公司代码:603031　　公司简称:安孚科技

安徽安孚电池科技股份有限公司 2024 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、监事会及董事、监事、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、公全体董事出席董事会会议。

4、中证天通会计师事务所(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

公司第五届董事会第十次会议审议通过了《公司 2024 年度利润分配预案》,公司拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数,向股权登记日在册全体股东每股派发现金红利人民币 0.24 元(含税)。本方案尚需公司股东大会审议批准。

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	安孚科技	603031	安德利

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	任顺英	常倩倩
联系地址	安徽省合肥市蜀山区潜山路 888 号百利中心北塔 1801	安徽省合肥市蜀山区潜山路 888 号百利中心北塔 1801
电话	0551-62631389	0551-62631389
传真	0551-62631389	0551-62631389
电子信箱	renshunying@anfucorp.com	changqianqian@anfucorp.com

2、报告期公司主要业务简介

(一)行业分类

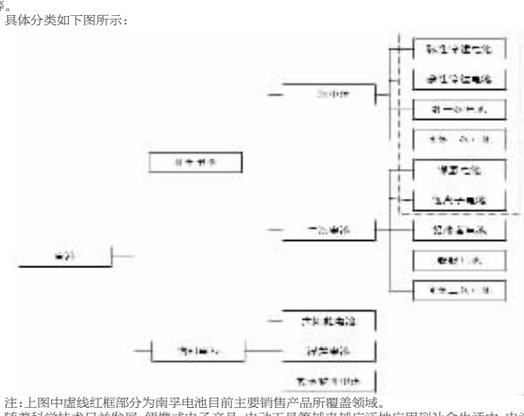
公司主要从事高性能环保锌锰电池的研发、生产及销售。根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引(2012 年修订)》,公司电池业务所在行业属于“C 制造业”门类下的“C38 电气机械和器材制造业”大类。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》(GB/T 4757-2017),电池业务所属行业为“C38 电气机械和器材制造业”大类下的“C3844 锌锰电池制造”。

(二)电池行业发展概况

电池可以分为化学电池和物理电池两大类。化学电池将化学反应产生的能量直接转变为电能,按照使用性质,可以分为一次电池和二次电池两种。一次电池又称“原电池”,电池中的活性物质消耗完后即失去效用,常见有碱性锌锰电池、碳性锌锰电池、锂一次电池等。二次电池又称“蓄电池”,电量耗尽后可以通过充电反复使用,常见有镍氢电池、锂离子电池、铅酸蓄电池、镍镉电池等。

物理电池是一种利用物理方法,直接将光能、热能等转化为电能的装置,常见有太阳能电池、温差电池等。

具体分类如下图所示:



注:上图中虚线红框部分为南孚电池目前主要销售产品所覆盖领域。

随着科学技术日益发展,便携式电子产品、电动工具等越来越广泛地应用到社会生活中,电池作为人们生活中必不可少的消费品,在通信、交通、工业、医疗、家用电器以及航天与军事等装备装置中起到重要作用。无论在我国,还是全球,电池行业的技术和产业发展始终处于快速和持续发展势头。

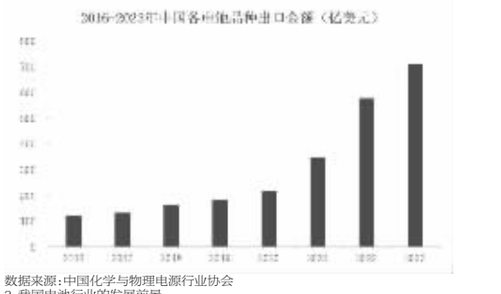
1、我国电池行业发展概况

“十二五”以来,我国电池产业规模发展迅猛,建立了较完整的电池产业链,多数电池产品产量已位居世界同类产业前列,其中一次电池产业规模保持在世界首位。当前,我国电池行业整体呈良好运行态势。

2、全球电池行业发展概况

长期以来,全球电池市场与技术方兴未艾,一直处于持续发展态势。根据 Mordor Intelligence 数据,全球电池市场将继续稳定增长,2027 年全球电池市场规模将达到 2501.6 亿美元,2022 年 -2027 年期间复合增长率预计约为 15.8%,得益于中国和印度等国家城市化进程加快和消费者支出增加,亚太地区将成为世界第一大电池市场,主要需求来自中国、印度、日本和韩国等国家。根据 QYResearch 的《全球锌锰(碱性 + 碳性)一次电池市场研究报告 2023-2029》报告,2018-2022 年,全球锌锰(碱性 + 碳性)一次电池市场规模复合增长率为 3.2%,2022-2029 年,全球锌锰(碱性 + 碳性)一次电池市场增长潜力较大。

从我国电池出口市场来看,2016 年以来,我国电池出口规模稳健增长。各种电池品种出口额由 2016 年的 120.73 亿美元上升至 2023 年的 707.69 亿美元,复合增长率为 28.74%。



数据来源:中国化学与物理电源行业协会

3、我国电池行业的发展前景

当前,我国电池行业具备有利产业发展的外部环境,国家产业政策支持、居民消费能力不断提高、下游应用场景日渐丰富、产品性能不断优化等各方面有利因素推动我国电池行业保持持续、快速增长。

(三)锌锰电池行业概况

1、锌锰电池介绍

锌锰电池,全称为锌 - 二氧化锰电池,是以锌为负极,以二氧化锰为正极,通过氧化还原反应产生电流的一次电池。锌锰电池主要包括碳性电池和碱性电池两大类。碳性电池又称碳性锌锰电池、普通锌锰电池、碳锌电池,电解质通常为氯化锌和氯化铵。碱性电池又称碱性锌锰电池、碱锰电池,电解质为氢氧化钾。

作为发展历史最悠久、使用范围最广泛的一次电池产品,锌锰电池制造技术成熟,已经发展为国际标准化产品,尺寸、形状、规格等都具有国内外通用标准,具有性价比高、安全性能好、稳定性强、使用方便等优点。随着生产技术的发展,当前市场上的大部分锌锰电池已经实现了无汞、无铅、无镉化,对环境友好,可随生活垃圾一起丢弃。

2、锌锰电池凭借自身特性,目前仍是使用最为广泛的电池之一

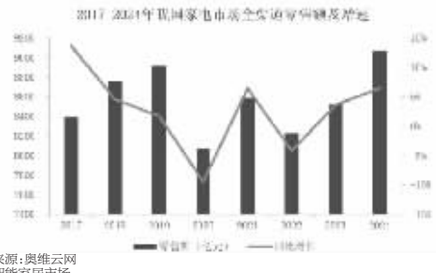
经过多年发展,锌锰电池已经发展为国际标准化产品,尺寸、形状、规格等都具有国内外通用标准,广泛应用于遥控器、钟表、收音机、烟雾报警器、无线鼠标、电动牙刷和扫地机器人等传统家用电器,在智能门锁、智能汽车钥匙、蓝牙门禁卡、智能音箱、智能温湿度计和智能头盔等智能家居领域也得到了广泛应用。随着消费水平的进一步提高,家庭平均的家用电器数量有所提升,根据凯度 marketplace 数据,户均家用电器数量从 2022 年 8.9 个提升到 2023 年 9.0 个。主要提升的用电器包括以下几类:

1、遥控器,特别是随着极端气候变多,防暑降温类电器包括空调、电扇遥控器等有所增加;

2、随着老龄化、公共卫生事件等多种原因,消费者对健康管理的需求提升,和健康相关的电器如体脂秤、血压计、血氧仪、耳温 / 额温枪等有所上升;

3、物联网驱动的生活方式升级,拉动物联终端如智能门锁,感应设备(智能窗帘、智能灯具等)遥控器增加。

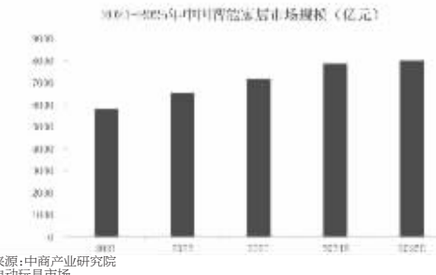
家用电器作为现代家庭的生活必需品,行业规模巨大,随着全球经济的增长以及科学技术的发展,家用电器更新换代速度越来越快,具有广阔的发展空间,传统家电市场规模稳定增长,智能家居市场蓬勃发展。2017 年至 2019 年,中国家用电器总体市场稳步发展,销售规模总体上呈现上升趋势。2020 年以来,在公共卫生事件影响下内需收缩,全球经济衰退形势下外需下降,中国家电企业通过产品结构调整,全面提质增效,保持了稳定的发展格局。2024 年,我国家电市场全渠道零售额达 9,071 亿元,同比增长 6.4%,创历史新高,国内家电市场规模的持续增长为碱性电池提供了较大的应用场景。



数据来源:奥维云网

(2)智能家居市场

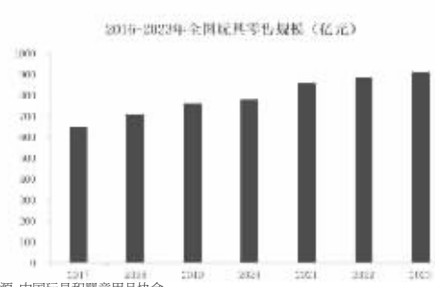
物联网技术的发展带动了家用电器的高端化、智能化发展趋势,智能家居依托物联网技术,将家用电器设备、软件系统以及云计算平台等相结合,是未来家电行业发展的主流方向。近年来,我国智能家居市场规模呈现增长趋势,中商产业研究院发布的《2024-2029 年中国智能家居产业前景预测与战略投资机会洞察报告》显示,2023 年我国智能家居市场规模约为 7,157 亿元,并预测 2025 年市场规模将突破 8,000 亿元,发展前景广阔。



数据来源:中商产业研究院

(3)电动玩具市场

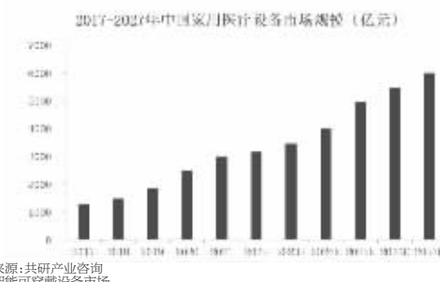
电池是电动玩具的重要动力来源。相比较传统玩具而言,电动玩具更具趣味、互动性更强,在声光效果以及益智教育等方面都具有明显优势,深受广大消费者喜爱。据中国玩具和婴童用品协会发布的数据,2023 年,全国玩具零售规模为 906.9 亿元,同比增长 2.7%。



数据来源:中国玩具和婴童用品协会

(4)家用医疗设备市场

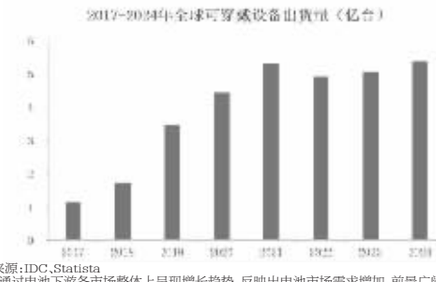
家用医疗设备主要是相对于专业医疗设备而言,具有操作简单、体积小巧、携带方便等特点,包括红外体温计、血压仪、血糖仪和电动按摩产品等。根据共研产业咨询的数据,中国家用医疗设备行业市场规模呈现稳步增长趋势,市场规模从 2017 年的 1,268 亿元增长到 2022 年 3,174 亿元,预计 2027 年市场规模将达到 6,012 亿元,年复合增长率为 13.63%。未来,随着社会老龄化程度逐渐加深、人民保健意识日益增强以及互联网、物联网等技术的快速渗透与发展,预计家用医疗设备市场需求仍将稳步提升,行业市场规模将持续扩张。



数据来源:共研产业咨询

(5)智能可穿戴设备市场

随着数据传输、锂离子电池等创新技术的飞速发展,各种智能可穿戴设备如智能手表、智能眼镜和智能手环等逐渐走进人们的日常生活,人们的消费习惯也在悄悄发生改变,智能可穿戴设备市场发展迅猛,需求不断扩大。根据 IDC 相关数据,2024 年全球可穿戴设备的出货量达 5.38 亿台,同比增长 6.1%,市场增长潜力巨大。



数据来源:IDC、Statista

综上,通过电池下游各市场整体上呈现增长趋势,反映出电池市场需求增加,前景广阔。

(五)竞争格局

目前,全球锌锰电池行业的主要参与者包括品牌制造商、零售商和贴牌制造商。这些企业在产业链中的位置存在差异,具体情况如下:

分类	简介	主要企业
品牌制造商	拥有自有电池品牌以及电池生产能力,产能主要用于生产自有品牌,承接零售商自有品牌的贴牌生产。	国际:金霸王、劲量、松下、雷特威、瓦尔塔 国内:南孚电池
贴牌制造商	以承接零售商自有品牌的电池贴牌生产为主,无自有品牌或自有品牌收入占比较低。	宁波中银、长虹能源、野马电池、浙江恒威、力王股份
零售商	通常为连锁便利店、商超、电商企业,向贴牌制造商或品牌制造商采购其自有品牌的电池产品,在自有零售渠道进行销售。	沃尔玛、家乐福、Amazon、Costco、7-Eleven、麦德龙、TESCO

电池行业是一个高度市场化的行业。当前,在全球电池市场上,中国、日本、韩国和美国等国家是主要生产国和品牌商。经过多年发展,中国在锌锰电池、锂离子电池等领域已经成为全球第一大生产基地,锌锰电池行业在我国已经形成了相对成熟稳定的竞争格局,行业市场化程度较高。在激烈的市场竞争中,许多在生产技术与能力等方面处于落后地位的中小企业逐步退出市场。

公司作为在国内消费电池市场的头部品牌制造商,凭借较强的品牌认可度、庞大的销售体系、持续的研发创新能力、经验丰富的管理团队以及稳定的供应商等关键资源,进一步显现出竞争优势,占据了绝大部分零售市场份额。

(一)主要业务

公司专注于深耕家居电器的小电池领域,拥有较强的品牌认可度、庞大的销售体系、持续的研发创新能力、经验丰富的管理团队以及稳定的供应商等关键资源,主要为广大消费者提供低成本、稳定、安全、电力持久的电池产品;建立多品牌的电池品类矩阵,寻求各细分市场的机会。公司积极在碱性电池、1 号燃气灶电池、纽扣电池、碳性电池、适合各类高电压大电流强动力用电器的锂可充电池和小型锂离子电池等多品类中布局专业品牌,针对消费者不同的生活场景和不同品类的电池需求,规划各品牌市场定位和策略规划,提供消费者多场景、一站式、最优化的电池产品方案,满足用户购买需求。

同时继续稳步推进代理业务,推进各代理产品的网点铺货和销售工作。

南孚电池多年来坚持技术研发与品类拓展,为保障产品领先优势提供坚实基础。南孚电池拥有多项专利,研发成果多项投产,持续驱动电池产品创新和研发升级,不断增强研发创新能力,深耕碱性电池市场,多元化布局消费电池市场,战略进军锂离子电池市场。一方面,南孚电池注重新型碱性电池产品研发和技术升级,不断推出放电性能及产品质量领先的碱性电池产品;另一方面,针对不同应用场景以及消费需求,面向消费者推出了多种类电池产品,包括专门针对燃气灶高温高湿环境研发的“丰蓝 1 号”燃气灶电池以及适用于汽车钥匙、胎压检测和动态血糖监测仪等产品的锂锰纽扣电池等。

公司将继续巩固强化南孚电池在零售电池领域的优势领先地位,同时将发挥南孚电池近 60 年来在小型化学电池领域的深厚的技术和工艺的积累,积极投资开发新型化学电池,满足 5G 和 IoT 时代对新型化学电源的新需求。同时,南孚电池将充分发挥在消费品的品牌打造和渠道分销的优势,为中国庞大的中产阶级打造消费升级产品,开创新品类,成为中国领先的多品牌消费品集团公司。

(二)经营模式

1、采购模式

公司对外采购的货品主要包括电池生产所需原辅材料、部分外购商品以及其他包装材料等。

公司设立供应商管理部、计划与物控部负责电池生产所需原辅材料采购的相关事宜。供应商管理部主要负责供应商的开发与发展、日常管理以及商务谈判等工作,计划与物控部负责相关材料的日常采购事宜。除原辅材料采购外,全资子公司南孚营销下设的采购中心和交付中心负责外购商品的采购事宜。

公司建立了健全的原辅材料供应商开发与发展流程制度。供应商管理部根据采购战略规划、产品开发规划等编制供应商年度开发计划,寻源并筛选新供应商,通过样品试验、现场评估等方式确定供应商资格和采购政策,并持续对供应商进行品质跟踪、业务技术交流以及评审,供应商通过评审后进入合格供应商名单。

计划与物控部负责原辅材料的日常采购事宜,基于采购战略规划,按照生产部门提供的物料需求计划制定采购计划,对采购申请单进行核对,经审批通过后下达采购订单并督促供应商及时供货,仓管员收货并将需要检验的物资提交送检后,将检验合格物资办理入库。

公司通过和原材料供应商的长期战略合作降低了供应风险和成本,保证原材料产品质量的稳定性和供货的及时性。公司根据主要金属材料的市场走势,适当储备原材料,有效降低了材料价格上升造成的成本增长风险。

2、生产模式

公司主要采取“以销定产,适量备货”的生产模式,在实际生产中以“按销售预估生产”和“按订单生产”相结合的模式开展,公司产品以自主生产为主。

对于非定制产品,公司根据年度战略目标,结合销售市场信息,基于年度销售预测及规划,并在适当考虑安全库存的基础上制定生产计划,结合生产能力,满足市场要求。对于定制产品,主要采取订单生产模式,根据客户订单制定生产计划并组织生产。

3、销售模式

公司的销售模式主要分为品牌销售和 OEM 代工销售两大模式。两类模式在国内和国外市场细分为如下 10 种类型。

(1)品牌销售,重点是推动以南孚系为主的品牌,面向消费者的销售。国内主要包括南孚、丰蓝、益圆和传应等品牌;国际市场是 NANFU、Richplus、Nectium 和 TENAVOLTS 等品牌。

(A)经销商分销模式

南孚营销端负责全国各区域经销商的维护和管理,与经销商签订年度经销商合同,并在合同中约定销售区域,经销商以买断方式采购产品。经销商向南孚发出订单并预付货款后,南孚根据产品及渠道特点安排物流方式,一般通过快递或第三方物流发货,经销商验收无误后签收确认,参考公司制定的价格政策进行对外销售。

(B)平台分销模式

南孚与第三方的分销平台(如京东新通路)开展合作,将产品售卖给平台,平台再向其下游的用户供货,其用户主要为线下开店的中小商户。

(C)KA 直供模式

南孚与大润发、沃尔玛、华润万家、永辉超市等知名大卖场、大型连锁超市直接进行合作,签订年度框架销售合同,KA 客户以买断方式采购产品。经销商向南孚发出订单并预付货款后,南孚根据产品及渠道特点安排物流方式,一般通过快递或第三方物流发货,经销商验收无误后签收确认,参考公司制定的价格政策进行对外销售。

(B)平台分销模式

南孚与第三方的分销平台(如京东新通路)开展合作,将产品售卖给平台,平台再向其下游的用户供货,其用户主要为线下开店的中小商户。

(C)KA 直供模式

南孚与大润发、沃尔玛、华润万家、永辉超市等知名大卖场、大型连锁超市直接进行合作,签订年度框架销售合同,KA 客户以买断方式采购产品。

在 KA 模式下,KA 客户根据产品销售情况向南孚下达订单,南孚按照订单信息安排物流配送产品至客户指定地点,商品所有权权属在交付时转移给 KA 客户。经对账核算后,KA 客户在合同约定的价款支付期限内付款。

(D)店铺直销模式

南孚在第三方电商平台开设自营店铺,直接向买家销售产品,按照第三方电商平台的标准条款开设店铺和进行运营管理。主要销售平台为天猫、京东等。该模式下,买家下单支付货款后,南孚通过物流发货,买家确认收货或第三方平台系统自动默认确认收货后,款项直接转入南孚在其平台的账户。

(E)经销商店铺直销模式

由南孚授权经销商在第三方电商平台开店,直接面向买家销售产品。其和南孚的合作方式同线下经销商与南孚合作方式类似,南孚与线上经销商签订年度合同,授权其在指定的线上电商平台开店并销售南孚系产品,并对其进行日常管理。

(F)平台直供模式

南孚与主要电商平台如天猫超市、京东自营等客户展开直接合作,向其销售南孚系产品并直接与电商平台进行结算,不同平台采用不同的结算方式。

(G)跨境电商模式

类似于国内的电商模式,南孚在主流跨境电商平台上开设自营店铺或授权经销商开店,面向海外买家销售公司品牌产品,主要合作平台包括亚马逊、TEMU、TikTok 等。

(H)海外经销模式

类似国内的经销商分销模式,即南孚直接和海外经销商合作,将产品售卖给海外经销商,再通过经销商卖给当地终端门店或消费者。

(2)OEM 代工销售,以南孚的生产和技术为支撑,国内主要以工业配套为主;国外主要为零售商和品牌商提供贴牌业务。

(A)国内 OEM 代工

国内 OEM 代工的主要客户为国内知名电子设备厂商,例如:华为、美的等,公司根据客户所提供的产品规格型号、性能、工艺、外观、包装等个性化需求确定生产方案,代工生产其工业配套电池,以人民币结算。

(B)OEM 出口

主要客户为国际知名电子设备生产厂商以及国际知名零售商和品牌商等,公司根据客户提供的产品方案要求进行生产,并主要采用 FOB、CIF 等方式出口交付至指定地点。以外币结算。

4、研发模式

南孚研发模式以自主研发为主、合作研发为辅,研发内容包括新产品研发、新生产设备研发和现有工艺在效率、质量方面的改善升级研发等。自主研发由南孚相关研发部门自主进行研究开发工作;合作研发主要为产学研合作,是指南孚与高等院校或科研院所通过合作开展科学研究、科研成果转化和科学技术市场的产业化。南孚建立了完善的研发制度和流程,研发项目立项前结合南孚发展战略部署,经过前期调研提出研发要求,经审批通过后方可立项,并进行严格的过程管理与结题验收。

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

	2024年	2023年	本年比上年增减(%)	2022年
总资产	7,156,979,877.32	6,706,819,721.18	6.71	6,046,942,062.93
归属于上市公司股东的净资产	1,835,796,092.54	1,861,081,464.07	-1.36	567,452,224.48
营业收入	4,638,333,320.29	4,317,622,120.45	7.43	3,383,136,810.43
归属于上市公司股东的净利润	168,182,048.14	115,827,583.84	45.20	81,608,677.81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	164,610,789.97	110,802,883.50	48.57	62,930,961.18
经营活动产生的现金流量净额	934,976,977.36	864,755,716.06	8.12	1,008,649,150.71
加权平均净资产收益率(%)	9.31	16.19	减少 6.88 个百分点	14.14
基本每股收益(元/股)	0.80	1.01	-20.79	0.73
稀释每股收益(元/股)	0.80	1.01	-20.79	0.73

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	1,302,151,006.25	1,010,437,361.78	1,281,773,882.91	1,043,971,069.35
归属于上市公司股东的净利润	64,698,264.78	28,448,667.55	56,806,385.94	18,228,729.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	63,776,945.19	27,369,080.55	56,343,038.92	17,126,001.90
经营活动产生的现金流量净额	188,099,292.97	164,488,698.18	353,337,209.12	229,051,777.09

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

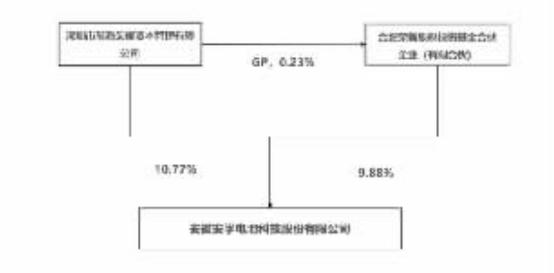
截至报告期末普通股股东总数(户)	8,780
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	10,809
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	-
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	-

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	
深圳市前海荣耀资本管理有限公司	15,275,628	22,732,868	10.77	0	质押	8,741,600	境内非国有法人
合肥荣新股权投资基金合伙企业(有限合伙)	6,471,360	20,852,160	9.88	0	无	0	境内非国有法人
福建南平大丰电器有限公司	5,040,000	16,240,000	7.69	0	无	0	境内非国有法人
南平市绿色产业投资基金有限公司	3,646,677	11,750,404	5.57	0	无	0	国有法人
张敬红	2,155,855	10,555,855	5.00	0	无	0	境内自然人
上海天倚道投资管理有限公司 - 天倚道圣弘稳健 7 号私募证券投资基金	5,358,481	5,358,481	2.54	0	无	0	未知
蒋一翔	3,200,000	5,300,000	2.51	0	无	0	境内自然人
秦大乾	-5,702,480	5,083,120	2.41	0	无	0	境内自然人
上海天倚道投资管理有限公司 - 天倚道亦程一号私募证券投资基金	4,310,000	4,310,000	2.04	0	无	0	未知
曹桐珍	2,084,300	3,941,300	1.87	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明		前海荣耀为合肥荣新的执行事务合伙人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		不适用					

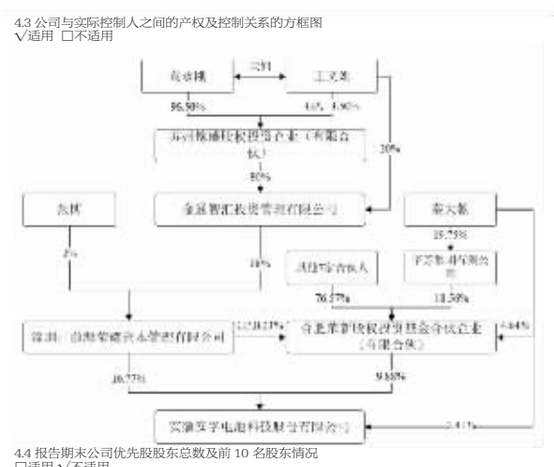
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

2022 年度,公司通过实施重大资产重组,先后于 2022 年 1 月和 2022 年 5 月完成了亚锦科技 36% 股权和 15% 股权的收购,合计持有亚锦科技 51% 的股权,而且公司于 2022 年 1 月完成了原有百货零售业务的置出,公司主营业务已从传统的百货零售转为电池的研发、生产和销售。自 2022 年 2 月开始,公司合并财务报表范围发生根本变化,公司主营业务收入及利润来源为电池的制造、销售。

2024 年公司实现营业收入 463,833.33 万元,较上年同期增长 7.43%;实现归属于上市公司股东的净利润为 16,818.20 万元,较上年同期上升 45.20%。截至 2024 年 12 月 31 日,公司总资产为 715,697.99 万元,较上年同期增长 6.71%;归属于上市公司股东所有者权益 183,579.61 万元,较上年同期减少 1.36%。

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

证券代码:603031　　股票简称:安孚科技　　编号:2025-020

安徽安孚电池科技股份有限公司
关于 2024 年度利润分配预案的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要内容提示:

● 每股分配金额:每股派发现金股利 0.24 元(含税)。

● 本次利润分配以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数,具体日期将在权益分派实施公告中明确。

● 如在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动,公司拟维持分配总额不变,相应调整每股分配比例,并将在相关公告中披露。

● 公司不触及《上海证券交易所股票上市规则(2024 年 4 月修订)》(以下简称《股票上市规则》)第 9.8.1 条第一款第(八)项规定的可能被实施其他风险警示的情形。

一、利润分配预案内容

(一)利润分配预案的具体内容

经中证天通会计师事务所(特殊普通合伙)审计,截至 2024 年 12 月 31 日,安徽安孚电池科技股份有限公司(以下简称“公司”)母公司报表中期末未分配利润为人民币 137,495,410.88 元。经董事会决议,公司 2024 年年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润。本次利润分配预案如下:

公司拟向全体股东每股派发现金红利 0.24 元(含税)。截至 2024 年 12 月 31 日,公司总股本 211,120,000 股,以此计算合计拟派发现金红利 50,668,800.00 元(含税),占本年度归属于上市公司股东净利润的比例为 30.13%。

如在本公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间,因可转债转股 / 回购股份 / 股权激励授予股份回购注销 / 重大资产重组股份回购注销等致使公司总股本发生变动的,公司拟维持分配总额不变,相应调整每股分配比例。如后续总股本发生变化,将另行公告具体调整情况。

本次利润分配预案尚需提交股东大会审议。

(二)是否可能触及其他风险警示情形

项目	本年度	上年度	上上年度
现金分红总额(元)	50,668,800.00	65,520,000.00	0
回购注销总额(元)	0	0	0
归属于上市公司股东的净利润(元)	168,182,048.14	115,827,583.84	81,608,677.81
本年度末母公司报表未分配利润(元)	137,495,410.88		
最近三个会计年度累计现金分红总额(元)	116,188,800.00		
最近三个会计年度累计现金分红总额是否低于 5000 万元	否		
最近三个会计年度累计回购注销总额(元)	0		
最近三个会计年度平均净利润(元)	121,872,769.93		
最近三个会计年度累计现金分红及回购注销总额(元)	116,188,800.00		
现金分红比例(%)	95.34		
现金分红比例(E)是否低于 30%	否		
是否触及《股票上市规则》第 9.8.1 条第一款第(八)项规定的可能被实施其他风险警示的情形	否		

如上表所示,公司最近三个会计年度累计现金分红金额高于最近三个会计年度年均净利润的 30%,不触及《股票上市规则》第 9.8.1 条第一款第(八)项规定的可能被实施其他风险警示的情形。

二、公司履行的决策程序

公司于 2025 年 3 月 21 日召开第五届董事会第十次会议和第五届监事会第六次会议,审议通过了《公司 2024 年度利润分配预案》,认为本方案符合公司章程规定的利润分配政策和公司已披露的股东回报规划。

三、相关风险提示

本次利润分配预案综合考虑了公司发展阶段、经营发展计划、自身经营模式及未来的资金需求等因素,不会对公司经营现金流产生重大影响,不会影响公司持续经营和长期发展。本次利润分配预案尚需提交公司股东大会审议通过后方可实施,敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

安徽安孚电池科技股份有限公司董事会
2025 年 3 月 22 日

证券代码:603031　　股票简称:安孚科技　　编号:2025-024

安徽安孚电池科技股份有限公司
关于公司 2024 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

根据中国证监会《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求(2022 年修订)》、《上海证券交易所股票上市规则》、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》(2023 年 12 月修订)等法律法规的相关规定,安徽安孚电池科技股份有限公司(以下简称“安孚科技”或“公司”)就 2024 年度募集资金存放与使用情况作如下专项报告:

一、募集资金基本情况

(一)实际募集资金金额和资金到账时间

经中国证券监督管理委员会(以下简称“中国证监会”)出具的《关于同意安徽安孚电池科技股份有限公司向特定对象发行股票注册的批复》(证监许可(2023)2368 号)的同意注册,公司向特定对象发行 33,600,000 股人民币普通股 A 股股票,发行价格为 37.02 元 / 股,募集资金总额为人民币 124,387.20 万元,扣除相关发行费用(不含增值税)1,684.13 万元后,募集资金净额为人民币 122,703.07 万元。该募集资金已于 2023 年 11 月 24 日到账。

上述募集资金到位情况业经中证天通会计师事务所(特殊普通合伙)于 2023 年 11 月 27 日出具了《安徽安孚电池科技股份有限公司验资报告》(中证天通(2023)验字 21120008 号)对募集资金到账情况进行了审验。公司对募集资金进行专户存储管理。

(二)募集资金使用和结余情况

公司 2024 年度募集资金使用和结余情况如下:

单位:元

募集资金总额	1,243,872,000.00
减:发行费用	16,841,319.29
募集资金净额	1,227,030,680.71
减:累计投入募集资金投资项目的金额	100,000,000.00
减:置换前期投入金额	1,127,030,680.71
加:已计提但尚未支付的发行费用	967,211.73
加:利息收入扣除手续费净额	94,629.55
截至 2023 年 12 月 31 日募集资金专户余额	1,061,841.28
本期支付已计提尚未支付的发行费用	967,211.73
本期利息收入扣除手续费净额	128.15
注销募集资金专户转出金额	94,501.4
截至 2024 年 12 月 31 日募集资金专户余额	0.00

二、募集资金管理情况

(一)募集资金管理制度情况

为规范公司募集资金的管理和使用,保护投资者利益,根据《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》及《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等相关规定,公司结合实际情况制定了《募集资金管理制度》,对募集资金实行专户存储制度。

(二)募集资金三方监管协议情况

2023 年 11 月 29 日,公司、华安证券股份有限公司及中国农业银行庐江县支行签订了《募集资金专户三方监管协议》,明确了各方的权利和义务。

上述协议与上海证券交易所《募集资金专户存储三方监管协议(范本)》不存在重大差异,公司严格按照相关规定存放、使用和管理募集资金,募集资金三方监管协议履行情况良好。

2023 年 12 月,公司已经完成募集资金的置换,将预先投入的募集资金投资项目的款项转入公司的普通账户。在协议履行期间,公司严格按照协议规定管理募集资金。至此,上市公司向特定对象发行股票募集资金全部使用完毕。截至 2024 年 5 月 8 日,募集资金专户余额为 0 元,募集资金专户不再使用,公司已完成办理上述专户的销户手续,账户注销后,公司与保荐机构、开户银行签署的《募集资金三方监管协议》相应终止(详见公告 2024-043)。

(三)募集资金专户存储情况

截至 2024 年 12 月 31 日,募集资金存储情况如下:

单位:元

银行名称	银行账号	余额	备注
中国农业银行股份有限公司庐江县支行	12150001040037539	0.00	该募集资金专户已于 2024 年 5 月 8 日完成注销。

三、本年度募集资金的实际使用情况

(一)募集资金管理制度情况

公司募投项目的使用情况详见附表《2024 年度募集资金使用情况对照表》。

(二)募投项目先期投入及置换情况

1、以自筹资金预先投入募集资金投资项目情况

本次募集资金到位前,公司已根据实际情况使用自筹资金预先投入募投项目,截至 2023 年 12 月 6 日,公司以自筹资金预先投入募集资金投资项目的实际投资金额为 1,250,000,000.00 元,本次拟置换金额为 1,127,030,680.71 元,具体情况如下:

单位:元

项目名称	拟使用募集资金金额	自筹资金预先投入金额	本次拟置换金额
收购亚锦科技 15% 股权	1,350,000,000.00	1,250,000,000.00	1,127,030,680.71

上市公司自筹资金中包括控股子公司安孚能源引入少数股东投资 2.6 亿元,上述募集资金预先投入置换完成后,上市公司收购了安孚能源 2.4 亿元出资额。

2、自筹资金预先支付发行费用情况

截至 2023 年 12 月 6 日,公司以自筹资金预先支付发行费用(不含增值税)金额为 443,018.87 元,具体情况如下:

单位:元

序号	费用明细	已使用自筹资金支付的发行费用(不含税金额)	拟置换的募集资金金额
1	律师费	283,018.87	283,018.87
2	评估费	75,471.70	75,471.70
3	股权登记费	31,698.11	31,698.11
4	材料制作费	52,830.19	52,830.19
合计		443,018.87	443,018.87

3、募投资金