

公司代码：603992

公司简称：松霖科技

**厦门松霖科技股份有限公司**  
**2020 年年度报告摘要**

## 一 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上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、准确、完整，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 天健会计师事务所（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 经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

以 2020 年度利润分配方案实施时股权登记日的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 2.03 元（含税），不进行送股及资本公积金转增股本，上述利润分配方案实施后，剩余未分配利润结转至下年度。本方案尚须提交公司股东大会审议。

## 二 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	松霖科技	603992	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	吴朝华	林建华
办公地址	厦门市海沧区阳光西路298号	厦门市海沧区阳光西路298号
电话	0592-3502118	0592-3502118
电子信箱	irm@solex.cn	irm@solex.cn

### 2 报告期公司主要业务简介

#### 2.1 主要业务及主要产品

公司始于卓越产品的开发能力和用户需求的掌握能力，将研发创新与工业设计融入产品。按照业务定位分为品类 IDM 业务和“松霖·家”业务两大类，其中品类 IDM 业务产品包括厨卫、家具及美容健康等品类，致力于为全球各大知名品牌商、大型连锁零售商提供技术一流、质量领先

的产品，同时也在不断扩充新品类、扩大客户群体，不断提升产品竞争力，实现战略升级。

### 2.1.1 品类 IDM 业务

公司主要通过 IDM 模式为全球各大知名品牌商、大型连锁零售商提供各品类产品的设计研发和生产制造服务。厨卫配件是公司现阶段的主要产品，包括花洒、淋浴系统、升降杆、龙头、软管、智能马桶等。公司的家具品类主要针对与人体互动性更高的产品，目前主要产品为浴室柜、沙发、床等智能家居产品。同时公司通过整合原有行业优势和市场需求，将品类拓展至美容健康品类，主要包括美容花洒、美容仪、冲牙器等产品。

### 2.1.2 “松霖·家” 业务

公司经过多年的不断探索、实验与研发，逐步形成了重大战略性业务“松霖·家”。该业务由松霖家居子公司运营。

“松霖·家”顺应中国消费升级、智能家庭未来需求的趋势，创造性地建立起集整屋居家产品、全程闭环式服务及独立自营载体平台的三位一体的自有品牌模式。该模式彻底突破传统因产品、服务、平台分离而给家装客户带来的巨复杂、高成本、低品质的现状，“松霖·家”将为目标客户提供从室内设计及装修、全屋定制及软饰等真正一站式的产品及服务。“松霖·家”模式是全新独创的模式，目前市场上暂没有公司真正涉足该模式。

“松霖·家”业务采取直接面向终端消费者，在目标城市开设大型自营品牌体验中心及线上线下 O2O 模式，为客户提供全方位的新体验。

2020 年上半年，第一家“松霖·家”在厦门开业运营，这标志着“松霖·家”战略正式扬帆启航。

## 2.2 经营模式

IDM (Innovation Design Manufacturer, 创新设计制造商) 模式是对传统 ODM 模式的升级和优化，由公司利用自有资源对区域市场状况及消费需求趋势进行分析研究，提出产品创新概念，形成完整的产品策划方案，并由公司自行完成产品创意设计，研究开发产品相关技术解决方案，最终向客户交付包含公司专利技术、创意设计等自主知识产权的产品模型、技术模组或成型产品。IDM 模式产品包括了公司发明专利、实用新型专利、外观设计专利等自主知识产权，包含了公司的技术创新和设计创意。IDM 模式是公司在与国际知名品牌客户长期稳定深入的合作实践中发展起来的，符合行业特点和发展趋势的，极具公司特色的一种“以创意设计、技术创新引领市场销售”的经营模式，其核心基础在于公司强大的创意设计和技术创新实力。

### 2.2.1 研发模式

公司的各个产品事业部单独设立的专业研发部门，以推动各个品类产品的创新升级。由事业部单独进行研发的模式能够将研发与销售紧密结合，新产品研发更准确抓住潜在客户群体的真实需求，从而充分保证研发以市场需求为导向，提高新品研发的转化率。

公司还设有智能电子技术研发中心，为各个事业部提供电子、智能技术的研发支持。公司建立了囊括全球各区域最新产品与设计的统一数据库，各事业部研发部门均可利用大数据技术确立新产品的研发方向。

### **2.2.2 采购模式**

公司制定完备的管理制度和标准体系，严格执行供应商引入和持续评价机制，并与合格供应商签订框架式《基本供货合同》规范双方的权利及义务。

公司采购主要包括原材料采购和零配件采购，对原材料设定安全库存量。采购计划由营销中心接到客户产品订单后在 SAP 系统内生成的销售订单触发，经物流部、质量部审核评估后，由系统将订单产品自动按物料清单对生产所需的材料和零配件进一步分解，物流部计划课再综合考虑原材料和零配件的库存情况、交货期限、生产状况等因素加以制定。

公司采购部门综合考虑规格型号、质量、价格、交货能力以及实际订单需求等因素，在合格供应商名录中选取符合条件的供应商下达采购订单进行批量采购。对于非标准零配件，因其在规格型号、适配产品等方面差异较大，公司一般向供应商提供该类零配件的加工图纸，并规定生产期限，经检验合格后确认采购。

### **2.2.3 生产模式**

公司主要采取以市场为导向，以销定产的“订单式”生产模式。公司面向的客户市场，具有多批次、小批量的采购特点，不同客户以及同一客户不同批次的订单对于产品的规格、型号、尺寸等方面的要求差异较大，需根据客户的订单要求进行定制化生产，绝大部分产品属于非标准化产品。公司坚持自主生产为主，辅以工序外协生产的生产方式，外协生产目的在于缓解部分产能不足问题。

### **2.2.4 销售模式**

公司品类 IDM 业务的销售主要通过 IDM、ODM 等模式向特定客户直接销售，该类主要客户是国际知名/高端厨卫、家具、美容健康品牌商及大型连锁零售商，不存在公司自主品牌产品销往境外的情形。

“松霖·家”业务采取直接面向终端消费者，在国内目标城市开设大型自营品牌体验中心及线上线下 O2O 模式，为目标客户提供从室内设计及装修、全屋定制及软饰等真正一站式的产品及服务。

## **2.3 行业情况说明**

### **2.3.1 厨卫行业**

根据国家统计局数据显示，2020 年我国住宅商品房销售面积为 15.5 亿平方米，同比增长 3.2%，增速与近两年比略有上升。根据国家统计局的数据，2020 年我国城镇化率超过 60%，相较于发达国家 80%左右的城镇化率，中国还有较大的发展空间。随着我国城市化进程的持续推进建设，城镇化率的不断提升，住宅商品房销售仍将维持较大的规模。住宅商品房稳定增长的销售规模将持

续带来家庭装修需求，从而促进厨卫配件行业的发展。

国际市场同样呈上升趋势，发达国家的宏观经济状况逐渐好转，且根据美国商务部数据显示，自 2011 年以来美国新建销售住房销售数量不断上升。除上述发达国家市场外，以印度等为代表的新兴市场国家近年来经济持续较快发展，城市化进程不断快速推进，对厨卫产品的市场需求也快速增长。此外，随着美国待售存量房创下历史新低，存量房将迎来价格升值，据美国厨房及浴室产品协会（NKBA）研究报告预测，在供应短缺和潜在需求的双重推动下，2020-2023 年间，总房价将升值约 31%，这将间接推动房屋改造而非购置新房，二手房翻新需求也会增加市场对厨卫产品的需求，这种需求随着时间的推移日益迫切。

公司目前业务处于行业领先地位，主要客户也均是国际知名厨卫品牌商和国际大型连锁建材零售商。公司将会通过不断地加大研发力度以保持创新的领先优势，增强在行业内的话语权。

### 2.3.2 家具行业

家具行业目前属于成熟期，且生产和销售会受到国民经济发展水平、居民可支配收入变化、居民消费习惯的转变及房地产行业的景气程度等因素的影响。

根据亿欧 2019 年的相关报告，全球家居家装行业市场规模为 34,801.5 亿美元，并将在 2020-2024 年内以 4.95% 的年复合增长率持续增长。2024 年，全球家居家装市场规模将达到 44,310.9 亿美元。

目前，越来越多的消费群体开始关注居家的整体生活艺术，旧式的成品家具已不能满足消费者对个性化生活的追求，人们更喜欢在居家生活中加入更多自主的创意与特色。个性化、体验化、自我满足式的消费正逐渐成为主流。Z 世代、粉丝经济、颜值经济成为了消费领域创业投资的新风向。

### 2.3.3 美容健康行业

随着生活消费水平不断提高，人们更注重皮肤、口腔的清洁和保养，推动了美容健康和个人护理产品市场的快速增长。近年来，以小型个人美容仪为主的美容健康市场逐步兴起，为消费者提供日常的美容保健需求。目前，全球美容仪行业处于较快的发展阶段，据 P&S Market Research 分析称，美国家用美容仪器销售额年平均增长 19.3%，主要美容仪器包括脱毛器、祛痘仪、LED 治疗仪、皮肤废弃物清洁仪、护肤吸收仪器等。

据国泰证券和欧睿国际估计，到 2020 年，仅洁面仪这一细分功能的产品的总销售额将从 2018 年的 22.4 亿元人民币增加至 82.6 亿元人民币。目前国内消费者多倾向于国外进口的美容仪尤其是日本的产品，中国市场将会是未来国际美容及个人护理品牌商的重要市场。在此环境下，公司美容健康品类产品将拥有良好的市场前景。

## 2 公司主要会计数据和财务指标

### 2.1 近3年的主要会计数据和财务指标

	单位：元 币种：人民币			
	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年
总资产	2,721,453,526.52	2,375,690,328.08	14.55	1,601,064,064.58
营业收入	2,034,815,979.04	1,738,628,793.43	17.04	1,758,667,132.37
归属于上市公司股东的净利润	270,492,131.67	234,178,922.82	15.51	236,195,346.99
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	223,607,659.81	231,830,021.70	-3.55	238,859,735.88
归属于上市公司股东的净资产	2,006,350,869.61	1,806,450,411.63	11.07	1,146,195,913.51
经营活动产生的现金流量净额	350,734,830.18	267,353,140.91	31.19	314,717,543.58
基本每股收益（元/股）	0.67	0.63	6.35	0.66
稀释每股收益（元/股）	0.67	0.63	6.35	0.66
加权平均净资产收益率（%）	14.23	17.06	减少2.83个百分点	22.91

### 2.2 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	323,425,598.23	511,812,202.37	542,322,091.89	657,256,086.55
归属于上市公司股东的净利润	35,057,457.81	75,469,583.73	81,758,831.82	78,206,258.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	36,572,953.92	74,289,831.83	74,554,030.04	38,190,844.02
经营活动产生的现金流量净额	42,619,823.04	55,688,353.61	121,451,138.87	130,975,514.66

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

## 3 股本及股东情况

### 3.1 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
截止报告期末普通股股东总数（户）	11,059
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	10,532
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）	

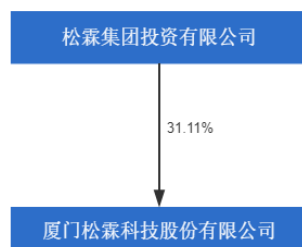
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）

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	质押或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
松霖集团投资有限公司		124,751,108	31.11	124,751,108	无		境外法人
周华松		89,736,506	22.38	89,736,506	无		境内自然人
厦门松霖投资管理有限公司		88,965,300	22.19	88,965,300	无		境内非国有法人
吴文利		31,243,380	7.79	31,243,380	无		境内自然人
周华柏		5,940,376	1.48	5,940,376	无		境内自然人
厦门信卓智创股权投资合伙企业（有限合伙）		5,301,000	1.32	5,301,000	无		其他
厦门联正智创股权投资合伙企业（有限合伙）		5,301,000	1.32	5,301,000	无		其他
周丽华		2,970,188	0.74	2,970,188	无		境内自然人
招商银行股份有限公司一鹏华启航两年封闭运作混合型证券投资基金	2,372,619	2,372,619	0.59	0	无		其他
厦门励众合股权投资合伙企业（有限合伙）		2,001,000	0.50	2,001,000	无		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>松霖集团投资有限公司系本公司控股股东，厦门松霖投资管理有限公司持有松霖集团投资有限公司 100.00%的股权，公司董事长周华松先生和公司副董事长吴文利女士分别间接持有厦门松霖投资管理有限公司 85.00%和 15.00%的股权；公司副董事长吴文利女士持有厦门信卓智创股权投资合伙企业（有限合伙）85.29%股权、持有厦门励众合股权投资合伙企业（有限合伙）58.19%股权、持有厦门联正智创股权投资合伙企业（有限合伙）1.13%股权；公司董事长周华松系厦门信卓智创股权投资合伙企业（有限合伙）、厦门励众合股权投资合伙企业（有限合伙）、厦门联正智创股权投资合伙企业（有限合伙）的执行事务合伙人；周华松先生与吴文利女士系配偶关系，周丽华女士系周华松先生之妹，周华柏先生系周华松先生之弟；周华松先生、吴文利女士二人是本公司的实际控制人。除以上情况外，本公司未知其他上述股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。</p>						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

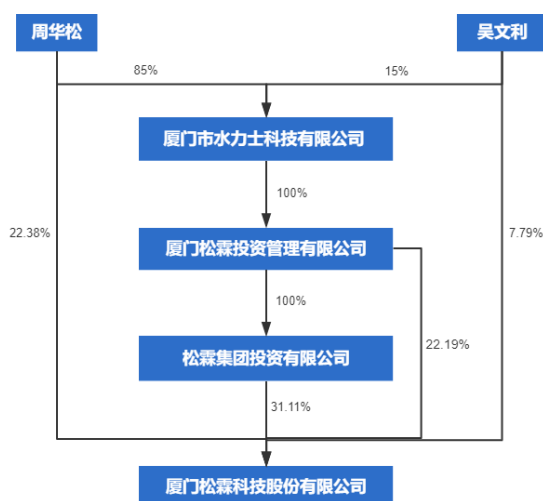
### 3.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



### 3.3 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



### 3.4 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

## 4 公司债券情况

适用 不适用

## 三 经营情况讨论与分析

### 1 报告期内主要经营情况

报告期内，公司实现营业收入 20.35 亿元，同比增长 17.04%；归属于上市公司股东的净利润 2.70 亿元，同比增长 15.51%；截止报告期末，公司总资产 27.21 亿元，同比增长 14.55%。



2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

本次会计政策变更仅对财务报表列报产生影响，不会对公司总资产、净资产及净利润产生影响。

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

厦门松霖家居有限公司(松霖家居公司)、松霖科技(香港)有限公司(松霖香港公司)、漳州松霖智能家居有限公司(漳州松霖公司)、漳州松霖建材有限公司(松霖建材公司)、SOLEX ITALY SPA(松霖意大利公司)和泉州松霖建材有限公司(泉州松霖公司)等 6 家子公司纳入本期合并财务报表范围。