

证券代码：001259

证券简称：利仁科技

公告编号：2026-003

北京利仁科技股份有限公司 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。

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：以公司已发行的总股本 73,588,888 股扣除回购专户持有的 899,900 股后的股本 72,688,988 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.20 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	利仁科技	股票代码	001259
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	无变更		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	李伟		
办公地址	北京市西城区阜外大街甲 28 号京润大厦 5 楼		
传真	010-68041897		
电话	010-68041897		
电子信箱	wei.l@l-ren.com.cn		

2、报告期主要业务或产品简介

利仁科技成立于 1998 年，是一家专注于从事厨房小家电与家居小家电系列产品研发、设计、生产与销售

售，以自主品牌“利仁 Liven”系列产品为核心，致力于为消费者提供高品质生活的创新型小家电企业。

公司成立之初便专注于电饼铛的研发及生产，是国内电饼铛领域的先驱者。经过二十多年的持续深耕，公司整体已形成了集设计、研发、生产、销售、服务于一体的完整业务布局，线上与线下渠道相结合的完整营销体系。公司始终秉承着“好产品与百姓共享，专业铸就品牌，服务创造价值”的经营理念，致力于为消费者提供高质量小家电产品与更好、更便捷的厨房生活解决方案。

（一）主要产品及服务

公司多年来致力于为消费者提供高品质、高颜值的小家电及相关配套产品。公司产品根据应用场景及功能的不同，分为厨房小家电、家居小家电和非电类产品，其中厨房小家电是公司核心产品与收入的主要来源，主要包括电饼铛类、空气炸锅类、多功能锅类、电烧烤类等多种品类产品。

1、厨房小家电

（1）电饼铛类

电饼铛是一种上下两面同时加热以达到烹饪食物目的的厨具。电饼铛又叫煎烤机，除了常用来制作烙饼、锅贴、发面饼等面食，电饼铛亦可用于制作烧烤、铁板烧、烤鸡翅、煎牛排等，公司电饼铛类产品中主要包括电饼铛、薄饼铛。



（2）空气炸锅类

空气炸锅是一种可以用“空气”来进行油炸的厨具，其原理是利用空气代替热油，以热风形成内部急速热流循环烤出食材自身油脂以达到煎炸效果。近年来，空气炸锅凭借其便捷的操作模式、健康的烹饪方式逐渐获得消费者的青睐。



(3) 多功能锅类

公司多功能锅类产品主要包括电火锅、多功能料理锅、烧烤涮锅、电煎锅、电饭煲、电压力锅、电蒸锅等。



(4) 电烧烤类

公司电烧烤类产品主要包括电烧烤盘、烤串机、烧烤架等产品。电烧烤盘是一种无烟、不粘锅的烧烤厨具，除烧烤外同时具备多种用途，例如炒饭、煎牛排等；烤串机与烧烤架是近年来兴起的轻油、无烟的厨具。



(5) 其他

厨房小家电中的其他产品包括和面机、厨师机、面条机、绞肉机、豆浆机、破壁机、养生壶、榨汁杯、榨汁机、全自动煮茶器、咖啡机、电水壶、电水瓶、饮水机、三明治机、磨粉机、早餐机、多士炉、自动炒菜机、自动切馅机等产品。





2、家居小家电

公司销售的家居小家电主要包括迷你洗衣机、除螨仪、封口机、香薰加湿器、蒸汽拖把、真空取酒器、水暖毯、手持挂烫机和毛球修剪器等产品。



3、非电类产品

为了满足消费者一站式的购物需求，提高消费者购物体验，公司还配套销售纯钛炒锅、纯钛杯、珐琅锅、手动料理机、切菜器、绵绵冰机、匀蛋器、抗菌砧板、抗菌揉面垫、各类锅具、刀具、净水器、净水壶、抽水器、喷油壶、硅胶铲、便携式户外烧烤炉、垃圾桶等非电类厨具产品。



(二) 经营模式

1、采购模式

公司采购主要分为原材料采购、外协加工服务采购和成品采购三种模式。

母公司利仁科技设立事业部，主要负责成品采购工作。子公司下设 PMC 部，主要负责原材料与外协加工服务的采购工作。

2、生产模式

公司采取自主生产、代工生产与外协加工相结合的生产模式。

自主生产由子公司负责，产品以电饼铛、薄饼铛、电火锅、烧烤盘等产品为主，另有少量空气炸锅、养生壶等产品。部分非核心工序外协加工。此外，公司为满足下游客户日益增长的需求及实现经济效益最大化，将部分成品委托给行业内口碑较好、技术实力较强的代工厂商生产。

3、销售模式

公司产品采用线上渠道与线下渠道相结合的方式实现对外销售。经过多年的运营，公司已经构建以线上渠道为主，线下渠道为辅的销售体系。

4、品牌推广模式

公司长期以来注重品牌建设，下设品牌营销中心负责策划一系列品牌营销、推广工作。公司充分利用各种宣传媒介，搭建多元化的营销推广平台，借助直播电商、兴趣电商、社交电商、高流量平台、高铁广告、梯媒广告等方式进行全方位、高频次、多维度的营销推广，使“利仁 Liven”品牌的知名度、传播度不断提高。

5、研发模式

公司研发主要以市场需求为导向，满足不同类型消费者在不同碎片场景中对小家电的使用需求。公司研发团队凭借多年来的研发经验，利用自身积累的客户消费偏好数据及外部数据支持，结合有效的客户调研、市场分析，对现有系列产品不断创新与改进。

（三）公司产品市场地位

2025 年，公司作为国内小家电行业的深耕者，凭借二十多年的行业、技术、用户积淀，核心品类电饼铛领域稳居头部，引领行业创新，同时稳步拓展产品矩阵，整体市场竞争力持续巩固，形成“核心品类领跑、多元品类突围”的市场格局。报告期公司整体经营保持稳健，核心竞争力持续夯实。



（四）主要的业绩驱动因素

1. 聚焦主业，强化创新驱动，丰富品类矩阵

公司始终以创新引领需求，构建核心竞争力，持续推进产品差异化与健康化升级，持续满足并创造新的健康消费需求，推动市场规模扩大。2025 年，公司成功推出了小钢人健康 0 涂层不锈钢系列、钛空人纯钛系列等多款畅销产品，取得了良好的市场表现。其中，小钢人不锈钢系列电饼铛，开创中国家用不锈钢电饼铛先河，推动行业革新，引领行业发展，一经推出就获得用户的广泛认可，成功助力公司巩固并扩大在中高端市场的领先地位。同时，公司还成功打造钛空人系列纯钛材质产品，凭借健康的材质与美学设计，显著提升用户使用体验，加速产品在高端市场的发展与渗透，推动品牌在中高价格市场份额的显著提升。

报告期内，公司坚持聚焦“健康”核心诉求，进一步强化了在健康烹饪电饼铛领域的差异化优势，在巩固电饼铛核心优势的同时，打造多品类的产品矩阵，多个细分品类实现市场突破，多元品类逐步发力。在厨房小家电领域，除电饼铛外，公司空气炸锅、多用途锅、和面机、豆浆机（破壁机）、电饭煲、养生壶、绞肉机、电水壶等品类表现突出。多功能锅品类、空气炸锅品类抓住健康烹饪的消费趋势，凭借便捷操作与高性价比，逐步抢占市场份额，成为公司新的增长亮点；此外，电烧烤类、和面机、电饭煲、豆浆机等产品也逐步完善，形成全场景厨房小家电矩阵，覆盖用户早餐、正餐、夜宵等多种烹饪需求，进一步扩大市场覆盖范围。在家居小家电与非电类产品领域，公司逐步完善产品布局，丰富产品供给，满足不同消费群体的多样化需求，提升用户体验，逐步构建“厨房+家居”的全场景产品生态，进一步拓展市场边界，增强品牌整体竞争力。



公司凭借二十多年品牌积淀、持续的创新力，形成了深厚的技术与用户积淀，公司将持续巩固核心品类优势，推动多元品类进一步突破，优化产品结构，提升整体市场竞争力，持续巩固在小家电行业细分领域的领先地位，致力于构建更为完善、可靠的小家电健康生态体系。

2. 渠道全域拓展，线上深耕细作，线下协同发力

2025年，公司持续优化“线上+线下”全渠道布局，推动渠道协同发力，提升产品市场渗透率与销量转化。线上渠道持续深耕，构建全域运营体系。一方面在淘宝、天猫、京东、拼多多、唯品会、小米有品等主流电商平台进行销售，加强与平台的深度协同合作，加大推广和活动曝光；另一方面利用视频号、小红书、抖音、快手等社交平台进行产品推广、直播带货，为更多的消费群体提供更好的服务与体验。借助线上渠道的高效推广能力，实现新品快速破圈。其中，“小钢人”不锈钢系列产品依托京东超级供应链的协同优势，获得流量扶持，精准触达核心消费人群，推动新品销量快速突破；通过抖音、快手、视频号等社交平台的直播推广，进一步扩大品牌触达范围，提升产品销量转化，2025年线上渠道营业收入占比持续提升。

线下渠道补充发力，完善营销网络。公司在巩固线上优势的同时，依托成熟的经销网络，持续渗透全国各区域市场，完善终端覆盖，实现线上线下渠道协同互补，深度覆盖不同消费场景，进一步拓宽市场覆盖面，提升品牌线下曝光度与产品可及性；公司还通过优化渠道管理、提升渠道运营效率，推动线上线下库存协同，降低渠道成本，进一步提升盈利水平。此外，公司积极规划海外市场拓展，完善现有销售体系，为长期业绩增长储备潜力。

3. 品牌势能提升，年轻化运营，强化口碑传播

2025 年，公司持续加大品牌建设投入，通过多元化营销推广、品牌形象年轻化升级，不断提升品牌知名度与影响力，增强消费者粘性，为业绩增长提供支撑。品牌推广多元化，触达多元消费群体。公司搭建全方位营销推广平台，整合高铁广告、新媒体推广等多种渠道，既通过高铁海报、刷屏广告扩大品牌覆盖面，又加大对短视频、在线直播等新兴传播途径的投入，高频次、多维度与消费者互动，精准触达新时代主力消费群体。通过持续的品牌曝光，“利仁 Liven”品牌的知名度与传播度不断提升，依托多年积累的品牌口碑，进一步提升消费者选购意愿。

品牌形象年轻化，贴合消费趋势。公司通过分析消费者大数据，精准把握消费趋势，推动产品升级与品牌升级，塑造时尚、个性的品牌形象，获得更多年轻人的青睐与信任。同时，公司坚守“好产品与百姓共享，专业铸就品牌，服务创造价值”的经营理念，注重产品品质与服务，通过优质产品与高效服务强化品牌口碑，进一步提升品牌忠诚度。

（四）生产与供应链管理

2025 年，公司围绕“夯实主业根基、优化供应链布局”的核心目标，于 2025 年 5 月出资设立控股子公司利仁机电（霸州）有限公司（以下简称“利仁机电”），注册资本 1,500 万元，公司持股 51%。利仁机电聚焦小家电核心零部件（电机）的研发、制造与销售，立足霸州小家电产业集群区位优势，依托自身近 30 年的制造经验、标准化体系和霸州本地产业配套资源，精准契合本地小家电市场旺盛需求及消费痛点。以霸州本地市场为核心切入点，采用“产品销售+配套服务”的模式开展业务，为客户提供一体化采购配套支持，提升并深化与客户的合作粘性。

控股子公司利仁机电的高效运营成效显著，凭借行业领先的自动化电机生产线，实现了电机的规模化生产，快速完成产能爬坡。从设立初期月产 15.03 万台电机，逐步提升至年末月产 63.26 万台，报告期末累计实现电机产量 115.11 万台。

目前，利仁机电已搭建规范的经营管理团队，核心产能与客户配套体系日趋成熟，完善了公司产业链布局，增强了整体抗风险能力，为公司中长期发展奠定坚实基础。



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

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	855,354,014.55	929,851,606.46	-8.01%	850,758,447.40
归属于上市公司股东的净资产	719,393,810.52	721,709,203.96	-0.32%	760,400,363.80
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	434,440,832.36	381,402,520.14	13.91%	428,980,930.15
归属于上市公司股东的净利润	9,314,844.64	10,832,151.25	-14.01%	21,104,169.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	9,177,249.11	10,434,353.32	-12.05%	20,164,731.77
经营活动产生的现金流量净额	50,587,828.93	42,815,102.79	18.15%	41,871,466.67
基本每股收益（元/股）	0.1281	0.1483	-13.62%	0.2868
稀释每股收益（元/股）	0.1281	0.1483	-13.62%	0.2868
加权平均净资产收益率	1.28%	1.47%	-0.19%	2.81%

(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	108,211,212.38	96,745,767.73	81,948,755.19	147,535,097.06
归属于上市公司股东的净利润	2,118,757.50	2,805,620.71	-760,383.38	5,150,849.81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,120,424.92	2,809,653.30	-853,665.35	5,100,836.24
经营活动产生的现金流量净额	7,080,137.05	4,198,441.03	2,736,809.80	36,572,441.05

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	5,394	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	5,559	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	
宋老亮	境内自然人	47.19%	34,725,852	26,044,389	不适用	0	
齐连英	境内自然人	15.99%	11,768,148	0	不适用	0	
北京利仁投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	4.06%	2,985,500	0	不适用	0	
六妙星（北京）私募基金管理有限公司—六妙星破阵子私募证券投资基金	其他	1.98%	1,453,700	0	不适用	0	
深圳东科讯精密科技有限公司	境内非国有法人	1.68%	1,236,800	0	不适用	0	
粟建国 ¹	境内自然人	0.87%	638,600	0	不适用	0	
J. P. Morgan Securities PLC—自有资金	境外法人	0.70%	516,630	0	不适用	0	
岳俊峰	境内自然人	0.70%	515,000	0	不适用	0	
高盛公司有限责任公司	境外法人	0.65%	481,820	0	不适用	0	
陈一华	境内自然人	0.59%	433,700	0	不适用	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	宋老亮持有利仁投资 3.46% 的合伙份额；齐连英担任利仁投资执行事务合伙人并持有 8.13% 的合伙份额；宋老亮与齐连英二人为夫妻关系，构成一致行动关系。除此之外，公司未知上述股东是否存在其他关联关系或一致行动关系。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用						

注：1 前 10 名股东中存在回购专户的特别说明：北京利仁科技股份有限公司回购专用证券账户报告期

末持有的普通股数量为 899,900 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

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

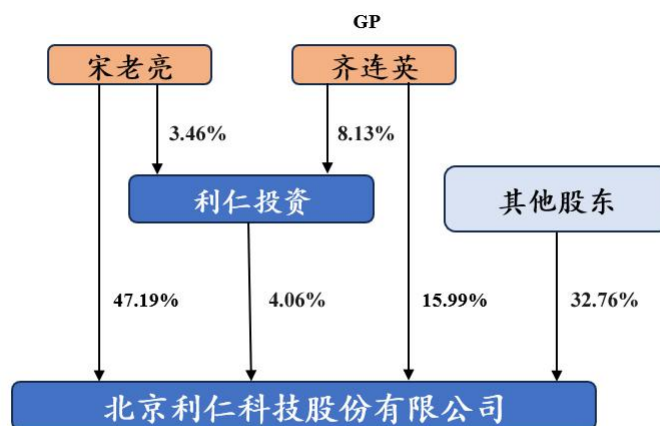
适用 不适用

(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

无。