

证券代码：300978

证券简称：东箭科技

公告编号：2021-038

广东东箭汽车科技股份有限公司 2021 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

所有董事均出席了审议本次半年报的董事会会议。

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

公司计划不派发现金红利，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

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	东箭科技	股票代码	300978
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	顾玲	王曼婷	
办公地址	佛山市顺德区乐从镇乐从大道西 B333 号	佛山市顺德区乐从镇乐从大道西 B333 号	
电话	0757-2808 2476	0757-2808 2476	
电子信箱	touziguanxi@dongjiancorp.com	touziguanxi@dongjiancorp.com	

2、主要财务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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	776,097,434.32	633,798,407.45	22.45%
归属于上市公司股东的净利润（元）	69,416,079.28	83,286,728.44	-16.65%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	61,149,618.21	83,383,983.01	-26.67%
经营活动产生的现金流量净额（元）	63,599,139.56	101,585,209.85	-37.39%
基本每股收益（元/股）	0.18	0.22	-18.18%
稀释每股收益（元/股）	0.18	0.22	-18.18%

加权平均净资产收益率	4.92%	7.17%	-2.25%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	2,085,716,763.30	1,783,103,132.53	16.97%
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,469,898,981.39	1,309,687,797.58	12.23%

3、公司股东数量及持股情况

报告期末普通股 股东总数	25,222	报告期末表决权 恢复的优先股股 东总数（如有）	0	持有特别表决权 股份的股东总数 （如有）	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
马永涛	境内自然人	25.32%	107,044,131	107,044,131		
广东东箭汇 盈投资有限 公司	境内非国有 法人	15.48%	65,448,000	65,448,000		
马汇洋	境内自然人	11.23%	47,456,999	47,456,999		
罗军	境内自然人	5.59%	23,623,783	23,623,783		
夏炎华	境内自然人	3.82%	16,158,784	16,158,784		
陈梓佳	境内自然人	3.82%	16,158,784	16,158,784		
北京浩远企 业投资管理 中心（有限合 伙）—宁波梅 山保税港区 浩远德樟投 资管理合伙 企业（有限合 伙）	其他	3.53%	14,942,465	14,942,465		
新余东裕投 资合伙企业 （有限合伙）	境内非国有 法人	3.44%	14,526,184	14,526,184		
上海泓成创 业投资合伙 企业（有限合 伙）	境内非国有 法人	3.31%	13,978,042	13,978,042		
上海聚澄创 业投资合伙 企业（有限合 伙）	境内非国有 法人	3.31%	13,978,042	13,978,042		
上述股东关联关系或一致行 动的说明	汇盈投资为马永涛控制的公司，马永涛与马汇洋系叔侄关系，新余东裕为马汇洋及马永江(马永涛之胞兄)持有 100% 合伙份额且马永江担任执行事务合伙人的企业，上海泓成、上海聚澄均为陈金霞控制的企业。					
前 10 名普通股股东参与融资 融券业务股东情况说明（如 有）	无					

公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、在半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

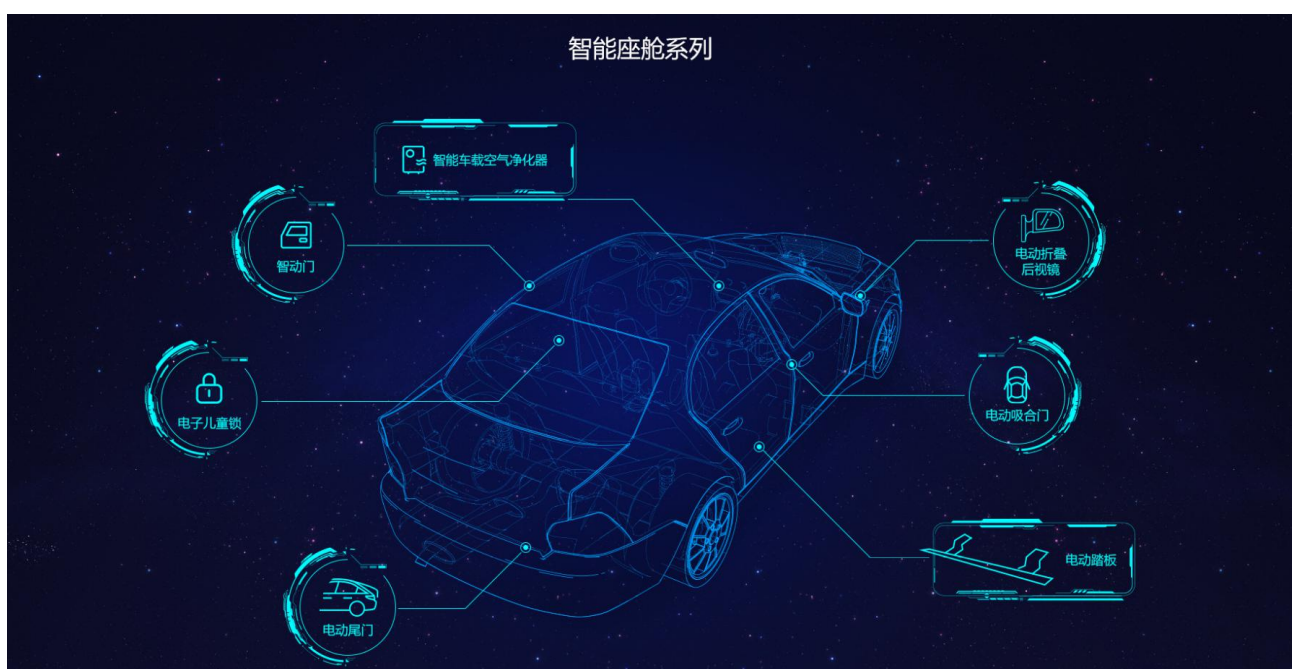
2021年上半年，国外疫情有所缓解，海外需求复苏，海外客户订单较上年同期有明显增长，但国际环境依旧严峻，局部疫情反复，全球供应链紧张等因素叠加导致原材料价格、海运价格以及汇率等在报告期内变动较大：原材料价格大幅上涨，成本压力与日俱增；国际货运集装箱短缺，海运价格节节攀升；本报告期人民币升值，美元兑人民币汇率下降，汇兑损失增加较大。

报告期内，公司实现营业总收入7.76亿元，较上年同期增长22.45%，实现营业利润 8,257.5万元，较上年同期下降15.27%；实现利润总额 8,191.54万元，较上年同期下降 13.86%；实现归属于上市公司股东的净利润 6,941.61万元，较上年同期下降16.65%。

报告期内主要业务情况回顾：

（一）国内业务

1、国内业务的主要产品：





2、国内业务重点工作回顾：

(1) 布局智能座舱赛道，加强新技术预研

汽车的智能化趋势已经日趋凸显，智能座舱作为智能汽车的重要组成部分，拥有广阔的市场前景。上半年，公司针对智能座舱这一赛道进行了前瞻性布局，组织业务和技术精英，成立独立的智能座舱项目组，作为公司未来5年的重点项目打造。公司在现有的电动尾门、电动踏板、电动折叠后视镜及智动门等智能座舱产品之外，规划多个全新品类，以期建立领先的智能座舱产品矩阵，加大新技术、新品类的技术预研和投入，提供更为丰富的汽车智能化解决方案。公司同时也积极与主机厂开展需求沟通与技术交流，将研发环节前移，提前掌握前装需求动向，提升公司竞争力。

(2) 开拓新能源汽车客户，发力前装市场

国内汽车市场新能源汽车销量占比日趋增加。今年上半年，公司进一步加快了前装渠道的开拓与布局，先后进入多家主机厂体系，成为配套供应商。公司也成功定点了包括新能源车型在内的多个车厂前装电动尾门项目。同时，公司侧重与新能源汽车客户的业务沟通与技术交流，先后与多个新能源车厂展开技术交流与样车试装，为公司未来在新能源汽车前装配套领域的发展，奠定了坚实的基础。

(3) 智动门进行全球专利布局，建立知识产权壁垒

公司历来重视知识产权的保护。智动门是公司率先独立完成开发，并推动量产的核心品类。公司在智动门品类积累了丰富的开发经验，建立了技术领先地位，并获得众多客户的认可。公司今年上半年，在前期知识产权布局的基础上，进一步加强了智动门的知识产权保护，提交多件国际专利申请。截止2021年6月，公司智动门已拥有国际专利和国内专利数十项，其中含多项发明专利，在全球范围内提前完成专利布局，为该品类建立了坚实的知识产权壁垒。

(4) 前装后装循环互补，“双擎”驱动业绩增长

公司在国内同时布局前装市场和后装市场，利用前后装的不同特点进行优势互补，打造了独特的业务生态，“双擎”驱动业绩增长。后装市场拥有庞大的市场容量和客户群体，市场需求多样化、前瞻化、迭代快，公司针对这些特点，建立了独特的品类孵化体系，以后装客户需求为基础，持续预研推出新品类，通过4S店、经销商及终端店等渠道进行销售，随后快速收集客户反馈，加快新品的迭代升级。这种独特的品类孵化体系，在增加后市场业绩的同时，也大幅提升了公司新品的技术优势，为公司将新品导入前装市场奠定了坚实基础。而公司在前装市场导入新品后，又通过技术交流和配套供应，使新品的产品力进一步

提升，反哺促后装市场，驱动后装的业绩增长。

（5）调研存量车市场，寻求新的业绩增长机会

国内汽车后市场分为新车市场和存量车市场，新车市场主要集中于4S店渠道。存量车市场虽然庞大，但渠道相对分散，分布于全国的4S店、汽贸店、经销商、改装店、维修店、美容店和线上网店等。公司针对存量车市场进行了细致的市场调研，并输出了初步的市场规划。未来将加大对存量车市场开发，以寻求新的业绩增长点。

报告期内，国内业务实现销售收入2.25亿元，较上年同期增长14.22%。

（二）国际业务

1、国际业务的主要产品：



2、国际业务重点工作回顾：

（1）加大智能制造产线升级力度，满足国外客户订单持续增长

报告期内，面对国外订单持续增长，公司加大对智能化柔性生产线的升级力度，加强生产线的数字化、信息化建设，大力促进了生产端的节能增效，满足了客户对交期的需求。同时，着力推进技术团队的优化与升级，从技术预研、技术运用、技术服务等领域进行持续创新，进一步加强了客户对公司的信赖。

（2）持续进行产品创新与迭代，扩充新品类以及新车型

在产品研发方面，公司坚持产品创新的基本策略，持续加大对皮卡户外休闲生活以及重度越野改装类产品的研发投入与升级，持续进行新产品的更新迭代，品类已扩展至车厢内多功能架，电动尾箱盖等多功能类产品。同时改装目标车型也向ATV\UTV等全地形机车类扩展，陆续涉足特定玩家，如农场及狩猎等场景的运动装备改装。

（3）布局国外电商渠道，持续进行美国当地研发、仓储和服务升级

疫情大环境下，国外政府出台社交活动限制等政策，对于终端用户的消费习惯产生显著的影响。网上购物在疫情背景下呈现爆发式增长，越来越多人开始尝试网上购物。2020年，美国电子商务销售额达到了7,945亿美元，占美国总零售额的14.5%。美国市场中，汽车配件和附件线上销售在2020年实现了爆发式增长，额外增加了19亿美金的销售规模，2020年总额达到了160亿美金，并有望在2023年达到220亿美金。美国整个汽车行业线上销售从2020年4月份开始，月平均同比增长率都在50%以上，而在疫情之前增长率只有14%。全球三大汽车改装展之一，美国汽车特种设备改装行业协会（Special Equipment Manufacturer Association，简称“SEMA”）的调研数据显示，2020年，美国汽车改装行业相关产品在线上消费的比例对比2019年上升了5%，达到了44%。

面对国外电商的爆发式增长，公司积极布局国外电商渠道，通过升级加利福尼亚与德克萨斯州两大仓储中心，增强本土化的研发、仓储、服务团队，组建研发、仓储、服务中心，深入本土化管理，快速响应海外市场需求。同时，对美国当地研发资源倾斜，为不同客户定制开发不同类型的新产品，满足客户和市场持续增长的需求。

（4）海外子公司品牌建设初见成效，品牌影响力不断增强

报告期内，全资子公司MKI Enterprise Group, Inc.（下称MKI）旗下STEELCRAFT品牌合作的客户覆盖全美主要的线上和线下渠道商，凭借本土化产品研发创新和设计领先优势，有力地提升了客户销售公司品牌产品的动力，销售额稳步提升，品牌影响力不断增强。其中，MKI围绕美国中西部推出的重型越野系列产品，在本报告期的销售收入增长显著，较去年同期增长了约112%，约占本报告期MKI销售收入的20%。

报告期内，国际业务实现销售收入5.37亿，较上年同期增长26.35%，其中，ODM客户实现销售收入4.56亿，较上年同期增长25.41%。