

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 <http://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. 审计机构和会计师事务所(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
经信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)审计, 2024年母公司实现净利润69,502,563.93元, 根据《公司章程》规定提取10%法定盈余公积金6,950,256.93元, 加上上年初未分配利润367,377,763.40元, 扣除母公司已分配的2023年度股利13,003,137,600元, 2024年未来的未分配利润417,320,912.40元。
2024年度利润分配预案:拟以实施利润分配方案时股权登记日的总股本为基数, 向全体股东每10股派发现金股利1.40元(含税), 剩余未分配利润结转下一年度;本次分配不送红股, 不进行资本公积金转增股本。以上利润分配方案尚须提交2024年度股东大会审议。

第二节 公司基本情况

1、公司简介

公司概况		
股票简称	浙江迪贝电气股份有限公司	股票代码
上市证券交易所	上海证券交易所	股票代码
证券代码	603320	证券简称
上市时间	2014年6月6日	公告编号

2、报告期公司主要业务简介

(一) 冰箱行业

2024年冰箱行业产销规模仍保持强势增长。其中内销市场从年初的大量销售到年中市场销售动力疲软, 叠加终端库存带来的影响, 再到下半年在国家新一轮以旧换新政策出台落地推动的逐步回升, 全年同比增长3.1%。外销市场得益于补库及海外部分地区需求增长推涨, 全年出口规模突破5000万台, 刷新历史新高, 当年出口所有市场同比均呈增长态势, 其中新兴市场表现亮眼, 南美同比增幅超45%。

2024年冷柜行业同比双增, 均刷新历史新高。其中内销需求整体疲软, 但是国家以旧换新政策拉动了部分家用冷柜的增长, 但效果并不及冰箱显著, 此外餐饮行业面临的“寒冬”抑制了商用冷柜需求, 最终全年内销同比下滑了6%。

冷柜海外市场表现好于内销, 主要得益于海外部分地区需求增长拉动及一些地区产能不足的影响, 2024年全年出口规模再创历史新高, 其中出口新兴市场表现亮眼, 南美同比增幅超60%。

(二) 中央空调市场

2024年中国中央空调行业承压前行, 整体市场规模同比微升, 但内外销表现差异显著: 内销微增125亿元, 同比下降8.8%, 出口规模322亿元, 同比大幅增长39.9%。

受宏观经济、房地产市场等因素影响, 内销市场发展承压。尽管企业生产和居民消费在“以旧换新”政策的实施下释放了部分增量, 但全年市场的下行趋势仍然难以避免, 市场规模相较上年微增50亿元。

出口市场整体表现强于预期, 特别是四季度同比增长尤显亮眼。在中国企业出海的时代浪潮下, 全球数据中心行业的蓬勃发展也为冷柜机组出口带来新增长点。

展望2025年, 内销市场在国家家电补贴政策的持续发力下, 将有较好的市场预期, 外销市场, 由近期美元兑美元政策变化导致全球贸易环境面临较大的不确定性。

(三) 主要业务情况

公司主要业务分为家用商用, 商用变频压缩机密封电机的研发、生产及销售, 并开展直流变频空调驱动控制器的研发、销售业务。公司产品直接配套行业知名压缩机厂商, 如加西贝拉等; 最终应用于各种冰箱、冰柜、空调等产品上, 终端品牌包括海尔、海信、美的、博世、西门子、伊莱克斯等公司。商用产品直接应用于行业知名压缩机厂商, 如丹佛斯等; 轻型商用产品直接应用于冰柜、除湿机、空气能热水器等; 重型商用产品最终应用于中央空调、冷冻、冷气、热泵等; 商用产品终端品牌包括格力、约克、开利及江森自控等。公司车载空调直接配套行业知名压缩机厂商, 如华意压缩机等; 最终应用于冰柜、房车、冰箱、冰柜、冷冻车空调等产品上, 终端品牌包括美的、美菱、格兰仕等。公司驱动器产品主要针对家用或商用变频压缩机, 车载直冷压缩机及空调风机市场应用开展研发、销售。

报告期内公司主要业务未发生重大变化。

(二) 经营模式情况

压缩机行业是家电和暖通空调制冷(HVAC/R)产业链中关键一环, 通过专业分工以配套协作模式进入压缩机行业领域, 形成了较为稳定的供求关系。电动机产品以匹配自身产品为主, 以电机驱动控制系统为向压缩机客户销售。公司根据客户需求进行差异化设计开发, 同时把握行业发展趋势, 普遍国际市场, 积极推进产品更新换代。公司业务具有持续性、多规格、小批量生产的特点。

1、销售模式

公司产品为制冷行业的中间产品, 故采取直接销售的方式。公司主要客户均为压缩机生产企业。基于压缩机和压缩机生产的企业配套体系和行业惯例, 公司通过客户供应商准入考核后, 双方形成较为稳定的合作关系, 双方通过签订一定时期的销售框架性协议, 确定产品定价方式、付款条件、质量保证及交付方式等内容。然后客户日常以订单形式向公司提出采购需求, 公司采取“以原材料价格为基础”的定价模式, 即“原材料价格+辅料价格+制造费用+管理费用+合理利润”。

2、生产模式

公司采取“以销定产”, 按订单组织生产的模式。销售部门接到订单后由生产管理部, 由生产管理部下达生产计划及物料需求计划, 金程计划部安排生产和生产调度。品质管理部门参与在制品质量, 对产品进行出厂检验。公司全面协调销售、采购、生产管理以及品质管理等部门的协作。公司产品制程从硅钢和漆包线等材料开始, 经过冲片生产、转子制造、定子制造及检测包装, 包含压缩机制造的全部工序流程。

3、研发模式

公司按“研究一代、试制一代、生产一代”的产品迭代升级方针, 构建了公司的技术创新体系, 以保证公司技术创新的持续性。通过客户与客户形成前期介入、同步开发等紧密合作关系的同时, 还在产品结构、新材料应用等方面, 推动和帮助客户进行压缩机产品的升级换代, 以自身的研发投入能力为客户提供市场竞争的支撑。驱动控制器产品也采用相似的产供销模式。

报告期公司主要业务未发生重大变化。

(三) 经营模式情况

压缩机行业是家电和暖通空调制冷(HVAC/R)产业链中关键一环, 通过专业分工以配套协作模式进入压缩机行业领域, 形成了较为稳定的供求关系。电动机产品以匹配自身产品为主, 以电机驱动控制系统为向压缩机客户销售。公司根据客户需求进行差异化设计开发, 同时把握行业发展趋势, 普遍国际市场, 积极推进产品更新换代。公司业务具有持续性、多规格、小批量生产的特点。

1、销售模式

公司产品为制冷行业的中间产品, 故采取直接销售的方式。公司主要客户均为压缩机生产企业。基于压缩机和压缩机生产的企业配套体系和行业惯例, 公司通过客户供应商准入考核后, 双方形成较为稳定的合作关系, 双方通过签订一定时期的销售框架性协议, 确定产品定价方式、付款条件、质量保证及交付方式等内容。然后客户日常以订单形式向公司提出采购需求, 公司采取“以原材料价格为基础”的定价模式, 即“原材料价格+辅料价格+制造费用+管理费用+合理利润”。

2、生产模式

公司采取“以销定产”, 按订单组织生产的模式。销售部门接到订单后由生产管理部, 由生产管理部下达生产计划及物料需求计划, 金程计划部安排生产和生产调度。品质管理部门参与在制品质量, 对产品进行出厂检验。公司全面协调销售、采购、生产管理以及品质管理等部门的协作。公司产品制程从硅钢和漆包线等材料开始, 经过冲片生产、转子制造、定子制造及检测包装, 包含压缩机制造的全部工序流程。

3、研发模式

公司按“研究一代、试制一代、生产一代”的产品迭代升级方针, 构建了公司的技术创新体系, 以保证公司技术创新的持续性。通过客户与客户形成前期介入、同步开发等紧密合作关系的同时, 还在产品结构、新材料应用等方面, 推动和帮助客户进行压缩机产品的升级换代, 以自身的研发投入能力为客户提供市场竞争的支撑。驱动控制器产品也采用相似的产供销模式。

报告期公司主要业务未发生重大变化。

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

3.2报告期分季度的主要会计数据

单位: 元 币种: 人民币

3.3报告期分季度的经营活动现金流

单位: 元 币种: 人民币

3.4报告期末已披露定期报告的数据差异说明

□适用 √不适用

4.1报告期内及年报披露前一个月末的普通股股东总数及前 10 名股东情况

股东户数

11,796

报告期末股东总人数

17,826

前十名股东持股情况

0

前十名无限售条件股东持股情况

0

前十名股东持股情况(不包括高管锁定股)

0

3.5报告期末表决权数量前十名股东情况

单位: 股

3.6报告期末前十名普通股股东持股情况

单位: 股

3.7报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.8报告期末前十名股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.9报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.10报告期末前十名普通股股东持股情况

单位: 股

3.11报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.12报告期末前十名普通股股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.13报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.14报告期末前十名普通股股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.15报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.16报告期末前十名普通股股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.17报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.18报告期末前十名普通股股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.19报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.20报告期末前十名普通股股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.21报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.22报告期末前十名普通股股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.23报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.24报告期末前十名普通股股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.25报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.26报告期末前十名普通股股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.27报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.28报告期末前十名普通股股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.29报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.30报告期末前十名普通股股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.31报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.32报告期末前十名普通股股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.33报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.34报告期末前十名普通股股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.35报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.36报告期末前十名普通股股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.37报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.38报告期末前十名普通股股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.39报告期末前十名无限售条件股东持股情况

单位: 股

3.40报告期末前十名普通股股东持股情况(不包括高管锁定股)

单位: 股

3.41报告期末前十名无限售条件股东持股情况

</