

证券代码：300978

证券简称：东箭科技

公告编号：2023-012

广东东箭汽车科技股份有限公司 2022 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。

华兴会计师事务所（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 42,270.2739 万股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.5 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 | 东箭科技 | 股票代码 | 300978 |
| 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 | 顾玲 | 王曼婷 | |
| 办公地址 | 佛山市顺德区乐从镇乐从大道西 B333 号 | 佛山市顺德区乐从镇乐从大道西 B333 号 | |
| 传真 | 0757-2808 2243 | 0757-2808 2243 | |
| 电话 | 0757-2808 2476 | 0757-2808 2476 | |
| 电子信箱 | touziguanxi@dongjiancorp.com | touziguanxi@dongjiancorp.com | |

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主营业务及产品

东箭科技是一家专注于汽车智能、安全、健康、个性化定制等提升汽车驾乘体验的科技公司，主要从事车侧承载装饰系统产品、车辆前后防护系统产品、车载智能座舱控制系统产品、车顶装载系统产品及车辆其他系统产品的工业设计、研发、生产和销售，不同产品系列分别应用于汽车后市场改装和汽车前装整车配套，广泛应用于 SUV、轿车、MPV、越野车、皮卡等各类车型，并适配众多传统动力汽车品牌和新能源汽车品牌。

公司主要产品类别包括车侧承载装饰系统产品、车辆前后防护系统产品、车载智能座舱控制系统产品、车顶装载系统产品及车辆其他系统产品，具体情况如下表所示：

| 序号 | 产品类别 | 主要产品 | 应用场景 |
|----|--------------|--|-----------------|
| 1 | 车侧承载装饰系统产品 | 汽车踏板、侧杠、轮眉、车侧其他品类 | 前装整车配套 后市场改装 |
| 2 | 车辆前后防护系统产品 | 汽车前后杠、防翻架、泵把、包围套件、拖车架、后尾箱盖、车身储物背包、其他防护品类 | 前装整车配套 后市场改装 |
| 3 | 车载智能座舱控制系统产品 | 汽车智能踏板、智能尾门开启系统、电动侧开门（电动限位器）、电动剪刀门、智能车载空气净化器、电动卷帘盖、智能折叠后视镜、智能电吸门、智能并线辅助、智能其他品类 | 前装整车配套 后市场改装 |
| 4 | 车顶装载系统产品 | 汽车行李架、行李框、车顶其他品类 | 前装整车配套 后市场改装 |
| 5 | 车辆其他系统产品 | 尾气管套、扰流板、3E 车内净化、引擎卫士及其他 | 前装整车配套 后市场改装 |

（二）主要经营模式

公司现有的采购模式、生产模式和销售模式，适合自身发展需要，符合行业特点。

采购模式方面，公司采购物料可划分为生产物料和非生产物料，公司各类物料由公司采购部门依照公司生产计划按需要进行采购。公司在供应商管理制度、供应商体系管理、采购价格管控、采购订单执行等方面建立了相应的制度流程并有效执行。

生产模式方面，公司以自主生产模式为主，采取以销定产和安全库存相结合的生产模式，针对国外客户采用以销定产模式，针对国内客户采用安全库存模式为主。以销定产模式下，公司根据客户的采购订单组织生产，结合客户订单特点，公司有效利用 IT 系统对客户的需求及生产计划进行确认，通过对生产线的柔性化改造，并利用强大的业务管理系统快速响应客户需求，有效组织公司生产。安全库存模式下，公司根据销售预测管理系统，实时的数据监控管理系统进行生产备货，快速配送和分销，从而降低了中间费用，缩短交付周期。

销售模式方面，公司产品销售分出口和内销，产品以面向汽车后市场为主并延伸至汽车前装市场，具体情况如下：

| 内外销 | 产品应用领域 | 客户类型/业务模式 | 销售模式 |
|------|--------|-----------|-----------|
| 海外销售 | 汽车后装产品 | ODM | 直销 |
| | | OEM | 直销 |
| | 汽车前装产品 | OES | 直销 |
| 国内销售 | 汽车后装产品 | 4S 店客户 | 直销为主、代销为辅 |
| | | 经销商 | 卖断式经销 |
| | | 主机厂 | 直销 |
| | | 其他客户 | 直销 |
| | 汽车前装产品 | 主机厂 | 直销 |

如上表所述，公司海外销售均为直销模式，公司汽车后装产品的客户类型/业务模式为 ODM 和 OEM，公司汽车前装产品的客户类型/销售模式为 OES，其中 ODM 是公司外销的主要业务模式。国内销售存在直销、经销及代销等不同的销售模式，其中 4S 店销售渠道是国内销售的最重要销售渠道，该类客户以直销为主、代销为辅；经销商客户的销售模式为卖断式经销；主机厂及其他客户的销售模式均为直销。

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

| | 2022 年末 | 2021 年末 | 本年末比上年末增减 | 2020 年末 |
|-----|------------------|------------------|-----------|------------------|
| 总资产 | 2,708,746,866.63 | 2,699,294,263.47 | 0.35% | 1,783,103,132.53 |

| | | | | |
|------------------------|------------------|------------------|---------|------------------|
| 归属于上市公司股东的净资产 | 1,562,242,983.78 | 1,516,899,723.95 | 2.99% | 1,309,687,797.58 |
| | 2022 年 | 2021 年 | 本年比上年增减 | 2020 年 |
| 营业收入 | 1,767,177,121.13 | 1,636,316,358.96 | 8.00% | 1,475,252,249.91 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 85,518,994.44 | 115,854,407.38 | -26.18% | 190,684,971.38 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 114,586,574.51 | 80,653,431.91 | 42.07% | 157,432,790.16 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 260,130,564.59 | 125,426,314.25 | 107.40% | 284,917,921.15 |
| 基本每股收益（元/股） | 0.20 | 0.28 | -28.57% | 0.5 |
| 稀释每股收益（元/股） | 0.20 | 0.28 | -28.57% | 0.5 |
| 加权平均净资产收益率 | 5.55% | 9.18% | -3.63% | 15.70% |

(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 | 454,290,527.13 | 407,554,642.71 | 446,235,888.47 | 459,096,062.82 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 14,353,550.92 | 38,713,072.17 | 21,821,768.54 | 10,630,602.81 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 10,972,910.77 | 45,236,505.32 | 56,094,398.56 | 2,282,759.86 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 754,269.54 | 93,461,468.21 | 96,067,611.95 | 69,847,214.89 |

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 | 12,508 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 16,241 | 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 | | | | | | | | | |
| 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 | | | |
| 马永涛 | 境内自然人 | 25.32% | 107,044,131 | 107,044,131 | | | | | |
| 广东东箭汇盈投资有 | 境内非国有法人 | 15.48% | 65,448,000 | 65,448,000 | | | | | |

| | | | | | | |
|--------------------|--|--------|------------|------------|--|--|
| 限公司 | | | | | | |
| 马汇洋 | 境内自然人 | 11.23% | 47,456,999 | 47,456,999 | | |
| 罗军 | 境内自然人 | 5.59% | 23,623,783 | 17,717,837 | | |
| 夏炎华 | 境内自然人 | 3.82% | 16,158,784 | 12,119,088 | | |
| 新余东裕投资合伙企业(有限合伙) | 境内非国有法人 | 3.44% | 14,526,184 | 14,526,184 | | |
| 上海泓成创业投资合伙企业(有限合伙) | 境内非国有法人 | 3.27% | 13,843,042 | 0 | | |
| 上海聚澄创业投资合伙企业(有限合伙) | 境内非国有法人 | 3.27% | 13,843,042 | 0 | | |
| 余强华 | 境内自然人 | 2.98% | 12,604,303 | 9,453,227 | | |
| 陈梓佳 | 境内自然人 | 2.88% | 12,158,877 | 12,158,877 | | |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | 汇盈投资为马永涛控制的公司，马永涛与马汇洋系叔侄关系，新余东裕投资合伙企业(有限合伙)为马汇洋及马永江(马永涛之胞兄)持有 93.19% 合伙份额且马永江担任执行事务合伙人的企业，上海泓成创业投资合伙企业(有限合伙)、上海聚澄创业投资合伙企业(有限合伙)均为陈金霞控制的企业。 除上述股东之外，公司未知其他股东是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。 | | | | | |

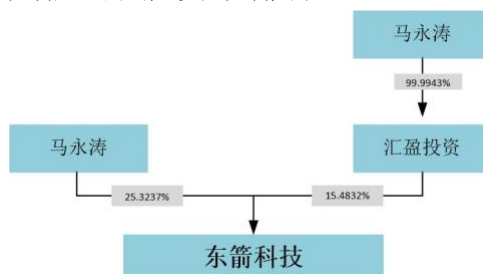
公司是否具有表决权差异安排

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

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

（一）总体概况

报告期内，公司实现营业总收入 17.67 亿元，较上年同期增长 8%；实现归属于上市公司股东的净利润 8,552 万元，较上年同期下降 26.18%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.15 亿元，较上年同期增长 42.07%，公司基本每股收益为 0.2 元，较上年同期下降 28.57%。

收入方面，海外改装业务前期遇客户集中囤货，后期主要海外市场终端消费疲软，受多重因素影响，报告期内，海外改装业务的销售收入有所影响。

利润方面，报告期内，受美联储连续多频次加息、地缘冲突等多重因素影响，美元兑人民币汇率波动幅度较大，美元兑人民币中间价一度从年初的 6.3794 元冲高至 7.2555 元，人民币年内最大贬值幅度达到 13.73%，出现近年最大的年度波动。受汇率异常波动影响，公司外汇锁汇产生非经营性亏损较大，对公司影响较大。

2022 年，公司受上述中、短期因素影响较大，但行业困境与机遇同在，公司坚定主业信心，聚焦中长期发展战略，持续推动国内外业务稳定发展。

（二）经营管理概况

报告期内，公司着重开展以下经营管理工作：

1、聚焦战略目标，坚定业务发展方向

公司坚定“一体两翼”的中长期发展战略，坚持汽车后市场改装业务与汽车前装配套业务并行。后市场改装业务是公司持续稳定发展的根基，公司在后市场多年的业务、产品积淀，能够为汽车前装配套业务的发展提供试验田与资金保障。前装业务严苛的品质认证要求，也能反哺公司的后市场改装业务品质能力，持续提升公司在后市场改装领域的产品、质量竞争力。公司力争成为整车前装配套优质零部件供应商；并在汽车后市场持续打造“一体化”改装品牌。

2、推进自主品牌建设，探索国内外销售新渠道

报告期内，公司继续推进国内外自主品牌建设，进一步拓展海内外自主品牌市场份额。国内自主品牌建设方面，公司在成都、昆明等地开设“锐搏”改装品牌门店，并同步开拓自主品牌分销网点。以 C 端门店作为培育消费品牌的窗口，提供新品展示和改装体验渠道，及时捕捉国内消费者对越野改装产品的消费需求和越野改装文化的发展动态。在自主品牌运营方面，公司组建国内自主品牌 C 端输出和引流转化的线上运营团队，逐步打磨“线上+线下”的新零售模式。

海外自主品牌方面，公司海外自主品牌“Steelcraft”逐步从北美向南美、中东等地辐射。同时，公司紧随海外市场电商渠道的发展趋势，积极布局自主跨境电商。报告期末，公司自主跨境电商已基本搭建完成，2023 年将开始试运营。

3、深化组织变革，提升管理效能

报告期内，公司启动“任职资格认证”、“绩效考核体系改革”等项目，同时深入推进各事业部、主要经营单位的组织结构调整，打造扁平化组织；优化集团人力资源、财务、投资等职能体系建设，强化风险识别与把控能力，提升各经营单位的管理效率。

4、搭建培训体系，构筑人才梯队

报告期内，公司设立“东箭商学苑”，开设干部培养训练营，搭建高层、中层、基层培训体系，挖掘内训师并借助外部优质培训导师力量，助力骨干员工提升职业能力。将员工个人发展与企业发展紧密联系，促进生产力释放，为公司长远发展储备充足的人才梯队。

（三）主要业务板块经营情况

1、汽车改装业务

公司汽车改装业务，主要指汽车后市场改装业务，包括海外改装业务、国内改装业务。

(1) 海外市场业务：国际汽车改装业务以 ODM、OBM 为主要模式，分别面向北美洲、大洋洲、欧洲等主要国家和地区的知名品牌商和北美洲、中南美、中东、东南亚等国家和地区的汽车用品批发商、零售商。国际市场业务的产品主要为个性化外饰件，涵盖前后杠、前后泵把、行李架、踏板、侧杠、轮眉等多品种、多品类，个性化定制尤为突出。

2022 年，国际改装业务受美国、欧洲等主要市场加息、高通胀等因素影响，北美、欧洲等主要市场，终端消费疲软，“去库存”成为国际业务板块 2022 年度的主旋律，业务收入受到一定影响。在充斥着众多外部不利因素的年份，国际业务板块着重修炼内功，提升内部能力，同时积极捕抓市场新机遇。

在市场开拓方面，报告期内，国际事业部以“新品拓展”和“渠道并购”为目标，一方面加速推进内部新品推进计划，一方面积极开展海外制造基地和并购标的的评估工作，力求通过品类拓展或渠道并购获得新的业务增长机会。同时，自主开拓新渠道，2022 年基本完成自主跨境电商项目布局，2023 年将开始试营业，获取新渠道机会。

在产品研发方面，通过信息化提升研发效率和开发质量，通过物料国产化降低研发成本。报告期内，国际事业部着重推进海外市场电动品类的自主研发，同时布局海外市场电动品类专利。

在新品开发方面，绞盘、便携储能、电动踏板、工具箱等新品类开发均取得阶段性成果，同时建立起较为完善的市场信息收集机制，迅速推进新品类的市场调研。

在生产管理方面，报告期内，国际改装业务持续推进降本项目，从原材料、设备维护、制造工艺改善等多方面着手，深挖降本潜力，提升制造效率。

(2) 国内改装业务：主要面向国内 4S 店集团、经销商等客户，提供售后改装产品，主要品类涵盖个性化外饰加装件、智能加装件、功能改装件等，产品适配国内众多主流品牌车型。

报告期内，国内改装业务受燃油车市场份额下降、传统 4S 渠道转型等因素叠加影响，销售收入影响较大。为应对多重客观不利因素，国内事业部对内调结构、控成本，对外拓渠道、抓机会。

在后装分销业务方面，国内事业部围绕“渗透重点品牌、重点车型”的策略，聚焦豪华车车型深度开发配套品类，针对重点车型制定提产计划。在内部管理方面，整合、设立 4S 运营中心和分销运营中心，针对不同渠道客户，匹配个性化的产品开发和渠道体系支持。

在越野改装业务方面，公司积极抓住“官方定制款”的新业务机会，快速促成若干“官方定制款”OES 项目并实现顺利交付，获取新的业务增长机会。

2、汽车前装配套业务**公司汽车前装配套业务，根据产品特点，主要分为智能座舱业务和个性化外饰业务。**

(1) 智能座舱业务：目前主要面向国内主机厂客户，提供智能座舱控制系统的前装配套。主要产品有电动尾门系统组件、电动踏板系统组件、电动侧开门系统组件、电动剪刀门系统组件等品类。

2022 年，东箭智能以“拿项目、保交付”为年度经营目标，在项目定点、生产制造、品质保障、研发实验能力等方面均取得较大突破。

在项目定点方面，截至报告期末，公司电动侧开门（电动限位器）、电动尾门、电动踏板、电动剪刀门等智能座舱核心品类已进入广汽埃安、极氪、长安汽车、比亚迪、合众新能源、集度汽车、上汽集团、广汽乘用车、上汽智己、上汽飞凡等多家新能源汽车主机厂和传统主机厂定点。报告期内，智能座舱业务品类获得的定点项目数量较 2021 年增长约 1.5 倍。

在产品品质交付方面，报告期末，公司智能座舱品类少量前装定点项目（电侧开、电尾、电动剪刀门等品类）投入量产并如期交付，产品品质获得主机厂客户高度认可。报告期内，公司获得广汽、广新、合众等客户颁发的 A 级/优秀供应商评价。

在自主实验能力方面，目前，东箭智能实验中心已陆续通过比亚迪、极氪、合众、通用汽车、上汽、路特斯、集度、高合等多家主机厂实验室认证，自主实验能力覆盖超过 80%以上产品测试项目。

在核心技术保护方面，公司逐步构建起智能座舱核心品类的国内外专利壁垒，电动侧开门品类已拥有国际专利和国内专利数十项，其中含多项发明专利，在全球范围内提前进行专利布局，为该品类建立了坚实的知识产权壁垒。报告期内，智能座舱品类新增专利 26 项。

在生产制造方面，报告期内，公司根据定点项目的量产计划，加大投入电动尾门、电动侧开门、电动剪

刀门等智能座舱核心品类的产线投入，其中电动侧开门品类的自动化产线达到行业领先水平。

报告期内，智能座舱业务生产基地启动数字化工厂建设，横向集成 PLM、ERP、WMS、MES 等业务系统，全面提升生产智能化、数字化水平，打造数字化工厂，引领核心品类的智能化、数字化生产。

(2) 个性化外饰业务（维杰汽车）：主要面向国内主流合资和自有品牌主机厂提供整车外饰配套服务，核心产品涵盖行李架、脚踏板、前/后护板、排气尾套、迎宾踏板(发光或不发光)、尾翼等品类。

在制造管理方面，报告期内，维杰汽车围绕供应链改善、工艺改善、品质改善等方面持续提升精益制造能力，以成本领先优势，扎实巩固主营业务的核心竞争能力。

在市场开拓方面，维杰汽车以“站稳自主品牌第一阵营”为目标，持续提升市场占有率；同时，随着国内新能源汽车的迅猛发展，维杰汽车主动调整客户结构，新能源相关客户数量稳步提升。

在新业务培育方面，报告期内，维杰汽车积极布局新能源产品线，抓住电池包零部件材料技术迭代机会，发展 RPU 材料电池缓冲垫产品，并已成功取得 6 个定点项目，有望开拓出新的业绩增长机会。