

证券代码：300445

证券简称：康斯特

公告编号：2021-023

北京康斯特仪表科技股份有限公司 2020 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。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

永拓会计师事务所（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永拓会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股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普通股利润分配预案为：以 216,380,084 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	康斯特	股票代码	300445
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	刘楠楠	李广	
办公地址	北京市海淀区丰秀中路 3 号院 5 号楼		北京市海淀区丰秀中路 3 号院 5 号楼
传真	010-56973349	010-56973349	
电话	010-56973355	010-56973355	
电子信箱	zqb@constgroup.com	zqb@constgroup.com	

2、报告期主要业务或产品简介

1. 公司的主营业务及产品情况

公司主营为数字检测仪器设备，辅助检测服务，能为用户提供专业的压力、温湿度校准测试解决方案，以实现用户对产品或技术正确结果的验证。产品包括数字压力表、智能压力校验仪、全自动压力校验仪、智能压力发生器、智能压力控制器、压力校验器、智能干体炉、智能测温仪、智能精密恒温槽、智能精密检定炉、温湿度自动检定系统过程校验仪及高精度直流数字多用表等。

仪器仪表是工业基础以及质量的保证，在辅助系统、质量控制、安全性、计量追溯等各个层面对工业赋能。随着工业对高质量发展的需求不断增加，整体作业呈现精细化，柔性化和智能化的发展趋势，而检测仪器仪表的数智化是工业发展的赋能技术，可以对流程工业、离散型制造业、市政、计量、医药、民航轨交、汽车等行业的压力/温度/湿度/电学参数进行测量和校准，确保相关企业量值传递的准确性与稳定性，最终体现在产成品的品质以及运行效率上。

随着工业物联网应用技术的发展及5G的加速布局，工业大数据正被企业所重视成为其核心资产。企业利用大数据能够发现隐藏价值，构建从采集、分析、转化、反馈等环节的精准数据交互，实现个性化、智能化升级。公司终端产品组件在采集仪表的测试数据后，通过自主开发的ACal云端平台系统，可实现用户仪表的运营维护及健康管理。在工业物联网的框架下，该系统的目标是支持与用户运营系统对接，分析设备能效并深入挖掘数据价值，实现仪器设备的预测性维护，帮助整个运营系统进行自身逻辑关系的自组织与自维护。

报告期内公司主营业务未发生重大变化。

2.公司的商业模式及发展愿景

公司以用户需求为中心，实施差异化创新战略，聚焦仪器仪表产业，围绕数字型校准检测领域研发部署传感器，构建核心共性协同平台，重塑行业价值链，以高附加值技术产品应对不断变化的全球市场。二十年来公司专注于压力检测和温度校准领域前沿技术产品的研发制造，积极拓展自身的应用领域，致力于成为具有国际独特地位的高端检测产业集团。

专注与创新是公司的核心价值，通过高端化产品定位及研发创新，公司主营业务结构持续优化且保持了较好的经营现金流，经营性现金流一直持续流入。同时公司正积极的延伸传感器相关产业项目，保证公司可持续的发展态势。

公司以价值驱动新视角，评估行业格局及整体需求、分析用户画像及订单数据，通过持续完善信息化管理服务平台及柔性制造产线，进行数字化的小批量、多品种离散式生产；产品经过一定时间的老化测试确保稳定性和准确性后，由公司技术营销团队根据用户的不同需求对解决方案进行模块化配置，通过直销或经销的方式进行销售，为用户持续创造价值。

研发模式

以极致创新为导向。公司的专家团队依据市场反馈、调研及丰富的行业经验，预测技术发展趋势后提出项目，经管理层研发工作小组评估拟开发项目的技术指标、功能和投资预算，讨论可行性，通过后立项并配置研发人员及研发资金，确定项目计划进行开发，新产品研发周期约为3年。公司在研发过程中严格控制项目执行质量和时间，开发过程中在各个节点进行评审，最终形成仪器仪表样机或软件等研发成果。对研发成果进行综合测试，通过中试后由测试工程部导入生产系统。

高准确度仪器仪表是高研发密集度产业，智能化的高准确度仪器仪表更是涉及多学科、跨专业技术领域的交叉与融合。公司逐年加大研发投入并加强高附加值产品的研发创新，积极提升产品的极致品质及数量，高端数字压力及温湿度检测产品方面正逐渐引领行业的发展趋势，进行全面颠覆性创新。

生产模式

以极致品质为目标。公司产品根据市场情况及公司的订单状况，以季度、月、周生产计划进行排产。公司生产过程主要分为生产计划、备料、组件性能测试、程序写入、电路板装配、整机装配（包括软件安装调试）、量程标定、整机检验、常温通电老化、产品入库等主要过程。工艺检测技术是我们的核心技术之一，其中半成品组件性能测试、整机装配、整机性能调试、产品老化以及量程标定等几大步骤，均由公司自行生产或掌控，确保产品质量的稳定性及技术先进性。

逐步完善MES及ERP系统的对接，已有效降低了过程成本及库存，并提高产品组装效率实现规模化效应。通过机动灵活地满足了订单需求，最大程度实现个性化定制以及产品全生命周期管理。

采购模式

以极致交付为通道。公司产品主要原材料包含传感器、液晶、线路板、电源模块及其他电子元器件、金属材料、塑料件等，为了保证采购质量，公司产品原材料由公司采购部进行采购，在建立合格供应商管理制度和原材料采购制度的基础上，结合数据以MRP进行需求运算，实现物料需求预测及订单管理，再通过产品全生命周期管理系统生成产品零部件清单，在ERP系统申请新增物料编码后，对原材料验收、入库、登记，优化资产和劳动力使用率，提升供应链各环节的管控能力及交付效率。

销售模式

以极致客户体验为根本。公司市场由国内及国际两部分构成。由于检测产品技术专业性强，对于行业不同、不同规模的企业，客户在采购时，需根据自己的被检设备、人员配置等情况进行综合考虑。

国内营销团队实地调研并与用户技术人员沟通交流，不断了解用户检测需求，协助配置最佳解决方案，通过直接参与招投标或与经销商合作进行销售；市场部及客服部协作进行售前及售后服务，在技术上引导客户的合理需求、增强黏性。另外，针对信用期较长的客户，公司多采取经销方式以现款结算，更高效的收回货款提高资金周转率。

国际市场营销以美国全资子公司Additel为主，遵从“重点突破，以点带面”的原则。围绕北美地区的洛杉矶总部、盐湖城分部及欧洲地区的丹麦分部设立营销中心，并在国内设立物流中心，通过多层级代理体系进行营销及服务；参加国际仪器仪表相关学术交流会议、产品展会和实地调研选点等方式向国际客户展示产品并获得市场信息，拓展销售体系。

3.业绩驱动因素及所处行业分析

2020年，公司营收同比增长1%，经营性现金流净额同比增长13.2%。面对百年未有之全球政经变局和疫情挑战，公司秉持制造型企业的战略定力，坚持内外均衡发展、动态供需匹配的发展策略，以技术创新为根基重新梳理战略规划，加速向数智化组织迁徙，完善战略实施路径与资源配置，整体继续保持稳健经营。

① 国内市场，面对年初时技术交流及订单交付受阻的状况，国内营销团队将资源向营销前端配置，应用新营销工具拓展场景线上体验，同时依托与电力、计量、石化、冶金机械等行业用户的黏性，以场景驱动新产品应用落地，实现由年初衰退、年中复苏到年终订单及回款的全面正增长，订单同比增长7%，回款同比增长9.2%，营收为17,817.98万元，同比增长2.7%，体现了国内市场的韧性和公司创新发展的动力。

② 国外市场，在贸易冲突、疫情、供应链变革等不确定性冲击下，公司国际营销团队依托美欧市场对产品与技术的认可度，与用户进行线上多维度的交流沟通，并强化与经销商的伙伴关系，国际市场以美元结算的营收整体同比保持稳定，以人民币结算的营收为11,096.14万元，因汇率波动导致同比下降1.7%。

③ 温湿度检测产品的销售收入占总营收的18.9%，收入为5,462.96万元，较去年增长41.8%；数字压力检测产品的销售收入为23,006.11万元，较去年下降5.8%。

④ 报告期内，公司研发投入持续增长，研发投入营收占比25.2%，把握人才供给窗口期，研发团队规模同比增长25.8%。

⑤ 报告期内，因美元汇率变动等原因财务费用同比增长278.1%。

⑥ 报告期内，受到贸易关税影响金额为170.8万美元，导致毛利降低。

现代质量的工业化，是从计量检测开始，而高端检测仪器仪表作为雄踞制造业技术链和价值链顶端的设备，其本质特征正是高性能、高稳定性和高可靠性。高端检测仪器仪表用户个性化需求多且产品呈现碎片化特征，以压力检测产品为例，可以细分为几十甚至上百种产品，每一个产品的细分市场有限但研发投入却较高，造成回报周期较长，因此国际大型综合仪器仪表集团占据主要市场份额。从全球看，Fortive (NYSE:FTV) 的Fluke公司、Baker Hughes (NYSE:BHI) 的Druck公司、Ametek、WIKA等成立时间早、国际知名度较高，商业模式成熟，公司或其母公司多被纳入标普500指数，依托集团大品牌优势拥有非常完善的产品体系及分销渠道，授权分销商几乎已遍布全世界，并在改革开放初期与中国相关领域的技术合作中带动了国内市场的发展，尤其是在石化及部分高端应用领域的客户积累优势明显。

在国内快速发展期及数字化发展趋势的过程下，公司管理团队对仪器仪表行业的发展特点与脉络进行深刻理解与分析：①仪器仪表细分领域多，产品种类多；②理解应用场景、极致体验，提高效率是用户的核心诉求；③仪器仪表是5G及工业物联网的快速推进的基础，设备制造型企业拥有入口优势；④数字化为企业的发展布局带来黄金窗口期。于此同时，仪器仪表行业也面对应用场景多、个性化需求多的特点。

公司以创新及制造为安身之本，经过23年的发展与沉淀，实现了由最初的跟随到现在自身核心技术的超越，将“一米宽市场”耕耘到“一百米深”，ConST及Additel已经成为压力检测领域内知名品牌。公司从成立伊始即从事数字压力检测仪器的生产制造，立足物联网细分领域的连接入口；围绕用户需求，以高端压力检测产品为根基不断进行品类边缘扩张，做好体验增强及智能化应用；抓住核心底层技术，高强度的产品创新及技术研发赋能，形成各种创新能力；加速进行自身产业升级及数字信息化建设，打造数字化生态体系，通过多维度平台引入各类应用，提供完善的解决方案及差异化服务，加速赢得全球用户的认可，进入全球行业第一梯队。同时，公司于2011正式进军国际市场，在美国设立Additel公司，依托于自身优秀的营销团队、创新技术及一流品质，公司外销产品的90%销往美欧日等工业发达区域，部分具有强竞争力的主打产品面价高于国际竞争对手10%，虽然贸易摩擦对国际市场经营的造成一些影响，但公司国际市场竞争能力一直在保持持续增长。

公司核心竞争力请详见本报告第三节“公司业务概要”中“核心竞争力分析”。

国内传感器迅猛发展的过程中，高精度高稳定性的传感器仍是行业亟待解决的问题。在工业应用及高端应用领域，Baker Hughes (NYSE:BHI) 的Druck等大型跨国企业具有高端压力传感器设计和生产能力，是高端压力传感器的主要供应商之一，在行业内具有很大的优势。公司在二十三年的发展中积累了相关传感器检测、筛选工艺技术及大量数据，这一核心优势将帮助公司更快的落地实施传感器项目，打通行业上下游格局，谋求新层次的发展，以满足更大的产业需求。

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

	2020年	2019年	本年比上年增减	2018年
营业收入	289,141,156.94	286,407,471.57	0.95%	240,499,463.26
归属于上市公司股东的净利润	59,836,804.33	78,945,171.13	-24.20%	74,010,155.12
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	50,855,569.38	69,217,568.99	-26.53%	69,595,090.85
经营活动产生的现金流量净额	77,165,972.38	68,183,272.10	13.17%	60,481,184.22
基本每股收益(元/股)	0.29	0.40	-27.50%	0.38
稀释每股收益(元/股)	0.29	0.40	-27.50%	0.38
加权平均净资产收益率	9.66%	14.11%	-4.45%	14.63%
	2020年末	2019年末	本年末比上年末增减	2018年末
资产总额	995,487,765.54	651,235,293.48	52.86%	593,008,019.06
归属于上市公司股东的净资产	917,931,970.49	589,340,196.67	55.76%	534,344,720.71

(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	42,043,144.76	64,988,349.59	81,091,820.21	101,017,842.38

归属于上市公司股东的净利润	7,972,008.70	13,533,261.37	22,085,300.99	16,246,233.27
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	6,043,293.93	13,041,183.42	21,384,627.63	10,386,464.40
经营活动产生的现金流量净额	-18,521,199.47	29,530,650.51	16,068,539.38	50,087,981.96

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

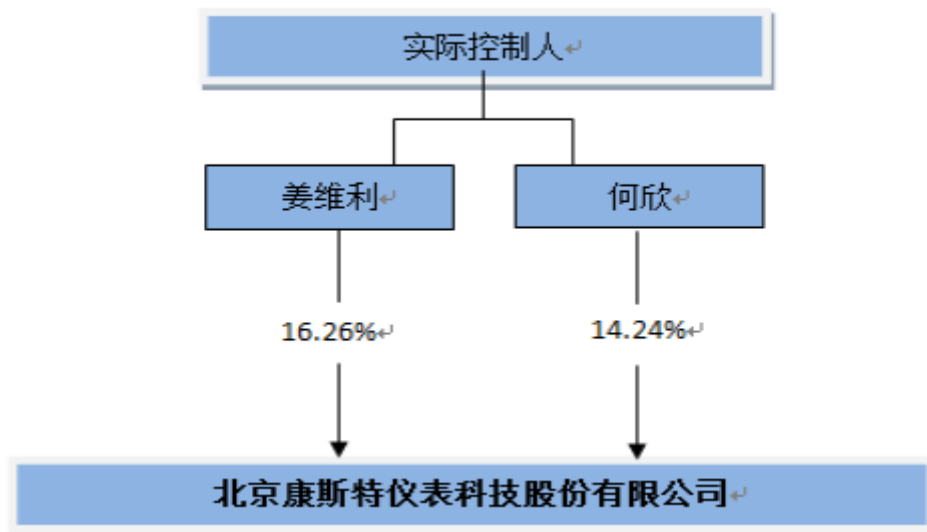
报告期末普通股股东总数	8,210	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	8,530	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
姜维利	境内自然人	16.26%	35,181,040	4,196,840	质押	5,000,000	
何欣	境内自然人	14.24%	30,806,310	3,384,385			
浦江川	境内自然人	10.85%	23,467,680	3,911,280	质押	11,015,999	
刘宝琦	境内自然人	10.40%	22,506,187	3,751,031			
JPMORGAN CHASE BANK,NATIONAL ASSOCIATION	境外法人	4.28%	9,257,524	9,232,567			
赵士春	境内自然人	3.58%	7,747,800	1,291,300			
何循海	境内自然人	1.53%	3,313,464	552,244			
李俊平	境内自然人	1.36%	2,937,600	489,600			
大成基金-“农银私行 安心快线天天利”开放式人民币理财产品-大成基金定增主题 168 号单一资产管理计划	其他	1.22%	2,649,006	2,649,006			
赵路阳	境内自然人	1.08%	2,346,240	939,240			
上述股东关联关系或一致行动的说明	本公司控股股东，实际控制人为姜维利和何欣，姜维利和何欣亦为本公司一致行动人。浦江川、刘宝琦、赵士春、何循海、李俊平为公司股东、董事、监事，不存在关联关系。除上述股东外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。						

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

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、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

君子藏器于身，待时而动。

报告期内，公司实现营业收入28,914.12万元，同比增长1%，其中国际市场营收11,096.14万元，国内市场营收17,817.98万元；温湿度检测产品实现营业收入5,462.96万元，同比增长41.8%，压力检测产品营业收入23,006.11万元，同比下降5.8%；产品综合毛利率67.7%，同比下降1.9%；归属于上市公司股东的净利润5,983.68万元，同比下降24.2%；经营性现金流量净额7,716.6万元，同比增长13.2%；研发投入合计7,280.53万元，占总营收的25.2%，同比增长38.2%；新产品（3年内）收入合计5,738.99万元，占总营收的19.9%，同比增长109%，2016年-2020年新产品（3年内）营收复合增速达21.1%。

报告期内，产品综合毛利率为67.7%。受美国关税影响金额为170.8万美元，导致综合毛利率同比下降1.9%。

报告期内，公司研发投入金额达到7,280.53万元，占总营收的25.2%，同比增长38.2%。截止2020年底已递交审查中的专利74项，其中包含PCT国际专利申请9项，发明专利申请38项；在保护期国内各项技术专利157项，其中国内发明专利21项，美国专利4项，欧洲发明4项。2020年研发团队占公司总人数的41.5%，规模同比增长近25.8%，研发团队人均专利拥有量0.96件，2016年-2020年公司研发人才规模复合增速为20.3%；2018年-2020年，公司共新取得专利84项，其中国内发明专利8项，美国专利2项，欧洲专利2项。

国际化经营是康斯特的长期战略布局，在更大的市场发展是实现高质量发展的最优解，也是公司实现动态供需匹配、均衡发展的重要支点，在面对“东起西落”的长期趋势时，能更好应对中国经济与世界经济相互依存度的悄然变化。2020年，新冠疫情造成了全球主要经济体经济增长断崖式下跌，公司的经营面对了前所未有的系统性挑战：在供给端，公司的供应链出现短暂中断，为公司带来了直接损失和重启成本；在需求端，疫情造成了与用户间的沟通与交付障碍，导致需求不确定性因素增多与订单的延迟。但与此同时，公司也迎来了全面改善的战略性机遇：疫情加速改变了用户的需求逻辑与使用习惯，数智化产品能让用户的体验感更强，新技术的应用普及也进一步深化。

在这一系列的挑战与机遇中，公司从全周期视角、打造高韧性企业目标出发，重新进行业务战略规划梳理与成熟度评估，以全面数字化逐步打通流程接口，确保决策的准确性及敏捷性，稳步完善各子公司的运营；以帮助客户创造价值为己任，从应用场景出发，持续推出数智化的压力检测新产品，增强用户体验，同时依托用户认可与黏性，快速拓展温湿度检测产品，加速推进在建项目的实施；持续高研发投入确保核心技术竞争力，把握人才窗口期吸纳优秀人才，不断实现人员、技术与流程的结合；加强风险管理并进行场景推演，多维度对供应链体系进行完善，增强资金流转效率及融资水平，提升自身反脆弱能力。

1.全周期思维打造高韧性企业

1)业务战略常态化评估，经营环境持续分析。报告期内，公司管理团队重新定义“了解用户”，以营销团队为中心，结合CRM

管理系统逐步完善高细节用户画像及结果导向型画像，保证业务策略的有效性；建设数字信息站，对每日的行业资讯、友商动态、新规细则及企业新闻等内容进行动态更新，提高对相关信息整理与评估分析的快反能力。并通过业务战略分析工具进行前瞻性预测，持续更新和改进行动计划。

2)业务数据化，数据体系化。为确保价值链各环节在快速变化时的供需平衡，公司通过数字化制定更高频率、更为细致的产销协同规划，紧密追踪各环节供需实际情况以便进行快速调节，并逐步将相关应急管理机制总结固化，建立起完善的危机应对体系。

3)拓展团队思维边界，能力边界。公司结合滚动战略规划与员工个人技能，进行人才盘点，并为全体员工设计培训课程、实施海量培训，提升员工的业务知识和技术技能，为战略部署与分解夯实基础，更好的支持员工未来的成长和发展。同时，在2020年下半年公司正式实施全员提案管理，将决策过程因子下沉到最了解问题的一线员工，从而建立更好、更快的决策与行动体系，截止去年底累计实现有效提案超过500个。

作为“黑天鹅”事件的疫情并没有从根本上改变供需关系，只是在短期内使需求迟滞，全球新一轮产业变革及科技创新才是扩大产业体系边界、重塑世界格局的真正动力。公司把握产业创新变革的节奏，着眼于长效，结合商业机会对业务发展战略进行评估、解析关键步骤，再次将发展定调于需求与可持续发展的平衡，聚焦于自身核心竞争力，深度融合“营销、客户体验、生产制造与客服”，以全面数字化实现跨级提升经营成熟度。

2.以客户为中心，流程驱动向场景驱动转变

1)报告期内，公司搭建体系化的研发组织，完善研发的人员T等级评估及项目组健康度评估，同时明确以软件为核心，以智能硬件为基础，打造融合云计算、AI技术的全闭环的多维度研发生态体系，由传统创新到加速创新。2016年-2020年公司研发投入累计达21,716.17万元，占期间净利润总额的70.1%，合计推出三个品类25款硬件产品，3套软件系统，7套专业解决方案。

2020年度，研发中心关键词：体系化、多维度融合、绩效。

2)公司加速向数字型营销团队前进，并以遵循直接客户相关的解决方案优先、客户体验优先，以及IT架构前瞻性为优先原则，着力运用更优质、更多元的信息数据，驱动营销决策。2020年下半年，涵盖订单实时/年度累计数据、实际销售订单额/回款金额、月/日发货金额趋势图、各行业销售情况、新老客户数量对比、近5年销售/回款对比图等多维度数据的国内销售驾驶舱上线。

2020年度，营销中心关键词：韧性、赋能、数字化。

3)报告期内，公司生产中心着力提升MRP系统算力及建设SRM供应链，以逐步实现供应链全流程数字化对接，并调试加速推进桑普新源的工程规划与建设进度。

2020年度，生产中心关键词：供应链、数字化衔接、桑普新源。

3.深耕国内市场，新营销模式加快创新

1)强化产品体验极简策略。公司管理层与营销团队对市场重新分析评估，调整营销策略及产品推广方向，以“智能硬件+智慧软件”模式构建场景化检测解决方案，充分授权一线营销团队，将营销管理转向后端服务前端，结合线上宣传、操作、演示视频、智能客服、数据挖掘等方式强化产品感知，以便对用户快速反馈分析归纳，让用户对形成解决方案的认知和购买决策更加便捷和简单。

2)海量培训，实现销售赋能。管理团队以能力提升为主要目标，完善营销中心培训管理体系，组织康斯特及子公司销售团队进行海量培训，提升团队的行业洞察力、价值型销售、新产品及新规程掌握、CRM系统的应用、应收账款风险防范等技能；同时由营销后端为前端提供充足的线上技术与资料视频支持，强化体验营销、微信营销、口碑营销。

3)优势行业，重点推进。基于公司的产品与服务，老客户的忠诚度不断提高，客户采购理性化也在加强，以品类思考、以品牌选择。

① 2020年，公司在国内科研及计量检测行业的营收同比增长22.1%。伴随计量检测行业改革基本到位，终端企业对计量检测的认识和重视程度也逐年增加。公司在国内计量检测行业的品牌影响力也由优势向优胜地位发展，在省市级计量部门及大中型第三方检测公司的产品普及率继续保持提高的同时，东南沿海县级计量所渗透率也在同步提升。

② 电力企业深入挖潜，营收同比增长32.3%。2020年全国发电量增长2.7%，电力行业的稳定增长为我们创造了扎实的基础。同时，近几年国家发改委、工信部等众多部门呼吁、起草和实施的新的《招标投标法》和《招标投标法实施条例》，废除了最低价中标的弊病，对我公司在电力行业的销售具有促进意义，电力行业的中标率已提升至57%。

③ 受石化行业去产能及疫情期间交流受阻影响，国内石化行业营收同比下降31.8%。受疫情及油价下跌影响，我国石化行业2020年实现营业收入11.08万亿元，同比下降8.7%，整体开工及新建项目大幅下降。但多方因素叠加的影响也将加速石化中下游行业的整合和转型升级发展，随着公司通过客户拜访、行业会议、设计院及工程公司等方式加强沟通，公司产品在石化行业影响力和口碑效应也将随之不断扩大。

风劲潮涌，自当扬帆破浪。伴随着产业升级以及外部不确定性的增加，国内企业开始更多聚焦自身的安全运营边界，对智能化、自动化需求在不断增强，在十四五规划更是明确要求研发经费年均增长7%以上，科技创新与产业升级趋势强化，驱动着效率、功能持续升级，“高附加值、高技术含量、高质量、强品牌”的“新中国制造”会再上台阶。用户需求结构也在技术的快速迭代下被重构，拥有更多技术、资源的头部企业能够更快的对市场做出反馈，行业已由最初的分散式增量竞争市场逐渐进入头部存量竞争时代。这也是公司国内营销团队在面对疫情时，从第一季度的衰退、到第二季度的复苏、然后到8月底持平、到最后实现整体订单、回款的正增长的原因之一。

4.提高创新链条整体效能，立足核心市场稳健经营

1)2020年，国际市场营收（以美元计算）同比增长0.2%。在全球疫情蔓延、国际大多数地区陆续实施封城的影响下，非洲、中东及南美地区均出现了大幅业绩下滑，亚洲及大洋洲也受到了一定的冲击，公司国际营销团队原来参加行业会议、展会及客户拜访等的方式也因疫情严重受阻。管理团队快速调整营销策略，通过线上产品演示、终端用户Zoom会议、线上培训、网络营销活动及在线广告投放等方式，增加与用户的接触交流频次及幅度，确保国际市场的整体稳定增长。

2)报告期内, 美国市场及欧洲市场(以美元计算), 同比分别增长7%、3%。在关税影响和疫情的双重冲击的前提下, 公司依托于美欧市场的经济底蕴及公司营销资源, 发挥新技术产品体系的口碑效应, 对用户需求做出快速反馈, 实现了美国市场营收在全市场中的最高增长率。

3)数字化营销体系加速交互式体验。公司在国际市场以用户体验驱动销售, 坚持开放式创新, 快速推出质量、性能领先的差异化产品与服务, 并通过数字化营销体系进行交互式体验, 满足用户的进一步需求。贸易冲击及新冠疫情在让人们改变行为模式、让全球经济加速进入“慢全球化”的同时, 也推动了应用场景的“快时代”。

5.再融资项目落地实施, 在建工程进展顺利。

1)2020年8月, 公司以15.10元/股向大成基金管理有限公司、株洲市国创聚盈创业投资合伙企业(有限合伙)、南方天辰(北京)投资管理有限公司、华泰津杉(天津)产业投资基金合伙企业(有限合伙)、华泰证券(上海)资产管理有限公司、诺德基金管理有限公司、泰达宏利基金管理有限公司、刘凤启、创金合信基金管理有限公司、上海大正投资有限公司、中国银河证券股份有限公司、常州市新发展实业股份有限公司、江艳、财通基金管理有限公司共计14名发行对象非公开发行股票19,670,900股, 合计募集资金净额为284,764,540.18元, 募集资金用于“压力温度检测仪表智能制造项目”及“智能校准产品研发中心项目”。非公开发行的顺利实施, 有助于公司把握市场机遇, 增强压力、温湿度检测产品产业规模和实力, 提升核心竞争力和持续盈利能力, 也是完善国家高端仪器仪表产业链的重要战略举措。

2)作为北京市首批采用装配式建筑设计的工业工程项目、2020年北京市300个重点工程项目之一的“桑普新源延庆新厂区建设项目一期”(包含“压力温度检测仪表智能制造项目”、“智能校准产品研发中心项目”及“MEMS传感器垂直产业智能制造项目一期”), 在疫情期间克服各种困难于2020年3月正式进入土建阶段。截至当前, 用于压力温度检测仪表产品中机械件的加工与生产的5#厂房及8#仓库主体结构完工, 用于压力温度检测仪表产品的原材料检验、SMT、整机组装、性能调试、高低温试验等用途的2#厂房正进行主体结构施工, 用于MEMS压力传感器生产的1#厂房正进行地基施工, 随着新厂区项目的后续投产, 公司整体将形成以检测技术为核心, 高精度压力传感器、压力及温湿度检测产品、压力变送器产业垂直结构, 这一结构可以有效的对接产品的配套市场, 进一步增加产品的种类和维度, 完善产品国际化的发展布局, 实现整体的持续稳定发展, 为公司中远期的持续性盈利增长及相邻扩张奠定坚实基础。

6.搭建多维度协同体系, 打造新型伙伴机制

1)报告期内, 子公司长峰致远经过2年经营提升后正式实现盈利, 营收1,206.4万元, 同比增长264.4%, 净利润64.3万元。长峰致远于2019年1月由公司及自然人任洪涛、张炯共同设立, 公司出资1,530万元, 持股51%。公司从和长峰致远的研发、制造结合点出发, 将公司质量管理体系、研发模式陆续导入, 进行知识产权的深度嵌入, 并分享公司的营销渠道。长峰致远在报告期内实现扭亏为盈, 整体经营能力实现稳步提升。

2)启动SaaS云平台项目。公司将现有Acal的软件功能与工业物联网技术进一步融合, 通过“线上+”、“服务+”的模式能更快的捕捉并满足行业痛点需求, 协助用户实现仪器仪表管理由本地向云化转变, 而云计算、大数据、AI等交叉领域的技术也将未来助力公司产品体系的场景渗透, 为用户提供多层次、多样化服务。

3)MEMS传感器项目加速实施。2020年公司明确高精度硅压阻传感器的自主设计方向及技术要求, 将现有研发标准实验室改造为封装实验室并采购封装设备, 进行磨抛、清洗、键合等传感器后道量的工艺参数试验; 完成多轮次实验样本测试, 已开展与相关技术方技术合作, 共同进行芯体的联合设计, 通过技术磨合为后续合作及生产制造铺平道路。

4)公司已构筑以“康斯特”为纽带, “Additel”、“恒矩”、“长峰致远”及“桑普新源”为关联层的校准与测试品牌生态体系, 并正逐步完善全球24小时快速反应机制, 实现整体业务的协同发展。

5)“内增+外延”协同发展机制是公司规划核心。公司将以“协同、创新”为并购战略主题, 聚焦仪器仪表产业链, 以核心技术改善产业生态, 输出自身的价值、运营体系及资源, 助力战略伙伴提升核心竞争力, 共同打造“高附加值、高技术含量、高质量、强品牌”的伙伴体系。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位: 元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
智能压力发生器	72,907,263.21	18,909,209.86	74.06%	-13.14%	-17.43%	-3.86%
压力校验器	45,178,250.55	8,095,202.02	82.08%	-11.27%	2.03%	10.70%
数字精密压力表	53,789,853.77	7,271,538.82	86.48%	-0.99%	1.30%	1.95%
压力校验仪	23,031,258.34	5,929,144.73	74.26%	-14.77%	-24.19%	-9.23%
标准温湿度发生装置	28,425,748.89	9,896,906.58	65.18%	73.34%	78.80%	1.99%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临退市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。