

公司代码：600679 900916

公司简称：上海凤凰 凤凰 B 股

上海凤凰企业（集团）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 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

根据2026年4月27日第十一届董事会第九次会议决议，以公司2025年12月31日总股本515,294,257股为基数，向2025年度现金红利派发股权登记日登记在册的A股、B股股东每10股派发现金红利人民币0.63元（含税），B股折算成美元发放，预计派发现金红利人民币32,463,538.19元。

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	上海凤凰	600679	金山开发
B股	上海证券交易所	凤凰B股	900916	金山B股

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	朱鹏程	李仁杰
联系地址	上海市长宁区福泉北路518号6座5楼	上海市长宁区福泉北路518号6座4楼
电话	021-32795689	021-32795679
传真	021-32795557	021-32795557
电子信箱	zpc@phoenix.com.cn	master@phoenix.com.cn

2、报告期公司主要业务简介

报告期内，全球自行车产业处于后疫情时代结构重塑与动能转换阶段，行业结构性变革深化，电动化升级成为全球核心发展主线，技术与产品创新成为竞争关键。

（一）行业宏观环境与周期定位

1. 全球经济环境：后疫情时代深度调整，电助力引领行业发展。2025年，全球自行车产业仍处于调整期。欧美作为核心市场，市场修复路径分化，欧洲保持高位稳健、美国迎来结构分化，电助力自行车成为两大市场共同的发展核心。

欧洲自行车行业处于结构优化与存量升级周期，电助力自行车稳居核心赛道，传统自行车则依托刚性需求形成稳健支撑。以欧盟最大单一市场德国为参考，据德国自行车工业协会 ZIV 数据，2024年德国自行车总销量 385 万辆，其中电助力自行车 205 万辆，占比超 53%；2025年总销量微降至 380 万辆，电助力自行车销量微降至 200 万辆、占比仍近 53%。同时，荷兰、奥地利、比利时、丹麦等欧盟核心市场中，电助力自行车渗透率也都在 50%及以上。欧洲电助力自行车虽告别高速增长，但凭借高渗透率基础与消费端核心需求，仍是区域内主力发展机会，驱动行业向高质量发展迈进。

美国自行车市场正经历价值结构深度分化，传统自行车与电助力自行车形成“此消彼长”的剪刀差格局。据最新贸易数据，2024年美国自行车进口总额为 13.44 亿美元，2025年增至 15.10 亿美元，同比增长 12.35%。其中，电助力自行车进口额从 2024 年的 4.36 亿美元飙升至 2025 年的 6.74 亿美元，增幅高达 54.6%；剔除电助力后，传统自行车进口额从 9.08 亿美元降至 8.36 亿美元，同比收缩 7.9%。电助力品类在进口价值中的占比一年间从 32.4%跃升至 44.6%，成为驱动美国自行车市场增长的主线，其逆势高速增长确立了行业未来发展的核心方向

总体而言，2025年欧美自行车市场呈现“总量分化、电动为核”的特征，欧洲依托高保有量基数进入存量升级与场景深化阶段，电助力自行车持续释放品类替代价值；美国则在进口总额温和增长的表象下，传统品类价值收缩与电助力产品价值陡增形成鲜明剪刀差，电助力产品进口额的高增速使其成为行业确定性的增长极。电动化升级不仅是当前行业的核心主线，更将成为未来数年驱动全球自行车行业高质量增长的核心引擎。

2. 国际贸易环境：产业链重构与区域化布局加速。受全球贸易环境不确定性上升影响，全球自行车产业链为寻求发展确定性与运营效率，布局正加速向多元化、区域化转型，中国、东南亚及东欧等制造枢纽依托各自产业优势重新定位，区域化制造与本地化交付的重要性持续提升，成为行业

产业链布局的核心趋势。

在此背景下，中国自行车行业凭借深厚的产业积淀，在市场波动中展现出强大的产业韧性与升级潜力，出口市场呈现结构化发展特征。据海关总署统计，2025年全年我国传统自行车出口量达4894万辆，同比增长2.4%，出口额187.4亿元人民币，同比微降1.1%，呈现“量增价稳”的修复态势。中国自行车产业在全球产业链中的核心地位持续巩固，同时也在顺应产业链区域化趋势，加速推进全球化产能与渠道布局。

3. 产业周期与结构性调整：从规模扩张向质量增长转型。依托全球电动化发展大势与国内产业链升级支撑，本土自行车产业加速完成结构性迭代，全面迈入质量效益驱动的全新发展周期。国内消费市场分层趋势凸显，高端化、智能化升级需求持续释放，行业价值空间稳步拓宽。据中国自行车协会数据，2025年国内电动自行车（含电助力自行车）全年产量达5490万辆，同比增长29%；行业经营效益同步提升，营业收入同比增长21.4%，利润增速更是高达42.2%，盈利结构持续优化。其中，中高端智能电动车型市场表现亮眼，销量增长显著，充分印证行业核心增长动力，已从过往单纯的产能与数量提升，转向由运动健康消费升级、核心技术迭代、全民绿色出行理念共同驱动的高质量增长新阶段，进一步筑牢国内产业根基，强化全链条全球竞争优势。

（二）行业细分市场深度分析

1. 全球与中国市场供需分析：中国作为全球自行车供应链的中心地位依然稳固，但贸易结构与产业价值链正在发生深刻变化。国内市场供需方面，一个显著特征是高端消费更趋理性。2025年，我国自行车进口额下降超60%，平均进口单价较上年下降约12%。这清晰印证了竞争力日渐增强的国产品牌正在中高端市场赢得更多份额。

2. 核心细分赛道趋势：**电助力自行车：**作为行业核心细分赛道，已成为驱动全球及国内自行车市场增长的首要战略引擎。全球电助力车市场已迈入技术创新与合规标准双轮驱动的高质量发展新阶段。欧洲市场凭借成熟的消费基础保持渗透率全球领先，德国、荷兰等核心市场中，电助力车不仅销量占整体市场的半数，更在销售额端形成70%-80%占比的核心贡献，品类价值凸显。同时，电助力货运车、折叠车等细分品类贴合海外多元消费场景需求，在欧美市场迎来迅猛增长，成为电助力车赛道新的增长亮点。

高端运动车：市场经历热度回调后步入理性繁荣期。消费升级的核心趋势并未逆转，而是呈现更清晰的多元化与专业化特征。与此同时，国产力量在高端领域实现系统性突破，碳纤维车架、轮组及电子变速系统等技术正快速提升国产品牌在高价值区间的竞争力。

传统代步车：市场基本盘稳固，并呈现出新的增长特点。一方面，下沉市场消费潜力持续释放，电商平台数据显示，2025年自行车销售增速靠前的城市中，四线及以下城市占绝大多数。另一方面，线上渠道与线下体验融合的“新零售”模式成为重要增长极。

行业集中度在细分领域提升，呈现“全球化”与“本土化”交织的复杂态势。竞争已从单一的价格或配置竞争，全面延伸至产品设计、核心技术自研、供应链敏捷性、全渠道服务体验以及品牌文化构建的综合生态竞争。

（三）关键驱动与制约因素

1. 关键驱动因素：

全球绿色出行政策与消费理念的长期红利：国内外政府将自行车与电助力自行车视为实现减碳目标的重要工具。欧洲多国持续提供购车补贴，国内“以旧换新”、户外运动目的地建设等政策，为行业创造了持续向好的宏观环境。

电动化与智能化融合带来的产品革命与价值提升：E-bike的持续渗透是未来数年最确定的增长主线。智能助力系统、车载智能互联、电池管理技术的深度融合，显著提升了单品的科技附加值与品牌溢价空间。

国产品牌全面崛起所获得的时代机遇：在供应链优势基础上，国产品牌在设计、研发、品牌运营上取得长足进步，消费者对优质国货的信任度和认同感显著增强。

中国超大规模市场与完备供应链构成的独特优势：中国拥有从原材料到整车的完整产业链和层次丰富的国内市场，形成了“国内国际双循环”相互促进的良性发展基础。

2. 关键制约因素：

国际贸易环境复杂性及政策不确定性加剧：主要出口市场贸易保护主义抬头构成持续性挑战。欧盟委员会于2025年宣布对来自中国的电助力自行车延长反倾销与反补贴措施；美国相关政策亦存在波动，2025年前三季度中国对美出口量同比减少约40%。

国内市场竞争加剧与行业结构性挑战：市场在分化中竞争加剧，部分中低端赛道面临价格压力。同时，在电助力自行车等领域仍存在关键核心技术积累、品牌价值建设等方面的挑战。

综合成本上升与合规门槛大幅提高：原材料价格波动、国际物流成本以及全球日益严格的合规要求（如欧盟新电池法规）持续给企业带来成本压力。

综上所述，2025年自行车行业正处于转型升级的关键节点，高端化、电动化、场景化、国际化已成为不可逆转的产业趋势。行业竞争的核心从“制造效率”转向“科技创新与品牌生态”的构建。

2025年公司始终聚焦自行车核心主业，坚定不移推进“全球化、高端化、数字化”核心战略。报告期内，公司主营业务未发生重大变化，主要从事自行车整车及其零部件的研发、生产与销售业务，同时开展部分房地产租赁及物业租赁等业务。公司构建了多层次、国际化的品牌矩阵，拥有“凤凰”主品牌、定位大众运动市场的“FNIX”（菲尼仕）品牌、拥有百年历史的日本“丸石”品牌以及零部件“89”品牌，产品线全面覆盖锂电助力车（E-bike）、自行车、儿童自行车、共享单车及关键零部件，销售网络遍布全球数十个国家和地区。

1. 锂电助力车（E-bike）。锂电助力车板块已成为公司业绩增长的核心支柱与战略转型的关键，报告期内，公司在保加利亚建设生产基地，推动业务从“产品出口”迈向“产能出海”，进一步贴近海外市场、优化供应链效率，为锂电助力车业务全球化布局与长期稳健发展提供有力支撑。

2. 自行车板块。自行车板块持续推进“FNIX专业高端+凤凰国民经典”双品牌战略，优化产品结构、提升品牌价值。FNIX以专业赛事与职业车队为抓手，研发生产的竞技车型参与顶级赛事，强化专业、赛事的影响力。凤凰品牌稳固通勤市场，推动产品向骑行生活伙伴转型升级。全年双品牌协同发力，守正创新，在稳固市场基本盘的同时拓展高端增长空间，板块盈利水平稳步提升。

3. 儿童自行车。凤凰童车以品质为基石、品牌为引领，以天津天任生产基地为依托，建立覆盖研发、生产、检测的全流程闭环品控体系。公司打造“FNIXSTAR、凤凰精品、凤凰”三级品牌矩阵，成功拓展中高端市场，实现产品档次与品牌价值同步提升。同时借助小红书、抖音等平台数字化营销实现销量增长，成为集团以质取胜的转型标杆。

4. 共享单车及相关服务业务。公司搭建研发、制造、品控闭环质量体系，推进模块化设计与分布式制造，运用新材料及新工艺提升产品性能与成本优势。依托CNAS认证实验室及第三方检测，建立全流程严格品控标准，车架、焊接、耐用性等核心指标达行业领先水平。凭借可靠品质与稳定交付，深化与哈啰、美团、青桔三大头部平台合作，构筑稳固的客户合作壁垒。

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：万元 币种：人民币

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	335,498.54	332,130.43	1.01	325,785.86
归属于上市公司股东的净资产	213,316.80	203,383.3	4.88	215,864.66
营业收入	215,773.04	219,208.90	-1.57	173,932.27
利润总额	12,144.32	-14,449.03	不适用	4,553.82
归属于上市公司股东的净利润	10,671.38	-13,909.37	不适用	4,529.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	5,038.45	-6,351.95	不适用	3,021.33
经营活动产生的现金流量净额	13,845.97	21,242.86	-34.82	-1,452.13
加权平均净资产收益率(%)	5.10	-6.62	增加11.72个百分点	2.12
基本每股收益(元/股)	0.21	-0.27	不适用	0.09
稀释每股收益(元/股)	0.21	-0.27	不适用	0.09

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	656,723,976.89	642,587,991.85	536,100,240.18	322,318,268.73
归属于上市公司股东的净利润	30,680,991.45	17,185,287.21	68,357,513.26	-9,509,990.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	28,311,572.42	11,514,446.37	12,175,206.18	-1,616,737.32
经营活动产生的现金流量净额	-200,554,132.34	113,016,115.30	146,339,465.43	79,658,214.86

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

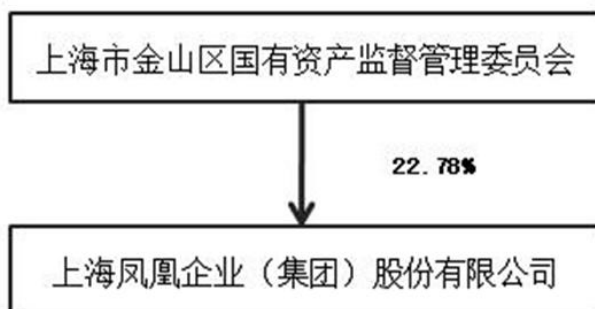
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					42,924		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					41,128		
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	
上海市金山区 国有资产监督 管理委员会	0	117,377,339	22.78	0	无		国有法人
江苏美乐投资 有限公司	0	64,743,722	12.56	0	质押	64,743,722	境内非国有 法人
王翔宇	361,800	17,493,381	3.39	0	质押	11,931,181	境内自然人
上海金山资本 管理集团有限 公司	2,564,700	8,361,290	1.62	0	无		国有法人
GUOTAIJUNANSE CURITIES （HONGKONG） LIMITED	1,368,342	7,143,341	1.39	0	无		境外法人
汪荣生	3,085,901	3,085,901	0.60	0	无		境内自然人
招商证券（香 港）有限公司	100,000	1,724,073	0.33	0	无		境外法人
周晓建	0	1,380,255	0.27	0	无		境内自然人
SHENWANHONGYU ANNOMINEES (H. K.) LIMITED	0	1,092,602	0.21	0	无		境外法人
唐小路	0	1,070,620	0.21	0	无		境内自然人
上述股东关联关系或一致 行动的说明	GUOTAIJUNANSECURITIES（HONGKONG）LIMITED 持有公司 7,143,341 股境内上市外资股中 5,152,882 股为股东 WangLucy 持有。公司前 10 名股东中，1) 上海市金山区国有资产监督管理委员会和上海金山资本管理集团有限公司，2) 江苏美乐投资有限公司、王翔宇和 WangLucy，分为别为两组一致行动人关系，公司未知其他股东之间及前 10 名无限售条件流通股股东之间是否存在关联关系，或属于《上海证券交易所股票上市规则》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						

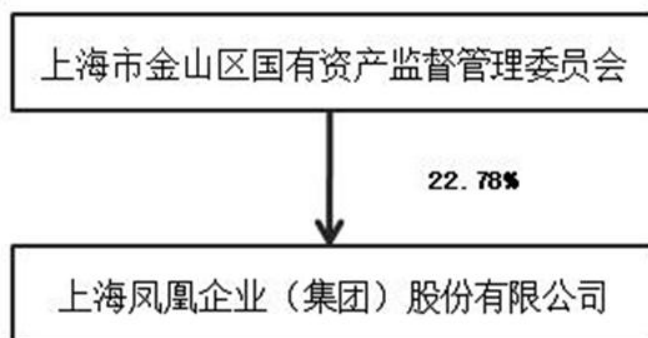
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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，公司经营情况如下：

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