

公司代码：603197

公司简称：保隆科技

上海保隆汽车科技股份有限公司
2022 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 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 大信会计师事务所（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

经大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计，2022年1月至12月，公司实现净利润94,184,914.60元（为母公司报表数据），根据公司章程提取法定盈余公积金9,418,491.46元，加上2022年初未分配利润69,707,456.16元，并减去公司已实施的2021年分配红利人民币41,561,181.60元后，公司目前实际可供股东分配的利润为112,912,697.70元。

基于股东利益、公司发展等综合因素考虑，公司2022年度的利润分配预案如下：拟以2022年12月31日的总股本208,841,708股为基数，向全体股东每10股派发现金红利3.1元（含税），共计派发现金股利为人民币64,740,929.48元（含税），占归属于上市公司普通股股东净利润的30.23%。

如在年报披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，公司总股本发生变动的，拟维持每股分配金额不变，相应调整分配总额，并将另行公告具体调整情况。

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	保隆科技	603197	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	尹术飞	张红梅
办公地址	上海市松江区沈砖公路5500号	上海市松江区沈砖公路5500号
电话	021-31273333	021-31273333
电子信箱	sbac@baolong.biz	sbac@baolong.biz

2 报告期公司主要业务简介

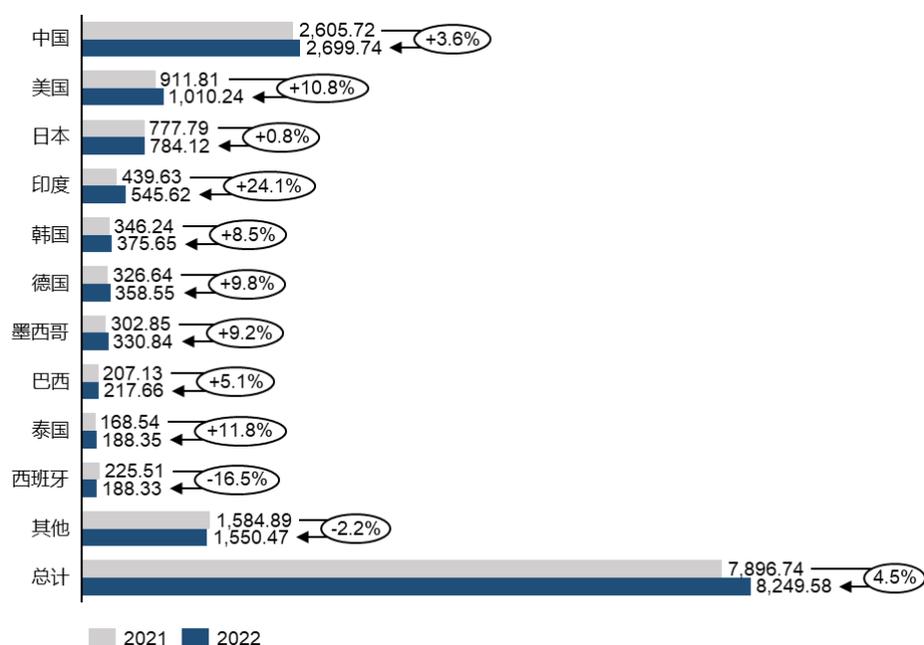
根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所属行业为汽车制造业（分类代码：C36）。公司具体所属为汽车零部件制造行业，根据《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754-2017），细分行业为汽车零部件及配件制造（C3670）。

汽车零部件市场一般分为OEM市场（即整车配套市场）、AM市场（即售后维修服务市场）。汽车零部件OEM市场主要受新车产销量的影响，汽车零部件AM市场主要受汽车保有量的影响。

2022年，汽车行业面临着物流受限，芯片短缺，俄乌冲突导致的能源成本上涨以及供应链承压等诸多挑战。同时，欧美通胀水平和利率的飙升以及对全球经济衰退的担忧同样不容小觑。据Marklines统计，2022年全球汽车产销分别为8,249.58万辆和7,873.32万辆，同比分别增长4.5%和下滑2.1%。全球产量最大的10个单一国家/地区中，除西班牙的产量同比下滑外，其余国家/地区产量均出现同比增长；全球销量最大的10个单一市场中，除中国和印度的销量同比增长外，其余市场销量均出现同比下滑。2021和2022年全球汽车产销量数据具体如下所示。

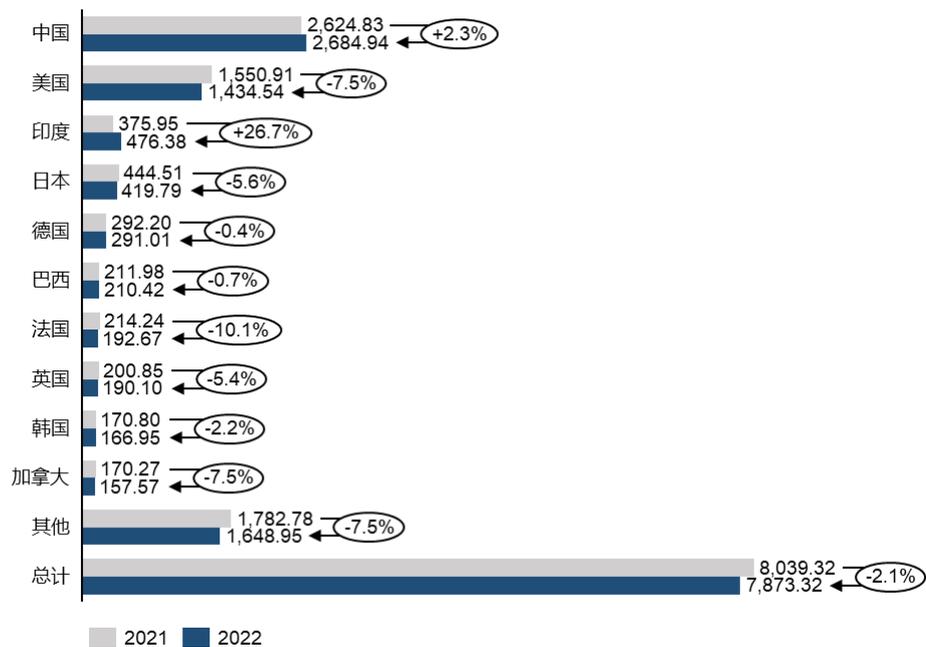
2021和2022年全球汽车产量

单位：万辆



2021和2022年全球汽车销量

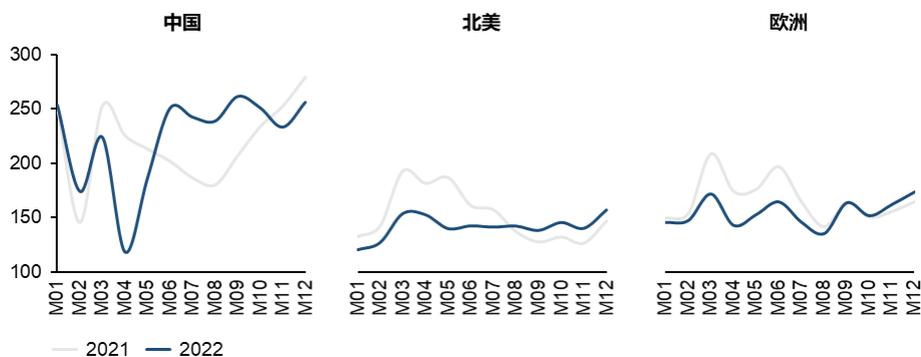
单位：万辆



在生产端，供应链和物流受限，芯片代工企业减少汽车芯片供给，俄乌冲突引发原材料供应动荡，汽车产量因此受到抑制。在需求端，由于经济下行、产量紧张、提车周期加长、折扣收窄、地缘冲突而抑制了部分消费需求。受此影响，全球汽车主要市场在 2022 年放缓恢复步伐，汽车销量不及去年同期。2021-2022 年中国、北美和欧洲市场的汽车月度销量具体如下所示。

2021-2022 年中国、北美和欧洲市场的汽车月度销量

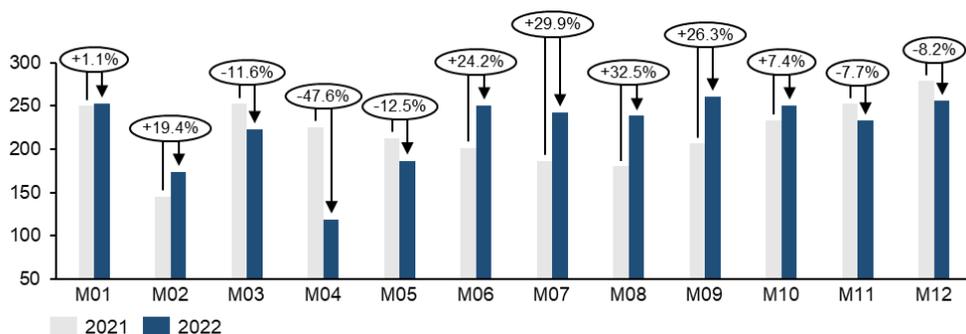
单位：万辆



作为全球第一大新车市场的中国，2022 年 3 至 4 月份，物流运力的限制对国内汽供应链和终端零售都造成严重影响，扰乱了中国汽车产业复苏的步伐。特别是 4 月，中国汽车仅销售 118.1 万辆，同比下滑 47.6%，拖累了 2022 年整体汽车销量。但是，随着 2022 年下半年汽车产业链加速全面复工复产，叠加中央和地方密集出台支持政策力促汽车消费，汽车行业逐渐回暖。2021 和 2022 年中国市场的汽车月度销量及同比具体如下所示。

2021 和 2022 年中国市场的汽车月度销量及同比

单位：万辆



总体来看，2022年中国汽车产销量分别完成2,699.74万辆和2,684.94万辆，同比分别增长3.6%和2.3%。其中，中国乘用车产销分别完成2,381.35万辆和2,355.01万辆，同比分别增长11.3%和9.7%；商用车产销分别完成318.40万辆和329.92万辆，同比分别下滑31.7%和31.0%。2021和2022年中国市场的汽车产销量及同比具体如下所示。

2021 和 2022 年中国市场的汽车产销量及同比

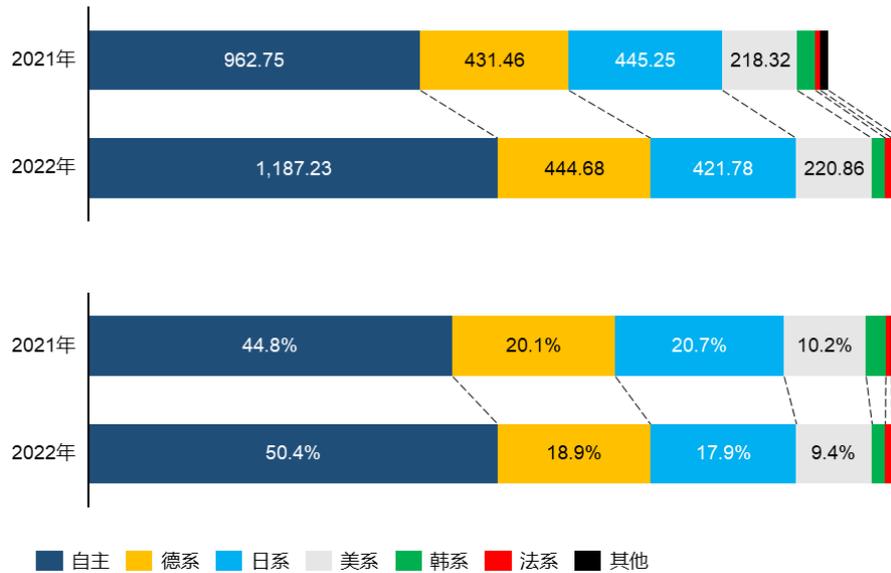
单位：万辆

车型	销量			产量		
	2021年	2022年	同比	2021年	2022年	同比
汽车	2,624.83	2,684.94	2.3%	2,605.72	2,699.74	3.6%
乘用车	2,146.84	2,355.01	■ 9.7%	2,139.71	2,381.35	■ 11.3%
轿车	993.58	1,108.77	■ 11.6%	991.58	1,115.99	■ 12.5%
SUV	1,007.69	1,118.21	■ 11.0%	1,000.22	1,136.52	■ 13.6%
MPV+Mini Van	145.57	128.04	■ -12.0%	147.91	128.84	■ -12.9%
商用车	477.99	329.92	■ -31.0%	466.02	318.40	■ -31.7%
客车	50.52	40.82	■ -19.2%	50.84	40.75	■ -19.8%
货车	427.47	289.10	■ -32.4%	415.18	277.65	■ -33.1%

乘用车方面，凭借在全球芯片短缺背景下更强的供应链韧性、不断增强的产品力、以及电动化趋势下更快的新能源汽车渗透率，自主品牌销售1,187.23万辆，对乘用车销量总量的贡献度由去年的44.8%增至50.4%。国内乘用车市场不同车系的销量及其贡献度具体如下所示。

国内乘用车市场不同车系的销量及其贡献度

单位：万辆



商用车方面，客车产销分别完成 40.75 万辆和 40.82 万辆，同比分别下滑 19.8%和 19.2%；货车产销分别完成 277.65 万辆和 289.10 万辆，同比分别下滑 33.1%和 32.4%。国内市场商用车不同车型的销量及其贡献度具体如下所示。

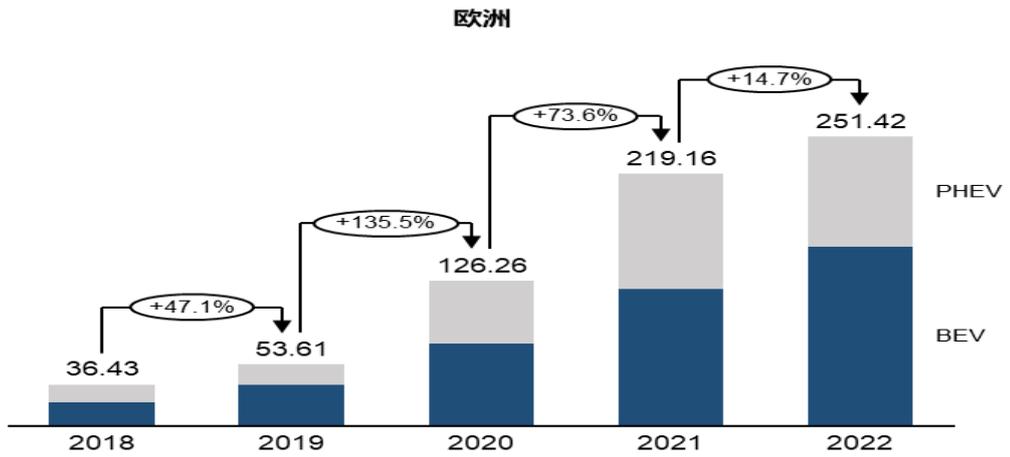
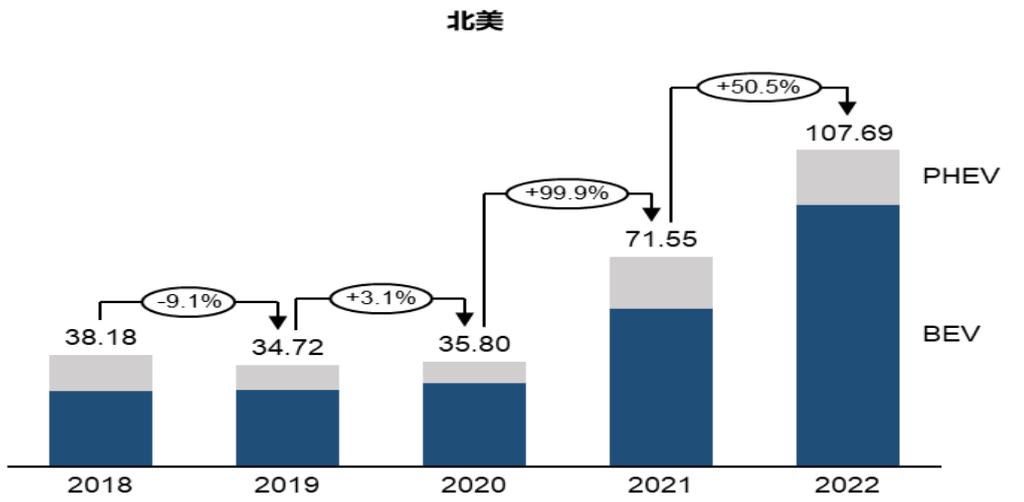
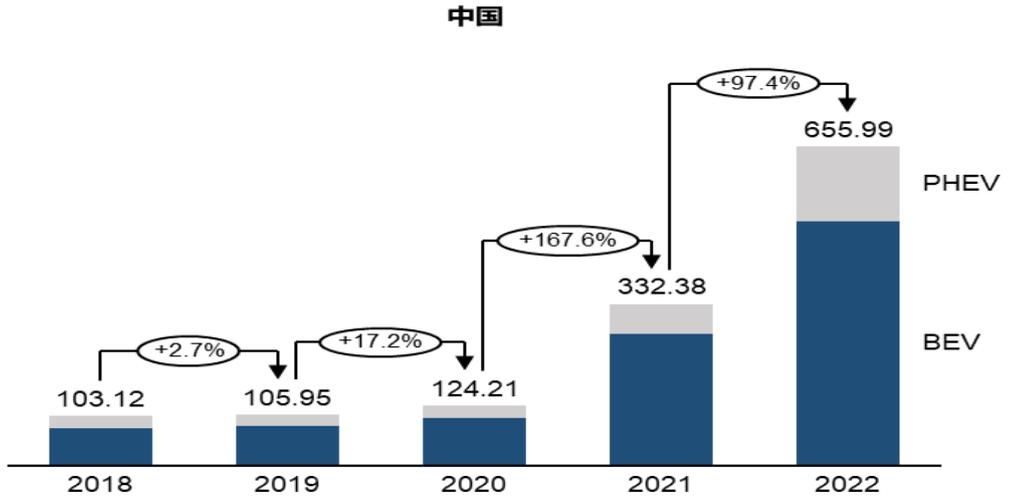
国内市场商用车不同车型的销量及其贡献度 单位：万辆

车型	销量			产量		
	2021年	2022年	同比	2021年	2022年	同比
商用车	477.99	329.92	■ -31.0%	466.02	318.40	■ -31.7%
客车	50.52	40.82	■ -19.2%	50.84	40.75	■ -19.8%
小型客车	40.20	31.52	■ -21.6%	40.43	31.36	■ -22.4%
小型客车非完整	0.97	0.47	■ -51.3%	0.96	0.46	■ -52.3%
中型客车	4.03	3.37	■ -16.3%	4.04	3.39	■ -16.1%
中型客车非完整	0.52	0.31	■ -40.9%	0.53	0.32	■ -39.4%
大型客车	4.67	4.95	■ 6.1%	4.73	5.01	■ 6.0%
大型客车非完整	0.15	0.20	■ 40.7%	0.15	0.21	■ 42.8%
货车	427.47	289.10	■ -32.4%	415.18	277.65	■ -33.1%
微型货车	60.38	50.69	■ -16.0%	61.11	49.40	■ -19.2%
微型货车非完整	0.08	0.00	■ -93.9%	0.06	0.00	■ -97.3%
轻型货车	197.28	157.07	■ -20.4%	195.69	150.90	■ -22.9%
轻型货车非完整	12.55	4.58	■ -63.5%	11.87	5.04	■ -57.5%
中型货车	13.30	7.35	■ -44.7%	11.85	6.70	■ -43.5%
中型货车非完整	4.54	2.23	■ -50.9%	4.76	2.46	■ -48.4%
重型货车	24.95	16.76	■ -32.8%	22.83	15.39	■ -32.6%
重型货车非完整	46.74	20.57	■ -56.0%	42.56	20.22	■ -52.5%
半挂车	67.65	29.84	■ -55.9%	64.45	27.54	■ -57.3%

新能源汽车销量方面，2022 年中国新能源汽车（插电式混合动力汽车 PHEV、纯电动汽车 BEV 和燃料电池汽车 FCV）销售 655.99 万辆，同比增长 97.4%，对汽车的销售贡献度为 24.4%；北美新能源汽车销售 107.69 万辆，同比增长 50.5%，对汽车的销售贡献度为 6.3%；欧洲新能源汽车销售 251.42 万辆，同比增长 14.7%，对汽车的销售贡献度为 17.7%。近年中国、北美和欧洲新能源汽车销量及其同比、对汽车的销量贡献度具体如下所示。

近年中国、北美和欧洲新能源汽车销量及其同比

单位：万辆



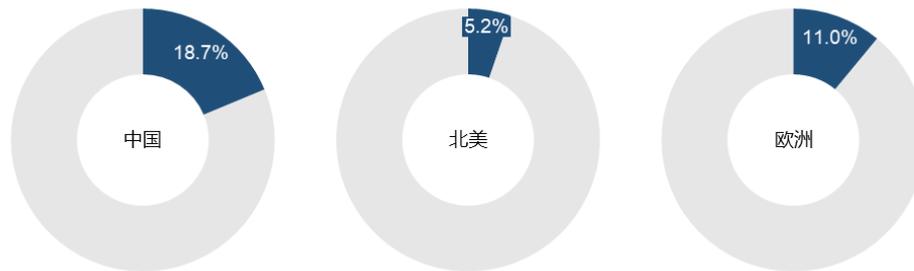
近年中国、北美和欧洲新能源汽车销量贡献度



公司气门嘴和平衡块产品同时针对 OEM 和 AM 两个市场，市场需求总体平稳，随着 TPMS 逐步普及，TPMS 气门嘴和配件的占比持续上升。

公司排气系统管件集中在 OEM 市场，与汽车产销量关系较为紧密，新能源汽车中的纯电动汽车 BEV 和燃料电池汽车 FCV 的发展将会影响到排气系统管件 OEM 市场，报告期内纯电动汽车 BEV 和燃料电池汽车 FCV 的销量在汽车总体市场中占比有一定程度的提升，对于报告期内的排气系统管件市场有一定的影响。2022 年中国、北美和欧洲纯电动汽车 BEV 和燃料电池汽车 FCV 的销量贡献度具体如下所示。

2022 年中国、北美和欧洲
纯电动汽车 BEV 和燃料电池汽车 FCV 的销量贡献度



公司控股子公司保富电子已成为全球 TPMS 细分市场的领导企业之一，直接式 TPMS 在全球 OEM 市场的渗透率已经达到较高水平，随着商用车使用 TPMS 逐步增多，消费者对直接式 TPMS 的认知加强，市场规模仍有成长；针对售后替换市场，随着主要汽车市场上越来越多的 TPMS 发射器因电池耗尽进入更换周期，售后替换件市场规模平稳增长。

公司空气悬架系统目前主要集中在高端新能源汽车市场。目前，众多造车新势力纷纷在其高端车型上配置空气悬架系统，国内量产的配置空气悬架系统的车型具体如下所示。空气悬架系统对汽车驾乘舒适性的提升受到了消费者的广泛认可，产品的市场渗透率快速提升，越来越多的新能源汽车和燃油车通过配置智能空气悬架系统以提升产品竞争力和客户满意度。公司在 2022 年配套出货的高端新能源乘用车空气弹簧产品超过了 4.6 万台套，并获得了多家车企的新项目定点。

国内量产的配置空气悬架系统的车型

品牌	年款	车型	智能悬架系统配置	
	2023款	ES8	全系：●	
	2022款	ES7	全系：●	
	2023款	EC7	全系：●	
	2022款	ET7	全系：●	
	2022款	ES6	75kWh运动版：- 75kWh性能版：● 75kWh签名版：●	100kWh运动版：- 100kWh性能版：● 100kWh签名版：●
	2022款	EC6	75kWh运动版：- 75kWh性能版：● 75kWh签名版：●	100kWh运动版：- 100kWh性能版：● 100kWh签名版：●
	2022款	G9	570：- 650：●	702：-
	2022款	L9	MAX版：●	
	2023款	L8	Air：- Max：●	Pro：●
	2023款	L7	Air：- Max：●	Pro：●
	2022款	H9	2.0T智联旗悦版：- 2.0T智联旗畅版：- 3.0T智联旗领四座版：●	2.0T智联旗享版：- 3.0T智联旗畅版：● 3.0T H9+卓越定制版：●
	2022款	HS7	2.0T DCT两驱智联旗悦版：- 2.0T DCT两驱智联旗畅版：- 3.0T自动四驱智联旗享版：- 3.0T自动四驱智联旗领版：●	2.0T DCT两驱智联旗享版：- 3.0T自动四驱智联旗悦版：- 3.0T自动四驱智联旗畅版：●
	2022款	E-HS9	690KM旗悦版七座：- 660KM旗畅版六座：●	690KM旗享版六座：- 660KM旗领版四座：●
	2023款	BJ90	全系：●	
	2023款	FREE	全系：●	
	2022款	梦想家	低碳版家：- 低碳版梦：● 0碳版想：- 私人定制低碳版：●	低碳版想：- 0碳版家：- 0碳版梦：● 私人定制0碳版：●
			2022款	HiPhi X
	2023款	HiPhi Z	全系：●	
	2023款	001	WE版：○ YOU版：●	ME版：○
2022款		009	全系：●	

-：未配置 ○：选配 ●：标配

公司液压成型结构件集中在汽车轻量化市场，随着节能减排政策推动和汽车电动化加速驱动，整车企业对轻量化的需求迫切并加速轻量化布局，汽车轻量化市场继续快速发展。

随着电动智能汽车的快速发展，公司各类传感器产品包括压力、光学、位置、速度、加速度和电流传感器的市场需求得到快速增长。公司丰富的传感器产品应用、建立了一定竞争优势的核心产品以及全球化的研发与制造布局将会带来传感器业务的快速发展。

随着汽车行业变革，智能驾驶已进入 ADAS（即高级驾驶辅助系统）渗透率提升的阶段。过去只有在一些高端车型上才有的 ADAS 功能，已下放给越来越多低级别的车型。这将给公司已经批量制造的 360 环视系统、双目前视系统、驾驶者监测系统车载视觉产品、以及车载毫米波雷达带来巨大的增量市场。公司的立体视觉路面预瞄系统也随着智能悬架的渗透率上升而获得了更多的业务机会。

（一）主要业务

公司致力于汽车智能化和轻量化产品的研发、制造和销售，主要产品有汽车轮胎压力监测系统（TPMS）、车用传感器（压力、光雨量、速度、位置、加速度和电流类为主）、ADAS（高级辅助驾驶系统）、主动空气悬架、汽车金属管件（轻量化底盘与车身结构件、排气系统管件和 EGR 管件）、气门嘴以及平衡块等。公司在上海、安徽宁国、安徽合肥、湖北武汉和美国、德国、波兰和匈牙利等地有生产园区或研发、销售中心，主要客户包括全球主要的整车企业、一级供应商以及独立售后市场流通商。

（二）经营模式

公司通过近二十六年的学习和积累，在产品开发、质量保证、成本控制、产品交付和客户响

应等方面建立了满足全球标杆客户所要求的经营管理能力，并在多个产品线的细分领域内成为行业的领导者之一。

公司建立了完整的一系列采购方针政策、采购认证制度与流程以及供应商管理制度与流程。根据相关制度和流程，针对公司所需各类原材料、辅助性物资以及设备工装模具等，由相关技术人员、质量人员和采购人员组成采购专家组进行供应商甄选认证审核工作，通过审核的供应商成为合格供应商，公司或子公司与其签订采购框架合同、价格协议和质量保证协议等相关合同。根据销售订单与生产计划，公司计划部门制定采购计划，采购部门按照采购计划向供应商发出采购订单，实施采购。根据供应商管理流程，采购部门根据供应商的质量、成本和交付等情况对供应商进行评价并做分级管理。

公司的OEM业务主要按照OEM客户产品需求计划排产；公司的AM业务主要采取根据客户订单、客户采购计划、销售部门合理预测相结合进行排产的模式，公司的生产系统能够快速响应客户需求的不变化，满足高效生产与交付需求。

公司OEM销售收入占比较高，OEM销售客户主要为整车制造商、一级零部件供应商，OEM项目销售流程通常包括询价发包、客户评审、技术交流、竞价、定点（客户做出采购决定）、产品设计、产品设计验证、过程设计和开发、生产件批准和批量供货等环节。公司与客户签订的销售合同一般为开口合同，公司通常与OEM客户逐年签订价格协议，与AM客户的价格以订单确认为准。公司根据产品成本、直接费用、目标利润率测算预期销售价格及最低价格，综合考虑客户目标价、竞争对手出价、同类产品已成交价格、市场开拓等因素确定初始价格，并会根据OEM客户年降要求、原材料价格、外汇汇率波动情况调整后续销售价格。

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

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	6,615,059,904.32	5,149,484,351.64	28.46	3,913,334,784.53
归属于上市公司股东的净资产	2,498,432,023.26	2,198,512,938.75	13.64	1,150,675,983.99
营业收入	4,777,714,295.69	3,897,585,592.28	22.58	3,331,085,104.71
归属于上市公司股东的净利润	214,137,024.85	268,398,171.05	-20.22	183,184,449.58
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	83,412,366.31	157,962,683.21	-47.19	185,738,564.65
经营活动产生的现金流量净额	175,064,987.46	131,318,304.57	33.31	228,794,086.62
加权平均净资产收益率(%)	9.11	14.47	减少5.36个百分点	16.56
基本每股收益(元/股)	1.04	1.40	-25.71	1.12
稀释每股收益(元/股)	1.04	1.40	-25.71	1.12

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	965,332,482.31	1,098,105,747.21	1,152,572,634.09	1,561,703,432.08
归属于上市公司股东的净利润	44,551,679.74	17,966,472.30	52,420,066.71	99,198,806.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	35,552,439.05	6,859,750.53	38,305,922.56	2,694,254.17
经营活动产生的现金流量净额	-19,892,003.28	13,087,756.74	-70,484,246.89	252,353,480.89

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）								12,326
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）								19,891
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 10 名股东持股情况								
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		
陈洪凌	-4,155,000	34,457,626	16.50	0	质押	4,740,000	境内自然人	
张祖秋	0	20,773,630	9.95	0	质押	6,130,000	境内自然人	
国投招商投资管理有 限公司—先进制造产 业投资基金二期（有 限合伙）	0	9,049,773	4.33	0	无	0	其他	
上海浦东发展银行股 份有限公司—景顺长 城新能源产业股票型	-581,249	6,082,976	2.91	0	无	0	其他	

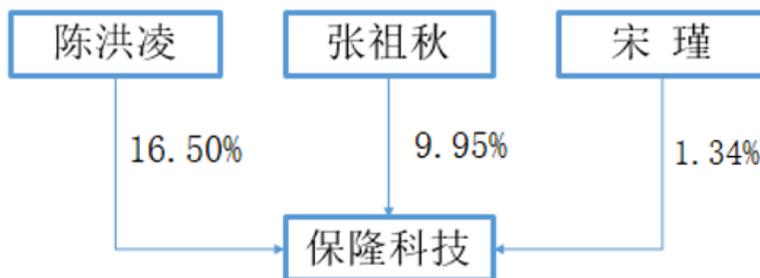
证券投资基金							
香港中央结算有限公司	-11,549,739	5,153,917	2.47	0	无	0	未知
中国建设银行股份有限公司—信澳新能源产业股票型证券投资基金	4,254,800	4,254,800	2.04	0	无	0	其他
冯美来	-53,500	3,539,162	1.69	0	无	0	境内自然人
大家人寿保险股份有限公司—万能产品	3,465,200	3,465,200	1.66	0	无	0	其他
陈洪泉	0	3,005,813	1.44	0	无	0	境内自然人
宋瑾	0	2,800,000	1.34	0	无	0	境外自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、上述股东中，陈洪凌、张祖秋和宋瑾为公司实际控制人并且是一致行动人。2、上述股东中，宋瑾系陈洪凌之妻，陈洪泉系陈洪凌之弟。3、除上述关联关系外，公司未知其他股东是否存在关联关系或一致行动关系。						
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，营业收入 477,771.43 万元，较上年同期增长 22.58%，经营活动产生的现金流量净额 17,506.50 万元，较上年同期增长 33.31%。

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