

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。

所有董事亲自出席了本次年报的董事会会议

非标准审计意见提示

□ 适用 / 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

□ 适用 / 不适用

公司计划不派发现金红利,不送红股,不以公积金转增股本。

董事会决议通过的优先股利润分配预案

□ 适用 / 不适用

二、公司简介

股票简称	华软科技	股票代码	603853
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人及联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	张博	张博	
电子邮箱	zhangbo@hualu.com.cn	zhangbo@hualu.com.cn	
电话	0512-66898717	0512-66898717	
传真	0512-66877019	0512-66877019	
互联网网址	http://www.hualu.com.cn	http://www.hualu.com.cn	

三、报告期主要业务或产品简介

报告期内,公司的主要业务包括精细化工产品、生产与销售,以及供应链管理业务。

（一）精细化工产品

精细化工业务主要包括造纸化学品、医药/农药中间体、荧光增白剂、电子化学品等产品的研发、生产及销售。

1. 造纸化学品

公司是国内造纸化学品领域领先的生产企业,主导产品是AKO蜡,该产品的产能与市场占有率均居全球行业前列。产品的用途主要是造纸化学品在生产过程中通过在纸浆中添加不同类型的助剂助剂,实现不同的物理化学或达到不同的物理效果,从而改善产品(纸张)的性能如增加纸张的韧性、防水性能、抗拉伸性等效果。公司产品客户主要为国内大中型造纸企业。

2. 医药/农药中间体

医药/农药中间体是医药药物合成过程中的中间化学品。公司医药/农药中间体种类多,主要产品包括:氯甲氧甲酯/乙酯/正丙醇、氯醚基苯胺、氯醚基苯胺、氯醚基苯胺/乙酯/正丙醇、丙酮、二氯甲烷、用于农药中间体、氟氢双环(前驱体)用于生产新型小分子药物,也可用于Schering公司研发的HCV NS5A/4 蛋白酶抑制剂VICTRELS,临床用于治疗慢性丙型肝炎。氯醚基苯胺,用于生产抗心律失常药Ranolazine,可抑制恶性心律失常病人之心脏病死亡和因恶性心律失常。氯醚基苯胺衍生物,用于生产抗疟疾药利拉非汀(Liquidipin)的核心成分。

3. 荧光增白剂

公司产品奥得赛化学所设立之日起研发并面向市场推出高荧光增白剂类产品,是最早进入这一领域的民营企业之一。荧光增白剂是一种特殊的有机化合物,具有优良的物理纤维被染剂漂白的前提下,还能提高纸张的白度与光泽,所以被广泛应用于纺织、造纸、塑料及合成纤维等行业领域。国际巨头巴斯夫(BASF)、Milliken,联合利华以及国际知名企业花王(Kao)、狮王(Lion)、印尼亿成集团巨头Wings Indonesia,国内领先企业润都斯集团等都已为该类产品生产商。

4. 电子化学品

公司产品奥得赛化学所生产的电子化学品是用于生产电子材料的专业化学品。公司的电子化学品产品中,ML-8为手机、电视等电子产品的显示屏及大型显示屏专用涂层的原材料,可以在降低能耗的同时提高显示屏性能;B28、B29电子化学品具有良好的绝缘效果,主要用于芯片封装材料,其中B29用于高端的电子封装材料,B28用于普通电子产品零件的电子封装材料;公司产品生产的一种聚酰亚胺(PI)蓝色发光材料的重要材料。产品已经出口日本,并已在国内相关企业进行验证。

二、经营模式

公司拥有独立完整的采购、生产和销售体系,根据宏观经济形势、行业需求及公司自身经营需求开展生产经营活动。

（一）生产模式:公司目前采用以销定产的生产模式。其中,部分医药中间体根据客户需求确定产品定制化学,并根据客户订单组织生产。

2. 采购模式:公司化工产品采购的采购,采用集中采购模式。即:子公司生产的主要化工原料等,由总部统一采购,资源共享,统一采购,根据子公司的需求量和库存情况,衔接供应商供货所需的生产周期。

3. 销售模式:公司自建销售渠道,直接对接终端客户。部分外销业务,客户会按照行业惯例选择贸易商或代理商进行销售。

（二）供应链管理业务

公司控股公司开展与互联网主要聚焦企业移动办公领域,向企业提供ICT产品供应、移动化解决方案咨询、实施与运营维护、技术培训、移动设备安全生命周期服务、经营租赁服务等增值业务。公司以企业、教育、零售、MaaS等为企业客户,采用多品牌、多元化的发展模式。

1. 工业业务板块

曾丹主要负责制定与工业级客户传统贸易&直客类业务为主。公司采取横向拓荒上游厂商品牌合作,纵向深耕更多优质终端客户,形成一横一纵,双轮驱动的业务发展模式。横向拓展方面,保持苹果、华为、小米、VIVO、荣耀品牌厂商的核心伙伴关系,推动公司业务持续扩张,保持苹果ESCC、小米ESCC、VIVO行业解决方案中心国内厂商企业的区域覆盖。公司目前在全国拥有13家企业级解决方案中心,分布在杭州、石家庄、上海、苏州、杭州、深圳、成都、重庆、西安等全国主要城市。同时,积极移动化领域发展,公司拓展在移动终端、管理控制领域的品牌影响力,为客户提供更多增值增值增值业务。公司现有4000名优质客户资源,已覆盖多个行业,包括传统制造业、航空、金融、互联网、服装零售、生物制药等。公司深度融合优质客户资源和售后服务,帮助企业实现数字化转型,赋能一站式企业服务。

2. 教育业务板块

教育业务类教育类直客业务为主,主要拓展高校、国际学校、K12等领域的教育客户,提供苹果教育一体化解决方案与增值服务。同时,2021年公司依托森智与天融城更多战略合作伙伴关系,借助天融城较强的品牌影响力,增加公司Apple校园店业务,拓展更多区域性市场与用户。

新增增值服务业务主要围绕方案和服务运营为核心,专注于提升服务客户的满意度。MaaS (Mobile Device as a Service)品牌,以经营租赁业务为核心,业务通过定制化、订阅制的服务模式,提供费用可预测的全移动化服务方式,二者相辅相成,为有机整体。同时,公司自主研发平台、ESP企业级服务台(Enterprise ServicePlatform,简称“ESP平台”),通过数字化服务,赋能客户服务体验,提高服务价值,专注于打造在优质客户的影响力。

（三）生产与采购模式

1. 生产模式:公司目前采用以销定产的生产模式。其中,部分医药中间体根据客户需求确定产品定制化学,并根据客户订单组织生产。

2. 采购模式:公司化工产品采购的采购,采用集中采购模式。即:子公司生产的主要化工原料等,由总部统一采购,资源共享,统一采购,根据子公司的需求量和库存情况,衔接供应商供货所需的生产周期。

3. 销售模式:公司自建销售渠道,直接对接终端客户。部分外销业务,客户会按照行业惯例选择贸易商或代理商进行销售。

（四）供应链管理业务

公司控股公司开展与互联网主要聚焦企业移动办公领域,向企业提供ICT产品供应、移动化解决方案咨询、实施与运营维护、技术培训、移动设备安全生命周期服务、经营租赁服务等增值业务。公司以企业、教育、零售、MaaS等为企业客户,采用多品牌、多元化的发展模式。

1. 工业业务板块

曾丹主要负责制定与工业级客户传统贸易&直客类业务为主。公司采取横向拓荒上游厂商品牌合作,纵向深耕更多优质终端客户,形成一横一纵,双轮驱动的业务发展模式。横向拓展方面,保持苹果、华为、小米、VIVO、荣耀品牌厂商的核心伙伴关系,推动公司业务持续扩张,保持苹果ESCC、小米ESCC、VIVO行业解决方案中心国内厂商企业的区域覆盖。公司目前在全国拥有13家企业级解决方案中心,分布在杭州、石家庄、上海、苏州、杭州、深圳、成都、重庆、西安等全国主要城市。同时,积极移动化领域发展,公司拓展在移动终端、管理控制领域的品牌影响力,为客户提供更多增值增值增值业务。公司现有4000名优质客户资源,已覆盖多个行业,包括传统制造业、航空、金融、互联网、服装零售、生物制药等。公司深度融合优质客户资源和售后服务,帮助企业实现数字化转型,赋能一站式企业服务。

2. 教育业务板块

教育业务类教育类直客业务为主,主要拓展高校、国际学校、K12等领域的教育客户,提供苹果教育一体化解决方案与增值服务。同时,2021年公司依托森智与天融城更多战略合作伙伴关系,借助天融城较强的品牌影响力,增加公司Apple校园店业务,拓展更多区域性市场与用户。

新增增值服务业务主要围绕方案和服务运营为核心,专注于提升服务客户的满意度。MaaS (Mobile Device as a Service)品牌,以经营租赁业务为核心,业务通过定制化、订阅制的服务模式,提供费用可预测的全移动化服务方式,二者相辅相成,为有机整体。同时,公司自主研发平台、ESP企业级服务台(Enterprise ServicePlatform,简称“ESP平台”),通过数字化服务,赋能客户服务体验,提高服务价值,专注于打造在优质客户的影响力。

（五）生产与采购模式

1. 生产模式:公司目前采用以销定产的生产模式。其中,部分医药中间体根据客户需求确定产品定制化学,并根据客户订单组织生产。

2. 采购模式:公司化工产品采购的采购,采用集中采购模式。即:子公司生产的主要化工原料等,由总部统一采购,资源共享,统一采购,根据子公司的需求量和库存情况,衔接供应商供货所需的生产周期。

3. 销售模式:公司自建销售渠道,直接对接终端客户。部分外销业务,客户会按照行业惯例选择贸易商或代理商进行销售。

（六）供应链管理业务

公司控股公司开展与互联网主要聚焦企业移动办公领域,向企业提供ICT产品供应、移动化解决方案咨询、实施与运营维护、技术培训、移动设备安全生命周期服务、经营租赁服务等增值业务。公司以企业、教育、零售、MaaS等为企业客户,采用多品牌、多元化的发展模式。

1. 工业业务板块

曾丹主要负责制定与工业级客户传统贸易&直客类业务为主。公司采取横向拓荒上游厂商品牌合作,纵向深耕更多优质终端客户,形成一横一纵,双轮驱动的业务发展模式。横向拓展方面,保持苹果、华为、小米、VIVO、荣耀品牌厂商的核心伙伴关系,推动公司业务持续扩张,保持苹果ESCC、小米ESCC、VIVO行业解决方案中心国内厂商企业的区域覆盖。公司目前在全国拥有13家企业级解决方案中心,分布在杭州、石家庄、上海、苏州、杭州、深圳、成都、重庆、西安等全国主要城市。同时,积极移动化领域发展,公司拓展在移动终端、管理控制领域的品牌影响力,为客户提供更多增值增值增值业务。公司现有4000名优质客户资源,已覆盖多个行业,包括传统制造业、航空、金融、互联网、服装零售、生物制药等。公司深度融合优质客户资源和售后服务,帮助企业实现数字化转型,赋能一站式企业服务。

2. 教育业务板块

教育业务类教育类直客业务为主,主要拓展高校、国际学校、K12等领域的教育客户,提供苹果教育一体化解决方案与增值服务。同时,2021年公司依托森智与天融城更多战略合作伙伴关系,借助天融城较强的品牌影响力,增加公司Apple校园店业务,拓展更多区域性市场与用户。

新增增值服务业务主要围绕方案和服务运营为核心,专注于提升服务客户的满意度。MaaS (Mobile Device as a Service)品牌,以经营租赁业务为核心,业务通过定制化、订阅制的服务模式,提供费用可预测的全移动化服务方式,二者相辅相成,为有机整体。同时,公司自主研发平台、ESP企业级服务台(Enterprise ServicePlatform,简称“ESP平台”),通过数字化服务,赋能客户服务体验,提高服务价值,专注于打造在优质客户的影响力。

（七）生产与采购模式

1. 生产模式:公司目前采用以销定产的生产模式。其中,部分医药中间体根据客户需求确定产品定制化学,并根据客户订单组织生产。

2. 采购模式:公司化工产品采购的采购,采用集中采购模式。即:子公司生产的主要化工原料等,由总部统一采购,资源共享,统一采购,根据子公司的需求量和库存情况,衔接供应商供货所需的生产周期。

3. 销售模式:公司自建销售渠道,直接对接终端客户。部分外销业务,客户会按照行业惯例选择贸易商或代理商进行销售。

（八）供应链管理业务

公司控股公司开展与互联网主要聚焦企业移动办公领域,向企业提供ICT产品供应、移动化解决方案咨询、实施与运营维护、技术培训、移动设备安全生命周期服务、经营租赁服务等增值业务。公司以企业、教育、零售、MaaS等为企业客户,采用多品牌、多元化的发展模式。

1. 工业业务板块

曾丹主要负责制定与工业级客户传统贸易&直客类业务为主。公司采取横向拓荒上游厂商品牌合作,纵向深耕更多优质终端客户,形成一横一纵,双轮驱动的业务发展模式。横向拓展方面,保持苹果、华为、小米、VIVO、荣耀品牌厂商的核心伙伴关系,推动公司业务持续扩张,保持苹果ESCC、小米ESCC、VIVO行业解决方案中心国内厂商企业的区域覆盖。公司目前在全国拥有13家企业级解决方案中心,分布在杭州、石家庄、上海、苏州、杭州、深圳、成都、重庆、西安等全国主要城市。同时,积极移动化领域发展,公司拓展在移动终端、管理控制领域的品牌影响力,为客户提供更多增值增值增值业务。公司现有4000名优质客户资源,已覆盖多个行业,包括传统制造业、航空、金融、互联网、服装零售、生物制药等。公司深度融合优质客户资源和售后服务,帮助企业实现数字化转型,赋能一站式企业服务。

2. 教育业务板块

教育业务类教育类直客业务为主,主要拓展高校、国际学校、K12等领域的教育客户,提供苹果教育一体化解决方案与增值服务。同时,2021年公司依托森智与天融城更多战略合作伙伴关系,借助天融城较强的品牌影响力,增加公司Apple校园店业务,拓展更多区域性市场与用户。

新增增值服务业务主要围绕方案和服务运营为核心,专注于提升服务客户的满意度。MaaS (Mobile Device as a Service)品牌,以经营租赁业务为核心,业务通过定制化、订阅制的服务模式,提供费用可预测的全移动化服务方式,二者相辅相成,为有机整体。同时,公司自主研发平台、ESP企业级服务台(Enterprise ServicePlatform,简称“ESP平台”),通过数字化服务,赋能客户服务体验,提高服务价值,专注于打造在优质客户的影响力。

（九）生产与采购模式

1. 生产模式:公司目前采用以销定产的生产模式。其中,部分医药中间体根据客户需求确定产品定制化学,并根据客户订单组织生产。

2. 采购模式:公司化工产品采购的采购,采用集中采购模式。即:子公司生产的主要化工原料等,由总部统一采购,资源共享,统一采购,根据子公司的需求量和库存情况,衔接供应商供货所需的生产周期。

3. 销售模式:公司自建销售渠道,直接对接终端客户。部分外销业务,客户会按照行业惯例选择贸易商或代理商进行销售。

（十）供应链管理业务

公司控股公司开展与互联网主要聚焦企业移动办公领域,向企业提供ICT产品供应、移动化解决方案咨询、实施与运营维护、技术培训、移动设备安全生命周期服务、经营租赁服务等增值业务。公司以企业、教育、零售、MaaS等为企业客户,采用多品牌、多元化的发展模式。

1. 工业业务板块

曾丹主要负责制定与工业级客户传统贸易&直客类业务为主。公司采取横向拓荒上游厂商品牌合作,纵向深耕更多优质终端客户,形成一横一纵,双轮驱动的业务发展模式。横向拓展方面,保持苹果、华为、小米、VIVO、荣耀品牌厂商的核心伙伴关系,推动公司业务持续扩张,保持苹果ESCC、小米ESCC、VIVO行业解决方案中心国内厂商企业的区域覆盖。公司目前在全国拥有13家企业级解决方案中心,分布在杭州、石家庄、上海、苏州、杭州、深圳、成都、重庆、西安等全国主要城市。同时,积极移动化领域发展,公司拓展在移动终端、管理控制领域的品牌影响力,为客户提供更多增值增值增值业务。公司现有4000名优质客户资源,已覆盖多个行业,包括传统制造业、航空、金融、互联网、服装零售、生物制药等。公司深度融合优质客户资源和售后服务,帮助企业实现数字化转型,赋能一站式企业服务。

2. 教育业务板块

教育业务类教育类直客业务为主,主要拓展高校、国际学校、K12等领域的教育客户,提供苹果教育一体化解决方案与增值服务。同时,2021年公司依托森智与天融城更多战略合作伙伴关系,借助天融城较强的品牌影响力,增加公司Apple校园店业务,拓展更多区域性市场与用户。

新增增值服务业务主要围绕方案和服务运营为核心,专注于提升服务客户的满意度。MaaS (Mobile Device as a Service)品牌,以经营租赁业务为核心,业务通过定制化、订阅制的服务模式,提供费用可预测的全移动化服务方式,二者相辅相成,为有机整体。同时,公司自主研发平台、ESP企业级服务台(Enterprise ServicePlatform,简称“ESP平台”),通过数字化服务,赋能客户服务体验,提高服务价值,专注于打造在优质客户的影响力。

（十一）生产与采购模式

1. 生产模式:公司目前采用以销定产的生产模式。其中,部分医药中间体根据客户需求确定产品定制化学,并根据客户订单组织生产。

2. 采购模式:公司化工产品采购的采购,采用集中采购模式。即:子公司生产的主要化工原料等,由总部统一采购,资源共享,统一采购,根据子公司的需求量和库存情况,衔接供应商供货所需的生产周期。

3. 销售模式:公司自建销售渠道,直接对接终端客户。部分外销业务,客户会按照行业惯例选择贸易商或代理商进行销售。

（十二）供应链管理业务

公司控股公司开展与互联网主要聚焦企业移动办公领域,向企业提供ICT产品供应、移动化解决方案咨询、实施与运营维护、技术培训、移动设备安全生命周期服务、经营租赁服务等增值业务。公司以企业、教育、零售、MaaS等为企业客户,采用多品牌、多元化的发展模式。

1. 工业业务板块

曾丹主要负责制定与工业级客户传统贸易&直客类业务为主。公司采取横向拓荒上游厂商品牌合作,纵向深耕更多优质终端客户,形成一横一纵,双轮驱动的业务发展模式。横向拓展方面,保持苹果、华为、小米、VIVO、荣耀品牌厂商的核心伙伴关系,推动公司业务持续扩张,保持苹果ESCC、小米ESCC、VIVO行业解决方案中心国内厂商企业的区域覆盖。公司目前在全国拥有13家企业级解决方案中心,分布在杭州、石家庄、上海、苏州、杭州、深圳、成都、重庆、西安等全国主要城市。同时,积极移动化领域发展,公司拓展在移动终端、管理控制领域的品牌影响力,为客户提供更多增值增值增值业务。公司现有4000名优质客户资源,已覆盖多个行业,包括传统制造业、航空、金融、互联网、服装零售、生物制药等。公司深度融合优质客户资源和售后服务,帮助企业实现数字化转型,赋能一站式企业服务。

2. 教育业务板块

教育业务类教育类直客业务为主,主要拓展高校、国际学校、K12等领域的教育客户,提供苹果教育一体化解决方案与增值服务。同时,2021年公司依托森智与天融城更多战略合作伙伴关系,借助天融城较强的品牌影响力,增加公司Apple校园店业务,拓展更多区域性市场与用户。

新增增值服务业务主要围绕方案和服务运营为核心,专注于提升服务客户的满意度。MaaS (Mobile Device as a Service)品牌,以经营租赁业务为核心,业务通过定制化、订阅制的服务模式,提供费用可预测的全移动化服务方式,二者相辅相成,为有机整体。同时,公司自主研发平台、ESP企业级服务台(Enterprise ServicePlatform,简称“ESP平台”),通过数字化服务,赋能客户服务体验,提高服务价值,专注于打造在优质客户的影响力。

（十三）生产与采购模式

1. 生产模式:公司目前采用以销定产的生产模式。其中,部分医药中间体根据客户需求确定产品定制化学,并根据客户订单组织生产。

2. 采购模式:公司化工产品采购的采购,采用集中采购模式。即:子公司生产的主要化工原料等,由总部统一采购,资源共享,统一采购,根据子公司的需求量和库存情况,衔接供应商供货所需的生产周期。

3. 销售模式:公司自建销售渠道,直接对接终端客户。部分外销业务,客户会按照行业惯例选择贸易商或代理商进行销售。

（十四）供应链管理业务

公司控股公司开展与互联网主要聚焦企业移动办公领域,向企业提供ICT产品供应、移动化解决方案咨询、实施与运营维护、技术培训、移动设备安全生命周期服务、经营租赁服务等增值业务。公司以企业、教育、零售、MaaS等为企业客户,采用多品牌、多元化的发展模式。

1. 工业业务板块

曾丹主要负责制定与工业级客户传统贸易&直客类业务为主。公司采取横向拓荒上游厂商品牌合作,纵向深耕更多优质终端客户,形成一横一纵,双轮驱动的业务发展模式。横向拓展方面,保持苹果、华为、小米、VIVO、荣耀品牌厂商的核心伙伴关系,推动公司业务持续扩张,保持苹果ESCC、小米ESCC、VIVO行业解决方案中心国内厂商企业的区域覆盖。公司目前在全国拥有13家企业级解决方案中心,分布在杭州、石家庄、上海、苏州、杭州、深圳、成都、重庆、西安等全国主要城市。同时,积极移动化领域发展,公司拓展在移动终端、管理控制领域的品牌影响力,为客户提供更多增值增值增值业务。公司现有4000名优质客户资源,已覆盖多个行业,包括传统制造业、航空、金融、互联网、服装零售、生物制药等。公司深度融合优质客户资源和售后服务,帮助企业实现数字化转型,赋能一站式企业服务。

2. 教育业务板块

教育业务类教育类直客业务为主,主要拓展高校、国际学校、K12等领域的教育客户,提供苹果教育一体化解决方案与增值服务。同时,2021年公司依托森智与天融城更多战略合作伙伴关系,借助天融城较强的品牌影响力,增加公司Apple校园店业务,拓展更多区域性市场与用户。

新增增值服务业务主要围绕方案和服务运营为核心,专注于提升服务客户的满意度。MaaS (Mobile Device as a Service)品牌,以经营租赁业务为核心,业务通过定制化、订阅制的服务模式,提供费用可预测的全移动化服务方式,二者相辅相成,为有机整体。同时,公司自主研发平台、ESP企业级服务台(Enterprise ServicePlatform,简称“ESP平台”),通过数字化服务,赋能客户服务体验,提高服务价值,专注于打造在优质客户的影响力。

（十五）生产与采购模式

1. 生产模式:公司目前采用以销定产的生产模式。其中,部分医药中间体根据客户需求确定产品定制化学,并根据客户订单组织生产。

2. 采购模式:公司化工产品采购的采购,采用集中采购模式。即:子公司生产的主要化工原料等,由总部统一采购,资源共享,统一采购,根据子公司的需求量和库存情况,衔接供应商供货所需的生产周期。

3. 销售模式:公司自建销售渠道,直接对接终端客户。部分外销业务,客户会按照行业惯例选择贸易商或代理商进行销售。

（十六）供应链管理业务

公司控股公司开展与互联网主要聚焦企业移动办公领域,向企业提供ICT产品供应、移动化解决方案咨询、实施与运营维护、技术培训、移动设备安全生命周期服务、经营租赁服务等增值业务。公司以企业、教育、零售、MaaS等为企业客户,采用多品牌、多元化的发展模式。

1. 工业业务板块

曾丹主要负责制定与工业级客户传统贸易&直客类业务为主。公司采取横向拓荒上游厂商品牌合作,纵向深耕更多优质终端客户,形成一横一纵,双轮驱动的业务发展模式。横向拓展方面,保持苹果、华为、小米、VIVO、荣耀品牌厂商的核心伙伴关系,推动公司业务持续扩张,保持苹果ESCC、小米ESCC、VIVO行业解决方案中心国内厂商企业的区域覆盖。公司目前在全国拥有13家企业级解决方案中心,分布在杭州、石家庄、上海、苏州、杭州、深圳、成都、重庆、西安等全国主要城市。同时,积极移动化领域发展,公司拓展在移动终端、管理控制领域的品牌影响力,为客户提供更多增值增值增值业务。公司现有4000名优质客户资源,已覆盖多个行业,包括传统制造业、航空、金融、互联网、服装零售、生物制药等。公司深度融合优质客户资源和售后服务,帮助企业实现数字化转型,赋能一站式企业服务。

2. 教育业务板块

教育业务类教育类直客业务为主,主要拓展高校、国际学校、K12等领域的教育客户,提供苹果教育一体化解决方案与增值服务。同时,2021年公司依托森智与天融城更多战略合作伙伴关系,借助天融城较强的品牌影响力,增加公司Apple校园店业务,拓展更多区域性市场与用户。

新增增值服务业务主要围绕方案和服务运营为核心,专注于提升服务客户的满意度。MaaS (Mobile Device as a Service)品牌,以经营租赁业务为核心,业务通过定制化、订阅制的服务模式,提供费用可预测的全移动化服务方式,二者相辅相成,为有机整体。同时,公司自主研发平台、ESP企业级服务台(Enterprise ServicePlatform,简称“ESP平台”),通过数字化服务,赋能客户服务体验,提高服务价值,专注于打造在优质客户的影响力。

（十七）生产与采购模式

1. 生产模式:公司目前采用以销定产的生产模式。其中,部分医药中间体根据客户需求确定产品定制化学,并根据客户订单组织生产。

2. 采购模式:公司化工产品采购的采购,采用集中采购模式。即:子公司生产的主要化工原料等,由总部统一采购,资源共享,统一采购,根据子公司的需求量和库存情况,衔接供应商供货所需的生产周期。

3. 销售模式:公司自建销售渠道,直接对接终端客户。部分外销业务,客户会按照行业惯例选择贸易商或代理商进行销售。

（十八）供应链管理业务

公司控股公司开展与互联网主要聚焦企业移动办公领域,向企业提供ICT产品供应、移动化解决方案咨询、实施与运营维护、技术培训、移动设备安全生命周期服务、经营租赁服务等增值业务。公司以企业、教育、零售、MaaS等为企业客户,采用多品牌、多元化的发展模式。

1. 工业业务板块

曾丹主要负责制定与工业级客户传统贸易&直客类业务为主。公司采取横向拓荒上游厂商品牌合作,纵向深耕更多优质终端客户,形成一横一纵,双轮驱动的业务发展模式。横向拓展方面,保持苹果、华为、小米、VIVO、荣耀品牌厂商的核心伙伴关系,推动公司业务持续扩张,保持苹果ESCC、小米ESCC、VIVO行业解决方案中心国内厂商企业的区域覆盖。公司目前在全国拥有13家企业级解决方案中心,分布在杭州、石家庄、上海、苏州、杭州、深圳、成都、重庆、西安等全国主要城市。同时,积极移动化领域发展,公司拓展在移动终端、管理控制领域的品牌影响力,为客户提供更多增值增值增值业务。公司现有4000名优质客户资源,已覆盖多个行业,包括传统制造业、航空、金融、互联网、服装零售、生物制药等。公司深度融合优质客户资源和售后服务,帮助企业实现数字化转型,赋能一站式企业服务。

2. 教育业务板块

教育业务类教育类直客业务为主,主要拓展高校、国际学校、K12等领域的教育客户,提供苹果教育一体化解决方案与增值服务。同时,2021年公司依托森智与天融城更多战略合作伙伴关系,借助天融城较强的品牌影响力,增加公司Apple校园店业务,拓展更多区域性市场与用户。

新增增值服务业务主要围绕方案和服务运营为核心,专注于提升服务客户的满意度。MaaS (Mobile Device as a Service)品牌,以经营租赁业务为核心,业务通过定制化、订阅制的服务模式,提供费用可预测的全移动化服务方式,二者相辅相成,为有机整体。同时,公司自主研发平台、ESP企业级服务台(Enterprise ServicePlatform,简称“ESP平台”),通过数字化服务,赋能客户服务体验,提高服务价值,专注于打造在优质客户的影响力。

（十九）生产与采购模式

1. 生产模式:公司目前采用以销定产的生产模式。其中,部分医药中间体根据客户需求确定产品定制化学,并根据客户订单组织生产。

2. 采购模式:公司化工产品采购的采购,采用集中采购模式。即:子公司生产的主要化工原料等,由总部统一采购,资源共享,统一采购,根据子公司的需求量和库存情况,衔接供应商供货所需的生产周期。

3. 销售模式:公司自建销售渠道,直接对接终端客户。部分外销业务,客户会按照行业惯例选择贸易商或代理商进行销售。

（二十）供应链管理业务

公司控股公司开展与互联网主要聚焦企业移动办公领域,向企业提供ICT产品供应、移动化解决方案咨询、实施与运营维护、技术培训、移动设备安全生命周期服务、经营租赁服务等增值业务。公司以企业、教育、零售、MaaS等为企业客户,采用多品牌、多元化的发展模式。

1. 工业业务板块

曾丹主要负责制定与工业级客户传统贸易&直客类业务为主。公司采取横向拓荒上游厂商品牌合作,纵向深耕更多优质终端客户,形成一横一纵,双轮驱动的业务发展模式。横向拓展方面,保持苹果、华为、小米、VIVO、荣耀品牌厂商的核心伙伴关系,推动公司业务持续扩张,保持苹果ESCC、小米ESCC、VIVO行业解决方案中心国内厂商企业的区域覆盖。公司目前在全国拥有13家企业级解决方案中心,分布在杭州、石家庄、上海、苏州、杭州、深圳、成都、重庆、西安等全国主要城市。同时,积极移动化领域发展,公司拓展在移动终端、管理控制领域的品牌影响力,为客户提供更多增值增值增值业务。公司现有4000名优质客户资源,已覆盖多个行业,包括传统制造业、航空、金融、互联网、服装零售、生物制药等。公司深度融合优质客户资源和售后服务,帮助企业实现数字化转型,赋能一站式企业服务。

2. 教育业务板块

教育业务类教育类直客业务为主,主要拓展高校、国际学校、K12等领域的教育客户,提供苹果教育一体化解决方案与增值服务。同时,2021年公司依托森智与天融城更多战略合作伙伴关系,借助天融城较强的品牌影响力,增加公司Apple校园店业务,拓展更多区域性市场与用户。

新增增值服务业务主要围绕方案和服务运营为核心,专注于提升服务客户的满意度。MaaS (Mobile Device as a Service)品牌,以经营租赁业务为核心,业务通过定制化、订阅制的服务模式,提供费用可预测的全移动化服务方式,二者相辅相成,为有机整体。同时,公司自主研发平台、ESP企业级服务台(Enterprise ServicePlatform,简称“ESP平台”),通过数字化服务,赋能客户服务体验,提高服务价值,专注于打造在优质客户的影响力。

（二十一）生产与采购模式

1. 生产模式:公司目前采用以销定产的生产模式。其中,部分医药中间体根据客户需求确定产品定制化学,并根据客户订单组织生产。

2. 采购模式:公司化工产品采购的采购,采用集中采购模式。即:子公司生产的主要化工原料等,由总部统一采购,资源共享,统一采购,根据子公司的需求量和库存情况,衔接供应商供货所需的生产周期。

3. 销售模式:公司自建销售渠道,直接对接终端客户。部分外销业务,客户会按照行业惯例选择贸易商或代理商进行销售。

（二十二）供应链管理业务

公司控股公司开展与互联网主要聚焦企业移动办公领域,向企业提供ICT产品供应、移动化解决方案咨询、实施与运营维护、技术培训、移动设备安全生命周期服务、经营租赁服务等增值业务。公司以企业、教育、零售、MaaS等为企业客户,采用多品牌、多元化的发展模式。

1. 工业业务板块

曾丹主要负责制定与工业级客户传统贸易&直客类业务为主。公司采取横向拓荒上游厂商品牌合作,纵向深耕更多优质终端客户,形成一横一纵,双轮驱动的业务发展模式。横向拓展方面,保持苹果、华为、小米、VIVO、荣耀品牌厂商的核心伙伴关系,推动公司业务持续扩张,保持苹果ESCC、小米ESCC、VIVO行业解决方案中心国内厂商企业的区域覆盖。公司目前在全国拥有13家企业级解决方案中心,分布在杭州、石家庄、上海、苏州、杭州、深圳、成都、重庆、西安等全国主要城市。同时,积极移动化领域发展,公司拓展在移动终端、管理控制领域的品牌影响力,为客户提供更多增值增值增值业务。公司现有4000名优质客户资源,已覆盖多个行业,包括传统制造业、航空、金融、互联网、服装零售、生物制药等。公司深度融合优质客户资源和售后服务,帮助企业实现数字化转型,赋能一站式企业服务。

2. 教育业务板块

教育业务类教育类直客业务为主,主要拓展高校、国际学校、K12等领域的教育客户,提供苹果教育一体化解决方案与增值服务。同时,2021年公司依托森智与天融城更多战略合作伙伴关系,借助天融城较强的品牌影响力,增加公司Apple校园店业务,拓展更多区域性市场与用户。

新增增值服务业务主要围绕方案和服务运营为核心,专注于提升服务客户的满意度。MaaS (Mobile Device as a Service)品牌,以经营租赁业务为核心,业务通过定制化、订阅制的服务模式,提供费用可预测的全移动化服务方式,二者相辅相成,为有机整体。同时,公司自主研发平台、ESP企业级服务台(Enterprise ServicePlatform,简称“ESP平台”),通过数字化服务,赋能客户服务体验,提高服务价值,专注于打造在优质客户的影响力。