

公司代码：603617

公司简称：君禾股份

**君禾泵业股份有限公司**  
**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、 立信会计师事务所（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

公司拟向全体股东每股派发现金红利 0.05 元（含税）。截至本报告披露日，公司总股本 389,811,337 股，以此计算合计拟派发现金红利 19,490,566.85 元（含税）。本年度公司现金分红总额 19,490,566.85 元，占本年度归属于上市公司股东净利润比例为 38.60%。

如在本报告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，因可转债转股、回购股份、股权激励授予股份回购注销、重大资产重组股份回购注销等致使公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。如后续总股本发生变化，将另行公告具体调整情况。

本次利润分配方案尚需提交公司股东会审议。

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	君禾股份	603617	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	范超春	虞琴琴
联系地址	浙江省宁波市海曙区集士港镇广蔺路 288 号	浙江省宁波市海曙区集士港镇广蔺路 288 号

电话	0574-88020788	0574-88020788
传真	0574-88020788	0574-88020788
电子信箱	zhw@junhepumps.com	zhw@junhepumps.com

## 2、报告期公司主要业务简介

### （一）报告期内公司所处行业情况

泵是一种输送流体介质的设备，广泛应用于家庭供排水、农林灌溉、工业、市政、国防军工等国民经济各部门，是流体装置中不可替代的设备。最常用的水泵产品根据其输送介质的流量和扬程的大小可划分为大中型水泵和小微型水泵，根据使用领域可划分为工业泵和民用泵，大中型水泵主要用于工业用途，而小微型水泵主要应用于家用及小型农业灌溉等民用领域。根据《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2017)，公司所属行业为“通用设备制造业 (C34)”中的“泵及真空设备制造 (C3441)”；根据《上市公司行业分类指引 (2012 年修订)》，公司所属行业为“通用设备制造业 (C34)”。公司所处的细分行业为小型民用水泵行业。

#### 1、国内行业发展情况

2025 年，我国宏观经济在复杂严峻外部环境下展现出强劲韧性与活力，国内生产总值同比增长 5.0%，通用机械行业在复杂严峻的内外部环境，整体运行平稳，营收微增，利润下降，出口超预期。

国家统计局数据显示，2025 年通用机械行业规模以上企业 8,902 家，实现营业收入 10,917.01 亿元，同比增长 1.39%，增速比上年同期回落 2.1 个百分点，比全国工业高 0.29 个百分点。实现利润总额 810.67 亿元，同比下降 3.47%，增速比上年同期回落 3.11 个百分点，比全国工业低 3.94 个百分点。



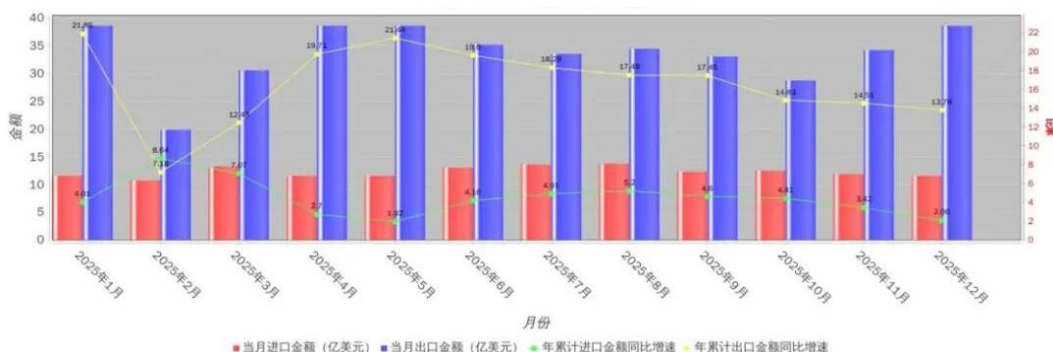
数据来源：中国通用机械工业协会

图 1 通用机械行业规模以上企业 2017 年-2025 年营业收入及利润总额同比增速

根据国家统计局数据，2025 年通用机械行业泵、风机、气体压缩机、气体分离及液化设备、

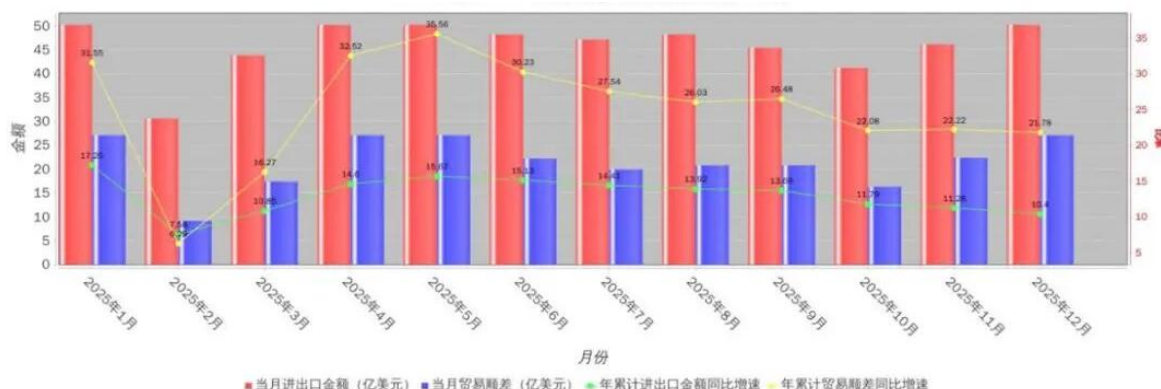
减变速机等六类重点产品产量均实现同比增长，但各类产品产量逐季放缓。行业重点产品产量增长表明市场需求平稳。

面对美国新一轮“关税战”、贸易保护主义抬头、地缘政治环境不确定等外部挑战，2025 年通用机械行业外贸形势好于预期，进出口和贸易顺差均实现增长，其中出口额与贸易顺差增速较上年同期加快，持续保持两位数增长，展现出中国制造的强大韧性与市场竞争力。据海关数据，1-12 月通用机械 47 种重点产品累计进出口总额 551.2 亿美元，同比增长 10.4%，其中：进口 147.04 亿美元，同比增长 2.06%；出口 404.16 亿美元，同比增长 13.78%，进出口顺差 257.11 亿美元，同比增长 21.78%。



数据来源：中国通用机械工业协会

图 2 2025 年 1 月-2025 年 12 月通用机械 47 种重点产品进出口金额及增速



数据来源：中国通用机械工业协会

图 3 2025 年 1 月-2025 年 12 月通用机械 47 种重点产品进出口、顺差金额及增速

通用机械行业重点产品按出口额排名前十位的国家或地区分别为：美国、俄罗斯、印度尼西亚、越南、日本、德国、阿联酋、印度、韩国、泰国。从出口增速看，出口美国同比下降 10.09%（2024 年同期为同比增长 2.62%）；出口俄罗斯同比增长 11.00%；出口印度尼西亚同比增长 5.25%。分区域看，出口东盟 10 国同比增长 12.47%；出口欧盟 27 国同比增长 8.85%；出口中亚 5 国同比增长 28.76%。“一带一路”共建国家、东南亚、中亚等新兴市场的出口保持快速增长，出口市场多元化格局进一步巩固。

据中国通用机械工业协会对 206 家重点联系企业统计，2025 年实现营业收入 1,129.5 亿元，同比增长 0.58%；实现利润总额 102.53 亿元，同比下降 4.63%。重点联系企业经营状况差异明显，营收同比增长的企业占比约 52%，利润总额同比增长的企业占比约 48%。

2025 年，通用机械行业也面临如下困难和挑战：

(1) 需求相对不足、同质化竞争加剧是行业面临的主要问题。国家统计局数据显示，2025 年全国固定资产投资额累计同比增速-3.8%，通用机械产品的市场需求压力进一步增加，企业为争夺订单竞相降价，造成营收增速放缓、利润同比下降的局面。国家统计局数据显示，2025 年通用机

械主要产品出厂价持续处于低位，行业营业收入利润率较上年下滑，企业盈利水平面临较大压力。

(2) 铜、铝等工业金属原材料价格大幅上涨，尤其四季度以来价格快速上涨，给部分行业造成较大冲击。通用机械行业多采用订单式生产模式，生产周期较长，原材料成本的快速上涨难以迅速向下游传导，中小企业受影响尤为显著，从而进一步加剧了成本压力与经营风险。头部企业凭借其更强的市场议价能力、主动调整价格的策略以及更为充裕的原材料库存等综合优势，抵御风险的能力相对较强。但众多中小企业则因规模有限、成本转嫁能力弱而面临严峻的生存压力。

(3) 当前外部环境更趋严峻复杂，全球贸易保护主义持续升温，美国关税战进一步加剧了外贸市场的不确定性。尽管行业全年出口展现出较强韧性，但长期来看，地缘政治冲突频发、多国涉华经贸审查增多等因素，将会给企业出口带来挑战。

中国通用机械工业协会认为，尽管短期存在困难挑战，但通用机械行业自身基础稳、韧性强、潜能大的优势没有改变，宏观经济稳定发展和产业政策持续加码为通用机械行业提供了有力支撑，预计通用机械行业在 2026 年将实现质的有效提升和量的合理增长，经济运行态势总体稳中有升，行业发展内生动力和国际竞争力进一步增强。

## 2、全球行业发展情况

根据最新市场研究数据，2025 年全球泵市场规模预计将达到 820 亿美元，较 2024 年实现 6%-8% 的稳健增长。这一增长态势主要得益于全球工业化进程的加速、城市化水平的提升以及基础设施建设的持续投入。

全球泵产业呈现出明显的三足鼎立格局：欧美企业占据高端市场，亚洲企业主导中低端制造，新兴市场国家则成为重要的增长极。以格兰富 (Grundfos)、威乐 (Wilo) 为代表的国际品牌，凭借尖端技术和品牌溢价牢牢把控着高端市场。这些企业通过持续的研发投入，在磁悬浮泵、IE5 超高效电机、智能控制系统等领域建立了深厚的技术壁垒。以全球泵业领导者格兰富为例，2025 年上半年其重回稳健增长轨道，通过产品创新和成本控制，实现了息税及特殊项目前利润率 12% 的优异表现，高于其 10% 的战略目标。2023 年，格兰富创造了 46 亿欧元的销售纪录，息税前利润率达到了 12.5%，展现了强大的盈利能力。中国、印度等亚洲国家凭借完善的产业链、成本优势和规模化生产能力，在全球泵制造业中占据主导地位，但在高端产品领域仍依赖进口。亚洲企业正通过技术升级和品牌建设，逐步向中高端市场渗透。东南亚、中东、非洲等新兴市场随着工业化、城市化进程的加速，对泵产品的需求快速增长。这些市场对价格敏感度较高，为中低端产品提供了广阔的发展空间。

但根据联合国、国际货币基金组织 (IMF)、世界银行和经济合作与发展组织 (OECD) 等机构的最新预测，2026 年全球经济增长将呈现“同步放缓、存量博弈”的特征。联合国报告指出，2025 年全球经济增速约为 2.8%，而 2026 年预计小幅回落至 2.7%。IMF 预测 2026 年全球经济增长为 3.1%，较 2025 年的 3.2% 有所下降。世界银行则更为保守，预计 2026 年全球经济增长将放缓至 2.6%。

这一放缓趋势主要源于多重结构性因素的交织影响：地缘政治紧张局势升级、贸易政策反复以及财政空间受限等背景下，全球经济韧性仍在，但动能不足已成为中期常态。根据全球经济发展趋势，预计 2026 年泵行业增长走势将受多重不确定因素影响，整体可能延续低速增长。

### (二) 报告期内公司从事的业务情况

公司是国内领先的家用水泵制造企业，自 2003 年创立以来，始终专注于家用水泵及其配件的研发、设计、制造和销售。公司产品涵盖潜水泵、花园泵、喷泉泵及深井泵四大系列，拥有超过 1,000 个规格型号，已获得 GS、UL、CE、EMC 等多项国际产品认证。产品远销欧洲、美洲、大洋洲等全球主要市场，并与凯驰、富兰克林、安海、OBI (欧倍德)、翠丰、安达屋等国际知名品牌制造商、贸易商、大型连锁商超等建立了长期稳定的直接合作关系。

根据中国通用机械工业协会泵业分会编制的《中国通用机械泵行业年鉴》，公司近几年的出口交货值排名持续位居行业前列，在潜水电泵细分领域位居第 1 名，是国内家用水泵出口龙头企业

之一。

### 1、主要业务及产品

公司构建了完善的产品矩阵，以满足多元化的市场需求。除核心家用水泵业务外，为应对清洁领域的专业需求，公司推出了高压清洗机系列产品，专为解决庭院清洁、汽车清洗等清洁需求场景设计，无论是在家庭环境还是商业场所，都能确保高效、彻底的清洁效果，精准适配不同场景的特定要求。在工具应用领域，公司依托深厚的技术积累，拓展了全面的解决方案能力。针对建筑工程、室内装潢、汽车维修装配等多个行业，公司推出了从基础的手持式工具到高端定制化工具的全系列产品，覆盖了多层次的专业需求，彰显了对专业工具市场深刻的理解与前瞻性的布局。

面对日益激烈的市场竞争，公司凭借丰富的产品线、敏锐的市场洞察力及持续创新的发展战略，成功确立了行业领先地位。公司不仅致力于产品技术的迭代升级，更注重为客户提供量身定制的解决方案，从而在全球市场中脱颖而出，赢得了广泛的信赖与赞誉。

公司始终坚持以家用水泵为核心，不断拓宽延伸产品的品类，以市场需求为导向，建立科学、系统的管理体系，实现快速响应不同市场需求的研发机制，在行业内享有较高的知名度与美誉度。公司已通过 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证及 ISO45001 职业健康安全管理体系认证，并荣获“博士后工作站”、“浙江省级企业研究院”、“高新技术企业”、“浙江省 AAA 级守合同重信用企业”、“浙江出口名牌”、“浙江省信用管理示范企业”等多项荣誉称号。公司商标被国家工商行政管理总局认定为“中国驰名商标”。

公司产品及其用途如下：



图 4 主要产品展示



图 5 主要产品应用场景展示

报告期内，公司专注于家用水泵、清洗设备、电动工具等产品的研发、生产和销售，主营业务未发生变化。

## 2、经营模式

### (1) 采购模式

公司对外采购的产品分为原辅材料、外购件及委外加工品，原辅材料主要包括漆包线、塑料原料等，外购件主要包括电器类、密封件类、五金件类、包装类、铸件类等，委外加工品主要包括委托加工和表面处理等。上述材料均为大宗或普通商品，市场供应充足。对于主要原材料，公司主要采取与供应商签订框架性《合作协议》，在实际采购时向供应商下达订单方式采购；对于辅助材料采取在需要时直接向市场采购的方式。

公司采购部负责供应商的开发和管理，制定了一套完善的供应商开发、管理体系，并与主要供应商建立了长期良好的合作关系，以保证所需材料的质量及供货及时性和稳定性。全面质量管理部负责制定供应商质量准入标准与评估流程，主导新供应商的质量体系审核与认证，实现对产品质量的全面把控。财务/成本中心负责对材料采购成本的监控。公司的采购执行、供应商管理等，主要通过部署在公司私有云上的“云供应商”SRM系统完成。SRM系统还建立了供应商评价数据模型，实现对供应商的动态评价与合格供应商的遴选。公司采用VMI系统，用后结算，减少企业存货风险，增加现金流。

公司一般采用货到检验合格后入库，待收到供应商开具的增值税发票后，按约定期限和方式付款。对于采购金额较大的订单，公司会按约定预付部分货款。

### (2) 生产模式

公司的生产模式主要为以销定产的“订单式”生产模式。业务中心作为公司与客户之间的桥梁，承担着订单任务的核心对接工作。当客户提出需求时，业务团队会与客户进行深入沟通，详细确定产品规格、技术参数、数量要求、交货期限等关键信息。PMC是整个生产流程的调度中心，

承担着统筹规划的重要职责。PMC 主要负责生产计划制定、物料需求规划及供应链协同。生产车间是订单执行的实体环节，其工作流程严谨而规范，在正式批量生产前，生产车间需要制作首件样品。首件检验实行“三检制”，即操作人员进行“自检”，然后由班组长进行“复检”，最后由检验员进行“专检”。只有经过三级检验确认合格后，才能进行批量生产。首样检验合格后，生产车间开始正式批量生产。君禾智控作为生产供应链的协调者，负责协调、管控与优化整个生产供应链流程，确保产品从原材料采购到成品出库的全过程高效、顺畅进行。全面质量管理部负责确保产品符合所有相关标准和要求，以产品质量为核心，建立一套科学严密高效的质量体系，统筹开展各项活动，确保提供满足用户需要的产品或服务。根据合同约定或客户要求，业务中心负责联系出货事宜，包括确定运输方式、安排出货时间、准备相关单据等。物流部门负责核对待发货产品的数量、规格等信息，确保与出货单一致。然后安排合适的运输工具和路线，确保产品安全、准时送达客户指定地点。

### **(3) 销售模式**

公司产品主要面向国际市场销售，外销比例占 90%以上。公司拥有自营进出口权，外销分为公司直接出口和通过外贸公司间接出口两种方式；国内市场主要以自主品牌“君禾”通过经销商买断式销售方式销售，多采用 OBM 模式。此外，公司还通过“蓝鳍”这一自主电商品牌在亚马逊、eBay、Walmart 等电商平台进行海外线上销售，该业务采用 OBM 模式。

ODM 模式即公司自主进行产品设计、开发、制造，由客户选择下单后进行生产，产品销售时以客户的品牌进行销售，公司已经掌握了家用水泵从研发、设计到生产制造、检测的完整流程并拥有丰富的行业经验，能为客户提供从产品外观设计、内部结构改良、生产制造、试验和检测等整套解决方案，公司主要采用 ODM 模式进行销售。

同时，公司也与凯驰等国际知名品牌制造商共同合作开发产品，公司主要侧重功能、模具、制造工艺、材料选择等方面的设计开发验证，品牌拥有方主要侧重外观设计，根据约定，产品整体设计的知识产权由品牌拥有方买断，因此，此类业务采用 ODM 模式。OBM 模式是以公司自有品牌对外销售。

公司未来仍将以 ODM 模式为主，为欧美等主要国家的中高端客户定制开发具有自主知识产权的新产品。另一方面，公司将利用自身的技术、品牌优势，积极扩大自主品牌在国内市场和其他新兴市场国家的影响力，研发并生产新一代家用、商用水泵等系列产品。

公司对国外客户的结算方式主要分为 LC、TT：

LC（信用证）：是开证银行应公司的客户要求，开出的一种在符合信用证条款时凭规定单据向公司保证承担付款责任的文件，开证银行承担首要付款责任。

TT（电汇）：是客户按照合同中规定的时间和条件，通过银行主动将货款汇给公司的一种付款方式。

公司在和客户建立业务关系前均对每名客户基本信息、信用状况进行多方面调查了解并建立相应客户档案进行动态管理，对于境外客户会通过中国出口信用保险集团进行客户信用状况调查，结合客户所在国家政治、经济状况、客户以往信用记录等对客户信用进行综合评判。公司在客户下订单后，一般会根据对客户信用的综合评判情况，要求客户开立信用证或者支付 10%-30%预付款（前 T/T）后安排订单生产。

公司对海外直接出口客户进行中国出口信用保险公司全面覆盖承保，确保货款回笼，减少风险。

**报告期内，公司经营模式未发生变化。**

## 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

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	2,357,122,316.66	2,393,850,645.06	-1.53	2,113,676,027.08
归属于上市公司股东的净资产	1,539,577,749.28	1,495,248,829.99	2.96	1,406,151,094.07
营业收入	1,122,805,178.32	1,111,028,051.42	1.06	718,551,780.39
利润总额	69,670,850.70	100,365,877.36	-30.58	43,185,235.23
归属于上市公司股东的净利润	50,500,155.51	79,448,094.71	-36.44	36,619,184.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	47,348,272.82	73,363,526.27	-35.46	8,883,403.10
经营活动产生的现金流量净额	152,306,687.83	66,294,376.95	129.74	179,499,519.47
加权平均净资产收益率(%)	3.32	5.49	减少2.17个百分点	2.53
基本每股收益(元/股)	0.13	0.21	-38.10	0.10
稀释每股收益(元/股)	0.13	0.21	-38.10	0.10

## 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	303,899,123.25	274,522,230.45	250,528,697.34	293,855,127.28
归属于上市公司股东的净利润	20,436,571.70	10,562,762.98	-242,714.96	19,743,535.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	16,654,443.09	9,213,068.74	1,429,966.48	20,050,794.51
经营活动产生的现金流量净额	124,141,974.18	8,816,503.70	55,137,140.44	-35,788,930.49

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）							22,571
年度报告披露日前一月末的普通股股东总数（户）							21,879
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	
宁波君禾控股集团有 限公司	0	123,640,055	31.66	0	无		境内非 国有法 人
北京君璋企业管理咨 询有限公司	0	27,238,159	6.98	0	无		境内非 国有法 人
李胜军	12,708,040	12,708,040	3.25	0	无		境内自 然人
张君波	0	11,575,157	2.96	0	无		境内自 然人
李光宇	5,788,700	5,788,700	1.48	0	无		境内自 然人
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC.	2,284,890	4,262,219	1.09	0	无		境外法 人
陈倩	-1,538,168	2,831,272	0.73	0	无		境内自 然人
BARCLAYS BANK PLC	1,814,208	2,343,399	0.6	0	无		境外法 人
张阿华	0	2,055,844	0.53	0	无		境内自 然人
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	1,953,100	1,953,100	0.5	0	无		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，宁波君禾控股集团有限公司和北京君璋企业管理咨询有限公司均为公司实际控制人张阿华、陈惠菊、张君波持有 100%股权的公司。						

	公司实际控制人中，张阿华、陈惠菊为夫妻关系，张君波为张阿华、陈惠菊之子；上述主体为一致行动人。除上述说明外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知其他股东之间是否属于规定的一致行动人。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无

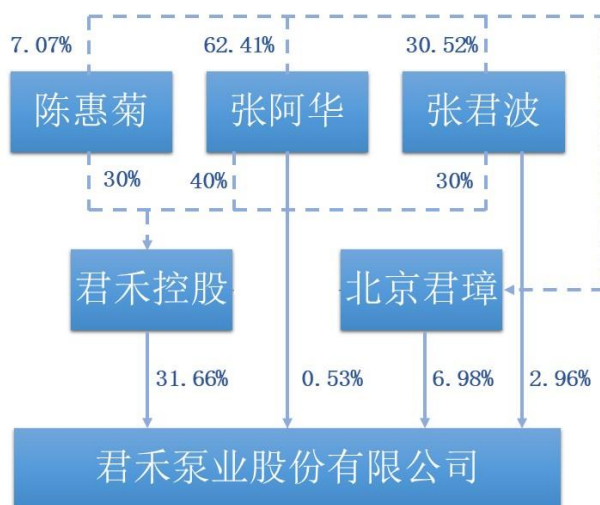
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

报告期内公司实现了营业收入 112,280.52 万元，较上年同期增长 1.06%，销售额呈现稳健上扬态势。然而，受多重因素叠加影响，公司利润空间受到挤压，实现归属于母公司所有者的净利润 5,050.02 万元，同比下降 36.44%。这一业绩表现既反映了公司在逆境中的韧性，也凸显了当前经营环境面临的严峻挑战。

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