

证券代码：002640

证券简称：跨境通

公告编号：2025-013

# 跨境通宝电子商务股份有限公司 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。

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

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	跨境通	股票代码	002640
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	无		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	王月娣	李凝珂	
办公地址	山西省太原市万柏林区滨河西路 51 号摩天石 3#28F	山西省太原市万柏林区滨河西路 51 号摩天石 3#28F	
传真	0351-5270118	0351-5270118	
电话	0351-5270116	0351-5270116	
电子信箱	ir@kjtbao.com	ir@kjtbao.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### （一）公司所处行业情况

##### 1、全球电商市场增速放缓，整体存量竞争加剧，部分区域增量广阔

2024 年全球跨境电商市场整体保持缓慢增长，较高峰期呈回落趋势。全球电商行业从爆发式增长进入平稳发展期，市场竞争也从增量争夺转向存量博弈。根据 eMarketer 数据显示，2024 年全球电商销售额预计将达到 6.3 万亿美元，同比增长 8.76%。2024 年至 2027 年，全球电商销售额将以 7.8% 的复合年增长率持续攀升，预计 2027 年将达到 8 万亿美元。

在细分市场上，欧美及日韩作为成熟市场，电商零售起步早，渗透率高，基建完善，用户消费力强，目前仍为跨境电商的主要阵地，但增速逐渐放缓，基本已经成为存量市场。欧美市场趋于饱和，亚马逊、TEMU 等头部平台持续扩大市场份额，平台竞争白热化。同时，东南亚市场在经历前几年的爆发式增长后，正逐步走向合规化发展。为平衡跨境电商与本土电商的关系，东南亚各国政府正通过海关、税收等多维度加强对电商平台的监管力度。此外，拉美地区作为新兴市场表现亮眼，根据 LinkedIn 数据，预计到 2024 年底，拉美电商市场规模将达到 1,947 亿美元，并以 8.50% 的年复合增长率持续增长至 2028 年。其中，巴西与墨西哥的表现最为突出，分别占据约 29% 和 26% 的市场份额。总体而言，全球电商市场增速放缓已成为行业发展的必然趋势，平台需积极调整战略，以在日益激烈的市场竞争中保持竞争优势。

## 2、中国外贸迈向高质量发展阶段，多重机遇下砥砺前行

近年来，全球经济发展承受下行压力，2024 全球跨境电商市场整体增速变缓，但得益于我国稳定的经济政治环境、完备的产业结构和政策支持不断推进，我国跨境电商已成为我国外贸增长的重要引擎。从政策方面，伴随着“一带一路”发展策略的持续推进，2024 年各部密集出台的推动高质量发展的多项跨境电商支持政策，以及 RCEP 的逐步完善，我国跨境电商领域人才有望在新兴市场有所发展。从行业竞争方面，随着国内流量红利的逐步减弱，叠加海外消费需求的常态化发展，我国跨境电商发展进入行业调整阶段，目前跨境电商经营需要一定时间的资金投入和运营累积，具备产品定价能力以及强运营能力的卖家依然是稀缺资源，我国具有“价格力”的产品具备较强的竞争力。从科技方面，随着跨境电商发展进入成熟阶段，跨境电商物流、跨境支付、SaaS 服务、数字营销等围绕着跨境电商领域的服务型企业竞相出现。依托于大数据、云计算、人工智能等数字技术的发展，社交电商、直播电商、区块链技术助力电商供应链等新模式的蓬勃发展，跨境电商产业链进一步得到完善，支撑着行业向着数字化、智能化等领域持续成长，极大地提升了行业发展的速度，有利于行业资源的优化分配和企业效率的提升。

据海关总署数据，2024 年，我国跨境电商进出口总额达 2.63 万亿元，增长 10.8%，其中出口额占比 69.2%，达 1.82 万亿元。



数据来源：网经社、中商产业研究院

据网经社《2023 年度中国跨境电商市场数据报告》及中商产业研究院发布的《2024-2029 年中国跨境电商产业调研及发展趋势预测报告》显示，2024 年中国跨境电商市场规模将达到 17.66 万亿元，较 2023 年的 16.85 万亿元同比增长 4.8%，增速较上一年下降 2.52 个百分点。市场由野蛮生长的高速发展回归理性，企业有机会慢下来，在得益于政策红利的基础上更加注重提高服务质量、优化运营模式，寻求新的增长点和盈利模式。

## 3、公司行业地位

随着全球线上商品零售额渗透率的逐步提升，大量资本的入局以及新兴巨头的涌现，跨境电商行业竞争加剧的同时，也带动了行业的进一步发展。随着行业的合规化发展，为了降低运营风险及促进业务增长，多渠道、多种模式布局正成为越来越多跨境电商企业的共识。我国跨境电商行业发展也从传统铺货模式逐渐转向品牌化发展模式；同时，随着市场发展，获取新用户成本逐渐提高，以及在全托管、半托管的模式加持之下，第三方平台吸引大量卖家投入新兴渠道。作为国内跨境电商行业最早进入资本市场的企业之一，跨境通展现出了其前瞻性，多年以前即布局了第三方网站平台、自营网站平台，同时公司也孵化了最早一批跨境电商 DTC 品牌，结合自有品牌的口碑、集中度和优秀的国际品牌代运营能力，公司始终占据着国内跨境电商行业重要的一席之地。跨境通旗下品牌 ZAFUL 在欧美拥有忠实消费群体，在

Instagram、Facebook 等社交平台的总粉丝量已超 1600 万，两大官方账号在海外版抖音上粉丝数量超过 100 万。与此同时，凭借规范标准的流程作业体系，和具有多年丰富经验的营销、运营、客服团队，公司积极引进国外优质的品牌产品，获得了多家国际知名品牌商的认可与商业代理授权，并在天猫商城、天猫国际、抖音、小红书等平台上代运营了包括“爱他美官方海外旗舰店”、“纽迪希亚海外官方旗舰店”、“抖音诺优能旗舰店”以及“小红书诺优能品牌店”等一系列品牌旗舰店。

**(二) 公司业务概述**

**1、公司简介**

跨境通是注册在中国的跨境电商零售企业，报告期内跨境通实现营业收入 571,915.29 万元，其中跨境电商进口业务实现营业收入 532,644.37 万元，占跨境通营业收入的 93.13%；跨境出口业务实现营业收入 35,697.24 万元，占跨境通营业收入的 6.24%。



**2、公司业务**

**(1) 主要业务与模式**

公司主营业务包括跨境出口电商业务、跨境进口电商业务两大类，业务模式如下图示：



跨境通助力中国优质产品通过电商渠道输出到海外市场，同时将海外的优质产品进口到中国市场，主要产品品类为服装类、家居类、配饰类、母婴类以及保健品品类等。

**(2) 业务布局**

跨境电商行业市场空间较大，世界各地消费者线上购物需求增大，且具有很大的差异性。公司深耕跨境进出口电商业务，以精细化运营为宗旨。跨境进口电商业务抓住国内科学化生育管理与高质量人口发展战略，围绕品牌过硬、客单价合适、快递成本合理且具有重复购买力的母婴及保健品品类，开拓更多品牌合作，打造成为“电商中的分销商，分销商中的电商”；跨境出口方面我们致力于深化品牌化战略，聚焦品牌价值的全方位提升，打造有核心竞争力的自有品牌产品，提升市占率和用户口碑，助力中国优质商品走向全球消费者。

### （三）跨境进出口电商零售业务

#### 1、跨境进口电商业务

报告期内，公司跨境进口电商业务实现营业收入 532,644.37 万元，占总营业收入的 93.13%，2023 年度跨境进口电商业务实现营业收入 610,020.32 万元，同比下降 12.68%，该部分业务收入来自优壹电商，本期收入下降主要原因为优壹电商业务模式发生调整，B2C 业务由原来的经销模式转为代运营模式。

#### 2、跨境出口电商业务

报告期内，公司跨境出口电商业务实现营业收入 35,697.24 万元，占总营业收入的 6.24%，2023 年度跨境出口实现营业收入 46,116.52 万元，同比下降 22.59%。该部分营业收入主要来自飒腾、百圆。本期收入下降主要原因为自营网站推广投入减少导致销售收入下降。

其中自营网站（含移动端）实现营业收入 3,573.91 万元，去年同期实现营业收入 15,958.43 万元，同比下降 77.60%；第三方平台实现营业收入 32,123.33 万元，去年同期实现营业收入 30,158.09 万元，同比上升 6.52%。

### （四）核心经营质量概览

#### 1、商品采购

截至 2024 年末，公司向前五供应商采购金额为 52.73 亿元，占报告期采购总额的 97.43%。

序号	供应商名称	采购额（万元）	占年度采购总额比例
1	客户 A	523,201.26	96.68%
2	客户 B	1,929.55	0.36%
3	客户 C	739.69	0.14%
4	客户 D	729.39	0.13%
5	客户 E	670.72	0.12%
	合计	527,270.61	97.43%

#### 2、仓储物流

##### （1）仓储

截至 2024 年末，公司建立国内仓 12 个，仓储面积 3.01 万平方米。仓储物流费用支出 2,608.42 万元，占公司营业收入的 0.46%。

##### （2）物流

公司重视物流服务的时效性与物流成本优化。跨境物流涉及流程长、环节多，为实现全球供应链的高效协同，公司针对不同场景采取差异化的物流模式，以实现资源的最优配置。跨境出口方面，公司以 FBA 仓及第三方海外仓为主，通过海运与空运相结合的方式，头程满足大批量商品对低成本与高时效的差异化需求，尾程配送由平台物流或本地第三方物流完成。对于部分轻小件订单，公司与第三方物流服务商合作为主，通过小包和海运、铁运的方式将货物及时送达消费者手中。跨境进口方面主要是通过快递和陆运的物流模式，实现货物的高效流通与快速交付。

#### 3、库存管理

公司重视存货的日常管理工作，自产品收货入库直至仓库发货的整个流程，构建了一套完备且严谨的存货管理体系。针对存货形成的不同路径，公司制定了差异化的存货管理制度，涵盖存货保管制度、存货盘点制度等，对存货的日常维护、内部调动、出入库数据追踪以及定期盘点等关键环节，均作出了细致规定。公司进一步明确了呆滞品的界定标准与处理规则，从库存时间、市场需求变化、技术更新等多方面考虑，制定了相应处理规则，比如降价促销、再利用或报废，及时清理呆滞品，减少资源浪费。

公司的存货管理主要依托先进的信息系统。基于此系统，搭建起实时监控库存状况的体系与机制，以便及时察觉并处理潜在的库存呆滞风险。公司还充分利用仓储管理系统所生成的电子化数据记录，为采购决策、仓储管理等工作提供科学的决策依据。报告期内，公司有效降低了存货对资金的占用，显著提升了存货周转率，为公司的高效运营与可持续发展提供了有力支撑。

#### 4、经营性现金流情况

公司持续关注经营性现金流管理，加强应收账款管理，优化供应商管理和备货算法，提高存货管理水平，控制成本支出，提升现金管理效率。截至 2024 年末，优壹电商经营活动产生的现金流量净额为 18,192.37 万元，飒腾经营活动产生的现金流量净额为-327.15 万元，百圆经营活动产生的现金流量净额为 6,687.79 万元。

**5、实体店业务经营情况**

截至本报告期末，“百圆裤业”线下实体店铺 385 家，其中直营店 9 家，加盟店 376 家，实现营业收入 3,529.46 万元，占总营业收入的 0.62%。

**6、区域营收结构**

报告期内，按市场区域划分，公司营业收入结构如下：

市场区域	本期营业收入（万元）	报告期营业收入占比	上期营业收入（万元）	上期营业收入占比
欧洲	2,649.41	0.46%	10,950.26	1.66%
北美洲	32,508.69	5.68%	33,317.73	5.04%
亚洲	536,466.80	93.81%	616,711.71	93.20%
大洋洲	265.83	0.05%	540.44	0.08%
南美洲	14.90	0.00%	69.76	0.01%
非洲	9.66	0.00%	51.29	0.01%
合计	571,915.29	100.00%	661,641.19	100.00%

**7、分品类收入情况**

报告期内，公司收入主要分布在母婴用品等类和服装家居类，各品类营业收入情况如下：

**母婴用品等类产品**

公司母婴用品等类收入来源主要为优壹电商，产品主要以婴幼儿配方奶粉为主，保健产品为辅。截至 2024 年 12 月 31 日，公司母婴用品等类产品实现营业收入 532,774.50 万元，同比下降 12.69%，占营业总收入比例为 93.16%。

**服装家居类产品**

公司经营服装类产品收入来源为跨境出口业务模块和境内线下实体模块，品类结构以泳装、裙装、裤装等为主，家居、配饰等时尚衍生商品为辅，截至 2024 年 12 月 31 日，公司服装类产品实现营业收入 39,140.78 万元，同比下降 23.24%，占营业总收入比例为 6.84%。

**8、分渠道收入情况**

报告期内，公司业务采用“线上+线下”渠道运营，继续拓展销售渠道，完善多渠道、多层次的销售体系，向全球消费者提供优质产品。

销售渠道	销售模式	营业收入（万元）	占总营业收入比例	上期营业收入（万元）	上期营业收入占比
线上	第三方平台	539,120.72	94.27%	568,788.63	85.97%
	自建平台	3,573.91	0.62%	15,958.43	2.41%
	线上收入小计	542,694.63	94.89%	584,747.06	88.38%
线下	线下收入小计	29,220.66	5.11%	76,894.13	11.62%
合计		571,915.29	100.00%	661,641.19	100.00%

**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	3,109,304,837.88	3,742,087,769.84	-16.91%	3,989,135,888.94
归属于上市公司股东的净资产	852,049,471.10	1,348,685,432.44	-36.82%	1,448,168,216.10
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	5,719,152,851.00	6,616,411,850.21	-13.56%	7,254,492,919.90
归属于上市公司股东	-478,807,075.55	-9,688,216.46	-4,842.16%	17,949,175.92

的净利润				
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-390,591,186.48	-85,277,450.05	-358.02%	-69,687,335.84
经营活动产生的现金流量净额	77,098,734.20	-120,627,350.99	163.91%	-103,619,718.83
基本每股收益（元/股）	-0.3099	-0.0062	-4,898.39%	0.0115
稀释每股收益（元/股）	-0.3099	-0.0062	-4,898.39%	0.0115
加权平均净资产收益率	-43.52%	-0.69%	-42.83%	1.24%

## （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	1,276,360,999.18	1,642,688,588.59	1,279,629,546.76	1,520,473,716.47
归属于上市公司股东的净利润	-17,408,333.60	6,024,101.70	-6,379,538.87	-461,043,304.78
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-19,896,559.68	-4,039,681.25	-8,173,965.69	-358,480,979.86
经营活动产生的现金流量净额	-141,093,023.39	-94,053,498.02	202,850,349.65	109,394,905.96

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	206,922	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	214,968	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
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	
杨建新	境内自然人	9.68%	150,859,148	-10,695,500	质押	150,859,148	
					冻结	150,859,148	
广州开发区新兴产业投资基金管理有限公司	国有法人	7.96%	124,010,000	-7,990,000	不适用	0	
徐佳东	境内自然	0.55%	8,500,000	0	质押	8,500,000	

	人				冻结	8,500,000
张继红	境内自然人	0.52%	8,146,000	8,146,000	不适用	0
UBS AG	境外法人	0.50%	7,776,845	7,776,845	不适用	0
新余睿景企业管理服务有限公司	境内非国有法人	0.49%	7,565,000	0	质押	7,564,997
陈学文	境内自然人	0.46%	7,109,700	7,109,700	不适用	0
BARCLAYS BANK PLC	境外法人	0.45%	7,076,996	7,076,996	不适用	0
中国国际金融香港资产管理有限公司—CICCFT10(Q)	境外法人	0.43%	6,732,600	6,732,600	不适用	0
陈超	境内自然人	0.35%	5,425,900	2,800	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	杨建新为新余睿景企业管理服务有限公司实际控制人，持有新余睿景 90.62% 的股权。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	陈超持有公司股份 5,425,900 股，其中普通证券账号持有 2,632,300 股，通过兴业证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 2,793,600 股；陈映舟持有公司股份 5,384,852 股，其中普通证券账号持有 2,089,152 股，通过财通证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 3,295,700 股。					

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

**(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**

报告期内，公司不存在控股股东，实际控制人。

**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

跨境通宝电子商务股份有限公司

法定代表人：李勇

二〇二五年三月二十九日