证券代码:300887 证券简称:谱尼测试 公告编号:2022-025

谱尼测试集团股份有限公司 2021 年年度报告摘要

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。

所有董事均出席了审议本报告的董事会会议。

立信会计师事务所(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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以 137,020,570 为基数,向全体股东每 10 股派发现金红利 4.00 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 8 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	谱尼测试	股票代码	300887
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	李小冬		
办公地址	北京市海淀区锦带路 66 号院 1 号楼 5 层 101		
传真	010-83055181		
电话	010-83055180		
电子信箱	IR@ponytest.com		

2、报告期主要业务或产品简介

(一)公司主营业务

PONY 谱尼测试集团作为中国检测行业持续领跑者,创立于 2002 年,集团总部位于北京,是由国家科研院所改制而成,拥有逾 7000 名员工,由近 30 个大型实验基地及 150 多个专业实验室组成的遍布全国的大型综合性检测集团。拥有 30 多万种分析方法,每年进行 2700 多万次的检测。谱尼测试具备 CMA、CNAS、食品复检机构、CATL、CCC、DILAC 等资质,具备医疗机构执业许可证、医疗器械生产许可证等。得到生态环境部、农业农村部、市场监督管理总局、国家卫健委、民航局等多个国家部委认可及授权,检测报告获 100 多个国家和地区的公认。谱尼测试是国家强制性产品认证(CCC)指定认证机构,博士后科研工作站、国家企业技术中心、北京市批准的生物医药类工程实验室、北京市科委认定的工程技术研究中心、谱尼医学获批成为首批新冠病毒核酸检测单位。

谱尼测试集团可提供综合性检测、计量校准、验货、评价、审厂等专业化一站式技术解决方案。业务涵盖生物医药 CRO/CDMO;医学检测;医疗器械检测;食品、农产品及健康产品检测;生态环境监测、环境咨询与运维、环保管家、空气治理净化、节能环保、碳交易、碳中和、碳核查;汽车整车、零部件、新能源汽车及燃料电池检测;化妆品检测及人体功效实验;日用消费品、纺织、玩具、油品检测;环境可靠性试验;电磁兼容 EMC 测试;电子电气检测等。谱尼测试是一家国内知名的大型综合性检测集团,业务范围涵盖生命科学与健康环保、汽车及其他消费品、安全保障、电子电气等各领域。具体分为:

1、生命科学与健康环保

生命科学与健康环保检测包括生物医药一站式服务 CRO/CDMO;医学检测;医疗器械检测;食品、农产品及健康产品检测以及环境安全检测,该类检测需求随着全社会对生命健康和环境保护问题的日益重视而增长。

(1)生物医药一站式服务 CRO/CDOM

谱尼测试是北京市批准的生物医药工程实验室、北京市科委认定的工程技术研究中心、北京市挂牌的博士后科研工作站和毒理安全评价实验室。公司拥有原料药合成、剂型研究、药物分析、药理毒理等一批先进水平的专业实验室。在多个领域具备 CMA、CNAS 认可资质,在 ISO17025 基础上严格按照 GMP、GLP 规范运行。拥有 SPF 级实验动物屏障设施,能够进行大鼠、小鼠、兔子和豚鼠的饲养和实验。具有实验动物使用许可证,拥有齐全的动物行为学分析、病理实验、生化分析测试和遗传分析等设备。

公司拥有专业的技术团队,与众多国内外知名医药企业以及国家级、省市级科研院所和高校建立了长期友好的技术合作,在众多领域积累了丰富的经验。具备药品(化药、中药及生物药)、药包材、药用辅料以及药品相关环境的研发、生产及检测能力。承担药物发现、药物合成、药物制剂、药物分析、药理毒理研究、药品检测、药物生产等工作。可为医药的研发、生产及检测提供一站式 CRO/CDOM。

(2)医学检测

谱尼医学检验实验室是经国家卫生行政主管部门批准成立的拥有完整质量管理体系、先进检验设施以及完备网络的第三方医学检验机构。集团下属北京谱尼医学检验实验室是北京市首批对外公布的新冠病毒核酸检测机构。同时,多地谱尼医学检验实验室是卫生行政主管部门批准开展临床基因扩增检测技术的医学机构,取得新冠病毒核酸检测机构资质。公司拥有先进的临床细胞分子遗传学、临床免疫/血清学、临床生化和临床病理学等技术平台,在北京、上海、深圳、黑龙江、郑州、长春、厦门、武汉、青岛、苏州、天津、大连、内蒙古、西安已有 14 个医学实验室,可全面开展医学检验、抗体检测、精准医疗、临床检测、环境及食品病原工作;同时推进感染性疾病病原体核酸检测、临床免疫学、病理及疑难病理诊断、妇科疾病、婴幼儿疾病、精准基因、质谱分析等医学特检领域的布局,集团先后圆满完成了 2020 年、2021 年中国国际服务贸易交易会疫情保障任务;圆满完成中国共产党北京市第十二届委员会第十二次全体会议代表核酸检测保障任务;承担中国共产党成立 100 周年庆祝活动疫情防控任务;承担冬奥组委外事活动相关人员新冠疫苗免后抗体评价任务;承担冬奥会运动员测试赛核酸检测保障任务等。业务增长很快的化妆品检测,公司之前集中在微生物、理化指标的检测,从 2020 年国家要求化妆品检测增加人体功效实验,标准提升,公司已有 4 个实验室开始人体功效实验,能与公司医学、药学有机结合。2021 年集团全资子公司西安创尼信息科技有限公司取得相关部门颁发的《装备承制单位资格证书》,主要承担各类特殊装备和特殊设备中的通信、电子类产品的试验方案设计与制定、产品故障分析与诊断、全生命周期的可靠性测试等。随着行业的订单量上升,新领域的业绩逐步释放,集团业绩实现了稳健增长。

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	2,780,683,964.60	2,113,141,512.61	31.59%	1,310,347,735.07
归属于上市公司股东的净资产	2,019,999,602.53	1,820,581,823.05	10.95%	888,301,720.17
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	2,006,685,260.63	1,426,166,583.93	40.70%	1,287,329,398.08
归属于上市公司股东的净利润	220,287,079.61	163,731,899.68	34.54%	125,070,218.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	190,215,074.58	136,973,917.60	38.87%	107,370,905.98
经营活动产生的现金流量净额	47,279,304.81	172,393,764.98	−72.57%	194,033,320.36
基本每股收益(元/股)	1.6103	1.4362	12.12%	2.190
稀释每股收益(元/股)	1.6049	1.4362	11.75%	2.190
加权平均净资产收益率	11.53%	16.88%	−5.35%	15.09%

(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	311,601,470.04	427,092,502.76	603,014,509.38	664,976,778.45
归属于上市公司股东的净利润	−42,567,499.50	68,932,701.21	66,741,577.20	127,180,300.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	−49,672,628.14	61,168,381.53	62,281,513.53	116,437,807.66
经营活动产生的现金流量净额	−121,307,300.07	25,999,145.36	−11,764,468.99	154,351,928.51

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	9,050	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	10,261	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
宋薇	境内自然人	52.20%	71,521,000	71,521,000		
李阳谷	境内自然人	13.50%	18,495,000	18,495,000		
北京谱瑞恒祥科技发展有限公司	境内非国有法人	4.60%	6,300,000	6,300,000		
北京谱泰中瑞科技发展有限公司	境内非国有法人	4.60%	6,300,000	6,300,000		
中信证券—中信银行—中信证券卓越成长两年持有期混合型集合资产管理计划	其他	1.90%	2,597,828			
中国农业银行股份有限公司—万家创业板 2 年定期开放混合型证券投资基金	其他	1.82%	2,499,929			
国信证券—浦发银行—国信证券鼎信 5 号创业板战略配售集合资产管理计划	其他	0.94%	1,288,686			
中信证券信养天禧股票型养老金产品—中国工商银行股份有限公司	其他	0.93%	1,271,500			
招商银行股份有限公司—光大保德信新增长混合型证券投资基金	其他	0.80%	1,100,000			
刘焕宝	境内自然人	0.58%	796,443			
上述股东关联关系或一致行动的说明	前十名股东中宋薇女士与李阳谷先生为母子关系;宋薇女士持有北京谱瑞恒祥科技发展有限公司 35.97%的股权为其控股股东;宋薇女士持有北京谱泰中瑞科技发展有限公司 62.5%的股权为其控股股东;除前述情况外,公司未知前十名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

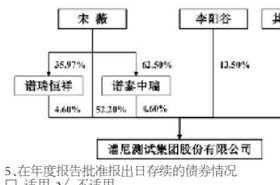
□ 适用 √ 不适用

(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

自 2021 年疫情步入新常态以来,集团积极承担疫情防控工作,开展口罩、防护服等医疗器械检测及中药、化药、生物医药检测,拓展医学检测业务,集团全资子公司谱尼医学取得医疗机构执业许可证并入选北京市首批新冠病毒核酸检验机构,开展核酸检测业务,集团 2021 年度经营业绩较去年同期有所提升,报告期内集团实现营业收入突破 20 亿元,实现净利润突破 2 亿元,2021 年度集团合作客户超过八万七千家。

(1)实验室建设及资质取得

集团为具有国家级资质认定的医疗器械防疫用品检测机构,为新冠疫情防控提供检测技术保障;北京谱尼医学于 2020 年 4 月获批成为北京市首批新冠病毒核酸检测单位之一,此后集团开始对外提供新冠病毒核酸检测。集团至今先后承担了北京、新疆、青岛、大连、哈尔滨、石家庄、张家口、保定、深圳、南京、武汉、郑州、扬州、无锡、厦门、呼和浩特、武汉、天津、上海、苏州、西安等地的疫情防控工作。目前集团旗下共有北京、深圳、青岛、黑龙江、长春、郑州、厦门、武汉、苏州、大连、天津、上海、内蒙古、西安 14 家医学实验室及 8 台移动方舱,可全面开展人员核酸采样检测、食品核酸采样检测、环境核酸采样检测工作。公司积极配合政府开展核酸检测工作,与企业开展检测工作,积极开展核酸便民检测点与群众开展检测工作,同时集团在医学特检行业开始了更加有益的探索。报告期内公司承担中国国际服务贸易交易会核酸检测保障任务、建党 100 周年庆祝活动核酸检测保障任务、中标北京 2022 年冬奥会和冬残奥会延庆赛区新冠病毒核酸检测项目,多次承担重大国际活动中环境、防疫和食品安全等检测任务,并获得委托部门的信任和肯定,建立了良好的社会公信力并与国家和人民共克时艰。

截至 2021 年 12 月 31 日,集团下属全资子公司总共有 74 家,分公司 24 家。报告期内集团完成了多地实验室的扩建工作,检测能力进一步增强。本年度集团投资新建的上海及武汉实验基地投入运营,有效扩充了公司华中及华东地区汽车、电子可靠性等综合性检测产能,保持华东地区业务优势并推进中南地区业务拓展。2021 年公司成为特斯拉供应商,公司与开沃新能源汽车集团股份有限公司达成战略合作,成为比亚迪汽车认可授权实验室,荣获江淮汽车 2021 年度优秀第三方实验室殊荣。集团进一步提升在传统燃油汽车、新能源汽车的整车、零部件、燃料电池和动力电池检测等全链条检测、节能环保碳交易/碳中和/碳核查、电磁兼容 EMC 测试、环境与可靠性、电子可靠性等行业的检测能力,同时为公司进军高端装备检测、特殊行业检测等行业打下坚实基础。

(2)化妆品检测及人体功效实验

谱尼测试是国家药监局认可的化妆品注册和备案检验机构,在化妆品检测领域,具备 CMA、CNAS 等资质,多次承担国家级、省级政府主管部门的监督抽检和风险监测任务,并为京东、天猫等电商平台提供质量监督检测。人体功效实验室是为检测化妆品的安全性和功效性而专门成立的部门。2021 年 1 月 1 日《化妆品监督管理条例》正式实施,条例第二十二条规定,功效宣称需要提供充分的科学依据,公司人体功效实验室可承担功效化妆品相应的数据支持,实验室拥有先进的检测设备和专业的技术团队,可满足各类化妆品安全性和功效性的检测要求。可开展化妆品检测、化妆品人体功效试验、风险物质测试、人体功效评价、毒理实验、产品型式检验、风险评估等检测项目。

(3)日用消费品/纺织/玩具/油品检测

公司下属多个实验室是美国消费品安全委员会(CPSC)认可的第三方检测机构,也是玩具标准化技术委员会、中国玩具协会技术标准委员会机构成员单位,参与玩具领域标准法规的制定和修订工作;并承担市场监管部门对流通领域学生文具、儿童用品、纺织品、箱包、鞋类、杂货、眼镜、油品等商品的质量抽检工作。

3、安全保障

安全保障检测主要为工业用品的制造和使用的客户提供机械物理性能、安全性能等方面的检测,服务领域主要涉及电池、建筑材料和特殊行业安全保障。

(1)电池安全测试及危险品货物运输条件鉴定

谱尼测试集团下属多个实验室是各大航空公司认可的货物运输条件鉴定机构,具备 ISO/IEC17025 实验室认可和 ISO/IEC17020 检验机构认可资质,参与了联合国锂电池 UN38.3 检测标准、中国锂电池强制性国家标准等多项国内外重要电池标准的制修订工作,出席美国电池包装运输法规 TBT 通报会议等各类行业重要会议。2011 年,作为深圳第 26 届世界大学生运动会指定危险品鉴定机构,得到民航局表彰和嘉奖,并荣获机场锂电池检测“优质客户”称号。公司拥有大型的电池及安规可靠性实验室,并于国内较早推出汽车用动力电池组检测项目,提供应征消费税电池产品免税环保检测、锂电池 UN38.3 检测、磁性检测、货物运输条件鉴定/MSDS 编制及验货等;可依据 IEC62133、GB31241、GB/T 35590、GB/T 36972、GB/T 31484、GB/T 31486、UL1642、IEC61960 等各类国际及国内标准进行检测,针对各类电池,如汽车用动力电池组、电动汽车用电池、电动工具用电池、储能电池、电动自行车电池、移动电源、手机电池等提供电池安全性能、机械性能、电性能、环境适应性及电池容量等各类检测项目。

(2)特殊行业及环境与可靠性试验

公司旗下可靠性实验室面积 6800 平米,具备 CNAS、CMA、DILAC 等资质,依托于强大的产品可靠性技术专家和团队,凭借实验室先进完备的检测能力与试验设备,为客户产品提供气候可靠性试验、机械可靠性试验和综合环境可靠性试验及产品可靠性一体化解决方案,业务领域涉及汽车、电子、轨道交通、网络通信、电磁兼容 EMC 测试、航空、航天、船舶及特殊行业产品等领域。

(3)化工产品/消费产品/油墨涂料检测

谱尼测试集团下属多个实验室具备化工产品、消毒产品、油漆涂料的检测能力。拥有完整的质量管理体系,先进的检测设施和设备,经验丰富的实验室专业人员,可为广大客户提供专业消毒剂、消毒器械、消毒指示物、病毒杀灭效果、一次性卫生用品、空气消毒效果模拟舱、抗菌、除菌、净化类电器、抑菌类日化产品、油墨、胶黏剂、涂料、清洗剂和化工产品等检测。

(4)验货/审厂

谱尼测试具备 ISO/IEC17020 检查机构资质,是进出口商品检验鉴定机构。可依据相关标准及客户委托,提供多种类别的验货,确保产品质量符合客户订单要求,帮助客户尽可能的减少和消除在货物质量上的风险。公司拥有专业的审核团队,可以依据客户需求,对工厂或供应商的质量管理能力、生产能力、研发能力、发货物流等提供专业审核。

4、电子电气

电子电气是指对电子产品的安全及可靠性进行的物理化学检测。电子电气等设备在进出口过程中通常有着较强的安全控制要求,该类检测主要服务于电子电气等设备制造商和贸易商获取产品进口国的质量认可。

谱尼测试作为参与起草 RoHS 指令及其测试标准 IEC62321 的中方代表单位,参与了中国 RoHS 国家标准的起草、制修订工作,多次协助国家工信部、国家商务部在全国各地举行 RoHS 指令推进会,并协助各地市场监管部门对流通领域电子产品进行质量安全抽检,是国家认监委公布的从事国家统一推行的电子信息产品污染控制自愿性认证实验室,市场监管总局认可进出口商品(机电商品等)检验鉴定机构,中国质量认证中心(CQC)第一批签约检测实验室,中国机电产品进出口商会认可检测机构。

公司凭借在电子检测领域的优良技术、提供 RoHS、Reach 等多种指令合规检测,同时提供卤素、PAHs、PFOS、双酚 A、邻苯、HBCDD、金属成分分析,材料元素分析等多种管控物质检测和可靠性、安规等性能检测,主要运用中国国家标准、国际标准化组织标准、国际电工委员会标准、美国标准、欧洲标准、行业标准、企业标准等系列标准,为客户提供专业的一站式检测。

通过多年的发展与积累,集团已掌握众多行业成熟的检测技术,始终将技术研发工作摆在首位,集团秉承“以科技守护百姓品质生活”的科技创新理念,建立了一支结构合理,具有高水平、高学历和高经验的研发团队,拥有多个经国家认定的博士后科研工作站、生物医药类工程实验室、工程技术研究中心、企业技术中心等研究机构,参与多个国家科研课题项目的研究与实施,为新技术研发和检测技术的优化提供了有力保障,获得食品复检机构资质,碳中和、碳足迹认证规则获 CNCA 备案,推出 PONY ESG 评级体系。

(二)公司主要服务及产品

谱尼测试集团成立于 2002 年,是国内较早成立的第三方检测机构之一,经过二十年的沉淀与持续提升,具有完备的资质能力及完善的项目实施、客户服务体系,业务开发拓展较广较深,市场空间较为广阔。业务领域涵盖生命科学与健康环保、汽车及其他消费品、安全保障、电子电气等众多领域,可以为客户提供产品设计、研发、生产、使用全生命周期的一体化解决方案。

集团检测业务涵盖生物医药 CRO/CDMO;医学检测;医疗器械检测;食品、农产品及健康产品检测;生态环境监测、环境咨询与运维、环保管家、空气治理净化、节能环保、碳交易、碳中和、碳核查;汽车整车、零部件、新能源汽车及燃料电池检测;化妆品检测及人体功效实验;日用消费品、纺织、玩具、油品检测;环境可靠性试验;电磁兼容 EMC 测试;电子电气检测等。

(三)公司主要经营模式

1、盈利模式

公司通过对生物医药 CRO/CDMO、医学、医疗器械、食品、保健品、农产品、乳制品、化妆品、日化、生态环境、海洋生态、节能环保(碳核查、碳中和)、汽车整车及零部件、新能源汽车、电子电器设备、纺织品、玩具等日消产品、建筑建材、新材料、环境可靠性、锂电池、新能源电池、航空货物运输条件鉴定、软件测评等多领域的生产商、贸易商、监管部门等提供服务获取收入和利润。公司拥有全面的资质和技术储备,构建了覆盖全国主要区域的实验室及销售网络,可就近为客户提供优质、综合性的检测。公司良好的社会公信力为多领域客户所广泛认可,所提供的检测是市场经济条件下加强质量管理、提高市场效率的有力保障,公司通过专业的检测技术,在实现自身发展的同时也在积极推动社会和经济的高质量发展。

2、业务模式

公司采取直销模式,通过遍布全国的销售网络,为客户提供检测及相关技术咨询。

证券代码:300805 证券简称:电声股份 公告编号:2022-017

广东电声市场营销股份有限公司 2021 年年度报告摘要

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

毕马威华振会计师事务所(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为毕马威华振会计师事务所(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	电声股份	股票代码	300805
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	王云龙	李英	
办公地址	广州市天河区黄埔大道西平云路 163 号平云广场 B 塔 7 楼	广州市天河区黄埔大道西平云路 163 号平云广场 B 塔 7 楼	
传真	020-38205668	020-38205668	
电话	020-38205416	020-38205416	
电子信箱	ir@brandmax.com.cn	ir@brandmax.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

(一)公司主营业务及主要产品情况

公司是国内领先的体验营销综合服务提供商,主营业务为互动展示、零售终端管理、品牌传播等营销活动的策划、执行、监测、反馈服务。从成立以来,公司一直致力于结合各种成熟的新型科技手段,将其跨界应用到体验营销领域,并配合强大的创意能力和全国执行网络覆盖能力,在各种消费场景中,为消费者提供创新的品牌产品体验方式,帮助品牌商实现从营销到销售的闭环,提升品牌价值、拉动产品销量,并在一定程度上发挥了促进消费需求升级、推动销售渠道下沉的社会价值。

报告期内,公司主要业务涵盖互动展示、零售终端管理、品牌传播及数字零售业务四类业务。

1、互动展示业务:根据品牌商的定位以及特征,利用多元化的科技、创意手段交互体验环境,通过线下或线上的展示宣传活动,使消费者更为直观地体验产品效果,参与产品互动,在短时间内全面加深对产品的了解,提升消费者对品牌及产品的认可度,最终实现品牌的二次传播及产品的销售。该业务主要包括车展、移动巡展、试乘试驾、体验设备等。主要服务客户有中国一汽、一汽丰田、东风本田等。

2、零售终端管理业务:通过对促销人员、理货人员以及经销商销售代表等进行招聘、培训以及现场管理,安排至各品牌商销售终端现场,由其向消费者或零售店铺店主提供专业的品牌产品推荐,准确传递品牌形象信息,加深消费者或零售渠道对客户品牌的认可度,并负责管理商品的陈列及分销等工作,从而促进零售产品销量的提升。该业务主要包括促销管理、理货管理等。主要服务客户为雀巢、菲仕兰、玛氏等。

3、品牌传播业务:以提升影响力为主要目的,增强消费者对品牌形象和内涵的认知。该部分细分业务包括区域营销、品牌策略与创意服务和媒体投放、公关服务、数字营销等服务类型。主要服务客户为上汽大众、一汽丰田、中国一汽等。

4、数字零售业务:公司与阿里零售通、京东新通路、拼多多等电商平台合作,在多种线上销售渠道中提供数字化零售模式,增加商品分销和动销的机会,提升销量。主要销售品牌有玛氏前牌、雀巢、格力高等。

报告期内,公司从事的主营业务没有重大变化。

公司定位于“以科技驱动的新场景体验营销专家”,始终秉承着“网聚创新精英,引领营销变革”的企业使命,持续不断地探索并实现各种成熟的科技手段跨界应用于体验营销领域。公司高度关注新技术方式或工具在营销服务行业的应用和发展,将前沿的技术通过二次开发应用于营销领域。

2021 年公司投入研发费用 3,240.67 万元,用于研发创新营销产品。公司在广州总部、上海建设了“研发及互动展示体验中心”。公司研发的基于 VR/AR 技术的汽车驾驶娱乐体验设备、基于 AI 智能图像识别技术的“智能完美门店系统”等,已成功应用到营销服务中并受客户好评和认可,提升了用户的消费体验,帮助客户实现精准营销。

(二)经营模式

公司一般通过竞标取得项目。一方面,公司通过品牌商直接邀请或网络渠道等方式获取招标信息,基于品牌商提出的招标条件和项目要求,详细了解品牌商的品牌定位及营销目标,制定营销策略方案参与竞标。另一方面,公司还基于丰富的过往案例经验与深度的市场研究,深入探究行业内品牌营销难点和痛点,积极研发推出创新营销体验方式与服务,形成营销方案后主动向客户推荐。根据客户个性化需求,提供定制化营销服务。

(三)业绩驱动因素

公司在营销行业深耕多年,依托优秀的科技应用能力、前瞻性的创意设计方案、丰富的营销推广模式、覆盖全国的执行网络、强大的区域销售及执行管理能力,形成了从营销策略规划、方案制定、活动执行到效果监测的“一站式”体验营销服务体系。同时,公司是业内少有的能够以线下深度渗透的业务网络为基础,创建独特的体验场景,促进用户在沉浸式体验中实现消费升级。

经过多年坚持不懈的业务创新和经验积累,在客户中形成了良好的口碑,积累了一批优质而稳定的知名企业客户群,形成了良好的品牌效应。报告期,公司在深耕现有客户与业务的基础上,拓展新行业、提升专业能力、探索和实践创新业务,推动业务发展。

(四)公司在行业所处地位

电声股份是国内领先的、以科技驱动的新场景体验营销综合服务提供商,为品牌商提供可信赖的品牌营销顾问服务和线上线下“一站式”服务。

公司依托优秀的科技应用能力、前瞻性的创意设计方案、丰富的营销推广模式、覆盖全国的执行网络、强大的区域销售及执行管理能力、丰富的 IP、社群、艺术家资源矩阵,形成了从营销策略规划、方案制定、活动执行到效果监测的“一站式”体验营销服务体系,能够迅速将品牌商需求转化为品牌宣传和产品销售的直接成果。同时,公司是业内少有的能够以线下深度渗透的业务网络为基础,创建独特的体验场景,促进消费者的沉浸式产品体验,推动终端销量的营销服务企业。

经过多年经营与发展,公司在垂直行业内已具备领先的业务规模和品牌效应,并凭借优质的服务质量,在业内形成了良好的口碑和较高的知名度。公司已与东风日产、东风本田、一汽丰田、中国一汽等著名汽车品牌,以及雀巢、玛氏、菲仕兰、华为等著名快消品及消费电子品牌达成长期合作关系。公司多次获得业内“IAI 国际广告奖”“POPAI 国际零售营销协会奖”“金投赏”“虎啸奖”“金梧奖”等专业大奖。

(五)公司所处行业情况

2021 年,随着元宇宙、NFT、区块链、人工智能、虚拟场景、私域流量、线上线下一体化等概念的出现,中国营销服务行业面对着全球蓬勃发展、快速变化同时挑战多元的市场,根据秒针营销科学院发布的《2022 中国数字营销趋势报告》,2022 年中国市场营销投资信心整体正向,企业整体营销费用稳中看涨,增幅为 19%。当前的品牌今日企业不断探索着未知领域,正在走出一条以营销数字化为核心的新增长道路。

1、新消费赛道崛起,推动新型营销变革

近两年,以喜茶、元气森林、泡泡玛特、悦刻等为代表的新消费品牌强势崛起,显示出巨大的市场活力和高速成长性。这得益于三大核心因素:(1)经济环境。受全球化趋势影响,加上国外疫情的影响,大幅加速了中国经济内循环发展。(2)商业基础设施平民化。得益于国内的物流、广宣、支付体系的完整生态,如今的品牌建立,不再需要有大投资和大组织体系的配合,每一个可创造价值的人都可以把自己的产品销售到全国甚至全世界,大幅降低了品牌建立的成本。(3)优质供应链开放合作。过去的 20 多年,众多欧美头部品牌,训练出中国本土顶级的优质供应链以及大量拥有品牌创造能力的营销人才队伍,加上在疫情大背景下,欧美的外贸订单减少,释放了更多的优质供应链资源。

而新消费赛道崛起,正在反向推动新型营销变革,带来营销行业转型升级的新机遇。新消费品牌,依靠定位新人群、开创新品类、塑造新体验、创造新消费文化、传播新话语等新策略,快速瓦解传统品牌固有的建造模式,加速催生了系列新型的广告营销公司,为积极快速转型的头部营销机构带来了新的发展机遇,同时,新消费赛道的兴起,带来更激烈的市场营销竞争环境,也为营销机构带来更多的潜在生意线索机会。

2、元宇宙成为品牌营销新风口

2021 年,元宇宙概念的兴起,给品牌营销带来新的风口和机遇。部分头部品牌方及新锐消费品牌正在积极入局,愿意以长远的目光布局元宇宙的品牌,抢占先手优势。当前,品牌利用元宇宙进行营销传播主要集中在三种模式:一是 NFT 发行,绑定品牌的某种权益或某种特别款,或是作为概念做事件营销传播;二是发布虚拟偶像或签约虚拟数字形象代言人;三是通过搭建虚拟数字场景,充分将品牌营销游戏化与社交化。元宇宙的出现,为品牌的场景化营销提供了新的方向,随着元宇宙的发展大趋势,品牌方需要在虚拟的元宇宙世界逐渐找到立足之地和着力点,这将为营销带来了一个重大转变。元宇宙时代,品牌要面对的不仅是现实中的消费者,还有消费者在元宇宙虚拟空间中的数字孪生,其既具有真实消费者的社会属性,也具有虚拟空间的社交属性。这就要求品牌在进行广告营销时,不仅要满足实体消费者的现实需求,也要满足消费者在虚拟空间中的社交需求。

3、营销范式正在发生升级变化

当前,品牌的市场营销模式,已从过去的“核心渠道的公域流量投放获取—品牌公关占领心智—线下体验触达—渠道促销转化—交易达成”的模型,逐渐演化为“线上线下粉末化触点获取种子流量—高质量内容种草、流量裂变—私域流量沉淀—交易达成—数据留存—复购产生”。基于新营销模型,品牌的核心竞争力差异化优势在于:(1)触点数量;(2)高质量可消费者心智占领的活动内容;(3)通过 IP 化的活动和高质的传播内容实现高裂变率;(4)私域的转化能力和运营能力。从“人找货”到“货找人”,从“流量思维”到“用户思维”,品牌的营销打法也正在发生相应的转变和升级,新型的营销机构将崛起,在传统领域有独特优势,加上能快速市局转型的营销机构将会迎来更广大的发展机会与空间。

4、私域营销正成为品牌破局的新方向

随着用户流量从增量时代进入到存量时代,流量竞争变得愈发激烈,私域营销成为众多行业头部品牌突破发展瓶颈的新方向。私域流量的发展离不开社交链,诸如微信生态、微博、抖音、小红书、社区以及品牌的官网、小程序和各种平台等是较为常见的“私域流量池”,而当前社交平台的发展带来了去中心化的传播,使用户分布呈现出碎片化、分散化的状态。因此品牌需要对流量进行私域全链路升级,形成从低频消费认知到高频消费认知的转变,通过强有力的品牌认知与资产积累和用户精细化运营,充分释放品牌新效能,达成高价值的消费升级。同时与公域营销协同作战,形成优势互补,将会成为品牌未来的发展重点。私域的运营核心是精细化运营,其支撑点就是数字化,在这个大数据时代,一站式的大数据及智能商业应用解决方案将助力品牌的私域流量快速增长,基于趋势、人群、内容洞察以及应用,为品牌创造新机遇。

5.品牌的 DTC 趋势加速,打造线上线下一体化的营与销体系

品牌和企业在数字经济浪潮中不断追求变革、重塑新生,行业也从“渠道为王”的状态走入“消费者心智运营”的新趋势,顾客对品牌长期一致性的体验终将成为企业和品牌持续增长的核心动力,DTC 品牌心智运营将成为企业和品牌长期发展的重要机遇。数字经济环境下,品牌与消费者的连接将更加容易,接触面更加广泛,呈现出“短路径”“多触点”“可量化”的特点,同时也为品牌力建设营造了绝佳机遇。找到适合的环境和场景,是品牌私域营销切入市场的重要部分。而 DTC 模式“高触及、高渗透率”的两个天然优势,正可以高频并精准给到品牌用户的需求和痛点,快速做出营销反应,进而搭建更切合用户体验、消费、使用等场景。因此,线上和线下渠道一体化,就成为建立用户于品牌的深度关系的重要因素,将通过线上门店直连品牌电商,线下体验式购物场景与快闪活动等,快速覆盖底线消费者,提升下沉效率,自建品牌私域,打造线上线下营与销一体化精准营销体系。

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	2,584,641,837.30	2,571,483,379.51	0.51%	2,446,443,352.86
归属于上市公司股东的净资产	1,631,615,814.83	1,686,528,514.02	−3.26%	1,588,381,026.72
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	2,846,865,179.04	3,290,636,365.15	−13.49%	3,235,535,962.70
归属于上市公司股东的净利润	−34,304,893.28	140,057,888.51	−124.49%	220,486,351.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	−42,671,016.20	113,979,552.18	−137.44%	198,249,791.74
经营活动产生的现金流量净额	115,000,516.24	226,424,906.52	−49.21%	198,882,837.47
基本每股收益(元/股)	−0.08	0.33	−124.24%	0.57
稀释每股收益(元/股)	−0.08	0.33	−124.24%	0.57
加权平均净资产收益率	−2.07%	8.57%	−10.64%	19.46%

(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	738,598,380.42	682,381,459.91	725,856,601.91	700,028,736.80
归属于上市公司股东的净利润	−2,397,363.58	3,003,275.67	6,107,760.87	−41,018,566.24
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	−6,670,815.35	2,851,372.34	4,114,379.32	−42,965,952.51
经营活动产生的现金流量净额	−39,043,768.72	70,673,162.57	972,915.31