

公司代码：603197

公司简称：保隆科技

上海保隆汽车科技股份有限公司 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 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 大信会计师事务所（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

经大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计，2023年1月至12月，公司实现净利润119,187,329.94元（为母公司报表数据），根据公司章程提取法定盈余公积金11,918,732.99元，加上2023年初未分配利润112,912,697.70元，并减去公司已实施的2022年分配红利人民币64,771,529.98元后，公司目前实际可供股东分配的利润为155,409,764.67元。

基于股东利益、公司发展等综合因素考虑，公司2023年年度以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润。本次利润分配方案如下：拟以2023年12月31日的总股本211,955,720股为基数，向全体股东每股派发现金红利0.64元（含税），共计派发现金股利为人民币135,651,660.80元（含税），占归属于上市公司普通股股东净利润的35.81%。

如在本议案审议通过之日起至实施权益分派股权登记日期间，因回购股份、股权激励授予股份回购注销等致使公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配金额不变，相应调整分配总额。如后续总股本发生变化，将另行公告具体调整情况。

第二节 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	保隆科技	603197	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	尹术飞	张红梅
办公地址	上海市松江区沈砖公路5500号	上海市松江区沈砖公路5500号
电话	021-31273333	021-31273333
电子信箱	sbac@baolong.biz	sbac@baolong.biz

2 报告期公司主要业务简介

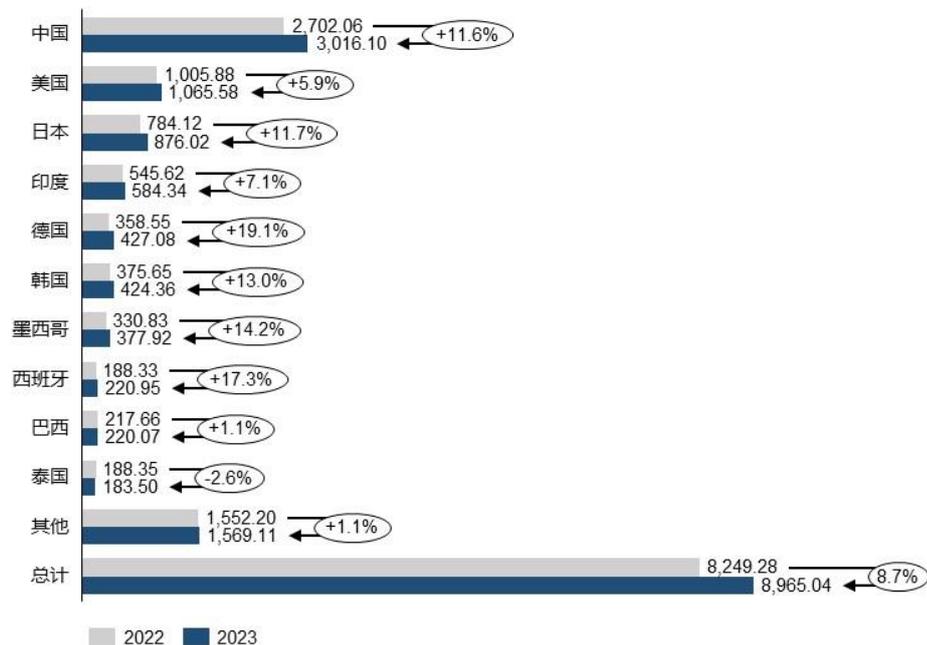
根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所属行业为汽车制造业（分类代码：C36）。公司具体所属为汽车零部件制造行业，根据《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754-2017），细分行业为汽车零部件及配件制造（C3670）。

汽车零部件市场一般分为OEM市场（即整车配套市场）、AM市场（即售后维修服务市场）。汽车零部件OEM市场主要受新车产销量的影响，汽车零部件AM市场主要受汽车保有量的影响。

2023年，虽然国际环境依然错综复杂，但随着各国汽车相关产业政策的效应持续释放，零部件供应限制缓解，全球汽车产销量正逐步向好，特别是自年中以来恢复势头良好。据Marklines统计，2023年全球汽车产销分别为8,965.04万辆和8,724.25万辆，同比分别增长8.7%和9.8%。全球产量最大的10个单一国家/地区中，除泰国的产量同比下滑外，其余国家/地区产量均出现同比增长；全球销量最大的10个单一市场中，销量均出现同比增长。2022和2023年全球汽车产销量数据具体如下所示。

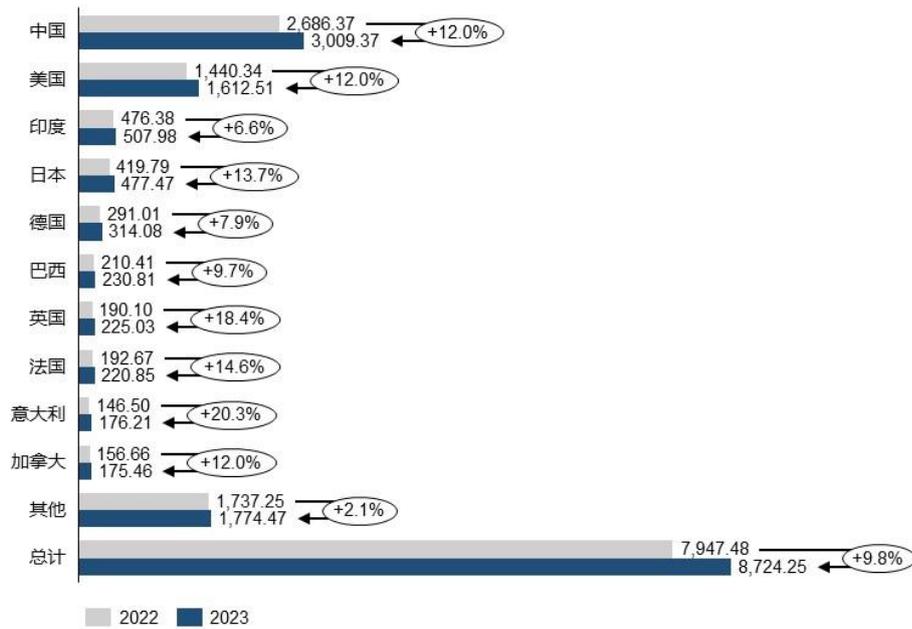
2022 和 2023 年全球汽车产量

单位：万辆



2022 和 2023 年全球汽车销量

单位：万辆



作为全球最大的汽车市场，中国车市在 2023 年再创新高，产销量首次均突破 3,000 万辆。总体来看，2023 年中国汽车产销量分别完成 3,016.10 万辆和 3,009.37 万辆，同比分别增长 11.6% 和 12.0%。其中，中国乘用车产销分别完成 2,612.38 万辆和 2,606.28 万辆，同比分别增长 9.6% 和 10.6%；商用车产销分别完成 403.72 万辆和 403.09 万辆，同比分别增长 26.8% 和 22.1%。2022 和 2023 年中国市场的汽车产销量及同比具体如下所示。

2022 和 2023 年中国市场的汽车产销量及同比

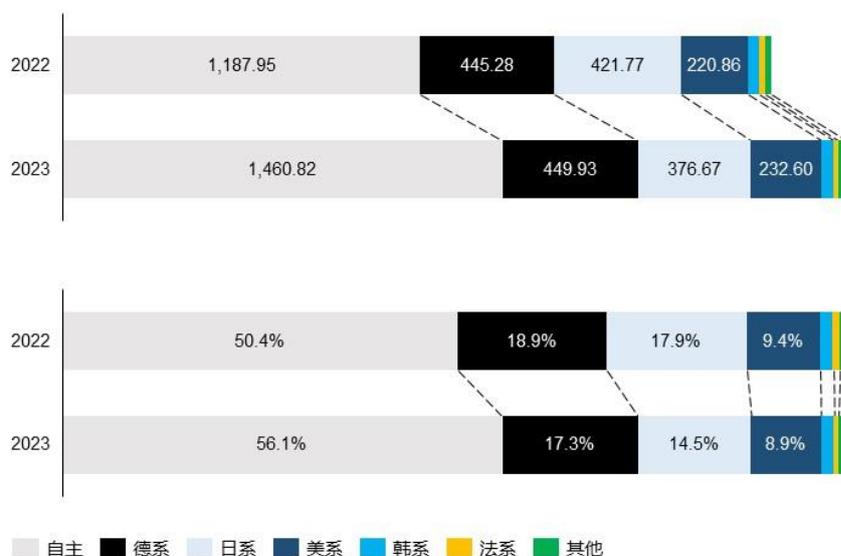
单位：万辆

车型	销量			产量		
	2022	2023	同比	2022	2023	同比
汽车	2,686.37	3,009.37	12.0%	2,702.06	3,016.10	11.6%
乘用车	2,356.33	2,606.28	10.6%	2,383.61	2,612.38	9.6%
轿车	1,109.42	1,142.44	3.0%	1,116.70	1,143.76	2.4%
SUV	1,118.87	1,324.53	18.4%	1,138.07	1,328.40	16.7%
MPV+Mini Van	128.04	139.32	8.8%	128.83	140.22	8.8%
商用车	330.05	403.09	22.1%	318.45	403.72	26.8%
客车	40.78	49.16	20.5%	40.68	49.82	22.5%
货车	289.26	353.92	22.4%	277.77	353.90	27.4%

乘用车方面，凭借不断增强的产品力、电动化和智能化的成功转型、不断提升的消费者认同等，自主品牌销售 1,460.82 万辆，对乘用车销量总量的贡献度由 2022 年的 50.4% 增至 56.1%。中国乘用车不同车系的销量及其贡献度具体如下所示。

中国乘用车不同车系的销量及其贡献度

单位：万辆



商用车方面，客车产销分别完成 49.82 万辆和 49.16 万辆，同比分别增长 22.5%和 20.5%；货车产销分别完成 353.90 万辆和 353.92 万辆，同比分别增长 27.4%和 22.4%。中国商用车不同车型的销量及其贡献度具体如下所示。

中国商用车不同车型的销量及其贡献度

单位：万辆

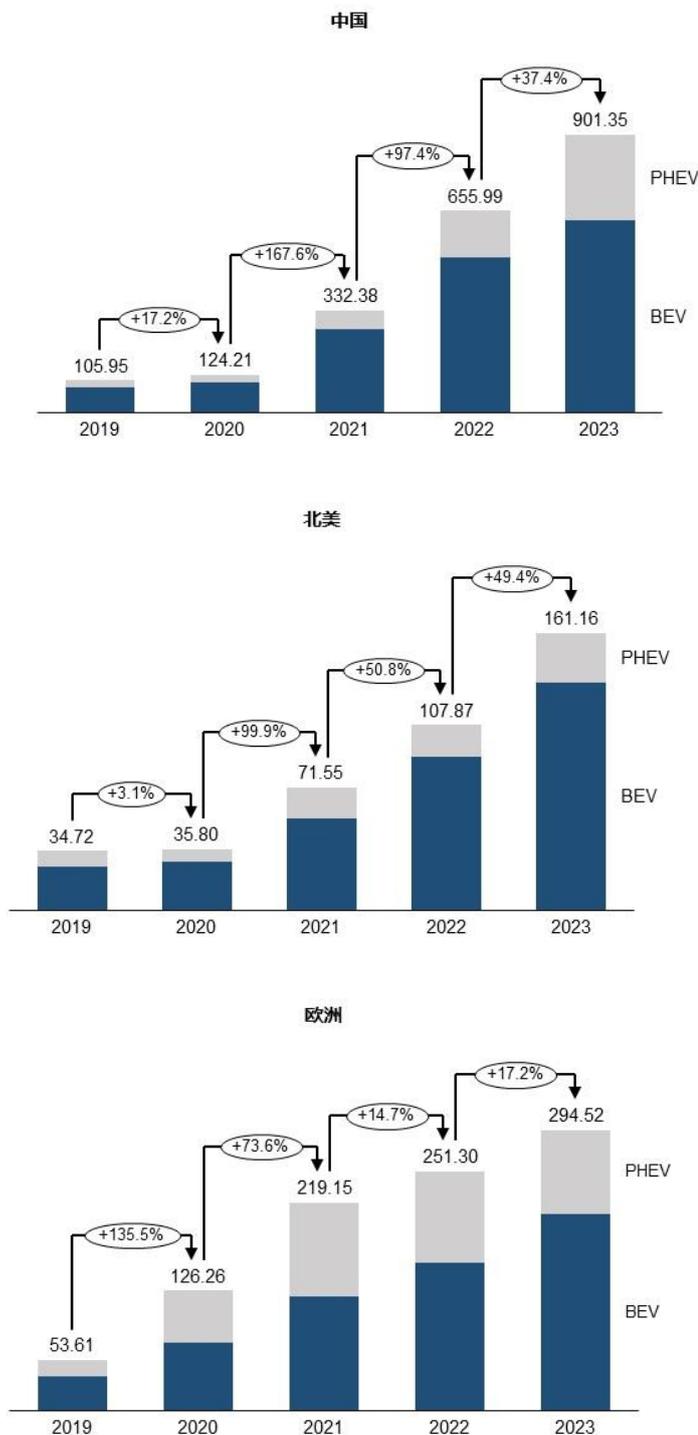
车型	销量			产量		
	2022	2023	同比	2022	2023	同比
商用车	330.05	403.09	22.1%	318.45	403.72	26.8%
客车	40.78	49.16	20.5%	40.68	49.82	22.5%
小型客车	31.49	39.44	25.2%	31.32	39.92	27.5%
小型客车非完整	0.47	0.55	17.8%	0.46	0.51	11.1%
中型客车	3.37	3.68	9.2%	3.39	3.75	10.5%
中型客车非完整	0.30	0.13	-56.3%	0.31	0.18	-44.2%
大型客车	4.94	5.20	5.2%	4.99	5.30	6.3%
大型客车非完整	0.20	0.15	-24.6%	0.21	0.16	-22.3%
货车	289.26	353.92	22.4%	277.77	353.90	27.4%
微型货车	50.68	62.65	23.6%	49.39	63.31	28.2%
微型货车非完整	0.00	0.00	-100.0%	0.00	0.00	-100.0%
轻型货车	157.23	184.79	17.5%	151.05	183.72	21.6%
轻型货车非完整	4.58	4.66	1.7%	5.00	4.64	-7.1%
中型货车	7.34	7.85	6.9%	6.69	7.54	12.8%
中型货车非完整	2.23	2.87	28.6%	2.46	3.02	22.7%
重型货车	17.15	23.32	35.9%	15.71	22.58	43.7%
重型货车非完整	20.18	17.35	-14.0%	19.91	17.71	-11.0%
半挂车	29.86	50.45	68.9%	27.56	51.36	86.4%

新能源汽车销量方面，随着全球能源转型的不断推进，新能源汽车成为全球汽车产业发展的重要方向。近年来，各国纷纷出台措施，加强对新能源汽车的政策支持，各大车企也大幅增加研发投入，新能源汽车产业蓬勃发展。然而，随着中国自主品牌车企在新能源汽车领域的强势崛起，除了在中国市场给国外品牌车企带来了前所未有的市场竞争压力，也迫使欧美开始着手遏制中国新能源汽车产业的发展速度。近期，欧美多国开始刻意放缓新能源汽车变革速度，降低甚至取消新能源汽车补贴政策，施行更强力的贸易保护措施，为各自的本土汽车工业争取更多时间。2023

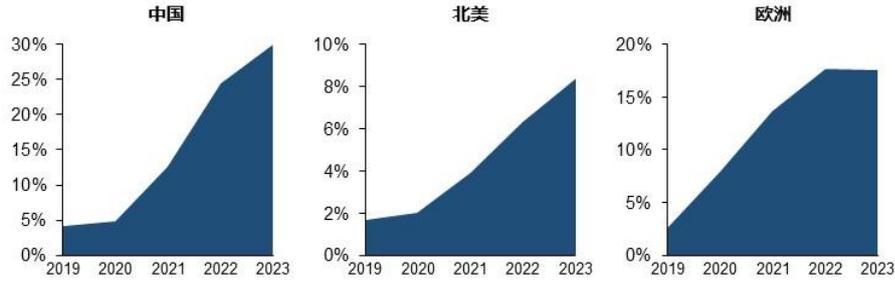
年中国新能源汽车(插电式混合动力汽车 PHEV、纯电动汽车 BEV 和燃料电池汽车 FCV)销售 901.35 万辆,同比增长 37.4%,对汽车的销售贡献度为 30.0%;北美新能源汽车销售 161.16 万辆,同比增长 49.4%,对汽车的销售贡献度为 8.4%;欧洲新能源汽车销售 294.52 万辆,同比增长 17.2%,对汽车的销售贡献度为 17.6%。近年中国、北美和欧洲新能源汽车销量及其同比、对汽车的销量贡献度具体如下所示。

近年中国、北美和欧洲新能源汽车销量及其同比

单位: 万辆



近年中国、北美和欧洲新能源汽车销量贡献度



2023 年中国首次取代日本成为全球最大的汽车出口国，打破了日本连续七年汽车出口第一的成绩。据日汽协和中汽协统计，日本 2023 年汽车出口量为 442 万辆，同比增长 16%，而同期中国汽车出口量为 491 万辆，同比大涨 58%。

公司气门嘴和平衡块产品同时针对 OEM 和 AM 两个市场，市场需求总体平稳，随着 TPMS 逐步普及，TPMS 气门嘴和配件的占比持续上升。

公司排气系统管件集中在 OEM 市场，与汽车产销量关系较紧密，新能源汽车中的纯电动汽车 BEV 和燃料电池汽车 FCV 的发展将会影响排气系统管件 OEM 市场需求，报告期内纯电动汽车 BEV 和燃料电池汽车 FCV 的销量在汽车总体市场中占比有一定程度的提升，对于报告期内排气系统管件的市场需求有一定的影响。2023 年中国、北美和欧洲纯电动汽车 BEV 和燃料电池汽车 FCV 的销量贡献度具体如下所示。

**2023 年中国、北美和欧洲
纯电动汽车 BEV 和燃料电池汽车 FCV 的销量贡献度**

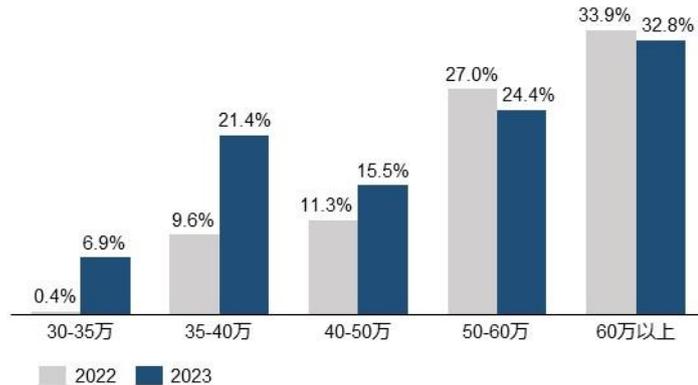


公司控股子公司保富电子已成为全球 TPMS 细分市场的领导企业之一，在全球 OEM 市场，随着配置直接式 TPMS 的车型不断增加，市场需求继续提升；在售后备换市场，随着北美和欧盟市场上越来越多的 TPMS 发射器因电池耗尽进入更换周期，售后替换件市场需求增长平稳。

公司空气悬架系统目前主要集中在高端新能源汽车市场。目前，众多造车新势力及传统自主品牌电动车纷纷将高端智能电动作为品牌定位，对高端配置搭载态度积极。而空气悬架系统是目目前为数不多的智能硬件配置，是整车企业差异化竞争的有力抓手，因此在高端车型上配置空气悬架系统日益普遍。伴随着国内新车市场定价 30 万元以上车型销量占比上升、空气悬架系统性价比的进一步提升、以及消费者对该产品的认可度提升，将会促使越来越多的中级新能源汽车和燃油车通过配置空气悬架系统以提升产品竞争力和客户满意度。据盖世研究院统计，空气悬架系统配置已下探至售价在 30-35 万元区间的车型，其 2023 年的配置渗透率为 6.9%，35-40 万元、40-50 万元、50-60 万元和 60 万元以上各区间车型的 2023 年配置渗透率分别为 21.4%、15.5%、24.4% 和 32.8%，2022 和 2023 年中国不同价格区间的乘用车空气悬架渗透率具体如下所示。空气悬架系统市场需求的快速增长，将给公司空气弹簧、电控减振器、储气罐、车身高度传感器、车身加速度传感器、车轮加速度传感器、空气悬架系统控制单元、空气供给单元等零件，以及空气悬架系

统集成业务带来巨大的机遇。

2022 和 2023 年中国不同价格区间的乘用车空气悬架渗透率

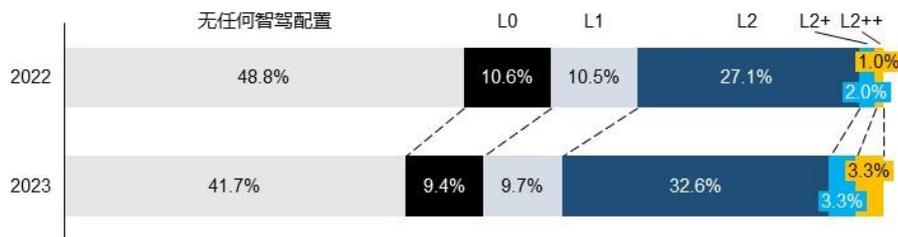


公司液压成型结构件和铝质件面对的是汽车轻量化市场需求。随着节能减排政策推动和汽车电动化加速驱动，整车企业对轻量化的需求迫切，汽车轻量化市场继续快速发展，公司液压成型结构件和铝质件将继续从中受益。

随着汽车电子化程度的不断提高，公司包括压力类传感器、光学类传感器、速度、位置类传感器、加速度/偏航率类传感器在内的车辆感知传感器迎来高速发展期。

当前，大多数车企已在部分车型上实现 L2 级自动驾驶，对应量产车的车型销量直接影响了智能驾驶的渗透率水平。在中国智能新能源汽车市场，高阶自动驾驶功能在过去一两年内取得了飞速进步。特别是以领先智驾为卖点的新势力车企，高速公路/城市高架导航辅助驾驶已是常见配置，甚至城市道路导航辅助驾驶也正在迅速落地中。据盖世研究院统计，2023 年中国乘用车 L0、L1、L2、L2+和 L2++智驾等级的渗透率分别为 9.4%、9.7%、32.6%、3.3%和 3.3%，智驾渗透率合计为 58.3%，相比去年同期的 51.2%增长 7 个百分点，2022 和 2023 年中国乘用车不同智驾等级的渗透率具体如下所示。随着智能驾驶级别升级，单车对环境感知传感器的需求量在持续攀升，这将给公司摄像头、毫米波雷达、超声波雷达、以及域控制器等智能驾驶产品带来巨大的增量市场。

2022 和 2023 年中国乘用车不同智驾等级的渗透率



针对汽车电动化需求，公司布局了 BUSBAR、液冷板、电流类传感器等新能源汽车专属产品。如上文所述，凭借自身技术发展、政策支持和市场需求，中国新能源汽车销量在近几年实现了快速增长，公司 BUSBAR、液冷板、电流类传感器等产品将从中受益。

（一）主要业务

公司致力于汽车智能化和轻量化产品的研发、制造和销售，主要产品有汽车轮胎压力监测系统（TPMS）、车用传感器（压力、光雨量、速度、位置、加速度和电流类为主）、智能驾驶产品（车载摄像头、车载雷达、控制器与系统解决方案）、智能主动空气悬架（空气弹簧、储气罐、

空气供给单元、电控减振器、悬架控制器以及悬架系统系统集成）、汽车金属管件（轻量化底盘与车身结构件、排气系统管件和EGR管件）、气门嘴以及平衡块、BUSBAR、液冷板和铝外饰件等。公司在上海松江、上海临港、安徽宁国、安徽合肥、江苏高邮、湖北武汉和美国、德国、波兰和匈牙利等地有生产园区或研发、销售中心，主要客户包括全球主要的整车企业、一级供应商以及独立售后市场流通商。

（二）经营模式

公司通过近二十七年的学习和积累，在产品开发、质量保证、成本控制、产品交付和客户服务等方面建立了满足全球标杆客户所要求的经营管理能力，并在多个产品线的细分领域内成为行业的领导者之一。

公司建立了完整的一系列采购方针政策、采购认证制度与流程以及供应商管理制度与流程。根据相关制度和流程，针对公司所需各类原材料、辅助性物资以及设备工装模具等，由相关技术人员、质量人员和采购人员组成采购专家组进行供应商甄选认证审核工作，通过审核认证被选择的供应商成为合格供应商，公司或子公司与其签订采购框架合同、价格协议和质量保证协议等相关合同。根据销售订单与生产计划，公司计划部门制定采购计划，采购部门按照采购计划向供应商发出采购订单，实施采购。根据供应商管理流程，采购部门根据供应商的质量、成本和交付等情况对供应商进行评价并做分级管理。

公司的OEM业务主要按照OEM客户产品需求计划、产品物流周期排产；公司的AM业务主要采取根据客户订单、产品物流周期、销售部门合理预测相结合进行排产。公司的生产系统能够快速响应客户需求的不断变化，满足高效生产与交付需求。

公司OEM销售收入占比较高，OEM销售客户主要为整车制造商、一级零部件供应商，OEM项目销售流程通常包括技术交流、询价发包、客户评审、竞价、定点（客户做出采购决定）、产品设计、产品设计验证、过程设计和开发、生产件批准和批量供货等环节。公司与客户签订的销售合同一般为开口合同，公司通常与OEM客户逐年签订价格协议，与AM客户的价格以订单确认为准。公司根据产品成本、直接费用、目标利润率测算预期销售价格及最低价格，综合考虑客户目标价、竞争对手出价、同类产品已成交价格、市场开拓等因素确定初始价格，并会根据OEM客户年降要求、原材料价格、外汇汇率波动情况调整后续销售价格。

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：元 币种：人民币

	2023年	2022年	本年比上年 增减(%)	2021年
总资产	8,475,140,841.76	6,615,059,904.32	28.12	5,149,484,351.64
归属于上市公司股东的净资产	2,953,444,558.25	2,498,399,674.55	18.21	2,198,512,938.75
营业收入	5,897,464,869.58	4,777,714,295.69	23.44	3,897,585,592.28
归属于上市公司股东的净利润	378,833,464.34	214,131,034.23	76.92	268,398,171.05
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	293,515,927.29	83,406,375.69	251.91	157,962,683.21
经营活动产生的现金流量净额	437,781,292.47	175,064,987.46	150.07	131,318,304.57
加权平均净资产收	14.08	9.11	增加4.97个	14.47

益率 (%)			百分点	
基本每股收益 (元 / 股)	1.82	1.04	75.00	1.40
稀释每股收益 (元 / 股)	1.82	1.04	75.00	1.40

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	1,186,869,051.08	1,429,608,619.37	1,538,713,038.80	1,742,274,160.33
归属于上市公司股东的净利润	93,371,359.16	90,640,882.81	154,770,490.36	40,050,732.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	70,995,352.77	74,734,044.50	131,106,857.42	16,679,672.60
经营活动产生的现金流量净额	43,467,770.65	112,494,783.40	93,245,866.43	188,572,871.99

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、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)							11,893
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数 (户)							15,062
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
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、标记或冻结 情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
陈洪凌	0	34,457,626	16.26	0	质押	2,000,000	境内自然 人
张祖秋	0	20,773,630	9.80	0	质押	3,000,000	境内自然 人
国投招商投资管理有限公司—先进制造产业投资基	0	9,049,773	4.27	0	无	0	其他

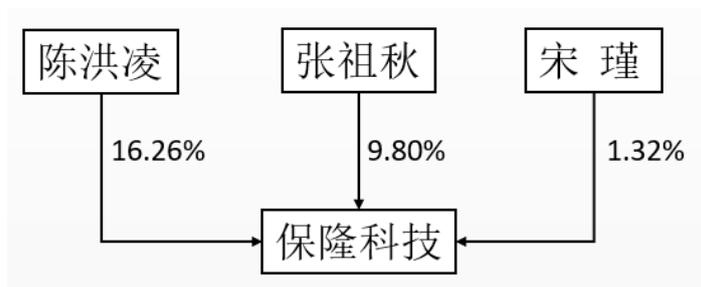
金二期（有限合伙）							
中国人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—005L—CT001 沪	4,821,760	4,821,760	2.27	0	无	0	其他
上海浦东发展银行股份有限公司—景顺长城新能源产业股票型证券投资基金	-1,995,834	4,087,142	1.93	0	无	0	其他
广发基金管理有限公司—社保基金四二零组合	857,002	3,627,302	1.71	0	无	0	其他
冯美来	62,000	3,601,162	1.70	37,000	质押	700,000	境内自然人
香港中央结算有限公司	-1,982,582	3,171,335	1.50	0	无	0	未知
陈洪泉	52,500	3,058,313	1.44	40,000	无	0	境内自然人
全国社保基金一一五组合	3,000,000	3,000,000	1.42	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、上述股东中，陈洪凌、张祖秋为公司实际控制人并且是一致行动人。2、上述股东中，陈洪泉系陈洪凌之弟。3、除上述关联关系外，公司未知其他股东是否存在关联关系或一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

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



4.4 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

5 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，营业收入 589,746.49 万元，较上年同期增长 23.44%，经营活动产生的现金流量净额 43,778.13 万元，较上年同期增长 150.07%。

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