

证券代码：002674

证券简称：兴业科技

公告编号：2022-015

兴业皮革科技股份有限公司 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

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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 291,862,944 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.00 元（含税），不送红股，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

不适用。

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	兴业科技	股票代码	002674
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	吴美莉	张亮	
办公地址	晋江市安海第二工业区兴业路 1 号	晋江市安海第二工业区兴业路 1 号	
传真	0595-68580885	0595-68580885	
电话	0595-68580886	0595-68580886	
电子信箱	wml@xingyeleather.com	taylorz@xingyeleather.com	

2、报告期主要业务或产品简介

公司主要从事天然牛头层皮革的研发、生产与销售。公司产品主要为鞋面用皮革、包袋用皮革、军用皮革、家具用皮革以及特殊功能性皮革等。公司产品定位于中高端领域，主要满足国内外知名品牌的需求，丽荣、森达、红蜻蜓、迪桑娜、菲安妮、利郎、万里马、际华集团、康奈、奥康、宝姿、千百度、雅氏等均为公司的客户。

公司现有安海本部、安东厂区、全资子公司瑞森皮革和兴宁皮业四大生产基地，具备年产牛头层皮近

1.5亿平方英尺的生产能力。

(1) 销售模式

公司采用直销加经销的销售模式，围绕广州地区、温州地区、成都重庆地区、福建地区、桐乡丹阳地区等国内主要皮革产品生产基地搭建销售渠道。针对大的品牌客户，公司采用直销的模式，与客户直接建立联系，及时了解客户的需求，配合其设计团队做定制化的产品研发，为客户提供全方位的服务。同时公司也采用经销商的模式开拓区域市场，借助经销渠道了解市场中小客户的需求和产品特点，有针对性的开发产品，挖掘有效市场。

(2) 采购模式

公司物流采购中心根据公司的年度经营计划，结合原材料库存情况，制定年度采购计划，并根据原材料市场的供需变化和价格波动情况，以及公司的销售情况和产品需求对年度计划进行适时调整。公司的原材料采购分为两类：原材料日常采购和原材料战略储备采购。其中，日常采购是为了满足公司正常的生产经营所需的原材料采购；当原材料的市场供求、价格等因素发生变动时，公司预测未来原材料价格变化趋势可能会进行一些战略性的储备采购。由于公司的采购规模大，在与供应商的谈判中有较强的议价能力。

(3) 生产模式

公司具有完整的生产体系，生产线涵盖从生牛皮到蓝湿皮革到皮胚革再到成品皮革的制革工艺流程。公司根据客户的需求，先打样并经客户确认后，根据订单进行生产。公司按事业部制进行管理，每个事业部都有不同风格的主打产品对接市场，新产品打样周期短、供货快能够满足下游客户订单少批量、多批次、交期快的需求。

(4) 研发设计模式

公司建有双重的研发体系，公司总部建有技术中心，事业部设有产品开发团队，研发信息共享、相互配合。技术中心侧重于前沿性的开发以及皮革基础性的研究，储备新技术和新工艺。事业部的产品开发团队，则侧重于根据市场消费品的流行趋势进行开发，加强与下游客户设计师的沟通，借助技术中心的研发优势，协助下游客户进行新产品开发。

公司的下游是以服饰、鞋、包袋、家具为主的时尚产业，潮流趋势变化快，同时，随着线上销售和直播带货等新型消费模式的崛起，个性化的产品、多品类的需求，使得品牌企业对供应商的柔性化供应和快速反应能力的要求越来越高，供应链的管理显得尤为重要。公司作为天然皮革行业的龙头企业，拥有齐全的天然牛皮革产品品类；公司的研发体系能够配合下游企业进行材料方面的定制化开发，在外观样式和功能性等方面，帮助下游企业提升产品的竞争力。

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

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	3,307,169,863.45	3,089,073,627.58	7.06%	2,975,434,180.40
归属于上市公司股东的净资产	2,300,125,427.67	2,132,531,117.02	7.86%	2,301,711,673.45
	2021 年	2020 年	本年比上年增 减	2019 年
营业收入	1,726,346,976.76	1,460,440,505.08	18.21%	1,587,100,991.37
归属于上市公司股东的净利润	181,310,919.79	115,537,730.38	56.93%	118,024,529.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	169,426,359.26	102,451,065.20	65.37%	114,525,937.03
经营活动产生的现金流量净额	134,810,041.01	179,252,491.64	-24.79%	43,065,583.91
基本每股收益（元/股）	0.6212	0.3910	58.87%	0.3907
稀释每股收益（元/股）	0.6212	0.3910	58.87%	0.3907
加权平均净资产收益率	8.18%	5.28%	增加 2.90 个百分点	5.14%

（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	275,355,337.22	528,327,074.90	431,749,013.87	490,915,550.77
归属于上市公司股东的净利润	19,998,217.65	95,849,722.23	61,489,899.61	3,973,080.30
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	19,646,670.55	88,155,160.71	58,226,380.28	3,398,147.72
经营活动产生的现金流量净额	16,526,390.88	81,763,596.34	-24,620,771.42	61,140,825.21

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

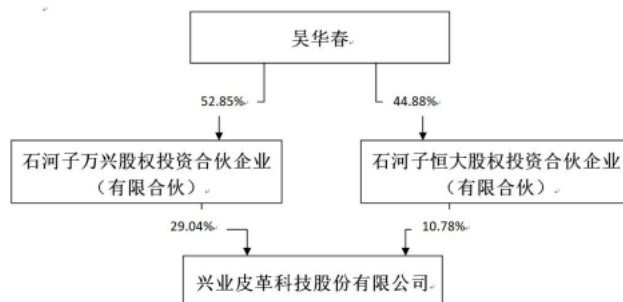
报告期末普通股股东总数	13,255	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	11,950	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条	质押、标记或冻结情况		

				件的股份数量	股份状态	数量
石河子万兴股权投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	29.04%	84,744,000		质押	36,090,000
吴国仕	境内自然人	13.59%	39,666,886		质押	16,910,000
石河子恒大股权投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	10.78%	31,464,000			
荣通国际有限公司	境外法人	6.29%	18,369,800			
华佳发展有限公司	境外法人	3.50%	10,220,700			
施海渤	境内自然人	2.38%	6,960,000			
吴美莉	境内自然人	1.30%	3,794,656	2,845,992		
王坚宏	境内自然人	1.04%	3,024,758			
万荣和	境内自然人	0.47%	1,379,000			
晋江市远大投资管理有限公司	境内非国有法人	0.29%	845,500			
上述股东关联关系或一致行动的说明	石河子万兴股权投资合伙企业(有限合伙)、石河子恒大股权投资合伙企业(有限合伙)、吴国仕、吴美莉为一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	石河子万兴股权投资合伙企业(有限合伙)通过投资者信用证券账户持有 13,000,000 股,通过普通证券账户持有 71,744,000 股。王坚宏通过投资者信用账户持有 3,024,758 股。万荣和通过投资者信用证券账户持有 380,000 股,通过普通证券账户持有 999,000 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

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

不适用。

三、重要事项

1、经营情况分析

2021年度，公司整体的经营情况与行业景气度趋势基本一致。上半年，得益于国内疫情的有效管控，公司的下游企业生产经营快速恢复，同时由于东南亚疫情蔓延导致东南亚订单回流国内，下游订单量的增长带动成品皮革采购需求大幅增加。对此公司决策层在制定2021年度规划时提前进行了预判，准确的抓住了此次的市场机会，并在营销推广、原料采购、产品开发、事业部产品规划和生产制造等方面提前进行了安排。营销中心在广泛收集市场信息，准确把握供需关系的基础上，数次成功上调了公司成品皮革售价，有效地提升了产品毛利率。在巩固和深挖国内市场的同时，公司管理层也关注到国外疫情对产业链的影响，抓住时机进一步拓展公司的海外客户，使得公司出口订单同比去年同期大幅上升。

但是进入下半年，特别是8月开始国内多地疫情时有爆发，给下游的终端零售造成一定的负面影响，公司的下游企业采购逐渐谨慎，并延续至四季度。对此公司对内严抓生产过程管控，稳定产品品质，确保交货周期，有效的实现了客户和订单的稳定。

2021年度公司实现营业收入17.26亿元，对比去年同期增长18.21%，实现归属于上市公司股东净利润1.81亿元，对比去年同期增长56.93%，经营活动现金流量净额1.35亿元，对比去年同期下降24.79%。

（1）市场渠道多元化，深挖市场

公司作为天然牛皮革材料供应商，广泛服务于下游鞋服、包袋、家具等品牌客户。对于成规模的大型品牌客户，公司的客户服务团队以技术和服务作为切入点，建立沟通渠道，配合客户进行新产品的开发，巩固合作基础，根据客户需求提供整体的天然牛皮革材料解决方案。

针对通过网络销售和直播带货崛起的互联网品牌，公司营销中心在其集中分布的区域，通过区域独家代理的模式整合零散的订单，借助公司研发实力和柔性化的供应优势，做好客户服务，挖掘市场潜力。

公司还通过参加展会、举办新品推介会等形式，与下游品牌进行深度交流，分享公司对于天然皮革材料的理解和新的产品设计，通过加强沟通交流和设计服务，更好的满足客户的需求。

（2）双重研发体系，技术引领市场

公司技术研发中心主要着重于皮革的基础性和前沿性的研究，探索新的制革工艺，为公司的未来发展积蓄新技术，同时协助事业部进行产品品质和工艺改进。事业部研发中心侧重于针对客户需求进行定制化的开发，在满足客户需求的同时，协助客户进行产品升级。双重研发体系信息共享、相互配合，分别从行业端新技术、新工艺的创新、新材料的应用，以及产品端时尚性、舒适性、功能性的改善，共同推进科研成果转化，通过技术研发引领公司发展。

报告期内公司针对时下流行的小白鞋，开发了耐黄变系列、防污系列、绵软系列、光敏系列等多种白皮，同时还推出了天然无金属鞣制生态皮革，通过一张张品类各异，兼具功能性的皮革展示公司在天然皮革领域的技术积累。

（3）抓住时机，发力海外市场

公司通过引入在服务国际品牌方面有着丰富经验的生产、技术团队，使得公司在生产及产品研发的节

奏逐步适应和满足国际品牌的需求。2021年度由于东南亚新冠疫情爆发，大量外销订单回流中国，公司抓住机会，同时借助公司的原材料批量采购的资源优势、生产平台的规模优势，在出口销售持续发力。报告期内，公司出口销售额达到2.23亿元，外销比重大幅提高。

（4）分事业部管理，快速响应市场

公司实行分事业部制管理后，通过对各事业部总经理充分授权，减少管理层级，加快市场反应速度，更好的满足下游客户订单多批次、小批量、交期快，柔性化供应的需求。此外，各事业部之间进行信息共享，好的经验相互借鉴，形成良性互动。同时根据每个事业部的需求配置资源，充分激发事业部的灵活性。

兴业皮革科技股份有限公司

2022年4月23日