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

【2022】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2023年4月14日召开第二届董事会第二十次会议,审议通过了《2022年度利润分配及资本公积转增股本预案》,拟向全体股东每10股派发现金红利人民币3.10元(含税),截至2022年12月31日公司总股本为79,811,776股,以此计算拟派发现金红利人民币24,741,650.56元(含税),本次利润分配金额占2022年合并报表归属于上市公司股东的净利润的30.08%。同时,公司拟以资本公积向全体股东每10股转增4股,截至2022年12月31日公司总股本为79,811,776股,以此计算拟合计转增31,924,710股,转增后公司总股本增加至111,736,486股(具体以中国证券登记结算有限责任公司登记为准)。该利润分配及资本公积转增股本预案尚须经2022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@songkan.com.cn	huanzhou@songkan.com.cn

2 经营情况讨论与分析

2022年,在全球宏观经济震荡、国内外形势纷繁复杂的时代背景下,为积极应对接踵而来的各项突发考验,公司锚定战略坐标,迎难而上,直面风霜洗礼,在危机中育先机,于变局中开新局,从挑战中谋发展。一方面采用“技术+创新”双驱动策略、打造CMF体系、积极创新开发产品等措施,深挖下游市场潜能,拓宽与终端客户合作边界,在高端消费电子领域市场占有率稳步提升。另一方面通过树立行业标杆项目,全面推进乘用汽车项目落地量产与定点,与众多国内外终端品牌及汽车零部件战略客户合作取得历史性突破。此外,为配合战略发展目标实现、更好地参与全球市场竞争,公司持续对组织升级、新业务布局、创新项目培育等进行前瞻战略性投入,并重启了国际化进程,以快速掌握并实时响应全球客户需求。

(一)报告期内主要经营情况

报告期内,公司实现营业收入49,909.20万元,同比下降1.80%;实现归属于上市公司股东的净利润8,225.09万元,同比下降15.55%;实现毛利率50.11%,较上年同比提升1.33个百分点。截至2022年12月31日,公司资产总额141,053.16万元,经营活动产生的现金流量净额14,071.86万元,资产负债率10.40%。

分产品应用领域,公司营业收入构成明细如下:

单位:万元

项目	2022年		2021年		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	42,637.96	85.43%	48,049.32	94.54%	-11.26%
其中:手机及相关配件	22,157.32	44.40%	28,571.43	56.22%	-22.45%
笔记本电脑及相关配件	8,616.65	17.26%	9,947.74	19.57%	-13.38%
可穿戴设备	9,447.84	18.93%	7,117.88	14.01%	32.73%
智能家电	2,408.64	4.83%	2,412.27	4.75%	-0.15%
其他	7.50	0.02%	/	/	/
2、乘用汽车领域	6,702.51	13.43%	2,246.23	4.42%	198.39%
3、特种装备领域	38.43	0.08%	/	/	/
主营业务收入小计	49,378.90	98.94%	50,295.55	98.96%	-1.82%
其他业务收入小计	530.30	1.06%	527.65	1.04%	0.50%
营业收入合计	49,909.20	100.00%	50,823.20	100.00%	-1.80%

注:2022年乘用汽车领域收入较《2022年年度业绩快报公告》披露数据存在差异,系根据谨慎性原则公司对部分乘用汽车相关业务由总额法调整为净额法核算,因此在2022年第四季度将收入和成本同时进行了抵销,本次调整不影响当期利润。

报告期内,受宏观经济弱复苏等因素影响导致消费者换机需求疲软,供需错配使得终端上游供应链承压,公司全年高端消费电子领域业务收入同比下降11.26%,其中手机及相关配件业务、笔记本电脑及相关配件业务、智能家电业务均不同程度出现下滑;而可穿戴设备业务收入因竞争优势继续凸显保持了32.73%的稳定增长。从客户结构分析,国内部分手机终端品牌涨层产品出货量2022年呈下降趋势,而海外终端品牌客户如北美消费电子大客户、谷歌、罗技、MOTO、微软等涨层产品出货量均实现了较好增长。

乘用汽车方面,经过多年的产品打磨及市场培育,公司凭借差异化竞争策略积极把握汽车行业特别是新能源汽车蓬勃发展的市场机会,在乘用汽车领域业务拓展上取得成效,全年共实现收入6,702.51万元,同比增长198.39%。

特种装备方面,胶黏剂产品在半导体芯片封装、航空航天相关产品上取得小批量订单。

(二)报告期内重点工作推进情况

1、组织升级,启动“强矩阵”运营模式,迈出全球化步伐。

报告期内,为进一步落实专业化和全球化愿景、探索多组织运营管理、集中资源办大事、激发子公司之间业务协同乘数效应,公司建立了相对垂直的组织管理架构,重点推进整合供应链组织体系升级,推动原辅料中央采购、生产交付、物流交付、质量管控等关键环节的密切衔接。经过半年的探索,全新的组织形态和强矩阵化管理运作模式以“赋能松洞” 汽车涂层项目为试点,在优化资源配置、强化运营管理、提升文化融合、促进各业务板块协同发展等方面的机制及路径日渐有效,并逐步深化。

为更好地参与市场竞争,公司重启了国际化进程,将松井越南为据点设立生产和营销基地,辐射东南亚及印度市场,以更快速响应客户需求,实现客户资源的有效渗透,进一步扩大公司全球品牌影响力,打好公司国际化基础。

2、多层次、多维度培育布局,技术创新汇聚新动能。

为保持持续进化的能力,公司在研发投入上不断“加码”,全年研发投入7,452.16万元,较上年同比增加26.84%,研发投入占营业收入比例达14.93%。报告期内,公司围绕“技术的松井”,开展了多层次、多维度布局,取得了系列成果。

在研发创新动能方面,积极孵化和培育新项目,加快关键涂层材料国产化步伐。公司聚焦新能源汽车、航空航天等新兴行业发展趋势及技术动态,前瞻性开展了多项创新型涂层项目的技术研发。2022年,公司与某重要战略客户交互式研发的创新型动力电池绝缘涂层材料技术不仅通过阶段性材料性能测试,而且全球首创提出采用材料与工艺相结合的系统性解决方案,该套方案初步获客户认可,目前正在联动全球资源进行解决方案的全流程验证;与客户合作研发的适用于更高功率汽车电机、特高压变压器的特种功能涂层材料完成配方研发与中试,进入产品安全认证阶段;溶剂型无树脂色浆项目提前完成实验室配方开发并得到乘用汽车领域客户初步认可;针对国产大飞机标杆客户深层次需求开展了技术交流,参与其涂层材料的研发;由公司发榜的“国产大飞机电致变色功能涂层材料关键技术研究”项目,在2021年度湖南省技术攻关“揭榜挂帅”项目中获得立项。

传统升级迭代应用型项目并驾齐驱。公司不断挖掘、引领下游行业及客户需求,主动进行产品技术升级迭代,着力解决客户痛点及难题。例如在消费电子领域,公司研发的水性涂料组合产品在成功改写原有技术短板的基础上,在业内首次实现水性超级白外观效果;创新研发的诸多涂料新品可更好满足下游客户需求的同时,在手机、平板、笔电等领域均实现了量产应用。在乘用汽车领域,公司不但实现了有机硅手感涂料在汽车零部件领域的首次应用,而且进行了内饰金属涂料的迭代与升级,部分涂料技术和产品可从多涂到一涂跨越。

在研发平台构筑方面,通过施行“人才盘点、清零强基”与引入行业顶级专家、高端科研人才并举政策,公司的研发队伍结构得到优化,整体“战斗力”进一步提升。作为迈向松井愿景的承载实体,广东松井研究院正式投入使用,上海松井研究院进入紧张施工阶段,国内“华东-华南-华中”三大主要研发技术平台初具雏形。此外,公司先后获批湖南省博士后创新创业实践基地、国家企业技术中心,软硬实力双提升,为公司高素质人才引进、高新技术研发形成有力支撑,进一步夯实了公司人才强企战略的发展根基。

在研发效能改善方面,公司通过组织架构调整与升级进一步打好研发管理基础,团队协作能力与研发效率得到双提升。通过扎实开展精益数字化管理、PDM研发管理系统升级等方式,实现在研项目全面动态过程管理,项目量产成功率持续提升。检测中心顺利通过中国合格评定国家认可委员会(CNAS)评审获得CNAS实验室认可,标志着公司朝着专业化道路上迈出了坚实一步。

3、始终坚持客户导向,合拳聚焦,消费电子业务仍保持行业领先优势。

秉承“一切以客户为中心”的价值导向,通过持续打造CMF体系、积极开发新锐产品等举措,深挖下游市场潜能,不断拓宽与客户合作边界。尽管2022年消费电子业务收入同比下降,公司在高端消费电子涂料市场的占有率仍保持增长,再上台阶。

在海外终端客户上,公司凭借过硬的技术实力和良好的口碑,在北美消费电子大客户的产品线进一步丰富,一是首款胶黏剂产品在其手机项目应用上取得历史性突破,待后续导入量产;二是推出的可匹配、满足其差异化需求的环保型油墨产品解决方案获得客户认可;三是公司参与开发的多个重点新品类项目相继进入待量产阶段,如功能型硅涂料、超低反射率特种功能涂料、水性哑光色漆在其VR产品上试样成功,成为其指定一供;四是可同时满足多种金属材料应用的超级水性色漆解决方案首次在其台式电脑主机上打样成功。

在国内终端客户上,公司与重要战略伙伴及模厂客户保持密切稳定合作,并取得积极进展。以环保型低VOC涂层解决方案为切口, 公司产品应用成功拓展延伸至国内H大客户笔电领域,获得其笔电产品的涂料量产权;全面进入小米的手机、笔电、可穿戴、智能家电等多个产品序列的供应链体系; 与OPPO合作取得突破,在第四季度全面介入其新机种、新项目的开发;成为VIVO某款产品主要供应商;成功进入ODM客户龙旗、闻泰新项目开发的主供序列。

在油墨业务上,随着油墨产品体系日益完善,市场协同、品牌等优势逐渐显现,2022年油墨收入同比增长56.20%。报告期内,公司开发和储备多家战略客户,全面参与Google项目开发,成为其新项目油墨产品的主要供应商;在北美T公司路由器项目中实现量产;除此之外,公司正与福耀积极开展合作,参与配合多个项目产品与解决方案的开发。

4、十年磨一剑,乘用汽车业务乘势而上,呈奋楫扬帆之态。

报告期内,公司以“技术+创新”双驱动策略,在成功推出防雾涂料、PVD涂料、水性涂料、手感涂料等系列开创行业先河的产品与技术基础上,再次勇立行业潮头,与汽车终端品牌、汽车零部件配套供应商携手共树行业标杆,开辟出一条具有松井特色的成长路径。公司系列产品先后在北美T公司、比亚迪、蔚来、理想、吉利、广汽、上汽通用五菱、柳汽、长城、丰田等新车型上实现量产。随着行业影响力日渐扩大,新项目研发需求与合作机会纷至沓来。

5、数字化项目落地实施,为运营效率提升赋能。

公司通过数字化项目的落地实施, 基本实现各大系统数据贯通及业务场景数字化全覆盖,数字化应用水平大幅提升,既为公司实现多组织化经营提供了基础保障,也为各项管理决策提供了科学依据。

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

公司是一家以高端消费类电子和乘用汽车领域为目标市场,通过“交互式”自主研发、“定制化柔性制造”模式,为客户提供涂料、油墨、胶黏剂等多类别系统化解决方案的全球新型功能涂层材料制造商。

新型功能涂层材料按照产品特性、用途等不同,可分为涂料、油墨、胶黏剂三大类;按照固化方式不同,主要分为热固化、UV固化以及电子束固化涂层材料;按照溶剂种类不同,又可以分为溶剂型、水性、高固含、粉末涂层材料;按照应用领域划分,现阶段主要应用于高端消费类电子的手机及相关配件、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,以及乘用汽车零部件内外饰领域。

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:北美消费电子大客户、Microsoft、Google、HP、Amazon、Meta、罗技、华为、荣耀、小米、VIVO、OPPO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,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、比亚迪、蔚来、理想、吉利、广汽、上汽通用五菱、法雷奥等国内外知名整车及汽车零部件供应商。

与此同时,公司正围绕轨道交通、航空航天、海洋装备等特种装备领域,以表面处理、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。

(1)公司主要产品及特点:

应用领域	产品类别	产品名称	产品主要功能及特点
高端消费电子	涂料	系列PVD涂料	公司拥有齐全的PVD产品系列,包括镀银、镀铜、镀铝和光学镀产品系列。在3C行业中PVD以NCVM涂料为主,该工艺可实现塑料等基材的金属化效果,显著提升高端消费类电子产品外观色彩和装饰效果且不影响无线信号的传输。 同时公司PVD涂料产品有UV固化涂料、PU聚氨酯涂料和双固化(UV/热)涂料系列,具有优异的基材附着性能、金属上镀性好,可实现多种颜色特别是深色色彩和渐变色彩,产品具有高耐磨、抗划伤的保护性能。
		系列UV色漆涂料	公司UV色漆涂料系列包括PU色漆/UV面漆体系、UV手感涂料、UV单涂清漆体系和UV单涂加色体系等,可用于塑胶、金属和复合材料的基材上。UV色漆体系可实现多彩效果和高金属质感的色漆,具有高装饰性,高硬度抗划伤,高耐磨和高耐化性。UV涂料具有节能、环保、高效率和高性能等优点。
		系列水性涂料	公司拥有有水性PU涂料、水性手感涂料、水性UV涂料、水性高温烘烤涂料等,可替代传统的3C油性涂料。水性涂料的VOC更低、更环保,符合国家的发展战略。公司的水性涂料可用于金属基材、塑料基材、皮革和复合材料等基材,具有良好的附着力、耐高温高湿、耐化学品和耐磨性能,色彩丰富。
		硅胶涂料	公司的硅胶涂料具有手感滑爽柔韧,在硅胶基材、氟硅橡胶基材和TPU基材上有良好的附着力,耐磨性能优异,耐化学药品性能良好,广泛用于手机电脑配件,穿戴产品和智能家居的电子设备中。
		系列PU涂料	公司拥有齐全的PU涂料系列,包括PU底漆、PU色漆、PU清漆、PU手感涂料等。PU涂料可用于塑胶、金属、皮革和复合材料等基材上,具有良好的附着力,色彩丰富可实现高金属质感,涂料耐磨性能好,耐化学药品,抗冲击性能优异。
	油墨	保护油墨	公司拥有系列的保护油墨,产品具有耐强酸、强碱,抗喷砂等特性,在玻璃加工制程中对玻璃起过程保护作用,实现提升玻璃切割良品率、防止玻璃擦伤、辅助实现玻璃边缘减薄等功能。
		装饰油墨	公司拥有丝印、移印和喷涂等施工方式的装饰油墨,具有遮盖率高、附着力强、印刷精度高、耐老化、耐黄变、高达因值等特性。公司的低VOC喷涂型油墨特别适用于3D等曲面玻璃的装饰、标识,且喷涂应用效率更高。
		系列水性油墨	公司开发了水性丝印油墨和水性喷涂型油墨,应用于玻璃、塑胶和复合板材等基材上,具有附着力强,色彩丰富、易操作,遮盖力好和低VOC等特点。公司的水性喷涂型油墨可实现低VOC排放,符合国家的产业发展方向。
乘用汽车	涂料	汽车PVD涂料	采用真空离子溅射镀膜技术,可替代高环境污染的水电镀(铬)产品,无污染; 具有优异的附着力及耐水性、金属效果、高耐磨、耐大气老化、耐温热老化等特性,同时可实现遮光效果、雷达波透过功能,色彩多样化,用于PC,ABS,PP,金属等多种素材上。 适用于汽车装饰灯装饰条、装饰圈、门把手、旋钮、出风口、方向盘、车标等内饰件,以及格栅、雾灯框、门外装饰条、后视镜装饰条等外饰件,提高产品的外观装饰与防护性能。
		触感涂料	具有极低的表面张力,良好的耐污性和超溶黄触感,优异的耐高/低温性、耐湿性、耐候性、耐咖啡性效果。 传统PU手感涂料(易返粘、易脏污、耐候性差、耐化性差)的最佳替代产品。
		PU/钢琴黑涂料	具有高丰满度、高光泽度、优异耐候和耐划伤、耐化学品和耐汽油腐蚀、抗石击等优异特性,可实现镜面流平效果。 适用塑胶、金属、大理石、尼龙玻纤和PP等基材,以提升终端产品的装饰与防护性能。
		车灯用功能涂料	1、防雾涂料具有防流挂、耐老化性、耐久性、高透射率的优异防雾性能,可提升驾乘安全性,主要用于乘用汽车大灯和尾灯。 2、耐候性UV保护涂层具有耐磨、抗石击、抗污易清洗、耐候等功能,可延长车灯的使用寿命,主要用于汽车大灯外层。
		汽车水性涂料系列	绿色环保、低VOC排放,施工过程气味小,不含重金属等有害物质。 具有优异的附着力和耐水柔性,施工配套性好(可与水性、油性的PU类、UV类清漆配套),金属感好,耐化学品性能好(耐酒精、护手霜等)。

(2)公司主要产品在下游终端应用情况:

应用领域	应用细分领域	产品类别	部分应用部件	部分终端合作客户
高端消费电子	手机及相关配件	涂料	后盖、中框、指纹识别模组、侧键、LDS天线、SIM卡托、面板、保护壳、无线充电板、充电插头、车载支架、手机密封圈、摄像头、折叠屏FP装饰件等	北美消费电子大客户、华为、小米、VIVO、OPPO、三星、荣耀、Google、MOTO等
		油墨	后盖、前盖、指纹识别模组等	北美消费电子大客户、Google、VIVO、小米等
	笔记本电脑及相关配件	涂料	键盘、外壳、转轴盖、门板、天线盖、平板背板、平板中框、平板装饰条、平板侧键、平板保护套、平板智能键盘、智能手写笔、鼠标、视讯会议设备、镜头框等	北美消费电子大客户、HP、华硕、罗技、华为、三星、中兴、联想等
		油墨	触控板、装饰条	北美消费电子大客户、HP、Microsoft等
	可穿戴设备	涂料	手表表带、手表后盖/中框、充电宝、耳机绳线、头戴式耳机、入耳式耳机、运动耳机、耳机仓、手环、VR眼镜、VR面罩、跟踪器、电子烟、内置件	北美消费电子大客户、华为、小天才、OPPO、Google、卡西欧、Meta、安克、Beats、Plantronics、Jabra、Human、Microsoft、华米、万魔、BAT(英美烟草集团)、3Glasses、联想、雷蛇、爱普生等
		油墨	手表表带	北美消费电子大客户等
	智能家电	涂料	电动牙刷、智能音响、学习机、点读笔、智能水杯、显示屏、无人机、数码相机、智能门铃、开关、智能门锁	北美消费电子大客户、Meta、Philips、小米、素士、云顶、Ubanile、华为、科大讯飞、小天才、大疆、松下、佳能、尼康、Google、施耐德等
		油墨	智能音响、路由器	Google、北美消费电子大客户、SpaceX-Starlink等
乘用汽车	内外饰	涂料	整车内饰饰条、中控台、方向盘、仪表台、空调面板、门板、门把手、换档手柄、换挡开关面板、内饰按键、扬声器、喇叭网、显示屏后盖、嵌饰板等内饰件,以及外后视镜、车灯、车标、踏板、钥匙、外饰保险杠装饰板、后光尾字标等外饰件	比亚迪、蔚来、理想、路特斯、极氪、吉利、北美T公司、广汽、长城、上汽通用五菱、东风柳汽等
	其他零部件	涂料	车灯	吉利等
		油墨	充电桩面板	北美T公司

(3)公司主要产品与解决方案应用场景示例:

△3C高端消费类电子涂层产品与解决方案部分应用示例图

△乘用汽车类涂层产品与解决方案部分应用示例图

(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、油墨、胶黏剂等新型功能涂层材料,以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研发平台。

建立以松井中央研究院为核心,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。

(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、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,新客户开发周期约为1-4年不等,其中消费电子终端开发周期略快于乘用汽车终端开发周期。

此外,公司建立项目化运行机制,“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。

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),被广泛运用于各行各业,是国民经济配套的重要工程材料。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,工业涂料市场具有市场规模大、中高端市场寡头垄断特征。

消费类电子、汽车和特种装备领域因其科技性、创新性、功能性特点,该领域的功能涂层材料通常称为新型功能涂层材料。

(2)行业发展阶段

根据世界油漆与涂料工业协会(WPCIA)统计数据,2022年全球涂料市场规模达到1797亿美元,年增长率为3.1%,其中工业油漆和涂料市场的销售额为456亿美元。从产量上来看,全球涂料市场主要集中在亚太、北美、欧洲。从市场竞争格局来看,多年保持相对稳定。2022年全球涂层材料公司销售前十名均为外资企业,宣伟(美国)、PPG(美国)、阿克苏诺贝尔(荷兰)分别以216.4亿美元、171.5亿美元、119亿美元销售额位居全球前三名。全球涂料行业正在向集约化、专业化方向发展。

2022年,亚太地区油漆和涂料市场规模为630亿美元,是全球油漆和涂料最有潜力的市场,其中,中国目前主导着该地区市场,复合年增长率为5.8%。根据《中国涂料行业“十四五”规划》显示,到2025年,我国涂料行业总产值预计增长到3700亿元左右;产量按年均4%增长计算,到2025年,涂料行业总产量预计增长到3000万吨左右。从行业生命周期来看,目前我国涂料行业现阶段处于成长期,但存在结构性产能严重过剩、产业集中度低、市场竞争不规范等特点,整体呈现“大行业、小企业”的竞争格局。我国涂料行业主要包含外资品牌和内资品牌,行业梯队层次较为明显,外资企业因在高端涂料领域更具优势,市场竞争力更强,占据了国内涂层材料市场近半数的份额。内资品牌企业虽然数量较多但中低端产品同质化严重,但随着本土企业近年来在积极进行技术创新,大力布局外资企业垄断的涂层材料领域,国内企业与外资头部企业的收入规模差距正在不断缩小。

消费电子及乘用汽车作为涂料、油墨、胶黏剂等涂层材料的重要下游应用产品,行业的快速变化倒逼涂层产业向着环保型、节能型和多功能型方向发展。

1)下游应用领域的深化和拓宽、供应链国产化等因素为国内新型功能涂层材料行业发展创造良好条件。

经过多年发展,传统消费电子行业已逐步进入成熟阶段,产品创新、市场增长速度已逐渐放缓,在芯片紧缺、产业链转移等负面因素影响下,产业链竞争进一步加剧。在当前困境下,消费电子产业链公司不断寻找新的突破点,产品差异化、品质高端化等深层次需求日益增多,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如AR、VR、MR产品不断拓宽也随之为新型功能涂层材料带来更大发展空间。

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集中,许多优秀国内品牌企业供应链国产化趋势日益明显。而国内制造业技术水平日益提高,加之丰富的原材料资源和适中的劳动力成本优势,为国内新型功能涂层材料行业发展提供有力保障。

2)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。由于基材适应性广、多涂层结构等因素,涂料的总涂膜面积相对较大,涂料相比于其他两类涂层材料应用更广。但随着玻璃基材应用提升,油墨用量也逐步增加。为满足高端消费品小体积、轻量化需求,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。

鉴于涂料、油墨、胶黏剂产品具有共同的客户群体,产品性能、用途互补性强的特征,多品类、一体化产品体系的优势逐步凸显。一方面,多类别、一体化的产品体系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。

②不同的固化机理特点,衍生出不同新兴涂层材料与工艺需求

近年来,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,并在高端消费电子领域和乘用汽车领域得到快速应用,逐步实现了对传统热固化色漆、面漆的替代。

(下转B209版)

证券代码:688157　　证券简称:松井股份

湖南松井新材料股份有限公司

【2023】第一季度报告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性依法承担法律责任。

重要内容提示

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、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。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人(会计主管人员)保证季度报告中财务信息的真实、准确、完整。

第一季度财务报表是否经审计

□是 √否

一、主要财务数据

(一)主要会计数据和财务指标

单位:元　币种:人民币

项目	本报告期		本报告期比上年同期增减变动幅度(%)
营业收入	94,205,867.07		-19.50
归属于上市公司股东的净利润	3,034,748.79		-84.85
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,191,921.79		-93.48
经营活动产生的现金流量净额	1,990,999.41		不适用
基本每股收益(元/股)	0.04		-84.00
稀释每股收益(元/股)	0.04		-84.00
加权平均净资产收益率(%)	0.24%		减少1.44个百分点
研发投入合计	17,267,364.26		50.91
研发投入占营业收入的比例(%)	18.33		增加8.55个百分点
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减变动幅度(%)
总资产	1,399,063,606.32	1,410,531,584.63	-0.81
归属于上市公司股东的所有者权益	1,253,175,020.10	1,248,422,889.39	0.38

(二)

非经常性损益项目和金额

单位:元　币种:人民币

项目	本期金额	说明
非流动资产处置损益		
越权审批,或无正式批准文件,或偶发性的税收返还、减免		
计入当期损益的政府补助,但与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	839,256.31	
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费		
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益		
非货币性资产交换损益		
委托他人投资或管理资产的损益		
因不可抗力因素,如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备		
债务重组损益		
企业重组费用,如安置职工的支出、整合费用等		
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益		
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益		
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益		
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	1,422,149.46	
单独进行减值测试的应收款项、合同资产减值准备转回		
对外委托贷款取得的损益		
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益		
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响		
受托经营取得的托管费收入		
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-81,725.36	
其他符合非经常性损益定义的损益项目		
减:所得税影响额	317,043.15	
少数股东权益影响额(税后)	19,810.26	
合计	1,842,827.00	

将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》中列举的非经常性损益项目界定为经常性损益项目的情况说明

□适用 √不适用

(三)

主要会计数据、财务指标发生变动的情况、原因

√适用 □不适用

项目名称	变动比例(%)	主要原因
货币资金	-50.24	主要系本期购买理财产品增加所致。
交易性金融资产	1,064.97	主要系本期购买理财产品增加所致。
应收票据	36.21	主要系本期末商业承兑汇票及信用等级一般的银行承兑汇票增加所致。
应收款项融资	89.19	主要系本期末库存票据中以信用等级较高银行为承兑行的银行承兑汇票增加所致。
预付账款	264.55	主要系期末预付“湘柳挂帅项目”研发经费增加所致。
其他应收款	49.14	主要系本期末员工借支备用金增加所致。
合同负债	61.62	主要系本期预收货款增加所致。
应付职工薪酬	-52.83	主要系上期末计提的年终奖本期发放所致。
其他流动负债	400.28	主要系本期末背书未到期的信用等级一般