

证券代码：301056

证券简称：森赫股份

公告编号：2023-003

森赫电梯股份有限公司 2022 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 266,786,667 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.5 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

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	森赫股份	股票代码	301056
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	李仁	王香杰	
办公地址	浙江省湖州市南浔区练市工业园区森赫大道 1 号		浙江省湖州市南浔区练市工业园区森赫大道 1 号
传真	0572-2923397	0572-2923397	
电话	0572-2923390	0572-2923379	
电子信箱	lir@sicher-elevator.com	wangxj@sicher-elevator.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(一) 主营业务及产品

(1) 主营业务情况

公司专业从事电梯、自动扶梯和自动人行道的研发、制造和销售，并提供相关安装和调试服务，以及电梯维修保养、配件销售、更新改造等后市场服务。自设立以来，公司坚持“国际化、科技化、产业化”的发展战略，形成了以乘客电梯、载货电梯、自动扶梯和自动人行道等十余种系列产品的布局，致力于成为优质的电梯系统解决方案服务商。

(2) 主营产品情况

公司产品主要包括电梯、自动扶梯和自动人行道两大类型。公司不断加强新产品、新技术和新工艺的研发力度，丰富和完善产品线。公司主要拥有 11 个系列 22 种型号的垂直电梯产品、2 个系列 6 种型号的自动扶梯和自动人行道产品。公司主要产品情况如下：

① 电梯

图示	产品名称	产品型号	产品规格		应用场景
			额定载重量(kg)	额定速度(m/s)	
	乘客电梯	GRPS20	≤2000	≤4.0	住宅小区、商业综合体、酒店、写字楼
		GRPS30	≤1050	≤2.0	
		GRPS70	≤2000	≤8.0	
		GRPN20	≤1600	≤2.0	
		GRPN30	≤1000	≤1.75	

	载货电梯	GRF10B	≤ 3000	≤ 1.0	工业园区、工厂、仓储物流中心
			≤ 10000	≤ 0.5	
		UF10B	≤ 10000	≤ 0.63	
			GRFS10B	≤ 16000	
		≤ 2000		≤ 2.0	
		GRFN10B	≤ 5000	≤ 1.0	
液压货梯	GRFH10	≤ 3000	≤ 0.5		
	加装电梯	GRON36	≤ 1000	≤ 1.75	既有建筑
		GRPN36	≤ 1000	≤ 1.75	
	观光电梯	GROS20	≤ 2000	≤ 4.0	商业综合体、酒店、写字楼、旅游景点等
		GRON20	≤ 1600	≤ 1.75	
	病床电梯	GRBS20	≤ 2000	≤ 4.0	医院、康养中心等
		GRBN20	≤ 1600	≤ 1.75	
	家用电梯	SHV2000	≤ 400	≤ 0.4	私人住宅
		SHV3000	≤ 400	≤ 0.4	
		SHV5000	≤ 400	≤ 0.4	
	杂物电梯	GRZ05	≤ 300	≤ 1.0	工厂、餐厅、图书馆等

	消防电梯	GRPS20F	≤2000	≤4.0	住宅小区、商业综合体等
	防爆货梯	UFB10	≤5000	≤0.5	石油石化、化工、军工、制药、纺织等具有易燃易爆气体的危险场所

②自动扶梯和自动人行道

图示	产品名称	产品型号	产品规格			应用领域
			高度/使用区段长度(m)	额定速度(m/s)	倾斜角(°)	
	自动扶梯	GRE20	≤7.9	≤0.65	30	商业综合体、医院、轨道交通、机场
		GRE30	≤13	≤0.65	30	
		GRE50	≤30	≤0.65	30	
		GRE20B	≤6	≤0.5	35	
	自动人行道	GRM20	≤42.6	≤0.5	≤12	
		GRM20B	≤123.84	≤0.5	≤5	

(二) 主要经营模式

公司以设计、采购、制造、营销、安装、保养、修理、配件销售、更新改造为一体化经营模式，为电梯用户需求提供完整解决方案，以服务型带动生产转变，成为生产服务型电梯系统解决方案服务商。

主要经营模式如下：

(1) 盈利模式

公司按照电梯产品全生命周期运营，主要通过设计制造和安装验收，实现电梯产品使用功能并交付使用；另外，公司也提供维修保养、配件更换、更新改造、报废处理等电梯后市场服务。公司目前以安装调试、维修保养、配件更换为辅助盈利手段，以电梯整机设备的制造和销售为主要盈利方式，持续获得增值或盈利，构成具有产业普遍特征的经营和盈利模式。

随着我国城镇化进程大力推进、既有建筑加装电梯市场快速发展和国家“一带一路”深入实施，公司持续看好国内和国际的电梯销售市场，以及电梯后市场服务业务。因此，公司计划实施募集资金投资项目，加强电梯产品创新研发、扩大生产能力和提升安装维保等后市场服务能力，持续推进与提升公司盈利水平。

（2）采购模式

公司从产业链共生共赢的角度出发，根据供应商技术、质量、价格、生产能力等指标加强供应商选择，确立长期战略合作伙伴关系，确保优质优价供应产品和售后服务，实现相互依存长期发展。公司负责收集供应商服务信息，建立供应商内部控制制度和绩效评估档案，对供应商进行选择、开发、评价、日常监测和年度考核的管理。

公司采购的物料主要有电梯外购件、原材料、外协配套件、辅助材料等。采购部负责组织相关采购合同的评审和执行；负责制定物料采购计划，并向供应商下达采购订单；负责市场调查和预测，保证公司采购价格上的优势；负责 ERP 采购物料价格维护；负责收集供应商服务信息，建立供应商内部控制制度和绩效评估档案，对供应商进行选择、开发、评价、日常监测和年度考核的管理。

（3）生产模式

电梯为定制化产品，公司根据客户需求安排“订单式生产”，按制造标准及规范进行设计制造，按计划进行生产发运。公司生产部根据生产订单，制定生产作业计划，通过 ERP 和 MES 系统对产品生产过程中的各个阶段和零部件的制造、外购外协过程实施全程监控与生产调度，及时处理订单执行过程中的相关问题，确保生产计划能够顺利执行。

（4）营销及管理模式

公司销售采用直销和经销相结合的模式。直销模式下，公司与终端客户签订销售合同，直接向终端客户提供产品和服务。经销模式下，主要由经销商收集和获取客户建设项目对于电梯产品的具体参数需求，公司与经销商签订销售合同，按照终端客户需求进行生产后，将产品销售给经销商，由经销商提供相应的安装、维保等后续服务。公司在境内采取直销和经销相结合的销售模式，在境外通常采取以经销为主的销售模式。

（三）业绩驱动因素

公司业绩的驱动因素与宏观经济周期影响下的下游市场需求息息相关，同时受到城镇老旧小区改造、老旧电梯改造更新、既有建筑加装电梯、“一带一路”倡议等相关政策的影响，同时也与公司自身经营策略、经营效率、产品竞争优势、产品结构和价格策略等紧密相连。

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

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	1,303,657,381.37	1,197,030,493.40	8.91%	892,231,046.72
归属于上市公司股东的净资产	746,262,652.32	748,222,045.54	-0.26%	456,884,761.65
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	677,966,646.33	575,861,460.40	17.73%	541,263,719.29
归属于上市公司股东的净利润	50,268,243.09	73,474,273.55	-31.58%	70,580,167.61
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	45,996,987.42	61,359,776.39	-25.04%	59,446,991.35
经营活动产生的现金流量净额	90,411,384.43	61,355,004.49	47.36%	113,504,279.28
基本每股收益（元/股）	0.19	0.33	-42.42%	0.35
稀释每股收益（元/股）	0.19	0.33	-42.42%	0.35
加权平均净资产收益率	6.79%	12.97%	-6.18%	16.22%

(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	102,427,254.35	188,052,066.99	161,071,581.81	226,415,743.18
归属于上市公司股东的净利润	8,605,513.48	17,928,222.01	11,635,968.87	12,098,538.73
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	7,626,076.44	14,998,223.03	10,454,163.32	12,918,524.63
经营活动产生的现金流量净额	-16,948,488.66	13,090,618.98	45,804,336.99	48,464,917.12

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	14,440	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	14,955	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	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			
李东流	境内自然人	45.37%	121,054,450	121,054,450					
浙江米高投资有限公司	境内非国有法人	16.99%	45,326,550.00	45,326,550					
湖州尚得投资管理有限公司	境内非国有法人	7.50%	20,009,000	20,009,000					
湖州迈森投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.72%	7,250,000	7,250,000					
湖州途森投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.42%	6,450,000	6,450,000					
刘立群	境内自然人	0.34%	900,000	0					
代学荣	境内自然人	0.33%	887,800	0					
李欣	境内自然人	0.26%	705,200	0					
袁东红	境内自然人	0.24%	630,000	0					
付瑞娟	境内自然人	0.21%	572,500	0					
上述股东关联关系或一致行动的说明	李东流先生控制浙江米高投资有限公司和湖州尚得投资管理有限公司各 90% 股份，李东流先生为公司实际控制人。除此之外，公司未知上述股东以外的股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。								

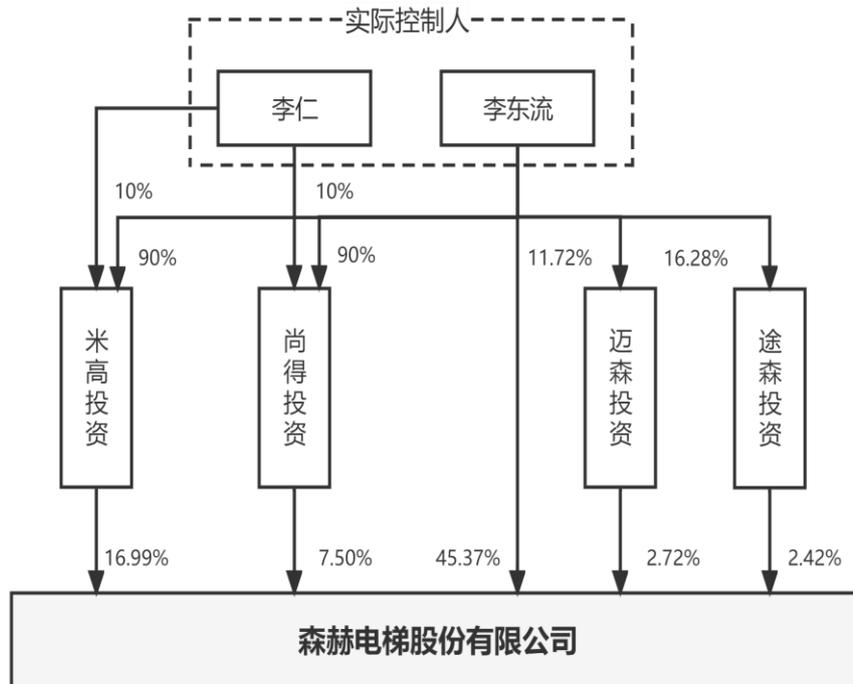
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

(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

□适用 □不适用

三、重要事项

(一) 公司主要经营情况

2022 年党的二十大胜利召开开启了全面建设社会主义现代化国家的新时代征程，也为电梯行业进一步推动高质量发展指明目标方向。这一年，公司锚定目标，开拓创新，紧紧围绕既定战略方针，依托自身研发创新实力，秉承着“只为安全到达”的品牌核心理念和蓄积乘势而上的智慧，推动企业稳健发展。

2022 年度，公司实现合并营业收入 67,796.66 万元，同比上年增长 10,210.51 万元，增长 17.73%；归属于母公司所有者的净利润为 5,026.82 万元，同比上年的 7,347.43 万元减少 2,320.61 万元，下降 31.58%。公司 2022 年度着重扩大销售区域，增强销售队伍，新设分公司、办事处，并配套销售人员和添置办公设施，导致员工薪酬支出及差旅费、折旧费、租赁费与招聘费用增加；其次，2022 年公司电梯产品销量增加，同比计提的质量保证金及确认的销售服务费增加，此外，公司加大企业与产品宣传，增加了宣传广告费和其他支出等，综上所述，2022 年度在公司营业收入增长 17.73% 的情况下，净利润有所下降。

1、品牌建设积极发力，逆势成长彰显韧性

2022 年，公司不忘初心、坚韧奋进，围绕“智慧工厂”的战略布局，聚焦产线开展智能应用解决方案，市场占有率和行业影响力持续提升，获得政府、行业、合作伙伴、用户的广泛认可和赞誉，先后荣膺“国家知识产权优势企业”、“全国政府采购电梯十佳供应商”、“国家绿色工厂”、“浙江省专精特新中小企业”等重要荣誉。

凭借稳定的运营能力、过硬的产品品质和真诚的服务态度，公司在服务好新老客户的同时，持续扩大战略合作伙伴阵营，以智能高效的电扶梯解决方案和优质的商业信用获得诸多头部房企的青睐与信任，与世茂集团、建业集团等达成战略采购合作关系，携手中南高科建设大湾区产业园区，并助力天源集团打造兰州新地标，国内市场开拓呈现不断上升的趋势。

2、持续践行“一带一路”倡议，享受全球化布局红利

随着海外经济的逐步缓解，海外基建也逐步复苏，公司持续践行“一带一路”倡议，主动融入“国内国际双循环”新发展格局，深入优化海外市场布局，坚持向海外横向延伸和纵向深耕。公司通过在线技术交流、云参观、短视频等新型营销手段，高质量搭建国际合作网络，与全球合作伙伴开展更近、更广、更深的交流与合作，提高海外市场参与度和渗透度，取得更大的增长与突破。

公司是行业内最早提出全球化战略并走出去的企业之一；在公司全球化战略的引导下，积极部署全球制造网络，为“一带一路”沿线国家和城市建设提供电扶梯解决方案，产品及服务遍及 80 多个国家和地区，如墨西哥首都国际机场、埃及太阳城、尼泊尔加德满都特里布万国际机场、赞比亚非洲同盟国际会议中心等项目的成功落地，代表着中国匠心制造成就的经典。

3、加大科技研发投入，保持产品的领先优势

公司一直以来坚持自主创新的发展道路，重视研发创新和技术积累。公司坚持新产品的自主研发，不断改进与完善核心技术；坚持自主品牌发展，深化市场布局；坚持新技术革新，优化产品技术与结构，改进工艺方法降本增资。公司进一步推动制造智能化水平，完善和引进智能生产设备，提升制造软件系统，丰富产品 BOM 生成模块，完善智能化工厂改造；扩宽了销售报价与销售土建图系统规格范围，更有效和更快速地响应前线的服务支持，加强对客户服务的力度；2022 年研发超大吨位、大提升高度载货电梯；研发了自动识别电动车禁入的乘客电梯、大载重洁净货梯等特殊要求的电梯产品，扩宽了电梯的使用工况范围，提升了市场竞争力，同时研发了款式新颖、运行舒适、安全平稳的小空间家用电梯产品，提高美好家居生活品质。

党的二十大报告强调要强化企业科技创新主体地位，发挥科技骨干企业引领支撑作用，推动创新链、产业链、资金链深度融合。在大力加码研发创新的背景下，过去一年，公司研发投入 2,277.18 万元，取得一种电梯的防摇摆检测方法、一种自动扶梯扶手装置驱动和速度偏差检测装置等 6 项发明专利和其他专利共 40 余项；取得电梯 BOM 表自动转采购系统、电梯装箱单及 BOM 表生成系统等软件著作权。面向公共安全的电梯核心部件关键检测技术及应用项目在 2022 年 1 月取得浙江省

科学技术进步三等奖证书。基于“互联网+”智能电梯设计制造关键技术，进行了面向复杂环境的电梯智能关键技术研发及应用，该项目获中国产学研合作促进会 2021 年中国产学研合作创新与促进奖创新成果一等奖，成果水平评价为整体国际先进，部分国际领先，助力制造强国建设。

4、以人为本增强动力，凝心聚力高质量发展

加强人才队伍建设与激励，聚焦重点人才引进，优化员工素质结构，强化关键人才培养，多措并举激活关键人才队伍。公司结合产业实际情况，塑造全体员工比学赶超氛围，坚持“学习工作化、工作学习化”的学习理念，通过设立学习基金、鼓励员工参加自学考试、每年选派 20 余名青年员工到技校或高校学习深造等方式，在员工的引、育、留、用等环节尝试各种创新方法和模式，以积极的物质和精神双重激励永葆内生发展活力。公司成立了产学研领导小组，积极与中国工程院、清华大学、浙江大学等科研机构、高等院校加强合作，吸引了院士、教授、博士等大批高端科技人才，实现以企业主导的产学研深度融合为抓手，统筹推进科技、人才一体化协同，全面提升企业创新体系整体效能，为中国式现代化建设提供不竭动力。

全面提高人才自主培养质量是抢占发展制高点的关键。科技创新靠人才支撑，人才涌现靠教育培养，全面提高人才自主培养能力是强化现代化建设人才支撑的重要举措。2022 年公司博士后科研工作站联合培养博士后 3 人，入选新时代浙江工匠培育工程第三层次“浙江工匠”培养项目人员 3 名，入选 2022 年“南太湖本土高层次人才特殊支持计划”人员 3 名，其中高技能领军人才 1 名，人力资源管理领军人才 1 名，科技创新后备培养人才 1 名，新增 2022 年市级技能大师工作室 1 家，增强企业创新内生动力，推动战略人才力量攻坚关键核心技术“卡脖子”问题。公司大力推动企业文化与精神文明建设，建立十佳员工、优秀员工、优秀团队等评选方法，激励员工创新创业，强调企业发展与员工成长“共创、共担、共赢、共享”。

5、积极承担社会责任，着力促进共同富裕

为响应政府关于争当高质量发展建设共同富裕示范区典范城市排头兵的号召，公司在做好企业发展的同时，以党建引领促发展，夯实共同富裕物质基础；改善福利强保障，加大员工共创共享力度；反哺社会助公益，彰显企业责任担当，全方位、多维度履行社会责任，以更高站位、更宽视野、更大格局把自己融入推动共同富裕这一时代浪潮中，实现企业与社会共同进步，塑造“责任企业”的良好形象，为浙江高质量发展推进共同富裕示范区建设贡献慈善力量。

向善而为，善为有为；尽力而为，可为尽为。过去一年，公司通过志愿者联合会、慈善一日捐、希望小屋等方式在扶贫济困、捐资助学方面累计向社会捐赠共计 63 余万元，以自身发展影响和带动地方经济的振兴，向社会提供更多就业岗位，用责任担当书写了一份有温度、有力量、有情怀的慈善答卷，为共同富裕贡献力量。

（二）公司发展战略及经营计划

党的二十大报告指出，建设现代化产业体系，坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，推进新型工业化，加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、数字中国。旨在充分利用我国完备的工业体系，发挥我国巨大的市场优势和创新潜能，保障我国经济体系安全稳定运行，实现高质量发展。在此背景下，公司将围绕主业，保持战略定力，坚持目标引领，坚定自主创新，稳步推进企业持续发展。

1、公司发展战略

未来，公司将紧跟国家宏观经济政策和重点扶持政策的导向及智慧城市、万物互联、宜居民生等市场需求趋势，持续深化科技创新，以数字化、智能化升级驱动发展，打造智慧化电梯产品技术创新与服务，在巩固、提升现有主要业务板块的同时，重点发力家用电梯、既有建筑加装电梯、旧梯更新改造、工业园区解决方案等潜力市场，通过差异化竞争，拓展公司新的业务增长点。

2、2023 年度经营计划

2023 年，公司将继续发挥董事会在公司核心带领作用，抓住机遇，科学高效决策各类重大事项。公司以智能制造为基础，紧紧围绕发展战略和生产经营计划，统筹协调公司各项工作，秉承对全体股东负责的原则，争取实现全体股东和公司利益最大化，确保公司健康、稳定、可持续发展。

（1）加快国内营销网络建设，提升品牌影响力及市场开拓能力

2023 年公司市场营销主要以国内、国际市场双驱动作为主基调，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上市公司的品牌优势为先导，以“下沉、覆盖、裂变、整合”为指导思想，在国内各省会城市及其他重点城市将继续新增和扩建包含营销、安装、维保等服务全面、功能完善的分公司，并进一步完善营销网络建设，逐步实现对分支机构和合作伙伴分级管理的模式，增强市场推广力度和渠道建设。一方面提升对现有合作伙伴的粘性及潜在客户的吸引力、提升公司品牌形象质量；另一方面持续不断地扩大市场份额、开发空白地区，增强公司在行业的综合竞争能力。

（2）持续推进海外业务，实现海外市场新突破

2023 年公司将始终坚定“走出去”的决心与信心，继续紧盯“一带一路”沿线区域，加大对重点领域、重点市场的战略性投入，加快推进本地化业务和运营体系建设。针对海外市场，公司还将升级服务保障体系，与海外合作伙伴共同建设售后技术及培训中心、备件营销及服务中心，打造差异化的服务品牌。在做好现有海外业务的同时，开拓新的海外市场和机会，继续实现海外市场的新突破，助力公司高质量发展。

（3）抓住市场机遇，丰富和完善产品体系

2023 年，公司将继续加大投入，扎实推进重点项目精益化运营，持续优化生产工艺、降低生产成本，推动双碳战略和数字化转型升级来助推实现智慧工厂。2023 年公司将持续在工业地产项目进行产

品研发，提升产品规格与速度的多样化；持续优化家居环境的电梯产品，不断提升产品服务的智能性、便捷性及简化产品的安装维修；持续优化家装电梯产品的研发，实现产品的工厂内预装，为缩短工程的安装周期服务；持续深入产品智能化与数字化的应用，提升产品的标准程度，简化生产技术流程，提升产品可靠性能并降低综合成本，加快技术成果向产品转化，以达到快速响应客户需求、提高客户满意度的目的，持续促进企业快速发展。

（4）优化内部管理，实现提质增效

2023 年公司通过以下几方面优化内部管理，实现提质增效。

①结合 MES 制造管理系统、APS 高级排程软件，持续优化生产管理流程和工艺控制，继续推行精益生产管理，通过全面细致的管理，最大限度地减少浪费，降低成本，提高效益；

②积极发挥省级智能工厂及省级工业互联网平台的优势，通过大数据打通上下游产业链，实现供应链、技术开发、生产制造、市场营销各环节信息的互联互通，及时有效地进行信息传递和交互，提升产品竞争力；

③不断完善质量管理体系建设，充分利用纠正和预防措施，不断寻找改进机会，确保质量体系的有效运行和持续改进；

④践行绿色低碳发展的社会责任，主动融入全球绿色供应链建设，为“双碳”目标贡献自身力量。从执行落地上，制定企业的绿色可持续发展规划，对原材料、技术、制造过程、产品使用等不同环节进行优化升级，打造绿色制造文明，引领行业绿色新标杆。