

公司代码：603617

公司简称：君禾股份

君禾泵业股份有限公司
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 <https://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、 公司全体董事出席董事会会议。
- 4、 立信会计师事务所（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

公司拟向全体股东每股派发现金红利 0.08 元（含税）。截至本报告披露日，公司总股本 390,471,337 股，以此计算合计拟派发现金红利 31,237,706.96 元（含税）。本年度公司现金分红总额 31,237,706.96 元，占本年度归属于上市公司股东净利润比例为 39.32%。

如在本报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，公司拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。如后续总股本发生变化，将另行公告具体调整情况。

本次利润分配方案尚需提交公司股东会审议。

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	君禾股份	603617	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陈佳伟	虞琴琴
联系地址	浙江省宁波市海曙区集士港镇广蔺路 288 号	浙江省宁波市海曙区集士港镇广蔺路 288 号
电话	0574-88020788	0574-88020788
传真	0574-88020788	0574-88020788
电子信箱	zhw@junhepumps.com	zhw@junhepumps.com

2、 报告期公司主要业务简介

泵是一种输送流体介质的设备，广泛应用于家庭供排水、农林灌溉、工业、市政、国防军工等国民经济各部门，是流体装置中不可替代的设备。最常用的水泵产品根据其输送介质的流量和扬程的大小可划分为大中型水泵和小微型水泵，根据使用领域可划分为工业泵和民用泵，大中型水泵主要用于工业用途，而小微型水泵主要应用于家用及小型农业灌溉等民用领域。根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司所属行业为“通用设备制造业（C34）”中的“泵及真空设备制造（C3441）”；根据《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司所属行业为“通用设备制造业（C34）”。公司所处的细分行业为小型民用水泵行业。

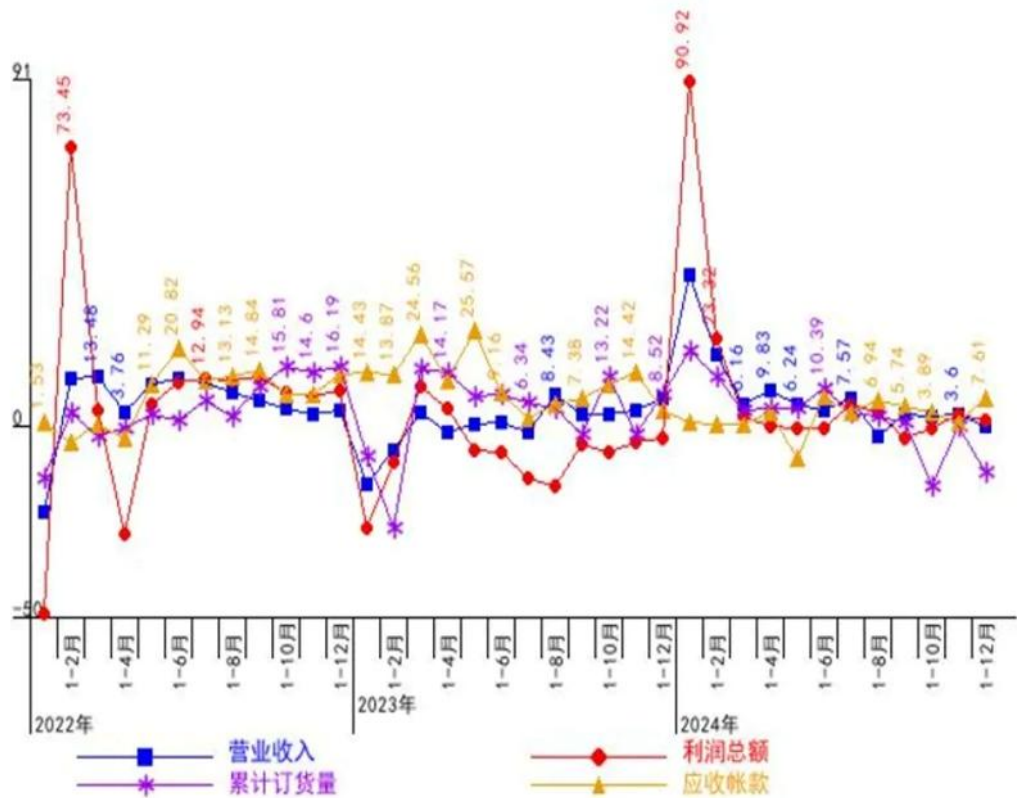
1、国内行业发展情况

2024 年通用机械行业经济运行一季度开局良好，二季度后营业收入增速放缓，利润总额增速持续下降，但行业主要经济指标完成总体平稳。

根据国家统计局数据，2024 年通用机械行业规模以上企业 8,524 家，资产总计 13,178.62 亿元，同比增长 6.46%；全年实现营业收入 10,739.39 亿元，同比增长 3.49%，高于全国工业 1.39 个百分点，高于机械工业 1.79 个百分点；实现利润总额 843.79 亿元，同比下降 0.36%，降幅小于全国工业和机械工业；完成出口交货值 1722.7 亿元，同比增长 14.34%。

国家统计局数据中通用机械行业泵、风机、气体压缩机、阀门、气体分离及液化设备、减变速机 6 种主要产品产量完成情况显示，泵、风机、气体压缩机、气体分离及液化设备四种产品同比增长，其中泵、气体压缩机、气体分离及液化设备产量保持两位数增长；阀门、减速机两种产品同比略有下降。

据中国通用机械工业协会对 200 家重点联系企业统计，实现营业收入 1608.05 亿元，同比增长 0.51%；实现利润总额 131.85 亿元，同比下降 0.46%；累计订货额 2134.05 亿元，同比下降 1.8%；应收账款 576.45 亿元，同比增长 7.61%。



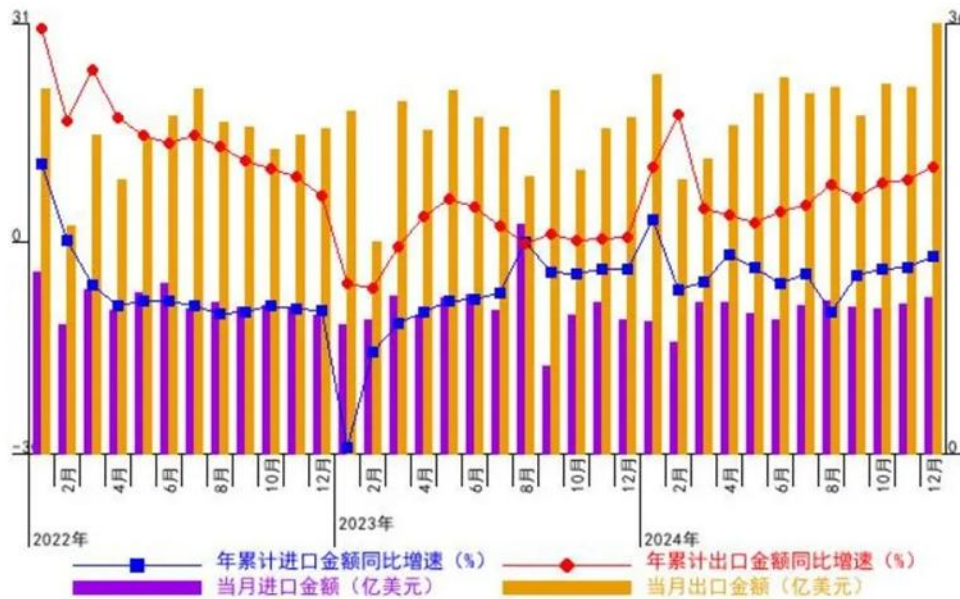
数据来源：中国通用机械工业协会

图 1 2022-2024 年 12 月通用机械行业重点企业主要经济指标同比增速

2024 年通用机械行业外贸进出口总额保持较快增长，海关数据显示，通用机械行业 47 项重点产品全年累计进出口额 499.25 亿美元，同比增长 6.59%。其中：进口 144.02 亿美元，同比下降 2.09%；出口 355.24 亿美元，同比增长 10.57%。进出口顺差 211.22 亿美元，同比增长 21.26%。

据中国通用机械工业协会对 200 家重点联系企业统计，2024 年完成工业总产值 1376.25 亿元，同比增长 0.67%；完成工业销售产值 1355.07 亿元，同比下降 0.14%，其中出口交货值 102.88 亿元，同比增长 24.26%。

从全年进出口增速看，由于美国加征关税预期升温，企业为应对国际市场不确定性，出现了“抢出口”现象，四季度出口增速明显加快。



数据来源：中国通用机械工业协会

图 2 2022-2024 年 12 月进出口金额及增速图

2024 年通用机械行业经济运行特点：一是科技创新成效显著；二是行业转型升级深入推进；三是国际市场开拓步伐加快。但也存在市场需求不足，效益下行压力加大及贸易摩擦加剧，外贸不确定因素增多的问题。

中国通用机械工业协会认为，预计 2025 年通用机械行业仍将保持稳中有进的发展态势，主要经济指标增速在 5% 左右，出口仍将保持稳定增长，科技创新引领产业高端化、智能化、绿色化发展的步伐会进一步加快。

2、全球行业发展情况

全球泵行业呈现高度集聚特点，主要集中在以美国为代表的美洲市场，以德国、英国为代表的欧洲市场和以中国、日本为代表的亚洲市场三大板块。全球知名泵业公司主要聚集在欧美国家，由于行业起步较早，掌握着核心技术，是高端泵产品的主要提供方，同时也是泵产品的重要需求方。而随着中端制造业产业转移趋势的进一步发展，国外知名泵业公司也更加青睐中国市场和中国制造。

高度智能的机械自动化水平、多年积累的先进工艺技术以及庞大强劲的终端需求，使得国外知名水泵品牌商近年来在经济环境波动的情况下仍稳步发展。以行业内知名美国公司富兰克林（Franklin Electric Co., Inc., NASDAQ:FELE）为例，根据其披露的 2024 年年度财报，报告期内其实现营业收入 20.21 亿美元，合并净利润 1.81 亿美元，分别较上年同期减少 2.13% 和 6.70%。而知名德国电动园林工具设备制造商安海（Einhell Germany AG, FWB:EING_p）最新披露的 2024

年前三季度业绩较上年同期呈现上升的态势，2024 年 1-9 月，其实现营业收入 8.40 亿欧元，实现净利润 5,038 万欧元，分别较上年同期增长 11.11%和 18.37%。这些企业有很大一部分的产品转移给了中国制造商进行生产。从海外市场及核心客户的表现来看，2024 年全球泵行业呈现稳中向好的态势。

2024 年，全球贸易逐步复苏，国际投资下行趋势有所缓解。随着通胀率进一步下降，主要央行纷纷开启降息周期，财政政策仍保持相对宽松，全球经济有望继续缓慢复苏。然而，世界经济运行中的短期问题和长期矛盾交织叠加，经济增长动能明显不足，下行风险不容忽视。

根据 1 月 17 日国际货币基金组织（IMF）发布的最新一期《世界经济展望报告》，IMF 预计 2025 年全球经济增速为 3.3%，相较 2024 年 10 月的预测上调了 0.1 个百分点；2026 年全球经济增速同样为 3.3%，与 2024 年 10 月的预测一致。报告显示，全球平均通胀率正在下降，预计 2025 年为 4.2%，2026 年为 3.5%。世界经济正在逐渐恢复至疫情前的增长势头，但是各经济体之间的发展差距也在不断拉大。受到贸易领域等相关政策不确定性影响，很多国家的需求呈现疲软态势，但预计未来相关不确定性会逐渐减弱，经济活动会逐步增强。

根据全球经济发展趋势，预计 2025 年泵行业增长走势将受多重不确定因素影响，整体可能延续低速增长。

公司是国内领先的家用水泵生产企业，自 2003 年成立以来，一直专注于家用水泵及其配件的研发、设计、制造和销售。主要产品包括潜水泵、花园泵、喷泉泵及深井泵四大系列 1,000 多个规格型号产品，取得 GS、CE、EMC、UL 等多项国际产品认证，产品远销欧洲、美洲、大洋洲等地区，与安海、凯驰、OBI（欧倍德）、翠丰、安达屋、富兰克林等国际知名品牌制造商、贸易商、大型连锁商超等建立了直接合作关系，客户关系长期稳定。

根据中国通用机械工业协会泵业分会编制的《中国通用机械泵行业年鉴》，公司近几年的出口交货值排名均位于行业前列，在潜水电泵细分领域位居第 1 名，是国内家用水泵出口龙头企业之一。

1、主要业务及产品

公司产品阵容广泛，精心设计以满足多样化的市场需求。除了主营的家用水泵外，针对清洁需求，公司推出了高压清洗机，专为解决庭院清洁、汽车清洗等高难度任务设计，无论是在家庭环境还是商业场所，都能确保高效、彻底的清洁效果，适应不同环境的特定要求。在工具应用方面，公司拓展了全面的解决方案能力，针对建筑工程、室内装潢、汽车维修装配等多个行业，推出了从基础的手持式工具到高端定制工具，覆盖了多层次的需求，体现了对专业工具市场深刻的理解和前瞻性的布局。

面对市场竞争的白热化，公司凭借全面的产品线、深刻的市场洞察力及不断创新的发展策略，成功确立了自己的市场地位，成为行业中的佼佼者。公司不仅致力于产品技术的迭代升级，更注重为客户提供量身定制的解决方案，从而在全球市场中脱颖而出，赢得了广泛的信赖与好评。

公司始终坚持以家用水泵为业务核心，以拓展国际市场为起点，狠抓品质管理，建立了迅速应对不同市场需求的产品研发机制，在行业内拥有较高的知名度与美誉度。公司已通过 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证及 ISO45001 职业健康安全管理体系认证，拥有“博士后工作站”、“浙江省级企业研究院”、“高新技术企业”、“浙江省 AAA 级守合同重信用企业”、“浙江出口名牌”、“浙江省信用管理示范企业”等多项荣誉称号。公司商标被国家工商行政管理总局认定为“中国驰名商标”。

公司产品及其用途如下：

产品应用场景

潜水泵应用场景

01



02

花园泵应用场景



图 3 家用水泵应用场景展示

高压清洗机



图 4 高压清洗机产品展示

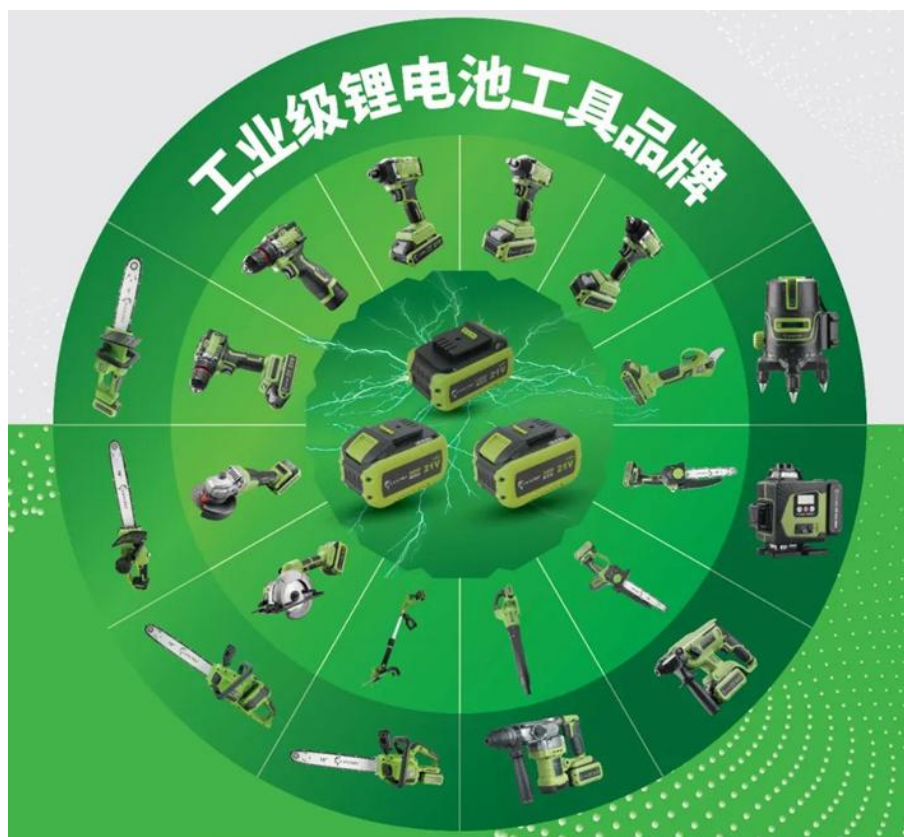


图 5 电动工具产品展示

报告期内，公司专注于家用水泵、清洗设备、电动工具等产品的研发、生产和销售，主营业务未发生变化。

2、经营模式

（1）采购模式

公司对外采购的产品分为原辅材料、外购件及委外加工品，原辅材料主要包括漆包线、钢带、塑料原料及铝锭等，外购件主要包括电器类、密封件类、五金件类、包装类、铸件类等，委外加工品主要包括委托加工和表面处理等。上述材料均为大宗或普通商品，市场供应充足。对于主要原材料，公司主要采取与供应商签订框架性《合作协议》，在实际采购时向供应商下达订单方式采购；对于辅助材料采取在需要时直接向市场采购。

公司采购部负责供应商的开发和管理，制定了一套完善的供应商开发、管理、评价、考核体系，并与主要供应商建立了长期良好的合作关系，以保证所需材料的质量及供货及时性和稳定性。全面质量管理部负责对采购产品的检验。财务/成本中心负责对材料采购成本的监控。公司的采购执行、供应商管理等，主要通过部署在公司私有云上的“云供应商”SRM 系统完成。SRM 系统还建立了供应商评价数据模型，实现对供应商的动态评价，实现对合格供应商的遴选。公司采用VMI 系统，用后结算，减少企业存货风险，增加现金流。

公司一般采用货到检验合格后一定期限内付款的结算方式，采购产品经检验合格，公司收到供应商开具的增值税发票后，按约定期限和方式付款。对于采购金额较大的订单，公司会按约定预付部分货款。

（2）生产模式

公司的生产模式主要为以销定产的“订单式”生产模式。业务中心负责与客户确定产品规格、数量、交货期等订单任务，根据订单制作生产通知单交制造中心；制造中心根据生产通知单和仓库提供的原材料、零部件库存情况，结合车间目前的生产能力编制《日生产指令》，车间按《日生

产指令》安排生产，并按照要求做好日常生产统计工作；全面质量管理部按照安规要求、设计标准和客户合同要求，对产品进行检验；制造中心规定了标识和可追溯性控制方法，当产品出现重大质量问题时，可组织对其进行追溯；根据合同或客户的要求，由业务中心负责联系出货事宜，君遥物流核对待发货产品并安排运输。

(3) 销售模式

公司产品主要面向国际市场销售，外销比例占 95%左右。公司拥有自营进出口权，外销分为公司直接出口和通过外贸公司间接出口两种方式，主要采用 ODM 和 OEM 模式；国内市场主要以自主品牌“君禾”通过经销商买断式销售方式销售，多采用 OBM 模式。此外，公司还通过“蓝鳍”这一自主电商品牌在亚马逊等电商平台进行海外线上销售，多采用 OBM 模式。

ODM 模式即公司自主进行产品设计、开发、制造，由客户选择下单后进行生产，产品销售时以客户的品牌进行销售，公司已经掌握了家用水泵从研发、设计到生产制造、检测的完整流程并拥有丰富的行业经验，能为客户提供从产品外观设计、内部结构改良、生产制造、试验和检测等整套解决方案，公司主要采用 ODM 模式进行销售。

同时，公司也与凯驰等国际知名品牌制造商共同合作开发产品，公司主要侧重功能设计、模具设计、制造工艺、材料选择等方面的设计开发，品牌拥有方主要侧重外观设计，根据约定，产品整体设计的知识产权由品牌拥有方买断，因此，此类业务采用 OEM 模式。OBM 模式是以公司自有品牌对外销售。

公司未来仍将坚持以 ODM 模式为主，为欧美等主要国家的中高端客户定制开发具有自主知识产权的新产品。另一方面，公司将利用自身的技术、品牌优势，积极扩大自主品牌在国内市场和其他新兴市场国家的影响力，研发并生产新一代家用、商用水泵等系列产品。

公司对国外客户的结算方式主要分为 LC、TT：

LC（信用证）：是开证银行应公司的客户的要求，开出的一种在符合信用证条款时凭规定单据向公司保证承担付款责任的文件，开证银行承担首要付款责任。

TT（电汇）：是客户按照合同中规定的时间和条件，通过银行主动将货款汇给公司的一种付款方式。

公司在和客户建立业务关系前均对每名客户基本信息、信用状况进行多方面调查了解并建立相应客户档案进行动态管理，对于境外客户会通过中国出口信用保险集团进行客户信用状况调查，结合客户所在国家政治、经济状况、客户以往信用记录等对客户信用进行综合评判。公司在客户下订单后，一般会根据对客户信用的综合评判情况，要求客户开立信用证或者支付 10%-30%预付款（前 T/T）后安排订单生产。

公司对海外直接出口客户进行中国出口信用保险公司全面覆盖承保，确保货款回笼，减少风险。

报告期内，公司经营模式未发生变化。

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	2,393,850,645.06	2,113,676,027.08	13.26	2,501,719,694.46
归属于上市公司股东的净资产	1,495,248,829.99	1,406,151,094.07	6.34	1,302,074,183.02

营业收入	1, 111, 028, 051. 42	718, 551, 780. 39	54. 62	753, 769, 986. 87
归属于上市公司股东的净利润	79, 448, 094. 71	36, 619, 184. 77	116. 96	53, 826, 612. 23
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	73, 363, 526. 27	8, 883, 403. 10	725. 85	-23, 093, 587. 70
经营活动产生的现金流量净额	66, 294, 376. 95	179, 499, 519. 47	-63. 07	110, 421, 577. 27
加权平均净资产收益率（%）	5. 49	2. 53	增加2. 96个百分点	4. 18
基本每股收益（元 / 股）	0. 21	0. 10	110. 00	0. 15
稀释每股收益（元 / 股）	0. 21	0. 10	110. 00	0. 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	238,699,217.88	309,409,586.83	299,823,952.26	263,095,294.45
归属于上市公司股东的净利润	15,801,870.10	22,722,967.16	23,282,764.54	17,640,492.91
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	13,206,044.54	21,784,991.04	19,990,620.89	18,381,869.80
经营活动产生的现金流量净额	11,010,349.18	21,571,939.73	-6,338,048.62	40,050,136.66

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

☐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。

报告期内，公司同期在手订单已恢复至历史较高水平，使得报告期内公司产品产销量、毛利率同比有效提升，公司 2024 年度业绩较去年大幅增加，实现营业收入 111,102.81 万元，同比增加 54.62%；实现归属于母公司所有者的净利润 7,944.81 万元，同比上升 116.96%。

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