

证券代码：300640

证券简称：德艺文创

公告编号：2026-016

德艺文化创意集团股份有限公司 2025 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。

华兴会计师事务所（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

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以公司总股本 310,993,427 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.25 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	德艺文创	股票代码	300640
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	吴艳菱	齐琳	
办公地址	福建省闽侯县上街镇创业路 1 号	福建省闽侯县上街镇创业路 1 号	
传真	0591-87828800	0591-87828800	
电话	0591-87762758	0591-87762758	
电子信箱	board@fz-profit.com	board@fz-profit.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主营业务概况

德艺文创是一家致力于为海内外客户提供研发设计、外包生产及全球化销售一站式服务的文创家居用品整体供应商。公司坚持实施自主创新发展战略，逐步发展成为拥有完整销售业态的集团性公司。公司始终秉承着“创新引领、传承文化、品质家居、缔造生活”的经营理念，坚持“文化资源创意化、创意设计产品化、产品销售产业化”的业务理念，以满足海内外消费者日常居家生活的个性化、多样化需求为研发设计驱动力，为客户和终端消费者提供高附加值的创意家居产品。

公司主营产品为文创家居用品。公司突出“文化、创意、时尚”的产品特性，在家居用品研发设计中，立足海内外文化，推动中国文化元素与当季潮流趋势的融合，以陶瓷、树脂、竹木等中国特色原材料为载体，并融入诸多文化元素，在产品能够满足居民日常居家生活需求的实用性功能基础上，借助专业研发设计团队的知识智慧及情感，赋予其独特的设计、时尚的外观、新颖的材质，打造出兼具“时尚、创意、设计”于一体的创意家居用品。目前，公司已经形成了创意装饰品、休闲日用品、时尚小家具等三大产品系列近万个品种，产品远销全球五大洲 100 多个国家和地区，为国内主要的文化创意家居用品出口商之一。自设立以来，公司主营业务和主要产品均未发生重大变化。

（二）公司主要产品

公司主营产品为创意家居生活用品，产品品类齐全，系列丰富。按照产品功能类别划分，大致可以分为创意装饰品、休闲日用品及时尚小家具三大类。

1、创意装饰品

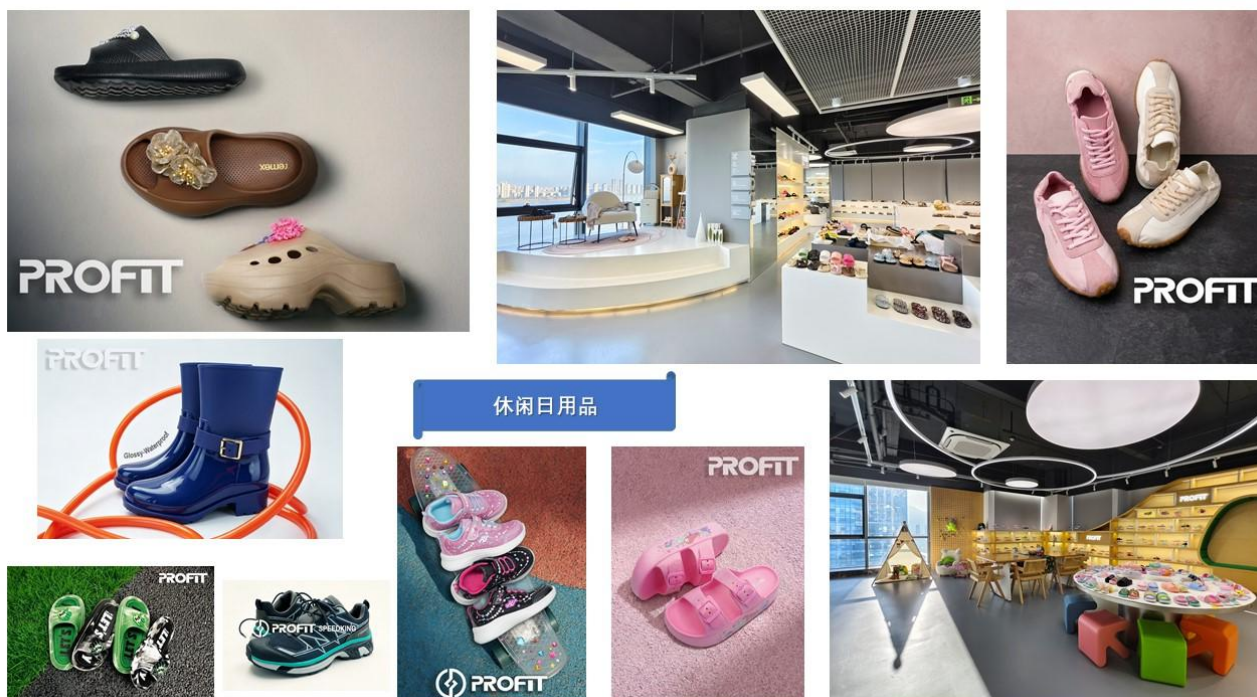
对于创意装饰品，公司在研发设计理念上突显创意特性，通过文化创意和设计服务将中华传统文化或外国经典元素融入陶瓷、树脂、竹木、铁件等载体之中，并运用现代的工艺技术制造而成。公司的创意装饰品，按照用途可以划分为节庆装饰品、家居装饰品、日用装饰品及花园装饰品等；按照材质可以划分为陶瓷装饰品、树脂装饰品、纺织装饰品等。公司部分创意装饰产品如下图所示：

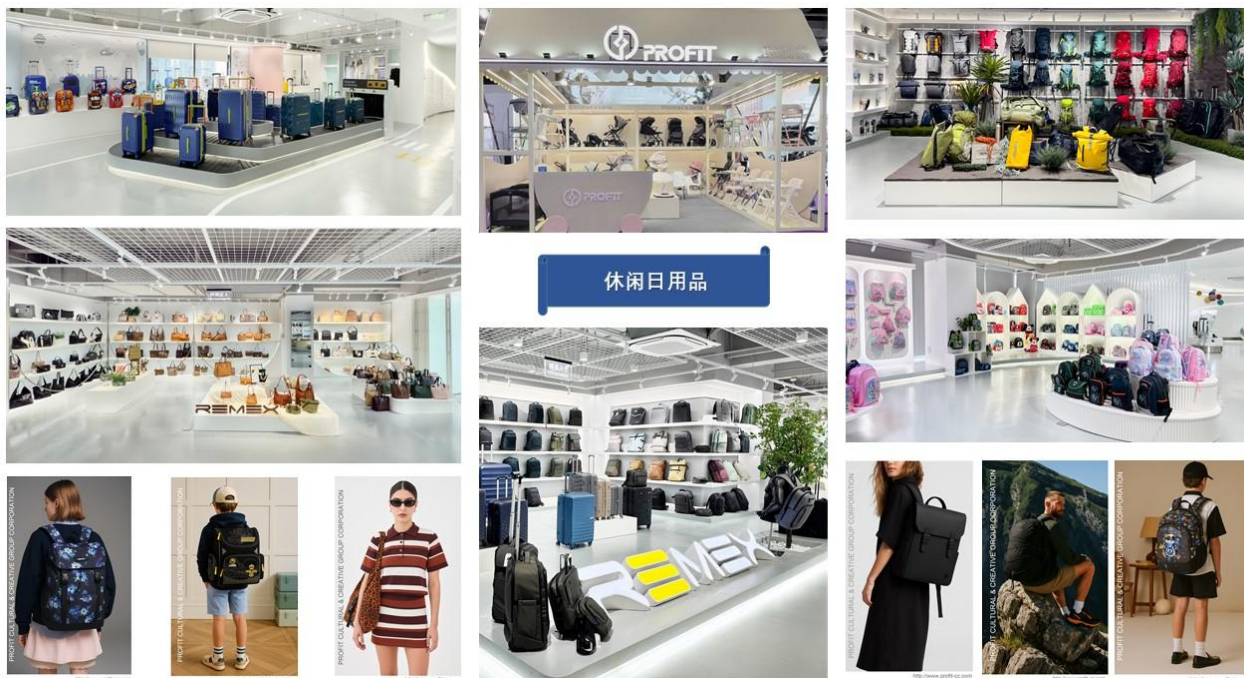


(图 1：公司设计的创意装饰品产品图片)

2、休闲日用品

对于休闲日用品，公司在研发设计理念上突显休闲特性，以提升产品的美观度和舒适感、改善产品的休闲文化体验为重点，倡导休闲的生活方式，赋予家居日用品以时尚元素和文化内涵。公司的休闲日用品主要包括休闲鞋和休闲包两大类，其中：鞋类产品包括沙滩拖鞋、凉鞋及休闲鞋等；包类产品包括动漫背包、商务休闲包、户外休闲包、孕婴童包类等。公司部分休闲日用产品如下图所示：





(图 2: 公司设计的休闲日用品产品图片)

3、时尚小家具

对于时尚小家具，公司在研发设计理念上突显时尚特性，除具备家具产品本身的实用功能外，在外观设计上还融合了设计师的创新和灵感，融入时尚、品质、文化及个性化元素，满足消费者对生活环境和生活品质的高层次要求。公司的时尚小家具包括装饰小家具、客厅小家具、浴室小家具、收纳小家具、宠物小家具、户外家具用品等系列。公司部分时尚小家具产品如下图所示：



(图 3: 公司设计的时尚小家具产品图片)

（三）经营模式

作为一家致力于为海内外客户提供文化创意家居用品一站式采购服务的公司，公司建立了集“研发设计—外包生产—渠道销售”三大环节于一体的稳定业务经营模式。公司突出“文化、创意、时尚”的产品特性，建立了独立、完整的研发、设计、采购及销售体系。其环节主要如下：

1、研发设计环节

公司始终坚持以研发创新为核心驱动力，通过充分整合全球文化资源、现代文创工艺与最新设计理念，以陶瓷、树脂、铁艺等材料为载体，借助专业的研发设计团队将文化资源转变为文化创意家居用品。截至目前，公司获得各项知识产权一百余项，在创意设计、产品开发等方面处于行业领先水平。

公司结合自身产品体系及业务布局，积极利用 AI 等数字化智能化技术赋能产品研发设计，搭建了生成式 AI 的文创产品研发设计平台（德艺 AI 创作平台），该平台整合了 AI 设计工具与数据分析能力，着重用于提升设计部门创意产出效率和质量，以 AI 设计创新配合拓展市场，确保公司设计的产品满足客户的需求。

2、外包生产环节

公司所处的福建省，是陶瓷、树脂、竹木制品以及服装鞋帽等日用品的重要生产基地，原料供应充足，生产厂商众多，产业链条完整，并已经形成了产业集群。在此基础上，公司凭借卓越的研发设计能力，采用 OEM 采购模式，由公司研发中心提供设计图纸，OEM 厂商按照设计图生产产品，最终以公司的自主品牌或指定品牌销售。为了与文创家居产品个性化、小批量、多品种的特点相匹配，公司通常采取小规模、多批次的采购方式。同时，公司外销产品遵循“以销定产”原则，根据客户订单的品种和数量组织相应采购，最大程度地降低公司经营风险。

3、渠道销售环节

公司产品销售包括国外市场销售（外销）与国内市场销售（内销）；报告期内，公司外销收入占比仍超过 95%。

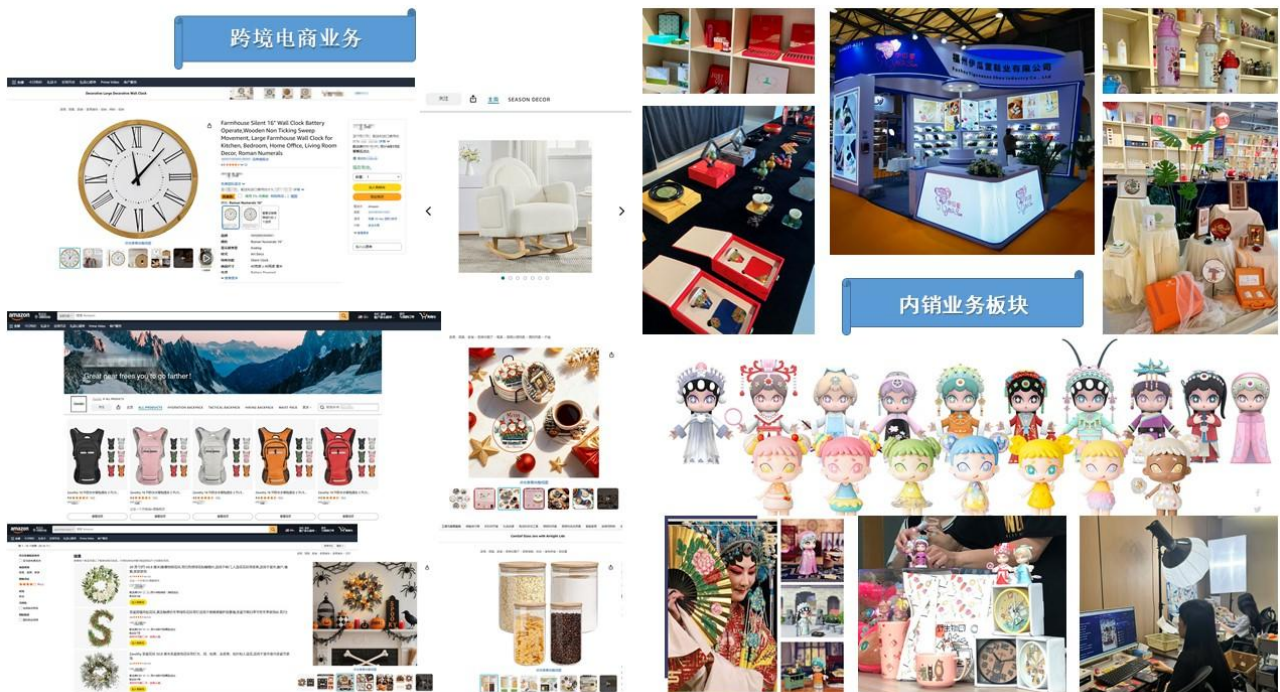
（1）外销模式

作为国家文化出口重点企业，公司经过多年的积累和沉淀，建立了完备的海外营销渠道。目前，公司已经拥有了覆盖全球五大洲的客户。公司与大型经销商及商超经过长时间的合作，建立了良好和稳定的供销关系。业务部门秉承“传承文化、创新引领、点缀生活、品味人生”的理念，以对文化流行时尚的深刻理解为基础，通过多种渠道开拓下游客户，为客户提供个性化定制产品。

近年来，为拓宽出海渠道，公司加大跨境电商发展力度。跨境电商业务依托公司传统业务形成的研发设计、供应链管理、销售渠道以及质控品检优势，在成本效率方面凸显公司竞争优势，为促进公司业务稳定和便利化注入了新动力。

（2）内销模式

报告期内，公司国内销售业务收入占比较小。公司产品主要定位于个性化、定制化、创意化。公司密切关注国内市场，本着“稳妥布局、稳健经营、稳步发展”的原则，着重通过各类电子商务平台、线下展厅以及参与线下展会拓展合作相结合的方式促进内销业务的发展。



(图 4：内销版块及跨境电商版块)

报告期内，公司经营模式未发生重大变化。

今后，公司将延续和发展现有产品线及业务模式，开发新产品、拓展新客户、布局增量市场，在巩固海外市场的基础上，重点拓展电商渠道，尤其是跨境电商业务，加强 IP 运营并加大国内市场开发力度，加强与上下游优质企业合作，实现产业升级。

(四) 主要业绩驱动因素

1、政策驱动因素

为促进文化创意产业高质量发展，国家陆续出台支持文化产业和专业化设计服务细分行业发展的政策，以鼓励和促进文化产业及上下游产业融合发展、为经济转型和社会发展注入文化活力。同时，国家始终将科技创新摆在发展的重要位置，出台一系列政策支持企业在产品研发设计、营销等环节与人工智能、云计算、数字孪生等数字科技进行融合，促进企业的高效发展。

为贯彻落实党的二十大精神，推动外贸稳规模优结构，确保实现进出口促稳提质目标任务，国家对出口扶持力度进一步增强，体现在政策扶持、金融支持、贸易便利化、市场开拓以及品牌建设等多个维度，为外贸企业提供了强有力的后盾。

2、市场驱动因素

创意家居用品是既具备普通家居用品的实用属性、又融入了设计者赋予的文化创意属性的家居用品。伴随着居民生活节奏提速和新一代主力消费群体追求时尚化、个性化的心理影响，“轻装修、重装饰”的理念逐步发展为新的居家生活潮流，对创意家居用品的需求也有望进一步增长。作为以中国五千年的传统文化为创意来源的企业，公司深扎于中华文化的丰厚土壤，并以此为创意设计的来源，重点开发呈现具有文化特色的家居产品。东西方设计思潮的碰撞和交流极大地丰富了创意和设计内涵，拓展了物质和非物质文化遗产传承和发扬途径，促进了文化资源的应用和发展，为创意家居用品产业的发展不断提供创意源泉。

3、公司自身的竞争优势驱动因素

公司凭借专业的研发设计团队和卓越的研发设计能力，通过充分整合全球文化资源、现代文创工艺与最新设计理念，依托高效的供应链管理体系与深耕多年的全球经销渠道，以陶瓷、树脂、竹木等材料为载体，生产出符合市场需求的文化创意家居用品。

（五）行业竞争格局

我国创意家居行业整体呈现大市场、小品牌、竞争充分的竞争格局，市场集中度较低，中小厂商数量众多，同质化与价格竞争现象较为突出。头部企业凭借品牌影响力、全渠道布局、规模化供应链及资金优势占据主导地位，设计与文创类品牌则依靠原创设计、国潮文化赋能及 IP 联名构建差异化优势。行业竞争正逐步从传统价格比拼转向设计创新、智能化技术应用、文化附加值提升与全域渠道运营的综合竞争，线上线下融合、柔性定制与品牌化发展成为企业抢占市场份额的关键方向。

（六）公司在行业中的竞争地位

公司成立三十年来，始终秉承“创新引领、传承文化、品质家居、缔造生活”的经营理念，坚持自主创新发展战略，持续深耕文化创意家居领域，现已发展成为业务体系完善、全球布局广泛的集团化企业。经过多年市场拓展与品牌积淀，公司产品远销全球五大洲一百多个国家和地区，是国内颇具影响力的文化创意家居用品出口企业，并被商务部、中央宣传部、财政部、文化和旅游部、国家广播电视总局等多部委联合认定为“国家文化出口重点企业”。

面对行业日趋激烈的竞争格局，公司依托突出的文化创意与原创设计能力、全球化渠道优势、敏捷协同供应链体系及优秀品牌资质，构筑了显著的综合竞争壁垒。公司以国家级工业设计中心为核心载体，深度挖掘中华优秀传统文化，结合 AI 智能设计辅助，将文化资源高效转化为兼具美学与实用价值的文创家居产品，持续强化原创设计优势与产品附加值；依托全球化营销网络，公司与国际大型商超及跨境电商平台建立长期稳定合作，海外业务优势突出，在文化出海领域具备领先的先发优势；同时公司采用轻资产运营模式，高效整合区域优质制造资源，实现多品类快响应交付；作为国家文化出口重点企业、高新技术企业，公司不断强化文化赋能、原创设计、科技创新与全球渠道的协同优势，持续筑牢核心壁垒，稳固行业竞争优势。

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

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	1,104,991,981.29	973,647,237.90	13.49%	914,883,169.37
归属于上市公司股东的净资产	811,166,574.82	804,468,817.08	0.83%	817,131,476.24
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	1,054,046,877.31	906,712,061.13	16.25%	721,054,661.20
归属于上市公司股东的净利润	12,917,626.28	9,106,880.73	41.84%	26,377,739.76
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	8,387,130.53	17,340,391.47	-51.63%	24,782,232.43
经营活动产生的现金流量净额	3,606,186.51	-21,074,767.69	117.11%	33,748,056.17
基本每股收益（元/股）	0.0415	0.0293	41.64%	0.0848

稀释每股收益（元/股）	0.0415	0.0293	41.64%	0.0848
加权平均净资产收益率	1.04%	1.13%	-0.09%	3.14%

(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	263,178,564.35	242,615,017.53	262,053,323.70	286,199,971.73
归属于上市公司股东的净利润	3,928,404.07	2,928,127.53	7,397,029.63	-1,335,934.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	3,314,637.26	1,801,755.24	6,568,501.92	-3,297,763.89
经营活动产生的现金流量净额	-30,424,718.71	34,583,238.58	-14,288,704.79	13,736,371.43

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	24,280	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	18,285	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			
吴体芳	境内自然人	34.32%	106,735,869.00	87,049,177.00	质押	44,052,000.00			
许美珍	境内自然人	2.60%	8,100,000.00	0.00	不适用	0.00			
刘晓岚	境内自然人	2.00%	6,219,800.00	0.00	不适用	0.00			
陈岚	境内自然人	0.88%	2,751,100.00	0.00	不适用	0.00			
BARCLAYS BANK PLC	境外法人	0.75%	2,345,108.00	0.00	不适用	0.00			

孟文莹	境内自然人	0.50%	1,550,000.00	0.00	不适用	0.00
王斌	境内自然人	0.43%	1,335,260.00	1,001,445.00	不适用	0.00
欧阳军	境内自然人	0.42%	1,311,900.00	983,925.00	不适用	0.00
郑志娟	境内自然人	0.40%	1,245,500.00	0.00	不适用	0.00
游建华	境内自然人	0.38%	1,197,000.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明	吴体芳与许美珍为一致行动人，未知上表其他股东之间是否存在关联关系，也未知上表其他股东是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。					

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

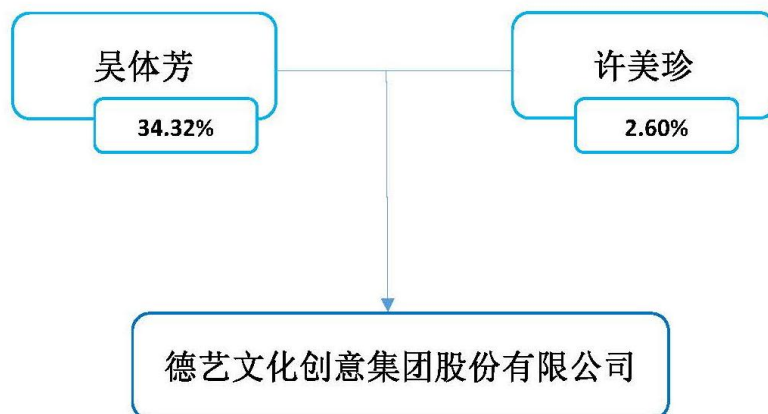
公司是否具有表决权差异安排

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



注：许美珍为实际控制人吴体芳的一致行动人

注：截至 2025 年 12 月 31 日，吴体芳先生持有公司 106,735,869 股，占公司总股本的 34.32%；吴体芳先生及其一致行动人许美珍女士合计持有公司股份 114,835,869 股，占公司总股本的 36.93%。截至本报告披露日，吴体芳先生持有公司股份 103,625,969 股，占公司总股本的 33.32%；吴体芳先生及其一致行动人许美珍女士合计持有公司股份 111,725,969 股，占公司总股本的 35.93%。

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

2025 年，全球经济复苏乏力，国际贸易竞争加剧，地缘政治与贸易政策变动频繁，海外市场需求结构持续分化，对以外销为主的文创家居企业形成多重挑战。公司密切跟踪宏观政策与市场变化，灵活调整经营策略，依托多区域市场布局、成熟供应链及研发设计优势，推动各业务板块稳健协同发展。一方面深耕欧洲核心市场，同时大力开拓“一带一路”沿线、澳洲、南美等潜力市场，不断优化海外市场布局；另一方面强化原创设计与文化赋能，提升产品差异化竞争力，巩固与国际商超、经销商的稳定合作。此外，公司跨境电商业务稳步拓展，依托传统业务积累的研发、供应链与质控优势，持续培育增长新动能。

2025 年，公司实现营业收入 105,404.69 万元，较上年同期增长 16.25%；实现归属于母公司所有者的净利润 1,291.76 万元，较上年同期增长 41.84%。

报告期内，根据年度经营计划，公司开展了以下重点工作：

（一）夯实优势主业，聚焦细分领域，开辟增量市场

2025 年，公司持续夯实核心主业，深耕文创家居优势领域，以新技术、新材料、新工艺推动产品迭代升级，不断增强市场竞争力。在维护存量客户、深化长期合作的基础上，公司积极拓展增量客户，挖掘潜在合作机会。一方面公司深耕传统海外优势市场，强化研发设计，积极参与国内外专业展会，精准把握市场需求，为客户提供定制化、高品质产品与综合解决方案；另一方面大力布局跨境电商业务，依托线上渠道拓宽触达范围，丰富营销场景，构建线上线下协同发展的国际化营销体系。

与此同时，公司聚焦细分赛道，积极挖掘新兴市场潜力，加大新产品开发与前沿技术研究力度，引进高层次研发设计人才，多维度发力拓展创新业务，着力培育新的增长引擎。

2025 年，公司依托超万平方米全品类展示中心，动态优化展品布局与营销模式，有效提升客户粘性与转化效率，拓宽业务增长渠道，加快全球化市场拓展步伐。

（二）稳步推进募投项目建设

2020 年公司向特定对象发行股票，本次融资主要建设 IP 产品及运营中心。本报告期公司稳步推进项目建设，然而该项目自身建筑特性增加施工难度，幕墙工程施工亦面临多重挑战，工期较原计划有所延长，为保障募投项目的建设质量，确保项目实施后更符合公司长期发展战略的要求，经审慎研究论证，公司决定将“IP 产品及运营中心项目”达到预定可使用状态的时间由 2025 年 12 月 31 日调整至 2026 年 10 月 31 日。2026 年，公司将加快推进该项目建设进度。

2022 年公司以简易程序向特定对象发行股票，本次融资主要建设数字化展示中心，利用先进的数字技术构建线上线下相融合的产品展示、沟通中心。鉴于公司已搭建全品类线下展厅，实现基本的远程会议沟通，为更好地促进前沿技术在创意家居领域落地，构建线上线下融合的产品展示、设计沟通中心，公司于 2025 年 10 月与相关方达成合作，构建以 AI 为核心的创意设计平台，结合公司产品体系及业务布局，利用 AI 等数字化智能化技术赋能产品研发设计。

（三）重视股东回报，积极实施现金分红

基于公司实际经营情况和长远利益，并考虑对股东的合理回报，在保障公司正常经营和可持续发展基础上，报告期内公司实施了 2024 年度利润分配方案，与投资者共同分享公司的发展成果。具体方案为：以公司总股本 310,993,427 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.20 元（含税），共计派发 6,219,868.54 元（含税），上述权益分派事项已于 2025 年 6 月实施完毕。

至此，公司自 2017 年上市以来，已连续 9 个年度实施现金分红（2016 年度至 2024 年度）。

（四）加强公司治理及内部控制体系建设

报告期内，公司进一步完善公司治理结构，优化业务流程，持续健全内控体系。公司根据《公司法》《上市公司章程指引》《上市公司股东会规则》等法律法规、规范性文件的相关规定，结合公司实际情况，修订及制定了多项公司治理制度，取消监事会并强化审计委员会的职能，持续夯实合规管理根基，促进公司持续、健康、稳定发展。