

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
2024 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

公司第五届董事会第十次会议审议通过了《公司 2024 年度利润分配预案》，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 0.24 元（含税）。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
联系地址	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
传真	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

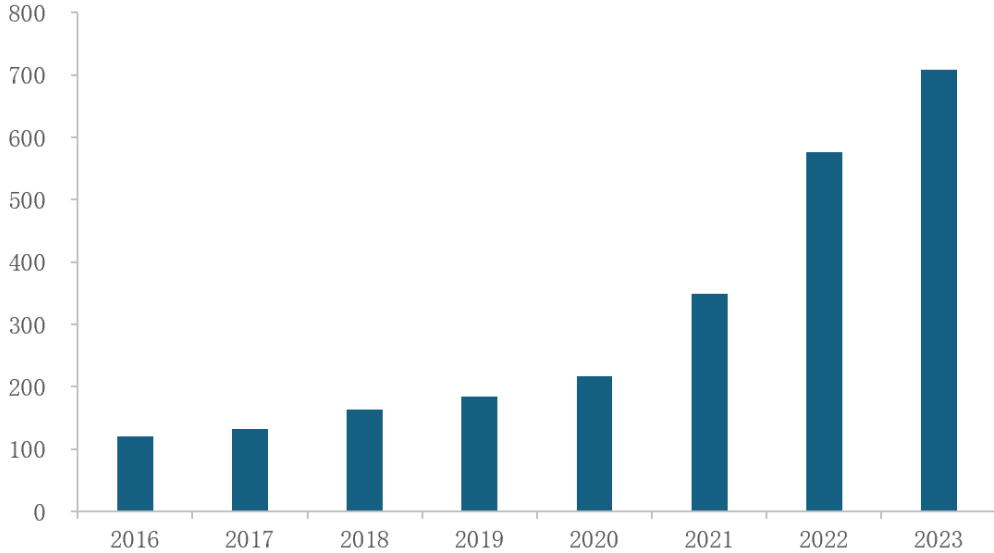
“十二五”以来，我国电池产业规模发展迅猛，建立了较完整的电池产业链，多数电池产品产量已位居世界同类产业前列，其中一次电池产业规模保持在世界首位。当前，我国电池行业整体呈良好运行态势。

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 2501.6 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，2018-2022 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，复合增长率为 28.74%。

2016-2023年中国各电池品种出口金额（亿美元）



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）使用便捷，即插即用，没有记忆效应，不用担心电池过放。
- （2）不易发生漏液、爆炸等安全事故，安全性能更高。
- （3）生产成本远低于二次电池，价格更低，具有更高的性价比。
- （4）自放电率更小，常温下储存 10 年仍能正常使用。
- （5）放电曲线平稳，对用电环境的适应性较强，不易损坏电器。

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。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，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，碱性锌锰电池替代碳性锌锰电池仍是未来的发展趋势。当前我国相关部门出台了各种产业政策，碱性电池可免征 4% 的消费税，大大推动了我国碱性锌锰电池产业的发展。

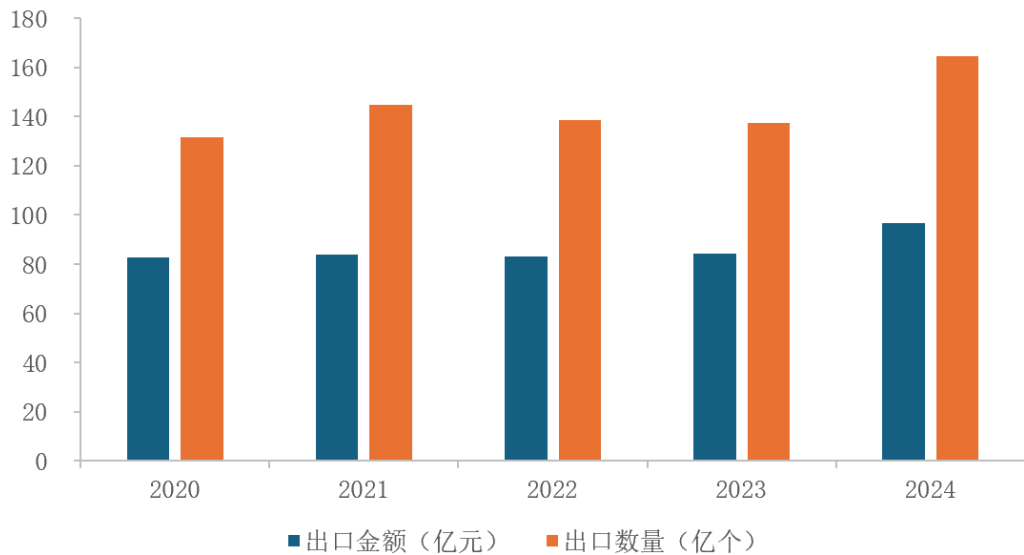
4、我国锌锰电池行业发展状况

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。

2024 年，我国碱性锌锰电池出口数量和出口金额显著增长，出口数量达 164.66 亿个，同比增长 19.69%，其中，圆柱型碱性锌锰电池出口数量为 136.67 亿个，同比增长 20.07%；出口金额达 96.85 亿元，同比增长 15.10%，其中，圆柱型碱性锌锰电池出口金额为 88.81 亿元，同比增长 14.76%。

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不断增长，预计我国锌锰电池行业将继续保持积极的发展势头。

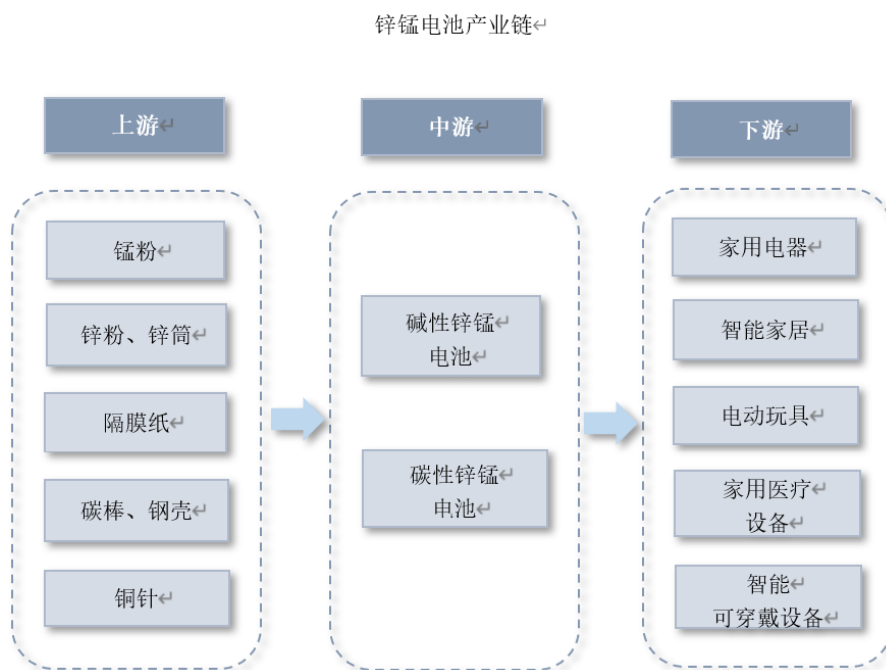
2020-2024年中国碱性锌锰电池出口金额和出口数量



数据来源：海关总署

(四) 锌锰电池行业上下游产业链情况

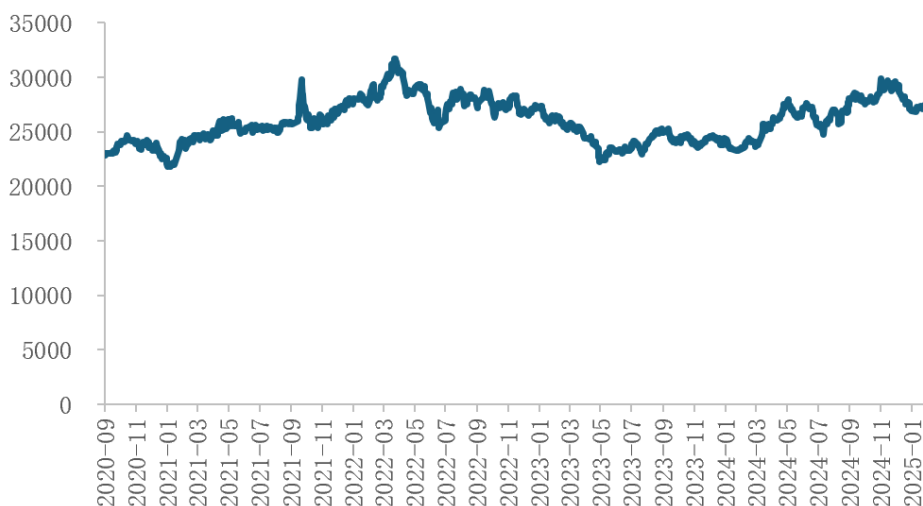
从锌锰电池产业链来看，上游是原材料，主要包括锰粉、锌粉、锌筒、碳棒、钢壳、铜针等；中游包括碱性锌锰电池及碳性锌锰电池生产制造；产业链下游是电动玩具、家用电器、智能家居、家用医疗设备、智能可穿戴设备等应用领域。



1、上游主要原材料成本变动情况

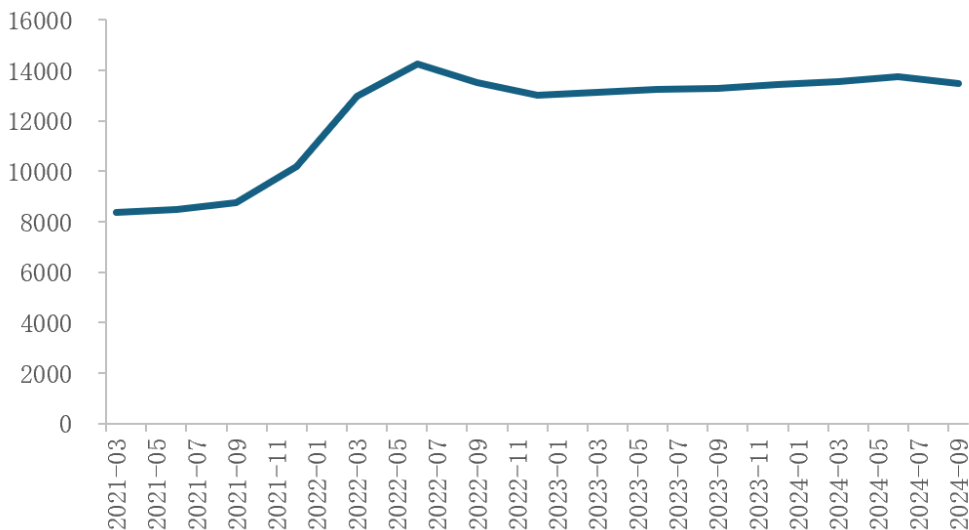
公司生产所需的主要原材料包括电解二氧化锰、锌粉、钢壳等。2024 年，锌粉价格出现一定幅度的上涨，主要系全球锌精矿产量下滑，冶炼厂因加工费降至历史低位而联合减产；而电解二氧化锰价格因需求疲软、产能过剩而呈现弱稳运行态势。在保证产品生产质量的前提下，为了尽可能减少原材料价格上涨对公司的影响，公司积极采取多种方式来降低成本和提升利润。

锌粉（325目）平均价（元/吨）



数据来源：iFinD

电解二氧化锰平均价（元/吨）



数据来源：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

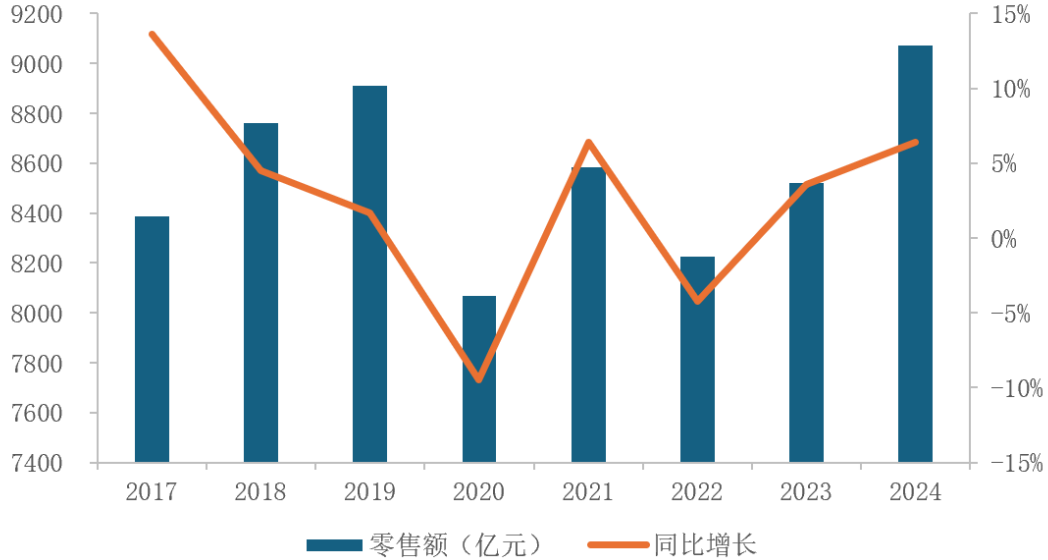
作为家用电器的重要配件，电池在现代消费者日常生活中有着不可或缺的重要作用，不仅应用于遥控器、钟表、收音机、烟雾报警器、无线鼠标、电动牙刷和扫地机器人等传统家用电器，在智能门锁、智能汽车钥匙、蓝牙门禁卡、智能音箱、智能温湿度计和智能头盔等智能家居领域也得到广泛应用。随着消费水平的进一步提高，家庭平均的家用电器数量有所提升，根据凯度 marketplace 数据，户均家用电器数量从 2022 年 8.9 个提升到 2023 年 9.0 个。主要提升的用电器包括以下几类：

- 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。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。2024 年，我国家电市场

全渠道零售额达 9,071 亿元，同比增长 6.4%，创历史新高，国内家电市场规模的持续增长为碱性电池提供了较大的应用场景。

2017-2024年我国家电市场全渠道零售额及增速

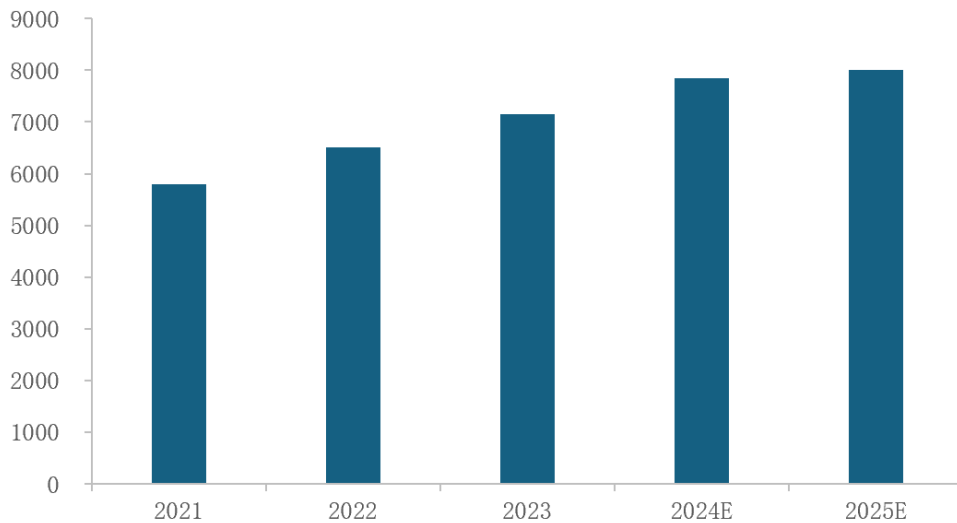


数据来源：奥维云网

(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。近年来，我国智能家居市场规模呈现增长趋势，中商产业研究院发布的《2024-2029 年中国智能家居产业前景预测与战略投资机会洞察报告》显示，2023 年我国智能家居市场规模约为 7,157 亿元，并预测 2025 年市场规模将突破 8,000 亿元，发展前景广阔。

2021-2025年中国智能家居市场规模 (亿元)

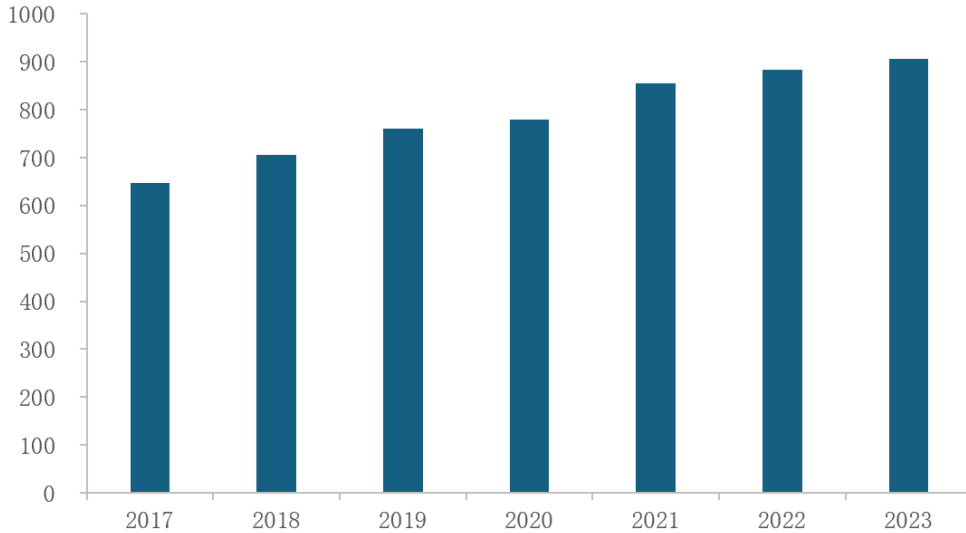


数据来源：中商产业研究院

（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，2023 年，全国玩具零售规模为 906.9 亿元，同比增长 2.7%。

2016-2023年全国玩具零售规模（亿元）

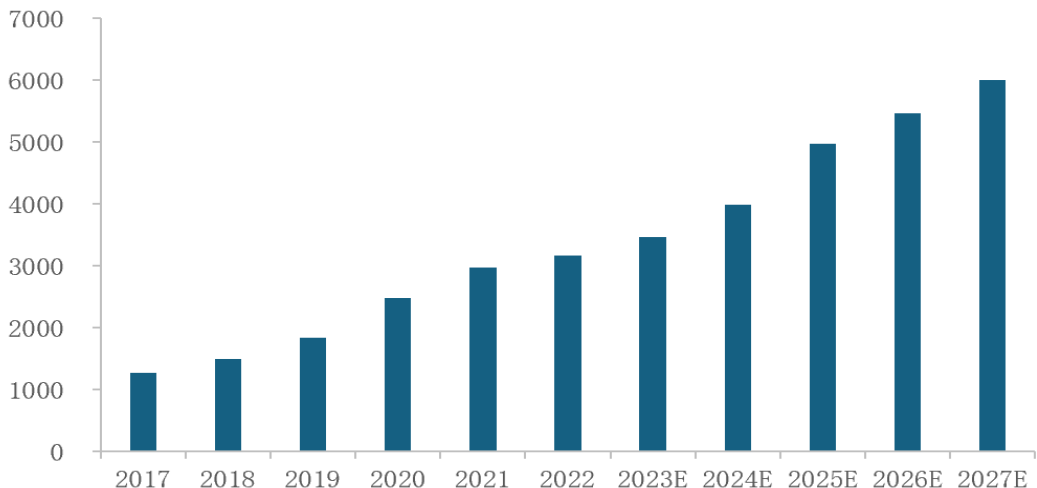


数据来源：中国玩具和婴童用品协会

（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、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。

2017-2027年中国家用医疗设备市场规模（亿元）

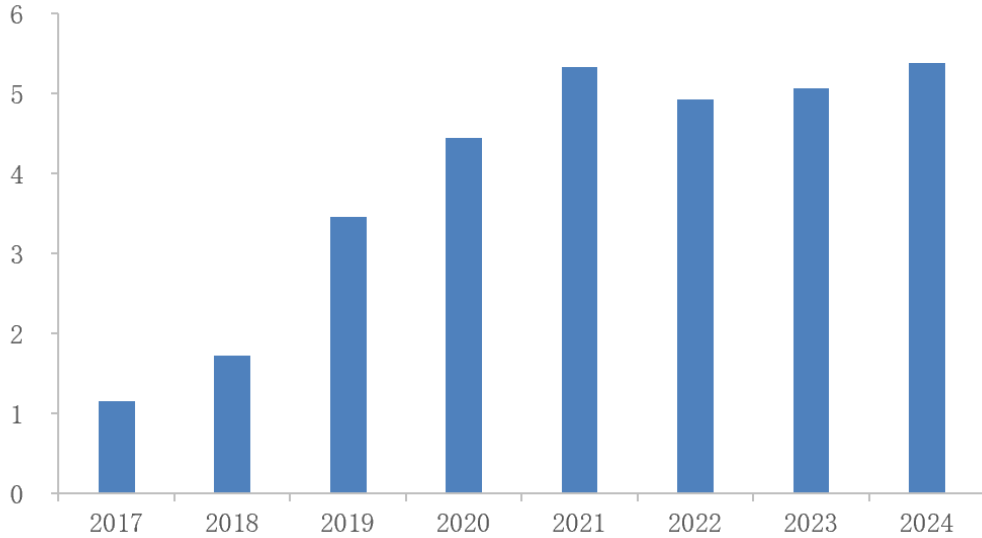


数据来源：共研产业咨询

（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，2024 年全球可穿戴设备的出货量达 5.38 亿台，同比增长 6.1%，市场增长潜力巨大。

2017-2024年全球可穿戴设备出货量（亿台）



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电池和小型锂离子电池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类型电池产品，包括专门针对燃气灶高温高湿环境研发的“丰蓝 1 号”燃气灶电池以及适用于汽车钥匙、胎压检测和动态血糖监测仪等产品的锂锰纽扣电池等。

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，并持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

公司的销售模式主要分为品牌销售和 OEM 代工销售两大模式。两类模式在国内和国外市场细分为如下 10 种类型。

（1）品牌销售，重点是推动以南孚系为主的牌子，面向消费者的销售。国内主要包括南孚、丰蓝、益圆和传应等品牌；国际市场是 NANFU、Richplus、Nectium 和 TENAVOLTS 等品牌。

（A）经销商分销模式

南孚营销端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。经销商向南孚发出订单并预付货款后，南孚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) 平台分销模式

南孚与第三方的分销平台（如京东新通路）开展合作，将产品售卖给平台，平台再向其下游的用户供货，其用户主要为线下开店的中小商户。

(C) KA 直供模式

南孚与大润发、沃尔玛、华润万家、永辉超市等知名大卖场、大型连锁超市直接进行合作，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南孚下达订单，南孚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。

(D) 店铺直销模式

南孚在第三方电商平台开设自营店铺，直接向买家销售产品，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。该模式下，买家下单支付货款后，南孚通过物流发货，买家确认收货或第三方平台系统自动默认确认收货后，款项直接转入南孚在其平台的账户。

(E) 经销商店铺直销模式

由南孚授权经销商在第三方电商平台开店，直接面向买家销售产品。其和南孚的合作方式同线下经销商与南孚合作方式类似，南孚与线上经销商签订年度合同，授权其在指定的线上电商平台开店并销售南孚系产品，并对其进行日常管理。

(F) 平台直供模式

南孚与主要电商平台如天猫超市、京东自营等客户展开直接合作，向其销售南孚系产品并直接与电商平台进行结算，不同平台采用不同的结算方式。

(G) 跨境电商模式

类似于国内的电商模式，南孚在主流跨境电商平台上开设自营店铺或授权经销商开店，面向海外买家销售公司品牌产品，主要合作平台包括亚马逊、TEMU、TikTok 等。

(H) 海外经销模式

类似国内的经销商分销模式，即南孚直接和海外经销商合作，将产品售卖给海外经销商，再通过经销商卖给当地终端门店或消费者。

(2) OEM 代工销售，以南孚的生产和技术为支撑，国内主要以工业配套为主；国外主要为零售商和品牌商提供贴牌业务。

(A) 国内 OEM 代工

国内 OEM 代工的主要客户为国内知名电子设备厂商，例如：华为、美的等，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，代工生产其工业配套电池，以人民币结算。

(B) OEM 出口

主要客户为国际知名电子设备生产厂商以及国际知名零售商和品牌商等，公司根据客户提供的产品方案要求进行生产，并主要采用 FOB、CIF 等方式出口交付至指定地点。以外币结算。

4、研发模式

南孚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。自主研发由南孚相关研发部门自主进行研究工作；合作研发主要为产学研合作，是指南孚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。南孚建立了完善的研发制度和流程，研发项目立项前结合南孚发展战略部署，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

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	7,156,979,877.32	6,706,819,721.18	6.71	6,046,942,062.93
归属于上市公司股东的净资产	1,835,796,092.54	1,861,081,464.07	-1.36	567,452,224.48
营业收入	4,638,333,320.29	4,317,622,120.45	7.43	3,383,136,810.43
归属于上市公司股东的净利润	168,182,048.14	115,827,583.84	45.20	81,608,677.81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	164,610,789.97	110,802,883.50	48.57	62,930,961.18
经营活动产生的现金流量净额	934,976,977.36	864,755,716.06	8.12	1,008,649,150.71
加权平均净资产收益率(%)	9.31	16.19	减少6.88个百分点	14.14
基本每股收益(元/股)	0.80	1.01	-20.79	0.73
稀释每股收益(元/股)	0.80	1.01	-20.79	0.73

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	1,302,151,006.25	1,010,437,361.78	1,281,773,882.91	1,043,971,069.35
归属于上市公司股东的净利润	64,698,264.78	28,448,667.55	56,806,385.94	18,228,729.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	63,776,945.19	27,369,080.55	56,343,038.92	17,126,001.90

经营活动产生的现金流量净额	188,099,292.97	164,488,698.18	353,337,209.12	229,051,777.09
---------------	----------------	----------------	----------------	----------------

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

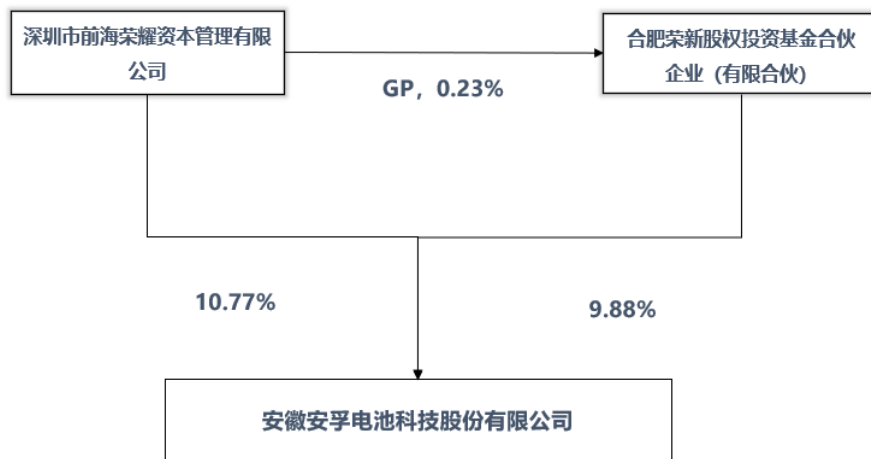
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					8,780		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					10,809		
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）					-		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
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	
深圳市前海荣耀资本管理有限公司	15,275,628	22,732,868	10.77	0	质押	8,741,600	境内非国有法人
合肥荣新股权投资基金合伙企业（有限合伙）	6,471,360	20,852,160	9.88	0	无	0	境内非国有法人
福建南平大丰电器有限公司	5,040,000	16,240,000	7.69	0	无	0	境内非国有法人
南平市绿色产业投资基金有限公司	3,646,677	11,750,404	5.57	0	无	0	国有法人
张敬红	2,155,855	10,555,855	5.00	0	无	0	境内自然人
上海天倚道投资管理有限公司一天倚道圣弘稳健7号私募证券投资基金	5,358,481	5,358,481	2.54	0	无	0	未知
蒋一翔	3,200,000	5,300,000	2.51	0	无	0	境内自然人
秦大乾	-5,702,480	5,083,120	2.41	0	无	0	境内自然人
上海天倚道投资管理有限公司一天倚道亦程一号私募证券投资基金	4,310,000	4,310,000	2.04	0	无	0	未知
曹桐珍	2,084,300	3,941,300	1.87	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说	前海荣耀为合肥荣新的执行事务合伙人。						

明	
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用

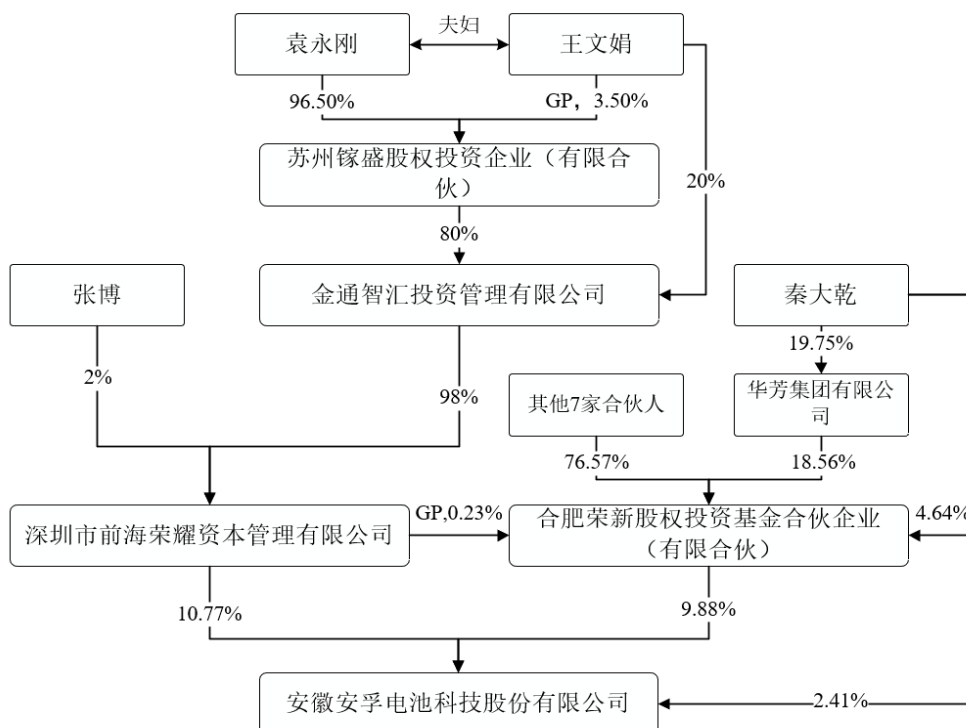
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

2024 年公司实现营业收入 463,833.33 万元，较上年同期增长 7.43%；实现归属于上市公司股东的净利润为 16,818.20 万元，较上年同期上升 45.20%。截至 2024 年 12 月 31 日，公司总资产为 715,697.99 万元，较上年同期增长 6.71%；归属于上市公司股东所有者权益 183,579.61 万元，较上年同期减少 1.36%。

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