证券代码：300740　　证券简称：水羊股份　　公告编号：2025-020

水羊集团股份有限公司 2024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。

天职国际会计师事务所（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

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	水羊股份	股票代码	300740
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	御家汇		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	吴小瑾	欧丹青	
办公地址	长沙市岳麓区谷苑路390号1栋综合楼101-1	长沙市岳麓区谷苑路390号1栋综合楼101-1	
传真	0731-82285158	0731-82285158	
电话	0731-85238868	0731-85238868	
电子信箱	ir@syounggroup.com	ir@syounggroup.com	

2、报告期主要业务或产品简介

1、经营情况描述

报告期内，公司实现营业收入423,722.89万元，同比下降5.69%；实现归属于上市公司股东的净利润10,995.45万元，同比下降62.63%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润11,794.09万元，同比下降56.74%。其中，自有品牌实现营业收入165,082万元，占整体营业收入比重保持稳定，自有品牌毛利率为74.27%，品牌结构的进一步改善，带动公司整体毛利率显著提升。本期业绩变动的主要原因是：（1）公司初步构建"全球新晋高奢美妆集团"标签，业务结构和销售结构进一步调整，加大了高端品牌的品牌与市场费用投入；（2）同时，受到国内美妆行业竞争加剧等因素的影响，下半年公司对部分品牌的投入未取得预期的转化效果，导致销售费用率增加；（3）并且，本报告期公司计入非经常性损益的政府补助及投资收益金额有所减少。

公司的主营业务、技术优势及核心竞争力等不存在重大不利变化，公司持续经营能力不存在重大风险。公司所处行业不存在产能过剩、持续衰退或技术替代等情形，公司具备持续经营能力。

公司将持续依托双业务战略，不断沉淀全球化、高端化发展的能力；密切关注市场变化趋势，不断提高公司运营决策效率，同时，聚焦高端高奢品牌打造，加强精细化管理，坚持全渠道运营，积极拓展海外市场，推进业务全球化发展，提升盈利能力。

2、报告期具体业务回顾和战略执行情况

报告期内，公司持续实施"研发赋能品牌，数字赋能组织"的双科技赋能；坚持"自有品牌与CP（中国合作伙伴，China Partner）品牌双业务驱动"的发展战略；有序推动"内部平台生态化，外部生态平台化"的双平台生态建设；以长期的确定性战略应对短期的不确定性。

（1）研发与数字双科技赋能战略

1）研发赋能品牌

公司持续践行"研发赋能品牌"的战略，制定并执行了"三体两翼一平台"大研发创新体系，深度围绕肌肤机理探索、原料开发及产品应用研发，结合外部大学科研院所、上下游供应链合作伙伴共建两翼，打造集成化与开放式高效协同的一体化研发平台，并建立了一揽子研发创新激励制度，保障大研发体系的有效落地执行。建立并运行了多部门共创的CCRB产品开发机制，有效保证产品开发质量。报告期内，公司持续加码研发投入，整体研发费用稳步增长，其中研发费用的投入占自有品牌营业收入的比重为4.98%。

肌肤机理研究方面，建立了全球首个"2+3东方肌肤方程式"研究院，深入研究东方肌肤基因差异和机理特点，开发适合东方肌肤的东方珍稀原料；针对熬夜肌，搭建熬夜肌研究模型，从生物节律的角度为熬夜人群带来新解决方案；完成细胞层面及分子层面的抗氧化机理研究，现有多项抗氧化细胞测试模型已投入实际功效开发与验证，助力PQQ（"吡咯并喹啉醌二钠盐"）等多款原料抗氧化功效的验证与研究。发布了研究报告《东方肌肤研究白皮书》与《年轻肌精简护理白皮书》，帮助消费者更好地了解自身肌肤特点和需求。

新原料开发方面，在植物提取、生物合成、绿色化学3大核心原料研究平台上，重点开展了油茶神经酰胺、茶提取物、灵芝发酵液、矿物质粉等多个原料研究项目。报告期内完成了"无柄灵芝菌丝体发酵产物滤液"化妆品新原料备案，完善了灵芝新原料多维度功效数据验证，完成了灵芝双向发酵及灵芝菌丝体二次发酵等多项原料技术储备，并完成了相关原料的工艺放大及功效验证工作。同时，在多个新原料方向上完成开发布局，其中，发酵牡丹籽油采用"两段双相"发酵技术，显著提升了牡丹籽油的抗氧化性能。

产品应用研发方面，专注配方体系研究、肤感及功效评价体系建立。行业内首创温和清洁机理模型，开展表面活性剂皮肤渗透、皮肤油脂氧化等新方向研究；展开舒缓、抗皱、抑菌、祛痘等多个功效物组合复配研究；对6大类原料进行肤感维度分析，形成了肤感地图数据库；进行乳化剂、表面活性剂等辅料的性能研究，在纳米乳等不同料体的工艺制备领域进行持续的突破和创新。产品获得了ICIC 2024 AWARDS、荣格技术创新奖、春雷社-了不起的中国原料等多项业内大奖。

报告期内，公司共申请专利28项，授权专利42项，其中授权发明专利27项；发表论文15篇；入选亚洲皮肤科学术年会的学术成果讨论专场及IFSCC国际会议期刊，亮相第十三届亚洲皮肤病学大会（ADC）；承担1项湖南省自然科学基金项目《油茶神经酰胺原料的生物发酵工艺开发》；完成"无柄灵芝菌丝体发酵产物滤液"新原料备案；新发布团体标准1项。

2）数字赋能组织

公司数字化系统全面覆盖了消费者调研、市场分析、品牌定位、产品开发、生产制造、市场营销、达人管理、渠道管理、经销商管理、订单履约、仓储物流、售后服务、组织支持核心环节。报告期内，公司数字化团队聚焦市场、渠道等，重点为多品牌多渠道业务场景下的协作效率提升提供支持。

在市场板块，围绕品牌、市场、产品、渠道、运营等模块，打造品牌一站式工作台，自研品牌热度归因功能，一张图快速了解品牌热点和市场动作趋势，及时识别爆点，快速复制放大，让品牌更全面直观地洞察市场动作与市场反馈的底层逻辑。

在渠道板块，搭建一体化分销商权益中心，为每一位分销商提供全方位的支持与保障。实现对分销商更便捷、高效的服务，从而提高客户的满意度和忠诚度，也为平台的可持续发展奠定坚实的基础。微信小店与小程序打通品牌会员权益，提升品牌客户权益感。

在生产及供应链板块，采集销售预测、工厂产能、产品库存及平台效期等多维度数据，通过MPS运算生成生产计划，下达到工厂指导排产，提升生产的稳定性和有效性；全面启动智能制造数字化升级，对生产过程进行精细化管理，从而提高生产效率、降低生产成本；实时掌握上游供应商与下游仓储物流的周转情况，打通整个供应链，拥有出色的订单实时处理能力。

此外，公司积极拥抱AI的发展趋势，报告期内重点在用户评价分析、品牌服务等场景做AI化重构，取得有效进展。于HERMES系统开发"用户之声"模块，利用GPT和DeepSeek等大模型技术监控品牌舆情，自动对消费者评价分类打标，品牌经理可以一站式了解全网用户真实现场正负面反馈，了解消费者真实的声音。

（2）自有品牌和CP品牌双业务驱动战略

公司秉承"让人类享受肌肤之美的企业使命"，推动"自有品牌与CP品牌双业务驱动"的发展战略。随着自有品牌与CP品牌两大业务体系并行发展，公司管理全球化、高端高奢品牌的能力持续得到验证。

1）自有品牌体系

依托双业务战略，公司自有品牌体系初步完成了高端化、全球化的转型升级。

法国高奢护肤品牌EDB，专为敏感肌抗衰老研发，报告期内持续加强品牌体系化建设。品牌建设维度，报告期内品牌高奢形象进一步强化，品牌势能持续提升，通过与刘嘉玲、梁朝伟夫妇合作强化品牌"以爱为本"心智，推动品牌在高端人群的进一步渗透及品牌认知进一步深化，品牌热度不断提升。产品梯队建设维度，大单品超级CP组合（超级面膜与胶原精粹水的组合）市场认知进一步强化的同时，精华防晒、rich面霜等储备单品也实现了高速增长；此外，品牌持续孵化臻金系列、亮泽系列等产品线，进一步完善产品矩阵。渠道体系建设维度，EDB继续深耕线上线下多渠道布局，报告期内加快线下渠道布局，进一步开拓高奢百货、高奢酒店、SPA等渠道，品牌亚洲区首家城堡店在上海张园开业，给每位用户带来视、触、嗅、听全方位的极致体验，线下渠道实现超100%的增速。市场维度，EDB持续拓展全球市场，报告期内，品牌在英国哈罗德百货业绩持续上升，法国巴黎老佛爷的两个专柜正式亮相，加拿大蒙特利尔品牌首店正式开设，重要旅游城市曼谷已有多家销售门店，同时，品牌持续与全球多家超五星酒店如瑰丽、瑞吉、华尔道夫等合作SPA，网点遍布法国、德国、英国、墨西哥、意大利、中国香港等国家和地区。运营维度，品牌持续深耕运营细节、提高运营效率，加强与消费者沟通，高奢人群持续渗透，核心单品超级面膜、精华防晒等在各自品类中占据领先地位，不断夯实和强化全球新晋高奢美妆品牌的定位。

法国轻奢院线修护品牌PA，报告期内公司取得了法国PA的完整所有权，依托公司积累的高端品牌管理能力，带动中国区销售快速增长。品牌资产建设方面，通过致敬院线经典法式沙龙、与融雪面膜推荐官马君妍合作以及瑞士细胞科技溯源等活动传播了品牌心智，赋能渠道销售；产品端，大单品融雪面膜持续渗透目标人群的同时，HP-DNA三重面霜、HP-DNA爽肤水、多效卸妆油三款新品上架销售，进一步丰富产品矩阵；渠道层面，品牌自播与达播齐头并进，为品牌健康发展奠定良好基础。

美国奢华科学功效护肤品牌RV，被誉为"梳妆台上的诺贝尔奖"，其成功加入丰富完善了公司高端品牌序列与全球布局。品牌现有产品系列覆盖不同年龄、不同功效的需求，旗下产品均历经严苛测试与验证，致力以科学之力与卓越品质，为肌肤焕油焕然一新的年轻鲜活光彩。品牌凭借高效焕肤效果，在消费者中口口相传，更是欧美政界名流们的私藏爱物，创立之初，就受邀入驻全球仅有纽约一家的顶奢百货波道夫·古德曼，现已遍布全球奢侈品百货尼曼、哈罗德等，并频繁登顶于各类权威媒体的推荐榜单，是风尚与科技护肤的双重标杆。2024年12月RV在中国举办首款产品上市30周年暨全面进入中国盛典活动，为中国消费者带来更高品质、高科技、高效果的护肤体验。

专研东方肌肤的民族护肤品牌御泥坊，回归消费者，坚定打造一个东方标签鲜明的极致质价比国民美妆品牌。报告期内，品牌形象全线焕新，主推"东方黑参系列"，荣获2025年"设计界的奥斯卡"美国MUSE缪斯设计奖。品牌基于东方肌肤的独特机理，深入研究东方珍稀原料，通过"八大创新技术"支撑其全新升级的产品体系，品牌重磅单品"黑参胶原瓶"荣获ICIC科技创新抗衰产品奖、黑参胶原面膜贴均荣获了产品力颜究院颁发的"2024年度美妆品牌产品力领航者-创新品"，品牌经典单品泥膜荣获"ICIC科技创新清洁产品奖"。同时，品牌匹配不同渠道完成产品结构优化调整，主推品光感小灯泡护肤套组单日销售破百万，入选国货功效护肤年度金榜。

大水滴品牌始终坚守熬夜肌领域，在全球首家熬夜肌实验室带领下，持续进行熬夜肌护理科研探索与沉淀，熬夜修护专利成果Clock-F（生物节律因子）正式被亚洲皮肤科学术年会录用；在产品上，针对熬夜突发爆痘的3点祛痘精华连续热销，且产品也凭借技术突破，先后荣获荣格技术创新奖、美耀年度配方奖、ICIC（国际化妆品创新大会）科技创新祛痘产品奖等行业认可；同时，品牌突破性实现了抗氧化成分PQQ的护肤品国内首次备案及应用，该研究成果也在荷兰获第33届欧洲皮肤病与性病学会(EADV)壁报收录，首次应用到了大水滴×熬夜肌实验室重磅新品熬夜PQQ面膜，通过成分及配方的创新，持续被更多熬夜用户喜爱和回购。

小迷糊品牌持续聚焦"精简护理"心智，报告期内联合江南大学化妆品研发中心王靖教授权威发布《精简护肤研究报告-清洁篇》，向消费者传达"精简清洁"理念。洁颜蜜单品凭借其产品力持续被用户喜爱，累计销量500万+瓶。

VAA品牌秉承着为东方女性量身定制自然骨相妆初心，在细分品类打造细分领域领导性单品，大单品"红山茶卸妆膏"全网超200+明星达人推荐，千万用户认可并自发传播，全年持续种草，多次斩获抖音保湿卸妆膏榜单TOP1、抖音爆款卸妆膏榜单TOP1，全渠道GMV稳步增长。

2）CP品牌体系

公司持续发挥水羊国际平台作用及团队品牌服务和管理能力，以独创的"全球美妆最佳CP"模式与全球美妆发达地区的特色企业建立了深度合作，布局大美妆品类下的细分品类。目前CP品牌板块主要由5大品类构成，分别为护肤、彩妆、个护、香水、健康食品品类，公司持续完善各细分品类品牌矩阵布局，聚焦资源、聚焦质量，通过品牌分层分阶管理，提升经营管理质量。

护肤品类，芬兰代表性天然护肤品牌LUMENE围绕"极地天然"为核心关键词，依托北欧冰雪自然基因，通过沉浸式冰雪场景营销，实现超2000万的溯源专场落地；与B站共创"溯源北欧·成分探秘"系列内容，打造多场百万级爆款专场，助力曝光超1000万，实现品牌声量与用户黏性的多维突破，持续领跑北欧纯净美妆赛道。欧洲高端品牌伊诗贝格EISENBERG，39年专注线条美学，报告期内品牌销量持续增长，第四季度实现小红书液态精华TOP3，抖音V脸精华销售TOP3。国民经典护肤品牌大宝、SOD蜜稳居淘系乳液面霜TOP1，新品A醇上市半年，斩获淘系A醇TOP2，品牌12月上线小红书品牌当红日IP活动，GMV环比实现高速增长。

彩妆品类，意大利销量第一的时尚彩妆品牌KIKO，报告期内通过赞助米兰时装周、联合VOGUE时尚举办全球晚宴、明星营销破圈层等多种品牌活动赋能渠道销售，拉升品牌声量；抖音渠道自播、达播以及明星空降组合形式实现GMV突破。米兰专业秀场彩妆品牌LORD & BERRY，报告期内品牌曝光及品牌热度显著提升，中国市场规模实现大幅增长，4月核心单品超模粉底液跻身抖音全球购彩妆TOP2。

个护品类，百年专业漱口水品牌李施德林，连续10年稳居漱口水类目TOP1；全球第一母婴品牌强生婴儿，打造全龄覆盖多品类爆款梯队，宝宝润肤油双十一大促期间天猫和京东平台热卖榜TOP1；美国专业生发品牌培健，报告期内蝉联天猫国际和京东医药跨境生发TOP1。

香水品类，阿曼王室国礼香水品牌AMOUAGE，报告期内中国区业务实现高速增长，在高端香水行业中崭露头角。其中爆品迷藏神谕淡香水和迷藏神谕46浓香精，在香圈和奢圈备受关注。品牌加速线下高奢商场拓展，分别在上海张园、无锡恒隆商场、广州天环商场开设线下精品店、专卖店和快闪店，其中，上海张园为亚太区首家旗舰店，公开亮相后市场反响热烈。

健康食品品类，西班牙专业医美院线品牌美斯蒂克（mesoestetic），由胡安·卡洛斯医生于1985年正式创立，为全球109个国家及地区的高端美容机构、皮肤科医生提供院线级产品。报告期内通过亮白饮产品升级、明星代言、多重渠道建设等策略，实现品牌GMV同比增长50%以上，明星产品亮白饮稳居抖音口服美白赛道TOP1。意大利国民保健品牌ESI，报告期内专注体重管理阻断产品卡路里拜拜片打造，品牌GMV同比实现翻倍增长，大单品卡路里拜拜片在抖音、小红书、天猫阻断类功效产品名列TOP榜。

（3）内部平台生态化，外部生态平台化的双平台生态战略

公司致力于美妆行业的共同发展，从内到外打造美妆产业健康发展的生态平台。"水羊生态联盟"秉承着为美而生、共通互赢、共创生态的理念，致力于打造一个跨区域、跨领域、跨平台的美妆生态联盟，共同推动行业发展，并为联盟成员提供一个信息共享、联合创新、资源协同、投资赋能的平台。公司大力支持优秀品牌的发展，开放自有平台提供资本、研发等资源扶持。报告期内，"水羊联盟"成员联合进行技术创新应用，共享供应链平台，开放研发实验室及产品共创，共享检测平台等，并协同公司新媒体运营，IT数字化系统、人力资源配置等资源，为成员全方面提供产业赋能支持。同时，围绕公司内外部企业为核心，致力于结合优质供应商、品牌合作方、投资企业、品牌服务商、研发机构为重要助力，推动行业及优秀企业的共同发展，合作共赢。

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

	2024年末	2023年末	本年末比上年末增减	2022年末
总资产	4,251,106,914.16	4,114,979,918.91	3.31%	3,655,570,276.58
归属于上市公司股东的净资产	2,096,565,253.21	2,075,806,726.67	1.00%	1,744,652,265.74
	2024年	2023年	本年比上年增减	2022年
营业收入	4,237,228,933.30	4,493,106,430.40	-5.69%	4,722,386,308.54
归属于上市公司股东的净利润	109,954,512.78	294,195,412.39	-62.63%	124,965,893.57
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	117,940,901.30	272,612,850.28	-56.74%	97,083,224.35
经营活动产生的现金流量净额	265,655,682.59	261,903,105.27	1.43%	17,700,252.28
基本每股收益（元/股）	0.28	0.76	-63.16%	0.32
稀释每股收益（元/股）	0.29	0.73	-60.27%	0.31
加权平均净资产收益率	5.64%	14.19%	-8.55%	7.49%

（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	1,031,873,547.91	1,260,971,978.16	752,001,981.44	1,192,381,425.79
归属于上市公司股东的净利润	40,014,816.82	65,781,235.17	-11,439,778.31	15,598,239.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	53,328,289.66	66,026,637.17	-11,640,126.64	10,226,101.11
经营活动产生的现金流量净额	-14,880,775.28	-46,970,046.78	-22,241,300.02	349,747,804.67

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	22,425	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	20,339	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			
湖南御家投资管理有限公司	境内非国有法人	24.70%	95,904,214.00	0.00	质押	40,960,000.00			
长沙汀汀企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	11.46%	44,523,000.00	0.00	质押	21,500,000.00			
戴跃锋	境内自然人	10.07%	39,086,611.00	29,314,958.00	质押	20,250,000.00			
兴业银行股份有限公司—博时汇兴一年期灵活配置混合型证券投资基金	其他	4.66%	18,109,247.00	0.00	不适用	0.00			
长沙御家投资管理企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.69%	14,341,115.00	0.00	不适用	0.00			
杜景玉	境内自然人	1.77%	6,880,000.00	0.00	不适用	0.00			
刘海浪	境内自然人	0.91%	3,537,454.00	0.00	不适用	0.00			
长沙御家投资管理企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.87%	3,387,715.00	0.00	不适用	0.00			
侯素梅	境内自然人	0.85%	3,290,000.00	0.00	不适用	0.00			
香港中央结算有限公司	境外法人	0.49%	1,893,539.00	0.00	不适用	0.00			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司实际控制人、董事长、总经理戴跃锋先生与湖南御家投资管理有限公司、长沙汀汀企业管理咨询合伙企业（有限合伙）为一致行动关系。详情请参见2024年年度报告"第七节三、股东和实际控制人情况之公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图"。								

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

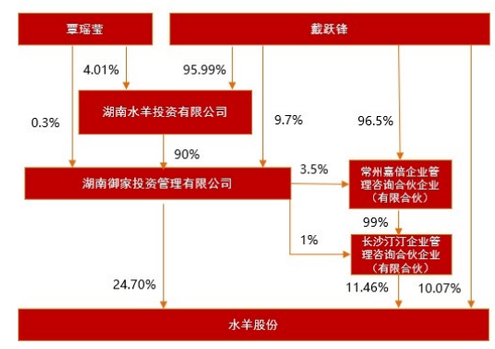
公司是否具有表决权差异安排

□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

（1）债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额（万元）	利率
水羊集团股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券	水羊转债	123188	2023年04月04日	2029年04月03日	69,489	第一年为0.4%、第二年为0.6%、第三年为1.2%、第四年为1.8%、第五年为2.5%、第六年为3.0%
报告期内公司债券的付息兑付情况	2024年4月8日，公司支付完成"水羊转债"第一年利息，本次计息期间为2023年4月4日至2024年4月3日。票面利率为0.4%，每10张"水羊转债"（面值1,000.00元）利息为4.00元（含税）。本次付息的债权登记日为2024年4月3日，最迟2024年4月3日下午深圳证券交易所收市后在中国证券登记结算有限公司深圳分公司登记在册的"水羊转债"全体持有人享有本次派发的利息。					

（2）公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

2024年6月22日，公司于巨潮资讯网披露了《水羊集团股份有限公司2024年度跟踪评级报告》，中诚信国际维持公司主体信用等级为A+，评级展望为稳定，维持"水羊转债"的债项信用等级为A+。本次跟踪评级结果较前次无变化。

（3）截至报告期末公司近2年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2024年	2023年	本年比上年增减
资产负债率	50.73%	49.58%	1.15%
扣除非经常性损益后净利润	11,794.09	27,261.29	-56.74%
EBITDA全部债务比	7.23%	4.11%	3.12%
利息保障倍数	3.20	5.99	-46.58%

三、重要事项

具体可参见公司在巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）披露的《水羊集团股份有限公司2024年年度报告》。

证券代码：300731　　证券简称：科创新源　　公告编号：2025-014

深圳科创新源新材料股份有限公司 2024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。

众华会计师事务所（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仍为众华会计师事务所（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126,431,804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	科创新源	股票代码	300731
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	梁媛	吴玮琼	
办公地址	深圳市光明区新湖街道同富裕工业园富川科技工业园2号、3号厂房	深圳市光明区新湖街道同富裕工业园富川科技工业园2号、3号厂房	
传真	0755-2919 9959	0755-2919 9959	
电话	0755-3369 1628	0755-3369 1628	
电子信箱	tzb@cotran.com	tzb@cotran.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）报告期内公司所从事的主要业务和产品情况

2024年，公司主营业务为高分子材料产品及热管理系统产品的研发、生产及销售，产品线涵盖通信、电力、新能源、汽车、数据中心、家电等业务领域，其中高分子材料业务以深圳科创新源新材料股份有限公司（以下简称"公司"、"科创新源"）、控股子公司无锡昆成新材料科技有限公司（以下简称"无锡昆成"）和芜湖市航创祥路汽车部件有限公司（以下简称"芜湖祥路"）为主要实施主体，热管理系统业务以控股子公司苏州瑞泰克散热科技有限公司（以下简称"瑞泰克"）和全资子公司东莞创源智热技术有限公司（以下简称"东莞创源"）为主要实施主体。在高分子材料领域，公司依托多年来在高分子材料配方和工艺上的深厚积累以及大客户资源，主要开展防水密封材料、防火绝缘材料、防潮封堵材料等业务，主要产品为高性能特种橡胶胶粘带以及与其配套使用的PVC绝缘胶带、冷缩套管系列产品；绝缘防水胶带、防火板/毯/胶带等防火封堵产品、电子防潮堵漏等产品；汽车门窗密封条等系列产品，并提供防水、绝缘、防火、密封等方面的整体解决方案，相关产品可广泛应用于通信、电力、汽车、轨道交通等领域，目前客户主要包括华为、中兴、爱立信、中国移动、中国电信、中国联通、南方电网、国家电网、泰国电网、奇瑞汽车、吉利汽车等。报告期内，公司高分子材料业务保持稳健发展，全年合计实现营业收入49,289.21万元，较去年同期增长28.82%。

随着新能源汽车和人工智能的快速发展，相关产业的热管理解决方案及产品，对于提升新能源汽车的性能和安全性，以及优化人工智能设备的运行效率具有关键作用。报告期内，公司热管理系统领域主要业务实施主体为瑞泰克和东莞创源，主要产品为新能源汽车和储能系统用液冷板、家用电器使用的冷凝器、蒸发器、数据中心用液冷板等散热器件，相关产品可广泛应用于新能源汽车和储能系统、家用电器、数据中心等领域。目前客户主要包括宁德时代、蜂巢能源、海尔等。

（二）报告期内公司所处行业的发展情况

公司是一家致力于以自主创新、独立研发为基础的国家级高新技术企业。报告期内，公司主要业务为高分子材料产品及热管理系统产品的研发、生产及销售，产品可广泛应用于通信、电力、传统家电及汽车、储能和数据中心等领域。

公司高分子材料业务主要产品为高性能特种橡胶材料产品，其生产中耗用的主要原材料为聚异丁烯、三元乙丙橡胶、丁基橡胶、有机硅等，该类原材料在生产成本中占比较大，其价格走势会对生产成本产生直接影响，公司产品销售价格会因原材料价格波动而变化。高性能特种橡胶材料产业链下游主要包括通信、电力、汽车、矿业、轨道交通等领域，下游行业对公司所在行业的发展具有较大的牵引和驱动作用，其投资增速的变化对公司主要产品的应用起到关键作用。前述下游行业属于支撑经济社会发展的先导性、基础性、战略性行业，下游行业的稳定发展，带动公司高性能特种橡胶材料产品的稳定增长。

在通信领域，工业和信息化部数据显示，截至2024年底，5G基站总数为425.1万个，比上年末净增87.4万个，5G基站占移动电话基站总数达33.6%，占比较上年末提升4.5个百分点；平均每万人拥有5G基站30.2个，较上年末提高10.2个。《"十四五"信息通信行业发展规划》指出，"十四五"时期，力争每万人拥有5G基站数达26个，目前"十四五"规划中关于5G建设目标已提前完成。当前，各行业对5G应用的重视程度和项目需求持续提升，5G行业应用已融入80个国民经济大类。随着5G应用范围和规模不断扩大，带动通信业服务需求持续提升。

在电力领域，中国电力企业联合会发布的《2024—2025年度全国电力供需形势分析预测报告》显示，2024年，全国全社会用电量9.85万亿千瓦时，同比增长6.8%。2024年，包括第一、二、三产在内的全国全行业用电量比2020年增长了29.5%，"十四五"以来年均增长6.7%。国民经济运行总体稳定以及电气化水平提升，拉动近年来全行业用电量保持平稳较快增长。报告预测，2025年我国宏观经济将继续保持平稳增长，综合多种因素考虑，预计2025年全国全社会用电量10.4万亿千瓦时，同比增长6%左右。

在汽车领域，我国汽车产销量连续多年居全球第一，千人汽车保有量长期保持稳定增长态势。根据中国汽车工业协会数据，2024年，我国汽车产销量累计完成3,128.2万辆和3,143.6万辆，同比分别增长3.7%和4.5%。2025年，随着系列政策出台落地，政策组合效应不断释放，将会进一步释放汽车市场潜力。

2025年，在整体经济稳中求进的基础上，将不断带动5G网络建设、输电网和配电网改造工作以及汽车行业向更广更深的方向进展，直接拉动高性能特种橡胶材料的市场需求。

公司热管理系统业务的主要产品包括新能源汽车动力电池和储能系统用液冷板、传统家电散热器件、数据中心服务器用散热模组等，目前可广泛应用于新能源汽车和储能系统、家用电器、数据中心等领域。

公司散热金属结构件生产中耗用的主要原材料为铝合金、铜合金等，该类原材料在生产成本中占比较高，其价格波动会对生产成本产生显著影响，公司相关产品销售价格通常根据原材料市场变化进行相应调整。散热金属结构件产业链下游主要覆盖通信设备、新能源汽车、消费电子、航空航天及高端装备制造等领域，下游行业的产能扩张与技术迭代对公司所在行业发展形成直接拉动作用，其市场需求变化对公司产品应用规模起到决定性影响。前述下游行业作为国家战略性新兴产业和先进制造业的核心组成部分，其持续快速发展对散热的需求也日益提高，为散热金属结构件产品提供了稳定的增长空间，行业需求呈现长期向好态势。

在新能源汽车领域，我国新能源汽车产销量连续10年位居全球第一。2024年，在政策利好、供给丰富、价格降低和基础设施持续改善等多重因素共同作用下，新能源汽车持续增长，产销量突破1,000万辆。根据中国汽车工业协会统计显示，2024年，新能源汽车产销分别完成1,288.8万辆和1,286.6万辆，同比分别增长34.4%和35.5%，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的40.9%，较2023年提高9.3个百分点。据中国汽车工业协会预测，2025年，预计汽车产业将呈现稳中有升的基本态势，汽车产销将继续保持增长，新能源汽车产业有望继续加快发展，协会初步预计2025年新能源汽车销量1,600万辆，同比增长24.4%。

在储能领域，2021年7月，国家发展改革委、国家能源局联合印发了《关于加快推动新型储能发展的指导意见》，文件明确，到2025年，实现新型储能从商业化初期向规模化发展转变，装机规模达3,000万千瓦以上。到2030年，实现新型储能全面市场化发展。2024年，新型储能保持快速发展态势，装机规模突破7,000万千瓦。截至2024年底，全国已建成投运新型储能项目累计装机规模达7,376万千瓦/1.68亿千瓦时，约为"十三五"末的20倍，较2023年底增长超过130%。平均储能时长2.3小时，较2023年底增加约0.2小时。2025年1月1日，《中华人民共和国能源法》开始施行，将不断推进新型储能高质量发展，发挥各类储能在电力系统中的调节作用。

在数据中心领域，随着社会信息化和对高性能计算的需求，全球数据中心的规模和集成度均以较快的速度增长，由此使得数据中心热耗散功率密度不断攀升，传统热管理方案很难适应计算机能耗继续增长的需求。《关于加快构建全国一体化大数据中心协同创新体系的指导意见》提出，到2025年，全国范围内数据中心形成布局合理、绿色集约的基础设施一体化格局。东西部数据中心实现结构性平衡，大型、超大型数据中心运行电能利用效率降到1.3以下。《数据中心绿色低碳发展专项行动计划》明确，到2030年底，全国数据中心平均电能利用效率、单位算力能效和碳效达到国际先进水平，可再生能源利用率进一步提升。液冷技术由于高效散热和节能的优势，未来将成为数据中心冷却领域的重要解决方案。

（三）公司产品市场地位

公司具有较强技术研发实力，凭借过硬的产品质量、领先的技术水平和专业及时的售后服务，获得了客户的普遍认可与好评。公司目前核心产品高分子防水密封材料的多数技术指标领先于同行，雄厚的技术实力为公司带来了领先的销量。

公司电力用绝缘防火材料产品、汽车用防水密封条产品和传统家电散热器件产品、新能源汽车和储能系统用散热液冷板等产品目前主要由子公司负责研发、生产和销售。公司主要控股子公司无锡昆成、芜湖祥路和瑞泰克均为高新技术企业，在相关行业耕耘多年，相应的技术指标已达到国内领先水平，且受到核心大客户的认可。

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

单位：元

	2024年末	2023年末	本年末比上年末增减	2022年末
总资产	1,245,836,206.72	1,011,330,809.52	23.19%	947,684,163.47
归属于上市公司股东的净资产	602,041,472.69	614,087,905.40	-1.96%	611,578,680.68
	2024年	2023年	本年比上年增减	2022年
营业收入	958,126,136.62	558,570,814.06	71.53%	520,291,413.48
归属于上市公司股东的净利润	17,279,483.78	25,457,149.46	-32.12%	-26,711,868.91
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	12,717,698.58	7,763,682.75	63.81%	-34,415,649.44
经营活动产生的现金流量净额	13,616,943.72	66,390,283.89	-79.49%	79,566,755.99
基本每股收益（元/股）	0.14	0.20	-30.00%	-0.21
稀释每股收益（元/股）	0.14	0