

公司代码：600983

公司简称：惠而浦

惠而浦（中国）股份有限公司
2025年年度报告摘要

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 <http://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、普华永道中天会计师事务所(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

经普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司2025年度合并报表实现归属于上市公司股东的净利润为519,718,889.23元，累计未分配利润为699,502,831.99元。报告期内，母公司实现净利润为511,989,005.62元，累计未分配利润为430,561,734.01元，根据2026年3月31日全资子公司广东惠而浦家电制品有限公司股东会决议，以2025年12月31日为基数，向上市公司派发现金红利88,000,000.00元，母公司累计可供分配利润518,561,734.01元。

为积极回报股东，与股东分享公司发展的经营成果，结合公司实际情况，公司董事会拟定的2025年度利润分配预案为：以截至2025年12月31日公司总股本766,439,000股为基数，向全体股东每股派发现金红利0.67元人民币（含税），不送红股，不以公积金转增股本，预计拟分配现金红利为513,514,130.00元（含税）。

本次利润分配方案尚需提交股东会审议。

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	惠而浦	600983	合肥三洋

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	孙亚萍	黄莉娜
联系地址	合肥高新技术产业开发区习友路4477号	合肥高新技术产业开发区习友路4477号
电话	0551-65338028	0551-65338028
电子信箱	yaping_sun@whirlpool-china.com	lina_huang@whirlpool-china.com

2、报告期公司主要业务简介

惠而浦（中国）致力于成为最好的洗衣和厨房解决方案供应商，产品涵盖洗衣机、冰箱、洗碗机、干衣机以及厨房电器、生活电器等全品类，依托独立完整的研发、设计、采购、生产、销售和服务体系，开展国内外经营活动。

报告期内，在行业竞争加剧和美国市场关税政策的冲击下，公司以“重点稳住基本盘，不断扩大增量”为工作方针，总结经验、创新思维、提前部署，将压力转化为运营突破的契机；围绕“质量、效率、成本”三大核心要素，夯实运营内功，推动提质增效；坚持惠而浦高端品牌定位，持续研发资源投入，为产品创新提供持久动力。报告期内，公司实现营业收入 449,697.50 万元，同比上升 23.23%；实现归属于上市公司股东的净利润 51,971.89 万元，同比上升 157.55%，盈利能力持续提升。报告期内公司主要经营活动情况回顾如下：

（1）坚持技术创新驱动理念，专注打造高品质家电

报告期内，面对全球贸易摩擦加剧、家电行业格局重塑与市场竞争加剧的复杂环境，惠而浦（中国）研发中心紧扣“技术驱动、用户中心、全球协同”战略，通过深入洞察、研究全球不同区域市场需求特点和使用习惯，开发满足不同地区消费者的本地化需求，聚焦高端化、差异化、健康、智能化研发方向，加强技术突破、产品迭代升级、创新体系建设，在洗衣机、冰箱、厨房电器等品类上不断丰富、拓展产品线，提升公司产品竞争力。

洗衣机研发平台 2025 年向日本市场推出斜式滚筒洗衣机，实现了大容量、大负载烘干、快速洗烘、低温烘干，全系配备直驱电机，更加节能、高效、静音，创新设计贯穿产品性能和细节，极大提升了用户体验，拓展了使用场景。北美市场出口平台将传统烘干机与洗衣机合二为一，全系产品搭载全新一代第 6 感智慧洗烘程序，通过多重传感器的实时监测与第 6 感智能算法的协同，通过吸水率判断衣物材质来匹配最佳洗涤参数，同时通过对污渍残留的实时监测，真正实现洗净即停、漂净即停；通过多重传感器精准控制烘干温度，实现衣干即停，避免过度烘干对衣物造成损伤。

冰箱研发平台 2025 年 1 月出口美国的全新法式系列产品顺利批产，基于北美法式大冰箱产品平台，通过产品结构创新和工艺创新，进一步丰富产品功能配置，完善产品系列化矩阵，有效满足中高端市场以及品牌差异化需求，提升了惠而浦品牌在美国冰箱品类主流市场的产品竞争力，2025 年度持续稳定的订单为公司带来了坚实的业绩增长。

厨房电器方面，微波炉平台 2025 年按时按质完成了四款重点新型微波炉项目（MHC 微波炉）的全流程导入工作，其中，FLUSH、TITAN 等系列产品在北美市场赢得良好口碑；洗碗机研发平台 2025 年完成出口欧洲洗碗机能效升级开发工作，批产了一系列满足欧洲最新 A 级能效的洗碗机产品，增强了产品的市场竞争力及品牌形象，在巩固现有欧洲和拉美出口销量的基础上，积极开拓其他区域出口业务。

电机研发平台持续扩展产品门类，开发用于洗碗机、干衣机及烘干系统的各类电机，2025 年完成干衣机电机、滚筒直驱静音电机开发工作，电机成本和噪音指标大幅度改善，凸显竞争优势。

（2）重点稳住基本盘，不断扩大增量，逐步攻坚克难

2025 年全球产业链格局加速重塑，地缘政治局势持续动荡，贸易不确定性风险显著上升，面对严峻挑战，公司稳住基本盘，在挑战中前行。报告期内，外贸团队顶住压力，在公司战略上提前布局，在区域市场变化上快速响应，积极捕捉全球市场机遇，强化与研发、制造等部门的战略协同，在冰箱和洗衣机等重点项目上取得突破，实现公司海外业务的高质量增长，为公司全球市场布局注入持续动能，充分彰显了外贸团队在公司战略落地中的核心牵引作用。

在传统白色家电制造业领域，行业分化格局日益凸显，内销市场面临较大压力。报告期内，内销团队严格遵循战略指引，聚焦经营质量，坚持公司高端品牌定位策略，通过优化资源配置，将发展重心聚焦于长三角、珠三角等核心经济区域，采用梯度推进模式，稳步开拓国内市场，以“改变、改造、突破”为总体思路，积极应对挑战，努力攻坚克难。

(3) 围绕“质量、效率、成本”，持续推进提质增效

报告期内，公司围绕“质量、效率、成本”三大核心要素，推进精细化管理，在研发创新、生产运营、供应链协同等关键环节持续释放增效潜能，以提质、增效、降本为目标，提升公司发展质量与可持续竞争力。

在国际市场复杂多变的形势下，冰箱产线在6月份完成焕新升级，冰箱核心生产单元迈入高效运行的新阶段，为市场稳定供应注入强劲动能。质量是企业生存与发展的基石，各制造工厂于9月份开展质量提升专项活动，围绕“零缺陷”开启品质提升新征程：针对生产薄弱环节优化作业指导书、强化关键工序管控、细化梳理检验标准、开展专项培训等方式，强化员工质量意识，一系列务实举措让提质增效工作落地生根，为企业产品品质筑牢坚实防线。

(4) 完善治理与经营战略的协同，护航企业高质量可持续性发展

报告期内，公司始终将合规经营作为核心发展理念，严格遵循董事会战略部署，全面贯彻监管要求，持续优化内控制度体系。为进一步与证券监管规则保持一致，更好地促进公司规范运作，公司于12月对《公司章程》在内的共21项制度进行了修订，并制订《董事离职管理制度》，通过系统性完善制度框架与管理流程，公司显著提升了经营决策的科学性与财务稳健性，护航企业高质量可持续性发展。

公司坚持稳健经营策略，在关键业务环节，强化全流程管控：严把合同签署关，规范资金使用流程，加强应收账款管理；对重大投资、关联交易及资金安全等核心决策事项实施专项审查机制，有效防范经营风险。同时，公司注重构建内外部协同监督机制，通过定期审计、信息共享与沟通反馈，形成多层次风险防控体系，有力保障了企业运营质量，为长期高质量发展提供了制度保障与执行支撑。

报告期内，公司在保证可持续经营发展的同时，积极实施利润分配方案，与全体股东共享公司发展的经营成果。

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	5,962,009,528.56	5,244,580,448.95	13.68	5,247,443,326.19
归属于上市公司股东的净资产	2,976,355,101.89	2,675,080,131.19	11.26	2,530,606,493.53
营业收入	4,496,975,031.82	3,649,395,454.15	23.23	4,003,582,172.74
利润总额	533,192,578.44	245,918,012.78	116.82	109,411,156.47
归属于上市公司股东的净利润	519,718,889.23	201,791,403.35	157.55	81,132,737.82
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	474,080,584.96	179,280,864.79	164.43	102,560,514.31
经营活动产生的现金流量净额	788,618,015.43	-56,574,007.81	1,493.96	60,959,034.89
加权平均净资产收益率(%)	18.32	7.75	增加10.57个百分点	2.76
基本每股收益(元/股)	0.68	0.26	157.55	0.11
稀释每股收益(元/股)	0.68	0.26	157.55	0.11

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	1,214,649,868.69	975,950,330.89	1,106,528,471.27	1,199,846,360.97
归属于上市公司股东的净利润	115,909,304.22	99,743,194.30	101,124,490.23	202,941,900.48
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	111,482,285.30	93,363,930.22	94,131,162.47	175,103,206.97
经营活动产生的现金流量净额	460,228,778.04	175,261,556.60	23,969,951.56	129,157,729.23

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）	15,729
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	14,153
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）	0
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）	0

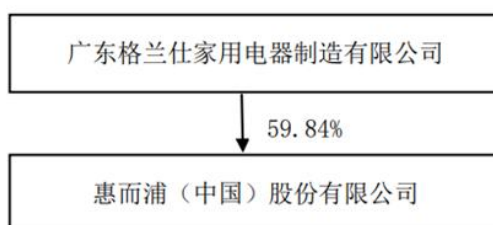
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）

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	
广东格兰仕家用电器制造有限公司	0	458,620,848	59.84	0	无	0	境内非国有法人
惠而浦（中国）投资有限公司	0	152,521,361	19.90	0	无	0	境内非国有法人
唐建柏	18,690,000	18,690,000	2.44	0	无	0	境内自然人
吴丽芳	290,000	8,790,000	1.15	0	无	0	境内自然人
合肥市国有资产控股有限公司	-9,417,900	8,614,100	1.12	0	无	0	国有法人
东莞市东联投资有限公司	25,000	8,020,000	1.05	0	无	0	境内非国有法人
杨貳珠	1,558,600	5,910,960	0.77	0	无	0	境内自然人

香港中央结算有限公司	4,936,579	4,936,579	0.64	0	无	0	其他
胡海燕	1,630,000	1,630,000	0.21	0	无	0	境内自然人
中国工商银行股份有限公司—大成中证360互联网+大数据100指数型证券投资基金	1,614,700	1,614,700	0.21	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	广东格兰仕家用电器制造有限公司系公司控股股东,与其它股东不存在关联关系和一致行动人关系。其它股东之间未知是否存在关联关系和一致行动人关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

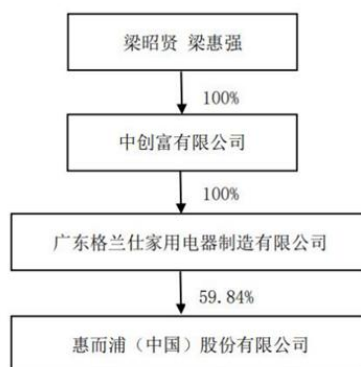
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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



注：梁昭贤持有中创富有限公司100%股权，与梁惠强为父子关系，同是公司的实际控制人。

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。

报告期内，公司实现营业收入 449,697.50 万元，同比上升 23.23%；实现归属于上市公司股东的净利润 51,971.89 万元，同比上升 157.55%，盈利能力持续提升。

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