

公司代码：603330

公司简称：天洋新材

天洋新材（上海）科技股份有限公司  
2024 年年度报告摘要

## 第一节 重要提示

- 1、 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 <http://www.sse.com.cn/> 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2、 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3、 公司全体董事出席董事会会议。
- 4、 立信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5、 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

根据《公司章程》的规定，鉴于公司 2024 年度实现的净利润为负，且截至 2024 年 12 月 31 日公司累计未分配利润为负值，不满足利润分配条件，根据公司经营情况和资金需求，本次利润分配预案拟为：2024 年度不进行现金分红，不进行股票股利分配和资本公积转增股本。

## 第二节 公司基本情况

### 1、 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	天津新材	603330	天津新材

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	耿文亮	卢志军
联系地址	上海市嘉定区南翔镇惠平路505号	上海市嘉定区南翔镇惠平路505号
电话	021-69122665	021-69122665
传真	021-69122663	021-69122663
电子信箱	Wenliang.geng@hotmail.com.cn	zhijun.lu@hotmail.com.cn

### 2、 报告期公司主要业务简介

公司从事的行业领域目前涵盖了热熔环保粘接材料、电子胶黏剂材料、光伏材料以及家装新

型消费建材领域。

### 热熔环保粘接材料

在双碳政策下，对 VOC 的排放治理以及有害物质限量的要求将不断升级，传统的溶剂胶受环保及行业政策的影响，将陆续被热熔胶在内的环保型胶粘剂所替代。根据中国胶粘剂和胶粘带行业协会的统计，溶剂型胶粘剂已经连续 9 年销量下降。《室内装饰装修材料 胶粘剂中有害物质限量(GB 18583-2008)》和《建筑胶粘剂有害物质限量（GB 30982—2014）》的行业标准也在修订中，新的行业标准将对有害物质限量标准作进一步限制。

公司一直响应国家对于可持续发展的政策号召，不断推进热熔型、无溶剂型、紫外光固化型、高固含量型等环境友好型胶粘剂产品的研发，以替代传统的、环境污染严重的溶剂型胶粘剂制品，公司相信随着行业的快速增长以及随着环保法规的落实到位，公司在这一领域的市场份额将得到快速的提升。

### 电子胶黏剂材料

在电子行业，智能穿戴设备持续增加，以及汽车智能化程度不断提升。受益于通信技术的更新换代，智能穿戴设备与手机等传统移动智能终端形成良性互补，共同构成“万物互联”时代的数据入口。根据 IDC 数据统计，2024 年全球可穿戴设备出货量增长 10.5%，预计 2025 年全球智能可穿戴设备出货量将达到 5.39 亿台，市场空间广阔。IDC 预计，到 2028 年底，该市场将增至 6.457 亿台，复合年增长率（CAGR）为 3.6%。

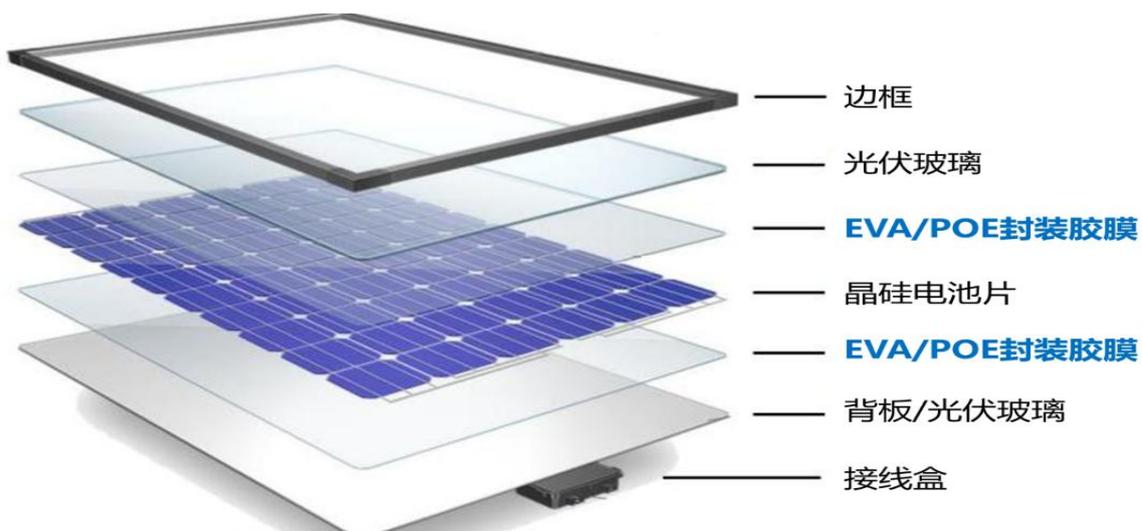
此外，汽车电动化加速发展，汽车的智能化迎来风口，汽车逐渐由单纯的代步工具发展为集娱乐、办公、消费等于一体的“车轮上的互联空间”，汽车电子的应用场景将进一步扩大、渗透率将进一步提升，有利于汽车电子行业的持续、快速发展。

传统消费电子设备的稳定增长驱动电子用胶的持续增长，智能穿戴设备及汽车的智能化及电子化促使导热类胶黏剂材料、三防涂覆材料及结构类粘接的胶黏剂存在新的增长空间。目前这一领域的高端产品还主要被汉高、富乐等国外企业所占据，国内企业还存在巨大的替代空间。

公司持续进行研发投入，在光学模组的用胶、声学模组的用胶、电子元器件的密封、三防保护、轨道交通车辆的结构粘接等领域实现了一系列的产品和重点客户突破，加速实现电子胶黏剂产品的国产化替代进程。

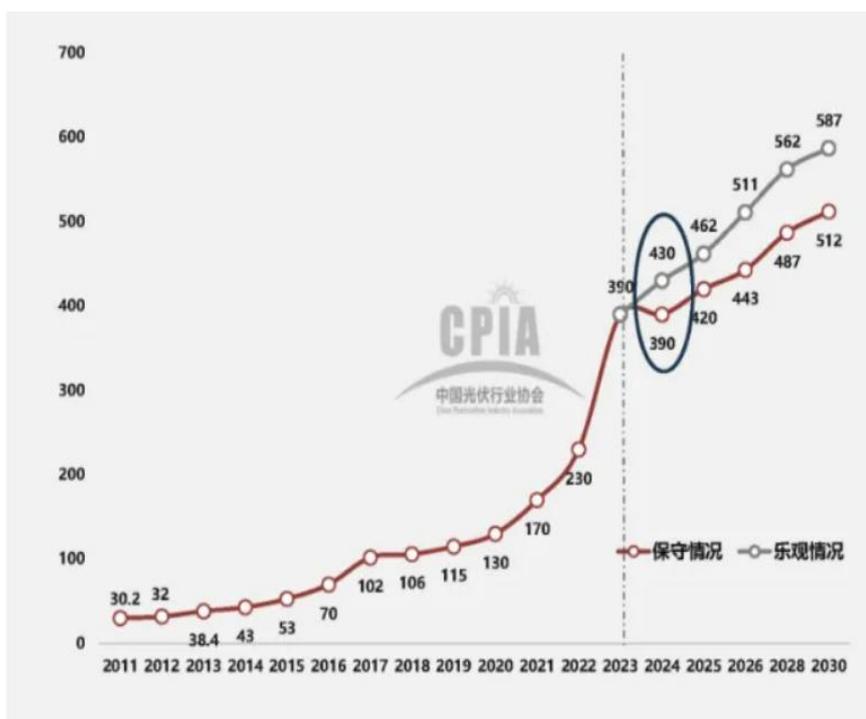
### 光伏材料

公司生产的光伏封装胶膜应用于光伏组件封装的层压环节，覆盖于电池片上下两面，与上层玻璃、下层背板（或玻璃）通过真空层压技术合为一体，构成电池封装组件，主要起保护电池片的作用。由于光伏组件在运营寿命方面要求时间较长（25 年），因此太阳能封装胶膜的透光率、收缩率、剥离强度、抗黄变性等性能指标要求较高，且光伏组件工作环境都处于露天环境，因此要求太阳能封装胶膜需要具有多种环境下的良好耐侵蚀性、耐热性、抗氧化性、耐紫外线老化性等特点。太阳能封装胶膜在组件中的应用需求决定了其成本占光伏组件成本整体不高（约 4%-7% 左右），但对光伏组件的产品质量及运营寿命影响较大。



太阳能封装胶膜的成本主要由原材料构成，约占整体成本的 90%左右，其中主要是 EVA 粒子、POE 粒子以及助剂（交联剂、稠剂、抗氧化剂、光稳定剂等）。其中助剂的配方及使用将直接影响太阳能封装胶膜的性能和质量，生产厂家需要具有长时间的经验积累和持续改进优化的能力。

太阳能封装胶膜的应用比较稳定，其市场销量主要与下游的光伏装机量有关。2020 年，世界主要国家纷纷宣布碳中和目标，中国明确提出“2030 年前碳达峰，2060 年碳中和”目标。根据中国光伏行业协会的数据，在光伏发电成本持续下降和全球绿色复苏等有利因素的推动下，全球光伏新增装机仍将快速增长，在各国“碳中和”目标、清洁能源转型及绿色复苏的推动下，预计“十四五”期间，全球光伏年均新增装机将超过 220GW。



为实现这一目标，光伏装机量将大幅增长。根据行业数据显示，平均新增 1GW 光伏装机量所需胶膜面积通常为 1,000-1,300 万平方米。参考近年来太阳能电池单位组件功率的逐渐增加趋势，按保守估计每 GW 新增光伏装机容量对应的光伏封装胶膜需求量约 1,000 万平方米，2025 年全球光伏胶膜需求量约为 73 亿平方米，根据中国光伏行业协会于 2024 年 2 月 28 日发布的《2023 年光伏行业发展回顾与 2024 年形势展望》报告显示，2023 年度中国新增光伏装机 216.88GW，同比增长 148.1%；2023 年度全球新增光伏装机 390GW，2030 年全球光伏新增装机预计将达到 512-587GW，继续呈现高速发展趋势，未来市场空间广阔。

2024 年全球光伏行业面临多重困境：产能过剩叠加需求增速放缓，导致全产业链价格持续下跌，光伏组件厂开工意愿不足，导致光伏封装胶膜供需错配，行业竞争加剧。2024 年度，公司光伏业务板块销量较上年同期增长 31.79%，但因光伏行业持续低价竞争，导致光伏胶膜业务“量价减”，加剧了公司光伏胶膜业务的亏损。2024 年度四季度公司积极调整光伏封装胶膜生产及销售策略，通过优化组织结构、调整生产计划、盘活老旧厂区（出租）等措施，提升管理效能，提高资产收益，以减少光伏业务板块带来的亏损影响。

### 家装新型消费建材

随着我国城镇化率的持续攀升，中国的房地产市场逐步进入存量房市场为主的阶段，这一特点与美国和日本等成熟国家的房地产市场变化逐渐趋同，即当国家的城镇化率达到一个稳定阶段后，存量房的交易逐渐上升，相应的家装消费建材的行业发展趋势也随着这一趋势而变化。在国内的一二线城市中，购买二手房进行首次置业或改善置换已经成为市场的主要发展趋势。购买二手房后，由于二手房的房龄较长，装修风格的美观程度可能已经过时，或装修的完整程度已经遭到局部损害，大部分购房者会进行重装或者局部修复，墙面作为入户最直观的家装部分，成为翻新的主要对象。

除了二手房装修外，自有住房的重新装修也将成为未来行业的发展趋势。据《2023 家居家装行业人群洞察白皮书》统计，新房群体中有 31% 的人群出于审美变化（更新当前装修风格）的装修需求，旧房群体中有 61% 的人群出于房间时间久需要更新/翻新等方面的原因对墙面重新装修有刚性需求。

综上所述，二手房的重装以及旧房装修将推动内墙装饰材料行业的快速发展，从销售渠道角度看，家居消费场景将更集中于 C 端零售渠道；从产品角度来看，客户对消费建材的需求也更多集中在品质、便捷性和环保性等方面。

公司利用环保的热熔粘接专利技术研发了四层结构热熔网膜无缝墙布，极大提升了产品的质感，解决了同类产品一直面临的环保安全问题，真正做到了无甲醛、无挥发性溶剂成分，有效的解决了消费者在室内装修装饰过程中面临的环保安全不达标、装饰质感差、施工周期长以及易霉变等消费痛点，可以实现不搬家换新房，真正做到“8 小时焕新家”。公司也一直加速拓展经销商渠道，为 C 端消费者提供更好的产品及服务，随着经济复苏，消费市场回暖，公司的产品将会有更大的发展空间。

#### （一）公司主要业务

公司作为一家科研创新型企业，在制膜领域以及环保粘接材料领域拥有核心技术，致力用环保的粘接技术替代传统的溶剂粘接技术，并于 2020 年经工业和信息化部中小企业局审核通过，被认定第二批专精特新“小巨人”企业，公司子公司烟台信友被认定为山东省、烟台市的专精特新企业。公司目前的业务涵盖了光伏材料、家装新型消费建材、电子胶黏剂材料以及热熔环保粘接材料领域。

在光伏材料领域，公司已有十余年的产品及技术积累，目前的产品包括 EVA 胶膜、白膜、POE 膜及 EPE 膜，品类齐全，技术先进，能够满足客户不断创新的技术需求。光伏胶膜是光伏组件封装的关键材料：电池组件运行寿命要求在 25 年以上，光伏组件封装过程存在不可逆性，一旦胶膜发生黄变、开裂等问题，将对光伏组件及寿命产生重大影响。

在家装建材领域，公司独创四层复合的热熔网膜墙布，不含甲醛、苯等危害人体的挥发物质，有效的解决了消费者在室内装修装饰过程中面临的环保安全不达标、装饰质感差、施工周期长以及易霉变等消费痛点，可以实现不搬家换新房，真正做到“8 小时焕新家”，在精装房装修、二手房翻修领域发展前景极其广阔。

在电子材料领域，充分利用公司技术开发能力强、技术服务能力迅速的特点，不断实现对国外品牌的进口替代，具有重要的战略价值，目前已经在多个领域被国内外的用户予以认可，在行业内享有较高的品牌影响力和美誉度。

在热熔环保粘接材料领域，公司坚持以技术创新为企业发展的根本动力，不断推出新的产品满足不同领域客户关于环保型胶粘剂的需求，在相关领域实现对溶剂型胶粘剂产品以及非环保加工工艺的替代。

## （二）经营模式

### 1、采购模式

公司生产所需原材料主要为石油化工基础材料，与韩华、LG 化学、陶氏、斯尔邦、浙石化等供应商建立直接采购关系，并建立合格供应商库动态优化。公司建立集团集中采购模式，根据各业务板块市场订单需求适时询价、按需采购；根据原料价格波动趋势，进行战略采购。

### 2、生产模式

公司由各事业部门销售人员根据上月及历史同期的销售数据、客户已下达订单和客户潜在需求，与计划人员进行产品销售计划的编制工作，并将制定的销售计划下达生产车间，由生产车间按照计划组织进行生产。此外，公司结合主要客户的正常需求、自身生产能力和库存状况进行产品部分备库，以提高交货速度，并充分发挥生产能力，提高设备利用率。

### 3、销售模式

公司的工业领域产品主要通过展会、网上销售平台及电话承揽等方式进行产品推广和客户开发，产品销售以直销为主、经销为辅，业务范围涵盖国内外。由于公司产品下游应用领域广阔，且应用工艺个性化强，因此公司为了适应多业务领域的发展需要，成立专门的技术服务团队以及客服团队，为客户提供个性化的产品、解决方案及完善的售后服务，赢得了客户的信赖。

公司在热熔墙布领域坚持以经销商专卖店销售模式为主，在区域内选择和培育认可公司品牌价值、市场信誉良好且具有事业精神的经销商，授权其在特定区域内，设立专卖店进行产品销售。此外，公司根据用户消费习惯和交易场景的改变，建立线上线下融合的全渠道营销模式，通过线上多平台营销引流，持续为经销商赋能；同时继续推进线下物业渠道合作，利用优秀物业平台入口的流量作用，持续深耕精装房美居业务和老房的翻新业务，在新的市场环境下扩展客流渠道、

抢占市场先机。

### 3、公司主要会计数据和财务指标

#### 3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	2,660,264,597.04	2,880,493,567.33	-7.65	2,297,836,284.86
归属于上市公司股东的净资产	1,537,098,950.15	1,795,820,504.57	-14.41	963,677,801.91
营业收入	1,318,698,602.59	1,325,361,963.89	-0.50	1,425,999,815.07
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	1,272,458,856.64	1,307,682,963.96	-2.69	1,424,528,120.50
归属于上市公司股东的净利润	-212,655,120.56	-94,208,715.73	不适用	-56,588,734.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-220,486,147.19	-107,141,219.61	不适用	-67,289,944.82
经营活动产生的现金流量净额	51,141,687.92	72,848,801.31	-29.80	-254,739,312.96
加权平均净资产收益率(%)	-12.89	-10.35	减少2.54个百分点	-5.41
基本每股收益(元/股)	-0.51	-0.22	不适用	-0.17
稀释每股收益(元/股)	-0.51	-0.22	不适用	-0.17

#### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	289,647,776.70	368,796,130.64	341,721,896.48	318,532,798.77
归属于上市公司股东的净利润	5,455,355.32	-9,871,997.15	-24,519,786.38	-183,718,692.35
归属于上市公司股东的扣除非经常性	685,548.14	-11,780,532.17	-25,902,391.02	-183,488,772.14

损益后的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	-72,923,137.94	31,039,262.31	-13,339,593.53	106,365,157.08

#### 4、 股东情况

##### 4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）		17,043					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		17,860					
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）		0					
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）		0					
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有限售 条件的股份 数量	质押、标记或 冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
李哲龙	0	114,248,393	26.41	0	无	0	境内 自然 人
珠海市横琴财东基金 管理有限公司—财东 汇鑫 2 号私募证券投 资基金	25,960,419	25,960,419	6.00	25,960,419	无	0	其他
朴艺峰	0	16,505,037	3.81	0	无	0	境内 自然 人
李明健	-25,960,419	16,401,292	3.79	0	无	0	境内 自然 人
付康	6,445,002	6,445,002	1.49	0	无	0	境内 自然 人
吴伟忠	2,647,000	5,683,437	1.31	0	无	0	境内 自然 人
天洋新材（上海）科 技股份有限公司回购 专用证券账户	2,115,600	4,861,556	1.12	0	无	0	其他
李顺玉	0	4,517,145	1.04	0	无	0	境内 自然 人

唐子贝	3,600,000	3,600,000	0.83	0	无	0	境内自然人
北京光裕同源投资有限公司	2,272,100	3,360,000	0.78	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	李哲龙系公司实际控制人，朴艺峰系李哲龙之配偶，李明健系李哲龙、朴艺峰之子，李顺玉系李哲龙之姐。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用

#### 4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用

#### 4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

#### 5、公司债券情况

适用 不适用

### 第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司实现营业收入 131,869.86 万元，较上年同期持平；实现归属于上市公司股东的净利润-21,265.51 万元，较上年同期下降 125.73%，其中归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-22,048.61 万元，较上年同期下降 105.79%。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用