

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**  
**2023 年年度报告摘要**

## 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](http://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2024年4月24日召开第二届董事会第二十八次会议，审议通过了《2023年度利润分配预案》，拟向全体股东每10股派发现金红利2.20元（含税）。根据《上市公司股份回购规则》等有关规定，上市公司回购专用账户中的股份，不享有利润分配的权利。截至董事会审议通过之日，公司总股本111,736,486股，以扣除公司回购专用账户中股份数量397,100股后的股本111,339,386股为基数，合计派发现金红利24,494,664.92元（含税），本次利润分配金额占2023年度合并报表归属于上市公司股东净利润的30.20%。本次不进行资本公积转增股本，不送红股。如在董事会审议通过之日至实施权益分派股权登记日期间，公司总股本扣减公司回购专用账户中股份数量后的股份基数发生变动的，公司拟维持分配总额不变，相应调整每股分配比例，并将另行公告具体调整情况。本利润分配预案尚需经2023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）	上海证券交易所科创板	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	周欢	司新宇
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@sokan.com.cn	zqb@sokan.com.cn

### 2 经营情况讨论与分析

2023年，全球宏观经济形势纷繁复杂，下游行业发展带来的挑战与机遇并存。在此背景下，公司锚定战略方向，聚焦主业，着眼长远，审时度势抓机遇，乘势而上谋发展，以技术研发为支撑，强化科技创新引领；以市场需求为导向，坚持走差异化精品化竞争路线，高端消费电子业务实现市占率稳步提升，乘用车业务呈现高速增长态势，特种装备等新兴领域取得系列新突破。此外，公司不断强化完善内部管理，注重经营质效升级，全方位筑基长期高质量稳健发展。

#### （一）报告期内主要经营情况

报告期内，公司实现营业收入 58,976.73 万元，同比增长 18.17%；实现归属于上市公司股东的净利润 8,110.69 万元，同比下降 1.45%。截至 2023 年 12 月 31 日，公司资产总额 157,194.53 万元，经营活动产生的现金流量净额为 2,638.19 万元，资产负债率 16.88%。

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	2023 年		2022 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	47,865.97	81.16%	42,637.96	85.43%	12.26%
其中：手机及相关配件	26,589.82	45.09%	22,157.32	44.40%	20.00%
笔记本电脑及相关配件	9,066.11	15.37%	8,616.65	17.26%	5.22%
可穿戴设备	9,969.91	16.90%	9,447.84	18.93%	5.53%

智能家电	2,234.92	3.79%	2,408.64	4.83%	-7.21%
其他	5.21	0.01%	7.50	0.02%	-30.53%
<b>2、乘用车领域</b>	<b>9,868.34</b>	<b>16.73%</b>	<b>6,702.51</b>	<b>13.43%</b>	<b>47.23%</b>
<b>3、特种装备等新兴领域</b>	<b>252.22</b>	<b>0.43%</b>	<b>38.43</b>	<b>0.08%</b>	<b>556.31%</b>
<b>主营业务收入小计</b>	<b>57,986.53</b>	<b>98.32%</b>	<b>4,9378.90</b>	<b>98.94%</b>	<b>17.43%</b>
其他业务收入小计	990.20	1.68%	530.30	1.06%	86.72%
<b>营业收入合计</b>	<b>58,976.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>49,909.20</b>	<b>100.00%</b>	<b>18.17%</b>

在高端消费电子领域，一方面，随着下游消费电子行业需求逐步回暖，公司积极把握发展机遇，推动产品出货量持续提升；另一方面，公司积极开展前瞻性布局，充分利用 CMF 创新体系优势不断进行产品、工艺、技术创新升级，深入牵引和挖掘市场客户需求，成功实现系列创新型涂层解决方案的应用量产，并打造了如国内 H 大客户 Mate60、北美消费电子大客户 Vision Pro 等行业标杆项目，高端消费电子领域全年实现营业收入 47,865.97 万元，同比增长 12.26%，其中手机及相关配件、笔记本电脑及相关配件、可穿戴设备细分领域分别实现同比增长 20.00%、5.22%、5.53%。

在乘用车领域，公司紧握新能源汽车行业发展机遇，精耕内外饰涂层市场，先后取得多项重大涂层技术、市场开拓及项目落地应用的历史性突破，产品及客户结构持续优化。随着合作项目的陆续落地量产，乘用车业务全年共实现营业收入 9,868.34 万元，同比增长 47.23%。

在特种装备等新兴领域，随着重大创新型项目有序推进及部分商业化成果小批量落地，公司共实现营业收入 252.22 万元，同比增长 556.31%。

## （二） 报告期内重点工作推进情况

### （1） 强化科技创新引领，技术研发硕果累累

报告期内，公司以技术的松井为定位，着力提升研发团队创新动能，强化研发平台建设管理，多维度夯实研发技术硬实力，积极蓄能新质生产力，并稳步推进研发项目科技创新及成果转化，2023 年研发投入 9,028.59 万元，较上年同比增加 21.15%，研发投入占营业收入比例达 15.31%，全年新品销售额占营业收入总额达 27.54%，成效显著。

以传统应用型项目为代表的创新研发技术持续迭代升级领跑行业。如公司密切关注下游发展新趋势、新变化，创新开发拓印技术并成功在客户高端手机导入量产，建立了行业标杆示范效应；发光保险杠涂层技术在国内首次量产，引领行业潮流；积极致力于行业环保、绿色产品研发，率先进行绿色研发设计转型，成功量产可满足欧盟和北美的最新环保要求的无氟硅胶产品；可提高施工效率、降低污染的水性点胶涂料成功开发并获得应用；生物基聚氨酯涂料研发成功，并获得 7 款涂料的 UL 生物基含量认证，成为外观漆涂料行业转型低碳经济、实现可持续发展的风向标。

聚焦核心关键技术的重大战略创新型项目稳步推进并取得系列实质性进展突破。如历经多年技术沉淀与打磨，可适用于新能源动力（储能）电池、光伏玻璃、集成电路等行业的“绝缘涂层材料+数字化涂装技术”系统性解决方案分别获得行业头部客户量产采购订单，已具备向下游行业全面推广的基础；获得 TUV 德国莱茵颁发的 EN9100 航天航空质量管理体系认证证书，航空飞

行器相关涂料项目进入适航认证阶段，为进军航空航天、低空经济等战略性新兴产业做好铺垫；可应用于集成电路行业的油墨新品研发成功开始进入市场导入阶段待量产；汽车原厂漆、汽车修补漆等其他各在研项目均有序、稳步推进中，为未来长远发展储备源源不竭新动能。

研发体系不断健全完善，科技创新活力日益凸显。报告期内，公司上海松井研究院正式开业投入使用，“华东-华南-华中”三大研发平台相互协同，共同聚焦关键核心技术进行定向突破；引进一批关键技术人才，充实重点项目攻关力量，进一步提升研发团队核心竞争力，筑牢创新研发人才基石；新增软件著作权 1 项，国家授权专利 23 项，其中发明专利 18 项，实用新型专利 5 项；凭借过硬的技术研发实力、锐意进取的自主创新能力及高品质的产品性能，公司相继被评定为国家级第五批专精特新“小巨人”企业、国家工业产品绿色设计示范企业、国家技术创新示范企业，进一步彰显公司在新型功能涂层领域的技术创新能力和行业引领地位。

### **(2) 深挖潜力多渠道拓展，高端消费电子业务市占率稳步提升**

报告期内，公司秉承“一切以客户为中心”的价值导向，密切关注上下游市场发展动态及趋势，积极进行前瞻性布局，不断深化客户合作，持续拓宽业务合作边界，有效实现高端消费电子业务市场占有率稳步提升。

一方面，公司凭借多年不懈的创新研发以及快速响应的优秀服务能力赢得重要核心战略客户长期信赖，不仅在小米、国内 H 大客户、荣耀等终端客户市场份额始终维持较高水平，而且与北美消费电子大客户、罗技、HP、VIVO、OPPO 等客户合作日益紧密，市场份额也持续提升；另一方面，公司积极利用新锐产品、创新工艺助力新业务新市场开拓，抢抓市场发展先机，如拓印技术在国内 H 大客户 Mate60 机型成功应用量产、超低反射率/防腐蚀涂层解决方案在北美消费电子大客户手机与可穿戴设备端落地应用，并通过标杆示范效应，全面对接海内外终端客户进行推广，获得大量参与新项目的合作机会。

此外，作为公司全球化营销网络布局重要落子点的松井越南工厂正式开业运营，并顺利完成海外终端转移项目对接认证及三星项目量产导入，海外市场渗透进一步加速；“涂料+油墨+胶黏剂”三合一产品战略体系搭建有序推进，油墨业务新项目合作机会纷至沓来，胶黏剂业务发展势头良好，全年营业收入同比增长 202.08%。

### **(3) 聚焦差异化树标杆，乘用车业务呈现高速增长态势**

在乘用车领域，公司紧抓新能源汽车行业发展机遇，以“技术+市场”双驱动策略，精耕乘用车内外饰零部件市场，持续推动乘用车业务高速发展。

凭借差异化的产品竞争优势，持续深化与比亚迪、蔚来、吉利、新泉股份、延锋国际、敏实集团等汽车终端及汽车零部件厂商的战略合作，推动系列项目落地量产；快速响应下游终端个性化、多样化市场需求，积极开拓新客户、新市场，参与系列新车型如问界某车型的内饰涂层项目开发；与福特、长安、弗迪精工、南方佛吉亚等知名汽车终端及零部件厂商建立业务联系与合作。

积极拓展汽车涂层产品的应用范围，从内饰部件逐步成功应用至保险杠、扰流板、格栅等面积更大、技术要求更高的外饰部件，如参与吉利某车型全球首个量产的一体式发光保险杠项目开发

发，开创了电动汽车家族化脸谱设计先河。随着外饰件项目的成功量产和标杆项目效应的日渐释放，公司乘用车领域战略发展路径进一步畅通。

#### (4) 多举措加强内部精细化管理，运营质效持续升级

为更好地满足公司战略和可持续发展需求，有效激发员工潜能和平台活力，公司正式启动实施“阿米巴经营模式”，通过全面推动阿米巴经营管理模式，寻找促进企业发展的契合点，以有效实现成本控制、盈利增长和业务发展新突破；同时注重数据驱动精细化管理，启动供应链体系数字化建设，深化供应链管理体制机制改革，进一步强化成本控制和质量管理理念落地，公司整体运营效能得以提升。

### 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，以及乘用车内外饰零部件领域。



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、国内 H 大客户、荣耀、小米、VIVO、OPPO 等诸多国际知名终端品

牌。

在乘用车领域，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、小鹏、一汽红旗、法雷奥、延锋国际、敏实集团、新泉股份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，包括镀钢、镀锡、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更低 VOC 排放，符合国家的产业发展方向。
乘用车	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、耐湿热老化等特性，同时可实现透光效果、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。 适用于汽车氛围灯装饰条、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，良好的耐污性和超滑爽触感，优异的耐高/低温性、耐湿性、耐候性、耐咖啡性效果。是传统 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。适用于塑胶、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。



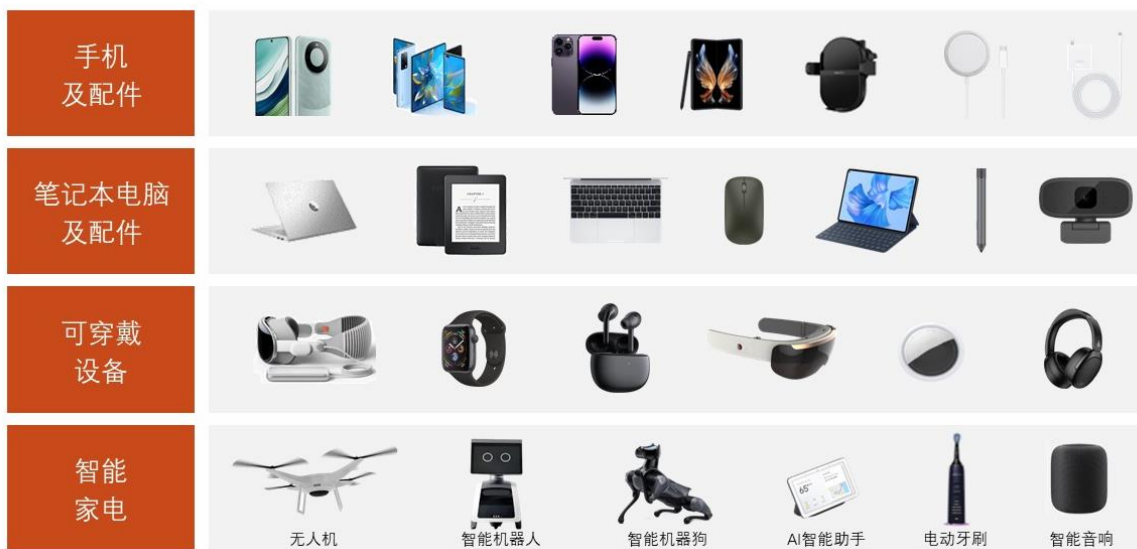
		车灯用功能涂料	<p>1、防雾涂料具有防流挂、耐老化性、耐久性、高透射率的优异防雾性能，可提升驾乘安全性，主要用于乘用车大灯和尾灯。</p> <p>2、耐候性 UV 保护涂层具有耐磨、抗石击、抗污易清洗、耐候等功能，可延长车灯的使用寿命，主要用于汽车大灯外层。</p>
		汽车水性涂料系列	<p>绿色环保、低 VOC 排放，施工过程中气味小，不含重金属等有害物质。</p> <p>具有优异的附着力和耐水煮性，施工配套性好（可与水性、油性的 PU 类、UV 类清漆配套），金属感好，耐化学品性能好（耐酒精、护手霜等）。</p>

(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 TP 装饰件等	北美消费电子大客户、国内 H 大客户、小米、VIVO、OPPO、三星、荣耀、Google、MOTO、传音等
		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、国内 H 大客户、三星、中兴、联想等
		油墨	触控板、装饰条等	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、内置件等	北美消费电子大客户、国内 H 大客户、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	手表表带等	北美消费电子大客户等
	智能家电	涂料	无人机、智能机器人、电动牙刷、智能音响、学习机、点读笔、智能水杯、显示屏、数码相机、智能门铃、智能开关、智能门锁、美容仪等	北美消费电子大客户、Meta、Philips、小米、素士、云顶、Usmile、国内 H 大客户、科大讯飞、小天才、大疆、松下、佳能、尼康、Google、施耐德、Ulike、亚马逊等
		油墨	智能音响、路由器等	Google、北美消费电子大客户、SpaceX-Starlink 等
乘用车	内外饰	涂料	整车内饰装饰条、中控台、方向盘、仪表盘、空调面板、门板、门把手、换挡手柄、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、车标、隔栅、钥匙、保险杠、后壳尾字标、扰流板等外饰件	比亚迪、蔚来、理想、路特斯、极氪、吉利、北美 T 公司、广汽、长城、福特、长安、上汽通用五菱、东风柳汽、小鹏、赛力斯、小米等
				其他零部件
		油墨	充电桩面板、B 柱	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开发平台。

建立以松井研发中心为核心，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。

此外，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研发。

### （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。

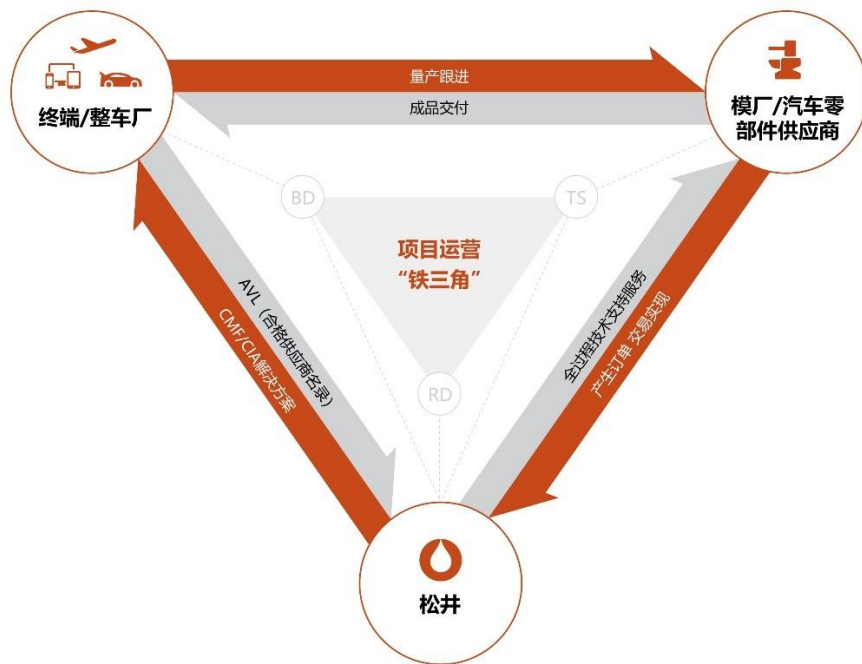
①配置业内先进的DCS生产自动化控制系统进行生产,采用业内先进的表征设备和理化仪器对原材料、半成品、成品进行微观精准分析与检测,确保产品品质、有效提高生产效率。

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

高端消费类电子和乘用车领域具有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,其中高端消费类电子终端开发周期略快于乘用车终端开发周期。

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。

涂层材料指涂布于物体表面在一定的条件下能形成薄膜而起保护、装饰或其他特殊功能的一类液体或者固体材料。广义的涂层材料可以分为涂料、油墨和胶黏剂。公司主要聚焦高端消费类电子和乘用车领域，为行业内相关客户提供涂层材料，因下游应用领域具有科技性、创新性、功能性特点，因此该类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)数据，得益于建筑、汽车和制造业等各行各业对涂料日益增长的需求，2023年全球油漆和涂料市场规模达到1855亿美元，较上年同比增长3.2%，其中亚太地区是全球最大和市场增长最快的油漆和涂料生产地，总产量占全球总产量的54.7%，而中国在其中占据主导地位。据中国涂料工业协会初步统计，2023年度中国涂料工业总产量3577.2万吨，较上年同期增长4.5%。涂料行业经过多年的发展，形成了相对稳定的竞争格局，并逐步向集约化、专业化方向发展。

从细分应用领域来看，根据QYResearch调研团队研究报告《全球3C涂料市场报告2023-2029》显示，预计2029年全球3C涂料市场规模将达到12.3亿美元，未来几年年复合增长率CAGR约为2.1%。根据Global Market Insights的最新研究报告，2024年全球汽车涂料市场规模将超过265亿美元，全球水性涂料市场规模将超过105亿美元。新型功能涂层材料市场空间整体呈现增长趋势。

从国内发展情况来看，当前我国涂料行业正处于发展成长期，但是一个典型的分散型行业，市场竞争激烈，企业数量众多，竞争格局呈现出“头部效应”和“长尾效应”的特点。外资品牌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，市场竞争力弱，行业梯队层次较为明显。近年来，依托国内庞大的市场空间，部分本土优质企业凭借技术创新、优质服务不断突围，正逐步缩小与外资头部企业的差距。

##### (3) 行业基本特点

与其他涂料板块相比，新型功能涂层材料主要行业特点是准入难度大、技术门槛高，具备显著的行业门槛和客户粘性。

### 1) 准入难度大

新型功能涂层材料行业的终端客户为高端消费类电子品牌企业和乘用车（零部件）品牌企业，直接客户为上述品牌企业上游模厂。进入其供应链需完成“终端认证”+“模厂认证”的双重认证。具体进入流程包括终端客户需求获取、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，整个进入过程通常需要 1-4 年。在后续合作阶段，终端、模厂通常会持续对主要供应商进行考核，供应商需持续满足其相关认证要求。

由于涂层材料品质直接影响下游产品品质，下游客户更换供应商成本高、风险大，其通常会将通过认证的供应商列入合格供应商名录，不轻易更换。

上述筛选过程使新型功能涂层材料行业具有较高的市场进入壁垒，准入难度大。

### 2) 技术门槛高

新型功能涂层材料领域是高分子化学、有机化学、无机化学、胶体化学、表面化学与表面物理、流变学、材料力学、光学和颜色学等多学科结合的综合应用技术领域，细分涂层材料产品种类繁多，且不同细分涂层材料产品的基础原理、材料性能、生产工艺、应用条件区别较大。上述特征使新型功能涂层材料市场细分化程度和技术门槛相对较高，属于典型的技术密集型产业。

高端消费类电子、乘用车、特种装备领域具有产品类型多样、应用领域可扩展性强的特点，且随着产品升级和市场拓展不断催生出新的应用场景；同时，下游产品多样化、多变化、定制化、高品质等特征，要求产业链上所有环节需要保持相应的创新质量和节奏。尤其是科技创新的快速发展，新基材的迅速迭代，对新型功能涂层材料应用提出了新的挑战，相关企业必须通过持续的研发投入和技术更新，不断满足消费者对终端产品新质感、新视觉、新体感的需求，为用户营造最佳的使用体验。

## 2. 公司所处的行业地位分析及其变化情况

公司自成立以来，一直专注于高端消费类电子和乘用车领域新型功能涂层材料的研发、生产、销售，通过不断的技术创新和差异化价值的创造，打破了国内高端消费类电子、乘用车涂层领域长久以来被国际巨头所垄断的竞争格局，实现了关键涂层材料的国产化替代，与众多细分行业的优质企业建立了良好而稳定的合作关系，基本实现对下游全球知名消费电子终端品牌业务的全覆盖。

经过长期的行业积累，公司自主创新能力、技术研发水平、市场需求响应速度、产品性能、产品种类、品牌知名度和终端客户认证情况在细分市场中均处于国内前列。随着公司近年来持续的研发投入，产品结构的日益完善，综合竞争力实力的不断增强，公司市场地位进一步得到巩固提升。

### 3. 报告期内新技术、新产业、新业态、新模式的发展情况和未来发展趋势

新型功能涂层材料行业发展情况及未来发展趋势如下：

#### (1) 下游行业变革带动涂层材料行业进一步向多功能化、精细化、高端化方向演化

一方面，鉴于近年来高端消费类电子领域和新能源汽车领域消费者群体趋向于年轻化、个性化，相关消费者对产品外观特性化和美观度要求不断提高，使得涂料生产商需持续在产品研发和工艺技术上创新升级。以 PVD 涂层材料为例，因 PVD 镀膜和涂料（UV 固化）可呈现高亮度和强金属质感，极大弥补塑料基材外观不佳的缺陷，显著提升应用效果，受到下游用户对美观需求的指引，行业参与者在配方、涂层工艺及镀膜工艺方面不断迭代升级，推动 PVD 涂层材料外观装饰性向多样化、更高品质方向快速发展。

另一方面，基于高端消费类电子和新能源汽车领域的客户对产品基材研发的不断探索，新基材的研发应用需要使用与之相匹配的新型功能涂层材料，从而对涂层材料的应用场景提出了更加多样化的要求。同时，由于涂料、油墨、胶黏剂在不同基材应用上各有优势，拥有一体化的新型功能涂层材料产品的行业参与者能够一站式满足客户不同业务需求，更好的参与行业竞争。下游市场的需求变化带领涂层材料行业不断朝多功能化、精细化、高端化方向演化。

#### (2) 环保理念及政策深入，推动涂层材料行业加速向绿色环保方向探索

溶剂型涂层材料因部分性能优异为目前高端消费类电子、乘用车等领域的主流应用产品类别，但其在使用过程中挥发性有机物排放量较高，对环境和人身健康危害较大，因而市场替代需求较高。近年来，随着公众环保意识的不断提升及绿色产业化政策的不断推出，终端客户对产品的环保性能提出了更高要求；且随着“漆改粉”、“漆改水”及国家环保政策的持续推进，中国主要涂料品种逐渐从溶剂型涂料为主转型为环保涂料，环保涂料及其关键原材料聚酯树脂日益成为国家环境政策支持的重点方向。

2020 年 12 月 1 日，中华人民共和国工业和信息化部颁布新国标 GB30981--2020《工业防护涂料中的有害物质限量》，要求电子电器涂料清漆、色漆及底漆的 VOCs 限量值不超过 420g/L，2021 年 3 月 24 日中国涂料工业协会发布的《中国涂料行业“十四五”规划》强调了“十四五”绿色涂料发展方向就是联合下游涂装行业，加强低 VOCs 含量涂料的推广工作，大力推动涂装领域使用粉末、水性、高固体分、辐射固化等低 VOCs 含量的涂料。2022 年 5 月《支持绿色发展税费优惠政策指引》提出对节能环保涂料免征消费税。2022 年 11 月《深入打好重污染天气消除、臭氧污染防治和柴油货车污染治理攻坚战行动方案》提倡要开展含 VOCs 原辅材料源头替代行动，加快实施低 VOCs 含量原辅材料替代。基于以上政策引导，新型功能涂层材料行业正不断地向光固化涂料、水性涂料及其他低 VOCs 涂料领域探索。

目前行业内企业围绕涂料配方设计理论、涂料成膜机理及涂料流变行为等方面进行了水性工业涂料、辐射固化涂料及无溶剂及超高固体分涂料的系列研究，如水性 PU monocoat 涂料近年来已实现稳定量产，逐步替代相关油性涂料在高端消费电子领域及乘用车领域的应用。同时，部分技术先进的行业参与者正在进行生物基涂料等前沿性技术的开发。



### (3) 行业格局分化明显，市场集中度提升空间较大。

目前，我国涂料市场仍属于竞争型市场，但市场相对分散。在市场竞争激烈及双碳政策带来的行业转型等多重因素压力下，工业涂料市场行业洗牌速度加快，行业格局分化愈发明显。综合竞争力较弱、资金研发实力不足的中小涂料企业将陆续退出，而拥有品牌、规模、客户、渠道和资金等优势头部企业在一些中高端领域完成进口替代后，国产品牌市场份额会逐步提升，竞争优势进一步放大，进而在强强对决中不断走向卓越。

## 4 公司主要会计数据和财务指标

### 4.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2023年	2022年		本年比上年 增减(%)	2021年
		调整后	调整前		
总资产	1,571,945,269.45	1,411,662,569.69	1,410,531,584.63	11.35	1,344,411,718.30
归属于上市公司股东的净资产	1,291,727,990.41	1,248,481,291.79	1,248,422,889.39	3.46	1,183,565,758.40
营业收入	589,767,275.81	499,092,036.20	499,092,036.20	18.17	508,232,035.36
归属于上市公司股东的净利润	81,106,871.75	82,299,706.69	82,250,942.92	-1.45	97,394,928.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	73,720,017.95	71,652,020.78	70,446,231.81	2.89	80,025,159.56
经营活动产生的现金流量净额	26,381,890.47	140,718,560.05	140,718,560.05	-81.25	56,993,654.40
加权平均净资产收益率(%)	6.41	6.83	6.82	减少0.42个百分点	8.61
基本每股收益(元/股)	0.73	0.75	1.05	-2.67	1.24
稀释每股收益(元/股)	0.73	0.75	1.04	-2.67	1.23
研发投入占营业收入的比例(%)	15.31	14.93	14.93	增加0.38个百分点	11.56

追溯调整的原因说明：

财政部于 2022 年 11 月 30 日发布的《企业会计准则解释第 16 号》，其中“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”的相关内容自 2023 年 1 月 1 日起施行。公司自 2023 年 1 月 1 日起执行该解释，并根据解释要求，调整了 2022 年相应财务数据。

公司在报告期内实施 2022 年年度权益分派，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股，共转增 31,924,710 股。根据《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》，公司已在计算每股收益时对上年同期指标按资本公积金转增股本后股数重新计算。

#### 4.2 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	94,205,867.07	151,657,032.46	169,266,115.83	174,638,260.45
归属于上市公司股东的净利润	3,034,748.79	23,683,276.35	26,886,227.16	27,502,619.45
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	1,191,921.79	21,844,132.07	24,326,007.71	26,357,956.38
经营活动产生的现金流量净额	1,990,999.41	11,577,045.58	-17,578,357.34	30,392,202.82

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

#### 5 股东情况

##### 5.1 普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)							3,308	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)							3,392	
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)							0	
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)							0	
截至报告期末持有特别表决权股份的股东总数(户)							0	
年度报告披露日前上一月末持有特别表决权股份的股东总数(户)							0	
前十名股东持股情况								
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 件股 份数 量	包 含 转 融 通 借 出 股 份 的 限 售 股 份 数 量	质押、标记或冻结 情况		股东 性质
						股份 状态	数量	
长沙茂松科技有限公司	15,395,200	53,883,200	48.22	0	0	无	0	境内 非国 有法 人
菏泽松源企业管理咨询合伙企业(有限合伙)	2,490,400	8,716,400	7.80	0	0	无	0	境内 非国 有法 人

伍松	755,334	2,643,670	2.37	0	0	质押	2,100,000	境内自然人
杨波	597,200	2,090,200	1.87	0	0	质押	1,600,000	境外自然人
招商银行股份有限公司－睿远成长价值混合型证券投资基金	738,415	1,939,304	1.74	0	0	无	0	其他
湖南华洲投资私募基金管理有限公司－湖南华洲德邦私募证券投资基金	296,787	1,790,712	1.60	0	0	无	0	其他
颜耀凡	428,296	1,462,767	1.31	0	0	无	0	境内自然人
颜天翔	671,699	1,411,699	1.26	0	0	无	0	境内自然人
富国基金－中国人寿保险股份有限公司－传统－富国基金国寿股份成长股票传统可供出售单一资产管理计划	1,296,356	1,349,445	1.21	0	0	无	0	其他
中国工商银行股份有限公司－广发稳健回报混合型证券投资基金	1,277,622	1,277,622	1.14	0	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明				其中松源合伙系茂松科技（及本公司）实际控制人凌云剑之胞妹凌剑芳实际控制的企业				
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明				不适用				

**存托凭证持有人情况**

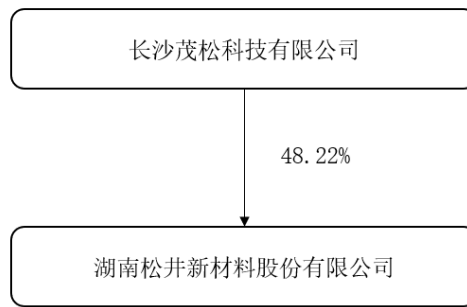
适用 不适用

**截至报告期末表决权数量前十名股东情况表**

适用 不适用

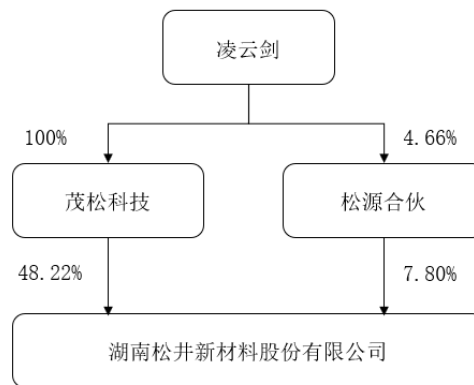
**5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图**

适用 不适用



### 5.3 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



### 5.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

## 6 公司债券情况

适用 不适用

## 第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司实现营业收入 58,976.73 万元，同比增长 18.17%；实现归属于上市公司股东的净利润 8,110.69 万元，同比下降 1.45%。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用