证券代码:002803　证券简称:吉宏股份　公告编号:2025-011

厦门吉宏科技股份有限公司

2024 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。

非标准审计意见提示

□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

是否以公积金转增股本

□是 √否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为:以公司目前总股本384,769,288股扣除公司回购专户持有的股份数量6,569,900股后的378,209,388股为基数,向全体股东每10股派发现金红利1.58元(含税),送红股0股(含税),不以公积金转增股本。

董事会风险提示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	吉宏股份	股票代码	002803
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	张晓平	许文秀	
办公地址	厦门市海沧区东孚工业区二期靖头路9号	厦门市海沧区东孚工业区二期靖头路9号	
传真	0592-6316330	0592-6316330	
电话	0592-6316330	0592-6316330	
电子信箱	zhangxp@jhong.cn	xuwx@jhong.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

报告期内,受惠体社会经济环境、通货膨胀及汇率波动频繁等因素影响,各国家/地区消费信心不足、消费意愿萎弱,行业市场竞争日趋激烈,包装业务下游客户销售预增放缓,订单量长动力不足,产品销售价格随着原材料价格下降而相应下降,导致公司营业收入和净利润有所下降。

公司积极应对社会经济及宏观环境变化,包装业务方面,利润提升"走出去"发展战略,加大海外市场开拓力度,持续开拓市场领域和客户群体,确保核心支柱板块的稳定盈利。得益社会消费业务方面,公司进一步积极跟踪和拓展业务导致销售收入较上年增长,品牌建设,跨境电商业务增长,通过持续战略调整广告投放区域,规模效益逐步显现,报告期内,2024年下半年跨境社交电商业务订单规模上升明显,带动公司整体营业收入和利润逐步提升,公司业绩实现快速恢复。

报告期内,公司实现营业收入62,525,260万元,同比下降17.41%,其中,公司跨境社交电商业务实现营业收入336,590.33万元,同比下降20.93%,包装业务实现营业收入209,946.06万元,同比增长0.14%;实现归属于上市公司股东的净利润18,193.11万元,同比下降47.28%。报告期内,公司第三期员工持股计划和2022年限制性股票激励计划合计产生股份支付费用金额1,733.26万元。

截至2024年12月31日,公司总资产为76,360,309.61万元,较年初下降2.33%,归属于上市公司股东的所有者权益为22,202,47万元,较年初下降3.44%,经营活动产生的现金流量净额为38,667,706万元,较上年同期下降46.71%。

(一)跨境社交电商业务

2024年,我国政府实施一系列改革措施,旨在推动跨境电商行业的高质量发展。这些改革涵盖试点项目的推广、政策环境的完善、金融支持的增强、基础设施与物流体系的加强、监管与服务的优化、国际合作与标准建设的积极参与,以及数字经济的推动。公司跟随政策导向,充分利用在跨境社交电商业务领域的专业优势和资源积累,借助数智化技术赋能目标品牌建设,以期不断增强市场占有率,驱动业绩增长。

1、独特的"放线人"模式

公司跨境社交电商业务主要通过运用AI算法分析海外市场、细绘用户画像,并进行智能选品、精准定位客户群体,在Meta(即Facebook)、TikTok、Google、Line、YouTube、Instagram等国外社交网络平台上精准推送独立站广告进行线上获客转化,降高性价比和有特色的中国产品跨境销售至东南亚、日本、韩国、中东、中国台湾、中国香港等多个国家或地区。

与卖家依赖于电商平台及平台流量的传统模式不同,公司的跨境社交电商业务主要利用社交媒体流量开展,通过多平台投放策略,将独对增一步交平台依赖的同时有效控制成本。公司实施区域策略,根据不同市场,如东南亚、中东地区,采取不同策略以适应当地市场需求。此外,公司还通过内容营销、直播带货等多种产品,以满足不同消费者的需求。

2、持续的研发投入,构建高效产运营系统

公司自主研发跨境社交电商运营管理系统并持续更新迭代"Qiikin"平台,该平台作为公司跨境社交电商业务的智慧中枢,贯穿包括选品、图像素材设计、视频素材生成、广告文案与翻译、广告投放、物流配送、客服等全业务流程,实现了业务的数字化、可视化、智能化。

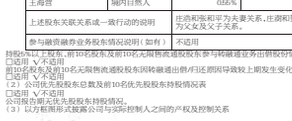
报告期内,公司持续关注国内外人工智能发展现状,投入国内外主流模型如ChatGPT、LlamaAI,立创等,并持续升级迭代包括电商文本带货模型(ChatGiiKin-6B)、电商智能计划与素材生成等类模型(AiLAI)智能投放助手(I-king)等类模型。通过公司的强大信息化基础和持续增加的样本量,模型不断被训练、升级,应用并形成良性循环,进一步强化公司"AI电商"优势,形成"数据+智能算法"的独特竞争壁垒,为公司跨境社交电商业务发展提供坚实的智能化底层基础,打开业务拓展空间。

1)在优化智能选品策略方面,根据公司目前在多平台商品标准数据资源,公司目主研发电商文本带货模型(ChatGiiKin-6B),将智能选品团队根据不同地区的市场特性来制定定制化的选品策略,确保产品与当地消费者的需求和偏好相匹配。该工具还能基于不同特征对产品敏感地进行排名,使得产品的期望转变和盈利能力更加直观,有效提升选品团队工作效率。

2)在商地应生成和广告开发领域,公司利用目前AI技术应用不同情况城多样化的文化和语言环境,ChatGiiKin-6B电商文本带类模型将会对十国产品标签数据,并通过不同的提示词自动生成多语言的产品标题、关键词和描述,帮助选品团队快速定义产品卖点并自动化生成广告内容,同时可根据不同国家和地区的市场标准调整模特、替换背景音乐和翻译字幕,快速制作高质量广告视频。

3)在广告投放方面,Qiikin系统能够根据产品特性选择目标消费者受众和配销风格,从而提高广告投放的精确度并实现盈利最大化。智能广告投放助手I-king已经整合到Qiikin系统中,并通过API与Meta(包括Facebook和Instagram)、TikTok和Google(包括YouTube)等社交媒体平台的广告系统相连。I-king分析广告数据,为广告优化师作出时有效决策提供数据支撑。

4)在采购和售后服务方面,公司利用AI机器人有效提升运营效率。AI机器人可协助翻译不同语言并生成自动回复,公司无需雇佣当地客服人员,即可快速略准为不同国家和地区的消费者提供购买和售后服务。



3、长期战略规划

1)A版动跨境电商全链路优化:持续加大人工智能投入,整合供应链、内容制作、广告投放、支付与物流系统,构建"数据为脑"的运营模式,实现全链路数字化、智能化管理,形成"智能决策—高效执行—动态优化"的闭环生态,推动跨境电商从"粗放增长"向"精细化"模式升级。

2)加强品牌建设:公司致力于寻求开拓电商业务新的利润模长点,在做大做快主动跨境社交电商业务的同时,贯彻公司多年积累的营销数据和技术优势,聚化自有品牌以增强市场竞争力和品牌影响力,通过营销数据共享和赋能,确保品牌团队能够充分利用公司资源,快速响应市场变化并制定有效的营销策略,在竞争激烈的电商市场中脱颖而出,最终实现品牌溢价,目前已打造包括SINADA、HIKEI、Velmia、Konciwa及FITTENA等品牌,产品涵盖电动剃刀自行车、内衣、超氧小发泡物用品。

三、董事会报告

报告期内,公司和投行"走出去"发展战略,致力于海外市场的深度拓展,与中东知名联盟企业BMJ Industries成员公司合作,双方根据各自目前城多年积累的客户资源、技术研发、服务运营和资响渠道等方面的优势资源搭建销售网络,通过在阿拉伯国家的电商平台投资主体,在阿拉伯国家的电商平台投资主体,在阿拉伯国家的电商平台投资主体,