股票简称：航民股份　　股票代码：600987　　编号：临 2026-039

浙江航民股份有限公司
关于公司 2027 年度“提质增效重回报”2.0 行动方案的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

浙江航民股份有限公司（以下简称“公司”）积极响应上海证券交易所“提质增效重回报”2.0 专项行动倡议，结合发展战略和实际经营情况，制定本行动方案。本方案已经公司第十届董事会第十次会议（临时会议）审议通过，现披露如下：

一、公司经营情况概述

浙江航民股份有限公司是一家专注于在“穿着和佩戴”方面改善人们生活品质，满足人类穿戴舒适漂亮的美好愿望，聚焦“纺织印染+黄金饰品”双主业发展，并以热电、织造、非织造布生产、工业用水、污水处理及印染机械相配套的公司。

近三年一期的主要经营指标情况

单位：元　币种：人民币

经营指标	2023 年（经审计）	2024 年（经审计）	2025 年（经审计）	2026 年 9 月 30 日/2026 年 1-9 月（未经审计）
营业收入	9,665,659,865.60	11,467,934,201.40	10,722,522,423.82	5,779,674,147.37
归属于上市公司股东的净利润	685,172,554.71	719,710,013.40	734,821,465.77	462,154,974.17
每股收益	0.65	0.69	0.72	0.453
加权平均 ROE（%）	11.49	11.45	11.25	6.78
经营活动产生的现金流量净额	778,349,199.39	1,275,810,831.91	1,047,948,299.05	754,851,477.55
研发投入	184,175,457.32	181,705,463.35	194,105,278.86	149,229,369.43

主要指标变化情况说明：

（一）营业收入：2023 年，公司收购深圳尚金缘 65%股权并纳入合并报表范围，新增黄金饰品业务收入。2024 年，印染主业增长叠加深圳尚金缘并表，营收同比增长。2025 年以来，印染主业面对需求疲软、原材料价格上涨等压力，努力调优产品拓市场，对标挖潜控成本，总体基本保持稳定，但受黄金价格波动及税收政策调整影响，黄金饰品终端需求疲弱、行业同质化竞争加剧，公司黄金饰品来料加工业务与批发业务规模均有所下降，其中批发业务占比下降对营业收入的影响相对更大，公司营业收入同比下降。

（二）归属于上市公司股东的净利润：2023 年主要系深圳尚金缘并表贡献增量；2024 年得益于印染主业增长及尚金缘经营向好，归母净利润同比增长。2025 年，两大主业通过降本增效及产品结构优化，归母净利润仍实现增长。2026 年前三季度归母净利润同比下降，主要系黄金饰品业务下滑及热电业务煤炭成本上升所致；印染主业总体平稳，其净利润降幅相对有限。

（三）每股收益：2024 年公司回购注销近 3000 万股，总股本减少。受益于净利润增长与股本缩减，2023 年至 2025 年每股收益由 0.65 元提升至 0.72 元。2026 年前三季度受净利润下降影响，每股收益为 0.453 元。

（四）加权平均 ROE（%）：2023 年至 2025 年分别为 11.49%、11.45%、11.25%，整体维持在 10%以上。2026 年前三季度为 6.78%（未经审计），主要受当期净利润下降影响。

（五）经营活动产生的现金流量净额：2023 年至 2025 年分别为 7.78 亿元、12.75 亿元和 10.47 亿元，均高于同期归母净利润，利润的现金实现程度较好。2026 年前三季度为 7.55 亿元，亦高于同期净利润，营运资金周转与回款管理稳健。

（六）研发投入：公司围绕印染产品品质提升、节能节水、数字化改造及黄金饰品新品与工艺创新持续投入，2023 年至 2025 年研发投入分别为 1.84 亿元、1.81 亿元和 1.94 亿元，规模总体稳定。

二、管理层对提质增效重回报现状讨论与分析

2026 年前三季度，公司努力推进“提质增效攻坚、产品结构升级与数智化建设”。中短期看，公司经营活动现金流相对稳定，印染业务构成主要利润来源，

黄金饰品业务贡献收入规模，分红政策保持连续；中长期看，公司面临印染行业碳排放约束趋紧、黄金价格波动、消费需求结构性变化等外部环境变化。

2027 年，公司将立足双主业发展实际，以提升核心竞争力和盈利质量为导向，积极应对外部环境挑战。围绕经营类、回报类、规范类指标，公司就相关情况及拟采取的措施说明如下：

（一）经营类指标分析

1. 经营指标选取

指标	2024 年	2025 年	2026 年前三季度	2027 年目标
加权平均 ROE（%）	11.45	11.25	6.78	≥11
经营活动产生的现金流量净额/扣非净利润	1.87	1.46	1.68	2023 至 2025 年，公司经营活动产生的现金流量净额/扣非净利润比年均 1.47。鉴于经营承压，2027 年争取全年该比值不低于 1.4。

（1）加权平均净资产收益率（ROE）。2025 年加权平均 ROE 为 11.25%，较 2024 年的 11.45%下降 0.20 个百分点。主要原因为：归母净资产随留存收益积累有所增厚，而净利润增幅相对温和（2.1%），杠杆水平总体稳定。ROE 的支撑因素方面，印染板块毛利率保持相对韧性；黄金饰品板块收入承压，公司持续推进产品结构调整；公司资产负债率维持在较低水平，财务费用控制良好。

2026 年前三季度加权平均 ROE 为 6.78%（未经审计），较上年同期有所下降（详见公司 2026 年第三季度报告），主要受当期净利润同比下降影响。当前公司面临的外部环境依然复杂，经营压力较大，2026 年全年的 ROE 指标预计将承压。2027 年 ROE 目标为不低于 11%，系基于印染主业毛利保持韧性、黄金饰品业务逐步企稳及降本增效措施落地等假设设定的内部管理目标，不构成业绩承诺，实际实现存在不确定性，敬请投资者注意投资风险。

（2）经营活动产生的现金流量净额/扣非净利润。2025 年经营活动产生的现金流量净额/扣非净利润比为 1.46，主要原因为本期营业收入同比下降，销售商品、提供劳务收到的现金相应减少。从现金质量看，该比值持续大于 1，公司利润的现金实现程度较好，营运资金周转与回款管理总体平稳。

2026 年前三季度，该比值为 1.68（未经审计），在当期净利润同比下降的背景下，现金流表现相对稳健，主要系营运资金周转节奏差异所致。

2023 至 2025 年，公司该比值年均 1.47。鉴于经营承压，2027 年目标争取全年该比值不低于 1.4，系公司基于日常经营设定的内部管理目标，旨在保障利润的现金实现水平，不构成业绩承诺，实际实现存在不确定性，敬请投资者注意投资风险。

（3）影响指标的主要风险因素

结合对加权平均净资产收益率（ROE）及经营活动产生的现金流量净额两大指标的影响，主要风险因素体现如下：①**利润增速与净资产增厚的匹配度风险。**在印染行业加工费提价受限、黄金饰品业务受金价波动影响较大的背景下，公司净利率的持续提升面临一定压力；同时，随着留存收益积累导致净资产规模增厚，若净利润未能实现同步增长，加权平均 ROE 水平将面临摊薄压力。②**营收波动、存货价格研判与营运资金周转的传导风险**。公司营业收入受下游需求及金价波动影响，可能出现阶段性下降，进而导致销售商品收到的现金减少；此外，在统筹错峰采购与库存管理的过程中，若原材料价格走势研判出现偏差，或营运资金周转效率下降，可能带来存货资金占用增加或跌价风险，进而对经营活动产生的现金流量净额形成扰动。

2.经营类指标改善举措

公司拟围绕提升资产运营效率与现金保障能力，采取以下举措：

（1）聚焦提质增效与结构优化，稳固 ROE 水平。在印染板块，公司以提高单位产能效益为目标，推进精细化管理，通过深化“工艺参数智能配比”等技术应用降低染料和能源单耗，提升人均产出效率以控制整体生产成本；在黄金饰品板块，公司加强动态库存管理并持续提升产品附加值，改善毛利水平。通过上述降本增效与产品结构优化举措，提升公司整体盈利能力，以对冲净资产规模增厚对加权平均净资产收益率带来的摊薄效应，力争维持较高的 ROE 水平。

（2）强化全链条营运资金与供应链协同，保障经营现金流质量。公司将深化供应链协同与资金统筹：**在销售环节**，强化客户信用评级与账期管理；**在采购环节**，与供应商协商账期与票据结算安排，使采购付款节奏与销售回款节奏相匹配，减少资金错配；**在存货管理方面**，统筹错峰采购与以销定产，在锁定成本优势的同时，合理控制存货资金占用；同时，严控期间费用与非必要开支。通过上

述举措，提升盈利的现金保障水平，力争实现全年经营活动产生的现金流量净额与扣非归母净利润之比不低于 1.4。

（二）回报类指标分析

公司坚持“现金分红+股份回购+股东增持”协同发力的投资者回报与价值维护机制，以现金分红和股份回购作为公司层面的回报安排，以控股股东增持传递对公司长期价值的信心，共同致力于股东长期回报的稳定与可持续。自 2004 年上市以来，公司每年实施现金分红，多次开展股份回购，累计现金分红 35.49 亿元、回购 3.84 亿元，二者合计 39.33 亿元，为 IPO 净募集资金（5.84 亿元）的 6.73 倍；上市以来（2004-2025 年）年均分红（含回购）占归属于上市公司股东净利润的比例为 42.26%。控股股东以增持表达对公司长期价值的信心，上市以来先后 9 次实施增持，累计金额 6.52 亿元。此外，上市以来（2004-2025 年）公司实际上缴税金达 71.66 亿元。

指标	现状	目标
分红（含回购注销）占年度归属于上市公司股东净利润的比例	上市以来（2004-2025 年）年均分红（含回购）占归属于上市公司股东净利润的比例为 42.26%。	2027 年度现金分红与回购注销合计占当年归属于上市公司股东净利润的比例目标≥50%（其中 2026 年启动的回购按于 2027 年实施完毕的假设测算计入，不构成实施时点承诺）。
投资者关系管理	公司建立了常态化业绩说明会机制，覆盖年报、半年报、三季度报及一季度报，定期就生产经营情况向投资者进行解答。日常沟通方面，公司通过线上交流会、邮箱、投资者热线、e 互动、现场调研等多种方式与投资者保持密切联系。2025 年公司通过上证路演中心召开年度业绩说明会，董事长、财务负责人、独立董事及董秘出席，与投资者就双主业经营、行业前景等议题进行了充分交流。	每年召开 4 次定期报告业绩说明会，邮箱提问 5 个交易日内回复，热线专人值守回答投资者问题，e 互动回复率保持 100%。
社会责任报告	公司发布 2025 年度社会责任报告，系第十八次对外发布，阐述了公司在环境、社会及公司治理（ESG）方面的实践与情况。	公司 2026 至 2027 年将持续完善 ESG 治理体系，健全指标归集与责任落实机制，严守安全生产与生态环保底线，落实绿色生产要求，推进工艺节能改造、污染物排放管理与资源循环利用，积极开展公益帮

		扶，保障员工就业，切实履行社会责任。

回报类指标改善举措：

（1）稳定分红预期，增强股东获得感。分红方案将统筹考量资本开支计划（数智化改造、设备技术升级等）、现金流状况及未分配利润水平，确保回报力度与可持续发展能力相匹配。截至 2025 年 12 月 31 日，公司母公司期末未分配利润 22.98 亿元，为持续分红提供坚实财务基础。

（2）将股份回购纳入回报工具箱。2024 年，公司以集中竞价方式回购约 2.18 亿元并全部注销对应股本，直接增厚每股收益。2026 年启动的回购注销计划，按回购方案实施进度可延续至 2027 年实施完毕；公司将在股价低于回购预案设定的触发条件时，发挥其维护市值、增厚每股收益的积极作用，形成‘现金分红稳预期、回购注销提质量’的互补格局。

（3）丰富投资者沟通形式。常态化开好业绩说明会，每年召开 4 次定期报告业绩说明会，邀请投资者实地参观印染车间和黄金饰品生产线，以可视化方式传递公司“高端化、绿色化、智能化、融合化”转型进展。保持投资者热线、邮箱专人值守，邮箱提问 5 个交易日内回复，e 互动回复率保持 100%，确保中小投资者诉求得到及时响应。

（4）社会责任：立足现有社会责任披露工作基础，结合公司实际经营情况完善研发与创新、数智赋能方面内容，帮助投资者更好理解公司业务。未来参照交易所可持续发展（ESG）报告指引，分维度完善环境、社会及治理管理台账与量化信息，健全可持续信息归集、核算与披露的管理机制，稳步推进社会责任报告向符合交易所指引的可持续发展（ESG）报告升级。

（三）规范类指标分析

规范类指标	现状	目标
公司治理	公司已经建立规范的公司治理制度和治理结构，根据相关规则及时召开股东会、董事会、专门委员会、独立董事专门会议等会议，对相关事项审议与表决。截至本方案披露日，公司不存在违规担保、关联方资金占用等情况。	根据监管规则及时更新内部制度，完善治理结构。发挥董事会专门委员会、独立董事及职工代表董事的监督作用，保障独立董事现场工作时间不少于 15 天。董事会及专门委员会年度会议按计划召开率 100%、决议事项落实率 100%。
“关键少数”	公司已建立常态化合规培训机制，定期组织董事、高管及关键岗位人员开展资本市场法律法规及监管政	围绕信息披露、内幕信息及关联交易等核心领域，每年组织不少于 2 次专题培训。建立效果反馈机制，强化考核评估，

	策培训，持续强化合规履职意识与底线思维。	提升治理效能。实时向董事、高管转发最新监管规则及典型案例。
信息披露	公司已建立内部信息披露管理制度，并能有效执行。公司能够及时披露定期报告和各类重大事项的临时公告。	优化重大事项信息报送流程，压实各层级信息披露责任，定期复盘披露质量，杜绝选择性披露或披露瑕疵。定期报告“管理层讨论与分析”章节强化业务逻辑叙事与数据可视化，提升披露信息的决策有用性。

规范类指标反映公司治理与合规运作水平。公司围绕公司治理、“关键少数”责任、信息披露质效三个维度，持续提升规范运作水平。

一是推动治理与业务深度融合。将治理要求嵌入业务流程，推动管理制度化、制度流程化，逐步建立覆盖全业务链的治理体系。

二是坚持渐进改善与问题闭环。建立“发现问题—分析原因—整改落实—效果评估—持续优化”的闭环机制，定期开展自查与风险评估，在动态迭代中提升治理效能。

三是强化“关键少数”责任。组织“关键少数”参加合规培训，强化规则与红线意识；优化考核机制，将合规管理纳入激励与薪酬考核；聚焦关键业务领域风险防控，推动公司价值持续提升。

三、行动方案目标汇总

（一）经营类指标及行动计划

指标	现状	2027 年目标	主要计划	风险
加权平均 ROE（%）	2025 年为 11.25%，2026 年前三季度为 6.78%	≥11	稳定基本盘，提升净利润率；印染板块推进精细化管理与工艺智能配比，降本降耗；黄金饰品板块加强动态库存管理与产品附加值提升，对冲净资产增厚带来的摊薄效应。	存在利润增速与净资产增厚不匹配的风险；加工费提价受限及金价波动可能对净利率造成不利影响。
经营活动产生的现金流量净额	从现金质量看，公司经营活动现金流量净额持续高于同期归母净利润，利润的现金实现程度较好，营运资金周转与回款管理总体平稳。	全年经营活动产生的现金流量净额与扣非归母净利润之比不低于 1.4	强化客户信用与账期管理；协商供应商账期及票据结算；统筹错峰采购与以销定产，在锁定成本优势的同时，合理控制存货资金占用。	下游需求及金价、原材料价格波动致营收及毛利承压；存货与营运资金周转效率不及预期的风险。

（二）回报类、规范类指标及行动计划

指标分类	现状	工作计划
分红比例（含回购注销）	上市以来（2004-2025 年）年均分红（含回购）占归属于上市公司股东净利润的比例为 42.26%。	2027 年度现金分红与回购注销合计占当年归属于上市公司股东净利润的比例目标≥50%（其中 2026 年启动的回购按于 2027 年实施完毕的假设测算计入，不构成实施时点承诺）。
投资者关系管理	常态化召开业绩说明会，保持多渠道沟通，上证 e 互动回复率保持 100%。	增加沟通频次，每年召开 4 次定期报告业绩说明会； 丰富沟通形式，邀请投资者实地参观印染车间和黄金饰品生产线；保持投资者热线、邮箱专人值守，确保中小投资者诉求及时响应。
社会责任报告	已连续 18 年发布社会责任报告，阐述 ESG 实践。	结合经营实际完善研发与创新内容；未来参照交易所可持续发展（ESG）报告指引，稳步推进社会责任报告向符合交易所指引的可持续发展报告升级。
公司治理	已建立规范治理结构；2025 年已完成取消监事会、审计委员会承接监督职能、增设职工董事等改革。	持续巩固治理结构，确保新治理架构下决策流程顺畅高效，就重要议题加强与董事的事前沟通；发挥审计委员会在财务内控和风险防范中的专业监督作用，以及战略、提名、薪酬与考核等委员会在重大战略、选人用人、激励约束等方面的专业支撑作用。强化经营管理层在执行落实、经营管理和风险防控中的主体责任。
“关键少数”	已建立常态化合规培训机制，定期组织董监高及关键岗位人员培训。	强化合规培训：围绕信披规范、内幕信息、关联交易等核心领域，每年开展不少于 2 次专题培训；建立反馈机制，强化考核评估，确保合规要求传导至业务一线，实时转发最新监管规则及典型案例。
信息披露	公司已建立信息披露管理制度并有效执行。	优化重大事项信息报送流程，压实各层级信息披露责任；定期复盘披露质量，杜绝选择性披露或披露瑕疵。

四、投资者交流渠道

公司致力于构建开放、透明的投资者关系管理体系，持续畅通多元化沟通渠道，欢迎广大投资者通过以下方式与公司保持联络：

联系电话：0571-82551588-2656

电子邮箱：hmgf@hmgf.com

公司将密切跟踪各项举措的落实成效，并视宏观环境与行业趋势动态优化，确保行动方案取得实效。同时，公司通过投资者接待日、座谈交流等多元形式，主动听取投资者关于公司经营及本行动方案的意见建议，与投资者保持坦诚沟通、凝聚共识，共同推动公司高质量发展与投资者回报水平的稳步提升。

五、风险提示

本方案相关内容，系公司现阶段拟定的规划安排，不构成对投资者的业绩承诺。受宏观环境、行业政策、市场需求变化等多重因素影响，方案后续实际实施结果与预期可能存在差异，敬请投资者理性判断、注意投资风险。

特此公告

浙江航民股份有限公司

董事会

二〇二六年十一月二十五日