公司代码:688157　　公司简称:松井股份

湖南松井新材料股份有限公司 2021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,投资者应当到上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)网站仔细阅读年度报告全文。

2 重大风险提示

公司已在本报告中详细阐述公司在经营过程中可能面临的各种风险,请查阅本报告第三节“管理层讨论与分析”之“四、风险因素”。敬请投资者注意投资风险。

3 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。

4 公司全体董事出席董事会会议。

5 天职国际会计师事务所(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。

6 公司上市时未盈利且尚未实现盈利

□是 √否

7 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

公司于 2022 年 2 月 25 日召开第二届董事会第十次会议,审议通过了《2021 年度利润分配预案》,拟向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 3.70 元(含税)。截至 2021 年 12 月 31 日,公司总股本 79,600,000 股,以此计算合计拟派发现金红利人民币 29,452,000.00 元(含税),本次利润分配金额占 2021 年合并报表归属于上市公司股东的净利润的 30.24%。本次不进行资本公积金转增股本,不送红股。该利润分配预案尚须经 2021 年年度股东大会审议通过后方可实施。

8 是否存在公司治理特殊安排等重要事项

□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

√适用 □不适用

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所及板块	股票简称	股票代码	变更前股票简称
人民币普通股(A 股)	上海证券交易所创板	松井股份	688157	无

公司存托凭证简况

□适用 √不适用

联系人和联系方式

联系人和联系方式	董事会秘书(信息披露境内代表)	证券事务代表
姓名	伍俊芸	周欢
办公地址	湖南宁乡经济技术开发区三环北路 777 号	湖南宁乡经济技术开发区三环北路 777 号
电话	0731-87191777-8088	0731-87191777-8088
电子信箱	zqb@sokan.com.cn	huan.zhou@sokan.com.cn

2 经营情况讨论与分析

2021 年是国家“十四五”规划的开局之年,也是衔接公司战略目标的关键节点期。在全球经济步入后疫情时代,上游原材料涨价压力持续传导的宏观背景下,2021 年公司深谋远虑、内外兼修;锚定核心主业,保持战略定力和耐心,久久为功。在高端消费类电子领域坚持以市场和客户需求为导向,深耕核心战略客户潜能,持续开拓新客户、新市场,确保了公司经营业绩的稳健增长;同时以技术和研发创新为支撑,抢抓行业格局变化及技术变革带来的历史新机遇,积极部署第二、第三增长曲线,在新业务拓展、技术研发、平台构建等方面取得了较大突破,为公司长远健康发展奠定了良好基础。

(一)报告期内主要经营情况

报告期内,公司实现营业收入 50,823.20 万元,同比增长 16.85%;实现归属于上市公司股东的净利润 9,739.49 万元,同比增长 11.72%。截至 2021 年 12 月 31 日,公司资产总额 134,441.17 万元,经营活动产生的现金流量净额为 5,699.37 万元。

从营业收入维度,公司产品应用领域构成如下:

单位:万元

项目	2021年度		2020年度		较上年同期增减比例
	金额	占比	金额	占比	
1.高端消费电子领域	48,049.32	94.54%	42,780.96	98.36%	12.31%
其中:手机及相关配件	28,571.43	56.22%	26,833.38	61.70%	6.48%
笔记本电脑及相关配件	9,947.74	19.57%	9,807.61	22.55%	1.43%
可穿戴设备	7,117.88	14.01%	4,699.08	10.80%	51.47%
智能家电	2,412.27	4.75%	1,440.88	3.31%	67.42%
2.乘用汽车领域	2,246.23	4.42%	599.97	1.38%	274.39%
主营业务收入小计	50,295.55	98.96%	43,380.92	99.74%	15.94%
其他业务收入小计	527.65	1.04%	111.71	0.26%	372.34%
营业收入合计	50,823.20	100.00%	43,492.63	100.00%	16.85%

注 1:广西贝驰乘用汽车领域营业收入自 2021 年 4 月 30 日起被纳入合并报表。

注 2:2020 年年度其他涂料、特种油墨产品根据公司营业收入所对应的业务领域进行了分类确认。

2021 年公司持续聚焦主业,在细分应用领域多点开花,可穿戴设备、智能家电、乘用汽车业务收入均实现较大提升。具体来看,由于北美消费电子大客户、小米、荣耀、VIVO、OPPO、传音、亚马逊、华硕、罗技、谷歌等终端客户的销量取得不同程度增长,有效对冲了华为缺芯及外部环境变化造成的不利影响,确保了手机及配件、笔记本电脑及配件领域收入的平稳增长。随着公司品牌影响力持续提升,与北美消费电子大客户、小米、华为、卡西欧等终端客户的合作力度不断加强,可穿戴设备领域全年实现收入 7,117.88 万元,同比增长 51.47%。受益于下游终端用户消费升级,间接带动了智能家电产品对外观及功能型涂料的需求,智能家电领域实现收入 2,412.27 万元,同比增长 67.42%。乘用汽车领域历经前期开拓探索,顺利通过系列终端认证并获得客户认可,销售业绩逐步体现,全年实现收入 2,246.23 万元,同比增长 274.39%。

(二)报告期内重点工作推进情况

1.技术创新“步履不停”,持续强化造血功能。

2021 年,公司坚持研发创新驱动不动摇,高比例研发投入一以贯之,全年研发投入达 5,875.44 万元。

核心技术方面,在高端消费电子领域,为持续保持技术领先优势,对原有产品不断更新迭代、推陈出新,拓展产品矩阵。例如,研制开发出可适用更多基材类型的硅胶手感涂料、水性 DTM(Direct-to-Metal)涂料,为更好地满足下游市场及客户多样性需求提供了技术支撑。与此同时,紧盯行业动态,围绕智能机器人、AR/VR、乘用汽车、新能源、半导体、特种装备等新领域开展前瞻性研究,积极植入和培育新产品,进一步丰富下游应用场景。例如,参与亚马逊第一款家用助理机器人 Astro 的涂层技术开发,为 AR 设备终端客户 3Glasses、Microsoft、联想等提供 UV 硅手感涂料解决方案,成功开发行业领先的第二代防雾车灯涂料、UV 墨水,为下阶段战略实施做好相关技术储备。

研发成果方面,技术专利授权和申请量质齐升。报告期内,公司新增 PCT 国际授权专利 1 项;国家授权专利 42 项,新增专利涵盖了水性防雾涂料、UV 固化涂料、3D 玻璃的感光油墨等多项应用技术领域。截至报告期末,公司累计拥有国际授权专利 2 项,国家授权专利 88 项,整体研发实力进一步增强。

研发队伍建设方面,筑巢引凤,先后引进多名战略性高层次人才与行业专家级人才,支撑公司未来发展战略的人才队伍体系已初步成型。

2.核心客户群不断扩容,抗风险能力有效提升。

为积极应对外部环境不确定性变化,公司在练好内功的同时不断加大新业务、新市场的开拓力度,客户及市场结构进一步优化。

在高端消费类电子领域,凭借更系统的服务能力,与北美消费电子大客户合作不断深入,全面进入其手机、笔电、可穿戴、智能家电及配件多个产品序列的供应链体系。通过持续、深度的市场渗透,在小米、北美消费电子大客户、亚马逊、谷歌、罗技等重要战略客户的涂料产品占有率进一步提升。

客户储备及认证方面,重点新客户开发取得突破。与 OPPO、VIVO 战略合作关系进一步巩固,为其提供了产品解决方案。与华硕、联想、传音、罗技、Meta(原名 Facebook)、MagicLeap(美国 VR/AR 品牌)、OtterBox(美国消费性电子产品保护壳品牌)、安克创新、科大讯飞、施耐德、科勒等众多新的优质客户建立了业务合作。与闻泰、华勤、龙旗等 ODM 厂商全面对接,部分手机、笔电项目在模厂参与开发并落地。成功通过荣耀、Jabra(丹麦耳机及配件品牌)、华米、Philips 的供应商认证。随着绿色环保水性涂料产品下游需求不断增加,凭借水性涂料的先发技术优势,北美消费电子大客户、亚马逊、罗技、谷歌等终端品牌出货量持续提升,水性环保涂料全年收入同比增长 59.93%。

在乘用汽车领域,通过技术和市场的双轮驱动打开了新局面。防雾车灯涂料 2021 年下半年在比亚迪导入量产,PVD 产品、UV 硅产品在北美 T 公司实现交付,不锈钢涂料顺利在蔚来部分项目中试产或量产。先后获得比亚迪、北美 T 公司、小鹏、蔚来、吉利、一汽、广汽、上汽通用五菱、大众、丰田、长城等十多家知名车企的 AVL 资质认证,取得诸多参与新车型试样及新项目的交互研发机会。与延锋集团、星宇股份、宁波华翔、敏实集团、格尔翰等众多国内外知名汽车零部件制造企业建立战略合作关系,为未来业绩增长提供有力保障。

3、“涂料 + 油墨 + 胶黏剂”多品类协同发展,取得市场突破。

经过前期多年市场培育及技术沉淀,特种油墨产品业务日渐焕发生机。2021 年公司全面参与谷歌手机类油墨项目的开发并实现环保油墨解决方案导入量产,环保低 VOC 油墨顺利在北美 T 公司的汽车充电桩玻璃面板上实现量产,UV 墨水产品结合喷墨打印工艺进一步得到拓展应用,顺利实现小批量量产,全年特种油墨实现收入 1,884.75 万元,同比增长 272.67%,业已成为新的业绩增长点。胶黏剂产品在新能源汽车核心零部件、半导体芯片主板封装领域得到小批量应用,实现小额订单突破。

4、战略布局颇疾步稳,产业生态圈协同渐显成效。

在产业生态圈构建上,紧扣战略发展主题,坚持稳字当头、稳中谋势,积极储备优质项目为未来发展伏笔蓄势。通过向广西贝驰增资、收购蔚逸运控股权,参股华涂化工的方式,进一步补齐业务“拼图”。

报告期内,公司本部与下属分子公司在技术、业务上相互协助,在管理、文化中相互融合,平台协同发展优势愈发明显。其中:

东莞鸥哈希与小米、华为、卡西欧等优质客户合作日渐深入,成为安克创新、科大讯飞的合作伙伴,全年实现营业收入 3,173.29 万元,同比增长 88.92%。

广西贝驰在汽车内外饰 PVD 领域的知名度显著提升,顺利成为东风柳汽、上汽通用五菱、比亚迪汽车等主机厂的一级供应商,先后与广汽集团、佛吉亚、延锋集团等客户开展业务合作;创新开发的 PVD 镀铬技术结合镭雕、丝印工艺迅速打开市场,成功在汽车透光车标和字牌领域批量应用;行业领先的 PVD 彩色镀工艺在上汽通用五菱、东风柳汽、广汽埃安新能源等主机厂内外饰件上批量应用,全年实现营业收入 1,523.47 万元,同比增长 1128.21%。

松润新材防雾车灯涂料完成升级迭代,产品品质与口碑稳步提升;PVD 涂料、UV 硅涂料、高光黑涂料、油墨产品陆续向吉利、广汽、蔚来、日产、比亚迪、北美 T 公司等终端及其模厂实现应用并导入量产,全年实现营业收入 1,160.41 万元,同比增长 116.04%。

华涂化工汽车涂料与防冻液项目建设顺利进行,设备调试接近尾声,产品开发认证有序开展,正积极与知名品牌进行业务洽谈。

5、数字化建设全面启动,助力内部运营效率提升。

为着力实现数字化转型快速推进,2021 年公司成立了数字化建设小组,在链接客户与企业关系的数字化营销(CRM),链接订单与生产关系的数字化管理(ERP),链接生产与设备关系的智能制造(MES),链接客户与企业研发关系的(PDM)等方面有所认知和实践,建立了数字化建设业务蓝图和需求实现方案,确定了建设节奏与目标,从战略和战术层面进一步加强数字化转型的步伐,为后续数字化顺利实施夯实基础。

3 报告期公司主要业务简介

(一)主要业务、主要产品或服务情况

1、主营业务概况

公司是一家以高端消费类电子、乘用汽车、特种装备等领域为目标市场,通过“交互式”自主研发、“定制化柔性”制造,为客户提供涂料、油墨、胶黏剂等系统化解决方案的新型功能涂层材料行业国际领先企业。

公司目前拥有涂料、特种油墨、胶黏剂三大类新型功能涂层材料产品,可满足客户基于色彩、基材、工艺、触感等综合性能需求。公司产品目前主要应用于高端消费类电子和乘用汽车两大类领域,其中高端消费类电子领域主要包括手机及相关配件、笔记本电脑及相关配件、可穿戴设备、智能家电等四类细分领域;乘用汽车领域包括汽车内饰件及外饰件两类细分领域。

在高端消费电子领域,公司聚焦目标市场深耕细作,基本实现对下游目标市场业务的全覆盖。目前,公司已成功进入已供应或进入客户体系的核心客户包括:华为、北美消费电子大客户、惠普、亚马逊、小米、VIVO、Microsoft 等诸多国际知名终端品牌。

在乘用汽车领域,公司依托在高端消费电子领域积累的技术优势和品牌影响力,通过差异化的竞争策略,成功实现技术与市场的双重突破,已供应或进入客户体系的核心客户包括:北美 T 公司、法雷奥、吉利、广汽、上汽通用五菱等国内外知名整车及汽车零部件生产企业。

在特种装备领域,公司正围绕轨道交通、航空航天、海洋装备等应用领域与表面处理、功能涂层、胶黏剂等相关的前沿技术为研发方向,积极开展技术攻关和应用研究。

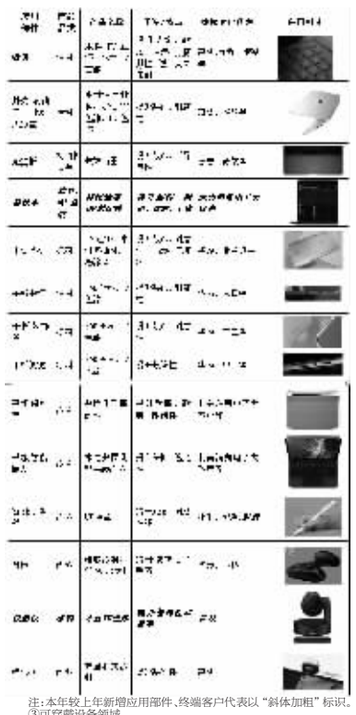
2.公司主要产品及特点

(1)公司产品按照应用领域划分,可分为高端消费类电子涂料和乘用汽车涂料。高端消费类电子涂料领域主要包括手机及相关配件、笔记本电脑及相关配件、可穿戴设备、智能家电四类细分领域;乘用汽车涂料领域包括汽车内饰件及外饰件两类细分领域,具体产品及特点如下:

①手机及相关配件领域

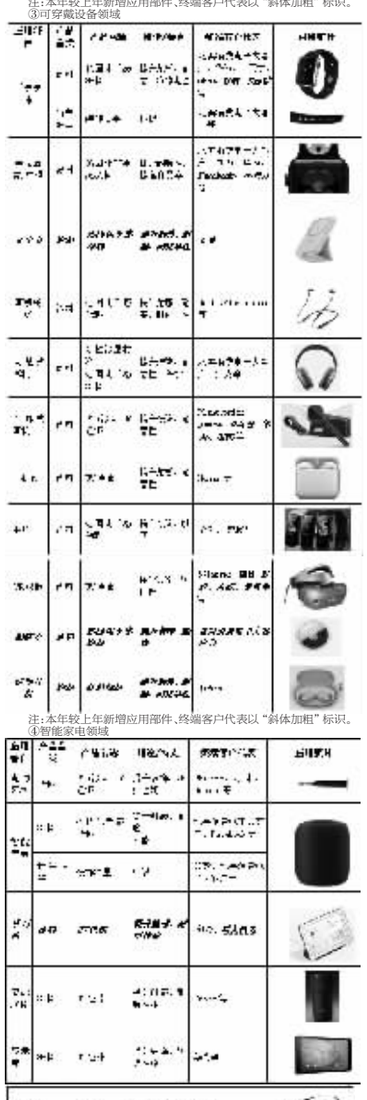
注:本年较上年新增应用部件、终端客户代表以“斜体加粗”标识。

②笔记本电脑及相关配件领域



注:本年较上年新增应用部件、终端客户代表以“斜体加粗”标识。

③可穿戴设备领域



注:本年较上年新增应用部件、终端客户代表以“斜体加粗”标识。

④智能家电领域

注:本年较上年新增应用部件、终端客户代表以“斜体加粗”标识。

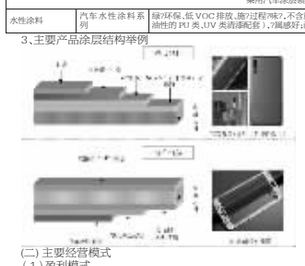
⑤乘用汽车领域

注:本年较上年新增应用部件、终端客户代表以“斜体加粗”标识。

②水性涂料产品及特点

高端消费电子涂层领域		
产品品类	产品名称	产品特点
水性涂料	水性高温涂料	替代传统溶剂型高温固化涂料,以水为主要溶剂; 适用于金属和玻璃等耐高温基材,具有高耐磨、耐高温高湿、低挥发性有机物排放量、绿色环保、低 VOC 排放。
	水性 UV 涂料	替代传统溶剂型 UV 固化涂料,以水为主要溶剂; 适用于多类基材,多用于塑料等基材,具有高耐磨、耐高温高湿、耐化学品、低挥发性有机物排放量,配合底漆可实现不同色彩效果。
水性特种油墨	水性保护油墨	对 3D 等曲面玻璃加工起过程保护作用,解决加工良率低的问题; 可实现通膜和玻璃清洗同时进行,提升玻璃加工效率。
乘用汽车涂层领域		
水性涂料	汽车水性涂料系列	绿?环保、低 VOC 排放、施?过程?&?,不含重?属等有害物质。优异的附着?和耐?磨性;施?配器性好(可与?性、油性的 PU 类、UV 类清漆配容),?属感好;耐化学品性能好(耐酒精、8??霜等)

3、主要产品涂层结构举例



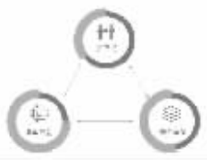
(二)主要经营模式

(1)盈利模式

公司以高端消费类电子和乘用汽车等高端消费品领域为目标市场,采取“交互式”自主研发、“定制化柔性制造”的模式,研发和生产涂料、特种油墨、胶黏剂等新型功能涂层材料,对外销售实现业务收入。

(2)研发模式

公司坚持以“交互式”自主研发为主、合作研发为辅的研发模式,进行技术、产品的研发。



该研发模式具有以下特点:

①与终端客户建立交互式研发信息共享机制

公司与终端品牌客户建立了双向交互式的研发信息共享机制。一方面,公司根据行业技术发展动态,前瞻性地预测行业科技发展趋势,将最新的理论、材料、工艺等导入产品开发设计中,通过自创式设计将创新产品推荐给终端设计部门;另一方面,公司根据终端传导的工业设计新品设计理念和相关痛点问题,定制化设计推出相关配套产品,满足终端定制化需求。

②在公司内部建立集成产品开发平台

建立以研发中心为核心,湖南松井研究院协同,终端服务部门、模厂服务部门、质量管理、采购、生产等多部门联合协同的系统集成开发平台,并辅助先进的软、硬件研发设施进行自主研发。

③以公司为主体,各级工程技术中心为平台,联合供应商、高校和行业协会,有效整合社会资源,共同促进研发成果产业化

公司与核心原材料供应商建立了联合开发采购平台,将上游最新原材料及时引入公司研发体系,为公司自主创新提供技术支持;同时,公司与战略供应商针对特定原材料进行联合定制化开发。

公司的研发流程主要如下:

(3)采购模式

公司采取“战略采购、以销定采”的采购模式。

“战略采购”主要包括:①战略合作:公司与战略供应商签订《战略合作和长期采购协议》,共同开展项目技术研发,共享市场及技术开发信息;②策略采购:公司基于原材料市场供求及市场行情等因素,适时进行采购储备、集中采购,控制采购成本。

公司根据“以销定采”策略执行原材料采购,主要原材料包括树脂、金属颜料、溶剂和助剂等。其中树脂、金属颜料为公司的核心原材料,树脂主要从生产企业直接采购、金属颜料主要从相关代理商采购。公司与主要树脂供应商、金属颜料供应商采取“长期框架合同 + 订单”的采购模式。

(4)生产模式

公司产品均为自主生产,无对外委托加工。公司主要按照“定制化柔性制造”的模式组织精益生产。

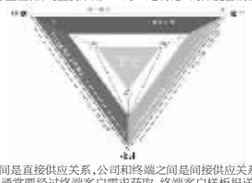
①配置业内先进的 DCS 生产自动化控制系统进行生产,采用业内先进的表征设备和理化仪器对原材料、半成品、成品进行微观精准分析与检测,确保产品品质、有效提高生产效率;

②配置多套柔性化生产辅助设施,施行规范、高效的生产工艺流程化管理,实现小批量、多批次定制化柔性制造;

③构建涂料、特种油墨、胶黏剂等多类别、一体化的新型功能涂层材料生产系统,一站式满足客户不同业务需求。

(5)营销模式

高端消费类电子领域具有产品迭代周期短,创新质量要求高的特征,该特征要求产业链上所有环节必须保持相应的创新质量和节奏,“公司→模厂→终端”构成产业链条上下游,三者之间形成一种共生生态关系。基于公司所服务行业的特殊性和客户的专业性,公司主要采用“一对一定制化”的深度营销模式。



模厂和终端、公司和模厂之间是直接供应关系,公司和终端之间是间接供应关系。鉴于“终端”+“模厂”的双重客户关系,公司进入供应体系通常要经过终端客户需求获取、终端客户样板报送、终端客户供应商认证、模厂实验室小试、模厂生产线中试、模厂初验收、模厂供应商认证、与模厂签订供应合同等多个阶段。

此外,公司建立案子项目化运行机制,“一对一定制化”向客户进行深度营销。终端服务部门人员服务终端、模厂服务部门人员服务模厂,二者相互协同,执行“终端指引、模厂落地”的营销策略,同步客户项目开发全流程,保证项目开发进度和质量,最终实现对终端和模厂两极客户的有效开发。

(三)所处行业情况

1.行业的发展阶段、基本特点、主要技术门槛

(1)公司所属行业情况

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》(2012 年修订),公司属于“制造业”(行业代码:C)项下的“化学原料和化学制品制造业”(行业代码:C26)。根据国家统计局《战略性新兴产业分类(2018)》,具体细分属于新型功能涂层材料制造行业。

(2)行业发展阶段

涂料作为一种用于涂装在物体表面形成涂膜的材料,起到保护、装饰或特殊功能(绝缘、防锈、防霉、耐热等),下游应用领域广泛,行业需求稳定。根据《涂料产品分类和命名》(GB/T2705-2003)的分类方法,涂料可分为建筑涂料、工业涂料、通用涂料及辅助材料三大类。其中,工业涂料广泛应用于航空航天、船舶、汽车、电子、轻工等各个领域,为行业复杂程度最高、用途范围最广、技术难度最大、应用领域最全的涂料门类。

根据世界油漆与涂料工业协会(WPCIA)数据,全球涂料市场销售额由 2015 年的 1273 亿美元增至 2020 年的 1676 亿美元,年复合增长率达 5.7%。目前我国涂料总市场规模已超 3000 亿元,在全球涂料市场占据重要地位。根据 2021 年 3 月发布的《中国涂料行业“十四五”规划》,“十三五”期间,我国涂料年产量增长 0.43 倍,平均年增长率 7.44%,截止 2020 年,涂料年产量 2,459.1 万吨。

按照涂层材料应用领域划分,公司经营业务属于工业涂层材料项下的高端消费品新型功能涂层材料。新型功能涂层材料行业的发展与下游应用领域的发展具有较强相关性。

1)下游应用领域的深化和拓宽、国内终端品牌业务快速增长及供应链国产化、制造重心向国内转移等因素带动国内新型功能涂层材料行业快速发展。

①近年来,智能手机和笔记本电脑市场保持平稳趋势,各品牌竞争日益激烈,产品差异化、品质高端化等深化需求日益增多,引领新型功能涂层材料向定制化、高综合性能、系统服务方向快速发展。同时,下游新兴细分应用领域的不断拓宽也随之带动了新型功能涂层材料持续发展。

②智能手机、笔记本电脑、可穿戴设备等领域呈现行业集中度不断提高的发展特点。其中,以华为、小米、OPPO、VIVO 等为代表的国内终端品牌在智能手机、可穿戴设备等领域业务快速增长,全球占比显著提升。此外,受中美贸易战等事件影响,以华为为代表的优秀国内品牌企业供应链国产化趋势日益明显。上述因素为国内新型功能涂层制造企业的发展创造有利条件。

③随着中国制造业技术水平逐步提高,加之国内丰富的原材料资源和适中的劳动力成本,以高端消费类电子产业为代表的高端消费品领域各级生产制造重心逐步向国内转移,为国内新型功能涂层材料行业发展提供有力保障。

2)伴随高端消费品领域的产业结构性变化,新型功能涂层材料在产品结构方面逐步向多类别一体化、节能高效和环保、满足客户系统化需求等方向发展

①涂料 / 油墨 / 胶黏剂多类别、一体化产品体系优势逐步凸显

根据材料特点及用途不同,目前涂料、油墨、胶黏剂被广泛应用于高端消费品领域,鉴于其具有共同的客户群体、产品性能、用途互补性强的特征,围绕涂料 / 油墨 / 胶黏剂等构建多品类、一体化产品体系的优势逐步凸显。一方面,可一站式满足客户基于不同基材、固化方式、涂层性能、环保标准的涂层产品需求,实现定制化生产;另一方面,涂层产品配套使用可保证客户的产品品质,降低多品牌涂层产品共用带来的兼容性风险。

同时,由于基材适应性广、多涂层结构等因素,涂料的总涂覆面积相对较大,涂料相比于其他两类涂层材料应用更广,伴随下游应用需求增加呈逐步增长趋势;随着玻璃基材应用提升,油墨用量逐步增加;伴随高端消费品小体积、轻量化需求不断提高,胶黏剂在集成电路、智能终端、乘用汽车等领域,已经逐渐实现大规模的应用。

②根据固化机理不同,衍生出不同涂层材料

热固化涂层材料和 UV 固化涂层材料特点不同,被广泛应用于高端消费品领域。

热固化涂层材料发展相对较成熟。随着下游客户对产品差异化和品质化要求不断提升,相比于常规热固化涂层材料,可满足下游客户特殊功能需求(高耐磨、优异触感、抗污等)或达到其高性能要求(长防雾效期等)的热固化涂层材料市场应用需求逐步提升。近年来,凭借节能、环保、高效、高耐磨和抗划伤等优势,UV 固化涂层材料在高端消费电子领域和乘用汽车领域实现较快发展。

在高端消费类电子领域:①由于 UV 固化色漆具有节能、环保、高效、高耐磨和高耐划伤等优势,其已逐步实现对传统热固化色漆面漆的替代。同时,可替代传统热固化色漆的 UV 单涂层色漆产品(具有低成本、高涂装效率等优势)应用逐步增多;②PVD 镀膜和涂料(UV 固化)可呈现高亮度和强金属质感,在配方、涂层工艺及镀膜工艺的不断创新下,PVD 涂层材料的外观装饰性向多样化、更高品质(亮雾同体、渐变色等)方向快速发展,大大弥补了塑料基材外观不佳的缺陷,应用显著提升;③目前业内主流的 3D 玻璃装饰工艺(贴膜和镭雕油墨工艺)工序复杂、生产效率低、成品良品率低、重复加工难,可解决上述问题的以 UV 固化(曝光)为关键工序的 3D 玻璃感光油墨工艺及涂层材料产品开始被采用。

在乘用汽车领域:①业内主流的水电镀工艺普遍存在高环境污染问题,UV 固化的 PVD 涂层材料因具有性能好、外观装饰效果佳、无重金属 / 水污染等优势,开始对水电镀工艺实现逐步替代;②业内主流 PU 涂层材料产品(热固化)普遍存在抗划伤性差、耐化学品差、易返粘等问题,无法满足乘用汽车内饰件相关性能要求。UV 涂层材料具有表面硬度高、触感可调节等优势,为业内公认的理想替代涂层材料。

③环保压力日趋加大,水性涂层材料成为新兴发展方向。

溶剂型涂层材料由于性能优异,为目前高端消费类电子领域的主流应用产品类别,但其在使用过程中挥发性有机物排放量较高,对环境和人身健康危害较大,替代需求较高。近几年,受环保压力日趋加大影响,水性涂层材料由于具有低挥发性有机物排放量成为涂层材料的新兴发展方向。

④客户设计需求逐步系统化。

近年来,基于消费者需求变化,高端消费品领域客户对新型功能涂层材料制造企业提供的服务需求由单一涂层材料性能逐步扩展至色彩或装饰、基材、工艺、涂层材料的防护性和功能性等多维度系统解决方案,促使以工业设计为核心的设计理念不断发展。

(3)行业基本特点

与其他涂料板块相比,新型功能涂层材料主要行业特点是准入难度大、技术门槛高、市场集中度低,具备显著的行业门槛和客户粘性。

1)准入难度大

新型功能涂层材料行业的终端客户为高端消费类电子品牌企业和乘用汽车(零部件)品牌企业,直接客户为上述品牌企业上游模厂。进入其供应链需完成“终端认证”+“模厂认证”的双重认证。具体进入流程包括终端客户需求获取、终端客户样板报送、终端客户供应商认证、模厂实验室小试、模厂生产线中试、模厂初验收、模厂供应商认证、与模厂签订供应合同等多个阶段,整个进入过程通常需 1-4 年。在后续合作阶段,终端、模厂通常会持续对主要供应商进行考核,供应商需持续满足其相关认证要求。

由于涂层材料品质直接影响下游产品品质,下游客户更换供应商成本高、风险大,其通常会将通过认证的供应商列入合格供应商名录,不轻易更换。

上述筛选过程使新型功能涂层材料行业具有较高的市场进入壁垒,准入难度大。

2)技术门槛高

新型功能涂层材料领域是高分子化学、有机化学、无机化学、胶体化学、表面化学与表面物理、流变学、材料力学、光学和颜色学等多学科结合的综合应用技术领域,细分涂层材料产品种类繁多,且不同细分涂层材料产品的基础原理、材料性能、生产工艺、应用条件区别较大。上述特征使新型功能涂层材料市场细分化程度和技术门槛相对较高,属于典型的技术密集型产业。

高端消费类电子和乘用汽车等高端消费品领域具有产品类型多样、应用领域可扩展性强的特点,应用领域包括手机及相关配件、笔记本电脑及相关配件、可穿戴设备、智能家电、乘用汽车等,且随着产品升级和市场拓展不断催生出新的应用场景;同时,高端消费品领域终端产品个性化需求多,产品品质要求不断提升。下游产品多样化、多变化、定制化、高品质等特征,要求产业链上所有环节需要保持相应的创新质量和节奏。尤其是科技创新的快速发展,新基材的迅速迭代,对新型功能涂层材料应用提出了新的挑战,相关企业必须通过持续的研发投入和技术更新,不断满足消费者对终端产品新质感、新视觉、新体感的需求,为用户营造最佳的使用体验。

2.公司所处的行业地位分析及其变化情况

公司自成立以来,一直专注于高端消费类电子领域和乘用汽车领域的新型功能涂层材料的研发、生产、销售,通过不断的技术创新和差异化价值的创造,公司打破了国内高端消费类电子涂料领域长久以来被阿克苏诺贝尔、PPG 等国际巨头所垄断的格局,实现了关键涂层材料的国产化替代,与众多细分行业的优质企业建立了良好而稳定的合作关系,基本实现对下游全球知名终端品牌业务的全覆盖。

经过长期的行业积累,公司自主创新能力、技术研发水平、市场需求响应速度、产品性能、产品种类、品牌知名度和终端客户认证情况在细分市场中均处于国内前列。随着公司近年来持续的研发投入,产品结构的日益完善,综合竞争力实力不断增强,公司竞争力和市场地位随之进一步得到巩固。

3.报告期内新技术、新产业、新业态、新模式的发展情况和未来发展趋势

目前公司产品属于新型功能涂层材料领域,行业发展情况及未来发展趋势如下:

(1)下游应用场景不断丰富,市场容量逐步扩大,技术领先型涂层材料企业有望步入快速发展期。

随着 5G 和物联网技术不断发展,以及新能源交通、航空航天等新兴领域的需求不断扩大,行业将迎来较快发展期。一方面,随着消费者需求的不断变化和升级,高端消费类电子和乘用汽车产品升级换代也将进一步提速。而高端消费品领域客户对新型功能涂层材料制造企业基于色彩或装饰、基材、工艺、防护性和功能性等多维度系统化解决方案需求将随之增多,服务要求亦将不断提高。另一方面,不断拓宽的应用场景将催生更多新型高端消费品种类,根据客户对产品性能要求量身定做个性化功能性涂层材料将成为未来的发展趋势,这将对功能性涂层材料生产企业的研发能力提出更高的要求。

(2)水性涂料成为行业发展必然趋势。

绿色发展既是国家产业政策导向的基本方向,也是企业发展的更高目标要求。2021 年 3 月 24 日,《中国涂料行业“十四五”规划》中提出,到 2025 年环境友好的涂料品种占涂料总产量的 70%的目标。2022 年 1 月 24 日,国务院印发的《“十四五”节能减排综合工作方案》中指示,要推动使用低挥发性有机物含量的涂料,到 2025 年溶剂型工业涂料使用比例降低 20%。随着环保安全法规的日渐趋严,密集出台的环保政策法规将有力推动行业的绿色发展,健康环保、节能减排、水性涂料、UV 涂料将大面积替代油性涂料。在消费电子领域,UV 固化涂层材料因其具有独特的“5E”(即环境友好、高效、节能、适应性好、经济)特点,成为国家产业政策重点支持的新型功能涂层材料之一。

在乘用汽车领域,2017 年 12 月中国汽车技术研究中心按照工信部《重点行业挥发性有机物削减行动计划》要求,结合汽车及其零部件生产环节 VOCs 排放浓度高、强度大、持续时间长,是引发大气 VOCs 污染的重要因素之一,提出了汽车涂装车间 VOCs 排放目标,并提出“推广环保涂料应用,大力推进环保涂料研发工作,重点优化水性涂料施工工艺,开发环保清漆产品。鼓励新建紧凑型涂装生产线,采用高固体份涂料、水性涂料替代传统溶剂型涂料,推动粉末涂料在商用车领域的应用,推广静电喷涂等高效涂装工艺”

随着水性涂层材料技术逐步完善,相关涂装工艺技术日渐成熟,水性涂料代替溶剂型涂料是大势所趋。根据《涂层与防护》期刊 2020 年 1 月发表的文章《2019 年全球水性涂料市场规模达到 741 亿美元》,全球水性涂料市场规模在 2019 年达到 741 亿美元,到 2024 年预计将达到 918 亿美元,期间年复合增长率约 4.4%。

(3)行业集中度逐年上升,进一步向龙头企业聚拢。

近年来在国家环保与安全政策日趋严格,上游原材料价格大幅波动,人力、运营成本刚性上涨等多重因素影响下,新型功能涂层材料行业竞争程度不断加剧,综合竞争力较弱的中小涂料企业不断退出,而拥有品牌、规模、客户、渠道和资金等优势的头部企业将占领更多市场,未来集中度提升、优胜劣汰、强者更强的趋势仍将延续。

4 公司主要会计数据和财务指标

1.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位:元 币种:人民币

	2021年	2020年	本年比上年增减(%)	2019年
总资产	1,344,411,718.30	1,242,580,846.48	8.20	570,786,306.96
归属于上市公司股东的净资产	1,183,565,758.40	1,095,303,982.22	8.06	399,881,750.77
营业收入	508,232,035.36	434,926,289.09	16.85	455,138,283.31
归属于上市公司股东的净利润	97,394,928.00	87,179,936.01	11.72	92,872,689.04
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	80,025,159.56	75,656,453.63	5.77	90,927,836.23
经营活动产生的现金流量净额	56,993,654.40	71,752,839.11	-20.57	72,518,101.23
加权平均净资产收益率(%)	8.61	19.45	减少 10.84 个百分点	26.17
基本每股收益(元/股)	1.24	1.26	-1.59	1.56
稀释每股收益(元/股)	1.23	1.26	-2.38	1.56
研发投入占营业收入的比例(%)	11.56	12.07	减少 0.51 个百分点	9.84

1.2 报告期分季度的主要会计数据

单位: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	112,248,230.08	120,237,808.05	135,271,702.46	140,474,294.77
归属于上市公司股东的净利润	22,745,759.26	23,728,018.81	25,341,772.34	25,579,377.59
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	20,099,413.52	19,804,179.39	23,031,096.01	17,090,471.63
经营活动产生的现金流量净额	10,755,986.99	23,039,653.72	10,509,212.02	12,688,801.67

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

2 股东情况

2.1 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)	2,817
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	2,767
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
截至报告期末持有特别表决权股份的股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末持有特别表决权股份的股东总数(户)	0

前十名股东持股情况

股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件股份数量	包含转融通借出股份的限售股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质