

公司代码：603215

公司简称：比依股份

BIYI 比依

**浙江比依电器股份有限公司
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 <http://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、 中汇会计师事务所（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 年年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除回购专户中累计已回购的股份和拟回购注销的限制性股票为基数，每股派发现金红利 0.23 元（含税）。截至 2026 年 4 月 29 日，公司总股本 215,306,249 股（含公司 2024 年度向特定对象发行股票 27,366,698 股[注 1]），同时扣除拟回购注销的限制性股票 711,171 股（含前次尚未实施注销的 7,600 股[注 2]），实际可参与利润年年配的股数为 214,542,378 股，以此计算合计拟派发现金红利 49,344,746.94 元（含税），占公司 2025 年度合并报表中归属于上市公司股东净利润的 60.57%。

最终实际分配总额以实施权益分派股权登记日时有权参与本次权益分派的总股数为准计算。如在本报告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配金额不变，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。上述利润分配方案实施后，剩余未分配利润结转以后期间。本年度不进行送股及资本公积金转增股本。本次利润分配方案尚须提交公司 2025 年年度股东会审议通过后方可实施。

注 1：详见公司于 2026 年 4 月 25 日披露的《浙江比依电器股份有限公司 2024 年度向特定对象发行 A 股股票发行情况报告书》。

注 2：公司董事会于 2025 年 10 月 29 日审议回购注销 3 名员工共计 7,600 股的限制性股票，详见公司于 2025 年 10 月 30 日披露的《浙江比依电器股份有限公司关于回购注销部分限制性股票的公告》（公告编号：2025-064），目前前述 7,600 股限制性股票的注销手续尚未办理。

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	比依股份	603215	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	田金明	郑玲玲
联系地址	浙江省余姚市城区经济开发区城东新区俞赵江路88号	浙江省余姚市城区经济开发区城东新区俞赵江路88号
电话	0574-58225758	0574-58225758
传真	0574-62608313	0574-62608313
电子信箱	bydmb@biyigroup.com	Tracy@biyigroup.com

2、报告期公司主要业务简介

公司主营业务为智能小家电产品的研发、设计、制造和销售。公司所处行业为家电行业，细分行业为小家电行业。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司隶属于“电气机械和器材制造业”（C38）；根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司隶属于“家用电力器具制造”（C385）之下的“家用厨房电器具制造”（C3854）。

公司所处行业小家电行业的脉动，始终与国民生活同频共振，其发展与居民收入水平、就业率紧密相连，亦受全球经济与宏观经济周期性波动的影响。终端消费需求是行业发展的核心引擎，在欧美市场，小家电早已深度融入日常生活，普及率居高不下，旺盛的消费需求持续为欧美小家电进口市场注入活力，推动行业稳步前行；就中国市场而言，国内居民可支配收入提升使得小家电消费成为提升生活品质的重要消费品，需求表现出一定的刚性特征。根据我国《家用电器安全使用细则》中的更换周期，厨房小家电的更换周期约4-5年，这种常态化的更新需求，如同涓涓细流，为国内小家电市场注入长效增长的不竭动力，也让整个行业得以跳出明显的周期性波动，始终保持稳健发展的态势。

岁月沉香，步履铿锵，近年来我国家用电器制造行业在迭代中成长、在创新中突围，不仅极大改善了亿万家庭的生活品质，更成为拉动经济增长、推动产业升级的重要力量。根据国家统计局数据显示，2025年，我国经济顶压前行、向新向优发展，全年国内生产总值140.19万亿元，按不变价格计算，比上年增长5.0%，为行业发展筑牢宏观根基。其中，规模以上工业中，电气机械和器材制造业增加值比上年增长9.2%，彰显出强劲的产业活力；全年社会消费品零售总额50.12

万亿元，比上年增长 3.7%，而限额以上单位商品零售额中，家用电器和音像器材类零售额比上年增长 11.0%，尽显行业的坚实韧性。即便在效益端面临一定压力，行业依然守住规模高位，在宏观政策的有力支撑与外部环境的逆风挑战交织中，书写着高质量发展的篇章。

这一成绩的背后，内销市场的持续发力功不可没。随着“以旧换新”政策力度不断加码，家电行业的品类格局悄然重塑，刚需产品的更新换代需求被有效激活，为市场增长注入新动能。与此同时，细分行业的龙头企业纷纷深耕创新，以匠心打磨产品，精准契合消费者对生活品质的更高追求，回应着多样化、个性化的细分需求，让小家电行业在差异化竞争中焕发新的生机。

在众多细分品类中，空气炸锅无疑是行业发展的一抹亮色。它凭借高速热风循环技术，在几乎不使用或少量使用食用油的前提下，便能复刻油炸的酥脆口感，既减少了油脂摄入，又锁住了食物本真营养，恰如其分地契合了现代人追求健康饮食的生活理念，逐渐成为千家万户厨房中的必备伙伴。奥维云网（AVC）监测数据印证了其热度：2025 年，国内空气炸锅线上市场销量、销售额、均价三大核心指标均实现同比增长，其中零售额同比增长 7.99%。如今，免翻面、可视窗口、蒸烤一体、蒸汽嫩炸等功能已成为新一代空气炸锅的标配，设计的迭代、功能的完善，正推动这款曾经的“网红产品”，稳步向专业、实用的厨房工具转型，完成从流量到价值的沉淀。

与空气炸锅并肩前行的，还有快速崛起的咖啡机市场。随着咖啡文化的春风浸润生活，消费者对咖啡品质的追求不断提升，为咖啡机市场的蓬勃发展注入强劲动力。奥维云网（AVC）监测数据显示，国内咖啡机线上零售额同比增长 36.75%，一路高歌猛进的态势，彰显出这一细分领域的巨大发展潜力。

目光投向海外，全球贸易环境的风云变幻，为家电出口带来了机遇与挑战并存的新征程。2025 年，我国出口顶住逆流，规模达 26.99 万亿元，同比增长 6.1%，虽对美出口额有所下降，但对欧盟和英国的出口额持续攀升，展现出强大的出口韧性。据海关总署数据，2025 年中国家用电器出口额达 6,888.5 亿元，在复杂的国际环境中，依然守住了出口规模的基本盘。

机遇与挑战交织，转型与创新并行。当前，家电行业正处在传统与创新的碰撞之中，全球化战略的“重构”正在悄然发生——企业以创新为帆，精准适配国际市场需求，推动出口产品结构向高附加值方向深化；而跨境电商的快速发展，如同为中国家电出口开辟了一条全新航道，让中国智造得以更便捷、更高效地走向全球，解锁海外市场新可能。

从“出口”到“出海”，一字之变，彰显的是中国家电企业的战略升级。为应对贸易壁垒与供应链风险，越来越多的企业选择布局海外基地，以本土化运营巩固海外市场，筑牢发展根基；同

时，凭借行业领先的智能创新能力，持续激发海外消费者的迭代需求，不断刷新中国家电在全球市场的竞争力，让中国智造的名片在世界舞台上愈发闪亮。

科技赋能，智启未来。2025 年，科技创新成果迎来集中落地，AI 技术如同春雨般浸润家电行业的每一个角落。从终端产品的智能迭代，到产业链各环节的高效联动，AI 赋能贯穿始终，既让消费者真切感受到各品类产品的创新升级，也推动行业在智能化、数字化、自动化的道路上不断探索，勾勒出未来智慧生活的清晰图景。

（一）主要业务、主要产品及用途

公司是一家以智能小家电产品研发、设计、制造及销售为核心业务的高新技术企业，主要产品包括空气炸锅、空气烤箱、咖啡机、环境电器、油炸锅、煎烤器等，同时积极拓展净饮机、扫地机、制冰机、奶泡机、AR 眼镜等新兴品类。

公司目前主要销售产品示例：

产品类别	产品图片	产品介绍
空气炸锅、空气烤箱		锅内 360 度热风循环均匀加热食物，激发食物本身油脂，契合健康饮食。
咖啡机		通过锅炉提供热水，同步利用磨豆系统将咖啡豆研磨成粉，采用高效能电磁泵增压技术和自动清运系统实现高效萃取无残留。
环境电器		1、塔扇：加高宽域送风，低噪运行。 2、取暖器：空间速热，智能恒温。
油炸锅		采取油层中部加热的方式控制上下油层的温度，达到精准炸制。

自成立以来，公司始终秉持“美食每刻在一起”的品牌理念，倡导健康、便捷的现代生活方式，围绕不同消费人群的饮食需求，持续研发并推出多款健康厨房小家电产品。

公司以“成为全球领先的创新型家电企业”为愿景，深耕技术研发，坚守品质初心，凭借在加热与散热结构设计、成本控制及快速交付等方面的综合优势，已成功进入多家国内外头部小家电客户的核心供应链体系。伴随持续的技术迭代与产品升级，公司行业影响力与市场认可度不断提升，先后与 Versuni（飞利浦）、晨北科技、SharkNinja/尚科宁家、De'Longhi/德龙、SEB/法国赛博集团、和生创新、苏泊尔等国内外知名企业建立稳定合作关系，承接多项重要业务订单与合作项目。

经过二十余年的技术沉淀与持续创新，公司紧密跟踪小家电行业发展趋势，持续优化产品性能、推进设计创新，对行业产品迭代升级具备快速响应能力。公司深耕高品质小家电领域，以“为了千万家庭的健康品质生活”为使命，坚持以消费者需求为导向，将产品创新置于发展核心位置。依托持续的研发投入与技术积累，公司积极拓展产品矩阵，有序布局咖啡机、环境电器、扫地机、净饮机、制冰机、奶泡机、AR 眼镜等新兴品类。通过多年的技术积累，掌握了“智能电油炸锅及其控制系统”、“空气炸锅整机热循环和冷风系统结构”及“空气炸锅式烤箱整机热循环和冷风系统结构”等核心技术。截至 2025 年 12 月 31 日，公司已取得境内专利 398 项。公司研发中心先后获的“德国 TÜV 莱茵集团制造商现场测试实验室”以及“Intertek 卫星计划认可实验室”等权威专业认证。

报告期内，公司从事的主要业务未发生重大变化。

（二）经营模式

1、采购模式

公司采用“以销定采+安全库存”的采购模式，计划部门依据订单交货期限、数量制定生产计划，并根据生产计划制定物料需求计划；采购部门根据物料需求计划向供应商询价，并对供应商报价进行筛选，下达采购订单。

2、生产模式

公司生产模式以自主生产为主、外协加工为辅。公司主要根据客户的需求自主组织产品的生产，基于小批量零星部件、临时性产能不足或对部分技术含量较低的加工环节采用了外协加工的模式。

（1）自主生产

公司主要根据客户订单进行生产，在接收到客户的确认订单后，采购部门购进原料，再由各生产部门按照客户要求的型号、数量以及交货期组织生产，快速响应客户需求。根据客户每月滚动式的预计订单制定未来一段时间内的生产计划，并按照排产计划制定物料采购计划。

(2) 外协加工

为了满足公司订单快速增长的生产需求，公司对小批量零星部件、临时性产能不足或部分技术含量较低的加工环节采取了外协加工。

3、销售模式

公司业务主要包括 ODM/OEM 业务和自主品牌业务，其中 ODM/OEM 业务销售均为直接销售，根据品牌方客户的生产订单提供产品设计、生产和交付，产品向终端客户的市场推广、品牌宣传和销售服务均由品牌方自行负责。公司的“BIYI 比依”、“露莱 LumosBari”、“卓朗 ZoomLand”等自主品牌业务以直销为主，主要通过公司直营线上店铺直接对终端消费者销售。

报告期内，公司的经营模式，包括采购模式、生产模式和销售模式，没有发生重大变化，均保持稳定且持续优化。

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	3,660,934,491.15	2,726,271,317.05	34.28	1,660,161,167.30
归属于上市公司股东的净资产	1,244,625,310.92	1,175,216,487.75	5.91	1,115,603,850.94
营业收入	2,350,363,987.97	2,058,688,089.55	14.17	1,559,517,744.04
利润总额	74,967,097.50	145,849,192.67	-48.60	226,730,106.84
归属于上市公司股东的净利润	81,473,581.82	139,556,856.93	-41.62	201,781,543.67
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	71,941,515.37	135,438,420.68	-46.88	192,990,999.28
经营活动产生的现金流量净额	55,217,938.21	158,560,549.92	-65.18	443,020,489.70
加权平均净资产收益率(%)	6.78	12.28	减少5.5个百分点	19.27
基本每股收益(元/股)	0.44	0.75	-41.33	1.08
稀释每股收益(元/股)	0.44	0.75	-41.33	1.08

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	530,337,902.89	627,098,853.71	598,085,627.19	594,841,604.18
归属于上市公司股东的净利润	15,011,504.95	38,700,679.41	18,492,198.30	9,269,199.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	11,938,634.89	36,948,089.41	17,241,711.17	5,813,079.90
经营活动产生的现金流量净额	23,726,721.65	64,938,795.62	-97,141,467.83	63,693,888.77

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

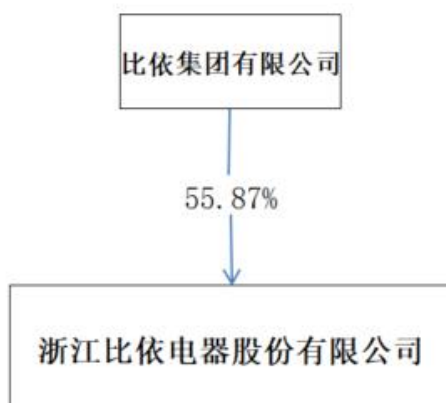
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）							15,151
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							12,770
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	
比依集团有限公司	0	104,996,250	55.87	0	无	0	境内非国有法人
比依集团（香港）有限公司	0	11,199,600	5.96	0	无	0	境内非国有法人
宁波比依企业管理合伙企业（有限合伙）	-465,000	6,060,250	3.22	0	无	0	境内非国有法人
浙江比依电器股份有限公司—2025 年员工持股计划	1,790,000	1,790,000	0.95	0	无	0	其他
深圳能敬投资控股有限公司—能敬奔腾三号私募证券投资基金	1,504,300	1,504,300	0.80	0	无	0	境内非国有法人
张建强	1,440,800	1,440,800	0.77	0	无	0	境内自然

							人
姚长寅	1,404,748	1,404,800	0.75	0	无	0	境内自然人
薛震宇	1,350,800	1,350,800	0.72	0	无	0	境内自然人
梁逸强	630,100	630,100	0.34	0	无	0	境内自然人
全国社保基金六零四组合	-59,800	500,000	0.27	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	比依集团（香港）有限公司系比依集团有限公司唯一股东，二者实际控制人均为闻继望。比依集团持有公司55.87%的股份，比依香港持有公司5.96%的股份。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

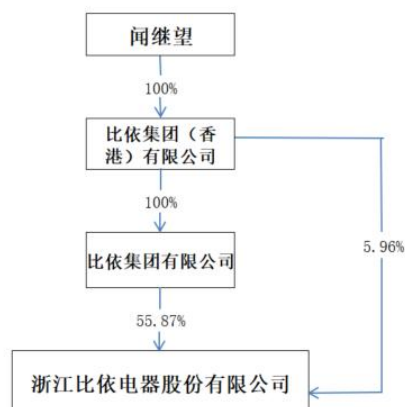
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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，公司实现营业收入 23.50 亿元，同比增长 14.17%；归属于上市公司股东净利润为 8,147.36 万元，同比下降 41.62%；扣除非经常性损益的净利润为 7,194.15 万元，同比下降 46.88%。

报告期内公司主要经营情况详见公司《2025 年年度报告》第三节“管理层讨论与分析”之“三、经营情况讨论与分析”内容。

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