证券代码：002035　　证券简称：华帝股份　　公告编号：2026-003

华帝股份有限公司 2025 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

□适用 ☑不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

☑适用 □不适用

是否以公积金转增股本

□是 ☑否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 831,063,736 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.00 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□适用 ☑不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	华帝股份	股票代码	002035
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	潘楚欣	罗莎	
办公地址	广东省中山市小榄镇工业大道南华园路 1 号	广东省中山市小榄镇工业大道南华园路 1 号	
传真	0760-22839256	0760-22839256	
电话	0760-22839992	0760-22244225	
电子信箱	pancx@vatti.com.cn	luos@vatti.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（1）主要业务及产品

公司主要从事研发、生产、销售厨房电器，并始终坚持以研发支撑产品技术创新，以产品技术创新推动产品线的多元化发展。公司产品品类现已全面覆盖油烟机、灶具、热水器等传统厨电，及集成烹饪中心、集成灶、洗碗机、蒸烤一体机等新兴厨电，同时也囊括了橱柜、衣柜以及浴室柜等家居定制产品。

公司专注于厨电领域多年，坚持自主研发，不断推陈出新。2025 年，公司推出了新一代华帝 GW6i 美肌浴燃气热水器、蒸烤一体机 FA50P、小微光系列微蒸烤一体机 VB50、18 套锅碗同洗大容量洗碗机 JWB18-B7S、小飞翼机王 K10、小美肌热水器 G10、双子星 D3000-Max 尊享版洗碗机、小微光 V5Pro 微蒸烤一体机、全预混壁挂炉超级新品 QH1i 等新品。

（2）行业发展现状

①宏观经济砥砺前行，消费市场理性复苏

2025 年作为“十四五”规划的收官之年，国家经济砥砺前行，消费市场规模稳步扩大，结构持续优化。国家统计局数据显示，全年社会消费品零售总额突破 50 万亿元，同比增长 3.7%，受消费品以旧换新政策拉动，限额以上单位文化办公用品类、家具类、家用电器和音像器材类商品零售额比上年分别增长 17.3%、14.6%、11%，实现两位数增长。2025 年度，全国居民人均消费支出 29476 元，比上年名义增长 4.4%，尽管全年居民消费支出增长总体稳定，消费者信心指数在波动中回升，但居民消费支出增速放缓，消费决策更趋于理性，更看重品质与价值。在家用电器稳健发展与居民品质化、理性化消费的趋势下，厨房电器作为家用电器领域的核心细分赛道，呈现出机遇与挑战并存的发展格局。

②存量博弈格局深化，价值竞争铸就新局

2025 年，随着“以旧换新”政策拉动效应递减及国补政策的调整，厨电市场逐步褪去价格内卷热潮，回归以产品实力和服务质量为核心的良性竞争轨道，行业正迈入“存量博弈”的竞争新阶段，竞争焦点开始从价格战转向价值战。在此背景下，传统头部企业紧抓技术创新，持续强化 AI 技术的研发和应用，加速产品智能化升级迭代；跨界品牌凭借深厚的技术沉淀强势入局，着力打造全场景智能生态，为行业注入了新的活力。同时，具备核心技术壁垒与差异化产品定义能力的部分中小品牌，凭借细分赛道的结构性优势，亦开辟出了新的增长极。面向未来，行业竞争格局日趋多元化，价值创新成为核心发展主线，技术实力与生态构建能力将成为企业抢占市场先机、构筑长期竞争优势的关键所在。

③厨电行业整体疲软，刚需显韧性，品需有亮点

本年度，受宏观消费环境及地产周期的双重影响，厨电行业整体表现疲软。奥维云网（AVC）推总数据显示，2025 年厨卫全品类零售额为 1613 亿元，同比下滑 8.5%；零售量 8977 万台，同比下降 5.3%，细分品类均呈下行趋势。

在房地产深度调整的大背景下，刚需类产品表现出了极强的市场韧性。根据奥维云网数据，油烟机零售额同比降幅（-3.6%）与燃气灶零售额同比降幅（-4.9%）均低于行业平均降幅。随着市场进入换新

周期，灶具逐渐进入到大单品时代，高质贵价的灶具有望被更多消费者所接受。根据奥维云网数据，线下烟机与灶具的价格差从 22 年的 2.1 倍-2 倍间下降到 25 年的 1.9 倍左右。品需类产品中，嵌入式复合机的表现最亮眼，均价上升了 2.5%，洗碗机整体零售额跌幅为 3.2%，其中线上、线下灶下款洗碗机市场份额均增长 4%，台式洗碗机双线零售额增长超 30%。

④智能科技深度赋能，场景体验驱动变革

当前，居民消费向优转变，个性化、多样化、品质化的消费偏好日益凸显。与此同时，新技术、新科技持续赋能高品质消费供给，沉浸式、体验式消费场景日益成熟，共同推动厨电行业向智能化、套系化方向发展。在智能化方面，根据全国家用电器工业信息中心数据，2025 年线上洗碗机、净水机、集成灶、油烟机与线下洗碗机品类中智能产品占比情况稳步提升，智能化渗透稳中有进。目前，头部厂商深度融合 AI 大模型、多模态交互及生态互联技术，重塑厨电产品的底层逻辑，精准破解用户核心痛点。

除了智能化，随着厨房从单一烹饪区升级为家庭社交与情感交流的核心，用户对整体空间美学与效能也提出了更高要求。奥维云网（AVC）调研数据显示，高达 60%的用户在购买厨电时表现出明确的“套系、一体化”倾向，厨电购置需求正加速从“单品选购”向“套系定制”转变。面对这一趋势，头部厂商着力推动从单一产品销售向场景化体验的转型，通过套系化设计打造实景厨房空间，强化用户互动体验，使消费者能在真实环境中感知产品价值，实现从“卖产品”到“解决厨房痛点”的价值跃升。

（3）公司所处的行业地位

公司自创立至今，始终专注于厨电领域，经过多年的技术积累、品牌沉淀与市场拓展，在品牌影响、创新研发、生产制造、营销建设等方面具有显著优势。公司同时是厨电行业多项产品标准的起草单位，也是行业创新技术、创意设计主要输出单位。报告期内，公司推出了新一代华帝 GW6i 美肌浴燃气热水器、蒸烤一体机 FA50P、小微光系列微蒸烤一体机 VB50、18 套锅碗同洗大容量洗碗机 JWB18-B7S、小飞翼机王 K10、小美肌热水器 G10、双子星 D3000-Max 尊享版洗碗机、小微光 V5Pro 微蒸烤一体机、全预混壁挂炉超级新品 QH1i 等新品，进一步丰富了产品功能，切实提升产品使用体验，以务实的创新举措助力厨电行业持续进步。2025 年度，华帝成功入选国家首批“守护品牌”政企协作机制名单，是厨电行业唯一入选的品牌。

3、主要会计数据和财务指标

（1） 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□是 ☑否

单位：元

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	7,114,914,999.61	7,298,082,229.49	-2.51%	7,198,730,829.19
归属于上市公司股东的净资产	3,831,131,950.17	3,779,465,388.89	1.37%	3,644,092,141.20
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	5,648,040,005.15	6,371,781,998.85	-11.36%	6,232,580,420.38
归属于上市公司股东的净利润	300,985,682.08	484,691,472.08	-37.90%	447,154,320.51
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	272,164,163.16	459,973,442.12	-40.83%	411,949,633.43
经营活动产生的现金流量净额	535,895,316.54	632,366,256.13	-15.26%	1,149,011,329.57
基本每股收益（元/股）	0.3622	0.5822	-37.79%	0.5275
稀释每股收益（元/股）	0.3622	0.5822	-37.79%	0.5275
加权平均净资产收益率	7.95%	13.28%	-5.33%	12.90%

（2） 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,259,745,531.72	1,540,063,265.31	1,357,836,624.53	1,490,394,583.59
归属于上市公司股东的净利润	106,290,082.37	165,752,989.71	83,716,563.62	-54,773,953.62
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	103,798,265.18	162,214,046.40	79,041,920.53	-72,890,068.95
经营活动产生的现金流量净额	198,084,363.83	-23,372,496.01	124,824,518.12	236,358,930.60

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是 ☑否

4、股本及股东情况

（1） 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	36,862	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	35,488	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	

石河子奋进股权投资普通合伙企业	境内非国有法人	14.27%	120,960,000		质押	23,550,000
潘叶江	境内自然人	10.25%	86,922,235	65,191,676	质押	13,000,000
香港中央结算有限公司	境外法人	3.91%	33,131,513		不适用	
杨建辉	境内自然人	2.66%	22,577,737		不适用	
米林县联动投资有限公司	境内非国有法人	2.64%	22,360,000		不适用	
中国银行股份有限公司－富兰克林国海中小盘股票型证券投资基金	其他	2.39%	20,298,627		不适用	
潘权枝	境内自然人	1.48%	12,518,316		不适用	
招商银行股份有限公司－富兰克林国海基本面优选混合型证券投资基金	其他	1.39%	11,799,916		不适用	
招商银行股份有限公司－富兰克林国海恒瑞债券型证券投资基金	其他	1.39%	11,741,138		不适用	
中国工商银行股份有限公司－景顺长城竞争优势混合型证券投资基金	其他	1.03%	8,748,938		不适用	
上述股东关联关系或一致行动的说明		潘叶江先生为公司董事长、总裁、实际控制人，持有奋进投资的财产份额，为奋进投资的执行事务合伙人。股东潘权枝先生与潘叶江先生为父子关系。除前述之外，公司未知上述股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人。				
参与融资融券业务股东情况说明（如有）		无				

注：公司前 10 名股东中存在公司回购专用证券账户，上表中未列示公司回购专用证券账户，截至报告期末，公司通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式已累计回购股份 16,589,882 股，占公司当前总股本的比例为 1.96%。

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 ☑不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

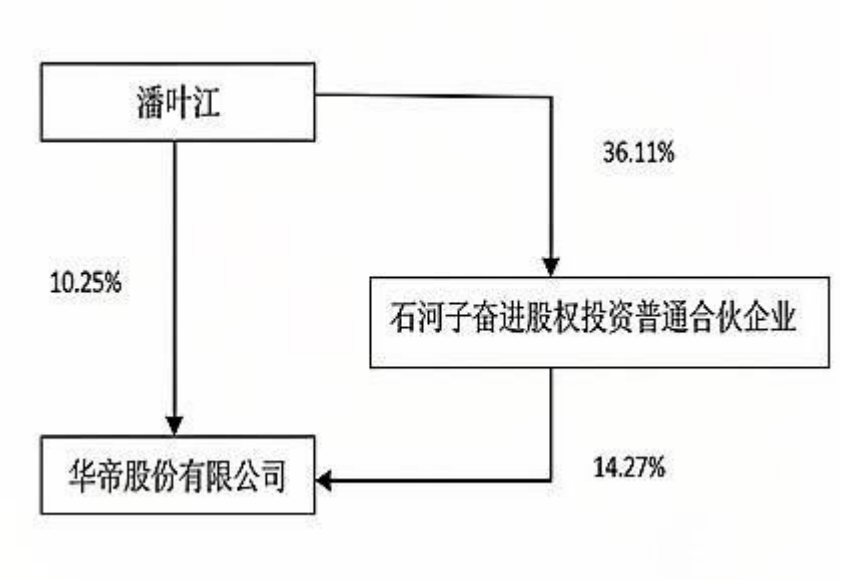
□适用 ☑不适用

（2） 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

□适用 ☑不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3） 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 ☑不适用

三、重要事项

报告期内，公司紧扣“提升盈利能力，抢夺市场份额，强化运营效率”的经营主题，在行业竞争加剧与宏观环境承压的背景下，扎实推进主营业务经营。面对整体营收短期承压的挑战，公司通过优化产品结构、聚焦高端突围及深化数字化运营等举措，努力改善盈利结构，线上线下渠道毛利率有所提升，经营的各项指标逐步稳定，为可持续发展夯实基础。2025 年，公司实现营业收入 56.48 亿元，同比下降 11.36%。

1.聚焦高端时尚定位，强化品牌年轻吸引力

公司多年秉持“好用、好看、好清洁”的三好标准，持续深化“时尚科学厨电”的品牌定位，通过讲好“净时尚”与“白科技”的品牌故事，稳固高端品牌形象。公司坚持以创新营销形式为载体，深度融合传统文化内涵与明星效应，让品牌形象更年轻、更具吸引力，有效拓宽了消费群体，且通过精准营销将流量高效转化为销量。这种“品牌提升价值、营销带动销量”的良性循环，配合全链路的品销一体化运营与精细化的用户管理，实现了品牌资源的高效配置与口碑价值的持续释放，为业绩提供了坚实的内生动力。

2.精耕核心渠道提质增效，驱动毛利率稳健增长

公司持续深挖存量市场潜力，全力推动核心产品直达终端消费者。本年度，线下渠道坚持以零售为导向，拉动中高端产品的出货占比，持续优化产品结构，集中资源攻坚重点市场；线上渠道聚焦爆品塑

造，提升新品排名及烟机、灶具、嵌入式产品核心价位段的市场占比，各品类高端销售占比实现提升，优化 SKU 效率和提升站外种草能力。报告期内，公司线上、线下渠道毛利率同步稳步提升，渠道盈利质量持续改善。

3.以用户为核心深耕产品创新，筑牢高端市场竞争壁垒

公司坚定推进高端化转型，以“人”为中心打造差异化产品矩阵：美肌浴热水器首创高透活肌科技，打造行业新亮点，将热水器从传统工具升格为兼具肌肤护理功能的生活美学产品；小飞翼机王 K10、18 套锅碗同洗大容量洗碗机 JWB18-B7S 及小微光 V5Pro 微蒸烤一体机等新品，凭借行业领先的吸排、洗净及空间融合技术，解决油烟、残留等核心痛点。产品从“功能工具”向“生活美学”的升级，精准契合消费者健康品质需求，通过打造愉悦洁净的厨房新生态，进一步夯实公司在高端市场的竞争优势。

4.以技术突破驱动产品升级，夯实市场核心竞争力

公司始终坚持将用户需求作为技术迭代、产品创新的核心引擎。2025 年度，公司在高性能风柜、高温蒸汽清洁、高热强度聚能燃烧器、智能控温等多项关键技术上取得突破，成功构建技术壁垒。在烟灶品类上，公司深化布局、不断创新，聚焦爆炒场景提升燃烧技术；热水器板块，美肌浴燃气热水器实现了燃热高端领域的关键破局；洗碗机板块，彗星喷淋技术全面覆盖主推产品。关键技术的突破，既筑牢了产品品质根基，更将技术积淀转化成为可持续的市场核心竞争力。

5.以体验革新引领服务升级，构筑服务价值新生态

公司始终以提升用户满意度为核心导向，以数字化推动服务模式变革，通过服务营销驱动体验升级。一方面，强化精细化成本管控与服务营销协同发力，实现降本增效与收入拓展的双重突破；另一方面，依托智慧服务优化智能客服交互与投诉处理流程，全方位提升用户触达效率与服务体验。同时，通过整合服务网络、升级服务支持赋能体系，在夯实服务交付质量的基础上，将售后服务打造为提升客户忠诚度的价值中心，为业务稳健发展提供了有力支撑。

6.全链条数智化迭代升级，赋能公司高质量发展

公司在数智化建设上持续迭代，高效赋能终端，在制造、营销、供应链和用户服务等方面实现流程全线贯通。制造端，深化智能制造、智慧物流等智能化改革，显著提升运营效率；营销端，通过门店系统升级、套购看板建设和线下门店流程优化等措施，拉通线下营销流程，助力效率提升；供应链端，上线 SRM 二期，推动流程的线上管控和数据化，统一了来料检验标准和执行流程，供应商管理和验收流程更加清晰；用户服务端，以数字化重构工单管理体系，全方位提升效率。公司通过全链条数智化升级，实现了运营质效的整体跃升，为高质量发展注入动能。