

公司代码：603196

公司简称：璞源材料



璞源材料
PORIGINE MATERIAL

上海璞源化学材料集团股份有限公司
2025 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、 本公司董事会及董事、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、 众华会计师事务所（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**

根据众华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司2025年度实现归属于上市公司股东的净利润17,988,828.46元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润-25,171,099.78元，截至2025年12月31日，母公司报表中可供分配利润为155,553,355.86元。经公司第五届董事会第十次会议审议，拟定利润分配预案如下：

报告期内，公司服装业务持续亏损、并购的锂电池粘结剂业务2025年度损益尚未纳入公司合并利润表，同时考虑公司2026年度资本投资较大等各方面因素，为保障公司生产经营的有序运行和全体股东的长远利益，公司2025年度拟不进行现金股利分配、不进行资本公积金转增股本、不送红股。本次利润分配方案尚需提交股东会审议。

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

适用 不适用

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	璞源材料	603196	日播时尚

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	赵月波	吴垠
联系地址	上海市松江区茸阳路98号	上海市松江区茸阳路98号
电话	021-80104103	021-80104103
传真	021-80104103	021-80104103
电子信箱	ir@porigine.com	ir@porigine.com

2、报告期公司主要业务简介

(一) 锂电池粘结剂业务

公司的锂电池粘结剂业务包括锂电池粘结剂的研发、生产与销售。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），该业务所属行业为“C 制造业”门类下的“C3985 电子专用材料制造”。根据《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》，公司所属行业为“C26 化学原料和化学制品制造业”。

(1) 锂电池行业

锂电池主要包括动力电池、储能锂电池及消费锂电池。近年来，随着新能源汽车和储能行业的快速发展，锂电池行业保持着高速增长的趋势。EVTank¹数据显示，2025 年全球锂离子电池总体出货量 2280.5GWh，同比增长 47.6%。其中，2025 年中国锂离子电池出货量达到 1888.6GWh，同比增长 55.5%，较 2024 年增速高 18.6 个百分点，在全球锂离子电池总体出货量的占比达到 82.8%，出货量占比继续提升。EVTank 分析认为，除了国内需求持续释放外，锂离子电池出口量的快速增长，已成为推动中国总体出货规模扩大的重要因素，中国电池企业的全球化进程明显加快。

具体来看，动力电池方面，2025 年全球动力电池出货量达 1495.2GWh，同比增长 42.2%，主要得益于中国市场持续推进以旧换新，新车型层出不穷，新能源汽车出口量翻倍增长等因素。储能电池方面，全球储能电池在 2025 年总体出货量达到 651.5GWh，同比增长幅度高达 76.2%，大部分出货企业来自中国公司。小型电池方面，2025 年全球小型电池出货量 133.9GWh，同比增长 7.9%。新领域如 AI、人形机器人、eVTOL 等开启产业化应用的早期阶段，为未来小型电池创造了较大的市场想象空间。

(2) 锂电池粘结剂行业

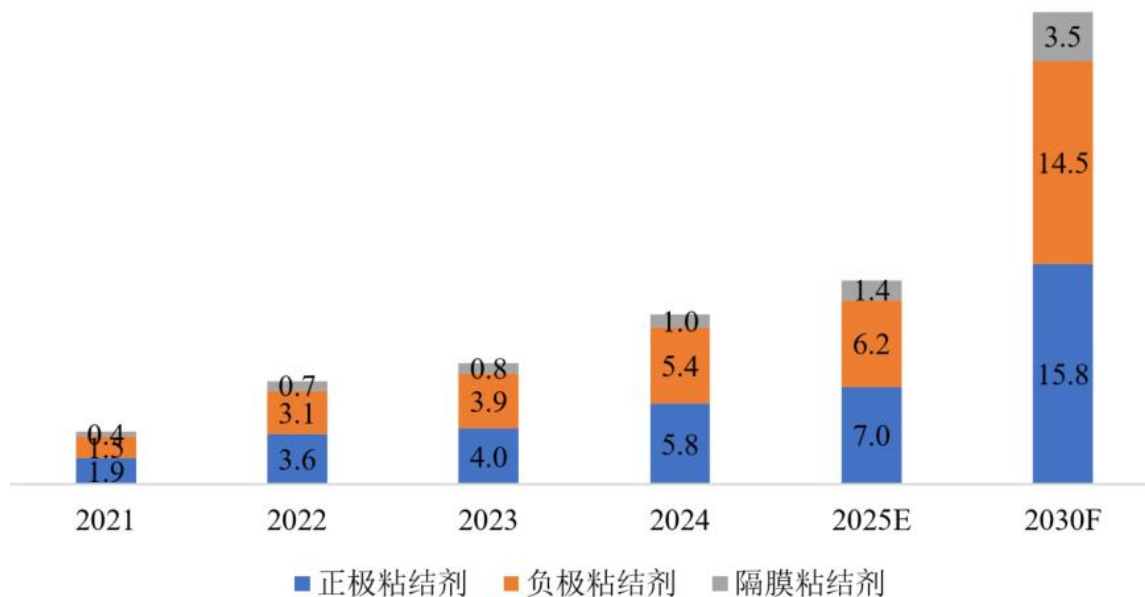
锂电池粘结剂是高分子化合物，主要用于锂电池正负极片制备、隔膜涂层环节，即将正负极活性物质与粘结剂、导电剂混合后涂覆在集流体上。粘结剂能够增强活性材料、导电剂和集流体间的接触性并稳定极片结构，保证电池在使用过程中活性物质颗粒间及活性颗粒与集流体间具有一定的粘结强度，且有利于 SEI 膜形成；同时，在充放电过程中，锂离子脱嵌会导致活性材料体积膨胀/收缩，粘结剂也能起到缓冲作用。因此，锂电池粘结剂对于锂电池容量、内阻、循环寿命、

1 EVTank, 《2025 年锂电池四大主材出货量 TOP10 出炉! 2026 年走势如何? 》, <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1855722910187104108&wfr=spider&for=pc>

安全性等性能均有较大影响。

据 GGII²统计，2021-2024 年，中国锂电池粘结剂出货量从 3.8 万吨增长至 12.2 万吨，CAGR 为 47.5%，2024 年正极、负极及隔膜粘结剂产品的出货量分别达到 5.8 万吨、5.4 万吨及 1.0 万吨，同比增长 45.0%、38.5%及 25.0%。GGII 预计，2030 年正极、负极及隔膜粘结剂的出货量将分别达到 15.8、14.5、3.5 万吨，2024-2030 年复合增长率分别为 18.2%、17.9%、23.2%。

中国锂电池粘结剂出货量（单位：万吨）



数据来源：GGII，以上数据口径为固含量口径。

（3）新能源电池用 PAA

新能源电池用 PAA 是一种新型功能粘结剂材料，主要应用于新能源电池负极配方及隔膜。它具有优异的亲水性及键合强度，可在硅基材料等高膨胀活性材料表面形成弹性键合层，显著提高硅基电池的循环寿命及结构稳定性。同时，PAA 的分子结构可以增强电极与电解液之间的润湿性，降低界面阻抗，有助于提高电池的倍率性能。

根据灼识咨询，新能源电池用 PAA（固含量）的市场规模于 2021 年为 0.16 万吨，并于 2025 年迅速上升至 1.50 万吨，2021 年至 2025 年的复合年增长率为 74.2%。这一时期的高速增长，主要得益于 PAA 具备水性环保的材料特性，可有效降低生产过程中的环境污染与安全风险，以及 PAA 在缓冲负极材料体积膨胀及维持极片结构稳定方面的核心作用。预计未来市场将保持 25.0% 的复合年增长率，预计到 2030 年市场规模将超过 4.59 万吨。

（二）服装业务

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》，公司服装业务属于“C 制造业”大类下的“C18 纺织服装、服饰业”。

2025 年是“十四五”规划收官之年，经济顶压前行、向新向优发展，在国家宏观政策等积极因素支持下，消费市场规模保持平稳增长态势。服装行业围绕推动企业数字化、智能化升级，不断增强产业核心竞争力和产业链现代化建设，通过推进数字化转型、产品升级、全渠道运营和品牌建设等战略举措来促进产业转型升级，巩固市场地位。

1、宏观政策扩内需，促进经济发展向新向优发展

2 GGII，《2025 年中国锂电用粘结剂行业调研分析报告》

根据国家统计局发布，2025年我国国内生产总值（GDP）首次突破140万亿元，比上年增长5.0%。2025年社会消费品零售总额同比增长3.7%，其中，限额以上单位服装类商品零售额同比提升3.2%。随着国家加大宏观政策实施力度，“扩内需、提信心”政策措施逐步落实落地，经济顶压前行、向新向优发展。

2、全渠道融合加速，赋能实体经济提升竞争力

线上与线下融合的趋势已成为服装行业的一大发展机遇，结合了电子商务的便捷性和实体店体验感，新零售模式正在成为推动服装消费的新动力，新零售模式通过整合线上、线下资源，实现消费者体验的无缝对接，使购物更加便捷和愉悦。服装零售企业可以提升服务效率和顾客满意度，并通过大数据分析深入了解消费者行为和购物偏好，实现精准营销，提升市场竞争力。

3、AI与数字化全面渗透，促进传统企业重塑价值链

AI与数字化全面渗透，促进传统服装企业从设计研发、生产制造到营销服务展开系统性重构。在设计端，AIGC技术将新品开发周期大大缩减，设计师借助智能系统单日可生成原创款式效力提升，同时3D数字样衣技术使打样返工率降低。在生产制造环节，基于工业互联网的智能工厂通过MES系统整合工序，生产周期缩短，设备利用率提升，“小单快反”能力增强。供应链层面，数字化平台打通上下游数据孤岛，实现从面料采购到终端零售的全链路可视，库存周转效率大幅提升。营销端则依托AI算法构建消费者洞察体系，私域运营与虚拟试衣技术使复购率提升。更重要的是，AI与数字化的深度融合正推动企业从“经验驱动”向“数据驱动”转型，构建起实时感知、智能决策、精准执行的新型运营范式，为传统服装企业在存量竞争中开辟出高质量增长的新路径。

2025年12月31日，公司获得中国证监会《关于同意日播时尚集团股份有限公司发行股份购买资产并募集配套资金注册的批复》（证监许可〔2025〕3035号），同意公司以发行股份及支付现金的方式购买四川茵地乐材料科技集团有限公司71%股权并募集配套资金的注册申请，公司于当日完成本次交易之标的资产的过户手续，茵地乐成为本公司的控股子公司；2026年1月底，公司完成股份发行登记事宜，本次重组顺利完成。


通过本次重组的实施，上市公司在原有精品服装业务基础上新增锂电池粘结剂业务，形成了“锂电池粘结剂+服装”的双主业经营格局，优化了业务布局，增强了持续盈利能力，实现了上市公司战略转型。



（一）主营业务

1、锂电池粘结剂业务

公司的锂电池粘结剂业务包括锂电池粘结剂的研发、生产与销售。粘结剂是锂电池关键的生产辅助材料，对锂电池的安全性、一致性、电性能和能量密度等各项性能具有重要影响。公司下游主要为锂电池制造商、锂电隔膜涂覆制造商及锂电涂碳箔制造商，终端应用领域包括以新能源汽车为代表的动力锂电池、以风光储能为代表的储能锂电池以及以智能手机为代表的3C数码等消费类锂电池。

公司锂电池粘结剂业务主要产品包括锂电池负极粘结剂、隔膜粘结剂及正极边涂粘结剂，广泛应用于动力电池、储能锂电池、3C消费锂电池、涂覆隔膜及涂碳铝箔等领域。

产品类型	技术路线	特点	应用领域	产品图片
负极及隔膜粘结剂	PAA类	高粘接力、高首效、低阻抗、低溶胀和长循环、高离子导电率	主要用于动力电池、储能锂电池及消费电池石墨及硅基负极，隔膜涂覆	

产品类型	技术路线	特点	应用领域	产品图片
正极边涂 粘结剂及 助剂	改性 PAA 类	高粘接力、边涂层与活性层不互渗、加工柔韧性强，可与基膜热粘	主要用于动力电池、储能锂电池正极边涂	
其他产品	PAA 类、苯丙类	耐热性好、粘接力强、湿润性好和离子电导率高、提高分散性、厚涂防开裂	主要用于动力电池、储能锂电池及消费电池正极边涂、石墨及硅基负极，隔膜涂覆	

公司的锂电池粘结剂生产流程为将丙烯酸类聚阴离子单体与锂盐、钠盐等混合，加入丙烯酰胺类功能性单体及丙烯腈类强极性单体，使其分散于水、NMP 等分散介质中，借助引发剂并通过加温开展聚合反应，生产大分子聚合产物后依据产品型号规格采用调制的方式制成分散型液态粘结剂。

2、服装业务

公司服装业务为精品服装的设计创意、材料及工艺技术研发、生产销售、客户服务，专注于中高端时尚女装领域。我们期望为客户提供真正满足其内心渴望的服饰产品与服务，打造时尚的生活方式。

“播 broadcast”品牌，取意于《诗经》中“播厥百谷，实函斯活”之句，隐喻希望、传播、播种之意。品牌致力于营造一种“时尚但东方”的品牌文化，为追求时尚同时坚持自我的新女性提供崭新的生活方式和独特的生活体验，是中国早期真正意义上原创性的都市女装品牌之一。成立至今，都市中成长型女性的处世价值始终是品牌美学的对焦之处。骨子里的优雅和知性，是远离物质回归思考的态度，是时尚万千变化的本质，是柔软而坚强的内心率真、从容而不失时代性的女性形象，它所折射出的自在，是心灵觉知下的本然状态。这份睿知与自在，既是 [播 broadcast] 此刻的坐标，也是下一段旅程的起点。2025 年，著名演员倪妮继续牵手“播 broadcast”为品牌代言人。截至 2025 年 12 月末，“播 broadcast”品牌店铺数量总计 544 家。



播 broadcast 时尚大片

“播 broadcast”为公司旗下童装品牌，面向 3-8 岁儿童。品牌缘起自“给予不分大小”的信念初衷，秉持着“一颗善良的心才是美的服饰”的审美理念，启发孩子们去理解美丽的内涵：美丽不只关乎外表，关爱与帮助他人更是由心而发的美丽。品牌将社会责任作为核心价值，鼓励儿童富有创造力的学习，提升艺术素养，让孩子自由、尽情地去探索奇妙世界。“播 broadcast”充分顺应孩子们爱动的天性，从穿着舒适性出发，倾向于使用环保亲肤的自然纤维布料，让好的材质和不过时的设计灵感碰撞出可传承的、物有所值的衣服。截至 2025 年 12 月末，“播 broadcast”品牌店铺数量总计 5 家。



播 broadcaste 时尚大片

(二)经营模式

1、锂电池粘结剂业务

(1) 盈利模式

公司主要通过向下游锂电池厂商及锂电材料厂商销售粘结剂产品以实现销售收入。公司完善的技术研发体系为其产品工艺改进、新产品开发及客户服务等方面提供了相应的技术支持，同时公司已经建立了独立、完整的采购、生产、质量检测和销售体系，通过向下游客户提供高品质、高性能的粘结剂产品最终实现销售收入以获取合理的利润。

(2) 生产模式

公司主要采用自主生产、以销定产、合理预测的生产模式。公司在生产过程中建立了严格的产品质量控制制度，在原材料入库、产品生产、成品检测、出货检测等环节设立质量控制点以保证产品质量达标。

(3) 采购模式

公司主要向供应商采购溶剂、丙烯酸及衍生物类、锂盐等原材料。公司与合格供应商一般签订年度或半年度框架合同，采购价格参考公开市场定价。日常生产中，公司 PMC 人员根据产品生产任务并考虑库存物料状况编制采购计划，提出生产用物料的采购需求，由采购部实施采购。对于需求量较大的物料，公司对相关物料准备安全库存，以控制突发事件可能产生的风险。

(4) 销售模式

公司客户主要为锂电池生产商，主要通过招投标或者竞争性谈判的方式获取客户订单，在公司与客户确定长期合作关系之前，客户需要按照内部管理及技术测试标准对公司进行供应商资格认证。公司一般与客户签署销售框架协议，协议中约定产品类别、质量、付款条件等相关条款，并按照客户需求和市场需求制定每月销售计划，具体按照客户订单进行销售。在销售模式上，公司主要采取直销模式进行销售，同时因部分客户要求，公司存在寄售的销售模式。

2、服装业务

公司采取“全渠道、轻资产、数智能、精运维”的运营管理模式，全力打造以“用户价值体验为核心”的营销链、商品链、服务链、社群链，为用户精准地提供高品质的商品、贴心服务和便捷的购物体验。

(1) 多元化设计研发模式

公司设计研发团队经验丰富、创新力强、素质高，具有丰富的从业经验，贴近服装市场，能够将流行趋势有效地与公司品牌风格相结合，保证公司产品的时尚性、丰富性和连续性。同时，公司与国内外优秀的设计师联名及知名艺术家、IP等跨界合作，进一步强化丰富产品矩阵，提升设计研发竞争力。

(2) 按需采购模式

公司采用“战略性采购、大宗采购、现货采购相结合”的按需采购模式。公司商品部结合销售目标、订货会订单、全渠道大数据、当前销售市场反馈信息等，预测并制定具体采购计划，由采购部门执行。公司采购部门通过持续的市场调研，选择、评审、考核供应商，建立完善的原材料及成衣供应商档案体系，并以严格的第三方检测及自我检验的方式，确保所采购面辅料及成衣的品质符合生产经营需求。

(3) 精益生产模式

公司目前生产采用“自制生产与外协生产相结合”的精益生产模式。自制生产主要通过上海松江和江西于都2个智能制造基地，创新性地采用“工单生产模式”快速响应各种订单，能够满足当下服装个性化、小批量、多批次、短交期的柔性供应需求。外协生产模式包括定制生产和委托加工两种，公司与近百家优质成衣及面辅料供应商常年保持紧密合作。

(4) 全渠道销售和服务模式

公司全渠道营销网络以“消费者价值体验”为核心，采用先进的数字化技术将线下和线上购物场景全面融合，线下以直营、联销、经销为实体渠道，线上以天猫、抖音、京东等第三方电商旗舰店、短视频平台，通过全渠道的销售模式提供商品与服务。积极组织线下活动、分享有价值的内容，建立消费者情感链接，构建有温度、高链接、高互动的长期关系，培养更高的品牌忠诚度。

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

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	3,297,197,888.49	1,037,480,709.88	217.81	1,160,958,361.40
归属于上市公司股东的净资产	1,825,952,194.13	635,984,675.93	187.11	799,372,831.15
营业收入	815,599,346.75	865,915,956.84	-5.81	1,026,954,658.74
利润总额	30,614,847.00	-148,186,022.60	不适用	23,574,300.42
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	796,333,866.68	861,038,172.72	-7.51	1,023,564,058.98
归属于上市公司股东的净利润	17,988,828.46	-158,620,807.20	不适用	17,076,667.90
归属于上市公司	-25,171,099.78	-165,577,514.78	84.80	6,658,714.29

股东的扣除非经常性损益的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	160,573,783.29	98,739,249.34	62.62	140,181,070.77
加权平均净资产收益率(%)	2.79	-22.22	增加25.01个百分点	2.14
基本每股收益(元/股)	0.0759	-0.6693	不适用	0.0715
稀释每股收益(元/股)	0.0759	-0.6693	不适用	0.0714

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

项目	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	193,313,428.42	184,743,152.16	201,475,723.65	236,067,042.52
归属于上市公司股东的净利润	7,518,310.26	30,769,252.38	5,068,880.18	-25,367,614.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	6,151,309.57	-5,232,502.74	1,870,852.74	-27,960,759.35
经营活动产生的现金流量净额	10,295,067.86	6,769,959.33	59,422,781.02	84,085,975.08

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

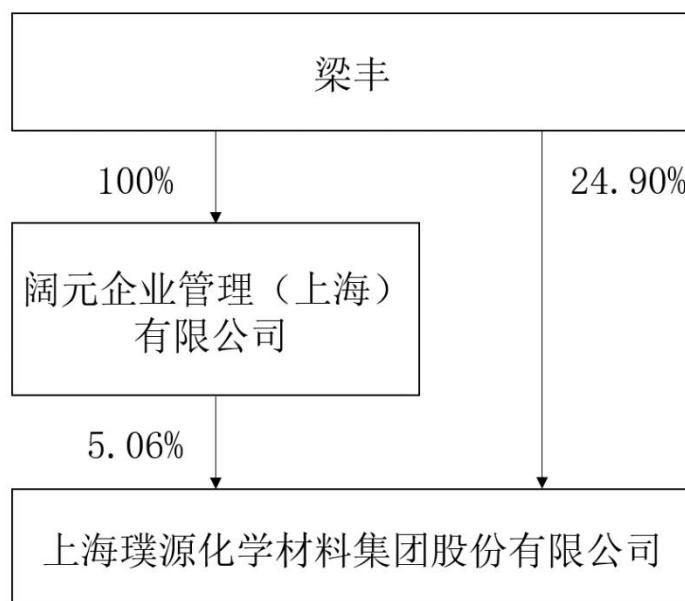
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)					8,848		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)					8,881		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)					0		
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)					0		
前十名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)							
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	
梁丰	0	59,000,000	24.90	0	无		境内自然人
王卫东	0	20,902,500	8.82	0	无		境内自然人

鲸域资产管理（上海）有限公司—鲸域光华私募证券投资基金	0	17,413,600	7.35	0	无	其他
王晟羽	0	14,720,000	6.21	0	无	境内自然人
上海日播投资控股有限公司	0	14,692,500	6.20	0	无	境内非国有法人
阔元企业管理（上海）有限公司	0	12,000,000	5.06	0	无	境内非国有法人
胡博军	0	11,840,000	5.00	0	无	境内自然人
李健	7,482,800	7,482,800	3.16	0	无	境内自然人
易志超	1,893,000	1,893,000	0.80	0	无	境内自然人
陈碧昆	1,200,000	1,200,000	0.51	0	无	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	王卫东与王晟羽为父子，王卫东为上海日播投资控股有限公司实际控制人，因此，王卫东、王晟羽、上海日播投资控股有限公司为一致行动人。 梁丰为阔元企业管理（上海）有限公司实际控制人，因此，梁丰、阔元企业管理（上海）有限公司为一致行动人。 除上述情况外，公司未知悉其他上述股东关联关系或一致行动情况。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用					

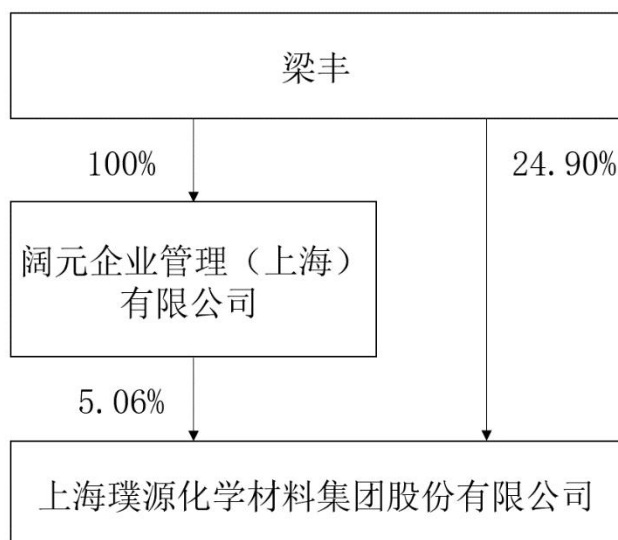
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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



注：上图为 2025 年末控制关系图。截至本报告披露日，公司控股股东、实际控制人梁丰先生直接持有本公司股份 16.96%，通过上海阔元持有本公司股份 4.78%，持股比例变化原因系公司重大资产重组中以发行股份购买资产并募集配套资金，详见公司《关于发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易的实施情况暨新增股份股本变动公告》（公告编号:2026-006）。

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 8.16 亿元，同比下降 5.81%，实现归属于上市公司股东的净利润为 1,798.88 万元。

报告期内营业收入下降，主要是受外部消费环境变化、关闭低效门店、线上销售产品结构调整等因素的影响。

报告期内减亏原因：（1）优化产品矩阵、重塑渠道价值，实现产品结构与市场策略的精准匹配，毛利率提升 3.75 个百分点，盈利能力有较大提升；（2）推行系列降本增效举措，通过系统性优化实现资源效率最大化，期间费用同比下降 14.55%；（3）通过实施动态库存监控与分级消化机制，提升了存货周转效率，减少了存货减值损失，优化了资产结构，减少了在建工程资产减值损失，相关资产减值损失同比下降 54.84%。

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