

证券代码：002242

证券简称：九阳股份

公告编号：2024-003

九阳股份有限公司 2023 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：以目前总股本 767,017,000 股扣除公司回购专用证券账户持有股份 4,000,000 股后的股本 763,017,000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.5 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	九阳股份	股票代码	002242
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	缪敏鑫		
办公地址	浙江省杭州市钱塘新区下沙街道银海街 760 号		
传真	0571-81639096		
电话	0571-81639178		
电子信箱	002242@joyoung.com		

2、报告期主要业务或产品简介

(1) 报告期内公司所处行业情况

2023 年，面对复杂严峻且充满挑战的国内外环境，国民经济实现了回升向好，高质量发展扎实推进，国内生产总值(GDP)实现了 5.2%的增长，在世界主要经济体中名列前茅。[注]

整体消费行业需求呈现 K 型分化，高端占比增速放缓，中高端向中低端转移加重，促使行业呈现较明显的消费分级。随着国内消费品行业不断创新，结构调整、市场细分等策略深入推进，从业企业主动适应消费环境变化，展现出国内消费市场强大的韧性和发展潜力。

据奥维云网（AVC）2023 年全渠道推总数据显示，国内小家电行业线上销售占比已超 75%，比重进一步增大，电商平台已然成为小家电产品的主要销售渠道。厨房小家电整体零售额 549.3 亿元，同比下降 9.6%；线上零售额 422 亿元，同比下降 10.7%；线下零售额 127 亿元，同比下降 6.0%；但抖音渠道仍然保持较强韧性。因消费者对高品质生活质量的需求提升，推动了家居清洁电器和个人护理电器等细分品类的增长。据奥维云网（AVC）推总数据显示，2023 年家居清洁电器零售额 344 亿元，同比增长 6.8%；个人护理电器电吹风、电动牙刷、电动剃须刀三品类规模均实现了增长，分别实现了 29.9%、4.2%、11.2%的增速。

虽然小家电行业竞争不断加剧，但头部品牌市场集中度依然较高，与此同时新兴品牌凭借创新技术和互联网营销也快速崭露头角，一起推动行业迭代与变革。消费者也对小家电产品的高品质、高颜值、高性价比和健康养生功能的需求不断提升，强调个性化、智能化和环保节能等特性，并愿意为此支付合理的溢价。但是，消费者的购物决策链路日趋理性，不仅更注重刚需产品，而且需要货比三家之后才做最终决策。在这样的背景之下，小家电产品从供给端出发，品牌方“推高卖新”刺激、引导更新迭代的需求或将成为必经之路。

公司作为国内小家电行业的龙头企业，将继续聚焦小家电主业，坚持以用户为中心，以零售为导向，掌握自主知识产权，不断创新突破，抢抓市场新趋势新机遇。

(2) 报告期内公司从事的主要业务

报告期内，公司继续从事小家电系列产品的研发、生产和销售。公司的主要经营模式为自主研发、设计、销售及自有品牌运营。

报告期内，公司从事的主要业务未发生重大变化。公司发展阶段处于成熟期，不存在明显的周期性特点，公司主要产品均位列行业前三。

(3) 核心竞争力分析

1、品牌优势

[注]：2023 年全年国内生产总值同比增长 5.2%——中国政府网 (www.gov.cn)

公司不断引领行业发展方向，30 年来始终专注小家电产品的研发、生产和销售，积累了丰富的行业内优秀供应商、零售商和经销商资源，以及雄厚的研发实力和优良的行业口碑，树立了公司良好的品牌形象。

公司始终坚持“悦享健康”的品牌理念，努力推动品牌年轻化发展，通过各种原创智能科技让产品走进年轻人的生活。目前，九阳品牌主要涵盖豆浆机、破壁机、电饭煲、空气炸锅、净水机、洗地机、高速吹风机等产品，其中部分核心优势产品在行业内持续保持领先。

1998 年，Shark（鲨客）创立于美国波士顿，作为美国科技清洁品类销售额第一的品牌，自 2018 年初进入中国市场。公司全资子公司——尚科宁家（中国）公司主要负责 Shark（鲨客）品牌在中国的品牌推广与市场营销，以及产品的本地化开发与落地等业务，致力于为中国家庭本地化研发全品类的家居清洁小家电产品，目前旗下产品包括洗烘一体履带洗地机、可折叠多功能吸尘器、扫地机器人、电动拖把、随手吸等。

2、渠道优势

公司在家电行业深耕 30 年，主要采取自营与经销相结合的销售模式，营销网络和客户资源遍布全国。公司以零售为导向，为更好的接触用户、服务消费者、顺应市场发展趋势，报告期内，公司着重发展直营团队、自营店铺的建设，这不仅可以拉近公司与消费者、用户、粉丝的距离，还可助力公司长期可持续的高质量发展。

2023 年，国内零售渠道日新月异，各类渠道千变万化。公司协调发展货架电商与内容电商、Shopping Mall、新零售与下沉市场，继续积极布局和拓展新兴渠道，重点发展抖音、小红书等内容电商平台，组建用户研究、数据分析、内容创作、视频直播、编导摄制等专业团队与部门，搭建完成了以自播为主的直播矩阵和“种草——购买——分享”的闭环。在提升品牌 NPS（客户满意度）值的同时，也为品牌积累了更多新用户、新客群。

与此同时，公司重点加强零售终端、导购员队伍的建设，指导有经验的终端门店和导购员，开展场景化演示、直播带货，依托自建的数字中台网络，搭建完善更全面、更高效、更精准的 O2O 数字化全域营销运营体系，发掘各类新兴市场渠道机会，在注重销售结果的同时，也越来越重视销售全链路的用户体验与评价反馈，全面提升零售动销能力。

3、产品优势

随着居民对美好生活的向往，生活品质、消费能力和用户需求也都在不断的提高，这也催生了人们对高品质、高颜值、集成化、套系化、智能化多功能小家电产品需求的增加，智能化的产品可以提高用户的使用便捷度和舒适感。面对不同人群和场景的需求，公司推出了品质过硬、用户愿意晒图并乐意推荐的好产品，进而实现产品和品牌价值的双提升，努力实现了零售市场占有率的稳步提升。

报告期内，公司主打太空系列 2.0 产品，重点布局在厨房小家电的中高端产品线，引领行业全新发展方向，推出了 0 涂层不粘电饭煲、速嫩烤空气炸锅、变频轻音破壁机等众多新品；在清洁电器业务板块，公司产品逐渐全系列布局防缠绕功能，并在洗烘一体洗地机、洗拖一体扫地机器人等主流产品上，创新使用履带滚刷活水洗地技术和四维立体热风快烘技术，真正实现全链路的抑菌除味。

公司致力于为用户提供全屋一站式从吃得健康到居住得健康的高品质小家电解决方案，这不仅仅是品类拓展和技术创新，更是“健康、创新”的品牌基因和公司价值的传承，更可以提升品牌影响力和科技感，不断满足人民群众对美好生活向往的需求。

4、运营优势

2023 年，公司发挥自建的数字中台网络优势，积极挖掘大数据价值，不断完善数字化经营，主动适应线上线下高速融合的发展趋势。为了更好地推动数字化转型，主动适应信息碎片化时代，公司在服务好私域流量用户的同时，也吸引更多公域流量用户的关注，搭建完成了内容种草、线下体验、线上下单、就近配送、上门服务等丰富的新零售 O2O 购物体验闭环，为未来深度挖掘数字经济价值积累了宝贵经验。

然而，互联网带来的变革不仅在营销端，更需要在产品和供应端的智能化与一体化方面体现。公司通过推行 QMS 等管理系统助力开创智能制造管理时代，数字化管理辅助精益生产、着重产品全生命周期内的质量管理，注重每一环节的过程控制，致力于降低产品不良率，提高直通率，实现智能制造。在不断推出引领行业发展趋势的创新型技术产品同时，也加大了创新技术在入门级价位段的投入，以实现差异化竞争，努力提高公司品牌 NPS 值、市场占有率、品类渗透率、产品普及率等。

公司通过运行多个数字化管理平台，实现了软硬件的智能生态集成。如 SRM 系统可实现所有与供应商相关业务的在线管理与数据分析，MES 系统可实时查看供应商的制造过程，结合运用 WMS 仓储管理等一系列现代化信息系统，并与公司内部的品质管理系统、研发管理系统、招标管理系统等实现数据互联互通。

（4）主营业务分析

2023 年，公司实现营业收入 961,278.88 万元，较上年同期下降 5.54%；各主要传统品类均实现了高质量的发展，新兴细分品类快速成长，公司收入结构不断优化。

2023 年，公司营业成本 712,656.75 万元，同比下降 1.25%。公司毛利率同比下降 3.22 个百分点。

2023 年，公司销售费用 142,613.58 万元，同比下降 10.45%，销售费用率 14.84%，同比下降 0.81 个百分点；管理费用 38,102.69 万元，同比上升 1.28%，管理费用率 3.96%，同比上升 0.27 个百分点，研发投入 38,891.12 万元，同比下降 0.31%。

报告期内，公司新增专利申请权 1,653 项（其中发明专利 186 项，实用新型 1,269 项，外观设计申请 198 项），截至报告期末，公司共拥有专利技术 13,181 项（其中发明专利 737 项，实用新型 10,856 项，外观设计 1,588 项）。

2023 年，公司实现利润总额 43,091.21 万元，同比下降 26.14%；实现归属于上市公司股东的净利润 38,904.62 万元，同比下降 26.58%。

2023 年，公司实现经营活动产生的现金流量净额 76,332.06 万元，同比上升 25.04%，主要系公司精细化运营管理所致。

（5）公司未来发展的展望

（5.1）公司所面临的外部环境分析

国家产业政策大力支持 促进家电消费提质升级

近年来，国家各主要领导部委纷纷出台支持家电产业升级发展的政策与指导意见，鼓励家电为代表的传统消费品以旧换新，从循环经济角度出发，推动家电消费更新换代。这体现了国家对家电消费市场的高度重视和积极引导，旨在通过各种有效措施拉动内需，推动家电产业高质量发展。

我国作为全球第二大经济体，经济环境积极向好，拥有世界上最具规模和消费潜力的市场，预计消费者信心也会逐渐增强，行业发展就更需要契合人民群众品质化的消费升级趋势，以强化需求侧的牵引作用。但是，促进消费不能只简单地依靠推销产品来活跃市场，更需要以提高人民群众生活质量为目标来加快产品升级，以满足人们对低碳、绿色、智能、时尚家电消费升级的需求，拉动家电及上下游关联产业高质量发展。

通过开展新的营销模式，如打造沉浸式、体验式、一站式家电消费新场景，以及推动整体解决方案的销售，更好服务构建家电消费新发展格局。公司将积极发挥更加主动的市场洞察能力、产品研发能力、市场营销能力等核心竞争力，以捕捉需求更大、潜力更大的市场空间，进而实现持续引领行业发展。

（5.2）公司未来发展战略及经营计划

未来已来，变革加速。在快速变化且充满不确定的环境下，公司经营层将敢于变革，用各种新的方式方法应对复杂严峻的变化；与此同时，公司经营层将勇于尝先，主动捕捉新品类、新渠道、新领域的发展机会；进一步加强用户洞察、产品运营、渠道营销等能力的建设与发展，尤其是精细化管理能力的提升，实现公司全面的提质增效。

变革的时代不仅带来了挑战，也充满着机遇。随着人民群众收入水平的持续提升，消费行业将进入品质消费新阶段，小家电行业也将步入高质量发展新周期。消费者对小家电产品的需求也已趋向高品质、高颜值、高性价比和健康养生等功能，强调个性化、智能化和环保节能等特性。

公司作为国内小家电行业领导品牌，将继续坚持聚焦小家电主业，以用户需求为中心，挖掘刚需品类发展机遇。通过深入的消费者洞察来提升产品创新的成功率，以技术创新为驱动力，以更高更好的产品质量和用户口碑为目标；最大化发挥公司线上线下全渠道营销网络优势，运用社群营销、视频直播、内容创作、下沉渠道服务等多样化的营销方式，为用户提供更优的长期高粘性服务，努力提高公司品牌 NPS 值。

未来，公司将继续做大做强“家庭厨房”+“公益厨房”+“太空厨房”的品牌资产价值，坚持发展厨房小家电、水家电、清洁小家电、个人护理小家电和炊具等产品线，持续挖掘并放大九阳（Joyoung）品牌和 Shark（鲨客）品牌的协同化价值，致力于将公司打造成为全品类的高品质小家电领导企业，为公司、为股东持续创造价值。

（5.3）公司面临的风险和应对措施

1) 行业风险

小家电产品，特别是中高端小家电产品的普及程度与居民可支配收入水平直接相关。近年来，中国经济已从高速增长阶段转向高质量增长阶段，居民可支配收入不断提高，人民群众对美好生活的向往需求日益增高，为国内小家电行业的发展提供了强有力的支撑。

中国小家电市场空间巨大，部分新厂商也在试图进入该领域，随着新的竞争对手加入，市场竞争将日益加剧，可能导致公司产品的利润率下降。同时，小家电行业内也存在不正当竞争情况，如产品仿制、专利、商标或企业名称等。虽然公司在国内厨房小家电行业名列前茅，但随着行业的发展，公司面临市场竞争不断加大的风险，并可能对公司的市场规模产生一定的影响。

针对上述风险，公司将继续加大技术创新、加强知识产权保护、坚持价值登高、坚持走品牌之路、以用户需求为导向，主动推出更多迎合新时代消费者需求的产品。

2) 经营风险

i. 原材料价格波动的风险

公司对外采购的原材料主要包括铁、不锈钢、铝、铜、塑料等，对外采购零部件主要包括电机、面板、集成电路等。所需原材料和零部件型号众多，用量需求分散，不存在原材料过于集中于单一品种或单一类别的情况，但是上述原材料的价格上涨以及物流、包材等成本的攀升，都会对公司的盈利能力产生影响。公司将采取科学调节供应链网络，优化产品设计，整合采购原料，综合降低生产成本，提高盈利能力。

ii. 产品多元化所带来的管理风险

公司已实现了“九阳=豆浆机”向“九阳=品质生活小家电”的战略与品牌提升转型，形成了多元化的产品布局，以探索更广阔的市场空间。但与此同时，产品的多元化将对公司的内部管理、品

质管控、市场营销、技术开发、人力资源等方面都提出了更高的要求。若公司不能及时完善相应制度、未能恰当配备相关专业人才，将给公司运营带来一定风险。

针对上述风险，公司将通过运用智能化的信息管理系统、制定科学可行的管理制度、引进培养更多专业人才、完善内部奖惩机制、以提高运营管理质量。

iii. 产品发生质量问题的风险

由于家电类产品的使用与人身安全息息相关，尤其公司的主要产品又直接影响着消费者的饮食安全和健康家居环境，因此对于小家电产品的质量要求会更加严格。

经过多年来的积累，公司已在质量控制上建立了一套完整、严格的内控流程，对于在生产过程中可能出现的潜在质量问题也进行有效的防范。

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

追溯调整或重述原因

会计政策变更

单位：元

	2023 年末	2022 年末		本年末比上年末增减	2021 年末	
		调整前	调整后		调整后	调整前
总资产	7,612,080,030.42	7,074,762,950.69	7,075,278,734.87	7.59%	8,516,380,670.95	8,516,492,570.73
归属于上市公司股东的净资产	3,471,347,161.90	3,313,074,235.88	3,313,590,020.06	4.76%	4,263,662,880.72	4,263,774,780.50
	2023 年	2022 年		本年比上年增减	2021 年	
		调整前	调整后		调整后	调整前
营业收入	9,612,788,761.39	10,176,687,797.39	10,176,687,797.39	-5.54%	10,540,473,926.06	10,540,473,926.06
归属于上市公司股东的净利润	389,046,168.90	529,501,433.89	529,905,318.29	-26.58%	745,601,463.86	745,713,363.64
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	352,837,004.30	547,248,312.25	549,245,878.79	-35.76%	596,777,184.42	597,926,056.96
经营活动产生的现金流量净额	763,320,596.41	610,442,582.65	610,442,582.65	25.04%	-34,788,705.11	-34,788,705.11
基本每股收益(元/股)	0.52	0.70	0.70	-25.71%	0.97	0.97
稀释每股收益(元/股)	0.52	0.70	0.70	-25.71%	0.97	0.97
加权平均净资产	11.54%	13.75%	13.75%	-2.21%	17.45%	17.45%

收益率						
-----	--	--	--	--	--	--

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

注：财政部于 2022 年 11 月 30 日发布了《企业会计准则解释第 16 号》，对《企业会计准则第 18 号——所得税》中递延所得税初始确认豁免的范围进行了修订，明确对于不是企业合并、交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）、且初始确认的资产和负债导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的单项交易，不适用《企业会计准则第 18 号——所得税》关于豁免初始确认递延所得税负债和递延所得税资产的规定。该规定自 2023 年 1 月 1 日起施行，可以提前执行。本公司于 2023 年 1 月 1 日起执行该规定，并对于财务报表列报最早期间的期初至 2022 年 12 月 31 日之间发生的单项交易采用追溯调整法进行会计处理，并重述了比较期间财务报表。

公司执行《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2023 年修订）》规定，将与正常经营业务密切相关，符合国家政策规定，按照确定的标准享有的对公司损益产生持续影响的政府补助认定为经常性损益，对 2022 年度、2021 年度可比会计期间非经常性损益金额进行调整。其中：调整 2022 年度归属于母公司所有者的非经常性损益净额 -1,593,682.14 元，调整 2021 年度归属于母公司所有者的非经常性损益净额 -1,036,972.76 元。

(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	1,892,190,788.93	2,425,409,765.71	2,463,572,007.10	2,831,616,199.65
归属于上市公司股东的净利润	121,389,403.14	125,769,954.56	116,354,565.00	25,532,246.20
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	116,958,852.23	109,187,307.78	112,352,748.80	14,338,095.49
经营活动产生的现金流量净额	306,900,520.10	29,647,185.66	90,538,396.09	336,234,494.56

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	39,874	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	40,737 (系 2024 年 2 月 29 日数据)	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	

上海力鸿企业管理有限公司	境内非国有法人	50.13%	384,523,746.00	0	不适用	0
BILTING DEVELOPMENTS LIMITED	境外法人	16.94%	129,924,090.00	0	不适用	0
香港中央结算有限公司	境外法人	3.01%	23,109,977.00	0	不适用	0
九阳股份有限公司—第一期员工持股计划	其他	2.09%	16,000,000.00	0	不适用	0
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.46%	11,201,233.00	0	不适用	0
汇添富基金管理股份有限公司—社保基金四二三组合	其他	1.13%	8,678,310.00	0	不适用	0
中国人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—005L—CT001 沪	其他	0.82%	6,284,985.00	0	不适用	0
基本养老保险基金—零零一组合	其他	0.65%	5,001,435.00	0	不适用	0
中国太平洋人寿保险股份有限公司—分红—个人分红	其他	0.40%	3,045,512.00	0	不适用	0
中国工商银行股份有限公司—汇添富民营活力混合型证券投资基金	其他	0.33%	2,512,133.00	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>2019年4月，BILTING DEVELOPMENTS LIMITED 的股权结构发生了变更，其成为公司实际控制人王旭宁控制的企业（详见巨潮资讯网上公司 2019-027 号公告），即上海力鸿企业管理有限公司与 BILTING DEVELOPMENTS LIMITED 均为公司实际控制人王旭宁控制的企业，两者属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。</p> <p>除上述关联关系及一致行动情况外，公司未知其他股东间是否存在关联关系和一致行动关系的情况。</p>					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					
前 10 名股东中存在回购专户的特别说明（如有）	九阳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 4,000,000 股，占公司总股本的 0.52%。					

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前十名股东较上期发生变化

适用 不适用

单位：股

前十名股东较上期末发生变化情况					
股东名称（全称）	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
中国人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—005L—CT001 沪	新增	0	0.00%	6,284,985	0.82%
中国太平洋人寿保险股	新增	0	0.00%	3,045,512	0.40%

份有限公司一分红-个人分红					
招商银行股份有限公司一泓德瑞兴三年持有期混合型证券投资基金	退出	0	0.00%	1,416,778	0.18%
中国农业银行股份有限公司一中证 500 交易型开放式指数证券投资基金[注]	退出	未知	未知	未知	未知

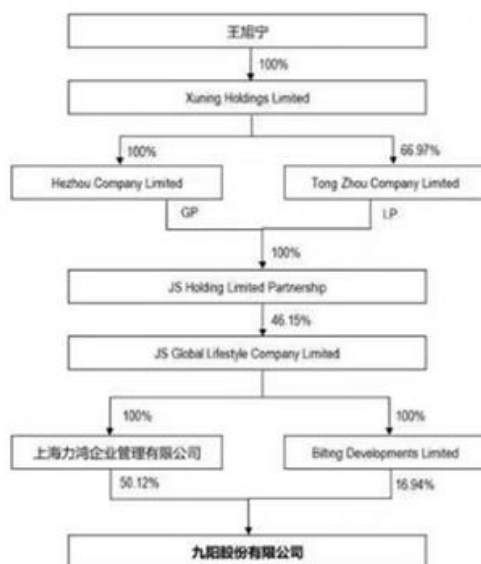
[注]：鉴于“中国农业银行股份有限公司一中证 500 交易型开放式指数证券投资基金”未在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司下发的本期末股东名册中，公司无该数据。

(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、权益分派

公司 2023 年 3 月 30 日召开第六届董事会第二次会议，审议通过 2022 年度利润分配方案，以截止 2022 年 12 月 31 日总股本 767,017,000 股扣除公司回购专用证券账户持有股份 4,000,000 股后的

股本 763,017,000 为基数，拟向全体股东每 10 股派发现金红利 3 元（含税），不送红股，不以公积金转增股本。2023 年 5 月 12 日，公司 2022 年年度股东大会审议通过上述议案。该分配方案已于 2023 年 5 月 30 日执行完毕。

2、员工持股

(1) 2023 年 4 月 10 日，第一期员工持股计划第三次管理委员会会议审议通过了《关于第一期员工持股计划第一个解锁期的业绩评估未达到解锁条件不予解锁且不予解锁的标的股票暂存于本持股计划的议案》。由于第一个解锁期（经公司股东大会审议通过且公司公告最后一笔标的股票过户至本员工持股计划名下之日，即 2022 年 11 月 3 日起计算）的业绩考核未达标，根据本员工持股计划的相关规定，经本员工持股计划管理委员会讨论决定，本员工持股计划第一个解锁期对应的 320 万股公司股票（占公司总股本的 0.42%）不予解锁，且该部分股票由管理委员会收回暂为保管，未来可根据实际情况需要由管理委员会将该部分权益进行重新分配；或由管理委员会择机出售，出售后的剩余资金归属于上市公司。

(2) 2023 年 10 月 13 日，公司第一期员工持股计划第二次持有人会议审议通过了《关于九阳股份有限公司第一期员工持股计划持有人份额调整的议案》。根据本员工持股计划有关规定，因 6 名持有人未达成约定目标，由管理委员会收回部分已获授份额，共计 6,699.94 万份，对应股票数量为 831.00 万股。

(3) 2023 年 10 月 27 日，公司第一期员工持股计划第四次管理委员会会议审议通过了《关于员工持股计划份额转让的议案》。经综合评定，同意将公司第一期员工持股计划的部分份额共计 3,757.13 万份，对应股票数量为 466.00 万股，分别转让给具备参与本员工持股计划资格的 23 位受让人，其中包括公司副董事长、本员工持股计划管理委员会主任委员韩润女士，授予其 806.25 万份份额，对应股票数量为 100.00 万股。