

公司代码：600626

公司简称：申达股份

上海申达股份有限公司
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 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、 未出席董事情况。

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
独立董事	史占中	出差	马颖
董事	曾玮	另有工作安排	董方

4、 毕马威华振会计师事务所（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

经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计, 2024年末本公司母公司可供股东分配的净利润7, 406, 598. 06元。综合考虑公司发展阶段、实际经营情况、盈利水平、经营资金需求、现金流量状况及未来发展规划等因素，公司拟定2024年度利润分配预案为：不进行现金股利及股票股利分配，也不进行资本公积转增股本。上述2024年度利润分配预案已经公司第十一届董事会第三十二次会议审议通过，尚需提交公司股东大会审议。

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	申达股份	600626	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	骆琼琳	刘芝君
联系地址	上海市江宁路1500号申达国际大厦	上海市江宁路1500号申达国际大厦
电话	021-62328282	021-62328282
传真	021-62317250	021-62317250
电子信箱	600626@sh-shenda.com	600626@sh-shenda.com

2、报告期公司主要业务简介

(1) 公司所处行业情况

汽车内饰业务

公司生产的汽车内饰及声学元件产品主要面向整车配套市场，并与国内外整车厂商形成直接的配套供应关系。因此该板块的盈利情况与汽车行业总体发展情况息息相关。

2024 年全球汽车市场呈现复苏态势，根据 LMC Automotive 最新发布的报告，2024 年全年汽车销量达 9,060 万台，同比增长 2%，其中 12 月单月销量达 854 万台，同比增长 4%，接近 2017 年历史高点。但全球经济波动、贸易摩擦及技术突破压力仍是未来挑战。零部件市场则加速向新能源、智能化领域倾斜，传统供应链面临深度调整。公司主要汽车内饰件工厂分布于中国、美国和欧洲地区，上述国家和地区的行业发展情况如下：

1、国内市场

据中国汽车工业协会统计分析，2024 年，汽车产销分别完成 3128.2 万辆和 3143.6 万辆，同比分别增长 3.7%和 4.5%。其中，汽车出口 585.9 万辆，同比增长 19.3%。2024 年，新能源汽车产销分别完成 1288.8 万辆和 1286.6 万辆，同比分别增长 34.4%和 35.5%。2024 年，虽然国内消费信心依然不足，国际贸易保护主义形势更加严峻，行业竞争进一步加剧，但由于一系列政策持续发力显效，各地补贴政策的有效落实、企业促销活动热度不减，多措并举共同激发车市终端消费活力，促进汽车市场稳中向好，产销量继续保持在 3000 万辆以上规模。（下图数据来源于中国汽车工业协会）



2、欧美市场

2024 年，美国全年汽车销量达 1,600 万辆，创下 2020 年以来最高水平。北美地区全年产量增长 0.5%至 1570 万辆，主要受益于通用、丰田等车企的产能优化。混合动力车销量同比大涨 35.4 万辆（占比 11%），远超纯电动车（占比 9.2%）。丰田混合动力车销量突破 100 万辆，通用电动车型全年增长 50%。政府延长新能源汽车税收优惠，车企加大激励措施推动消费者需求。

欧洲全年新车注册量 1300 万辆，同比微增 0.9%；纯电动车销量下降 1.3%，市场份额降至 15%。主要原因包括持续的通胀、更高的借贷成本以及对电动车型的需求冷淡导致消费者推迟购买汽车；德国在内的国家取消对纯电动车的补贴。

纺织新材料业务

新材料是指新出现的具有优异性能和特殊功能的材料，或是传统材料改进后性能明显提高和产生新功能的材料，公司所生产的纺织新材料属产业用纺织品。产业用纺织品在国际上被定义为“用于诸多非纺织行业的产品，它的制造过程和配套服务是专门为工程类纺织结构材料而设计的”，“通常由非纺织行业的专业人员用于各种性能要求高或耐用的场合”，因此又被称为“技术性纺织品”，广泛应用于医疗卫生、环境保护、土工及建筑、交通运输、文体休闲、航空航天、新能源、农林渔业等领域。

2024 年全球经济保持中低速增长，复苏进程仍面临地缘政治紧张、贸易保护主义风险上升等诸多不稳定和不确定性因素。本公司涉及的领域属于非织造布、篷、产业用涂层织物、帆布、过滤、土工用纺织品。根据中国产业用纺织品行业协会统计数据，2024 年规模以上企业的非织造布

毛利率上升 0.48 个百分点；篷、帆布毛利率下降 0.41 个百分点。

进出口贸易

根据中国海关总署发布的数据，2024 年全年进出口商品总值 61,622.89 亿美元，其中出口 35,772.22 亿美元，与去年同比增长 5.9%，增长主要来自于机电产品。进口 25,850.67 亿美元，与去年同比增长 1.1%。

根据中国海关快报数据，2024 年我国纺织品服装出口总额为 3011 亿美元，同比增长 2.8%。其中，纺织品出口额为 1419.6 亿美元，同比增长 5.7%，服装出口额为 1591.4 亿美元，同比增长 0.3%。我国对主要市场纺织服装出口情况整体良好，但表现有所分化，对美国、欧盟、东盟等主要贸易伙伴出口增势良好，对日本、土耳其、俄罗斯等市场出口负增长。

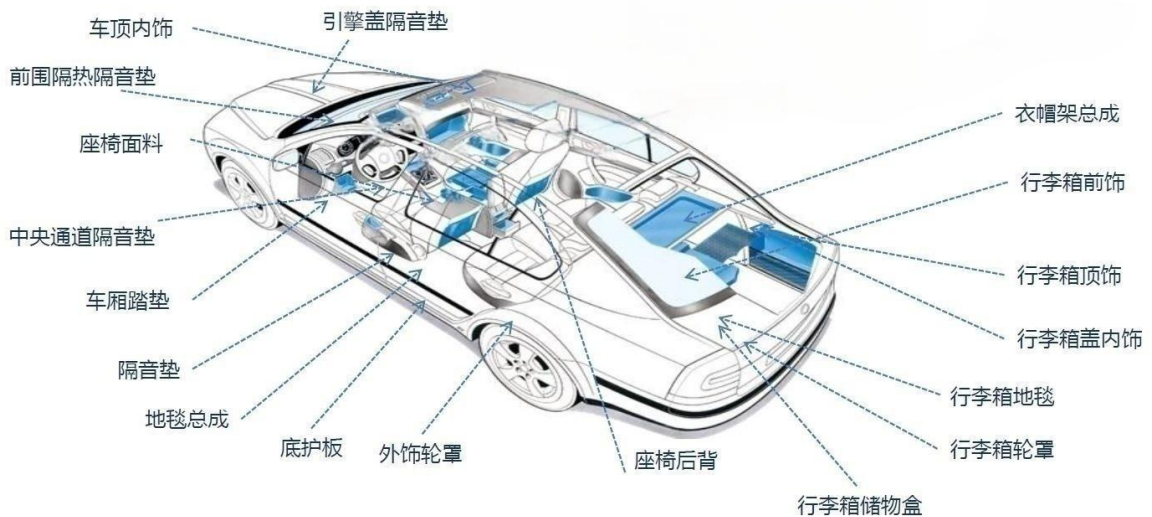
(2) 公司所从事的业务情况

申达股份是一家以产业用纺织品研发与制造为主的多元化经营上市公司，主要业务包括汽车内饰及声学元件、纺织新材料和进出口贸易。

● 汽车内饰及声学元件

➤ 主要业务及主营产品介绍

汽车内饰及声学元件业务是公司产业用纺织品的核心业务，也是目前规模最大的主营业务。该业务主要为下游客户提供汽车内饰件和应用用于降低车内噪音的声学解决方案。主要产品包括：地板系统产品，包括地毯及配件垫；声学元件产品，主要指在汽车内部起到隔音作用的绝缘件产品，包括隔音前围、一般隔音材料、以及轮拱内衬；软饰小件产品，指的是安装在汽车驾驶舱、车厢、后备箱等各部位的内饰、软饰部件，包括后备箱饰件、包装托盘、及其他内饰零部件。主要客户为通用、福特、捷豹路虎、戴姆勒、斯特兰蒂斯、丰田、本田、大众、宝马、吉利、沃尔沃、蔚来、理想等。主要产品如下图所示：



➤ 经营模式

汽车行业具有明显的区域型、资本密集型、劳动密集型特征，为降低运输成本、缩短供货期、提高协作生产能力，汽车内饰生产工厂往往建立在整车生产厂周围区域，亦或在几家整车厂大区域交集集合处、进行就近销售。根据行业特性，公司汽车内饰业务采用“以销定产”的生产模式，在国内外多个省市、国家和地区进行了布局。

研发模式：公司以客户需求为导向，采用研发和生产相结合的经营模式。在经营过程中，公司充分理解整车厂的设计需求，根据客户订单要求，设计、制造相应生产模具，并利用此类模具

完成客户的汽车软饰件及声学元件产品订单，为整车厂提供符合整车需求的产品。随着公司全球深化改革方案的推进，公司目前以“智力集成，全球受益”研发主旨，发挥 Auria 的研发原创优势和通过全产业链的技术协作支持，加大自主设计产品开发；并继续加大以中国（安亭）技术中心为核心的全球新能源汽车配套科创体系建设，前端研发集中利用全球智力优势，后端应用性开发主要集中在中国，加强新能源（绿色）新技术新产品新材料开发。

采购模式：垂直整合，全球共享。公司采购原材料主要包括各类纤维材料，公司组建全球采购团队，充分利用规模优势、全球布局优势和外贸平台优势，实现国内外垂直供应整合和长期降本增效。对所有采购品类的技术标准和商务标准，建立国内外市场的动态分析机制，为采购协作需求做好提前预判和方案储备。

销售和生产模式：公司汽车内饰业务下游客户主要是整车厂商，与国内外整车厂商形成直接的配套供应关系。行业本身由于技术、质量、规模和品牌等实力的限制已形成一定的准入门槛，且前期客户还须对供应商履行严格复杂的资格认证及产品质量先期策划和生产件批准程序，因此双方的合作关系一旦建立则较为稳固。

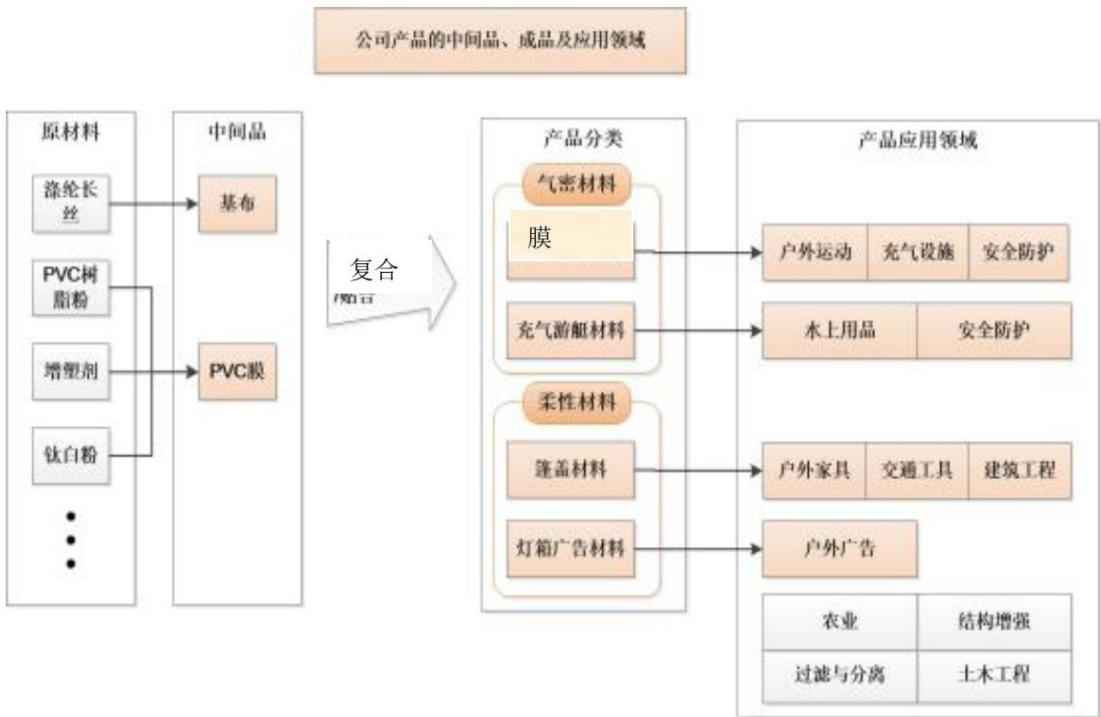
汽车内饰需要针对特定品牌、特定车型研发生产，具有一定的非标准化、定制化特点。公司汽车内饰业务采用“以销定产”的模式，即公司根据客户预示计划或订单，并综合考虑产品库存、自身产能及物料采购周期等因素合理制定生产计划。

销售过程实际上包括具体产品及其生产供应流程等整体方案的开发、设计，与后续生产环节联系较为紧密。销售、生产流程主要步骤为：邀请整车厂商考察、工程技术交流、整车厂向公司发送开发邀请、公司向整车厂提交方案和报价、评定方案、初步确立合作关系并提出具体要求、内部项目分工、产品与流程开发、生产准备、产品试制、批量供货、后续跟踪服务。

● 纺织新材料业务

➤ 主要业务及主营产品介绍

公司纺织新材料业务所属行业为纺织行业中的涂层材料行业，重点培育发展柔性复合材料和土工材料等，主要产品为各类塑胶复合材料，上下游行业情况如下：



➤ 经营模式

研发模式：公司经营管理团队高度重视产品研发及相关核心技术的掌握。随着市场环境的变化及自身研发技术的持续进步，公司已经成功研发多种产品。同时，公司在纺织新材料业务上的多年耕耘也使公司与国内知名高校建立了长期合作关系，在研发上采用与高校共同研发和自主研发相结合的模式。

采购模式：公司与主要供应商建立长期稳定的合作关系，日常经营中根据实际生产需求确定数量与时间向其下单采购原材料。但必要时，也会根据原材料市场的供求及价格状况对原材料进行集中采购，以降低采购成本。

销售模式：公司生产的纺织新材料用于港口、交通工具制造、污水处理、环保等项目。纺织新材料的内销主要采用直销的模式，市场人员通过搜集产品主要应用行业市场信息，直接销往港口、交通工具制造等项目的采购方；纺织新材料的外销主要采用直销为主、经销为辅的模式，产品直接或者通过经销商销往国外，主要销往北美、欧洲、阿拉伯等地。

生产模式：主要采取“以销定产”的生产模式。公司结合客户需求、以往回款周期、订单规模等因素对下个月的订单进行综合评估，并以此为依据制定生产计划。公司在工艺、设备、标准化管理等方面不断完善，形成批量化、多品种同时生产的灵活生产体系，不断提升生产能力和生产效率，在确保产品质量的前提下持续提升订单响应的及时性。

● 进出口贸易业务

➤ 主要业务及主营产品介绍

进出口贸易业务是公司的传统主业，涉及领域为纺织品、家用纺织品及其他进出口业务。公司致力于打造成为纺织贸易业务供应链集成商，并在全球范围内进行资源优化配置。销售端通过各业务部门不断寻求潜在客户延伸贸易触角，强化在高端市场的接单能力；生产端强化在低成本地区的生产供应能力；研发端在上海等地设立服饰研发中心，从面料开发与采购、服装设计、制版制衣等订单前置流程中探索可持续发展、可创新发展的供应链整合方式。

➤ 经营模式

研发模式：进出口贸易业务板块设有研发中心，致力于男女装款式设计、面料与版型研发等；公司通过不断完善自己的技术技能，扩大了技术覆盖面，已从主攻开发女士成衣产品逐步扩大到男裤、男衬衫、男式夹克等款式版型的产品覆盖，并获得了客户的广泛认可。同时，研发中心服装样板推挡速度也得到提升，对服装量化生产提供了不少工艺优化的方法，既提升产量又能保证服装外表美观。

采购模式：公司根据订单需求，形成相应采购计划，依照供应商管理流程选择符合要求的合作方供货。另一方面，随着成本费用的逐年增加，公司结合多年纺织品贸易行业的经验，积极拓展采购渠道，以保证产品质量的同时控制采购成本。

销售模式：经过多年耕耘，公司在进出口贸易业务板块拥有了稳定、优质的客户群体，在行业中树立了良好的品牌形象，得到了客户的信赖。公司进一步加强了以客户为中心的组建模式，根据客户的需求、规模，配备人员，专项服务。围绕目标优质客户，组建团队，深度服务客户。

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	10,234,367,753.33	10,809,728,529.46	-5.32	10,372,028,703.92

归属于上市公司股东的净资产	3,187,333,480.06	3,183,577,222.76	0.12	3,111,002,247.11
营业收入	11,824,279,796.37	11,667,723,014.80	1.34	11,244,031,948.59
归属于上市公司股东的净利润	57,571,027.91	-347,148,260.00	不适用	-190,654,427.58
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	60,136,220.43	-348,586,437.57	不适用	-184,021,886.95
经营活动产生的现金流量净额	754,898,071.36	-143,367,181.06	不适用	343,698,928.06
加权平均净资产收益率(%)	1.81	-11.21	不适用	-5.98
基本每股收益(元/股)	0.0436	-0.2901	不适用	-0.1721
稀释每股收益(元/股)	0.0436	-0.2901	不适用	-0.1721

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	2,897,175,306.70	3,174,580,665.17	2,867,967,858.92	2,884,555,965.58
归属于上市公司股东的净利润	-10,330,133.55	64,534,695.56	-107,431,370.35	110,797,836.25
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-10,441,143.07	63,092,383.58	-109,747,240.91	117,232,220.83
经营活动产生的现金流量净额	-57,842,582.77	220,330,537.65	248,516,056.66	343,894,059.82

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

☐适用 ☒不适用

4、 股东情况

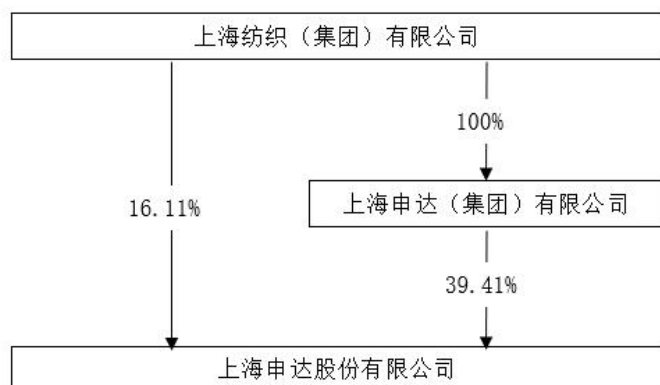
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）	47,065
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	43,501
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）	0

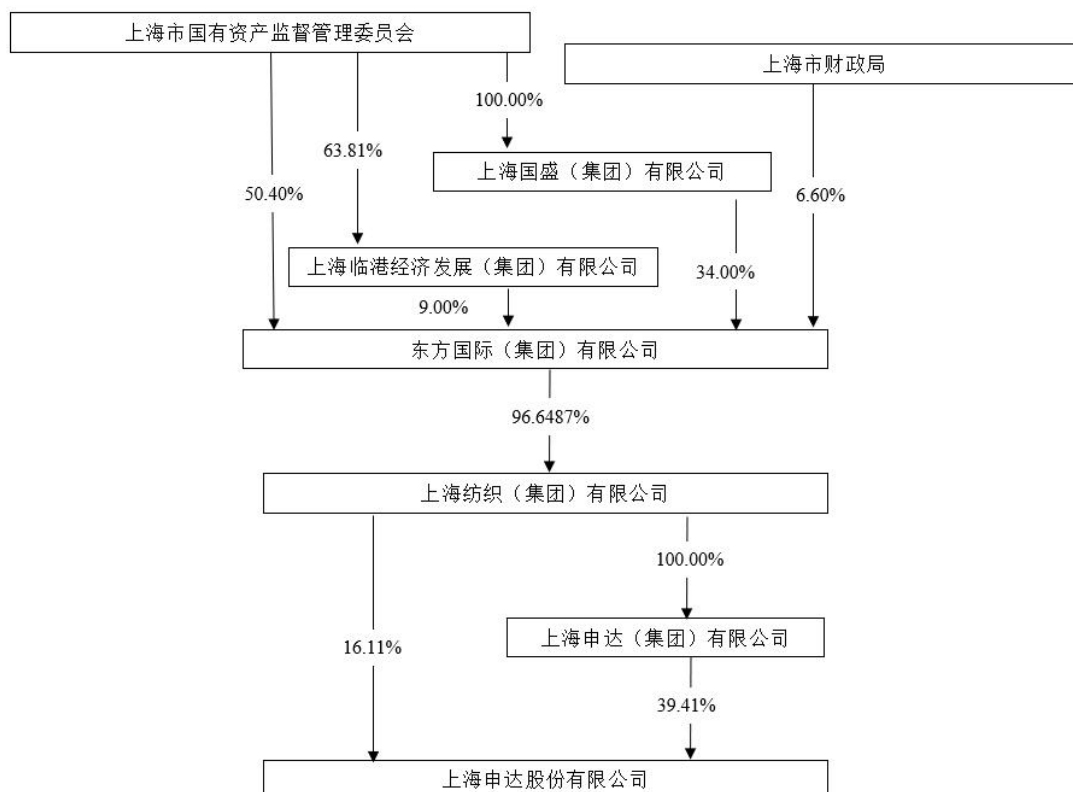
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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



注：公司于 2021 年 1 月 4 日收到东方国际集团转发的《关于划转东浩兰生（集团）有限公司等 9 家企业部分国有资本有关事项的通知》（沪国资委产权[2020]463 号），经上海市财政局、上海市国资委、上海市人力资源社会保障局审核确认，将上海市国资委持有的东方国际集团 6.6% 的国有股权一次性划转给上海市财政局持有，详见公司《关于上海市国有资产监督管理委员会将东方国际（集团）有限公司部分股权划转至上海市财政局的公告》（公告编号：2021-001）；截至本报告公告日，该次股权划转工商变更尚在办理中。

公司于 2025 年 4 月收到东方国际集团发来的最新《国家出资企业产权登记证》，上海市国资委将所持有的东方国际集团 9%股权划转给上海临港经济发展（集团）有限公司，截至本报告公告日，该次股权划转工商变更尚在办理中。

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。

公司报告期内主营业务分析、非主营业务导致利润重大变化说明、资产负债分析、行业经营性分析、投资状况分析、重大资产和股权出售及主要控股参股公司分析内容具体如下：

报告期内公司实现营业收入 118.24 亿元，同比增加 1.34%；归属于上市公司股东的净利润为 5,757.10 万元，实现扭亏为盈。这主要得益于公司多年来通过垂直供应链整合，加大采购、技术等各方面的紧密协作，一方面优化了成本费用结构，提升了海外工厂运营质量，另一方面提升了优质订单的获取率，使得海外汽车内饰业务毛利率有较大提升。同时，报告期内人民币、美元、欧元等主要货币兑换汇率波动，为公司带来汇兑净收益 8,754.06 万元，同期为汇兑净损失 2,748.03 万元。

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