

公司代码：603997

转债代码：110801

公司简称：继峰股份

转债简称：继峰定 01

**宁波继峰汽车零部件股份有限公司**  
**2023 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](http://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 容诚会计师事务所（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

鉴于 2023 年度母公司期末可供分配利润为负值，根据《公司法》《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》及《公司章程》等有关规定，综合考虑股东利益及公司长远发展，公司 2023 年度利润分配预案为：2023 年度不进行现金分红，不送红股，不进行公积金转增股本。

## 第二节 公司基本情况

### 1 公司简介

股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码
A股	上海证券交易所	继峰股份	603997

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘杰	潘阿斌
办公地址	宁波市北仑区大碶瓔珞河路17号	宁波市北仑区大碶瓔珞河路17号
电话	0574-86163701	0574-86163701
电子信箱	ir@nb-jf.com	ir@nb-jf.com

### 2 报告期公司主要业务简介

#### 1、全球市场

根据 GlobalData 数据显示，2023 年全球轻型车销量约 9,008 万辆，同比增长约 11.1%，其

中国约 2,963 万辆,同比增长约 10.8%,欧洲约 1,724 万辆,同比增长约 18.3%,美国约 1,556 万辆,同比增长约 12.9%,其中新能源汽车继续保持快速增长,渗透率继续提高。

## 2、中国市场

根据中国汽车工业协会发布的数据显示,2023年,中国汽车产销量首次双双突破 3000 万辆,分别为 3016.1 万辆和 3009.4 万辆,同比分别增长 11.6%和 12%,其中,出口 491 万辆,同比增长 58%。

中国乘用车市场连续九年超过 2000 万辆,在转型调整的过程中,乘用车销量呈现稳步增长的态势。2023 年,乘用车产销分别完成 2612.4 万辆和 2606.3 万辆,同比分别增长 9.6%和 10.6%。

2023 年,中国商用车市场企稳回升,受宏观经济稳中向好、消费市场回暖因素影响,商用车市场谷底回弹,实现恢复性增长。2023 年,中国商用车产销量分别达 403.7 万辆和 403.1 万辆,同比分别增长 26.8%和 22.1%。

2023 年,中国新能源汽车产销量分别达 958.7 万辆和 949.5 万辆,同比分别增长 35.8%和 37.9%,市场占有率达 31.6%。在新能源汽车主要品种中,与上一年度相比,三大类新能源汽车品种产销量均呈现明显增长。近些年,中国新能源汽车处于高速发展的态势。

### (一) 公司所从事的主要业务

公司是一家专业从事汽车内饰件及其系统,乘用车座椅以及道路车辆、非道路车辆悬挂驾驶座椅和乘客座椅的开发、生产和销售的全球性汽车零部件供应商。公司建立了覆盖全球的生产和营销网络,在全球 20 个国家拥有超过 70 家控股子公司。公司持续在座舱内饰件领域上做深做强,不断加强自身的专业能力,构建有竞争力的技术储备和国际运营能力,并结合汽车行业电动化、智能化的快速发展及驾驶者和乘客对于座舱舒适度需求的提升,积极升级和扩展车内功能,拓展业务中远期发展空间,为提升座舱内部的舒适性体验提供核心价值。

#### 1、公司的主要产品及解决方案

##### (1) 乘用车座椅、内饰件产品及解决方案

公司可提供乘用车座椅、座椅头枕、座椅扶手、中控系统、隐藏式电动出风口、内饰部件、操作系统及创新性的热塑解决方案,并充分利用丰富的行业经验,以客户实际需求为基础,为客户提供深度定制化的产品及解决方案,持续引领乘用车座椅头枕、扶手、中控系统等乘用车内饰件市场。



乘用车内饰件产品

## （2）商用车座椅系统及解决方案

公司是商用车座椅系统行业标准的制定者，也是行业技术的领导者，可提供卡车座椅、非道路车辆座椅部件（农业机械、牵引机、建设机械和叉车）、火车及公共汽车座椅部件、游艇座椅部件、航空座椅部件等。

凭借持续多年深耕于行业的经验，公司能够快速掌握用户痛点，并在产品的舒适性、安全性、人体工程学、用户友好等层面具备技术领先地位。公司的高端商用车和工程机械座椅均采用了悬浮减震设计、人体工程学设计等，并且在座椅扶手上融合了智能化的人机交互功能，方便驾驶员操控座舱。在强大的产品力基础上，公司还根据客户需求，对产品积极地进行定制化开发，按照各个品牌车型的区别进行适应性改造，为客户提供一站式解决方案，让座椅真正成为车辆的一部分。



商用车座椅

## 2、公司的主要客户

在乘用车领域，公司客户涵盖中级、高级及顶级汽车制造商和汽车零部件供应商，公司向客户提供世界领先的产品或高性价比的综合性解决方案。目前，公司已与全球主要整车厂商建立了产品开发和配套供应关系，客户包括奥迪、宝马、菲亚特克莱斯勒、戴姆勒、捷豹路虎、保时捷、大众、斯柯达、沃尔沃、通用、福特、凯迪拉克、特斯拉、本田、丰田、日产等国外主流厂商，以及一汽、上汽、东风、长城、红旗、比亚迪、吉利汽车、小鹏、蔚来、理想等国内优势汽车企业。

在商用车领域，公司在全球范围内面向卡车、农业机械、建筑机械、叉车、公共汽车、火车、飞机开发并生产相应的驾驶员座椅和乘客座椅。卡车和房车座椅的主要客户有戴姆勒、福特卡车、MAN、帕卡、上汽集团、陕汽、陕汽商用、一汽解放、一汽青岛、福田等；农业机械和建筑机械座椅的主要客户有AGCO、卡特彼勒、CLAAS、CNH、迪尔公司、久保田、利勃海尔等；物料运输车和草坪车座椅的主要客户有皇冠、现代、永恒力、凯傲、曼尼通、丰田等；轨道交通和公共汽车座椅的主要客户有阿尔斯通、庞巴迪、大宇、德国联邦铁路、西门子、斯塔德勒等。

### （二）公司的主要经营模式

#### 1、研发模式

公司拥有完善的研发体系，成熟的研发流程，并基于多年的研发经验，于舒适性、安全性、人体工程学进行新产品的研发，使公司保持国际领先的技术研发优势。公司研发模式可分为同步

设计和先行开发。

#### (1) 同步设计

公司竞标成为客户供应商，并与客户签订长期技术合作协议和销售框架合同后，即进入项目同步设计阶段。研发中心制定技术方案和作出初步评审后，进行产品设计和开发，产品成型并经客户测试检验通过后，由项目部提交样品，在得到客户的修改反馈意见后，项目部进行产品和工艺的修正直至客户满意，随后由生产部组织进行小批量生产，项目部提交完整 PPAP 文件供客户认可，认可通过后，计划物流部即可根据客户发出的订单和预测编制计划由生产部进行大批量生产。

#### (2) 先行开发

公司会根据市场需求或判断产品技术的未来趋势，以此系统化地进行创新项目研究开发。新产品立项后，研发中心制定技术方案和作出初步评审后，进行产品设计和开发。开发出样品后，由商务部推荐给客户，待客户认可后，获得新车型的项目定点。

基于市场需求，公司先行开发了睡眠式头枕，并推荐给德国大众，成功应用于迈腾车型。目前，汽车行业面临电动化、智能化发展所带来的大变局，格拉默自主研发了基于无人驾驶而使用的中控系统，为公司未来发展储备了前沿技术。

格拉默是商用车座椅标准的制定者，也是行业的技术领导者；公司乘用车头枕、座椅扶手、中控系统及内饰部件等产品也具有国际领先的技术优势。同时，公司拥有成熟的、体系化的创新流程，可以通过产品战略规划以及先进工艺的结合，在前期判断产品技术的未来趋势，并以此系统化地进行创新项目开发，使公司时刻保持国际领先的技术研发优势。

## 2、采购模式

公司采购的材料主要包括生产物料如钢材、塑料粒子、化工原料、面料、零件类如注塑件、金属冲压件等，非生产物料包括生产设备，机电类配备件等，主要采取以产定购的采购模式，由公司采购部统一对外进行采购。公司根据客户年度需求预测以及月度订单拆解制定采购需求计划，并结合原材料库存及供应商生产周期采用 JIT 或持续分批量的形式向供应商进行采购。质量部负责对采购物资的来料质量检验和异常情况进行反馈，并对质量情况进行定期的汇总及供应商绩效考核；采购物资通过检验后由仓库管理专员对来料进行清点入库。

原材料采购是产品品质保证体系的首要环节，公司制定了《采购管理流程》等程序文件，建立了完善的采购管理程序和供应商管理体系。公司采购存在客户指定供应商采购及自主选择供应商采购两种。例如：指定物料如面料由客户指定的供应商供货，自主选择物料的采购过程是由公司建立供应商调查表初步确定潜在供货商名单，并经采购部、质量部、设计部现场审核、送样合

格后，经公司流程批准同意后纳入合格供应商。目前，公司与主要原材料供应商均建立了长期合作关系，具有一定的议价能力，并能有效降低缺货风险。

### 3、销售模式

#### （1）乘用车内饰销售模式

由于乘用车内饰行业存在产品并非直接面向市场开发和生产，而是基于客户的规格展开业务这一特殊结构，乘用车内饰企业在销售过程中一般以客户为导向而非以市场为导向，公司与主要乘用车整车厂之间具有长期合作关系。

在新车型的开发阶段，乘用车整车厂将邀请乘用车内饰供应商就其供应的组件和系统进行投标。乘用车零部件供应商是否受邀投标取决于其研发和技术能力、知名度以及与整车厂间的客户关系。基于此类邀请，公司提供相应的投标文件。

在投标文件的基础上，经过一轮或多轮选择，整车厂将通过提名信的方式提名公司为研发及后续系列订单的供应商，公司最终是否能够取得系列订单取决于是否满足提名信中列出的具体目标：技术规格、满足既定的截止日期（包括原型生产，生产测试，试生产和投产）、定价和质量等。除了提名信中的规定外，能否成为系列生产的供应商还基于整车厂的采购规定以及单独的物流和质量协议。一般而言，开发阶段通常持续一到二年。后续系列订单的持续期则根据项目及合作情况而不同，一般覆盖对应车型的生命周期。

乘用车销售和营销活动以客户为导向。对于每个具体客户，项目管理和研发都整合到客户管理领域。销售活动由全球营销活动予以支持。

#### （2）商用车座椅系统销售模式

商用车领域全新车型的开发一般是整车厂发出 RFQ 文件给体系内的供应商，由体系内的供应商针对 RFQ 提交各自的产品匹配方案，在符合技术要求的情况下，根据价格的高低选择供应商。由于终端市场对座椅的喜好有倾向性，所以整车厂在选择供应商的时候也需要综合考虑座椅的品牌终端市场接受度，中高端车型一般选择好品牌的座椅，低端车型选择价格实惠的座椅。经过一轮或多轮选择，整车厂将通过签署开发协议的方式确定最终的供应商。全新车型的开发一般会持续 2-3 年，旧车型改版升级项目一般在 12 个月以内完成。

座椅的交付以签订的供货协议为基础，并存在匹配的质量和物流协议，根据签订的份额持续供货。商用车领域的销售活动基本上是根据市场、客户（整车厂由大客户经理提供服务）或销售渠道（售后市场或制造商）来予以组织。

商用车整车厂是以市场为导向，根据市场上对车型的需求开发牵引车、载货车、自卸车以及

特种车辆，同时针对终端客户个性化的需求，开发不同区域的车型版本，以提高终端客户满意度为销售方向。一般整车的生命周期很长，产品车型短期升级变化比较多。

#### 4、生产模式

公司生产模式分为新产品开发后生产和成熟产品生产。新产品生产需要进行开发验证后转移至生产工厂进行批量生产，存在一系列严格的认证程序，从而保证新产品开发的成功率。新产品项目开发需要经过研发设计、模具开发制作，产品试制及模具改进，产品检测并经过客户 PPAP 认可之后，方可进行产品的批量生产。成熟产品主要采取“以销定产”的生产模式，客户在项目开发前期与公司商务部签订框架合同，确定购销意向，并每年度和公司商务部签订采购合同来执行销售行为。通常，长期合作的客户向公司提交年度采购计划预测，并且每月发出下月采购计划和后三月滚动预测计划。计划物流部根据销售合同、下月采购计划滚动预测及每月实际收到订单的情况，按照订单缓急程度制定发货时间表；计划物流部汇总后结合成品库存情况滚动编排生产月计划书、周计划书、日计划书，并下发至生产部组织生产。

### 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

	2023年	2022年	本年比上年 增减(%)	2021年
总资产	17,952,110,633.54	15,453,539,744.23	16.17	16,209,142,705.15
归属于上市公司股东的净资产	4,101,237,010.31	3,455,499,165.29	18.69	4,644,817,545.49
营业收入	21,571,493,665.23	17,966,801,927.35	20.06	16,831,990,786.93
归属于上市公司股东的净利润	203,874,680.70	-1,417,377,181.58	不适用	126,370,529.59
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	222,127,858.64	-1,408,815,078.50	不适用	99,069,841.53
经营活动产生的现金流量净额	1,648,065,623.21	1,052,366,494.03	56.61	718,910,713.34
加权平均净资产收益率(%)	5.42	-36.24	不适用	2.87
基本每股收益(元/股)	0.18	-1.27	不适用	0.12
稀释每股收益(元/股)	0.18	-1.27	不适用	0.12

#### 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	第二季度	第三季度	第四季度



	(1-3 月份)	(4-6 月份)	(7-9 月份)	(10-12 月份)
营业收入	5,110,684,594.94	5,325,088,901.58	5,503,244,163.62	5,632,476,005.09
归属于上市公司股东的净利润	60,029,593.21	22,412,320.43	71,733,660.60	49,699,106.46
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	65,377,993.12	39,693,306.69	67,431,537.15	49,625,021.68
经营活动产生的现金流量净额	147,739,216.68	136,652,296.95	710,141,227.40	653,532,882.18

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

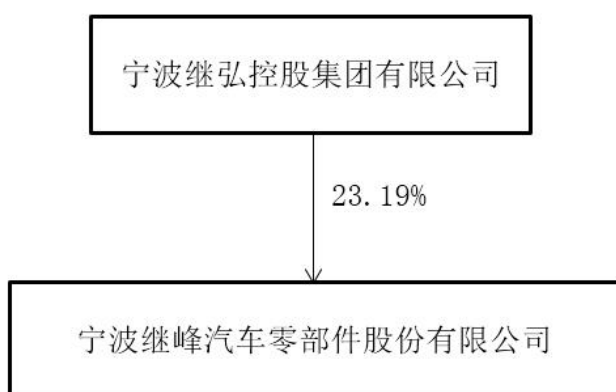
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）						16,948	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							
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	
宁波继弘控股集团 有限公司	0	269,256,597	23.19	0	质 押	138,000,000	境内 非国 有法 人
东证融通投资管理 有限公司—宁波东 证继涵投资合伙企 业（有限合伙）	-22,500,000	204,904,479	17.65	0	无	0	其他
WING SING INTERNATIONAL CO., LTD.	0	146,880,000	12.65	0	质 押	89,000,000	境外 法人
中国银行股份有限公司—鹏华汇智优 选混合型证券投资	836,300	13,151,755	1.13	0	无	0	其他

基金							
中国农业银行股份有限公司—国泰智能汽车股票型证券投资基金	-6,220,564	12,709,796	1.09	0	无	0	其他
全国社保基金一一五组合	2,600,000	12,600,000	1.09	0	无	0	其他
新华人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—018L—CT001 沪	11,378,854	11,378,854	0.98	0	无	0	其他
太平人寿保险有限公司—分红—个险—分红	-2,455,400	10,544,950	0.91	0	无	0	其他
中国银行股份有限公司—广发优企精选灵活配置混合型证券投资基金	2,411,750	10,168,700	0.88	0	无	0	其他
中国工商银行股份有限公司—广发价值增长混合型证券投资基金	-519,600	9,962,600	0.86	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	(1) 前 10 名股东中的宁波继弘控股集团有限公司、宁波东证继涵投资合伙企业（有限合伙）与 Wing Sing International Co.,Ltd.均为公司实际控制人王义平、邬碧峰夫妇及其子王继民控制的企业，为一致行动人。除此之外，与上述其他股东无关联关系，也不属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。(2) 其余股东，公司未知其关联关系或是否是一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

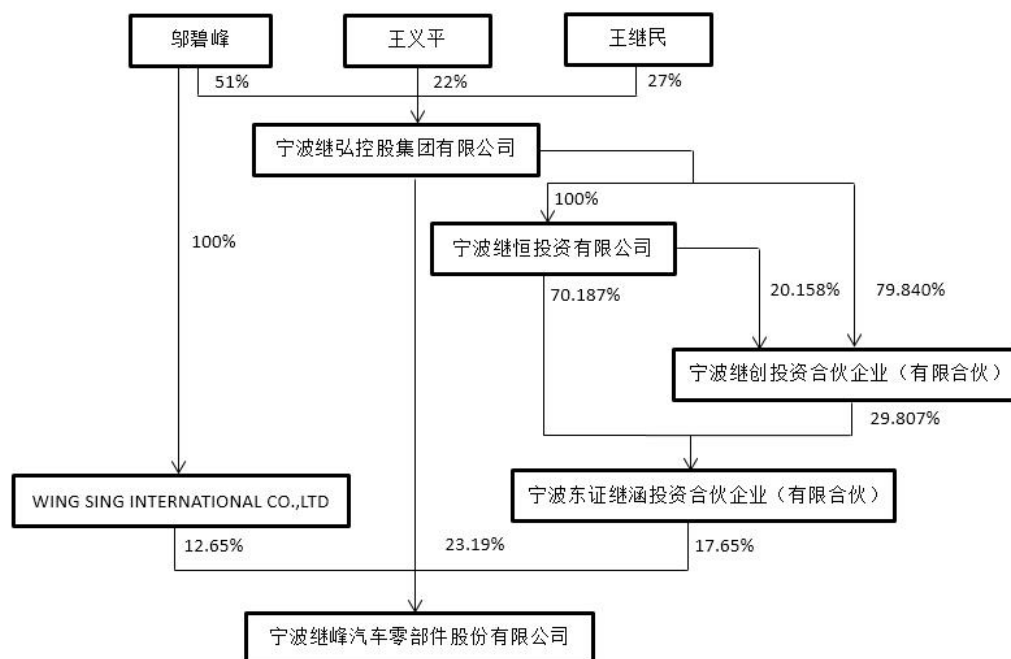
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

2023 年度，公司营业收入 215.71 亿元，与上年同期增长 20.06%；归属于上市公司股东的净利润 2.04 亿元，与去年相比，扭亏为盈。更多报告期内主要经营情况参见公司 2023ni 按年度报告全文中“一、经营情况讨论与分析”中相关内容。

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