

证券代码：002615

证券简称：哈尔斯

公告编号：2026-024

# 浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司 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

公司计划不派发现金红利，不送红股，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	哈尔斯	股票代码	002615
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	无		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	邵巧蓉	孔令璇	
办公地址	杭州市上城区高德置地广场 A3 幢 26 层	杭州市上城区高德置地广场 A3 幢 26 层	
传真	0571-86978623	0571-86978623	
电话	0571-86978641	0571-86978641	
电子信箱	shaoqiaorong@haers.com	konglingxuan@haers.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### 1、公司 2025 年主要经营情况

2025 年是公司以“深耕生根、使命必达、骏驰海外”为号角，全面深化“三百四化五局”战略布局的奋进之年。面对风云激荡的市场格局与技术浪潮，全体哈尔斯人以志为鞍、以行为鞭，于智能制造升级中夯实根基，于全球化拓疆中扬帆远航，于品牌跃升中点亮星辰，于变革创新中谋篇破局。海外团队的汗、供应链的勤、国际团队的稳、国内团队的闯、中后台的脑，在多重挑战中实现关键突破，在风暴中淬炼的确定性，为未来三年战略增长打下坚实根基，从“机会成长”转

向“系统成长”。

报告期内，营收端，公司实现营业收入同比略有回调，主要源于外销收入同比略降，海外销售端受国际贸易政策环境的阶段性影响，部分客户据此调整了备货节奏与定价策略。国内收入则同比增长，主要得益于自有品牌电商增长及渠道业务企稳。

成本端，毛利率较同期下降，综合毛利率下降的具体影响因素包括：1）泰国基地尚处于产能爬坡期，单位成本短期承压，但随着产能持续释放、本地供应链能力逐步提升及其他产业配套不断完善显现，单位成本有望回归合理水平；2）人民币兑美元汇率升值，对以美元结算的出口业务毛利率形成一定挤压；3）关税政策调整带来短期扰动，而伴随泰国基地产能爬坡、产能支持能力提升，关税影响正逐渐减弱。总体而言，这些因素更多属于阶段性运营挑战与外部环境波动，并非长期趋势性问题。

费用端，报告期内，销售费用同比增长，主要受以下几点因素影响：1）渠道战略投入增长。国内线上渠道通过电商平台提升产品触达率与市场覆盖；海外品牌积极布局亚马逊等电商渠道，伴随着销售规模以及平台佣金/推广费用单价上升，渠道及平台费用相应增加；2）为了更好的服务业务，新增或调派销售人员常驻海外基地对接客户需求，致使人工费用增加；3）公司加大与 IP 联名合作投入，以强化品牌差异化竞争力，导致设计等费用增长。研发费用同比增加，主要因泰国基地布局新产能，导致模具开发需求阶段性增加，该增长具有短期过渡性质，随着产能转移完成，后续研发费用将回归常态水平。管理费用同比增加，主要系海外基地团队组建初期，以及阶段性国内员工跨境支援所致，随着泰国基地运营步入正轨、人员本地化程度提升，管理费用率有望逐步优化。财务费用同比增加，主要受汇率市场波动所致。

### 1) 增长驱动力加速转型，国内营销体系全面焕新

公司适时启动深度组织变革，重构品牌、产品、渠道与团队四大引擎，推动国内自有品牌从“规模驱动”向“价值驱动”的加速转型，摆脱低价走量模式，以产品力、品牌力与渠道效率构建新增长引擎。为支撑战略落地，公司启动深度组织变革，全面焕新国内营销体系，重构品牌、产品、渠道与团队四大核心引擎。战术上以大单品突破、产品快速响应、渠道高效适配打开市场；战略上持续完善高端化、场景化产品矩阵，夯实长期竞争力。

哈尔斯品牌线上全域渠道实现高质量增长，线上整体 GMV 同比增长超 30%，其中抖音、视频号等新渠道同比增长超 100%。同时抢抓即时零售风口，线下渠道布局京东秒送、淘宝闪购等平台，截至年末开拓门店近 200 家，销售额破百万元，有效提升终端触达与品牌曝光。

产品结构升级成效突出：钛杯新品上市首月销售额破百万，跻身行业前三，带动高客单产品占比提升超 200%，成为价值转型标杆；萌宠儿童杯系列年销售额突破千万级，夯实细分场景竞争力。

### 2) 新消费驱动全域深耕，海内外协同共振

国内渠道业务通过“一企一策”、专项政策配套与项目组保障，深化与核心商、核心渠道的品牌共建，巩固渠道基本盘。线上深耕主流电商平台，大力拓展抖音、视频号等内容电商，实现新渠道高速增长。重点发力潮玩及下沉渠道，推动业务从试点验证迈向规模增长，加快拓展核心平台，通过推出独家联名款、优先供货、定制化物料等专项政策强化渠道粘性。线上同步联合线下门店开展“杯壶+场景”绑定营销，实现品牌破圈与用户渗透，打造未来重要增长极，形成线上造势、线下承接的全域联动格局，持续提升渠道运营效率与市场覆盖能力。

在联名合作方面，公司构建了四大 IP 矩阵。一是国家级 IP，与新华社出版社联名推出“必胜水杯”，传递正能量品牌主张；二是地域文化 IP，与哈尔滨文旅联名，借势冰雪文旅热度打造地域特色产品；三是经典 IP，携手故宫、奇妙萌可、迷你特工队等，覆盖多年龄段消费群体；四是深度品牌合作，与 B.Duck 小黄鸭建立长期深度合作，强化年轻化、潮流化品牌形象。通过多元化 IP 联名策略，持续为渠道赋能，提升产品溢价能力与终端动销效率。

海外市场尤其在欧洲，SIGG 品牌凭借百年历史积淀与本土化运营团队，搭建起成熟完善的经销体系与零售网络，依托全球化运营网络实现对市场趋势与消费需求的快速洞察、高效响应。目前 SIGG 已成长为德国亚马逊水具品类第二、儿童饮具品类第一品牌，线上竞争力稳居行业前列。同时线下渠道稳步拓展，大连锁客户合作持续深化，国内外渠道协同发力，全球化市场格局进一步巩固。

### 3) 产品矩阵持续优化，场景化、创新力与核心工艺全面提升

公司以场景化布局为核心，构建覆盖商务、户外、通勤、校园、礼赠五大场景的产品矩阵，以技术创新与材质升级为支撑，强化“同价质更优、同价品更高”的核心竞争力。钢杯、钛杯、塑杯、玻杯分品类协同发力，聚焦功能、健康、设计与高端价值，精准匹配线上线下多元消费需求。同时大力提升 CMF 设计能力，与国内顶尖机构合作搭建国际化色彩体系，组建专业 CMF 团队，多款创新工艺新品在广交会获得高度认可，有效带动订单转化。产品创新多点爆发，鸿蒙智选智能泡茶杯、儿童猫狗杯、星芒杯、马踏祥云钛杯、SIGG 联名钛杯等新品广受市场认可，新华社、尔滨礼物等联名系列进一步提升品牌影响力，带动高客单产品占比显著提升。持续研发投入为产品领先与长期发展提供坚实保障，不断巩固市场核心优势。

### 4) 全球制造布局落地见效，供应链韧性精益运营全面提升

面对全球贸易格局变动及关税政策等外部挑战，公司前瞻布局海外制造体系，泰国新工厂如期建成并全面投产，以“哈尔斯速度”在八个月内高效完成核心客户产品从中国基地向泰国基地的战略转产，实现跨区域协同、研产销一体化高效落地，获得核心客户高度认可，进一步巩固战略互信。此次全球供应链重构，公司成功构建了中国+东南亚双基地支撑体系，泰国基地同步带动本地上游配套完善，逐步形成区域链主地位，显著提升供应链安全与抗风险能力，标志着公司从“中国制造”正式迈向“全球制造”。

### 5) 外贸业务平稳，业务结构质量提升

尽管 2025 年外部政治经济环境充满不确定性，公司外贸业务依然保持平稳发展，业务结构质量提升。主要大客户采购份额稳中有升，非美业务订单同比增长，目标市场第二梯队客户增长显著。特别是在新兴市场，公司加大对 RCEP 区域的资源投入并取得实质性突破，客户结构持续优化，整体客户组合更加健康多元。

### 6) 客户根基深厚，服务体系完善，合作持续升级

公司凭借在客户供应商评价体系中的优异成绩，与头部大客户建立了长期稳定的合作伙伴关系。为支撑深度协作，组建业务、研发、供应链、可持续发展等跨职能专项服务小组，精准洞察需求、快速响应变化。

依托行业良好声誉，公司持续积累优质客户资源：通过市场洞察锁定目标市场与核心客户，以多元化渠道拓展二梯队客户、培育高潜客户。针对不同客户特点精准施策，面向大客户，强化市场部在产品创新、设计提案与营销策划方面的能力，积极响应产品推荐需求；面向中小客户，以模块化研发设计与精益生产迎合其“小批量、多批次”特点，保障品质交付。多措并举推动客户结构向健康多元持续优化。

### 7) 研发创新底蕴深厚，专利与标准引领行业发展

公司始终坚持技术创新驱动，持续加大研发投入，凭借深厚的技术积累与前瞻布局，在专利布局、标准制定、产品创新及工艺设计上保持行业领先优势。报告期内，新增专利申请 132 件，获得授权专利 80 件，创新成果稳步落地、持续转化。其中，多功能杯柄结构（US18/594002）、智能数显弹跳吸管杯（CN202110786408.6）、钛基钎料合金粒制备工艺（CN202311107159.9）等多项创新成果加速转化应用，有效推动产品品质与核心竞争力持续提升。

在标准建设方面，公司积极主导和参与国家标准、行业标准、团体标准制修订，全力推动行业规范化与高质量发展。截至 2025 年 12 月 31 日，公司累计主导或参与发布标准 47 项，年内新增发布 5 项，其中国家标准 1 项、行业标准 1 项、团体标准 3 项；目前在研标准 12 项，其中国际标准 1 项、国家标准 2 项、行业标准 2 项、团体标准 7 项。由公司牵头制定的 QB/T 8110-2025《儿童杯壶》行业标准正式发布实施，进一步完善杯壶产品标准体系，切实保障儿童使用安全，推动行业技术水平向国际先进看齐。凭借在标准化领域的突出贡献，公司荣获“标准化工作先进单位”称号，标准化工作达到国内先进、行业领先水平，为行业高质量发展发挥重要示范引领作用。

## 2、公司主营业务

作为国内领先的杯壶制造与品牌运营商，公司在报告期内保持了主营业务的稳定发展，专注于保温器皿的生产与销售。公司产品线涵盖了多种保温杯、保温壶和焖烧罐，针对不同用户需求和场景进行了精心设计。近年来，公司在保

温器皿功能方面，不断向智能技术靠近，开发了多款受市场欢迎的智能保温器皿；材质方面，完成了从不锈钢到钛的拓展；工艺方面，公司实现了内胆喷涂陶瓷漆、外表面纳米砂纹漆等技术的突破；功能方面，推出多款具有显温、糖分检测、心率测量、饮水记录、喝水提醒等智能化功能的产品，为用户带来全新的使用体验。除了真空保温产品，公司还积极延展到非真空品类，如铝杯、玻璃杯和 Tritan 杯等，满足市场的多样化需求。

### 3、公司主要业务模式

**OEM 业务：**公司深耕 OEM 业务领域，专注于海外市场拓展与深化，致力于成为全球知名品牌商的可靠合作伙伴。凭借在制造和技术研发方面的专业优势，公司为合作伙伴提供高品质的产品和服务，助力品牌商在全球市场中脱颖而出。公司与全球知名品牌商建立了紧密且稳固的合作关系，这种合作贯穿产品开发和创新的全链条。品牌商提供的前沿产品概念和设计理念，正逐渐成为引领市场潮流的关键。公司凭借专业的技术团队，将这些概念和理念精准转化为实际产品，确保每一件产品都能完美呈现品牌的精神与品质。这种从概念到成品的一站式服务，不仅大幅缩短了产品上市时间，还显著提升了市场响应速度和灵活性。未来，公司的 OEM 业务将朝着更加紧密的合作伙伴关系、更加创新的产品和服务以及更加广阔的市场前景迈进。公司将继续加大技术创新投入，优化服务流程，提升产品质量和服务水平。通过不断的技术创新和优化服务，公司有信心在激烈的市场竞争中占据有利地位，为合作伙伴创造更多价值，共同开创保温杯消费品时代。

**ODM 业务：**公司依托强大的研发设计能力与深厚的制造底蕴，专注于为国内外客户提供从产品创意到量产交付的全流程 ODM 解决方案。凭借对市场趋势的敏锐洞察和持续的技术创新，公司自主研发了一系列具有自主知识产权的产品方案，涵盖结构创新、材料应用及功能设计等多个维度，为客户提供兼具差异化竞争力与成本效益的产品选择。在合作模式上，公司秉承敏捷响应的理念，根据客户的品牌定位与市场需求，通过整合工业设计、工程研发与智能制造的全链条能力，公司帮助客户快速实现产品迭代，有效降低研发成本与市场风险，显著缩短新品开发周期。未来，公司将持续加大在设计研发领域的资源投入，构建更加开放协同的创新生态，深化与客户的战略合作关系。通过不断提升原创设计能力、优化产品开发流程、强化智能制造水平，为客户创造差异化的市场竞争优势，共同推动行业向更高品质、更具创新性的方向迈进。

**品牌业务：**公司以哈尔斯和 SIGG 两大品牌为核心，致力于为消费者提供卓越的产品和服务，满足其对品质生活的不懈追求。凭借深厚的制造底蕴，公司在产品的材料选择、工艺制作以及成品检验等各个环节，均严格遵循高标准和高要求，确保每一件产品都能达到甚至超越消费者的期望。同时，通过线上与线下渠道的深度融合与协同，公司能够广泛触达各类消费者群体，灵活应对市场变化，并快速响应消费者需求。这种全渠道布局使公司在国内及欧洲杯壶市场中占据重要份额，并持续巩固其市场地位。随着对国内和欧洲市场的进一步拓展，公司将继续深入分析市场趋势、消费者行为以及竞争对手动态，以此为基础制定精准的品牌发展策略。未来，公司将继续专注于产品与营销策略的创新，以适应不断变化的市场需求。通过持续的创新与优化，公司将致力于塑造一个更加强大且富有影响力的品牌形象，为消费者创造更多价值，引领杯壶行业高速发展。

### 3、公司主要品牌

#### ①哈尔斯

品牌商标：



全球领先的中国杯壶专家

公司始终专注于不锈钢真空保温器皿、钛，以及铝、塑料、玻璃等多种材质杯壶产品的研发、设计、生产与销售。一直以来，哈尔斯秉持着专注、专业、专家的理念，以打造中国精品杯壶为己任，致力于成为“中国杯壶专家”。产品线已覆盖户外、时尚、儿童、商务、家居及智能六大核心系列，满足不同场景下的饮水与生活方式需求。



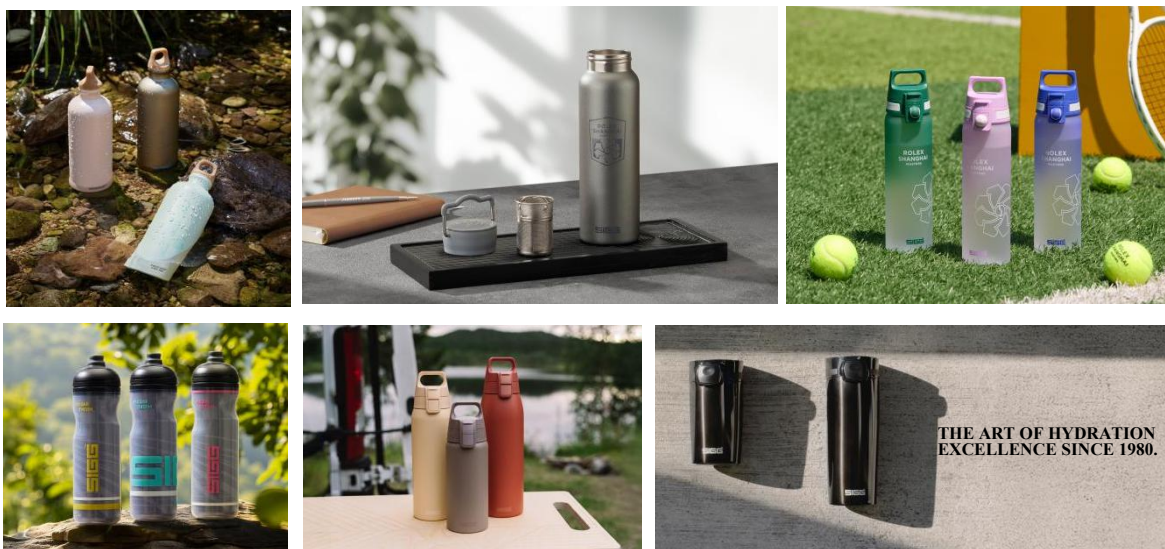
②SIGG

品牌商标:



THE ART OF HYDRATION. EXCELLENCE SINCE 1908.

SIGG 于 1908 年创立于瑞士，是 100 多年来持之以恒的给消费者带来健康的饮水器皿并持续创新的品牌，以环保、耐用、瑞士精工的水壶系列产品享誉世界。



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	3,994,674,966.49	3,376,414,657.30	18.31%	2,788,517,302.70
归属于上市公司股东的净资产	1,664,979,422.14	1,720,679,007.72	-3.24%	1,467,825,342.64
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	3,238,218,488.18	3,331,522,170.62	-2.80%	2,407,120,446.72
归属于上市公司股东的净利润	70,202,859.50	286,544,933.32	-75.50%	249,782,380.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	70,234,118.24	280,464,727.61	-74.96%	215,734,076.87
经营活动产生的现金流量净额	296,566,153.49	462,832,846.15	-35.92%	242,663,020.57
基本每股收益（元/股）	0.15	0.63	-76.19%	0.54
稀释每股收益（元/股）	0.15	0.63	-76.19%	0.54
加权平均净资产收益率	4.12%	18.10%	-13.98%	17.61%

## （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	704,082,052.24	867,337,863.03	865,551,624.51	801,246,948.40
归属于上市公司股东的净利润	41,439,375.09	49,912,188.75	8,771,935.72	-29,920,640.06
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	41,509,511.20	48,333,389.58	10,605,713.23	-30,214,495.77
经营活动产生的现金流量净额	-48,335,964.92	23,301,898.70	128,947,344.83	192,652,874.88

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	26,600	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	21,011	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
吕强	境内自然人	37.82%	176,327,685	132,245,764	不适用	0
吕丽珍	境内自然人	4.57%	21,291,500	15,968,625	不适用	0
欧阳波	境内自然人	3.02%	14,093,800	10,570,350	不适用	0
浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司-2024 年员工持股计划	其他	1.80%	8,398,629	0	不适用	0
吕懿	境内自然人	1.49%	6,925,500	0	不适用	0
吕丽妃	境内自然人	1.23%	5,751,000	0	不适用	0
张宁	境内自然人	1.07%	4,978,000	0	不适用	0
江苏省柒号职业年金计划-民生银行	其他	0.45%	2,079,900	0	不适用	0
方敏	境内自然人	0.41%	1,897,400	0	不适用	0
中信证券资产管理(香港)有限公司-客户资金	境外法人	0.40%	1,865,598	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司控股股东(实际控制人)吕强与吕丽珍、欧阳波、吕丽妃、吕懿为一致行动人。未知上述一致行动人股东以外的股东之间是否存在关联关系以及是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	股东方敏通过信用证券账户持有 1,320,800 股。					

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

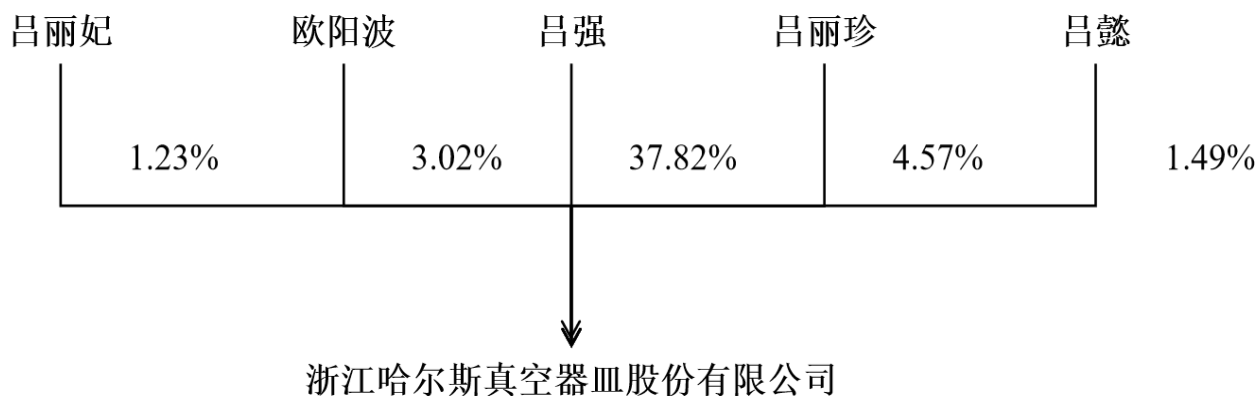
适用 不适用

(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

#### 1、公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票再融资事项

(1) 公司于 2023 年 12 月 29 日召开的第六届董事会第五次会议、第六届监事会第五次会议，审议通过《关于公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票方案的议案》《关于〈公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票预案〉的议案》等相关议案及文件，上述有关公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票事宜的议案亦经过公司 2024 年第二次临时股东大会审议通过。

(2) 2025 年 1 月 4 日，深圳证券交易所向公司下发了《关于受理浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的通知》，深圳证券交易所对公司报送的向特定对象发行股票的申请文件进行了核对，决定予以受理。

(3) 公司于 2025 年 3 月 5 日召开的第六届董事会第十四次会议、第六届监事会第十三次会议，审议通过《关于公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票方案（修订稿）的议案》《关于〈公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票预案（修订稿）〉的议案》等相关议案及文件，上述有关公司修订调整 2023 年度向特定对象发行 A 股股票事宜的部分议案亦经过公司 2025 年第三次临时股东大会审议通过。

(4) 2025 年 7 月 18 日，深圳证券交易所上市审核中心向公司下发了《关于浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核中心意见告知函》，深圳证券交易所发行上市审核机构对公司向特定对象发行股票的申请文件进行了审核，认为公司符合发行条件、上市条件和信息披露要求，后续深圳证券交易所将按规定报中国证券监督管理委员会履行相关注册程序。

(5) 2025 年 9 月 1 日，中国证券监督管理委员会向公司下发了《关于同意浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司向特定对象发行股票注册的批复》（证监许可〔2025〕1926 号），同意公司向特定对象发行股票的注册申请，批复自同意注册之日起 12 个月内有效。

(6) 2026 年 3 月 6 日，公司召开第六届董事会第二十二次会议审议通过《关于设立募集资金专用账户并授权签署募集资金监管协议的议案》，同意公司设置募集资金专用账户，用于本次向特定对象发行 A 股股票项目募集资金的专项存储、管理和使用。

(7) 公司向特定对象发行人民币普通股 93,543,990 股，每股发行价格为 8.07 元，募集资金总额为人民币 754,899,999.30 元，扣除不含税的发行费用人民币 11,868,768.38 元后，公司实际募集资金净额为人民币 743,031,230.92 元。募集资金已于 2026 年 3 月 12 日汇入公司募集资金监管账户，致同会计师事务所（特殊普通合伙）进行了审验并出具了《验资报告》（致同验字（2026）第 332C000069 号）。

(8) 2026 年 4 月 3 日，公司向特定对象发行人民币普通股 93,543,990 股在深圳交易所成功上市，公司总股本由 466,267,732 股增加至 559,811,722 股。

#### 2、公司控股股东、实际控制人之一致行动人增持股份事项

(1) 公司于 2025 年 4 月 8 日收到控股股东之一致行动人吕丽珍女士、欧阳波先生出具的《关于增持浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司股份的函》，并于 4 月 9 日披露《关于控股股东一致行动人增持公司股份计划的公告》。基于对公司未来持续稳定发展的信心和长期投资价值的认可，在符合法律法规的前提下，增持主体吕丽珍女士、欧阳波先生计划自 2025 年 4 月 9 日起 6 个月内，以自有资金或自筹资金通过集中竞价方式增持公司股份，拟增持金额不低于人民币 600 万元，不超过人民币 1,200 万元，增持计划不设置固定价格区间，增持主体将基于对公司股票价值的合理判断，择机实施增持计划。

(2) 公司于 2025 年 5 月 7 日收到控股股东之一致行动人欧阳波先生出具的《关于持有公司股份权益变动触及 1% 整数倍暨增持计划进展情况告知书》，并于 5 月 9 日披露了《关于控股股东一致行动人权益变动触及 1% 整数倍暨增持计划进展情况的公告》。欧阳波先生以自有资金通过集中竞价交易方式累计增持公司股份 250,000 股，增持后其持有公司股份 14,093,800 股，占公司当时总股本的 3.02%；增持后公司控股股东吕强先生及其一致行动人合计持有公司股份 223,874,485 股，占公司总股本的 48.01%。

(3) 公司于 2025 年 7 月 9 日披露《关于控股股东一致行动人增持股份计划实施期限过半的进展公告》，增持计划的实施进展情况为：欧阳波先生使用自有资金通过深圳证券交易所交易系统以集中竞价交易方式累计增持公司股份 250,000 股，增持金额为人民币 1,815,000 元（不含税费），欧阳波先生持有公司股份 14,093,800 股，占公司当时总股本的 3.02%；公司控股股东、实际控制人吕强先生及其一致行动人合计持有公司股份 223,874,485 股，占公司当时总股本的 48.01%。

(4) 公司于 2025 年 9 月 27 日披露《关于控股股东一致行动人增持股份计划实施完成的公告》，吕丽珍女士、欧阳波先生使用自有资金通过深圳证券交易所交易系统以集中竞价交易方式合计增持公司股份 765,000 股，占公司当时总股本的 0.16%，合计增持金额为人民币 6,021,777.50 元（不含税费）。公司控股股东、实际控制人吕强先生及其一致行动人合计持有公司股份 224,389,485 股，占公司当时总股本的 48.12%。实际增持股份金额已超过本次增持计划金额下限，本次增持公司股份计划已实施完成。律师事务所就本次增持事项出具了法律意见。

### 3、公司注册资本变更事项

(1) 公司于 2025 年 3 月 5 日召开第六届董事会第十四次会议、于 2025 年 3 月 21 日召开 2025 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于变更注册资本及修订〈公司章程〉的议案》，同意公司修订《公司章程》中有关注册资本、总股本等条款。公司注册资本由人民币 466,379,732 元变更为人民币 466,267,732 元；公司股份总数由 466,379,732 股变更为 466,267,732 股。公司在取得浙江省市场监督管理局换发的《营业执照》后于 2025 年 4 月 8 日披露了《关于完成工商变更登记的公告》。

### 4、公司回购部分社会公众股份事项

(1) 公司于 2025 年 4 月 9 日收到公司董事长吕强先生出具的《关于提议公司回购部分股份的函》，吕强先生基于对公司长期价值的认可和对公司未来发展的坚定信心，并结合公司经营情况、主营业务发展前景、财务状况等因素，提议公司以自有资金或自筹资金回购部分公司股份，回购股份的资金总额不低于人民币 8,000 万元（含），不超过人民币 16,000 万元（含），回购的股份将用于未来实施股权激励计划或员工持股计划。

(2) 公司于 2025 年 4 月 20 日召开第六届董事会第十五次会议，审议通过了《关于回购部分社会公众股份的方案》，同意公司使用自有资金及股票回购专项贷款，通过深圳证券交易所交易系统以集中竞价交易或其他法律法规允许的方式回购公司部分社会公众股份，回购资金总金额不低于人民币 8,000 万元（含）且不超过人民币 16,000 万元（含），回购价格不超过人民币 11.00 元/股（含），回购股份用于未来实施股权激励计划或员工持股计划，回购股份实施期限为自公司董事会审议通过回购股份方案之日起 12 个月内。

(3) 2025 年 4 月 26 日，公司披露了《关于回购事项前十名股东和前十名无限售条件股东持股情况的公告》和《回购报告书》（公告编号：2025-043，2025-044）。

(4) 2025 年 5 月 21 日，公司披露了《关于调整股份回购价格上限的公告》（公告编号：2025-050），因公司实施 2024 年度权益分派，公司回购股份价格上限由 11.00 元/股（含）调整为 10.85 元/股（含）。

(5) 2025 年 9 月 2 日，公司通过深圳证券交易所以集中竞价交易方式首次回购公司股份 370,000 股，占公司当时总股本的 0.08%，回购成交的最高价为 8.14 元/股，最低价为 8.03 元/股，支付的资金总额为人民币 2,990,991 元（不含印花税、交易佣金等交易费用）。

(6) 2025 年 9 月 27 日，公司披露了《关于回购公司股份比例达到 1%暨回购进展公告》（公告编号：2025-079），公司自 2025 年 9 月 2 日首次回购之日起至 2025 年 9 月 26 日，通过股份回购专用证券账户以集中竞价方式回购公司股份 4,845,550 股，约占公司当时总股本的 1.04%。

(7) 2025 年 11 月 5 日，公司披露了《关于回购股份比例达到 2%暨回购进展公告》（公告编号：2025-090），截至 2025 年 11 月 4 日，公司通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份 9,337,550 股，约占公司当时总股本的 2.00%。

(8) 截至 2025 年 12 月 31 日，公司通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份 9,407,150 股，约占公司当时总股本的 2.02%。

(9) 2026 年 3 月 31 日，公司本次回购股份方案已实施完毕。公司通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份 10,238,950 股，约占公司当时总股本的 2.20%，其中，回购成交的最高价为 8.66 元/股，最低价为 7.65 元/股，支付的资金总额为人民币 82,093,515.75 元（不含印花税、交易佣金等交易费用）。