

证券代码：300992

证券简称：泰福泵业

公告编号：2024-028

债券代码：123160

债券简称：泰福转债

浙江泰福泵业股份有限公司

2023 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。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为天健会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

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

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 2023 年度权益分派实施公告中确定的股权登记日当日股份数量扣减公司回购专户持有的股份数量为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.75 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

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	泰福泵业	股票代码	300992
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	薛康	朱敏丽	
办公地址	浙江省台州市温岭市东部新区龙门大道 5 号	浙江省台州市温岭市东部新区龙门大道 5 号	
传真	0576-86312863	0576-86312863	
电话	0576-86312868	0576-86312868	
电子信箱	zqb@chinataifu.com	zqb@chinataifu.com	

2、报告期主要业务或产品简介




（一）主要业务

公司成立于 1993 年 5 月，2021 年 5 月在深圳证券交易所创业板上市。主要从事民用水泵的研发、生产和销售，经过多年的发展，形成了完善丰富的产品体系，主要产品包括陆上泵、小型潜水泵、井用潜水泵、循环泵以及节能泵，可广泛应用于农业灌溉、生活用水、深井提水、畜牧用水和热水循环等领域，市场需求较大。

报告期内主要业务未发生重大变化。

（二）主要产品及用途

公司主要产品、特点及用途具体如下：

产品	图示	特点及用途
陆上泵		该系列产品安装、使用及维修方便，结构紧凑、扬程和吸程较高，能耗低，主要应用于农业灌溉、畜牧用水、生活用水等领域。
小型潜水泵		该系列产品体积小、重量轻、温升低、水力损失小，适用于深度 10 米以内的水域，广泛应用于农业灌溉、生活用水、建筑施工排水、污水排放及河流提水等领域。
井用潜水泵		该系列产品潜水深度深、径向尺寸小、整体占用空间较小，扬程最高可达 500 米以上，潜水深度约 100 米，通过新型充水电机设计及调质处理工艺与新材料的运用，有效降低了电磁能、热能和机械能的损耗，主要应用于井径 100mm-400mm 的深井提水。
循环泵		该系列产品结构紧凑、密封性好，采用的屏蔽式水冷电机取消了冷却风扇和滚动轴承，运行噪音低，安装方便快捷，主要应用于家用供暖、热水循环等领域。
节能泵		该系列产品采用永磁同步电机，可提高电机将电能转化为机械能的效率、高效节能，主要为太阳能泵，利用太阳能自动工作，经济、可靠、环保，维护工作量低。此外，永磁同步电机还可搭载智能控制器、显示屏组成高度智能化的节能泵，实现实时监测和控制水泵扬程、流量、功率、转速、效率等参数的运行情况。节能泵符合水泵行业高效、节能、环保的发展趋势，主要用于牧区、草原、边防哨所等缺电、无电地区的农业灌溉、人畜用水等领域。

(三) 主要经营模式

公司主要通过生产并销售陆上泵、小型潜水泵、井用潜水泵、循环泵、节能泵等相关产品实现盈利。

销售方面：公司长期以外销为主导，近年来积极调整销售策略，逐步加强国内市场的开拓，且因公司产品的应用领域广泛，用户地域分布广，公司采取与经销商买断式销售的合作模式进行销售。报告期内通过市场调研、走访经销商、国内外参展、符合市场策略的产品开发、新媒体宣传、招商政策推广等举措，使泰福水泵品牌的知名度、品牌力持续提升。

生产方面：对于民用水泵产品，公司根据产品市场需求和公司供应链能力等因素，采用订单式生产和库存式生产相结合的生产模式。报告期内，生产计划在适应公司发展不断优化。公司坚持以市场为导向，以订单为核心，确保产品按时按质交付。计划管理部强化销售与生产事业部间的协同，确保生产与发货的时效性。

采购方面：公司销售部门按月进行订单预测，生产部门结合销售需求预测和成品库存情况编制生产计划，计划物控部门结合生产需求和余料库存、销售订单进行物流资源计划运算，并下达采购计划，由采购部执行原材料的采购工作；材料到货后，经品质部验收合格后入库。报告期内，公司进一步优化供应商管理制度，针对主要原材料拓宽采购渠道，在保证原材料质量和按时交付的前提下，选择具备价格优势的供应商实施采购，以降低原材料采购成本。

（四）主要竞争对手

公司的国外主要竞争对手包括丹麦格兰富、德国威乐、意大利佩德罗、德国劳伦斯，国内主要竞争对手包括利欧股份、大元泵业、君禾股份、凌霄泵业等。

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

元

	2023 年末	2022 年末	本年末比上年末增减	2021 年末
总资产	1,611,186,013.47	1,337,099,930.07	20.50%	854,679,686.83
归属于上市公司股东的净资产	837,978,986.85	791,457,879.74	5.88%	679,644,691.83
	2023 年	2022 年	本年比上年增减	2021 年
营业收入	714,398,274.61	553,655,457.75	29.03%	561,326,185.50
归属于上市公司股东的净利润	53,503,645.07	61,195,033.55	-12.57%	61,120,904.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	51,376,370.53	50,525,997.50	1.68%	49,666,233.55
经营活动产生的现金流量净额	180,621,810.40	52,317,114.19	245.24%	43,828,782.31
基本每股收益（元/股）	0.59	0.67	-11.94%	0.75
稀释每股收益（元/股）	0.54	0.67	-19.40%	0.75
加权平均净资产收益率	6.57%	8.53%	-1.96%	10.58%

（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	137,756,554.83	174,391,554.87	176,252,390.38	225,997,774.53

归属于上市公司股东的净利润	10,226,478.49	15,377,563.47	12,657,817.29	15,241,785.82
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	6,484,101.57	19,045,534.57	11,955,797.72	13,890,936.67
经营活动产生的现金流量净额	42,133,498.06	26,778,665.65	89,558,068.38	22,151,578.31

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	8,321	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	6,423	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	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	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		数量		
					股份状态	数量			
陈宜文	境内自然人	19.99%	18,150,000.00	18,150,000.00	不适用		0.00		
温岭市地久电子科技有限公司	境内非国有法人	19.82%	18,000,000.00	18,000,000.00	不适用		0.00		
林慧	境内自然人	4.41%	4,000,000.00	4,000,000.00	不适用		0.00		
邵雨田	境内自然人	4.00%	3,631,900.00	0.00	不适用		0.00		
毛世良	境内自然人	3.06%	2,779,900.00	2,779,900.00	不适用		0.00		
李勇	境内自然人	2.60%	2,357,200.00	0.00	质押		1,500,000.00		
毛世俊	境内自然人	2.55%	2,312,800.00	0.00	不适用		0.00		
温岭市宏泰投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.20%	2,000,000.00	2,000,000.00	不适用		0.00		
温岭市益泰投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.04%	1,850,000.00	1,850,000.00	不适用		0.00		
潘军平	境内自然人	1.72%	1,557,600.00	0.00	不适用		0.00		
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、陈宜文、林慧为夫妻关系； 2、温岭市地久电子科技有限公司为陈宜文、林慧夫妇控制的企业； 3、温岭市宏泰投资合伙企业（有限合伙）为陈宜文担任执行事务合伙人的企业； 4、温岭市益泰投资合伙企业（有限合伙）为林慧担任执行事务合伙人的企业； 5、毛世良、毛世俊为兄弟关系；								

6、李勇为毛世良、毛世俊外甥。

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前十名股东较上期发生变化

适用 不适用

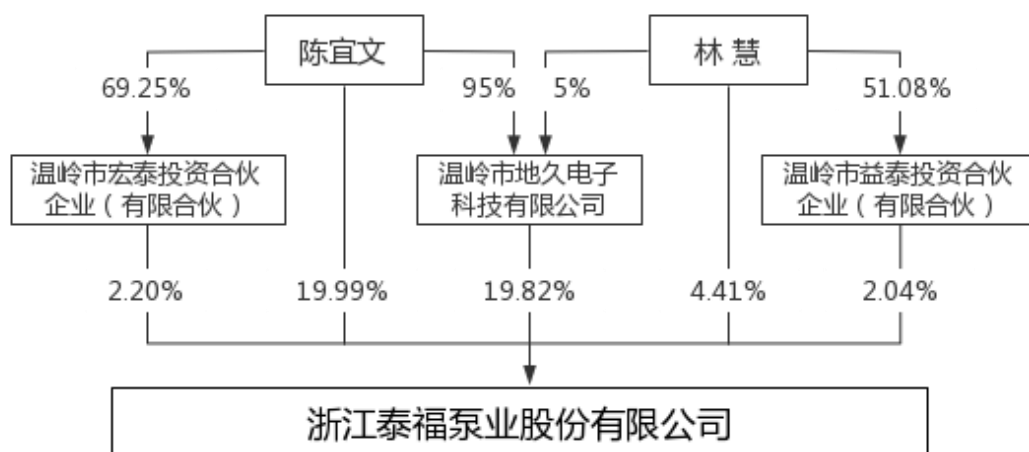
公司是否具有表决权差异安排

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

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

(1) 债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额 (万元)	利率
浙江泰福泵业股份有限公司可转换公司债券	泰福转债	123160	2022年09月28日	2028年09月27日	33,488.74	第一年0.50%、第二年0.70%、第三年1.00%、第四年1.80%、第五年2.50%、第六年3.00%。
报告期内公司债券的付息兑付情况	“泰福转债”（债券代码：123160）第一年计息期间为2022年9月28日至2023年9月27日期间的利息，当期票面利率为0.50%，本次付息每10张“泰福转债”（单张面值100元，10张面值1,000元）派发利息为人民币5.00元（含税）。“泰福转债”于2023年9月28日完成第一年利息支付，具体内容详见于2023年9月21日在巨潮资讯网（ http://www.cninfo.com.cn ）上披露的《关于可转换公司债券2023年付息的公告》（公告编号：2023-046）。					

(2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

2023 年 6 月 20 日，公司披露了中证鹏元资信评估股份有限公司出具的《2022 年浙江泰福泵业股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券 2023 年跟踪评级报告》（中鹏信评[2023]跟踪第[615]号 01），评级结果为：维持公司主体信用等级为 A，维持评级展望为稳定，维持“泰福转债”的信用等级为 A。

(3) 截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	本年比上年增减
资产负债率	48.00%	40.81%	7.19%
扣除非经常性损益后净利润	5,137.64	5,052.6	1.68%
EBITDA 全部债务比	750.04%	522.57%	227.47%
利息保障倍数	6.89	12.34	-44.17%

三、重要事项

公司长期以外销为主导，但近年来正积极调整销售策略，逐步加强内销市场的拓展，最终实现外销与内销共同发展的态势。2021 年至 2023 年外销收入占比分别为 92.95%、92.35%、85.50%。2023 年世界政治经济形势复杂严峻，全球贸易表现低迷，外需疲弱带来出口增长压力，但我国离心泵行业顶住多重压力，对外贸易稳中有升，实现平稳增长。根据海关数据查询税号统计，2023 年与公司民用水泵产品相关度较高的三类主要产品（即转速<10000 转/分的其他离心泵、转速<10000 转/分的离心电动潜油泵及潜水泵、电动回转式叶片泵）出口数量为 14,775.57 万台，较 2022 年出口数量增幅 2.31%，出口金额为 463,057.77 万美元，较 2022 年出口金额增幅 8.91%。公司 2023 年营业收入为 71,439.83 万元，同比增幅 29.03%；实现利润总额为 5,892.16 万元，同比降幅 14.13%；实现归属于上市公司股东净利润 5,350.36 万元，同比降幅 12.57%。

销售收入的快速增长主要得益于公司第一大客户来自孟加拉的加齐国际采购需求回暖、产品策略有效实施、以及及时地构建内外贸双循环战略。

从第一大客户的采购情况来看，在 2022 年，由于孟加拉外汇储备不足，政府采取了更加严格的外汇管制措施给当地使用美元为结算的企业造成了一定困难，公司于 2022 年销往孟加拉加齐国际的产品收入有较大幅度下滑，销售金额为 18,304.09 万元，较 2021 年销往该客户的水泵收入下降 6,510.76 万元，降幅为 26.24%。在 2023 年，公司销往孟加拉加齐国际的水泵产品金额为 27,296.28 万元，较 2022 年销往该客户的水泵收入增加 8,992.18 万元，增幅为 49.13%，客户 2023 年采购情况较 2022 年有较大改善，与 2021 年相比略有增加，但孟加拉当地的外汇管制措施影响并未消除。

从产品端来看，2023 年井用潜水泵、循环泵销售收入表现亮眼。受益于产品策略的有效实施，公司针对井用潜水泵内部零部件构成、产品技术参数、外观等进行了一系列改进及定制，关键大客户采购井用潜水泵的需求大幅度增加，对公司未来井用潜水泵的产能消化奠定了良好的基础。2023 年井用潜水泵销售收入较去年同期增加 6,256.49 万元，增幅为 116.81%。另一方面，得益于俄罗斯全资子公司深耕当地市场以及较大功率、单价较高的循环泵产品有效推广，2023 年循环泵销售收入较去年同期增加 2,642.75 万元，增幅为 54.10%。

从内外销来看，销售收入增长离不开制定了正确的战略方向。公司顺应国家政策于 2021 年提出了构建内外贸双循环战略，于 2022 年由公司管理层对国内市场进行了一系列调研，锚定了井用潜水泵、小型潜水泵以及面向家用的智能增压泵作为公司国内市场产品的突破口，通过新媒体宣传、省市级代理商确立、地方行业团队营销，公司内销收入有较大幅度的增长。2023 年公司境内销售收入为 10,362.00 万元，较去年同期增幅 144.53%。

从经营管理概况来看，报告期内，公司重点工作如下：

1. 加强销售体系建设，品牌影响力持续提升

为确保募投项目的顺利推进，公司进一步加强了销售体系的建设，对现有的渠道和行业营销团队进行了深入调整和优化，以更好地适应市场变化。同时，公司还加大了品牌推广和招商政策的扶持力度，为公司的市场拓展注入了新的活力。报告期内公司销售费用投入 3,060.36 万元，较去年同期增加 1,235.80 万元，增幅 67.73%。

在品牌推广方面，公司延续前期计划积极参加线下各大展会，展示产品优势，吸引潜在客户，协助经销商建立品牌形象店，提升获客能力和复购率。同时，公司充分利用新媒体平台，通过国内外网站、抖音、微信公众号等渠道，传递“一专、两全、三高”的市场定位，展示产品优势与功能参数，让目标客户更深入地了解公司。

在招商方面，公司充分发挥品类全、产业链资源丰富的优势，与区域优秀经销商紧密合作，开展全国范围内的招商活动。通过举办工厂开放日、经销商合作洽谈会等活动，加强与目标客户的沟通交流，深化合作关系。公司还为经销商提供产品定制、品牌推广、渠道开发等全方位支持，协助其建立区域品牌形象店，共同开拓市场。截至本报告披露日，已协助经销商建设 180 多家品牌形象店。

公司通过精准的市场调研与策略制定，初步形成了覆盖广泛、结构合理的销售网络。同时，公司充分利用新媒体平台，通过抖音直播、直播带货（以配件为主）等创新方式，与经销商及供应商建立紧密互动关系，截至本报告披露日，抖音粉丝数量突破 12 万，品牌曝光度和市场影响力显著提升。

此外，公司还设立客户合作奖项，表彰长期合作、共同成长的优秀客户，激励更多客户与公司建立长期稳定的合作关系。同时，公司在报告期完善验厂流程，确保产品质量与安全符合客户要求，进一步提升客户满意度。

2. 成本优化效果凸显，廉洁采购助力降本

公司注重生产成本的优化与控制，通过提升生产效率、降低原材料消耗、减少不必要的浪费等方式，实现了成本的有效降低。同时，公司还加强了对供应链的管理，与供应商建立了长期稳定的合作关系，确保了原材料的稳定供应和优质品质，进一步降低了采购成本。报告期内，公司综合毛利率较去年同期增加 2.55 个百分点。

为保障公司的利益不受损害，公司加强了清廉建设，通过与员工签订承诺、与供应商签订采购清廉告知函，公司有效减少了采购过程中的腐败现象，避免了不必要的成本损失，为公司的降本提供了有力保障。

3. 研发创新稳步前行，技术实力稳步提升

公司在研发创新方面始终保持稳健的步伐，不断推进技术实力的提升。公司注重研发资源的整合与优化，加强内部研发流程的规范化管理，确保产品开发与生产的顺利进行。在技术研发过程中，公司坚持以市场需求为导向，注重产品性能的提升与质量的把控。通过不断引进新技术、新工艺和新材料，公司成功推出了一系列具有竞争力的水泵产品，满足了客户的多样化需求。

同时，公司还加强了与高校、外部机构的合作与交流，积极吸收先进技术与经验，为公司的技术研发提供了有力支持。报告期内公司研发投入 3,923.35 万元，较去年同期增加 1,483.97 万元，增幅 60.83%。通过持续的研发投入和技术创新，公司的技术实力得到了提升，为企业的长远发展奠定了基础。

4. 人力资源持续投入，培训管理显著提升

公司在人力资源建设方面持续加大投入，为公司的高质量发展吸引和培养优秀人才。截至本报告期末，人数较上个报告期末增加了 184 人。其中，特别是针对优秀大学生的吸引与培育，公司设立了专项沟通机制，积极倾听他们的声音与需求，并根据反馈及时调整和改进相关政策措施，确保每位大学生都能在公司找到归属感和发展空间。

为加快新员工的融入与团队融合，公司精心策划了一系列活动。每月定期为新员工举办温馨的生日会，传递企业的人文关怀，同时，通过组织团建活动，增进新员工间的沟通与合作，为未来的高效协同奠定坚实基础。此外，公司还特别关注新入职人员的培训与发展，通过制定详细的培训计划，定期的学习与实践，帮助他们快速掌握工作要领，实现个人与企业的共同成长。

在培训管理方面，公司以更加系统、专业的姿态推进。积极与外部培训机构合作，引入前沿课程，同时结合内部实际需求，开展针对性的培训活动，不断提升员工的专业技能和综合素质。公司还采用以老带新的方式，让资深员工指导新员工，帮助他们更快地适应工作环境和团队文化。

在企业文化建设方面，公司同样注重传承与创新，公司致力于营造积极向上的工作氛围。通常情况下，遇到重大传统节日，公司会精心策划庆典活动，通过组织这些活动，不仅丰富了员工的精神文化生活，也进一步增强了员工的归属感和团队凝聚力。