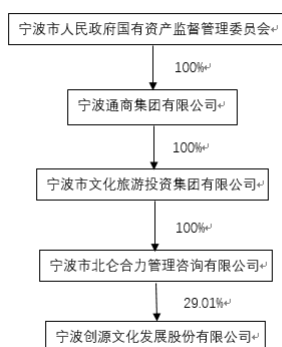
报告期末普通股股东总数	10,925	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	11,769	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况									
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况				
					股份状态	数量			
宁波市北仑合力管理咨询有限公司	国有法人	29.01%	52,793,000.00	0.00					
任召国	境内自然人	7.45%	13,556,500.00	10,167,375.00					
江明中	境内自然人	2.32%	4,230,152.00	0.00					
柴孝海	境内自然人	1.69%	3,071,500.00	2,303,625.00					
沈惠萍	境内自然人	1.57%	2,849,700.00	0.00					
邓建军	境内自然人	1.16%	2,120,000.00	2,120,000.00					
张亚飞	境内自然人	0.74%	1,349,000.00	0.00					
中信证券股份有限公司	国有法人	0.56%	1,013,832.00	0.00					
光大证券股份有限公司	国有法人	0.55%	1,008,324.00	0.00					
彭建文	境内自然人	0.55%	1,003,700.00	0.00					
上述股东关联关系或一致行动的说明	合力咨询、任召国先生、江明中先生、柴孝海先生、邓建军先生和张亚飞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。								

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

控制权变更重要事项:

2021 年 12 月 28 日, 公司控股股东合力咨询与任召国先生签订了《股权转让协议》、其全体股东与宁波文旅投签订了《任召国等与宁波市文化旅游投资集团有限公司关于宁波市北仑合力管理咨询有限公司、宁波创源文化发展股份有限公司的股权转让协议》, 就合力咨询股权转让事宜达成一揽子协议, 具体内容详见巨潮资讯网披露的相关公告。

2022 年 3 月 22 日, 公司收到合力咨询的通知, 合力咨询已于 2022 年 3 月 22 日完成了工商变更登记手续, 合力咨询股东已由任召国先生等 14 名自然人股东变更为宁波文旅投, 并取得了宁波市北仑区市场监督管理局颁发的企业法人营业执照。本次合力咨询工商变更登记完成后, 合力咨询仍为创源股份控股股东不变。公司实际控制人变更为宁波市人民政府国有资产监督管理委员会。详见巨潮资讯网发布的《关于控股股东股权变更完成工商登记暨控制权变更完成公告》(公告编号: 2022-020)。

持股 5% 以上股东、董事长增持股份计划:

2022 年 5 月 17 日, 公司披露了《关于持股 5% 以上股东、董事长增持股份及增持计划的公告》(公告编号: 2022-053), 任召国先生计划自 2022 年 5 月 18 日起至 2022 年 11 月 17 日止(除法律、法规及深圳证券交易所业务规则等有关规定不准增持的期间之外)通过深圳证券交易所交易系统以集中竞价交易方式使用自有或自筹资金增持公司股份, 拟继续增持股份数量不低于 410,000 股, 占公司总股本的 0.2262%, 且不超过 812,100 股, 即不超过占公司总股本的 0.4481%。2022 年 5 月 17 日至 2022 年 9 月 19 日公司持股 5% 以上股东、董事长任召国先生通过深圳证券交易所交易系统以集中竞价交易方式累计增持公司股份 800,000 股, 占目前公司总股本的 0.4435%, 完成本次增持计划金额下限 410,000 股的 195.12%, 增持计划金额上限 812,100 股的 98.51%, 本次增持计划已实施完毕。详见巨潮资讯网发布的《关于持股 5% 以上股东、董事长增持股份计划实施完成的公告》(公告编号: 2022-076)。