

公司代码：600626

公司简称：申达股份

上海申达股份有限公司
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 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
独立董事	史占中	另有工作安排	马颖

- 4 毕马威华振会计师事务所（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

经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计，截至2022年12月31日，本公司（母公司）2022年税后净利润为-431,008,926.69元，不提取法定盈余公积金，当年净利润尚余-431,008,926.69元，加上年结余未分配利润351,391,179.73元，2022年度实际可供股东分配的净利润为-79,617,746.96元。根据《公司法》和《公司章程》的相关规定，经公司第十一届董事会第十次审议通过，同意公司2022年度不进行利润分配、不进行资本公积金转增股本。本预案尚需提交公司股东大会审议。

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	申达股份	600626	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	骆琼琳	刘芝君
办公地址	上海市江宁路1500号申达国际大厦	上海市江宁路1500号申达国际大厦
电话	021-62328282	021-62328282
电子信箱	600626@sh-shenda.com	600626@sh-shenda.com

2 报告期公司主要业务简介

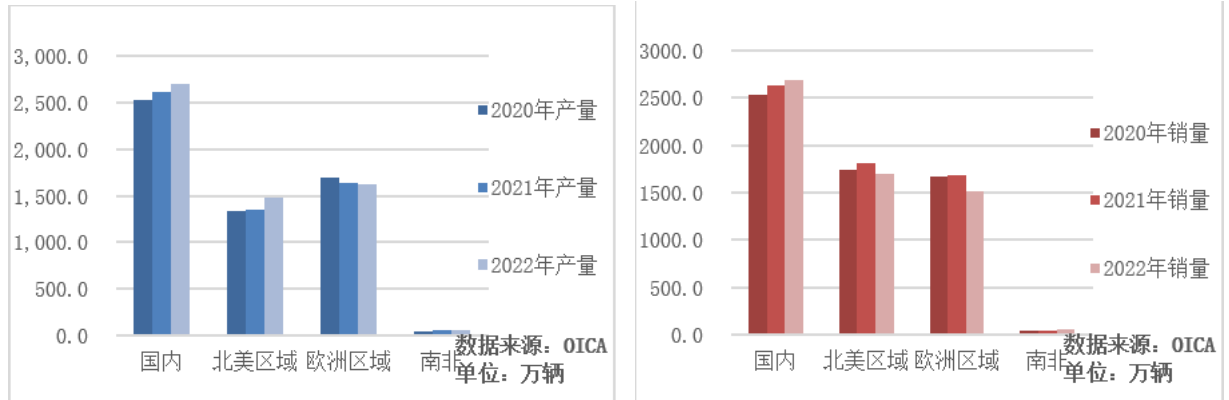
（1）公司所处行业情况

汽车内饰及声学元件

公司生产的汽车内饰及声学元件产品主要面向整车配套市场，并与国内外整车厂商形成直接

的配套供应关系。因此该板块的盈利情况与汽车行业总体发展情况息息相关。整车市场产销量规模、中高端汽车份额、汽车节能减排和轻量化趋势均会影响汽车内饰行业的发展格局。

2022年，受外部冲击、芯片结构性短缺、原材料价格高位运行以及地缘政治冲突等不利因素的影响，上半年全球汽车市场的走势依旧艰难，下半年在去年同期芯片紧缺导致的低基数之上实现连续的增长。据世界汽车组织 OICA 数据统计，2022 年汽车产量实现上涨，销量轻微下跌。2022 年全球新车总产量约为 8501.67 万辆，较 2021 年增长 6%；总销量约 8162.85 万辆，同比减少 1.4%。



2022 年中国汽车市场在逆境下整体复苏向好，实现正增长。根据中汽协数据统计，2022 年，中国汽车产销分别完成 2702.1 万辆和 2686.4 万辆同比分别增长 3.4%和 2.1%。其中，乘用车产销涨幅明显，分别为 2383.6 万辆和 2356.3 万辆，同比分别增长 11.2%和 9.5%。继 2021 年之后再一次实现正增长。

海外地区：本公司海外汽车内饰工厂主要遍布于美国、墨西哥、南非、德国、英国、比利时、捷克、西班牙等地，因此，当地政策及有关局势与公司盈利情况息息相关。俄乌冲突影响造成一系列供应链问题，乌克兰多家汽车零部件工厂停工，造成关键汽车零部件的短缺，在全球主要汽车生产基地中，欧洲受到的影响最大。公司境外汽车内饰业务约有近一半工厂位于欧洲，供应链的不断被扰乱导致欧洲汽车产量持续下降，对公司利润也造成了一定影响。2022 年下半年，芯片短缺因素逐渐缓解，北美及其他地区的汽车产量都较 2021 年实现了增长。2022 年北美地区分别完成产量 1479.8 万辆、销量 1692.8 万辆，同比分别上升 10%和下降 6.8%；其中美国完成产量 1006.0 万辆、销量 1423.0 万辆，同比分别上升 10%和下降 7.6%。欧洲地区分别完成产量 1621.7 万辆、销量 1508.3 万辆，同比分别下降 1%、10.7%；其中德国完成产量 367.8 万辆、销量 296.4 万辆，同比分别上升 11%和下降 0.3%。

在细分市场，2022 年全球新能源汽车销量增长显著，根据 TrendForce 集邦咨询数据统计，2022 年全球新能源汽车销量达 1065 万辆，同比增长 63.6%，全球新能源车渗透率提升至 14%，增长趋势明显。我国新能源汽车近两年来高速发展，连续多年处于全球领跑位置。公司也在国内市场积极拓展与主流品牌新能源汽车及各造车新势力的合作。在政策和市场的双重作用下，2022 年国内新能源汽车持续爆发式增长，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，即使是受外部冲击影响较大的 4 月份同比增速仍超四成随后也快速恢复至高位。

纺织新材料业务

新材料是指新出现的具有优异性能和特殊功能的材料，或是传统材料改进后性能明显提高和产生新功能的材料，公司所生产的纺织新材料属产业用纺织品。

在复杂多变的国内外市场环境下，2022 年产业用纺织品行业的生产和销售保持相对稳定，但盈利下行压力较大，外部冲击、地缘政治动荡、通货膨胀水平上升等因素对产业用纺织品行业的

平稳运行造成了冲击。生产方面，市场需求的复苏带动产业用纺织品行业的产能利用率持续提升，根据中国产业用纺织品行业协会统计，2022年样本企业的产能利用率超过70%的比重达到73.2%。非织造布企业的产能利用率较上半年有所好转。根据国家统计局数据，2022年规模以上企业的非织造布产量同比下降0.8%。经济效益方面，2022年产业用纺织品行业规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比下降0.21%和8.89%，利润率为4.74%，同比下降0.45个百分点。

分领域看，本公司涉及的领域属于非织造布、篷、帆布、过滤、土工用纺织品。从统计数据来看，本公司收入趋势符合行业整体水平。2022年非织造布规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比下降0.74%和24.87%，利润率为3.77%，同比下降1.21个百分点；篷、帆布规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比增长0.19%和16.62%，6.49%的利润率为行业最高水平；过滤、土工用纺织品所在的其他产业用纺织品规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比增长4.43%和10.17%，利润率为5.93%，同比增长0.31个百分点。本公司生产的纺织新材料产品70%以上用于出口，根据中国海关数据，2022年我国产业用纺织品行业的出口额为441.5亿美元，同比下降15.9%。分产品来看，产业用涂层织物是目前行业最大的出口产品，出口额达到49.9亿美元，同比增长16.7%，该产品也是本公司新材料业务板块的主要产品。

进出口贸易

根据海关总署发布的数据显示，2022年，我国货物贸易进出口总值42.07万亿元人民币，首次突破40万亿元人民币关口，比2021年增长7.7%。其中，出口23.97万亿元，增长10.5%；进口18.1万亿元，增长4.3%，连续6年保持世界第一货物贸易国地位。2022年我国外贸的主要特点一是进出口韧性强、规模大；二是贸易伙伴结构优、增势好；三是一般贸易增长快、比重升；四是外贸主体数量增、活力强；五是主要产品供需稳、优势足。本公司进出口贸易业务主要涉及纺织品服装，2022年，我国纺织品服装累计出口额为3233.5亿美元，同比增长2.5%，其中纺织品累计出口额为1479.5亿美元，同比增长2%；服装累计出口额为1754亿美元，同比增长3%。

(2) 公司所从事的业务情况

申达股份是一家以进出口贸易、产业用纺织品研发与制造为主的多元化经营上市公司，主要业务包括汽车内饰及声学元件、纺织新材料和进出口贸易。

● 汽车内饰及声学元件

➤ 主要业务及主营产品介绍

汽车内饰及声学元件业务是公司产业用纺织品的核心业务，主要产品包括：地板系统产品，包括地毯及配件垫；声学元件产品，主要指在汽车内部起到隔音作用的绝缘件产品，包括隔音前围、一般隔音材料、以及轮拱内衬；软饰小件产品，指的是安装在汽车驾驶舱、车厢、后备箱等各部位的内饰、软饰部件，包括后备箱饰件、包装托盘、及其他内饰零部件。主要客户为通用、福特、捷豹路虎、戴姆勒、斯特兰蒂斯、丰田、本田、大众、宝马、吉利、比亚迪、沃尔沃等。

➤ 经营模式

汽车行业具有明显的区域型、资本密集型、劳动密集型特征，为降低运输成本、缩短供货期、提高协作生产能力，汽车内饰生产工厂往往建立在整车生产厂周围区域，亦或在几家整车厂大区域交汇集合处、进行就近销售。根据行业特性，公司汽车内饰业务采用“以销定产”的生产模式，在国内外多个省市、国家和地区进行了布局。

研发模式：公司以客户需求为导向，采用研发和生产相结合的经营模式。在经营过程中，公司充分理解整车厂的设计需求，根据客户订单要求，设计、制造相应生产模具，并利用此类模具完成客户的汽车软饰件及声学元件产品订单，为整车厂提供符合整车需求的产品。公司在全球设多个技术研发中心可为客户全球性平台项目提供技术支持。近年来，公司也在持续完善科创体系基础建设和全球技术总部能力建设。申达科技做好与Auria开展研发协作、降低海外研发费用的

前期基础化、标准化筹备工作，充分发挥全球新能源汽车配套科创体系中的平台作用，以科技智慧创造经济效益。

采购模式：公司制定了采购管理相关制度，对采购过程中各个环节状态进行科学管理，以降低采购成本，控制采购质量，降低付款风险等，确保公司采购过程中的各项具体工作规范有序。在供应链建设上，公司充分利用规模优势和全球布局优势，拓展集成采购和对低成本地区低价、优质资源的采购。

销售和生产模式：公司汽车内饰业务下游客户主要是整车厂商，与国内外整车厂商形成直接的配套供应关系。行业本身由于技术、质量、规模和品牌等实力的限制已形成一定的准入门槛，且前期客户还须对供应商履行严格复杂的资格认证及产品质量先期策划和生产件批准程序，因此双方的合作关系一旦建立则较为稳固。

汽车内饰需要针对特定品牌、特定车型研发生产，具有一定的非标准化、定制化特点。公司汽车内饰业务采用“以销定产”的模式，销售过程实际上包括具体产品及其生产供应流程等整体方案的开发、设计，与后续生产环节联系较为紧密。销售、生产流程主要步骤为：整车厂向公司发送开发邀请、公司向整车厂提交方案和报价、整车厂商考察、评定方案、初步确立合作关系并提出具体要求、内部项目分工、产品与流程开发、生产准备、产品试制、批量供货、后续跟踪服务。

- **纺织新材料业务**

- **主要业务及主营产品介绍**

公司纺织新材料业务在国内市场起步较早，并重点培育发展柔性复合材料和土工材料等。该业务板块子公司申达科宝从压延涂层产品入手，着力于符合高强轻质、功能、环保要求的柔性复合性材料产品的开发研究，主要产品为：沼气膜结构、建筑膜结构、防水卷材、防油隔栅、充气材料、车用篷盖布、船用级 TPU 材料和多个种类自主研发的土工合成材料，可应用于建筑土工、交通工具、航空航天、环保、医疗、军工等行业。

- **经营模式**

研发模式：公司经营管理团队高度重视产品研发及相关核心技术的掌握。随着市场环境的变化及自身研发技术的持续进步，公司已经成功研发多种产品。同时，公司在纺织新材料业务上的多年耕耘也使公司与国内知名高校建立了长期合作关系，在研发上采用与高校共同研发和自主研发相结合的模式。

采购模式：公司与主要供应商建立长期稳定的合作关系，日常经营中根据实际生产需求确定数量与时间向其下单采购原材料。但必要时，也会根据原材料市场的供求及价格状况对原材料进行集中采购，以降低采购成本。

销售模式：公司生产的纺织新材料用于港口、交通工具制造、污水处理、环保等项目。纺织新材料的内销主要采用直销的模式，市场人员通过搜集产品主要应用行业市场信息，直接销往港口、交通工具制造等项目的采购方；纺织新材料的外销主要采用直销为主、经销为辅的模式，产品直接或者通过经销商销往国外，主要销往北美、欧洲等地，近年来，为寻求机遇、拓展市场，正逐步增加亚洲地区及其他美洲地区销售规模。

生产模式：主要采取“以销定产”的生产模式。公司结合客户需求、以往回款周期、订单规模等因素对下个月的订单进行综合评估，并以此为依据制定生产计划。公司在工艺、设备、标准化管理等方面不断完善，形成批量化、多品种同时生产的灵活生产体系，不断提升生产能力和生产效率，在确保产品质量的前提下持续提升订单响应的及时性。

- **进出口贸易业务**

- **主要业务及主营产品介绍**

进出口贸易业务是公司的传统主业，涉及领域为纺织品、家用纺织品及其他进出口业务，无零售业务和零售门店。公司致力于打造成为纺织贸易业务供应链集成商，并在全球范围内进行资源优化配置。销售端通过各业务部门不断寻求潜在客户延伸贸易触角，强化在高端市场的接单能力；生产端在东南亚设立服装加工基地和订单管理办事处，充分利用产业链优势和成本优势，强化在低成本地区的生产供应能力；研发端在上海等地设立服饰研发中心，从面料开发与采购、服装设计、制版制衣等订单前置流程中探索可持续发展、可创新发展的供应链整合方式。

➤ 经营模式

研发模式：进出口贸易业务板块设有研发中心，致力于男女装款式设计、面料与版型研发等；公司通过不断完善自己的技术技能，扩大了技术覆盖面，已从主攻开发女士成衣产品逐步扩大到男裤、男衬衫、男式夹克等款式版型的产品覆盖，并获得了客户的广泛认可。同时，研发中心服装样板推挡速度也得到提升，对服装量化生产提供了不少工艺优化的方法，既提升产量又能保证服装外表美观。

采购模式：公司根据订单需求，形成相应采购计划，依照供应商管理流程选择符合要求的合作方供货。另一方面，随着成本费用的逐年增加，公司结合多年纺织品贸易行业的经验，积极拓展采购渠道，以保证产品质量的同时控制采购成本。

销售模式：经过多年耕耘，公司在进出口贸易业务板块拥有了稳定、优质的客户群体，在行业中树立了良好的品牌形象，得到了客户的信赖。公司在此基础上加强市场拓展，充分依托优势资源，建立完善的营销网络，积极对重点客户进行挖潜，做大优势客户，加强终端市场开拓，确保全产全销。

生产模式：公司在东南亚设有生产基地，根据客户订单的需求量和交货期进行生产安排，不断开发适应市场和客户需求的差异化产品，优化产品，持续提高产品质量。

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	10,372,028,703.92	9,672,349,598.26	7.23	9,408,268,266.69
归属于上市公司股东的净资产	3,111,002,247.11	3,281,221,952.09	-5.19	2,424,731,259.18
营业收入	11,244,031,948.59	10,550,411,186.42	6.57	10,823,971,874.98
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	11,229,093,835.10	10,531,645,206.92	6.62	10,809,049,359.09
归属于上市公司股东的净利润	-190,654,427.58	35,403,385.23	-638.52	-808,695,246.09
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-184,021,886.95	-307,470,040.69	不适用	-857,765,559.43

经营活动产生的现金流量净额	343,698,928.06	125,193,186.17	174.53	169,837,503.50
加权平均净资产收益率(%)	-5.98	1.27	减少7.25个百分点	-27.99
基本每股收益(元/股)	-0.1721	0.0369	-566.40	-0.9488
稀释每股收益(元/股)	-0.1721	0.0369	-566.40	-0.9488

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	2,427,090,632.97	2,679,533,825.79	3,115,981,082.53	3,021,426,407.30
归属于上市公司股东的净利润	-69,768,229.19	-86,879,649.18	13,716,469.97	-47,723,019.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-72,567,881.29	-48,855,408.64	-8,820,594.48	-53,778,002.54
经营活动产生的现金流量净额	-120,372,692.68	-78,690,555.23	99,663,757.04	443,098,418.93

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

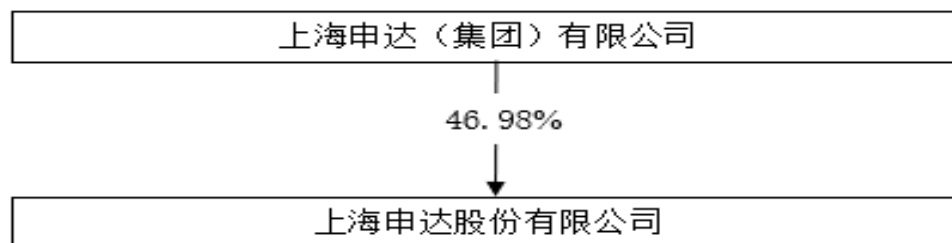
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前10名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）							44,850
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							43,690
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							0
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）							0
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、标记或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	
上海申达（集团）有限公司	0	520,514,373	46.98	255,687,394	无	0	国有法人
上海君和立成投资管理中心（有限合伙）— 上海临港东方君和科创产业股权投资基金合 伙企业（有限合伙）	0	22,479,966	2.03	0	无	0	其他
上海国盛资本管理有限公司—上海国企改革 发展股权投资基金合伙企业（有限合伙）	0	13,383,954	1.21	0	无	0	其他
江苏国泰国际集团国贸股份有限公司	0	11,857,707	1.07	0	无	0	国有法人
张煜	105,200	8,436,356	0.76	0	无	0	境内自然人
王桂英	2,584,200	5,452,198	0.49	0	无	0	境内自然人
UBSAG	3,277,379	3,606,015	0.33	0	无	0	境外法人
顾鹤富	489,793	3,436,793	0.31	0	无	0	境内自然人
中信证券股份有限公司	2,797,767	3,417,631	0.31	0	无	0	国有法人
卢宏	1,313,989	3,262,989	0.29	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	根据目前资料显示，本公司无法认定上述无限售条件股东之间是否存在关联关系或一致行动人的情况，也无法认定上述无限售条件股东与前 10 名股东之间是否存在关联关系或一致行动人的情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无此情况。						

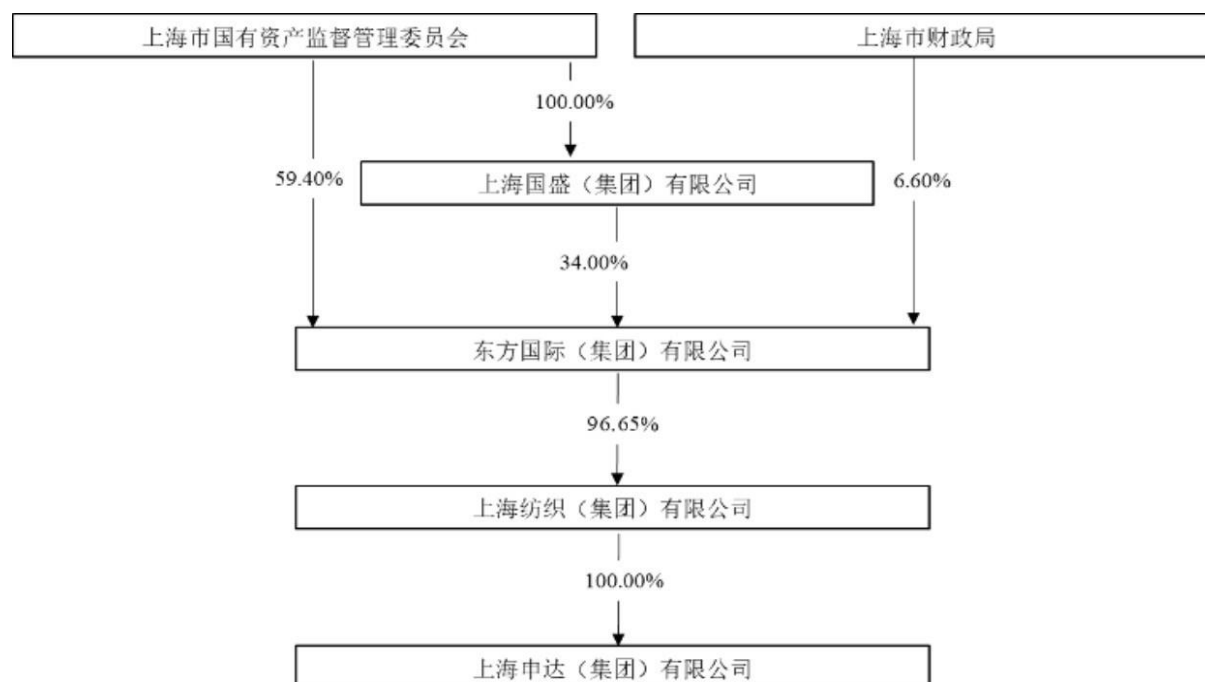
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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



注：公司于2021年1月4日收到东方国际集团转发的《关于划转东浩兰生(集团)有限公司等9家企业部分国有资本有关事项的通知》(沪国资委产权[2020]463号)，经上海市财政局、上海市国资委、上海市人力资源社会保障局审核确认，将上海市国资委持有的东方国际集团6.6%的国有股权一次性划转给上海市财政局持有，详见公司《关于上海市国有资产监督管理委员会将东方国际(集团)有限公司部分股权划转至上海市财政局的公告》(公告编号：2021-001)；截至本报告公告日，该次股权划转工商变更尚在办理中。

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。

本报告期，公司实现营业收入 112.44 亿元、较 2021 年上升 6.57%，主营业务收入为 112.29 亿元、较 2021 年上升 6.62%。其中，境内企业和境外企业的主营业务收入（抵消前）分别为 65.08 亿元和 56.42 亿元，占比分别为 54%和 46%。公司利润总额为-1.96 亿元，上年同期为 5,300.99 万元，导致 2022 年导致公司亏损的主要原因如下：（1）公司于 2021 年转让上海第二印染厂有限公司 100%权益，获得投资收益 4.04 亿元，报告期内公司未发生此类重大股权处置收益。（2）报告期内的主要亏损系 Auria 公司，亏损 2.97 亿元，但较上年同期亏损额收窄 1.22 亿元；主要原因一是受外部环境恶化影响导致的各项成本费用上涨，产生经营性亏损；二是 2022 年 Auria 公司支付企业重整费用 6,211.12 万元。（3）受全球经济环境影响，2022 年欧美多次加息，导致商誉减值测试所使用的折现率上升，从而影响 Auria 公司资产组的可回收价值；在合并报表层面，公司对 Auria 相关资产组（含商誉）计提 7,327.96 万元减值损失。

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