

公司代码：605378

公司简称：野马电池



浙江野马电池股份有限公司
2022 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 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 致同会计师事务所（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

根据致同会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司2022年度实现归属于上市公司股东的净利润98,665,371.53元，截至2022年12月31日，母公司累计可供分配利润为271,088,177.50元。

公司2022年度利润分配方案如下：以公司总股本133,340,000股为基数，拟向全体股东每10股派发现金红利5.00元（含税），合计派发现金红利66,670,000.00元。

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	野马电池	605378	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	朱翔	李丹磊
办公地址	浙江省宁波市镇海区骆驼街道荣吉路818号	浙江省宁波市镇海区骆驼街道荣吉路818号
电话	0574-86593264	0574-86593264
电子信箱	ym@mustangbattery.com	dsb@mustangbattery.com

2 报告期公司主要业务简介

2.1 报告期内公司所处行业情况

1、行业发展基本情况

报告期内，公司主要从事高性能、环保锌锰电池的研发、生产和销售。锌锰电池又称干电池，是以二氧化锰为正极材料，锌为负极材料，通过氧化还原反应产生电流的一次电池。在尺寸大小、单体形状等方面均具有国内外通用标准，是国际标准化产品。由于具备价格便宜、安全可靠、使

用方便、放电时间长、储存时间长，绿色环保等优点，锌锰电池已成为消费者日常生活中不可或缺的电子易耗品。

中国是全球最大的锌锰电池制造国和出口国，从我国电池出口市场来看，近年来，我国锌锰电池出口数量虽略有波动，但总体上呈上升趋势。锌锰电池因其技术成熟、性能稳定、安全可靠、使用方便，碱性电池不含铅、汞、镉等重金属有害物质，对环境友好，已成为消费者日常生活中不可或缺的易耗品，广泛应用于电动玩具、智能家居用品、家用医疗健康电子仪器、无线安防设备、户外电子设备、无线通讯设备、照明灯具、消费电子等领域。锌锰电池主要的下游市场需求情况如下：

（1）电动玩具

玩具消费与一个国家的经济发展水平、儿童人数、国民受教育程度有较大关系。作为玩具产业起步较早的地区，北美和西欧的玩具市场已步入成熟，近年玩具零售额增速有所放缓但销售情况仍然保持稳定。同时，随着新兴市场国家经济实力逐步增强，玩具消费观念也从成熟的欧美地区逐步延伸至新兴市场。新兴市场庞大的儿童数量、较低的人均儿童玩具消费和良好的经济发展前景使新兴玩具市场拥有较高的成长性，该市场也将成为全球玩具业未来重要的增长点。对于中国市场，随着居民收入的增加、三胎政策的实行、新婴儿潮的到来、玩具产品的增多以及人们对玩具环保安全方面的要求越来越高，锌锰电池在玩具市场上未来增长潜力巨大。

（2）家用电器领域

锌锰电池是家用电器的重要电子配件，是日常生活中不可缺少的电子消耗品，广泛应用于电视、空调、厨卫产品等家用电器。随着消费升级和产业结构调整，家电行业将继续保持平稳增长，进而带动锌锰电池需求的增长。

（3）家用医疗健康电子仪器

家用医疗健康电子仪器，诸如电子血压计、低频治疗仪、鼻炎治疗仪、家用血糖仪、电子体温计等产品，进一步小型化、便携化，以及随着物联网和大数据技术的完善、普及以及居民对生活品质要求的提高，全球智能家居市场规模逐年增大，都将带动锌锰电池新的需求增长。

（4）智能家居用品

目前全球已进入智能社会时代，智能家居行业的数字化、网络化、集成化的发展趋势越来越明显，发展程度也越来越高，其产品也明显的体现出人性化、生活化、简单化等特点。2021年市场景气度恢复，智能家居市场需求强劲。

随着技术发展，电池的应用场景不再仅限于传统家用电器，可穿戴、物联网的发展，也将带来相应的更广泛的小型、微型一次消费电池的需求。

2、行业发展趋势

锌锰电池技术成熟、性能稳定、安全可靠、使用方便、应用范围广泛，虽然专家们一直在努力探索更价廉物美的一次电池，但至今仍未有任何成功的迹象，可以预见，目前乃至较长时期内，尚无性价比更优的电池能取代锌锰电池。

从增量市场来看，碱性电池具有工作电压高、内阻低、单位质量电极活性物质容量高、续航时间长等优点，适合于大电流放电及需要更长时间放电的场合，具有广泛的市场空间。随着新兴小型消费电子（如：电子门锁、无线鼠标、无线键盘、电动美容仪等）的兴起，碱性电池作为小型消费电子设备的主要电源，呈现出稳健的增长。

近年来，随着智能化社会的推荐，智能家居的发展推动了各种智能小型家用电器的普及，为碱性电池打开了新的市场空间；同时物联网的快速发展带动了更多电子设备需求，尤其在远程遥控和医疗电子设备领域，碱性电池的需求将不断增加。

从环保方面看，经过不断的技术研发和改进，碱性电池已不含铅、汞、镉等重金属有害物质，不会对环境产生伤害，可以作为生活垃圾处理，在目前的垃圾分类中，归置为其他垃圾。

锌锰电池主要应用领域梳理

市场分类	应用领域	举例	需求情况
存量市场	日常必需	移动照明灯具、遥控器、钟表、传统电动玩具、收音机、剃须刀	需求刚性
增量市场	小型电子产品	可穿戴设备、电子门锁、无线鼠标、无线键盘、无线音响、电动美容仪、电子血压计、电子额温枪	需求增加
	智能家	智能化小型家用电器	
	物联网	远程遥控和医疗电子设备领	

3、行业竞争格局

目前全球锌锰电池行业主要参与者包括品牌制造商、零售商以及贴牌制造商，各个企业所处产业链位置有所差异，具体情况如下：

项目	简介	主要企业
品牌制造商	拥有自有电池品牌以及电池生产能力，产能主要用于自有品牌的生产，同时承接零售商自有品牌的贴牌生产。	国际：金霸王、劲量、松下 国内：南孚电池
零售商	通常为连锁便利店、商超、电商企业，向贴牌制造商或品牌制造商采购其自有品牌的电池产品，在自有零售渠道进行销售。	沃尔玛、家乐福、Amazon、Costco、7-Eleven、麦德龙、TESCO
贴牌制造商	主要以承接零售商自有品牌的电池贴牌生产为主，无自有品牌或自有品牌收入占比有限。	宁波中银、长虹能源、本公司、浙江恒威、力王股份

(1) 国际市场竞争格局

锌锰电池行业的国际市场经过多年发展，已形成相对成熟稳定的竞争格局。从全球范围来看，锌锰电池市场主要由国际公司品牌商和国内优秀电池企业占据。目前中国已成为全球最大的锌锰电池生产基地，其次是美国和日本。其中美国三大电池品牌金霸王、劲量、雷诺威依然在发达地区的中高端市场占据大量份额；日本主要电池厂商为松下、富士和东芝，其产品主要供应日本和东南亚地区。此外，一些国际商业连锁企业积极发展自有品牌电池，以贴牌方式将生产环节外包，依靠较强的销售渠道，获取品牌溢价。目前国内领先的锌锰电池企业已是国外品牌的重要制造服务商，一半以上国际市场份额的锌锰电池是由中国企业贴牌生产。

(2) 国内市场竞争格局

在我国，锌锰电池行业是一个市场化竞争较为充分、市场化程度较高的行业。目前我国锌锰电池生产主要集中在南孚电池、宁波中银、长虹能源、野马电池、浙江恒威和力王股份等行业领先企业中，南孚电池主要以自有品牌在国内市场中占据重要地位；宁波中银、长虹能源、野马电池、浙江恒威和力王股份等企业主要以产品出口为主。技术落后的中小企业主要在碳性电池市场进行竞争，利润率较低。

2.2 报告期内公司从事的业务情况

根据中国证监会官方网站统计信息中公布的上市公司行业分类结果，本公司所属行业为制造业中的电气机械及器材制造业（代码 C38）。根据《2017 年国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所属行业为锌锰电池制造（C3844）。锌锰电池俗称干电池，是以二氧化锰为正极，锌为负极，进行氧化还原反应产生电流的一次电池。与其他一次电池相比，锌锰电池具有高功率、重负荷、放电性能好、电池容量高、储存寿命长、结构简单、携带方便、受温度湿度等环境因素影响小等优点。根据电解液和工艺的不同，锌锰电池主要分为碳性电池和碱性电池。

公司主要从事高性能、环保锌锰电池的研发、生产和销售。公司产品包括 LR03、LR6、LR14、

LR20、6LR61 系列碱性电池及 R03、R6、R14、R20、6F22 系列碳性电池，广泛应用于家用电器、电动玩具、智能家居用品、家用医疗健康电子仪器、新型消费电子、无线安防设备、户外电子设备、无线通讯设备、应急照明等多个领域。

1、经营模式

公司采取研发、采购、生产、销售一体化的经营模式。

研发上，公司自成立以来高度重视产品与技术的研发，坚持自主研发，凭借经验丰富的研发团队，建立了面向市场需求和多部门、内外协同的研发模式。经过多年的积累，公司构建了规范、标准、高效、持续的研发体系。公司建立以研究所为主导，技术部和工程部等多部门协同配合的研发架构。公司产品研发以项目为核心，在立项时一并考虑后续产品的开发、生产、原料采购、成本控制等多方面，在开发过程中对项目存在的风险和问题及时评审并做出决策。

采购上，公司主要原材料为电解二氧化锰、锌粉、钢壳、铜针、锌筒等，公司采购主要采取的是“以销定采”的采购模式。公司采购部根据生产计划和销售订单制定采购计划，采购业务员按采购计划和公司审定的合格供应商名录与供方签订合同或下订单实施采购。

生产上，公司实行以销定产为主，计划生产为辅的生产模式。对于国外市场需求，公司采用按订单生产的模式，生产部门根据订单情况决定安排经营生产计划，并利用 ERP 系统进行物料需求计算，编制物料需求计划，交由采购部门组织采购。对于国内市场需求，公司采用按订单生产和备货生产相结合的模式。公司生产部根据销售部门的订单组织生产，同时为满足国内自有品牌客户的市场需求，并结合历史销售情况设置安全库存，当库存产品低于安全库存时进行备货生产。

销售上，公司产品销售包括国外市场销售与国内销售，主要通过直销方式进行。国外市场销售主要向国际知名商业连锁企业、国际知名电子设备生产厂商和大型贸易商等客户贴牌销售，同时公司还有少量的自有品牌业务；国内市场销售主要以向电子设备生产厂商销售为主，另外存在少量的经销商销售、经营进出口贸易公司销售、商超合作经营销售和电商业务。目前，在公司大力拓展海外市场的背景下，海外销售占比较高。

报告期内，公司的主营业务和经营模式没有发生变化。

2、主要的业绩驱动因素

（1）公司市场营销和品牌建设渠道的能力

公司凭借良好的产品质量与性能以及较为健全的营销网络，使得公司产品销售遍布欧洲、北美洲、港澳台、亚洲、大洋洲、非洲、南美洲和国内的各个地区。一方面，公司通过参加国外的展销会、客户介绍等开拓国际市场；另一方面，在积极通过与国内知名品牌商合作，扩大公司产品影响力的同时，不断完善销售网络，增强自有品牌在国内的知名度，开拓国内市场。公司的市场营销渠道的拓展能力和品牌建设渠道的能力，将对公司业绩产生重要影响。

（2）产品销售价格和原材料价格变动

公司产品销售价格会随着市场供求、汇率变动、产品品种和原材料市场价格变动等因素进行调整。公司凭借多年专注主营、深耕市场以及研发技术优势、产品结构优势、客户资源优势、规模优势和质量优势，产品的销售价格一直具有较强的竞争力，公司也得以保持了合理的利润空间。报告期内，为应对原材料涨价风险，公司对不同型号电池有一定程度的提价。

（3）人民币汇率波动

公司产品销售以境外市场为主，并且主要以美元结算。汇率的波动会引起公司产品价格变动，还会造成出口结汇的汇兑损失，从而对公司的利润水平造成影响。在开展外销业务时，尽管公司已将预期的汇率变动作为报价测算时的重要考虑因素，同时积极与客户沟通提高了人民币结算比例，但如果未来人民币汇率出现较大波动，公司可能面临由于汇率波动对生产经营产生不利影响的风险。报告期内，美元兑人民币汇率总体较上期有所上升，对公司 2022 年业绩产生有一定程度的正向影响。

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

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	1,487,935,898.41	1,430,615,509.93	4.01	904,172,559.35
归属于上市公司股东的净资产	1,189,882,307.75	1,137,437,346.78	4.61	583,583,015.20
营业收入	1,020,098,862.37	1,186,526,229.26	-14.03	1,098,778,984.38
归属于上市公司股东的净利润	98,665,371.53	75,839,985.35	30.10	118,265,852.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	77,834,945.42	55,677,993.99	39.79	101,792,137.61
经营活动产生的现金流量净额	165,124,982.82	77,988,515.10	111.73	151,772,816.73
加权平均净资产收益率(%)	8.51	8.02	增加0.49个百分点	21.99
基本每股收益(元/股)	0.74	0.62	19.35	1.18
稀释每股收益(元/股)	0.74	0.62	19.35	1.18

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：万元 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	24,654.46	25,061.48	31,319.06	20,974.88
归属于上市公司股东的净利润	267.67	3,340.63	3,739.94	2,518.29
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-424.56	2,884.95	3,917.91	1,405.19
经营活动产生的现金流量净额	-105.73	3,894.60	5,422.26	7,301.37

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

截至报告期末普通股股东总数（户）					18,787		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					18,130		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持 股数 量	比 例 （%）	持有有限 售条 件的股 份 数 量	质押、标记或冻 结情况		股 东 性 质
					股 份 状 态	数 量	
余元康	0	20,000,000	15.00	20,000,000	无	0	境内自 然人
陈恩乐	0	20,000,000	15.00	20,000,000	无	0	境内自 然人
陈一军	0	15,000,000	11.25	15,000,000	无	0	境内自 然人
余谷峰	0	15,000,000	11.25	15,000,000	无	0	境内自 然人
陈科军	0	15,000,000	11.25	15,000,000	无	0	境内自 然人
余谷涌	0	15,000,000	11.25	15,000,000	无	0	境内自 然人
余丽燕	170,800	170,800	0.13	0	无	0	境内自 然人
周宽宁	145,300	145,300	0.11	0	无	0	境内自 然人
吴汉茂	40,000	130,000	0.10	0	无	0	境内自 然人
中信证券股份有限公司	105,370	105,400	0.08	0	无	0	国有法 人
上述股东关联关系或一致行动的 说明		1、余元康、陈恩乐、陈一军、余谷峰、陈科军、余谷涌系一致行动人，同时余元康与余谷峰系父子关系；余元康与余谷涌系父子关系；余谷峰与余谷涌系兄弟关系；陈恩乐与陈一军系父子关系；陈恩乐与陈科军系父子关系；陈一军与陈科军系兄弟关系。2、上述六名一致行动人与其他前 10 名股东及前 10 名无限售条件股东之间，均不存在关联关系或一致行动。3、未知其他前十名股东以及前十名无限售条件股东之间是否存在关联关系或一致行动。					

表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明

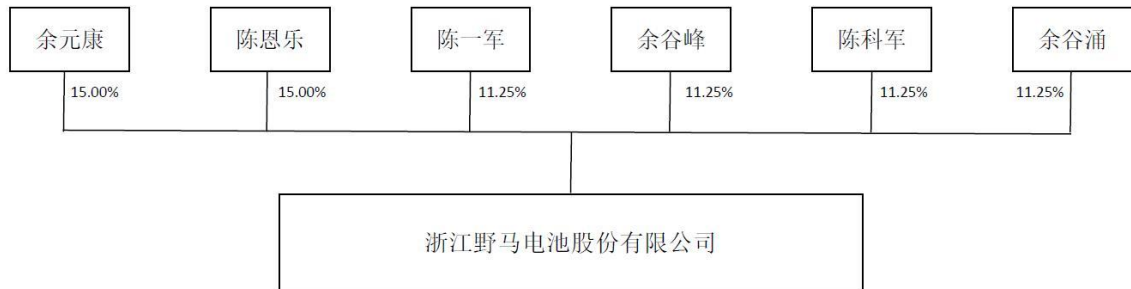
无

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用

4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

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，公司实现营业收入 1,020,098,862.37 元，较上年同期下降 14.03%；实现归属于上市公司股东的净利润为 98,665,371.53 元，较上年同期上升 30.10%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 77,834,945.42 元，较上年同期上升 39.79%。截至 2022 年 12 月 31 日，公司总资产为 1,487,935,898.41 元，较上年同期增长 4.01%；归属于上市公司股东所有者权益为 1,189,882,307.75 元，较上年同期增长 4.61%。2022 年度，经营活动产生的现金流量净额为 165,124,982.82 元，较上年同期上升 111.73%。

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