证券代码：603992　证券简称：松霖科技　公告编号：2024-017
转债代码：113651　转债简称：松霖转债

厦门松霖科技股份有限公司 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，投资者应当到上海证券交易所网站 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 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

公司拟以实施利润分配方案时股权登记日的总股本为基数，向利润分配股权登记日登记在册的全体股东每 10 股派送现金红利 1.89 元（含税），不进行资本公积金转增股本，不送红股。该预案已经公司第三届董事会第十次会议及第三届监事会第十次会议审议通过，尚需提交公司 2023 年年度股东大会审议通过后实施。

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	松霖科技	603992	不适用

	董事会秘书		证券事务代表
姓名	吴朝华		林建华
联系地址	厦门市海沧区阳光西路 298 号		厦门市海沧区阳光西路 298 号
电话	0592-3502118		0592-3502118
传真	0592-3502111		0592-3502111
电子信箱	irm@solex.cn		irm@solex.cn

2 报告期公司主要业务简介

2.1 经营情况讨论与分析

2023 年全球经济呈现复苏迹象，经济增长保持温和态势，出口市场整体需求下滑且恢复缓慢，与此同时国民经济回升向好，高质量发展扎实推进，面对错综复杂的国内外环境，公司团结一致、奋力拼搏，积极应对经济环境的变化和市场的新挑战，深化"IDM 硬件隐形冠军孵化平台"战略，以智能、健康、绿色赋能产品价值，聚焦厨卫健康品类、美容健康品类、新兴智能健康硬件等 IDM 硬件产品的研发设计和智能制造，以模式共享、制造共享、技术共享为理念，围绕底层制造逻辑布局各细分品类赛道，打造平台型企业。

报告期，公司实现营业收入 298,341.99 万元，同比减少 6.20%，其中，境外营业收入 194,027.07 万元，同比减少 10.26%，境内营业收入 104,314.91 万元，同比增长 2.42%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 35,773.74 万元，同比增长 24.21%。

（一）"松霖·家"业务剥离，聚焦主业轻装上阵

"松霖·家"业务剥离主要系结合聚焦主业战略发展规划需求。公司依托于 IDM 硬件平台战略为全球各大知名厨卫企业、美容产品品牌企业等提供技术一流、质量领先的 IDM 硬件产品。"松霖·家"业务则直接面向终端消费者，为客户提供从室内设计及装修、全屋定制及软饰等真正一站式的产品及服务，采用的是在目标城市开设"大型直营超级大店 + 直营后厂""F2C 模式。两者在产品类别、业务运营模式、主要供应商、主要客户群体、销售渠道、生产流程、主要设备等方面存在较大差异。此外"松霖·家"作为家装行业新物种，仍处于新模式探索、验证阶段，其所需投入的资金成本和时间成本难以预估。

随着"松霖·家"业务剥离，公司将进一步集中优质资源夯实现有业务板块，保障主营业务未来发展的资金需要，增强投融资能力以及市场竞争力，提升整体盈利水平，实现长期可持续发展。

（二）深化 IDM 硬件平台战略，坚持高质量发展之路

公司始终坚持"创新、设计、智造"的经营理念，以"IDM 硬件隐形冠军孵化平台"战略为导向，借助成熟的研发模式，专注 IDM 硬件品类的技术创新及产品研发与市场需求的紧密结合，持续建设、整合和优化公司的"模式、制造、技术"三大资源共享平台，以持续创新赋予产品更丰富、更前沿的功能及更高的附加值，全面提升公司各细分品类的核心竞争力。

报告期，公司坚定不移地推进实施高质量发展战略，加快构建新品类发展格局，以技术创新驱动和数字化转型引领公司高质量发展。在技术创新和产品研发方面，加大投入并持续发力，建设高水平的研发机构和研发队伍，与福建省多所知名大学共建研究中心平台，联合培养人才，深化校企合作，推进产学研融合。公司申请发明专利 80 项，实用新型专利 134 项，外观专利 11 项；获得授权的发明专利数为 61 项，实用新型专利 144 项，外观专利 10 项。在可持续发展方面，推进国际化布局，投建首个海外制造基地；践行 ESG 理念，不断提升企业核心竞争力；实施股权激励计划，助推公司长远发展；松霖科技凭借卓越的技术实力和创新能力获评国家级服务型制造示范企业。公司以创新技术为重点，推进绿色、低碳、智能的现代化企业发展，引领行业转型升级，为企业自身及社会的可持续发展注入新动能。

报告期，厨卫健康品类实现营业收入 261,522.60 万元，同比减少 7.46%；美容健康品类的营业收入有较大幅度增长，美容健康品类营业收入 25,920.47 万元，同比增长 79.19%。

（1）.持续升级厨卫品类，打造智能联动的健康厨卫空间

公司厨卫品类基于 IDM 硬件平台战略，以智能化、健康化和绿色化为出发点，突破传统的满足消费者基础家居生活需求的局限，追求为消费者创造更具附加值的健康生活需求。在深耕厨卫品类的基础上，公司的健康创新方案已逐渐摆脱单个或单一品类产品的局限，将新技术、新功能融入以健康、智能、绿色为核心的更广泛更多品类融合的集成式厨卫健康空间。智能联动的健康厨卫空间将是公司后续重点的创新方向。

公司立足于"智能健康、绿色环保"理念的技术沉淀，抓住消费者对抗菌、美容、康养、健康水质和健康检测等厨卫健康单品或厨卫健康空间的消费需求，持续对花洒品类、龙头品类、智能马桶品类等领域进行全新升级。报告期，持续拓展和深耕；具有多种技术辅助的美容功效的花洒；具有冲牙集成的面盆技术、净水一体智能温控直饮、厨房用水多系统联动智能控制中心等具备健康功效或健康检测的智能龙头；具备与美容健康的脸部、手部、口腔等护理产品的场景智能互动的多款智能多功能浴室柜；具备多项身体健康辅助检测功能的智能马桶技术。报告期公司持续加强研发及创新投入，新申请专利 94 项，其中发明专利 38 项；获得授权专利数为 82 项，其中发明 39 项。

公司将厨卫品类以产品应用场景空间划分为多个事业部，此举将有效整合内部资源，提升效率，满足市场需求，同时有利于深挖各业务的特点，为客户提供更有针对性的 IDM 硬件产品方案。

（2）.加速发展美容健康品类，积极拓展美健领域的细分单品类

公司持续加大研发投入，推进涵盖 SPA 美容花洒、美容仪、冲牙器、健发仪、智能测肤仪等细分单品更具深度和广度的技术创新，报告期进一步拓展了美容花洒的"亿级微气泡"技术、脸部护理的家用皮肤护理技术、口腔护理的日常口腔深度清洁和检测技术、头部护理的头皮头发养护技术、皮肤检测的光谱透视技术等的实现方式和应用场景。同时，公司秉承技术共享的理念，注重不同品类之间广泛展开研发和设计的合作共享和交叉应用，从技术应用的深度和广度挖掘更多应用场景，2023 年将重心侧重于电子类、AI 智能类的技术研究并实现创新突破，报告期推出微气泡口腔护理、可切换水花冲牙器、微电流花洒、家用皮肤检测笔、商用检测仪、智能冲牙器等相关产品。报告期，新申请专利 90 项，其中发明专利 37 项，智能儿童口腔检测笔先后获得了 2023 年德国红点设计奖和日本 G-mark 设计奖。

积极拓展多元客户，保障业务快速发展。美容健康事业部除共享厨卫健康类品牌客户资源外，其目标客户还包括全球知名的美容仪器品牌、个护健康品牌、综合家电品牌、美妆日化品牌等各类客户，并已同全球多个主要客户建立合作项目。报告期，新产品新项目的转化数量和新客户的开发均取得较大的突破。

积极建立产品质量、安全及合规性防线，践行"产品输出，认证先行"，寻求与业内的权威机构展开项目合作。美容健康品类积极保持与客户沟通所在地的产品认证和许可事宜，已主动申报并取得国内外的多项认证，如美国的 FCC、FDA，欧盟的 CE，加拿大的 CSA、SGS 的 ISO 13485 体系等认证，并取得了由福建省药监部门颁布的医疗器械生产许可证；报告期，公司加大实验设备投资完善测试能力，提高产品设计验证能力和产品可靠性检测能力；推进自动化投资建设，实现降本增效；生产系统导入数字化与信息化，通过 MES 系统确保产品生产过程质量控制能力和生产追溯能力；完成二期生产车间规划建设并实现投产。公司积极与知名高校、三甲医院展开合作，有利于促进多方资源整合，助力美容健康业务探索新技术发展方向。

（3）.积极布局新兴智能健康品类，实现创新成果转化

公司借助内生研发技术共享平台，逐步进行新的智能健康硬件孵化，加快布局新兴智能健康赛道，将健康智能硬件向更广的领域延伸。报告期，主要聚焦于智能健身及智能睡眠监测系统两大品类及场景，积极推进技术创新、新产品验证和转化，进一步开拓全球市场。当期新申请专利 29 项，其中发明专利 8 项，产品入围国外工业设计大赛，并与国内外知名健身品牌、睡眠用品品牌完成新产品新项目的转化，在客户开发方面取得一定的进展。

（4）. AIOT 技术为"IDM 硬件平台"战略赋能

公司智能电子事业部为各品类产品在智能技术及空间互联集成等方面提供底层技术支持与应用创新，既为各单品类产品提供软硬件支持，也为多品类一体化的智能场景或空间方案赋能。报告期，智能电子事业部加大专业 AI 算法团队的建设力度，进一步丰富了脸部、口腔、头皮等人体部位的健康检测、入体姿态的捕捉、睡眠分析等相关的算法，实现在多领域、跨行业相关健康品类产品的创新应用与转化落地。同时注重 IOT 技术的研发及落地，推动 IOT 水平向国际化迈进。

重视并持续加强与国内外实验室及认证机构合作，以全面提升智能电子产品的安全性能和品质，已取得了电气实验室第三方检测机构 DEKRA 与欧陆的资质，完成了多款产品的 CE-LVD、CE-EMC、FCC 等标准认证。报告期，公司继续对智能电子车间及实验室的硬件进一步升级，从产品立项前期评估到样品制作后的模底测试、全流程介入产品的研发，目前实验室具备家用电器安规全项目测试能力及电磁兼容抗扰度 EMS 测试能力，测试能力与专业性第三方机构达到同一水平，同时，多款产品取得 ROHS&REACH、家电国标 GB4706、EN55014、消毒技术规范等标准认证。

（5）. 推进国际化布局，公司投建首个海外制造基地

投建越南制造基地意味着公司在"走出去"的路上主动出击，将产业布局正式开始向海外延伸，推进国际化布局。此外，越南制造基地的投建，将提高公司产品的交付与供给能力，有利于进一步满足海外业务拓展的需求，提升全球范围内的销售能力，为继续深耕国际市场创造更有利的条件，助力公司更加灵活地应对宏观环境波动、产业政策调整以及国际贸易格局，更好地应对未来的国际化竞争。

（6）. 公司践行 ESG 理念，助力可持续发展

公司致力于在生产经营管理中融入环境保护、社会责任和企业治理（ESG）的理念，完善合规体系建设；持续加大研发投入，组建专业研发队伍，推进科技成果转化；落实责任采购，加强客户关系管理；保障员工权益，注重员工职业健康和多样性发展；投身社会公益，共建和谐社区；重视创新创造、绿色环保，通过优化工艺、改进产品、加大管控力度等方式实现从产业链源头减少污染物的产生，减轻了环保治理压力。此外，全资子公司漳州松霖以《构建健康企业，共享美好生活》入选第十六届中国健康教育与健康促进大会暨企业健康企业优秀实践案例，"厂房屋面光伏发电并网"一期正式并网后运行，实现了对电能的有效利用和节能减排的双重目标。今后公司将持续健全 ESG 管理体系，不断提升公司治理水平，履行社会责任，进一步促进公司可持续发展。

（7）. 股权激励落地，助推公司长远发展

为了进一步建立、健全公司长效激励机制，吸引和留住优秀人才，充分调动公司员工的积极性，有效地将股东利益、公司利益和骨干团队个人利益结合在一起，使各方共同关注公司的长远发展，在充分保障股东利益的前提下，按照收益与贡献对等的原则，实行 2023 年限制性股票激励计划，报告期公司股权激励计划正式落地。

2.2 报告期内公司所处行业情况

（一）厨卫行业

厨卫产品被广泛应用于家庭住宅、酒店宾馆、写字楼、商业中心等各类房屋建筑场所，直接与消费者的生活品质息息相关，宏观经济发展周期、房地产销售周期、国民收入水平和消费理念的变化以及存量市场的更新换代需求等，均会对厨卫行业产生一定的周期性影响。

近年来，我国经济持续平稳增长，国家持续推进新型城镇化建设，居民收入显著改善，消费模式和消费结构持续升级，厨卫行业市场规模呈逐年上升趋势。根据国家统计局数据显示，2023 年末全国常住人口城镇化率为 66.16%，比上年末提高 0.94 个百分点；2023 年全年全国居民人均可支配收入比上年增长 6.3%，扣除价格因素，实际增长 6.1%。随着生活水平的提高和消费理念的改变，消费者越来越重视厨房和卫生间的个性化及配套功能，具备时尚和科技创新元素的厨卫产品日然而然地受到广大消费者的重视和青睐，成为日常生活中不可或缺的必需品，更新换代的需求和频率也越来越高。

由于消费者在个人生活品质要求、所处文化背景及个人艺术修养等方面存在差异，市场需求呈现多元化的特点，主要表现在对产品质量、功能、外观、智能化等方面的差异化需求。为了迎合市场需求的多元化趋势，提升消费者对于品质健康生活的感知度和产品使用体验，厨卫产品逐渐向风格化、个性化方向发展，并在交互方式和可视化上做更多的创新，智能健康、绿色环保已逐渐成为厨卫产品被关注和需求的热点、横向集成其他相关产品或功能构建厨卫空间解决方案，也成为厨卫产品发展的一个新风向。根据奥维云网分析，目前整个热水场景在围绕健康化、节能化、智慧化加速升级。对用户来说，喝纯净水的需求会逐步提升为喝矿泉水、富氢水等含有微量元素的健康水，促进净水器产品的健康化、高端化。此外，气泡洗、富氧水、软水功能的产品也给消费者带来高端舒适的体验，使"用热水"成为身心健康的疗愈方式；从消费者的理念变化来看，节能消费已不再是以"省钱"为目的，支持环保已成为一种消费态度；基于"喝"、"用"、"洗"三大场景的融合，产品之间也会有更高的关联度，形成更强的客制化，真正实现智慧用水。

（二）美容个护行业

在"健康 + 颜值"的时代背景下，随着收入和消费水平的提高及消费观念的升级，人们将健康、颜值和高品质视为生活的关键需求，头部、脸部、口腔等身体部位及皮肤的及时清洁、监测和保养已逐渐成为生活日常。操作简单、智能化、携带及使用便捷的各类个人护理工具，具备身体护理、清洁、健康监测等功能，有针对性地为消费者提供干预、预防和治疗的各种功能和方案，把健康管理前移至日常生活和工作中，迎合了消费者各类日常美容保健的需求，广受消费者的追捧和青睐。

目前，全球个人护理家电行业处于较快的发展阶段，根据百谏方略（DIResearch）研究统计，全球线上美容及个人护理产品市场规模呈现稳步扩张的态势，2023 年全球线上美容及个人护理产品市场销售额将达到 619.8 亿美元，预计 2030 年将达到 2073.1 亿美元，2023-2030 年复合增长率（CAGR）为 18.83%。受国外文化和消费习惯的影响，国内新生代消费理念和价值观念都在发生转变，尤其是在美容、口腔、头部等护理领域，推动了国内个人护理产品市场的快速增长，中国市场正在逐渐成为国际美容及个人护理品牌商的重要市场。

根据百谏方略（DIResearch）研究统计，全球口腔护理市场规模呈现稳步扩张的态势，2023 年全球口腔护理市场销售额将达到 2408.6 亿元，预计 2030 年将达到 2919.5 亿元，2023-2030 年复合增长率（CAGR）为 2.79%。近年来，国内经济的发展及《中国防治慢性病中长期规划（2017-2025）》、《健康口腔行动方案（2019-2025）》等政策不断在助推口腔护理行业的发展，国内大众口腔健康意识逐步提升，消费者对口腔健康意识的兴起和不断增强，消费者对口腔护理产品需求日趋多元化带动了专业口腔护理产品的普及，口腔清洁工具已经从牙刷升级到电动牙刷，再到冲牙器等产品，中国消费者正在经历由浅层护理到深层护理的转变。

据世卫组织调查统计，我国脱发人群已超 2.5 亿，平均每 6 人就有 1 人有脱发问题，且呈现明显的低龄化趋势。消费者个人健康及头皮护理需求及意识在不断提升，单一的清洁已无法满足用户的需求，多步骤养护习惯逐渐养成后，其品类也更加趋于多元化，升级为具备功能丰富、使用简单、携带方便以及时尚感强的健发仪。

全球能量源医美器械行业规模在新品迭代与技术创新下维持可喜增长，产品升级迭代由激光、强脉冲光等浅层能量源设备逐步向射频、超声等深层能量源发展，追求健康、科学美容、整体性皮肤健康为当下主要趋势。基于魔镜 oversea 产品分析，2023 年全球美容仪器市场销售额达到了 4259 亿元，预计 2030 年将达到 12178 亿元，年复合增长率为 16.0%。北美是全球最大的美容仪器市场，约占 38%的市场份额，其次是欧洲，约占 26%的市场份额。

根据 statista 的数据，美国脱毛相关产品用户约 2780 万，预计到 2031 年全球脱毛市场价值将达到 19 亿美元。其中，2023 年美国脱毛仪市场价值近 4 亿美元，预计到 2030 年将达到近 6 亿美元，行业前景十分广阔。此外，部分美容仪厂商将 AI 测肤算法嵌入到了美容仪中，来满足海外用户获得针对性护肤的愿望。

随着全球美容个护行业产品、技术的不断创新，产品形式、种类、功能日趋丰富，客户需求被不断挖掘出来。并且，在快节奏的现代生活中，功能多样且趋于小型化的口腔护理、面部护理、头部护理的市场需求不断增加，为整个美容个护家用美容仪器市场提供增长动力。

2.3 报告期内公司从事的业务情况

（一）主要业务及主要产品

公司以"IDM 硬件隐形冠军孵化平台"战略为导向，主要业务包括厨卫健康品类、美容健康品类和新兴智能健康品类，以模式共享、制造共享、技术共享为理念，以智能、健康、绿色赋能产品价值，聚焦 IDM 硬件产品的研发设计和智能制造，提升细分市场领域产品覆盖率、致力于为全球各大专业的知名品牌商、大型连锁零售商、品牌电商等提供具有"创意、设计、制造"高附加值的 IDM 硬件产品。

厨卫产品和健康生活有较强的关联，目前厨卫产品的升级方向主要以智能化、健康化和绿色化为出发点，为厨卫空间场景提供更优化的健康生活创新方案，实现从满足消费者的基础生活需求升级为创造更具价值的智能健康、绿色环保的新需求。公司现阶段的主要产品包括淋浴器、节水花洒、节能龙头、智能马桶、智能浴室柜等。该品类产品在深耕厨卫健康产品的基础上，以技术创新带动公司业务的稳健增长，不仅仅局限于单一健康产品，而是向上集成为厨卫健康空间，厨卫空间的智能健康联动方案将是公司后续重点的创新方向。

美容健康品类已成为公司快速成长的新业务，产品包括 SPA 美容花洒、美容仪、冲牙器、健发仪、智能测肤仪等细分单品。目前，公司逐年加大该细分品类相关的研发人才、专业生产和实验设备的投入，坚持以技术创新唤醒消费者的健康需求，以技术提升生产制造能力和效率。该业务面向新兴快速成长的市场，具有极大的成长空间和发展前景，已成为公司业务的第二增长点。

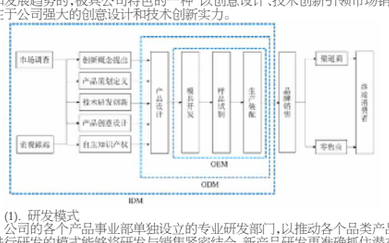
除美容健康品类外，公司逐步进行其他新兴智能健康硬件孵化，目前主要聚焦于智能健身及智能睡眠监测系统两大品类及场景，产品功能开发更加深入，更趋向于智能化。在技术创新和产品转化方面存在一定的积累，正在加快有价值客户开发，预计未来有着较大的市场成长空间。

厨卫健康品类

美容健康品类

（二）经营模式

IDM（Innovation Design Manufacturer，创新设计制造商）模式是对传统 ODM 模式的升级和优化，由公司利用自有资源对区域市场状况及消费需求趋势进行分析研究，提出产品创新概念，形成完整的产品策划方案，并由公司自行完成产品创意设计，研究开发产品相关技术解决方案，最终向客户交付包含公司专利技术、创意设计等自主知识产权的产品模型、技术模组或成型产品。IDM 模式产品包括了公司发明专利、实用新型专利、外观设计专利等自主知识产权，包含了公司的技术创新和设计创意。IDM 模式是公司在与国际知名品牌客户长期稳定深入的合作实践中发展起来的，符合行业特点和发展趋势的，极具公司特色的一种"以创意设计、技术创新引领市场销售"的经营模式，其核心基础在于公司强大的创意设计和技术创新实力。



(1). 研发模式

公司的各个产品事业部单独设立的专业研发部门，以推动各个品类产品的创新升级。由事业部单独进行研发的模式能够将研发与销售紧密结合，新产品研发更准确抓住潜在客户群体的真实需求，从而充分保证研发以市场需求为导向，提高新品研发的转化率。

公司还设有智能电子技术研发中心，为各个事业部提供电子、智能技术的研发支持。公司建立了囊括全球各区域最新产品与设计的统一数据库，各事业部研发部门均可利用大数据技术确立新产品的研发方向。

(2). 采购模式

公司制定完备的管理制度和标准体系，严格执行供应商引入和持续评价机制，并与合格供应商签订框架式（基本供货合同）规范双方的权利及义务。

公司采购主要包括原材料采购和零配件采购，对原材料设定安全库存量。采购计划由营销中心接到客户产品订单后在 SAP 系统内生成的销售订单触发，经物流部、质量部审核评估后，由系统将订单产品自动按物料清单对生产所需的材料和零配件进一步分解，物流部计划课再综合考虑原材料和零配件的库存情况、交货期限、生产状况等因素加以制定。

公司采购部"综合考虑规格型号、质量、价格、交货能力以及实际订单需求等因素，在合格供应商名录中选取符合条件的供应商下达采购订单进行批量采购。对于非标准零配件，因其在规格型号、适配产品等方面差异较大，公司一般向供应商提供该类零配件的加工图纸，并规定生产期限，经检验合格后确认采购。

(3). 生产模式

公司主要采取以市场为导向，以销定产的"订单式"生产模式。公司面向的客户市场，具有多批次、小批量的采购特点，不同客户以及同一客户不同批次的订单对于产品的规格、型号、尺寸等方面的要求差异较大，需根据客户的订单要求进行定制化生产，绝大部分产品属于非标准化产品。公司坚持自主生产为主，辅以工序外协生产的生产方式，外协生产目的在于缓解部分产能不足问题。

(4). 销售模式

公司品类 IDM 业务的销售主要通过 IDM、ODM 等模式向特定客户直接销售，该类主要客户是国际知名／高端厨卫、家居、美容健康品牌商、大型连锁零售商以及品牌电商，不存在公司自主品牌产品销往境外的情形。

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	
		调整后	调整前		调整后	调整前
总资产	4,252,186,255.10	4,417,165,140.01	4,417,064,231.50	-3.73	4,035,677,985.37	4,035,660,716.08
归属于上市公司股东的净资产	2,571,610,584.04	2,175,327,553.07	2,175,201,699.00	18.22	2,226,330,922.08	2,226,277,968.48
营业收入	2,983,419,869.92	3,180,528,353.42		-6.20	2,976,998,535.41	2,976,998,535.41
归属于上市公司股东的净利润	352,489,798.47	261,215,301.40		34.94	301,351,072.61	301,298,119.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	357,737,426.74	287,999,404.00		24.21	252,899,804.14	252,846,850.54
经营活动产生的现金流量净额	476,768,736.63	615,497,173.28		-22.54	288,252,435.50	288,252,435.50
加权平均净资产收益率(%)	15.24	12.81	12.81	增加 2.43 个百分点	14.29	14.28
基本每股收益(元／股)	0.97	0.65	0.65	49.23	0.75	0.75
稀释每股收益(元／股)	0.92	0.65	0.65	41.54	0.75	0.75

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	604,789,335.11	790,155,356.69	798,683,232.46	789,791,945.66
归属于上市公司股东的净利润	43,707,374.03	76,735,145.88	183,588,738.74	48,458,539.82
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	39,792,165.03	93,710,365.68	156,727,198.85	67,507,697.18
经营活动产生的现金流量净额	95,454,148.46	9,370,066.71	194,006,471.85	177,938,049.61

报告期末公司前三年主要会计数据和财务指标的说明

追溯调整的原因说明：

公司自 2023 年 1 月 1 日起执行财政部颁布的《企业会计准则解释第 16 号》"关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理"规定，对在首次执行该规定的财务报表列报最早期间的期初至首次执行日之间发生的适用该规定的单项交易按该规定进行调整。对在首次执行该规定的财务报表列报最早期间的期初因适用该规定的单项交易而确认的租赁负债和使用权资产，以及确认的弃置义务相关预计负债和对应的相关资产，产生应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的，按照该规定和《企业会计准则第 18 号——所得税》的规定，将累积影响数调整至财务报表列报最早期间的期初留存收益及其他相关财务报表项目。

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)	8,037
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	9,585
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

前十名股东持股情况

股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
松霖集团投资有限公司		124,751,108	31.11		无		境外法人
周华松		89,736,506	22.38		无		境内自然人
厦门松霖投资管理有限公司		88,965,300	22.19		质押	27,070,000	境内非国有法人
吴文利		31,243,380	7.79		无		境内自然人
周华柏		5,940,376	1.48		无		境内自然人
厦门启卓智创投资合伙企业(有限合伙)	-251,500	5,049,500	1.26		无		其他
厦门联正智创投资合伙企业(有限合伙)	-1,569,100	3,731,900	0.93		无		其他
周丽华		2,970,188	0.74		无		境内自然人
吴斌	1,572,100	1,572,100	0.39		无		境内自然人
CHEN JIAN HUA	1,566,200	1,566,200	0.39		无		境外自然人

前十名股东中回购专户情况说明　不适用

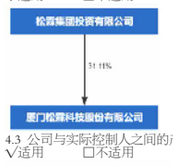
上述股东委托表决权、受托表决权、放弃表决权的说明　不适用

上述股东关联关系或一致行动的说明　松霖集团投资有限公司系本公司控股股东，厦门松霖投资管理有限公司持有松霖集团投资有限公司 100.00%的股权，公司董事长周华松先生和公司副董事长吴文利女士分别间接持有厦门松霖投资管理有限公司 85.00%和 15.00%的股权；公司董事长周华松系厦门启卓智创股权投资合伙企业（有限合伙）、厦门联正智创股权投资合伙企业（有限合伙）的执行事务合伙人，周华松先生与吴文利女士系配偶关系，周丽华女士系周华松先生之妹，周华柏先生系周华松先生之弟；周华松先生、吴文利女士二人是本公司的实际控制人。

表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明　不适用

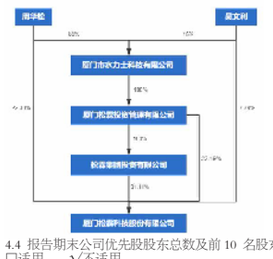
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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，2023 年公司实现营业收入 29.83 亿元，同比减少 6.20%；归属于上市公司股东的净利润 3.52 亿元，同比增长 34.94%；截止报告期末，公司总资产 42.52 亿元，同比减少 3.73%。

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

证券代码：603992　证券简称：松霖科技　公告编号：2024-018
债券代码：113651　债券简称：松霖转债

厦门松霖科技股份有限公司 2024 年第一季度报告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要内容提示

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、准确、完整，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。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人（会计主管人员）保证季度报告中财务信息的真实、准确、完整。

第一季度财务报表是否经审计

□是　√否

一、主要财务数据

（一）主要会计数据和财务指标

单位：元　币种：人民币

项目	本报告期	本报告期比上年同期增减变动幅度(%)
营业收入	681,036,666.55	12.61
归属于上市公司股东的净利润	111,332,113.46	154.72
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	102,220,269.00	156.89
经营活动产生的现金流量净额	131,011,744.62	37.25
基本每股收益(元／股)	0.27	145.45
稀释每股收益(元／股)	0.27	145.45
加权平均净资产收益率(%)	4.23	增加 2.24 个百分点
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减变动幅度(%)
---	---	---	---
总资产	4,110,729,337.44	4,252,186,255.10	-3.33
归属于上市公司股东的所有者权益	2,692,377,372.78	2,571,610,584.04	4.70

（二）非经常性损益项目和金额

√适用　□不适用

单位：元　币种：人民币

非经常性损益项目	本期金额	说明
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-66,417.32	
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按既确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	7,159,084.99	
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	3,810,067.93	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	233,035.16	
其他符合非经常性损益定义的损益项目		
减：所得税影响额	2,023,926.30	
少数股东权益影响额(税后)		
合计	9,111,844.46	

对公司将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》未列举的项目认定为的非经常性损益项目且金额重大的，以及将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》中列举的非经常性损益项目界定为经常性损益的项目，应说明原因。

□适用　√不适用

（三）主要会计数据、财务指标发生变动的情况、原因

√适用　□不适用

项目名称	变动比例(%)	主要原因
主要会计数据和财务指标		
归属于上市公司股东的净利润	154.72	主要系订单增长及 2023 年 9 月处置了松霖家居公司的影响
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	156.89	
基本每股收益(元／股)	145.45	
稀释每股收益(元／股)	145.45	
合并利润表项目		
销售费用	-34.63	主要系 2023 年 9 月处置了松霖家居公司的影响
财务费用	-159.43	主要系去年同期人民币小幅升值产生汇兑损失，而本期外币资产资金即期结汇汇率较高产生汇兑收益
所得税费用	182.44	主要系本期利润总额增加
合并现金流量表项目		
经营活动产生的现金流量净额	37.25	主要系由于营收增加
投资活动产生的现金流量净额	不适用	主要系由于结构性存款的净投资支出减少
筹资活动产生的现金流量净额	-423.45	主要系本期支付倍杰特少数股权收购款

二、股东信息

（一）普通股股东总数和表决权恢复的优先股股东数量及前十名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	9,585	报告期末表决权恢复的优先股股东总数(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	持股数量	持股比例(%)	持有有限售条件股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
松霖集团投资有限公司	境外法人	124,751,108	30.58		无	
周华松	境内自然人	89,736,506	21.99		无	
厦门松霖投资管理有限公司	境内非国有法人	88,965,300	21.81		质押	20,030,000
吴文利	境内自然人	31,243,380	7.66		无	
周华柏	境内自然人	5,940,376	1.46		无	
厦门启卓智创投资合伙企业(有限合伙)	其他	5,049,500	1.24		无	
厦门联正智创投资合伙企业(有限合伙)	其他	3,731,900	0.91		无	
周丽华	境内自然人	2,970,188	0.73		无	
陈斌	境内自然人	2,500,000	0.61	1,000,000	无	
CHEN JIAN HUA	未知	1