证券代码:002543　　证券简称:万和电气　　公告编号:2024-006

广东万和新电气股份有限公司

【2023】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:以截至本报告披露之日公司总股本743,600,000股扣除回购专户上已回购股份后(截至本公告披露之日,公司已累计回购公司股份7,205,259股)的总股本736,394,741股为基数,向全体股东每10股派发现金红利4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、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	万和电气	股票代码	002543
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称(如有)	不适用		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	卢宇凡	李小霞	
办公地址	佛山市顺德区容桂(容桂)建业中路13号	佛山市顺德区容桂(容桂)建业中路13号	
传真	0757-23814788	0757-23814788	
电话	0757-28382828	0757-28382828	
电子信箱	vw@vanward.com	vw@vanward.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(1)所属行业的发展阶段

公司所属行业为厨卫电器行业。厨卫电器行业总体处于较为成熟的发展阶段,市场竞争较为充分,在众多涉足厨卫电器生产的企业中,三大类型的企业——专业厨卫电器企业、综合性家电企业和外资厨卫品牌企业占据市场主导地位。我国厨卫电器市场走过增量周期、存量周期,进入限量周期,家电消费也从过去的消费升级阶段进入消费分级阶段,以旧换新阶段。在需求不足的环境之下,行业诉求从规模导向转为利润导向,高端化、场景化成为最大的确定性战略。

2023年度,随着外部环境不断改善,经济运行持续向好以及内需稳步扩大,国内GDP同比增长5.2%,国内家电行业出口和内销规模也均实现增长。分品类来看,不同家电品类发展走向不断分化,例如厨房大家电等产品因普及率相对较高,在更新换代需求主导下普遍呈现产品结构升级的态势;而以洗碗机、嵌入式微蒸烤、净水器等为代表的品类则还处于渗透率不断提升过程中。在消费端,消费者呈现出"K"型分化,一方面高端家电市场增长迅猛,另一方面高性价比的家电也备受青睐;在产品端,绿色、健康、智能化的家电产品仍旧是行业热点;在零售端,全流程化服务成为潮流,商家更加关注购物体验感、便捷度及售后服务质量。2024年度,政策层面将集中关注绿色、智能、适老家电,引导地方财政和家电企业推出更多实际补贴政策,扩大绿色消费、不断提升消费的"含绿量"。

根据奥维云网数据,2023年度国内厨卫大家电零售额为1,670亿元,同比增长5.3%。总体呈现刚需品类基础稳固、品质需求不断增长等特点,2023年度各品类表现分化明显,包括烟灶、热水器等刚需品类零售额为998亿元,同比增长6.5%;包括洗碗机、净水器和消毒柜等品需品类零售额为423亿元,同比增长8.6%;而集成灶则同比下滑4.0%。分具体品类看,热水器零售额为505亿元,同比增长7.4%,燃热产品替代升级加速,零售量占比提升至41.3%,热水器智能化、健康功能、容量增大促进结构升级;净水器零售额达205亿元,同比增加11%,线上市场通量迅代明显且迅速,1,000G通量净水器线上市场销售额占比超过33%,相比去年提升近10%;洗碗机零售额达到112亿元,同比增长9.6%,以大套数嵌入式产品驱动增长,全尺寸嵌入式洗碗机在线下市场零售额份额达到74%,同时产品功能持续升级,"洗、消、烘、存"一体化、分层分区洗以及自动识别并匹配程序等功能已成为主流。

作为中国制造业重要的组成部分,近年来厨卫电器产业在数字化、智能化、绿色化等领域不断进行创新,一方面不断推进转型升级,提升生产效率与质量,打造自身"新质生产力";另一方面面向市场需求不断应用新的科技成果,将人工智能、物联网、大数据等技术实践于大众消费者可触达的产品中,为市场提供了很多创新智能的产品。万和要在"增量和存量并重时代"中获取新的机会,则需要不断创新,去拥抱新的渠道,到用户收度最高的地方与用户互动,提供更符合用户需求的产品。

(2)所处行业地位和市场地位

根据世界权威独立调研机构英国建筑服务研究与信息协会(BSRIA)在2013年发布的调研结果,万和是国内仅有的两个"全球十大热水器品牌"之一;根据第十九届中国500最具价值品牌榜单显示,"万和"以273.12亿元品牌价值再创新高;2024年4月,由中国商业联合会、中华全国商业信息中心联合主办的"2024(第三十二届)中国市场商品销售统计结果发布会"对2023年度中国消费品市场销售领先品牌等进行了发布,根据全国大型零售企业商品销售调查统计显示,"万和"燃气热水器荣列2023年度同类产品市场综合占有率第一位,"万和"燃气热水器已连续二十年获得此项桂冠;此外,万和是国家工信部公布的第三批制造业单项冠军(燃气热水器)培育企业、第七批国家级制造业单项冠军产品(燃气热水器);燃气采暖炉、燃气灶、吸油烟机、电热水器的市场占有率均处于行业前列,万和燃气热水器和燃气炉具的出口量连续多年在行业同类产品中名列前茅。

(3)主要业务、主要产品及其用途

报告期内,公司持续聚焦燃气具领域的高质高效革命,打造燃气热水器、燃气灶具、燃气采暖炉、燃气烤炉等行业低碳节能、舒适健康产品,同时坚定培育新能源产业(空气能+电热),持续深研氢能源技术演化和商业应用,不断拓展厨房、卫浴两大空间,成为由单一产品驱动升级为场景生态解决方案的品牌商,立志成为低碳绿色的"全球燃气具领导品牌"。

自公司设立以来,主营业务未发生显著变化。

(4)经营模式

我国厨卫电器行业经营模式包括自有品牌运营商、原始设计制造商与原始设备制造商三种,公司依托强大的研发、制造和营销能力,集三种模式于一体,可根据国内外用户需求进行快速响应,提供根据市场需求变化持续创新的高品质产品。

基于公司战略布局,在国内市场方面,公司以自有品牌运作的同时,通过持续完善品牌授权模式,进一步整合发展资源,提高品牌溢价能力;在海外市场方面,公司持续优化海外业务结构,逐步提升自主品牌运营能力。

(5)主要的业绩驱动因素

A、明晰公司"产品驱动、效率增长与数智升级"三大战略主轴并紧扣战略主轴开展体系建设和能力提升,成效初显

a、坚持"产品驱动"战略主轴,启动精品工程建设,积极构建"三个一代"与五大研发体系,持续打造旗舰操盘能力

报告期内,公司围绕"一个万和,一个体系,一个标准",通过内部组织架构变革转变职能,分层管理,统一规范横向拉通来料、过程、成品、市场、研发模块,整合新品"测试"与"评价"职能,新增可靠性评价和用户体验职能,通过指标牵引,数据分析、稽查变革、质量刚性等管理措施,令产品故障率下降明显。在精品工程的推进中,建立了产品合规、基本性能、精致外观、用户体验四大精品评价维度,成立了精品专项推进小组,通过对标定标等方法,识别问题与差距,立项攻善,形成了全组织的精品工作文化,实现了精品意识的蜕变。

公司持续加大研发投入,坚定技术突破、产品领先目标,实施"三个一代",提升产品结构,构建能力领先、成果领先、体系领先的创新研发体系与组织,全面推动"产品驱动、效率增长、数智升级"战略。在基础技术、智能化技术、氢能技术、创新平台技术等方面加大投入,通过投入的加大,驱动实现成果领先,提升品牌行业影响力以及研发人员福利及待遇的提升。以"产品+市场"双轮驱动模式,运用IPD集成研发工具提升研发效率与质量,以"以用户为中心"牵引产品结构升级,以"旗舰思维"聚焦资源打造具备市场竞争力的产品,构建"专业技术委员会"、"三级研发体系"的组织机制与"三个一代"结合推动能力领先体系领先。报告期末,公司创新研发体系进一步夯实与升级,分解成为五大体系:全面对标体系、全面体验管理体系、全生命周期研发体系、技术创新与共赢生态体系、标准化体系,清晰且聚焦推进,坚定体系领先目标。2023年8月,公司举办万和首届科技月活动,进一步尊重和激发科技人员,改善了创新机制、文化与氛围。

在IPD体系有效运行的基础上,公司引入IPMS体系,与IPD互锁,拉通品牌、零售、渠道、产品、服务等体系,形成IPD与IPMS双轮驱动,相互协同,确保产品商业成功,持续打造旗舰操盘、爆品运营的体系与能力。双吸力烟机、一级节能新品、星瀚套系等成为阶段性爆品,取得了良好的经济效益与品牌势能。

b、坚持"效率增长"战略主轴,全价值链运营效率至上,通过数字化升级推动,着手构建端到端极致成本能力

报告期内,公司在供应链与流程效率优化方面降本成效显著。①在优化海外订单BOM管理方面,简化包材流程环节,海外订单流程效率由原来的3-10+天,提高到1-5天内;PLM审批移动化,提升流程审批效率,流程耗时缩短30%。②在研发项目运营管理方面,通过明确核心关注点、强化节点意识,提效减负,项目研究效率明显提升;在标准化管理方面,通过建立组织、体系,优化过程,推进控源头、去长尾的标准化工作,实现内销SKU、外销SKU及物料大幅缩减,全年总计精简产品超过50%,通过开展VBS体系建设,打造标杆线体或机台,建立信心,转变思想,总结经验和方法,沉淀出统一语言、统一方法、统一标准。在VBS推进过程中,开展了精益人才培养、改善周项目、开展DM管理、建立效率管理体系等,通过拉动生产模式的推进,中间库存降低、搬运减少,交付周期缩短,月底盘点时间减少,安全隐患降低,效率也明显增长。③在零售转型方面,通过建立零售推广体系,提升中高端、套系化产品布局及产品竞争力,中高端产品操盘与上市推广能力,价格政策科学制定、建材及设计师渠道拓展、中高端产品差异化、增值服务能力,加速零售转型及结构升级,通过合理的仓储规划、提升工厂生产交付率,加强超期库存管理,增加线下直发、物流供应商评价机制、搭建产销计划体系等,深入推进产销衔接。

c、坚持"数智升级"战略主轴,持续打造敏捷型组织,提升公司数智化水平

报告期内,公司以用户为中心,打通研发、营销、制造、供应链、服务等全价值链业务数字化协同,通过重构工作方式、业务流程和业务模式,利用数据驱动业务改善,与业务深度融合,实现高效率、高品质、低成本、快速交付、绿色环保的全价值链卓越运营和数智化敏捷组织。

在研发端:积极构建平台库,通过平台架构管理,产品配置管理,建立平台化、模块化开发模式,实现产品平台、谱系定义模块化产品定义和设计。同时,参考物料重用率、成本、维修率、使用量、评价机制等多维度自动运算形成零部件优选建议。实现IPD与IPMS流程打通,完善变更流程,构建以用户、市场为导向的产品操盘体系。

在营销端:①推动以销定产,产销协同:以客户订单驱动生产交付,客户预测牵引长周期物料储备,改善交付周期,更快应对市场需求,同时拉通销售、供应链、制造等整个后端的链路。②渠道深耕差异化运营:实现万和与经销商、大B、小B的数字化协同运营,建立统一的F2B2b数字化营销平台支撑空白市场策略落地(空白市场小B交易支撑(一件代发)。③实现线下费用管理在线、透明及可追溯:通过财务创新的预算分配方式,根据销售毛利产生费用额度,实现产品SKU、产品结构、产品毛利的实施监控,减少内部博弈,向市场要效益,落实总部营销战略落地执行。④营销主数据的完善:统一营销主数据,建设统一经营语言,包括商品、客户、门店、渠道等。⑤订单全流程可视及一单到底:可实时查询从客户订单提交、订单评审、生产、物流全流程。

报告期内,公司积极推进智能制造能力,推动智造相关领域的数字化转型。依据国家智能制造成熟度评估标准,将系统地诊断万和试点工厂的现状问题、痛点焦点,分析与国家智能制造成熟度四级标准之间的差距,梳理业务流程架构、应用场景,充分利用数字化技术,设计万和试点工厂未来智能制造蓝图,推动智能制造装备和生产服务质量的全面提升,推动质量变革,提升制造业供给水平。

B、以用户为中心,加快服务数字化转型,聚焦产品差异化创新,实现产品和服务升级

报告期内,面向国内市场,公司围绕"以用户为中心"战略,推动产品能力、服务能力以及后端基础能力培育,加快优化产品及服务的体验,为可持续的增长奠定基础。

在用户服务方面,以用户体验为牵引,服务数字化转型,改善售前、售中、售后服务体验,提升用户满意度和忠诚度;针对用户反馈,优化了服务流程,缩短了响应时间,提升了服务效率和质量;建立了一套完善的用户反馈机制,确保能够及时收集并响应用户的声音。服务数字化转型,将服务标准前置,让全服务旅程的质量标准清晰、可控。以服务场景为载体提供多维度、多细节的服务旅程评价,实现用户声音及时反馈、闭环、评价结果实时、自动分析及闭环管理,且逐步开始打通对服务商、服务工人全场景的评价链路。

公司对服务管理平台进行了全面的技术升级,引入了云计算、大数据、人工智能等先进技术,大幅提升了服务响应的自动化和智能化水平。通过数字化工具,对服务流程进行了深度重构,实现了服务流程的标准化、便捷化、自动化,显著提高了备件供应效率、服务效率和响应速度,提高了服务商、服务工程师的满意度。依托于服务平台的数字化能力,对服务商、服务工程师分级管理和赋能,逐步搭建服务商服务运营能力的赋能体系、数字化能力提升体系,以及服务工程师的培训认证体系。同时进一步提升服务的组织与人的能力,提高服务交付的质量,为用户提供一站式服务体验。建立了完善的数据分析体系,利用大数据技术深入挖掘用户需求和行为模式,为服务创新和个性化服务提供了有力支持。通过深入挖掘用户需求和行为数据,成功识别出多种售前、售中、售后服务场景,并针对不同场景量身定制了服务策略和方案,拉通线上与线下,使服务更加贴近用户需求,更加符合用户期待。

在燃热产品创新方面,面向全屋沐浴场景,万和发布了一级节能瀑布浴水墨系列,产品搭载多重科技,通过一键增容PLUS功能提升了用户对沐浴大水量的需求,采用行业转速最高7,400rpm水泵以及独有增压技术实现高达200%增压效果,满足用户全屋多人同时用水沐浴需求。面对北方区域天气寒冷,地区性水质较差的环境问题,万和推出一级节能玄武燃气热水器,产品有三大突破,通过搭载114W超大功率5点陶瓷电加热装置能够抵抗-30℃的极寒天气,通过在关键零部件上加厚耐腐纯铜材料,耐腐性能提升50%,并且在行业内率先定义《热水器黄河流域防腐抗冻标准》,同时荣获一级节能权威认证。从解决行业零冷水使用痛点、提升用户使用感受出发,万和发布第三代零冷水技术,同时是万和自研核心技术在零冷水领域从0到3.0的跃迁,该技术为行业首创实现多用水点精准预热的零冷水技术。推出万和高端BANF系列中央零冷水燃气热水器M1.6,并成功获得中国电子节能协会颁发的行业最高的节能认证"超一级节能",同时也获得世界绿色设计组织颁发的"绿色设计国际大奖提名奖"。

在电热产品创新方面,面向全屋用电场景,万和守护神电热水器搭载全球唯一"全链路安全系统",从"阀、同、墙、断、触、隔、检"多维度守护用电安全,实现在各种用电环境下的全方位安全防护,获佛山市高新技术产业协会认定该项目技术达到国际先进水平、获佛山市科学技术局颁发的科技成果证书。双恒温电热水器搭载行业突破性双恒温技术,引领恒温技术迭代,通过AI智运算、3D感温器、双控比例阀芯、四驱联动实现花洒一开秒出恒温水、沐浴全程恒温水无需反复试水温、水温零波动。

在烟灶产品创新方面,公司聚焦双吸力烟机产品,将顶吸、侧吸式油烟机的优势与精髓兼容并取,"上抽下吸"设计,离烟源更近,实现快速直排,大大避免油烟逃逸。2023年8月,公司发布了三十周年纪念款一一万和星瀚套系,围绕着"好看、好用、好装、好服务"的设计理念,为"双新"群体打造品质三件套产品。在坚信"颜值即正义"理念的同时,万和深知产品体验才是套系化产品的核心优势。在星瀚套系高端优雅的外观气质下,是万和三十年技术沉淀的呈现:三腔双吸力、航天全域吸双力油烟机;超一级能效、5.2KW大火力兼备的星瀚猛火灶;3巡航模式、ECO半管预热技术加持的零冷水热水器皆是万和基于节能与性能兼备理念上的创新融合。

在空气能产品创新方面,推出万和冷暖复式空气能一一万和玄武系列,采用变频双级增焓压缩技术,-35℃的严寒环境下,也能可靠制热;套管式换热器、专利内波纹蒸发器等创新设计,提升了机组效率,降低了维护成本。产品应用场景广泛,适用于严寒地区、寒冷地区城镇商品住宅采暖刚需,以及乡镇、农村自建住宅的采暖需求;变频直流风机进一步降低了噪音,让您享受更加宁静的供暖运行。除玄武系列外,还推出万和R290系列热泵热水器,采用天然工质丙烷,GWP仅为3,是目前碳排放值最低的冷媒之一。产品采用万和自主研发的先进控制系统,实现对清洁能源的高效利用。同时目主开发了远程APP控制功能,可以实现远程操控,并进行能耗监控和故障诊断。产品性能表现优秀,达到欧盟能效等级A+,COP值接近3.2,属于行业领先水平。

除燃热、电热、烟灶及空气能品类外,公司还推出了原创0蒸汽外排的集成烹饪中心产品,以其独特的设计和卓越的性能,重新定义了下一代集成烹饪中心。推出帕鹏系列洗碗机,搭载多重科技,实现全系列标配母婴级四星消毒。

C、紧抓营销龙头,持续开展内销变革,建设以市场、零售为导向的营销组织和结构

报告期内,公司持续开展内销业务变革,调整平台模式,因地制宜,分级分类调整业务管理模式;新设立"创新零售部",围绕新渠道、新品类拓展业务增量;遴选行业优秀团队,京东业务板块引入代运营TP模式,提升综合运营效益与效率;精细化运营,推动市场精耕细作与零售提升,完成经营平台转向运营中心的裂变。

报告期内,公司大力推动零售转型。在终端改造上,搭建全国66家形象标杆店,以点带面做提升;发起2次标准化焕新运动,完成512家核心门店基础形象标准化;在培训管理上,搭建数字化赋能中台执行力,接入3,500个账户,实现在线赋能;设立标准化品类基础课、对标课、案例课、品牌优势课等165项课程;新零售模式及新媒体运营:引入并开通抖音71家有赞新零售门店,实现"引流×产品种草×获客留咨×成交"闭环。加强市场秩序管理,通过加大违规处罚力度、强化市场稽查、规范授权网络店铺价格等方式推动市场秩序明显改善。

D、持续开发海外新产品、新客户,稳步推进自主品牌建设,积极实施"走出去"战略

报告期内,海外市场面对宏观经济波动加剧,通胀持续的严峻挑战,万和海外业务积极应对,进一步寻求全球化经营与合作,寻找新商机的同时分散经营风险,实现稳定发展。整合内部业务组织,前置海外业务中心,内部职能架构调整,提升对海外业务团队的支持,着重推动重点客户新产品开发,整合重点客户产能布局,搭建稳定、高效、安全的供应链体系,积极应对全球市场变化,提高公司和客户抗风险能力,达到双赢效果;提升自主品牌建设战略高度;重点区域成立海外分公司,组建本土化运营团队,多渠道布局海外自主品牌运营,加速推进自主品牌全球化,扩大产品和品牌宣传力度,实现线上、线下齐头并进新局面,积极实施"走出去"战略,打造泰国、埃及两大产业基地规划;高效实现泰国生产基地一期基建,埃及生产基地前期重点工程等海外生产基地建设,成功构建全球化生产基地建设。贴合公司121战略布局,坚定发展第二引擎,重点开发空气能产业,针对欧盟市场推出R290热水热泵和三联供热泵,实现产品技术层面的全面升级。

E、以"全球燃气具领导品牌"为牵引,推动品牌持续焕新,打透消费者认知

2023年借万和30周年之机,全面推进品牌力提升、年轻化焕新进程。从游戏、音乐节等Z世代最热门圈层角度切入,不断探索年轻群体新触点;结合新品上市计划及市场推广节奏,发力新媒体种草引流矩阵,完善心智塑造与种草转化的闭环链路;开设"温暖中国行"及"1212陪伴日"项目,继续强化万和品牌内化的温暖基因与行业领袖的社会责任。

合作爱奇艺爆款神剧《狂飙》,声量破圈、广告弹屏;以腾讯王牌电竞综艺《战至巅峰》实现年轻化拓圈;定制万和电气SoulPop音乐节,俘获年轻"特种兵"们的品牌好感;与百度智能云联合推出厨卫行业首位数字代言人YONA,赋能品牌与产品的智慧化标签;新媒体矩阵发力,小红书爆文频出,知乎圆上热榜、短视频达人探店打卡,实现多形式种草、多渠道引流;冠名2024顺德客桂马拉松,开年即领跑,新年新气象。

在数字化时代,我们不断重构品牌,推陈出新,在消费者心目中树立牢固差异化认知的创新力,不断拉近与消费者距离,维持消费者热度的沟通力;持续创造消费者价值感与体验的价值力。

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

追溯调整或重述原因

会计政策变更

	2023年末	2022年末		本年末比上年末增减	2021年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产	8,396,615,781.28	6,890,706,936.45	6,890,833,880.38	21.85%	8,127,736,179.56	8,127,849,806.52
归属于上市公司股东的净资产	4,539,449,379.17	4,318,047,327.47	4,318,049,694.59	5.13%	4,008,724,624.99	4,008,722,430.54

	2023年	2022年		本年比上年增减	2021年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	6,103,793,022.90	6,627,812,218.25	6,627,812,218.25	-7.91%	7,527,138,468.85	7,527,138,468.85
归属于上市公司股东的净利润	568,232,896.74	560,033,606.62	560,038,167.19	3.31%	398,256,616.51	398,254,422.06
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	605,286,815.74	635,823,209.97	635,827,771.54	-4.80%	300,714,791.47	300,712,597.02
经营活动产生的现金流量净额	1,295,860,953.21	815,263,691.45	815,263,691.45	58.95%	410,167,108.15	410,167,108.15
基本每股收益(元/股)	0.76	0.74	0.74	2.70%	0.48	0.48
稀释每股收益(元/股)	0.76	0.74	0.74	2.70%	0.48	0.48
加权平均净资产收益率	12.77%	13.28%	13.28%	-0.51%	8.48%	8.48%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

财政部于2022年11月发布了《企业会计准则解释第16号》(财会(2022)31号)(以下简称"解释第16号")。

解释第16号规定,对于不是企业合并、交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)、且初始确认的资产和负债导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的单项交易,因资产和负债的初始确认所产生的应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异,应当根据《企业会计准则第18号——所得税》等有关规定,在交易发生时分别确认相应的递延所得税负债和递延所得税资产。对于在首次施行上述规定的财务报表列报最早期间的期初至本解释施行日之间发生的上述交易,企业应当按照上述规定,将累积影响数调整财务报表列报最早期间的期初留存收益及其他相关财务报表项目。上述会计处理规定自2023年1月1日起施行。

本公司对租赁业务确认的租赁负债和使用权资产,产生应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的,按照解释第16号的规定进行调整。

执行上述会计政策对2023年12月31日合并资产负债表和2023年度合并利润表的影响如下:

合并资产负债表项目(2023年12月31日)	影响金额(元)
递延所得税资产	119,142.42
递延所得税负债	116,009.17
盈余公积	297.25
未分配利润	2,836.00

合并利润表项目(2023年度)	影响金额(元)
所得税费用	-766.13

执行上述会计政策对2022年12月31日合并资产负债表和2022年度合并利润表的影响如下:

合并资产负债表项目(2022年12月31日)	调整前(元)	调整金额(元)	调整后(元)
递延所得税资产	97,634,928.26	127,94103	97,762,872.13
递延所得税负债	14,231,760.93	125,576.81	14,357,337.54
盈余公积	350,980,547.34	152.87	350,980,700.21
未分配利润	2,463,832,287.62	2,214.25	2,463,834,501.87

合并利润表项目(2022年度)	调整前(元)	调整金额(元)	调整后(元)
所得税费用	82,642,914.36	-4,561.57	82,638,352.79

执行上述会计政策对2022年1月1日合并资产负债表的影响如下:

合并资产负债表项目(2022年1月1日)	调整前(元)	调整金额(元)	调整后(元)
递延所得税资产	100,703,902.22	113,627.26	100,817,529.48
递延所得税负债	32,571,289.29	115,821.71	32,687,111.00
盈余公积	313,840,328.58		313,840,328.58
未分配利润	2,196,326,900.76	-2,194.45	2,196,324,706.31

(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	1,602,619,681.84	1,466,886,496.67	1,343,310,607.93	1,691,107,316.46
归属于上市公司股东的净利润	123,240,519.21	290,432,075.48	145,580,349.19	8,979,952.86
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	125,331,152.06	229,811,089.98	137,196,522.42	112,948,087.28
经营活动产生的现金流量净额	360,556,322.93	606,111,397.98	246,881,429.89	83,311,801.41

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	29,356	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	22,436	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

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
广东万和集团投资发展有限公司	境内非国有法人	29.66%	220,545,000.00	0	不适用	0
卢瑞其	境内自然人	16.70%	124,198,776.00	0	不适用	0
卢楚隆	境内自然人	9.19%	68,318,280.00	51,238,687	不适用	0
广东万和集团有限公司	境内非国有法人	7.83%	58,236,000	0	不适用	0
卢楚鹏	境内自然人	5.51%	40,990,950	30,743,212	不适用	0
叶远璋	境内自然人	2.82%	20,963,460	0	不适用	0
香港中央结算有限公司	境外法人	2.49%	18,513,240	0	不适用	0
陈子腾	境内自然人	1.34%	10,000,000	0	不适用	0
中国国际金融股份有限公司	国有法人	0.62%	4,625,529	0	不适用	0
招商银行股份有限公司-创金合信中证红利低波动指数发起式证券投资基金	其他	0.51%	3,778,300	0	不适用	0

上述股东关联关系或一致行动的说明:广东万和集团投资发展有限公司为公司控股股东,广东万和集团投资发展有限公司为广东万和集团有限公司全资子公司,广东万和集团有限公司为公司的间接控股股东。股东卢瑞其、卢楚隆和卢楚鹏三人为兄弟关系,同时为一致行动人。三人为广东万和集团有限公司实际控制人,本公司实际控制人。对于其他股东,公司未知他们之间是否存在关联关系,也未知他们之间是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。

截至报告期末,广东万和新电气股份有限公司回购专用证券账户持股数量为7,205,259股,持股比例为0.97%。

前10名股东参与融资融券业务情况说明(如有):不适用

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 √不适用

前十名股东较上期发生变化

√适用 □不适用

单位:股

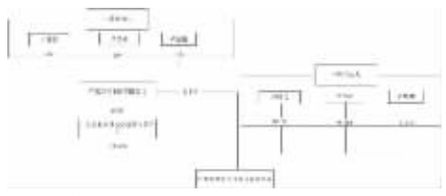
前十名股东较上期末发生变化情况					
股东名称(全称)	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
香港中央结算有限公司	新增	0	0.00%	0	0.00%
陈子腾	新增	0	0.00%	0	0.00%
中国国际金融股份有限公司	新增	0	0.00%	0	0.00%
招商银行股份有限公司-创金合信中证红利低波动指数发起式证券投资基金	新增	0	0.00%	0	0.00%
广发基金-北京诚通金控投资有限公司-广发基金-诚通金控14号单一资产管理计划	退出	0	0.00%	0	0.00%
中航鑫港担保有限公司	退出	0	0.00%	0	0.00%
中国银行股份有限公司-招商3年封闭运作战略配售灵活配置混合型证券投资基金(LOF)	退出	0	0.00%	0	0.00%
JPMORGAN CHASE BANK,NATIONAL ASSOCIATION	退出	0	0.00%	0	0.00%

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□适用 √不适用

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



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

1、公司于2023年8月25日召开的董事会五届十一次会议和五届五次监事会会议审议通过了《关于回购公司股份方案的议案》,拟使用自有资金通过二级市场以集中竞价交易的方式回购公司部分社会公众股份,并依法用于后续实施股权激励或员工持股计划(以下简称"本次回购")。本次回购的资金总额不低于3,000万元人民币(含)且不超过6,000万元人民币(含)。本次回购股份的价格为不超过人民币9元/股(含),以公司目前总股本743,600,000股为基础,若按回购资金总额上限和回购股份价格上限进行测算,预计可回购股份数量约为6,666,666股,约占公司当前总股本的0.8965%;按回购资金总额下限和回购股份价格上限进行测算,预计可回购股份数量约为3,333,333股,约占公司当前总股本的0.4483%,具体回购数量以回购期限届满时实际回购的股份数量为准。若公司在回购期间实施了送股、资本公积转增股本、现金分红、配股等除权除息事项,自股价除权除息之日起,相应调整回购股份价格上限。本次回购股份的实施期限自董事会审议通过本次回购股份方案之日起12个月内。

截至2024年1月25日,本次回购股份方案已实施完毕,实际实施回购的时间区间为2023年11月7日至2024年1月25日。公司累计回购股份数量为7,205,259股,占公司总股本的0.9690%,最高成交价为8.74元/股,最低成交价为8.12元/股,支付的总金额为59,956,783.80元(不含交易费用)。

序号	公告标题	披露时间	公告索引
1	《广东万和新电气股份有限公司董事会五届十一次会议决议公告》(公告编号:2023-029)	2023年8月26日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
2	《广东万和新电气股份有限公司五届五次监事会会议决议的公告》(公告编号:2023-030)	2023年8月26日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
3	《广东万和新电气股份有限公司关于实际控制人之一卢融其先生提议回购公司股份的公告》(公告编号:2023-032)	2023年8月26日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
4	《广东万和新电气股份有限公司关于回购公司股份方案的公告》(公告编号:2023-033)	2023年8月26日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
5	《广东万和新电气股份有限公司关于回购股份事项前十名股东及前十名无限售条件股东持股情况的公告》(公告编号:2023-034)	2023年8月30日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
6	《广东万和新电气股份有限公司回购股份报告书》(公告编号:2023-037)	2023年9月16日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
7	《广东万和新电气股份有限公司关于股份回购进展情况的公告》(公告编号:2023-041)	2023年10月10日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
8	《广东万和新电气股份有限公司关于股份回购进展情况的公告》(公告编号:2023-046)	2023年11月2日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
9	《广东万和新电气股份有限公司关于首次回购公司股份的公告》(公告编号:2023-047)	2023年11月8日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
10	《广东万和新电气股份有限公司关于股份回购进展情况的公告》(公告编号:2023-048)	2023年12月2日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
11	《广东万和新电气股份有限公司关于股份回购进展情况的公告》(公告编号:2024-001)	2024年1月4日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
12	《广东万和新电气股份有限公司关于股份回购结果暨股份变动的公告》(公告编号:2024-002)	2024年1月27日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

2、公司于2022年11月18日召开的董事会五届五次会议审议通过了《关于全资子公司与孙公司在埃及投资设立合资公司暨建设年产量达200万套热水零部件生产线以及50万套热水整机生产线项目的议案》,同意万和国际(香港)有限公司与Vanston Inc.以自有资金出资150万美元在埃及苏伊士省因苏哈那苏伊士湾西北经济区投资设立合资公司。该项目估算规模总投资额不超过人民币8,000万元(包括但不限于购买土地、新建厂房和宿舍楼、购买生产设备等)。

序号	公告标题	披露时间	公告索引
1	《广东万和新电气股份有限公司董事会五届五次会议决议公告》(公告编号:2022-066)	2022年11月19日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
2	《广东万和新电气股份有限公司关于全资子公司与孙公司在埃及投资设立合资公司暨建设热水零部件及热水整机项目的公告》(公告编号:2022-067)	2022年11月19日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
3	《广东万和新电气股份有限公司关于埃及子公司完成工商登记的公告》(公告编号:2023-026)	2023年6月29日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

3、公司于2022年12月29日召开的董事会五届八次会议审议通过了《关于在泰国投资新建生产基地的议案》,因业务发展和增加海外生产基地布局的需要,在对海外低成本地区充分调研评估的基础上,公司决议在泰国投资新建生产基地,投资金额不超过人民币2.53亿元,包括但不限于购买土地、购建固定资产等相关事项,实际投资金额以中国及当地主管部门批准金额为准,公司将根据市场需求和业务进展等具体情况分阶段实施建设泰国生产基地。

公司于2023年12月15日召开的董事会五届十四次会议