

证券代码：301056

证券简称：森赫股份

公告编号：2026-003

森赫电梯股份有限公司 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。

立信会计师事务所（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。

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 266,786,667 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2 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	森赫股份	股票代码	301056
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	王香杰	俞亚萍	
办公地址	浙江省湖州市南浔区练市工业园区森赫大道 1 号	浙江省湖州市南浔区练市工业园区森赫大道 1 号	
传真	0572-2923397	0572-2923397	
电话	0572-2923378	0572-2923378	
电子信箱	wangxj@sicher-elevator.com	yuyp@sicher-elevator.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主营业务及产品

1、主营业务情况

公司专业从事电梯、自动扶梯和自动人行道的研发、制造和销售，并提供相关安装和调试服务，以及电梯维修保养、配件销售、更新改造等后市场服务。自设立以来，公司坚持“国际化、科技化、产业化”的发展战略，形成了以乘客电梯、载货电梯、自动扶梯和自动人行道等十余种系列产品的布局，致力于成为优质的电梯系统解决方案服务商。

2、主营产品情况

公司产品主要包括电梯、自动扶梯和自动人行道两大类型。公司不断加强新产品、新技术和新工艺的研发力度，丰富和完善产品线。公司主要拥有 9 个系列 24 种型号的垂直电梯产品、2 个系列 6 种型号的自动扶梯和自动人行道产品。


公司主要产品情况如下：


（1）电梯

图示	产品名称	产品型号	产品规格		应用场景
			额定载重量(kg)	额定速度(m/s)	
	乘客电梯	GRPS20	≤2000	≤4.0	住宅小区、商业综合体、酒店、写字楼
		GRPS30	≤1050	≤2.0	
		GRPS70	≤2000	≤8.0	
		GRPN20	≤3000	≤2.0	
		GRPN30	≤1050	≤1.75	
	载货电梯	GRF10B	≤3000	≤1.0	工业园区、工厂、仓储物流中心
			≤10000	≤0.5	
		GRFS10B	≤10000	≤0.63	
			≤16000	≤0.5	
			≤5000	≤1.0	
			≤2000	≤2.0	
		GRFN10B	≤1600	≤3.0	
	加装电梯	GRON36	≤1000	≤1.75	既有建筑
		GRPN36	≤1000	≤1.75	

	观光电梯	GROS20	≤ 2000	≤ 4.0	商业综合体、酒店、写字楼、旅游景点等
		GRON20	≤ 1600	≤ 1.75	
	病床电梯	GRBS20	≤ 2000	≤ 4.0	医院、康养中心等
		GRBN20	≤ 1600	≤ 1.75	
	家用电梯	SHV1000	≤ 400	≤ 0.3	私人住宅
		SHV2000	≤ 400	≤ 0.63	
		SHV3000	≤ 400	≤ 0.3	
		SHV5000	≤ 400	≤ 0.63	
		SHV7000	≤ 400	≤ 0.3	
		SHV8000	≤ 400	≤ 0.4	
	杂物电梯	GRZ05	≤ 300	≤ 1.0	工厂、餐厅、图书馆等
	消防电梯	GRPS20F	≤ 2000	≤ 4.0	住宅小区、商业综合体等
	防爆货梯	UFB10	≤ 5000	≤ 0.5	石油石化、化工、军工、制药、纺织等具有易燃易爆气体的危险场所

(2) 自动扶梯和自动人行道

图示	产品名称	产品型号	产品规格			应用领域
			高度/使用区段长度(m)	额定速度(m/s)	倾斜角(°)	
	自动扶梯	GRE20	≤ 7.9	≤ 0.65	30	商业综合体、医院、轨道交通、机场
		GRE30	≤ 13	≤ 0.65	30	
		GRE50	≤ 30	≤ 0.65	30	
		GRE20B	≤ 6	≤ 0.5	35	

	自动人行道	GRM20	≤42.6	≤0.5	≤12	商业综合体、 医院、轨道交通、 机场
		GRM20B	≤123.84	≤0.5	≤5	

(二) 主要经营模式

公司以设计、采购、制造、营销、安装、保养、修理、配件销售、更新改造为一体化经营模式，为电梯用户需求提供完整解决方案，以服务型带动生产转变，成为生产服务型电梯系统解决方案服务商。主要经营模式如下：

1、盈利模式

公司按照电梯产品全生命周期运营，主要通过设计制造和安装验收，实现电梯产品使用功能并交付使用；另外，公司也提供维修保养、配件更换、更新改造、报废处理等电梯后市场服务。公司目前以安装调试、维修保养、配件更换为辅助盈利手段，以电梯整机设备的制造和销售为主要盈利方式，持续获得增值或盈利，构成具有产业普遍特征的经营和盈利模式。

随着我国城镇化进程大力推进、既有建筑加装电梯市场快速发展和国家“一带一路”深入实施，公司持续看好国内和国际的电梯销售市场，以及电梯后市场服务业务。因此，公司加强电梯产品创新研发、扩大生产能力和提升安装维保等后市场服务能力，持续推进与提升公司盈利水平。

2、采购模式

公司从产业链共生共赢的角度出发，根据供应商技术、质量、价格、生产能力等指标加强供应商选择，确立长期战略合作伙伴关系，确保优质优价供应产品和售后服务，实现相互依存长期发展。

公司采购的物料主要有电梯外购件、原材料、外协配套件、辅助材料等。采购部负责组织相关采购合同的评审和执行；负责制定物料采购计划，并向供应商下达采购订单；负责市场调查和预测，保证公司采购价格上的优势；负责 ERP 采购物料价格维护；负责收集供应商服务信息，建立供应商内部控制制度和绩效评估档案，对供应商进行选择、开发、评价、日常监测和年度考核的管理。

3、生产模式

电梯为定制化产品，公司根据客户需求安排“订单式生产”，按制造标准及规范进行设计制造，按计划进行生产发运。公司生产部根据生产订单，制定生产作业计划，通过 ERP 和 MES 系统对产品生产过程中的各个阶段和零部件的制造、外购外协过程实施全程监控与生产调度，及时处理订单执行过程中的相关问题，确保生产计划能够顺利执行。

4、营销及管理模式

公司销售采用直销和经销相结合的模式。直销模式下，公司与终端客户签订销售合同，直接向终端客户提供产品和服务。经销模式下，主要由经销商收集和获取客户建设项目对于电梯产品的具体参数需求，公司与经销商签订销售合同，按照终端客户需求进行生产后，将产品销售给经销商，由经销商提供相应的安装、维保等后续服务。公司在境内采取直

销和经销相结合的销售模式，在境外通常采取以经销为主的销售模式。

（三）业绩驱动因素

公司业绩的驱动因素与宏观经济周期影响下的下游市场需求息息相关，同时受到城镇老旧小区改造、老旧电梯改造更新、既有建筑加装电梯、“一带一路”倡议等相关政策的影响，同时也与公司自身经营策略、经营效率、产品竞争优势、产品结构和价格策略等紧密相连。

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

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	1,265,277,365.02	1,376,997,541.58	-8.11%	1,457,156,233.63
归属于上市公司股东的净资产	784,764,688.65	869,251,072.67	-9.72%	823,983,815.66
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	556,024,092.58	716,306,371.87	-22.38%	723,552,680.03
归属于上市公司股东的净利润	74,944,907.02	96,846,564.06	-22.61%	90,469,129.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	65,688,175.59	89,795,587.58	-26.85%	89,412,267.13
经营活动产生的现金流量净额	96,566,336.35	108,058,331.29	-10.63%	194,681,599.58
基本每股收益（元/股）	0.28	0.36	-22.22%	0.34
稀释每股收益（元/股）	0.28	0.36	-22.22%	0.34
加权平均净资产收益率	8.99%	11.53%	-2.54%	11.55%

（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	102,317,328.65	140,971,448.00	163,552,913.45	149,182,402.48
归属于上市公司股东的净利润	16,469,769.28	19,071,005.90	19,892,766.30	19,511,365.54
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	15,436,476.96	16,494,917.99	18,323,026.23	15,433,754.41

经营活动产生的现金流量净额	-32,314,617.80	52,170,606.62	46,292,147.44	30,418,200.09
---------------	----------------	---------------	---------------	---------------

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	9,637	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	8,281	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				
					股份状态	数量			
李东流	境内自然人	45.37%	121,054,450	90,790,837	不适用	0			
浙江米高投资有限公司	境内非国有法人	16.99%	45,326,550	0	不适用	0			
湖州尚得投资管理有限公司	境内非国有法人	7.50%	20,009,000	0	不适用	0			
戴蔚斐	境内自然人	2.55%	6,792,600	0	不适用	0			
湖州迈森投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.87%	5,000,000	0	不适用	0			
湖州途森投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.63%	4,355,000	0	不适用	0			
高盛公司有限责任公司	境外法人	0.72%	1,919,608	0	不适用	0			
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC.	境外法人	0.62%	1,654,261	0	不适用	0			
上海华泓资产管理有限公司—华泓曦如私募证券投资基金	其他	0.44%	1,170,100	0	不适用	0			
上海华泓资产管理有限公司—华泓格致精一私募投资基金	其他	0.32%	843,200	0	不适用	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，李东流先生控制浙江米高投资有限公司和湖州尚得投资管理有限公司各 90% 股份，李东流先生为公司实际控制人。除此之外，公司未知上述股东之间是否存在关联关系，也未知其是否属于一致行动人。								

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

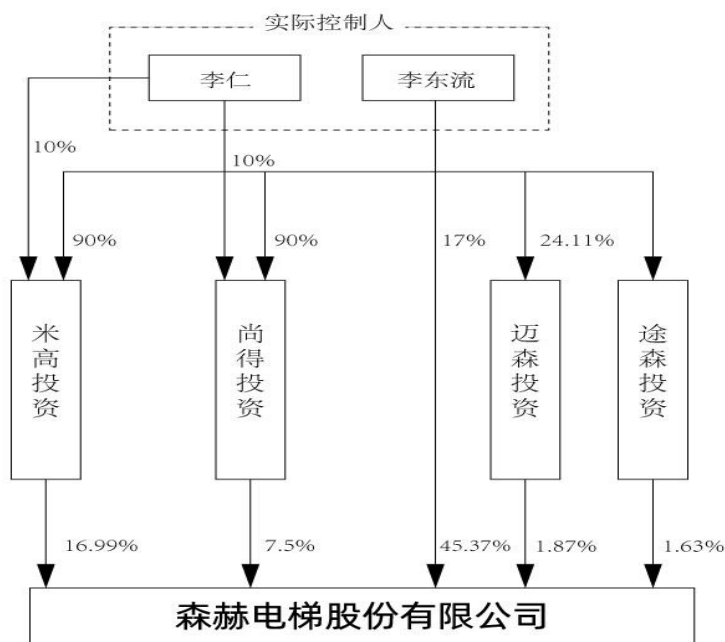
公司是否具有表决权差异安排

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

三、重要事项

(一) 公司主要经营情况

2025 年是电梯行业转型攻坚、提质增效的关键一年，面对房地产市场深度调整、国内新增需求阶段性承压的行业环境，我国电梯产业摆脱单一增量依赖，正逐步迈入以存量市场为主导、海外强势突围、技术迭代加速的高质量发展新阶段。

报告期内，公司充分发挥“智慧工厂”核心优势，紧密围绕电梯行业“智慧化、绿色化、服务化”的发展趋势，全面统筹公司发展战略，监督经营管理团队高效履职，协调解决公司发展中的诸多问题。面对行业的深度调整，公司在生产经营、技术创新、市场结构优化等方面主动作为、攻坚克难，各项工作稳步推进，经营基本面保持稳健，核心竞争

力持续巩固。2025 年度公司实现营业收入 55,602.41 万元；归属于母公司股东的净利润为 7,494.49 万元；加权平均净资产收益率 8.99%。

面对复杂严峻的经营形势，公司董事会与经营管理层积极应对，多措并举抵御市场压力，全力保障公司稳健运营与可持续发展，切实维护公司及全体股东的整体利益。公司将持续对生产经营、财务管控、安全管理、研发投入等关键环节进行常态化监督，及时发现并督促解决经营管理中存在的问题，确保公司经营活动合法合规、有序高效。同时，监督公司内部治理结构完善，推动内部管理精细化、数字化升级，保障公司资产安全和股东权益。

(1) 绽放品牌荣光

报告期内，公司以“智慧工厂”为核心战略方向，聚焦生产一线深化智能应用与系统解决方案落地，全面推动企业技术迭代与生产效能升级。通过加速打造精益化、绿色化、智能化的行业领先智慧工厂，公司在显著提升产品质量与生产效率的同时，有效降低生产成本，持续夯实并提升企业综合竞争力。

森赫电梯凭借强大的品牌影响力、深厚的技术积淀与广泛的市场认可，连续六年蝉联“中国电梯制造商十强”，诠释了其对“只为安全到达”核心理念的坚守与践行。

(2) 布局营销服务网络

报告期内森赫电梯坚持以市场为导向、以服务为核心的营销理念。公司不断拓展国内外营销渠道，深入挖掘货梯、家用梯、加装梯、更新与改造等细分市场的潜力。

在国内市场布局上，公司持续加大招投标参与力度，不断锤炼核心竞争力，积极抢占市场份额、提升市场话语权；同时，通过强化分支机构建设、完善布局体系，实现国内市场的全面覆盖与深度渗透，为业务持续拓展筑牢根基。截至 2025 年底，已设立 14 家分公司及 48 家办事处，此外，公司通过搭建新媒体矩阵、布局城市展厅等方式，积极探索新型营销模式，提升终端客户触达与转化能力，持续强化品牌宣传推广。截至 2025 年底，公司已建成城市展厅 30 余家，为公司业务的稳步增长提供了有力支撑。

在国际市场上，森赫电梯积极响应国家“一带一路”倡议，以国际化为导向，全面深化海外市场布局。依托稳健的研发基础和多样化的产品线，公司积极开拓新兴市场，进一步巩固了在俄罗斯、中亚等地区的市场地位。同时加大对非洲、东南亚等地区的市场拓展力度，不断提升品牌知名度和市场占有率。通过与合作伙伴的紧密协作，森赫电梯成功实施了多个海外重大项目，为当地城市建设和社会发展做出了积极贡献。此外，公司还积极参加国际电梯展览会、论坛等活动，如 2025 年尼日利亚国际电梯展览、2025 年俄罗斯国际电梯展等，森赫电梯积极融入“一带一路”建设，以综合性解决方案、高品质的电梯产品与专业的服务理念亮相展会，向国际舞台展示中国电梯智造的实力与风采。

(3) 研发投入和技术创新

森赫电梯始终将技术创新置于企业发展战略核心，持续加大研发投入力度，深耕电梯核心技术领域，以科技创新驱动企业高质量发展。报告期内，公司凭借扎实的研发实力，成功斩获多项实用新型专利，包括“一种复绕轮固定结构”“一

种安装缓冲器的机械缓冲墩”“UCMP 测试及旁路保护装置”“大载货电梯补偿链导向装置”等，进一步丰富了公司知识产权储备，筑牢技术壁垒。

这些专利成果的落地应用，不仅持续提升了公司电梯产品的质量与技术水平，完善了产品性能，更为公司全链条服务提供了坚实的技术支撑，助力公司巩固行业技术优势，践行“只为安全到达”的品牌核心价值，为后续产品升级、市场拓展奠定了坚实基础。

（4）人才梯队建设

森赫电梯建立了健全的人才培养体系，为企业持续提供后备人才，有效提高人才竞争力。公司注重技能人才的培养，通过企业内部的“技能大师工作室”采用“以师带徒”的形式，将经验丰富的技能大师与年轻员工相结合，手把手传授技艺，培养出一批优秀的技能人才，直接提升了企业的生产力。报告期内公司获得了“浙江省有突出贡献中青年专家”称号 1 人，省高技能青年人才 1 人，这些高技能人才提升了企业的技术实力，也增强了企业创新的内生动力。

同时森赫电梯大力推动企业文化与精神文明建设，每年推选公司十佳员工、优秀员工、优秀团队等，不仅激励了员工积极投身于创业创新，还强调了企业发展与员工成长的“共创、共担、共赢、共享”。通过这种文化建设和激励机制，员工的归属感和责任感得到增强，个人职业发展与企业目标紧密结合，形成了良性循环，促进了企业的持续发展。

（5）社会责任与公益活动

多年来，森赫电梯在坚持高质量发展的同时，始终将社会责任作为企业发展的重要基石，积极投身公益慈善事业。报告期内，公司持续践行企业使命与社会责任，充分发挥示范引领作用，与南浔区慈善总会合作设立慈善基金会，聚焦扶贫济困、人才助学、弱势群体帮扶等重点领域，以实际行动助力共同富裕。报告期内公司荣获区“慈善突出贡献单位”，累计向社会捐赠金额达 50 余万元，相关捐赠资金与物资在改善困难群众生活、促进教育公平等方面发挥了积极作用。

森赫电梯坚守初心、持之以恒参与公益，多次荣登慈善光荣榜。公司在实现自身稳健发展的同时，不断深化社会责任实践，以爱心回馈社会，用行动彰显担当。通过持续参与慈善事业，公司进一步树立了良好的企业形象，有效提升了品牌美誉度与社会公信力，为企业长期健康、稳定发展筑牢了坚实的社会基础。

（二）公司发展战略和经营情况

《2026 年政府工作报告》为电梯行业带来了多维度的利好机遇。从宏观政策导向来看，报告明确提出要高质量推进城市更新，并稳步实施城镇老旧小区改造，这一部署直接利好存量市场的需求，其中老旧小区加装电梯作为民生工程的重要组成部分，已获得多地政策支持与补贴倾斜，为行业存量更新与加装业务提供了坚实的政策基础。同时，报告部署加强城市基础设施生命线安全工程建设，电梯作为城市垂直交通的核心设施，被全面纳入城市安全监管体系，这将推动老旧电梯的更新改造与安全评估工作，加速智能改造进程，为安全服务类业务带来广阔市场。

森赫电梯将深耕主营业务，聚焦老旧小区更新与城市更新需求，同时发力维保规范化与智能化改造，布局智能、绿色、安全类技术业务，充分把握政策机遇，实现长远发展。

1、公司发展战略

目前电梯行业的核心战略是从传统制造销售转向存量服务、智能绿色与全球化扩张，在新房市场下滑的背景下，以“后市场主导、技术升级、结构优化”三方面实现高质量增长。

未来，森赫电梯将以多维度协同发展为核心，明确公司发展战略，助力企业实现高质量进阶。在技术层面，公司将坚守科技创新战略，持续加大研发投入，聚焦电梯产品智能化升级，深耕核心技术研发，着力突破技术瓶颈、构建核心技术壁垒，同时充分发挥“智慧工厂”核心优势，以数字化、智能化赋能生产全流程，推动企业数字化转型与绿色低碳发展，实现生产效率与产品质量的双向提升，筑牢技术竞争根基；在市场拓展层面，公司将立足电梯行业发展趋势，进一步深化与现有核心客户的战略合作，深耕存量市场、挖掘合作潜力，同时主动布局新兴市场，开拓电梯细分应用领域新赛道，持续扩大市场份额，增强市场综合竞争力与行业影响力；在品牌建设层面，公司将持续强化品牌赋能，以“只为安全到达”为核心引领，通过多元化品牌传播、优质产品服务与标准化服务体系建设，不断提升品牌知名度与美誉度，筑牢品牌发展根基，为企业持续稳定发展提供有力保障，同时深耕电梯行业，不断锤炼综合实力，为行业高质量发展贡献更大力量。

2、2026 年度经营计划

2026 年，森赫电梯将充分发挥董事会战略核心与领导作用，坚持创新驱动、智慧转型，深耕电梯主业，筑牢自主核心技术与安全两大核心优势。持续提升经营管理质效与核心竞争力，严格遵循公司整体战略布局，以对全体股东高度负责的态度，全力实现公司价值与股东利益最大化，确保企业长期、稳健、可持续发展。

（1）持续加强国内营销网络建设

2026 年，公司将持续加大国内营销网络建设力度，聚焦各省会城市及重点战略城市，进一步完善市场营销网络布局。各职能部门将强化协同支撑，主动对接前线销售需求，与各分支机构同频共振、协同发力，保障销售团队能够快速响应市场变化、精准对接客户需求，提供及时、高效、定制化的解决方案，凝聚全员合力，确保年度营销目标圆满达成。

（2）加大海外市场拓展力度

国际市场方面，森赫电梯将继续响应“一带一路”倡议，加大海外市场拓展力度。通过深化与沿线国家和地区的合作，巩固和拓展市场份额，提升品牌影响力和竞争力。未来森赫电梯将继续深化与海外合作伙伴的合作，通过技术升级、产品优化和服务提升，进一步巩固和拓展市场份额。与合作伙伴共同开展项目，实现资源共享、优势互补，为客户提供更优质的产品和服务。同时加强在海外市场的品牌建设和宣传推广力度，利用互联网和社交媒体等新媒体平台，与国际客户保持密切沟通，并及时了解市场需求和变化，为海外市场拓展提供有力支持。

（3）以技术创新推动企业高速发展

森赫电梯坚定推行科技创新战略，始终将技术创新置于企业发展的战略高度，通过持续的研发投入和创新实践，不断提升企业的核心竞争力和市场影响力。公司坚持以客户需求为导向，打通技术研发人员与客户使用环境的通道，

确保产品能够满足不同客户的需求。2026 年，公司将积极响应行业产品更新与改造相关号召，聚焦旧梯更新领域，重点开展新产品研发与安装工艺技术升级工作。通过优化产品设计，着力提升产品的可靠性与耐用性，精准对接市场对产品长期质保的核心需求，持续强化进入电梯后市场的技术支撑能力，全方位夯实业务竞争力，实现业务高质量发展。

（4）优化内部管理，实现提质增效

2026 年公司通过以下几方面优化内部管理，实现提质增效。

①持续优化电梯产品及部件的标准化，通过各类系统软件与数字化平台的整合，提升材料利用率、缩短交付周期。以达到快速响应客户需求、提高客户满意度的目的，持续促进企业快速发展。

②不断开发新技术、新材料、新工艺在电梯制造中的应用，提高电梯零部件强度、防火性能、无噪音等特点，最大限度地减少浪费，降低成本，提高效益。

（5）做好投资者工作管理

森赫电梯将持续坚守可持续发展与稳健经营原则，通过持续完善公司治理结构、健全内部控制体系、严格履行信息披露义务、强化投资者关系管理等举措，切实保障中小股东合法权益。同时公司不断提升经营质效，完善治理机制，严密防范各类经营风险，确保企业在合规、稳健的基础上实现高质量、可持续发展，努力为全体股东创造持续稳定的投资回报。