

公司代码：603286

公司简称：日盈电子



江苏日盈电子股份有限公司
2022 年年度报告摘要

第一节 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 www.sse.com.cn 网站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性、准确性、完整性，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 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经董事会决议，公司拟定 2022 年度利润分配预案如下：不派发现金红利、不送红股、不以公积金转增股本，未分配利润结转入下年度，该预案符合《公司章程》相关规定。

第二节 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	日盈电子	603286	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	梅勇申	周质文
办公地址	江苏省常州市武进区横山桥镇芳茂村	江苏省常州市武进区横山桥镇芳茂村
电话	0519-68853200	0519-68853200
电子信箱	zqtbz@riyingcorp.com	zqtbz@riyingcorp.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）报告期内公司所处行业情况

2022年，中国汽车行业克服了诸多不利因素冲击，走出年中波动震荡，持续保持了增长态势，

全年汽车产销稳中有增，主要经济指标持续向好，展现出强大的发展韧性，为稳定工业经济增长起到重要作用。根据中国汽车工业协会数据显示，2022年汽车制造业实现营业收入92899.9亿元，同比增长6.8%，利润总额为5319.6亿元，同比增长0.6%；2022年汽车产销分别完成2702.1万辆和2686.4万辆，同比分别增长3.4%和2.1%。新能源汽车持续爆发式增长，根据中国汽车工业协会数据显示，2022年产销分别完成705.8万辆和688.7万辆，同比分别增长96.9%和93.4%，市场占有率达到25.6%，高于上年12.1个百分点。与此同时，中国品牌表现亮眼，紧抓新能源、智能网联转型机遇全面向上，产品竞争力不断提升。

1.汽车行业逆境复苏，发展韧性十足

2022年尽管受宏观经济形势影响、芯片结构性短缺、动力电池原材料价格高位运行、局部地缘政治冲突等诸多不利因素冲击，但在购置税减半等一系列稳增长、促消费政策的有效拉动下，在全行业共同努力下，中国汽车市场在逆境下整体复苏向好，实现正增长，展现出强大的发展韧性。根据中国汽车工业协会数据显示，2022年汽车产销分别完成2702.1万辆和2686.4万辆，同比分别增长3.4%和2.1%。

2023年，我国将继续坚持稳字当头、稳中求进的总基调，全面贯彻新发展理念，努力构建新发展格局，着力推动高质量发展，大力提振市场信心，扩大内需，稳住新能源汽车等大宗消费。预计2023年汽车市场将继续呈现稳中向好发展态势，产销总量仍有望实现正增长。

2.新能源汽车持续爆发，行业竞争加剧

我国新能源汽车近两年来高速发展，连续8年位居全球第一。在政策和市场的双重作用下，2022年新能源汽车持续爆发式增长，根据中国汽车工业协会数据显示，产销分别完成705.8万辆和688.7万辆，同比分别增长96.9%和93.4%，市场占有率达到25.6%，高于上年12.1个百分点。其中，纯电动汽车销量536.5万辆，同比增长81.6%；插电式混动汽车销量151.8万辆，同比增长1.5倍。

同时，根据中国汽车工业协会预测，2023年我国新能源汽车总销量将达到900万辆，同比增长35%，而2023年的新能源汽车渗透率也将达到35%左右。但随着新能源车补贴离场、叠加特斯拉降价带来的“鲶鱼效应”，国内车企陷入了“价格混战”之中，在“保价格”与“抢市场”的两难境地中，行业市场格局或将迎来加速“洗牌”期。

3.汽车零部件空间广阔，智能电动已成趋势

汽车零部件作为汽车整车企业的上游，与汽车整车行业的表现密切相关。近几年，随着汽车保有量不断提升，带动零部件市场销售收入的持续增长，根据国家统计局数据显示，我国汽车零

部件行业年销售收入规模由 2015 年 3.2 万亿元增长至 2021 年 4.9 万亿元，复合增长率达 7.35%。汽车行业广阔的市场空间为我国汽车零部件企业的发展提供了有利的保障，而新能源汽车的发展同样为我国汽车零部件行业带来了增长机会。

在汽车智能化、电动化发展趋势下，各大车企逐渐从生产传统汽车向生产智能汽车和电动汽车转变，这一转变将促使大量车身零部件发生变化。汽车零部件厂商配套将从机械部件转向智能部件和电动车部件，产品价值量提升。另一方面，我国汽车零部件厂商经过多年研发实力积累，在智能化电动化大背景下，配套产品逐渐从单个部件向系统总成转变，产品价值提升。

4.重点产业链自主可控，国产替代加速进行

2023 年初，工信部在全国工业和信息化工作会议上提出，提升重点产业链自主可控能力是 2023 年工信部部署的重点任务之一。要围绕制造业重点产业链，找准关键核心技术和零部件“卡脖子”薄弱环节，“一链一策”推进强链补链稳链，强化产业链上下游、大中小企业协同攻关，促进全产业链发展。汽车产业作为我国支柱产业之一，产业链链条长、关联度高、影响面广，在国民经济和社会发展中拥有举足轻重的作用，而汽车零部件的国产替代近年来也在加速进行。

随着新能源汽车渗透率不断提升，国内汽车零部件企业要抓住机遇，加速布局新能源汽车产品业务，把握新的配套机会，构筑自主可控的供应链优势。一方面，新势力和自主车企对零部件的高要求催促着国内供应链体系需要建立和完善；另一方面，国产零部件具有成本优势，国内众多零部件生产企业已经具备高水平的响应速度和前瞻布局能力，有望在电动化、智能化过程中打造出过硬的国际竞争力。

（二）报告期内公司从事的业务情况

1. 主要业务情况

（1）主要业务概况

公司为国内领先的汽车零部件优质供应商，具有自主研发能力及生产制造能力的高新技术企业，近年来通过不断研发创新、产品升级，逐步形成以“感知—传输—控制”为核心的系列产品，其中感知类产品有各类传感器、360 全景环视系统，传输类产品有车用线束，控制类产品有天窗控制器，以及洗涤系统、精密注塑等产品。目前，公司已成为奔驰、奥迪、大众、比亚迪、蔚来、丰田、通用、一汽、上汽、广汽、北汽、长安、吉利、华人运通、集度等国内外知名汽车品牌的一级供应商，同时公司还在不断开拓新的客户，力争做到国内外汽车头部客户全覆盖。

（2）主要产品及用途

感知类产品

①各类传感器

A: 温度传感器

温度传感器依托于子公司核心传感元件热敏电阻的自主研发及生产能力，为传统汽车与新能源汽车提供专业和可靠的测温解决方案，产品线布局汽车多种应用场景，目前客户群体涵盖国内主要主机厂，同时也在不断的拓展快速发展中的新能源汽车市场。

B: PM2.5 传感器

PM2.5 传感器使用光的米氏散射原理，能精确测量空气中单位体积内悬浮颗粒物的粒子数，能检测汽车车内空气中悬浮的 PM2.5 颗粒物浓度。经过整个技术团队两年多的努力，产品顺利拿到德国大众的 BMG 认可，并实现批量供货，同时公司积极开拓其他主机厂，参与全球项目开发。

C: 阳光/光线传感器

阳光/光线传感器能检测入射到驾驶舱的阳光强度以及车外环境光的强度，并将信号发送给空调控制器进行温度补偿，同时对车灯进行制动控制。由公司主导起草两项行业标准——《汽车空调用阳光传感器》行业标准和《汽车用环境光传感器》行业标准，前者已经由国家工信部发布并实行，后者也已经进入全国汽车标准化委员会最终的发布流程。目前公司作为大众的主要供应商，该产品基本涵盖了大众各个车型。

② 360 全景环视系统

公司 360 全景环视系统主机及摄像头均使用高端智能芯片，并通过软件调教、算法优化等输出高质量图像，实现 2D/3D 鸟瞰全景，倒车辅助等功能，全面覆盖用户的应用场景，为用户的行车安全保驾护航。360 全景环视系统作为车载智能化系统的核心部件之一，是行车安全、自动驾驶、车机智能交互等模块的视觉处理中枢，也是未来车载智能领域必不可少的组成部分。目前，公司 360 全景环视系统及摄像头已获得德国大众 BMG 认证并实现量产。

传输类产品

③车用线束

公司在汽车传统的低压线束领域有二十多年的生产和开发经验，主要提供后视镜线束、门窗以及车灯小线束给国内各个主机厂。随着汽车“新四化”的发展，特别是汽车智能化和网联化的要求，传统的低压线束已经满足不了汽车智能化和网联化对数据传输的要求。汽车摄像头、雷达、传感器以及显示屏的大量运用，需要给车载 BCM 提供大量的实时数据以确保汽车能及时感知行驶周围状态，这些数据和射频信号都需要可靠的高速数据线束将其传输到 BCM。而且随着汽车自动驾驶系统等级越高，独立传感器的数量也越大，由此产生的数据总量也更大，对数据传输的速度

和可靠性要求也更高，在使用上也由原来每车 2-3 根已经增长到如今每车最多 30-40 根，市场需求量巨大。公司敏锐地捕捉到该市场的巨大潜力，适时的进行产品升级换代，投资开发自动化加工产线，满足汽车行业对产品质量的稳定性、可靠性和一致性的严格要求，为国内外主机厂提供高质量的车载高速数据线。

控制类产品

④天窗控制器

天窗控制器是整个天窗系统的控制中心，负责整个系统控制命令的判定和控制策略的执行，目前作为公司控制器类的主打产品，与国内主要主机厂都有合作。同时，针对汽车行业“缺芯”严重的状况，公司积极应对，在确保供应链的同时，开发不同的方案，确保主机厂以及一级供应商的供应。

洗涤系统

⑤洗涤系统

公司作为江苏省企业技术中心设立的车用洗涤系统工程技术研究中心，在汽车洗涤系统领域深耕近二十年，产品应用场景覆盖传统的风窗洗涤系统、大灯洗涤系统，以及面向智能驾驶的摄像头洗涤系统和激光雷达洗涤系统。在传统洗涤系统方面，公司多年来在流体动力学领域与同济大学开展校企合作，对射流技术及离心式水泵技术开展研究，目前产品覆盖奥迪、大众、通用、丰田、吉利、红旗等国内外知名品牌。同时，公司积极把握市场发展动态，紧跟汽车“新四化”的发展，根据市场情况推陈出新，布局研发摄像头洗涤系统与激光雷达洗涤系统，已获得多项专利授权。目前摄像头洗涤系统已成功应用到大众、通用等主流主机厂车型上，在激光雷达洗涤方面，公司与造车新势力以及激光雷达供应商等合作伙伴紧密合作，同步开发激光雷达配套洗涤系统。激光雷达洗涤系统包括电磁阀、控制器等电器件，公司兼具传统洗涤产品和电子件产品开发优势，在面向智能驾驶配套洗涤系统领域为用户提供更完善的解决方案。

精密注塑

⑥精密注塑

公司在精密注塑方面拥有自主产品设计、模具设计和制造、注塑及组装的完备供应体系，拥有瑞士夏米尔、米克朗等各类进口精密加工设备和德国德马格等超过一百台注塑机，产品设计、模具设计及制造人员超过七十名，具备对产品的设计仿真分析能力、模流分析能力。公司实验室通过国家 CNAS 资质认可，实现了从产品概念设计到产品验证阶段与客户的高效协同，完成项目开发及认可。目前公司与奔驰、奥迪、大众、通用等客户建立了长期合作配套关系，同时，在汽

车、摩托车业务基础上公司进一步拓展布局短交通领域，已与九号公司建立了良好的合作关系。通过发挥公司在精密注塑方面的优势，进一步拓展公司的业务模式，为短交通领域客户提供短平快的开发模式。

(3) 主要在研产品

①空气质量管理系统

空气质量管理系统包含了 PM2.5 传感器、二氧化碳传感器和主动香氛发生器等多个传感器于一体，从而实现小规模多传感器执行器的集成，既能节约空间，也能优化成本。其主要功能有：PM2.5 传感器主要是通过激光散射原理进行颗粒物的测量，实现车内空气质量的监控，并通过空调控制系统实现 PM2.5 的过滤，用以提升驾舱空气质量；二氧化碳传感器，主要依托于 MEMS 红外振动声波采集技术对车舱内二氧化碳浓度进行检测，由于高浓度二氧化碳容易导致司乘人员的疲惫，当二氧化碳浓度超过预警值时，空调开启新风，避免驾驶员疲劳；主动香氛发生器，通过风道的切换可以实现多种不同香味的切换，为驾乘人员提神醒脑，满足个性需求。

②尾门控制器

尾门控制器主要应用 MCU 配合整车信号实现对尾门开启与关闭，同时兼具防夹伤功能，公司正在和欧洲客户做预研。

③门控制器

门控制器主要应用 MCU 配合整车信号实现对车窗升降、车窗防夹、迎宾灯、转向灯、外后视镜位置及折叠等功能，公司正在和欧洲客户做预研。

2.公司主要经营模式

(1) 研发模式

公司始终坚持以市场需求为前提，以“进口替代”为导向，与汽车整车企业同步开发的研发模式。在整车企业开始新车型、新项目研发时，公司即同步开始相关零部件的开发工作，同时，公司还根据新技术、新材料和新工艺的发展趋势开展预研式研发活动。公司该种研发模式降低了研发风险，提高了研发效率，缩短了研发、生产和销售周期，同时也保证了公司未来的技术领先性。

公司通过建立鼓励科研创新的奖励机制及完善的技术创新管理体系，提高研发人员的积极性和创造性，不断提升内部人员的技术能力。公司引进行业专业技术人才，为公司保持技术优势奠定了坚实的基础。公司不断努力攻克核心技术和关键难题，使企业创新能力得到大幅提高，提升了公司的经济效益和核心竞争力。

(2) 采购模式

公司采购的主要原材料包括铜丝、铜带、橡胶水管和塑料粒子。公司建立了完善的供应商管理制度并严格执行。根据公司采购管理流程，在初次选定供应商时，由采购部对供应商的技术开发能力、生产能力、价格及其他资质进行评鉴，评定通过的供应商方可进入合格供应商目录。

公司按照下游客户每月的采购预测来安排采购工作。由于公司所采购的原材料大多为大宗商品，因此目前每种原材料主要与 1-2 家供应商合作采购。

(3) 生产模式

公司生产部门根据营销部的销售订单，结合原材料库存情况及车间生产能力情况，科学制定生产计划和进行库存管理。公司生产现场实行精益生产模式（TPS），以流水线方式组织生产，生产过程中严格贯彻 IATF 16949 质量体系。

①生产准备阶段

该阶段包括与客户沟通进行最后的设计方案的确认，准备模具开发、产品试制、制造过程评估等，整个过程包括：制造可行性阶段、样品阶段和试产阶段，通过以上环节的试生产准备，最终达到批量生产阶段。

②批量生产阶段

在达到批量生产后，生产部门根据营销部门的月度生产计划和库存商品确定周生产计划，车间调度部门根据车间生产负荷及分解的周生产计划、库存原材料等确定日生产计划来安排生产。

(4) 销售模式

公司的客户主要是汽车和摩托车整车厂，以内销为主，销售模式为直销。

①业务流程

汽车行业中，尤其在合资品牌中，整车厂选择零部件配套供应商的条件和程序非常严格，门槛很高。公司进入整车厂供应商体系并实现量产供货需要经历长时间、多环节的考核，具体如下：

第一阶段：达成初步意向。公司营销部门与整车厂洽谈合作可能性，整车厂对公司的产品质量、工艺和配套生产能力初步满意，双方初步达成合作意向。但通常，整车厂与正在供货中的供应商的关系均相对稳定，只有当新的潜在供应商具备明显的质量、工艺或价格优势或原供应商出现严重的质量问题时，整车厂才会考虑更换供应商。因此，即使公司配套能力被整车厂认可，但整车厂是否以及何时启动供应商更换计划，公司方面难以控制。这一阶段往往公司需要通过对整车厂实施长达数年的接洽，保持对整车厂新车型上市计划和现有供货关系的紧密跟踪以获得机会。

第二阶段：整车厂对供应商的实质性考察阶段。整车厂启动新供应商导入计划后，即开始对潜在达成意向的供应商进入实质性考核阶段，该考核主要侧重于依据 IATF 16949 对供应商整体配套能力的考核，包括其产品设计能力、工艺能力、质量控制能力、生产能力等全面能力的考核。经过整车厂一段时间严格地考核程序后，整车厂根据考核结果决定其是否能够进入整车厂的供应商体系，一旦进入供应商体系，即获得向整车厂进行配套的资格。这一阶段进度的快慢同样取决

于整车厂方面的推行力度，但通常来讲，由于要对供应商作多轮现场考核，同时需要协调整车厂内部采购、研发、产品、质量控制等部门相关人员的时间，因此考核周期最快需要半年，慢者甚至一年以上。

第三阶段：项目配套阶段。进入整车厂供应商体系后，整车厂将根据具体的项目情况向配套供应商发包，进入正式的项目配套阶段。这一阶段中，公司首先根据整车厂的要求提出产品初步设计方案与整车厂进行交流，并在此基础上做出大体的尺寸结构样件（通常称为“A样”，非必须环节）。获得认可并通过报价环节后，公司与整车厂签订正式的技术合同。随后公司将根据客户的要求提供产品的完整设计方案并制作出带主要功能的样件（“B样”，认可技术方案）。在此过程中公司与整车厂相关部门不断进行交流沟通并进行改进。在确认设计可以冻结后，公司按照正式方案进行开模、组装与试验后，生产出样品（“C样”，工装样件，认可产品状态）提交整车厂进行OTS审核。对于合资品牌整车厂而言，这一环节审核非常严格，通常需要经过其品牌海外总部的审核，拿到其出具的OTS认可报告才能通过。如一汽大众和上汽大众均需将OTS样件送交德国的大众集团总部进行审核，合格后出具大众的BMG认可报告（即大众的OTS认可报告）。OTS审核通过后，进入PPAP认可环节（“D样”），即在量产条件下对产品质量、过程能力、物流、响应能力等方面的认可。上述认可全面完成并合格后，产品正式进入量产阶段，即具备了满足整车厂要求的全部配套能力。整个项目从接到客户需求到正式供货的周期通常为8-24个月。

公司的出口业务和摩托车线束类零部件业务流程与整车厂配套流程类似，也要经过前期接触达成初步意向，客户考核的过程，所不同的是外贸业务客户一般都已有所要生产的零部件详细的设计技术资料，其主要的目的是寻找成本更有优势的供应商，所以具体的项目流程一般都由报价开始，即公司在接到客户的商业、技术要求后进行相应的成本核算并报价，客户如果接受报价则签署正式定货合同。

经过客户认证程序进入配套体系后，公司通常能够与客户建立长期稳定的合作关系。公司与客户进行年度合同谈判，签订框架协议，根据客户发出的采购订单和交货计划以销定产。

②定价策略

公司产品定价策略相对较为灵活，但主要根据成本加成定价作为核价基础，并结合不同产品类型确定不同盈利水平。对于已具有市场优势的产品，毛利目标相对较高；对于新开发或重点培育产品，则利用价格优势占领目标市场，同时公司将通过内部成本控制和消化维持必要的毛利水平。

汽车零部件行业一般采用长期固定协议价，但由于新车型推向市场后销售价格呈现逐年下降的情形，因此同一配套零部件价格的跟随下降已成为行业内普遍现象。根据整车厂商的要求，公司汽车零配件产品每年会降价3%-5%左右，但一般情况下随着供货时间以及生产经验的积累，产品合格率及生产效率均会大幅提高，上述降价幅度可通过企业内部挖掘和向上游成本转移等方式而得到一定消化。

③产品交付与货款结算

A.直接供货和间接供货

在直接供货方式下，公司根据合同或订单约定向客户直接发货并交付产品，并收取其支付的货款。

在间接供货方式下，公司一般先与整车厂商签订销售合同，再通过总成（或一级）供应商完成产品交付与货款结算。从产品交付流程上看，公司根据产品订单首先向整车厂商指定的总成（或一级）供应商交付产品，其后一级供应商完成模块或系统集成后将总成产品交付整车厂商；从货款结算流程上看，货款支付流程与产品交付流程正好反向流转，即整车厂商收到产品后按合同约定将款项支付予总成（或一级）供应商，再由一级供应商与公司结算货款。

B.内销和外销

I.内销

下线结算模式：公司根据客户的需求将货物发往中转库或客户指定仓库，客户将公司产品领用并装至整车后，一般于次月将上月实际装至整车的产品明细以开票通知单的形式通知公司，公司据此和客户进行货款结算。

货到验收模式：公司根据客户的需求将货物发运给客户，客户收到后检验入库，并与公司发货单核对一致予以签收，公司按照双方约定的信用期限进行货款结算。

款到发货模式：公司针对少量零星的客户在付款后再发货。

II.外销

公司根据客户的需求发货并交付给客户指定的货代公司，按照双方约定的信用期限进行货款结算。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	1,171,889,404.59	943,316,279.23	24.23	784,372,772.81
归属于上市公司 股东的净资产	458,766,791.61	476,291,121.67	-3.68	468,406,172.41
营业收入	711,435,385.84	581,653,558.59	22.31	494,406,349.05
扣除与主营业务 无关的业务收入 和不具备商业实 质的收入后的营 业收入	698,125,748.51	573,288,692.34	21.78	486,282,007.11
归属于上市公司 股东的净利润	-17,307,887.28	10,824,497.69	-259.90	14,757,103.97
归属于上市公司 股东的扣除非经 常性损益的净利 润	-22,227,801.07	9,384,145.75	-336.87	12,056,384.14

经营活动产生的现金流量净额	-58,128,112.00	-9,032,623.86	不适用	77,842,527.37
加权平均净资产收益率(%)	-3.70	2.29	减少5.99个百分点	3.2
基本每股收益(元/股)	-0.20	0.12	-266.67	0.17
稀释每股收益(元/股)	-0.20	0.12	-266.67	0.17

3.2 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	147,875,580.05	181,142,789.88	199,943,329.57	182,473,686.34
归属于上市公司股东的净利润	3,322,039.11	288,971.61	-7,174,195.64	-13,744,702.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	2,296,963.40	-125,043.74	-8,520,117.29	-15,879,603.44
经营活动产生的现金流量净额	-10,631,788.06	8,357,694.28	-34,651,492.31	-21,202,525.91

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

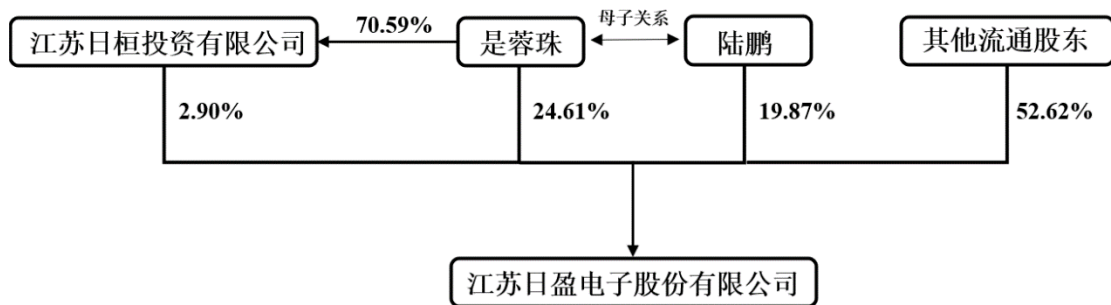
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)	13,981					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	11,598					
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	不适用					
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)	不适用					
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	质押、标记或冻结情 况	股东 性质

				有限售条件的股份数量	股份状态	数量	
是蓉珠	900,000	21,675,000	24.61	0	质押	11,000,000	境内自然人
陆鹏	0	17,500,000	19.87	0	无		境内自然人
韩亚伟	0	4,403,680	4.9998	0	无		境内自然人
江苏日桓投资有限公司	0	2,550,000	2.90	0	无		境内非国有法人
嘉兴鼎峰成长股权投资合伙企业（有限合伙）	-1,338,800	1,550,000	1.76	0	无		其他
王光坤	967,800	967,800	1.10	0	无		境内自然人
邬凌云	415,000	415,200	0.47	0	无		境内自然人
林新	358,400	358,600	0.41	0	无		境内自然人
冯兴莉	64,900	319,900	0.36	0	无		境内自然人
庞宇波	307,000	307,000	0.35	0	无		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	是蓉珠和陆鹏为母子关系；是蓉珠女士持有江苏日桓投资有限公司 70.5882%的股权。						
表决权恢复的优先股股东及持股数	不适用						

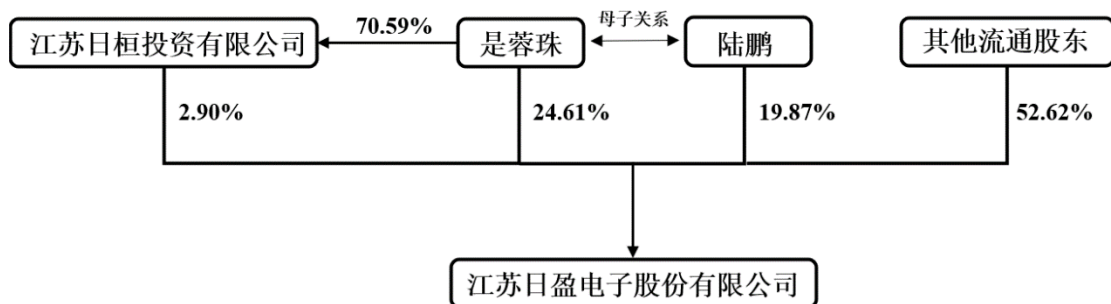
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 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



4.4 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

5 公司债券情况

□适用 √不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司加大营销力度，积极开拓新市场、新客户，实现营业收入 71,143.54 万元，较上期增长 22.31%；受宏观经济影响、主机厂出现不同程度的停线以及物流供应链的不稳定，使公司部分业务的生产运营受到一定影响；上游原材料价格及芯片结构性短缺、用工成本上涨等因素影响，公司经营成本较上年同期上涨，毛利率较上期减少 7.52 个百分点；截至报告期末，公司

总资产 117,188.94 万元，较期初增长 24.23%。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用