证券代码：301001　　证券简称：凯淳股份　　公告编号：2022-007

上海凯淳实业股份有限公司 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

容诚会计师事务所（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：无。

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80,000,000股为基数，向全体股东每10股派发现金红利1.25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	凯淳股份	股票代码	301001
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	王琼	钱燕	
办公地址	上海市徐汇区天钥桥路30号美罗大厦2302室	上海市徐汇区天钥桥路30号美罗大厦2302室	
传真	021-55087108	021-55087108	
电话	021-55080030	021-55080030	
电子信箱	contact@kaytune.com	contact@kaytune.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主要业务及主要产品

公司秉承着"赋能品牌从0到Max"的愿景，始终专注于为品牌方提供多维度、定制化、高灵活的企业服务。经过多年的发展，公司成为了一家立足全渠道服务，围绕品牌方从品牌营销到产品销售到客户关系管理的综合性服务商。

公司的主营业务是为国内外知名品牌提供综合性的电子商务服务以及客户关系管理服务。综合性体现在公司覆盖的线上渠道较为全面，且公司的服务覆盖最终消费者消费行为过程中的多个关键节点。公司的服务支持目前线上主流渠道，包括天猫、淘宝、京东、唯品会、小红书、网易考拉、微信官方商城以及品牌官网商城等。此外，公司为商品流转至消费者的每个关键节点提供服务，包括潜客管理、品牌营销、视觉设计、店铺运营、物流配送、系统开发、会员管理、客服中心等全链路服务。作为品牌方的电子商务及客户关系管理服务商，公司助力品牌发展，与品牌方形成紧密的伙伴关系，共同成长。

（二）主要经营模式

报告期内，公司的业务包括品牌线上销售服务、品牌线上运营服务以及客户关系管理服务。

品牌线上销售服务是指公司以买断方式向品牌方或其代理商采购产品，并经品牌方授权后，在天猫、京东等第三方电商平台运营品牌旗舰店或专营店，通过线上销售直接将产品销售给客户（零售模式），或经品牌方授权分销后，由公司销售至各分销渠道（分销模式）。

品牌线上运营服务是指公司围绕品牌方线上店铺销售，提供各类运营服务，包括视觉设计、店铺运营、仓储物流、营销策划、活动管理、客户服务等。

客户关系管理服务是指公司围绕品牌方销售达成前后进行的支持性服务，通过社交互动、客户关怀等活动，增加潜在客户的购买意愿、提高现有客户对品牌的满意度、忠诚度，进而达到增加销售收入、品牌升级等目的。

（三）报告期内的主要工作

1、完善公司治理与上市工作有条不紊的推进

2021年是凯淳股份上市元年，在公司董事会的领导下，经中国证券监督管理委员会《关于同意上海凯淳实业股份有限公司首次公开发行股票注册的批复》（证监许可[2021]1503号文）同意，公司首次公开发行的人民币普通股（A股）股票于2021年5月28日在深圳证券交易所创业板上市交易。公司首次向社会公开发行人民币普通股（A股）2,000万股，每股面值1.00元，每股发行价格为人民币25.54元，募集资金总额人民币510,800,000.00元。

2、公司主动出击、积极布局，在人才、技术等多个战略层面进行加码投资

人才方面：公司引入了一批博士、硕士和垂直行业专家团队，涵盖商务、技术、MCN、数智化等多个维度，极大地改善了管理层人才结构，构建了公司上市后二次创业的条件基础。在技术方面公司在多个技术领域进行投资，包括进一步升级Kaynetics自主产权全域电商运营系统、投资管销自动化技术、不断推广电商运营自动化技术、全域数智化技术，并在多个业务层面引入第三方SaaS管理软件。

3、电商直播基地的建设，为公司赋能品牌增长插上丰满的希冀

截至2021年12月，我国网络直播用户规模达7.03亿，同比增长8652万，占网民整体的68.2%。其中，电商直播用户规模为4.64亿，同比增长7579万，占网民整体的44.9%。在这样的行业背景下，面对"无直播不电商"大势环境下公司顺势而为，公司积极拥抱"直播经济"，创建了"光之屋"精品直播基地，为公司核心电商业务中的直播抓手铺建良好的运营环境。2021年四季度，公司直播基地"光之屋"正式启用，是公司深耕行业积极布局战略发展中的重要一步。作为公司首个日建的精品直播基地，"光之屋"开启公司在本土市场高端直播服务的空白与新纪元，加之包含主播、媒介、运营、策划等一体的专业直播团队储备，可随时为品牌的全域直播诉求进行一对一场景化定制。"光之屋"的专业化、可定制化和灵活性，未来将会为公司赋能品牌增长插上丰满的希冀，与服务品牌共同迎来更多美好的"高光时刻"。

4、与优势品牌继续保持稳定的战略合作关系

报告期内，公司持续与优势品牌、骨干品牌保持了合作关系，并且额外新增了10多个国际和地区优势品牌的合作，包括欧邦琪（Obagi）、宝诗龙（Boucheron）等全球知名品牌。值得一提的是公司服务10余年的合作伙伴东方航空，虽然遇到了疫情引发旅游需求大幅下降的经营困境，但仍与公司一起坚守了战略合作关系，也凸显了凯淳股份作为企业社会公民的担当。

5、积极拓宽战略赛道

众所周知，疫情带动了国人在国内消费奢侈品的潮流，根据咨询机构贝恩公司发布的《2021年中国奢侈品市场报告》，2021年中国境内奢侈品市场延续了2020年两位数的高增趋势，并有望在2025年成为全球最大的奢侈品市场。2021年，虽然全球个人奢侈品市场基本恢复至2019年水平，但由于出境游受限，大部分中国消费者依然选择在境内购买奢侈品。继2020年取得48%的增长之后（以人民币计），预计中国境内个人奢侈品市场2021全年将实现36%的增长，达到近4710亿元人民币。对机遇，公司在传统优势的化妆品和个人护理类目外，积极拓宽新的战略赛道，目前奢侈品和高端服饰也正式成为公司第三个战略赛道，公司成功开拓了包括开云集团的宝诗龙（Boucheron）等品牌。

6、继续孵化海外新锐品牌

公司继续秉持前期的策略，积极拓展海外新锐品牌，在报告期内陆续引入了Zoflora、Ivatherm等多个海外地区级驰名品牌。将公司电商品牌策略设定在"赋能大型品牌+孵化小众品牌"的双轮驱动策略。与国产新锐品牌的"高举高打"，化重金采买流量不同，公司更多采用"数智驱动"的模式，通过数据洞察、人群标签、精准投放等，真正找到品牌的目标群体，达成孵化目标。

7、积极推进募投项目建设

报告期内，公司加强募集资金建设项目的进度管理，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《深圳证券交易所股票上市规则》（以下简称"《股票上市规则》"）等有关法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》的有关规定，合理使用募集资金，通过"品牌综合服务一体化建设"募投项目的建设，通过加大人员及营销的投入，增加办公及仓储场地，快速提高公司的服务能力，进而增加服务品牌的数量，引入更多品牌有利于促进公司业务增长，强化公司现有的竞争优势，"智能数字化技术支持平台建设"募投项目的建设，是公司现有业务持续发展的重要支撑，是对公司现有数字化信息系统进行全面智能化升级，为公司可持续健康发展提供了技术保障。

8、加强投资者关系管理工作，切实维护投资者权益

公司自上市以来，始终重视投资者关系管理工作，通过邮箱、咨询热线、深交所互动易等多渠道与投资者保持良好的日常沟通。报告期内，公司回答深交所互动易平台投资者提问137个，同时，公司结合公司官网、官微、同花顺企业号等方式进行了宣传，在信披合规的基础上，以更为简洁新颖的形式向外界传递了公司获奖信息、公司活动等最新动态。有效地维护了公司与投资者之间长期、稳定的良好关系，切实维护了全体投资者尤其是中小投资者的权益。

9、注重员工队伍建设，加强企业文化建设。

报告期内，公司不断加强各层级员工的培训、培养，搭建素质优良、层次合理、专业匹配的人才队伍，不断完善内部培训体系，强化员工技能的提升与训练。公司始终坚持以技术创新为根本，注重人才引进和人才培养，尤其重视公司企业文化的建设，针对不同层级的员工有针对性的文化价值观体系，通过氛围的营造、沉浸式的宣贯、激励与考核等柔性方式，促使员工对文化价值观共识，共鸣，共行。

（四）2021年，公司在收入占比10%以上平台的具体经营情况：

平台名称	销售模式	2021年		2020年		增减
		销售收入（元）	收入占比	销售收入（元）	收入占比	
天猫	品牌线上销售服务	241,393,521.51	29.06%	249,639,463.23	28.16%	0.90%
京东	品牌线上销售服务	107,196,002.68	12.91%	192,082,129.31	21.66%	-8.75%

注：1.上述金额不包括在天猫、京东等平台上实现的品牌线上运营服务及客户关系管理服务的收入；

2.公司品牌线上销售服务收入下降的主要原因系公司与部分品牌的合作关系调整所致。

（五）2021年度公司收入确认及成本结转的具体方法

1、盈利模式

报告期内，公司的业务包括品牌线上销售服务、品牌线上运营服务以及客户关系管理服务，三类服务盈利模式如下表所示：

业务模式	收入构成	成本构成	盈利模式
品牌线上销售服务	对消费者的零售收入或对各渠道的分销收入	产品采购成本	产品购销差价
品牌线上运营服务	向品牌方收取的服务费收入	人工及外采服务成本	服务费收入抵减人工和外采成本后的所得
客户关系管理服务	向品牌方收取的服务费收入	人工及外采服务成本	服务费收入抵减人工和外采成本后的所得

2、收入确认的具体方法

（1）品牌线上销售服务收入确认原则：

零售模式：公司通过开设在电商平台的网络店铺直接销售商品，公司将商品发货到消费者指定收货地址，在电商平台显示客户确认收货后，公司支付宝等电商收款账户会自动收到货款，并生成收款记录，公司每月根据电商平台对账单显示的收款金额扣除售后退款、赔款等确认收入，并结转相应成本。

分销模式：公司与各电商平台以及其他分销渠道签订销售协议，向其提供商品。公司在接到客户的订单后发货，客户对相关商品确认收货并进行销售。根据合同约定，电商平台货物验收后与公司进行核对结算，公司在收到结算单时，双方核对无误后确认销售收入。对于其他分销渠道，公司根据合同约定的方式确认收入并结转成本。

（2）品牌线上运营服务收入确认原则：

品牌线上运营服务分为围绕品牌方线上店铺运营提供的整体服务，以及根据客户需求单独提供的部分服务。在提供整体服务的情况下，公司根据合同约定的收费标准，按月计算服务收入金额，在与客户对账后按期确认收入。提供部分服务的情况下，公司根据与客户协商确定的服务内容和服务范围提供劳务，于相关服务完毕并经客户确认后确认收入。

（3）客户关系管理服务收入确认原则：

客户关系管理服务分为短期项目制合同和长期持续性服务合同。针对短期项目制合同，公司根据与客户协商确定的服务内容和服务范围提供劳务，于相关服务完毕并经客户确认后确认收入。针对长期持续性服务合同，公司根据与客户协商确定的服务内容和服务范围提供劳务，于相关服务完毕后，根据合同约定的收费标准及实际完成的服务量，经客户验收确认服务内容和收费金额后按期确认收入。

3、成本确认的具体方法

（1）品牌线上销售服务

零售模式：公司根据终端消费者的订单发货，在商品出库时按照发出产品的类别、数量计入发出商品，当终端消费者确认收货且公司收到货款时，结转相应订单的销售成本；

分销模式：公司根据分销客户的订单发货，在商品出库时按照发出产品的类别、数量计入发出商品，根据当期确认的销售情况，结转当期销售成本；

（2）品牌线上运营服务

品牌线上运营服务成本主要为人工、仓配物流、推广引流等其他服务成本。

1）人工成本主要由员工薪酬成本以及部分客服、拣货、配货、打包等临时性、辅助性工作的劳务外包成本组成。公司根据运营人员及客服人员所服务的项目归集当期人力成本，在相关运营服务收入确认时结转成本。

2）仓配物流成本主要包括物流费及耗材费。公司根据物流所服务的项目直接归集品牌当期物流成本；根据各项目实际使用耗材情况，归集当期的耗材费用，在相关服务收入确认时结转成本。

3）推广引流成本系为运营模式的店铺提供定制化的内容营销服务时，相关的媒体营销资源的采购成本，按项目核算，在相关服务收入确认时结转成本。

4）其他成本主要为网络通信服务费用、外购广告创意费用、外购营销策划费用及短信发送服务费用等，公司根据项目归集，在相关服务收入确认时结转成本。

（3）客户关系管理服务

客户关系管理服务成本主要为人工成本等其他成本。

1）人工成本主要由员工薪酬成本以及部分客服等临时性、辅助性工作的劳务外包成本组成，公司根据项目归集当期人力成本，在相关服务收入确认时结转成本。

2）其他成本主要为网络通信服务费用、短信发送服务费用、仓配物流费等，公司根据项目归集，在相关服务收入确认时结转成本。

4、公司对网络及数据信息安全及个人信息保护的保障措施

为确保公司可以及时、准确、有效地处理零售模式下产生的大量订单，公司自行研发了全渠道电商运营管理软件（OMS系统）、全渠道仓库管理软件（WMS系统）及财务管理系统（FMS系统）等业务及财务相关软件，并完成了内外部信息系统数据接口的对接。公司已建立了较为完善的信息安全管理体系，报告期内，成立信息安全委员会，并制定了信息安全管理相关制度规范和行为要求，内容涵盖公司信息系统安全配置与监控、系统程序开发与变更管理、用户账号及权限管理、信息资产管理、密码策略管理、数据安全、网络安全、软件安全、业务连续性计划、灾备管理等，全面保障公司信息系统安全、可用、连续。

报告期内，为更好的保障公司网络及数据信息安全，公司启动SOC2审计认证工作，公司完成了SOC2审计认证的辅导，第三方审计认证机构将公司现有的控制活动与TSP进行对标及辅导测试，公司已根据第三方机构的建议进行了进一步优化完善。

关于个人信息保护方面，公司品牌线上销售服务和线上运营服务获取消费者个人信息主要用于店铺日常运营，客户关系管理服务系统是部署在品牌内部指定平台，受到品牌方的统一管控，任何涉及消费者隐私的操作和运营必须要得到品牌方的授权，获得权限后方能操作，对于消费者个人信息合理使用且传输过程中均采取加密处理。公司根据品牌方、第三方平台的授权使用和存储信息，当停止运营其产品、项目或服务时，公司会通知与客户、平台签署的协议或依公司内部的《数据安全保护制度》及时停止收集数据活动并对其持有的相关信息进行删除或匿名化处理。

报告期内，公司严格遵守第三方平台、品牌方的授权约定以及公司相关制度的规定，未受到侵犯个人隐私、商业秘密或其他侵权方面的行政处罚，不存在相关诉讼或仲裁。公司根据第三方平台、品牌方的授权使用和维护消费者个人信息，同时，公司建立了有效的消费者个人信息保护制度，能够切实保护好消费者的个人隐私，不存在过度利用的情形，不存在侵犯消费者隐私权的法律风险。

（六）公司所处的行业地位

公司设立伊始，就立足全渠道、全领域、多行业的运营服务理念，经过十余年的发展和积累，凭借精细化的管理能力以及优质的服务能力逐渐脱颖而出，获得了各行业头部品牌的认可，建立起了良好的口碑。随着服务品牌和销售平台的增多，公司对品牌调性的理解、品牌拓展的打法以及电商渠道的管控形成了自身的洞见和运营体系，培养了多个有经验的运营团队。公司设立以来，合作品牌数量持续上升，服务规模和产品销量保持持续增长。经过多年的累积，公司与施华洛世奇、联合利华、双立人等近百个品牌进行过业务合作，公司服务品牌所涉足的行业已涵盖航空、汽车、快速消费品、奢侈品、饰品、美妆、母婴、食品、服饰、零售等大众消费领域，赢得了诸多知名品牌客户的长期信任与合作。

公司2021年度根据服务内容不同曾获得主要奖项如下所示：

类型	奖项	颁奖机构
公司	2021年肯耐珂萨"星就奖"入力资本管理实践大赛——企业文化优秀案例奖	肯耐珂萨
	2021年肯耐珂萨"星就奖"入力资本管理实践大赛——人才发展优秀案例奖	肯耐珂萨
电子商务服务	阿里-品牌数据银行认证服务商	阿里
	2021年京东美妆&美力联盟—美力联盟理事单位	京东美妆
	2021年度天猫五星级服务商	天猫
	2021年第14届金投赏电商运营商业创意银奖	金投赏
	2021年第七届金梧奖-电商营销类经典案例	奥理文化传媒有限公司
	2021第九届梅花创新奖-最佳事件营销创新奖铜奖	梅花网
客户关系管理	2021第十二届金鼠标国际数字营销节-效果营销类 铜奖	网赢天下网
	2021第九届TopDigital创新营销奖-客户关系管理特别竞赛单元年度产品奖	TopDigital
	2021第九届梅花创新奖-最佳移动营销创新奖铜奖	梅花网
	2021年中国客户联络中心产业管理大会CCCS-中国最佳服务外包供应商	CCCS
	2021年中国客户联络中心产业管理大会CCCS-中国客户联络中心最佳管理人	CCCS
	2021年中国客户联络中心产业管理大会CCCS-中国客户服务领袖	CCCS
创意设计	2021第七届金梧奖-创意设计类经典案例	奥理文化传媒有限公司
	2021第七届金梧奖-互动体验类银奖	奥理文化传媒有限公司
IT	2021第七届金梧奖-私域流量类经典案例	奥理文化传媒有限公司
	2021第九届TopDigital创新营销奖-私域流量运营特别竞赛单元年度专项奖	TopDigital

2021年公司在电商运营、客户关系管理、数字营销、移动营销、商业创意、私域流量以及人力资源等领域，都获得了行业内专业认可和诸多殊荣，涵盖公司两大核心业务和区别于同行具备竞争力的价值优势，体现公司全渠道综合服务商的强劲实力，公司发展至今，基本囊括了主流电子商务平台颁发的认证/资质，包括阿里品牌数据银行认证服务商、阿里妈妈全域营销服务商、京东数坊JSP服务商、京东用户增长服务商、天猫策略中心认证服务商、抖音巨量引擎营销科学服务商等，在京东平台上冠以"2021年京东美妆&美力联盟—美力联盟理事单位"，电商资质实力得到认证，能够为品牌方提供多纬度、定制化、高灵活的企业服务。公司在部分细分行业拥有一定的行业地位，2021年上半年天猫母婴亲子推荐榜，公司位列母婴亲子地域经济服务商推荐榜单；2020年第四季度天猫美妆洗护服务商推荐榜，公司于行业榜单－个护类目、个性化能力榜单－奢侈品类目以及跨品类类目中均有上榜。

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	1,068,284,448.74	487,008,424.14	119.36%	417,028,921.48
归属于上市公司股东的净资产	833,115,642.78	339,131,115.46	145.66%	255,277,301.00
	2021年	2020年	本年比上年增减	2019年
营业收入	830,634,316.65	886,601,504.83	-6.31%	770,228,579.48
归属于上市公司股东的净利润	48,402,131.72	84,610,537.32	-42.79%	36,563,404.61
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	43,065,872.98	78,005,898.15	-44.79%	70,543,299.80
经营活动产生的现金流量净额	-11,605,229.01	75,266,876.66	-115.42%	45,163,494.52
基本每股收益（元/股）	0.68	1.41	-51.77%	1.11
稀释每股收益（元/股）	0.68	1.41	-51.77%	1.11
加权平均净资产收益率	13.33%	28.47%	-15.14%	27.18%

（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	174,997,519.65	205,290,403.98	166,621,374.80	283,725,018.22
归属于上市公司股东的净利润	14,376,979.37	19,439,531.42	5,589,569.25	8,996,051.68
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	14,090,309.47	17,605,133.90	4,941,089.83	6,429,339.78
经营活动产生的现金流量净额	2,586,183.78	25,698,503.62	-3,977,831.25	-35,912,085.16

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	12,283	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	11,654	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	
王莉	境内自然人	39.00%	31,200,000	31,200,000			
徐磊	境内自然人	10.50%	8,400,000	8,400,000			
珠海市睿广益松壹号文化传媒合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	9.00%	7,200,000	7,200,000			
上海淳溶投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	7.50%	6,000,000	6,000,000			
上海注量投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	2.25%	1,800,000	1,800,000			
海宁东证汇德投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.88%	1,500,000	1,500,000			
蜂巢投权投资基金管理（大连）有限公司-威宁蜂巢投权创业投资管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.88%	1,500,000	1,500,000			
无忌博	境内自然人	1.50%	1,200,000	1,200,000			
梁国宝	境内自然人	0.47%	375,000	375,000			
陈公	境内自然人	0.38%	300,000	300,000			
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中王莉和徐磊于2016年4月1日签署《一致行动人协议》，根据《一致行动人协议》约定，双方作为一致行动人行使股东权利，承担股东义务，共同参与公司的经营管理，在双方在公司经营管理等事项上无法达成一致时，应当根据王莉的意见作出双方的一致行动决定，该《一致行动人协议》无固定期限，且不可撤销。						

公司是否具有表决权差异安排

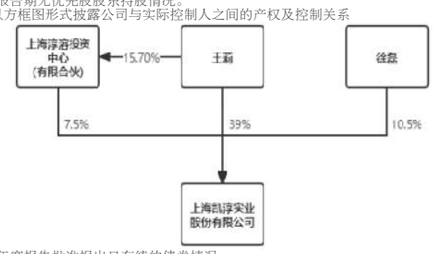
□ 适用 √ 不适用

（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。

上海凯淳实业股份有限公司

董事长：王莉

二零二二年四月二十五日

证券代码：300812　　证券简称：易天股份　　公告编号：2022-004

深圳市易天自动化设备股份有限公司 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

信永中和会计师事务所（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信永中和会计师事务所（特殊普通合伙），未发生变更。

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139,521,029股为基数，向全体股东每10股派发现金红利1.00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	易天股份	股票代码	300812
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	不适用		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	陈飞	李嘉毅	
办公地址	深圳市宝安区沙井街道大王山社区西部工业园第一幢	深圳市宝安区沙井街道大王山社区西部工业园第一幢	
传真	0755-29706670	0755-29706670	
电话	0755-27850601	0755-27850601	
电子信箱	IR@etmade.com.cn	IR@etmade.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）报告期内公司从事的主要业务、主要产品及用途

公司主要从事平板显示模组组装设备的研发、生产与销售，目前主要产品为偏光片贴附系列设备、背光组装系列设备、全贴合系列设备、清洗设备、邦定设备及其他设备。公司所产设备可广泛应用于平板显示器件中显示模组的组装生产，并已向平导体微组装设备、Mini LED 巨量转移生产设备等领域拓展。平板显示器件是智能手机、平板电脑、笔记本电脑、可穿戴电子设备、电视、冰箱、空调、仪器仪表等需要显示功能的电子产品的重要部件。随着以大屏智能手机、可穿戴电子设备为代表的新兴消费类电子产品和智能家居产品市场需求的迅速扩大，我国平板显示器件出货量保持持续增长，带动了平板显示器件生产设备的快速发展。

报告期内，公司从事的主要业务、主要产品及用途，经营模式未发生重大变化。依托公司在先发优势、技术优势、经营模式、客户资源、市场服务等方面积累的优势，不断拓展公司在平板显示模组组装设备领域的市场份额。同时，基于精准对位、精准贴附技术，公司产品向半导体微组装设备、Mini LED 巨量转移生产设备等领域拓展。

（二）报告期内公司经营模式

1、经营模式

装备制造行业普遍存在技术开发难度大、定制化程度高、生产制造难以规模化的特点。国内外优秀企业正逐步实现经营的模块化，即借鉴汽车制造行业，将整机逐级分解成多个标准模块，对标准模块进行管理，以实现标准模块的批量制造和质量管控，提升管理效率、提升产品质量、降低采购成本、缩短交付周期。

公司基于自主研发的核心技术，构建了模块化的经营模式。在研发、采购、生产和销售过程中不断提高产品的标准化模块比例，减少产品的定制项，提高研发效率和产品质量，降低采购和生产成本，同时缩短了产品交付周期。

2、研发模式

基于模块化的经营模式，公司建立了模块化的研发模式。公司将产品逐级分解成多个标准模块，建立模块库，研发人员不断地开发新模块来丰富模块库，同时不断完善每一个模块，以达到每一个模块性价比最高。将模块库中的模块进行组合，即可形成整机或生产线。根据模块开发的难度和创新度，公司模块开发分为前瞻研发、二次开发、定制开发。前瞻研发主要负责创新度高、开发难度大的全新模块研发；二次开发主要针对全新模块开发不同性能、不同参数的衍生模块；定制开发主要满足具体客户差异化需求，在前瞻研发和二次开发的基础上开发特定模块。

通过模块化的研发，有利于提高公司研发效率，提高产品的质量和稳定性。

3、采购模式

基于模块化设计，对通用性较强的模块中的物料，以及各模块均会使用的物料，公司采取批量采购来降低物料单价，实现采购成本降低。该类物料通用性强，不存在因设备定制化而产生呆滞的风险。

公司将部分通用性不强的模块中的物料划分为专用物料。受公司产品定制化特征影响，为避免批量采购可能产生的物料呆滞风险，同时提高物料周转效率，减少物料资金占用，公司对专用物料采用根据订单专项采购的采购模式。

在供应商选择方面，公司建立了较为严格和完善的供应商遴选制度。多渠道、多途径遴选合格供应商，并对合格供应商名单进行动态化管理。供应商遴选制度的建立及有效执行保证了生产的稳定并有效控制了产品的成本和质量。经过多年的合作，公司与主要供应商保持了长期稳定的业务关系，有利于保证原材料价格和质量的稳定。

4、生产模式

与模块化经营模式相对应，公司采用"通用模块批量生产、专用模块定制生产"的生产模式。批量生产有利于提高生产效率，降低生产成本，保证产品一致性和稳定性。定制生产主要为满足不同客户对生产工艺、技术水平、产品类别、产品技术指标的差异化需求。

生产形式上，生产环节主要根据研发部门提供的产品设计书进行装配和调试，其中零部件均为外购，生产过程不需要大量的机器设备，公司生产经营具有显著的轻资产和柔性化特征。

生产过程中品质部与生产部密切配合保证产品生产质量。产品经调试并检测合格后转交仓库并根据客户要求安排发货。

5、销售模式

公司产品存在较为明显的定制化特征，与此相适应，公司销售模式以直销为主。此外公司亦存在少量通过经销商实现的销售，由经销商提供客户需求信息，共同获取客户订单。

凭借在平板显示器件生产设备行业领先的技术水平、稳定的产品性能、快速响应的售后服务，公司在行业内享有较高的品牌知名度和美誉度，产品已基本实现对国内外主要平板显示器件生产厂商的覆盖。对于已形成稳定合作关系的现有客户，由公司销售人员负责日常关系维护，及时沟通和了解客户设备需求，根据需要安排公司技术人员与客户就需求实现方式、技术路线选择等问题进行更为深入和细致的交流，争取客户订单，扩大市场占有率。此外公司会参与部分行业影响力较大的专业展会、技术研讨会，集中展示公司形象、技术实力、最新研发成果，以拓展潜在的目标客户。

（三）报告期内公司主要业绩驱动因素

近年来，国务院、国家发改委及工信部等主管部门陆续出台了一系列政策，大力支持我国平板显示及相关生产设备制造行业的发展。特别是在《中国制造2025》（"十三五"国家战略性新兴产业发展规划）（"十三五"先进制造技术领域科技创新专项规划）等政策相继实施后，我国平板显示器件生产设备行业及下游行业发展迅速。

报告期内，公司坚持科技创新，以客户需求为导向，加强资源配置与协同，加深与现有客户的战略合作，并大力推进产品和市场的开拓工作。同时，公司进一步完善模块化经营模式、矩阵式管理模式，持续推进降本增效管理措施，降低运营成本，提升管理效益，公司整体业绩较上年同期实现了较好增长。

2021年以来，经济逐步复苏，公司及合作伙伴生产经营恢复正常，收入维持稳定。同时，报告期内，公司达到验收标准且确认收入的部分订单毛利率较高，驱动毛利率同比上升。

（四）报告期内公司所处行业情况

根据《国家国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）和中国证监会2012年发布的《上市公司行业分类指引》，公司所属行业为"制造业"中的"专用设备制造业"，行业代码为C35，具体为平板显示器件生产设备行业。

平板显示行业是电子信息产业的支柱，属于战略性基础产业。平板显示器件生产设备行业属于高端装备制造行业，是实现我国平板显示器件自主生产的关键行业，目前正处于逐步替代进口产品的阶段。国家及行业主管部门高度支持行业的发展，制定了《中国制造2025》等一系列政策鼓励和支持行业业做大做强。

1、平板显示器件生产设备行业发展情况

随着以移动互联网、物联网、云计算、大数据等为代表的新一代信息通信技术的迅猛发展，作为应用平台及终端的智能手机、平板电脑、可穿戴电子设备等消费类电子产品和智能家居产品的市场需求持续增长，智能终端出货量不断攀升。平板显示器件作为智能手机、平板电脑、可穿戴电子设备、智能家居等智能终端设备的关键部件，其市场需求也呈较快增长趋势。平板显示产业规模急剧增大，与大规模集成电路产业和软件产业一起构成信息产业中的三大支柱产业。

我国在平板显示器件后段的平板显示模组领域起步较早，发展较快。根据国际调研机构Omdia的研究数据，近年来我国平板显示模组产能不断提高，成为了全球最大的显示模组组装基地。随着全球平板显示行业的不断发展及产业转移，我国平板显示模组产能仍将保持持续增长趋势，预计我国平板显示模组产能将由2017年的348百万片/月增至2022年444百万片/月，继续保持全球最大显示模组生产基地的地位。

随着我国装备制造业技术水平的不断进步，国内在平板显示模组组装设备领域取得突破性进展，涌现出包括公司在内的一批优秀企业。部分国产全自动平板显示模组组装设备的技术和制造水平已接近国际先进企业，产品质量和性能已完全可以满足中小尺寸平板显示模组组装工艺的需要。目前，我国本土平板显示模组组装设备企业在与国外企业的竞争中已具备了一定优势：一是在产品质量和性能基本相当的情况下价格和成本较低，性价比突出；二是与国外企业相比，更贴近市场和客户，具有显著的本土化服务优势，便于技术交流与提供全面的售后服务和技术支持。本土企业的崛起和发展逐渐打破了国外企业在我国高端全自动平板显示模组组装设备领域的垄断地位，进口替代进程正在加速。

2、公司所处的行业地位

公司是国内为数不多的具备全自动平板显示模组组装设备研发和制造能力的企业之一，产品质量和技术性能达到国际先进水平，为客户提供国产化设备，实现进口替代。尤其在偏光片贴附系列设备领域，公司产品较其他国内产品具有较为明显的技术优势，是国内主流平板显示器件厂商首选的国产设备品牌。

依靠先进的技术、稳定的产品质量、完善的售后技术支持，公司产品获得了京东方、深天马、TCL等一线平板显示器件厂商的高度认可，并成为其重要的平板显示器件生产设备供应商，在行业内树立了较高的知名度和美誉度。

（五）报告期内公司经营情况简介

报告期内，面对新冠疫情的反复以及复杂多变的外部经济形势，公司在科学做好疫情防控、鼓励全员接种新冠疫苗的前提下，紧密围绕2021年度经营目标，积极调配内外资源，在维护原有客户关系的同时，积极开拓新客户。其次，公司持续加大研发投入，保持公司在国内平板显示模组组装设备行业的先发优势。第三，公司加强可视化、精细化管理，提高经营效率，控制生产成本。此外，公司在完善内控体系，加强信息化建设的同时，稳步推进募投项目建设。

2021年度，公司实现营业收入48,387.30万元，较上年同期上升12.46%；实现营业利润7,020.85万元，较上年同期上升12.21%；利润总额7,433.12万元，较上年同期上升10.99%；归属于上市公司股东的净利润7,011.76万元，较上年同期上升18.93%。

报告期内，公司主要经营情况如下：

1、积极开拓市场，丰富产品线

报告期内，公司在继续维持并加深与原有客户的稳定合作关系的同时，不断拓展新客户。具体如下：

公司在中小尺寸LCD清洗偏贴设备市场上持续保持领先地位；获得无锡夏普、苏州友达、北海惠科、华星光电、群创光电等客户订单，持续加强了公司在国内中小尺寸偏贴设备的领先地位。

在中大尺寸平板显示设备市场上，公司持续取得杉金光电、北