公司代码:601311　　公司简称:骆驼股份

骆驼集团股份有限公司

2020 年度报告摘要

一 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等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。

2 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、准确、完整,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 中审众环会计师事务所(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 经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

经中审众环会计师事务所(特殊普通合伙)审计,公司2020年度归属于母公司所有者的净利润为726,134,737.51元,加上年初未分配利润3,978,397,135.56元,扣除本年度支付的2019年度股利438,382,714.50元(其中,现金股利180,510,529.50元,股票股利257,872,185.00元)及计提的法定盈余公积66,655,922.57元,2020年度归属于母公司可供分配利润为4,199,493,236.00元。

因公司发行的可转换公司债券仍在转股期,公司总股本可能发生变化,在确保现金流运行正常及未来发展需求的基础上,公司拟以2020年度利润分配实施方案确定的股权登记日的总股本扣减不参与利润分配的回购股份4,249,918股为基数,向全体股东每10股派发现金红利2.00元(含税),剩余未分配利润结转以后年度分配。

二 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	骆驼股份	601311	–

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	余爱华	张彦
办公地址	湖北省襄阳市樊城区汉江北路65号	湖北省襄阳市樊城区汉江北路65号
电话	0710-3340127	0710-3340127
电子信箱	ir@chinacamel.com	ir@chinacamel.com

2 报告期公司主要业务简介

(一)报告期内公司所从事的主要业务

报告期内,公司继续围绕汽车电池和再生铅业务布局国内、海外两大市场,不断完善“绿色铅酸电池循环产业链”和“新能源锂电池循环产业链”。

1、公司进一步完善绿色铅酸电池产业链,汽车铅酸电池行业及再生铅行业龙头地位稳固

公司产品共计400多个品种与规格,广泛应用于汽车、农用车、船舶、叉车、高尔夫球车、电动汽车及工业和各种特殊用途。其中:主要汽车铅酸电池产品有起动电池、启停电池、新能源汽车辅助电池、商用车驻车空调电池等,汽车铅酸电池产能、销量、市场占有率连续多年位居全国第一。

报告期内,公司一季度业绩受疫情影响同比出现下滑,但公司上下勠力同心、攻坚克难,使销量从第二季度开始快速回升,最终实现了全年业绩的逆势增长。公司铅酸电池全年产量2798.5万KVAH,比上年增长13.76%,销量2810.3万KVAH,比上年增长14.34%,均创历史新高。

公司铅酸启动电池配套市场份额目前已提升至48%,在大众、福特、本田、长安、吉利等主流主机厂中保持主要供货地位。报告期内有6款新车型实现量产,20多款车型实现切换供货,主机配套市场年销量同比增长约16.4%。其中启停电池、驻车空调电池销量持续提升,新能源汽车辅助电池覆盖率和市场份额快速上升。

公司国内维护替换市场份额保持在25%左右。公司通过覆盖全国的销售分子公司及经销商网络拓展维护替换市场业务,继续深入推行渠道精耕,公司通过电子商务平台,线上下单,线下提供上门安装服务的经营模式,使线上线下相融合,打造“服务型”的销售体系,实现消费升级;匹配开发相应的业务管理系统、供应链金融服务系统等,打通研发、生产和销售端,促进终端商与服务商业务线上数字化转型,有力保障营销、订单、发运调度、产销收衔接、货款快速支付等各类业务流转,维护替换市场年销量同比增长约8.3%。

公司借助国内主机配套优势和品牌优势,拓展海外渠道。受国际疫情影响,公司马来西亚电池工厂产量受限,产品海外销售及交付受阻,公司深挖老客户需求,通过云审核、网络验货方式,降低老客户对订单的顾虑,通过网上展会、网络销售等方式开发新客户,2020年海外销售新增出口国家29个,销量同比增长约111%。

公司坚定不移地在研发、生产、销售、使用、回收的每一个环节贯彻“绿色”理念,铅酸电池工厂碳排放水平居于行业领先水平,高于工信部、环保部、发改委联合印发的电池行业清洁生产级标准。公司依托广泛的线下销售服务网络、畅通的线上线下全渠道销售服务数字化平台、自主可控的物流服务能力体系,推进销售回收一体化经营网络的建设和运营,使服务商在销售电池的同时回收废铅蓄电池,拓展其经营链条,增加其利润来源,助力公司的铅回收业务发展。公司铅回收工厂的主要产品为再生精铅及铅合金,大部分用于满足公司自有蓄电池工厂的生产需要,少量外销。

安徽再生公司于2020年12月投产,目前公司废铅蓄电池回收处理能力已达86万吨/年。公司已在东、南、西、北、中分别拥有多个电池生产与回收基地,形成了全产业链的资源闭环和循环利用。2020年公司废铅蓄电池破碎处理量约34.4万吨,同比增长约30%,产出的成品铅约80%用于自供。同时,公司以国家废铅蓄电池回收试点为契机,积极参与全国所有试点省份的试点工作,进一步完善回收渠道建设,共计建设了85个废铅蓄电池集中转运点、2407个废铅蓄电池收集网点。

2、公司紧跟趋势,聚焦低压锂电细分市场开发,蓄势行业发展未来

新能源业务领域,公司已初步形成了锂电池研发、生产、销售、回收的循环产业链布局。

公司目前拥有先进的锂离子电池自动化生产线、48V锂电池生产线和通过国家CNAS认证的检测中心,采用三元体系和磷酸铁锂体系,现有产品包括12V/24V/48V锂电启停与备用电源、单体锂离子电池(电芯)、动力锂离子电池组(PACK)、储能电池等。报告期内,公司主要推进12V、24V、48V低压平台业务,同时积极拓展EV平台业务、储能业务等,与院校在新能源前沿科技、燃料电池、固态锂电池等方面不断进行产学研合作。

公司与国际领先的纯电动超级跑车公司克罗地亚RIMAC公司合资成立的中克骆瑞新能源科技有限公司,一期项目已建设完成,具备年产5万套驱动系统产能,研发出的电机功率密度已达到国内主流水平,优于国内知名品牌同类产品水平。报告期内,中克骆瑞公司扎实推进市场开拓,以灵活、快速响应、成本、技术领先等优势,积极与整车厂保持技术、商务对接中。

公司在湖北谷城投资建设了新能源动力电池回收中试线,获得ISO9001认证,自主开发了动力电池拆解技术、破碎分选技术、萃取技术、合成和烧结工艺等,参与了《废旧电池回收技术规范》这一国家标准及5项团体标准的制定。目前,动力电池回收生产线的建设也在推进过程中。

(二)主要经营模式

1、采购模式

公司采购中心作为集团采购平台,实施集团统筹采购管理。采购中心根据公司需求进行共性/战略性物资的采购计划制定和执行,对应开发和管理供应商,并进行采购成本分析与控制。其中公司对主要原材料铅及其他物料实行自供为主、外采为辅的采购模式,充分发挥绿色循环产业链的优势,实现主营业务的成本管控及可持续发展;在集团总体规划指导下,经过严格的风险评估实施相应的风险对冲措施,从而较好地规避系统风险,确保公司经营的平稳;同时运用采购招标系统平台推进“阳光化采购”,有效控制采购成本。

公司利用铅酸板块“购销一体化”模式,整合电池销售及回收渠道,使电池销售服务商按照“销一收一”的方式回收废旧电池,实现公司铅回收业务的原料采购。

2、生产模式

铅酸电池业务:公司实行“以销定产”的自主生产组织模式。由下属销售型公司根据客户需求按月提供订单数量,运营管理部根据订单的产品型号、数量、交付时间,结合各生产工厂的产能充分运用MES系统(生产信息化管理系统)制定各工厂的生产、交付计划。同时下属销售型公司会根据往年销售数据和行业环境的变化提出合理的备货计划,运营管理部根据备货计划及目前仓库储备情况对生产计划进行调整,从而最大程度的满足市场需求和降低库存。当承接重要客户的定制化订单时,公司研发、采购、运营、生产、销售等部门会相互配合,根据客户要求,进行定制化生产。

再生铅业务:公司实行持续稳定、快进快出的生产模式,与蓄电池生产业务高度融合。在收购废旧铅蓄电池后,及时进行破碎处理,最大程度的发挥产能效应。

新能源业务:公司实行定向开发的生产模式。由于市场特性,公司新能源业务采取定点项目开发式生产。公司通过重点项目研发及试生产,争取主机厂项目的定点资格,在产品审核通过后进行批量生产。

3、销售模式

(1)铅酸电池业务

公司铅酸电池产品的销售模式主要分为以下三种:一是对主机厂直接销售模式,公司已与国内近200家主要汽车生产厂家形成了稳定的供需关系,随着公司海外业务的拓展,实现“全球配套”指日可待;二是经销商+自营销售模式,公司已与覆盖全国22个省、5个自治区、4个直辖市的经销商、遍布全国的近4万家终端门店和维修点达成了合作关系,海外经销商网络也在发展之中;公司已在全国主要城市设有销售分支机构,在做好服务当地经销商的同时针对零售客户开展自营直销业务;三是线上销售模式,公司大力发展电商平台线上零售直销业务,渠道包括自有电商平台及“阿里”、“京东”等知名电商平台,打造“线上下单、线下送货”的“服务型”销售体系,使线上线下充分融合,培养零售客户新型消费观念。

(2)再生铅业务

公司再生铅产品主要采用内供与外销两种销售模式,目前产品大部分自供;同时,公司继续维护湖北金洋等公司多年来累积的优质外部客户资源,在保障自身原材料供应的基础上,也针对外部蓄电池生产厂家积极开展外销业务。

(3)新能源业务

公司新能源产品主要采用项目定点的销售模式,通过与主机厂合作开发、定点开发,进行新能源产品的配套销售。

4、信息化管理

公司高度重视信息化应用,以提高经营效率。近年来持续推进信息化项目建设和系统应用,建立了以ERP为核心,PLM(产品生命周期管理)、OMS(订单管理)、SRM(供应商管理)、MOM(制造运营管理)为关键系统的系统架构,同时涵盖二维码系统、OA、MES、WMS等覆盖企业关键运营环节的信息化平台,有力地支撑了企业从采购到产品生产、发运、销售、回收的全价值链流程,为企业的绿色制造、循环经济的实现打下了坚实的基础。

(三)行业情况

1、铅酸电池业务方面

(1)行业发展态势

2015年以来,国家对铅酸蓄电池制造及回收进一步制定了一系列的政策、标准,旨在调整产业结构,淘汰落后产能企业,提高行业的准入门槛,加强对行业污染的整治力度。环保和行业准入等政策的严格执行有利于铅酸蓄电池行业向产业集中化和规范化方向发展。

近年来,国内年均超2500万辆的新车销量以及超2.8亿辆的存量汽车市场拉动了起动电池销量的增长。国内铅酸蓄电池产品结构中,起动用铅酸蓄电池和动力型铅酸蓄电池占比最大,二者合计占比超70%,其它主要类型的产品包括备用与储能型铅酸蓄电池等。

国内汽车企业受国家发展新能源产业与“双积分”政策影响,广泛推广插电式、增程式、纯电动等各式的新能源汽车。尽管锂电池具有重量轻、循环使用寿命长等优点,但价格昂贵、回收率低等缺点却制约着锂电池在起动电池领域的发展。起动电池领域使用铅酸电池和锂电池的对比情况如下表:

属性	技术成熟度	原材料供应	生产工艺	成本	配套设施	适用范围	安全稳定性	材料回收率
铅酸	历时160余年,技术成熟稳定	铅、塑料、硫酸等随处可见工业产品,供应非常充分,价格稳定	基础的机械加工和环保设备	市场平均成本200–300元/kvah	发动机工作时,电池即可充电;燃油车加油站布局完善	–40℃至70℃以上;适用从燃油车到纯电动的各种车型	电池结构稳定,不易短路或爆裂	90%以上(铅及其合金回收率约99%)
锂电池	历时30年,技术更迭较大,研发投入高	盐湖锂和矿石锂、钴、镍等储量有限,市场需求排长期,材料价格相应增长	无全车统一标准,温度控制、工序更加复杂	目前的成本下限约600–800元/kvah	慢充占市场主流,充电站、充电桩还未全面普及	–10℃至50℃;通常只适用纯电动和增程式电动车,燃油车使用需要做隔热处理	高温或电解液不稳定时,易燃易爆	目前市场上回收率在10%以内(再生利用)

截至2020年底,全球新能源车(包含纯电动、插电式混动、增程式、燃料电池)保有量约1000万辆;其中,中国新能源汽车保有量492万辆,占比接近50%。在国内,新能源汽车保有量占全国汽车总量约1.75%;据有关数据初步统计,中国之外的全球范围,汽车保有量约14亿辆,新能源汽车的保有量占比低于1%。即使是新能源车也广泛使用铅酸电池作为低压系统的辅助电源。从汽车保有量的角度看,未来锂电池在起动电池领域的比例将会有所增加,但铅酸蓄电池仍将占主导地位,二者将共同发展。

(2)公司所处的行业地位

公司深耕汽车铅酸电池40年,在国内建立了完善的销售与服务体系,成为上汽、一汽、东风、广汽、吉利、长安等众多大型车企的主要供应商之一,近年来还陆续实现了戴姆勒、奥迪、林肯、红旗等豪华品牌的批量供货。公司产能、产量和销量多年稳居国内第一,牢牢占据配套市场与维护替换市场最大市场份额。公司在全国范围内布局维护替换市场,拥有一级经销商近2千家,终端网点数量近4万家,成为行业内覆盖面最广,渠道布局最为完善的企业。公司通过电商平台实现“线上线下”融合,消费者线上下单,公司线下提供上门安装服务并回收旧电池,打造“服务型”的销售及回收体系。此外,公司积极拓展海外市场,利用马来西亚生产基地降低采购、生产、销售等方面的成本,产品竞争力强,利润水平高。公司已形成持续的竞争优势,汽车起动电池行业龙头地位不可动摇。

2、再生铅业务方面

(1)行业发展态势

再生铅产业的原料主要是废旧铅酸电池,非法拆解、倾倒酸液、土法冶炼等行为频发,加剧了废旧铅酸电池对环境的污染。为规范回收体系,2016年12月,工信部出台了《再生铅行业规范条件》,规定废铅蓄电池预处理项目规模应超过10万吨/年,预处理–熔炼项目再生铅规模应超过6万吨/年。行业准入门槛的提高,有效的清除了市场上部分无证非法作坊。2019年1月22日,生态环境部联合国家发改委、工信部等8部委联合印发《废铅蓄电池污染防治行动方案》。此后,生态环境部又联合交通运输部印发《铅蓄电池生产企业集中收集和跨区域转运制度试点工作方案》。政策的接连出台,也显示了政府推动并健全废旧铅酸电池回收体系的决心。

从行业来看,非法回收、非法冶炼企业数量减少,废旧电池回收市场定价体系重回稳定。落实生产者责任延伸制的蓄电池企业,已经越来越多的参与到了回收体系的建设中;政策要求铅蓄电池生产企业建立铅酸蓄电池全生命周期追溯系统,符合规范的废旧电池回收率将持续上升。铅酸电池回收目标责任制实施效果显现。

规范型企业再生铅业务的扩张,将填补非法作坊与企业带来的再生铅缺口。随着税费发票、资源竞争、政策执行等环节的陆续完善,再生铅行业将以更健康的模式进行规模化扩张。

(2)公司所处的行业地位

公司是国家循环经济技术中心企业,也是“铅酸电池生产者责任延伸履责评价5A级”企业。公司再生铅技术、设备、工艺居行业领先水平,自动化程度高,废旧铅酸电池年处理能力已达86万吨。

近年来,公司以技术创新为驱动,加强关键核心技术的突破,以攻克绿色、低能耗、环保的再生冶炼技术为发展方向,推动铅酸电池循环产业的发展。公司的再生铅工厂通过脱硫工艺,将废酸处理生成肥料硫酸铵等产品,同时可以实现符合环保排放的废水回收再利用。

公司基于在废铅蓄电池综合回收和无害化处置等方面的丰富实践经验和突出技术能力,参与制订了《废电池分类及代码》、《废铅酸蓄电池回收技术规范》、《再生铅生产废水处理回用技术规范》、《废铅酸蓄电池自动分选金属技术规范》等国家标准及行业标准,这将有利于公司把握行业发展方向、抢占市场先机、打造企业品牌。

3、新能源业务方面

(1)行业发展态势

随着国内新能源汽车数量的增长,动力电池的需求稳步提升。三元锂电池与磷酸铁锂电池依旧是目前市场的主流。三元电池具有更高的能量密度,磷酸铁锂短期内难以撼动三元锂电在高端车市场的地位。

目前电池行业已显现出头部集中的态势,宁德时代、LG化学、松下占据了一半以上的动力电池市场份额,对国内其他电池企业而言,差异化发展,聚焦细分市场,获取其他的市场空间势在必行。

(2)公司所处的行业地位

新能源业务方面,公司将新能源业务板块独立运营,积极跟随市场节奏,推出了12V/24V/48V锂电池产品,力求在细分市场确立优势,蓄势新能源业务板块未来发展。

公司是全球领先的专业汽车电池制造商,拥有电池批量化生产的优势和管理能力,将与下游主机厂通过战略合作等方式建立合作关系,凭借自身优势积极开拓市场。目前公司已在12V、48v低压启停系统方面形成具有行业领先水平的产品及产品线,与目前的铅酸启停电池进行无缝衔接,已与国内外多家主机厂建立了合作关系及定点开发。新能源电机方面,通过整合合资方优势,研发的电机产品功率密度已达到国内主流水平。

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:万元　币种:人民币

	2020年	2019年	本年比上年增减(%)	2018年
总资产	1,236,517.76	1,143,725.34	8.11	1,073,570.31
营业收入	963,981.57	902,339.42	6.83	923,853.25
归属于上市公司股东的净利润	72,613.47	59,519.01	22.00	54,857.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	61,608.95	47,339.11	30.14	42,407.64
归属于上市公司股东的净资产	743,137.67	682,519.61	13.89	586,671.39
经营活动产生的现金流量净额	99,822.35	81,136.00	23.03	54,473.95
基本每股收益(元/股)	0.65	0.53	22.64	0.50
稀释每股收益(元/股)	0.64	0.52	23.08	0.48
加权平均净资产收益率(%)	10.38	9.54	增加0.84个百分点	9.6

3.2 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	1,700,512,900.91	2,365,900,369.47	2,722,443,271.98	2,850,959,176.07
归属于上市公司股东的净利润	65,263,802.89	178,948,882.36	206,368,488.22	275,553,564.04
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	48,290,506.77	169,017,059.27	203,590,911.61	195,191,057.65
经营活动产生的现金流量净额	632,998,446.04	179,589,248.95	–158,969,218.94	344,605,013.07

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4 股本及股东情况

4.1 普通股股东数量及前10 名股东持股情况表

单位:股

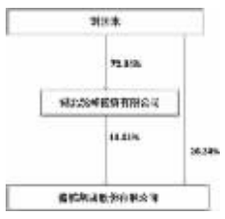
截止报告期末普通股股东总数(户)							57,054
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)							53,666
前10名股东持股情况							
股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
刘国本	67,932,309	294,373,337	26.24	0	质押	72,670,000	境内自然人
湖北驼峰投资有限公司	34,703,541	150,382,009	13.41	0	质押	74,451,000	境内非国有法人
刘长来	8,524,314	36,938,694	3.29	0	质押	16,822,000	境内自然人
香港中央结算有限公司	20,348,066	24,383,394	2.17	0	无	0	其他
中国证券金融股份有限公司	–12,040,936	15,048,012	1.34	0	无	0	国有法人
谭文萍	–200,231	9,225,923	0.82	0	无	0	境内自然人
中央汇金资产管理有限责任公司	1,887,000	8,177,000	0.73	0	无	0	国有法人
王从强	1,812,000	7,852,000	0.70	0	无	0	境内自然人
路明占	–176,554	7,329,509	0.65	0	质押	7,329,509	境内自然人
杨诗军	–7,281,781	6,632,949	0.59	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	湖北驼峰投资有限公司系公司实际控制人刘国本先生的控股公司,刘国本先生兼任湖北驼峰投资有限公司执行董事。刘国本先生之配偶与董事长刘长来先生之配偶系姐妹,股东谭文萍女士系董事刘国本先生侄媳。除此以外,未知上述股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。						

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



5 公司债券情况

□适用 √不适用

三 经营情况讨论与分析

1 经营情况讨论与分析

2020年,面对新冠肺炎疫情的冲击,全体“骆驼人”危难时刻显身手,越是艰难越向前。一方面利用自身资源与优势,积极捐款捐物,开展为抗疫车辆爱心救援活动;一方面在历经50余天的停工停产之后,快速复工复产,紧抓市场机遇,创造了铅酸蓄电池年度产销量的历史新高,实现了经营业绩的持续增长。

报告期内,公司累计生产铅酸蓄电池2,798.5万KVAH,同比增长13.76%,累计销售铅酸蓄电池2,810.3万KVAH,同比增长14.34%;公司实现营业收入963,981.57万元,同比增长6.83%,实现归属于上市公司股东的净利润72,613.47万元,同比增长22%,其中归属于上市公司股东的扣非后净利润61,608.95万元,同比增长30.14%;应缴税费116,638.42万元,同比增长7.24%。

公司已基本形成两个循环产业链(绿色铅酸电池循环产业链、新能源锂电池循环产业链),三位一体研发中心(襄阳、武汉、美国研发中心),六个国内生产基地(湖北襄阳、广西梧州、江苏扬州、江西丰城、新疆托克逊、安徽界首)以及一个海外工厂(马来西亚电池生产工厂)的发展格局,报告期内公司具体经营发展情况如下:

(1)产品技术水平和市场竞争力持续提升

公司始终坚持以技术创新引领企业发展。铅酸电池领域,公司重点推进AGM启停、EFB启停等先进电池的迭代开发,持续进行电池轻量化、高温性能、循环寿命等方面的技术提升,研发出的产品分别得到宝马技术认可、奥迪BMG认可、德国大众实验室BMG认可、北美福特技术认可等。公司开发的商用车驻车空调系列电池全面推出市场,获得众多主机厂认可。再生铅领域,公司的开发重点仍是技术改造和工艺提升,使生产过程更加稳定、高效,产品质量、产品达标率、环保排放水平等进一步提高。

2020年,公司凭借先进的技术、优质的产品和全方位的服务,荣获了一汽解放、福田汽车、福田戴姆勒、东风商用车、东风日产、中国重汽、江淮汽车、三一重工等主机厂商授予的产品质量类荣誉或优秀供应商荣誉;骆驼襄阳蓄电池公司、骆驼华中蓄电池公司被评为国家第五批“绿色工厂”,骆驼华南蓄电池公司被评为广西区级绿色工厂;公司起草的《驻车空调电池标准》、《新能源汽车用辅助电池标准》,已进行了行业贯标,后续将继续推动省级、国家级标准出台;再生铅的“连续熔池熔炼侧吹炉技术”被纳入《国家鼓励发展的重大环保技术装备目录》。

(2)三大销售市场齐开花,销量突破历史新高

①国内主机配套市场:2020年国内汽车产销量较去年同期分别下降了2.0%和1.9%,虽然较上年降幅有所收窄,但仍给铅酸蓄电池主机配套市场带来了一定的压力。公司在稳定现有客户的基础上“重心上移”,重点开发乘用车及商用车高端市场,优化客户结构,陆续导入了一汽奥迪、福特林肯、本田、上汽通用、马自达、福田戴姆勒等多家高端客户。另一方面,公司顺应市场需求,升级产品铅酸蓄电池,乘用车电池中EFB、AGM启停电池销量实现高速增长;抓住商用车驻车空调电池的发展趋势,进行驻车空调用EFB电池的更新迭代,提升驻车空调用AGM电池产能,保障了对一汽解放、柳州商用车、三一集团、江淮汽车、北汽福田、中国重汽等主机厂的供货。通过客户结构优化和产品升级,公司的抗风险能力和市场竞争力进一步增强,报告期内公司国内主机配套市场销量同比增长约16.4%,市场占有率约48%。

②国内维护替换市场:公司继续开展渠道下沉,提升渠道管控能力,同时在全国推行区域销售承包制,探索各地市场特色经营模式,加大区域经营授权;在部分城市试点“优能达”城市汽车服务品牌,采取上门救援、到店送货、旧件回收、售后服务、“电池+”等多种业务服务,开展渠道精耕,推动经销商向服务商转型;开始进行“购销一体化”体系建设,一方面通过蓄电池销售网络按照“销一收一”的方式回收废旧电池,一方面通过废旧电池的回收体系进行新电池的销售,反向扩大电池销售渠道及市占率,降低销售成本,提升市场占有率;通过媒体宣传、品牌活动、电商运营支持等方式,建立系统化的品牌整合营销传播体系,实现品牌认知度及美誉度的大幅提升;与“阿里”、“京东”等知名电商平台合作日趋成熟,与“途虎养车”等多个知名汽车后市场电商平台实现战略合作;研发上线终端销售管理系统,促进终端商与服务商进行线上数字化转型,规范终端销售过程,打通线上线下业务。报告期内,公司国内维护替换市场销量同比增长约8.3%,线上订单量处同类领先水平,市场占有率保持在25%左右。

③海外市场:2020年受全球疫情影响,公司海外销售受阻,面临着生产难、订舱难、运输难、市场走访难等诸多问题。在这样形势之下,公司海外销售团队深挖老客户需求,通过云审核、网络验货等方式保障订单的执行;通过网上展会、网络销售等方式,拓展新客户。报告期内,公司实现了海外市场销量的成倍增长,新增出口国家29个;在北美市场与数家大型渠道商保持稳定合作关系,北美区域销量占海外市场总销量的45%;马来西亚工厂虽受疫情影响产量未达预期,但已向全球80多个国家的后市场供货,并配套供货宝腾汽车。2021年,公司将继续提升海外产能,从降低成本、渠道建设和品牌建设等方面入手,不断提升海外市场占有率,保持海外市场销量的高速增长态势。

(3)新能源锂电池循环产业链持续推进

公司通过前期市场调研,明确了锂电池低压应用为新能源战略切入点,成立了低压锂电开发平台,主要进行12V、24V、48V产品的研发,目标是抢占高功率、高安全、长寿命轻混锂电池市场。报告期内,公司12V锂电产品已成功与多家欧美高端OEM进行技术对接、送样、商务洽谈,并受邀参加了IEC 63118 国际12V锂电池标准制定;在48V应用领域,公司建成的48V软包电池生产线,通过不断的工艺提升,大大缩短了产品制造时间,提高了产品合格率,在2020年4月正式量产,全年累计发货19957组,实现了从0到1的跨越式增长,并获得客户颁发的“最佳技术贡献”奖。公司还在2021年1月被选定为北汽B60V项目48V锂电池供应商,其他项目也在对接中。

锂电池回收是公司新能源电池产业链的闭环保障。2020年公司建成了锂电回收中试线,自主开发了拆解技术、破碎分选技术、萃取技术、合成和烧结工艺等,成功开发出NCM523、NCM622、NCM811三元前驱体产品,同时联合开发了锂电梯次利用设备、环保处理设备,为后续批量化锂电回收奠定了基础。

此外,公司通过储能系统开发,完成了锂电集装箱固定储能项目的测试、安装及应用推广,4款产品通过了泰尔认证;公司入股武汉中极氢能产业创新中心有限公司,结合其对于氢能产业项目孵化的优势,积极参与氢燃料电池系统、氢燃料电池关键零部件等领域。

(4)组织变革及管理模式优化

随着数字化时代的来临,新的技术、新的商业模式的不断涌现,新产品的迭代加速,市场变得越来越不可预知;另一方面,公司经过40年发展,已经成为一个拥有多板块的全球化公司,管理规模和难度不断加大。公司想要加速发展,实现各项战略目标,就需要进行变革,通过变革来打造一个高效的、能够快速适应市场变化的组织,同时打造一支能够适应这个组织需要的管理团队。

2020年,公司聘请了专业咨询团队,在强化集团职能的基础上,初步整合了铅酸蓄电池和新能源两个专业板块,明确了三大销售中心产品、市场双轮驱动模式,建立了研发、采购、物流、工程四大平台,为板块及销售中心业务发展提供了强有力的支撑。公司人力资源与财务管理率先试点转型,对标世界领先企业,从传统的职能型组织和运营模式向COE(Center of Expertise)、BP(Business Partner)、SSC(Shared Service Centre)相互支撑的三支柱运营模式转型,使人力资源和财务部门可以深入了解业务需求并提供解决方案和服务。基于变革后的组织架构,公司引入组织绩效管理机制,将组织的发展目标与团队每个成员的发展目标有机结合。从公司的战略规划分解,到各组织的经营、预算计划制定,最终到落地执行,实现以组织绩效结果为衡量标准进行科学评价,并形成管理闭环,从而达到对战略的有力支撑。

2 报告期内主要经营情况

2.1 利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位:元　币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)
营业收入	9,639,815,718.43	9,023,394,227.57	6.83
营业成本	7,737,499,451.52	7,415,129,097.98	4.35
销售费用	533,095,396.71	510,146,196.31	4.50
管理费用	348,115,322.27	310,967,368.33	11.95
研发费用	82,072,529.37	92,324,146.54	–11.10
财务费用	107,365,388.66	125,633,839.32	–14.54
经营活动产生的现金流量净额	998,223,489.12	811,360,000.67	23.03
投资活动产生的现金流量净额	–308,320,875.53	–541,951,970.87	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	–715,164,112.60	–95,812,064.85	不适用

2.2 收入和成本分析

√适用 □不适用

具体如下:

(1). 主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位:元　币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
铅酸蓄电池	8,477,354,232.09	6,572,143,724.38	22.47	9.21	5.93	增加2.4个百分点
锂电池	17,808,064.60	25,432,074.23	–42.81	不适用	不适用	不适用
再生铅	1,056,647,279.73	1,055,742,929.10	0.09	–11.06	–7.87	减少3.45个百分点
其他	88,006,142.01	84,180,723.81	4.35	33.87	44.25	减少6.88个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
铅酸蓄电池	8,477,354,232.09	6,572,143,724.38	22.47	9.21	5.93	增加2.4个百分点
锂电池	17,808,064.60	25,432,074.23	–42.81	不适用	不适用	不适用
再生铅	1,056,647,279.73	1,055,742,929.10	0.09	–11.06	–7.87	减少3.45个百分点
其他	88,006,142.01	84,180,723.81	4.35	33.87	44.25	减少6.88个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
国内	9,138,136,563.42	7,371,411,175.48	19.33	3.78	1.63	增加1.70个百分点
国外	501,679,155.01	366,088,276.04	27.03	115.40	125.73	减少3.34个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明

无

(2). 产销量情况分析表

√适用 □不适用

主要产品	单位	生产量	销售量	库存量	生产量比上年增减(%)	销售量比上年增减(%)	库存量比上年增减(%)
铅酸蓄电池	KVAH	27,985,477.11	28,103,250.27	2,351,166.44	13.76	14.34	–4.77
再生铅	吨	315,004.81	313,639.25	6,191.75	17.90	14.40	28.29
锂电池	KWH	9,402.44	7,663.34	16,077.10	745.84	不适用	–0.58

产销量情况说明

无

(3). 成本分析表

单位:元

分行业情况							
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
铅酸蓄电池	直接材料	5,810,955,842.63	75.10	5,526,198,795.32	74.53	5.15	
	直接人工	302,385,534.53	3.91	255,402,452.25	3.44	18.40	
	制造费用	458,802,347.22	5.93	422,655,983.08	5.70	8.55	
锂电池	材料、人工、制造费用	25,432,074.23	0.33		不适用	不适用	
再生铅	材料、人工、制造费用	1,055,742,929.10	13.64	1,145,935,392.24	15.45	–7.87	
其他	材料、人工、制造费用	84,180,723.81	1.09	58,357,666.74	0.79	44.25	
分产品情况							
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
铅酸蓄电池	直接材料	5,810,955,842.63	75.10	5,526,198,795.32	74.53	5.15	
	直接人工	302,385,534.53	3.91	255,402,452.25	3.44	18.40	
	制造费用	458,802,347.22	5.93	422,655,983.08	5.70	8.55	
锂电池	材料、人工、制造费用	25,432,074.23	0.33		不适用	不适用	
再生铅	材料、人工、制造费用	1,055,742,929.10	13.64	1,145,935,392.24	15.45	–7.87	
其他	材料、人工、制造费用	84,180,723.81	1.09	58,357,666.74	0.79	44.25	

成本分析其他情况说明

无

(4). 主要销售客户及主要供应商情况

√适用 □不适用

前五名客户销售额111,388.43万元,占年度销售总额11.57%;其中前五名客户销售额中关联方销售额0万元,占年度销售总额0 %。

前五名供应商采购