

公司代码：688157

公司简称：松井股份



松井新材料集团股份有限公司  
2024 年年度报告摘要

## 第一节 重要提示

一、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，投资者应当到上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）网站仔细阅读年度报告全文。

### 二、重大风险提示

公司已在本年度报告中详细阐述公司在经营过程中可能面临的各种风险，请查阅本报告第三节“管理层讨论与分析”之“四、风险因素”。敬请投资者注意投资风险。

三、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。

四、公司全体董事出席董事会会议。

五、天健会计师事务所（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。

六、公司上市时未盈利且尚未实现盈利

是 否

### 七、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

经董事会决议，公司 2024 年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣减回购专用账户中股份为基数进行利润分配及资本公积转增股本。本次利润分配、资本公积转增股本方案如下：

1、公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 2.33 元（含税）。截至本报告披露日，公司总股本 111,736,486 股，以扣减回购专用账户中股份 426,900 股后的剩余股本 111,309,586 股为基数，合计派发现金红利 25,935,133.54 元（含税）。本次利润分配金额占 2024 年度合并报表归属于上市公司股东净利润的 30.02%。

2、公司拟以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股。截至本报告披露日，以公司总股本扣减回购专用账户股份后的剩余股本 111,309,586 股为基数，合计转增 44,523,834 股，转增后公司总股本增加至 156,260,320 股（具体以中国证券登记结算有限责任公司最终登记结果为准）。

根据《上市公司股份回购规则》等有关规定，上市公司回购专用账户中的股份，不享有利润分配的权利。截至本报告披露日，公司通过回购专用账户所持有本公司股份 426,900 股，不参与本次利润分配及资本公积转增股本。

如在本公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，公司应分配股数发生变动的，公司拟维持现金分配总额不变，相应调整每股分配比例；同时维持每股转增比例不变，相应调整转增股本总额。

本次利润分配及资本公积转增股本方案已经公司第三届董事会第六次会议审议通过，尚需经公司 2024 年年度股东大会审议通过后方可实施。

## 八、是否存在公司治理特殊安排等重要事项

适用 不适用

## 第二节 公司基本情况

### 一、公司简介

#### (一) 公司股票简况

适用 不适用

| 公司股票简况     |            |      |        |         |
|------------|------------|------|--------|---------|
| 股票种类       | 股票上市交易所及板块 | 股票简称 | 股票代码   | 变更前股票简称 |
| 人民币普通股（A股） | 上海证券交易所科创板 | 松井股份 | 688157 | 无       |

#### (二) 公司存托凭证简况

适用 不适用

#### (三) 联系人和联系方式

|      | 董事会秘书               | 证券事务代表              |
|------|---------------------|---------------------|
| 姓名   | 熊开阔                 | 司新宇                 |
| 联系地址 | 湖南宁乡经济技术开发区三环北路777号 | 湖南宁乡经济技术开发区三环北路777号 |
| 电话   | 0731-87877770       | 0731-87877770       |
| 传真   | 0731-87877770       | 0731-87877770       |
| 电子信箱 | zqb@sokan.com.cn    | zqb@sokan.com.cn    |

### 二、报告期公司主要业务简介

#### (一) 经营情况讨论与分析

2024年，经济运行稳中有进。下游高端消费电子和乘用车行业延续良好发展态势，人工智能技术的飞速进步不断推动智能终端应用与新兴场景深度融合，为新型功能涂层材料行业带来更为广阔的应用前景。在此背景下，公司秉承“单聚焦+多领域”的“三纵三横”发展战略蓝图，以市场需求为导向，强化创新研发驱动，业务开拓取得多点突破，经营业绩实现稳健增长。

##### 1. 主要经营情况

报告期内，公司实现营业收入 74,552.65 万元，同比增长 26.41%；实现利润总额 9,278.46 万元，同比增长 8.26%；实现归属于上市公司股东的净利润 8,639.55 万元，同比增长 6.52%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 7,901.46 万元，同比增长 7.18%。截至本报

告期末，公司总资产 180,728.27 万元，较期初增长 14.97%；归属于上市公司股东的所有者权益 132,177.70 万元，较期初增长 2.33%。

## 2. 重点工作回顾

### (1). 拓增量挖潜量，业务开拓迈向新境

在高端消费电子领域，公司顺时应势积极把握行业发展机遇，凭借差异化的创新工艺与领先的技术优势拓增量、挖潜量，2024 年度实现营业收入 60,729.20 万元，同比增长 26.87%。报告期内，公司与北美消费电子大客户的合作持续深化，业务边界不断拓宽，产品品类从涂料延伸至油墨，新项目合作取得系列进展及成果；同时，积极创新工艺技术，深挖市场需求潜力，以国内 H 大客户系列旗舰机项目为标杆，成功推动拓印等技术在小米、荣耀、OPPO、VIVO 等众多终端的全面拓展；AF 产品取得多个战略模厂客户认证并导入量产，准分子工艺初步开发成功并完成首个项目落地，为后续业务发展提升积蓄新动能。

在乘用车领域，公司 2024 年度实现营业收入 12,787.41 万元，同比增长 29.58%，其中第四季度实现营业收入 4,867.32 万元，同比增长 51.57%，环比增长 49.64%，呈现强劲发展势头。报告期内，公司构建了“品牌终端-T1-模厂”三层稳固且高效的营销架构，聚焦战略头部客户，凭借差异化竞争优势，深化了与比亚迪、北美 T 公司、吉利、蔚来、理想、小鹏、华为、小米、延锋、敏实集团、新泉股份等国内外知名整车及汽车零部件厂商的业务合作，持续发力内外饰涂层领域市场，夯实了“由内饰到外饰、由小件到大件”的产品策略，并成功参与汽车战略客户、头部新能源汽车品牌多款热销车型。同时，公司积极推进汽车原厂 OEM 涂料、修补涂料等产品的客户对接与试点落地，为全面进军汽车车身涂料市场做好准备。

在动力电池及航空航天等战略新兴领域，报告期内，公司成功交付新能源电池行业全球首创中国首发的材料、工艺设备一体化电芯绝缘 UV 喷墨打印样板工程，实现了电芯制造末端绝缘保护制程的突破性变革，这一技术革新不仅完美跨越了传统方案的技术与安全局限，更将一次性良率提升至 99%以上极致水平，具有重要战略意义。以此为契机，公司又成功斩获多条标准线订单，并开创性设计出电池水冷板打印解决方案，UV 喷墨打印数字涂装技术的商业化规模应用正逐步铺开。在航空航天领域，公司持续推进与下游客户对接合作，目前适航认证已完成取样，并与客户进入产品交互式合作开发阶段。

### (2). 坚持技术创新，持续领航行业前沿

2024 年，公司秉持“技术的松井”发展路径，不断加码研发投入，强化研发平台建设，锻造高水平研发团队，激发组织创新动能，并扎实推进技术创新与产业发展的深度融合。全年公司共投入研发费用 10,544.50 万元，同比增长 16.79%，且随着营收规模的持续扩大，规模效应逐渐显现，研发费用率开始下降，2024 年度，公司研发费用占营业收入的比例为 14.14%，较 2023 年度的 15.31%下降 1.17 个百分点；同时，新增国家授权专利 52 项（含发明专利 19 项），参与制定行业标准 1 项；获评国家级博士后科研工作站，为吸引和培养顶尖科研人才提供强力支撑；正式启用全球研发中心，推动科技创新迈入新里程，持续引领行业发展。

在高端消费电子领域，公司凭借前瞻性的战略触角与深厚的技术沉淀，率先推出了准分子涂层材料解决方案，该方案凭借其卓越的 CMF 表现收获众多客户赞誉，成为创新的又一典范；拓印新工艺项目实现了新材料、新工艺、新色彩的三重突破，在客户端全面落地开花，赢得了客户的

持续信任。在乘用车领域，公司积极进行平台化产品和技术布局，自主研发的工艺更精简、能耗更低、良率更高的烧结油墨获得下游客户认可并逐步导入量产；系列差异化 PVD 镀涂料技术如透雷达波 PVD 技术、发光 PVD 技术等创新技术，凭借其卓越的性能表现，成功满足新能源汽车在智能化与个性化方面的创新需求；同时，汽车后市场修补涂料和原厂 OEM 涂料项目研发取得阶段性成果，为后续参与市场竞争提供坚实的品质后盾。在特种装备等战略新兴领域，公司前瞻性布局的战略研发项目稳步推进并取得重要进展。电芯用绝缘 UV 喷墨打印项目持续升级迭代，UV 绝缘油墨各项性能指标表现优异；AI 创新应用端、人形机器人涂层应用领域深度探索，为把握新质生产力机遇蓄势储能。

### (3). 多举措修内功，强化内生增长潜能

以 CMF 创新解决方案为抓手，推动营销模式向组合式、场景化、生态化升级，不断提升品牌与行业影响力。报告期内，公司 CMF 中心发布了 2026 季 CMF 创新趋势，通过宏观趋势分析，描绘未来一季的消费画像，并以公司的产品为基础，结合材料，以及公司最新技术和工艺，展望未来全球工业体系的 CMF 趋势发展；成功举办第三届新型功能涂层材料技术全球峰会，邀请全球知名品牌客户、产业链合作伙伴及行业专家，围绕“新色彩、新材料、新工艺”展开研讨，并发布多款重磅产品，充分展示公司在新型功能涂层领域的技术实力，增强客户对品牌的认同与粘性；在上海举办汽车涂层材料 CMF 展会，展示和推广汽车 PVD 涂料、发光保险杠、车载一体黑油墨等契合当下汽车个性化定义发展趋势的功能涂层解决方案，提升品牌形象，吸引和转化潜在客户；持续以“现场交流+培训”的创新模式，组织开展客户课程，让客户进一步了解公司创新产品体系，展现公司在新型功能涂层材料领域的专业性与前沿性。



深化精益管理，优化运营机制，赋能高质量发展。报告期内，在经营管理方面，公司将“阿米巴经营模式”做深做实，优化管理框架与资源配置流程，有力推动组织绩效提升。同时，随着公司营收规模的持续扩大，规模效应逐渐显现。剔除股份支付影响，管理费用率也开始下降，2023 年度与 2024 年度分别为 10.42%、10.31%。在品质管理方面，公司构建了覆盖研发、采购、生产

等环节的标准化流程与质量监控机制，形成了产品全生命周期质量管理体系，并根据产品应用场景建立了有效的 OQC 管控手段，确保产品质量稳定可靠，增强市场竞争力。在数智化赋能方面，公司持续推进数字化建设，并探索 DeepSeek 等人工智能工具与业务融合，新增数字化调色系统和 MSDS 生成系统，进一步提升研发效率与规范性。

持续推进国际化布局，加速海外市场开拓，为公司全球化战略提供有力支撑。报告期内，公司进一步完善越南工厂供应链能力建设和组织效能，满足东南亚及印度市场需求；在美国布局建设技术与服务中心，以贴近化服务加速对北美高端客户资源的深度开发与渗透，进一步巩固海外市场竞争优势；通过松井越南、松井印度以及松井美国等生产、技术、营销服务基地，提供本地化服务，促进公司长期可持续发展。

#### (4). 借力资本工具，拓展外延协同效应

2024 年以来，中国证监会先后发布《关于深化科创板改革服务科技创新和新质生产力发展的八条措施》《关于深化上市公司并购重组市场改革的意见》等一系列政策，支持科创板上市公司开展产业链上下游的并购整合，提升产业协同效应。在前述政策的指导下，公司在注重内生式增长的同时，积极借助资本市场工具，围绕高端消费电子、乘用车及特种装备等领域进行战略生态布局，推动业务快速发展和战略目标落地。

报告期内，为满足整体战略发展需求，公司与湖南湘江新区国有资本投资有限公司等投资设立了湖南湘江松井新材料产业基金，重点聚焦与主营业务高度协同的新型功能涂层材料产业链上下游项目，以推动创新链、产业链、人才链的深度融合，打造共生共荣的产业生态；同时，为全面落实一体化发展战略，公司完成了对松润新材少数股东股权的收购，并启动了对鸥哈希少数股东股权收购，进一步整合优化资源配置，加速推进业务发展；此外，为进一步丰富公司乘用车部件新型功能涂层材料市场产品矩阵与技术储备，公司收购了厦门翰森达 51% 股权，以整合双方在技术研发、产品、客户、市场和供应链等各方面资源，实现产业协同与规模效应。

#### (5). 深化 ESG 实践，推动可持续发展

在全球经济深度转型、可持续发展成为时代主流的当下，公司高度重视 ESG 管理及工作，将 ESG 理念融入各项经营工作中，在环境保护、社会责任和公司治理等方面持续改进提升。2024 年度，公司正式发布首份环境、社会和公司治理（ESG）报告，系统呈现公司年度 ESG 实践成果，展现公司在可持续发展领域的坚实步伐与创新探索，为推动高质量、可持续发展注入新动能。

## (二) 主要业务、主要产品或服务情况

### 1. 主要业务

公司的主要业务是以高端消费电子、乘用车、特种装备领域为目标市场，通过“交互式”自主研发、“定制化柔性制造”模式，为客户提供涂料、油墨、胶黏剂等多类别新型功能涂层材料的系统解决方案。

新型功能涂层材料按照产品特性、用途等不同，可分为涂料、油墨、胶黏剂三大类；按照固化方式不同，主要分为热固化、UV 固化以及电子束固化涂层材料；按照溶剂种类不同，又可以分为溶剂型、水性、高固含、粉末涂层材料；按照应用领域划分，现阶段主要应用于高端消费电子

领域的手机及相关配件、笔记本电脑及相关配件、可穿戴设备、智能家电等四类细分领域，以及乘用车的内外饰零部件领域。



## 2. 主要产品

### (1). 高端消费电子领域

在高端消费电子领域，公司聚焦目标市场深耕细作，与下游众多全球知名终端建立合作。目前，公司已成功供应或进入客户体系的核心终端客户包括：北美消费电子大客户、Microsoft、Google、HP、Amazon、Meta、罗技、国内H大客户、荣耀、小米、VIVO、OPPO等诸多国际知名的终端品牌。

#### A. 涂料产品

公司高端消费电子领域的主要涂料产品包括：PVD涂料、触感涂料、外观涂料及其他功能性涂料。PVD涂料包括镀铜、镀锡、镀铝和光学镀等产品系列，以NCVM技术为主，可实现塑料等基材的金属化效果，显著提升高端消费电子产品外观色彩和装饰效果且不影响信号传输；触感涂料包括硅胶涂料及手感涂料等，其中硅胶涂料手感滑爽柔韧，在硅胶基材、氟硅橡胶基材和TPU基材上有良好的附着力，耐磨性能优异，耐化学药品性能良好；外观涂料包括UV、PU等系列涂料，可用于塑胶、金属和复合材料基材上，实现多彩效果和高金属质感，具有高装饰性，高硬度抗划伤，高耐磨和高耐化性；其他功能性涂料包括AF产品、低反射率PU涂料、低电阻涂料、可剥胶PU涂料、抗菌、高耐磨、感光、感温涂料等，其中AF产品具备疏水疏油、高爽滑性、高耐磨性、持久抗污性、易清洁等优异特性。

同时，公司还开发了水性系列涂料，如水性PU涂料、水性手感涂料、水性UV涂料、水性高温烘烤涂料等，可应用于金属、塑料、皮革和复合材料等基材，具有良好的附着力、耐高温高湿、耐化学品和耐磨性能，且色彩丰富。水性涂料的VOC含量更低，更环保，符合国家的产业发展方向，可替代传统的溶剂型涂料。

#### B. 油墨产品

公司高端消费电子领域的油墨产品包括：保护油墨、装饰油墨、UV喷打油墨。保护油墨产品具有耐强酸、强碱，抗喷砂等特性，在玻璃加工制程中起过程保护作用，提升玻璃切割良品率，防止玻璃擦伤、玻璃边缘减薄等；装饰油墨适配丝印、移印和喷涂等施工方式，具有遮盖率高、附着力强、印刷精度高、耐老化、耐黄变、高达因值等特性。其中，低VOC喷涂型油墨特别适用于3D等曲面玻璃的装饰、标识，且喷涂应用效率更高。

同时，公司还开发了水性丝印油墨和水性喷涂型油墨，应用于玻璃、塑胶和复合板材等基材上，具有附着力强，色彩丰富、易操作，遮盖力好和低VOC等特点。公司的水性喷涂型油墨可实现更低VOC排放，符合国家的产业发展方向。

公司高端消费电子领域涂层产品与解决方案部分应用示例如下：



## (2). 乘用车领域

在乘用车领域，公司依托在高端消费电子领域积累的技术优势和品牌影响力，通过差异化的竞争策略，实现技术与市场的双重突破，已供应或进入客户体系的核心客户包括：比亚迪、北美T公司、蔚来、理想、吉利、广汽、上汽通用五菱、小鹏、一汽红旗、法雷奥、延锋、敏实集团、新泉股份等国内外知名整车及汽车零部件供应商。

### A. 涂料产品

目前，公司乘用车领域的涂料产品主要包括：乘用车内饰件涂料、乘用车外饰件涂料。乘用车内饰件涂料主要用于汽车的内饰件表面，如仪表台、方向盘、喇叭网、装饰条等；乘用车外饰件涂料主要用于汽车的外饰件表面，如保险杠、扰流板、后视镜、油箱盖、车灯、车标等。公司的乘用车修补涂料、车身涂料也在稳步开发中。

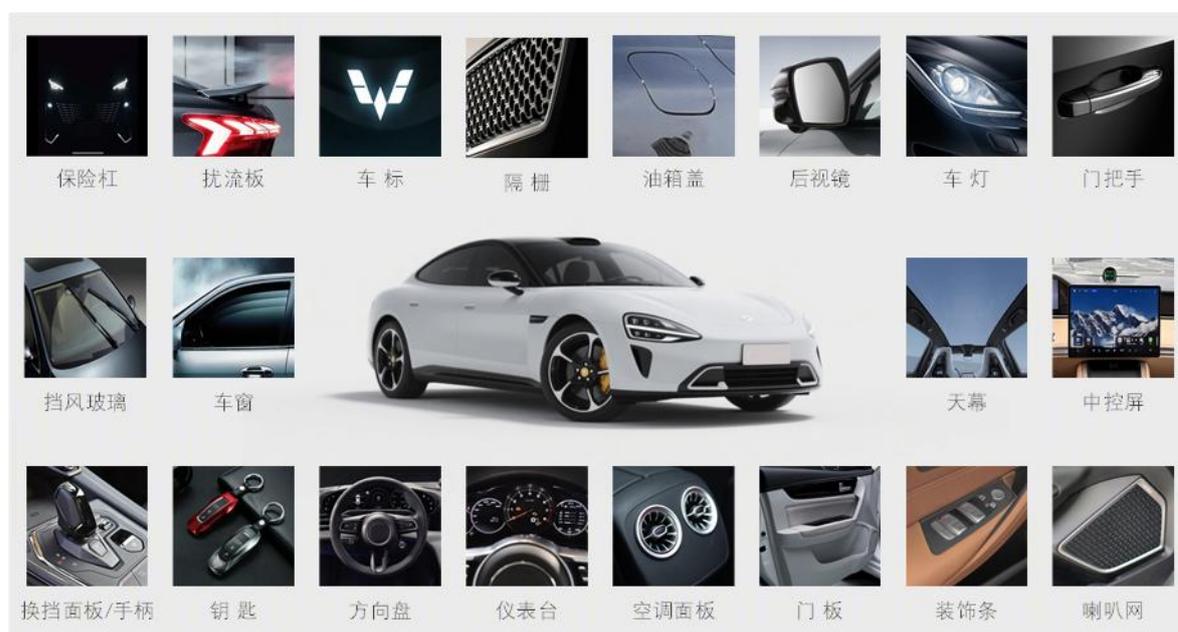
其中，公司的汽车PVD涂料采用真空离子溅射镀膜技术，无污染、可替代高环境污染的水电镀（铬）产品，具有优异的附着力及耐水性、金属效果、高耐磨、耐大气老化、耐湿热老化等特性，同时可实现透光、透雷达波、色彩多样化等功能，可用于PC、ABS、PP、金属等多种素材上，适用

于汽车氛围灯装饰条、装饰圈、门把手、旋钮、出风口、方向盘、车标等内饰件，以及格栅、雾灯框、门外装饰条、后视镜装饰条等外饰件，提高产品的外观装饰与防护性能。

## B. 油墨产品

公司乘用车领域的油墨产品主要包括：保护油墨、装饰油墨、烧结油墨、UV绝缘油墨。与其在高端消费电子领域的运用类似，保护油墨与装饰油墨起到过程保护及效果装饰的作用；烧结油墨是通过烧结工艺来实现固化和附着等特殊油墨，广泛应用于玻璃、陶瓷、金属等基材的表面装饰和功能涂层；UV绝缘油墨是一种利用紫外线（UV）固化技术形成的绝缘防护的涂层，应用于电池系统组件的绝缘防护。

公司乘用车领域涂层产品与解决方案部分应用示例如下：



### (3). 特种装备等战略新兴领域

围绕轨道交通、航空航天、海洋装备等特种装备领域，公司正以表面处理、功能涂层、胶黏剂等相关的前沿技术为研发方向，积极开展技术攻关和应用研究。

胶黏剂产品是公司“三纵三横”发展战略重要构成，广泛用于相关产品的器件保护、电气连接、结构粘接和密封、热管理、电磁屏蔽等场景，直接影响终端产品的性能表现、可靠性、生产良率及效率。目前，公司有结构胶、热熔胶、保护胶等成熟产品。经过研发及引进团队，公司也已具有性能优异、系列完整的光刻胶产品体系，并可根据客户工艺要求进行定制开发，应用领域涵盖集成电路、发光器件、射频器件、分立器件、先进封装、微机电系统等。

### (三) 主要经营模式

#### 1. 盈利模式

公司以高端消费电子、乘用车、特种装备领域为目标市场，采取“交互式”自主研发、“定制化柔性制造”的模式，为客户提供涂料、油墨、胶黏剂等多类别新型功能涂层材料的系统解决方案，对外销售相关产品实现业务收入。

## 2. 研发模式

公司坚持以“交互式”自主研发为主、合作研发为辅的研发模式，进行技术的研发与产品的迭代。该研发模式具有以下特点：（1）与终端客户建立交互式研发信息共享机制；（2）在公司内部建立集成产品开发平台；（3）以公司为主体，各级工程技术中心为平台，联合供应商、高校和行业协会，有效整合社会资源，共同促进研发成果产业化。

## 3. 采购模式

公司采取“战略采购、以销定采”的采购模式。

公司“战略采购”主要包括：（1）战略合作：公司与战略供应商签订《战略合作和长期采购协议》，共同开展项目技术研发，共享市场及技术开发信息；（2）策略采购：公司基于原材料市场供求及市场行情等因素，适时进行采购储备、集中采购，控制采购成本。同时，公司根据“以销定采”策略执行原材料采购，主要原材料包括树脂、金属颜料、溶剂和助剂等。其中，树脂、金属颜料为公司的核心原材料。公司与主要树脂供应商、金属颜料供应商采取了“长期框架合同+订单”的采购模式。

## 4. 生产模式

公司主要按照“定制化柔性制造”的模式组织精益生产。

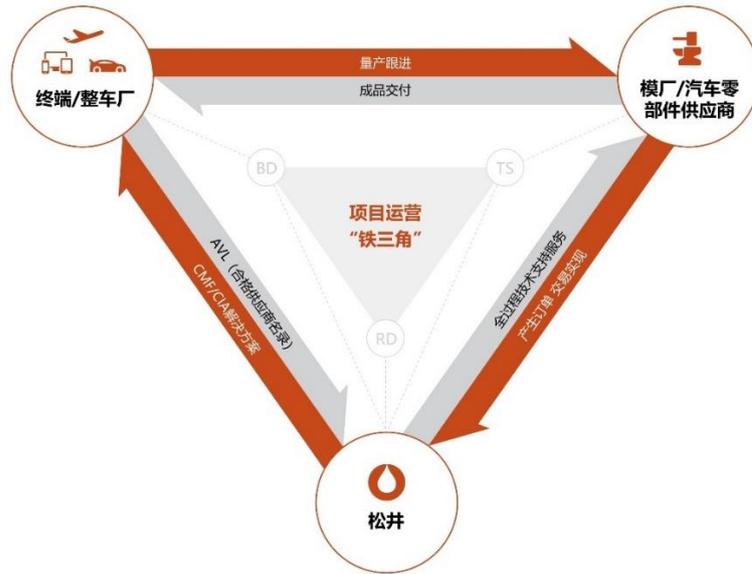
公司配置了业内先进的生产自动化控制及辅助系统，以及柔性生产系统，实现小批量、多批次定制化生产需求。针对下游客户需求的多样性和复杂性等特点，公司构建了涂料、油墨等多类别、一体化的新型功能涂层材料生产系统，一站式满足客户不同业务需求。

## 5. 营销模式

公司目前主要采用直接销售模式进行产品销售。

高端消费电子和乘用车领域具有创新质量要求高的特征，该特征要求产业链上所有环节必须保持相应的创新质量和节奏，“公司→模厂（→T1）→终端”构成产业链条上下游，相互之间形成一种共生生态关系。

模厂和终端、公司和模厂之间是直接供应关系，公司和终端之间是间接供应关系：（1）公司向终端提供新型功能涂层材料系统解决方案，获取终端的供应商资格，在终端许可下，向模厂提供特定项目所涉及的涂料、油墨等产品和基于模厂具体工况定制的工艺技术服务；（2）模厂通过竞标获得终端机型项目，完成相应产品制作后向终端交付成品；（3）终端派驻品质及工程技术人员到模厂监督并跟进产品制造过程。



公司建立了项目化运行机制，“一对一定制化”向客户进行深度营销。终端服务部门人员服务终端、模厂服务部门人员服务模厂，二者相互协同，执行公司“终端指引、模厂落地”的营销策略，同步客户项目开发全流程，保证项目开发进度和质量，最终实现对终端和模厂两极客户的有效开发。

#### (四)所处行业情况

##### 1. 行业的发展阶段、基本特点、主要技术门槛

根据国家统计局《战略性新兴产业分类（2018）》，公司所属行业是新材料产业之新型功能涂层材料制造行业。按照涂层材料应用领域划分，公司经营业务属于手机及相关配件、笔记本电脑及相关配件、可穿戴设备、智能家电等高端消费电子领域涂层材料，乘用车及其零部件涂层材料以及轨道交通、航空航天、海洋装备等特种装备领域涂层材料。

##### (1). 高端消费电子领域

根据DIResearch研究统计，全球3C涂料市场规模呈现稳步扩张的态势，2024年全球3C涂料市场规模达到74.1亿元。其中，亚太是全球最大的3C涂料生产市场，占有大约82%的市场份额，之后是美国和欧洲市场，二者共占有接近15%的市场份额。在高端消费电子领域，除涂料产品外，油墨及胶黏剂产品等功能性涂层材料市场同样蕴含着巨大的潜力。

##### ①创新活跃、影响广泛

消费电子是经济活动中创新最活跃、影响最广泛的终端领域之一。技术创新是消费电子行业发展的核心动力。新技术的不断涌现和应用为市场注入了新的活力，对培育发展新质生产力、提升产业链供应链韧性具有强大支撑作用。

近年来，随着下游高端消费电子产品的快速迭代和技术升级，新型功能涂层材料行业进入创新升级阶段且市场需求显著增加。如硬件性能与功能的快速迭代使得智能手机、平板电脑等设备功耗大幅提升，高效散热涂层材料成为解决散热问题的关键；折叠屏手机和柔性电子设备的兴起

催生了柔性涂层需求，传统刚性涂层无法满足可弯曲、耐磨损的要求，聚氨酯涂层、有机硅涂层等柔性材料受到广泛关注；AR/VR设备的快速发展带动了光学涂层需求，防反射、抗眩光、耐磨涂层成为提升用户体验的核心材料；可穿戴设备的普及推动生物相容性涂层发展，要求材料需具备无毒、抗过敏、透气及防水防汗特性；笔记本电脑、平板电脑等设备的轻薄化发展，推动了对多功能集成涂层（如兼具高导热性和防眩光功能）的需求等。

### ②技术门槛高

在高端消费电子等领域，新型功能涂层材料的开发面临着极高的技术要求。首先，新型功能涂层材料涉及高分子化学、有机化学、无机化学、胶体化学、表面化学与物理、流变学、材料力学、光学和颜色学等多个学科的综合应用，企业需要具备强大的多学科交叉与研发能力，通过整合不同学科的观点、方法和工具，才能在涂层材料的研发中实现创新突破。其次，由于该领域产品迭代迅速，市场需求不断变化，企业必须通过持续的研发投入和技术更新，快速响应市场对涂层材料的新需求。最后，高性能与稳定性是涂层材料在高端应用领域获得认可的关键因素。只有这样，才能确保涂层材料在复杂的使用场景中保持优异的表现，从而满足高端市场对产品质量的严格要求。

### ③客户粘性强

高端消费电子等领域对新型功能涂层材料的供应商有着极高的要求，客户粘性与供应商稳定性使得新进入者难以打破现有的供应链格局，而市场竞争与品牌影响力则进一步增加了新进入者的市场开拓难度。首先，由于涂层材料的品质直接影响下游产品的质量和性能，下游客户在选择供应商时极为谨慎，为了确保产品的稳定性和供应链的可靠性，一般不会轻易更换供应商。这种客户粘性使得新进入者难以在短期内获得客户的信任和订单。其次，市场竞争与品牌影响力也是新进入者需要面临的挑战。新进入者需要具备强大的品牌影响力和市场竞争力，才能在市场中占据一席之地，而品牌影响力的建立需要长时间的积累和持续的市场投入，这对于新进入者来说是一个巨大的挑战。

## (2). 乘用车领域

### ①市场规模大

根据Astute Analytica数据分析，得益于车辆产量的不断增长、涂料技术的进步以及市场对环保涂料需求的不断增加，汽车涂料市场将持续增长，预计到2032年，全球汽车涂料市场估值将从2023年的195亿美元增至284亿美元。中国作为全球汽车涂料产销量最集中的区域，根据中研普华产业研究院预测，2025年我国汽车涂料市场规模可达56亿美元，市场空间广阔。

### ②准入壁垒高

乘用车涂层材料行业的市场准入壁垒较高，主要体现在技术标准、认证周期、供应链绑定和资本投入等方面。首先，与高端消费电子领域类似，进入乘用车领域的供应链，涂层企业亦需完成严格的“终端认证”和“模厂认证”双重认证流程，包括实验室性能测试、生产线适配验证及整车耐久性测试，部分合资车企甚至要求将喷涂后的整车送往特定环境进行长达一年的自然暴晒实验，再返回进行老化性能检测，整个认证周期通常需要2-3年，时间成本较高。其次，涂层材料需满足耐腐蚀、耐磨、耐候、抗紫外线、低VOC（挥发性有机物）等严苛性能指标，尤其是高端乘

用车对涂层的光泽度、色彩一致性、抗石击性等要求极为严格，而水性涂料、高固体分涂料等环保型涂料的推广进一步提高了技术门槛。再次，车企对涂层材料的质量稳定性要求极高，倾向于与长期合作的品牌供应商绑定，品牌黏性使得新供应商进入供应链体系难度加大。最后，涂层材料的研发涉及树脂合成、配方优化、喷涂工艺等多个环节，需持续投入高额资金，认证过程中的测试设备、模拟产线建设等均需大量资本支撑。

### ③国产替代正当时

长期以来，国内乘用车领域的涂料市场份额主要由国际巨头所占据，如PPG、巴斯夫、艾仕得、立邦、关西等。中国汽车工业及零部件产业的起步发展相对较晚，早期面临着技术落后，设备及材料依赖进口等诸多困境，在汽车工业及相关配套产业的技术水平及产业化能力方面，与美国、日本等国际先进厂商相比存在较大差距。

然而，近年来，随着国家对汽车工业及相关配套产业的高度重视和大力扶持，以及国内企业在技术研发上的不懈努力，我国汽车产业亦进入全方位成长阶段，特别是国内新能源汽车行业的蓬勃发展，带动了国内汽车产业链的强势崛起，产业链上下游国产替代持续推进，关键材料和设备正逐步实现自主可控。国内如比亚迪、吉利、蔚来、小鹏、理想、小米、零跑等新能源汽车品牌的崛起，带动了对汽车领域涂层材料的旺盛需求，这为国产汽车领域涂层材料企业提供了广阔的发展空间。根据《涂界》数据显示，我国乘用车领域涂料市场外资品牌市占率长期超80%，特别是在乘用车车身涂料市场外资品牌市占率更是超过90%。基于供应链自主可控的战略意义及成本优化考量，乘用车领域涂料市场国产替代正当时。

## 2. 公司所处的行业地位分析及其变化情况

### (1). 行业整体格局

新型功能涂层材料企业的发展模式与市场定位呈现出差异化特征，按照经营领域和业务覆盖范围不同，一般分为以下两种类型：

#### A. 综合型企业

综合型企业主要为跨国性的大型集团，代表企业有：阿克苏诺贝尔、PPG、贝格、耐涂可、精工、帝国、巴斯夫等。此类企业历史悠久，业务众多，产品丰富，技术及资金实力强，品牌影响力大。但鉴于涂层材料业务主要为其下属的某个业务单元，多通过下属子公司或事业部的形式开展经营。

#### B. 专业型企业

专业型企业大多以高端消费品等某个或少数几个领域为目标市场，专业从事涂料、油墨、胶黏剂等某一类别或多类别新型功能涂层材料的生产经营业务，主要代表企业有：艾仕得、湘江关西、卡秀、松井股份等。

### (2). 公司市场地位

①公司是国内少数在细分领域能与国际品牌直接竞争并实现产品国产替代的企业之一

全球拥有突出研发实力和超大规模化运营能力的涂层材料企业主要集中在海外，如上述跨国性的大型集团。松井股份是国内在新型功能涂层材料领域少数能与国际品牌直接竞争并实现高端产品国产替代的企业之一。在高端消费电子应用领域，公司直接与国际品牌竞争，打破了国际品牌在该领域的垄断地位，并取代了部分国际品牌市场份额，助力新型功能涂层材料实现国产化替代。在乘用车应用领域，公司汽车内外饰涂层产品的关键技术指标已具备了与国际品牌相竞争的性能或超越竞品的性能；公司正紧握机遇，加大研发投入，不断提升产品质量和技术水平，以加速对汽车领域涂层产品的国产化替代进程。

## ②公司是国产新型功能涂层材料领域的中坚力量

经过十余年的发展，凭借卓越的研发实力及多年的研发积累，公司已经跻身国产涂层材料行业前列，成长为国产新型功能涂层材料领域的中坚力量。公司自主研发的系列有机硅手感涂料技术、系列PVD涂料技术、系列外观涂料技术、系列水性涂料技术等均具有行业领先或先进性，并形成规模生产销售能力，相关产品具有性能领先和高可靠性等优势，在高端消费电子、乘用车等领域获得客户广泛的认可。在高端消费电子领域，公司产品已进入北美消费电子大客户、Microsoft、Google、HP、Amazon、Meta、罗技、国内H大客户、荣耀、小米、VIVO、OPPO等知名品牌；在乘用车领域，公司产品已进入比亚迪、北美T公司、吉利、蔚来、理想、小鹏、华为、小米、延锋、敏实集团、新泉股份等国内外知名整车及汽车零部件品牌。

## 3. 报告期内新技术、新产业、新业态、新模式的发展情况和未来发展趋势

### (1). 新产业：新能源汽车产业重构涂层需求

新能源汽车产业作为国家七大战略性新兴产业之一，近年来在一系列的政策扶持以及市场需求相互作用下，我国新能源汽车产业已形成技术领先、体系完善、竞争力突出的发展格局。根据中国汽车工业协会统计，2024年我国新能源汽车渗透率已达到40.9%，发展进程加速，带动上游新型功能涂层材料需求生态发生变化。

首先，新能源汽车消费品属性增强，逐步趋同于高端消费电子领域。一方面，为满足消费者对产品快速迭代的需求，车企投放新车型的节奏越来越快。新能源汽车正从过去耐用消费品的属性叠加快销品的属性，与快速迭代的高端消费电子产品更为相似。另一方面，新能源汽车消费群体更偏向于年轻化，而终端年轻化消费群体的消费习惯引导着新能源汽车朝着更具个性化、定制化方向发展。其中色彩就是个性化、定制化最直观的性能指标。车企需要满足消费者对高颜值外观、潮流化、多样化配色等各方面要求，这为新型功能涂层材料行业带来了机遇，对涂层产品的性能和效果提出了更高的要求。

其次，在新能源汽车“智能化、网联化”的趋势下，自动驾驶技术不断升级，从辅助驾驶到部分自动驾驶，再到完全自动驾驶，车辆的智能化程度不断提高。传感器、摄像头、雷达等硬件设备性能不断提升，以实现更精准的环境感知、更快速的决策和更可靠的控制；车辆的外观和内饰设计更加注重智能化和人性化，如车灯可能会集成更多的智能功能，车内空间可能会更加注重舒适性和科技感。这为新型功能涂层材料提供了广阔的应用空间，从而满足智能化转型进程中的一系列特殊功能需求。如透波涂料需具备高透射率及耐候性，使得雷达波可以顺利通过而不会被反射或阻挡，从而保证传感器的探测精度和可靠性，保障车辆智能驾驶系统的实时性感知及精准

运行；低反射涂层用于HUD、摄像头等部件以显著降低反射率并提高透光率；抗菌、耐脏污等功能涂层，以满足消费者对汽车驾乘舒适度的要求。

此外，随着新能源汽车快充技术以及高电压平台的普及，UV绝缘油墨、聚脲等新型功能涂层材料还可应用于新能源汽车动力电池上，用于提升电池在高电压及大电流情况下的绝缘性能，以及在复杂使用环境下的耐老化性能，能够有效规避电池外壳出现锈蚀造成漏液或击穿短路等风险，进一步提升电池的安全性和可靠性。

## (2). 新业态：智能终端场景更多元

随着智能终端的形态创新与应用场景拓展，以人形机器人、垂直起降飞行器（eVTOL）、AI眼镜为代表的新业态加速崛起，其功能集成化与场景泛用性不仅推动了技术边界的突破，也为上游新型功能涂层材料行业打开了多维增长空间。

人形机器人作为融合人工智能与高端制造的典型载体，正从工业场景向医疗、服务等民生领域渗透，而涂层材料的创新成为保障设备可靠运行的关键：双足行走、仿生触感等设计需依赖关节高耐磨涂层、机身防污抗菌涂层等材料支撑；而信号稳定性、传感器灵敏度等核心则与导电屏蔽、低反射率涂层技术紧密关联。AI眼镜作为下一代人机交互终端，正引领可穿戴设备从单一功能向多场景融合升级。为适配轻薄化设计与沉浸式交互体验，AI眼镜对涂层的功能性要求显著提升：低反射率涂层可增强传感器灵敏度，防指纹与抗污涂层优化用户触控体验，手感涂层则兼顾舒适度与耐用性。低空经济领域，eVTOL与无人机的商业化进程催生特种涂层需求，呈现出“内外兼修”的特点：外部涂层需满足极端气候下的耐候性、空气动力学优化及抗冲击防护；内部精密仪器则需要涂覆具有电磁屏蔽、隔热导电等功能的涂层来保障运行稳定性。

智能终端运用场景的多元化与性能升级，正推动新型功能涂层材料从“辅助配套”向“核心赋能”转变。无论是机器人关节的耐久性提升、eVTOL机身的轻量化突破，还是AI眼镜传感器的灵敏度优化，涂层材料均在终端创新中扮演重要角色。未来，随着人形机器人规模化落地、低空经济场景纵深拓展以及可穿戴设备生态持续完善，新型功能涂层材料行业将迎来更广阔的市场空间。

## (3). 新技术：突破性材料与工艺创新

新技术通过突破性材料与工艺创新，驱动功能涂层材料行业的发展。如以环氧玻纤板为代表的纤维增强复合材料的运用及拓印、准分子固化等技术的突破，不仅显著提升了涂层材料的性能边界（如耐磨性、耐候性、触感等），还拓展了其应用场景的广度与深度。政策法规对环保严控与产业升级需求的双重推动下，企业加速向绿色化、多功能化方向转型，同时下游领域的需求增长，进一步刺激了技术迭代与产业化落地。

以环氧玻纤板为代表的纤维增强复合材料具备跟金属相当的比强度和比模量，成为轻薄、高强度手机后盖材质的选择。其轻量化与高强度的优势背后，需通过涂层材料提供耐磨、抗污、防化学侵蚀等保护功能；同时，为满足手机后盖的多样化外观需求（如色彩、纹理、光泽等），需涂层材料实现装饰效果。拓印、准分子固化等技术则赋予涂层表面触感更加柔滑、肤感更加持久、抗划更加优异、耐汗更加出彩等性能。环保型涂层方面，水性涂料和无溶剂技术因VOC排放趋零成为主流，生物基材料则通过可降解特性响应循环经济需求，PVD涂层解决方案施工过程更节能、更环保、更高效，相较于传统水电镀工艺，不会产生重金属、污水等污染物，已被越来越多的汽车终端品牌客户认可。

#### (4). 新模式：系统解决方案

随着全球消费升级浪潮的持续推进，以智能手机、智能穿戴为代表的高端消费电子领域，以及新能源汽车、智能座舱为核心的乘用车产业，正经历着从基础功能需求向美学体验与技术性能双重升级的战略转型。在此背景下，高端消费电子领域及乘用车领域客户对新型功能涂层材料制造企业基于色彩或装饰、基材、工艺、防护性和功能性等多维度系统解决方案需求正进一步增多，推动着新型功能涂层材料行业向着系统解决方案的模式发展。

客户不仅要求材料供应商提供基于CMF创新体系的整体解决方案，更强调在基材适配性方面实现跨领域突破，既要满足铝合金、复合材料、工程塑料等多元基底的完美结合，又需通过PVD、拓印、准分子固化等先进工艺的协同创新，打造兼具视觉层次感与触觉质感的表面处理效果。在功能性维度，市场对涂层材料的防护性能提出更高标准，包括耐腐蚀性、抗刮擦性、抗指纹性等指标需满足极端环境下的长效防护需求；同时，具有疏水、自清洁、抗菌、电磁屏蔽等特殊功能性的智能涂层正成为高端产品差异化竞争的关键要素。

下游客户的服务诉求也正从单一产品供应向“涂装一体化”全流程技术赋能转变，这意味着供应商需以“材料+设备+工艺”的整体解决方案，构建覆盖色彩设计、仿真建模验证、量产工艺优化、失效分析诊断的全生命周期服务体系，通过跨学科技术整合与快速响应机制，依托材料创新、智能设备与工艺参数的深度融合，帮助终端客户在缩短产品开发周期的同时，实现从概念设计到商业落地的价值转化。

### 三、公司主要会计数据和财务指标

#### (一)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<br>增减(%) | 2022年            |
|------------------------|------------------|------------------|----------------|------------------|
| 总资产                    | 1,807,282,664.30 | 1,571,945,269.45 | 14.97          | 1,411,662,569.69 |
| 归属于上市公司股东的净资产          | 1,321,776,987.80 | 1,291,727,990.41 | 2.33           | 1,248,481,291.79 |
| 营业收入                   | 745,526,492.27   | 589,767,275.81   | 26.41          | 499,092,036.20   |
| 归属于上市公司股东的净利润          | 86,395,450.26    | 81,106,871.75    | 6.52           | 82,299,706.69    |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 79,014,605.96    | 73,720,017.95    | 7.18           | 71,652,020.78    |
| 经营活动产生的现金流量净额          | 92,665,247.29    | 26,381,890.47    | 251.25         | 140,718,560.05   |
| 加权平均净资产收益率(%)          | 6.67             | 6.41             | 增加0.26个百分点     | 6.83             |
| 基本每股收                  | 0.78             | 0.73             | 6.85           | 0.75             |

|                 |       |       |            |       |
|-----------------|-------|-------|------------|-------|
| 益（元/股）          |       |       |            |       |
| 稀释每股收益（元/股）     | 0.78  | 0.73  | 6.85       | 0.75  |
| 研发投入占营业收入的比例（%） | 14.14 | 15.31 | 减少1.17个百分点 | 14.93 |

(二) 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<br>(1-3 月份) | 第二季度<br>(4-6 月份) | 第三季度<br>(7-9 月份) | 第四季度<br>(10-12 月份) |
|-------------------------|------------------|------------------|------------------|--------------------|
| 营业收入                    | 135,215,546.47   | 188,122,650.69   | 203,488,506.49   | 218,699,788.62     |
| 归属于上市公司股东的净利润           | 12,087,705.83    | 28,625,175.39    | 30,520,004.44    | 15,162,564.60      |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 | 10,154,872.22    | 24,438,193.29    | 30,319,504.68    | 14,102,035.77      |
| 经营活动产生的现金流量净额           | -22,530,130.20   | 39,857,449.82    | 18,214,706.61    | 57,123,221.06      |

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用  不适用

四、股东情况

(一) 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)              |            | 3,281      |           |                     |                |    |          |
|-------------------------------|------------|------------|-----------|---------------------|----------------|----|----------|
| 年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)       |            | 3,023      |           |                     |                |    |          |
| 截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)        |            | 不适用        |           |                     |                |    |          |
| 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)  |            | 不适用        |           |                     |                |    |          |
| 截至报告期末持有特别表决权股份的股东总数(户)       |            | 不适用        |           |                     |                |    |          |
| 年度报告披露日前上一月末持有特别表决权股份的股东总数(户) |            | 不适用        |           |                     |                |    |          |
| 前十名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)        |            |            |           |                     |                |    |          |
| 股东名称<br>(全称)                  | 报告期内<br>增减 | 期末持股数<br>量 | 比例<br>(%) | 持有有限<br>售条件股<br>份数量 | 质押、标记或冻结<br>情况 |    | 股东<br>性质 |
|                               |            |            |           |                     | 股份<br>状态       | 数量 |          |

|   |                                     |            |       |   |    |           |                 |
|---|-------------------------------------|------------|-------|---|----|-----------|-----------------|
| 长沙茂松科技有限公司  | 0                                   | 53,883,200 | 48.22 | 0 | 无  | 0         | 境内非<br>国有法<br>人 |
| 凌剑芳   | 5,140,933                           | 5,140,933  | 4.60  | 0 | 无  | 0         | 境内自<br>然人       |
| 汪斌  | 3,169,283                           | 3,169,283  | 2.84  | 0 | 无  | 0         | 境内自<br>然人       |
| 瑞众人寿保险有<br>限责任公司－自<br>有资金   | 3,133,305                           | 3,133,305  | 2.80  | 0 | 无  | 0         | 其他              |
| 伍松  | 0                                   | 2,643,670  | 2.37  | 0 | 质押 | 2,000,000 | 境内自<br>然人       |
| 杨波  | 0                                   | 2,090,200  | 1.87  | 0 | 质押 | 1,000,000 | 境外自<br>然人       |
| 颜耀凡   | 410,000                             | 1,872,767  | 1.68  | 0 | 无  | 0         | 境内自<br>然人       |
| 湖南华洲投资私<br>募基金管理有限<br>公司－湖南华洲<br>德邦私募证券投<br>资基金                                 | 62,074                              | 1,852,786  | 1.66  | 0 | 无  | 0         | 其他              |
| 富国基金－中国<br>人寿保险股份有<br>限公司－传统险<br>－富国基金国寿<br>股份成长股票传<br>统可供出售单一<br>资产管理计划        | 444,763                             | 1,794,208  | 1.61  | 0 | 无  | 0         | 其他              |
| 富国基金－中国<br>人寿保险股份有<br>限公司－分红险<br>－富国基金国寿<br>股份成长股票型<br>组合单一资产管<br>理计划（可供出<br>售） | 392,794                             | 1,413,604  | 1.27  | 0 | 无  | 0         | 其他              |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明  | 凌剑芳系长沙茂松科技有限公司（及本公司）实际<br>控制人凌云剑之胞妹 |            |       |   |    |           |                 |
| 表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明   | 不适用                                 |            |       |   |    |           |                 |

**存托凭证持有人情况**

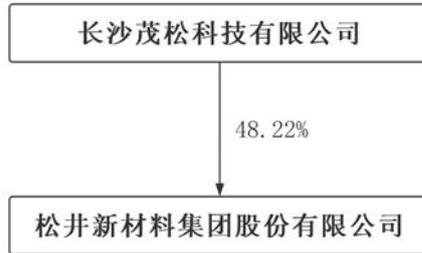
适用 不适用

**截至报告期末表决权数量前十名股东情况表**

适用 不适用

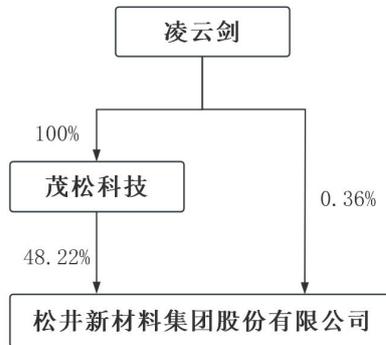
(二) 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



(三) 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



(四) 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

五、公司债券情况

适用 不适用

### 第三节 重要事项

一、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74,552.65万元，同比增长26.41%；实现利润总额9,278.46万元，同比增长8.26%；实现归属于上市公司股东的净利润8,639.55万元，同比增长6.52%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润7,901.46万元，同比增长7.18%。

二、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