

证券代码：002979

证券简称：雷赛智能

公告编号：2022-014

深圳市雷赛智能控制股份有限公司 2021 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。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以未来实施分配方案时股权登记日的总股本扣除公司回购专户上已回购股份后的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2.00 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

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	雷赛智能	股票代码	002979
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	向少华	左诗语	
办公地址	深圳市南山区沙河西路 3157 号南山智谷产业园 B 座 20 层	深圳市南山区沙河西路 3157 号南山智谷产业园 B 座 20 层	
传真	0755-26906927	0755-26906927	
电话	0755-26400242	0755-26400242	
电子信箱	ir@leisai.com	ir@leisai.com	

2、报告期主要业务或产品简介

2021年，虽然面临全球疫情反复，以芯片为代表的IC供应局面紧张、原材料价格持续上涨等诸多因素影响，但随着中国“十四五”将全面开启社会主义现代化强国建设新征程的重要发展机遇，以“碳达峰、碳中和”目标引导，推动智能制造产业转型升级、实现践行绿色可持续发展，中国运动控制行业面临着历史性的“机器换人”产业浪潮，为公司及国内同行都带来难得的发展机会。

行业格局现在将继续呈现三大变化趋势：

第一是市场规模快速增长趋势：由于政治、经济、社会、科技等多方面力量的推动，“机器换人”的产业趋势带动运动控制需求的持续、波动性增长；中国作为全球最大的制造业国家，其智能制造升级将在未来十年中带来运动控制需求规模的数倍增长；服务业的信息化、自动化和智能化也会带来“机器换人”的热潮，并且带来运动控制需求的大幅增长。

第二是运动控制国产化趋势：步进产品已经由国产品牌占据主导地位，伺服类产品和控制类产品也出现越来越明显的进口替代趋势，国产品牌已经逐步被下游设备制造业大部分客户认可，国产品牌市场占有率将会持续、稳步提升。

第三是产品技术的总线化、精品化、智能化趋势：工业互联网和物联网技术越来越普及，相关产品技术受到中高端客户的普遍欢迎，国产品牌的产品技术与国际一流品牌越来越接近。

（一）公司从事的主要业务、主要产品及用途

公司是国内智能装备运动控制领域的领军企业之一，为国内外上万家智能装备制造企业提供稳定可靠、高附加值的运动控制核心部件及系统级解决方案。公司坚持“成就客户、共创共赢”的经营理念，持续对标全球最优秀同行，以先进的运动控制产品技术和贴身的顾问式服务开展进口替代，以“直销为主+经销为辅”的渠道模式进行大行业营销和解决方案营销，逐步成长为“中国龙头、世界一流”的专业化运动控制集团。

公司专业从事智能装备运动控制核心部件的研发、生产和销售，主要产品为伺服系统、步进系统、控制技术类产品三大类，为下游设备客户提供完整的运动控制系列产品及组合型解决方案，帮助客户构建出快速、精准、稳定、智能的运动控制设备。公司产品以适用面广泛的通用型系列产品为主，极少数情况下也为大行业和大客户提供针对性定制产品。公司产品已经广泛应用于智能制造和智能服务领域的各种精密设备，例如3C制造设备、5G制造设备、半导体设备、PCB/PCBA制造设备、光伏设备、锂电设备、物流设备、特种机床、包装设备、工业机器人、医疗设备等。

公司主要产品如下：

伺服系统类：交流伺服驱动器、交流伺服电机、低压伺服驱动器、低压伺服电机、一体式伺服电机等。

步进系统类：开环步进驱动器、开环步进电机、闭环步进驱动器、闭环步进电机、一体式步进电机等。

控制技术类：运动控制器、运动控制卡、PLC、远程IO模块、人机界面、机器视觉等。

2、经营模式

公司坚持聚焦智能制造装备运动控制行业，依靠点点滴滴、锲而不舍的艰苦追求，为全球智能装备行业客户提供运动控制系列产品及解决方案，持续为客户创造最大价值，努力成长为世界级领先企业。

（1）研发管理模式

公司始终坚持以技术研发和产品创新为业务发展的核心驱动力，产品研发创新体系包括产品中心、研发中心和测试中心三大部分。产品中心主要负责组织目标市场客户需求调研分析，友商竞品分析，产品规划和产品管理；研发中心主要负责技术预研，技术平台、产品平台的搭建，产品项目的研发实施；测试中心主要负责产品测试工作，对新品设计的质量把关。在研发项目组织上采用项目管理制，促进协同工作，以保障产品研发质量、提升研发效率。

公司在IPD（Integrated Product Development）集成产品开发理念基础上，创新性地拓展为IPDPI（Idea/Product/Development/Proof/Into-market）五步创新流程。IPDPI产品创新流程是一个“（需求）从客户中来，（满足需求）到客户中去”的端到端运作流程。核心包括从调研挖掘客户需求、制定解决方案、开发对应方案的产品、验证确认产品、满足客户需求的全过程控制，以满足客户对产品功能、产品质量、成本、交付时间和可靠性方面的需求，为客户提供最有竞争力的优质爆品。

IPDPI产品创新流程分为idea产品概念阶段、product产品定义阶段、development产品开发阶段、proof产品测试验证阶段、into-market产品市场推广阶段，共5个阶段，贯穿实施于每一个新品的研发过程。

（2）采购模式

公司物料采购采取市场需求驱动的物料需求计划（MRP）采购模式，将实际的客户订单与客户需求预测相结合为基础，制定滚动的生产计划，据此制定物料需求计划和采购计划，经审批通过后执行。

公司建立了跨部门的供应链管理专家小组、建立了完善的供应商管理流程和物料采购管理流程及相关配套制度，与供应商持续保持质量监控和质量改善的交流互动，定期对供应商进行评估，淘汰不合格供应商的同时引进新的有竞争实力的供应商。通过流程与制度体系的建立和规范管理，保证物料的及时供应和质量可靠，共同促进质量管理水平的稳定上升。

（3）生产模式

公司生产模式采取外协生产和自主生产相结合方式，公司产品由半成品组件和结构组件

组合而成，PCBA半成品加工属于投入较大的非核心生产工序，主要采用外协生产完成；自主生产则是完成半成品组装、软件烧录、测试和检验等核心工序，以此严格控制产品质量。

公司的生产策略采用备货式生产和订单式生产相结合模式，即标准品备适量安全库存数+滚动批量生产，非标定制品按订单生产，并充分兼顾生产计划的原则性和灵活性。公司生产严格遵循提出计划、制定计划和执行计划的工作程序。

(4) 营销管理模式

公司采取行业营销、区域管理的销售模式，建立了“行业直销+区域经销”的销售体系，并以直销为主、经销为辅的方式，构建“行业带动区域、区域推动行业”的有机组合，形成了覆盖全国的营销服务网络，及时为客户提供贴身服务，以达到快速响应的效果。

公司坚持“深挖老行业，开拓新行业”的市场营销策略，通过推进营销组织变革，打造行业“重装旅”，深入洞察新老用户需求，产品的应用领域不断拓展，新客户开发及订单获取情况良好，为公司不同类型产品应用积累了大量的用户资源，推进公司业务稳步发展。

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

单位：元

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	1,647,131,352.99	1,378,560,778.94	19.48%	783,192,532.52
归属于上市公司股东的净资产	1,066,992,086.88	1,088,417,810.47	-1.97%	600,548,078.97
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	1,203,158,184.15	946,426,258.88	27.13%	663,263,981.11
归属于上市公司股东的净利润	218,315,646.85	175,993,196.22	24.05%	107,606,978.54
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	203,348,109.03	161,928,648.08	25.58%	88,647,869.25
经营活动产生的现金流量净额	111,258,124.14	114,237,628.31	-2.61%	72,710,575.78
基本每股收益（元/股）	0.73	0.61	19.67%	0.69
稀释每股收益（元/股）	0.73	0.61	19.67%	0.69
加权平均净资产收益率	19.54%	17.73%	1.81%	20.09%

(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	299,276,881.64	344,876,481.75	285,408,897.75	273,595,923.01
归属于上市公司股东的净利润	61,736,561.09	70,130,080.28	54,404,446.59	32,044,558.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	58,177,197.23	65,034,630.59	52,977,139.41	27,159,141.80

经营活动产生的现金流量净额	12,840,136.98	57,662,486.60	486,442.34	40,269,058.22
---------------	---------------	---------------	------------	---------------

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	24,281	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	22,840	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
前 10 名股东持股情况							
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	
李卫平	境内自然人	28.56%	86,130,000	86,130,000			
施慧敏	境内自然人	8.08%	24,360,000	24,360,000			
深圳市雷赛实业发展有限公司	境内非国有法人	7.21%	21,750,000	21,750,000			
宿迁和赛企业管理有限公司		6.08%	18,346,030	0			
诸暨富华睿银投资管理有限公司—浙江华睿弘源智能产业创业投资有限公司	其他	3.88%	11,707,488	0			
宿迁市雷赛智诚企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.52%	4,577,491	0			
杨立望	境内自然人	1.26%	3,800,590	3,175,500			
宿迁雷赛团队企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.92%	2,771,310	0			
李卫星	境内自然人	0.91%	2,740,500	0			

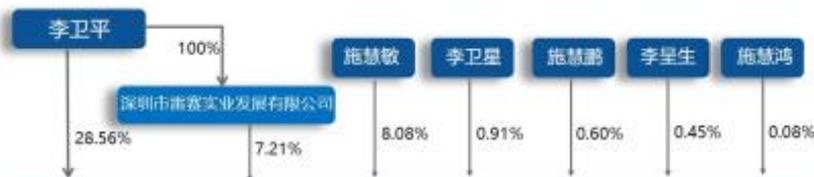
	人					
宿迁雷赛三赢企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.88%	2,645,925		0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	李卫平先生与施慧敏女士为夫妻关系，属于公司共同控制人；深圳市雷赛实业发展有限公司是李卫平先生投资设立的一人有限公司；李卫平先生与李卫星女士为姐弟关系，系李卫平先生的一致行动人；除上述情况外，公司未知上述其他股东之间是否存在一致行动人的情况。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	前 10 名普通股东中珠海阿巴马资产管理有限公司—阿巴马悦享红利 21 号私募证券投资基金通过普通账户持有公司股份 0 股，通过中信建投证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司股份 2,184,000 股，合计持有公司股份 2,184,000 股。					

（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

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）公司发展战略

为抓住历史性的发展机遇，同时实现可持续健康的业务增长目标，公司已开启第三次创业“进军世界一流企业”的伟大征程，初步制定了面向未来5-10年大发展的战略规划、组织规划、人力资源规划等中长期规划。

愿景：成为中国龙头、世界一流的运动控制集团！

使命：聚焦客户关注的挑战和压力，提供有竞争力的运动控制产品与解决方案，持续为客户创造最大价值！

核心价值观：以客户为中心、以奋斗者为本、坚持自我批判、坚持团队协作！

公司的总体战略定位是为国内外智能装备制造业提供稳定可靠、高附加值的运动控制系统精品和整体解决方案。

市场策略方面：在帮助传统行业升级的同时、主攻具有持续快速增长潜力的战略性新兴产业

行业、聚焦大行业大客户；

产品技术策略方面：持续加大研发投入力度并且改进产品研发管理体系、赶超世界一流产品技术水平、在巩固布局步进产品线和控制卡产品线优势的同时，大力提升交流伺服与运动控制PLC的竞争力和附加值、并且大力研发视觉与运动控制协同技术。

组织和人力策略方面：持续构建“以客户为中心”的流程型组织体系，招募和培训人才队伍，匹配具有竞争力的薪酬激励体系，为实现未来若干年的持续快速增长提供平台支撑和有力保障。

生态运维策略方面：以性能优越、质量可靠，多举措实施降本增效，提升产品供应链运营效率，扩大服务的辐射范围，推动网络信息化平台建设，提升生产效率，打造公司核心竞争力。

（二）2022年经营计划

2022年，面对行业需求可能出现的周期性放缓和更加激烈的竞争形势，公司制订了年度业务增长计划和经营策略。

1、聚焦战略性细分行业和客户TCO/TVO，深入调研行业趋势和客户痛点，将运动控制技术与行业典型场景深度融合，携手各方打造出场景化解决方案，以优质产品、超值方案和快速响应来真正成就广大客户。

2、持续加大研发投入，扩充产品系列，进一步提升PLC、伺服系统、步进系统和编码器的竞争力。同时，通过研发机器视觉和运动控制相结合的新产品新技术，构建开放生态，携手生态圈伙伴一起成长，共同为广大设备客户创造更大价值。

3、内部管理变革提效，推进端到端流程型组织变革，建立以“战略导向和目标协同”的集团协同体系，开放吸纳国内外优秀人才，积极变革薪酬激励制度并推进股权激励，调动所有人才为客户和公司创造价值的积极性、主动性和创造力。

4、继续推进供应链管理优化，加强研产销协同联动，保持良好的供应链管理，保障供应链安全，提升供应链控本增效能力和风险管控水平。

5、进一步提升质量管理体系、产品质量水平和服务质量水平，以客户满意为质量目标，以世界级产品水平为参考标准，进一步提升质量体系的科学性、系统性、有效性，避免质量事故和降低质量风险，为未来的业务量级增长提供可靠的保障。

（三）公司未来发展面临的风险

1、研发风险

公司所处行业是技术密集型行业，公司的核心竞争力取决于技术研发能力和持续创新能力。公司的研发立项均是基于对市场需求的充分调研和市场需求预测的判断，从研发到产品推出一般需要半年甚至更长的时间。虽然在进行产品开发实施前公司会进行详尽的市场调研和技术预研，但研发最终能否成功，还受到产品开发周期、推出时机、客户偏好、竞争对手的产品策略、应用市场的发展阶段等诸多因素的影响。若产品研发的方向出现偏差或研发失败，公司的研发项目可能无法实现预期的经济效益，进而可能引致公司盈利能力下降。

应对措施：

(1) 公司将持续加大研发投入，尤其是加大技术预研投入，做好技术储备，缩短产品研发与测试时间。

(2) 公司将持续对标全球最优秀同行，积极做好市场调研工作，加强与客户、行业友商、供应商等行业价值链相关方的沟通，切实保证公司产品满足客户需求。

(3) 公司高度重视同国内知名高校和科研机构的技术合作，通过依托高校的技术和人才优势，加快推进自身产品的研发。公司目前已与哈尔滨工业大学、福州大学等多所国内高校建立了长期合作关系。

2、核心技术人员流失风险

从事运动控制专业的技术人才是公司的重要资源。与国内同行业公司相比，公司拥有一支研发实力和人员规模均处于前列的研发技术团队。随着国内运动控制市场的快速发展，从事运动控制领域的厂商将对研发技术人员产生巨大的需求，公司存在核心技术人员流失而引致的研发实力降低等相关风险。

应对措施：一方面，公司将持续借助优秀的“外脑”资源，协同推动薪酬体系变革，搭建具有竞争力的薪酬激励体系，不断引进核心技术人才，完善技术人才结构；另一方面，公司将加强企业文化建设，营造创新性的企业文化氛围，并积极推动股权激励方案的实施，让核心技术人员招进来，同时留得住。

3、市场竞争加剧的风险

随着我国劳动力成本的上涨以及我国工业装备的自动化、智能化水平不断提升，国内运动控制产品市场的需求保持快速增长，国内外厂商竞相进入。公司凭借差异化的产品、行业解决方案、本土化服务、较低的成本等优势占据了一定市场份额，但目前居于高端市场的外资品牌在不断扩大产品系列，内资品牌也在全面拓展中高端产品市场，市场竞争较为激烈。公司存在因市场竞争加剧引致的经营业绩下降风险。

应对措施：公司将密切关注与切入市场局势中新的机会点，将持续加大研发投入，提高经营管理水平，提升产品质量与服务，为行业客户提供有竞争力的产品及解决方案，同时在深耕的城市和区域提升品牌的知名度和广域度，增强市场影响力，努力提高市场份额，保持优异的成长性和核心竞争力，以充分发挥在技术水平、研发实力、品牌、质量等方面优势，将内生价值嵌入到客户体验中，为其创造更大价值。

4、人员快速增加带来的效率降低的风险

随着经营规模进一步提高，公司人员规模也迅速扩大，人力资源管理的难度不断提高，在人员整合、绩效管理等方面面临新的挑战；若下游需求放缓，公司不能及时适应和调整，可能引发人员增加带来的效率降低风险，将对公司盈利能力产生一定不利影响。

应对措施：公司将进一步完善销售管理流程，打造整体解决方案能力，为一线业务人员提供更强支撑和保障；加强项目立项可行性研究和研发过程管理，优化研发评价体系，持续提升研发效率；进一步完善公司信息化建设工作，梳理内部流程，提高管理效率。

5、原材料价格上涨风险

报告期内原材料价格出现持续上涨，公司坚持以客户为中心的理念，没有将材料价格上涨的压力传递到客户端，而是选择通过产品设计优化和内部管理提效优化来消化原材料价格上涨所带来的成本压力，从2021年的经营情况来看，原材料价格上涨对经营利润产生一些影响；若原材料价格持续上涨，也可能会对公司经营利润造成一定不利影响。

应对措施：公司将持续关注原材料的价格走势和市场的供需状况，加强与战略供应商的合作，通过产品设计优化、生产供应链管理提效、内部管理效率提升等方法，来消除原材料价格上涨所带来的影响；同时公司将密切关注原材料价格上涨对经营利润的影响，适时考虑上调部分产品的价格。