证券代码:301110 证券简称:青木股份 公告编号:

青木数字技术股份有限公司

【2021】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。

除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名

天健会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告的审计意见为:标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况:公司本年度会计师事务所由变更为天健会计师事务所(特殊普通合伙)。

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

□ 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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以66,666,667股为基数,向全体股东每10股派发现金红利6.00元(含税),送红股0股(含税),以资本公积金向全体股东每10股转增0股。

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	青木股份	股票代码	301110
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	李克亚	邱正	
办公地址	广州市海珠区凤和江贝村东海大街南32号001单元	广州市海珠区凤和江贝村东海大街南32号001单元	
传真	020-80929898	020-80929898	
电话	020-80929898	020-80929898	
电子信箱	qmzq@qingmutec.com	qmzq@qingmutec.com	

2、报告期主要业务或产品简介

公司作为行业领先的电子商务服务商,为国内外知名品牌提供一站式综合电商服务。经过多年的行业沉淀和积累,公司现已发展为中国电商服务行业顶级的服务商之一,尤其在大服饰行业内优势明显,是大服饰行业最具口碑的服务商之一。

公司屡次获得天猫、京东等电商平台的服务商殊荣,是首家同时拥有天猫六星资质和天猫国际紫星资质的服务商。公司2014年起多次获得天猫“金牌淘拍档”称号,2018年至2021年连续被评为“天猫六星服务商”(天猫平台最高级别),是“天猫国际紫星服务商”(天猫国际平台最高级别);公司获得“天猫服饰-品牌营销综合型服务商”、“天猫消费者运营优秀推荐服务商”、“京东数坊进阶能力认证”等资质认证;获得“2017年度最佳天猫合作伙伴”、“品牌营销金服奖”等奖项;公司代运营店铺被京东授予“2018年最佳销售合作奖”、“2019最佳经营店铺奖”等奖项。除了电商平台的认可,公司也收获了来自国家及政府行业机构的肯定,被商务部评为“2017-2018年度国家级电子商务示范企业”。

公司主要提供的服务包括:

(1)电商销售服务

电商销售服务是公司的核心业务,指公司为品牌商提供单环节、多环节甚至全链路的电子商务运营和销售服务。公司综合评估品牌商的行业竞争力、销售趋势、品牌资产基础等因素,协助品牌商制定电商渠道的商品策略、渠道策略、营销策略,规划品牌在电商渠道的生意发展计划,并组织团队提供运营和销售服务,帮助品牌提升品牌力、商品力、销售力。电商销售服务包含电商代运营、渠道分销、电商渠道零售三种业务模式:

1)电商代运营

电商代运营指公司为品牌商在天猫、京东、抖音等电商平台上的官方旗舰店提供综合运营服务,具体包括品牌定位、商品规划、人群及流量运营、视觉设计、整合营销、客户服务及管理、仓储物流、技术支持等服务,品牌商可根据自身需求选择上述服务中的单环节、多环节或全链路服务,该类服务模式下,店铺所有权归属品牌商,公司无需向品牌商采购商品,不承担库存风险。公司利润来源为服务收入和成本之间的差额。公司收入主要为服务费收入和仓储物流收入,服务费的收取方式包括固定服务费、固定服务费+变动服务费、变动服务费三种,其中固定服务费的定价主要根据公司对运营店铺投入的人力、物力和财力确定,变动服务费的定价通常根据实际销售金额乘以约定的服务佣金率计算确定。公司成本主要包括为提供代运营服务发生的人力成本和仓储物流成本。

2)渠道分销

渠道分销指公司基于品牌商或其代理商分销授权,向其采购商品后,分销给唯品会、京东自营等第三方B2C电商平台或其他分销卖家。下游为B2C电商平台时,公司通常需提供整合营销、店铺运营、客服支持等服务。对于其他分销卖家,公司仅向其分销商品,不提供运营支持服务。该类业务模式下,公司向品牌商或其代理商采购商品,承担库存风险。公司盈利模式为商品购销差价并扣减销售物流费后的差额。

3)电商渠道零售

电商渠道零售指公司基于品牌商或其代理商的授权,向其采购商品后,通过公司自有店铺直接销售给终端消费者,公司拥有线上店铺所有权并提供与电商销售相关的全部服务。该类业务模式下,公司需要承担采购商品的库存风险,需要根据品牌定位制定并执行详细的销售计划。公司盈利模式为商品购销差价并扣减销售物流费后的差额。

(2)品牌数字营销

品牌数字营销指公司为品牌商提供品牌传播策划及执行服务。公司根据品牌商诉求,提供单项或整合的品牌数字营销服务,如大型营销活动策划及执行、自媒体运营、直播、社交平台推广等,以加强消费者触达,提升品牌曝光度和影响力,提高消费者对品牌的认知度和好感。公司收取的服务费与项目服务采购成本、人力成本的差额,构成品牌数字营销业务的盈利来源。

公司基于平台数据和前瞻性行业报告分析市场偏好,根据品牌销售记录洞察消费者特征,构建详细的用户画像;同时结合品牌特性与消费者行为习惯,输出横跨线上线下传播平台的整合营销方案,并提供传播内容创作、渠道投放、线下营销活动实施等服务,助力品牌价值提升。公司品牌数字营销业务覆盖站内各类营销ID(超级品牌日,超级品类日,天猫欢聚日等)、各类平台营销频道(小黑盒,有好货,微淘等)和站内外社交媒体平台(小红书、微博、微信、抖音等)。

(3)技术解决方案及消费者运营服务

品牌零售的数字化能力建设分为两个阶段。第一阶段是业务在线化的实现,品牌商聚焦线上电商渠道的建设和数字媒体的应用,以提升商品线上销售的规模和效率。第二阶段是对数据驱动的业务智能化的探索,随着电商流量增长瓶颈凸显,品牌商越加重视对品牌核心数据资产进行收集汇总、深度分析和运营,以期不断提升电商甚至线下销售各环节的效率,洞察品牌生意成长的潜在机会。

公司紧跟行业的数字化浪潮,结合新技术的应用重构传统的业务模式,技术赋能品牌商数字化转型,进而实现销售增长。第一阶段,公司为品牌商提供支持电商销售的解决方案,通过研发建设和持续完善专业的电商自动化运营系统,确保品牌商各项线上业务的精细化管理和顺利推进,提高运营效率和效果;第二阶段,公司创新开拓消费者运营服务业务,利用自主研发消费者数据中台“数据磨坊”及第三方工具,协助品牌商收集、清洗、分析及应用消费者数据,以实现更精细化的消费者洞察,实现全链路的会员营销及运营管理,从而实现消费者数据资产对品牌长期价值最大化。

技术解决方案业务,若客户需求为标准化需求,则标准化的IT系统即可满足,公司在相关系统完成销售安装调试后一次性确认收入;若客户需求为个性需求,公司需要根据客户需求,在标准化IT系统的基础上进行个性化开发定制,定制化系统在定制开发期内按照进度收款并确认收入。成本主要包括软件开发相关的人力成本和外包成本,收入和成本之间的差额为盈利来源。

消费者运营服务业务,向客户收取的各项服务费为收入的主要来源,成本主要是提供消费者运营服务的人力成本和短信采购成本,收入与成本的差额是盈利来源。

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

会计差错更正

单位:万元

	2021年末	2020年末		本年末比上年末增减	2019年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产	59,867.67	37,611.48	37,611.48	59.17%	21,797.15	21,797.15
归属于上市公司股东的净资产	42,816.74	27,911.57	27,919.33	53.36%	17,397.82	17,397.82

	2021年	2020年		本年比上年增减	2019年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	87,952.61	64,870.2	64,870.2	35.58%	36,121.48	36,121.48
归属于上市公司股东的净利润	14,772.13	12,513.75	12,367.13	19.45%	4,351.8	4,378.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	14,525.85	12,430.22	12,283.6	18.25%	3,941.52	3,757.67
经营活动产生的现金流量净额	7,119.56	4,833.2	4,833.2	47.31%	2,900.31	2,900.31
基本每股收益(元/股)	2.9544	2.5027	2.4734	19.45%	0.8704	0.8757
稀释每股收益(元/股)	2.9544	2.5027	2.4734	19.45%	0.8704	0.8757
加权平均净资产收益率	41.77%	55.65%	54.98%	-13.21%	27.26%	27.42%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

公司基于企业会计准则的相关规定,并结合财政部2021年5月发布的《股份支付准则应用案例》,对股份支付的会计处理方式进行了会计差错更正,由在授予日一次性确认更正为在等待期内每个资产负债表日对预计可行权数量作出估计,并按照授予日授予股份的公允价值确认相应的股份支付费用。

公司于2021年12月31日召开了第二届董事会第十二次会议以及第二届监事会第八次会议,审议并通过了《关于更正2018年度、2019年度、2020年度及2021半年度财务报告的议案》,同意公司依据《企业会计准则第 11 号——股份支付》,对股份支付的会计处理方式进行了会计差错更正,由在授予日一次性确认更正为在等待期内每个资产负债表日对预计可行权数量作出估计,并按照授予日授予股份的公允价值确认相应的股份支付费用。

(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	218,352,832.61	211,555,697.10	171,955,089.88	277,662,445.34
归属于上市公司股东的净利润	27,656,322.20	39,209,176.66	9,483,703.47	71,372,112.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	27,356,168.23	39,119,558.52	8,249,436.49	70,533,304.03
经营活动产生的现金流量净额	22,445,828.39	13,802,895.86	-27,483,151.74	62,429,998.51

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	12	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	20,522	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数(如有)	0

前10名股东持股情况

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
吕斌	境内自然人	28.35%	14,175,000	14,175,000		
卢彬	境内自然人	19.80%	9,900,000	9,900,000		
孙建龙	境内自然人	15.00%	7,500,000	7,500,000		
广州市允能企业管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	12.00%	6,000,000	6,000,000		
广州市允嘉企业管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	4.80%	2,400,000	2,400,000		
广州市陌仟投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	4.80%	2,400,000	2,400,000		
广州市穗晖投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	4.00%	2,000,000	2,000,000		
广州市允杰投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	3.79%	1,896,325	1,896,325		
刘旭晖	境内自然人	3.60%	1,800,000	1,800,000		
广州市允培投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.46%	728,675	728,675		
上述股东关联关系或一致行动的说明	本公司控股股东、实际控制人为吕斌和卢彬,吕斌和卢彬为本公司一致行动人。孙建龙、刘旭晖为公司股东、董事,不存在关联关系。广州市允能企业管理合伙企业(有限合伙)执行事务合伙人为吕斌。广州市陌仟投资合伙企业(有限合伙)执行事务合伙人为孙建龙。广州市允嘉企业管理合伙企业(有限合伙)、广州市允培投资合伙企业(有限合伙)执行事务合伙人均为公司人事总监赵爱华。广州市允杰投资合伙企业(有限合伙)执行事务合伙人为公司副总经理王平。除上述股东外,公司未知其他股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于一致行动人。					

公司是否具有表决权差异安排

□ 适用 √ 不适用

(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

无

证券代码:301110 证券简称:青木股份 公告编号:2022-004

青木数字技术股份有限公司 2021年年度报告披露提示性公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

青木数字技术股份有限公司(以下简称“公司”)于2022年4月22日召开了第二届董事会第十三次会议和第二届监事会第九次会议,审议通过《关于公司(2021年年度报告)及摘要的议案》。为使投资者全面了解公司的经营情况、财务状况等,公司2021年年度报告全文及其摘要将于2022年4月25日在中国证监会指定的创业板信息披露网站巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)上披露,敬请投资者注意查阅。

特此公告。

青木数字技术股份有限公司

董事会

2022年4月25日

证券代码:301110 证券简称:青木股份 公告编号:2022-007

青木数字技术股份有限公司 2022年第一季度报告披露提示性公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

青木数字技术股份有限公司(以下简称“公司”)于2022年4月22日召开了第二届董事会第十三次会议和第二届监事会第九次会议,审议通过《关于公司(2022年第一季度报告)的议案》。为使投资者全面了解公司的经营情况、财务状况等,公司2022年第一季度报告全文将于2022年4月25日在中国证监会指定的创业板信息披露网站巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)上披露,敬请投资者注意查阅。

特此公告。

青木数字技术股份有限公司

董事会

2022年4月25日

证券代码:301193 证券简称:家联科技 公告编号:2022-033

宁波家联科技股份有限公司

【2021】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。

除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名

天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告的审计意见为:标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况:公司本年度会计师事务所由变更为天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)。

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

□ 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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以公司现有总股本120,000,000股为基数,向全体股东每10股派发现金红利2.00元(含税),送红股0股(含税),以资本公积金向全体股东每10股转增0股。

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	家联科技	股票代码	301193
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	汪博		
办公地址	浙江省宁波市镇海区澥浦镇兴澥路296号		
传真	0574-86369331		
电话	0574-86360326		
电子信箱	hjj@nbhome-link.com		

2、报告期主要业务或产品简介

(一)主营业务

公司是一家从事塑料制品及生物全降解制品的研发、生产与销售的高新技术企业。公司产业业务涵盖:全降解材料、全降解塑料制品、塑料日用品等。为餐饮、茶饮及连锁商超、航空、大型体育赛事等提供一站式的绿色餐饮包装产品解决方案。

公司一直专注于新型塑料、全降解材料、塑料制品及全自动化生产等领域的研究、开发与技术改进。报告期内,公司的主营业务未发生变化。

(二)主要产品及其用途

1、餐饮具

主要包括刀叉勺、杯碗盘、吸管、航空餐饮套件等,解决了人们在家居用餐、外出就餐、航空运输等场景下的餐饮具使用需求,使用方便、快捷,属于快消品领域,主要终端客户为海内外大中型商超及连锁餐饮等。

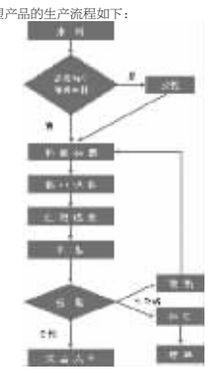
2、家居用品

主要品包括收纳箱、鞋盒、椅子面板、滤篮、浴室物品架、全降解膜袋等,解决了人们的家居、厨、卫物品收纳、收集需求,可以有效节约家居空间,属于家居、厨、卫用品领域,主要客户为海内外大中型商超、家居用品商。

(三)公司主要产品生产流程

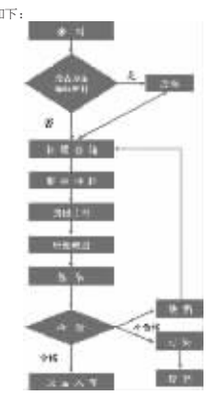
(1)注塑产品

刀叉勺、盘碗、家居用品等注塑产品的生产流程如下:



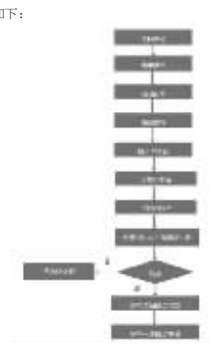
(2)吸塑产品

杯盘碗等吸塑产品生产流程如下:



(3)生物降解改性材料

生物降解改性材料生产流程如下:



(四)经营模式

1、采购模式

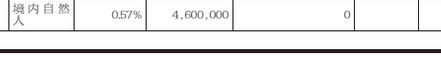
公司采购的产品主要包括原材料、辅料及包材等,采购模式包括集中采购及以产定购。公司建立了采购控制程序,明确采购物资、供应商选择、采购实施、内部流程等,通过设置分级分档管理等内部控制手段对公司的采购行为进行规范管理,以保证采购质量、价格和供货及时性满足公司生产正常运转的需要。

公司原材料及辅料采购主要采用集中方式采购,并由生产计划部、营销中心业务部、仓储物流部及品控部联合验收。为了保证公司生产的正常运行,采购部联合生产部、财务部等多个部门,建立安全库存制度,按照预测生产需求,结合市场情况,制定原材料及辅料综合采购计划,降低供需波动等因素对公司经营成本产生的压力。

2、研发模式

公司采用以自主研发为主的研发模式。组建了专业且从业经验丰富、创新意识突出的研发团队,以市场发展为导向,充分考虑客户需求,并积极加强与外部科研院所合作,借助外部力量促进研发能力提升,保证技术、产品等方面的持续创新。目前,公司在餐饮具及家居用品行业中已具备较强的技术优势。

公司产品研发流程如下图所示:



3、生产模式

餐饮具、家居用品需满足不同市场、客户的多样化需求,具有生产批次多、定制化程度高等特点。针对该特点,公司合理改进生产线,开发叠层模与多件模,通过增大单次注塑最大产能或实现多种产品同次注塑成型,有效提升生产、分拣与包装速率。同时,公司科学安排生产计划及库存水平,采用批量连续生产,有效实现了基于规模生产带来的成本节约效应。

公司生产模式主要为以销定产,流程如下图所示:

4、销售模式

公司通过直销模式进行产品销售。目前,公司与国内外知名零售商和餐饮巨头合作,奠定了在本行业的地位和影响力。公司通过参加国内、国际展会、网络推广、行业口碑传播等方式不断扩大影响力并开发新客户,并积极维护存量客户。同时,公司不断研发新品、提升生产效率、扩大供应链品类、确保高水平的客户服务,不断为客户提供有价值的供应链解决方案。公司通过成熟的销售策略、高质量的产品品质与服务水平与众多国内外知名企业形成了长期稳定的合作关系。

公司产品销售流程如下图所示:

(五)公司产品市场地位

公司为全球塑料餐饮具制造行业的领先企业,全国生物基全降解日用塑料制品单项冠军产品的生产企业(颁发单位:中国工业和信息化部)。公司持续投入新材料、新工艺的研发,10余年来,攻克了PLA材料耐温、耐摔的技术难题,目前已拥有120余项国家及国际专利技术,主导和参与了十多项国家标准和行业标准的制订。其中,国际标准《可堆肥吸管》、国家标准《一次性可降解餐饮具通用技术要求》《生物降解饮用吸管》由公司牵头制定。

公司主要产品包括餐饮具、耐用性家居用品等多种产品,广泛应用于家居、快消、餐饮、航空等领域。公司产品的主要客户来自国内外的商超、餐饮巨头,包括IKEA(宜家)、Walmart(沃尔玛)、KFC(肯德基)、Starbucks(星巴克)、Sams Club(山姆会员店)、Pizza Hut(必胜客)、Costco(好市多)、Woolworths(伍尔沃斯)、Sysco(西斯科)、USFood(美国食品)、Safeway(西夫韦)、Target(塔吉特)、Loblaws(洛布劳斯)、Tesco(特易购)、Amazon(亚马逊)、盒马鲜生、小肥羊、吉野家、蜜雪冰城、喜茶、奈雪的茶、古茗、7分甜、鲜丰水果、大润发、麦德龙、欧尚等众多国内外知名企业。公司是国内外优质塑料餐饮具、家居用品及生物全降解产品的重要供应商,拥有较高的市场认可度。

(六)业绩驱动因素

1、外部因素

(1)公司所专注的客户,其所在行业仍然在高速增长

2020年底我国餐饮相关企业注册960.8万家,同比增长25.5%。2020年全年我国餐饮业收入达3.95万亿元,其中和公司产品相关度较高的外卖业务收入达到6561亿元,同比增长13.3%。另外,公司目前着重发展的新茶饮行业门店数从2019年的42.7万家,发展到2020年59.6万家,发展迅猛,预计2021年-2023年行业复合增速高段位可达20%,到2023年新茶饮市场收入有望达到1428亿元。(数据来源:《中国连锁经营协会-2021新茶饮研究报告》)

(2)公司当前合作客户,发展速度高于行业平均值,需求量也在逐年递增

2021年,公司百胜中国、喜茶、奈雪的茶、蜜雪冰城、古茗、7分甜等国内重点客户发展迅速势头良好,特别是百胜中国、蜜雪冰城,门店数量破万,古茗、7分甜等客户门店数以千计,并且随着95、00后等“Z世代”成长,新茶饮已经成为年轻人生活中的必需品,可预计的将来,新茶饮行业仍然会高速发展。此外,新茶饮行业头部企业经过几年的沉淀和发展,行业规范逐步形成,客户对产品的规范性、品质感、设计感要求增加,越来越多的头部品牌开始选择环保、全降解产品,对于生产规模庞大、管理规范、兼顾传统塑料和全降解产品的家联科技有很大利好。

(3)全球以及中国的“禁塑、限塑”政策,有利于高价值降解产品替换低价值塑料制品,快速提升公司业绩

自2020年1月,发改委发布《关于进一步加强塑料污染治理的意见》开始,各部委、省市陆续推出一些“禁塑、限塑”的相关政策和规定。例如吉林、海南,在餐饮方面禁塑力度冠绝全国,民航总局也于2021年5月发布《民航行业塑料污染治理工作计划(2021--2025年)》。在餐饮、新茶饮行业,吸管和外卖袋都由传统塑料向全降解材料转换,新茶饮行业部分龙头企业品牌,在吸管、餐勺、参差、外卖包装袋,都实现了产品全降解化,并受到C端用户好评。在相关政策不断出台,全民环保健康意识持续增强的大背景下,高端塑料制品及全降解产品行业增速将显著超越行业平均水平。

除国内市场外,欧洲、北美、澳洲等海外市场,同样也出现了“禁塑、限塑”力度不同程度的加强。目前公司也收到海外客户关于缩减塑料餐饮具,提高全降解产品供应占比的需求。公司也在不断优化和调整产品线,配合海外客户积极转型。

鉴于全降解产品单价往往高于传统塑料制品,全球范围内的“禁塑、限塑”行动将提升公司的综合营收。

(4)中国持续推进“双碳行动”,行业更加规范,全降解产品受到欢迎

自中国加入《联合国气候变化框架公约》以来,一直致力于减少碳排放。2020年9月,国家主席习近平在联大会议上正式宣布:中国二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值(碳达峰),努力争取2060年前实现碳中和。目前公司客户当中,部分行业领先型客户已经开始明确制定“双碳行动”计划,明确减排目标和路径,邀请供应商共同参与,并且明确提出:致力于“双碳行动”的供应商,将会获得更多订单份额和优先采购机会。随着该政策在中国乃至全球的持续推进,规模庞大、管理规范、致力于双碳减排的行业企业,会获得更多的订单机会,并且在高端客户、行业领先客户的获取中得到先发优势。

2、内部因素

(1)产品线调整与优化

公司内部不断调整和优化产品线,增加高价值的全降解产品比例,以满足客户的需求。在外部环境变化调整中,公司有足够的技术积累以适应“禁塑,限塑”和“双碳行动”,积极调整生产和产品线,持续提升业绩水平。

(2)精益生产管理

以精益管理体制为核心的可视化现场管理体系是公司为进一步降低内部制造成本,提高车间现场环境美观度,培养管理人员意识与能力为目的而形成的管理现代化创新成果。该成果通过将管理体制可视化及透明化,从而将实施工序流畅化,强化了现场管理,并可以培养精益管理人才,构建行业内一流生产体制,降低运营成本。经过整体思维、把握趋势,运用较少的资源,最大化发挥内部优势,做出正确的战略抉择,并通过系统化、绿色化、持续性的设计、实施、评估、改善的全员工作过程以及高层管理者和利益相关者价值主张的重塑,高效至精、降损求益,以实现顾客价值最大化,并最终达成组织战略成长的目标。

(3)组织能力提升

公司不断加强基层管理,持续开展培训,全面提升基层管理的综合能力。每月组织各车间、部门展开培训需求调研,安排专项资源进行培训学习,报告期内,公司还开展了为期六个月的“生产班组长训练营”、以及为期四个月的“车间主任、生产经理培训营”,直接提升一线生产管理者的综合素质,不断提升车间的管理水平,为业绩提升奠定坚实的组织基础。

(4)技术创新

1、生物降解材料技术创新

公司紧跟全球环保趋势,积极响应相关法律法规与行业政策,较早布局且聚焦于借助物理、化学手段的生物降解材料改性,增大生物全降解材料相关的技术研发与生产设备投入,通过多年的团队研究,公司已经自主开发并掌握对生物降解材料进行定制化改性的工艺技术和流程,以聚乳酸为基础的生物降解改性材料现已取得多项专利并投入规模化生产,可以满足不同客户不同品类的产品生产需求。同时公司通过创新、创造性的研究开发,实现生物全降解制品的顺利规模化生产,从而实现传统产业与新产业、新技术的深度融合。报告期内,公司在生物全降解材料的改性与相关产品的生产制造方向取得了多项核心技术及专利,解决了“耐老化性能优良的生物降解薄膜产品的研发”“全降解高拉伸强度膜的研究与开发”“高强度耐穿刺生物降解薄膜制品的研发”等技术难题,进一步扩大PLA材料应用范围,降低碳排放。

2、智能制造体系建设

公司持续加大生产智能化相关的技术与设备投入,持续推进信息化和工业化深度融合,大力落实“中国制造2025”,推动智能制造,不断优化和改造生产线,引入多关节工业机器人、多件套自动包装机、实时监控系统、在线监测系统、全自动化包装等自动化、数字化、智能化配套设备、系统,对新建车间及现有车间进行升级与改造,实现制造过程中的生产智能化、关键节点中的监控数字化与管理中的决策智能化,在提高生产效率的同时减少一线生产人员数量,优化公司人员结构,降低了生产成本。公司数字化车间多关节机器人覆盖率超过76%,大大提升了生产效率。以公司S3产品为例,改造前该产品12小时产能为18托,投入多关节机器人后,产能增加至38托,在产能增加的同时,人工使用量大幅度下降;同时机器人实现产品自动组装,自动堆叠,提高了产品的品质,减少了人为因素造成的组装不良、产品污染等生产浪费,降低了生产成本及员工劳动强度,缩减了制品储存、运输、管理等环节,提高了生产效率。

技术创新是公司核心竞争力的法宝,也是不断驱动公司业绩成长的重要因素。

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

单位:元

	2021年末	2020年末	本年末比上年末增减	2019年末
总资产	2,064,906,114.89	1,127,353,708.18	83.16%	883,979,790.92
归属于上市公司股东的净资产	1,357,818,144.47	458,875,474.27	195.90%	345,869,972.46

	2021年	2020年	本年比上年增减	2019年
营业收入	1,234,354,786.05	1,026,272,035.32	20.28%	1,020,484,273.31
归属于上市公司股东的净利润	71,196,813.88	114,337,043.78	-37.73%	74,844,898.54
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	51,739,756.37	89,186,486.87	-41.99%	66,850,147.00
经营活动产生的现金流量净额	108,196,650.27	179,598,875.95	-39.76%	126,643,933.04
基本每股收益(元/股)	0.79	1.27	-37.80%	0.8316
稀释每股收益(元/股)	0.79	1.27	-37.80%	0.8316
加权平均净资产收益率	14.40%	28.37%	-13.97%	24.00%

(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	305,420,654.66	273,915,810.17	326,625,584.12	328,392,737.10
归属于上市公司股东的净利润	14,418,460.88	19,246,006.58	15,174,316.85	22,360,029.57
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	14,644,563.49	15,397,959.09	12,647,159.31	9,050,074.48
经营活动产生的现金流量净额	-7,281,331.73	55,833,790.16	2,513,031.33	57,131,160.51

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	26,174	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	19,243	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数(如有)	0

前10名股东持股情况

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
王熊	境内自然人	38.16%	45,790,500	45,790,500		
张三云	境内自然人	16.88%	20,250,000	20,250,000		
宁波镇海金塑股权投资管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	7.50%	9,000,000	9,000,000		
赵建光	境内自然人	5.63%	6,750,000	6,750,000		
宁波镇海金模股权投资管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	3.00%	3,600,000	3,600,000		
蔡礼永	境内自然人	2.63%	3,150,000	3,150,000		
林慧勤	境内自然人	1.22%	1,459,500	1,459,500		
平安资管-中国银行-平安资产管理有限责任公司中银理财绝对收益3号资产管理产品	其他	0.29%	352,245	51		
海通证券股份有限公司	国有法人	0.15%	182,150			
周玉芳	境内自然人	0.14%	173,585			
上述股东关联关系或一致行动的说明	王熊先生和林慧勤女士为夫妻关系; 王熊、林慧勤分别持有镇海金塑26.09%和40%的份额,分别持有镇海金模27.22%和26.11%的份额;王熊是镇海金塑、镇海金模执行事务合伙人; 镇海金塑有限合伙人胡王康为王熊的外甥,有限合伙人李正国、陈虎啸为林慧勤的外甥。 张三云及蔡礼永均为伟星集团有限公司、浙江伟星实业发展股份有限公司的股东及董事。					

公司是否具有表决权差异安排

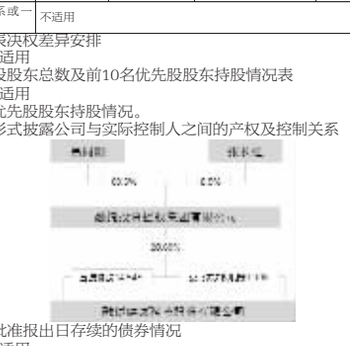
□ 适用 √ 不适用

(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

无

证券代码:300247 证券简称:融捷健康 公告编号:2022-010

融捷健康科技股份有限公司

【2021】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。

中证天通会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告的审计意见为:标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

□ 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	融捷健康	股票代码	300247
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	梁俊		
办公地址	安徽省合肥市高新区合欢路34号		
传真	0551-65847577		
电话	0551-65329393		
电子信箱	saunaking@saunaking.com.cn		

2、报告期主要业务或产品简介

(一)主要业务

公司以健康产品的产销为主营业务,主要产品有远红外桑拿房、空气净化器、健身器材、按摩椅以及一些健康小产品。另外投资参股了健康服务及医药产业,具体为诱导多能干细胞药品研发、远程诊断、健康体检项目。

(二)经营模式

公司通过自有品牌经营、ODM等经营模式,为国内外客户提供远红外桑拿房、空气净化器、健身器材、按摩椅等健康产品,并根据市场需求纵向横向扩展产品链,扩大销售额。

(1)自有品牌经营:公司经营的自有品牌包括Golden