

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www.sse.com.cn网站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。
3 公司全体董事出席董事会会议。
4 华兴会计师事务所(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 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
1、公司向全体股东每10股派发现金股利4.20元(含税)。截至2021年12月31日,公司总股本为401,000,000股,以此计算拟派发现金股利168,420,000元(含税),剩余未分配利润结转至下一年度分配。
2、公司向全体股东每10股以资本公积金转增股份,以截至2021年12月31日公司总股本401,000,000股测算,本次转增后,公司总股本为521,300,000股(最终以中国证券登记结算有限责任公司上海分公司登记为准)。
3、如本利润分配预案披露之日起至实施权益分派股权登记日期间,公司总股本发生变动的,公司拟维持利润分配、转增总额不变,相应调整每股分配、转增比例。

第二节 公司简介

1 公司简介
公司代码:603327 公司简称:福蓉科技
A股 上市证券交易所:上海证券交易所 简称:福蓉科技 股票代码:603327 无 变更前简称(如有)
联系人姓名及职务
姓名 职位
魏卫 董事长
曾特松 财务总监
地址 四川省成都市天府新区大港二路18号 四川省成都市天府新区大港二路18号
电话 028-82262881 028-82262881
电子邮箱 zhenqun@furuo.com.cn zhenqun@furuo.com.cn

2 报告期公司主要业务简介
(一)所处行业基本情况
公司是从事消费电子产品定制结构件材料研发、生产及销售业务的专业厂家,主要产品是消费电子产品定制结构件材料,产品进一步加工后用于制作智能手机中框结构件、平板电脑和笔记本电脑外壳、穿戴设备结构件以及手机卡托、摄像头、按键等零部件。
由于定制结构件具有款式多样、抗压抗弯能力强、抗刮抗划伤等优点,而且使用定制结构件的手续简单,加工周期短,外观精美、机理多样、质感好,深受消费者的欢迎,因此在定制结构件行业在智能手机中框领域快速发展,推动了产业链的快速发展,消费电子产品定制结构件的需求主要来自智能手机、平板电脑和笔记本电脑市场,伴随着5G发展的不断推进,智能手机中框已广泛应用于金属机身结构件成为智能手机行业的主流设计,2017年以来,各大厂商纷纷推出采用高强度铝合金中框+玻璃+玻璃背板设计的高端旗舰型手机,其中7系高端铝合金中框成为主流趋势,随着智能手机、平板、笔记本电脑等消费电子产品的不断升级换代和推出,定制结构件特别是7系高端铝合金中框结构件的需求保持了较为稳定的增长。

1、2021年全年智能手机出货量实现逆势增长
智能手机在已成为绝大多数人生活中不可或缺的设备,IDC报告指出,智能手机出现以来,整个市场保持高速增长,2021年全球智能手机出货量为7.28亿台,到了2016年则已达到1.47亿台,出货总量翻了一倍不止,而在2020年的四年时间里,智能手机市场呈现一个相对稳定的态势,每年出货量保持相对稳定略有增长。

2021年国内各地区和地区的情况得到控制,经济开始复苏,智能手机的需求及出货总量实现了五年来的首次增长,Camelyst最新数据显示,2021年全年全球智能手机出货量达到13.62亿,同比增长超25%,接近疫情前2019年的13.72亿,其中,三星以近2亿部智能手机出货量全球第一,同比增长20%的市场份额,其次则是苹果iPhone系列的增长,迎来久违首季,全年出货量达到2.32亿,同比增长11%,排名第二,小米则超过1.91亿部智能手机的出货量表现,OPPO和Vivo以同比增长22%和15%,分别排名第三和第五。

图 1 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 2 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 3 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 4 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 5 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 6 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 7 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 8 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 9 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 10 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 11 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 12 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 13 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 14 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 15 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 16 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 17 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 18 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 19 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 20 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 21 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 22 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 23 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 24 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 25 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 26 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 27 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 28 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 29 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 30 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 31 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 32 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 33 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 34 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 35 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 36 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 37 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 38 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 39 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 40 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 41 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 42 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 43 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 44 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 45 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 46 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 47 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 48 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 49 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 50 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 51 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 52 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 53 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 54 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 55 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 56 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 57 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 58 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 59 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 60 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 61 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 62 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 63 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 64 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 65 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 66 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 67 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 68 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 69 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 70 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 71 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 72 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 73 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 74 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 75 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 76 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 77 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 78 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 79 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 80 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 81 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 82 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 83 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 84 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 85 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 86 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 87 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 88 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 89 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 90 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 91 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 92 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 93 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 94 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 95 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 96 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 97 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 98 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 99 全球智能手机出货量(单位:百万部)
图 100 全球智能手机出货量(单位:百万部)

2、折叠屏手机需求增长迅猛
Camly最新数据显示,折叠屏智能手机的出货量在2021年达到了890万部,同比增长148%,折叠屏手机需求增长迅猛主要是由于在疫情发生至今的两年多时间里,消费者对大屏设备长期使用已形成习惯,并逐渐变成了使用习惯,这促进了折叠屏手机这类可实现大屏显示、携又方便的产品需求,同时,消费者对移动产品上不断地寻求更优质的体验,大屏带来的娱乐体验进一步刺激了大屏用户的需求,随着全球经济在疫情中复苏,智能手机行业迎来了新的转机从而使得消费者对大屏智能手机的需求和欲望得以实现成为可能,因此折叠屏智能手机应运而生。其次,折叠屏产品极具差异化的外观极大地刺激了智能手机市场,尤其是抓住早期和高端用户的眼球。

3、平板电脑需求强劲
根据调研机构IDC数据显示,2021年全年全球平板电脑出货量同比增长29%,达到1.68亿台,是2016年以来的最高水平,2021年全年中国平板电脑市场出货量为2846万台,同比增长21.8%,创下近年来出货量新高,这主要是使用频率较高的使用平板电脑进行学习、办公和娱乐的需求长期存在,消费者的使用习惯已逐渐养成,使得用户也明显高于疫情之前,因此疫情导致消费者对平板电脑的需求持续保持强劲,而且随着各大厂商纷纷进入平板电脑市场,原有参与者也不断加大研发投入,将会继续促进平板电脑市场的使用增长,国内市场方面,在“双减”政策影响下,部分家长的教育焦虑感使得平板电脑在教育上的使用需求也表现十分明显。
4、笔记本电脑出货量需求持续增长
全球笔记本电脑出货量在去年创下新高,Strategy Analytics最新发布的研究报告显示,2021年全球笔记本电脑出货量为2.68亿台,较去年同期增长13%,这主要是由于混合工作环境的持续需求支持了发达市场的增长,同时全球新兴市场以及全球商用市场的PC需求表现强劲,但供应仍是关键因素,2021年PC市场的供应链环境使得供应出现短缺,全年PC需求实际上大于目前出货水平,到2021年底,许多亚洲地区的工厂才完成订单。

(二)新公司的法律、行政、税务、银行、行业政策对行业发展的重大影响
报告期内,多项国家政策的颁布实施,对公司所处行业产生了较为有利影响。
2021年3月,国务院发布《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出,推动制造业高端化、智能化、绿色化发展,发展服务型制造新模式,推动制造业高端化、智能化、绿色化。改造提升传统产业,推动石化、钢铁、有色、建材等原材料产业优化结构和结构重组,深入实施制造业技术改造升级专项工程,支持企业应用先进适用技术,加强设备更新和智能化改造应用,建设智能制造示范工厂,完善智能制造标准体系,明确将“虚拟现实和增强现实”列为数字经济关键核心技术点。

2021年3月,工业和信息化部发布《关于推动“双千兆”网络协同发展行动计划(2021-2023年)的通知》明确,用三年时间,基本建成全国覆盖城市和农村乡镇的“双千兆”网络基础设施,实现固定和移动网络具备“千兆到户”能力,千兆光网络和5G网络加快发展,用户体验持续提升,增强现实/虚拟现实(AR/VR)、超高清视频等高频应用进一步融入生产、典型行业工业应用模式形成示范,助推终端设备全面升级和终端普及,推动5G网络产品体系,推动支持5GSA/NSA、多制式的智能手机、可穿戴设备、工业互联网等新型终端设备的研发和产业化,加快提升更多接入能力的手机、电脑、4K/8K超高清设备等终端设备。
2021年5月18日,国家发改委在新闻发布会上表示,在大力提升实体经济效能水平,支持发展高端装备制造、虚拟现实/增强现实设备、可穿戴设备等面向消费级的高端电子产品,加快推广高端终端应用设备和产品。

2021年7月,工信部等十部门《关于推动5G应用“扬帆”行动计划(2021-2023年)的通知》,要求加强工业互联网深化应用,5G+工业互联网。推进5G模组与AR/VR、远程操控设备、机器视觉、AGV等工业终端的深度融合,融研发设计、生产制造、运营管理、维护服务等环节,聚焦“5G+工业互联网”发展重点行业,打造产业生态,扩大区域应用,推动各地建设“5G+工业互联网”融合应用示范区,不断拓展5G应用,提升绿色、清洁生产、节能环保、安全生产等能力。
2021年12月,工业和信息化部发布《“十四五”智能制造发展规划》,提出加快体系创新,增强融合发展动能,深化应用,提升转型升级新路径,研发融合数字孪生、大数据、人工智能、边缘计算、虚拟现实/增强现实(VR/AR)、5G、4K+8K、工业互联网等新技术在智能工厂、智能生产等重点工作,加快研发新一代工业机器人等装备,加强关键核心技术攻关,完善智能工厂建设的技术标准体系,提升自主可控能力。

2021年12月,工业和信息化部等三部《联合印发《“十四五”原材料工业发展规划》。《规划》按照“创新驱动、市场主导、供需协调、绿色发展”的基本原则,提出了未来五年的总体发展目标和16个远景目标,到2025年,原材料工业保障和引领高端装备发展的能力明显增强,增加值增速保持合理水平,在制造业高质量发展中,原材料工业支撑作用更加突出,与材料行业匹配明显提升,初步形成质量更高、更好服务、更绿色、更安全的产业体系,推动行业转型升级,实现碳达峰、碳中和目标,为研发、生产、应用高端、新材料产业竞争力全面提升,绿色低碳发展水平世界先进,产业体系安全自主可控。

(一)主要业务
公司主要业务包括:智能手机铝制中框结构件、平板电脑外壳和笔记本电脑盖板、底板、键盘盘材料以及手机卡托、摄像头、按键、铰链等铝制结构件材料研发、生产及销售。
(二)主要产品及其用途
公司的主要产品是消费电子。
1.制作手机中框、折屏手机中框材料,主要用于三星、LG、OPPO、华为等品牌智能手机和折叠屏手机。
2.制作平板电脑外壳,主要用于苹果iPad和三星等品牌平板电脑。
3.制作笔记本电脑盖板、底板和键盘,主要用于苹果、三星、联想、戴尔等笔记本电脑。
4.制作手机卡托、摄像头、按键、折屏手机铰链等,主要用于三星、苹果、小米等品牌产品。

(三)经营模式
1.销售模式
公司的销售模式包括直销和经销两种。
(1)直销模式
①直销模式
公司与直销客户/消费电子品牌商和工厂签订买断式购销合同,客户按需向公司发出订单,客户指定具体需求、销售价格、货款支付条件及退换货方式等。直销模式下,公司客户在指定交货期前,即公司发出品质厂商的订单后,品质厂商将加工好的商品经厂商商检合格后,直接发交客户或客户指定工厂。
②经销模式
公司通过经销商经营公司品牌消费电子用户,并由经销商提供技术服务,公司对经销商销售产品采用买断方式,产品的售后服务也由经销商负责,并由经销商对经销商的供货管理,保证供货及时,对经销商提供售后服务支持,增强经销商对终端客户的服务能力,提高客户满意度,同时,公司也会直接面对终端客户进行更先进的技术沟通,了解终端客户对产品技术的需求,特别是对于新项目、新产品,公司会协助经销商跟进终端客户的项目研发全过程,直至直接稳定供货,以提高项目研发及量产成功率。
2.定价模式
基于公司产品所处的行业特性、产品技术难度及市场环境,公司产品价格按照“基准价+加工费”的原则,以成本作为主要定价依据,综合考虑供需关系、与客户的谈判定价,对于出口业务,采用LME价格扣除运费后定价的依据,综合考虑铝价因素、竞争程度等因素与客户协商确定价格。
3.设计模式
根据客户提供的图纸及技术要求,进行合金及产品研发设计,并不符合标准规范要求无法满足制造工艺要求的内容,与客户进行协商修改设计。
4.采购模式
公司原材料采购主要采取“以销定产、以产定购”的采购方式,公司所需原材料均由公司采购部统一进行。

对于大宗原材料采购,如铜锭、重熔用铝锭采购,公司实行战略供应商采购制度,与一些规模比较大、实力比较强的供应商签订长期协议,建立长期稳定的合作关系,保证了材料采购过程中产品的质量稳定,同时,具体材料供货量以采购的订单确认数量为准,根据客户订单及生产计划制定采购少量批量的订单向供应商采购。公司向供应商价格根据供应商不同而有不同,主要以内销市场价格或均价作为定价基准;铜锭采购结算价格为“基准价+加工费”,具体加工费水平由公司与供应商在市场价格波动的基础上协商确定。
对于非关键原材料主要采取招标、比价等方式,根据当时市场价格情况,综合考虑性价比进行供应商选择。
5.生产模式
由于公司产品主要为定制型的非标准化产品,用户对产品的合金成分、几何尺寸、性能要求均不同,公司的生产模式采取“以销定产”模式,即根据客户的订单来安排、组织生产。
(四)自主生产
公司采取“以销定产”的模式,公司对销售商负责发货,接收销售商提供的客户订单,合理分工、跟踪和质量新任务,添加工业生产线的日作业计划,配合生产部门做好提高台生产效率率和订单交付工作。
(5)委托加工和租赁
为满足客户需要,应对为客户机型开发、新品发布等周期性生产高峰,确保按期交货,公司在产能无法通过订单单时通过外购/商号开展委托加工业务以及租赁控股股东生产线进行生产,以迅速补充产能不足的问题。
(六)生产场地及竞争优势
消费电子产品定制结构件材料行业深耕多年,形成了深厚的技术沉淀和具有自身特色的竞争优势,使得消费电子定制结构件材料行业一直保持领先地位。公司是国内消费电子产品定制结构件材料细分领域的专业厂家和核心企业,是苹果苹果公司全球第200位供应商之一,是韩国三星集团产品在国内的主要供应商。
公司通过多年的持续研发和技术积累,在平板电脑、笔记本电脑和智能手机等消费电子产品外壳、背板、中框结构件生产领域拥有十分成熟的技术,截至目前公司共有发明专利9个,实用新型专利22个,此外,公司还研发出了新技术的储备和应用推广,公司是国内外在手机、平板电脑中研发使用航空级铝合金材料厂家,至今已成功开发并应用了多个7系合金。经过多年积累,公司成为目前行业内少数研发使用生产级可阳极氧化处理消费电子产品铝型材厂家,也是目前生产系制结构件材料品质最高的厂家。
(五)主要的研发驱动因素
1.市场需求
2021年,公司抓住疫情情况下平板需求仍然保持强劲势头和消费逐步恢复刺激用户对手机需求增长的市场机遇,在国内市场领先地位基础上,公司组织了成功研发了7系合金平板、7系合金折叠屏手机材料订单,全年7系合金手机、平板电脑出货量同比增长超预期,为公司业绩增长提供新动能。
2.科技创新驱动
公司组建多个科技研发项目,全年研发投入达1,700万元,通过科技创新,全年共开发试制成功多个新产品,其中,具体材料供货量以采购的订单确认数量为准,根据客户订单及生产计划制定采购少量批量的订单向供应商采购。公司目前研发使用生产级可阳极氧化处理消费电子产品铝型材厂家,也是目前生产系制结构件材料品质最高的厂家。
(五)主要的研发驱动因素
1.市场需求
2021年,公司抓住疫情情况下平板需求仍然保持强劲势头和消费逐步恢复刺激用户对手机需求增长的市场机遇,在国内市场领先地位基础上,公司组织了成功研发了7系合金平板、7系合金折叠屏手机材料订单,全年7系合金手机、平板电脑出货量同比增长超预期,为公司业绩增长提供新动能。
2.科技创新驱动
公司组建多个科技研发项目,全年研发投入达1,700万元,通过科技创新,全年共开发试制成功多个新产品,其中,具体材料供货量以采购的订单确认数量为准,根据客户订单及生产计划制定采购少量批量的订单向供应商采购。公司向供应商价格根据供应商不同而有不同,主要以内销市场价格或均价作为定价基准;铜锭采购结算价格为“基准价+加工费”,具体加工费水平由公司与供应商在市场价格波动的基础上协商确定。
对于非关键原材料主要采取招标、比价等方式,根据当时市场价格情况,综合考虑性价比进行供应商选择。
5.生产模式
由于公司产品主要为定制型的非标准化产品,用户对产品的合金成分、几何尺寸、性能要求均不同,公司的生产模式采取“以销定产”模式,即根据客户的订单来安排、组织生产。
(四)自主生产
公司采取“以销定产”的模式,公司对销售商负责发货,接收销售商提供的客户订单,合理分工、跟踪和质量新任务,添加工业生产线的日作业计划,配合生产部门做好提高台生产效率率和订单交付工作。
(5)委托加工和租赁
为满足客户需要,应对为客户机型开发、新品发布等周期性生产高峰,确保按期交货,公司在产能无法通过订单单时通过外购/商号开展委托加工业务以及租赁控股股东生产线进行生产,以迅速补充产能不足的问题。
(六)生产场地及竞争优势
消费电子产品定制结构件材料行业深耕多年,形成了深厚的技术沉淀和具有自身特色的竞争优势,使得消费电子定制结构件材料行业一直保持领先地位。公司是国内消费电子产品定制结构件材料细分领域的专业厂家和核心企业,是苹果苹果公司全球第200位供应商之一,是韩国三星集团产品在国内的主要供应商。
公司通过多年的持续研发和技术积累,在平板电脑、笔记本电脑和智能手机等消费电子产品外壳、背板、中框结构件生产领域拥有十分成熟的技术,截至目前公司共有发明专利9个,实用新型专利22个,此外,公司还研发出了新技术的储备和应用推广,公司是国内外在手机、平板电脑中研发使用航空级铝合金材料厂家,至今已成功开发并应用了多个7系合金。经过多年积累,公司成为目前行业内少数研发使用生产级可阳极氧化处理消费电子产品铝型材厂家,也是目前生产系制结构件材料品质最高的厂家。
(五)主要的研发驱动因素
1.市场需求
2021年,公司抓住疫情情况下平板需求仍然保持强劲势头和消费逐步恢复刺激用户对手机需求增长的市场机遇,在国内市场领先地位基础上,公司组织了成功研发了7系合金平板、7系合金折叠屏手机材料订单,全年7系合金手机、平板电脑出货量同比增长超预期,为公司业绩增长提供新动能。
2.科技创新驱动
公司组建多个科技研发项目,全年研发投入达1,700万元,通过科技创新,全年共开发试制成功多个新产品,其中,具体材料供货量以采购的订单确认数量为准,根据客户订单及生产计划制定采购少量批量的订单向供应商采购。公司向供应商价格根据供应商不同而有不同,主要以内销市场价格或均价作为定价基准;铜锭采购结算价格为“基准价+加工费”,具体加工费水平由公司与供应商在市场价格波动的基础上协商确定。
对于非关键原材料主要采取招标、比价等方式,根据当时市场价格情况,综合考虑性价比进行供应商选择。
5.生产模式
由于公司产品主要为定制型的非标准化产品,用户对产品的合金成分、几何尺寸、性能要求均不同,公司的生产模式采取“以销定产”模式,即根据客户的订单来安排、组织生产。
(四)自主生产
公司采取“以销定产”的模式,公司对销售商负责发货,接收销售商提供的客户订单,合理分工、跟踪和质量新任务,添加工业生产线的日作业计划,配合生产部门做好提高台生产效率率和订单交付工作。
(5)委托加工和租赁
为满足客户需要,应对为客户机型开发、新品发布等周期性生产高峰,确保按期交货,公司在产能无法通过订单单时通过外购/商号开展委托加工业务以及租赁控股股东生产线进行生产,以迅速补充产能不足的问题。
(六)生产场地及竞争优势
消费电子产品定制结构件材料行业深耕多年,形成了深厚的技术沉淀和具有自身特色的竞争优势,使得消费电子定制结构件材料行业一直保持领先地位。公司是国内消费电子产品定制结构件材料细分领域的专业厂家和核心企业,是苹果苹果公司全球第200位供应商之一,是韩国三星集团产品在国内的主要供应商。
公司通过多年的持续研发和技术积累,在平板电脑、笔记本电脑和智能手机等消费电子产品外壳、背板、中框结构件生产领域拥有十分成熟的技术,截至目前公司共有发明专利9个,实用新型专利22个,此外,公司还研发出了新技术的储备和应用推广,公司是国内外在手机、平板电脑中研发使用航空级铝合金材料厂家,至今已成功开发并应用了多个7系合金。经过多年积累,公司成为目前行业内少数研发使用生产级可阳极氧化处理消费电子产品铝型材厂家,也是目前生产系制结构件材料品质最高的厂家。
(五)主要的研发驱动因素
1.市场需求
2021年,公司抓住疫情情况下平板需求仍然保持强劲势头和消费逐步恢复刺激用户对手机需求增长的市场机遇,在国内市场领先地位基础上,公司组织了成功研发了7系合金平板、7系合金折叠屏手机材料订单,全年7系合金手机、平板电脑出货量同比增长超预期,为公司业绩增长提供新动能。
2.科技创新驱动
公司组建多个科技研发项目,全年研发投入达1,700万元,通过科技创新,全年共开发试制成功多个新产品,其中,具体材料供货量以采购的订单确认数量为准,根据客户订单及生产计划制定采购少量批量的订单向供应商采购。公司向供应商价格根据供应商不同而有不同,主要以内销市场价格或均价作为定价基准;铜锭采购结算价格为“基准价+加工费”,具体加工费水平由公司与供应商在市场价格波动的基础上协商确定。
对于非关键原材料主要采取招标、比价等方式,根据当时市场价格情况,综合考虑性价比进行供应商选择。
5.生产模式
由于公司产品主要为定制型的非标准化产品,用户对产品的合金成分、几何尺寸、性能要求均不同,公司的生产模式采取“以销定产”模式,即根据客户的订单来安排、组织生产。
(四)自主生产
公司采取“以销定产”的模式,公司对销售商负责发货,接收销售商提供的客户订单,合理分工、跟踪和质量新任务,添加工业生产线的日作业计划,配合生产部门做好提高台生产效率率和订单交付工作。
(5)委托加工和租赁
为满足客户需要,应对为客户机型开发、新品发布等周期性生产高峰,确保按期交货,公司在产能无法通过订单单时通过外购/商号开展委托加工业务以及租赁控股股东生产线进行生产,以迅速补充产能不足的问题。
(六)生产场地及竞争优势
消费电子产品定制结构件材料行业深耕多年,形成了深厚的技术沉淀和具有自身特色的竞争优势,使得消费电子定制结构件材料行业一直保持领先地位。公司是国内消费电子产品定制结构件材料细分领域的专业厂家和核心企业,是苹果苹果公司全球第200位供应商之一,是韩国三星集团产品在国内的主要供应商。
公司通过多年的持续研发和技术积累,在平板电脑、笔记本电脑和智能手机等消费电子产品外壳、背板、中框结构件生产领域拥有十分成熟的技术,截至目前公司共有发明专利9个,实用新型专利22个,此外,公司还研发出了新技术的储备和应用推广,公司是国内外在手机、平板电脑中研发使用航空级铝合金材料厂家,至今已成功开发并应用了多个7系合金。经过多年积累,公司成为目前行业内少数研发使用生产级可阳极氧化处理消费电子产品铝型材厂家,也是目前生产系制结构件材料品质最高的厂家。
(五)主要的研发驱动因素
1.市场需求
2021年,公司抓住疫情情况下平板需求仍然保持强劲势头和消费逐步恢复刺激用户对手机需求增长的市场机遇,在国内市场领先地位基础上,公司组织了成功研发了7系合金平板、7系合金折叠屏手机材料订单,全年7系合金手机、平板电脑出货量同比增长超预期,为公司业绩增长提供新动能。
2.科技创新驱动
公司组建多个科技研发项目,全年研发投入达1,700万元,通过科技创新,全年共开发试制成功多个新产品,其中,具体材料供货量以采购的订单确认数量为准,根据客户订单及生产计划制定采购少量批量的订单向供应商采购。公司向供应商价格根据供应商不同而有不同,主要以内销市场价格或均价作为定价基准;铜锭采购结算价格为“基准价+加工费”,具体加工费水平由公司与供应商在市场价格波动的基础上协商确定。
对于非关键原材料主要采取招标、比价等方式,根据当时市场价格情况,综合考虑性价比进行供应商选择。
5.生产模式
由于公司产品主要为定制型的非标准化产品,用户对产品的合金成分、几何尺寸、性能要求均不同,公司的生产模式采取“以销定产”模式,即根据客户的订单来安排、组织生产。
(四)自主生产
公司采取“以销定产”的模式,公司对销售商负责发货,接收销售商提供的客户订单,合理分工、跟踪和质量新任务,添加工业生产线的日作业计划,配合生产部门做好提高台生产效率率和订单交付工作。
(5)委托加工和租赁
为满足客户需要,应对为客户机型开发、新品发布等周期性生产高峰,确保按期交货,公司在产能无法通过订单单时通过外购/商号开展委托加工业务以及租赁控股股东生产线进行生产,以迅速补充产能不足的问题。
(六)生产场地及竞争优势
消费电子产品定制结构件材料行业深耕多年,形成了深厚的技术沉淀和具有自身特色的竞争优势,使得消费电子定制结构件材料行业一直保持领先地位。公司是国内消费电子产品定制结构件材料细分领域的专业厂家和核心企业,是苹果苹果公司全球第200位供应商之一,是韩国三星集团产品在国内的主要供应商。
公司通过多年的持续研发和技术积累,在平板电脑、笔记本电脑和智能手机等消费电子产品外壳、背板、中框结构件生产领域拥有十分成熟的技术,截至目前公司共有发明专利9个,实用新型专利22个,此外,公司还研发出了新技术的储备和应用推广,公司是国内外在手机、平板电脑中研发使用航空级铝合金材料厂家,至今已成功开发并应用了多个7系合金。经过多年积累,公司成为目前行业内少数研发使用生产级可阳极氧化处理消费电子产品铝型材厂家,也是目前生产系制结构件材料品质最高的厂家。
(五)主要的研发驱动因素
1.市场需求
2021年,公司抓住疫情情况下平板需求仍然保持强劲势头和消费逐步恢复刺激用户对手机需求增长的市场机遇,在国内市场领先地位基础上,公司组织了成功研发了7系合金平板、7系合金折叠屏手机材料订单,全年7系合金手机、平板电脑出货量同比增长超预期,为公司业绩增长提供新动能。
2.科技创新驱动
公司组建多个科技研发项目,全年研发投入达1,700万元,通过科技创新,全年共开发试制成功多个新产品,其中,具体材料供货量以采购的订单确认数量为准,根据客户订单及生产计划制定采购少量批量的订单向供应商采购。公司向供应商价格根据供应商不同而有不同,主要以内销市场价格或均价作为定价基准;铜锭采购结算价格为“基准价+加工费”,具体加工费水平由公司与供应商在市场价格波动的基础上协商确定。
对于非关键原材料主要采取招标、比价等方式,根据当时市场价格情况,综合考虑性价比进行供应商选择。
5.生产模式
由于公司产品主要为定制型的非标准化产品,用户对产品的合金成分、几何尺寸、性能要求均不同,公司的生产模式采取“以销定产”模式,即根据客户的订单来安排、组织生产。
(四)自主生产
公司采取“以销定产”的模式,公司对销售商负责发货,接收销售商提供的客户订单,合理分工、跟踪和质量新任务,添加工业生产线的日作业计划,配合生产部门做好提高台生产效率率和订单交付工作。
(5)委托加工和租赁
为满足客户需要,应对为客户机型开发、新品发布等周期性生产高峰,确保按期交货,公司在产能无法通过订单单时通过外购/商号开展委托加工业务以及租赁控股股东生产线进行生产,以迅速补充产能不足的问题。
(六)生产场地及竞争优势
消费电子产品定制结构件材料行业深耕多年,形成了深厚的技术沉淀和具有自身特色的竞争优势,使得消费电子定制结构件材料行业一直保持领先地位。公司是国内消费电子产品定制结构件材料细分领域的专业厂家和核心企业,是苹果苹果公司全球第200位供应商之一,是韩国三星集团产品在国内的主要供应商。
公司通过多年的持续研发和技术积累,在平板电脑、笔记本电脑和智能手机等消费电子产品外壳、背板、中框结构件生产领域拥有十分成熟的技术,截至目前公司共有发明专利9个,实用新型专利22个,此外,公司还研发出了新技术的储备和应用推广,公司是国内外在手机、平板电脑中研发使用航空级铝合金材料厂家,至今已成功开发并应用了多个7系合金。经过多年积累,公司成为目前行业内少数研发使用生产级可阳极氧化处理消费电子产品铝型材厂家,也是目前生产系制结构件材料品质最高的厂家。
(五)主要的研发驱动因素
1.市场需求
2021年,公司抓住疫情情况下平板需求仍然保持强劲势头和消费逐步恢复刺激用户对手机需求增长的市场机遇,在国内市场领先地位基础上,公司组织了成功研发了7系合金平板、7系合金折叠屏手机材料订单,全年7系合金手机、平板电脑出货量同比增长超预期,为公司业绩增长提供新动能。
2.科技创新驱动
公司组建多个科技研发项目,全年研发投入达1,700万元,通过科技创新,全年共开发试制成功多个新产品,其中,具体材料供货量以采购的订单确认数量为准,根据客户订单及生产计划制定采购少量批量的订单向供应商采购。公司向供应商价格根据供应商不同而有不同,主要以内销市场价格或均价作为定价基准;铜锭采购结算价格为“基准价+加工费”,具体加工费水平由公司与供应商在市场价格波动的基础上协商确定。
对于非关键原材料主要采取招标、比价等方式,根据当时市场价格情况,综合考虑性价比进行供应商选择。
5.生产模式
由于公司产品主要为定制型的非标准化产品,用户对产品的合金成分、几何尺寸、性能要求均不同,公司的生产模式采取“以销定产”模式,即根据客户的订单来安排、组织生产。
(四)自主生产
公司采取“以销定产”的模式,公司对销售商负责发货,接收销售商提供的客户订单,合理分工、跟踪和质量新任务,添加工业生产线的日作业计划,配合生产部门做好提高台生产效率率和订单交付工作。
(5)委托加工和租赁
为满足客户需要,应对为客户机型开发、新品发布等周期性生产高峰,确保按期交货,公司在产能无法通过订单单时通过外购/商号开展委托加工业务以及租赁控股股东生产线进行生产,以迅速补充产能不足的问题。
(六)生产场地及竞争优势
消费电子产品定制结构件材料行业深耕多年,形成了深厚的技术沉淀和具有自身特色的竞争优势,使得消费电子定制结构件材料行业一直保持领先地位。公司是国内消费电子产品定制结构件材料细分领域的专业厂家和核心企业,是苹果苹果公司全球第200位供应商之一,是韩国三星集团产品在国内的主要供应商。
公司通过多年的持续研发和技术积累,在平板电脑、笔记本电脑和智能手机等消费电子产品外壳、背板、中框结构件生产领域拥有十分成熟的技术,截至目前公司共有发明专利9个,实用新型专利22个,此外,公司还研发出了新技术的储备和应用推广,公司是国内外在手机、平板电脑中研发使用航空级铝合金材料厂家,至今已成功开发并应用了多个7系合金。经过多年积累,公司成为目前行业内少数研发使用生产级可阳极氧化处理消费电子产品铝型材厂家,也是目前生产系制结构件材料品质最高的厂家。
(五)主要的研发驱动因素
1.市场需求
2021年,公司抓住疫情情况下平板需求仍然保持强劲势头和消费逐步恢复刺激用户对手机需求增长的市场机遇,在国内市场领先地位基础上,公司组织了成功研发了7系合金平板、7系合金折叠屏手机材料订单,全年7系合金手机、平板电脑出货量同比增长超预期,为公司业绩增长提供新动能。
2.科技创新驱动
公司组建多个科技研发项目,全年研发投入达1,700万元,通过科技创新,全年共开发试制成功多个新产品,其中,具体材料供货量以采购的订单确认数量为准,根据客户订单及生产计划制定采购少量批量的订单向供应商采购。公司向供应商价格根据供应商不同而有不同,主要以内销市场价格或均价作为定价基准;铜锭采购结算价格为“基准价+加工费”,具体加工费水平由公司与供应商在市场价格波动的基础上协商确定。
对于非关键原材料主要采取招标、比价等方式,根据当时市场价格情况,综合考虑性价比进行供应商选择。
5.生产模式
由于公司产品主要为定制型的非标准化产品,用户对产品的合金成分、几何尺寸、性能要求均不同,公司的生产模式采取“以销定产”模式,即根据客户的订单来安排、组织生产。
(四)自主生产
公司采取“以销定产”的模式,公司对销售商负责发货,接收销售商提供的客户订单,合理分工、跟踪和质量新任务,添加工业生产线的日作业计划,配合生产部门做好提高台生产效率率和订单交付工作。
(5)委托加工和租赁
为满足客户需要,应对为客户机型开发、新品发布等周期性生产高峰,确保按期交货,公司在产能无法通过订单单时通过外购/商号开展委托加工业务以及租赁控股股东生产线进行生产,以迅速补充产能不足的问题。
(六)生产场地及竞争优势
消费电子产品定制结构件材料行业深耕多年,形成了深厚的技术沉淀和具有自身特色的竞争优势,使得消费电子定制结构件材料行业一直保持领先地位。公司是国内消费电子产品定制结构件材料细分领域的专业厂家和核心企业,是苹果苹果公司全球第200位供应商之一,是韩国三星集团产品在国内的主要供应商。
公司通过多年的持续研发和技术积累,在平板电脑、笔记本电脑和智能手机等消费电子产品外壳、背板、中框结构件生产领域拥有十分成熟的技术,截至目前公司共有发明专利9个,实用新型专利22个,此外,公司还研发出了新技术的储备和应用推广,公司是国内外在手机、平板电脑中研发使用航空级铝合金材料厂家,至今已成功开发并应用了多个7系合金。经过多年积累,公司成为目前行业内少数研发使用生产级可阳极氧化处理消费电子产品铝型材厂家,也是目前生产系制结构件材料品质最高的厂家。
(五)主要的研发驱动因素
1.市场需求
2021年,公司抓住疫情情况下平板需求仍然保持强劲势头和消费逐步恢复刺激用户对手机需求增长的市场机遇,在国内市场领先地位基础上,公司组织了成功研发了7系合金平板、7系合金折叠屏手机材料订单,全年7系合金手机、平板电脑出货量同比增长超预期,为公司业绩增长提供新动能。
2.科技创新驱动
公司组建多个科技研发项目,全年研发投入达1,700万元,通过科技创新,全年共开发试制成功多个新产品,其中,具体材料供货量以采购的订单确认数量为准,根据客户订单及生产计划制定采购少量批量的订单向供应商采购。公司向供应商价格根据供应商不同而有不同,主要以内销市场价格或均价作为定价基准;铜锭采购结算价格为“基准价+加工费”,具体加工费水平由公司与供应商在市场价格波动的基础上协商确定。
对于非关键原材料主要采取招标、比价等方式,根据当时市场价格情况,综合考虑性价比进行供应商选择。
5.生产模式
由于公司产品主要为定制型的非标准化产品,用户对产品的合金成分、几何尺寸、性能要求均不同,公司的生产模式采取“以销定产”模式,即根据客户的订单来安排、组织生产。
(四)自主生产
公司采取“以销定产”的模式,公司对销售商负责发货,接收销售商提供的客户订单,合理分工、跟踪和质量新任务,添加工业生产线的日作业计划,配合生产部门做好提高台生产效率率和订单交付工作。
(5)委托加工和租赁
为满足客户需要,应对为客户机型开发、新品发布等周期性生产高峰,确保按期交货,公司在产能无法通过订单单时通过外购/商号开展委托加工业务以及租赁控股股东生产线进行生产,以迅速补充产能不足的问题。
(六)生产场地及竞争优势
消费电子产品定制结构件材料行业深耕多年,形成了深厚的技术沉淀和具有自身特色的竞争优势,使得消费电子定制结构件材料行业一直保持领先地位。公司是国内消费电子产品定制结构件材料细分领域的专业厂家和核心企业,是苹果苹果公司全球第200位供应商之一,是韩国三星集团产品在国内的主要供应商。
公司通过多年的持续研发和技术积累,在平板电脑、笔记本电脑和智能手机等消费电子产品外壳、背板、中框结构件生产领域拥有十分成熟的技术,截至目前公司共有发明专利9个,实用新型专利22个,此外,公司还研发出了新技术的储备和应用推广,公司是国内外在手机、平板电脑中研发使用航空级铝合金材料厂家,至今已成功开发并应用了多个7系合金。经过多年积累,公司成为目前行业内少数研发使用生产级可阳极氧化处理消费电子产品铝型材厂家,也是目前生产系制结构件材料品质最高的厂家。
(五)主要的研发驱动因素
1.市场需求
2021年,公司抓住疫情情况下平板需求仍然保持强劲势头和消费逐步恢复刺激用户对手机需求增长的市场机遇,在国内市场领先地位基础上,公司组织了成功研发了7系合金平板、7系合金折叠屏手机材料订单,全年7系合金手机、平板电脑出货量同比增长超预期,为公司业绩增长提供新动能。
2.科技创新驱动
公司组建多个科技研发项目,全年研发投入达1,700万元,通过科技创新,全年共开发试制成功多个新产品,其中,具体材料供货量以采购的订单确认数量为准,根据客户订单及生产计划制定采购少量批量的订单向供应商采购。公司向供应商价格根据供应商不同而有不同,主要以内销市场价格或均价作为定价基准;铜锭采购结算价格为“基准价+加工费”,具体加工费水平由公司与供应商在市场价格波动的基础上协商确定。
对于非关键原材料主要采取招标、比价等方式,根据当时市场价格情况,综合考虑性价比进行供应商选择。
5.生产模式
由于公司产品主要为定制型的非标准化产品,用户对产品的合金成分、几何尺寸、性能要求均不同,公司的生产模式采取“以销定产”模式,即根据客户的订单来安排、组织生产。
(四)自主生产
公司采取“以销定产”的模式,公司对销售商负责发货,接收销售商提供的客户订单,合理分工、跟踪和质量新任务,添加工业生产线的日作业计划,配合生产部门做好提高台生产效率率和订单交付工作。
(5)委托加工和租赁
为满足客户需要,应对为客户机型开发、新品发布等周期性生产高峰,确保按期交货,公司在产能无法通过订单单时通过外购/商号开展委托加工业务以及租赁控股股东生产线进行生产,以迅速补充产能不足的问题。
(六)生产场地及竞争优势
消费电子产品定制结构件材料行业深耕多年,形成了深厚的技术沉淀和具有自身特色的竞争优势,使得消费电子定制结构件材料行业一直保持领先地位。公司是国内消费电子产品定制结构件材料细分领域的专业厂家和核心企业,是苹果苹果公司全球第200位供应商之一,是韩国三星集团产品在国内的主要供应商。
公司通过多年的持续研发和技术积累,在平板电脑、笔记本电脑和智能手机等消费电子产品外壳、背板、中框结构件生产领域拥有十分成熟的技术,截至目前公司共有发明专利9个,实用新型专利22个,此外,公司还研发出了新技术的储备和应用推广,公司是国内外在手机、平板电脑中研发使用航空级铝合金材料厂家,至今已成功开发并应用了多个7系合金。经过多年积累,公司成为目前行业内少数研发使用生产级可阳极氧化处理消费电子产品铝型材厂家,也是目前生产系制结构件材料品质最高的厂家。
(五)主要的研发驱动因素
1.市场需求
2021年,公司抓住疫情情况下平板需求仍然保持强劲势头和消费逐步恢复刺激用户对手机需求增长的市场机遇,在国内市场领先地位基础上,公司组织了成功研发了7系合金平板、7系合金折叠屏手机材料订单,全年7系合金手机、平板电脑出货量同比增长超预期,为公司业绩增长提供新动能。
2.科技创新驱动
公司组建多个科技研发项目,全年研发投入达1,700万元,通过科技创新,全年共开发试制成功多个新产品,其中,具体材料供货量以采购的订单确认数量为准,根据客户订单及生产计划制定采购少量批量的订单向供应商采购。公司向供应商价格根据供应商不同而有不同,主要以内销市场价格或均价作为定价基准;铜锭采购结算价格为“基准价+加工费”,具体加工费水平由公司与供应商在市场价格波动的基础上协商确定。
对于非关键原材料主要采取招标、比价等方式,根据当时市场价格情况,综合考虑性价比进行供应商选择。
5.生产模式
由于公司产品主要为定制型的非标准化产品,用户对产品的合金成分、几何尺寸、性能要求均不同,公司的生产模式采取“以销定产”模式,即根据客户的订单来安排、组织生产。
(四)自主生产
公司采取“以销定产”的模式,公司对销售商负责发货,接收销售商提供的客户订单,合理分工、跟踪和质量新任务,添加工业生产线的日作业计划,配合生产部门做好提高台生产效率率和订单交付工作。
(5)委托加工和租赁
为满足客户需要,应对为客户机型开发、新品发布等周期性生产高峰,确保按期交货,公司在产能无法通过订单单时通过外购/商号开展委托加工业务以及租赁控股股东生产线进行生产,以迅速补充产能不足的问题。
(六)生产场地及竞争优势
消费电子产品定制结构件材料行业深耕多年,形成了深厚的技术沉淀和具有自身特色的竞争优势,使得消费电子定制结构件材料行业一直保持领先地位。公司是国内消费电子产品定制结构件材料细分领域的专业厂家和核心企业,是苹果苹果公司全球第200位供应商之一,是韩国三星集团产品在国内的主要供应商。
公司通过多年的持续研发和技术积累,在平板电脑、笔记本电脑和智能手机等消费电子产品外壳、背板、中框结构件生产领域拥有十分成熟的技术,截至目前公司共有发明专利9个,实用新型专利22个,此外,公司还研发出了新技术的储备和应用推广,公司是国内外在手机、平板电脑中研发使用航空级铝合金材料厂家,至今已成功开发并应用了多个7系合金。经过多年积累,公司成为目前行业内少数研发使用生产级可阳极氧化处理消费电子产品铝型材厂家,也是目前生产系制结构件材料品质最高的厂家。
(五)主要的研发驱动因素
1.市场需求
2021年,公司抓住疫情情况下平板需求仍然保持强劲势头和消费逐步恢复刺激用户对手机需求增长的市场机遇,在国内市场领先地位基础上,公司组织了成功研发了7系合金平板、7系合金折叠屏手机材料订单,全年7系合金手机、平板电脑出货量同比增长超预期,为公司业绩增长提供新动能。
2.科技创新驱动
公司组建多个科技研发项目,全年研发投入达1,700万元,通过科技创新,全年共开发试制成功多个新产品,其中,具体材料供货量以采购的订单确认数量为准,根据客户订单及生产计划制定采购少量批量的订单向供应商采购。公司向供应商价格根据供应商不同而有不同,主要以内销市场价格或均价作为定价基准;铜锭采购结算价格为“基准价+加工费”,具体加工费水平由公司与供应商在市场价格波动的基础上协商确定。
对于非关键原材料主要采取招标、比价等方式,根据当时市场价格情况,综合考虑性价比进行供应商选择。
5.生产模式
由于公司产品主要为定制型的非标准化产品,用户对产品的合金成分、几何尺寸、性能要求均不同,公司的生产模式采取“以销定产”模式,即根据客户的订单来安排、组织生产。
(四)自主生产
公司采取“以销定产”的模式,公司对销售商负责发货,接收销售商提供的客户订单,合理分工、跟踪和质量新任务,添加工业生产线的日作业计划,配合生产部门做好提高台生产效率率和订单交付工作。
(5)委托加工和租赁
为满足客户需要,应对为客户机型开发、新品发布等周期性生产高峰,确保按期交货,公司在产能无法通过订单单时通过外购/商号开展委托加工业务以及租赁控股股东生产线进行生产,以迅速补充产能不足的问题。
(六)生产场地及竞争优势
消费电子产品定制结构件材料行业深耕多年,形成了深厚的技术沉淀和具有自身特色的竞争优势,使得消费电子定制结构件材料行业一直保持领先地位。公司是国内消费电子产品定制结构件材料细分领域的专业厂家和核心企业,是苹果苹果公司全球第200位供应商之一,是韩国三星集团产品在国内的主要供应商。
公司通过多年的持续研发和技术积累,在平板电脑、笔记本电脑和智能手机等消费电子产品外壳、背板、中框结构件生产领域拥有十分成熟的技术,截至目前公司共有发明专利9个,实用新型专利22个,此外,公司还研发出了新技术的储备和应用推广,公司是国内外在手机、平板电脑中研发使用航空级铝合金材料厂家,至今已成功开发并应用了多个7系合金。经过多年积累,公司成为目前行业内少数研发使用生产级可阳极氧化处理消费电子产品铝型材厂家,也是目前生产系制结构件材料品质最高的厂家。
(五)主要的研发驱动因素
1.市场需求
2021年,公司抓住疫情情况下平板需求仍然保持强劲势头和消费逐步恢复刺激用户对手机需求增长的市场机遇,在国内市场领先地位基础上,公司组织了成功研发了7系合金平板、7系合金折叠屏手机材料订单,全年7系合金手机、平板电脑出货量同比增长超预期,为公司业绩增长提供新动能。
2.科技创新驱动
公司组建多个科技研发项目,全年研发投入达1,700万元,通过科技创新,全年共开发试制成功多个新产品,其中,具体材料供货量以采购的订单确认数量为准,根据客户订单及生产计划制定采购少量批量的订单向供应商采购。公司向供应商价格根据供应商不同而有不同,主要以内销市场价格或均价作为