公司代码：603031　　公司简称：安孚科技

安徽安孚电池科技股份有限公司

2023 年年度报告摘要

第一节 重要提示

1 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 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。

2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3 公司全体董事出席董事会会议。

4 中证天通会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司第四届董事会第三十四次会议审议通过了《关于公司2023年度利润分配及资本公积金转增股本方案的议案》，公司拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向股权登记日在册全体股东每股派发现金红利人民币0.45元（含税），同时向全体股东每10股以资本公积金转增4.5股。本方案尚需公司股东大会审议批准。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	安孚科技	603031	安德利

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	任顺英	常倩倩
办公地址	安徽省合肥市蜀山区潜山路888号百利中心北塔1801	安徽省合肥市蜀山区潜山路888号百利中心北塔1801
电话	0551-62631389	0551-62631389
电子信箱	renshunying@anfucorp.com	changqianqian@anfucorp.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）行业分类

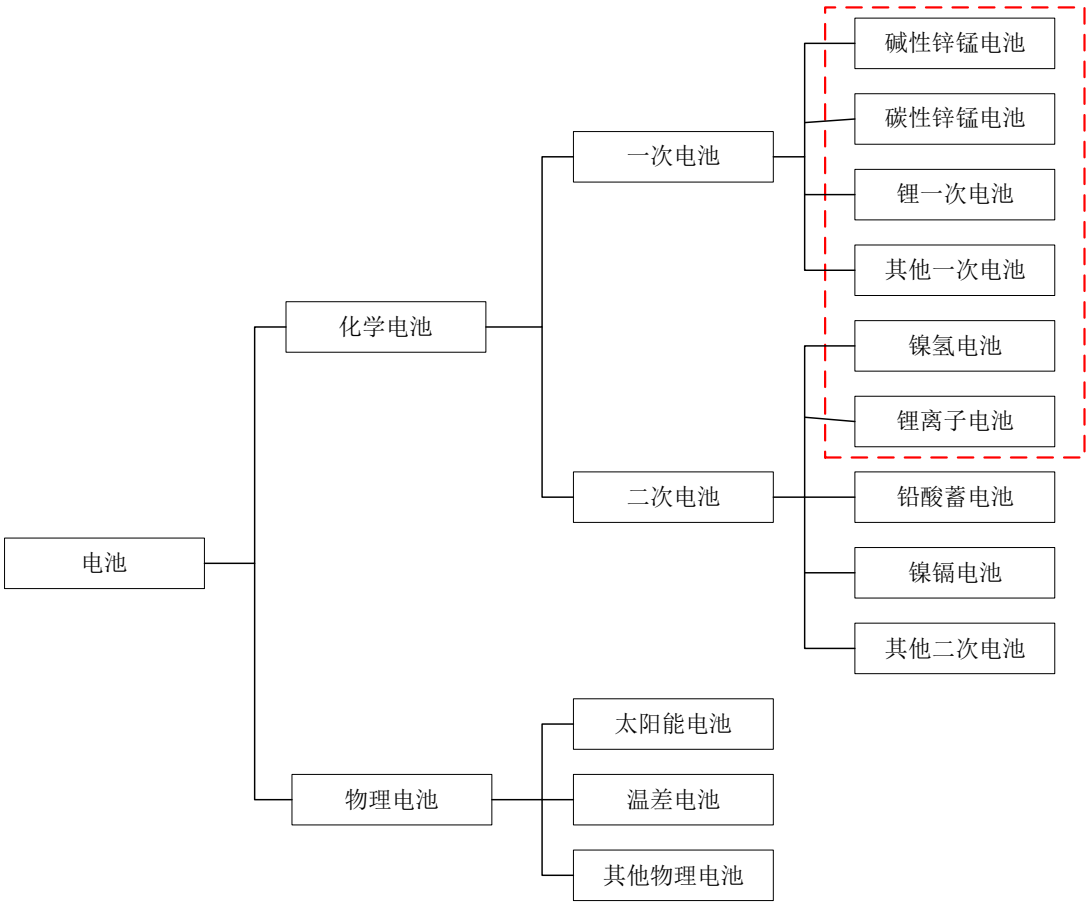
公司主要从事高性能环保锌锰电池的研发、生产及销售。根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司电池业务所在行业属于“C 制造业”门类下的“C38 电气机械和器材制造业”大类。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T 4757-2017），电池业务所属行业为“C38 电气机械和器材制造业”大类下的“C3844 锌锰电池制造”。

（二）电池行业发展概况

电池可以分为化学电池和物理电池两大类。化学电池将化学反应产生的能量直接转变为电能，按照使用性质，可以分为一次电池和二次电池两种。一次电池又称“原电池”，电池中的活性物质消耗完后即失去效用，常见有碱性锌锰电池、碳性锌锰电池、锂一次电池等。二次电池又称“蓄电池”，电量耗尽后可以通过充电反复使用，常见有镍氢电池、锂离子电池、铅酸蓄电池、镍镉电池等。

物理电池是一种利用物理方法，直接将光能、热能等转化为电能的装置，常见有太阳能电池、温差电池等。

具体分类如下图所示：



注：上图中虚线红框部分为南孚电池目前主要销售产品所覆盖领域。

随着科学技术日益发展，便携式电子产品、电动工具等越来越广泛地应用到社会生活中，电池作为人们生活中必不可少的消费品，在通信、交通、工业、医疗、家用电器以及航天与军事等装备装置中起到重要作用。无论在我国，还是全球，电池行业的技术和产业发展始终处于快速和持续发展势头。

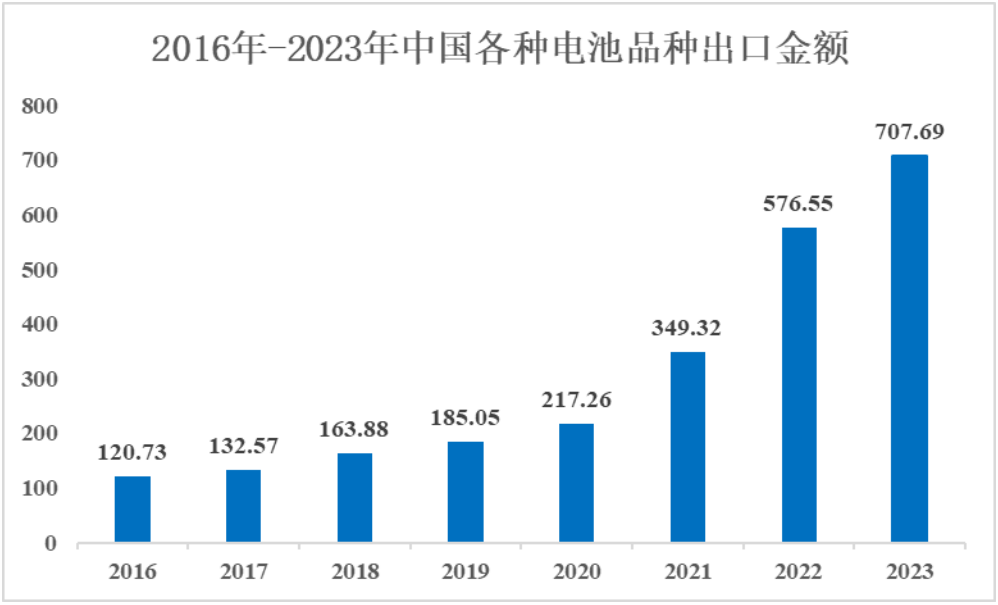
1、我国电池行业发展概况

“十二五”以来，我国电池产业规模发展迅猛，建立了较完整的电池产业链，多数电池产品产量已位居世界同类产业前列，其中一次电池产业规模保持在世界首位。当前，我国电池行业整体呈良好运行态势。

2、全球电池行业发展概况

长期以来，全球电池市场与技术方兴未艾，一直处于持续发展态势。根据 Mordor Intelligence 数据，全球电池市场将继续稳定增长，2027 年全球电池市场规模将达到 2,501.6 亿美元，2022 年-2027 年期间复合增长率预计约为 15.8%，得益于中国和印度等国家城市化进程加快和消费者支出增加，亚太地区将成为世界第一大电池市场，主要需求来自中国、印度、日本和韩国等国家。根据 QYResearch 的《全球锌锰（碱性+碳性）一次电池市场研究报告 2023-2029》报告，2018 年-2022 年，全球锌锰（碱性+碳性）一次电池市场规模复合增长率为 3.2%，2022-2029 年，全球锌锰（碱性+碳性）一次电池市场规模复合增长率预计为 3.9%，全球锌锰（碱性+碳性）一次电池市场增长潜力较大。

从我国电池出口市场来看，2016 年以来，我国电池出口规模稳健增长。各种电池品种出口额由 2016 年的 120.73 亿美元上升至 2023 年的 707.69 亿美元，复合增长率 28.74%。



数据来源：中国化学与物理电源行业协会

3、我国电池行业的发展前景

当前，我国电池行业具备有利产业发展的外部环境，国家产业政策支持、居民消费能力不断提高、下游应用场景日渐丰富、产品性能不断优化等各方面有利因素推动我国电池行业保持持续、快速增长。

（三）锌锰电池行业概况

1、锌锰电池介绍

锌锰电池，全称为锌-二氧化锰电池，是以锌为负极，以二氧化锰为正极，通过氧化还原反应产生电流的一次电池。锌锰电池主要包括碳性电池和碱性电池两大类。碳性电池又称碳性锌锰电池、普通锌锰电池、碳锌电池，电解质通常为氯化锌和氯化铵。碱性电池又称碱性锌锰电池、碱锰电池，电解质为氢氧化钾。

作为发展历史最悠久、使用范围最广泛的一次电池产品，锌锰电池制造技术成熟，已经发展为国际标准化产品，尺寸、形状、规格等都具有国内外通用标准，具有性价比高、安全性能好、稳定性强、使用方便等优点。随着生产技术的发展，当前市场上的大部分锌锰电池已经实现了无汞、无铅、无镉化，对环境友好，可随生活垃圾一起丢弃。

2、锌锰电池凭借自身特性，目前仍是使用最为广泛的电池之一

经过多年发展，锌锰电池已经发展为国际标准化产品，尺寸、形状、规格等都具有国内外通用标准，广泛应用于遥控器、钟表、收音机等传统家用电器领域，智能门锁、智能体脂称等智能家居领域，遥控车、无线电遥控飞机等电动玩具领域，以及血压仪、红外体温计等家用医疗设备领域。

与镍氢电池、锂离子电池等二次电池相比，锌锰电池具有如下优点：

（1）无需额外配备充电器，即插即用，相比于二次电池放电时间更长，使用更为便捷。

（2）不易发生漏液、爆炸等安全事故，无需专门配备保护板，安全性能更高，制造成本更低。

（3）生产成本远低于二次电池，价格更低，对于小型低功率用电器具而言更为经济实惠，具有更高的性价比。

（4）锌锰电池的自放电率更小，常温下可以储存 10 年左右。

（5）放电曲线平稳，具有更强的稳定性，没有记忆效应，不用担心过放，对用电环境的适应性较强，不易损坏。

因此，锌锰电池具有技术成熟、原材料储备丰沛、储存时间长、自放电率低、安全可靠、使用方便、性价比高、应用范围广泛等优点；锌锰电池经过 100 多年的发展，已形成成熟的标准体系。

基于锌锰电池的前述优点，当小电流用电器具对电池的使用便捷性、安全性、性价比、长时间易储存、稳定性等具有较高要求时，锌锰电池仍具有不可替代的优势，广泛适用于传统家用电器、智能家居、电动玩具以及家用医疗设备等领域,其广泛的下游市场保证了锌锰电池具有稳定的市场需求。

3、随着锌锰电池碱性化率逐步提高，碱性电池市场具有广阔的发展前景

锌锰电池主要包括碳性电池和碱性电池两大类。碳性锌锰电池生产成本低，但容量小、内阻大、稳定性不高。碱性电池是在碳性锌锰电池的基础上发展而来，容量大、稳定性好、可放置时间长、小电流放电性能好，尤其适用于长期需要小电流放电的环境。

当前，锌锰电池正朝着碱性化方向发展，碱性化率逐步提高。碳性锌锰电池生产成本低，价格便宜，但与碱性锌锰电池相比，具有工作功率低、内阻高、单位质量电极活性物质容量低等缺点。同等型号下，碱性锌锰电池容量为碳性锌锰电池的 5-7 倍，且贮存期长、原材料利用率高、低温性能好，更适合于需要更长时间放电的场合。随着全社会节能环保观念日益深化，不少发达国家或地区均出台相关政策积极鼓励碱性锌锰电池的生产和使用，碱性锌锰电池替代碳性锌锰电池仍是未来的发展趋势。据统计，发达国家碱性电池占整个干电池市场份额的 80%，且仍在不断提高。

当前我国各部门出台了各种产业政策，大力支持我国碱性锌锰电池产业持续发展。碱性电池免征 4%的消费税。

近年来，我国碱性锌锰电池产量呈稳定增长趋势，已逐渐超过碳性锌锰电池。2021 年，我国

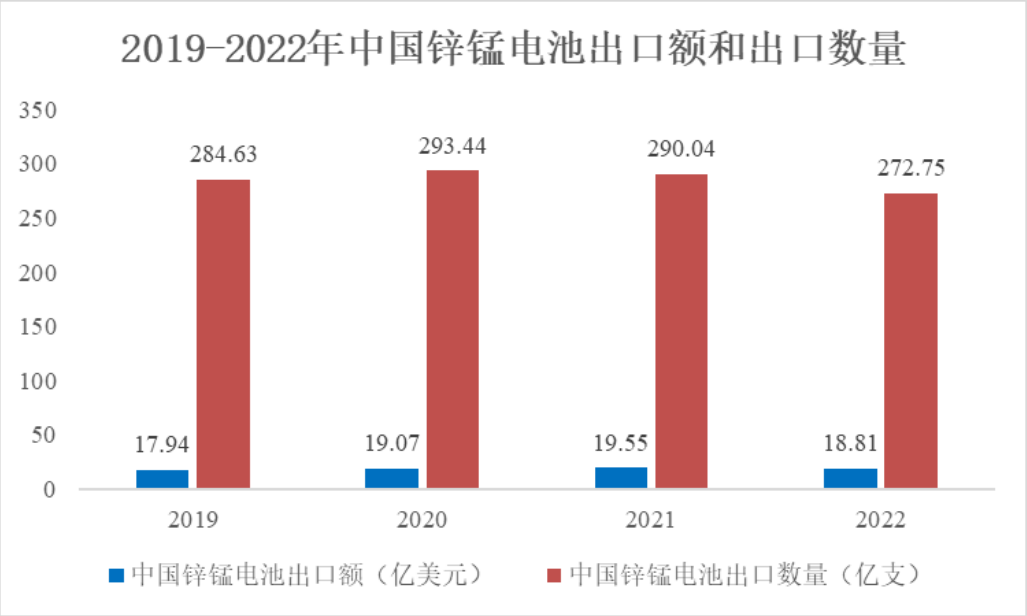
碱性锌锰电池推估产量 259 亿只，同比增加 21.71%；碳性锌锰电池 2021 年推估产量 198 亿只，同比下降 5.26%。随着未来锌锰电池碱性化率逐步提高，碱性电池市场依然具有广阔的发展前景。

4、我国锌锰电池行业发展状况

经过多年技术积累和持续创新，我国锌锰电池制造企业已跻身世界一流行列，中国不仅是全球最大的锌锰电池生产国，也是最大的出口国。国内领先的电池制造商通过引进国际先进技术和设备，结合多年的生产经验和工艺创新，实现了生产效率和产品质量的显著提升，与国际知名品牌的差距逐渐缩小，部分企业的产品质量已达到国际领先水平。

尽管近年来我国锌锰电池出口量和金额经历了一定波动，但整体呈现增长趋势。2022 年，中国锌锰电池产量约为 406.85 亿支，国内需求量约 141.46 亿支；出口量达到 272.75 亿支，虽同比下降 5.96%，出口金额为 18.81 亿美元，下降 3.73%。这一下降主要由于公共卫生事件期间海外对碱性电池的高需求与生产限制，随着公共卫生事件的结束，海外市场需求和供应逐渐恢复正常，预计未来将维持稳定增长。

锌锰电池以其成熟的技术、稳定的性能、安全可靠性以及环保特性（不含铅、汞、镉等有害物质）获得了广泛应用，成为日常生活中不可或缺的消费品。随着行业的不断进步和市场需求的增长，预计我国锌锰电池行业将继续保持积极的发展势头。

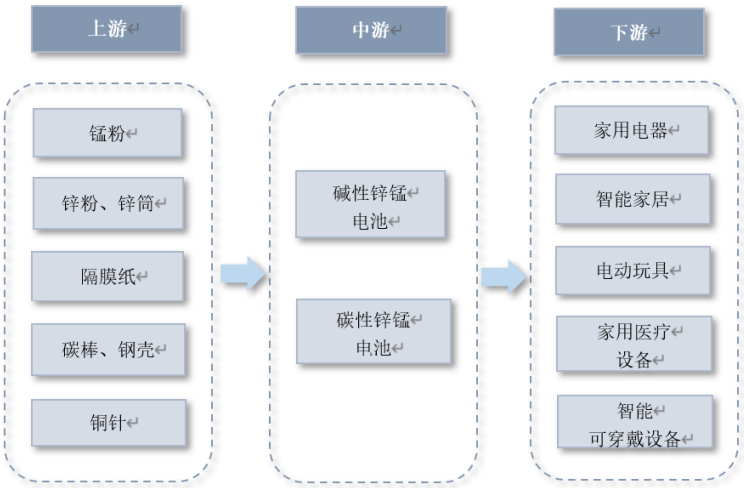


数据来源：中国化学与物理电源行业协会

（四）锌锰电池行业上下游产业链情况

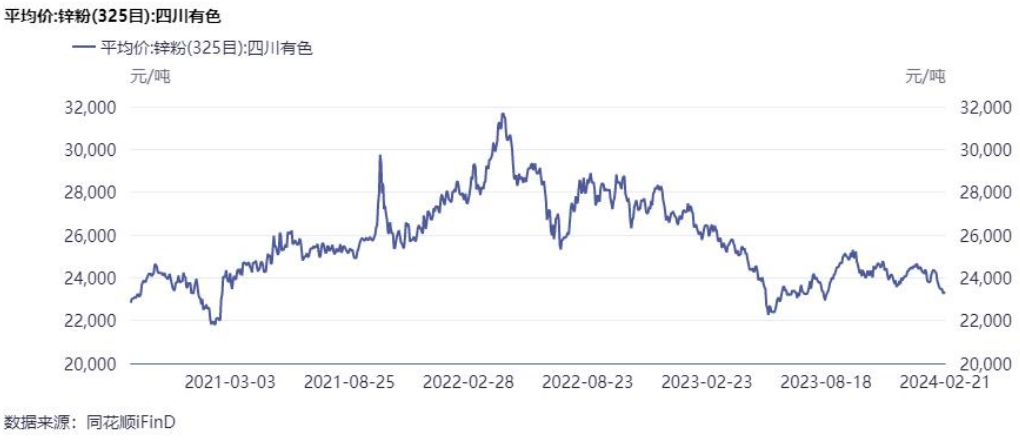
从锌锰电池产业链来看，上游是原材料，主要包括锰粉、锌粉、锌筒、碳棒、钢壳、铜针等；中游包括碱性锌锰电池及碳性锌锰电池生产制造；产业链下游是电动玩具、家用电器、智能家居、家用医疗设备、智能可穿戴设备等应用领域。

锌锰电池产业链



1、上游主要原材料成本变动情况

报告期内，公司生产所需的主要原材料包括电解二氧化锰、锌粉、钢壳和铜针。2023 年锌粉的价格较 2022 年有所下降。由于锂电池需求的推动以及海外通胀的影响，电解二氧化锰的价格显著上涨，尽管在 2022 年下半年略有下降，但 2023 年仍处于高位，因此电解二氧化锰价格上涨对公司的利润形成了一定的挤压。在保证产品生产质量的前提下，为了尽可能减少原材料价格上涨对公司的影响，公司积极采取多种方式来降低成本和提升利润。



数据来源：同花顺iFinD

数据来源：同花顺iFinD

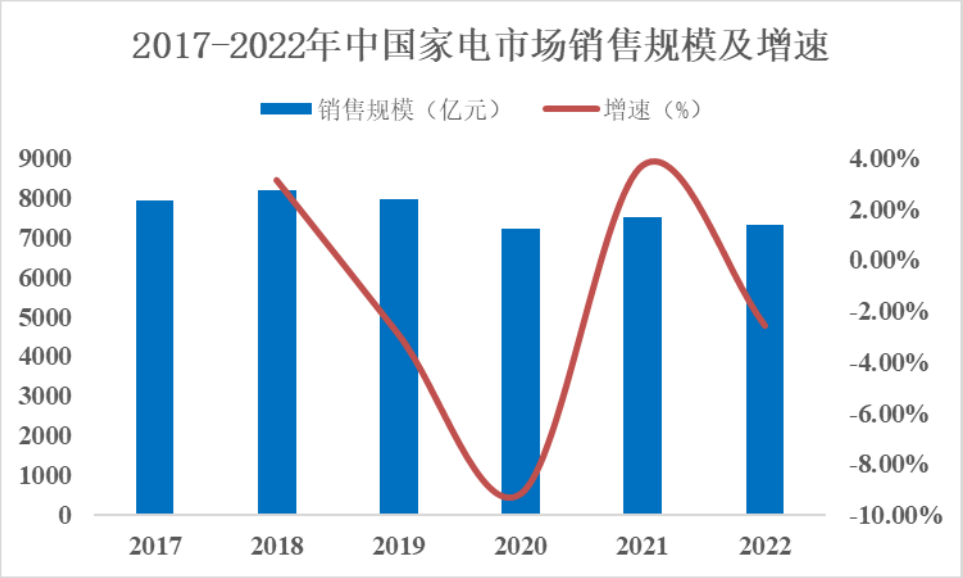
2、电池下游用电器市场发展情况

电池作为消费品的特点是消费者并不直接使用电池，而是将其作为电器的重要配件来使用，间接消费电池。电池市场的需求和销售量受到下游用电器市场的影响，这些用电器包括家用电器市场、智能家居市场、玩具市场、家用医疗市场、可穿戴设备市场等。因此，分析电池下游用电器市场的趋势可以反映出电池产品的发展趋势和市场前景。

（1）家用电器市场

作为家用电器的重要配件，电池在现代消费者日常生活中有着不可或缺的重要作用，不仅应用于遥控器、钟表、收音机、烟雾报警器、无线鼠标、电动牙刷和扫地机器人等传统家用电器，在智能门锁、智能汽车钥匙、蓝牙门禁卡、智能音箱、智能温湿度计和智能头盔等智能家居领域也得到广泛应用。随着消费水平的进一步提高，家庭平均的家用电器数量有所提升，根据凯度marketplace 数据，户均家用电器数量从 2022 年 8.9 个提升到 2023 年 9.0 个。主要提升的用电器包括以下几类：1、遥控器，特别是随着极端气候变多，防暑降温类电器包括空调、电扇遥控器等有所增加；2、随着老龄化、公共卫生事件等多种原因，消费者对健康管理的需求提升，和健康相关的电器如体脂秤、血压计、血氧仪、耳温/额温枪等有所上升；3.物联网驱动的生活方式升级，拉动物联终端如智能门锁，感应设备（智能窗帘、智能灯具等）遥控器增加。

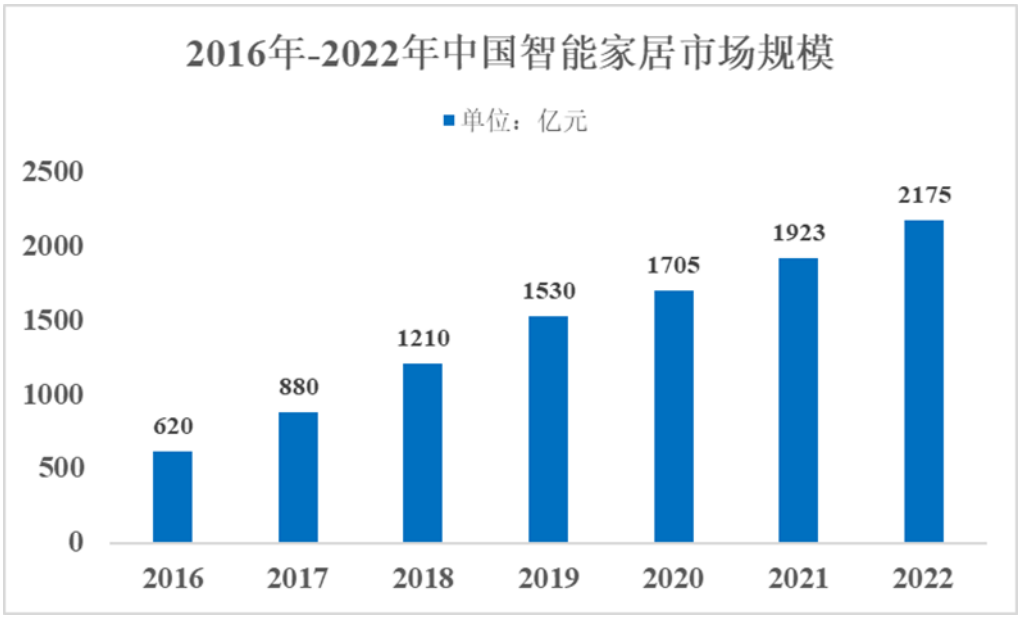
家用电器作为现代家庭的生活必需品，行业规模巨大，随着全球经济的增长以及科学技术的发展，家用电器更新换代速度越来越快，具有广阔的发展空间，传统家电市场规模稳定增长，智能家居市场蓬勃发展。根据中国家用电器研究院、全国家用电器工业信息中心相关数据，2017 年至 2019 年，中国家用电器总体市场稳步发展，销售规模总体上呈现上升趋势。2020 年以来，在公共卫生事件影响下内需收缩，全球经济衰退形势下外需下降，中国家电企业通过产品结构调整，全面提质增效，保持了稳定的发展格局。虽然 2020-2022 年，中国家电市场销售规模有所下降，但 2022 年国内家电市场仍保持在 7,307 亿元的销售规模，国内家电存量规模的持续增长为碱性电池提供了较大的应用场景。



数据来源：中国家用电器研究院，全国家用电器工业信息中心

（2）智能家居市场

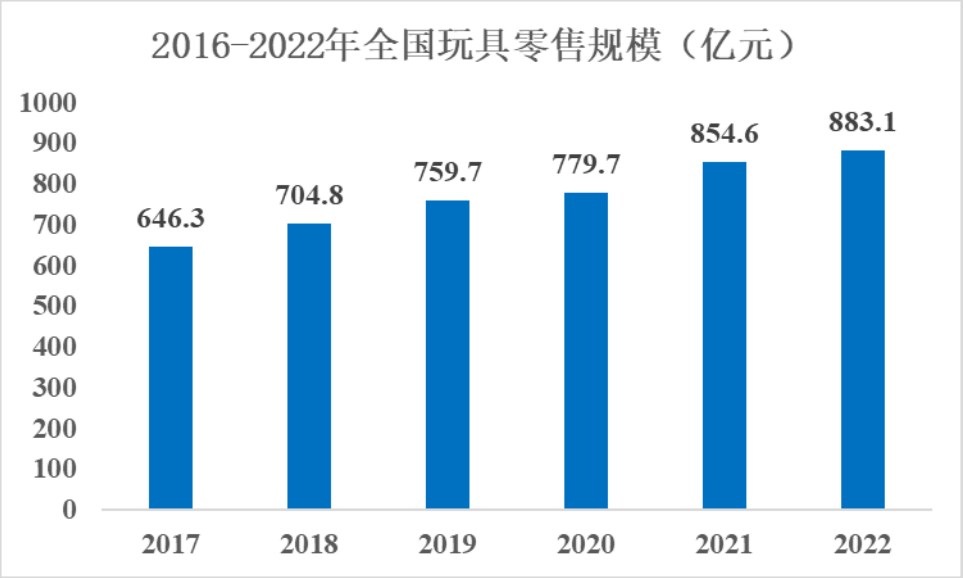
物联网技术的发展带动了家用电器的高端化、智能化发展趋势，智能家居依托物联网技术，将家用电器设备、软件系统以及云计算平台等相结合，是未来家电行业发展的主流方向。根据 Statista 统计数据，2017 年全球智能家居收入为 387.96 亿美元，预计到 2025 年将增长至 1,824.43 亿美元，年均复合增长率为 21.35%。中国智能家居市场规模由 2016 年的 620 亿元增长至 2022 年的 2,175 亿元，复合增长率为 23.27%。



数据来源：同花顺

（3）电动玩具市场

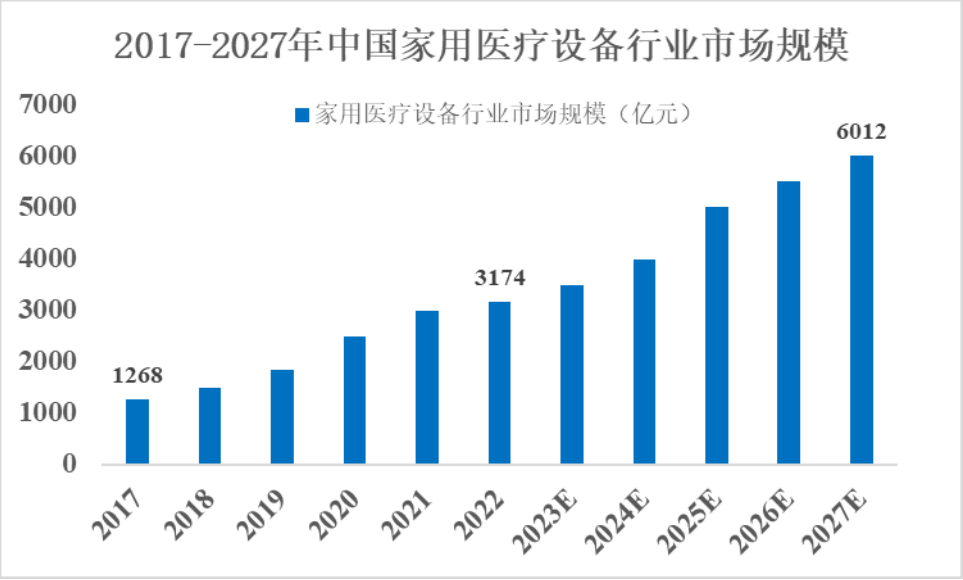
电池是电动玩具的重要动力来源。相比较传统玩具而言，电动玩具更具趣味、互动性更强，在声光效果以及益智教育等方面都具有明显优势，深受广大消费者喜爱。据中国玩具和婴童用品协会发布的数据，2022 年，全国玩具零售规模为 883.1 亿元，比上年增长 3.3%。



数据来源：中国玩具和婴童用品协会

（4）家用医疗设备市场

家用医疗设备主要是相对于专业医疗设备而言，具有操作简单、体积小巧、携带方便等特点，包括红外体温计、血压仪、血糖仪和电动按摩产品等。根据共研产业咨询的数据，中国家用医疗设备行业市场规模呈稳步增长趋势，市场规模从 2017 年的 1,268 亿元增长到 2022 年 3,174 亿元，预计 2027 年市场规模将达到 6,012 亿元，年复合增长率为 13.63%。未来，随着社会老龄化程度逐渐加深、人民保健意识日益增强以及互联网、物联网等技术的快速渗透与发展，预计家用医疗设备市场需求仍将稳步提升，行业市场规模将持续扩张。

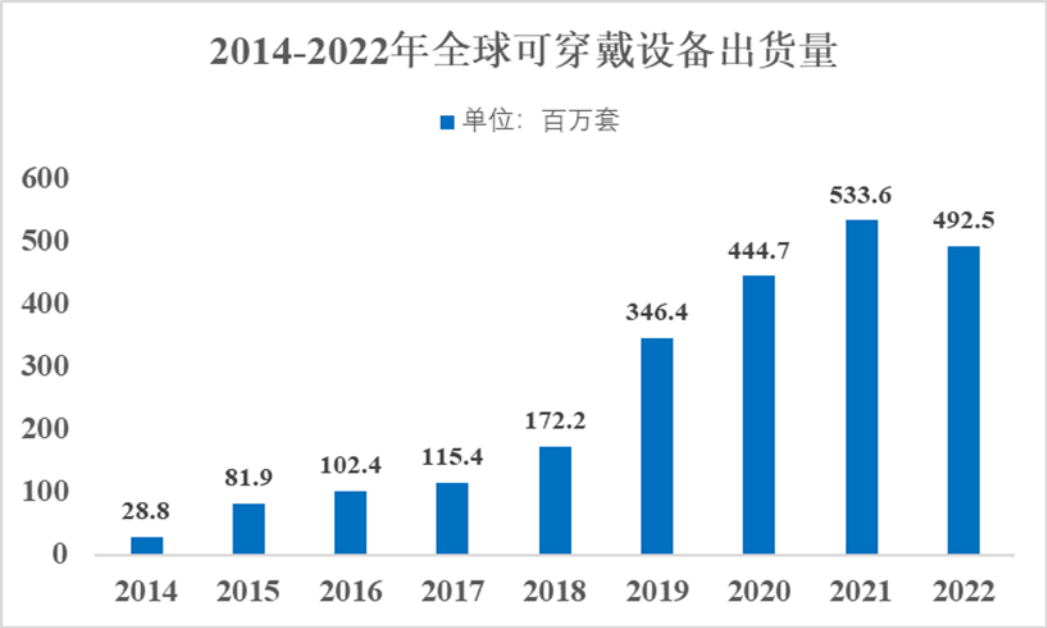


数据来源：共研产业咨询

（5）智能可穿戴设备市场

随着数据传输、锂离子电池等创新技术的飞速发展，各种智能可穿戴设备如 TWS 耳机、智能手表、智能眼镜和智能手环等逐渐走进人们的日常生活，人们的消费习惯也在悄悄发生改变，智能可穿戴设备市场发展迅猛，需求不断扩大。根据 IDC 相关数据，从 2014 年到 2022 年，全球可

穿戴设备出货量由 0.29 亿套增长至 4.93 亿套，年均复合增长率 42.50%，市场具有巨大的增长潜力。



数据来源：IDC、Statista

综上，通过电池下游各市场整体上呈现增长趋势，反映出电池市场需求增加，前景广阔。

（五）竞争格局

目前，全球锌锰电池行业的主要参与者包括品牌制造商、零售商和贴牌制造商。这些企业在产业链中的位置存在差异，具体情况如下：

分类	简介	主要企业
品牌制造商	拥有自有电池品牌以及电池生产能力，产能主要用于生产自有品牌,承接零售商自有品牌的贴牌生产。	国际:金霸王、劲量、松下、雷特威、瓦尔塔 国内:南孚电池
贴牌制造商	以承接零售商自有品牌的电池贴牌生产为主，无自有品牌或自有品牌收入占比较低。	宁波中银、长虹能源、野马电池、浙江恒威、力王股份
零售商	通常为连锁便利店、商超、电商企业，向贴牌制造商或品牌制造商采购其自有品牌的电池产品,在自有零售渠道进行销售。	沃尔玛、家乐福、Amazon、Costco、7-Eleven、麦德龙、TESCO

电池行业是一个高度市场化的行业。当前，在全球电池市场上，中国、日本、韩国和美国等国家是主要生产国和品牌商。经过多年发展，中国在锌锰电池、锂离子电池等领域已经成为全球第一大生产基地，锌锰电池行业在我国已经形成了相对成熟稳定的竞争格局，行业市场化程度较高。在激烈的市场竞争中，许多在生产技术与能力等方面处于落后地位的中小企业逐步退出市场。

公司作为在国内消费电池市场的头部品牌制造商，凭借较强的品牌认可度、庞大的销售体系、持续的研发创新能力、经验丰富的管理团队以及稳定的供应商等关键资源，进一步显现出竞争优势，占据了绝大部分零售市场份额。

（一）主要业务

公司专注于深耕家居电器的小电池领域，拥有较强的品牌认可度、庞大的销售体系、持续的研发创新能力、经验丰富的管理团队以及稳定的供应商等关键资源，主要为广大消费者提供低成本、稳定、安全、电力持久的电池产品；建立多品牌的电池品类矩阵，寻求各细分市场的机会。公司积极在碱性电池、1 号燃气灶电池、纽扣电池、碳性电池、适合各类高电压大电流强动力用电器的锂可充电池和小型锂离子电池（如 TWS 耳机电池等）等多品类中布局专业品牌，针对消费者不同的生活场景和不同品类的电池需求，规划各品牌市场定位和策略规划，提供消费者多场景、一站式、最优化的电池产品方案，满足用户购买需求。

同时继续稳步推进代理业务，推进各代理产品的网点铺货和销售工作。

南孚电池多年来坚持技术研发与品类拓展，为保障产品领先优势提供坚实基础。南孚电池拥有多项专利，研发成果多项投产，持续驱动电池产品创新和研发升级，不断增强研发创新能力，深耕碱性电池市场，多元化布局消费电池市场，战略进军锂离子电池市场。一方面，南孚电池注重新型碱性电池产品研发和技术升级，不断推出放电性能及产品质量领先的碱性电池产品；另一方面，针对不同应用场景以及消费需求，面向消费者推出了多种类电池产品，包括专门针对燃气灶高温高湿环境研发的“丰蓝 1 号”燃气灶电池以及专门针对物联电器特别是汽车钥匙的放电模式开发的锂锰纽扣电池等。

公司将继续巩固强化南孚电池在零售电池领域的优势领先地位，同时将发挥南孚电池近 60 年来在小型化学电池领域的深厚的技术和工艺的积累，积极投资开发新型化学电池，满足 5G 和 IOT 时代对新型化学电源的新需求。同时，南孚电池将充分发挥在消费品的品牌打造和渠道分销的优势，为中国庞大的中产阶级打造消费升级产品，开创新品类，成为中国领先的多品牌消费品集团公司。

（二）经营模式

1、采购模式

公司对外采购的货品主要包括电池生产所需原辅材料、部分外购商品以及其他包装材料等。

公司设立供应商管理部、计划与物控部负责电池生产所需原辅材料采购的相关事宜。供应商管理部主要负责供应商的开发与发展、日常管理以及商务谈判等工作，计划与物控部负责相关材料的日常采购事宜。除原辅材料采购外，全资子公司南孚营销下设的采购中心和交付中心负责外

购商品的采购事宜。

公司建立了健全的原辅材料供应商开发与发展流程制度。供应商管理部根据采购战略规划、产品开发规划等编制供应商年度开发计划，寻源并筛选新供应商，通过样品试验、现场评估等方式确定供应商资格和采购政策，并后续对供应商进行品质跟踪、业务技术交流以及评审，供应商通过评审后进入合格供应商名单。

计划与物控部负责原辅材料的日常采购事宜，基于采购战略规划，按照生产部门提供的物料需求计划制定采购计划，对采购申请单进行核对，经审批通过后下达采购订单并督促供应商及时供货，仓管员收货并将需要检验的物资提交送检后，将检验合格物资办理入库。

公司通过和原材料供应商的长期战略合作降低了供应风险和成本，保证原材料产品质量的稳定性和供货的及时性。公司根据主要金属材料的市场走势，适当储备原材料，有效降低了材料价格上升造成的成本增长风险。

2、生产模式

公司主要采取“以销定产，适量备货”的生产模式，在实际生产中以“按销售预估生产”和“按订单生产”相结合的模式开展，公司产品以自主生产为主。

对于非定制产品，公司根据年度战略目标，结合销售市场信息，基于年度销售预测及规划，并在适当考虑安全库存的基础上制定生产计划，结合生产能力，满足市场要求。对于定制产品，主要采取订单生产模式，根据客户订单制定生产计划并组织生产。

3、销售模式

公司销售业务分为境内销售业务和境外销售业务，目前以境内销售业务为主，同时积极拓展境外销售业务。具体情况如下：

（1）境内销售业务

境内销售业务包括线上销售和线下销售两大类。其中，线下销售包括线下经销模式、KA 模式和 OEM 模式；线上销售包括线上直销零售模式、电商平台销售模式、线上分销模式和线上经销模式。

A、线下销售

（A）线下经销模式

公司全资子公司南孚营销负责全国各区域经销商的维护和管理，与经销商签订年度经销商合同，并在合同中约定销售区域，经销商以买断方式采购产品。经销商向公司发出订单并预付货款后，公司根据产品及渠道特点安排物流方式，一般通过快递或第三方物流发货，经销商验收无误后签收确认，参考公司制定的价格政策进行对外销售。

（B）KA 模式

公司还与大润发、沃尔玛、华润万家、家乐福、永辉超市等知名大卖场、大型连锁超市直接进行合作，通常与 KA 客户直接签订年度框架销售合同，KA 客户以买断方式采购产品。

在 KA 模式下，KA 客户根据产品销售情况向公司下达订单，公司按照订单信息安排物流配送产品至客户指定地点，商品所有权权属在交付时转移给 KA 客户。经对账核算后，KA 客户在合同约定的价款支付期限内付款。

（C）OEM 模式

除自有品牌外，公司还有一定的 OEM 业务。公司的 OEM 主要客户为国内大型贸易商、国内

知名电子设备生产厂商等，销售产品以贴牌产品为主。在 OEM 模式下，公司根据客户所提供的产品规格型号、性能、工艺、外观、包装等个性化需求确定生产方案，进行代工生产。

为进一步拓展国内销售渠道与销售市场，公司与在客户资源等方面具有一定优势的大型贸易商开展合作。贸易商根据下游客户需求向公司提交订单，要求产品配送至指定地点，对其采购的产品自主定价并对外销售，南孚对其不存在销售任务约定，不干涉其销售政策。另外，公司与国内知名电子设备生产厂商直接开展合作，客户向公司直接定制产品。

B、线上销售

（A）线上直销零售模式

公司在第三方电商平台开设自营店铺，直接向终端买家销售商品，按照第三方电商平台的标准条款开设店铺和进行运营管理。主要销售平台为天猫、京东等。线上直销零售模式下，消费者支付货款后，公司通过物流发货，消费者确认收货或第三方平台系统自动默认确认收货后，款项直接转入其平台账户。

（B）电商平台销售模式

电商平台销售模式是指公司与主要电商平台如京东自营、苏宁易购、天猫超市等客户直接开展合作，向其销售产品并直接与电商平台进行结算。

（C）线上分销模式

线上分销模式下，公司与专业第三方分销平台开展合作，平台下游用户主要为在线上或线下开店的中小卖家。

（D）线上经销模式

线上经销模式与线下经销模式类似，南孚营销与线上经销商签订年度合同，授权其在线上电商平台销售南孚产品，并对其进行日常管理。

（2）境外销售业务

A、出口模式

出口模式与线下 OEM 模式类似，主要客户为国际知名电池品牌商、国际商业连锁企业、国际大型贸易商以及国际知名电子设备生产厂商等。根据客户提供的产品设计进行生产，主要采用 FOB、CIF 等方式出口至指定地点。

B、跨境电商模式

除出口业务之外，公司同时积极拓展跨境电商业务。主要销售电商平台为亚马逊，公司在其平台开设自营店铺，直接向终端买家销售商品。

4、研发模式

公司研发模式以自主研发为主、合作研发为辅，研发内容包括新产品研发、新生产设备研发和现有工艺在效率、质量方面的改善升级研发等。自主研发由公司相关研发部门自主进行研究开发工作；合作研发主要为产学研合作，是指公司与高等院校或科研院所通过合作开展科学研究、科研成果转化和科学技术市场的产业化。公司建立了完善的研发制度和流程，研发项目立项前结合公司发展战略部署，经过前期调研提出研发要求，经审批通过后方可立项，并进行严格的过程管理与结题验收。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2023年	2022年	本年比上年增减(%)	2021年
总资产	6,706,819,721.18	6,046,942,062.93	10.91	3,133,165,124.86
归属于上市公司股东的净资产	1,861,081,464.07	567,452,224.48	227.97	561,973,374.85
营业收入	4,317,622,120.45	3,383,136,810.43	27.62	1,677,200,236.04
归属于上市公司股东的净利润	115,827,583.84	81,608,677.81	41.93	-51,282,631.92
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	110,802,883.50	62,930,961.18	76.07	-55,589,632.92
经营活动产生的现金流量净额	864,755,716.06	1,008,649,150.71	-14.27	47,047,889.63
加权平均净资产收益率（%）	16.19	14.14	增加2.05个百分点	-8.73
基本每股收益（元／股）	1.01	0.73	38.36	-0.46
稀释每股收益（元／股）	1.01	0.73	38.36	-0.46

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度（1-3 月份）	第二季度（4-6 月份）	第三季度（7-9 月份）	第四季度（10-12 月份）
营业收入	1,164,092,835.60	1,040,015,514.62	1,150,525,831.48	962,987,938.75
归属于上市公司股东的净利润	44,836,457.09	20,420,897.52	37,748,122.73	12,822,106.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	44,387,120.21	19,708,103.56	37,681,742.91	9,025,916.82
经营活动产生的现金流量净额	1,042,433.81	198,078,011.97	291,050,226.07	374,585,044.21

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

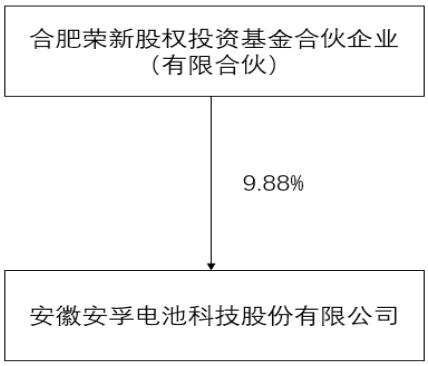
截至报告期末普通股股东总数（户）	4,685
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	3,936
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）	-
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）	-

前 10 名股东持股情况

股东名称（全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
合肥荣新股权投资基金合伙企业（有限合伙）		14,380,800	9.88		无		境内非国有法人
福建南平大丰电器有限公司	-5,600,000	11,200,000	7.69		无		境内非国有法人
秦大乾		10,785,600	7.41		无		境内自然人
张敬红		8,400,000	5.77		无		境内自然人
南平市绿色产业投资基金有限公司	8,103,727	8,103,727	5.57	8,103,727	无		国有法人
深圳市前海荣耀资本管理有限公司		7,457,240	5.12		质押	7,041,600	境内非国有法人
储圆圆	-1,007,918	7,108,438	4.88		无		境内自然人
宁波睿联新杉骐骥股权投资合伙企业（有限合伙）	5,600,000	5,600,000	3.85		无		境内非国有法人
国泰君安证券股份有限公司	2,595,369	2,674,838	1.84	2,647,217	无		国有法人
蒋一翔	820,000	2,100,000	1.44		无		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明		前海荣耀为合肥荣新的基金管理人，股东秦大乾先生将其表决权委托给合肥荣新。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		不适用					

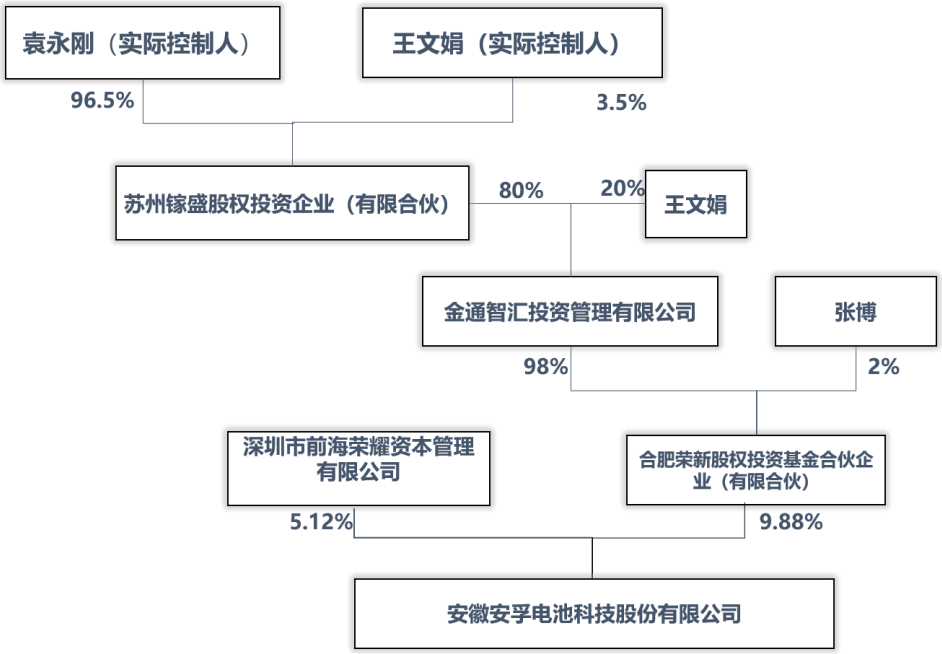
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

5 公司债券情况

□适用 √不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2022 年度，公司通过实施重大资产重组，先后于 2022 年 1 月和 2022 年 5 月完成了亚锦科技 36%股权和 15%股权的收购，合计持有亚锦科技 51%的股权，而且公司于 2022 年 1 月完成了原有百货零售业务的置出，公司主营业务已从传统的百货零售转为电池的研发、生产和销售。自 2022 年 2 月开始，公司合并财务报表范围发生根本变化，公司主营业务收入及利润来源为电池的制造、销售。

2023 年作为重组完成后的首个完整年度，公司实现营业收入 431,762.21 万元，较上年同期增长 27.62%；实现归属于上市公司股东的净利润为 11,582.76 万元，较上年同期上升 41.93%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 11,080.29 万元，较上年同期上升 76.07%。截至 2023 年 12 月 31 日，公司总资产为 670,681.97 万元，较上年同期增长 10.91%；归属于上市公司股东所有者权益 186,108.15 万元，较上年同期增长 227.97%。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

□适用 √不适用