

公司代码：603195

公司简称：公牛集团

公牛集团股份有限公司
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 <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、 天健会计师事务所（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

经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司2025年度实现归属于母公司股东净利润4,070,632,747.77元，截至2025年12月31日，母公司累计可供分配利润为3,788,561,204.15元。公司2025年度利润分配方案如下：以实施权益分派股权登记日登记的公司可参与分配的股份为基数，拟向全体股东每10股派发现金红利19元（含税）。

以截至本报告批准报出日公司总股本1,807,909,538股，合计拟派发现金红利3,435,028,122.20元（含税）。

在实施权益分派的股权登记日前公司可参与分配的股份发生变动的，拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。

本方案尚需公司2025年度股东会审议通过。

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	公牛集团	603195	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘圣松	靳晓雪
联系地址	上海市青浦区盈港东路3888号A7号楼	上海市青浦区盈港东路3888号A7号楼
电话	021-33561091	021-33561091
传真	021-33561091	021-33561091
电子信箱	liushengsong@gongniu.cn	jinxx@gongniu.cn

2、报告期公司主要业务简介

1. 行业发展阶段与周期性特点

按国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754—2017），公司从事的业务所处行业大类为“C38 电气机械和器材制造业”，其中转换器、墙壁开关插座和数码配件产品属于“3899 其他未列明电气机械及器材制造”小类，LED 照明属于“3872 照明灯具制造”小类，新能源充电枪/桩属于“3829 其他配电及控制设施制造”小类。

随着我国经济结构进一步优化，居民可支配收入和消费水平的不断增长，推动了家用电器、消费电子、房地产、家装、新能源汽车等行业的持续快速增长，从而带动了电连接、智能电工照明、新能源充储产品市场需求的持续提升。当前，我国已成为世界转换器产品的主要生产基地，墙壁开关插座在我国市场上形成了民族品牌、国际知名品牌并存的局面；在照明领域，我国已成为世界工厂，产品远销全球绝大部分市场；在新能源汽车领域，我国是世界上最大的新能源汽车生产国、消费国。总体来看，传统的转换器、数码配件电连接产品，及墙壁开关插座、LED 电工照明产品已进入产业发展的成熟期，但其中细分品类，如智能生态家居产品，以及新能源产品正处于产业发展的成长期，产业红利持续释放。

电连接、智能电工照明、新能源产品与居民生活密切相关，无明显的行业周期性特征和区域性特征。其中，电连接、智能电工照明中的部分产品受春节期间大部分零售终端网点（如五金店、专业市场等）停业休息以及住宅装修减少等因素影响，第一季度通常成为产品全年销量最小的季节。

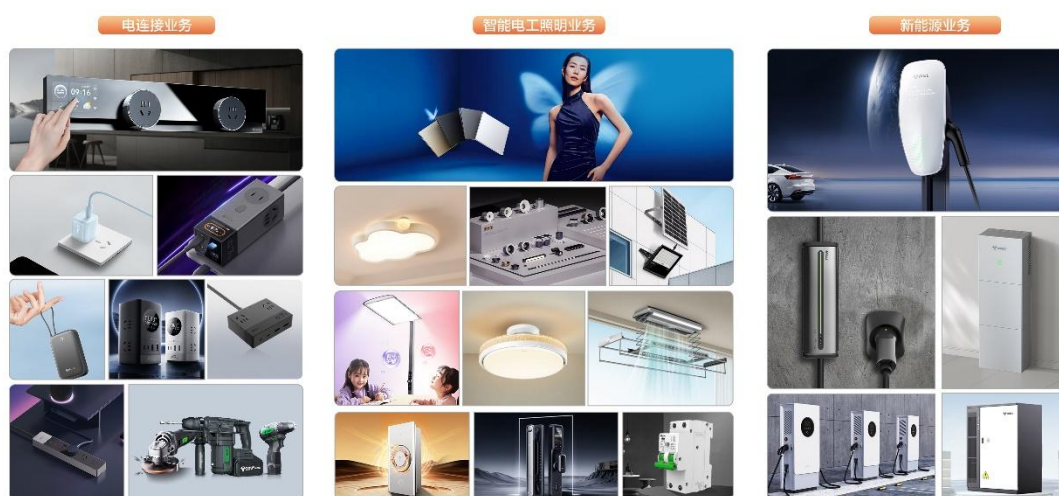
2. 公司所处的行业地位

公司深耕民用电工领域，始终坚持“专业专注、走远路”的经营理念，自 1995 年创立以来，逐步形成电连接、智能电工照明、新能源三大主营业务，凭借过硬的产品品质和良好的口碑，公牛品牌的知名度、美誉度不断提升，产品销量领先。报告期内，公司获得了“全国质量检验信得过产品”“全国消费者质量信誉保障产品”“全国民用电工行业质量领先品牌”等殊荣，公司及全资子公司公牛光电分别荣获浙江省科学技术进步二等奖。

根据情报通数据，2025 年公司转换器、墙壁开关插座、新能源汽车充电桩、新能源汽车充电桩产品在天猫市场线上销售排名均为第一。

1. 主要业务

报告期内，公司围绕战略目标，专注于电连接、智能电工照明、新能源三大业务。电连接产品主要为转换器（即插座）、数码配件、电动工具、数据中心配电产品等，智能电工照明产品主要包括墙壁开关插座、LED 照明（含智能照明）、安全断路器、智能浴霸、智能晾衣机、智能门锁、智能窗帘机等，新能源产品主要为新能源汽车充电桩/枪、家庭储能、工商业储能、户外便携式储能等。



公司坚守“成为国际民用电工行业领导者”的企业愿景，将“为客户提供安全舒适的用电体验”为使命，践行“专业专注、走远路”的发展理念。自 1995 年创立以来，公司始终坚持以消费者需求为导向，以产品品质为根本，从“插座”这一细分领域开始，不断推动功能、技术与设计的创新，开发出了大批受消费者喜爱的新产品。以创新为灵魂，凭借产品研发、营销、供应链及品牌方面的综合领先优势，公司在多年的发展过程中逐步拓展，形成了电连接、智能电工照明、新能源三大业务板块，围绕民用电工及照明领域形成了长期可持续发展的产业布局。

2. 经营模式

(1) 采购模式：公司的采购业务主要包括铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等生产物料采购和 IT 物资、行政等非生产物料采购两大类。公司确立了以品质为核心的采购策略，通过严格的供应商准入、定期考核及审查机制优选主要供应商，并与主要供应商建立战略合作关系，确保品质与交付。公司在集团层面设立采购共享平台，配备专职人员，通过集中采购、源头供应商直采、

招标等方式提升议价能力、降低采购成本、管控原材料质量。此外，公司优化完善供应商管理系统、ERP系统、制造执行及仓储管理等系统，加强精益采购管理，不断提升采购效率。

公司集中采购铜、银、铝、锡、塑料粒子、纸浆等大宗原材料，并通过期货套期保值等方式锁定交易价格，降低原材料现货市场价格波动给公司经营带来的不确定性风险。

(2) 生产模式：公司采用“市场预测+安全库存”的模式组织生产，以自制为主，部分新品和配套类产品采取OEM生产方式。各工厂负责相应产品和部件的生产组织，在确保产品品质、有效管控成本的同时保证按时交货。公司持续推进生产模式创新，通过搭建产销均衡体系，不断提高精益化、自动化和数字化水平，坚持技术创新，确保产品品质的同时，逐步提升“订单驱动”的柔性生产模式，降低库存积压损失。

(3) 销售模式：公司建立了线上线下一体化的全渠道销售模式。线下渠道销售模式以经销为主、直销为辅，公司在民用电工领域内创新性地推行线下“配送访销”的销售方式，并持续开展渠道精细化管理，有效组织、调动了全国经销商资源，经过长期积累，公司已建立了覆盖全国城乡、110多万家终端网点的线下销售网络。线上渠道以直销+经销模式覆盖主流电商平台，着力将旗舰店打造为品牌宣传窗口，积极开展数字化营销，借助各流量入口，实现“站外导流、站内销售”。同时，公司围绕智能电工照明品类，加速B端渠道装企、工程项目的开发与销售力度；围绕新能源相关品类，积极布局B端运营商客户。此外，公司积极拓展家装产品、新能源产品在海外市场的本土化销售能力，加快业务的全球布局。

报告期内公司新增重要非主营业务的说明

适用 不适用

一、报告期内公司所处行业情况

1. 行业发展阶段与周期性特点

按国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754—2017），公司从事的业务所处行业大类为“C38 电气机械和器材制造业”，其中转换器、墙壁开关插座和数码配件产品属于“3899 其他未列明电气机械及器材制造”小类，LED照明属于“3872 照明灯具制造”小类，新能源充电枪/桩属于“3829 其他配电及控制设施制造”小类。

随着我国经济结构进一步优化，居民可支配收入和消费水平的不断增长，推动了家用电器、消费电子、房地产、家装、新能源汽车等行业的持续快速增长，从而带动了电连接、智能电工照明、新能源充储产品市场需求的持续提升。当前，我国已成为世界转换器产品的主要生产基地，

墙壁开关插座在我国市场上形成了民族品牌、国际知名品牌并存的局面；在照明领域，我国已成为世界工厂，产品远销全球绝大部分市场；在新能源汽车领域，我国是世界上最大的新能源汽车生产国、消费国。总体来看，传统的转换器、数码配件电连接产品，及墙壁开关插座、LED 电工照明产品已进入产业发展的成熟期，但其中细分品类，如智能生态家居产品，以及新能源产品正处于产业发展的成长期，产业红利持续释放。

电连接、智能电工照明、新能源产品与居民生活密切相关，无明显的行业周期性特征和区域性特征。其中，电连接、智能电工照明中的部分产品受春节期间大部分零售终端网点（如五金店、专业市场等）停业休息以及住宅装修减少等因素影响，第一季度通常成为产品全年销量最小的季节。

2. 公司所处的行业地位

公司深耕民用电工领域，始终坚持“专业专注、走远路”的经营理念，自 1995 年创立以来，逐步形成电连接、智能电工照明、新能源三大主营业务，凭借过硬的产品品质和良好的口碑，公牛品牌的知名度、美誉度不断提升，产品销量领先。报告期内，公司获得了“全国质量检验信得过产品”“全国消费者质量信誉保障产品”“全国民用电工行业质量领先品牌”等殊荣，公司及全资子公司公牛光电分别荣获浙江省科学技术进步二等奖。

根据情报通数据，2025 年公司转换器、墙壁开关插座、新能源汽车充电桩、新能源汽车充电枪产品在天猫市场线上销售排名均为第一。

二、经营情况讨论与分析

2025 年，是公牛跨越三十年里程碑、开启新征程的开局之年。面对国内宏观承压、全球市场复杂多变的严峻考验，公司坚守战略定力，从容应对挑战，既稳住发展基本盘，也为长远发展谋篇布局，经受住了市场的检验。一方面，公司筑牢传统业务根基，主力品类市场占有率稳步提升，经营基本面保持稳健，通过精细化管控，盈利能力与现金流持续健康，展现了经营韧性与抗风险能力；另一方面，公司主动谋变布局未来，聚焦新业务孵化、新市场拓展，同步优化管理流程、夯实组织根基，为中长期高质量发展筑牢支撑。公司全年实现营业收入 160.26 亿元，实现归母净利润 40.71 亿元。短期业绩虽有压力，但品牌与技术实力斩获颇丰，报告期内公司先后获评“中国制造业民营企业 500 强”、工业和信息化部“中国消费名品”“制造业单项冠军”“国家卓越级智能工厂”“绿色工厂”等多项荣誉，成功斩获国家发改委等多部门联合授予的“国家企业技术中心”资质，推动公牛品牌向高端化、时尚化、科技化升级，进一步巩固综合领先优势与核心技术壁垒。

2025 年，公司重点围绕以下几个方面的工作不懈努力：

（一）电连接业务：巩固基本盘、布局新业态，在挑战中增强经营韧性

2025年，面对复杂的市场环境，电连接业务紧紧围绕“巩固基本盘、布局新业态”的核心方向，稳步推进传统转换器、数码快充等产品迭代升级，加快嵌入式、电动工具等新业务孵化落地，深化五金、即时零售、电商等渠道变革创新，有效抵御了市场波动，在挑战中持续增强经营韧性，进一步巩固并提升了公司在电连接领域的市场优势，为公司整体发展提供了坚实支撑。

我们持续强化传统业务核心竞争力，以产品迭代创新筑牢基本盘。转换器业务聚焦国内外多元应用场景，加快搭建全球化产品开发平台，进一步深化“安全用电专家”的品牌心智；重点推出GB7“隐嵌高端轨道插座”，凭借极简一体化设计、升级版触控智慧屏及“双纯平”保护门，成为高端装修首选；新一代立式数显、便携迷你插座具备多口快充、数字化显示等优势，兼容小米快充协议，深化了生态链合作；全球旅行转换器主打迷你化、系列化、快充化，创新增加柔性及伸缩线设计，适配多场景使用。同时，我们积极响应新国标升级要求，率先完成全系列四位及以上产品的超功率保护革新。数码业务聚焦安全快充领域，依托“零电压切换”“防过充”“半固态电池应用”等核心技术构建竞争壁垒，参与移动电源国家标准起草，推出半固态移动电源、“冰立方”充电器、桌面“公牛小魔盒”、新一代三合一快充等3C认证产品，适配航空、高铁等多元场景，为用户提供更安全、高效、智能的充电解决方案。

我们积极布局新赛道，推动嵌入式与电动工具业务实现快速突破、稳步发展。顺应家具电器化趋势，公司专门设立嵌入式业务部门，以嵌入式插座、轨道插座、嵌入式灯条为核心，深度布局家居、办公两大场景：家居端，与头部定制橱柜品牌合作，满足用户便捷、集成、智能、高颜值的取电需求，推动产品从单一单品向空间全套解决方案升级；办公端，嵌入式插座采用隐藏轨道、磁吸技术，支持独立过载保护及手机APP远程控制，成为现代办公空间整洁化、高效化的优选产品。同时，以轨道插座为代表的嵌入式产品，通过本土化创新成功进入欧洲及东南亚市场，为业务出海奠定基础。电动工具业务持续完善产品矩阵，丰富角磨、锤镐等产品系列，推出“小魔王”100型角磨机、“小钢炮”16V锂电电钻等爆款产品，凭借高效、耐用、易操作的优势获得市场认可；同时强化电机、电控等关键部件的自研自制能力，同步推进海外市场的产品定义与开发，全力挖掘市场增量。

我们深化渠道变革创新，以网点综合化升级和即时零售布局激活增长动能。五金渠道方面，重点推进综合型售点开发与精细化管理，提升公牛五金全品类渗透率，满足用户一站式采购需求；通过考核牵引营销团队转型，对薄弱市场开展一对一精准帮扶，推动经销商向规范化、企业化运营升级。其中，照明与低压断路器依托商照专区及高质量工装售点，实现工程项目销量稳步攀升；电动工具聚焦综合五金店与品牌专卖店，高效完成3万家售点覆盖；太阳能照明推进售点精准化、规模化布局，提前卡位赛道。同时，全面布局即时零售新业态，加快闪电仓、闪购店建设，实现终端售点线上下单、线下派送，精准贴合年轻消费群体需求。电商渠道以爆款单品与创新品类双轮驱动，凭借高端轨道插座、升降插座等产品抢占消费者心智；联动动漫IP，借助新媒体、短视

频等线上阵地开展年轻化推广，融合安全品质与时尚元素，持续巩固线上市占率，推动品牌向高端、时尚、年轻化升级。

(二) 智能电工照明业务：以 AI 智能+健康照明构建产品竞争力，充分发挥多品类集成优势，持续提升业务与品牌影响力

2025 年，行业环境下行承压、市场竞争日趋激烈，智能电工照明业务锚定核心发展方向，以 AI 智能与健康照明为核心抓手，聚焦墙壁开关、LED 照明等传统产品升级，加快护眼灯、沐光 AI 智能健康照明等新业务布局落地，深化装饰渠道、沐光渠道模式革新，依托多品类协同集成的独特优势对冲市场不确定性，展现出稳健的经营韧性，进一步巩固了行业领先地位、提升了品牌核心影响力。

我们持续深耕传统核心业务，以常态化产品迭代创新筑牢发展根基，持续放大品类竞争优势。墙壁开关业务聚焦高端化、智能化、国际化发展方向，推出亚克力拨杆、木纹拨杆等高端系列产品，其中 G70 拨杆、G68 “蝶翼 III 超薄开关” 斩获德国 iF、意大利 IDA 等国际设计大奖；同步补充兼容公牛及小米生态链的智能开关，创新免 AC 组网模式重塑家庭网络，搭建专属海外研发与供应链体系，丰富海外产品系列，为家装产品线出海积累经验。LED 照明业务以 “全屋健康照明” 为引领，推动健康光谱技术转化，推出 XC01 悦享、XC02 星逸两大系列，分别适配 “悦己美颜” “人因舒压” 场景，光源业务强化商业、工业领域竞争力，海外 SKU 数量大幅提升。生活电器业务主打 “超薄装饰化”，推出超薄装饰风扇灯、纯恒温浴霸等新品，贴合家装美学需求；低压电气业务推出 “窄立方” 系列漏电保护器，提升核心性能，同时拓展塑壳断路器等工业农业增量市场。

我们主动布局健康照明与智能交互新赛道，全力推动落地护眼灯、沐光 AI 智能健康照明两大新业务提速发展，培育业务增长新动能。顺应全民健康意识提升的趋势，深度布局落地护眼灯细分领域，推出搭载联合全球知名芯片公司研发的紫光科技产品，具备 “紫光护眼+红光养眼” 双重模式，支持顶部天幕光广角照明、自适应调光、语音智能交互，以高品质引领行业升级。沐光 AI 智能健康照明系统实现跨越式升级，深度融合 AI 大模型与 “云+网+边+端” 全栈自研技术，推出搭载新一代紫光芯片的超柔自然光射灯，通过健康光动态拟合技术实现视力保护、昼夜节律调节等功能，借助 Matter 协议打通多家居生态，推出 “墅级全屋智控解决方案”，适配平层、别墅及商业空间，相关成果在上海、广州设计周亮相，大幅提升品牌专业影响力。

我们立足多品类集成优势，深化渠道战略变革，构建多元化、综合化的渠道布局体系，激活终端增长活力。装饰渠道以全品类旗舰店为核心，开展 “店效倍增” 专项赋能，通过直达终端的订货会、微直播引流、陈列升级等举措提升门店效能，同时深耕装企渠道，提升渗透率与市场覆盖率；通过推行营销干部帮扶包干、驻商帮扶机制，将管理下沉终端，赋能合作伙伴规范化运营。沐光渠道精准聚焦 AI 智能健康照明定位，升级门店方案，打造 “沉浸式体验+专业化服务” 终端场景，借助高端异业联盟、独立设计师开发、新零售直播、精准广告等方式强化主动营销，用户转化率与品牌认可度显著提升，同时同步推进沐光终端网点的精细化布局，进一步扩大市场覆盖。

（三）新能源业务：不断提升家用、商用充电品类产品创新与客户服务能力，加速储能业务开拓

2025年，公司新能源业务实现新突破，整体发展势头良好。公司立足用户需求、紧跟行业趋势，夯实全栈自研与产品创新实力，以智能化产品稳固家用充电市场领先地位，重点开拓商用大功率充电与储能新赛道，优化C端终端网点与B端场景化渠道布局、提升全流程服务效能，进一步强化了市场竞争地位与品牌影响力，为公司高质量发展提供新动能。

家用充电桩作为公司新能源领域的核心布局品类，凭借持续的产品创新，牢牢稳固市场优势。我们精准挖掘个人用户痛点与智能化需求，推出“天际”“优享”系列智能化家用产品，其中“天际”系列以3D曲面玻璃设计、矩阵氛围灯打造高端美学体验，搭载智慧屏显系统实现无感启充、充电实时反馈；“优享”系列集成蓝牙智能控制，持续优化用户交互体验。同时，作为行业首批新国标认证企业，我们率先完成全系产品迭代，在漏电保护、短路保护、过温保护等六方面进行设计升级，进一步提升了产品的安全性与兼容性，市场认可度与品牌美誉度持续提升。

2025年，我们重点培育新增长曲线，聚焦商用充电桩与储能业务加速开拓，核心突破大功率重卡产品与欧洲户储产品创新。商用领域，我们完善重卡补能等大功率方案布局，优化核心硬件架构与软件协议，推出400kW大功率单体充电桩，同时加速落地1级能效标准的600kW大功率单体桩、3MW分体式群充系列产品，完善商用产品矩阵；储能领域，深耕欧洲户储市场，推进单相、三相家储及小型工商储产品创新与本土化验证，目前新一代产品正处于上市准备阶段；同时面向国内市场推出125kW/261kWh液冷储能柜，精准匹配中小企业、园区、数据中心、充电桩配储等场景，能够实现峰谷套利、需量管理、备用电源、光伏配储等功能，为用户提供灵活的智慧能源解决方案。

渠道建设方面，我们推动新能源业务从C端向B端全面变革创新，实现渠道布局优化与效能提升。C端市场持续深耕，终端门店覆盖核心城市、县域及重点乡镇，截至报告期末，全国范围内网点数量超3万家，优化咨询、购买、安装、售后全流程服务，提升产品触达与用户体验；B端市场聚焦高价值场景，深化“渠道+场景”布局，重点拓展港口、矿区、工业园、物流园等核心场景，报告期内落地多个光储充放一体化重卡充电场站标杆案例；同时加强与滴滴充电、云快充等平台战略合作，深化与地方政府、物流企业及电网企业的协同联动，推动商用充电项目规模化落地，进一步扩大渠道覆盖广度与品牌影响力。

（四）新孵化业务：积极推动数据中心、太阳能照明业务布局

2025年，公司积极布局数据中心与太阳能照明两大新孵化业务。数据中心业务以PDU产品为基础，深化与字节、腾讯等头部客户合作，推出适配AI算力的大功率直流PDU、智能母线等新产品，完善研产销体系并推进属地化售后服务建设；太阳能照明业务依托五金、电商既有渠道，聚焦路灯、庭院灯品类推出创新产品实现良好增长，并积极开展海外市场机会洞察与产品预研。

以PDU（电源分配单元）产品为基础，2025年公司积极拓展数据中心业务，初步搭建了专业的研产销组织，逐步丰富了配电领域产品，加深了与行业头部客户的合作关系，并持续开发微模

块等创新产品、探索构建渠道能力。报告期内，公司充分发挥自身在供配电领域积累的优势，以PDU、智能母线、精密列头柜等核心产品为切入点，巩固了与字节、腾讯、百度、京东等行业头部互联网客户及大型IDC服务商的良好合作关系。针对AI时代高算力需求，快速迭代开发了大功率直流PDU、智能PDU、高功率小母线等系列新产品，获得了良好的市场反馈。面向未来数据中心行业基础设施建设更加普及的长期趋势，公司快速开发了一体化微模块、细分行业智能一体化网络柜等系列产品，以“安全可靠、绿色节能”的产品助力算力基建的全面试点与规模化推进；同时，不断探索满足需求的分销渠道模式，推进全国专业属地化售后服务体系建设。

基于新能源在照明品类应用的长期市场机会，2025年公司积极布局太阳能照明业务，凭借在新能源和照明领域的积累，快速推出了服务于庭院、工厂、乡镇道路等场景的创新产品，并通过五金、电商渠道构建了完整的研产销体系。报告期内，依托成熟的研发平台和开发能力，公司聚焦太阳能路灯、太阳能庭院灯这两大主流品类，上市了“曲面智能款系列产品”、“全屏智能款庭院灯”、“一体路灯”等一系列“高亮、防水、长续航、感应控制、易安装”的照明解决方案。上述产品通过光学创新、结构轻量化设计、电池电控设计优化、新材料应用等措施有效地解决了使用痛点，大幅提升了产品质量和用户体验。渠道上，公司传统优势品类的销售网络与精细化管理能力，能够在太阳能照明品类上形成较好的协同，凭借线下五金渠道、电商渠道的基础优势，公司的太阳能照明产品快速触达广泛的客户群体，实现了良好的业务增长。同时，公司也在积极着手太阳能照明品类海外市场的机会洞察与产品预研。

（五）国际化：以家装墙开、新能源储能业务为核心引擎，加速全球化布局

2025年，公司坚定践行“全品出海、全球到达”战略，坚守长期主义发展理念，以家装墙开、新能源储能为核心引擎加快海外拓展，聚焦东南亚、欧洲等重点区域，同步发力国际电商，业务覆盖全球超四十个国家，海外客户认可度与“GONEO”品牌影响力持续提升，全球化布局迈出坚实步伐，为后续规模化发展奠定了坚实基础。

家装海外业务以大客户模式为核心驱动，稳步实现本土化产品创新与市场布局的双线突破。业务辐射东南亚、东亚、欧洲、拉美、中东等多个核心区域，海外全品类产品矩阵逐步完善、陆续上市。在转换器、墙壁开关、照明等核心产品线基础上，我们推动研发模式迭代升级，从初期的优质大客户共创，全面转向平台化研发、本土化落地，精准匹配不同区域市场需求。同时，我们建立标准化大客户开发流程，在重点区域成立专项招商小组攻坚市场，抽调国内一线业务骨干组建赋能团队，聚焦网点开发、标杆市场打造与终端支持，全方位夯实渠道根基；通过塑造优秀样板市场、邀约大客户到访交流，以点带面扩大品牌渠道影响力，全面参与海外各类专业展会，依托产品直观展示与深度商机对接，持续提升品牌声量，稳步深化全球渠道布局。

新能源海外业务聚焦欧洲核心市场，以安装服务流程标准化建设为抓手，构建良性可持续的业务生态，为合作伙伴与终端用户创造持续增量价值。我们深度洞察欧洲用户核心痛点与需求，精心打磨户用及中小工业场景储能产品，以可靠、易安装、AI智能化为核心价值定位，目前新一代单相家储、三相家储及小型工商储产品已进入上市准备阶段。经过多路径探索验证，我们确立

了以安装服务为核心的差异化业务模式，持续完善本地化销售服务流程，在德国、意大利等试点市场成功开发二十余家优质合作伙伴，业务范围逐步向波兰等重点市场延伸突破；通过产品专业推介、线下展会赋能等方式，助力合作伙伴提升市场竞争力，依托国际化专业展会与海外线上平台，拓宽产品触达与品牌传播通路，既为合作伙伴提供稳定的产品与服务支撑，也为终端用户提供便捷高效的储能解决方案，实现多方共赢、长效发展。

国际电商业务实现创新突破与品牌破圈，成为全球化布局的重要增长补充。产品端，我们立足海外市场与用户需求，重点推进新能源充电枪、风扇灯等新品类的落地与销售攻坚，凭借精准的产品定位与稳定的产品品质，取得阶段性成效，获得海外消费者初步认可。渠道端，我们携手优质大客户，成功入驻亚马逊、OTTO等海外主流电商平台，进一步扩大渠道覆盖广度；同时，主动赋能大客户构建专业化电商运营能力，协助其优化运营流程、提升推广效能，持续挖掘多元化海外销售通路。品牌端，依托线上平台的新品推广与品牌传播优势，多维度、多场景触达海外消费者，通过精准营销、优质内容传播等举措，有效提升“GONEO”品牌在海外的认知度与影响力，为国际业务持续增长注入新活力。

（六）公司运营：以产销协同与数据直连两大变革为核心，深化数字化转型，夯实组织根基、锻造未来竞争力

2025年，面对外部环境的快速变化与产业的深度变革，公司聚焦产销协同升级、数据直连两大核心变革，稳步搭建四级产销协同体系、逐步打破渠道信息壁垒，同步强化BBS体系和组织人才建设，深化AI技术全场景赋能，不断优化运营体系，逐步构建起支撑公司未来持续发展的运营能力，为后续高质量发展筑牢坚实根基、积蓄充足动能。

产销协同升级持续推进、成效初显，我们超越传统“以销定产”模式，推动产销体系向更高效、更精准的协同模式深度转型，正逐步搭建“集团—事业部—部件—供应商”四级产销协同(PSI)体系。目前，我们正迭代升级APS自动排产等信息化平台，推行需求拉动式生产方法论，持续优化库存周转与物流效能；同时稳步推进墙开工厂研产一体、模塑一体及工艺设备标准化建设，加快柔性自动化组装设备投用，着力打造极致高效的供应链竞争力，推动营销端至制造端全价值链逐步实现高效协同、透明可控，持续提升供需匹配精度与整体效能。

数据直连项目有序推进、稳步落地，目前正持续打破公司与经销商、全品类旗舰店之间的信息壁垒，逐步整合B2B订单、CRM客户管理及SAP产品等多系统数据资源，稳步构建数据驱动运营仪表盘，深入推进物料、采购及人力等核心领域数据治理，逐步建立统一数据标准、消除信息孤岛，持续提升渠道数字化运营能力，有效驱动全价值链运营效率稳步提升，精准赋能经销商开展精细化企业运作与门店管理。

AI技术已全面融入运营各环节，我们专门组建智能AI研究院与流程与数字化中心，分别聚焦AI产业化规划与轻量化AI工具开发应用，在制造端的检测、物流等环节应用AI视觉与传感技术，在渠道服务端推出垂直领域智能AI设计软件，同时在智能客服、人力资源、创意设计和品牌推广等领域引入AI工具，有效优化生产效率、提升客户体验，以技术创新为运营效率提升注入强劲动力。

依托公牛BBS体系与组织人才变革，我们以CVD核心价值指标、PD战略部署优先事项、VSM价值流分析等优化创新流程，升级现场精益文化，优化组织架构、孵化新业务单元，建立人才匹配评估与储备机制，深化干部管理、落地任职资格体系，完善分层分类人才培养体系，健全人才梯队，建立自上而下、层层承接的绩效体系，持续夯实组织核心能力，全面提升公司创新增长能力，为各项变革落地见效和业务突破发展提供了坚实保障。

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	22,556,242,542.63	20,494,034,490.68	10.06	19,762,205,724.93
归属于上市公司股东的净资产	16,797,615,200.75	15,866,115,691.08	5.87	14,445,921,963.84
营业收入	16,026,312,556.45	16,830,541,086.13	-4.78	15,694,755,606.24
利润总额	4,905,381,965.08	5,080,455,920.70	-3.45	4,536,334,952.36
归属于上市公司股东的净利润	4,070,632,747.77	4,272,204,565.03	-4.72	3,870,135,376.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	3,624,581,661.66	3,741,807,159.86	-3.13	3,703,188,544.28
经营活动产生的现金流量净额	4,743,692,351.84	3,730,346,896.27	27.16	4,827,282,098.55
加权平均净资产收益率(%)	24.91	28.64	减少3.73个百分点	29.20
基本每股收益(元/股)	2.26	2.36	-4.24	2.15
稀释每股收益(元/股)	2.26	2.36	-4.24	2.15

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	3,922,292,893.48	4,245,634,455.43	4,029,754,605.78	3,828,630,601.76
归属于上市公司股东的净利润	974,916,307.50	1,084,711,296.13	919,195,491.23	1,091,809,652.91
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	855,232,293.27	987,239,959.20	858,725,558.23	923,383,850.96
经营活动产生的现金流量净额	1,412,435,516.57	965,367,333.16	1,243,684,025.14	1,122,205,476.97

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

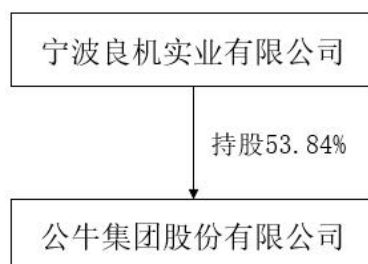
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）							53,915
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							49,969
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							不适用
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）							不适用
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	
宁波良机实业有限公司	278,121,600	973,425,600	53.84		无		境内 非国 有法 人
阮立平	83,342,319	291,698,117	16.13		无		境内 自然

							人
阮学平	36,851,267	219,408,816	12.14		无		境内自然人
香港中央结算有限公司	14,641,477	42,751,489	2.36		无		其他
宁波凝晖投资管理合伙企业（有限合伙）	3,496,223	12,236,782	0.68		无		其他
全国社保基金一一四组合	4,544,000	7,879,000	0.44		无		其他
招商银行股份有限公司—兴全合润混合型证券投资基金	1,526,499	7,829,594	0.43		无		其他
上海睿郡资产管理有限公司—睿郡有孚1号私募证券投资基金	6,213,766	7,612,298	0.42		无		其他
上海睿郡资产管理有限公司—睿郡有孚3号私募证券投资基金	5,451,732	6,578,863	0.36		无		其他
全国社保基金一零一组合	-174,332	4,794,271	0.27		无		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	阮立平、阮学平兄弟为一致行动人，二人共同控制公司控股股东宁波良机实业有限公司；二人共同控制的宁波梅山保税港区铄今投资管理有限公司为公司股东宁波凝晖投资管理合伙企业（有限合伙）的执行事务合伙人。此外，公司未知前十名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》规定的一致行动人情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

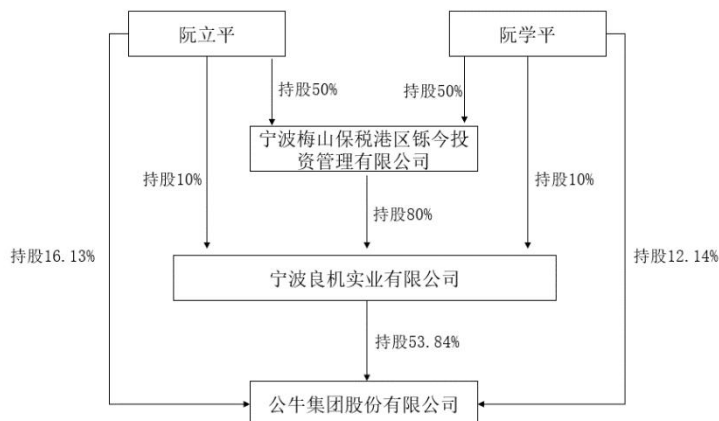
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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，公司实现营业收入160.26亿元，较上年同期下降4.78%，归属于上市公司股东的净利润40.71亿元，较上年同期下降4.72%。

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