

公司代码：603409

公司简称：汇通控股

合肥汇通控股股份有限公司
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 <https://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、 容诚会计师事务所（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

公司2025年度利润分配及资本公积转增股本方案为：

1. 公司拟向全体股东每10股派发现金红利3元（含税）。截至2026年3月31日，公司总股本126,030,000股，扣除回购专用证券账户中的股份数13,892股，以此计算合计拟派发现金红利37,804,832.40元（含税），占本年度归属于上市公司股东净利润的比例25.65%。

2. 公司拟以资本公积向全体股东每10股转增4.9股。截至2026年3月31日，公司总股本126,030,000股，扣除回购专用证券账户中的股份数13,892股，以此计算合计转增61,747,893股（四舍五入），转增后公司总股本将增加至187,777,893股（具体以中国证券登记结算有限责任公司登记为准）。

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	汇通控股	603409	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	周文竹	/

联系地址	安徽省合肥市经济技术开发区汤口路 99 号	/
电话	0551-63845636	/
传真	0551-63845666	/
电子信箱	IR@conver.com.cn	/

2、 报告期公司主要业务简介

2025 年，国家持续延续并强化汽车产业扶持力度，全年围绕新能源汽车推广、以旧换新及流通消费改革等领域出台一系列精准举措，构建了覆盖技术研发、市场扩容、循环利用的全链条政策支撑体系，同时针对行业“内卷”乱象强化监管引导，推动产业向电动化、智能化、国际化高质量转型，全年行业整体呈现“稳增长、促转型、强规范、拓全球”的良好发展态势，多项核心指标再创历史新高，实现“十四五”圆满收官。

具体来看，全年汽车行业亮点纷呈，新能源汽车持续领跑、自主品牌强势崛起、出口规模再攀高峰，行业发展韧性与活力充分彰显，同时监管规范持续发力，推动行业从高速增长向高质量发展稳步迈进。

据中国汽车工业协会数据显示，2025 年全年国内汽车产销量分别达 3453.1 万辆和 3440 万辆，同比分别增长 10.4%和 9.4%，产销量再创历史新高，连续 17 年稳居全球第一，且连续三年保持 3000 万辆以上规模，营业收入突破 10 万亿元。其中，新能源汽车表现尤为亮眼，成为拉动行业增长的核心引擎，全年产销量分别完成 1662.6 万辆和 1649 万辆，同比分别增长 29%和 28.2%，连续 11 年位居全球第一；新能源汽车国内新车销量占比突破 50%，达到 50.8%，全年市场渗透率均值达 47.9%，标志着中国汽车产业在电动化转型道路上实现里程碑式突破，正式进入全面电动化发展新阶段。越来越多的消费者认可并选择新能源汽车，叠加政策扶持与基础设施完善，推动新能源汽车市场持续快速扩张。

在国内市场蓬勃发展的同时，自主品牌汽车竞争力持续跃升，正式成为市场主导力量。2025 年全年，自主品牌乘用车销量达 2093.6 万辆，市场占有率达 69.5%，较上年同期显著提升，彻底扭转此前合资品牌主导市场的格局。这一成绩的背后，是自主品牌在技术研发、产品品质、品牌建设等方面的全面突破，不再局限于低端市场，而是成功突围中高端领域，打破了合资与豪华品牌对高价值市场的长期垄断，实现了从“跟随者”向“引领者”的转变，成为推动中国汽车市场增长的核心引擎。

从全球视野看，中国汽车产业的国际影响力持续扩大，全球化布局步伐不断加快。2025 年全年汽车出口总量达 709.8 万辆，同比增长 21.1%，较 2024 年实现跨越式增长，展现出强劲的出口韧性。出口增长的核心动力来自新能源汽车，全年新能源汽车出口达 261.5 万辆，同比激增 103.7%。

依托不断提升的品质与技术实力，中国汽车正以“新能源”为突破口，在海外市场打破传统格局，成为“中国制造”向“中国智造”转型的亮丽名片，为产业全球化发展开辟了新赛道，也为全球汽车产业绿色转型贡献了中国力量。

政策与监管层面，2025 年全年呈现“扶持与规范并举”的态势。上半年，国家延续强化扶持政策，推动市场需求持续释放；下半年，行业整治“内卷”行动全面落地，监管部门高频出手，全年出台超十次精准监管政策，规范行业竞争秩序，遏制无序价格战，切实维护行业健康发展。

总体来看，2025 年中国汽车行业在政策扶持、市场驱动、技术创新与监管规范的多重作用下，实现了产销量、出口量、新能源渗透率等多项指标的历史性突破，产业转型成效显著，自主品牌竞争力持续增强，全球化布局迈出坚实步伐。尽管全年行业仍面临市场环境复杂严峻、竞争激烈、整体盈利水平承压等挑战，但稳定的政策实施、规范的市场竞争秩序，有效支撑了行业健康平稳运行，为 2026 年产业持续高质量发展奠定了坚实基础。

（一）主要业务

公司长期扎根自主品牌汽车市场并较早实现新能源汽车布局，专业从事汽车造型部件和汽车声学产品的研发、生产和销售，以及汽车车轮总成分装业务。

1. 造型部件产品

汽车造型部件作为体现汽车颜值、时尚性的重要产品，一直以来受到主机厂的高度重视，也是消费者购买决策的重要参考。公司深度参与主机厂的造型部件前期开发，造型部件品类不断丰富。公司造型部件产品主要为格栅、保险杠、车身护板、激光雷达盖板、扰流板等。



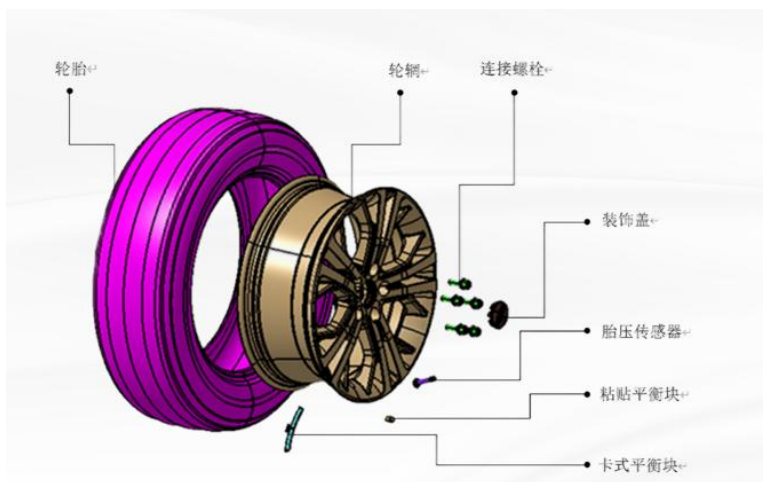
2. 汽车声学产品

汽车声学产品主要包括顶棚、地毯、隔音隔热垫、轮罩、声学包、行李箱盖板及储物盒等。作为汽车功能性的软内饰产品，汽车声学产品要求具备优越的声学性能，通过隔音吸音材料的使用和产品结构的改良设计，有效减少汽车外部噪音和驾乘舱空间内因震动造成的高低频噪声，从而有效提升驾乘的舒适性。



3. 车轮总成分装业务

车轮总成分装业务是按照主机厂的要求，将轮胎、轮毂、胎压传感器等进行组装，通过对轮胎平衡性、胎压等模块的检测和调试，提升车轮的静平衡、动平衡和偶力测量，从而有效控制整车噪音和颠簸，并提升车辆的稳定性和安全性。车轮总成分装业务属于制造服务业，与主机厂合作紧密，合同期限长，业务稳定性和客户黏性高。



(二) 经营模式

1. 采购模式

公司的采购主要包括原辅材料和生产设备采购。公司设有采购部，负责公司全部采购活动，根据销售订单、生产计划、产品工艺消耗定额、库存情况、供应商交货周期等制定采购计划，组织采购活动。公司制定了采购管理制度对采购过程进行控制，确保采购内容符合规定的要求。采购流程主要包括“制定采购计划”、“采购订单的执行”、“来料报验及入库”三个环节。

在制定采购计划阶段，针对公司已经实现量产的产品，由计划物流部根据客户订单拟定月度生产计划，采购部根据计划物流部下发的月度生产计划编制采购计划；针对公司需要定制开发的新产品，技术中心根据开发阶段原材料及辅材的需求拟订采购申请报告，由公司分管负责人批准后，技术中心下发采购申请单给采购部执行，采购部跟踪供应商直至货物交付。

在采购计划执行及来料验收入库阶段，采购部负责供应商的遴选、询价、议价，根据汽车生产件与相关服务件的质量管理体系制定《供方控制程序》，并根据采购计划向选定的合格供应商下达采购订单。供应商来料或外协产品交付后，仓库清点采购数量、质量管理部对原材料质检合格后方可入库，财务部审核付款申请并支付款项。

公司建立了完善的供应商评估和准入制度，并对进入名录的供应商实施定期审核。对于新供应商的开发核准，公司针对技术能力、质量保证及价格比较等综合考评。对于已进入《合格供方名录》的供应商，公司按月组织实施供应商绩效评价，对供应商的供货质量及价格、交付周期、快速反应和服务等进行打分。

2. 生产模式

公司主要实行“以销定产、合理备货”的生产模式，生产流程主要包括“生产前置程序”、“生产过程”和“产品交付”三个环节。公司产品具有非标准、定制化的特征，均对应了客户整车车型，因此公司根据客户的不同需求，区分定制化程度以及是否需要模具工装开发，制定具体的生产计划。

针对公司需要定制并开发模具的新产品，由相关部门成立项目小组，并制定生产控制计划及作业指导类文件，明确各工序的操作指导书等全套工艺文件、检验和试验要求等指导生产和检验的资料；产品开发及试制完成，通过 PPAP 认证并达到量产条件后，针对公司已经实现量产的产品，与客户签订框架性销售合同并确定总体生产计划，并在每月由计划物流部根据客户订单的实际要求形成具体生产计划。

在生产过程和产品交付阶段，计划物流部根据生产计划向各生产车间分配生产任务，各车间确保相关生产人员具备相关岗位的胜任能力、相关基础设施和设备、安全防护装备符合生产要求。质量管理部每月对生产现场的工艺执行情况进行工序检查，并加以记录。产品生产完成后由质量管理部检测合格，确认达到交付条件后包装入库。

3. 销售模式

公司设立了营销中心，建立以客户为中心的业务单元 BU，主要负责制定公司销售计划，以及持续开发与维护客户，签订与执行销售合同等工作。公司的销售流程包括“客户开发管理”、“销售定价及合同签订”、“产品销售及售后阶段”三个环节。

在客户开发管理阶段，公司通过招投标、商务谈判等方式获取订单，以营销中心为客户开发的核心部门。营销中心通过参与客户的招标会议等方式获取业务机会，通过与现有客户的业务交流和需求挖掘达成持续性合作意向。

在销售定价及合同签订阶段，公司按照行业惯例，采用“成本加成”的定价方式，并参考产品对应车型的市场定位、对应车型销售价格等综合因素确定产品价格。

在产品销售及售后阶段，公司营销中心持续与客户沟通，关注客户需求并及时反馈至公司技术中心，实现与各汽车主机厂同步进行产品设计开发。公司通过在各地设立办事处，形成覆盖客户的服务网络，根据客户订单下达情况，将产成品及时发运至客户指定的地点或中转库。营销中心与运营中心共同负责产品售后相关事宜，将客户反馈及时和公司相关部门进行沟通。

4. 研发模式

公司建立技术中心作为独立的研发部门，下设造型部件工程技术部、声学工程技术部、芜湖创新研究院、产品设计部、工艺工程部、汽车电子工程部和实验中心七个部门，实行同步开发和自主开发相结合的研发模式。

同步开发模式下，公司协同客户进行开发并组织研发人员参与产品设计和生产方案设计，由客户认可后，经过开模、试模、试制等流程，最终确保开发成果和产品满足客户的需要。自主研发模式下，公司结合市场发展方向、客户潜在需求，形成公司新产品、新业务的突破重点和发展方向，同时，对工艺技术进行不断创新、优化，为客户提供最佳的产品实现方案，提高生产效率、提升产品性能，增强自身的核心竞争力。

（三）市场地位

公司是国内规模较大、产品品类齐全的汽车零部件一级供应商，在细分行业内具备稳固的市场地位与突出的综合竞争优势。凭借长期深耕汽车零部件领域积累的深厚工艺技术积淀、成熟的同步开发能力、完善的质量管理体系以及高效及时的交付响应能力，公司已成功进入多家主流整车企业的核心配套体系，客户资源优质且结构多元，覆盖奇瑞汽车、比亚迪汽车、江淮汽车、蔚来汽车、长城汽车、大众汽车（安徽）、东风日产、上汽集团、广汽集团等国内自主品牌与合资品牌，客户覆盖面广、合作稳定性强，在行业内具备显著的配套优势与市场影响力。

公司技术研发实力突出，创新成果与技术水平获得行业及权威机构广泛认可，荣获中国表面工程协会科学技术进步奖一等奖，彰显了在表面工程领域领先的技术创新能力与产业贡献度。在核心工艺方面，公司与安徽工业大学开展深度产学研合作，主导参与车用非金属材料电镀国际标准制定并正式发布，不仅为全球汽车装饰性涂层领域建立了统一的质量规范，更有力推动了行业标准化、规范化与高质量发展，充分体现了公司在细分技术领域的行业话语权与引领地位。同时，公司试验中心顺利通过中国合格评定国家认可委员会（CNAS）评审并获得国家级实验室认可，检测能力达到国家及国际先进水平，为技术迭代、产品验证与质量管控提供了坚实支撑。

在质量管控与管理创新方面，公司持续深耕精细化运营，子公司芜湖金美 QC 小组荣获第六届安徽省质量创新技能大赛一等奖，充分展现了公司在质量管理、工艺改进及技能创新方面的过硬实力与扎实功底。

整体而言，公司凭借规模化经营优势、核心技术壁垒、权威资质认证及头部车企广泛认可，已成为国内汽车零部件行业技术实力突出、行业影响力显著的重要骨干企业，市场地位稳固且持续提升。

（四）业绩驱动因素

国内汽车市场稳步增长，新能源汽车渗透率持续提升，自主品牌车企销量与市场份额不断扩大，为零部件行业带来广阔增量空间。随着汽车供应链国产化进程加快，公司凭借优质客户资源充分受益于下游行业增长，整体外部发展环境持续优化。

公司作为国内规模较大、品类齐全的汽车零部件一级供应商，凭借长期积淀的技术实力、同步开发能力以及严格完备的质量管控体系，与多家主流自主品牌及合资车企建立深度合作关系，营收规模实现稳步增长。报告期内净利润有所下滑，主要受行业竞争加剧、整车降价压力向供应链传导，以及部分生产基地仍处于产能爬坡期、固定成本相对较高等内外因素综合影响，业绩变动与行业整体发展态势相符。

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

主要会计数据	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	2,119,872,496.24	1,533,634,001.12	38.23	1,034,887,192.17
归属于上市公司股东的净资产	1,522,107,058.44	758,855,726.61	100.58	594,538,837.43
营业收入	1,235,080,186.52	1,069,179,917.07	15.52	764,585,661.70

利润总额	172,830,544.15	187,874,388.01	-8.01	175,143,279.31
归属于上市公司股东的净利润	147,387,161.57	163,109,788.94	-9.64	152,360,810.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	141,449,772.78	160,511,200.17	-11.88	147,082,392.13
经营活动产生的现金流量净额	151,951,481.15	149,033,688.79	1.96	72,778,340.62
加权平均净资产收益率(%)	10.54	24.10	减少13.56个百分点	29.43
基本每股收益(元/股)	1.22	1.73	-29.48	1.61
稀释每股收益(元/股)	1.22	1.73	-29.48	1.61

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	259,092,427.55	273,673,320.21	338,044,257.09	364,270,181.67
归属于上市公司股东的净利润	29,061,582.34	41,041,756.33	47,129,946.99	30,153,875.91
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	28,610,477.78	39,608,713.09	45,712,053.61	27,518,528.30
经营活动产生的现金流量净额	-13,203,694.07	82,771,081.09	39,028,701.97	43,355,392.16

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

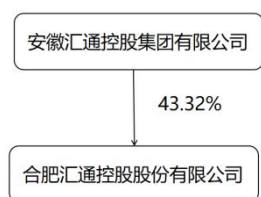
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)	12,736						
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	10,279						
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	数	

					状态	量	
安徽汇通控股集团有限公司		54,600,181	43.32	54,600,181	无		境内非国有法人
陈王保		17,963,400	14.25	17,963,400	无		境内自然人
合肥保泰利企业管理有限公司		9,229,932	7.32	9,229,932	无		境内非国有法人
合肥持盈企业管理合伙企业(有限合伙)		5,505,079	4.37	5,505,079	无		境内非国有法人
合肥经开创业投资管理有限公司—合肥海恒产业发展投资基金合伙企业(有限合伙)		3,000,000	2.38	3,000,000	无		境内非国有法人
陈方明		2,567,100	2.04	2,567,100	无		境内自然人
安徽联元创投有限责任公司		1,500,000	1.19	1,500,000	无		境内非国有法人
MORGANSTANLEY&CO.INTERNATIONALPLC.	650,673	650,673	0.52		无		其他
陈卫星	571,191	571,191	0.45		无		境内自然人
J.P.MorganSecuritiesPLC	490,549	490,549	0.39		无		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	陈王保为公司实际控制人，陈王保和陈方明为一致行动人。陈王保通过安徽汇通控股集团有限公司、合肥保泰利企业管理有限公司、合肥持盈企业管理合伙企业(有限合伙)间接持有公司股份。陈方明通过合肥保泰利企业管理有限公司、合肥持盈企业管理合伙企业(有限合伙)间接持有公司股份。 除此之外，公司未知其余股东之间是否存在关联关系，也不知是否属于一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

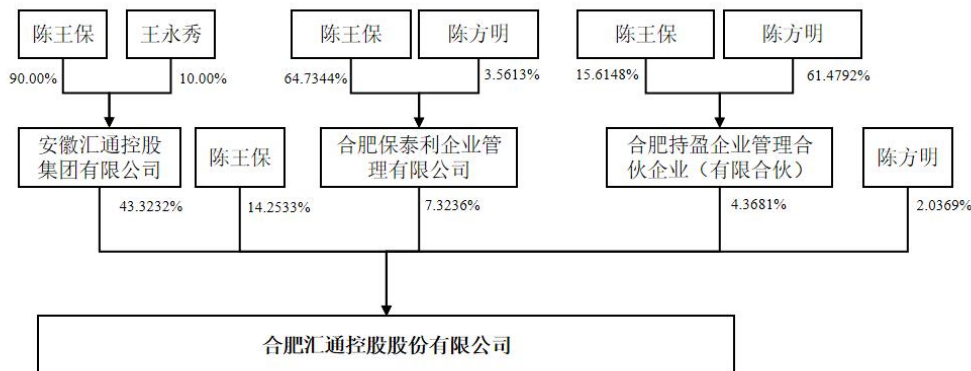
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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



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。

截至 2025 年 12 月 31 日，公司总资产 211,987.25 万元，同比增长 38.23%；归属于母公司所有者权益 152,210.71 万元，同比增长 100.58%；资产负债率为 27.95%，财务风险处于低位。

2025 年，公司经营业绩稳步提升，实现营业收入 123,508.02 万元，同比增长 15.52%；净利润 14,827.24 万元，同比下降 9.37%；经营活动现金流净额 15,195.15 万元，占本期净利润比例达 102.48%。

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