证券代码:603997 证券简称:继峰股份 公告编号:2025-037
转债代码:110801 转债简称:继峰定01

宁波继峰汽车零部件股份有限公司关于回复2024年年报信息披露监管问询函的公告

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。

宁波继峰汽车零部件股份有限公司(以下简称"公司")于近期收到上海证券交易所出具的《关于宁波继峰汽车零部件股份有限公司2024年年度报告的信息披露监管问询函》(上证公函【2025】0394号,以下简称"《问询函》")。根据《问询函》的有关要求,公司和中介机构就相关问题进行了认真讨论,并逐项回复。现将回复内容公告如下:

一、关于经营业绩。年报显示,公司2024年实现营业收入222.55亿元,同比增长3.17%,归母净利润-5.67亿元,扣非后归母净利润-5.48亿元,同比由盈转亏。分板块看,乘用车座椅业务增长迅速,2023年5月开始量产,2024 年实现营业收入31.10亿元,同比增长375%,占总收入规模的13.97%;分地区看,境外收入占比59%,毛利率仅为6.79%,远低于国内 24.31%的毛利率。请公司:

(1)结合行业趋势、市场竞争、业务结构、成本费用控制能力等,详细说明报告期内营业收入增长但净利润大幅下滑的具体原因及合理性,经营性利润变动趋势是否与同行业可比公司存在显著差异,并结合意向订单规模、毛利率改善预期、海外整合进展及市场需求变化等,审慎评估公司持续盈利能力,未来是否会继续亏损,并充分提示风险;

(2)补充披露公司乘用车座椅业务具体开展情况,包括但不限于业务模式、在手订单、交付周期、产能利用率、前五大客户及供应商情况(含合作时间、金额、结算模式、信用政策及关联关系等)等,并结合下游排产计划、行业竞争格局及产能布局等,论证报告期内乘用车座椅业务收入快速增长的合理性与可持续性;

(3)结合行业趋势、市场供需关系、客户结构、成本构成差异及产品技术附加值,详细分析境内外业务毛利率差异较大的原因及合理性。

回复:

(一)结合行业趋势、市场竞争、业务结构、成本费用控制能力等,详细说明报告期内营业收入增长但净利润大幅下滑的具体原因及合理性,经营性利润变动趋势是否与同行业可比公司存在显著差异,并结合意向订单规模、毛利率改善预期、海外整合进展及市场需求变化等,审慎评估公司持续盈利能力,未来是否会继续亏损,并充分提示风险;

1、营业收入增长原因

汽车行业电动化、智能化是行业发展的大趋势。在比亚迪、特斯拉、理想、蔚来、小鹏等新能源汽车主机厂的推动下,国内新能源汽车的市场渗透率逐步提升。2024年,中国新能源汽车的渗透率达到了40.9%。在此过程中,公司紧抓行业发展机遇,在原有座椅头枕、扶手、商用车座椅等产品的基础上,成功开发出乘用车座椅等新产品。随着这些新产品的项目逐步量产,公司的营业收入稳步增长。

2023年、2024年公司分产品的营业收入如下:

单位:人民币亿元

项目	期间	乘用车座椅产品	非乘用车座椅产品		合并抵消	合并后金额
			继峰分部	格拉默分部		
营业收入	2024年	31.10	37.02	161.04	-6.61	222.55
	2023年	6.55	34.20	177.23	-2.26	215.71
变化金额	2024年	24.55	2.83	-16.19	/	6.84

2024年与上年相比,公司收入规模增加了6.84亿元,其中,

(1)2024年,公司乘用车座椅业务实现收入增加24.55亿元,较上年同期显著增长,主要得益于本年度新增的乘用车座椅量产项目。2023年,公司乘用车座椅业务仅有一个量产项目,而2024年则有3个项目顺利进入量产阶段。截至2025年2月28日,公司已累计获得定点项目21个。

(2)在非乘用车座椅产品领域,继峰分部的非座椅产品收入较上年同期增加2.83亿元,而格拉默分部的非乘用车座椅产品收入则较上年同期减少16.19亿元。格拉默分部非乘用车座椅产品收入的下降主要系格拉默EMEA区(欧洲、中东及非洲地区)受到宏观经济环境及市场需求疲软的影响,导致其收入出现下滑。

2023年、2024年公司分地区的主营业务收入如下:

单位:人民币亿元

项目	期间	国内	国外
主营业务收入	2024年	90.99	130.37
	2023年	67.21	147.55
收入增长率	2024年	35.38%	-11.65%

根据中国汽车工业协会数据,2024年我国汽车销量同比增长4.5%。根据欧洲汽车制造商协会(ACEA)数据,2024年德国汽车销量同比下滑1%,法国汽车销量同比下滑3.2%。

按产品分类来看,公司收入的增长主要得益于新产品乘用车座椅的贡献。按地区分类来看,公司国内收入实现显著增长,而国外收入,特别是EMEA区收入有所下降。这一变化趋势与公司业务所在国家的汽车行业整体发展态势保持一致。

2、营业收入增长但净利润大幅下滑的具体原因及合理性

2024年度,公司收入规模虽有进一步增长,但受格拉默整合以及公司产品结构变化等因素影响,营业收入虽有所提升,净利润却出现大幅下滑,全年呈现亏损状态,归属于母公司所有者的净利润为-5.67亿元。

(1)在格拉默整合过程中产生的一次性费用

A、欧洲区人员结构优化导致的一次性费用

2024年度,鉴于欧洲地区人工成本呈逐年上涨趋势,格拉默集团启动了人工成本优化计划,主要包括以下两项措施:一是实施裁员计划;二是将工作岗位从高成本地区(如德国)的工作岗位逐步向低成本国家转移(如中国、塞尔维亚)。上述措施所产生的一次性费用对归属于母公司所有者的净利润影响金额为14,174.81万元人民币。

B、2024年度,为聚焦公司主业,提升核心竞争力,依据公司战略规划及海外资产提质增效整合计划,为增强格拉默在美洲地区的盈利能力与经营效率,格拉默将其持有的TMD LLC的100%股权转让予APC LLC。此次股权处置产生的一次性损失对归属于母公司所有者的净利润影响金额为24,732.69万元人民币。

(2)公司产品结构性变化导致

2024年,受海外宏观经济环境影响,格拉默营业收入合计下降16.19亿元,降幅达9.14%,主要系EMEA区经济疲软及处置TMD LLC股权所致。此外,由于格拉默在欧洲的乘用车业务以中高端车型销售为主,而欧洲经济的疲软导致中高端车型市场需求相对低端车型出现下滑。同时,欧洲经济的疲软也使得格拉默高毛利率的商用车业务需求有所下降(商用车收入占全年整体销售收入的比例从2023年的34.68%降至2024年的31.39%)。在收入规模下降的情况下,部分固定成本未能实现同比例快速压降,从而导致毛利率和净利润均出现下滑。另一方面,公司实施欧洲生产基地人员优化方案,产生工厂人员安置一次性费用2,401.25万元人民币。上述因素共同导致格拉默毛利及净利润规模下降。

2024年,公司国内乘用车座椅业务呈现快速增长态势,实现销售收入31.10亿元,较上年同期增加24.55亿元。鉴于乘用车座椅业务具有显著的规模经济效应,该业务板块于2024年仅实现盈亏平衡。尽管乘用车座椅业务的高速增长显著提升了集团整体销售收入,但尚未对集团利润产生实质性贡献。

综上所述,2024年公司营业收入增长但利润大幅下滑的主要原因包括:公司在整合子公司格拉默过程中产生的一次性费用支出;欧洲宏观经济疲软对格拉默经营产生的结构性不利影响;以及国内乘用车座椅业务虽快速增长但尚未实现盈利等因素的综合作用。

3、同行业公司对比

2024年度,公司境外业务占比高达58.90%,受全球宏观经济波动的影响较为显著。鉴于此,公司选取了若干家具有全球化经营特征的同行业可比公司,对其经营性利润变动趋势进行了对比分析,具体情况如下:

同行业可比公司	扣非归母净利润			扣非归母净利润率	
	2024年度	2023年度	同比变动	2024年度	2023年度
Adient plc(安道拓,百万美元)	18.00	205.00	-91.22%	0.12%	1.33%
Autoliv, Inc.(奥托立夫,百万美元)	646.00	488.00	32.38%	6.22%	4.66%
Forvia SE(佛吉亚,百万欧元)	-185.20	227.60	-181.37%	-0.69%	0.84%
Lear Corporation(李尔,百万美元)	506.60	572.50	-11.51%	2.17%	2.44%
Magna International Inc.(麦格纳,百万美元)	1,009.00	1,213.00	-16.82%	2.36%	2.83%
Renault SA(雷诺,百万欧元)	752.00	2,198.00	-65.79%	1.34%	4.20%
可比公司平均	/	/	-55.72%	1.92%	2.72%
继峰股份(人民币万元)	-54,808.68	22,212.79	-346.74%	-2.46%	1.03%
一次性事件影响(人民币万元)	-42,844.21				
继峰股份(剔除一次性事件影响)(人民币万元)	-11,964.47	22,212.79	-153.86%	-0.54%	1.03%

注1:境外同行业公司扣非归母净利润取自Capital IQ数据系统扣除一次性事项后归属于母公司所有者的净利润(Net Income to Common Excl. Extra Items)。

注2:继峰股份2024年扣非归母净利润剔除了一次性事件影响:处置TMD损失、裁员费用、业务整合咨询费及单项计提减值准备。

2024年,剔除一次性事件影响后,公司归母净利润为-1.20亿元。其中,继峰分部营业收入增长且实现盈利,亏损主要来源于格拉默分部。格拉默分部剔除一次性事件影响后亏损原因主要包括:TMD LLC经营亏损对归母净利润影响-2.11亿元;此外,欧洲经济疲软导致格拉默欧洲地区营业收入下降,部分固定成本未能同比例削减,进而拖累格拉默净利润。

同行业可比公司之间净利润同比变动比率存在一定差异,主要原因在于汽车零部件行业整体净利润率水平相对较低,较小的利润额变动即可导致较大的同比变动比率。2023年至2024年期间,全球化经营的可比公司平均净利润率水平分别为1.92%和2.72%。

继峰股份的净利润金额虽有较大变动,但净利润率的变动幅度相对较小。2023年,公司净利润率为1.03%,而2024年下降至-0.54%,较上一年度下降1.57个百分点。

2023年至2024年期间,公司经营性利润呈现下滑趋势,与同行业整体变动趋势保持一致。同时,公司净利润率的变动情况与同行业可比公司相比,在方向上保持一致,但幅度存在显著差异。

4、结合意向订单规模、毛利率改善预期、海外整合进展及市场需求变化等,审慎评估公司持续盈利能力,未来是否会继续亏损,并充分提示风险

2025年度,根据现有意向订单规模,公司预计传统非座椅业务收入将保持稳定,而乘用车座椅业务规模将进一步实现大幅增长。

公司未来的毛利率仍将面临全球经济放缓的挑战。为应对这一挑战,公司已于2024年度推行了以下一系列降本增效措施:

(1)优化欧洲生产基地人力资源配置:包括直接裁员、与当地工会达成削减欧洲总部薪资福利费用的协议,以及实施"Satellite"计划,将高薪资地区的岗位向低薪资国家和地区转移,从而降低成本。上述调整带来的持续性成本节约效应将在后续经营周期逐步释放,预计对中长期毛利率改善产生积极影响。

(2)产业布局整合:2024年,公司将继峰在欧洲的内饰业务转让给格拉默,通过优化产业布局,提高生产效率,实现规模效应,降低生产成本。

(3)联合采购:继续推行联合采购策略,将公司在模具、支杆、泡沫发泡料等生产资料上的采购优势赋能格拉默,进而降低其对外采购成本。

(4)格拉默内部降本增效措施:格拉默自身持续推进全面的结构性降本增效措施,包括优化人员配置、进一步加强供应链管理、深化价值工程(VAVE)、深挖工厂运营效率、控制质量损失等。

(5)处置低效资产:2024年度,格拉默出售了子公司TMD LLC的100%股权,未来该项业务将不再对公司毛利率水平产生不利影响。

(6)改革考核激励管理制度:将欧洲区各个工厂负责人的个人利益与工厂经营效益直接挂钩,推行"能者上、庸者下"的机制,并对经营业绩超预期的工厂实行利益共享机制。

2025年,随着上述降本增效措施的效果逐渐显现,格拉默业务毛利率预计将有较大幅度改善。2025年一季度,格拉默实际毛利率为15.76%(2024年一季度11.83%)。

由于格拉默营业收入占集团的比例达到七成以上,公司整体毛利率水平也将随着格拉默毛利率的提升而有较大幅度改善。2025年一季度,公司实际毛利率为16.32%(2024年一季度为14.68%)。

2025年一季度,公司归属于上市公司股东的净利润为1.04亿元(2024年一季度为0.19亿元),实现同比大幅增长。

5、风险提示

虽然公司2025年第一季度已经实现大幅增长,但公司未来经营仍面临诸多风险,具体详见公司2024年度报告第三节"管理层讨论与分析"之六"公司关于公司未来发展的讨论与分析"中(四)"可能面对的风险"的相关内容。

(二)补充披露公司乘用车座椅业务具体开展情况,包括但不限于业务模式、在手订单、交付周期、产能利用率、前五大客户及供应商情况(含合作时间、金额、结算模式、信用政策及关联关系等)等,并结合下游排产计划、行业竞争格局及产能布局等,论证报告期内乘用车座椅业务收入快速增长的合理性与可持续性;

1、乘用车座椅的业务模式、交付周期及业务开展情况

乘用车座椅作为高度定制化的总成件,在获取主机厂客户的项目定点之后,需要进行定制化研发。通常情况下,项目研发周期为8至24个月不等。在通过客户验收量产前,公司前期需投入大量研发成本。一旦项目进入量产阶段,营业收入规模将可以实现快速爬升,后期规模经济效应明显。

2024年以来,公司乘用车座椅业务多个高质量订单加速落地,不仅新增原客户的新车型订单,且持续新增多个国内头部主机厂新客户订单。同时首次获得海外高端座椅订单。公司成功由国内乘用车座椅供应商转型为全球乘用车座椅供应商,实现了乘用车座椅全球战略0到1的突破。目前,公司的乘用车座椅客户已覆盖海外豪华车企、国内造车新势力龙头企业、国内传统高端合资车企、国内传统头部自主车企;供应车型的能源方式包括新能源车与传统燃油车;市场从中国拓展至欧洲、东南亚。公司乘用车座椅业务的客户结构进一步多元化,市场基础更加广泛、稳固。

2024年度总计向客户交付座椅产品33万套,实现营业收入31.10亿元,同比实现数倍增长(去年同期为6.55亿元)。公司持续加强成本控制和优化生产管理。现阶段,由于跟进订单以及在手订单增加,同时公司为争取更多客户订单,前期研发相关成本费用较高;同时,项目量产前相关项目工厂费用也较高。但运营状况仍优于预期。2024年度,乘用车座椅业务首次实现年度盈亏平衡。

公司预计,2025年度乘用车座椅业务营业收入将继续大幅增长,营业收入预计在50亿元左右。随着规模效应的产生,乘用车座椅业务盈利能力也将得到较大幅度提升。

2、乘用车座椅不断积累在手订单

截至2025年2月28日,公司已获得的乘用车座椅在手项目定点共计21个。在手订单的不断积累,为公司未来规模经济创造条件。公司在手订单具体情况如下表所示(生命周期总销售额为根据客户规划量预测):

序号	客户名称	车型数量(个)	产品名称	生命周期总销售额(亿元)
1	某新能源汽车主机厂A	2	前后排整椅	40
2	某新能源汽车主机厂B	1	前后排整椅	130-150
3	某新能源汽车主机厂C	1	前后排整椅	18-25
4	某新能源汽车主机厂B	1	前中排整椅	58
5	奥迪汽车	3	前后排整椅	80-100
6	一汽大众	1	前后排整椅	57
7	某新能源汽车主机厂B	1	前排整椅	60
8	某头部传统汽车主机厂D	1	前中后排整椅	50
9	某新能源汽车主机厂B	1	前中排整椅	78
10	某新能源汽车主机厂B	1	后排整椅	15
11	德国宝马	1	前后排整椅	120
12	某头部新能源汽车主机厂E	1	前中后排整椅	30
13	某头部主机厂F	1	前后排整椅	27
14	某头部主机厂G	1	前排整椅	14
15	造车新势力品牌主机厂A	1	中后排整椅	17
16	某头部主机厂G	1	前排整椅	10
17	某头部主机厂G	1	前排整椅	33
18	某头部主机厂H	1	前后排整椅	3
19	造车新势力品牌主机厂A	1	中后排整椅	10
20	某头部主机厂C	1	前排整椅	7.4
21	某新能源汽车主机厂B	2	中排座椅	31

3、完善产能布局,新生产基地如期建设并投产

2024年,公司积极推进乘用车座椅领域的新产能建设,以适应业务规模的持续扩大,并确保在售订单能够在未来得以顺利交付。2024年,在合肥基地(一期)的基础上,公司乘用车座椅的常州基地(一期)、芜湖基地、福州基地已如期建成并投产,天津基地、宁波基地、长春基地、北京基地、义乌基地按计划已完成布局并投入建设中,公司国内的产业布局进一步完善。同时,公司与格拉默也在携手积极推进座椅业务全球化布局,在欧洲、东南亚建设乘用车座椅生产基地。

截至2024年12月31日,公司已建成生产基地产能利用情况:

生产基地	投产情况	实际/设计产能(套)	实际产量(套)	产能利用率	备注
常州(一期)	已量产	312,000	200,200	64.17%	2024年二季度开始量产,产量爬升中
北京	未量产	62,400	0	未量产	
合肥(一期)	已量产	200,000	107,724	53.86%	
宁波	未量产	49,920	0	未量产	
义乌	未量产	24,960	0	未量产	
福州	量产	124,800	15,024	12.04%	2024年三季度开始量产,产量爬升中
芜湖	量产	112,320	8,678	7.73%	2024年四季度开始量产,产量爬升中
天津	未量产	124,800	0	未量产	
长春	未量产	102,960	0	未量产	
泰国	未量产	21,210	0	未量产	
捷克	未量产	110,880	0	未量产	
重庆	未量产	待定	0	未量产	

注1:上表中已量产的为实际产能,未量产的为设计产能

注2:合肥基地二期、常州基地二期的扩产项目仍在推进中,完成后产能合计将增加至80万套。

4、乘用车座椅业务前五大客户合作情况

前五大客户	首次合作年度	是否关联方	2024年度交易额(万元)	结算模式
客户A	2023年	否	191,041	寄售结算
客户B	2022年	否	92,520	寄售结算
客户C	2023年	否	5,156	寄售结算
客户D	2023年	否	3,636	寄售结算
客户E	2023年	否	1,265	寄售结算

5、乘用车座椅业务前五大供应商合作情况

前五大供应商	首次合作年度	关联关系	2024年度交易额(万元)	结算模式
供应商A	2022年	第三方	30,863	寄售结算
宁波继峰汽车零部件股份有限公司	2022年	母公司(注)	22,428	到货结算
供应商B	2023年	第三方	21,119	寄售结算
供应商C	2023年	第三方	17,980	寄售结算
供应商D	2022年	第三方	6,746	寄售结算

注:本公司乘用车座椅业务开展实体为上海继峰座椅有限公司等17家子公司。宁波继峰汽车零部件股份有限公司系乘用车座椅业务供应商之一。上述上海继峰座椅有限公司等17家子公司为宁波继峰汽车零部件股份有限公司全资或控股持有,故宁波继峰汽车零部件股份有限公司为其母公司。

6、乘用车业务实现快速增长且可持续

报告期内,继峰股份乘用车座椅业务收入实现快速增长,主要得益于市场需求放量、国产替代加速以及公司的前瞻性产能布局:

(1)下游排产旺盛,核心客户订单稳步增长

截至2025年2月28日,公司乘用车座椅已定点项目21个。其中,4个项目已进入量产阶段。客户A项目于2024年二季度开始量产,客户C的2个项目分别于2024年三季度、四季度开始量产。该些项目在2024年量产后仍在进行产量爬升,并预计在2025年度达到预计产量,届时,相关营业收入将进一步上升。此外,2025年度预计将有8个项目进入量产阶段,乘用车座椅业务营业收入将有望进一步大幅攀升。

(2)行业竞争格局优化,国产替代加速,中国制造出海

乘用车座椅事业部与德国格拉默协同资源,共同开拓欧洲市场,成为德国宝马欧洲新车型前后排座椅总成供应商。项目预计2027年下半年启动,生命周期8年,总金额约为120亿元人民币。公司在德国与美国,以整地区为核心的产品外研发资源,在项目获取的过程中,其技术能力获得德国宝马的认可。捷克生产基地建设平稳推进,预计2025年内建成。该基地将大量引进继峰座椅设计的自动化工艺,结合当地的人工成本优势,强化成本控制能力。海外项目将成为继峰座椅重要增量,同时国内基地陆续进入量产,形成"内外双循环"模式,进一步降低市场风险。

乘用车座椅行业长期由安道拓、李尔等外资主导,随着中国新能源车的进一步渗透,国产技术进一步提升,原有外资企业的优势正在逐步下降和消失,以及比亚迪、理想、蔚来、极氪、领克等国产品牌的销量继续上升,公司凭借成本优势、快速响应能力(就近配套)及技术突破(高端电动调节、轻量化),加速抢占市场份额。2023年度,公司在国内乘用车座椅市场配套产量仅为10万辆,2024年度配套产量超过30万辆,2025年度预计配套为70万辆,国产替代趋势明显。

出于供应链安全和成本控制等因素的考虑,目前国内新能源车企更倾向与本土供应商合作。公司作为头部厂商,已与蔚来、理想、奇瑞、吉利、长安、奥迪、宝马和一汽大众等建立起战略合作关系,未来市场份额将有望进一步提升。

(3)产能布局前瞻,支撑长期增长

为满足业务发展需要,公司在下列汽车产业集群基地已建成以及在建的基地有:长春、天津、合肥、北京、常州、芜湖、福州、宁波、义乌、重庆、泰国、捷克。

公司深化进行垂直整合,自研座椅骨架、发泡、面套等核心部件,内部采取承包制和计件制度,进一步提升员工的主动性,降低外购成本,并建立长期合作供应商,提升项目收益,竞争优势显著。

随着新能源车渗透率提升以及国产替代深化,原有外资的技术优势正在逐步下降。随着更多座椅定点项目的量产以及新项目的定点,叠加智能化座椅推动单车价值提升,公司乘用车座椅业务未来的营业收入将实现长期可持续的增长。

(三)结合行业趋势、市场供需关系、客户结构、成本构成差异及产品技术附加值,详细分析境内外业务毛利率差异较大的原因及合理性。

公司境外收入占比达到58.90%,主要通过在境外直接生产并销售的方式实现。其境外业务的毛利率为6.79%,远低于国内24.31%的毛利率。行业趋势、市场供需关系、客户结构及产品技术附加值对境内外业务毛利率差异形成的影响较小。导致差异的主要原因是境内外成本结构的不同,具体情况如下:

项目	境外		境内		占收入比例差异
	人民币万元	占收入比例(%)	人民币万元	占收入比例(%)	
材料成本	853,777.56	65.50%	565,272.94	62.13%	3.37%
人工成本	253,230.61	19.42%	75,632.18	8.31%	11.11%
其他	108,103.61	8.29%	47,780.21	5.25%	3.04%
合计	1,215,111.78	93.21%	688,685.33	75.69%	17.52%

如上表所示,境外的人工成本占收入比例为19.42%,远高于境内的8.31%,是导致境外毛利大幅低于境内毛利的直接原因。而这种境外与境内人工成本占比的差异,与公司的业务模式密切相关。

公司所处的汽车零部件行业普遍采用"准时制生产"(JIT)与"顺序供应"(JIS)两种生产安排策略。这两种策略要求零部件供应商在主机厂所在地就近布局产能。根据公司客户的分布情况,公司产能主要部署在中国、捷克、德国、墨西哥、美国等地。而这些地区的当地产能,其人工成本受到当地薪酬水平的影响。下表展示了公司产能部署所在地的薪酬情况:

国家	当地薪酬	当地薪酬(折算人民币)	与中国薪酬的比较
捷克	月:45,000至55,000克朗	月:10,800至13,200元	120%
德国	月:4,500至5,500欧元	月:34,757至42,471元	386%
墨西哥	月:15,000至20,000比索	月:5,600至7,500元	65%
美国	月:5,000至6,667美元	月:35,333至47,111元	412%
中国	月:8,000至12,000	月:8,000至12,000	不适用

根据上表数据,公司境外的三个主要产能部署地一一捷克、德国和美国,其当地薪酬水平分别为中国的120%、386%和412%,均显著高于中国。尽管在墨西哥部署的产能在一定程度上节约了人工成本,但这种节约并不能从根本上扭转境外产能人工成本较高的局面。

综上所述,由于公司产能需根据客户需求在客户所在地附近进行部署,而公司境外主要客户集中在德国和美国,这些地区的平均薪酬水平远高于国内导致公司境外人工成本远高于境内。相应地,当地高人工成本也直接导致本地采购成本和当地机器设备成本偏高,因此公司境外业务的毛利率远低于境内业务。

二、关于经营性现金流。年报显示,公司报告期内经营性现金流净额为2.70亿元,同比下降 83.64%。分季度看,公司一至四季度实现收入分别为52.87亿元、57.19亿元、59.00亿元、53.49亿元,实现净利润分别为0.19亿元、0.34亿元、-5.85亿元、-0.35亿元,经营活动产生的现金流净额分别为2.01亿元、-3.05亿元、-3.24亿元、6.98亿元。请公司:

结合行业季节性特征、业务结算模式及客户类型等,分季度说明营业收入、净利润与经营性现金流变动的匹配性,重点说明在全年营业收入同比微增 3.17%的背景下,经营性现金流净额同比大幅下降 83.64%的具体原因,是否偏离行业正常水平。

回复:

(一)2024年度各季度营业收入、经营现金流情况

单位:人民币亿元

项目	2024年			
	一季度	二季度	三季度	四季度
营业收入	52.87	57.19	59.00	53.49
购销商品、劳务收到的现金净额	19.62	13.17	14.08	27.44
支付给职工及为职工支付的现金	-13.81	-14.98	-13.67	-13.52
各项税费净额	-1.07	-0.80	-1.41	-4.04
其他与经营活动有关的现金净额	-2.73	-0.44	-2.24	-2.90
经营活动产生的现金流量净额	2.01	-3.05	-3.24	6.98

(1)2024年一季度营业收入52.87亿元,净利润0.19亿元,经营活动产生的现金流净额为2.01亿元,均保持正向,较为正常。

(2)2024年二季度营业收入环比增长4.32亿元,经营活动产生的现金流量净额环比减少5.06亿元:主要由于乘用车座椅业务客户A项目于2024年二季度实现量产,并于当季度确认营业收入4.36亿元,但尚未达到收款账期,应收账款相应上升4.93亿元,结合其他经营性收付款的时间差异0.13亿元,综合导致经营活动产生的现金流量净额下降5.06亿元。

(3)2024年三季度营业收入环比增长1.81亿元,经营活动产生的现金流量净额环比减少0.19亿元:主要由于客户A项目三季度营业收入进一步上升3.25亿元,但由于项目工程变更较多,项目量产前期,公司与客户A公司尚未就供货价格最终达成一致,直至2024年三季度才开始对前期已确认的营业收入陆续开具销售发票,导致收款时间产生延迟。

(4)2024年四季度营业收入环比下降5.51亿元,主要系由于境外工厂受到假期的影响导致,但格拉默在年末对经营性款项的支付进行管控,本季度付款较上季度减少0.32亿欧元,折合人民币2.45亿元。同时,本季度收回乘用车座椅业务客户A项目前期由于供货价格未确定导致延迟收款的货款7.76亿元,结合其他经营性收付款的时间差异0.01亿元,综合导致本季度经营活动产生的现金流量净额环比增长10.22亿元。

综上,公司营业收入与经营性现金流的波动主要受购销商品、劳务收到的现金净额的变动的影响,而购销商品、劳务收到的现金净额的波动受行业季节性特征及客户类型影响较小,主要来自于公司业务结算模式导致的收付货款的时间性差异。

(二)2024年度各季度净利润、经营现金流情况

单位:人民币亿元

项目	一季度	二季度	三季度	四季度
归属于上市公司股东的净利润	0.19	0.34	-5.85	-0.35
归属于少数股东的净利润	-0.06	-0.03	-1.05	0.00
净利润/(净亏损)	0.13	0.31	-6.90	-0.35
加:资产减值准备	-0.07	0.28	2.52	0.23
信用减值损失	0.04	0.08	0.17	0.09
长期资产的折旧、摊销	2.12	2.35	2.29	2.05
处置长期资产的损失(收益)	0.01	-0.03	0.02	0.03
公允价值变动损益	-	-	-	-0.06
财务费用/(收入)	0.86	0.94	1.12	1.24
投资损失(收益)	0.01	-0.03	-0.2	0.34
递延所得税资产/负债的变动	-0.30	-0.14	0.61	-0.34
营运资本变动	-0.79	-6.81	-2.87	3.75
经营活动产生的现金流量净额	2.01	-3.05	-3.24	6.98

(1)2024年一季度净利润0.19亿元,经营活动产生的现金流净额为2.01亿元,均为正值,较为正常。

(2)2024年二季度归属于上市公司股东的净利润环比上升0.15亿元,经营活动产生的现金流量净额环比下降5.06亿元。主要是由于乘用车座椅业务客户A项目于2024年二季度实现量产,并于当季度确认营业收入4.36亿元,但尚未达到收款账期,该项目应收货款余额大幅上升直接导致公司开展业务而垫支的资金上升4.93亿元。

(3)2024年三季度归属于上市公司股东的净利润环比减少6.19亿元,经营活动产生的现金流量净额环比微减0.19亿元。主要是由于当季度公司处置TMD LLC 100%股权产生的减值准备2.53亿元导致。此外,由于客户A项目陆续开始收款,本期收到1.85亿元,以及本季度公司适当降低了对供应商的付款频率,三季度应付余额较二季度末增加1.81亿元,综合导致本季度公司开展业务而垫支的资金较上季度减少3.94亿元,减少了净利润大幅下滑对经营活动产生的现金流净额的影响。

(4)2024年四季度归属于上市公司股东的净利润环比上升5.50亿元,净利润环比上升6.55亿元,经营活动产生的现金流量净额环比上升10.22亿元。主要是由于当季度乘用车座椅客户A项目收回乘用车座椅业务客户A项目前期由于供货价格未确定导致延迟收款的货款7.76亿元,以及格拉默在年末对经营性款项的支付的有效管控,本季度付款较上季度减少0.32亿欧元,折合人民币2.45亿元所致。

综上,公司净利润与经营性现金流的波动主要受公司日常营运资本的变动和无现金流影响的一次性大额减值准备影响。日常营运资本的变动受行业季节性特征及客户类型影响较小,主要来自于公司业务结算模式导致的收付货款的时间性差异。

(三)2024年营业收入和经营活动产生的现金流净额变动情况分析

单位:人民币亿元

项目	2024年度	2023年度	变动
营业收入	222.55	215.71	6.84
购销商品、劳务收到的现金净额	74.31	82.77	-8.46
支付给职工及为职工支付的现金	-56.00	-54.80	-1.20
各项税费净额	-7.32	-4.76	-2.56
其他与经营活动有关的现金净额	-8.29	-6.73	-1.56
经营活动产生的现金流量净额	2.70	16.48	-13.78

2024年度,公司全年营业收入上升6.84亿元,经营活动产生的现金流量净额下降13.78亿元。主要原因为:

(1)购销商品、劳务收到的现金净额减少8.46亿元,主要原因包括:

a. 由于乘用车座椅在快速增长过程中,下半年销售收入高于上半年销售收入,下半年产生应收货款尚未到期回款,本年乘用车座椅业务经营性应收应付净额增加5.59亿元;

b. 合同资产(应收客户开发费)本年增加0.66亿元,主要系格拉默德国大众、宝马生产前研发项目履约进度增加,按履约进度确认的合同资产增加;

c. 其他非流动资产(已经支付客户的项目-提名费)本年增加1.19亿元,主要系格拉默、继峰乘用车座椅新增项目而需支付给客户提名费所致;

d. 用于支付货款的银行承兑汇票保证金增加0.37亿元。

(2)支付给职工及为职工支付的现金增加1.20亿元,主要系乘用车座椅事业部规模增加,人员薪酬成本增加。

(3)各项税费净额增加2.56亿元,主要系乘用车座椅、继峰欧洲本期销售规模增加导致支付的增值税和各项税费增加。

(4)其他与经营活动有关的现金净额增加1.56亿元,主要系乘用车座椅业务规模增加导致经营性费用增加、支付租赁押金增加。

(四)同行业公司对比

同行业可比公司	2024年营业收入增长率	2024年经营活动产生的现金流净额增长率	营业收入增长率/经营活动产生的现金流净额增长率
新泉股份	25.46%	119.19%	0.21
天成自控	56.27%	-35.22%	-1.60
常熟汽饰	23.23%	-234.20%	-0.10
岱美股份	8.80%	55.64%	0.16
华域汽车	0.15%	-28.07%	-0.01
一汽富维	-5.44%	-26.79%	0.20
均胜电子	0.24%	17.12%	0.01
德尔股份	4.98%	31.96%	0.16
国内可比公司平均			-0.12
Adient plc(安道拓)	-4.59%	-18.59%	0.25
Autoliv, Inc.(奥托立夫)	-0.81%	7.84%	-0.10
Forvia SE(佛吉亚)	-1.00%	0.63%	-1.59
Lear Corporation(李尔)	-0.69%	-10.34%	0.07
Magna International Inc.(麦格纳)	0.09%	15.40%	0.01
Renault SA(雷诺)	7.36%	60.49%	0.12
国外可比公司平均			-0.21
继峰股份	3.17%	-83.64%	-0.04

受销售回款和采购付款进度的影响,营业收入与经营活动产生的现金流量净额并非能完全匹配,同行业公司亦存在营业收入与经营活动产生的现金流量净额变动趋势相反的情形。

2024年,公司营业收入同比微增 3.17%的背景下,经营性现金流净额同比大幅下降83.64%的原因主要为2024年下半年乘用车座椅业务规模快速增加,应收账款未到客户回款账期,使得公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比重有所下降,与此同时,乘用车座椅事业部规模增加导致支付的税费、经营性费用增加。

三、关于商誉。年报显示,报告期末商誉账面价值为15.77亿元,同比减少10.39%,占净资产比重达33.93%,商誉主要系2019年并购海外标的Grammer AG时形成。Grammer AG并购以来持续亏损,于2024年完成了对其美国子公司TMD LLC的出售,本年商誉减少部分即为Grammer AG经营性资产中分配归属于 TMD LLC 及其子公司的商誉。商誉可收回金额预测期的关键参数中收入增长率为-5.91%-5.00%,因可回收金额高于账面价值,本年未计提商誉减值准备,2022年及2023年分别计提商誉减值准备10.09亿元、0.59亿元。