

证券代码：301056

证券简称：森赫股份

公告编号：2024-004

森赫电梯股份有限公司 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。

立信会计师事务所（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为立信会计师事务所（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 266,786,667 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2 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	森赫股份	股票代码	301056
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	王香杰	俞亚萍	
办公地址	浙江省湖州市南浔区练市工业园区森赫大道1号	浙江省湖州市南浔区练市工业园区森赫大道1号	
传真	0572-2923397	0572-2923397	
电话	0572-2923379	0572-2923378	
电子信箱	wangxj@sicher-elevator.com	yuyyp@sicher-elevator.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(一) 主营业务及产品

1、主营业务情况





公司专业从事电梯、自动扶梯和自动人行道的研发、制造和销售，并提供相关安装和调试服务，以及电梯维修保养、配件销售、更新改造等后市场服务。自设立以来，公司坚持“国际化、科技化、产业化”的发展战略，形成了以乘客电梯、载货电梯、自动扶梯和自动人行道等十余种系列产品的布局，致力于成为优质的电梯系统解决方案服务商。

2、主营产品情况

公司产品主要包括电梯、自动扶梯和自动人行道两大类型。公司不断加强新产品、新技术和新工艺的研发力度，丰富和完善产品线。公司主要拥有 9 个系列 21 种型号的垂直电梯产品、2 个系列 6 种型号的自动扶梯和自动人行道产品。公司主要产品情况如下：

(1) 电梯

图示	产品名称	产品型号	产品规格		应用场景
			额定载重量(kg)	额定速度(m/s)	
	乘客电梯	GRPS20	≤2000	≤4.0	住宅小区、商业综合体、酒店、写字楼
		GRPS30	≤1050	≤2.0	
		GRPS70	≤2000	≤8.0	
		GRPN20	≤1600	≤2.0	
		GRPN30	≤1000	≤1.75	

	载货电梯	GRF10B	≤ 3000	≤ 1.0	工业园区、工厂、仓储物流中心
			≤ 10000	≤ 0.5	
		GRFS10B	≤ 10000	≤ 0.63	
			≤ 16000	≤ 0.5	
			≤ 2000	≤ 2.0	
		GRFN10B	≤ 1600	≤ 3.0	
GRFN10B	≤ 5000	≤ 1.0			
	加装电梯	GRON36	≤ 1000	≤ 1.75	既有建筑
		GRPN36	≤ 1000	≤ 1.75	
	观光电梯	GROS20	≤ 2000	≤ 4.0	商业综合体、酒店、写字楼、旅游景点等
		GRON20	≤ 1600	≤ 1.75	
	病床电梯	GRBS20	≤ 2000	≤ 4.0	医院、康养中心等
		GRBN20	≤ 1600	≤ 1.75	
	家用电梯	SHV2000	≤ 400	≤ 0.4	私人住宅
		SHV3000	≤ 400	≤ 0.4	
		SHV5000	≤ 400	≤ 0.4	
	杂物电梯	GRZ05	≤ 300	≤ 1.0	工厂、餐厅、图书馆等
	消防电梯	GRPS20F	≤ 2000	≤ 4.0	住宅小区、商业综合体等
	防爆货梯	UFB10	≤ 5000	≤ 0.5	石油石化、化工、军工、制药、纺织等具有易燃易爆气体的危险场所

(2) 自动扶梯和自动人行道

图示	产品名称	产品型号	产品规格			应用领域
			高度/使用区段长度(m)	额定速度(m/s)	倾斜角(°)	
	自动扶梯	GRE20	≤7.9	≤0.65	30	商业综合体、医院、轨道交通、机场
		GRE30	≤13	≤0.65	30	
		GRE50	≤30	≤0.65	30	
		GRE20B	≤6	≤0.5	35	
	自动人行道	GRM20	≤42.6	≤0.5	≤12	
		GRM20B	≤123.84	≤0.5	≤5	

(二) 主要经营模式

公司以设计、采购、制造、营销、安装、保养、修理、配件销售、更新改造为一体化经营模式，为电梯用户需求提供完整解决方案，以服务型带动生产转变，成为生产服务型电梯系统解决方案服务商。主要经营模式如下：

1、盈利模式

公司按照电梯产品全生命周期运营，主要通过设计制造和安装验收，实现电梯产品使用功能并交付使用；另外，公司也提供维修保养、配件更换、更新改造、报废处理等电梯后市场服务。公司目前以安装调试、维修保养、配件更换为辅助盈利手段，以电梯整机设备的制造和销售为主要盈利方式，持续获得增值或盈利，构成具有产业普遍特征的经营和盈利模式。

随着我国城镇化进程大力推进、既有建筑加装电梯市场快速发展和国家“一带一路”深入实施，公司持续看好国内和国际的电梯销售市场，以及电梯后市场服务业务。因此，公司加强电梯产品创新研发、扩大生产能力和提升安装维保等后市场服务能力，持续推进与提升公司盈利水平。

2、采购模式

公司从产业链共生共赢的角度出发，根据供应商技术、质量、价格、生产能力等指标加强供应商选择，确立长期战略合作伙伴关系，确保优质优价供应产品和售后服务，实现相互依存长期发展。

公司采购的物料主要有电梯外购件、原材料、外协配套件、辅助材料等。采购部负责组织相关采购合同的评审和执行；负责制定物料采购计划，并向供应商下达采购订单；负责市场调查和预测，保证公司采购价格上的优势；负责 ERP 采购物料价格维护；负责收集供应商服务信息，建立供应商内部控制制度和绩效评估档案，对供应商进行选择、开发、评价、日常监测和年度考核的管理。

3、生产模式

电梯为定制化产品，公司根据客户需求安排“订单式生产”，按制造标准及规范进行设计制造，按计

划进行生产发运。公司生产部根据生产订单，制定生产作业计划，通过 ERP 和 MES 系统对产品生产过程中的各个阶段和零部件的制造、外购外协过程实施全程监控与生产调度，及时处理订单执行过程中的相关问题，确保生产计划能够顺利执行。

4、营销及管理模式

公司销售采用直销和经销相结合的模式。直销模式下，公司与终端客户签订销售合同，直接向终端客户提供产品和服务。经销模式下，主要由经销商收集和获取客户建设项目对于电梯产品的具体参数需求，公司与经销商签订销售合同，按照终端客户需求进行生产后，将产品销售给经销商，由经销商提供相应的安装、维保等后续服务。公司在境内采取直销和经销相结合的销售模式，在境外通常采取以经销为主的销售模式。

（三）业绩驱动因素

公司业绩的驱动因素与宏观经济周期影响下的下游市场需求息息相关，同时受到城镇老旧小区改造、老旧电梯改造更新、既有建筑加装电梯、“一带一路”倡议等相关政策的影响，同时也与公司自身经营策略、经营效率、产品竞争优势、产品结构和价格策略等紧密相连。

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	1,457,156,233.63	1,303,657,381.37	11.77%	1,197,030,493.40
归属于上市公司股东的净资产	823,983,815.66	746,262,652.32	10.41%	748,222,045.54
	2023 年	2022 年	本年比上年增减	2021 年
营业收入	723,552,680.03	677,966,646.33	6.72%	575,861,460.40
归属于上市公司股东的净利润	90,469,129.18	50,268,243.09	79.97%	73,474,273.55
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	89,412,267.13	45,996,987.42	94.39%	61,359,776.39
经营活动产生的现金流量净额	194,681,599.58	90,411,384.43	115.33%	61,355,004.49
基本每股收益（元/股）	0.34	0.19	78.95%	0.33
稀释每股收益（元/股）	0.34	0.19	78.95%	0.33
加权平均净资产收益率	11.55%	6.79%	4.76%	12.97%

(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	128,523,199.55	221,635,767.27	176,285,986.48	197,107,726.73
归属于上市公司股东的净利润	10,531,673.77	33,803,060.57	19,499,124.57	26,635,270.27
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	10,465,712.63	34,196,910.40	19,259,526.97	25,490,117.13
经营活动产生的现金流量净额	31,024,372.39	84,768,368.54	64,056,835.86	14,832,022.79

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	13,241	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	13,206	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			
李东流	境内自然人	45.37%	121,054,450	121,054,450	不适用	0			
浙江米高投资有限公司	境内非国有法人	16.99%	45,326,550	45,326,550	不适用	0			
湖州尚得投资管理有限公司	境内非国有法人	7.50%	20,009,000	20,009,000	不适用	0			
湖州迈森投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.72%	7,250,000	7,250,000	不适用	0			
湖州途森投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.42%	6,450,000	6,450,000	不适用	0			
华泰证券股份有限公司	国有法人	0.35%	923,944	0	不适用	0			
中信证券股份有限公司	国有法人	0.33%	887,823	0	不适用	0			
代学荣	境内自然人	0.33%	878,000	0	不适用	0			
广发证券股份有限公司	境内非国有法人	0.26%	684,377	0	不适用	0			
UBS AG	境外法人	0.26%	683,901	0	不适用	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明			李东流先生控制浙江米高投资有限公司和湖州尚得投资管理有限公司各 90% 股份，李东流先生为公司实际控制人。除此之外，公司未知上述股东以外的股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。						

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

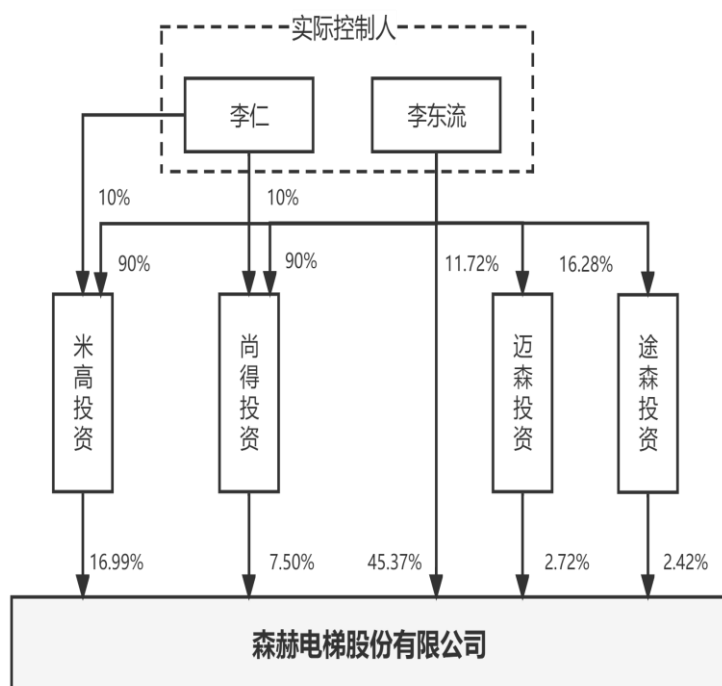
公司是否具有表决权差异安排

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

(一) 公司主要经营情况

2023 年以来，电梯行业市场竞争愈加激烈，但是电梯行业是一个与社会经济发展密切相关的行业，具有较大的市场空间和发展潜力。电梯行业应该抓住城镇化、基础设施建设、旧楼改造等方面的机遇，同时应对安全、环保、智能化等方面的挑战，加强技术创新，提高产品质量和服务水平，拓展新兴市场和细分领域，以应对未来的市场变化和竞争压力。

森赫电梯始终坚定推行科技创新战略，掌握电梯核心技术，实现高端产品自主化，持续专注打造智慧化电梯产品技术创新与服务，同时公司从产品研发、制造、营销、安全、服务、改造、现代化更新的安全产业链，一以贯之地体现“只为安全到达”的品牌核心价值，持续推动企业稳定健康发展。

2023 年度，公司实现营业收入 72,355.27 万元，同比上年增长 6.72%；归属于母公司所有者的净利润为 9,046.91 万元，同比上年增加 79.97%；经营活动产生的现金流量净额 19,468.16 万元，同比上年增长 115.33%；加权平均净资产收益率 11.55%，同比上年增长 4.76 个百分点。公司 2023 年继续秉持“稳中求进”的宗旨，做好风控管理，重点着眼练好内功：在经营方面，顺应市场需求的变化，加大研发投入，抓好品质管理，提高销售服务水平；在财务方面，进一步推进降本增效，加强现金流管理，提高公司利润水平，让企业股东获得持久稳定的投资收益。只有坚持稳扎稳打，才能让企业在健康发展的道路上，走得越稳，走得越远。

1、绽放品牌荣光

2023 年，公司砥砺前行，围绕“智慧工厂”的战略布局，聚焦产线开展智能应用解决方案，加快打造精益化、绿色化、智能化的行业智慧工厂，获得政府、行业、合作伙伴、用户的广泛认可和赞誉，先后荣膺“国家知识产权优势企业”、“全国政府采购电梯十佳供应商”、“国家绿色工厂”、“浙江省专精特新中小企业”等重要荣誉。

作为中国民族品牌优秀代表，森赫电梯秉承“只为安全到达”的品牌核心价值理念，深耕电梯市场，以智能高效的电扶梯解决方案、优质的商业信用获得世茂集团、中交地产、海伦堡、东投地产等诸多头部房企青睐与信任，并与中国建筑、中国中铁、中国交建、中冶集团等众多客户建立长期战略合作。

2、建设营销服务网络

森赫电梯坚持以市场为导向、以服务为核心的营销理念，不断拓展国内外营销渠道。

报告期内，在国内市场上，公司在货梯、家用梯、加装梯等领域持续深入，同时加大了招投标参与度，继续加强分支机构的建设，全面布局国内市场，到目前为止，已设立 17 家分公司及 44 家办事处，营销服务体系基本覆盖全国重点区域，持续做好市场的下沉、覆盖、渠道开发，增强市场的活跃度。

在国际市场上，公司积极响应国家“一带一路”倡议，以国际化为导向，全面深化海外市场布局，持续推动电梯产品与服务走向世界。依托稳健的研发基础和多样化的产品线，公司积极开拓新兴市场，进一步巩固了在俄罗斯、中亚等地区的市场地位。同时还加大了对非洲、东南亚等地区的市场拓展力度，不断提升品牌知名度和市场占有率。通过与合作伙伴的紧密协作，公司成功实施了多个海外重大项目，为当地城市建设和社会发展做出了积极贡献。此外公司还积极参加国际电梯展览会、论坛等活动，加强对海外市场的宣传和推广力度，提高了品牌在海外市场的认知度和美誉度。

通过不断提升产品质量、加强品牌建设、优化市场策略，公司在国内外市场取得了一定的成绩，为公司的长远发展奠定了坚实基础。

3、研发投入和技术创新

作为专业电梯制造服务商和国家高新技术企业，森赫电梯在技术研发上不断加大投入，建立设备完善、研发实力雄厚的研发中心，积极进行科技创新和技术创新，不断提供具有高附加值的新产品与解决方案，提升企业核心竞争力，以技术创新驱动企业快速发展。

森赫电梯持续坚持自主创新发展，重视技术研发与技术创新；不断创新与改进核心技术发展；深化市场挖掘，通过产品技术结构优化，工艺革新等方法提升技术先进性，降低技术与制造成本。持续推进制造智能化水平，引进与增设提升工艺效率的制造装备，完善产品 BOM 结构，推动销售土建图系统细化与优化，扩展产品细节参数，以更好更快服务客户。2023 年完善超大载重货梯，完成无机房型大载重货梯研发，扩展工业地产用梯范围；完善电梯与机器人智能互动技术；研发 4 款新型家用电梯及安装方法等。

森赫电梯持续加强研发投入，取得了“无距离智能呼梯的载货电梯”、“紧凑型家用电梯排布结构”、“一种模块化轿底结构”、“一种无机房客梯检修平台及其组装方法”等 31 件专利，其中发明专利 7 件；积极参加省级重点“尖兵”项目，持续加强电梯数据挖掘与分析提升，提升产品质量技术水平，为服务提供技术支持。

4、人才梯队建设

报告期内，公司建立健全的人才培养体系，为企业提供后备人才，提高人才竞争力。公司持续推进技能人才的培养，依托企业“技能大师工作室”以师带徒的形式培养优秀的技能人才，从而提高企业的生产力。同时，公司加大培训力度，坚持“你需求，我计划；我培训、你学习”的原则，2023 年共培训 40 余场次，与员工职业发展相结合，通过外培内训相结合的方式，多层次、多方面提高员工及领导队伍综合素质和工作能力。

2023 年公司持续依托国家级博士后科研工作站，与中国计量大学、浙江工业大学、浙江大学等科研机构、高等院校合作，博士后科研工作站联合培养博士后 4 人；在人才的自主培养上，报告期内获得“浙江工匠”荣誉 1 人，培养正高级工程师 1 人，取得高级技师人员 3 人，增强企业创新内生动力，不断推动人才培养和科技创新，加快高端人才聚集、促进科技成果转化、赋能企业创新发展。公司大力推动企业文化与精神文化建设，建立十佳员工、优秀员工、优秀团队等评选方法，激励员工创业创新，强调企业发展与员工成长“共创、共担、共赢、共享”。

5、社会责任与公益活动

多年来，森赫电梯在实现高质量发展的同时积极投身慈善事业，把社会责任作为企业发展基石，用点滴大爱谱写企业对社会的回馈，通过捐物、扶危救困、捐资助学、援助困难户等多种慈善方式在助学、助医、助老、助孤、助残等帮扶领域聚焦，全面助推新时代慈善事业持续健康发展。

报告期内，森赫电梯继续坚定企业使命和社会责任，发挥模范带头作用，通过志愿者联合会、慈善一日捐（定向绿色低碳创新发展基金）、捐助教育基金等方式在扶贫济困、捐资助学方面累计向社会捐赠共计 77 余万元，并荣膺“慈善突出贡献企业”。森赫电梯将始终不忘初心，积极投身慈善事业，切实履行社会责任，真情回馈社会，继续书写森赫电梯大爱情怀。

（二）公司发展战略及经营计划

党的二十大报告指出，建设现代化产业体系，坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，推进新型工业化，加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、数字中国，旨在充分利用我国完备的工业体系，发挥我国巨大的市场优势和创新潜能，保障我国经济体系安全稳定运行，实现高质量发展。在此背景下，公司将围绕主业，保持战略定力，坚持目标引领，坚定自主创新，稳步推进企业持续发展。

1、公司发展战略

近几年受宏观经济环境、房地产调控等因素影响，电梯行业竞争更加激烈，这对电梯企业加快转型升级，进一步强化核心竞争力提出了更高的要求。

未来，森赫电梯将坚持示范引导，持续专注智慧化电梯产品与服务，公司将持续秉承“只为安全到达”的理念，以创新技术为基础，以市场为导向，将精益思想引伸、延展至企业经营活动全过程，推进智能制造与绿色生产，通过向客户提供全生命周期服务，延长价值链，向“产品+服务”方式转变，实现客户需求到成品设计再到售后服务全面提升，提供电扶梯设备全套解决方案，实现企业经营投入和经济产出的最大化、价值最大化。森赫电梯将再接再厉，发扬稳健与创新的基因，以高质量的电梯产品、精细化的用户服务，带来更加安全、智慧、便捷的出行体验。

2、2024 年度经营计划

2024 年，公司将继续发挥董事会在公司核心带领作用，立足新发展阶段，构建新发展格局，持续提升企业经营管理质量效益和核心竞争力。森赫电梯以创新驱动企业发展，以智慧引领转换升级，聚焦自主核心技术和电梯安全优势，紧紧围绕公司战略布局，秉承对全体股东负责的原则，争取实现全体股东和公司利益最大化，确保公司可持续健康发展。

（1）持续加强国内营销网络建设

2024 年森赫电梯将继续参与构建国内国际双循环的新发展格局，为全球用户打造数字化城市服务与智慧楼宇出行乘梯新体验。在公司长期战略部署的指导下，强化在国内各省会城市及其他重点城市进一步完善市场营销网络建设，充分参与市场竞争、不断提升市场覆盖率和占有率。各职能部门做好前线销售保障，与分支机构同向发力，大家凝心聚力，攻坚克难完成营销目标。逐步实现对分支机构和合作伙伴分级管理的模式，增强市场推广力度和渠道建设。

（2）加大海外市场拓展力度

国际市场继续响应“一带一路”倡议，加大海外市场拓展力度，提升品牌影响力和竞争力。继续深化与海外合作伙伴的合作，通过技术升级、产品优化和服务提升，进一步巩固和拓展市场份额。同时公司将进一步加强在海外市场的品牌建设和宣传推广力度。利用互联网和社交媒体等新媒体平台，加强与国际客户的沟通交流，及时了解市场需求和变化，为公司的海外市场拓展提供有力支持，把“走出去”和“引进来”相结合，为沿线国家和地区提供综合性的电扶梯产品和服务在世界范围内建立可靠的合作伙伴共赢圈。

（3）以技术创新推动企业高速发展

在产品技术研发上继续以客户需求为产品导向，打通技术研发人员与客户使用环境的通道，提升关键产品的技术水平与质量可靠性，为客户提供更优质和高性价比的产品与服务。加快智能新技术与电梯使用场景的深度融合，结合电梯市场的发展与国内外经营环境的变化，提升人员团队的建设与培养，为企业长期发展打好人才基础。

（4）优化内部管理，实现提质增效

2024 年公司通过以下几方面优化内部管理，实现提质增效。

①持续优化电梯产品及部件的标准化，通过各类系统软件与数字化平台的整合，提升材料利用率、缩短交付周期。以达到快速响应客户需求、提高客户满意度的目的，持续促进企业快速发展。

②不断开发新技术、新材料、新工艺在电梯制造中的应用，提高电梯零部件强度、防火性能、无噪音等特点，最大限度地减少浪费，降低成本，提高效益。

（5）做好投资者工作管理

公司坚持可持续发展与稳健经营的原则，将完善公司治理结构、健全内部控制制度、严格履行信息披露义务、加强投资者管理维护等作为保护中小股东权益的重要措施。努力提升经营绩效、规范运作，不断完善公司治理，严格防范风险，确保公司合规、稳健、快速发展的同时积极回报股东。