

汇中仪表股份有限公司
2021年度总经理工作报告

一、公司整体经营情况

2021年是我国“十四五”开局之年，也是中国资本市场深化改革的关键一年。报告期内，董事会围绕既定年度计划，积极面对包括全球疫情反复、上游原材料价格波动、智能产品普遍“缺芯”等一系列难题，实现营业收入52,353.65万元，比去年同期增长23.12%，实现归属于上市公司股东的净利润15,518.78万元，比去年同期增长22.24%。

回顾2021年，公司主要在以下几个方面凸显成效：

二、2021年度主要工作回顾

（一）2021年超声水表持续增长、超声热量表增长向好。

超声水表在2021年持续增长，实现营业收入29,563.9万元，同比增长36.02%，超声热量表在2021年增长向好，实现营业收入14,391.93万元，同比增长13.5%。

报告期内，公司中标了雄安新区容东片区B2组团安置房及配套设施水表采购项目，该雄安项目的中标不仅表明公司具备先进的技术、较强的品牌，也为后续雄安新区的市场开拓奠定了基础，对公司有深远的战略意义。

（二）深耕超声测流领域，持续创新和改善产品线。

公司拥有全部产品的自主知识产权及百余项专利技术，涵盖从终端数据采集到系统研发集成等各个应用环节。报告期内，公司持续在超声测流领域深耕，完成多项新产品研发以及新技术应用，产品研发方向实施模块化、国产化；推进物联网、大数据应用技术与超声测流产品的融合；加速智慧供水、供热应用平台的研发升级和应用；继续全方位深度拓展市场需求，深耕细作，为客户提供定制化的整体解决方案。

报告期内，公司研发投入3,355.44万元，较上年增长23.34%。公司新增专利授权15项，其中实用新型专利10项、外观设计专利5项；新增计算机软件著作权44项。截至报告期末，公司共计拥有有效专利98项，其中发明专利6项、实用新型专利61项、外观设计专利31项。

（三）通过多种措施，严控产品成本

在复杂的疫情和经济条件下，各行各业均面临着较大的原材料方面的压力，包括价格上涨、供货延迟等。公司自2018年“转型升级”战略确立之初就通过各种措施对产品成本进行有效管理。一是对原有产品进行合理改进，减少不必要的元器件应用；二是加大备用元器件应用开发力度，并加大关键原材料储备。报告期内，公司原材料单位成本变动不大。

（四）探索服务型计量业务模式。

报告期内，公司继续探索服务型计量业务，为客户提供包括计量仪表销售、安装、监控、维修、更换服务，及计量数据传输、存储、分析、报告服务在内的综合计量服务。

例如，供热计量服务实现了管网平衡、提高供热效率、实现节能减排等目的，同时解决了用户室温“过高”或“过低”的问题，此对国内供热市场具有开创性意义，为供热计量服务市场化和向国际标准靠拢进行了方向性探索。从实施效果看，客户认为该类项目一举改变了供热过程中仪表管理难、数据传输难、数据应用难、居民满意度低等各类问题，有效帮助供热企业提升了管理效率。

（五）持续提升规范运作水平，保障公司高质量发展。

2021年，是中国资本市场深化改革的关键一年，新证券法进一步落地，监管层严把上市公司质量关，要求上市公司提高信息披露质量，强化公司治理，推动上市公司高质量发展。公司根据中国证监会、深圳证券交易所的各项法规、规范性文件，修订完善《内幕信息知情人登记制度》、《信息披露管理制度》等内部

控制制度；强化“三会一层”治理沟通机制，发挥独立董事、监事的外部监督作用；落实内部审计各项工作要求，压实内部审计的内部监督责任；强化投资者日常沟通，提高信息披露质量和公司透明度，准确、及时地传递公司信息，保护利益相关方知情权。

（六）持续引进优秀人才，优化人力资源管理体系

人才是第一核心竞争力，报告期内，公司一方面把握“后备人才校招+紧缺人才社招”相结合原则，继续加大人才引进力度，保证公司人才梯队战略储备；一方面注重人才培养，积极引进不同类型培训学习资源，加强全员业务、技能和知识培训，提高全员履职水平；同时，公司完善人才绩效考核体系，并建立了“能者上、庸者下、劣者汰”人才机制，优化人员结构。

2021年第四届肯耐珂萨星跃奖重磅发布，公司荣获“肯耐珂萨星跃奖人力资本管理实践大赛——人才发展优秀案例奖”。

（七）信息化构建企业数字化能力

报告期内，公司以 ERP 为核心的信息化管理体系全面实施，通过信息流将人、财、物及各业务单元串联，实现了企业各部门之间的数据共享、管理优化、效率提升；为提高产品成熟度奠定了基础，实现了流程优化和工作质量的提升；为智能制造的规模化奠定技术支持，以更好的满足用户需求，有效实施产能释放。

三、公司主要财务情况

1、主要会计数据和财务指标

单位：万元

	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	52,353.65	42,521.03	23.12%	36,026.37
归属于上市公司股东的净利润	15,518.78	12,695.09	22.24%	10,966.11
归属于上市公司股东的扣除非经	14,763.07	11,879.12	24.28%	10,179.51

常性损益的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	1,530.66	10,727.45	-85.73%	9,974.78
基本每股收益（元/股）	0.9276	0.7630	21.57%	0.6597
稀释每股收益（元/股）	0.9276	0.7573	22.48%	0.6509
加权平均净资产收益率	17.79%	16.64%	1.15%	16.44%
	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末 增减	2019 年末
资产总额	109,266.39	93,657.02	16.67%	82,707.65
归属于上市公司股东的净资产	93,689.62	81,388.45	15.11%	71,516.06

2、营业收入构成情况

单元：万元

	2021 年		2020 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	52,353.65	100%	42,521.03	100%	23.12%
分行业					
仪器仪表制造业	52,353.65	100.00%	42,521.03	100.00%	23.12%
分产品					
超声水表及系统	28,919.10	55.24%	21,735.39	51.12%	33.05%
超声热量表及系统	14,391.93	27.49%	12,680.33	29.82%	13.50%
超声流量计及系统	4,363.49	8.33%	4,872.09	11.46%	-10.44%
其他	4,679.13	8.94%	3,233.23	7.60%	44.72%
分地区					
华北地区	15,589.39	29.78%	12,619.77	29.68%	23.53%
华东地区	13,644.87	26.06%	12,722.80	29.92%	7.25%
华中地区	6,472.63	12.36%	4,899.21	11.52%	32.12%
华南地区	5,607.39	10.71%	4,310.75	10.14%	30.08%
西南地区	4,144.58	7.92%	1,014.47	2.39%	308.54%

西北地区	2,944.15	5.62%	2,859.17	6.72%	2.97%
东北地区	2,904.14	5.55%	2,908.02	6.84%	-0.13%
境外	1,046.50	2.00%	1,186.83	2.79%	-11.82%
分销售模式					
直销模式	39,457.42	75.37%	30,900.21	72.67%	27.69%
代理模式	12,896.23	24.63%	11,620.83	27.33%	10.98%

3、公司产销量情况

行业分类	项目	单位	2021年	2020年	同比增减
仪器仪表行业	销售量	台（套）	737,585	469,328	57.16%
	生产量	台（套）	770,445	472,827	62.94%
	库存量	台（套）	104,328	71,568	45.91%

公司销售量同比增加57.16%，生产量同比增加62.94%，主要系公司报告期销售订单增加所致。

4、营业成本构成情况

单元：万元

行业分类	项目	2021年		2020年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
仪器仪表制造业	直接材料	17,748.03	83.61%	16,224.74	82.17%	9.39%
仪器仪表制造业	直接人工	1,295.29	6.10%	1,120.91	5.68%	15.56%
仪器仪表制造业	制造费用及其他	2,184.72	10.29%	2,398.53	12.15%	-8.91%
仪器仪表制造业	合计	21,228.04	100.00%	19,744.19	100.00%	7.52%

5、费用情况

单位：万元

项目	2021年	2020年	同比增减	重大变动说明
销售费用	5,596.94	4,619.88	21.15%	主要系公司销售规模增长，销售支出增加所致；
管理费用	3,350.73	2,800.61	19.64%	主要系报告期公司股权激励成本及二

				期厂区绿化环保费用增加所致；
财务费用	-28.80	-36.40	20.87%	主要系报告期汇率波动产生的汇兑损失增加所致；
研发费用	3,355.44	2,720.49	23.34%	主要系公司加大研发投入，各项研发支出增加所致。

6、研发投入情况

公司近三年研发投入金额占营业收入的比例如下：

项目	2021年	2020年	2019年
研发人员数量（人）	109	86	71
研发人员数量占比	21.37%	16.14%	15.57%
研发投入金额（万元）	3,355.44	2,720.49	1,605.02
研发投入占营业收入比例	6.41%	6.40%	4.46%

7、现金流情况

项目	2021年	2020年	同比增减
经营活动现金流入小计	47,935.90	44,055.37	8.81%
经营活动现金流出小计	46,405.24	33,327.92	39.24%
经营活动产生的现金流量净额	1,530.66	10,727.45	-85.73%
投资活动现金流入小计	41,069.70	20,411.79	101.21%
投资活动现金流出小计	41,167.19	27,565.95	49.34%
投资活动产生的现金流量净额	-97.49	-7154.15	98.64%
筹资活动现金流入小计	567.85	576.11	-1.43%
筹资活动现金流出小计	5,285.40	4,656.99	13.49%
筹资活动产生的现金流量净额	-4,717.55	-4,080.88	-15.60%
现金及现金等价物净增加额	-3,301.86	-532.72	-519.81%

四、公司未来发展战略

（一）“转型升级”战略

公司将“转型升级”确定为重要发展战略并初见成效，“转型”即由产品型制造转型为服务型制造，“升级”即由传统制造升级为智能制造。

(1) 智能制造

公司积极响应国家政策，开始智能制造方向的探索。2018年，公司决定以自有资金1亿元投资建设超声测流智能制造车间项目，并于2020年12月31日顺利完工。

公司在充分理解智能制造逻辑和思维的基础上，学习德国、日本、美国等工业强国的制造哲学与理论，运用工业大数据应用技术、信息-物理系统技术(CPS)、机器人等技术，结合超声测流产品工艺和多年生产管理数据经验，独立、自主的搭建了超声测流产品智能制造平台。

该智能平台已实现智能订单、产品柔性定制、产品全生命周期管理、智能仓储等功能，并可根据市场情况快速实现平台模式复制，扩张产能。

公司依托智能制造平台，将持续提升生产管理作为重点工作。通过供应链、技术开发、生产制造、市场营销各环节信息的互联互通，及时有效的进行信息传递和交互，实现提质增效；通过优化产品设计、供应商竞争、生产工艺流程改进、人员效率提升等手段，实现成本控制。

(2) 技术研发

“创新”是汇中的灵魂，公司将继续加大研发投入，在超声测流技术的研究方面进行不断创新，推出适应市场需求的新产品、新功能、新结构、新方案，保持行业领跑者地位；加大对超声测流技术与物联网大数据无线通讯技术(NB-IoT、LoRa、CAT1、Sigfox等)方面应用融合的投入，提升产品的智能化程度；加大服务转型力度，深入5G、智慧系统平台、数据分析技术的融合研究与应用，提供优质的解决方案。

随着战略转型升级和业务项目扩展，公司以严谨、高效、精细化为目标，不断调整、优化研发管理体系，加强高素质研发团队建设。同时，公司基于PLM平台，推进构建产品全生命周期的技术支撑体系；推进以客户为导向的产品服务转型升级，提高产品柔性定制水平；推进新结构新工艺成果转化，适应更多多样化的应用场景，以提升主导产品的市场竞争力；推进自主知识产权战略，加大自主知识产权保护力度，打造国际化的自主知识产权产品。

(3) 营销服务

近年来，随着“管网安全监控”、“漏损率控制”、“智慧城市”、“大数据应用”等概念陆续进入供水/供热行业高层管理者的工作思路，计量器具生产企业的服务能力备受关注。在国际市场，产-供-销分段式管理已经是非常成熟的商业模式，计量服务企业在行业中扮演着举足轻重的作用。

在向“服务型制造”转型的过程中，“服务品牌”也是公司的一张名片。公司有一支技术过硬、人员过硬、服务过硬的客户服务队伍，并将持续在售后服务、系统服务、远程运维服务等方面加强投入。公司成功在河南等地开展了以服务为核心的业务探索，为客户提供包括远程抄表、设备运维、数据分析等模块在内的综合计量服务，取得了不错的市场效果。

(二) “国产化”战略

由于中美经济关系的变化、全球疫情的反复、行业原材料供给出现了不同程度的问题，如供货周期延长等，公司时刻关注电子行业国际环境变化，在2018年公司就提出了“国产化”战略，通过与上下游企业的合作，力争将所有零部件进行国产化替代，推动行业发展。

报告期内，公司基于自身在超声测流领域的自主设计核心技术，在保障超声计量的核心技术应用前提下，进一步扩大了产品应用级的自主研发，大胆启用了多种国产化芯片和元器件，并在一些产品上进行市场应用，为原材料国产化应用进程打下坚实基础。

（三）人才发展战略

公司以市场发展为导向，以转型升级战略为依据，对现有人力资源情况进行人才盘点，制定最适合企业的人才规划。稳定的高水平人才队伍是公司发展的关键环节之一，公司将不断完善人才引进机制，拓宽人才引进渠道，持续引进高水平人才并注重梯队建设，同时建立全方面人才培养机制、绩效考核机制，以人才为支撑推动公司高质量发展。

（四）营销战略

公司目前主要以国内市场为主，兼顾国际市场。在公司长期战略部署的指导下，市场营销方案将以充分发挥“汇中”的品牌优势为先导，继续推进产品在市场上的占有率；加强对公司客户服务的品牌效应，提升客户对公司售前、售中、售后的满意度。

国内市场方面：一方面公司将完善市场营销网络建设、增强市场推广力度，持续开发空白地区尤其是经济发达地区市场；一方面公司将重视发展代理商，扩大代理商数量，建立汇中+代理商利益共同体的规范体系，充分发挥该体系的综合优势，将市场做大做强；第三，公司将不断优化产品销售结构，通过小口径表计的规模部署不断提高公司市场规模，同时通过提高大口径产品占比及软件产品市场化确保公司整体毛利率的稳定。

国际市场方面：公司将继续加强与ICT企业和各国运营商的紧密合作，充分发挥技术优势，通过NB-IoT超声水表等国际领先产品积极开展国际竞争，打造新的利润增长点。

汇中仪表股份有限公司

总经理：董建国

2022年4月22日