安徽安孚电池科技股份有限公司

公司代码:603031　　公司简称:安孚科技

2025 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、本公司董事会及董事、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二十次会议审议通过了《公司2025年度利润分配及资本公积转增股本方案》,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10股派发现金红利人民币1.2元(含税),同时向全体股东每10股以资本公积转增4.5股。本方案尚需公司股东会审议批准。

截至报告期末,母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

□适用√不适用

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《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》,公司所在行业属于"C制造业"门类下的"C38 电气机械和器材制造业"之"C384 电池制造"。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2017),公司所属行业为"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。

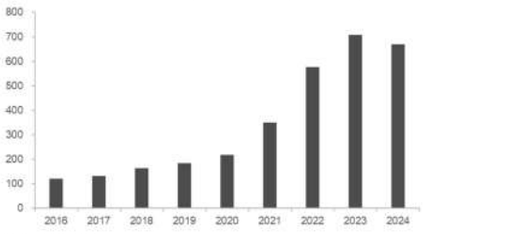
1、我国电池行业发展概况

"十一五"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Fortune Business Insight数据,全球电池市场将继续稳定增长,2025年全球电池市场规模达到1,811.2亿美元,2026年-2034年期间复合增长率预计约为10.06%,2034年市场将达到4,318.2亿美元。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《2026年全球锌锰(碱性+碳性)一次电池行业总体规模、主要企业国内外市场占有率及排名》,2025年全球锌锰(碱性+碳性)一次电池市场规模达到818亿元,预计2032年将达到1,080.4亿元,年复合增长率为4.1%,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2024年的669.79亿美元,年复合增长率为23.88%。



数据来源:中国化学与物理电源行业协会

3、报告期电行业的发展阶段

当前,我国电池行业具备有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。锌锰电池主要包括碱性电池和碱性电池两大类。碱性电池又称碱性锌锰电池,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、原材料储备丰富、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,当小电池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、稳定性较好,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。

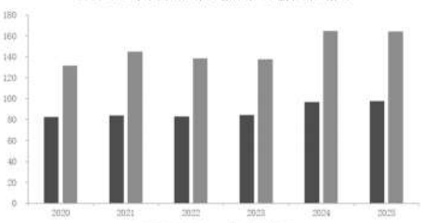
当前,锌锰电池正朝着碱性化方向发展,碱性化率逐步提高。碳性锌锰电池生产成本低,价格便宜,但与碱性锌锰电池相比,存在工作功率低、内阻高、单位质量电极活性物质容量低等缺点。同等型号下,碱性锌锰电池容量为碳性锌锰电池的5-7倍,且贮存期长、原材料利用率高、低温性能好,更适合于需要更长时间放电的场合。随着全社会节能环保观念日益深化,不少发达国家或地区均出台相关政策积极鼓励碱性锌锰电池的生产和使用,碱性锌锰电池替代碳性锌锰电池仍是未来的发展趋势。据统计,2024年发达国家碱性电池占整个干电池的市场份额约为80%,而我国碱性电池的市场份额约为51.2%,且比例仍在持续提升。当前我国各部门出台了各种产业政策,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。

2025年,我国碱性锌锰电池出口保持良好态势,全年累计出口数量达164.25亿个,出口金额达97.63亿元。其中,圆柱型碱性锌锰电池作为主要出口品种,贡献出口数量138.36亿个,对应出口金额89.63亿元。

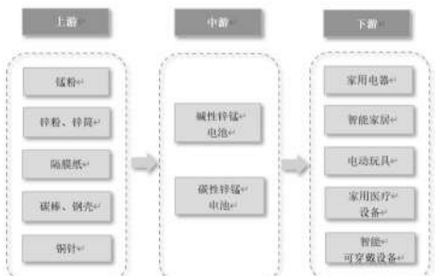
锌锰电池以其成熟的技术、稳定的性能、安全可靠性以及环保特性(不含铅、汞、镉等有害物质)获得了广泛应用,成为日常生活中不可或缺的消费品。随着行业的不断进步和市场需求的增长,预计我国锌锰电池行业将继续保持积极的发展势头。



数据来源:海关总署

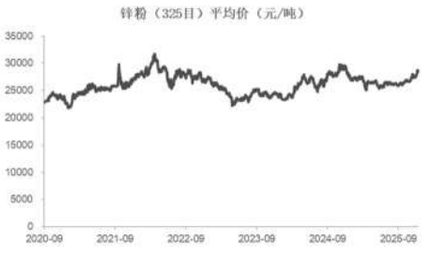
(四)锌锰电池行业上下游产业链情况

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。

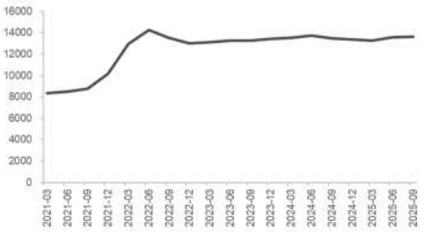


1、上游主要原材料成本变动情况

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。2025年,锌粉价格呈现先跌后涨的走势,全年价格重心较去年有所下移;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。



数据来源:iFinD



数据来源:iFinD

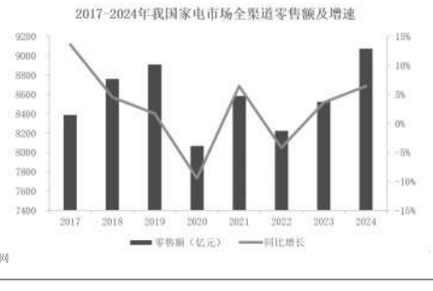
2、电池下游用电器市场发展情况

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,我国户均家用电器数量仍有较大发展空间。根据前瞻产业研究院统计,我国户均小家电数量仅有9.5个,而美国户均小家电数量达31.5个、英国、澳大利亚、德国和法国户均小家电数量均超过了20个。随着未来我国户均家用电器数量的逐步提升,将带动以下几类用电器的需求提升:1、遥控器,特别是随着极端气候变多,防雷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。

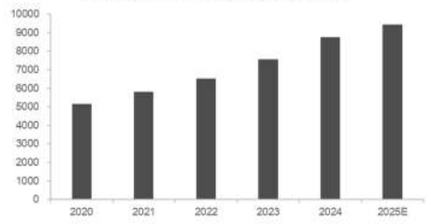
家用电器作为现代家庭的生活必需品,行业规模巨大,随着全球经济的增长以及科学技术的发展,家用电器更新换代速度越来越快,具有广阔的发展空间,传统家电市场规模稳定增长,智能家居市场蓬勃发展。2017年至2019年,中国家用电器总体市场稳步发展,销售规模总体呈现上升趋势。2020年以来,在公共卫生事件影响下内需收缩,全球经济资退形势下外需下降,中国家电企业通过产品结构调整,全面提质增效,保持了稳定的发展格局。2024年,我国家电市场全渠道零售额达9.07万亿元,同比增长6.4%,创历史新高,国内家电市场规模的持续增长为碱性电池提供了较大的应用场景。消费电池属于家电配套存量耗材替换市场,随着家电销量持续增长,家电存量基数不断增大,直接带动消费电池需求持续旺盛。



数据来源:奥维云网

(2)智能家居市场

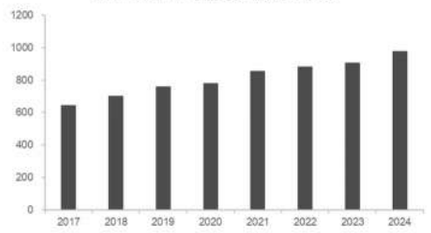
物联网技术的发展带动了家用电器的高端化、智能化发展趋势,智能家居依托物联网技术,将家用电器设备、软件系统以及云计算平台等相结合,是未来家电行业发展的主流方向。近年来,我国智能家居市场规模呈现增长趋势,根据中商产业研究院发布的《2025-2030年中国智能家居产业前景预测与战略投资机会洞察报告》显示,2024年中国智能家居渗透率14.5%,市场规模约为8,767.4亿元,2025年预计市场规模将达到9,450亿元,市场空间广阔。



数据来源:中商产业研究院

(3)电动玩具市场

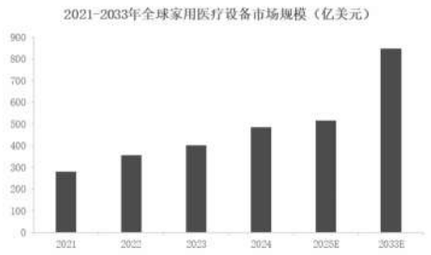
电池是电动玩具的重要动力来源。相比较传统玩具而言,电动玩具趣味性、互动性更强,在声光效果以及益智教育等方面都具有明显优势,深受广大消费者喜爱。据中国玩具和婴童用品协会发布的数据,2024年,全国玩具零售规模为978.5亿元,同比增长7.9%。



数据来源:中国玩具和婴童用品协会

(4)家用医疗设备市场

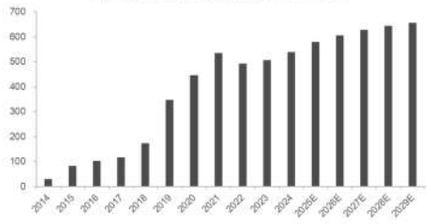
家用医疗设备主要是指相对于专业医疗设备而言,具有操作简单、体积小巧、携带方便等特点,包括红外体温计、血压仪、血糖仪和电动按摩产品等。根据Straits Research的数据,全球家用医疗设备行业市场规模呈稳步增长趋势,市场规模从2021年的281亿美元增长到2024年485亿美元,预计2033年市场规模将达到848亿美元,2025-2033年年复合增长率为6.4%。未来,随着社会老龄化程度逐渐加深,人民保健意识日益增强以及互联网、物联网等技术的快速渗透与发展,预计家用医疗设备市场需求仍将稳步提升,行业市场规模将持续扩张。



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、微型电池、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统计,2024年全球可穿戴设备出货量增长至5.38亿部,同比增长6.1%,预计到2029年,全球可穿戴设备出货量将达到6.56亿部,2024-2029年年复合增长率为4.1%,市场具有巨大的增长潜力。



数据来源:IDC、Statista

综上,消费电池下游各市场整体呈增长趋势,反映出消费电池市场需求增加、前景广阔。

(五)竞争格局

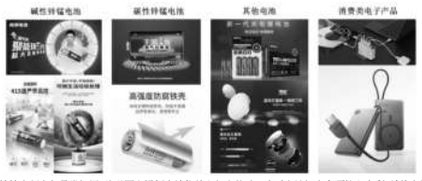
目前,全球锌锰电池行业的主要参与者包括品牌制造商、零售商和贴牌制造商。这些企业在产业链中的位置存在差异,具体情况如下:

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、先进的智能制造能力、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

公司专注并深耕于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、先进的智能制造能力、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稳定、安全、电力持久的电池产品,同时公司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、充电宝,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,并制定相应的销售策略,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。



南孚电池多年来坚持技术研发与品类拓展,为巩固市场领先地位奠定坚实基础。南孚电池拥有多项核心专利,并将大量研发成果转化为实际应用,从而持续驱动电池产品创新和研发体系升级。在深耕碱性电池领域的同时,南孚电池积极推进消费电池市场的多元化布局,战略性拓展锂离子电池及充电宝业务。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,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以及符合3C认证的充电宝产品等。

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60余年来在小型化学电池领域的技术和工艺积累,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领域的品牌打造和渠道分销优势,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,合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品牌,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、抖音等。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开发工作;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

	2025年	2024年	本年比上年增减(%)	2023年
总资产	7,261,203,201.30	7,156,979,877.32	1.46	6,706,819,721.18
归属于上市公司股东的净资产	2,745,194,204.70	1,835,796,092.54	49.54	1,861,081,464.07
营业收入	4,774,638,075.73	4,638,333,320.29	2.94	4,317,622,120.45
利润总额	1,046,352,590.59	962,284,512.41	8.74	844,033,612.39
归属于上市公司股东的净利润	225,995,308.91	168,182,048.14	34.38	115,827,583.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	214,881,056.02	164,610,789.97	30.54	110,802,883.50
经营活动产生的现金流量净额	1,054,762,996.08	934,976,977.36	12.81	864,755,716.06
加权平均净资产收益率(%)	10.18	9.31	增加0.87个百分点	16.19
基本每股收益(元/股)	1.00	0.80	25.00	1.01
稀释每股收益(元/股)	1.00	0.80	25.00	1.01

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	1,377,665,386.81	1,050,008,774.86	1,180,696,726.26	1,166,267,187.80
归属于上市公司股东的净利润	71,173,491.92	35,372,480.99	67,882,704.06	51,566,631.94
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	69,542,472.94	33,220,680.64	65,259,336.04	46,858,566.40
经营活动产生的现金流量净额	309,427,488.47	152,586,490.81	348,399,499.58	244,349,517.22

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)	17,961
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	21,363
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	
宁波九格众蓝股权投资合伙企业(有限合伙)	26,655,691	26,655,691	10.34	26,655,691	无	0	境内非国有法人
深圳市前海荣耀资本管理有限公司	261,700	22,994,568	8.92	0	质押	18,221,572	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)	0	20,852,160	8.09	0	无	0	境内非国有法人
福建南平大丰电器有限公司	0	16,240,000	6.30	0	无	0	境内非国有法人
张敬红	0	10,555,855	4.09	0	无	0	境内自然人
袁莉	9,034,026	9,034,026	3.50	9,034,026	无	0	境内自然人
汇添富基金管理股份有限公司—社保基金17022组合	5,731,048	5,731,048	2.22	0	无	0	未知
秦大乾	0	5,083,120	1.97	0	无	0	境内自然人
香港中央结算有限公司	2,575,055	4,091,279	1.59	0	无	0	未知
上海天倚道投资管理有限公司—天倚道圣弘稳健7号私募证券投资基金	-1,901,540	3,456,941	1.34	0	无	0	境内非国有法人
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普通合伙人,九格众蓝系前海荣耀的一致行动人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		/					

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。

2025年,公司完成了发行股份及支付现金购买安孚能源31%的股权及要约收购亚锦科技5.00%的股份,并于2025年11月完成了通过支付现金的方式收购正通博源持有的安孚能源6.74%的股权。收购完成后,安孚能源成为公司全资子公司,公司持有南孚电池的权益比例进一步提升至46.02%。

2025年,公司实现销售收入47.75亿元,增长2.94%;净利润8.85亿元,增长9.56%;归属于母公司的净利润2.26亿元,增长34.38%。截至2025年12月31日,公司总资产为72.61亿元,较上年同期增长1.46%;归属于上市公司股东所有者权益27.45亿元,较上年同期增长49.54%。

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

证券代码:603031　证券简称:安孚科技　公告编号:2026-021

安徽安孚电池科技股份有限公司
关于召开2025年年度股东会的通知

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要内容提示:

- 股东会召开日期:2026年4月9日
- 本次股东会采用的网络投票系统:上海证券交易所股东会网络投票系统

一、召开会议的基本情况

(一)股东会类型和届次

2025年年度股东会

(二)股东会召集人:董事会

(三)投票方式:本次股东会所采用的表决方式是现场投票和网络投票相结合的方式

(四)现场会议召开的日期,时间和地点

召开的日期时间:2026年4月9日　14点00分

召开地点:安徽省合肥市蜀山区潜山路888号百利中心北塔1801

(五)网络投票的系统,起止日期和投票时间。

网络投票系统:上海证券交易所股东会网络投票系统

网络投票起止时间:自2026年4月9日

至2026年4月9日

采用上海证券交易所网络投票系统,通过交易系统投票平台的投票时间为股东会召开当日的交易时间段,即9:15-9:25,9:30-11:30,13:00-15:00;通过互联网投票平台的投票时间为股东会召开当日的9:15-15:00。

(六)融资融券、转融通、约定购回业务账户和沪股通投资者的投票程序

涉及融资融券、转融通业务,约定购回业务相关账户以及沪股通投资者的投票,应按照《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号 规范运作》等有关规定执行。

(七)涉及公开征集股东投票权

无

二、会议审议事项

本次股东会审议议案及投票股东类型

序号	议案名称	投票股东类型
		A股股东
非累积投票议案		
1	《公司2025年度董事会工作报告》	√
2	《公司2025年年度报告》及摘要	√
3	《公司2025年度财务决算报告》	√