

公司代码：603868

公司简称：飞科电器

上海飞科电器股份有限公司
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，投资者应当到上海证券交易所网站（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

2025年度利润分配预案：拟以2025年12月31日的总股本435,600,000股为基数，向全体股东每10股派发现金红利5.00元（含税），共计分配现金红利217,800,000.00元。2025年度不进行资本公积金转增股本。该议案需报请公司2025年年度股东会审议批准后实施。

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	飞科电器	603868	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	郭加广	任泽宇
联系地址	上海市松江区广富林东路555号	上海市松江区广富林东路555号
电话	021-52858888-839	021-52858888-839
传真	021-52855050	021-52855050
电子信箱	flyco@flyco.com	flyco@flyco.com

2、报告期公司主要业务简介

（一）公司所处行业情况

国家统计局数据显示，2025年国内社会消费品零售总额同比增长3.7%，全国实物商品网上零售额增速略高于社会消费品零售总额，线上消费渗透率26.1%，连续两年呈现回落态势。2025年，随着国家扩内需促消费政策的持续发力，特别是家电以旧换新和消费补贴政策的深入推进，家电市场整体保持稳健增长态势。个人护理电器品类受益于政策红利逐步释放，呈现分化发展态势。根据奥维云网（AVC）数据，2025年国内家电（不含3C）全渠道销售规模8,931亿元，2025年个护小家电（电吹风、电动牙刷、电动剃须刀）零售额243亿元，同比微降0.4%。分品类来看，电动剃须刀零售额同比增长11.8%，便携式产品成为增长主引擎，市场份额从2024年的25.4%攀升至2025年的36.5%；电吹风品类受高速电吹风产品增速下降影响，整体零售额同比下降9.2%；电动牙刷零售额基本持平。

销售渠道方面，线上渠道整体呈现出存量竞争激烈、增速放缓、场景延伸以及合规趋严，推动价格竞争逐渐回归价值竞争的态势。在传统电商、社交电商、直播电商等原有渠道基础上，即时零售正在逐渐成为小家电销售的重要增长力量，个护小家电因其体积小、单价适中、即买即用的属性，与即时零售的消费场景高度契合。另外，AI搜索入口凭借其高效的信息整合能力，以及其以对话为核心交互方式与人类自然沟通习惯的高契合度，逐步培养用户使用惯性，有望成为未来消费者特别是年轻消费者的重要消费决策路径。

消费需求与市场竞争层面，2025年行业呈现出品质升级、价值竞争的显著趋势，品质、健康、个性，智能化与场景化细分已经成为小家电产品的核心特征。年轻消费群体成为市场核心驱动力，95后、00后消费者占比持续提升，其消费偏好从单纯的实用性、性价比转向兼顾情绪价值、产品体验与个性化需求，愿意为设计感、场景化功能支付溢价的精致实用需求。另一方面，流量竞争的进一步加剧和流量费用持续高企成为制约行业提质扩容、长期发展的重要因素，在政策导向的加持下，市场竞争逻辑从价格竞争转向价值竞争，提升品牌势能、筑牢用户粘性壁垒、持续深耕产品创新，成为行业运营策略再次转型的显著趋势，也是企业稳固核心优势、实现长效发展的关键抓手。

总体而言，2025年个护小家电行业在政策红利、消费升级、技术创新的多重驱动下，迎来高质量发展新机遇，行业分化格局下，具备全渠道布局能力、产品创新能力与高端化布局的企业将优先受益，政策导向推动企业加大节能技术、智能技术研发投入，为个护小家电行业产品创新

升级也进一步明确了发展方向。未来，随着促消费政策效应持续显现，国内巨大的市场潜力将进一步释放，推动个护小家电行业持续提质增速，保持广阔的行业发展前景。

（二）公司主要业务和产品

公司是一家集剃须刀等个人护理电器、生活电器及厨房电器等智能时尚电器的研发、制造、销售于一体的企业，历经 27 年的快速发展，公司在个护电器领域已拥有很高的知名度和市占率，是国内个护电器行业的著名品牌。

近年来，公司围绕“研发创新”、“品牌运营”两大核心竞争力和“时尚、简约、科技”的产品设计理念，全面搭建多维产品创新矩阵，打造科技创新产品。公司基于 95 后、00 后年轻消费者的消费特征，以科技、经典、潮流、IP 文化四大方向推动产品研发智能化、时尚化、年轻化升级，满足年轻消费者彰显自己的个性和生活态度的需求。目前产品包括个人护理电器、生活电器和厨房电器三大类：

（1）个人护理电器品类目前主要产品：电动剃须刀、高速电吹风、电动牙刷、冲牙器、电动理发器、鼻毛修剪器、女士剃毛器、烫发器等。

（2）生活电器品类目前主要产品：智能电熨斗、智能挂烫机、智能加湿器、智能健康秤、毛球修剪器等。

（3）厨房品类目前主要产品：电热水壶、养生壶等。

（三）公司主要经营模式

1、集中采购模式

公司原材料实行集中采购原则，无论是公司的自有工厂，还是外包厂家，主要原材料和核心零部件采购业务均由公司集中采购，并通过设立专业供应链子公司，专注于精益化采购管理。凭借规模效应，公司与上游原材料供应商的议价能力得以增强，成本得到有效控制。

2、自主生产与外包生产相结合的生产模式

公司采取自主生产与外包生产相结合的生产模式。公司研发运营总部专注于提升研发设计、品牌建设和销售管理的核心竞争能力，生产制造在对每款产品建立起技术标准、管理标准、工时

标准后，全部转由生产子公司及外包厂家完成。2025年全年公司产品外包生产数量占总产量的比例为12.67%，较上年下降24.30个百分点。

3、经销和直销结合的营销模式

公司产品销售为经销和直销结合的销售模式，通过电子商务、飞科体验店和形象终端、KA终端、区域分销、礼品团购等相结合的多维营销渠道，基本实现对各级市场的全面覆盖，提高了产品销售的渗透力。截至2025年12月31日，公司拥有12家全资销售子公司和375家经销商。

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	3,981,532,860.19	3,775,975,557.52	5.44	4,459,200,718.23
归属于上市公司股东的净资产	3,326,658,821.71	3,032,485,844.18	9.70	3,576,345,741.08
营业收入	3,861,080,699.23	4,147,209,853.76	-6.90	5,059,683,184.43
利润总额	638,049,667.43	561,133,826.35	13.71	1,253,078,341.44
归属于上市公司股东的净利润	512,084,673.68	457,861,390.82	11.84	1,019,636,618.30
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	451,482,740.25	358,407,696.73	25.97	886,042,795.25
经营活动产生的现金流量净额	875,198,097.06	296,259,445.00	195.42	1,310,951,610.65
加权平均净资产收益率(%)	16.20	14.59	增加1.61个百分点	29.73
基本每股收益(元/股)	1.18	1.05	12.38	2.34
稀释每股收益(元/股)	1.18	1.05	12.38	2.34

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	1,157,139,176.38	958,476,434.75	924,461,693.32	821,003,394.78
归属于上市公司股东的	180,945,694.41	140,116,062.74	136,048,949.31	54,973,967.22

净利润				
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	164,190,732.40	130,428,301.32	112,838,648.64	44,025,057.89
经营活动产生的现金流量净额	319,106,496.89	151,533,171.24	274,533,419.44	130,025,009.49

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

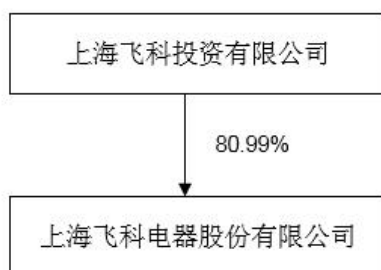
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）		11,373					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		12,129					
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	
上海飞科投资有限公司	0	352,800,000	80.99		无		境内 非国 有法 人
李丐腾	0	39,200,000	9.00		无		境内 自然 人
科威特政府投资局—自有资金	-1,748,700	4,792,249	1.10		无		未知
香港中央结算有限公司	864,377	4,304,481	0.99		无		未知
郑剑波	1,294,976	1,294,976	0.30		无		未知
中国银行股份有限公司—富兰克林国海潜力组合混合型证券投资基金	-172,661	1,227,300	0.28		无		未知
全国社保基金四一八	978,900	978,900	0.22		无		未知

组合							
郑立	578,000	578,000	0.13		无		境内自然人
中信证券信养天禧股票型养老金产品-中国工商银行股份有限公司	434,300	434,300	0.10		无		未知
谢静	419,600	419,600	0.10		无		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	上海飞科投资有限公司为公司控股股东，李巧腾为公司实际控制人，持有上海飞科投资有限公司 98%股权。除此之外，公司未知前十大股东之间是否存在关联关系、或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人关系。公司未知前十名无限售条件股东之间，以及前十名无限售条件股东和前十名股东之间是否存在关联关系、是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

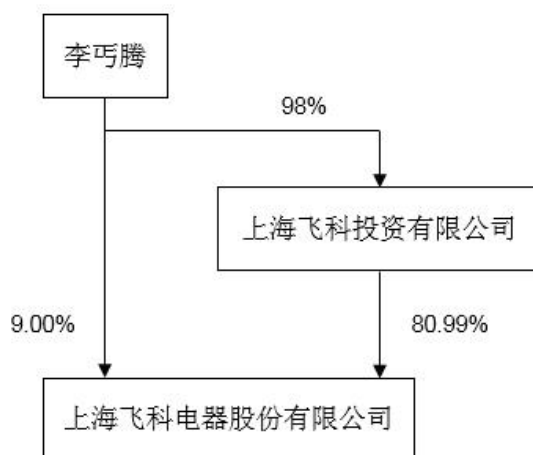
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

详见“第三节管理层讨论与分析”中“三、经营情况讨论与分析”。

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