证券代码:300978 证券简称:东箭科技 公告编号:2026-012

# 广东东箭汽车科技股份有限公司

## 2025 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。

华兴会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告的审计意见为:标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

□适用 √不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

□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

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为:以 422,702,739.00 股为基数,向全体股东每10股派发现金红利3元(含税),送红股0股(含税),以资本公积金向全体股东每10股转增0股。

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 | 东箭科技 | 股票代码 | 300978 |
| 股票上市交易所 | 深圳证券交易所 | | |
| 联系人和联系方式 | 董事会秘书 | 证券事务代表 | |
| 姓名 | 顾玲 | 王曼婷、郭柳 | |
| 办公地址 | 佛山市顺德区乐从镇乐从大道西B333号 | 佛山市顺德区乐从镇乐从大道西B333号 | |
| 传真 | 0757-2808 2243 | 0757-2808 2243 | |
| 电话 | 0757-2808 2476 | 0757-2808 2476 | |
| 电子信箱 | touziguanxi@dongjiancorp.com | touziguanxi@dongjiancorp.com | |

2、报告期主要业务或产品简介

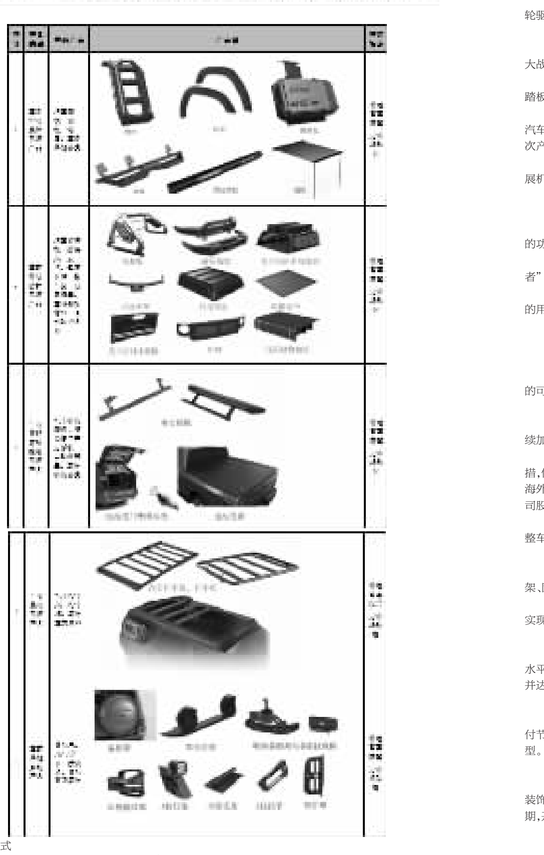
(一)主营业务及产品

东箭科技是一家以"全链条研发、设计、制造服务为基,自主品牌运营为核"的全球化企业,深耕汽车户外生活领域二十余载,致力于成为兼具商业成功、环境责任与深厚品牌感召力的汽车户外生活平台与整车定制改装企业。公司业务贯穿汽车前装零部件配套、后装市场一体化服务与消费者品牌运营三大核心领域,构建起"成熟支柱业务 + 创新品牌业务"双轮驱动、全产业链协同发展的多元场景深度协同格局,坚定践行"激发并赋能全球汽车户外爱好者,倡导负责任汽车户外出行文化"的企业愿景与使命。

公司主要产品类别包括车侧承载装饰系统产品、车辆前后防护系统产品、车载智能座舱控制系统产品、车顶装载系统产品及车辆其他系统产品等,具体情况如下表所示:

部分产品装载效果图:

主要产品:



(二)主要经营模式

公司现有的采购模式、生产模式和销售模式,适合自身发展需要,符合行业特点。

采购模式方面,公司采购物料可划分为生产物料和非生产物料,公司各类物料由公司采购部门依照公司生产计划按需要进行采购。公司在供应商管理制度、供应商体系管理、采购价格管控、采购订单执行等方面建立了相应的制度流程并有效执行。

生产模式方面,公司以自主生产模式为主,采取以销定产和安全库存相结合的生产模式,针对国外客户采用以销定产模式,针对国内客户采用安全库存模式为主。以销定产模式下,公司根据客户的采购订单组织生产,结合客户订单特点,公司有效利用IT系统对客户的需求及生产计划进行确认,通过对生产线的柔性化改造,并利用强大的业务管理系统快速响应客户需求,有效组织公司生产。安全库存模式下,公司根据销售预测管理系统,实时的数据监控管理系统进行生产备货,快速配送和分销,从而降低了中间费用,缩短交付周期。

销售模式方面,公司产品销售分出口和内销,产品以面向汽车后市场为主并延伸至汽车前装市场,具体情况如下:

| 内外销 | 产品应用领域 | 客户类型/业务模式 | 销售模式 |
|---|---|---|---|
| 海外销售 | 汽车后装产品 | DMS | 直销 |
| | | OBM | 直销 |
| | 汽车前装产品 | OES | 直销 |
| 国内销售 | 汽车后装产品 | 4S店客户 | 直销为主、代销为辅 |
| | | 经销商 | 卖断式经销 |
| | | 主机厂 | 直销 |
| | | 其他客户 | 直销 |
| | 汽车前装产品 | 主机厂 | 直销 |

如上表所述,公司海外销售均为直销模式,公司汽车后装产品的客户类型/业务模式为DMS和OBM,公司汽车前装产品的客户类型/销售模式为OES,其中DMS是公司外销的主要业务模式。国内销售存在直销、经销及代销等不同的销售模式,其中4S店销售渠道是国内销售汽车后装产品的主要销售渠道,该类客户以直销为主、代销为辅;经销商客户的销售模式为卖断式经销;主机厂及其他客户的销售模式均为直销。

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

单位:元

| | 2025年末 | 2024年末 | 本年末比上年末增减 | 2023年末 |
|---|---|---|---|---|
| 总资产 | 2,680,479,705.20 | 2,768,172,090.61 | -3.17% | 2,757,294,701.24 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 1,658,004,931.41 | 1,662,131,672.85 | -0.25% | 1,615,368,635.29 |
| | 2025年 | 2024年 | 本年比上年增减 | 2023年 |
| 营业收入 | 2,034,473,790.47 | 2,189,690,200.20 | -7.09% | 2,044,541,516.81 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 142,443,897.61 | 150,430,067.00 | -5.31% | 140,695,402.39 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 154,147,358.05 | 155,249,150.16 | -0.71% | 138,725,279.29 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 318,764,907.45 | 315,692,663.58 | 0.97% | 294,862,690.94 |
| 基本每股收益(元/股) | 0.34 | 0.36 | -5.56% | 0.33 |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.34 | 0.36 | -5.56% | 0.33 |
| 加权平均净资产收益率 | 8.61% | 9.23% | -0.62% | 8.86% |

(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 | 471,294,178.14 | 513,526,877.26 | 531,016,593.29 | 518,636,141.78 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 49,668,615.76 | 34,191,320.96 | 46,637,594.36 | 11,946,366.53 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 47,110,562.26 | 32,495,539.26 | 44,736,257.57 | 29,804,998.96 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 82,061,311.52 | 14,028,583.24 | 137,289,715.08 | 85,385,297.61 |

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 | 23,337 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 18,727 | 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 | 持有特别表决权股份的股东总数(如有) | 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 |
| 马永涛 | 境内自然人 | 25.64% | 108,397,631.00 | 107,044,131.00 | 不适用 | 0.00 |
| 广东东箭汇盈投资有限公司 | 境内非国有法人 | 15.48% | 65,448,000.00 | 65,448,000.00 | 不适用 | 0.00 |
| 马汇洋 | 境内自然人 | 10.23% | 43,229,972.00 | 35,592,749.00 | 质押 | 31,250,000.00 |
| 罗军 | 境内自然人 | 5.21% | 22,016,483.00 | 16,512,362.00 | 不适用 | 0.00 |
| 新余东裕投资合伙企业(有限合伙) | 境内非国有法人 | 3.44% | 14,526,184.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 夏炎华 | 境内自然人 | 1.69% | 7,138,841.00 | 6,860,541.00 | 不适用 | 0.00 |
| 刘少容 | 境内自然人 | 1.13% | 4,790,794.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 刘奕 | 境内自然人 | 0.75% | 3,173,762.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 上海聚澄创业投资合伙企业(有限合伙) | 境内非国有法人 | 0.48% | 2,030,855.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 陈峰 | 境内自然人 | 0.48% | 2,020,000.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | 广东东箭汇盈投资有限公司为马永涛控制的公司,马永涛与马汇洋系叔侄关系,新余东裕投资合伙企业(有限合伙)为马汇洋及马永江(马永涛之胞兄)持有 93.19%合伙份额且马永江担任执行事务合伙人的企业;刘少容为实际控制人马永涛之配偶。<br>除上述股东之外,公司未知其他股东是否存在关联关系,也未知是否属于一致行动人。 | | | | | |

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 √不适用

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

□适用 √不适用

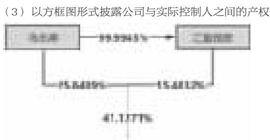
公司是否具有表决权差异安排

□适用 √不适用

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

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

(一)总体概况

2025年,公司启动战略升级,进一步明晰业务结构、重构品牌矩阵,全面焕新企业文化与品牌价值观,致力于在商业价值与社会价值中寻求平衡,推动企业、行业与生态的可持续发展。

1、战略升级:"π型战略"驱动行业价值重构

2025年,公司升级中长期发展战略为"π型战略——深扎开拓驱动行业未来",以"成熟支柱业务 + 创新品牌业务"双轮驱动,重构业务、品牌与价值体系,实现"汽车生活全链条价值覆盖"与"新增长极开拓"的协同发展。

2、明晰业务结构:布局全球汽车户外生活领域

公司锚定"全球汽车户外生活领域",深化业务体系布局,聚焦成熟支柱业务,构建"前装业务+后装业务+整车定制"三大战略业务体系,打造差异化竞争壁垒。

(1)前装业务:以维杰汽车子公司体系为核心,为整车厂提供个性化外饰结构件产品(车顶行李架、备胎罩、防滚架、固定踏板等)与品牌生态配件(如电动踏板等),深化与全球主机厂的战略合作。

(2)后装业务:围绕国内外汽车后市场,以成熟的汽车改装业务为根基,发展Steelcraft、WINBO、Manta等自有品牌,拓展汽车改装产品、户外装备等业务板块,为全球汽车售后改装市场提供汽车改装、户外装备、汽车文旅、文创周边等多品类、多层次产品与服务。

(3)整车定制业务:依托公司在全球汽车改装领域的深厚积淀与前装业务成熟的配套体系,聚焦市场痛点及细分市场发展机遇,公司战略布局整车定制改装业务,统筹开拓整车定制出口、国内高端定制及主机厂授权改装等多元场景业务。

3、重构品牌矩阵:差异化定位构建用户心智壁垒

公司重构品牌矩阵,以三大品牌差异化覆盖不同用户群体,形成互补的品牌生态:

·Steelcraft:以"终极地形,终极保障"为理念,塑造"生活英雄"品牌形象,专注专业级改装与防护装备,满足极限场景下的功能需求;

·WINBO:主张"无畏探索,无尽守护",以"我敢"为精神标签,提供全场景改装及户外装备,成为汽车户外生活的"守护者";

·Manta:定位"优雅无界,共赴热爱",以"积极自由"为内核,聚焦高端汽车改装与户外生活方式,服务追求个性与体验的用户。

4、全面焕新企业文化与品牌价值理念:定义并守护汽车户外生活

企业使命:倡导负责任汽车户外出行文化,将人类探索的足迹,转化为保护自然的力量。

企业愿景:激发并赋能全球的汽车户外爱好者,成为这片土地坚定的守护者。

品牌价值观:以"坚如磐石、主动守护、坦诚相待、社群公益"为核心,在商业价值与社会价值中寻求平衡,推动行业与生态的可持续发展。

(二)报告期经营情况概述

2025年,全球汽车行业在深度调整中延续变革,行业高增长背后,结构性压力依然突出:国内市场库存压力与价格竞争持续加剧,产业链盈利空间收窄;海外市场方面,地缘冲突与关税壁垒带来不确定性,部分区域市场需求波动明显。

面对外部环境变化与挑战,公司通过聚焦核心品类优势、深化降本增效、优化资源配置、加速新品开发、拓展新兴市场等举措,保持业绩基本盘稳定。全年实现营业收入20.34亿元,同比下降7.09%,其中国内市场营业收入12.14亿元,同比下降8.22%,海外市场营业收入8.21亿元,同比下降5.37%;归属于上市公司股东的净利润1.42亿元,较上年同期下降5.31%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润1.54亿元,较上年同期下降0.71%,基本每股收益为0.34元/股,较上年同期下降5.56%。

报告期内,公司围绕"π型战略"布局,以"成熟支柱业务+创新品牌业务"双轮驱动,聚焦前装业务与后装业务,战略布局整车定制改装业务,构建差异化竞争壁垒。各业务板块经营情况如下:

1、前装业务

公司前装业务以维杰汽车子公司体系为核心,面向全球主机厂提供个性化外饰结构件产品(车顶行李架、备胎罩、防滚架、固定踏板等)与品牌生态配件(如电动踏板等),深化与整车厂的战略合作。

2025年,公司前装业务实现总营业收入约9.39亿元人民币,同比增长约1.64%,其中外饰结构件品类主机业务(维杰汽车)实现营业收入约8.25亿元人民币,同比增长9.45%。

(1)核心品类深耕见效,增长动能持续释放

报告期内,公司前装业务秉持"聚焦主业、做强核心"策略,通过优化产品结构、深耕细分市场,实现核心品类规模与盈利水平双提升。依托研发设计与智能制造优势,公司精准把握市场需求并推进新品策略,多款战略新品获国内头部主机厂商认可并达成合作,相关产品利润贡献持续提升。

(2)核心客户发展稳定,新客户拓展有序

在客户开发与维护方面,公司聚焦市场主流头部车企,积极构建深度合作模式,以精准对接个性化需求、高效响应订单交付节奏为抓手,推动重点客户业务稳步发展。前装业务核心客户收入占比保持较高水平,全年新增量产项目覆盖多款热门车型。

(3)产品性能持续升级,降本增效持续深化

以小书包、备胎罩等传统结构件为切入点,持续推进智能化集成升级,通过融入电子锁、控制模块等能力,推动产品从单一装饰件向"功能+交互"方向延伸。电动踏板业务聚焦平台化开发,通过通用化支架、模块化电机等设计,有效缩短新品开发周期,开发蓝牙控制、洗车模式等功能,进一步提升产品与用户场景的贴合度,同时持续深化推进降本增效工作。

(4)智能业务边际改善,协同支撑整体发展

智能业务板块聚焦电动踏板等核心品类,在主机、后装、越野、国际四大领域同步发力,建立快速市场响应能力,开发周期有效缩短。报告期内,该板块经营质量持续改善,与结构件业务形成协同效应,为公司前装业务品类多元化提供有力支撑。

2、后装业务

公司后装业务围绕国内外汽车后市场,以成熟的汽车改装业务为根基,发展Steelcraft、WINBO、Manta等自有品牌,拓展汽车改装产品、户外装备、汽车文旅、文创周边等多品类、多层次产品与服务。

2025年,公司后装业务实现营业收入约10.54亿元人民币,同比下降约14.36%,其中,海外实现相关营业收入约8.21亿元人民币,同比下降5.37%;国内实现相关营业收入约2.34亿元人民币,同比下降35.79%,主要系国内4S行业景气度下行、业务下滑,公司主动开展业务战略调整,收缩4S渠道业务,并逐步向C端业务拓展延伸。

(1)海外市场保持韧性,战略市场、战略品类稳步推进

海外市场方面,美国关税政策的不确定性带来一定的成本压力,但得益于公司与核心客户的长期、稳定合作关系,以及市场策略的及时调整等措施,报告期内,公司海外业务保持较强韧性,德州市场延续增长态势。

战略品类方面,海外电动踏板、电动卷帘等电子电动品类销售收入连续三年稳步增长,单品类海外市场年收入规模已突破3000万元,并保持较高毛利水平,实现海外电子电动品类的战略突破。

(2)国内业务多维深耕,推动品牌生态与行业标准同步升级

国内业务聚焦"品牌生态深化 + 行业标准引领"双核心,通过文化体系重构、营销体系完善、行业生态共建三大维度夯实发展根基,同时同步推进渠道网络拓展与生态产品布局,以多维协同的发展策略,全面构建"汽车户外生活"核心竞争力,推动品牌价值与行业发展水平双向提升。

①文化体系建设:重构价值内核,发起"守护者"文化体系建设

公司完成核心理念跃迁,逐步摒弃传统越野改装文化中"征服自然"的传播方式,积极倡导"与自然共存"的低冲击出行方式。围绕"守护者"主题,联合生态保护协会、户外摄影师、专业领袖等,产出以生态保护、可持续发展为背景的主题内容,强化品牌与"负责任户外"的深度绑定,在用户群体、合作伙伴中逐步建立"产品专业+理念同频"的双重认知。

②品牌营销体系构建:持续完善营销体系,全域运营驱动品牌价值提升

报告期内,公司围绕"汽车户外生活"核心定位,系统性构建全链路品牌营销体系,以矩阵化传播、分品牌运营、全域链路贯通为抓手,持续深化品牌认知、强化用户连接。

公司将持续搭建"100 位达人矩阵 + 100 家媒体矩阵"的双百传播体系,联动汽车户外领域高影响力KOL与专业媒体,实现品牌声量全域触达与破圈增长。针对三大品牌差异化定位,开展精准化圈层运营:Steelcraft 聚焦专业圈层,以产品共研、内容共创、价值共塑深化专业玩家认知;WINBO锚定大众户外出行场景,联动垂类头部达人扩散品牌理念;Manta 深耕高端体验圈层,联合高阶车友社群打造沉浸式场景,构建高端品牌心智。同时,公司贯通"线上引流 – 门店体验 – 私域留存"全链路营销闭环,通过线上内容种草、线下场景转化、私域社群运营,实现用户全生命周期管理,持续沉淀品牌口碑,驱动业务高质量增长。

③行业生态共建:通过跨界合作推动行业标准建设

公司携手京东汽车等核心品牌,共同发起成立"京东汽车改装品牌联盟",致力于推动行业标准建设与生态共建。倡导"品质可靠、服务规范"的发展理念,将正品保障、专业施工、售后联保从企业实践延伸为行业共识,推动中国改装产业从"价格内卷"的低维竞争,向"品质与服务共建"的高维发展转型。此外,公司与中检汽车测评技术(深圳)有限公司围绕"技术标准–产品认证–产品共创–产品营销"全产业链生态,开展深度合作,致力于推动汽车改装行业迈向规范化、高质量发展新征程,构建汽车改装产业新生态。

④渠道网络建设:线上线下全域布局,构建品牌直达用户新链路

线下渠道方面,通过门店集成改装方案展示、户外装备零售、社群活动等功能,成为品牌直面用户的新触点;同时在核心城市启动旗舰店建设,同步搭建授权店、经销商等招商体系,未来旗舰店将承担品牌体验、圈层活动、联名车展示等复合功能。线上渠道方面,公司在京东等主流电商平台开设品牌官方旗舰店,持续拓展线上销售与用户触达能力。

⑤生态产品拓展:布局户外装备与文创品类,完善汽车户外生活生态链条

围绕"汽车户外生活平台"定位,公司启动户外装备产品线搭建,涵盖露营用具、侧边帐、户外电源、联名服饰等品类;同步开发以"守护者"为主题的文创周边,通过社群活动、线上商城等渠道触达用户,初步形成"改装–装备–文旅–文创"的生态链条。

3、整车定制业务

公司依托在汽车前后装领域长期积累的产品设计、工艺制造与品质管控能力,凭借集设计、开发、生产制造于一体的全链条一体化优势,以及在越野车型等官方定制改装领域的成熟实践,已深度参与主机厂官方定制赛道,成为链接主机厂与终端消费者的重要桥梁。

公司在过往众多官方定制项目成功交付的基础上,立足全球汽车改装深厚积淀与前装业务成熟配套体系,精准把握国内外整车定制改装需求与行业发展机遇,聚焦市场痛点与细分赛道机会,将整车定制改装业务确立为战略发展方向,统筹布局整车定制出口、国内高端定制及主机厂授权改装等多元场景,全面推进整车定制业务规模化、体系化发展。

---

证券代码:300942 证券简称:易瑞生物 公告编号:2026-011

# 深圳市易瑞生物技术股份有限公司

## 2025 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。

华兴会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告的审计意见为:标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

□适用 √不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

□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

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为:以405,068,764股为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.2468元(含税),送红股0股(含税),以资本公积金向全体股东每10股转增0股。

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 | 易瑞生物 | 股票代码 | 300942 |
| 股票上市交易所 | 深圳证券交易所 | | |
| 联系人和联系方式 | 董事会秘书 | 证券事务代表 | |
| 姓名 | 李文天 | 邓雯璟 | |
| 办公地址 | 深圳市宝安区航城街道三围社区运昌路289号易瑞生物产业园2栋A101 | 深圳市宝安区航城街道三围社区运昌路289号易瑞生物产业园2栋A101 | |
| 传真 | 0755-27948417 | 0755-27948417 | |
| 电话 | 0755-23095742 | 0755-23095742 | |
| 电子信箱 | security@bioeasy.com | security@bioeasy.com | |

2、报告期主要业务或产品简介

(一)公司主要业务、主要产品及其用途

公司主营业务为食品安全快速检测业务,并大力拓展动物诊断业务,主要是向客户销售快速检测试剂、快速检测仪器和为客户提供相关检测服务。公司能为客户提供覆盖饲料、养殖、生产、加工、流通、零售等各个环节的检测解决方案,从源头到终端全链条保障食品安全,打造了全链条食品安全保障体系。

1、食品安全快速检测业务

食品安全快速检测业务主要产品为食品安全快速检测试剂、快速检测仪器及相关快检服务。快速检测试剂类产品主要包括胶体金免疫层析试纸、酶联免疫(ELISA)试剂盒、理化试剂、荧光PCR试剂盒和核酸提取试剂盒,主要应用于附加值较高且需要快速检测的乳品、肉类、水产、粮油、水果、蔬菜、茶叶、化妆品、保健品等食品领域以及对应的种养殖、生产、加工、流通环节,实现对兽药残留、农药残留、真菌毒素、微生物、非法添加剂、重金属等多种限量物以及致病微生物的高精度检测。

公司深耕食品安全快速检测行业多年,打造了全链条食品安全检测体系。如在种植、收储运、饲料喂养等环节有水质土壤、农药残留、兽药残留、真菌毒素等产品;在生奶奶站、屠宰场等环节有兽药残留、瘦肉精、动物组织药物残留等产品;在食品生产加工环节有兽药残留、农药残留、三聚氰胺、真菌毒素、添加剂、微生物、果蔬饮料中展青霉素、乳中塑化剂等产品;在运输、零售等流通环节有对畜禽、禽蛋、水产、果蔬等开展全方位药物残留检测的产品,同时能进行防伪溯源。在乳制品快速检测领域,公司的产品已逐步实现了对大部分进口产品的替代,产品已获得多个国家农业部及权威国际机构的认证,例如,乳中黄曲霉毒素M1荧光免疫层析定量卡通过美国AOAC认证,销售网络已覆盖欧洲、亚洲、非洲、美洲等70多个国家和地区,乳制品一步法卡扣等产品在欧洲、亚洲等市场占有率逐步提升,十六联检产品在俄语区取得了良好反馈,并已成功打开法国、德国、瑞士、葡萄牙、摩洛哥等空白市场,在土耳其、巴西等市场取得了广泛认可和良好反馈。在农药残留快速检测领域,公司在果蔬农药残留快速检测领域开发了全球最高通量农残多联免疫层析检测卡,一次前处理9分钟内可同时检测16种农药残留,相比于传统的理化方法、酶抑制法,公司的农残多联免疫层析检测卡具有检测种类多、高效、准确、灵敏、快速等优势,能替代传统的检测方法。

公司食品安全快速检测仪器是具有有害物质检测、数据读取、检测结果分析、数据共享等单项或多项功能的检测仪器。配合试剂类产品使用时,公司仪器可在检测后读取、收录检测结果并进行分析,结合公司研发的食品安全检测监督管理信息系统等系统软件,实现对各地快检数据的实时联网上传与数据共享,及时发布食品安全预警信息,协助客户建设食品安全数据信息中心。同时,公司拥有全自动化检测设备及数据平台,能为客户提供数智化解决方案,在提高检测效率、降低客户成本、推动综合化管理和产业数字化转型等多个方面都具有显著优势,可以通过与监管单位流程、企业品质管控过程以及农业种植产业链的有机融合,实现对种植源头、生产原料和食用农产品的检测、数据分析、溯源和数字化升级,提升公司对食品、农产品全生命周期不同场景的方案解决能力。

公司根据客户委托提供快速检测服务,部分客户自身未配置相应的专业检测人员或配置人员不足,公司可为客户安排人员提供检测服务,按照客户要求对农产品、食品等检测对象完成不少于一定批次的抽检。

2、动物诊断业务

动物诊断业务由公司全资子公司爱医生物负责经营,爱医生物拥有免疫学类诊断制品(B类)生产线、分子生物学类诊断制品(B类)生产线,并通过了兽医诊断制品GMP认证。目前动物诊断业务覆盖经济动物和伴侣动物,经济动物以养殖类动物检测为主,主要有牛羊早孕快速检测系列、牛乳房炎PCR、牛副结核等产品,可应用于产地检疫、屠宰检疫、交易市场检疫、海外进口检疫等多种场景,牛羊早孕快速检测系列可实现对奶牛、肉牛和羊的怀孕检测,操作简便,结果快速,能够显著提升牧场经济效益,牛乳房炎PCR产品是国内首个16联乳房炎病原菌检测产品,能够同时检测15种致病菌和1个抗性基因,精准快速筛查致病的病原菌。伴侣动物以宠物传染病检测为主,主要包括犬瘟热病毒、猫瘟病毒、猫杯状病毒、猫疱疹病毒、犬细小病毒等多种宠物常见疾病的30余种检测产品,以及一系列胶体金免疫层析检测试剂条、荧光免疫层析检测试剂条以及相关配套的检测仪器,可对宠物的血液、血清、血浆、粪便、呕吐物等不同样本类型进行快速、准确的检测,有助于及时发现和诊断宠物疾病,为宠物健康管理提供了有力的技术支持。

(二)公司经营情况

1、经营概述

报告期内,公司实现营业收入26,322.90万元,同比上升17.38%;实现归属于上市公司股东的净利润为1,374.33万元,同比下降19.71%。公司业绩变动的主要原因如下:

(1)报告期内,公司深耕主业,在国内外市场同步推进,实现了食品安全快速检测业务板块营业收入的增长。一方面,在国内市场,公司充分发挥技术研发、产品质量、市场渠道、客户服务等优势,通过布局新产品、拓展新市场和新客户,同时加快产品的升级迭代、深化与重点客户的合作,不断扩大国内的市场份额和业务收入,销售规模同比实现增长;另一方面,公司持续践行国际化战略,深化全球布局,提升品牌的国际影响力与知名度,报告期内公司与丹麦跨国生物技术公司科汉森(Chr. HansenA/S)签署了销售目标协议,实现了海外业务拓展的重大突破;(2)报告期内,公司对动物诊断业务板块的销售体系、产品结构、渠道布局等进行了优化与整合,推动业务更高质量、可持续地发展,实现了动物诊断业务板块营业收入的增长;(3)受市场拓展等战略性投入持续增加,可转债利息、对外投资等非经营性事项扰动,及其他相关因素的综合影响,报告期内公司实现的利润规模同比有所承压;与此同时,公司进一步推进精益化管理,持续加强成本管控,深化降本增效,提升整体运营效率,为业绩的可持续增长提供支撑。

2、重点经营成果

(1)食品安全快速检测业务

报告期内,公司食品安全快速检测业务实现收入23,743.32万元,较上年同期增长13.87%。食品安全检测领域,公司始终坚持以市场与客户需求为导向,通过打造客制化综合解决方案增强客户粘性,进一步完善营销网络建设,充分发挥渠道优势,渗透终端市场,持续拓展国内食安快速检测业务,并大力推进国际化战略。

①国内业务

公司国内业务实现收入15,335.41万元,较上年同期增长17.13%。公司在国内业务拓展过程中,注重构建多元化客户结构,一方面,持续深化与市场监管、农业农村等传统政府部门的合作;另一方面,践行企业化战略,提升企业客户占比,持续加强与大型乳企及源头牧场、食品生产加工企业、生鲜零售企业及其他类型企业的合作,提升优势产品市场份额,并大力开发龙头企业客户,开拓新客户、新市场。此外,公司将聚焦国家"两重""两新"粮食安全、智慧农业、校园食品安全等领域,拓宽业务边界。

A.企业客户

在冷链与零售领域,公司与盒马鲜生达成深度合作,业务已覆盖广州、成都、重庆、昆明等多座城市;同时深化了与胖东来、永辉超市等客户的合作,合作范围有望进一步拓展。此外,公司正积极探索与山姆、叮咚买菜、美团等标杆性集团客户的合作机遇,以进一步扩大市场覆盖。在食品加工与畜禽养殖领域,公司的微生物测试片已稳定供应康师傅等头部企业,且通过了蒙牛等客户的验证;兽药残留检测产品成功中标牧原股份项目。在茶饮领域,公司拓展了农夫山泉、茶百道等品牌客户,为其提供农药残留检测服务,同时正积极与瑞幸咖啡、蜜雪冰城等代表性客户接洽,探索建立合作关系,持续大力开发龙头企业客户,着力开拓新客户与新市场。

B.政府客户

公司成功中标了多项政府重点项目,包括黑龙江省市场监督管理局食品安全风险隐患体系排查服务项目、广东省食品检验所分中心建设仪器设备采购项目、深圳市宝安粮食有限公司西部粮库检验室仪器设备及实验台采购项目、哈尔滨理工大学重大教学科研仪器设备更新项目、中国人民警察大学食药环犯罪侦查技术本科实训设备采购项目等,公司主要为其建设快检室、配置流动快检车等,并向其提供食品检测、监测仪器设备、试剂耗材等,助力当地加大食品安全风险隐患排查力度。

②国际业务

公司国际业务实现收入10,987.49万元,较上年同期增长17.73%。公司持续深化国际化战略,依托产品质量、技术水平及资源积累,进一步强化了渠道建设,并重点开拓乳制品、真菌毒素、农药残留、微生物等领域在海外的空白市场,逐步完善全球销售网络布局,国际业务较上年实现快速增长。

报告期内,公司与丹麦科汉森签署了销售目标协议,协议约定了2025–2029年度(2025年度是指自本协议生效日期起12个月的期间,后续年份按相同方式计算)销售目标合计为7,305.77万欧元,折合约60,083.42万元人民币。公司在该协议有效期内授权科汉森在全球指定区域内独家销售、分销及推广公司产品,科汉森在指定区域内销售的产品包装上将同时印有公司"BioEasy"和科汉森"Chr Hansen"的标志、信息等。公司授权的产品主要是乳中抗生素残留筛查测试、黄曲霉毒素M1筛查及定量测试、三聚氰胺及乳清掺假测试。

公司与科汉森的合作协议将为公司带来多方面积极影响。一方面,科汉森拥有丰富的乳制品客户及市场渠道资源,且科汉森并入Novonesis后,也可依托于Novonesis在生物解决方案领域的专业优势、全球广泛且成熟的销售网络,公司可借此快速拓展市场,提升产品在全球乳制品市场的渗透率,加速品牌国际化进程;另一方面,在销售的产品包装上同时印有双方标志、信息等,对双方具有战略意义,未来双方合作范围不仅局限于乳制品板块,在其他领域同样前景广阔,结合科汉森、Novonesis在食品饮料、农业、生物医药、人类及动植物健康等领域的业务优势,公司可在各个领域为其提供兽药残留、真菌毒素、微生物、农药残留、动物疫病等检测产品,推动公司实现多元化业务发展。

公司积极参与行业展会、论坛、学术交流,全年已通过多种形式参加20余场国际展会,如World Dairy Expo(世界乳业博览会)、The 15th conference of The World Mycotoxin Forum(第十五届世界真菌毒素论坛会议)、IAFP 2025 Annual Meeting(国际食品保护协会(IAFP)年会)、VIV Asia 2025等全球头部展会,持续提升公司检测产品的市场知名度,深入挖掘欧洲、独联体、拉美、南亚等区域的市场机会。此外,公司通过拓展销售渠道、开发农药残留快检产品国际政府项目、针对不同国家地区的检测要求提供定制化解决方案等开拓海外市场。渠道建设方面,公司海外销售团队持续扩容,实现了欧洲、亚太、拉美、俄语区等区域客户渠道数量增长,乳制品检测产品在海外的市场份额持续提升。产品认证方面,公司正加快推进真菌毒素、微生物、动物诊断等多款产品AOAC、ILVO的海外认证工作,为海外市场进一步拓展奠定坚实的基础。

(2)动物诊断业务

报告期内,公司动物诊断业务实现收入1,445.67万元,较上年同期增长5.18%。公司对动物诊断业务板块的销售体系、产品结构、渠道布局等进行了优化与整合,推动业务更高质量、可持续地发展,实现了动物诊断业务板块营业收入的增长。动物诊断业务前期以经济动物为主,与公司食品安全快检技术渠道协同效应较强,后期看好宠物诊断市场。

①经济动物

公司专注于牛羊相关业务领域的深耕,凭借技术积累与市场经验构建了差异化竞争优势。考虑到国内猪禽养殖领域市场竞争日趋激烈,行业集中度提升带来的同质化竞争压力显著,而牛羊检测的海外市场空间广阔,海外市场已成为公司重点发展方向。目前,公司正积极推动与海外合规渠道建立产品的本地化注册,并取得部分成效,与此同时,积极参与研讨会及行业展会等方式推动销售,并全力推进产品的海外认证工作,以期进一步优化业务结构、拓展市场覆盖范围。

②伴侣动物

公司已有多种传染病检测产品通过合作伙伴进入全球宠物医院渠道,满足了宠物医院对于传染病快速精准诊断的需求。公司还不断探索新的业务模式,凭借突出的研发实力和优质的产品品质,与知名动保企业达成深度合作,为其提供产品研发及OEM一体化服务,这种合作模式不仅充分发挥公司在检测试剂研发、生产工艺方面的核心专长,亦为公司开辟了新的业务增长点,拓展了收入来源渠道。借助合作方广泛的销售网络,公司有望实现伴侣动物业务规模的增长。同时,在宠物传染病诊断检测的基础上,公司积极向宠物老年疾病预防与诊断、宠物消费等高潜力领域延伸,以进一步拓宽产业边界,打造多元化的业务生态体系,通过对瀚星科技的投资与战略合作,公司进一步丰富在宠物医疗生态的战略布局,提升在宠物产业的综合竞争力。

(3)定智化解决方案

为把握数智化带来的发展机遇,满足客户对智能化、自动化的需求,公司开发了针对食品安全的数智化解决方案,包括自动化检测工作站及数字化平台系统。自动化检测工作站可针对不同样本和检验方法特性需求,直接完成"样品进—结果出"的整个流程,减少了人工操作的影响,降低了人力投入成本,提升了检测结果的准确性及稳定性。数字化平台系统可实现对检测全流程中样品前处理、检测过程、检测结果等各类要素的实时监测,大大提高了检测过程的管理效率、检测结果的可信度和溯源性。自动化检测工作站可以与数字化平台或者其他信息系统进行连接,实现数据的共享和远程监控,为客户提供有力的技术支持。公司开发出的全自动化检测工作站,目前已有多家客户如蒙牛、雀巢、燕塘等部分工厂已经正式使用,也有多家企业在对接合作中。

为一站式满足客户的全品类检测需求,切实助力客户降低检测成本、提升检测效率,公司依托化学发光技术,逐步构建化学发光技术平台。该平台通过单台设备整合多场景检测需求,可全面覆盖兽药残留、农药残留、真菌毒素、动物诊断等全品类检测项目,借助化学发光技术实现了定量化检测的突破。

3、研发成果

公司始终坚持以创新驱动发展,保持高强度研发投入,持续推进产品研发与技术迭代。公司每年在农药残留、兽药残留、真菌毒素、非法添加物等关键检测方向开发约50余种新品,确保公司在食品安全快速检测领域始终保持技术领先。报告期内,公司(含子公司)新增国内发明专利授权11项,包括"分体式免疫层析检测装置和免疫层析检测方法"、"一种硝基咪唑类药物半抗原和全抗原及其制备方法与应用"、"一种检测水牛乳中掺假牛属乳的分子标记组合及其应用"等。

(三)经营模式

1、研发模式

公司构建了"自主研发,技术合作"的产品研发模式,形成了市场或客户需求驱动、前沿技术储备、政府课题承担和产学研合作相结合的研发推动机制。公司研发主要分为原材料研发、产品研发两个方向,各方向研发项目在研发流程中互有结合、相辅相成。研发流程大致分为研发需求分析、立项提案、关键原材料制备、产品性能测试、批量生产等几个阶段。公司研发人员通过实地调研,分析客户需求反馈及技术发展趋势等方式,确定研发方向和重大研发项目。研发项目经审批立项后,由专业研发人员担任项目负责人,组建研发团队并利用优质设备和实验室共同完成研发工作。在产品研发初步完成后,由研发部组织小试和中试,将小批量试生产的样品交由客户试用、评价,经调试验证合格后进行大批量生产。

2、销售模式

公司产品销售采用直销与经销相结合的模式,下游客户分为食品生产加工企业、政府客户和贸易商及其他类型企业,且均采用"买断式销售"。销售部统筹公司的日常销售工作,各细分部门根据自身客户特点,制定销售计划、优化销售模式、跟踪客户需求,形成了成熟高效的营销管理体系。公司在销售模式上不断创新,吸收和采纳先进的营销理念和方式,特别注重产品质量和售后服务,销售网络覆盖全球70多个国家和地区,包括意大利、韩国、印度等国家及拉美、欧洲、非洲等地区。

3、采购模式

公司生产所用原材料,生产研发所需的设备、耗材、化学试剂和零星物料等采购均由采购部门负责。公司实施供应商评估与管理制度,事前通过供方评价确定合作方,事中通过询价、招标进行采购,努力构建优质、高效、低成本的供应链。公司建立了完善的《合格供应商名录》,在其中选择供应商进行采购,以保证原材料质量的稳定性,确保产品品质。采购部对纳入《合格供应商名录》的供应商实行年度评审制和动态管理制,每年末组织生产、研发、质量部专业人员对供应商提供的产品质量、交货期、价格、售后服务等方面进行评估并调整《合格供应商名录》。物料需求部门负责人根据产品生产研发计划及原材料安全库存提出采购申请,该申请由采购部门初审并根据申请拟定采购计划。采购部按照采购物料的技术标准及供应商报价选择《合格供应商名录》中的最优供方,或者通过询价选择合适供应商,生成采购订单并由相关负责人审批,而后根据商定的价格、付款条件、货期、物料技术要求、质量保证条件等签订采购合同。公司质量部根据《过程和产品的监视和测量程序》等质量管理制度,检验来料物资并填写验证记录,合格品办理入库。如发生供货质量问题,采购人员及时向供方反馈质量信息并协商解决。

4、生产模式与质量体系

公司实行"以销定产,适量备货"的生产安排。常用快速检测产品具有通用性,但由于检测试剂种类多样,在检测项目、应用领域、灵敏度等方面存在一定差异,部分产品仍需要根据客户需求定制。公司对销售量、销售种类稳定的大客户,以及日常订单较多的产品实行备货生产,通过对产品销售稳定性、销售预期及成品库存情况的综合分析设定安全库存量,以便提前生产入库。生产部门及时根据产品的实际生产与销售情况,阶段性地修正安全库存的警戒值,通过盘点等方式确保真实库存量与安全库存量的匹配。此外,公司对于企业定制产品、政府招标产品、以及日常销售量较少的产品实行按单生产,按照销售合同的要求供货,满足客户的个性化需求。公司已建立完善的质量管理体系,拟定了《管理手册》、程序性文件、管理制度、工艺规程和检验规程等多项质量控制相关文件,制定了100余项企业标准。公司各管理体系认证齐全,目前拥有GB/T19001/ISO 9001质量管理体系认证证书、GB/T24001/ISO 14001环境管理体系认证证书、GB/T45001/ISO 45001职业健康安全管理体系认证证书、GB/T29490知识产权合规管理体系认证证书和GB/T27922五星级商品售后服务评价体系认证证书等。

(四)主要业绩驱动因素

1、国际化战略深化,多元领域协同拓展

海外检测市场相对成熟,市场空间更大。公司将国际市场作为重要的增量市场,聚焦乳制品、真菌毒素、微生物、农药残留、动物诊断等领域的空白市场展开战略布局:

(1)乳制品检测领域:依托部分产品通过美国AOAC认证的优势,公司持续巩固现有市场份额,并选择重点区域进行渠道建设和团队搭建,通过高频次参与国际行业展会及学术交流活动,提升品牌国际认知度,推动海外市场份额稳步提升。

(2)多元领域协同拓展:在真菌毒素、微生物、农药残留、动物诊断等领域,公司采取"认证先行+本地化合作"的策略,加速推进产品海外认证,与当地渠道商建立深度合作,针对不同国家法规要求提供定制化解决方案,快速突破市场壁垒,构建全球化营销网络。

①真菌毒素广泛存在于食品和饲料中,尤其是谷物、油料作物和乳制品中,长期摄入可能导致人体肝脏损伤、肾脏疾病甚至癌症,根据QYResearch《2024–2030全球与中国真菌检测试剂盒市场现状及未来发展趋势》,预计2030年全球真菌检测试剂盒的市场规模将达到9.49亿美元,2024–2030年年复合增长率(CAGR)为7.9%,市场潜力巨大。公司将加快推进真菌毒素多款产品的海外认证工作,并依托营销团队长期的市场渠道建设提升产品国际市场份额。

②微生物检测是食品安全等众多领域的关键环节,市场前景广阔。各国政府针对食品安全、制药等领域出台严格监管政策,明确微生物检测要求,推动食品、制药等企业对检测服务与产品的需求激增。根据QY Research《2025年全球微生物检测行业总体规模、主要企业国内外市场占有率及排名》,2024年全球微生物检测市场销售额达569亿元,预计2031年将增至946亿元,2025–2031年复合增长率为7.6%。

公司在微生物领域推出了针对食品中菌落总数、大肠菌群、金黄色葡萄球菌、霉菌、酵母菌等多款测试片产品,用于评估样品中微生物的存在和活性水平,进一步补充现有产品体系的同时,也可充分发挥与现有乳制品业务的协同效应,且可延伸至环境检测、生物医药等多重领域,市场空间广阔。传统的微生物检测方法需要将待检测样品接种在含有适当营养物质的培养基上,利用微生物在培养基上生长的特性来进行检测,检测总时长约3–5天。公司的微生物测试片采用的是即用型培养检测体系,将样品直接加入测试片指定区域内,微生物利用营养组分生长繁殖,生长时产生的代谢产物与显色剂发生化学反应,从而使形成的微生物菌落着色。相对传统方法,公司的微生物测试片简化了前处理流程,省去了制备培养基的时间,缩短了培养时间,主要产品检测总时长约18–24小时,同时节省了培养箱空间,操作简便,结果直观,适用范围广,涵盖了大肠菌群、霉菌酵母等多种微生物的检测,可实现传统方法替代。

③农药残留检测是确保食品安全的关键步骤,在国际农产品贸易中,各国都制定了严格的进出口农药残留限量标准,无论对进口国还是出口国,都需要在农药残留检测上持续投入以满足农产品在国际市场上流通的要求,随着全球农产品贸易规模持续提升,农残检测需求也随之不断扩大。但目前全球市场仍以传统酶抑制法作为农药残留快速检测的主要手段,酶抑制法存在检测种类少、检测的准确性和靶向性难以达到要求等痛点。相比于传统酶抑制法,公司的胶体金农残快检卡具有检测种类多、高效、准确、灵敏、快速等优势,尤其在果蔬农药残留快速检测领域公司开发了全球最高通量农残多联免疫层析检测卡,一次前处理9分钟内可同时检测16种农药残留,能有效替代传统酶抑制法。公司将通过参加行业展会推广产品、拓展销售渠道、开发针对各国监管要求的国际政府合作项目、并针对不同国家地区的检测要求提供定制化解决方案等方式,逐步打开农药残留的空白市场,为公司带来业绩增量。

④动物疫病是引发动物源性食品安全事故的重要原因,加强动物疫病检测和动物健康管理是保障食品安全、减少人畜共患病传播、维持养殖业和畜牧业健康发展的源头性举措。随着全球食品需求的上升,畜牧业的规模也在持续扩大,家禽、牛、羊、猪等经济动物数量的增加直接导致了全球对动物诊断的需求增加。公司看好印度、印尼、巴西、土耳其等国家市场,这些国家畜牧业发达、牛羊数量庞大,动物诊断市场显现出巨大的潜力。公司将进一步加强重点国家渠道建设,持续扩大经济动物诊断市场份额。同时,经济动物诊断的部分客户与公司食品安全客户重叠,比如公司乳制品食品安全检测试剂的客户主要为乳制品企业和终端牧场,而这些客户亦需要牛羊早孕、牛乳房炎、牛副结核等检测产品,公司动物诊断业务销售可充分借用公司现有销售网络,最大化发挥协同效应。随着全球宠物数量的持续增加、人们对宠物健康意识的不断提高以及宠物诊断在宠物医疗中地位的逐步上升,全球宠物诊断市场拥有可持续的发展驱动力。公司看好宠物市场,立足于宠物传染病诊断检测,并以此为基础向宠物老年疾病预防与诊断、宠物消费等方向延伸,伴侣动物诊断业务有望成为公司后续业绩增长的新引擎。

2、国内政策法规频出,助推食品安全检测行业扩容

国家政策持续强化食品安全"四个最严"要求,政策法规密集出台,监管体系日趋严密,出台的法规标准逐步明确食品生产、加工、流通等环节的检测要求,从源头到消费终端的全链条、全环节检测要求不断明确与细化。例如,通过提高食品安全违规成本、完善企业自检制度等举措,在一定程度上将促使食品企业加强对原材料、半成品及成品的检测,增加检测产品及服务的采购,从而推动食品安全检测行业需求上升。2025年9月,新修订的《中华人民共和国食品安全法》正式施行,增设了对重点液态食品道路散装运输的许可与管理规定,强化了流通环节的监管。同年,市场监管总局相继发布《食品添加剂生产许可审查细则(2025版)》《蛋制品生产许可审查细则(2025版)》《食品委托生产监督管理办法》等一系列规范性文件,对特定品类及生产模式提出了更精细化的许可与过程控制要求。同时,监管部门为确保政策落实,自身也需采购大量检测产品与服务,用于日常市场抽检、专项整治行动等,带动行业需求增长。

3、消费者食品安全意识提升,拉动企业自检需求扩张

随着生活水平不断提高,消费者对食品安全的关注达到新高度,更倾向于购买经过严格检测、质量有保障的食品,这种消费倾向促使食品生产、加工企业、流通等各环节企业全面提升对食品安全检测的重视。为了满足市场对食品安全的要求,企业需要频繁地对原材料、半成品、成品进行检测,以确保产品符合相关标准和品质要求,这直接带动了对食品安全检测产品及服务的市场需求。同时,食品行业近年来规模持续扩张,企业数量增多、生产规模扩大,且新产品、新加工工艺不断涌现,如功能性食品、有机食品、即食食品等,带来海量新的检测需求。食品企业为增强产品竞争力、赢得消费者信任,会更加积极主动地加强食品安全检测工作,以大型连锁超市为例,为吸引顾客,它们会对生鲜食品、预包装食品等加大快速检测投入,委托专业快速检测企业进行全面检测,树立良好的品牌形象。这些因素促使食品生产加工企业、大型商超等积极寻求食品检测产品及服务,企业客户的检测需求将持续增加。公司将践行企业化战略,持续加强与大型乳企、源头牧场、食品生产加工企业及其他类型企业的合作,提升优势产品市场份额的同时,大力开发新的龙头企业客户,进一步提升企业客户的占比,深化客户结构的企业化转型。

4、行业技术革新:自动数智化与技术平台化双轮驱动,智慧实验室协同赋能

公司打造了食品安全全自动数智化检测平台,并前瞻性布局了化学发光技术平台,重构行业检测模式:

(1)食品安全全自动数智化检测平台:公司的食品安全全自动数智化检测平台在保证检测质量、提高检测效率、降低客户成本、推动综合化管理和产业数字化转型等多个方面都具有显著优势,通过与监管单位流程、企业品质管控过程以及农业种植产业链的有机融合,可实现对种植源头、生产原料和食用农产品的检测、数据分析、溯源和数字化升级,提升公司对食品、农产品全生命周期不同场景的方案解决能力并助力客户实现品质管控、溯源的数字化转型和降本增效。同时,全自动化检测工作站的销售将有利于带动公司检测试剂的销售,增加公司产品的客户黏性,提高竞争门槛,提升公司综合竞争力。

(2)化学发光技术平台:在食品安全领域,客户往往面临多重检测需求,覆盖兽药残留、农药残留、食品添加剂、微生物等各类安全指标。传统检测产品只能针对某一种或少数几种指标进行检测,客户若想满足自身全部检测需求,则需区分检测标的、应用领域等进行多批次的采购,操作繁琐且成本偏高。公司基于化学发光技术构建自动化食品安全检测平台,通过单台设备整合多场景检测需求,覆盖兽药残留、农药残留、真菌毒素、动物诊断等全品类检测项目,一站式满足客户的所有检测需求,助力客户降低检测成本、提高检测效率。同时,在技术突破方面,传统快检多以定性分析为主,而该平台可在整合多场景检测且保证检测速度的同时,通过化学发光技术实现定量化突破。在检测流程方面,该平台可实现"样品进—结果出"的全流程自动化,大幅降低单次检测人力成本,为客户实现降本增效。

(3)智慧实验室:公司整合物联网、数据应用及智能控制等技术,创新性搭建起"自动制样+AGV协作机器人+全自动工作站"构成的局部无人化智慧实验室,为食品安全检测领域构建起以提升快速检测效率、准确性与智能化水平为核心,集成智能工作站、大数据应用及流程优化于一体的全自动检测场景。其核心逻辑在于通过技术深度赋能,实现从样品接收、样品检测、数据分析到任务管理等全流程智能化升级,精准适配快检领域"快速响应、精准高效"的核心需求。凭借领先的技术实力与成熟的方案落地能力,公司已成功中标雀巢大中华区青岛工厂的智慧实验室自动化升级项目,彰显了在行业智能化转型中的技术突破能力与领先地位。

(五)行业地位

公司致力于食品安全、动物诊断等领域,经过多年的自主研发与市场开拓,已成为集研发、生产、销售、服务、数字化建设为一体的国家高新技术企业。公司专注于快速检测领域,以抗原抗体自研自制、高效前处理技术为核心进行基础储备,是行业内少有的构建了"核心原材料+试剂+仪器设备+检测方案"闭环体系的国家专精特新"小巨人"企业。

公司作为科技创新驱动型企业,已搭建院士工作站、博士工作站、教育部工程研究中心及广东省工程技术研究中心等多个科研载体,承接多项国家、省、市、区等重点研发项目,是"十三五"、"十四五"国家重点研发计划食品安全专项快检数字化平台承担单位。公司参与制定国家、行业、地方及团体标准70余项,并已获得国家高新技术企业认证、海关AEO高级认证,取得标准物质RMP、PTP相关资质,体现了公司专业实力和行业地位。在权威专业认可方面,公司获得农业农村部农产品质量安全中心颁发的"全国农产品质量安全快速检测技术培训基地"证书,这一荣誉在快检行业为首次授予,同时被中国检验检测学会评为"高质量发展服务示范机构"及"实物标准共研试点单位",标志着公司在快速检测技术领域的成就与实力获得了权威认可。此外,公司获授"深圳市制造业单项冠军企业"、"湾区知名品牌"、"深圳知名品牌"称号,曾获评"2021深圳高质量发展领军企业–创新领军"称号,并入选国家工业和信息化部第三批专精特新"小巨人"企业名单,这些从地方到国家的系列荣誉,标志着公司在前沿技术先进性、业务扩张规模性以及发展质量示范性等多方面获得相关权威部门的认可与肯定。

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

元

| | 2025年末 | 2024年末 | 本年末比上年末增减 | 2023年末 |
|---|---|---|---|---|
| 总资产 | 1,524,547,864.59 | 1,457,165,935.92 | 4.62% | 1,356,339,278.93 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 904,080,226.30 | 869,005,338.22 | 4.04% | 848,993,883.06 |
| | 2025年 | 2024年 | 本年比上年增减 | 2023年 |
| 营业收入 | 263,229,020.80 | 224,249,109.55 | 17.38% | 254,106,487.66 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 13,743,333.96 | 17,116,524.08 | -19.71% | -184,907,769.73 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | -9,653,189.87 | -1,778,814.32 | -442.68% | -193,906,931.05 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 66,871,813.84 | 34,258,202.60 | 95.20% | -37,249,852.89 |
| 基本每股收益(元/股) | 0.03 | 0.04 | -25.00% | -0.46 |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.03 | 0.04 | -25.00% | -0.46 |
| 加权平均净资产收益率 | 1.56% | 1.99% | -0.43% | -21.22% |

(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 | 49,342,908.97 | 59,944,516.25 | 76,346,216.83 | 77,595,378.75 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | -3,346,003.68 | 5,685,505.45 | 15,683,546.58 | -4,279,714.39 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | -5,106,949.55 | 3,049,481.06 | 5,785,957.24 | -13,381,678.62 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -1,415,234.47 | 1,394,882.01 | 7,849,328.82 | 59,042,837.48 |

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 | 17,236 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 17,527 | 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 | 持有特别表决权股份的股东总数(如有) | 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 |
| 易瑞(海南)创业投资有限公司 | 境内非国有法人 | 31.20% | 126,399,971.00 | 0.00 | 质押 | 45,000,000.00 |
| 朱海 | 境内自然人 | 14.85% | 60,171,195.00 | 0.00 | 质押 | 8,900,000.00 |
| 深圳易凯瑞管理咨询合伙企业(有限合伙) | 境内非国有法人 | 5.51% | 22,327,203.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 深圳易达瑞管理咨询合伙企业(有限合伙) | 境内非国有法人 | 4.63% | 18,758,003.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 王天一 | 境内自然人 | 3.35% | 13,552,118.00 | 0.00 | 冻结 | 928,621.00 |
| 付辉 | 境内自然人 | 1.98% | 8,020,733.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 卢和华 | 境内自然人 | 1.93% | 7,797,923.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 银华基金–光大银行–银华基金–光大银行–滴水3号集合资产管理计划 | 其他 | 1.29% | 5,230,000.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 林季敏 | 境内自然人 | 1.19% | 4,802,959.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC. | 境外法人 | 0.54% | 2,185,513.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | 1、易瑞(海南)创业投资有限公司为公司控股股东,朱海为公司实际控制人,深圳易达瑞管理咨询合伙企业(有限合伙)、深圳易凯瑞管理咨询合伙企业(有限合伙)为其一致行动人。<br>2、林季敏担任易瑞(海南)创业投资有限公司总经理。<br>3、此外,未知上述股东之间是否存在其他关联关系,也未知是否属于一致行动人。 | | | | | |

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 √不适用

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

□适用 √不适用

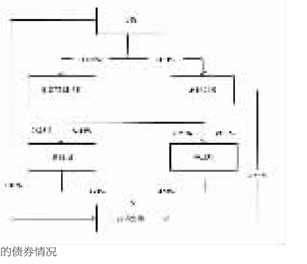
公司是否具有表决权差异安排

□适用 √不适用

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

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

(1)债券基本信息

| 债券名称 | 债券简称 | 债券代码 | 发行日 | 到期日 | 债券余额(万元) | 利率 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 深圳市易瑞生物技术股份有限公司创业板向不特定对象发行可转换公司债券 | 易瑞转债 | 123220 | 2023年08月18日 | 2029年08月17日 | 29,082.78 | 第一年为0.20%,第二年为0.40%,第三年为0.60%,第四年为1.50%,第五年为1.80%,第六年为2.00%。 |
| 报告期内公司债券的付息兑付情况 | 报告期内公司按期兑付利息。 | | | | | |

(2)公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

中证鹏元资信评估股份有限公司于2025年6月30日出具了《深圳市易瑞生物技术股份有限公司相关债券2025年跟踪评级报告》,公司主体信用等级为A+,评级展望为"稳定",易瑞转债信用等级为A+。本次跟踪评级结果与上一次评级结果相比未发生变化。上述跟踪信用评级报告详见巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)。

(3)截至报告期末公司近2年的主要会计数据和财务指标

单位:万元

| 项目 | 2025年 | 2024年 | 本年比上年增减 |
|---|---|---|---|
| 资产负债率 | 40.46% | 40.28% | 0.18% |
| 扣除非经常性损益后净利润 | -965.32 | -177.88 | -442.68% |
| EBITDA全部债务比 | 9.68% | 8.70% | 0.98% |
| 利息保障倍数 | 1.44 | 1.44 | 0.00% |

三、重要事项

无

深圳市易瑞生物技术股份有限公司
2026年4月24日

---

证券代码:300712 证券简称:永福股份 公告编号:2026-014

# 福建永福电力设计股份有限公司

## 2025 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。

立信会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告的审计意见为:标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

□适用 √不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

□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

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为:以公司总股本187,546,035股扣除回购专用证券账户持有的3,488,649股后的184,057,386股为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.5元(含税),送红股0股(含税),以资本公积金向全体股东每10股转增0股。

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 | 永福股份 | 股票代码 | 300712 |
| 股票上市交易所 | 深圳证券交易所 | | |
| 联系人和联系方式 | 董事会秘书 | 证券事务代表 | |
| 姓名 | 吴轶群 | 王筱锦 | |
| 办公地址 | 福建省福州市闽侯县上街镇海西科技园高新大道3号 | 福建省福州市闽侯县上街镇海西科技园高新大道3号 | |
| 传真 | 0591-38269599 | 0591-38269599 | |
| 电话 | 0591-38269599 | 0591-38269599 | |
| 电子信箱 | yfdb@fjyongfu.com | yfdb@fjyongfu.com | |

2、报告期主要业务或产品简介

永福股份致力于成为国际知名的零碳电力科技公司,以"让电力更清洁更智慧"为使命,聚焦新能源、清洁能源、储能、智能电网、数智能源等领域,以卓越的电力能源解决方案、产品和服务,为客户创造更高价值,共创绿色美好未来。

公司围绕"一体两翼"业务战略布局,构建起覆盖电力能源全链条的系统服务能力,涵盖规划咨询、新能源解决方案、清洁能源解决方案、储能解决方案、电网解决方案、零碳电力系统解决方案等电力能源解决方案业务,以及分布式光储系统产品和数智能源产品两大特色产品业务,全方位满足客户包括零碳电力在内的各类需求。目前,公司市场已遍布全国及海外20余个国家和地区。

(1)电力能源解决方案

①规划咨询

为政府、园区、大型企业提供包括研究咨询、零碳电力系统规划与项目咨询服务全流程的专业服务,覆盖政策解读、可行性研究、项目申报、规划方案、审批手续至开工建设全环节。

②新能源解决方案

风电:拥有行业领先的固定式、漂浮式基础技术,掌握超高混塔、钢塔、桁架塔等先进技术,为客户打造近海、深远海、台风滨海、复杂山地、平原软基等全类型地质气象环境风电解决方案。

光伏:提供光伏全场景解决方案,包括集中式与分布式,覆盖沙戈荒、平地、山地、水面、屋面、海上等各类场景,并创新开发了风光互补及农/林/牧/渔光互补等"新能源+生态"融合模式。

③清洁能源解决方案

提供核电(常规岛)、燃机等领域的清洁能源解决方案,能够实现多平台、集成化的数字化电厂设计及移交。

④电网解决方案

提供涵盖220V–±1100kV全电压等级架空输电线路(交、直流特高压、超高压、高压等)、电缆(陆缆、海缆、桥缆和隧缆等)、全电压等级智能变电站解决方案,为新型电力系统电网网架建设提供有力支撑。

⑤储能解决方案

提供储能全生命周期解决方案,掌握国际领先的高压级联、交流直挂、直流直挂、光储变流一体等构网技术,覆盖电源、电网、用户侧全场景。

⑥零碳电力系统解决方案

深度融合全面的电力系统规划、新能源、电网、储能及数智化技术,为客户提供"源–网–荷–储–智"一体化的零碳电力系统整体解决方案,助力客户达成安全可靠、成本最优、绿色低碳与智能高效的能源管理目标。面向园区、矿山、城市、社区、交通、数据中心等多种应用场景,构建高比例绿色电力直供方案,有效促进新能源高效消纳与化石能源的规模化替代。

(2)特色产品

①分布式光储系统产品

充分发挥专业电力设计能力,高效集成光伏发电、储能技术和智慧运营管理三大核心模块,为用户提供高品质分布式光储系统产品与全生命周期智慧运营服务。

场景化光伏系统产品:推动光伏技术与特定场景需求的深度融合,打造集"功能、发电、美学"三位一体的绿色新基建,推出了光伏篮球场、光伏停车棚、光伏长廊等产品。其中,光伏篮球场采用了行业首创的弧形穹顶桁架结构,大跨度、高挑空,显著改善运动环境的同时,为客户创造了卓越的综合效益。

家庭绿电系统产品:面向别墅等高净值家庭用户,聚焦全屋用电场景,推出永福幸福墅家庭绿电系统产品。本系列产品包括4.0星芒光伏阳光房、NET星网光伏坡屋顶、可调式轻质阳台光伏及智能恒温储能等产品。通过"光伏+储能+智能管理"一体化技术,解决用户用电成本高、绿色发电需求、居住空间升级、环保意识提升等核心痛点,实现光储系统与家庭用能设备的高效协同。

户用光伏电站产品:面向投资商,推出行业首创全装配式户用光伏电站产品,拥有阳光棚、南北坡、阵列式及庭院四大产品类型,全面适配平屋顶、带楼梯间平顶、错层平顶、各类坡屋顶与地面庭院等多种安装场景,以能源科技重塑乡村面貌。

②数智能源产品

聚焦"数字储能、数字新能源、数字电网",深度融合电力监控、大数据、人工智能、物联网、5G等前沿数智技术,构建数智化监控系统、电力大数据平台、虚拟电厂平台产品三大产品体系,覆盖新能源、储能、电网及源网荷储一体化全场景智慧解决方案与创新产品。

数智化监控系统类产品:采用"工程技术+监控技术+IT技术+AI人工智能"融合技术路线,打造行业领先的数智化监控系统产品矩阵。拥有行业领先的储能监控与能量管理系统(EMS),实现储能电站能量优化调度与风光储协调控制。推出电池智能预警与安全运维系统,保障每一度电精准可控,推动运营效益与安全水平同步提升。

电力大数据平台类产品:基于全栈自研的"永福云"智慧能源底座,为客户打造覆盖集中式与分布式新能源、储能全场景的集团级智慧能源大数据平台。平台具备全景态势感知、智能数据分析、运行策略优化与AI辅助交易能力,助力客户实现场站无人化值守、区域电站集中监控,驱动运维运营智慧化升级。

虚拟电厂平台产品:高效聚合分布式能源与可调负荷,具备电能量交易、需求响应、辅助服务、绿电绿证交易等功能。应用先进智能算法,实现源网荷储互动运行,秒级响应电网指令。聚沙成塔,充分激活资源价值,为客户打造更强市场竞争力,创造更高收益。

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

元

| | 2025年末 | 2024年末 | 本年末比上年末增减 | 2023年末 |
|---|---|---|---|---|
| 总资产 | 3,648,083,287.50 | 4,403,714,482.53 | -17.16% | 4,319,288,537.94 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 1,274,490,957.37 | 1,291,069,346.60 | -1.28% | 1,390,274,716.45 |
| | 2025年 | 2024年 | 本年比上年增减 | 2023年 |
| 营业收入 | 1,699,363,606.80 | 2,040,324,789.89 | -16.71% | 2,034,201,308.73 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 23,563,824.21 | 36,296,779.17 | -35.08% | 54,329,216.07 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | -4,125,080.98 | 17,848,664.38 | -123.11% | 39,809,270.39 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 302,728,570.76 | -118,824,151.14 | 354.77% | -80,882,910.97 |
| 基本每股收益(元/股) | 0.1279 | 0.1949 | -34.38% | 0.2918 |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.1256 | 0.1935 | -35.09% | 0.2918 |
| 加权平均净资产收益率 | 1.85% | 2.71% | -0.86% | 3.99% |

(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 | 425,090,257.42 | 551,867,611.83 | 289,000,680.60 | 433,405,056.95 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 19,112,612.24 | 12,147,958.79 | 5,831,847.30 | -13,528,594.12 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 18,657,172.95 | 10,229,302.07 | 5,083,706.67 | -38,095,262.67 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -249,512,866.66 | -32,440,211.45 | 127,647,356.54 | 457,034,292.33 |

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 | 20,424 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 21,555 | 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 | 持有特别表决权股份的股东总数 | 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 |
| 福州博宏投资管理有限公司 | 境内非国有法人 | 24.63% | 46,185,486.00 | 0.00 | 质押 | 17,635,000.00 |
| 福州永福恒诚投资管理股份有限公司 | 境内非国有法人 | 18.86% | 35,378,453.00 | 0.00 | 质押 | 20,450,000.00 |
| 福建省永福博发投资股份有限公司 | 境内非国有法人 | 2.04% | 3,830,796.00 | 0.00 | 质押 | 1,550,000.00 |
| 邵仕霞 | 境内自然人 | 0.95% | 1,789,100.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 张奕彬 | 境内自然人 | 0.64% | 1,205,700.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 杨宇华 | 境内自然人 | 0.46% | 870,000.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 香港中央结算有限公司 | 境外法人 | 0.46% | 864,000.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 郑顺正 | 境内自然人 | 0.44% | 830,300.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 傅家强 | 境内自然人 | 0.43% | 815,100.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 林文福 | 境内自然人 | 0.42% | 794,300.00 | 0.00 | 不适用 | 0.00 |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | 报告期内,福州博宏投资管理有限公司、福州永福恒诚投资管理股份有限公司、福建省永福博发投资股份有限公司为公司控股股东,均受公司实际控制人林一文先生控制。除上述情况外,公司未知其他股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。 | | | | | |

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 √不适用

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

□适用 √不适用

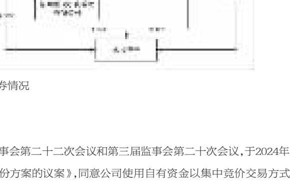
公司是否具有表决权差异安排

□适用 √不适用

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

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

公司于2024年2月6日召开第三届董事会第二十二次会议和第三届监事会第二十次会议,于2024年2月23日召开2024年第一次临时股东大会,审议通过《关于回购公司股份方案的议案》,同意公司使用自有资金以集中竞价交易方式回购公司部分股份,用于后续实施股权激励计划或员工持股计划。本次用于回购的资金总额不低于人民币5,000万元(含本数)且不超过人民币10,000万元(含本数),回购价格不超过人民币34.59元/股(含本数),回购期限为自公司股东大会审议通过本次回购股份方案之日起12个月内。鉴于公司2023年年度权益分派已实施完毕,自权益分派除权除息日(即2024年7月15日)起,公司回购股份价格上限由人民币34.59元/股(含本数)调整为人民币34.49元/股(含本数)。经公司经营管理层决策,本次回购股份的资金来源增加自筹资金。公司已与中信银行股份有限公司福州分行签署《人民币股票回购专项贷款合同》。具体内容详见公司分别于2024年2月7日、2024年2月27日、2024年7月9日、2025年1月3日、2025年2月7日在巨潮资讯网(以下简称"巨潮网",http://www.cninfo.com.cn)上披露的《关于回购公司股份方案的公告》(公告编号:2024-008)、《回购报告书》(公告编号:2024-014)、《关于2023年年度权益分派实施后调整回购股份价格上限的公告》(公告编号:2024-064)、《关于取得金融机构股票回购专项贷款承诺函的公告》(公告编号:2025-002)、《关于回购公司股份的进展公告》(公告编号:2025-006)。

截至2025年2月22日,公司本次回购股份期限届满,本次回购股份方案实施完毕。公司的实际回购区间为2024年3月4日至2025年2月21日。在上述期间,公司累计通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份3,488,649股,占公司当前总股本的1.8602%,最高成交价为25.99元/股,最低成交价为20.51元/股,成交总金额为人民币83,300,406.24元(不含交易费用)。具体内容详见公司在巨潮网上披露的《关于回购公司股份方案实施完毕暨股份变动的公告》(公告编号:2025-009)。

福建永福电力设计股份有限公司董事会
2026年4月28日