上海雪榕生物科技股份有限公司 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

安永华明会计师事务所(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由变更为安永华明会计师事务所(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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以 507,600,151 为基数,向全体股东每 10 股派发现金红利 0.00 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	雪榕生物	股票代码	300511
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	杨永建	李丽华	
办公地址	上海市奉贤区汇丰西路 1487 号	上海市奉贤区汇丰西路 1487 号	
传真	021-37198897	021-37198897	
电话	021-37198681	021-37198681	
电子信箱	xrtz@xuerong.com	xrtz@xuerong.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(一)主要业务

公司是以现代生物技术为依托,以工厂化方式生产食用菌的现代农业企业,公司始终坚持"科技还原生态之美"的企业愿景,始终将食品安全放在首位,注重产品品质,致力于为消费者提供安全的高品质食用菌产品,丰富人们的菜篮子。公司在吉林、山东、广东、四川、贵州、甘肃、泰国等国家和地区投资建设了综合性食用菌工厂化企业,主营业务为鲜品食用菌的研发、工厂化食用菌的种植与销售。食用菌工厂化生产模式实现了食用菌生产的机械化、标准化、周年化。同时,极大地节约了土地资源,其原料主要为农业的下脚料,实现了农业生产循环利用最大化。

(二)主要产品

主要产品包括金针菇、真姬菇(含蟹味菇、白玉菇和海鲜菇)、杏鲍菇、香菇、鹿茸菌等鲜品食用菌。

1.金针菇

金针菇属真菌科小火焰菇属的真菌,学名毛柄金钱菌,又名金菇、构菌、朴蕈等。金针菇在自然界广为分布,中国、日本、俄罗斯、欧洲、北美洲和澳大利亚等地均有分布。在中国北起黑龙江,南至云南,东起江苏,西至新疆,均适合金针菇的生长。金针菇在人工栽培状态下必须从培养基中吸收有机物质,如碳水化合物、蛋白质和脂肪的降解物,为腐生营养型,是一种异养生物,其氨基酸的含量丰富,尤其是赖氨酸的含量较高。

2.真姬菇

真姬菇学名玉蕈(属于木腐菌),属担子菌亚门,层菌纲、伞菌目,白蘑科,离褶菌族、玉蕈属。真姬菇的人工栽培首先始于 1972 年日本宝酒造株式会社,近 10 年来真姬菇的产量倍增,在日本已成为仅次于香菇、金针菇的重要品种。我国于 80 年代引入真姬菇栽培,主要有浅色的和深色两个品系。其中灰色品系一般称为蟹味菇,白色品系一般称为白玉菇,除外观颜色不同外,两个品系口感和营养成分差别不大,此外,通过调节生长过程中的环境参数,改变白色品系真姬菇的生长性状,即可生产海鲜菇。真姬菇形态美观,其味比平菇鲜,肉比滑菇厚,质比香菇韧,口感较好,还具有独特的香味。

3.杏鲍菇

杏鲍菇,属于侧耳属,因其具有杏仁的香味和菌肉肥厚如鲍鱼的口感而得名。杏鲍菇拥有厚的白色肉质菌柄,和小型棕褐色的菌伞(在较年轻时期)。未烹调前,会散发出淡淡的香气,烹调后会散发出典型的菇鲜味,并且质地类似于鲍鱼。菇体具有杏仁香味,肉质肥厚,口感鲜嫩,味道清香,营养丰富,具有降血脂、降胆固醇、促进胃肠消化、增强机体免疫能力等功效。

4、香菇

香菇,又名花菇、香蕈、香信、香菌、冬菇、香蕈,为侧耳科植物香蕈的子实体,是一种生长在木材上的真菌。香菇是世界上最著名的食用菌之一,它香气沁脾,滋味鲜美,营养丰富,为宴席和家庭烹调的最佳配料之一,深受广大人民的喜爱。此外,香菇也是我国传统的出口土特产,在国际市场上素负盛名,香菇位居全国各品种食用菌产量首位。

5、鹿茸菌

鹿茸菌,学名珊瑚菌,子实体直立,向上分叉成丛生的细枝,肉质,一般高数厘米至 10 余厘米,状如扫帚或珊瑚,又像幼小的鹿角,故名。鹿茸菌中含有丰富的蛋白质,维生素和其它营养成份。经烹调后,脆松适度,味道可口。可炖茸芝补肾养肝汤,有护肝解毒、补肾益精、强筋骨、抗衰老的功能。

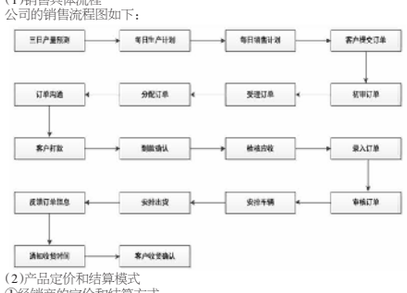
(三)主要经营模式

1.销售模式

报告期内,公司食用菌产品主要通过经销商进行销售,并向商超系统、连锁餐饮系统、生鲜到家平台等渠道直接销售,主要是买断式的销售,销售后的风险由经销商或客户自行承担,该销售模式符合食用菌行业和本公司的实际情况。

(1)销售具体流程

公司的销售流程图如下:



(2)产品定价和结算模式

①经销商的定价和结算方式

A:经销商定价方式

为规范公司价格管理流程,公司营销中心制定了《营销中心价格管理制度》。其产品定价主要包括日常产品定价及新品定价两个部分。

日常产品定价:各区域销售经理每周对市场行情调研分析,于每周一将销售价格预测提交各大区销售总监审核,并由大区销售总监确认该区域下周的销售最低限价,上报营销总监批准执行。

新品定价:新品上市前,公司对市场同类产品进行信息采集,对各销售渠道进行信息寻访并对消费者心理价位进行分析,上报营销总监。营销总监召开公司新产品定价会议,结合运营管理部,销售部及工厂生产成本最终确定新产品上市价格。

B:经销商结算方式

经销商先按照自身的需求将预计订单量通过所在大区的销售人员上报给公司的营销中心;营销中心根据公司当日的实际产量与大区分配规则决定实际给予经销商的产品数量,并通过大区的销售人员反馈给经销商。

公司对部分规模较大以及优质的客户给予一定金额的信用额度,其余均采用款到发货的模式进行销售,因此应收账款余额较低。信用政策由营销中心和财务管理中心拟定,报分管领导批示,特殊或重大信用额度则需上报总经理批准。

②直销商超连锁客户的定价和结算方式

公司参考历史数据、市场情况,结合当时市场行情,根据商超连锁客户的不同需求,定时向其提供合理报价,经商超连锁客户确认,公司按照订单数量将产品送至商超连锁客户指定的仓库。

商超的货款结算一般采用月结的形式,公司与商超核对销售数量后向客户开具税务发票,商超客户收到发票后确认货款,根据合同要求支付货款。

(3)销售区域运行模式

公司实行区域制销售模式,即一个区域配置一至多名业务员,几个区域设立一名大区销售总监,销售任务实行目标考核制,日常执行及市场开发则实行线路考核制,双向考核保证了销售结果及销售过程的全面管控;

目标管理制:营销中心结合年度销售目标及月度销售趋势,制定当月销售目标,经公司批准后,逐层分解至大区、区域,并对目标达成情况定期进行日、周、月的跟踪、核算、排名、通报。达成率低的区域反馈相关原因,大区销售总监对达成不理想的区域予以及时指导。

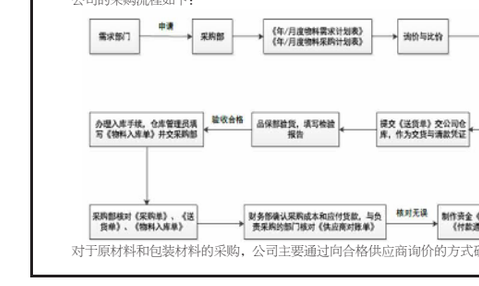
线路考核制:营销中心根据不同市场的管理、开发需要,制定各区域、各级别人员的一线市场、二三级市场、商超/菜场的日常拜访或渠道开发目标,一线销售人员利用微信群线上每日实时反馈客户拜访、市场行情、渠道开发及相关市场情况,运营管理部对销售线路执行情况实时追踪,每月对执行的关键指标进行统计、分析,并以此评定销售人员月度考核的执行指标。

2.采购模式

(1)原材料采购

公司继续实行集团统一采购模式。公司所需的生产性原材料大多为农业下脚料,其厂家分布广、数量多的特性,使公司不存在对供应商的依赖性。公司一般通过中间供应商采购原材料,避免了与大量农户和小规模厂家的直接接触,规范采购流程、节省了采购成本。

公司的采购流程如下:



对于原材料和包装材料的采购,公司主要通过向合格供应商询价的方式确定原材料和包装材料价格:公司首先通过规模、所在区域、产品质量、供货稳定性等方面考核筛选出一批合格的供应商。采购部门在接到公司采购需求后,即向合格供应商进行询价,通过比价、招投标、谈判等方式来确定具体供货价格;另外,公司也会通过与同类厂家的采购价对比来达到降低采购成本的目的。

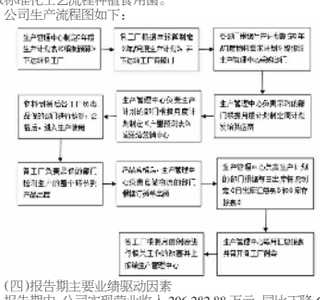
(2)设备采购

对于设备采购,公司通过向合格的设备供应商统一招标的方式确定主要设备价格:公司首先通过规模、所在区域、产品质量、专业水平等方面考核筛选出一批合格设备供应商。采购部门在接到公司采购需求后,即向合格的供应商统一招标。其定价则根据所需设备的材质、技术指标、工艺质量、到货时间、安装时间等因素形成综合比价分析后确定。

3.生产模式

公司是以工厂化模式进行金针菇、真姬菇、杏鲍菇等食用菌的生产,即在按照菇类生长需要设计的厂房中,利用温控、湿控、风控、光控设备创造人工模拟生态环境,利用工业化机械设备自动化操作,采取标准化工艺流程种植食用菌。

公司生产流程图如下:



(四)报告期主要业绩驱动因素

报告期内,公司实现营业收入 206,282.88 万元,同比下降 6.33%,实现归属于上市公司股东的净利润-30,890.35 万元,同比下降 224.94%,主要原因:

报告期内,食用菌市场竞争激烈,新冠疫情反复对物流、消费尤其是餐饮行业影响较大,导致需求端不景气,食用菌行业整体行情下行,尤其是公司主要产品金针菇,销售价格同比下降较多;报告期内,受大宗货物贸易影响,主要原材料采购价格较 2020 年上涨明显,公司产品单位成本上升;报告期内,公司泰国生产基地虽然产品质量持续向好及单位成本下降显著,但受当地疫情影响,旅游人口断崖式下降,需求端疲软,对泰国项目的销售产生重大不利影响,导致泰国项目整体亏损 4850.09 万元(公司持有泰国雪榕 60%,归属于上市公司的亏损为 2910.05 万元)。

报告期内,根据《企业会计准则第 8 号-资产减值》及相关会计政策规定,结合实际经营情况、行业市场变化、竞争格局及资产运行情况,基于谨慎性原则,对存在减值迹象的存货、固定资产、在建工程、无形资产、使用权资产等资产于 2021 年度计提资产减值损失合计 19,589.23 万元。

(五)报告期公司所处行业情况

1、行业发展情况

食用菌营养价值丰富,市场发展前景广阔。食用菌是一种高蛋白、低脂肪,富含维生素、多酶类和无机盐,以及各种多糖体的高级食品,具有极高的营养价值,常见的食用菌有香菇、平菇、金针菇、口蘑(双孢菇)、杏鲍菇、真姬菇、木耳、银耳、草菇、猴头、竹荪、松口蘑(松茸)、红菇、灵芝、虫草、松露、白灵菇和牛肝菌等,其中工厂化技术条件比较成熟品种主要为金针菇、真姬菇、杏鲍菇、双孢菇。

我国食用菌工厂化栽培处于快速发展阶段,2009 年以来,受高利润率的驱动以及国家与地方惠农政策的影响,大量资金进入食用菌工厂化栽培领域,造成各厂家加速扩张产能。随着产能的扩张,规模效益导致行业头企业与中小型食用菌生产企业在技术、成本、市场拓展能力等方面的差距不断扩大,拥有技术优势、规模优势、品牌优势的大型厂工逐步提升市场占有率,实现产业整合,行业集中度在不断提高,根据《2019 年中国食用菌工厂化研究报告》,2019 年金针菇工厂化生产前 10 家企业产能占全行业生产产能 66%左右;真姬菇生产前 10 家企业产能占全行业生产产能的 76%左右。

根据《2019 年中国食用菌工厂化研究报告》,2019 年度全国食用菌工厂化生产企业约为 400 家,较 2018 年减少近 100 家,同比减少幅度接近 20%。

数据来源:《2019 年中国食用菌工厂化研究报告》,2019 年全国食用菌工厂化企业数量约 400 家。

随着中小企业的退出,规模企业加速扩充产能,抢占市场,竞争强度和力度更加激烈,竞争难度加大,短期内造成供需失衡,同时受技术发展瓶颈、竞争格局、原材料成本上升等多方面的影响,叠加疫情导致的消费疲软,2021 年,食用菌行业盈利能力普遍下降。

短期看,食用菌价格波动,行业盈利下降,增加了行业经营难度,但长期来看,价格波动将加速行业内落后产能的出清及有效遏制产能的无序扩张,有利于行业形成良性竞争格局,有利于行业的长远发展。

2、公司所处行业地位

作为农业产业化国家重点龙头企业,截至报告期末,公司食用菌日产能 1,345 吨,其中金针菇日产能 1050 吨,位居全国之首;真姬菇日产能 160 吨,排名前二。公司是行业内率先启动全国布局的企业,在国内已完成吉林长春、山东德州、广东惠州、四川都江堰、贵州毕节、甘肃临洮六大生产基地战略布局,在国外建成泰国生产基地。湖北汉川华中生产基地及安徽和县华东生产基地已取得土地证。通过合理的全国布局可以实现产销联动,优化生产销售各个环节,提高经济效益。同时,公司建设了遍布全国的销售网络,全国布局的销售网络有助于公司更好地掌握各地食用菌产品的供求信息,在全国范围内统筹调度产品并合理定价,提高销售行为的主动性与可控性,更好地抵御区域性供求失衡的风险,并增加客户的粘性。

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	4,340,128,937.57	4,564,612,500.09	-4.92%	3,841,850,151.29
归属于上市公司股东的净资产	1,672,047,546.39	2,034,016,179.45	-17.80%	1,740,475,998.42
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	2,062,828,781.84	2,202,185,873.52	-6.33%	1,964,574,723.12
归属于上市公司股东的净利润	-308,903,523.86	247,241,757.80	-224.94%	220,327,429.85
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-306,871,451.54	239,028,666.78	-228.38%	209,478,015.11
经营活动产生的现金流量净额	246,748,489.61	555,465,789.24	-55.58%	586,928,417.62
基本每股收益(元/股)	-0.72	0.57	-226.32%	0.51
稀释每股收益(元/股)	-0.72	0.57	-226.32%	0.51
加权平均净资产收益率	-16.72%	13.38%	-30.10%	13.36%

(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	566,499,913.52	362,310,899.95	500,488,155.72	633,529,812.65
归属于上市公司股东的净利润	101,367,147.34	-172,069,357.71	-44,687,522.97	-193,513,790.52
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	84,346,680.30	-169,773,552.54	-44,554,980.46	-176,889,598.84
经营活动产生的现金流量净额	94,171,489.26	-142,373,792.05	19,178,096.19	175,772,696.21

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	38,464	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	38,937	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
杨勇荣	境内自然人	24.29%	107,365,050	99,814,125		
浙江银万斯特投资管理有限公司-银万华荣1号私募证券投资基金	其他	5.00%	22,100,000			
王晓诚	境内自然人	3.90%	17,245,208	17,245,208		
海南君厚私募基金管理有限公司-君厚知存价值共享私募证券投资基金	其他	1.04%	4,599,400			
吴克平	境内自然人	0.72%	3,177,640			
海创(上海)私募基金管理有限公司-海创价值成长精选壹号私募证券投资基金	其他	0.48%	2,100,000			
中国国际金融(香港)有限公司-客户资金2	境外法人	0.45%	1,992,319			
中国国际金融(香港)有限公司-中金稳定收益专户	境外法人	0.34%	1,499,966			
华泰证券股份有限公司	国有法人	0.30%	1,343,222			
钟宁田	境内自然人	0.29%	1,302,110			
上述股东关联关系或一致行动的说明	杨勇荣、诸焕诚为公司发起人、杨勇荣担任公司董事长、总经理,诸焕诚已于 2021 年 7 月 20 日辞去公司董事、总经理等职务,但上述股东之间不存在关联关系或一致行动人关系。浙江银万斯特投资管理有限公司-银万华荣 1 号私募证券投资基金为杨勇荣先生认购的、其作为唯一受益人的私募基金产品,同时双方签订《一致行动人协议》,双方构成一致行动人。公司未知其他股东之间的关联关系或一致行动人关系。					

公司是否具有表决权差异安排

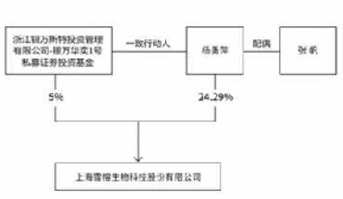
□ 适用 √ 不适用

(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

(1)债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额(万元)	利率
上海雪榕生物科技股份有限公司可转换公司债券	雪榕转债	123056	2020 年 06 月 24 日	2026 年 06 月 23 日	58,401.46	0.40%
报告期内公司债券的付息兑付情况	雪榕转债票面利率:第一年 0.4%、第二年 0.7%、第三年 1.0%、第四年 1.5%、第五年 2.5%、第六年 3.0%。报告期内,雪榕转债支付了第一年利息,计息期间为 2020 年 6 月 24 日至 2021 年 6 月 23 日,票面利率为 0.40%,即每 10 张"雪榕转债"(面值 1,000 元)派发利息人民币 4.00 元(含税)。债权登记日为 2021 年 6 月 23 日,付息日为 2021 年 6 月 24 日。					

(2)债券最新跟踪评级及评级变化情况

报告期内,中诚信国际信用评级有限责任公司对公司发行的可转换公司债券出具了《公司公开发行可转换公司债券跟踪评级报告(2021)》(信评委函字[2021]跟踪 0567 号),本次跟踪评级结果维持公司主体信用等级为 AA-,评级展望为稳定;维持"雪榕转债"的债项信用等级为 AA-。

(3)截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位:万元

项目	2021 年	2020 年	本年比上年增减
资产负债率	61.88%	55.68%	6.20%
扣除非经常性损益后净利润	-30,687.15	23,902.87	-228.38%
EBITDA 全部债务比	1.80%	24.56%	-22.76%
利息保障倍数	-3.02	3.49	-186.53%

三、重要事项

公司于 2021 年 3 月 24 日收到中国证监会出具的《关于同意上海雪榕生物科技股份有限公司向特定对象发行股票注册的批复》(证监许可[2021]881 号),同意公司向特定对象发行股票的注册申请。公司本次向 11 名特定对象发行人民币普通股(A 股)65,676,567 股,于 2022 年 3 月 21 日在深圳证券交易所创业板上市。

证券代码:300220 证券简称:金运激光 公告编号:2022-009

武汉金运激光股份有限公司 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。

大华会计师事务所(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由变更为大华会计师事务所(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	金运激光	股票代码	300220
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	李丹	杜慧	
办公地址	武汉市江岸区后湖街右桥一路 3 号 3 栋金运激光谷大厦	武汉市江岸区后湖街右桥一路 3 号 3 栋金运激光谷大厦	
传真	027-82943465	027-82943465	
电话	027-82943465	027-82943465	
电子信箱	whydm2015@163.com	anh13996@163.com	

2、报告期主要业务或产品简介

公司秉承着数字技术商业化的战略定位,为客户提供更丰富的产品和解决方案。报告期内,公司主要业务分为以高端数字激光装备制造为主的工业智能应用和以 IP 衍生品运营业务为主的商业智能应用两大板块。

(1)高端激光装备制造业务

1) 业务简介

公司的高端数字激光装备制造业务定位为"数字化激光应用解决方案提供商",致力于打造"高端激光加工设备定制化生产源头厂家",为客户提供高性价比、高可靠性的高端数字激光装备,帮助客户提高生产效能。具体业务分为金属激光、柔性非金属激光和激光熔覆三部分。

①金属激光业务

主要产品系平面光纤激光切割机、光纤激光切管机以及自动化产线系统解决方案等,公司的产品主要应用在健身器材、钢制家具、汽车管件等行业的金属加工。报告期内,公司在激烈的市场竞争环境下,坚持以客户需求为导向,不断进行产品研发迭代升级,降低生产成本,提升智能化和自动化水平。一方面稳固现有客户需求,保证全自动小管切管机、通用型切管机等常规产品销量稳定增长;另一方面加大新客户、新产品的开发力度,公司新开发了自行车、医疗器械等行业客户,高功率万瓦级切割机、高端三维五轴全自动切管机等新产品研发落地并实现销售。

②柔性非金属激光业务

主要产品系大幅面高速高精度激光裁床、智能高速激光模切机、鞋材智能划线设备、小幅面精密激光切割设备、自动化智能激光切割等设备,应用于工业柔性材料、数码印花、数码标签、汽车、电子辅材、航空航天、教学科研、军工等行业。报告期内,公司不断推进技术工艺攻关,提升产品高端化、智能化水平,完成了高速智能激光模切机、大幅面高速高精度激光裁床产品的全新升级,形成标准化、模块化机型,缩短了产品交付周期,进一步完善了相关行业应用解决方案;针对小幅面精密切割设备,进一步提高了设备的切割精度、速度及稳定性,满足客户对于切割高品质的要求;完成了第二代划线机的迭代,提高了设备的稳定性和生产效率;应用在鞋材领域的四头切割+双头喷墨划线和喷墨打印式划线机成功研发落地并形成销售。

③激光熔覆业务

包括激光熔覆系统集成和销售、耐磨耐腐蚀涂层加工服务、矿用设备耐磨零部件制造和销售,主要应用在矿业设备、工程机械、石油钻探、海工船舶、电力能源、钢铁冶金等工业领域。报告期内,受疫情和经济下行的持续影响,电力能源、石油钻探等行业的熔覆业务收入降幅较大;同时,因国内煤炭行业受产品更新换代、环保升级等多重因素影响,煤机行业客户对高端智能化综采装备的激光熔覆需求有所增长,是公司业务收入的主要来源,但由于原材料价格大幅上涨、行业竞争加剧等因素影响,盈利空间受到一定挤压。

2) 行业发展变化

目前制造业周期处于景气阶段,激光设备行业处于需求旺盛阶段,整体行业发展无较大变化。但2021 年下半年,受原材料价格高涨、"拉闸限电"等因素影响,制造业 PMI 有所下降,激光设备行业增速有所放缓。但长期看,激光加工在加工效率和加工效果等方面优势明显,并且符合智能制造的大方向,制造业转型升级推动光加工对于传统加工的替代。随着新应用拓展,激光设备的渗透率将进一步提升。

3) 市场竞争格局及公司市场地位

在行业竞争格局方面,国内激光加工设备因上游核心零部件国产化率持续提升,行业进入门槛降低,加之细分应用行业规模小、下游客户定制化需求多等原因导致市场格局较为分散。

金属激光业务在管材激光加工领域存在一定先发优势,产品的品类、技术升级及自动化上在同行业中处于较为领先的水平,在管材切割细分市场占有率较高,是金属激光业务的拳头产品;而板材激光加工设备行业竞争激烈,公司竞争优势不大,大幅面高功率、小幅面高精度、中高功率高性价比机型等特色产品具有一定竞争力,但市场占有率较低。柔性非金属激光业务是公司多年深耕的领域,在行业内保持一定知名度,适应市场需求的迭代能力较强,在行业细分市场具有一定竞争优势;但由于行业门槛逐步降低,行业竞争愈发激烈,产品同质化趋势明显,对公司的竞争优势存在一定挑战。激光熔覆业务已在材料、行业应用、加工工艺等方面积累了较丰富经验,在行业细分领域内成为部分龙头企业配套涂层服务供应商,但行业整体规模较小,公司以做深做精客户为目标,暂未追求扩大市场份额。

(2)IP 衍生品运营业务

1) 业务简介

IP 衍生品运营业务主要从事"潮文化"类 IP 衍生品运营服务,包括智能零售终端设备制造、IP 孵化及产品运营、渠道运营三部分。

①智能零售终端设备制造

智能零售终端是公司自研自制的具有 IP 属性的线下智能零售机器人,报告期内累计完成设备生产 855 台,其中新生产设备 747 台,早期机型改造升级 108 台。研发方面,以人机交互为立足点,下半年开发了安装便捷的 NFT 发售屏组件模块,集独立展示与 3 屏互动功能于一体,加强了产品展示及引流能力。

②IP 孵化及产品运营

A、IP 孵化分为独家产品和外采产品两类,a)独家产品分为公司的原创 IP 产品、获得独家签约的 IP 产品,公司创新的独家采买 IP 产品、签约国际知名 IP 产品获得特定授权四类;b)外采产品为公司向外部供应商直接购买产品并进行销售,有直接采买和受托代销两种模式。B、公司在 IP 产品运营上依托私域和公域两大平台进行推广。a)私域平台主要是微信公众号、企业微信等粉丝社群,公司在获得 IP 授权后在粉丝社群中做预热、宣传,提高粉丝群体对公司 IP 潮玩的粘性。b)公域平台推广分为基于 KOL/KOC 所建立的自媒体矩阵,行业内有影响力的融媒体平台,微博、小红书、抖音、B 站等社交媒体平台。

③渠道运营

公司的渠道运营分为直销渠道和分销渠道。直销渠道以 IP 小站为自营品牌,线上渠道有天猫、京东等互联网电商平台和微信小程序、抖音等社交平台;线下渠道是自营门店、智能零售终端、快闪店,形成了线上线下联动的销售渠道,多渠道触达粉丝。公司直销渠道以线下渠道为主,通过线下流量反哺线上平台。分销渠道的尝试在报告期内起步,成立了北京集客荟玩文化创意有限公司,通过线上电商客户和线下实体客户开展分销业务。报告期内,公司对 IP 衍生品业务的组织架构和人员做了进一步优化,成立了 IP 运营中心、NFT 潮玩运营中心、消费者触达中心三大业务部门,新设立了广州分公司负责与供应链体系的连接,以降低运营成本、提升运营效率。

2) 市场变化

公司 IP 衍生品运营业务主要产品是潮玩(盲盒)。潮玩(盲盒)行业仍处于成长初期阶段,市场规模不断扩大,发展速度较快。在行业规模方面,根据 Mob 研究院数据显示,盲盒作为潮玩破圈第一品类,2021 年中国盲盒行业市场规模为 139.1 亿元,同比增长 36.5%,预计 2022 年市场规模为 186.6 亿元,同比增长 37.7%。随着经济发展和人民收入水平的提升,消费者对于品牌消费以及优质 IP 的认知度也在不断提升,未来优质 IP 授权商品将成为有效提升消费者意愿的关键,粉丝经济刺激受众付费的意愿进一步增长,市场需求有望持续提升。目前 IP 衍生品主要品类为潮玩(盲盒),形成了产品同质化的现状。

3) 市场竞争格局及公司市场地位

从市场格局来看,中国潮玩市场竞争激烈。根据弗若斯特沙利文数据显示,中国潮流玩具零售市场有数百名参与者,于 2019 年,按零售价值计,市场前五大参与者的市场份额合计为 22.8%,市场集中度较低,市场份额还有很大的空白空间等待企业的挖掘和占有。这也均符合中国潮玩行业正处于成长初期的特征。

由于 IP 衍生品运营市场集中度较低,市场公认的龙头是产业链一体化的泡泡玛特,其他同行业玩家或擅长 IP 设计或擅长 IP 运营或擅长产品生产,公司的优势在于数字化技术应用能力和消费者触达环节(线下智能零售终端的覆盖能力)。在数字化技术应用方面,公司自成立以来的数字化历程为公司形成了数字技术的沉淀,为公司 IP 衍生品运营业务打造了硬件和软件的技术基础。截至报告期末,公司在营线下智能零售终端 1799 台,在行业内处于较领先水平。公司的弱势主是在原创 IP 的研发、运营能力较弱,自有 IP 产品品牌力不强,销售收入占比较低,导致公司的 IP 衍生品运营业务平均毛利率水平低于行业龙头。

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	394,917,459.85	452,603,806.99	-12.75%	422,173,458.18
归属于上市公司股东的净资产	148,724,292.01	212,565,768.95	-30.03%	284,519,487.25
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	346,927,354.78	196,820,611.08	76.27%	321,899,552.58
归属于上市公司股东的净利润	-63,837,918.77	-55,525,702.75	-14.97%	4,256,066.76
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-66,964,405.87	-53,856,798.21	-24.34%	10,320,451.50
经营活动产生的现金流量净额	-61,135,782.65	-39,387,391.14	-55.22%	5,369,875.20
基本每股收益(元/股)	-0.4222	-0.3672	-14.98%	1.0281
稀释每股收益(元/股)	-0.4222	-0.3672	-14.98%	1.0281
加权平均净资产收益率	-35.34%	-14.29%	-21.05%	1.69%

(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	81,025,996.12	93,043,900.25	83,334,689.06	89,522,769.35
归属于上市公司股东的净利润	-4,562,465.46	-8,218,872.41	-6,003,028.84	-45,053,552.06
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-5,361,045.17	-9,204,635.67	-6,861,049.71	-45,537,675.32
经营活动产生的现金流量净额	-11,915,352.79	-5,121,510.90	-9,716,171.39	-34,382,747.57

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	23,384	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	22,246	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
蛇形裕弘投资管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	5.24%	7,920,000			
王益民	境内自然人	2.67%	4,035,740			
新余金盛通投资管理有限公司	境内非国有法人	1.86%	2,814,500		质押	2,200,000
北京汇富金源投资管理中心(有限合伙)	境内非国有法人	1.76%	2,660,578			
王静娟	境内自然人	1.49%	2,252,436			
朱斌	境内自然人	0.73%	1,106,535			
常州炬仁光电系统集成有限公司	境内非国有法人	0.65%	982,175			
王立新	境内自然人	0.65%	981,058			
海神控股集团有限公司	境内非国有法人	0.63%	960,000			
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、新余金盛通投资管理有限公司实际控制人及控股股东梁彬先生的姐姐。2、王益民与王静娟为父女关系。北京汇富金源投资管理中心(有限合伙)、常州炬仁光电系统集成有限公司、海神控股集团有限