证券代码:301199 证券简称:迈赫股份 公告编号:2024-009

迈赫机器人自动化股份有限公司 2023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。

大信会计师事务所(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。

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未发生变更,为大信会计师事务所(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利润分配预案为:以133,340,000.00为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.7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	迈赫股份	股票代码	301199
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	卢中庆	王海兰	
办公地址	山东省潍坊市诸城市舜泰街1398号	山东省潍坊市诸城市舜泰街1398号	
传真	0536-6431139	0536-6431139	
电话	0536-6431139	0536-6431139	
电子信箱	mhauto@mhauto.cn	mhauto@mhauto.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

(一)行业发展概况

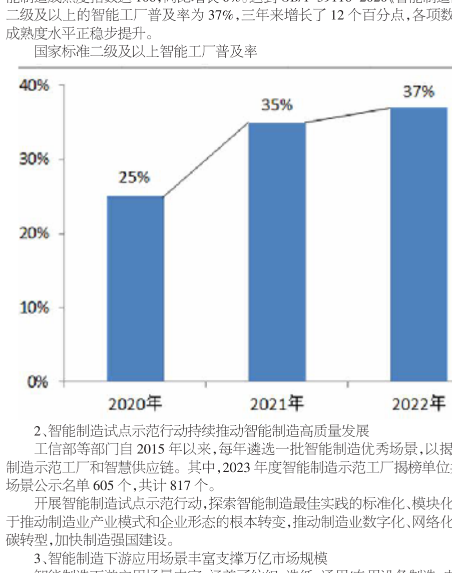
按照行业分类,公司处于国家重点支持的智能装备制造业领域,具体业务主要围绕智能制造系统整体解决方案展开布局,包括高端智能装备系统、智慧物联系统、系统化设计服务,专业从事基于机器人和物联网技术的高端智能装备系统和智慧物联系统的研发设计、制造集成、销售和智慧运维等服务。

1、我国智能制造业进入繁荣发展阶段

进入21世纪,全球主要经济体相继提出制造业智能化发展战略,德国提出"工业4.0"计划,将物联网及服务技术融入制造业;美国提出"先进制造业领导力战略""再工业化计划"等,确保美国在先进传感、先进控制和平台系统、数字制造等领域的优势地位;日本提出"新机器人"战略计划,将机器人和IT技术、大数据、人工智能等深度融合;我国也提出了《中国制造2025》《"十四五"智能制造发展规划》等国家战略,推动制造业与新一代信息技术融合发展,我国智能制造业进入繁荣发展阶段。

根据中国电子技术标准化研究院发布的《智能制造成熟度指数报告(2022)》显示,2022年我国智能制造成熟度指数达106,同比增长6%。达到GB/T 39116-2020《智能制造能力成熟度模型》国家标准二级及以上的智能工厂普及率为37%,三年来增长了12个百分点,各项数据均显示出我国智能制造成熟度水平正稳步提升。

国家标准二级及以上智能工厂普及率



2、智能制造试点示范行动持续推动智能制造高质量发展

工信部等部门自2015年以来,每年遴选一批智能制造优秀场景,以揭榜挂帅方式建设一批智能制造示范工厂和智慧供应链。其中,2023年度智能制造示范工厂揭榜单位共有212个,智能制造优秀场景公示名单605个,共计817个。

开展智能制造试点示范行动,探索智能制造最佳实践的标准化、模块化、精准化的推广路径,有助于推动制造业产业模式和企业形态的根本转变,推动制造业数字化、网络化、智能化升级,促进工业低碳转型,加快制造强国建设。

3、智能制造下游应用场景丰富支撑万亿市场规模

智能制造下游应用场景丰富,涵盖了纺织、造纸、通用/专用设备制造、电气机械和器材制造等多个行业,为工业智能化生产管理提供数控机床、成套设备等智能制造装备,基于数字化车间/智能工厂设计、产品研发及工艺设计、生产作业、仓储配送、设备运维、安全管控、能源与环保、经营管理等应用场景提供智能制造系统解决方案。

近年来,智能制造下游行业固定资产投资持续增长,行业数字化、智能化水平不断提升,支撑我国智能制造万亿市场规模,2022年,我国智能制造行业市场规模(包括智能制造装备及智能制造系统解决方案)约为4万亿元,其中,智能制造装备市场规模约3.2万亿元,智能制造系统解决方案市场规模约0.8万亿元。预测到2027年,我国智能制造行业市场规模将达到6.6万亿元,其中智能制造装备市场规模约5.4万亿元,智能制造系统解决方案市场规模约1.2万亿元。

2018年-2027年中国智能制造行业市场规模及前景预测(万亿元)

(二)公司主要业务、产品及其用途

公司是一家专注于为用户提供高端智能装备系统、智慧物联系统、系统化设计服务的高新技术企业,专业从事基于机器人和物联网技术的高端智能装备系统和智慧物联系统的研发设计、制造集成、销售和智慧运维等服务。

公司所从事的具体工作是一个完整的"技术+产品+服务"的过程,利用数字化、信息化技术赋能传统制造业的转型升级,从而为客户提供智能制造与智慧物联系统整体解决方案,是先进制造技术与信息技术、数字化技术的高度集成。其次,公司也十分注重系统化设计服务的发展,早在2011年就设立了全资子公司迈赫设计院,打通了上游设计业务与下游智能制造环节,形成了更为完整的智能制造一体化产业链。

公司主要产品是智能装备系统及动力能源供应系统、系统化设计服务。其中公司智能装备系统及动力能源供应系统产品包含智能焊装装备系统、智能涂装装备系统、智能总装装备系统以及公用动力及装备能源供应系统。产品及服务主要应用于汽车、工程机械及其零部件等行业领域。公司系统化设计服务由全资子公司迈赫设计院开展,主要服务内容包括工业工艺规划设计和建筑设计等。迈赫设计院具备机械行业甲级、建筑行业(建筑工程)甲级、城乡规划乙级等设计资质,能够为建筑、机械、军工、农业、物流等行业领域提供可行性分析、总体规划、总图及物流规划、方案设计、施工图设计及建设工程(EPC)总承包业务的技术与管理服务。

(三)公司产品的市场地位、竞争优势与劣势

1、公司产品的市场地位

公司产品主要应用于汽车智能装备制造领域,所处的细分行业为智能制造项下的智能制造系统解决方案范畴,公司产品在工业机器人产业链中所处的环节具体详见下图:

公司不但同时涉足智能焊装装备系统、智能涂装装备系统、智能总装装备系统等三大类智能装备系统的设计、制造及集成,并在各自细分市场收获了一定的行业知名度。还通过全资子公司迈赫设计院打通了上游工业设计服务、建筑设计服务,形成了更为完整的智能制造一体化产业链。此外,公司利用自身多年在智能装备系统集成领域积累的技术和项目经验,通过物联网、大数据等先进技术的应用,为精准掌握市场需求、生产出更加符合客户要求的产品提供了智能化支持,为成为高端智能装备系统与智慧物联系统整体解决方案服务商打造了坚实的基础。

现代、高效、专业的经营管理体系保证了公司在同行业中拥有强大的竞争优势,公司始终坚持技术创新、增强创新能力,在坚持技术创新的基础上推动产品创新,并把技术攻关计划与科技成果产业化紧密结合起来,保证了公司主要产品的行业领先地位。

2、竞争优势

近年来随着公司产品线不断增加,公司核心竞争力与行业地位持续提升。同时,凭借产品质量优势、高端人才储备优势、技术研发优势、管理优势及整体解决方案服务优势等,快速响应客户需求,促成更具智慧的商业对话,加速销售增长。

(1)产品质量优势

公司凭借贯穿产品设计研发、材料采购、生产安装、验收检验等全过程的质量控制,通过了严格的质量体系认证,得到了客户的广泛认可。成立之初,公司就聚焦产品质量,励志集中资源把产品做好,十年如一日,为公司赢得了良好的口碑和更强的生命力。

(2)高端人才储备优势

技术人才是智能装备制造行业的核心竞争力,公司始终重视人才"引、育、留"工作。截至2023年12月31日,公司拥有设计技术人员460人,硕士及硕士以上学历32人,本科学历409人。为了更精准的招引高精尖人才,公司在济南设立了全资子公司迈赫优沃,在天津设立了全资子公司迈赫设计院,在济南、青岛、潍坊、无锡设立了分院。另外,为了最大限度的吸引、留住人才,公司还分别在济南市及潍坊市建立了研发中心,充分有效地利用了场地、人员、公共基础设施等各方面的优势,增强了公司高端人才的储备。同时,公司也积极组织技术人员培训、开展智能制造及机器人领域相关的课题研究、学习国外先进技术并消化利用、挖掘下游客户个性化需求等方式培育人才,以保证技术人员更好的学习到行业前沿技术。此外,公司不但为人才提供了饮食、住宿、交通、娱乐等方面的便利条件还利用员工持股平台使人才和公司发展直接挂钩,这种大利益观的人才发展体制为公司留住人才奠定了坚实的基础。

(3)技术研发优势

研发是现代企业持续发展、构筑竞争实力的核心。公司自成立以来,在技术研发方面不断投入,通过自主研发、积累,形成了雄厚的核心技术实力。公司作为高新技术企业,先后获得了国家博士后科研工作站、国家智能制造系统整体解决方案供应商、国家两化融合管理体系贯标试点企业、山东省优秀企业、山东省工业机器人实验室、山东省智能制造"1+N"标杆企业、山东省"专精特新"中小企业、山东省工业互联网标杆企业、山东省企业技术中心、山东省技术创新示范企业、山东百年品牌重点培育企业、山东省高端装备制造业领军(培育)企业、省级工业设计中心、山东省一企一技术研发中心等荣誉称号。截至2023年12月31日,公司拥有发明专利45项、实用新型专利176项、外观专利5项、软件著作权35项。经过多年的努力,公司建立了自主创新体系,在行业具有较强的竞争能力。

公司设有专业的研发团队,不断攻克技术难关,在保证现有产品质量稳中有升的前提下,持续加大研发创新。公司2023年度的研发投入为3,325.94万元,2023年新增研发项目:迈赫优沃运营管理系统研发项目;高柔性、自主识别关键技术研发及应用;智慧农业识别感知与收割关键技术研究与应用研发项目;迈赫云平台可视化建设研发项目等,较好地完成了年度新产品和新技术的研发任务。持续的研发创新为公司发展提供了强有力地支撑,提升了公司的市场竞争力,从而为公司的进一步发展创造了有利条件。

公司不断在新型车身连接工艺、智能化装配技术等方面进行研发投入,保持持续的行业先进水平;在能源优化、高柔性调度等方面进行不断创新,促进节能减排与效率提升;在人工智能、数字孪生等新技术上不断探索,推动公司产品智能化升级。

2023年,公司根据市场预判与自身经营情况,开启了优沃工业互联研发升级扩建项目的建设。以创新为动力,以技术突破为手段,以客户体验为导向,致力于构建企业与客户共享的价值体系。通过打通产业链各环节的数据孤岛,实现数据的传递、共享和应用,从而为企业发展提供智能化支持。

(4)管理优势

近期,公司推进落实了管理团队"年轻化"的战略部署,强化战略定力与发展韧性,激活内生动力,促进公司持续稳定发展。提升管理团队年轻人才比例,不仅有利于公司团队结构优化,促进培育和建设专业化、年轻化的人才梯队,同时在日趋激烈的市场竞争环境下,也有利于公司的健康、高速发展,公司因此具备较强的管理优势。

(5)整体解决方案服务优势

公司不但同时涉足智能焊装装备系统、智能涂装装备系统、智能总装装备系统等三大类智能装备系统的设计、制造及集成。还通过全资子公司迈赫设计院打通了上游工业设计服务、建筑设计服务,形成了更为完整的智能制造一体化产业链,此外,公司利用自身多年在智能装备系统集成领域积累的技术和项目经验,通过物联网、大数据等先进技术的应用,为精准掌握市场需求、生产出更加符合客户要求的产品提供了智能化支持,为成为高端智能装备系统与智慧物联系统整体解决方案服务商打造了坚实的基础。

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

元

	2023年末	2022年末	本年末比上年末增减	2021年末
总资产	3,289,011,455.54	3,050,553,672.72	7.82%	2,794,924,612.96
归属于上市公司股东的净资产	1,762,533,274.25	1,745,679,532.19	0.97%	1,733,930,322.03
	2023年	2022年	本年比上年增减	2021年
营业收入	974,882,387.90	702,396,128.52	38.79%	811,109,331.32
归属于上市公司股东的净利润	28,266,494.86	21,495,907.12	31.50%	72,173,515.91
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	7,113,834.35	5,902,808.19	20.52%	48,024,253.06
经营活动产生的现金流量净额	24,761,067.77	-101,295,122.16	124.44%	-18,768,860.68
基本每股收益(元/股)	0.2120	0.1612	31.51%	0.7217
稀释每股收益(元/股)	0.2120	0.1612	31.51%	0.7217
加权平均净资产收益率	1.61%	1.24%	0.37%	0.09%

(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	130,355,542.26	319,048,530.34	341,803,549.23	183,674,766.07
归属于上市公司股东的净利润	12,975,348.12	916,928.64	12,816,783.01	1,557,435.09
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	10,045,795.93	-3,730,089.79	11,373,596.02	-10,575,467.81
经营活动产生的现金流量净额	-100,185,607.31	33,742,800.97	73,867,363.11	17,336,511.00

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	13,085	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	13,681	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月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(不含通过转融通出借股份)

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
山东迈赫投资有限公司	境内非国有法人	57.37%	76,500,000.00	76,500,000.00	不适用	0.00
潍坊赫力投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	6.98%	9,307,400.00	0.00	不适用	0.00
徐烟田	境内自然人	5.62%	7,500,000.00	5,625,000.00	不适用	0.00
王绪平	境内自然人	3.37%	4,500,000.00	3,375,000.00	不适用	0.00
张韶辉	境内自然人	1.12%	1,500,000.00	1,125,000.00	不适用	0.00
UBS AG	境外法人	0.38%	510,725.00	0.00	不适用	0.00
中信证券股份有限公司	国有法人	0.36%	478,212.00	0.00	不适用	0.00
华泰证券股份有限公司	国有法人	0.31%	409,628.00	0.00	不适用	0.00
中信里昂资产管理有限公司-客户资金-人民币资金汇入	境外法人	0.27%	356,728.00	0.00	不适用	0.00
光大证券股份有限公司	国有法人	0.24%	325,550.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明	不适用					

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

☑适用 □不适用

单位:股

前十名股东参与转融通出借股份情况

股东名称(全称)	期初普通账户、信用账户持股		期初转融通出借股份且尚未归还		期末普通账户、信用账户持股		期末转融通出借股份且尚未归还	
	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
潍坊赫力投资中心(有限合伙)	10,000,000.00	7.50%	0.00	0.00%	9,307,400.00	6.98%	692,600.00	0.52%

前十名股东较上期发生变化

☑适用 □不适用

单位:股

前十名股东较上期末发生变化情况

股东名称(全称)	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
黄其娥	退出	0.00	0.00%	180,300.00	0.14%
张春栋	退出	0.00	0.00%	176,000.00	0.13%
胡智铭	退出	0.00	0.00%	160,300.00	0.12%
吴超	退出	0.00	0.00%	150,000.00	0.11%
高吉亮	退出	0.00	0.00%	120,100.00	0.09%
UBS AG	新增	0.00	0.00%	510,725.00	0.38%
中信证券股份有限公司	新增	0.00	0.00%	478,212.00	0.36%
华泰证券股份有限公司	新增	0.00	0.00%	409,628.00	0.31%
中信里昂资产管理有限公司-客户资金-人民币资金汇入	新增	0.00	0.00%	356,728.00	0.27%
光大证券股份有限公司	新增	0.00	0.00%	325,550.00	0.24%

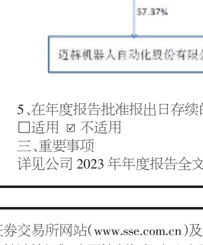
公司是否具有表决权差异安排

□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

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

详见公司2023年年度报告全文第六节"重要事项",详细描述了报告期内发生的重要事项。

证券代码:301001 证券简称:凯淳股份 公告编号:2024-007

上海凯淳实业股份有限公司 2023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。

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:公司本年度会计师事务所由变更为容诚会计师事务所(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利润分配预案为:以截至2023年12月31日公司的总股本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	钱燕	原天一	
办公地址	上海市闵行区浦江镇陈行公路2339弄智慧之岸一期西区3号楼	上海市闵行区浦江镇陈行公路2339弄智慧之岸一期西区3号楼	
传真	021-55087108	021-55087108	
电话	021-55080030	021-55080030	
电子信箱	IR@kaytune.com	IR@kaytune.com	

2、报告期主要业务或产品简介

1、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、抖音、小红书、拼多多、微信官方商城、唯品会、网易考拉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。

2、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。

3、报告期内的主要工作

2023年,随着经济社会全面恢复常态化运行,消费潜力不断释放,内需稳步扩大,消费持续恢复向好。报告期内,公司从健全内控流程管理、严格管控各项成本费用,降低人工成本,持续优化资产结构,精细化库存管理、数字化转型等多维度,多措施,全方面大力推动降本增效,提升公司综合治理水平,实现经营效益的提升,公司全年实现营业收入638,395,060.81元,同比下降16%,归属于上市公司股东的净利润7,030,477.43元,同比增长219%。

公司持续进行多平台、多矩阵式的布局,力求丰富服务模式、内容和渠道,以消费者为核心、品牌利益为本,赋能新产品、新服务、新场景的创造,同时也为公司的长远发展和竞争力提升打下了坚实的基础。报告期内,公司主要工作具体如下:

(1)公司迁址新总部大楼,优化整合资源、提升管理效益

公司原办公场地多为租赁且分布于上海不同区域,考虑到存在租金上涨、租约不稳定等风险,且无法满足未来公司业务规模进一步扩大所带来的集中办公的需求,根据公司经营的实际情况并结合市场环境变化,报告期内,公司于上海市闵行区浦江国际科技城购置房产,并于2023年11月28日搬迁至新址。

浦江国际科技城隶属于上海临港集团,兼具国家经济开发区、国家高新技术产业开发区和国家综合保税区三大功能。公司新总部大楼位置优越,紧邻地铁,为浦江镇滨水标志性建筑群之一,具有产业聚集、人才和政策等多方优势。公司新总部大楼根据不同工作属性,构建融合了办公、会议、路演、会谈、开放式交流、休憩、观景等更多职场综合属性,以一体化、数字化、人性化赋予职场新活力,利于公司自身资源优化与整合,提高管理和运营效率,实现公司统筹管理和深度发展,从而进一步提升公司综合竞争力,为公司和股东创造更大效益。

(2)多部门协同合作,积极寻求业务全域发展

在品牌生态内进行各渠道之间的内在衔接并进行差异化融合是品牌电商全渠道发展的关键。报告期内,公司凭借自身资源整合能力进行市场全方位布局,从数据整合、运营管理、营销场景、售后服务等多角度助力品牌电商开拓全渠道市场,为品牌提供强大的支撑,并实现与客户更深层次的绑定。公司内部多部门间协同联动,由数字化转型中心协调各个部门之间的数字化战略,提供技术和战略方面的咨询,培训员工适应新的数字化工具和流程。数字化技术的运用帮助公司实现降本、增效、提质,巩固并扩大了自身竞争优势,实现整体效益的提升。

报告期内,公司承接了SEPHORA丝芙兰、DAPHNE.LAB达芙妮实验室、贝德玛等新项目,从前期接洽到项目落地,业务团队在品牌解析、产品研究、系统化运营策略制定、产品拍摄、页面设计、售后服务、仓储物流等环节持续发挥专业能力,全方位助推品牌业务增长。此外,公司营销服务的方式和渠道更加互动化、场景化、多样化:通过搭建契合品牌调性的直播间场景,创新体验模式,激活消费者的感官知觉,带领消费者沉浸式感受品牌理念和服务,撬动直播流量;从用户偏好和内容模式出发,利用粉丝画像精准定位目标人群,通过站内外KOL/KOC内容种草,内容上引流、分发和扩散,深度触达目标消费者人群,实现消费转化和口碑积累;本地生活布局、跨品牌全域合作、远场-近场-微场全域O2O营销、私域阵地改造搭建等营销项目,为公司的全域营销服务提供更大的增长与发展机会。

公司策略中心致力于关注多类目全平台线上数据,及时捕捉消费新需求,收集各类渠道消费者对品牌、产品、服务反馈的口碑数据进行深度挖掘,通过数字化分析,为品牌在产品、定价、营销渠道等方面提供解决方案,有效提升电商渠道销售额,优化用户体验。团队将数字化看板与业务运营进行有效联动,促成更加精确和高效的运营策略。报告期内,策略中心成功制定并执行了行业趋势报告发布、电商策略、拓展新业务、数字化看板联动以及日常运营业务支持等工作。

作为公司的核心部门,大客户服务事业群、电商事业群始终致力于为客户提供精准、深度、有效的解决方案,部门团队搭建了完整的电商运营SOP,能够助力品牌迅速在平台落地并实现销售转化,将品牌的精神内核准确传达给更多受众的同时实现业绩的显著提升。报告期内,大客户服务事业群进一步拓展了在内容电商领域的能力,针对现有合作品牌在抖音等平台的电商及内容需求,提供了包括短视频制作、图文页面设计、直播运营等从种草到销售的全链路全方位服务;电商事业群持续为品牌助力,围绕市场趋势和消费者需求,精准策划营销活动,优化运营策略,为品牌提供全方位的电商解决方案,实现销售业绩的增长。

(3)把握蓝海市场,开拓DTC新模式

DTC(Direct-to-Consumer)为品牌客户提供了一种新的销售链路,通过建立直达消费者的线上和线下触点,以私域运营为依托,获得即时、扩散式正向反馈的良性循环,塑造品牌价值,提升服务体验,日渐成为品牌挖掘增量来源的新阵地。品牌直接与消费者建立联系,直面终端消费者的需求,通过关注和收集顾客的消费行为和偏好数据,有针对性地提供更好的产品和服务。这种直接联系使得品牌能够更准确地把握市场动态,及时调整产品策略,满足消费者不断变化的需求,从而建立更紧密的消费者关系、提高利润率、增强品牌控制力、优化市场反馈机制以及提高客户忠诚度。这些优势使得DTC模式在市场竞争中具有独特的优势,成为越来越多品牌的选择。

随着全球DTC浪潮的兴起,公司果断把握蓝海市场,开拓DTC业务板块,报告期内,公司DTC团队围绕"产品-研发-设计-营销-品牌-渠道-消费者等全链条"形成运营闭环,前期将重点以技术和数据为驱动,搭建专属数字基建,数据化、精细化、存储化、流程化交付生意,后续注重最大化流量的利用效率,激发社交、互动场景,深化用户忠诚度,挖掘多元化购买触点,持续经营,打通品牌与消费者之间的链接持续助力品牌业务增长。报告期内,公司DTC业务板块携手品牌围绕"消费者导向"的经营思维,以私域运营为依托,从进入消费者心域、数据价值驱动、进阶用户体验、传递品牌风貌等多层面推进,成功助力多个品牌实现DTC生意年化正向增长。

(4)运用数字化转型技术,打造数智化服务新范式

数字化转型中心加速提升公司信息化建设,帮助公司更好地适应市场变化。报告期内,部门依托高效团队对现有系统进行迭代,运用信息化手段提升企业的整体管理水平品质,完成公司内外部的系统串联;通过将繁杂的工作细化拆解,有效促进内部产供销各环节的运行效率及企业整体业绩水平的改善与提升;通过多维度数据研究,帮助公司在新项目的对接设计、运营服务的优化改进、团队人员科学配比及管理等方面实现绩效的改善。

客服联络中心加速AI数字化转型,以AI智能与人工客服协同的模式,贯穿用户售前、售中、售后全流程,运用AI技术替代客户服务过程中的重复性、机械性工作,在提升客户满意度与服务质量的同时,大幅度降低了人力成本。在隐私安全方面,公司引入智能系统与服务场景结合,服务体验进阶的同时注重消费者隐私保护,先进技术与管理机制的双驱动加强对用户隐私安全的保护力度;AI数字化运营方面,公司不断拓宽布局,智能客服覆盖用户全链路需求服务,与人工客服实现高效协同,为品牌提供定制化模块。

(5)突破传统营销模式,凯浥广告以创新提升品牌价值

2022年,公司成立全资子公司凯浥广告,旨在更加精细化地深化全链路一站式的整合营销服务,满足品牌、市场对于全域营销不同的诉求,实现数字化管理品牌与消费者之间的关系。凯浥广告成立伊始即从营销一体化、数据洞察力、场景化创意、前沿策略力、自动化提效五个方面着手,力求在竞争激烈的市场环境中稳步发展。

报告期内,凯浥广告专注于内容与手段上的全面创新,迭代经营能力,从全域营销、消费者运营、私域布局等方面多维度满足当下品牌对投资产出的更高追求,以ROI的视角来运作真正的一体化。

营销一体化方面,凯浥在与现有客户进行全方位的复盘和难点分析的基础上,将营销的侧重点推向链路化配合和系统化经营,促进运营与销售的一体化。凯浥广告于2023年10月协同TalkingData(北京腾云天下科技有限公司)发布了《摇摆的消费者-全域增长营销手册》,深入探讨了数据赋能下的全域增长机遇,为企业在数字化时代实现全域增长提供了有力的指导和洞察。此外,报告期内凯浥广告将传统的CRM运营和营销进行合并,带动营销策略的创意执行,618期间,凯浥广告推动a2?和法国高端美妆品牌首次跨界营销,重磅推出了「臻爱礼盒」,实现了跨品牌跨平台的CRM和电商结合尝试。

数据洞察力方面,凯浥将数智手段应用于突破品牌瓶颈,将数智思维与高效推动生意增长相结合。凯浥下设全域数投中心总结"DIGITAL数智应用方法论",用以应对品牌的多样经营问题,并将该方法论实践于全链路的闭环经营场景中,包括全域人群经营场景、全域货品经营场景、会员精益经营场景等,帮助品牌提升经营效率。

场景化创意与前沿策略力方面,凯浥将落脚点放在消费的终端——消费者身上,深度联结不同品牌传递的内容价值与相似目标消费者的群体特质,将私域和品牌形象的打造进行更好的融合,从而让品牌的产品获得纵深式的持续曝光。报告期内,凯浥携手各类目客户完善了CRM和私域的布局和运营,并将品牌的私域、品宣以及会员功能进行了结合,进一步拉长了消费者生命周期,并且结合数据营销工具更好的布局消费者转化。

自动化及策略方面,凯浥携手百事集团打造了以生意为导向的全自动AI KOL推荐组合系统,从数据出发,以算法模型为基础,科学的将种草和客户的生意进行链接。

(6)优化募投项目进度管理,积极推进募投项目建设实施

公司严格遵守《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》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》等相关法律、法规和规范性文件的相关规定,合法、有效地使用募集资金。"品牌综合服务一体化建设项目"对公司现有板块的服务能力有所扩充,是公司均衡发展策略的进一步延续;"智能数字化技术支持平台建设项目"是对公司现有数字化信息系统进行全面智能化升级,推进公司各业务板块的持续完善和智能化、数字化,巩固公司在行业内的地位。公司通过定期召开战略发展会议、评估项目进度等方式,掌握募投项目建设情况,并根据项目实施的实际情况对募集资金投资项目内部结构做出审慎调整,确保募投项目按计划顺利推进。

报告期内,公司基于自身发展战略和业务开展特性的考虑,将"品牌综合服务一体化建设项目"和"智能数字化技术支持平台建设项目"的实施地点由上海市杨浦区变更为上海市闵行区,并调整了上述两个募集资金投资项目的内部投资结构,以满足资源、资金、技术、人才等资源优化配置的需求。同时,公司将"智能数字化技术支持平台建设项目"实施主体变更为服务于公司智能数字化领域系统研发的公司全资子公司沛香科技,旨在为募投项目的实施提供有力支持,提高募集资金的使用效率;将"品牌综合服务一体化建设项目"的建设期调整为四年,以提高公司经营稳健性,保证项目全面、稳步推进。

上述变更、调整和延期有利于提高募集资金使用效率,有利于公司的整体规划和合理布局,能够更加充分地发挥公司现有资源的整合优势,提高公司管理水平和运营效率。公司后续将进一步加快推进募投项目建设进度,促使募投项目尽快达到预定可使用状态。

(7)注重投资者关系管理,切实保障投资者权益

随着资本市场市场化程度的不断提高和市场运行机制的不断完善,投资者关系管理对于上市公司的重要意义逐渐显现。公司始终重视投资者关系管理工作,主动与投资者建立沟通渠道,通过业绩说明会、电子邮件、咨询热线、深交所互动易等方式及时回应投资者的提问和建议,并将处理结果反馈给公司董事会及管理层,与投资者保持良好的日常沟通。

信息披露是有效开展投资者关系管理的前提,报告期内,公司加强相关工作人员的工作培训,外部积极参加地方证监局、上市协会等组织的辖区内培训学习,不断提高相关工作人员的履职能力,内部建立健全信息披露内控体系,加强对工作人员的培训和监督,确保其在与投资者沟通时遵循相关规定,避免误导行为的发生,确保公司披露信息的真实、准确、完整、及时、公平。同时,公司结合公司官网、官微、企业公众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。

(8)优化人才建设培养体系,助力公司长远发展

公司将人才建设视为发展战略的重要组成部分。报告期内,公司不断完善内部培训体系,强化员工技能的提升和训练,通过组织企业数据安全及个人信息保护培训、电子商务合规宣传培训、AI绘画课程、对战AIGC创意应用大赛等活动,提升员工专业素养与综合能力。目前,公司已有100+员工拥有平台认证分析师、营销师、讲师及消费者运营咨询顾问等资质,这些具备个人资质认证的员工分布在公司的各个部门和业务单元,将能力与经验应用至公司的业务运营、市场拓展、客户服务之中,帮助公司提升服务质量、寻求新的业务机会。

公司业务团队与HR团队通力合作,注重"人"效高度匹配:新项目设立过程中,从前期的企业文化宣讲,到内推、外聘、内转、项目迁徙等方面,业务与人事团队进一步整合资源,吸引有专业能力、有经验的人才加入该项目,满足关键岗位需求。另一方面,公司的赋能人才培养也在一个个高质量项目中获得提升,于管理、运营、IT基建、创意等岗位上以需定人,获得品牌高度认可。

此外,公司还通过与高校合作,在实践中进一步探索和完善人才培养。公司通过"校企共育人"的模式为在校生提供更加全面、实际和有效的学习及实践环境,在提高学生的综合素质和就业竞争力的同时,为企业输送了更多具备实际操作能力和工作经验的人才,实现了校企双方的互利共赢。

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

元

	2023年末	2022年末	本年末比上年末增减	2021年末
总资产	951,359,983.48	1,026,946,313.08	-7.36%	1,068,284,448.74
归属于上市公司股东的净资产	816,849,687.31	818,946,442.86	-0.26%	833,115,642.78
	2023年	2022年	本年比上年增减	2021年
营业收入	638,395,060.81	764,470,021.72	-16.49%	830,634,316.65
归属于上市公司股东的净利润	7,030,477.43	-5,924,284.88	218.67%	48,402,131.72
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,249,899.02	-9,603,447.33	123.43%	43,065,872.98
经营活动产生的现金流量净额	102,845,929.99	31,998,706.24	221.41%	-11,605,229.01
基本每股收益(元/股)	0.09	-0.07	228.57%	0.68
稀释每股收益(元/股)	0.09	-0.07	228.57%	0.68
加权平均净资产收益率	0.86%	-1.76%	2.62%	13.33%

(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	141,529,564.63	174,471,099.53	133,617,492.59	188,776,904.06
归属于上市公司股东的净利润	1,340,049.85	-9,116,800.59	199,217.07	14,608,011.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	17,947.56	-9,997,803.13	199,490.38	12,030,264.21
经营活动产生的现金流量净额	48,399,274.11	12,351,719.11	4,282,608.16	37,812,328.61

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	10,713	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	10,120	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月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(不含通过转融通出借股份)

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%	31,200,000.00	31,200,000.00	不适用	0.00
徐磊	境内自然人	10.50%	8,400,000.00	8,400,000.00	不适用	0.00
珠海市省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%	7,200,000.00	0.00	不适用	0.00
上海淳溶投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	7.50%	6,000,000.00	6,000,000.00	不适用	0.00
#王仁	境内自然人	0.85%	679,068.00	0.00	不适用	0.00
华泰证券股份有限公司	国有法人	0.56%	447,806.00	0.00	不适用	0.00
李振清	境内自然人	0.53%	421,000.00	0.00	不适用	0.00
#王红敏	境内自然人	0.42%	335,100.00	0.00	不适用	0.00
中信证券股份有限公司	国有法人	0.42%	333,044.00	0.00	不适用	0.00
中国国际金融股份有限公司	国有法人	0.40%	318,725.00	0.00	不适用	0.00
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。若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。					

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 ☑不适用

前十名股东较上期发生变化

□适用 ☑不适用

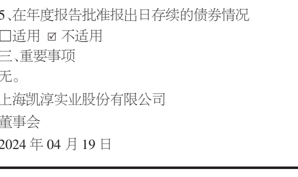
公司是否具有表决权差异安排

□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

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

董事会

2024年04月19日

证券代码:603955 证券简称:大千生态 公告编号:2024-020

大千生态环境集团股份有限公司关于公司控制权变更事项的进展公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

2024年1月16日,大千生态环境集团股份有限公司(以下简称"大千生态"、或"公司")控股股东江苏大千投资发展有限公司(以下简称"大千投资")、实际控制人栾剑洪、范荷娣与北京天盛益和科技发展合伙企业(有限合伙)(以下简称"天盛益和")签署了《股份转让协议》,大千投资拟向天盛益和协议转让其持有的大千生态23,192,000股股份(占大千生态已发行股份总数的17.09%),本次交易将导致公司控制权发生变更。具体内容详见公司分别于2024年1月18日、2024年1月20日刊登在上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)及《上海证券报》《中国证券报》上的《大千生态关于控股股东签署<股份转让协议>、公司控制权拟发生变更暨股票复牌公告》(公告编号:2024-011)、《大千生态简式权益变动报告书(大千投资)》、《大千生态详式权益变动报告书(天盛益和)》。

目前双方尚在积极推进过程中,交易双方需就《股份转让协议》相关条款做进一步磋商。本次控制权转让事项是否能够顺利推进尚存在不确定性。

公司将持续关注相关事项进展情况,按照有关法律法规的要求及时履行信息披露义务。公司指定的信息披露媒体为《中国证券报》《上海证券报》《证券时报》《证券日报》及上海证券交易所网站(www.sse.com.cn),公司所有信息均以上述指定媒体刊登的公告为准。

公司郑重提示投资者注意投资风险。

特此公告。

大千生态环境集团股份有限公司董事会

2024年4月22日

证券代码:300993 证券简称:玉马遮阳 公告编号:2024-030

山东玉马遮阳科技股份有限公司关于向不特定对象发行可转换公司债券申请获得深圳证券交易所受理的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

山东玉马遮阳科技股份有限公司(以下简称"公司")于2024年4月19日收到深圳证券交易所(以下简称"深交所")出具的《关于受理山东玉马遮阳科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券申请文件的通知》(深证上审〔2024〕88号)。深交所对公司报送的向不特定对象发行可转换公司债券的申请文件进行了核对,认为申请文件齐备,决定予以受理。

公司本次向不特定对象发行可转换公司债券事项尚需深交所审核,并获得中国证券监督管理委员会(以下简称"证监会")作出同意注册的决定后方可实施。

公司本次向不特定对象发行可转换公司债券的事项最终能否通过深交所审核并获得证监会作出同意注册的批复及其时间尚存在不确定性。公司将根据该事项的进展情况,按照相关法律法规规定和要求及时履行信息披露义务,敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

山东玉马遮阳科技股份有限公司

董事会

2024年4月22日

证券代码:002911 证券简称:佛燃能源 公告编号:2024-033

佛燃能源集团股份有限公司关于2021年度第二期中期票据兑付完成的公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

佛燃能源集团股份有限公司(以下简称"公司")于2021年4月19日发行了2021年度第二期中期票据,发行总额为人民币2亿元,发行利率为3.67%,发行期限为3年,起息日为2021年4月21日,兑付日为2024年4月21日(如遇节假日,则顺延至其后的第一个工作日)。具体内容详见公司于2021年4月22日刊登在《中国证券报》《证券时报》《证券日报》和巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)上的《2021年度第二期中期票据发行情况公告》(公告编号:2021-045)。

近日,公司完成了该期中期票据的兑付,本息合计人民币207,340,000.00元。

特此公告。

佛燃能源集团股份有限公司董事会

2024年4月23日