

# 杭州巨星科技股份有限公司

## 2025 年度董事会工作报告

### 一、报告期内公司从事的主要业务

公司所处行业为工具(Tools)行业,主要产品包括手工具(Hand Tools)、电动工具(Power Tools)及工业工具(Industrial tools)类,主要用于家庭住宅维护、建筑工程、车辆维修保养、电力通讯等领域。其中家庭建筑及其相关维修维护产业依然是最重要也是占比最高的应用渠道,而全球 AI 基建带来的电力工具和建筑工具需求是近几年最主要的增量市场。如果按照终端客户群体划分,可以分为家用工具(DIY tools)和专业工具(Professional tools)。

在北美洲和欧洲大部分地区,由于居民大量使用独立式建筑,且人均面积较大,造成居民房屋的维修维护成本高昂且费时。由于劳动力成本相对较高,欧洲和北美洲的居民更乐于自行开展房屋及其附属建筑的维修维护工作,由此产生了著名的欧美 DIY 文化。同时欧美家庭保有大量的汽车,汽车日常维修维护包括车辆部件的检查和更换等也是欧美 DIY 的重要组成部分。各类工具产品作为维修维护的必需品之一,在北美和欧洲存在大量的专业级和 DIY 级的家庭工具需求,因此,北美和欧洲地区成为全球工具行业最主要也是占比最高的市场。

工具行业作为历史最悠久的行业,可以说随着人类诞生发展而发展,近百年来随着工业化浪潮的到来,工具作为人类生产制造各类用品和商品的必要助力,规模一直不断稳定上升并且越来越细化,得益于产品刚需和更换周期稳定等特性,工具行业增速规模一直较为稳定,并且每次技术革命和产业革命都会带来全新的工具需求。

2025 年,受到美国政府关税政策冲击的影响,行业出现了显著通胀,对家用工具需求产生抑制,同时,虽然美国长期利率有所下降,但绝对值依然高企,对房屋交易抑制的情形仍然存在,美国房屋换手率仍处在历史低位,传统地产相关工具需求依然低迷。与此同时,全球特别是美国启动了一轮规模惊人的 AI 基建投资,包括电力基础设施和算力中心设备在内的工具需求获得了较大的增长,最终工具行业获得了超过 3% 的增长。

2026 年,随着美国 IEEPA 关税于 2 月被裁定越权并失效,关税冲击对行业的影响逐渐减轻并趋于正面,美国长期利率有望进一步下降,带动美国房屋交易逐渐回到合理水平;同时,随着全球 AI 基建投入持续增长,尤其是美国的电力基础设施建设和 AI 算力中心需求的持续增长,也将进一步拉动全球的工具行业增长。预计 2026 年受益于房地产和制造业的复苏以及整体宏观经济增长,对电力工具和数据中心基建的需求预计将持续扩大,全球工具市场预计将从 2026 年的 1187 亿美元进一步增长到 2030 年的 1428 亿美元,2026 年至 2030 年的复合年增长率为 4.7% (数据来自弗若斯特沙利文)。

### 二、报告期内公司所处行业情况

报告期内,虽然美国关税政策多次变化,对公司生产经营产生了重大不利影响,但是公司坚持重点发展欧美家庭消费手工具及电动工具(Consumer Hand Tools&Power Tools)领域兼顾布局工业工具(Industrial tools),同时抓住 AI 基建带动的工具需求推动相关产品布局,包括但不限于:电力工具、数据中心存储箱柜等;加快全球化产能布局以应对贸易保护主义,同时持续推进新品类扩张,重点发展电动工具这一核心新产品,电动工具业务

目前已经逐步成为公司重要增长点，同时自有品牌特别是跨境电商业务继续保持快速增长，公司业绩总体稳定。

报告期内，公司实现营业收入 1,466,629.56 万元，同比下降 0.87%。2025 年公司实现归属于上市公司股东的净利润 250,971.72 万元，同比增长 8.95%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 232,568.93 万元，同比增长 0.94%。

### 三、核心竞争力分析

#### 1、国际化优势

公司经过近 10 年的努力，已经建立了行业内最完善的全球化生产和供应链管理体系，与全球数千家供应商建立了良好的合作关系，确保公司不局限于任何单一国家和自身产能，可以快速响应市场需求并完成各类大额订单的及时交付。在当下全球贸易环境不断变动的情况下，依托中美欧三地完善的仓储物流配送体系以及全球 23 处生产制造基地公司可以做到全球采购、全球制造、全球分发。同时公司自身完善的全球一体化分布式制造加工体系，可以极大地降低综合制造采购成本，提升公司产品的终端市场竞争力，并且能够全面满足各类需求和应对各种复杂的外部环境。报告期内，受关税剧烈波动的影响，公司加快建设东南亚制造产能，越南三期和泰国二期制造基地已投入使用。公司正加速成为一家集欧美本土服务、全球产业链制造和中国管理研发的全球资源配置型公司。

#### 2、创新优势

创新一直是公司发展的灵魂，品类扩张一直是公司发展的核心动力。公司拥有一支专业的专业工具产品和非工具类消费品研发团队，始终致力于新产品的研发创新，秉持细节决定成败的理念，提升产品的功能性和附加值，确保公司的长期核心竞争力。报告期内公司研发投入 4.03 亿元，设计新产品 2160 项。公司创新研发了工具柜产品、无绳吸尘器、电力维修工具系列产品、无刷电动工具系列和相关零配件在内的多款新产品并取得了良好的市场反馈。报告期内，公司持续开展动力工具特别是锂电池电动工具的大规模创新，积极参与大型商超客户的电动工具项目，取得全新订单；公司响应美国电力维修工具需求大幅增加的情形，积极配合客户开发全新的电力工具产品，取得电力维修工具业务的快速发展。面对全球工具行业不断发生的变化，公司的创新优势保证了公司能够及时响应并把握市场机遇，持续获取市场份额，维持长期稳定的发展。

#### 3、品牌优势

公司主营产品是针对家庭的耐用消费品和专业人士的工业级产品，而品牌则是公司向消费者长期提供产品和服务的最有效保证，所以公司长期致力于自有品牌的打造和发展。报告期内，公司大力发展自有品牌，提升自有品牌影响力，增厚自有品牌优势，自有品牌特别是电商品牌持续增长，WORKPRO、DURATECH、SK、Pony & Jorgensen 等品牌的销售收入同比快速增长。品牌优势不仅进一步提升公司产品的国际竞争力，还有效提高了公司的毛利率和业务稳定性，为公司长期健康的发展提供了保证。

#### 4、渠道优势

公司拥有的销售渠道和客户信赖，是巨星得以持续发展的保证。公司多样化的产品结构和持续的创新力，不但可以最大程度上满足渠道客户一站式采购的需要，而且不断节约渠道客户的采购成本和管理成本，持续提高对渠道客户的粘性。公司已成为美国 HOME DEPOT、美国 WALMART、美国 LOWES、欧洲 Kingfisher、加拿大 CTC 等多家大型连锁超市最大的工具和储物柜 (Tools and Storage) 供应商之一，并且依托这些客户不断拓展新的产品品类。目前在全球范围内，有两万家以上的大型五金、建材、汽配等连锁超市同时销售公司的各类产品，这些渠道有效保证了公司各类创新型产品的高速发展。巨星通过直营跨境电商，收购

欧美分销渠道和建立亚太经销渠道三大措施并行，切实提高DTC(Direct To Customer)业务的占比，将零售用户需求放在首位，切实直接触达终端零售客户，既有效提升了单位产品的价值量又获得了一手的客户反馈为研发创新提供了直接依据。依托上述渠道优势，公司可以不断开拓市场前期良好的新产品品类并将之持续发展，历史上成功实现了包括激光测量仪器、储物柜、电动工具这些大品类的突破。

## 四、主营业务分析

### 1、概述

报告期内，受国际贸易环境剧烈波动影响，公司和行业发展受到了巨大冲击，特别是第二季度公司的生产和交付节奏受到较大负面影响；同时，额外的关税成本推高了行业的平均售价，使得行业销量出现了显著下滑。为了积极应对这一重大变化，公司加快推动国际化步伐和产品创新力度，依靠全球化布局获取新的客户订单，不断提升的产品创新效率促进了新品类的发展。全年公司新产品尤其是电动工具产品和跨境电商业务继续保持快速增长，提升了公司整体盈利能力。

报告期内，公司实现营业收入 1,466,629.56 万元，同比下降 0.87%。2025 年公司实现归属于上市公司股东的净利润 250,971.72 万元，同比增长 8.95%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 232,568.93 万元，同比增长 0.94%。各业务板块完成情况如下：

#### 1、手工具 (Tools)

报告期内，公司充分利用现有欧美百年品牌的品牌价值与市场优势，以创新带动自有品牌品类拓展，推动品牌从特定品类向横向多品类广度拓展；完善自有品牌经销商体系，做好新客户开发，助力自有品牌发展；越南和泰国新产能的提前投产缓解产能瓶颈，支撑公司新业务拓展，提升公司全球竞争力；积极拓展非美地区渠道，补齐短板；然而美国关税政策依然导致了公司二三季度手工具订单受到了较大影响。手工具业务收入同比下跌 5.46%。

#### 2、电动工具 (Power Tools)

报告期内，公司不断提升电动工具新产品开发能力和海外出货能力，助力公司获取更多新订单，并首次将电动工具业务打入欧洲市场；同时以现有欧美品牌为基础，扩展电动工具产品线。电动工具业务收入同比增长 22.55%。

#### 3、工业工具 (Industrial tools)

报告期内，欧洲工业工具市场依然疲软，总量持续下滑，公司抓住美国算力中心发展的机遇，积极开发电力工具和算力中心箱柜产品，虽然由于工业工具的开发周期较长，交付总量占比不高，但依然有效对冲了欧洲市场的下降。工业工具业务收入同比下跌 0.11%。

### 2、收入与成本

#### (1) 营业收入构成

单位：元

	2025 年		2024 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	14,666,295,589.93	100%	14,795,453,293.25	100%	-0.87%
分行业					
工具五金	14,580,175,712.50	99.41%	14,735,499,758.36	99.59%	-1.05%

其他业务收入	86,119,877.43	0.59%	59,953,534.89	0.41%	43.64%
分产品					
手工具	9,518,890,202.66	64.90%	10,068,822,637.63	68.05%	-5.46%
电动工具	1,762,200,665.72	12.02%	1,437,910,630.20	9.72%	22.55%
工业工具	3,225,320,167.71	21.99%	3,228,766,490.53	21.82%	-0.11%
芯片	73,764,676.41	0.50%			100.00%
其他业务收入	86,119,877.43	0.59%	59,953,534.89	0.41%	43.64%
分地区					
美洲	9,217,799,075.53	62.85%	9,386,789,108.12	63.44%	-1.80%
欧洲	3,566,159,743.88	24.32%	3,645,853,524.62	24.64%	-2.19%
其他	1,015,288,902.58	6.92%	1,001,929,091.21	6.77%	1.33%
国内（中国）	780,927,990.51	5.32%	700,928,034.41	4.74%	11.41%
其他业务收入	86,119,877.43	0.59%	59,953,534.89	0.41%	43.64%
分销售模式					
自有品牌（OBM）	7,044,121,367.27	48.03%	7,090,396,049.91	47.92%	-0.65%
客户品牌（ODM）	7,536,054,345.23	51.38%	7,645,103,708.45	51.67%	-1.43%
其他业务收入	86,119,877.43	0.59%	59,953,534.89	0.41%	43.64%

(2) 占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品、地区、销售模式的情况

适用 不适用

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
工具五金	14,580,175,712.50	9,826,583,836.51	32.60%	-1.05%	-1.87%	0.56%
分产品						
手工具	9,518,890,202.66	6,450,597,189.03	32.23%	-5.46%	-5.66%	0.14%
电动工具	1,762,200,665.72	1,234,983,539.09	29.92%	22.55%	12.76%	6.09%
工业工具	3,225,320,167.71	2,091,751,975.19	35.15%	-0.11%	0.55%	-0.42%
芯片	73,764,676.41	49,251,133.20	33.23%	100.00%	100.00%	33.23%
分地区						
美洲	9,217,799,075.53	6,321,297,102.77	31.42%	-1.80%	-2.41%	0.43%
欧洲	3,566,159,743.88	2,319,476,043.66	34.96%	-2.19%	-1.87%	-0.21%
分销售模式						
自有品牌（OBM）	7,044,121,367.27	4,528,210,076.63	35.72%	-0.65%	-0.74%	0.06%
客户品牌（ODM）	7,536,054,345.23	5,298,373,759.88	29.69%	-1.43%	-2.81%	1.00%

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近 1 年按报告期末口径调整后的主营业务数据

适用 不适用

(3) 公司实物销售收入是否大于劳务收入

是 否

行业分类	项目	单位	2025 年	2024 年	同比增减
五金工具	销售量	PCS	476,929,297	491,820,869	-3.03%
	生产量	PCS	482,893,521	510,146,746	-5.34%
	库存量	PCS	150,717,439	139,751,851	7.85%

--	--	--	--	--	--

相关数据同比发生变动 30% 以上的原因说明

适用  不适用

**(4) 公司已签订的重大销售合同、重大采购合同截至本报告期的履行情况**

适用  不适用

**(5) 营业成本构成**

行业和产品分类

行业和产品分类

单位：元

行业分类	项目	2025 年		2024 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
工具五金	/	9,826,583,836.51	99.58%	10,013,591,820.11	99.55%	-1.87%
其他业务成本	/	41,022,473.57	0.42%	45,246,763.47	0.45%	-9.34%

单位：元

产品分类	项目	2025 年		2024 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
手工具	/	6,450,597,189.03	65.37%	6,837,963,556.46	67.98%	-5.66%
电动工具	/	1,234,983,539.09	12.52%	1,095,217,050.13	10.89%	12.76%
工业工具	/	2,091,751,975.19	21.20%	2,080,411,213.52	20.68%	0.55%
芯片	/	49,251,133.20	0.50%	0.00	0.00%	100.00%
其他业务成本	/	41,022,473.57	0.42%	45,246,763.47	0.45%	-9.34%

**五、公司未来发展的展望**

**(一) 公司发展战略**

公司的总体发展战略是：聚焦主业，创新产品，运营品牌，布局全球。

聚焦主业，就是公司将继续利用现有的欧美大型商超和自营渠道，聚焦工具（TOOLS）产品为核心的主营业务，同时依靠外延并购，全力发展包括电动工具和户外用品在内的非手工具类工具产品。

创新产品，就是公司在不断研发升级现有产品，使得人们生活工作更便利的同时，将不断开发适合自身供应链和销售渠道的全新产品。依靠全球化的供应链网络和中国工程师红利，主导本轮工具行业全球供应链分工，继续扩大行业龙头优势地位，引领国际工具行业发展，在未来逐步接过欧美本轮以创造客户需求为核心的创新经济时代的产业转移。

运营品牌，就是公司将继承和发展现有的国际知名工具品牌，同时发展适合新时代的电商工具品牌，继续加强欧美自有品牌服务体系建设，依托耐用消费品领域增速平缓现金流稳定的特征，长周期规划自有品牌业务和发展路径，逐步提高品牌价值。

最后，布局全球，就是公司无惧逆全球化的浪潮，继续积极加大全球投资布局，选取国外优质公司进行产业并购整合，更好的获取国际资源和国际市场，继续将公司成长为全球化的公司。

**(二) 经营计划**

当前随着美国升起全球贸易壁垒，全球供应链和行业格局呈现巨大挑战的同时也出现了一个难得的战略发展机遇，公司自 2016 年以来在国际化布局以及全球化的运营能力上的持续投入，将在未来帮助公司更好的加强行业地位；公司将继续推动全球化布局，争取早日成为一家欧美本土服务、全球生产制造、中国管理研发为一体的国际化公司。2026 年，公司将力争实现主营业务 10%以上增长。

### （三）可能面对的风险

综合分析公司的外部环境和企业实际情况，公司面临的主要经营风险包括：

#### 1、贸易摩擦风险

目前美国是公司的最大单一市场，自美国最高法院裁决美国政府依据《国际紧急经济权力法》实施的大规模关税措施违法后，美国政府对全球又加征新关税，公司从中国和东南亚国家向美国出口的产品被征收关税，关税给行业发展和公司长期发展战略带来不利影响和不确定性。对此，公司将密切关注国际局势，继续实施国际化战略，推进海外制造基地建设，培育海外供应链，建立全球化的产能布局和供应链体系，确保公司业务稳定发展。

#### 2、汇率波动风险

目前公司营业收入基本来自于境外市场，如人民币汇率宽幅波动，将对公司的营业收入产生一定影响。公司主营业务订单大部分以美元计价，人民币对美元汇率波动直接影响产品的价格竞争力，从而对公司经营业绩产生影响。对此，公司将继续加强海外布局和结汇调控，对冲和降低汇率波动对公司业绩的影响。

#### 3、原材料价格上升风险

近年来，公司主要原材料价格波动较大，造成公司生产成本也有所波动。尽管公司对上游外协厂商议价能力较强，但若原材料价格持续上升，仍可能对公司盈利能力产生一定影响。对此，公司将继续加强采购和成本控制，与供应商建立战略合作关系并签订长期协议来消化原材料价格波动风险；同时持续优化产品结构，加强新产品的研发，依靠创新型产品确定合理价格，维持产品毛利率。

## 六、董事会日常工作情况

### （一）报告期内董事会的会议情况及决议内容

2025 年度，公司董事会共召开 9 次董事会会议，参加会议的董事人数符合法定要求，董事会的召集、召开、表决程序及会议的提案、议案等符合《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》等法律、法规和公司制度的要求，具体情况如下：

#### 1、第六届董事会第十二次会议

公司第六届董事会第十二次会议于 2025 年 4 月 21 日在公司九楼会议室召开，会议审议通过了以下议案：

- （1）《2024 年度董事会工作报告》；
- （2）《2024 年度总裁工作报告》；
- （3）《2024 年年度报告》全文及其摘要；
- （4）《关于 2025 年度公司董事薪酬方案的议案》；
- （5）《关于 2025 年度公司高级管理人员薪酬方案的议案》；
- （6）《2024 年度财务决算报告》；
- （7）《关于公司 2024 年度利润分配预案的议案》；
- （8）《公司 2024 年度内部控制自我评价报告》；
- （9）《关于公司向银行申请银行授信额度的议案》；

(10) 《关于续聘天健会计师事务所（特殊普通合伙）担任公司 2025 年度审计机构的议案》；

(11) 《关于公司 2025 年度日常关联交易预计的议案》；

(12) 《关于开展 2025 年度外汇衍生品交易的议案》；

(13) 《关于开展外汇衍生品交易的可行性分析报告》；

(14) 《关于使用闲置自有资金进行委托理财的议案》；

(15) 《公司 2024 年度募集资金存放与使用情况的专项报告》；

(16) 《关于会计政策变更的议案》；

(17) 《关于计提资产减值准备的议案》；

(18) 《杭州巨星科技股份有限公司市值管理制度》；

(19) 《杭州巨星科技股份有限公司 2024 年度 ESG 报告》；

(20) 《关于召开 2024 年年度股东大会的议案》。

本次董事会会议决议公告刊登于 2025 年 4 月 22 日的《证券时报》、《中国证券报》和巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）

## 2、第六届董事会第十三次会议

公司第六届董事会第十三次会议于 2025 年 4 月 29 日在公司九楼会议室召开，会议审议通过了以下议案：

(1) 《2025 年第一季度报告》。

本次董事会会议决议公告刊登于 2025 年 4 月 30 日的《证券时报》、《中国证券报》和巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）

## 3、第六届董事会第十四次会议

公司第六届董事会第十四次会议于 2025 年 5 月 20 日在公司九楼会议室召开，会议审议通过了以下议案：

(1) 《关于修订〈公司章程〉的议案》；

(2) 《关于修订〈公司股东会议事规则〉的议案》；

(3) 《关于修订〈公司董事会议事规则〉的议案》；

(4) 《关于修订〈公司独立董事工作制度〉的议案》。

本次董事会会议决议公告刊登于 2025 年 5 月 21 日的《证券时报》、《中国证券报》和巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）

## 4、第六届董事会第十五次会议

公司第六届董事会第十五次会议于 2025 年 6 月 4 日在公司九楼会议室召开，会议审议通过了以下议案：

(1) 《关于聘任公司副总裁的议案》；

(2) 《关于选举公司第六届董事会专门委员会委员的议案》。

本次董事会会议决议公告刊登于 2025 年 6 月 5 日的《证券时报》、《中国证券报》和巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）

## 5、第六届董事会第十六次会议

公司第六届董事会第十六次会议于 2025 年 7 月 14 日在公司九楼会议室召开，会议审议通过了以下议案：

(1) 《关于收购股权的议案》。

本次董事会会议决议公告刊登于 2025 年 7 月 15 日的《证券时报》和巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）

## 6、第六届董事会第十七次会议

公司第六届董事会第十七次会议于 2025 年 8 月 26 日在公司九楼会议室召开,会议审议通过了以下议案:

- (1) 《2025 年半年度报告》全文及其摘要;
- (2) 《关于公司 2025 年半年度利润分配预案的议案》;
- (3) 《关于召开公司 2025 年第一次临时股东大会的议案》。

本次董事会会议决议公告刊登于 2025 年 8 月 27 日的《证券时报》和巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)

#### 7、第六届董事会第十八次会议

公司第六届董事会第十八次会议于 2025 年 9 月 23 日在公司九楼会议室召开,会议审议通过了以下议案:

- (1) 《关于为全资孙公司 Prime-LineProducts, LLC. 提供担保的议案》;
- (2) 《关于延期召开公司 2025 年第一次临时股东大会的议案》。

本次董事会会议决议公告刊登于 2025 年 9 月 24 日的《证券时报》和巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)

#### 8、第六届董事会第十九次会议

公司第六届董事会第十九次会议于 2025 年 10 月 30 日在公司九楼会议室召开,会议审议通过了以下议案:

- (1) 《2025 年第三季度报告》;
- (2) 《关于修订公司部分制度的议案》;
- (3) 《关于制订〈董事和高级管理人员离职管理制度〉的议案》。

本次董事会会议决议公告刊登于 2025 年 10 月 31 日的《证券时报》和巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)

### (二) 董事会对股东会决议的执行情况

报告期内,公司共召开一次年度股东会和一次临时股东会,公司董事会严格按照《公司法》等法律法规和《公司章程》的有关规定履行职责,认真执行股东会通过的各项决议。

### (三) 董事会下设的专门委员会履职情况

#### 1、董事会审计委员会

报告期内,董事会审计委员会依照法律、法规以及《公司章程》、公司《审计委员会实施细则》的规定,勤勉尽责,指导公司审计部对公司内部控制制度及执行情况、重要会计政策及财务状况和经营情况和管理情况进行了审查,督促公司财务部完善财务管理制度。本年度,共召开 4 次会议,审议了公司定期报告财务报表等事项,详细了解公司财务状况和经营情况,严格审查公司内部控制制度的建设及执行情况,对公司财务状况和经营情况实施了有效地指导和监督。在 2025 年度审计工作过程中,审计委员会在审计机构进场前与审计机构协商确定年度财务报告审计工作的时间安排和重点审计范围;督促会计师事务所的审计工作进展,保持与年审注册会计师的沟通,就审计过程中发现的问题及时交换意见,确保审计工作按时保质完成。同时,审阅了审计机构出具的审计报告,并对审计机构 2025 年度审计工作进行了评价和总结。

#### 2、董事会薪酬与考核委员会

报告期内,董事会薪酬与考核委员会依照法律、法规以及《公司章程》、公司《薪酬与考核委员会实施细则》的规定,对 2025 年公司董事、高级管理人员的薪酬情况进行了审核。

#### 3、董事会战略委员会

报告期内,董事会战略委员会依照法律、法规以及《公司章程》、公司《战略与发展委员会实施细则》的规定组织开展工作,对公司整体未来发展规划及战略部署进行商议,对公

司收购股权事项提出专业意见，为公司其他重大事项进行研究并提出专业意见，为重大事项的落地和后续规划献言献策。

#### 4、董事会提名委员会

报告期内，董事会提名委员会依照法律、法规以及《公司章程》、公司《提名委员会实施细则》的规定组织开展工作，对公司董事会聘任高管工作进行审查后提出建议，并将相关议案提交公司董事会审议。

## 七、公司普通股利润分配及资本公积金转增股本情况

报告期内利润分配政策，特别是现金分红政策的制定、执行或调整情况

适用 不适用

报告期内，公司利润分配政策的制定及执行情况，符合中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》和《公司章程》、《公司未来三年股东回报规划（2024-2026年）》等相关规定，相关决策程序和机制完备，独立董事勤勉尽责，充分维护了中小股东的合法权益。

现金分红政策的专项说明	
是否符合公司章程的规定或股东会决议的要求：	是
分红标准和比例是否明确和清晰：	是
相关的决策程序和机制是否完备：	是
独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用：	是
公司未进行现金分红的，应当披露具体原因，以及下一步为增强投资者回报水平拟采取的举措：	不适用
中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，其合法权益是否得到了充分保护：	是
现金分红政策进行调整或变更的，条件及程序是否合规、透明：	不适用

公司报告期内盈利且母公司可供股东分配利润为正但未提出现金红利分配预案

适用 不适用

本报告期利润分配及资本公积金转增股本情况

适用 不适用

每10股送红股数（股）	0
每10股派息数（元）（含税）	4
分配预案的股本基数（股）	1194478182
现金分红金额（元）（含税）	477,791,272.80
以其他方式（如回购股份）现金分红金额（元）	0.00
现金分红总额（含其他方式）（元）	477,791,272.80
可分配利润（元）	7,732,350,320.73
现金分红总额（含其他方式）占利润分配总额的比例	100.00%
本次现金分红情况	
其他	
利润分配或资本公积金转增预案的详细情况说明	
经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司（母公司）2025年度实现净利润186,890.78万元，加上以前年度剩余可供分配利润为616,206.21万元，扣除2025年用于现金股利分配29,861.95万元，实际可供股东分配的利润为773,235.03万元。（注：合计数与根据各明细数计算之数在尾数上的差异，系由四舍五入的原因所致）	

根据公司发展战略和实际经营情况，同时考虑到公司已经在 2025 年半年度派发过现金股利，公司拟定 2025 年度利润分配预案为：以 2025 年 12 月 31 日公司总股本 1,194,478,182 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 4 元（含税），预计现金分红总额为 477,791,272.80 元，本次不送红股，也不以资本公积金转增股本，剩余未分配利润结转至下一年度。截至 2025 年 12 月 31 日，公司（母公司）累计已计提法定盈余公积 927,192,284.33 元，已达到注册资本的 50%以上。根据《公司法》和《公司章程》有关规定，公司 2025 年度不再计提盈余公积。

## 八、报告期内接待调研、沟通、采访等活动

√ 适用 □ 不适用

接待时间	接待地点	接待方式	接待对象类型	接待对象	谈论的主要内容及提供的资料	调研的基本情况索引
2025 年 04 月 03 日	杭州市上城区九环路 35 号	网络平台线上交流	机构	两百多家机构	“对等关税”对公司的影响及公司的应对措施	投资者关系活动记录表（编号：[2025 年]第 001 号）
2025 年 04 月 23 日	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	机构、个人	电话咨询的机构投资者、个人投资者	公司 2024 年年度经营情况及未来发展战略	不适用
2025 年 04 月 24 日	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	机构、个人	电话咨询的机构投资者、个人投资者	公司 2024 年年度经营情况及未来发展战略	不适用
2025 年 04 月 25 日	杭州市上城区九环路 35 号	网络平台线上交流	个人、机构	通过价值在线网站或小程序参与公司 2024 年度网上业绩说明会的投资者	公司 2024 年年度经营情况及未来发展战略	投资者关系活动记录表（编号：[2025 年]第 002 号）
2025 年 04 月 30 日	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	个人、机构	电话咨询的机构投资者、个人投资者	公司 2025 年第一季度经营情况	不适用
2025 年 08 月 27 日	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	机构、个人	电话咨询的机构投资者、个人投资者	2025 年半年度经营情况	不适用
2025 年 08 月 28 日	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	机构、个人	电话咨询的机构投资者、个人投资者	2025 年半年度经营情况	不适用
2025 年 10 月 31 日	杭州市上城区九环路 35 号	电话沟通	其他	电话咨询的机构投资者、个人投资者	2025 年前三季度经营情况	不适用

杭州巨星科技股份有限公司董事会

二〇二六年四月二十九日