

证券代码:003010 证券简称:若羽臣 公告编号:2026-010

广州若羽臣科技股份有限公司 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。
 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 2025 年末公司总股本 311,059,476 股扣除截至目前公司回购专用证券账户持有的 4,786,738 股后的 306,272,738 股为基数,向全体股东每 10 股派发现金红利 1 元(含税),送红股 0 股(含税),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、公司简介
 1. 公司简介

股票简称	若羽臣	股票代码	003010
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更后的简称(如有)	无		
联系人及联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
	罗彦奇	何佩娟	
办公地址	广州市海珠区琶洲大道东 8 号歌尔 广州市海珠区琶洲大道东 8 号歌尔大厦 34 楼		
传真	无		
电话	020-22198215	020-22198215	
电子邮箱	rcy@woryou.com	rcy@woryou.com	

信渠道经历显著变化,线上渗透率持续提升,内容电商成为核心增长引擎。其中,以抖音为代表的电商平台凭借直播带货、内容营销和精准推荐等数字化手段,正在加速家居清洁护理产品的线上渗透。
 在衣物清洁领域,产品结构经历从普通清洁向专业护理的价值跃迁,细分市场趋势愈发明显。精洗时代下,衣物产品向体验升级、功能拓展及场景扩容三大方向发展。魔筒系列(2025 年中国洗衣液零售榜)显示,2025 年 1-7 月,线上香洗洗衣液销售额达 44.0 亿元,同比增长 44.9%,在洗衣液市场中占比超 44%,成为推动品类增长的关键力量。在关注香味的消费群体中,留香持久度受关注,占比达 15.2%。
 在品洗升级趋势下,产品高端化与行业规模化协同发展,多方合力构建良性发展生态。Nim 匠石(2025 年中国洗护行业报告)显示,2025 年上半年洗衣液市场高端化价值进一步扩容。
 展望未来,多品牌竞争催生更多品牌商,精洗时代下市场增长将进一步释放。家居产品仍将依托托米悦,在香洗升级、品类细分、场景深耕等方向持续突破,推动市场向更专业、更安全、更悦己的方向高质量发展。
 3. 膳食补充剂行业发展情况
 在“健康中国”战略持续深化的宏观背景下,作为大健康产业的核心部分,中国膳食补充剂行业正迎来结构性机遇,渠道拓展与模式创新的关键转型期,从规模扩张的初级阶段迈向高质量发展的全新阶段。
 根据弗若斯特沙利文的资料,按零售额统计,中国膳食补充剂市场规模 2025 年预计达 2,788 亿元,预计自 2025 年起以 10.1% 的复合增长率增长,并于 2029 年达到 4,101 亿元。与此同时,消费需求呈现精细化、功能细分化、销售渠道多元化的特征,行业注入持续增长的新动能。
 在消费细分领域,消费者需求正从基础营养补充向功能细分领域深化,其中口服营养补充产品持续保持高速增长。2025 年上半年,口服营养补充产品在电商的销售额达 74.8 亿元,占整体电商零售的 12.0%,同比增长 4.0%。其中,抗衰仍是热门方向,市场份额达 40.6%,并以 20.5% 的增速持续领跑,成为消费者最关注的功效品类。
 在渠道变革层面,中国膳食补充剂传统上主要通过药店、超市、专卖店及电商平台销售,近年来线上零售正重塑膳食补充剂的渠道格局,根据 2025 年膳食补充剂行业报告,2025 年上半年中国膳食补充剂电商市场销售额达 622 亿元,同比增长 11.5%,其中,京东同比增长 20.3%,抖音同比增长 45.3%,渠道格局向“内容电商+品牌直营”转变。
 对标成熟市场,日本膳食补充剂行业的发展路径为中国提供了有益借鉴。据《2025 年中国营养补充剂消费洞察报告》,日本通过品牌分级管理体系平衡产品有效性与市场活力,在消费升级已实现高渗透率、强用户黏性、供给端产品矩阵丰富满足全生命周期需求,共同驱动市场在经济下行期仍保持稳定增长。
 (三)公司所处的行业地位
 作为一家科技驱动、以消费者为中心的新消费品牌公司,若羽臣致力于通过高品质、差异化的产品,满足消费者在情感价值、功能价值、场景体验与自我表达等方面的未被满足需求。
 凭借精准洞察用户人群及使用场景需求,并快速转化为爆款产品的核心能力,若羽臣已成功孵化了独家、受宠程度超三百有奇牌。
 自有品牌 LYOCELLE 居家系列自 2020 年正式上线以来,实现了连年翻倍增长,多款产品长期领跑天猫细分品类市排榜单。产品覆盖“衣物护理+环境清洁”等多个领域,契合消费者对市场需求、探索细分品类的极致打磨,快速实现从电商渠道向线下发展,并构建起完整的供应链和环保的供应链,推动品牌市场零售额持续扩张。随着品牌口碑的持续发酵,品牌行业壁垒不断巩固和加强。
 2025 年,独家研发“上海市首发经济引领品牌”、“同步入选 CBNDATA“中国消费”跃升品牌榜”,并先后斩获天猫双11全球品牌“年度新锐品牌”、“年度口碑品牌”等多个生态平台的认证荣誉。
 科学研发体系,持续投入研发,秉持“超越成分+精准营销”为原则,针对对年轻女性人群在不同生命周期中的护肤需求,结合合成生物学等技术创新,打造兼具成分功效及使用体验的产品方案,迅速提升为口服抗衰领域的“一匹黑马”。
 2025 年,独家研发 iSEE 全球首创-创新品牌 TOP100、CGO 年度新锐品牌、HKCT 年度最佳抗衰品牌、京东品牌榜单多项荣誉,并斩获天猫国际第四届“亿元俱乐部”、抖音全球购 2025 年度跨境领航奖、京东健康营养保健 S100 品牌等多项荣誉。
 Nuibay 品牌组合于 2025 年 6 月正式推出,作为大众膳食营养补充剂的新品牌,组合以“超越成分+高精度”为核心,以合成生物技术、食品还原技术等前沿科技,整合全球最优质的供应链与科研成果,打造精准高效的解决方案,为消费者带来真正有效的健康营养补充。截至目前,组合已上市 4 支单品,均实现爆款,荣获双效双项产品。
 2. 品牌管理业务
 依托公司多年的消费品数字化管理经验,以及对多品类业务增长模型的高度理解,公司积极引入优质的消费品品牌方,全权负责品牌方在合作区域内的销售运营及营销推广,并拥有该区域的销售定价权和用户资产。
 销售端,从商品采购、库存管理、渠道分销到终端消费者,深度打造供应链管理体系。营销端,根据品牌方的品牌战略及区域市场特点,制定营销推广计划,提升品牌知名度和影响力,推动销售增长。线上线下团队分工明确,实现线上线下品牌营销协同。
 ① 品牌合作:为客户提供从品牌授权到品牌运营的全方位服务,包括品牌授权、品牌运营、整合营销、数据洞察、媒介采购、供应链管理等服务。
 ② 品牌运营:品牌运营业务根据品牌方不同分工,分为零售模式和品牌服务模式。零售模式下,公司向品牌方或其授权代理商采购货物,后通过第三方电商平台开设的店铺向终端消费者进行货物销售,盈利来源体现为商品的购销差价。品牌模式下,公司一般不直接参与品牌方或其授权代理商采购货物,主要根据客户的不同需求向其收取运营服务费,服务费一般采取固定服务费、提成服务费或两者结合的方式。
 ③ 渠道运营:公司向品牌方或其授权代理商采购商品后销售至分销商,由分销商对外销售。分销商一般包括京东自营、唯品会、天猫超市等电商平台和在电商平台开设店铺授权的线下分销商。其中对于电商平台客户,公司可根据其需求提供不同程度的运营支持服务,包括品牌授权、流量运营、整合营销、数据洞察等,但仓储物流仍由电商平台负责;对于其他分销商,公司仅向其销售商品,无需提供运营支持服务。
 ④ 品牌模式:公司向品牌方或其授权代理商采购货物,再销售至分销商,盈利来源为商品的购销差价。
 (二)行业发展战略
 1. 电子商务行业发展情况
 2025 年,在全球经济环境日趋复杂的背景下,中国经济延续了总体平稳、稳中有进的发展态势,为消费市场电子商务行业的持续增长构筑了坚实基础。
 国家统计局数据显示,2025 年社会消费品零售总额达 50.1 万亿元,同比增长 3.7%,其中全国网上零售额 15.97 万亿元,同比增长 8.6%。实物商品网上零售额达 13.09 万亿元,增长 5.2%,占社会消费品零售总额的比重为 26.1%。全年零售实物商品网上零售额 5.5%,在宏观经济稳健支撑下,消费市场呈现稳步复苏态势,线上渠道继续扮演核心增长极的角色,新业态、新场景驱动消费场景创新。
 随着消费市场规模持续扩张,中国电商行业正迎来“量质齐升”的变革,用户消费行为呈现理性化与感性化并存特征。中国互联网络信息中心与中国电子商务协会联合发布的《数字经济年度报告(2025)》指出,快速迭代的技术迭代、政策红利持续释放,为行业规范发展保驾护航。2025 年上半年,市场监管总局出台《网络交易监督管理办法》,进一步夯实市场秩序基础,强化消费者权益保护。下半年,市场监管总局联合中央网信办、工信部等十部门发布《关于深化平台经济治理和服务质量提升的指导意见》,聚焦平台产品质量提升与监管,完善线上服务质量管理体系,着力培育可信赖的网络经营主体,以优质供给激活消费潜力。
 跨境电商政策红利加码为全球化布局提供了关键助力。2025 年,《关于促进跨境电商出口的若干政策举措》等政策落地,明确支持数字贸易、供应链、知识产权等新兴服务出口业务,为跨境电商业务的全球化拓展提供了有力支撑。
 在宏观环境稳健、数字经济繁荣、法规体系完善与跨境合作深化的多重利好共振下,未来企业将顺应行业高质量发展趋势,深耕内容电商运营,通过强化产品价值定位,优化渠道布局,提升服务体系构建,精准把握,为消费者提供超预期、更契合需求的购物体验。
 2. 渠道管理行业发展情况
 在消费升级与品质生活需求崛起的驱动下,中国消费品行业正迎来前所未有的发展机遇,市场规模持续扩张,线上渠道加速渗透,细分市场亮点频现。
 从整体规模看,中国消费市场保持稳健增长态势,展现出日用消费品市场韧性的韧性。根据弗若斯特沙利文的资料,以零售额计,中国家居清洁护理行业市场规模 2025 年预计达 1,590 亿元,预计自 2025 年起以 8.14% 的复合增长率增长,并于 2029 年达到 2,173 亿元。伴随规模扩张,行业销售

项目	其他	0.96%	2,095,022	0	不适用	0
中国工商银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
中国建设银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
中国银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
交通银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
招商银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
中信银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
兴业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浦发银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
民生银行	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
光大银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
华夏银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江稠州商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江泰隆商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江民泰商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江衢州商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江温州商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江台州商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江嘉兴商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江绍兴商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江湖州商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江丽水商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江衢州商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江金华商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江义乌商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江永康商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江东阳商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江磐安商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江仙居商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江天台商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江三门商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江临海商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江黄岩商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江路桥商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用	0
浙江玉环商业银行股份有限公司	其他	0.79%	2,460,307	0	不适用</	