证券代码：002543　　证券简称：万和电气　　公告编号：2025-007

广东万和新电气股份有限公司 2024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

是否以公积金转增股本

□是☑否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以截至本报告披露之日公司总股本743,600,000股扣除回购专户上已回购股份后（截至本报告披露之日，公司回购专用账户的股份为2,085,259股）的总股本741,514,741股为基数，向全体股东每10股派发现金红利2.40元（含税），送红股0股（含税），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	万和电气	股票代码	002543
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	不适用		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	卢宇凡	李小霞	
办公地址	佛山市顺德高新区（容桂）建业中路13号	佛山市顺德高新区（容桂）建业中路13号	
传真	0757-23814788	0757-23814788	
电话	0757-28382828	0757-28382828	
电子信箱	vw@vanward.com	vw@vanward.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（1）所属行业的发展阶段

公司所属行业为厨卫电器行业，该行业整体已步入成熟发展阶段，市场竞争较为充分，在众多涉足厨卫电器生产的企业中，专业厨卫电器企业、综合性家电企业以及外资厨卫品牌企业这三大类型的企业为行业市场主导者。

我国厨卫电器市场已从增量发展阶段进入存量发展阶段，未来将长期处于“精耕慢长”的周期。报告期内，借力以旧换新政策红利，伴随用户认知的普及，绿色、悦己、健康消费意识逐渐升温，更多优质产品获得用户认可，行业从以往的价格竞争、产能扩张及产品同质化的粗放型发展模式，转向了重视价值创造、深化需求洞察、产品细分及质量提升的精细化运营道路。

奥维云网（AVC）推总数据显示，2024年热水器市场（燃气热水器、电热水器）零售额达532亿元，同比增长5.3%；零售量3,145万台，同比增长5.1%。其中，燃气热水器296亿元，同比增长8.8%，零售量1,343万台，同比增长8.7%；电热水器零售额236亿元，同比增长1.3%，零售量1,802万台，同比增长2.5%。热水器产品在功能上实现多方面的优化升级，综合功能体验得到加强，在市场竞争大环境下，企业通过矩阵式产品布局，力求满足不同消费者的使用需求。性价比市场保证参数优势；中端主力市场力求在营销层面打出差异化；高端市场保证品牌的价值定位，引领产业发展趋势。结合当下颜值经济、用户体验、以旧换新政策等大方向，热水器产品在外观设计、恒温体验、健康元素、能效等方面不断优化，持续探索产品创新空间。

奥维云网（AVC）推总数据显示，2024年油烟机零售额362亿元，同比增长14.9%；零售量2,083万台，同比增长10.5%。燃气灶零售额204亿元，同比增长15.7%；零售量2,429万台，同比增长15.2%。在换新周期与以旧换新政策的双重作用下，烟灶市场呈现出“稳中有增、卷而有序”的态势，产品将主要向着集成化、场景套系化、智能化和绿色化四个大方向发展，企业可以聚焦细分群体的需求，如单身群体、老年群体、母婴群体等，进一步发掘商业价值，以开拓新赛道、寻找新机遇。

综上，从快速迭代到缓慢创新，万和需要坚持长期主义，从内卷转向质取，顺势而为，主动出击，提升自身核心竞争力。实现产品差异化定位，深度洞察消费者需求，理解目标用户的真实痛点与期望，将产品经营理念从追求数量转向注重质量，打造高附加值、高竞争力的产品；以用户为中心，通过更贴近用户的产品、内容输出、体验优化以及沟通方式，增强用户粘性，在贴近用户的地方，向定位吻合的用户销售产品，实现高效转化。在竞争激烈的市场中，唯有不断创新、优化服务，并坚持差异化路线，才能立于不败之地。

（2）所处行业地位和市场地位

万和在厨卫电器行业中占据重要地位。根据世界权威独立调研机构英国建筑服务研究与信息协会（BSRIA）2013年的调研结果，万和是国内仅有的两个“全球十大热水器品牌”之一。在第二十一届中国500最具价值品牌榜单中，“万和”以366.15亿元品牌价值再创新高。2025年4月，由中国商业联合会、中华全国商业信息中心联合主办的“2025（第三十三届）中国市场商品销售统计结果发布会”对2024年度中国消费品市场销售领先品牌等进行发布，根据全国大型零售企业商品销售调查统计显示，“万和”燃气热水器荣列2024年度同类产品市场综合占有率第一位，连续二十一年获得此项桂冠。此外，万和是国家工信部公布的第三批制造业单项冠军（燃气热水器）培育企业、第七批国家级制造业单项冠军产品（燃气热水器）；燃气采暖炉、燃气灶、吸油烟机、电热水器的市场占有率均处于行业前列，万和燃气热水器和燃气炉具的出口量连续多年在行业同类产品中名列前茅。

根据奥维云网数据统计，万和在多个领域取得显著的市场地位，包括“中国一级能效燃气热水器连续三年销量第一”“超一级能效燃气灶中国线上主销市场销量第一”“中国顶侧双吸油烟机线下销量第一”等。

（3）主要业务、主要产品及其用途

报告期内，公司持续聚焦燃气具领域的高质高效革命，打造燃气热水器、燃气灶具、燃气采暖炉、燃气烤炉等行业低碳节能、舒适健康产品，同时坚定培育新能源热水产业（空气能+电热），持续深研氢能源技术演化和商业应用，不断拓展厨房、卫浴两大空间，由单一产品驱动升级为场景生态解决方案的品牌商，致力于成为低碳绿色的“全球燃气具领导品牌”。

自公司设立以来，主营业务未发生显著变化。

（4）经营模式

我国厨卫电器行业经营模式包括自有品牌运营商、原始设计制造商与原始设备制造商三种，公司依托强大的研发、制造和营销能力，集三种模式于一体，能够根据国内外用户需求进行迅速响应，提供符合市场需求变化的高品质产品。

基于公司战略布局，在国内市场，以自有品牌为核心，深耕国内市场，提升品牌影响力，同时通过持续完善品牌授权机制，整合发展资源，提高品牌溢价能力；在国际市场，公司持续调整和优化全球业务结构，提升资源配置效率，逐步强化全球范围内的市场开拓与服务能力，增强国际竞争力。通过“国内+国际”市场的双轮驱动，公司致力于在全球范围内实现可持续增长、推动品牌价值不断提升。

（5）主要的业绩驱动因素

A、报告期内，公司面对国内经济下行、消费疲软、行业饱和内卷以及竞争对手全球布局速度加快等挑战，加速全球布局，将三大战略主轴（产品驱动、效率增长、数智升级）调整为四大战略主轴（产品驱动、效率增长、数智升级、全球运营），构建差异化竞争优势，保持规模增长和稳定盈利。

a、坚持“产品驱动”战略主轴不动摇，加快实现体系领先、能力领先、成果领先。

报告期内，公司持续贯彻“一个万和，一个体系，一个标准”的管理举措，进一步完善全价值链质量管理体系，深化各品类精品标准，覆盖产品合规、基本性能、精致外观、用户体验、可靠性五个维度，“测试”与“评价”更加清晰、精准、聚焦，同时通过设立精品工程山头项目等一系列管理升级举措，精品打造取得质的突破。

公司全面构建研发创新体系，产品领先、技术领先的思路方法更加清晰。

技术领域，形成体系领先、能力领先、成果领先、氢能技术与应用全球领跑的主线路。体系领先方面，完成标准化体系、全生命周期研发体系、开放式创新体系的进阶，建立全面对标体系以及全面体验管理体系。能力领先方面，全面建立、整合、优化三代组织，研发人员结构进一步提升；进一步推进研究与开发分离，专业分工更加精细化。成果领先方面，十大核心技术全面推进，部分取得阶段性突破，针对全球核心品类，围绕燃烧、换热、流体与振动、新材料应用、热泵与暖通系统、智能电控、电机、阀体技术牵引产品结构升级。氢能领域持续领先，推动国家及行业标准制定，实现氢能技术突破，作为主编单位完成2项国家/行业标准审定（国家首个氢能通用技术标准、首个氢能灶具团体标准），并获得佛山市氢能标准化试点单位称号；完成大气式纯氢燃气热水器平台预研，纯氢灶具获得国内首个BSI认证；参与广东省科技专项氢氨燃烧项目，持续挖掘氢能应用场景。

产品领域，超低温热泵技术实现行业第一、燃热采暖全系噪音下降实现行业第一、燃热3,000米高海拔燃烧技术实现国际领先水平；产品创新驱动，刷新273个新品，荣获国内29项设计大奖，全面提升产品形象，通过IPMS有效方法实施10大产品战役，推动中高端产品销量达163万台，实现产品结构提升，尤其是烟灶产品，无论是性能、设计还是业绩，万和进入一线阵容。

燃热产品主要围绕用户水温、水量、水质及节能、静音、安全等全场景沐浴体验布局，通过储能恒温技术实现全程启停无冷烫、率先定义一级暖浴标准；大水量增压突破350%、顶级瀑布浴领跑行业；针对黄河流域腐蚀水质，玄武首次定义一级防腐标准；七星静燃舱突破32dB、安睡洗捅破静音天花板；燃气采暖炉全预混技术实现自主突破，实现行业引领，降噪技术实现再突破到行业最优。

电热产品方面，产品快速补齐扁桶新形态、满足高维升级需求；从关注基础安全、节能向进阶水量、水温、水质等细分场景体验转型。

油烟机产品方面，坚持双吸力细分赛道打造全新一代油烟机，以32m²大风量、1,400Pa大风压的性能领先于行业，万和双吸力油烟机销量线下市场占有率第一。

灶具产品方面，主打换新猛火灶，全线5.2kW大火力与可变径底壳主攻置换市场，最新推出易清洁无印灶具快速增长；安全贴锅灶和高端安全养生灶领跑行业。

净水与洗碗机产品方面，聚焦“高性价比+本土化创新”补齐产品线，通过套系化配套销售取得快速增长。净水产品向小巧和集成高效化方向转变为用户创造畅饮体验，主打家庭健康饮水；洗碗机强化节能烘干、高效洗净，依托易清洁无印厨电套系释放用户清洗需求。

空气能产品方面，建设有全球新能源测试中心，超低温技术取得行业突破，推出的朱雀、玄武两大系列备受市场认可，推出的热泵产品，即使在-35℃的极端低温环境下，也能稳定运行。

b、坚持“效率增长”战略主轴不动摇，贯彻整体价值链最优思路，提升经营管理效率。

报告期内，公司以终端和零售为主，推行DTC变革，坚持以销定产、积极改善产品结构、提升渠道效率、互联网手段提升用户运营，进一步推动零售转型，形成战略共识并有效落地，推动组织激活、产品策划、品牌形象焕新、渠道产品协同融合、服务等全价值链协同升级，实现质的飞跃，存销比、超期比例、呆滞库存、生产交付率、订单全周期、下线直发率、物流费用等关键效率指标取得突破。

组织激活方面，持续组织再造，打造简单直接、扁平、清晰的组织文化，持续推动组织年轻化、专业度、职业化提升；让持续高增长深入组织灵魂；依托轮岗、述职、高激励激发人才能动性；在燃烧、噪音、电机工艺、洗碗机销售、空气能、数字化营销等10多个关键领域引进专家，公司吸引人才的能力得到明显提升。

品牌形象提升和内容营销赋能方面，品牌战略焕新升级，明确“中国万和·天生可靠”品牌定位，并通过VI系统全面更新、发布会全渠道宣贯，媒体传播提升品牌声量，刷新品牌形象；终端SI形象持续迭代，通过标准提升/降本增效/一店一设计等，强化交互体验，刷新用户感知；搭建数字化内容赋能中台，为各类媒体、一线品牌推广、产品种草、活动促销提供数智化营销能力，对经营业绩提升及战略发展具有重大意义。

研发项目管理与产品运营提升方面，通过全面构建研发创新体系，通过标准化建设形成VPS方法论，平台化、模块化、通用化明显提升，SKU效率提升62%，SKU数量精减30%；研发周期平均缩短30%，研发交付件减少41%；初步构建GTM导向的IPMS产品上市运营体系，通过洞察用户需求、产品细化分类分级、强化细分概念、上下市衔接管理的运营操盘，并通过“战役”式分类突破，在产品结构提升、市场均价提升等方面取得阶段性进展。

营销变革方面，进行业务模式升级。坚定DTC策略，以“专业产品+直达服务”为核心，通过缩短用户链路、数据化运营和服务增值，从传统制造品牌向“厨卫场景服务商”转型，进一步深化智能产品联网率，并通过私域流量池提升复购率；实行全渠道直营布局，自有电商平台；万和官方商城（小程序、APP或官网）提供产品直销、会员服务、安装预约等功能，减少中间环节成本；社交电商与直播带货，在抖音、快手、微信视频号等平台开展品牌自播，结合KOL/KOC推广（如燃气热水器的节能卖点讲解）；线下体验店升级，进行KA直营布局，在核心城市KA卖场开设品牌体验店，展示全屋热水解决方案或智能厨电场景，优化导购服务，增强用户互动；深化数据驱动的用户运营，会员体系整合，推出“万和会员”计划，打通线上线下消费数据，提供积分兑换、专属客服、延保服务等权益。

渠道协同和品类融合方面，线上线下渠道协同、各品类业绩拉通融合，协同规划货盘、制定价格、运营赋能、规范市场秩序，给予一线业务单元支持，推动全渠道、全品类整体规模增长；持续强化市场秩序管理，为市场良性发展护航。

市场赋能和零售转型方面，抖音OMO系统已接入1,351账户（含803门店），累计完成直播12,313场，短视频累计60,786条，专业类品牌领先。培训赋能：已搭建包含师资、课程、系统的完整培训体系，年度10+培训节点活动，专业培训系统目前已接入4,700+账户，覆盖全渠道专卖店/KA及部分专柜；可以组织并支援线上、现场、返厂多类培训模式。终端提升：推动体验化终端改造，新版SI落地21家大店，开发助销道具12项，飞行巡检+赋能培训14个运中、121家店，前置协助设计2,000+店，品牌形象广告全面刷新。

用户服务提升方面，深化“以用户为中心”战略，强化服务链路，“销售+安装+售后”一站式服务，官网/APP提供在线预约安装、维修进度查询等功能，提升透明度和效率，与第三方服务商合作建立标准化服务体系，全面推进服务数字化转型。通过构建全流程服务标准体系，实现售前、售中、售后全场景服务质量可视化管控，建立用户反馈实时闭环机制，客户满意度提升。技术层面完成服务管理平台智能化升级，运用云计算与AI技术实现服务响应效率提升，备件供应周期缩短，资源投入透明、灵活且可监控，缩减无效的后台成本投入。同步搭建服务商分级赋能体系，通过数字化工具为全国合作服务商提供运营能力培训、工程师认证，提升工程师服务水平。依托大数据分析，成功构建用户服务场景画像，形成个性化服务方案库，线上线下协同，服务量同比增长。目前用户需求闭环处理时效已明显缩短，服务工程师满意度提高，消费者NPS（净推荐值）较同期增长，为业务持续增长构建数字化服务基座。

精益管理方面，公司制造体系、供应体系、品质体系取得长足进步，进一步提效降本，以应对更加激烈的国际化市场竞争。热厨制造效率大幅提升，成立精益制造中心，通过多基地联合管理精益化有序推进、自动化渐进导入、数字化APS上线应用，持续深化VBS体系，通过LCIM方法论的落地实践，将推动万和向高水平制造方式迈进，中间WIP大幅下降，热/厨电生产效率提升20%、库存资金周转率提升30%。海外工厂以客户订单快速交付为牵引，全价值链提效；成本管理方面形成体系化、制度化，抓成本、抓效率成为共识、主题；供应链通过材料替代、二次开发、新技术、新工艺引入、战略性锁价、招标等举措，实现有效降本；公司在各个基地均进一步升级品质过程管控、测试设备等能力。

c、坚持“数智升级”战略主轴不动摇，以“业务数据化”及“数据业务化”打造数字化敏捷组织。

报告期内，公司以用户为中心，积极推动“硬件+软件+内容+服务”的融合，推进业务数智化；依托消费互联网和工业互联网，利用“产品+AIoT+内容+服务”的业务模式，逐步实现“智能单品-智能套系-智能化场景-智能化生态空间”的智能化演进；通过“精益化推进、自动化导入、数字化应用”三者相融合，实现“智能设备-数字化工厂”的智造升级，建立数智化平台。

用户服务方面，以用户为中心，加快服务数字化转型，VOC（用户体验数字化管理系统）由1.0向3.0版本推进，完成万和用户体验管理平台搭建。

智能制造方面，输出APS监图方案、系统搭建以及试点基地系统上线，实现系统对大部分场景的覆盖、前工序排产系统排产逻辑得到进一步提升，完成灯塔工厂的蓝图设计以及智能排程1.0上线，为制造过程优化提供坚实基础。

营销服务方面，电商O2O项目实现线上订单到记账的自动化、客商对账在线化以及图文案智能裁剪的AIGC应用；线下通过DTC1.0项目实现工厂（F）到经销商（B/b）再到消费者（C）的全链路打通；通过LTC流程（VC1.0项目）提升订单报价效率，赋能国际业务；泰国工厂ERP上线，增强了对海外业务的支撑力度；服务CSS项目实现在线支付透明化，进一步提升用户服务满意度。

数据运营方面，数据驾驶舱1.0版本实现了经营指标口径标准化，并建立规范化的数据统一输出平台，增强内部沟通与决策的一致性。

d、坚持“全球运营”战略主轴不动摇，构建国际化运营体系和能力。

报告期内，面对国际市场需求不振、贸易保护主义抬头以及地缘冲突加剧等挑战，公司坚持以市场和客户为核心，努力推动业绩增长，确保增长质量，同时降低经营风险，实现可持续发展。

在产品创新方面，公司着重推动客户的新产品开发，积极应对全球市场变化，有效提升公司与客户的抗风险能力，实现双赢目标。报告期内，公司以市场和用户为导向，通过产品驱动与技术创新，深入研究目标市场，精准把握市场变化带来的机遇，从而实现了业务的快速扩张。围绕公司“121战略”布局，寻找新能源产业的增长点，重点开发空气能热泵产品，针对欧盟市场推出R290热水热泵和三联供热泵等新产品，并加大力度开发欧洲、澳洲等区域的空气能热泵产品，实现产品技术层面的全面升级；同时进一步拓展燃气壁挂炉业务，攻克全预混燃烧技术；投入资金开发洗碗机项目，目前该项目已进入量产阶段；加大对燃气热水器、电热水器新产品的研发力度，并积极投入上述产品相关核心零部件的开发，逐步形成“烤炉+热水+空气能+采暖+洗碗机+核心零部件”的多品类发展格局。通过多元产业的周期互补，有效应对全球化运营风险，确保业务稳定性，保障公司稳定经营。

基于国际化经营战略和全球布局的落地实施，公司整合订单与产能需求，打造泰国、埃及两大生产基地，以分散供应链风险。报告期内，泰国工厂一期工程已正式进入批量生产阶段，二期计划于2025年4月开始试产，公司加速推进泰国工厂的产能提升，进一步实现提效降本，确保订单能够保质保量如期交付；埃及工厂于2025年1月正式投入试产，重点辐射欧洲和非洲市场，进一步助力万和在国际市场的业务拓展。

报告期内，公司逐步提升全球运营能力，并从战略高度推进国际化发展。通过实施“本地采购、本地用人、本地出口”的策略，公司快速占领海外市场，其影响力与日俱增。?驻外团队正在快速构建万和售后网络及销售渠道，并辐射周边国家；跨境电商实现多站点布局，显著扩大全球覆盖范围，持续夯实全球化运营能力，多渠道拓展国际业务。

B、以“全球燃气具领导品牌”为牵引，将“可靠”基因深植消费者心智，强化品牌差异化竞争力。

报告期内，万和全面启动品牌焕新升级工程，以“中国万和?天生可靠”为核心品牌口号，将“可靠”基因深植消费者心智。通过持续强化品牌传播，万和致力于塑造独属于自身的差异化品牌形象。

在品牌运营方面，公司坚持价值经营理念，持续升级品牌场域协同效应。通过超高势能IP捆绑，如欧洲杯、奥运会、《战至巅峰3》《我的主场》《庆余年2》等热点，实现体育、电竞、文娱、影视领域的多圈层渗透，放大流量入口，打造热销机会，其中A3人群增长达1332%，显著提升品牌影响力与用户粘性。同时，持续加大小红书、抖音等新媒体平台的投入力度，通过5A人群精细化运营，累积人群资产超8,000万，“可靠”心智关联排名行业top1，平台影响力跃升至行业第一梯队，成功实现种草与收割一体化。

在终端建设方面，万和全面焕新终端SI（标准识别系统），围绕用户体验重构销售服务与功能体系。新SI标准全方位提升终端形象，综合成本降低约10%。以用户需求为核心，优化终端体验，增强品牌形象落地效果。

在社会责任领域，万和通过“温暖中国行”公益IP开展多维实践，在贵州山区捐赠热水系统，助力当地居民改善生活条件，冠名容桂马拉松活动，倡导健康生活方式，组织植树活动，践行环境保护承诺，关注和支持中国航天事业发展，彰显企业担当。

凭借一系列创新营销实践，万和逐步构建从塑造消费者品牌心智，到持续与品牌用户沟通，再到进店转化与口碑种草的良性循环。万和将坚持品牌内容与用户建设的长期主义，持续推进品牌年轻化，植入并占领年轻用户群体心智，让用户与品牌产生更多情感连接。以可靠为内核，以“专业、可靠、真诚”为核心，逐步建立并沉淀独属于万和的品牌差异化形象和认知资产。

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

	2024年末	2023年末	本年末比上年末增减	2022年末
总资产	8,784,467,541.26	8,396,615,781.28	4.62%	6,890,833,880.38
归属于上市公司股东的净资产	4,753,796,753.48	4,539,449,379.17	4.72%	4,318,049,694.59
	2024年	2023年	本年比上年增减	2022年
营业收入	7,341,989,612.77	6,103,793,022.90	20.29%	6,627,812,218.25
归属于上市公司股东的净利润	657,625,480.85	568,232,896.74	15.73%	550,038,167.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	656,424,347.72	605,286,851.74	8.45%	635,827,771.54
经营活动产生的现金流量净额	617,876,646.74	1,295,860,952.21	-52.32%	815,263,691.45
基本每股收益（元/股）	0.88	0.76	15.79%	0.74
稀释每股收益（元/股）	0.88	0.76	15.79%	0.74
加权平均净资产收益率	14.86%	12.77%	2.09%	13.28%

（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	1,979,632,595.61	1,831,450,154.21	1,422,956,638.52	2,107,950,224.43
归属于上市公司股东的净利润	165,995,128.40	189,151,797.55	98,787,736.05	203,690,818.85
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	188,242,566.05	209,855,984.33	117,414,563.51	140,911,233.83
经营活动产生的现金流量净额	318,145,304.65	382,070,391.45	290,838,207.59	-373,177,256.95

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	19,635	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	18,662	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	
广东万和集团投资发展有限公司	境内非国有法人	29.66%	220,545,000	0	不适用	0	
卢础其	境内自然人	16.70%	124,198,776	0	不适用	0	
卢楚隆	境内自然人	9.19%	68,318,250	51,238,687	不适用	0	
广东万和集团有限公司	境内非国有法人	7.83%	58,236,000	0	不适用	0	
卢楚鹏	境内自然人	5.51%	40,990,950	30,743,212	不适用	0	
香港中央结算有限公司	境外法人	5.15%	38,318,316	0	不适用	0	
中国建设银行股份有限公司－华泰柏瑞中证红利低波动交易型开放式指数证券投资基金	其他	2.99%	22,263,645	0	不适用	0	
叶远璋	境内自然人	2.82%	20,963,450	0	不适用	0	
陈子鹏	境内自然人	1.34%	10,000,000	0	不适用	0	
中国国际金融股份有限公司	国有法人	0.79%	5,846,744	0	不适用	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	广东万和集团投资发展有限公司为公司控股股东，广东万和集团投资发展有限公司为广东万和集团有限公司全资子公司，广东万和集团有限公司为公司的间接控股股东。股东卢础其、卢楚隆和卢楚鹏三人为兄弟关系，同时为一致行动人。三人为广东万和集团有限公司实际控制人，本公司实际控制人。对于其他股东，公司未知他们之间是否存在关联关系，也未知他们之间是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》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）	不适用						

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

单位：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								
股东名称（全称）	期初普通账户、信用账户持股		期初转融通出借股份且尚未归还		期末普通账户、信用账户持股		期末转融通出借股份且尚未归还	
	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
中国建设银行股份有限公司－华泰柏瑞中证红利低波动交易型开放式指数证券投资基金	3,648,600	0.49%	711,500	0.10%	22,263,645	2.99%	0	0.00%

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

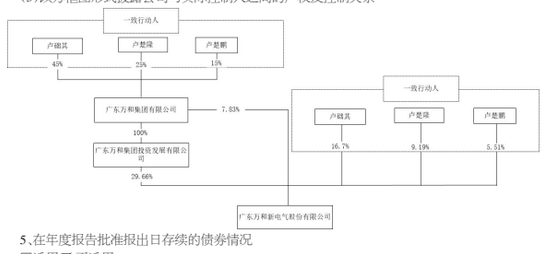
□适用☑不适用

（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、公司于2023年8月25日召开董事会五届十一次会议和五届五次监事会会议，逐项审议通过了《关于回购公司股份方案的议案》，拟使用自有资金通过二级市场以集中竞价交易的方式回购公司部分社会公众股份，并依法用于后续实施股权激励或员工持股计划（以下简称“本次回购”）。本次回购的资金总额不低于3,000万元人民币（含）且不超过6,000万元人民币（含）。本次回购股份的价格为不超过人民币9元/股（含），以公司目前总股本743,600,000股为基础，若按回购资金总额上限和回购股份价格上限进行测算，预计可回购股份数量约为6,666,666股，约占公司当前总股本的0.8965%；按回购资金总额下限和回购股份价格上限进行测算，预计可回购股份数量约为3,333,333股，约占公司当前总股本的0.4483%，具体回购数量以回购期限届满时实际回购的股份数量为准。若公司在回购期间实施了送股、资本公积转增股本、现金分红、配股等除权除息事项，自股份除权除息之日起，相应调整回购股份价格上限。本次回购股份的实施期限自董事会审议通过本次回购股份方案之日起12个月内。

截至2024年1月25日，本次回购股份方案已实施完毕，实际实施回购的时间区间为2023年11月7日至2024年1月25日。公司累计回购股份数量为7,205,259股，占公司总股本的0.9690%，最高成交价为8.74元/股，最低成交价为8.12元/股，支付的总金额为59,956,783.80元（不含交易费用）。

序号	公告标题	披露时间	公告索引
1	《广东万和新电气股份有限公司董事会五届十一次会议决议公告》（公告编号：2023-029）	2023年8月26日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
2	《广东万和新电气股份有限公司五届五次监事会会议决议的公告》（公告编号：2023-030）	2023年8月26日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
3	《广东万和新电气股份有限公司关于实际控制人之一卢础其先生提议回购公司股份的公告》（公告编号：2023-032）	2023年8月26日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
4	《广东万和新电气股份有限公司关于回购股份方案的公告》（公告编号：2023-033）	2023年8月26日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
5	《广东万和新电气股份有限公司关于回购股份事项前十名股东及前十名无限售条件股东持股情况的公告》（公告编号：2023-034）	2023年8月30日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
6	《广东万和新电气股份有限公司回购股份报告书》（公告编号：2023-037）	2023年9月16日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
7	《广东万和新电气股份有限公司关于股份回购进展情况的公告》（公告编号：2023-041）	2023年10月10日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
8	《广东万和新电气股份有限公司关于股份回购进展情况的公告》（公告编号：2023-046）	2023年11月2日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
9	《广东万和新电气股份有限公司关于首次回购公司股份的公告》（公告编号：2023-047）	2023年11月8日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
10	《广东万和新电气股份有限公司关于股份回购进展情况的公告》（公告编号：2023-048）	2023年12月2日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
11	《广东万和新电气股份有限公司关于股份回购进展情况的公告》（公告编号：2024-001）	2024年1月4日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
12	《广东万和新电气股份有限公司关于股份回购结果暨股份变动的公告》（公告编号：2024-002）	2024年1月27日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

2、公司收到了深圳国际仲裁院出具的《案件受理通知书》（（2021）深国仲受4825号-1），因与广州市凯隆置业有限公司（以下简称“凯隆置业”）的股权回购纠纷事宜，公司于2021年9月6日向深圳国际仲裁院提出仲裁申请。公司于2022年12月29日收到深圳国际仲裁院送达的《深圳国际仲裁院裁决书》（（2021）深国仲裁4825号），上述股权回购纠纷案赢得仲裁胜诉。

公司于2024年8月5日向广东省广州市中级人民法院申请对凯隆置业进行破产清算，广东省广州市中级人民法院已于2024年8月6日组成合议庭对申请凯隆置业破产清算进行立案审查。公司于2024年8月9日收到广东省广州市中级人民法院作出的《民事裁定书》（（2024）粤01破申452号），广东省广州市中级人民法院已裁定受理公司对凯隆置业的破产清算申请。

序号	公告标题	披露时间	公告索引
1	《广东万和新电气股份有限公司关于公司涉及仲裁的公告》（公告编号：2021-034）	2021年10月12日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
2	《广东万和新电气股份有限公司关于公司涉及仲裁的进展公告》（公告编号：2023-003）	2023年1月5日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
3	《广东万和新电气股份有限公司关于申请广州市凯隆置业有限公司破产清算的提示性公告》（公告编号：2024-017）	2024年8月7日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
4	《广东万和新电气股份有限公司关于申请广州市凯隆置业有限公司破产清算的进展公告》（公告编号：2024-018）	2024年8月10日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

3、公司于2024年9月30日召开董事会五届十八次会议和五届九次监事会会议，审议通过了《关于〈广东万和新电气股份有限公司2024年员工持股计划（草案）〉及其摘要的议案》《关于〈广东万和新电气股份有限公司2024年员工持股计划管理办法〉的议案》和《关于提请股东大会授权董事会办理2024年员工持股计划相关事宜的议案》（以下称“2024年员工持股计划”）等议案。2024年员工持股计划的参加对象包括公司监事、高级管理人员、公司（含控股子公司）核心管理人员等，共计不超过31人，将以4.91元/股的价格购买公司回购专用账户回购的股份共计不超过512万股，约占当前公司股本总额74,360万股的0.69%，筹集资金总额不超过人民币2,513.92万元。上述议案已经2024年10月24日召开的2024年第二次临时股东大会审议通过，同意公司实施2024年员工持股计划，同时股东大会授权董事会办理2024年员工持股计划相关事宜。

公司于2024年10月30日召开董事会五届十九次会议和五届十次监事会会议审议通过了《关于因2024年半年度权益分派实施后对2024年员工持股计划购买价格调整的议案》，因公司于2024年10月11日完成了2024年半年度权益分派实施工作，董事会同意将2024年员工持股计划购买公司回购股份的价格由4.91元/股调整为4.71元/股。

公司于2024年12月25日收到中国证券登记结算有限责任公司出具的《证券过户登记确认书》，公司回购专用证券账户中所持有的公司股份512万股已于2024年12月24日以非交易过户的方式过户至“广东万和新电气股份有限公司－2024年员工持股计划”证券专用账户，过户价格为4.71元/股，过户股份数量占公司总股本的0.69%。本次非交易过户完成后，公司回购专用证券账户内公司股份数量为2,085,259股。

序号	公告标题	披露时间	公告索引
1	《广东万和新电气股份有限公司董事会五届十八次会议决议公告》（公告编号：2024-031）	2024年10月8日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
2	《广东万和新电气股份有限公司五届九次监事会会议决议公告》（公告编号：2024-032）	2024年10月8日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
3	《广东万和新电气股份有限公司2024年员工持股计划（草案）》	2024年10月8日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
4	《广东万和新电气股份有限公司2024年员工持股计划（草案）摘要》	2024年10月8日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
5	《广东万和新电气股份有限公司2024年员工持股计划管理办法》	2024年10月8日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
6	《广东万和新电气股份有限公司2024年第二次临时股东大会决议公告》（公告编号：2024-034）	2024年10月25日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
7	《广东万和新电气股份有限公司董事会五届十九次会议决议公告》（公告编号：2024-035）	2024年10月31日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
8	《广东万和新电气股份有限公司五届十次监事会会议决议公告》（公告编号：2024-036）	2024年10月31日	巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn
9	《广东万和新电气股份有限公司关于因2024年半年度权益分派实施后对2024年员工持股计划购买价格调整的公告》（公告编号：2024-038）	2024年10月31日	巨潮资讯网 http://www.cnin