

证券代码：002242

证券简称：九阳股份

公告编号：2023-003

九阳股份有限公司 2022 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 767,017,000 扣除公司回购专用证券账户持有股份 4,000,000 股后的股本 763,017,000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3 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	九阳股份	股票代码	002242
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	缪敏鑫		
办公地址	浙江省杭州市钱塘新区下沙街道银海街 760 号		
传真	0571-81639096		
电话	0571-81639178		
电子信箱	002242@joyoung.com		

2、报告期主要业务或产品简介

一、报告期内公司所处的行业情况

2022 年，国内经济发展受到国内外多重不可控因素影响下，国内生产总值(GDP)依然实现了 3% 的增长，在全球主要经济体中唯一实现了经济正增长，国内生产总值也迈上了 120 万亿元的新台阶。

2022 年是党和国家历史上极为重要的一年。党的二十大胜利召开，描绘了全面建设社会主义现代化国家的宏伟蓝图。面对风高浪急的国际环境和艰巨繁重的国内改革发展稳定任务，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，全国各族人民顽强拼搏，实现了经济平稳运行，我国改革开放和社会主义现代化建设又取得新的重大进展。

在国内国际双循环的良性互动推进下，小家电行业也在进行着一场包含发展理念、生产技术、销售渠道和品牌文化在内的全流程升级与变革。据奥维云网（AVC）传统渠道推总数据显示，2022 年厨房小家电（电饭煲、电磁炉、电压力锅、豆浆机、破壁机、搅拌机、榨汁机、电水壶、煎烤机、养生壶、电蒸炖锅、台式单功能烤箱、空气炸锅）共计 13 个品类零售额 520.3 亿元，同比下降 6.7%；零售量 22049 万台，同比下降 12.7%。其中，线上市场零售额 386.0 亿元，同比下降 2.9%；线下市场零售额 134.3 亿元，同比下降 16.0%，但线上线下的零售均价分别提升了 4.5%和 9.7%。

由此可见，消费者需求已经从过去的从“0”到“1”，转变为从“1”到“N”的转变，且开始愿意为更高品质、高颜值、使用便捷的商品支付合理的溢价。消费大环境正在逐渐回暖，从供给端出发品牌“推高卖新”刺激、引导更新迭代的需求或将成为必经之路。

2022 年，国际大宗商品价格依然处于高位，给行业内的公司带来了生产成本居高不下的压力。厨房小家电行业处于发展成熟期，2022 年，线下市场逐渐恢复、线上市场变革加速、渠道流量碎片化已成趋势，行业的快速变革给公司 2022 年的发展带来了较大压力和困难。

公司作为国内小家电行业的龙头企业，将继续坚持聚焦主业，坚定既定战略，掌握自主知识产权，不断创新突破，方能勇立潮头、走在前列。

二、报告期内公司从事的主要业务

报告期内，公司继续从事小家电系列产品的研发、生产和销售。公司的主要经营模式为自主研发、设计、销售及自有品牌运营。随着人们对美好生活的向往，对品质生活的追求，以及消费升级的深入推进，催生了消费者对精致、便捷、高品质小家电产品需求的增加。

报告期内，公司从事的主要业务未发生重大变化。公司发展阶段处于成熟期，不存在明显的周期性特点，公司主要产品均位列行业前三。

三、核心竞争力分析

1、品牌优势

公司不断引领行业发展方向，29 年来始终专注健康饮食电器的研发、生产和销售，积累了丰富的行业内优秀供应商和经销商资源、雄厚的研发实力和优良的行业口碑，树立了公司在业内外良好的品牌形象。

公司始终坚持“悦享健康”的品牌理念，公司努力推动品牌年轻化，通过各种原创智能科技让产品走进新时代年轻人的生活。目前，九阳品牌主要涵盖豆浆机、破壁机、电饭煲、空气炸锅、炊具、净水机、电蒸锅、开水煲、面条机等产品，其中部分核心优势产品在行业内持续保持领先。

1998 年，Shark（鲨客）创立于美国波士顿，作为美国科技清洁品类销售额第一的品牌，自 2018 年初进入中国市场。公司全资子公司——尚科宁家（中国）公司主要负责 Shark（鲨客）品牌在中国的品牌推广与市场营销，以及产品的本地化开发与落地等业务，致力于为中国家庭量身定制多品类的家居清洁小家电产品解决方案，目前旗下产品包括洗地机、可折叠吸尘器、扫地机器人、蒸汽除菌拖把、电动拖把、随手吸等。

2、渠道优势

公司在家电行业深耕多年，主要采取经销商制，经销网络和客户资源遍布全国。公司坚持以用户为中心，以需求为导向，为其提供良好的场景化体验，不论在线下终端还是在线上直播间，都努力将产品和美食“零距离”的展现在消费者眼前，为用户提供美好的场景化体验。

2022 年，国内电商平台格局加速演变。公司货架电商业务实现了稳健发展，以抖音为代表的内容电商渠道高速增长，其通过短视频、直播种草等方式营销，有效提升了厨房小家电产品的使用和购买频率。这些新兴的传播与销售渠道的出现，可以更好的将小家电产品的高颜值外观、高科技功能、良好的使用体验感等传递给消费者，并为公司线上线下业务的协同发展提供更适宜的载体，同时也提出了更高要求与目标。

面对内容电商的高速发展，公司进一步加大了对抖音、小红书、微博、微信等媒介平台的关注与投入，并根据不同品类、不同渠道、不同客群，布局拓展相应的线上品牌旗舰店和直播间，坚持进行多平台、多时段、高频次的线上直播，致力于实现最短链路的销售闭环。

公司线下业务在原有的全国数万个销售终端基础上，不断完善优化销售网络，持续探索新零售业务模式，持续推进 Shopping Mall 为代表的太空科技样板终端建设，通过与高频次、多样化、多平台的线上直播、线下体验、数字化运营等方式相结合，实现了 O2O 融合发展与消费者的高价值转换，并以立体化、多层级的销售网络实现对不同圈层消费人群的精准覆盖。

3、产品优势

随着居民对美好生活的向往，生活品质和消费能力也不断提升，催生了对高品质、高颜值、集成化、套系化、智能化多功能小家电产品的需求增加，智能化的产品可以提高用户的使用便捷度和舒适度。面对不同人群和场景的需求，推出品质过硬、用户愿意晒图并乐意推荐的好产品，进而实现产品和品牌的价值提升，努力保持市场占有率稳步提升。

报告期内，公司主打太空系列产品，如使用氧化锌抗菌技术的破壁机、拥有立体热风循环加热技术的不翻面空气炸锅、水润膜技术的 0 涂层电饭煲、抑菌净热一体的净水器、大磨王耐磨不粘炒锅等新产品，较好的提升了品牌影响力和产品科技感。

小家电的自清洁功能已成为产品优化升级的必备选项，从厨房到全屋，从“不用手洗”的破壁机，到“一键自清洁”的洗地机，公司积极发挥消费者洞察优势，把握洗地机迭代的主流方向——杀菌抗菌防臭，增加了自动烘干和电解自来水除菌等多功能洗地机。

从厨房小家电到清洁小家电，从让消费者吃得健康到居住得健康，这不仅是品类拓展和技术创新，更是“健康、创新”的品牌基因和公司价值的传承，以满足人民群众对美好生活向往需求。

公司通过持续的技术与产品创新、高效的数字化用户沟通与产品落地、快速且精准的营销策略，实现了及时捕捉市场新需求并能迅速做出反应，持续引领行业发展方向。

4、运营优势

2022 年，公司发挥自建的数字中台网络优势，不断完善数字化经营，主动适应线上线下高速融合发展的趋势，搭建完成了内容种草、线下体验、线上下单、就近配送、上门服务等丰富的新零售 O2O 购物体验闭环，拉近与消费者、用户、粉丝的距离，为未来深度挖掘数字经济价值积累了宝贵的大数据基础。

为了更好地推动数字化转型，挖掘大数据价值，公司通过抖音、小红书、微博、微信、销售终端、售后网点等渠道集合了 2500 余万名的用户粉丝，以适应在这个信息碎片化的时代背景下，更加精准的全链路传播，并在服务好私域流量用户的同时，也吸引更多公域流量用户的关注，这将是一个巨大的机遇。

然而，互联网带来的变革不仅在营销端，更需要产品和供应端的智能化与一体化方面体现。公司通过推行 QMS 等管理系统助力开创智能制造管理时代，数字化管理辅助精益生产、着重产品全生命周期内的质量管理，注重每一环节的过程控制，致力于降低产品不良率，提高直通率，实现智能制造。

与此同时，通过运行供应商管理数字化平台 SRM 系统可实现所有与供应商相关业务的在线管理与数据分析，MES 系统可实时查看供应商的制造过程，结合运用 WMS 仓储管理等一系列现代化信息系统，并与公司内部的品质管理系统、研发管理系统、招标管理系统等实现数据互联互通，实现软硬件的智能生态集成。

四、主营业务分析

1、概述

2022 年，公司实现营业收入 1,017,668.78 万元，较上年同期下降 3.45%；其中，西式电器类、营养煲类中产品取得较好增长，食品加工机类产品和其他产品保持着较平稳的发展，公司收入结构不断优化。

2022 年，公司营业成本 721,667.87 万元，同比下降 5.19%。公司毛利率同比上升 1.3 个百分点。

2022 年，公司销售费用 159,259.41 万元，同比上升 0.78%，销售费用率 15.65%，同比上升 0.66 个百分点；管理费用 37,622.07 万元，同比上升 7.26%，管理费用率 3.70%，同比上升 0.37 个百分点，研发投入 39,013.05 万元，同比增长 9.2%。报告期内，公司新增专利申请权 1,797 项（其中发明专利 216 项，实用新型 1,375 项，外观设计申请 206 项），截至报告期末，公司共拥有专利技术 11,648 项（其中发明专利 651 项，实用新型 9,518 项，外观专利 1,479 项）。

2022 年，公司实现利润总额 58,341.61 万元，同比下降 26.2%；实现归属于上市公司股东的净利润 52,950.14 万元，同比下降 28.98%。

2022 年，公司实现经营活动产生的现金流量净额 61,044.26 万元，同比上升 1854.71%，主要系本期收回的货款增加所致。

五、公司未来发展的展望

1、公司所面临的外部环境分析

国家产业政策大力支持 促进家电消费提质升级

报告期内，商务部等 13 部委印发了《关于促进绿色智能家电消费的若干措施》，为贯彻落实党中央、国务院决策部署，补齐家电市场短板弱项，打通家电消费堵点，满足人民群众对低碳、绿色、智能、时尚家电消费升级需求，拉动家电及上下游关联产业发展，助力稳定宏观经济大盘，更好服务构建新发展格局。

统筹举办家电消费季、家电网购节等各类消费促进活动。推动实体商业与电商平台全渠道融合，开展家电新品首发首秀体验活动，打造沉浸式、体验式、一站式家电消费新场景。完善绿色智能家电标准，推行绿色家电、智能家电、物联网等高端品质认证，为绿色智能家电消费提供指引。

作为全球第二大经济体，拥有世界上最具规模和消费潜力的市场，但是短期内会面临市场的不确定性，需要发挥公司的市场洞察力、产品研发能力、市场营销能力等核心竞争力，或将捕捉到需求更大、潜力更大的市场空间，进而实现持续引领行业发展。

2、公司未来发展战略及经营计划

借鉴发达国家家电消费的变迁史，可以看到随着收入水平的提升，家电消费将进入品质消费阶段，预计未来小家电行业将稳定向好，且发展空间仍然较大。

作为国内小家电行业领导品牌，公司将继续坚持聚焦小家电主业，以用户需求为中心，深度挖掘刚需产品发展机会。通过更深入的消费者洞察来提升产品创新的成功率，以技术创新为驱动力，以更高的产品质量稳定性，为用户提供更优的长期高粘性服务。

2023 年，在快速变化且充满不确定的环境下，虽然消费环境正在积极变暖，但是将会面对的竞争和挑战仍然有增无减。公司将更加关注运营能力、销售能力、盈利能力的发展，尤其是精细化经营能力的提升。坚持发展厨房小家电、清洁小家电、水家电和炊具的产品线组合，持续挖掘放大九阳（Joyoung）品牌和 Shark（鲨客）品牌的协同化价值。

报告期内，公司有数亿级的产品在为用户的“家庭厨房”提供生活便利，有上千所“公益厨房”每天为超五十万乡村孩童解决就餐，有航天技术打造的“太空厨房”在中国空间站为航天员改善太空饮食饮水品质。未来，公司将继续做大做强“家庭厨房”+“公益厨房”+“太空厨房”的品牌资产价值，为公司、为股东持续创造价值。

3、公司面临的风险和应对措施

1) 行业风险

小家电产品，特别是中高端小家电产品的普及程度与居民可支配收入水平直接相关。近年来，中国经济已从高速增长阶段转向高质量增长阶段，居民可支配收入不断提高，人民群众对美好生活的向往需求日益增高，为国内小家电行业的发展提供了强有力的支撑。

中国小家电市场空间巨大，部分新厂商也在试图进入该领域，随着新的竞争对手加入，市场竞争将日益加剧，可能导致公司产品的利润率下降。同时，小家电行业内也存在不正当竞争情况，如产品仿制、专利、商标或企业名称等。虽然公司在国内厨房小家电行业名列前茅，但随着行业的发展，公司面临市场竞争不断加大的风险，并可能对公司的市场规模产生一定的影响。

针对上述风险，公司将继续加大技术创新、加强知识产权保护、坚持价值登高、坚持走品牌之路、以用户需求为核心、以需求为导向，主动推出更多迎合新时代消费者需求的产品。

2) 经营风险

i. 原材料价格波动的风险

公司对外采购的原材料主要包括铁、不锈钢、铝、铜、塑料等，对外采购零部件主要包括电机、面板、集成电路等。所需原材料和零部件型号众多，用量需求分散，不存在原材料过于集中于单一品种或单一类别的情况，但是上述原材料的价格上涨以及物流、包材等成本的攀升，都会对公司的盈利能力产生影响。公司将采取科学调节供应链网络，优化产品设计，整合采购原料，综合降低生产成本，提高盈利能力。

ii. 产品多元化所带来的管理风险

公司已实现了“九阳=豆浆机”向“九阳=品质生活小家电”的战略与品牌提升转型，形成了多元化的产品布局，以探索更广阔的市场空间。但与此同时，产品的多元化将对公司的内部管理、品质管控、市场营销、技术开发、人力资源等方面都提出了更高的要求。若公司不能及时完善相应制度、未能恰当配备相关专业人才，将给公司运营带来一定风险。

针对上述风险，公司将通过运用智能化的信息管理系统、制定科学可行的管理制度、引进培养更多专业人才、完善内部奖惩机制、以提高运营管理质量。

iii. 产品发生质量问题的风险

由于家电类产品的使用与人身安全息息相关，尤其公司的主要产品又直接影响着消费者的饮食安全和健康家居环境，因此对于小家电产品的质量要求会更加严格。

经过多年来的积累，公司已在质量控制上建立了一套完整、严格的内控流程，对于在生产过程中可能出现的潜在质量问题也进行有效的防范。

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

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	7,074,762,950.69	8,516,380,670.95	-16.93%	9,134,826,691.51
归属于上市公司股东的净资产	3,313,074,235.88	4,263,662,880.72	-22.30%	4,283,761,519.10
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	10,176,687,797.39	10,540,473,926.06	-3.45%	11,223,747,609.01
归属于上市公司股东的净利润	529,501,433.89	745,601,463.86	-28.98%	940,080,034.27
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	547,248,312.25	596,777,184.42	-8.30%	680,410,546.02
经营活动产生的现金流量净额	610,442,582.65	-34,788,705.11	1,854.71%	2,009,298,071.00
基本每股收益（元/股）	0.70	0.97	-27.84%	1.23
稀释每股收益（元/股）	0.70	0.97	-27.84%	1.23
加权平均净资产收益率	13.75%	17.45%	-3.70%	23.83%

(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	2,328,527,536.97	2,381,920,607.64	2,214,588,864.01	3,251,650,788.77
归属于上市公司股东的净利润	166,241,068.10	180,165,322.66	158,189,969.70	24,905,073.43
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	157,259,318.46	141,768,874.64	159,359,269.72	88,860,849.43
经营活动产生的现金流量净额	495,669,740.10	-31,636,676.41	445,780,927.94	-299,371,408.98

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

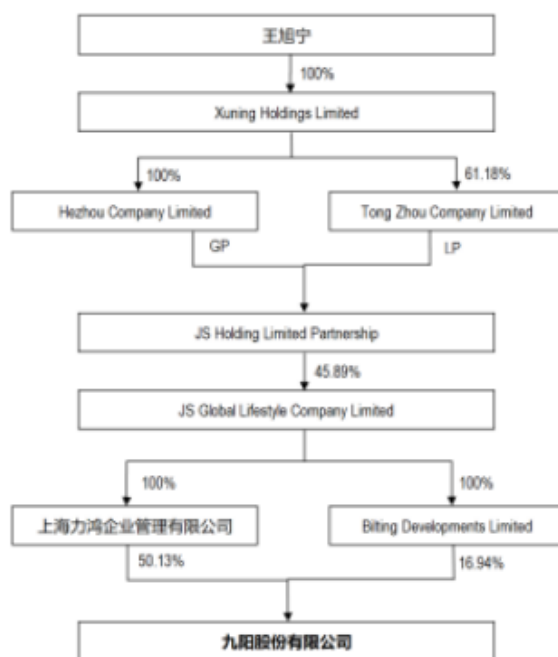
单位：股

报告期末普通股股东总数	40,605	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	33,899 (系 2023 年 2 月 28 日数据)	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							
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	
上海力鸿企业管理有限公司	境内非国有法人	50.13%	384,523,746		质押	307,618,897	
BILTING DEVELOPMENTS LIMITED	境外法人	16.94%	129,924,090		质押	103,939,172	
香港中央结算有限公司	境外法人	5.40%	41,436,868				
九阳股份有限公司—第一期员工持股计划	其他	2.09%	16,000,000				
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.46%	11,201,233				
汇添富基金管理股份有限公司—社保基金四二三组合	其他	1.17%	8,944,110				
基本养老保险基金—零零一组合	其他	0.65%	5,001,435				
招商银行股份有限公司—泓德瑞兴三年持有期混合型证券投资基金	其他	0.50%	3,811,064				
中国工商银行股份有限公司—汇添富民营活力混合型证券投资基金	其他	0.40%	3,068,496				
中国农业银行股份有限公司—中证 500 交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.34%	2,622,982				
上述股东关联关系或一致行动的说明	2019 年 4 月，BILTING DEVELOPMENTS LIMITED 的股权结构发生了变更，其成为公司实际控制人王旭宁控制的企业（详见巨潮资讯网上公司 2019-027 号公告），即上海力鸿企业管理有限公司与 BILTING DEVELOPMENTS LIMITED 均为公司实际控制人王旭宁控制的企业，两者属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。除上述关联关系及一致行动情况外，公司未知其他股东间是否存在关联关系和一致行动关系的情况。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无						
前 10 名股东中存在回购专户的特别说明（如有）	九阳股份有限公司回购专用证券账户报告期末持有的普通股数量为 4,000,000 股，占公司总股本的 0.52%。						

(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

(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

1、权益分派

公司 2022 年 3 月 28 日召开第五届董事会第十四次会议，审议通过 2021 年度利润分配方案，以截止 2021 年 12 月 31 日总股本 767,017,000 股为基数，拟向全体股东每 10 股派发现金红利 10 元（含税），不送红股，不以公积金转增股本。2022 年 4 月 22 日，公司 2021 年年度股东大会审议通过上述议案。利润分配方案披露至分配实施期间，公司股本由于股份回购原因发生变化，公司实际利润分配方案为：以总股本 767,017,000 股扣除回购专用证券账户持有股份 3,074,800 股后的 763,942,200 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 10.0 元（含税），不送红股，不以公积金转增股本。该分配方案已于 2022 年 5 月 10 日执行完毕。

公司 2022 年 8 月 28 日召开第五届董事会第十七次会议，审议通过 2022 年半年度利润分配方案，以截至 2022 年 6 月 30 日总股本 767,017,000 股，扣除公司回购专用证券账户持有股份 10,800,000 股后的股本 756,217,000 为基数，拟向全体股东每 10 股派发现金红利 5 元（含税），不送红股，不以公积金转增股本。2022 年 9 月 28 日，公司 2022 年第一次临时股东大会审议通过上述议案。利润分配方案披露至分配实施期间，公司股本由于股份回购及回购专户内股票用于员工持股计划而部分实际授出等

原因发生变化，公司实际利润分配方案为：以总股本 767,017,000 股扣除回购专用证券账户持有股份 4,000,000 股后的 763,017,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 5.0 元（含税），不送红股，不以公积金转增股本。该分配方案已于 2022 年 11 月 18 日执行完毕。

2、回购

公司第五届董事会第十三次会议及 2021 年第二次临时股东大会审议通过了《关于回购部分社会公众股份的方案》，并于 2021 年 11 月 27 日披露了《回购股份报告书》，公司拟使用自有资金不超过人民币 3.6 亿元，以集中竞价交易方式回购公司部分社会公众股份（A 股），回购价格不超过人民币 30 元/股，预计回购股份不少于（含）600 万股，不超过（含）1200 万股，占公司总股本的比例为 0.78%-1.56%，拟回购的股份将用于实施股权激励计划或员工持股计划，回购股份期限为自股东大会审议通过之日起不超过 12 个月。详见巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）以及《证券时报》、《中国证券报》上的《回购股份报告书》（公告编号：2021-051）等相关公告。

公司于 2022 年 4 月 22 日召开的 2021 年年度股东大会审议通过了《关于 2021 年度利润分配的议案》，并于 2022 年 4 月 29 日披露了《2021 年度权益分派实施公告》。根据公司《回购股份报告书》，公司本次回购股份最高价将由不超过 30 元/股调整为 29 元/股。按回购数量上限 1200 万股测算，预计回购金额约为 3.5 亿元；按回购数量下限 600 万股测算，预计回购金额约为 1.7 亿元，具体回购股份的数量以回购期限届满时实际回购的股份数量为准。其他内容保持不变。详见公司于 2022 年 6 月 1 日刊登在《证券时报》、《中国证券报》以及巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）上的《关于调整回购股份价格上限的公告》（公告编号 2022-032）。

截至 2022 年 9 月 13 日，公司通过股票回购专用证券账户以集中竞价方式回购股份，累计回购股份数量为 12,000,000 股，占公司总股本的 1.56%，最高成交价为 19.65 元/股，最低成交价为 14.68 元/股，成交总金额为 204,080,639.52 元（不含交易费用）。公司本次回购股份数量达到上限，方案已实施完毕。

3、员工持股

1、2022年3月28日，公司召开第五届董事会第十四次会议审议通过了《关于<九阳股份有限公司第一期员工持股计划（草案）>及其摘要的议案》《关于<九阳股份有限公司第一期员工持股计划管理办法>的议案》《关于提请股东大会授权董事会办理公司第一期员工持股计划有关事项的议案》。独立董事对此发表了同意的独立意见。2022年3月28日，公司第五届监事会第十三次会议审议通过了《关于<九阳股份有限公司第一期员工持股计划（草案）>及其摘要的议案》、《关于<九阳股份有限公司第一期员工持股计划管理办法>的议案》。国浩律师（上海）事务所出具了法律意见书。

2、2022年4月1日，公司召开第五届董事会第十五次会议审议通过了《关于<九阳股份有限公司第一期员工持股计划（草案修订稿）>及其摘要的议案》、《关于<九阳股份有限公司第一期员工持股计划管理办法（修订稿）>的议案》、《关于提请股东大会授权董事会办理公司第一期员工持股计划有关事项的议案》。独立董事对此发表了同意的独立意见。2022年4月1日，公司第五届监事会第十四次会议审议通过了《关于<九阳股份有限公司第一期员工持股计划（草案修订稿）>及其摘要的议案》、《关于<九阳股份有限公司第一期员工持股计划管理办法（修订稿）>的议案》。国浩律师（上海）事务所出具了法律意见书。

3、2022年4月22日，公司2021年年度股东大会审议通过了《关于<九阳股份有限公司第一期员工持股计划（草案修订稿）>及其摘要的议案》、《关于<九阳股份有限公司第一期员工持股计划管理办法（修订稿）>的议案》、《关于提请股东大会授权董事会办理公司第一期员工持股计划有关事项的议案》。

本员工持股计划以“份”作为认购单位，份数总额为12,900万份，每份份额为 1.00 元，本次员工持股计划筹集资金总额为 12,900 万元。持有人范围为公司（含子公司）董事、高级管理人员、核心管理人员，总人数预计不超过 30 人，具体参加人数、名单将根据公司遴选分配及员工实际参与情况确定。

4、2022年10月18日，公司已完成二级市场股票购买，已通过集中竞价交易方式在二级市场累计买入公司股票 8,000,000 股，占公司总股本的 1.04%，成交总金额为人民币121,068,322.09 元（不含交易费用）。

5、2022年11月2日，公司召开第一期员工持股计划第一次持有人会议，审议通过《关于设立公司第一期员工持股计划管理委员会的议案》、《关于选举第一期员工持股计划管理委员会委员的议案》、《关于授权公司第一期员工持股计划管理委员会办理与本期持股计划相关事宜的议案》

6、2022年11月3日，公司收到中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司出具的《证券过户登记确认书》，公司回购专用证券账户所持有的公司股票 800 万股已于2022年11月3日以非交易过户形式过户至公司开立的“九阳股份有限公司第一期员工持股计划”专户，占公司目前总股本的 1.04%，过户价格为 1 元/股。

截至2022年11月4日，员工持股计划已完成二级市场股票购买和非交易过户，员工持股计划持有的股票数量合计1,600万股，占公司目前总股本的2.09%。