公司代码:603787 公司简称:新日股份

江苏新日电动车股份有限公司

2026 半年度报告摘要

第一节重要提示

1.1本半年度报告摘要来自半年度报告全文,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网站仔细阅读半年度报告全文。

1.2本公司董事会及董事、高级管理人员保证半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。

1.3公司全体董事出席董事会会议。

1.4本半年度报告未经审计。

1.5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

无

第二节公司基本情况

2.1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	新日股份	603787	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王晨阳	李澄
电话	0510-88109915	0510-88109915
办公地址	江苏省无锡市锡山区同惠街101号新日大厦	江苏省无锡市锡山区同惠街101号新日大厦
电子信箱	dongbihui@xinri.com	dongshihui@xinri.com

2.2主要财务数据

单位:元币种:人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	3,393,506,615.41	3,428,213,047.19	-1.01
归属于上市公司股东的净资产	1,516,251,075.19	1,522,226,465.58	-0.39
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	1,996,446,907.03	2,185,353,422.36	-8.64
利润总额	30,128,608.12	72,159,146.08	-58.25
归属于上市公司股东的净利润	33,366,500.91	60,801,827.12	-45.12
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	380,831.25	47,725,004.11	-99.20
经营活动产生的现金流量净额	156,668,343.90	402,434,840.89	-61.07
加权平均净资产收益率(%)	2.19	3.92	减少1.73个百分点
基本每股收益(元/股)	0.1500	0.2600	-42.31
稀释每股收益(元/股)	0.1500	0.2600	-42.31

2.3前10名股东持股情况表

单位:股

截至报告期末股东总数(户)					15,918
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)					
前10名股东持股情况					
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、标记或冻结的股份数量
张崇舜	境内自然人	40.38	92,921,300	0	质押 23,780,000
陈玉英	境内自然人	8.64	19,890,000	0	无
安吉谆莱企业管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	7.95	18,298,700	0	质押 9,000,000
赵学忠	境内自然人	7.79	17,929,200	0	无
齐丽萍	境内自然人	0.48	1,096,900	0	未知
中国建设银行股份有限公司-诺安多策略混合型证券投资基金	其他	0.46	1,050,000	0	未知
杨莉	境内自然人	0.39	891,100	0	未知
陈学赓	境内自然人	0.36	823,100	0	未知
中国工商银行股份有限公司-中信保诚多策略灵活配置混合型证券投资基金(LOF)	其他	0.33	750,600	0	未知
张秀	境内自然人	0.26	594,700	0	未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	1.张崇舜与陈玉英系夫妻关系;2.安吉谆莱企业管理合伙企业(有限合伙)与张崇舜系一致行动人;3.除上述外,公司未知其他关联关系或一致行动安排。				
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用				

2.4截至报告期末的优先股股东总数、前10名优先股股东情况表

□适用 √不适用

2.5控股股东或实际控制人变更情况

□适用 √不适用

2.6在半年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 √不适用

第三节重要事项

公司应当根据重要性原则,说明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

□适用 √不适用

证券代码:603787 证券简称:新日股份 公告编号:2026-034

江苏新日电动车股份有限公司 关于计提资产减值准备的公 告

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个别及连带责任。

江苏新日电动车股份有限公司(以下简称“公司”)于2026年8月25日召开第七届董事会第九次会议,审议通过了《关于计提资产减值准备的议案》。根据《企业会计准则》及公司会计政策等相关规定,公司计提资产减值准备12,515,773.29元,具体情况如下:

一、本次计提资产减值准备情况概述

依照《企业会计准则》及公司会计政策的相关规定,为客观反映公司的财务状况、经营成果,基于谨慎性原则,公司经过对2026年半年度存在可能发生减值迹象的资产进行减值测试后,对可收回金额或可变现净值低于账面价值的资产计提了相应的减值准备。经测试,上半年共计提各项资产减值准备12,515,773.29元,详情如下:

单位:人民币元

项目	计提金额
一、信用减值损失	9,810,635.05
其中:应收账款坏账准备	8,799,264.94
其他应收款坏账准备	440,789.58
长期应收款坏账准备	570,580.53
二、资产减值损失	2,705,138.24
其中:存货跌价损失	2,705,138.24
合 计	12,515,773.29

二、本次计提资产减值准备的依据和原因说明

(一)本次计提资产减值准备的原因

依照《企业会计准则第8号—资产减值》《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量》以及公司会计政策的相关规定,公司对合并范围内的相关资产进行了全面清查。基于谨慎性原则,对各类应收款项回收的可能性、资产的可收回金额进行了充分的评估和分析。

(二)计提资产减值准备的具体情况

1、信用减值损失

依照会计准则相关规定,公司以预期信用损失为基础,于资产负债表日对应收款项按信用风险特征进行分类计算预期信用损失。本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息,以发生违约的风险为权重,确认预期信用损失。经测算,2026年半年度公司计提信用减值损失金额9,810,635.05元。

2、资产减值损失

公司存货按照资产负债表日成本与可变现净值孰低计量,对成本高于其可变现净值的计提存货跌价准备,计入当期损益。经测算,2026年半年度公司计提资产减值损失金额2,705,138.24元。

三、本次计提资产减值准备对公司的影响

2026年半年度,公司计提资产减值准备金额合计12,515,773.29元,计入2026年半年度损益,减少2026年半年度合并报表利润总额12,515,773.29元。

四、本次计提履行的决策程序

公司于2026年8月25日召开的第七届董事会第九次会议,以9票同意,0票反对,0票弃权,审议通过了《关于计提资产减值准备的议案》,同意计提资产减值准备。

特此公告。

江苏新日电动车股份有限公司董事会

2026年8月27日

证券代码:603787 证券简称:新日股份 公告编号:2026-035

江苏新日电动车股份有限公司 关于2026年度“提质增效重回报”行动方案的半年度评估报告

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个别及连带责任。

江苏新日电动车股份有限公司(以下简称“公司”)为深入贯彻落实国务院《关于进一步提高上市公司质量的意见》等相关要求,积极响应上海证券交易所《关于开展沪市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议》,深入践行“以投资者为本”的理念,着力持续提升公司经营质量、治理水平和投资价值,更好地保障投资者特别是中小投资者合法权益,经公司第七届董事会第六次会议审议通过,于2026年4月25日发布了《2026年度“提质增效重回报”行动方案》,自行动方案发布以来,公司积极开展和落实相关工作,现将2026年上半年主要工作成果报告如下:

一、聚焦做强主业,筑牢核心竞争优势

2026年上半年,公司实现营业收入199,644.69万元,同比下降8.64%;实现归属于上市公司股东的净利润为3,336.65万元,同比下降45.12%;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润38.08万元,同比下降99.20%。业绩下滑主要系新国标产品处于市场磨合期,居民消费意愿偏弱,公司经销渠道销量同比下滑,前期新国标非标车辆集中置换红利逐步消退,市场由增量市场转入存量更新阶段,消费者置换节奏趋于谨慎;同时2024版新国标合规升级带来产品成本上行,叠加原材料价格波动、产品结构调整等因素,导致上半年公司盈利水平、毛利率阶段性承压。面对行业发展的新阶段、新挑战,公司充分发挥自身优势,聚焦核心能力建设,围绕研发升级、产品创新、精益化生产、供应链协同、品牌建设、渠道深耕持续发力、精耕细作。

(一)强化研发体系建设,推动产品智能化升级

公司持续推进电动两轮车智能化升级,在基础智能配置层面,产品搭载蓝牙、4G模块。具备无钥匙解锁功能、车辆定位防盗系统、电池BMS智能管理监测系统等功能。其中,无钥匙解锁功能摆脱传统钥匙繁琐操作,适配日常通勤、短途出行、商用外卖等多种场景,大幅提升用车便捷性;车辆定位防盗系统可实时精准锁定车辆位置,搭配异动预警、远程设防等功能,规避车辆丢失风险,保障用户财产安全;电池BMS智能监测系统可采集电池电压、电流、温度、循环次数等核心数据,杜绝过充过放、短路等安全隐患,有效延长电池使用寿命,筑牢整车核心安全防线。

在此基础上,公司持续加码骑行辅助、人车交互领域的技术研发与配置升级,进一步丰富高阶智能骑行配置。坡道驻车、陡坡缓降、TCS防侧滑等功能,适配坡道、山路、雨雪湿滑路面等复杂路况,解决用户坡道起步溜车、骑行操控难的痛点;高清智能液晶仪表清晰呈现车速、电量、里程、灯光等全维度行车信息,界面清晰直观,兼顾实用性与科技感;TFT仪表具备投屏导航、播放音乐、倒车影像等高阶智驾功能;AI智能语音交互系统,支持语音控车、主动式AI智能问询,可完成查询天气、路况识别、智能功能调起等多项人车交互功能,解放用户双手,实现骑行过程中智能、安全、便捷的AI语音互动。

依托智能功能迭代与技术优化,公司持续打磨骑行体验、强化整车安全性能,精准匹配大众日常通勤、休闲代步、长途骑行等多元化出行场景。通过软硬件协同升级、安全与体验双向优化,全面提升产品的智能化水准、骑行舒适度与出行安全性,以持续的研发创新赋能智慧短途出行,为用户打造更智能、更安全、更高品质骑行体验。

(二)构建爆款产品矩阵,强化产品竞争优势

报告期内,公司持续聚焦电动两轮车核心重点品类精准发力,立足用户出行需求,持续丰富产品结构、优化产品布局,着力打造覆盖多元细分市场、适配用户出行场景的爆款产品矩阵,持续提升核心产品的市场竞争力与品牌影响力。

公司精准把握消费趋势,重点深耕新国标合规车型、智能化车型、中高端休闲车型三大核心赛道,深度挖掘不同区域、不同消费群体的差异化用车需求与场景痛点,精准定位各层级产品功能与定价体系,逐步构建起“高端树标杆、中端冲规模、入门补覆盖”的立体化、梯度化产品阵列,实现细分市场精准覆盖、层层渗透,进一步夯实公司市场份额基础。

在产品迭代升级层面,公司建立高效灵敏的市场响应与产品迭代机制,持续密切跟踪终端市场需求变化、行业前沿技术发展趋势以及头部竞品的产品更新动态,依托自身研发体系优势,快速完成在售车型的工艺优化、功能升级与细节打磨,持续提升整车续航、安全、智能、舒适等综合性能表现,全方位优化用户骑行体验与产品口碑,助力公司产品保持市场竞争力。

(三)深化精益生产管理,提升运营效率水平

报告期内,公司以提质、增效、降本为核心目标,全面推进生产运营体系精益化建设。聚焦日常经营与生产管理中的基础短板,夯实企业管理根基、锤炼组织运营能力,通过全员参与、全流程覆盖、全维度优化的精益升级改革,全方位赋能生产运营提质增效。

在基础管理层面,公司持续优化全链条管理体系,实现运营管理规范化、标准化升级。针对生产、质量管控、日常运营各环节开展系统性梳理与复盘,统一各岗位作业标准、规范全流程管理流程,有效打通部门协作、工序衔接的协同壁垒,逐一破解传统管理模式下流程松散、衔接不畅、执行不统一等痛点。通过落地标准化作业机制、推行常态化现场巡检制度、搭建精细化台账管理体系,全面夯实生产现场管理基础,推动各项生产经营工作标准化、规范化、常态化落地,显著提升基层执行能力与现场管理水平。

在生产运营层面,公司以精益改革为抓手,推动生产模式迭代升级与数字化智能化融合赋能。公司全面推行“一个流”精益生产模式,精简生产环节冗余工序,精准打通各环节生产瓶颈,实现生产全流程连续化、高效化作业,有效压缩整体生产周期,减少在制品积压。同时,深化精益管理与智能技术深度融合,依托自动化生产设备、数字化管理平台,实现生产进度、设备状态、质量数据、能耗数据的实时监控与可视化管控,以数字化、智能化手段赋能传统基础管理升级,提升企业生产运营的精准管控能力与柔性生产水平。

(四)深化供应链体系优化,实现提质增效降本

报告期内,公司围绕“降本、提质、增效、抗风险”目标,持续深化供应链管理体系建设,强化供应链各环节的协同联动,提升供应链的响应速度与运行稳定,在降低供应链综合成本的同时增强抗风险能力,确保供应链体系高效、稳定、有序运转,为公司生产经营提供坚实保障。

采购管理方面,公司持续优化采购业务流程,搭建智能化采购管理平台,实现从需求提报、计划编制、供应商遴选、订单下达、到货验收到款项结算的全流程线上化管理,采购运营效率显著提升。同时,公司严把采购质量关,建立健全原材料与零部件采购检测标准体系,对采购物料进行严格的质量检验,确保原材料品质满足生产要求,从源头筑牢产品质量防线。

供应链风险防控方面,公司建立供应链风险预警机制,密切关注原材料价格波动、供应商履约能力、物流运输等关键环节的风险变化,做到风险早识别、早评估、早应对,有效保障供应链体系的稳定运行。

(五)深化品牌建设,提升穿透能力

报告期内,公司紧扣“年轻化、智能化、绿色化”的品牌发展方向,持续打造全渠道、立体化的品牌传播格局。通过深度整合线上线下传播资源,不断创新内容形式与互动方式,品牌知名度、美誉度与市场影响力实现同步提升,品牌穿透力进一步增强。

在线上传播端,公司聚焦年轻用户群体,全面布局抖音、快手、小红书、视频号等主流新媒体平台,搭建起多层次的直播传播矩阵。以品牌官方直播为主阵地,联动达人、终端经销商与用户共创内容,形成“官方+达人+渠道+用户”的立体传播网络。同时,公司持续创新线上互动玩法,引导用户分享骑行生活,加深品牌与用户的情感纽带。

在线下传播端,公司充分整合终端门店、户外媒介、主题活动等资源,实现线下场景的全方位渗透。终端门店方面,公司推进全国门店形象升级,打造一批沉浸式体验主题门店,让用户在看车、选车过程中获得可触、可感、可互动的品牌体验。户外媒介方面,公司在全国重点城市的地铁、公交、楼宇电梯、高铁枢纽等高流量场景进行广告投放,实现品牌高频曝光。此外,公司通过冠名多元品牌活动,深度融入用户通勤、运动、休闲等日常生活场景,让品牌成为用户出行路上的温暖陪伴。

(六)强化渠道管理,夯实营销网络

报告期内,公司持续推进渠道精细化运营策略,聚焦终端运营能力提升、渠道体系优化、用户服务升级三大核心方向,深化线上线下融合发展,加大经销商赋能,努力提升终端运营效率与销售转化能力,稳步实现“渠道下沉、终端赋能、服务升级”的运营目标。

在终端精细化运营方面,公司建立健全终端运营管理体系,对门店形象、产品陈列、服务标准、销售流程等实施全面规范化管理,持续提升终端门店的运营效率与服务品质。一是推进门店形象标准化,对全国终端门店实行统一的视觉设计与装修标准,规范产品陈列布局,重点突出核心产品,强化门店视觉吸引力;二是推进服务标准化,制定统一的终端服务规范与操作流程;三是推进销售策略标准化,规范销售全流程,强化销售人员培训,提升产品专业知识与销售技巧,有效提高终端成交转化率。

在推动线上线下融合方面,公司着力打通线上线下渠道壁垒,构建“线上引流获客、线下体验成交、线下交付服务、线上持续运营”的全链路运营模式,实现线上线下资源的深度融合与协同。线上端通过新媒体平台传播、精准广告投放、直播带货等多元方式,为线下门店持续输送客流;线下端为用户提供产品试驾、实车体验、售后服务等沉浸式体验,增强用户信任感与购买意愿。同时,公司打通线上线下数据系统,实现用户数据与订单信息的互联互通,提升整体交付效率与用户体验。

在经销商赋能培训方面,公司秉持“赋能经销商、共生共成长”的合作理念,建立完善的经销商培训体系,针对不同区域、不同发展阶段的经销商,提供系统化、专业化的培训支持,助力经销商提升运营管理、市场销售与客户服务能力。培训形式灵活多样,涵盖线下集中集训、线上直播培训、区域专项培训、一对一驻店指导等多种方式,全面提升经销商团队的综合能力。

在渠道下沉拓展方面,公司持续加大对三四线城市、县域及农村市场的渠道布局力度,积极拓展乡镇级经销商与终端门店,不断完善下沉市场的渠道网络覆盖。同时,公司加强对下沉市场经销商的政策扶持与运营指导,帮助经销商降低运营成本、提升销售业绩,持续增强经销商的合作信心与品牌忠诚度。

二、保障股东权益,重视投资者回报

公司高度重视投资者回报,实行持续、稳定的利润分配政策,结合公司的盈利情况和未来发展战略的实际需要,建立了持续、稳定的投资者回报机制。2026年5月19日,公司2025年年度股东会审议通过了《关于2025年度利润分配方案的议案》,向全体股东每10股派发现金红利1.00元(含税)。截至2025年12月31日,公司总股本230,143,790股,以此计算合计拟派发现金红利23,014,379.00元(含税)。2025年度公司现金分红(包括中期已分配的现金红利23,014,379.00元)总额46,028,758.00元,占年度归属于上市公司股东净利润的比例为90.97%。

自2017年上市以来,公司已连续9年实施年度现金分红,为提升分红频次,强化投资者回报,已连续2年实施中期分红,累计分红达3.55亿元,体现了公司回报股东的坚定意愿和稳健的财务能力。未来,公司将继续秉持回报股东理念,持续提升经营管理水平与盈利能力,持续提升公司投资价值和股东回报能力,切实增强投资者获得感。

三、完善公司治理,强化规范运作水平

公司严格落实《公司法》《证券法》及上市公司规范运作相关法律法规要求,积极构建权责明确、运作规范、相互协调、有效制衡的法人治理体系,持续提升合规运作水平,切实维护投资者权益。报告期内,公司按期组织召开3次股东会、4次董事会及各专门委员会会议,审议决策公司战略发展,修订《公司章程》,并同步梳理、完善内部管理制度,对连续任职期满的独立董事进行补选,同步调整董事会专门委员会人员构成,确保了公司治理体系与最新法律法规及监管要求的有效衔接,有效提升了公司治理及规范运作水平。

未来,公司将持续关注相关法律法规的修订,及时完善公司内部治理制度,确保公司制度健全、运作规范。公司将继续在治理实践中全面贯彻保护投资者合法权益的原则,落实最新监管要求,不断加强规范治理体制机制建设,持续完善内控体系,多维度提升治理能力,进一步提高公司的经营管理水平和风险防范能力,切实推动公司持续、健康、稳定发展。

四、强化“关键少数”责任,激发内生动力

公司高度重视控股股东、董事及高级管理人员等“关键少数”的职责履行和风险防控。董事及高级管理人员绩效薪酬考核与公司经营业绩及经营目标的完成情况紧密挂钩,确保经营管理层绩效与公司发展协同。报告期内,公司积极组织董事、高级管理人员参加监管培训,主动推送监管动态和重点关注事项,定期确认规范持股情况,督促严格履行相关承诺,持续提升“关键少数”履职能力和风险意识,确保“关键少数”严守履职底线,强化责任担当,为公司高质量发展提供了坚强的组织保障。

未来,公司将继续落实“关键少数”责任,加强专题培训,推动治理水平和履职能力持续提升。结合公司制定的《董事和高级管理人员薪酬管理制度》及监管要求,在绩效薪酬占比、递延支付、追索止付机制等方面进一步细化落实,以建立更加完善科学的薪酬管理体系。公司将压实管理层履职担当,把经营成效、风险管控、合规治理与履职考核深度绑定,引导董事、高级管理人员树立长期经营理念,摒弃短期逐利导向。充分发挥薪酬激励引导作用,实现责任、贡献与回报相匹配,促进“关键少数”履职尽责、恪尽职守。同时健全权责对等的约束监督链条,将治理效能转化为经营发展动能,推动管理层将个人履职目标与公司长远战略目标同频共振,充分释放管理层干事创业的内生动力,为公司高质量可持续发展筑牢制度根基。

五、重视投资者沟通,提升公司透明度

公司始终将信息披露作为提升治理水平、增强市场透明度、树立良好企业形象的重要途径。公司严格遵循《上海证券交易所股票上市规则》及各项制度要求,规范高效、公开透明地履行信息披露职责,通过定期报告、临时公告等载体,及时准确向市场传递公司经营成果与核心价值。

报告期内,公司积极提升信息披露质量,构建合规高效的信息披露体系,以投资者需求为导向,增强信息披露内容的可读性,公司通过定期报告图文介绍、业绩说明会视频解说等可视化的形式呈现公司的业绩数据及经营亮点,多种方式展示公司价值。此外,公司积极加强与投资者沟通,通过召开业绩说明会、上证E互动、投资者热线、投资者邮箱等多渠道开展投资者关系管理活动,及时回应投资者关切,畅通与投资者的沟通渠道。

未来,公司将努力构建更为透明、多元、高效的投资者沟通体系。在保证信息披露合规的基础上,提升信息披露质量,使投资者更全面、深入地理解公司的经营状况与发展战略。同时持续保持多种投资者交流渠道,帮助投资者全方位了解公司价值,提升沟通的针对性与有效性,增进投资者对公司内在价值及长期发展理念的认同。

六、其他提示及风险说明

本评估报告是基于公司目前的经营情况制定的,不构成公司对投资者的实质承诺,未来可能受到宏观经济、政策法规、行业发展等多种因素影响,具有一定的不确定性,敬请投资者注意相关风险。

特此公告。

江苏新日电动车股份有限公司董事会

2026年8月27日

证券代码:603787 证券简称:新日股份 公告编号:2026-033

江苏新日电动车股份有限公司 第七届董事会第九次会议决议公告

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个别及连带责任。

重要内容提示:

● 董事长张崇舜先生因工作原因出差外地未能现场主持会议,以通讯方式出席会议。

一、董事会会议召开情况

江苏新日电动车股份有限公司(以下简称“公司”)第七届董事会第九次会议的通知于2026年8月14日以电子邮件等方式发出,会议于2026年8月25日在江苏省无锡市锡山区同惠街101号新日大厦会议室以现场表决结合通讯表决方式召开。

本次会议应参加董事9人,实际参加会议董事9人。董事长张崇舜先生因工作原因出差外地,未能现场主持会议,以通讯方式出席会议,经超过半数董事推举,确定赵学忠先生作为本次董事会会议主持人。公司高级管理人员列席了本次会议。本次会议的召集、召开程序及方式符合《公司法》和《公司章程》的规定。

二、董事会会议审议情况

(一)审议通过《关于2026年半年度报告及摘要的议案》

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

公司《2026年半年度报告》及摘要的编制和审核程序符合法律、法规和中国证监会的有关规定,报告内容真实、准确、完整地反映了公司2026年半年度的实际经营情况,不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

本议案已经审计委员会审议通过,并提交董事会审议。

详情请阅公司同日刊登在上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《江苏新日电动车股份有限公司2026年半年度报告》及摘要。

(二)审议通过《关于计提资产减值准备的议案》

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

依照《企业会计准则》及公司会计政策的相关规定,为客观反映公司的财务状况、经营成果,基于谨慎性原则,经过对2026年半年度存在可能发生减值迹象的资产进行减值测试后,对可收回金额或可变现净值低于账面价值的资产计提了相应的减值准备。经测试,上半年共计提各项资产减值准备12,515,773.29元。

详情请阅公司同日刊登在上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《关于计提资产减值准备的公告》(公告编号:2026-034)。

(三)审议通过《关于2026年度“提质增效重回报”行动方案半年度评估报告的议案》

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

本议案已经战略委员会审议通过,并提交董事会审议。

详情请阅公司同日刊登在上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《关于2026年度“提质增效重回报”行动方案的半年度评估报告》(公告编号:2026-035)。

特此公告。

江苏新日电动车股份有限公司董事会

2026年8月27日

证券代码:002946 证券简称:新乳业 公告编号:2026-042

债券代码:128142 债券简称:新乳转债

新希望乳业股份有限公司

2026 半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文,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半年度报告全文。

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860,682,988股(若股本数发生变动,以实施利润分配股权登记日的总股本为准)为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.81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	新乳业	股票代码	002946
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称(如有)	无		

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	邓世锋	王熙
办公地址	成都市锦江区金石路366号	成都市锦江区金石路366号
电话	028-86748930	028-86748930
电子信箱	nhzhqb@newhope.cn	wangxi@newhope.cn

2、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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入(元)	5,812,941,736.58	5,525,634,023.98	5.20%
归属于上市公司股东的净利润(元)	464,890,915.23	396,513,914.27	17.24%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	475,674,792.00	410,726,321.58	15.81%
经营活动产生的现金流量净额(元)	750,832,487.56	647,750,746.86	15.91%
基本每股收益(元/股)	0.54	0.46	17.39%
稀释每股收益(元/股)	0.54	0.46	17.39%
加权平均净资产收益率	11.84%	12.13%	-0.29%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产(元)	8,487,397,776.99	9,134,898,142.26	-7.09%
归属于上市公司股东的净资产(元)	3,632,063,420.83	3,895,944,966.53	-6.77%

3、公司股东数量及持股情况

单位:股

报告期末普通股股东总数		13,454	报告期末表决权恢复的优先股股东总数(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
Universal Dairy	境外法人	65.06%	560,000,000	0	不适用 0
新投集团	境内非国有法人	11.42%	98,278,475	0	不适用 0
熙刚	境内自然人	1.18%	10,184,023	7,638,017	不适用 0
香港中央结算有限公司	境外法人	1.18%	10,126,391	0	不适用 0
中国工商银行股份有限公司-中欧价值智选回报混合型证券投资基金	其他	0.82%	7,015,104	0	不适用 0
中国建设银行股份有限公司-华安聚优精选混合型证券投资基金	其他	0.77%	6,665,100	0	不适用 0
中国人寿保险股份有限公司-传统-普通保险产品-005L-CT001沪	其他	0.74%	6,341,300	0	不适用 0
黄代云	境内自然人	0.40%	3,470,005	0	不适用 0
中国工商银行股份有限公司-鹏华优质治理混合型证券投资基金(LOF)	其他	0.40%	3,405,353	0	不适用 0
中国农业银行股份有限公司-华泰柏瑞远见智选混合型证券投资基金	其他	0.38%	3,311,556	0	不适用 0
上述股东关联关系或一致行动的说明	Liu Chang女士通过Universal Dairy、刘永好先生通过新投集团持有公司股份,两者为一致行动人。除上述以外,公司未知其他股东之间是否存在关联关系,是否属于一致行动人。				
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	无				

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

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

□适用 √不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

□适用 √不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、在半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
新希望乳业股份有限公司A股可转换公司债券	新乳转债	128142	2020年12月18日	2026年12月17日	71,777.9	2.0%

(2)截至报告期末的财务指标

单位:万元

项目	本报告期末	上年末
资产负债率	56.32%	56.51%
流动比率	0.4489	0.4652
速动比率	0.3192	0.3029
项目	本报告期	上年同期
EBITDA利息保障倍数	21.62	16.21
EBITDA全部债务比	38.53%	24.81%
现金利息保障倍数	49.52	24.13

三、重要事项

(一)报告期内公司从事的主要业务

公司是一家专门从事乳制品及含乳饮料的研发、生产和销售的企业,主要产品包括液体乳、含乳饮料和奶粉等。报告期内,公司的主营业务及主要产品均未发生重大变化。

(二)报告期内公司所处行业的情况

(1)公司所处行业的基本情况

2026年上半年,国内经济延续向好态势,高质量发展扎实推进。国家统计局数据显示,上半年社会消费品零售总额达248,722亿元,同比增长1.3%;全国居民人均可支配收入22,981元,扣除价格因素实际增长4.2%,居民消费能力和意愿稳步增强;全国居民人均消费支出14,836元,扣除价格因素,实际增长2.7%,从消费支出结构看,居民生活用品及服务、交通通信、教育文化娱乐、其他用品及服务等支出增长相对较快。全国网上商品零售额64,296亿元,上半年同比增长4.8%,其中吃类、穿类、用类商品分别增长16.8%、6.2%、1.3%,消费新业态、新模式活力不断释放。

从行业基本面看,我国乳制品市场潜力依然巨大。尽管我国已是乳制品生产和消费大国,但人均年消费量仍远低于世界平均水平,与《中国居民膳食指南(2022)》的推荐量存在显著差距。随着国民健康意识的持续深化和消费习惯的逐步养成,乳制品行业长期向好的发展态势未变。

从近期消费趋势看,乳制品行业在2026年上半年延续了结构分化的特征。需求温和修复的背景下,液体乳供需格局出现改善,整体承压的同时,结构性机会凸显。低温鲜奶凭借其“新鲜”与“营养”的双重优势,持续获得市场青睐,增速领跑液态奶大盘。同时,契合消费者对“免疫力”和“肠道健康”关注度的提升,富含乳铁蛋白、益生菌等功能性成分的乳制品成为市场热点。此外,满足消费者“悦己”和“松弛感”需求的休闲化、甜品化乳品,以及主打“质价比”的高品质基础白奶,共同构成了多元化的消费图景。

从新的发展机遇看,消费需求的精细化与场景化正驱动行业加速创新。企业纷纷围绕“更鲜、更美、更多样”的需求,推出具有特定健康功能和情绪价值的产品,并通过渗透早餐、下午茶、运动补给等具体消费场景,深度融入消费者的日常生活。即时零售等“随心购”渠道的蓬勃发展,进一步强化了乳制品消费的便捷性和即时性,促使企业不断优化供应链管理能力,朝着更便捷、更高品质的方向迈进。

从政策端看,国家对奶业振兴的支持持续纵深推进,全面转向“拼质效、促消费、强监管”的高质量发展新阶段。2026年中央一号文件明确提出“多措并举促进乳制品消费”并强化“巩固纾困成果”,旨在缓解上游牧场连续亏损的压力,推动奶业供求平衡;中国乳制品工业协会发布了《“十五五”乳制品行业高质量发展十大举措》,为未来五年划定路线,举措明确提出,到2030年高附加值乳制品产值占比要提升至40%以上,核心蛋白原料自给率达到70%,并推动单位产值碳排放量下降20%,全面迈向绿色低碳与创新发展;《中国食物与营养发展纲要(2025—2030年)》明确将发展低温奶和奶酪作为重要方向,明确设定了2030年人均奶类年消费量47公斤的目标,为行业发展提供了清晰的指引;《食品安全国家标准灭菌乳》等法规的深入实施,行业监管日趋精细化、标准化,推动市场向更加规范、有序的方向发展,有利于具备全产业链优势和质量管控能力的企业进一步提升市场份额。

(2)公司所处行业的周期性特点

乳制品属于基础的日常消费品,行业无明显的季节性或周期性特点。

(3)公司所处行业的行业地位

目前国内乳制品行业公司数量较多,形成两家全国性龙头企业、多家深耕一个或多个省市的区域性乳制品企业及众多限于单个省份或城市内经营的地方性乳制品企业,三类市场主体共存且差异化竞争的格局。

作为一家全国布局、区域领先的多品牌、产业链一体化运营的乳制品企业,公司坚持“鲜立方战略”为核心,聚焦低温鲜奶与特色酸奶主导品类,通过持续产品创新与涵盖“鲜奶源、鲜订单、鲜生产、鲜配送、鲜送达、鲜见、鲜享、鲜动”的“八鲜”全链路保障体系夯实“鲜价值”优势;渠道端深化DTC模式变革,积极拥抱渠道焕新,在新兴渠道和新消费场景不断突破;区域层面坚持“分布经营、区域深耕”,协同全国与区域品牌强化市场渗透。依托稳定优质的奶源布局、新鲜建康美味的产品矩阵、高效的冷链配送体系、敏捷组织的渠道管理,不断强化的生物科技和数字科技能力,公司持续锻造“鲜能力”和差异化竞争力,在结构化调整中巩固领先地位,实现可持续增长。

(三)公司主要经营情况

2026年上半年,公司坚定“鲜立方战略”,以“笃定核心价值、创造长期增长”为主线,通过产品创新、科技赋能与运营提效持续夯实核心竞争力。深化“鲜酸双强”矩阵与“八鲜”全链路运营体系,并依托生物科技与数字科技双轮驱动,持续推进科研转化、品牌势能激活与渠道立体化拓展,在复杂宏观环境下有效构筑了差异化竞争壁垒,实现了高质量与可持续的稳健增长。报告期内,实现