

公司代码：605365

公司简称：立达信

立达信物联科技股份有限公司

2021 年年度报告摘要

LEEDARSON
立达信

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 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。

二、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。

三、公司全体董事出席董事会会议。

四、容诚会计师事务所（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。

五、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

公司拟以2021年12月31日的总股本50,000万股为基数，每10股派发现金红利1.24元（含税），合计派发现金红利6,200万元（含税），不送红股，不以资本公积转增股本，剩余未分配利润结转至下年度。本年度利润分配预案尚需提交公司2021年年度股东大会审议。

第二节 公司基本情况

一、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	立达信	605365	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	夏成亮	陈宇飞
办公地址	福建省厦门市湖里区枋湖北二路1511号	福建省厦门市湖里区枋湖北二路1511号
电话	0592-3668275	0592-3668275
电子信箱	leedarsoniot@leedarson.com	leedarsoniot@leedarson.com

二、报告期公司主要业务简介

公司现有业务可分为照明业务和物联网（IoT）业务两大板块。报告期内，公司以照明业务收入为主，因此公司所处的行业为“电气机械和器材制造业”（C38）。

（一）照明业务

1、业务概述

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》，照明行业按照应用领域分类为通用照明领域和特殊照明领域。通用照明包括家居、商店、办公、酒店、市政设施、工业、景观等常见的场景；公司的照明业务主要涵盖范围是通用照明领域。

就通用照明而言，上游行业主要涉及LED芯片、电子元器件、五金以及包装材料等原材料提供商。下游应用领域，主要包括家庭住宅、学校、商业办公楼、道路、工厂以及其他特殊场景应用等。从行业发展看，LED照明行业将围绕着便利、健康和循环等核心内涵进一步发展，朝着智能照明、人因照明、循环经济三大发展方向不断演进，这些将有力推动通用照明市场的发展。

2、经营模式

LED照明行业的经营模式主要包括OEM、ODM、OBM等。OEM模式（Original Equipment Manufacturer，原始设备制造商模式），即LED照明生产商完全按照客户的设计和品质要求进行产品生产，客户利用自身品牌和销售渠道进行产品销售。ODM模式（Original Design Manufacturer，自主设计制造商模式），即LED照明生产商主要完成产品开发，并根据客户订单进行产品生产，客户利用自身品牌和销售渠道进行产品销售。在ODM模式中，一部分客户会向制造厂商提供具体的产品规格、性能要求，由LED照明生产企业完成具体的产品开发和生产环节；亦有部分LED照明生产厂商会利用自身市场调研能力，紧跟市场动向提出自身的产品创新设计，并形成较为完整的产品方案向客户推介。OBM模式（Original Brand Manufacturer，自主品牌制造商模式），即LED照明生产商自主设计、开发产品，并以自主品牌进行销售。

公司在海外市场以ODM模式为主，在国内市场以OBM模式为主。

3、主要的业绩驱动因素

(1) 外需逐步恢复，消费需求稳定释放。

据行业数据统计，2021年全年中国照明产品出口总额为654.7亿美元，同比增长达24.5%，比2019年增长44.09%，两年平均增长率达到两位数为12.95%。其中LED照明产品出口额474.45亿美元，同比增长达33.33%，比2019年增长57.33%，两年平均增长率为16.31%（注1）。照明产品出口总额和LED照明产品出口额继2020年后再度刷新了照明行业出口的历史记录。

欧美各主要经济体疫情虽然未得到有效控制，但在疫苗的逐步推广作用下，承压重启经济，对中国照明出口来说外需边际得到持续改善，同时在诸国货币宽松政策的刺激下，需求端恢复依然强于供给端，消费需求稳定释放。

(2) 中国制造对全球市场的“替代转移效应”仍在延续。

从2020年二季度开始，中国就作为少数全面遏制住疫情的主要经济体，率先复工复产。迅速复苏的中国制造进一步凸显了其照明制造中心和供应链枢纽的优势，有效弥补了全球因疫情造成的供给缺口，并在一定时期内替代了其他国家的出口份额。2021年疫情依旧在全球此起彼伏地发生，全球供应链的全面恢复正常仍遥遥无期，因此该替代转移效应仍在持续。

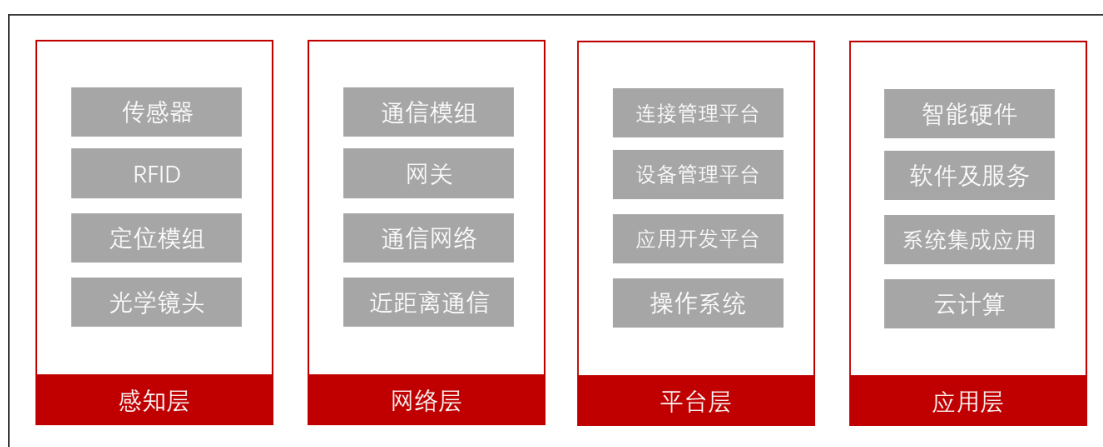
(3) 国内市场自主品牌教育照明业务需求增长。

近年来我国经济发展状况良好，居民收入水平不断提高，国家不断加大教育投入力度，大力推进教育基础设施建设，为公司品牌业务的发展塑造了良好的环境。立达信品牌通过中国教育报、中国教育装备展示会等多种渠道对教育照明相关产品进行宣传推广，取得了良好效果，先后打开了福建、四川、湖南、山东、广东、浙江、北京和上海等地的教育照明市场，实现品牌收入的较快增长。

(二) 物联网业务

1、业务概述

物联网（IoT, Internet of Things），是通过传感器、RFID及芯片等感知设备，按照约定协议，连接物、人、系统和信息资源，实现对物理和虚拟世界的信息进行处理并作出反应的智能服务系统。为了实现“物物相联”功能，物联网通常涵盖的层级架构可以分为感知层、网络层、平台层和应用层等，具体情况如下：



注 1：数据引用自中国照明电器协会“中国照明行业 2021 年出口综述及 2022 年展望”一文。

感知层能够感知识别物体或环境状态，并且实现信息的实时采集和捕获。相关信息经由网关等转化为能够识别的信息后传达到网络层，并由网络层对采集的数据进行精准、可靠的传输。平台层提供标准化/模块化的服务，实现数据处理和挖掘、连接管理、设备管理等功能。应用层则主要包括智能硬件、软件及服务、系统集成应用等内容，形成智能化应用的解决方案，从而实现物联网在众多不同领域的运用。

目前，在芯片、智能识别、传感器、边缘计算等物联网相关技术快速迭代演进和部分行业寻求转型升级的内在动力的共同作用下，物联网跨界融合、集成创新和规模化发展陆续取得新的突破，“物联网+行业应用”的模式在很多领域逐渐发展起来，主要热门应用领域包括家居、建筑、制造、物流等。

公司以智能照明为切入点，以智慧生活和智慧管理等为主要应用场景，在云平台、无线模组、人工智能算法以及智能硬件开发与制造等领域进行了深度布局。物联网（IoT）智能硬件产品已实现规模化生产和销售，并保持快速增长。同时，公司通过自有品牌推动智慧生活和智慧管理领域产品、服务和生态的建设，推动自主开发的Arnoo（主要面向智慧生活）和Lexikos（主要面向智慧管理）两大方案平台在细分领域的应用，通过打造高效便捷的智能云平台并提供多样化的智能解决方案，帮助客户实现产品的快速智能化，致力于通过智能产品以及智能产品增值服务提高市场竞争力。

2、主要的业绩驱动因素

（1）全球物联网行业整体呈现高速增长态势

全球物联网行业仍保持高速增长，物联网领域仍具备巨大的发展空间，根据GSMA发布的《The mobile economy 2020（2020年移动经济）》报告显示，预计到2025年，全球物联网总连接数规模将达到246亿，全球物联网的收入将增长到1.1万亿美元（约人民币7.7万亿元）。其中，我国物联网连接数全球占比高达30%。

（2）国内政策支持、鼓励物联网行业发展

2021年是“十四五”开局之年，政府部门加快建设物联网基础设施。2021年9月，工信部、网信办等8部门联合印发《物联网新型基础设施建设三年行动计划(2021—2023年)》，系统谋划未来3年物联网新型基础设施建设，并明确提出到2023年底，在国内主要城市初步建成物联网新型基础设施。11月份，工信部又印发了《“十四五”信息通信行业发展规划》，明确了推动移动物联网发展相关工程。在国家相关政策以及市场需求的推动下，2021年成为我国物联网高速发展的一年，截至2021年底，我国累计建成并开通5G基站142.5万个（注2），建成全球最大5G网，实现覆盖全国所有地级市城区、超过98%的县城城区和80%的乡镇镇区。

（3）教育信息化被提升到新的战略高度，教育信息化经费持续增加，市场规模不断扩大。未来，随着5G、AI、VR/AR等技术在教育领域的应用，新的硬件升级、覆盖于整个教学活动的软件服务以及C端用户的付费场景增加，教育信息化将迎来一波新的高速增长机会。

（4）家居安防应用场景的产品市场需求，受疫情催化以及大客户的市场开拓，带动相关产品的收入较快增长。

3、行业情况

注 2：数据来源于工信部官微发布的《2021 年通信业统计公报》

物联网行业不断快速扩展，整体市场前景良好，物联网生态圈成为行业竞争热点，各主体加快平台化布局。

边缘计算仍将带动智能终端设备市场新一轮成长。

5G通信技术和人工智能等技术进步和深度融合，将推动物联网在新应用领域的渗透。

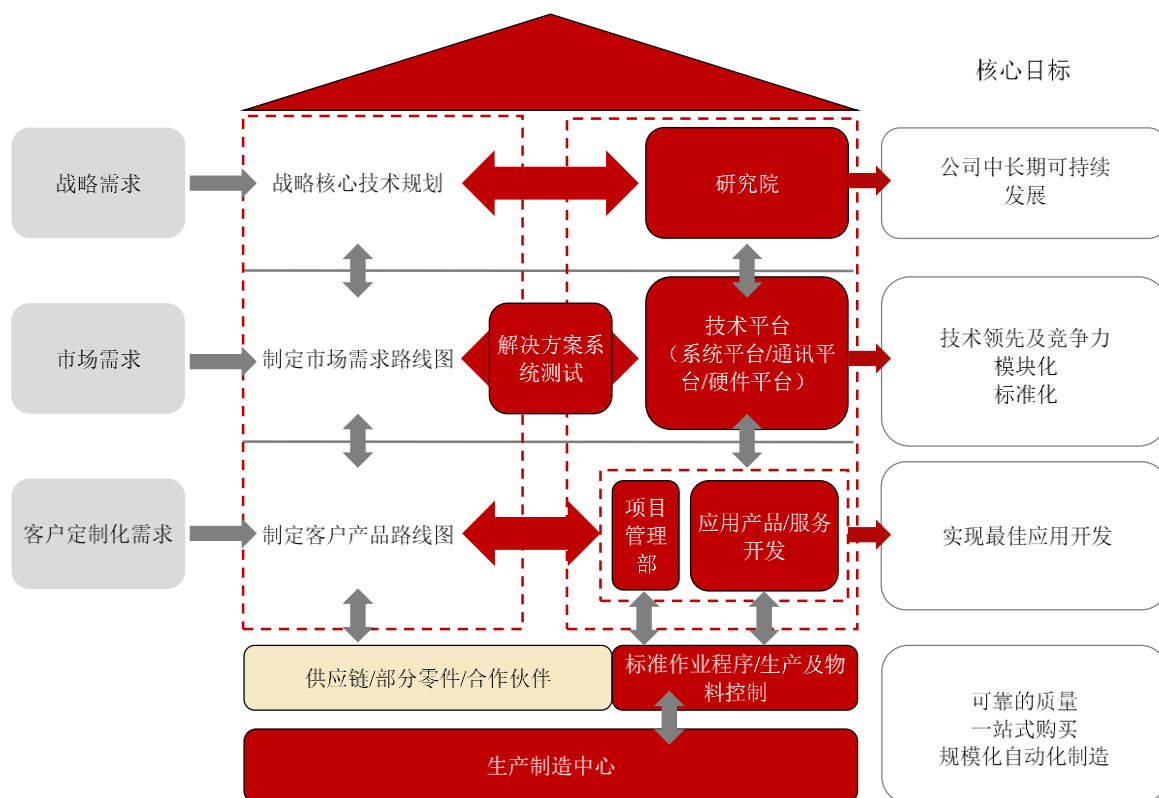
公司是一家集研发、生产、销售和服务于一体的综合性高新技术企业，是专注于智慧生活（Smart Life）和智慧管理（Smart Management）领域的物联网产品和解决方案提供商。公司以智能照明为起点进入物联网领域，把人工智能、大数据等软件技术同硬件结合，致力于构建智慧生活和智慧管理解决方案，逐步构建万物互联的智能世界。我们在LED照明产品、控制与安防产品、智能家电以及软件和云服务等领域为客户提供安全可信赖的产品、解决方案和服务，与生态伙伴深度合作，持续为客户创造价值。

公司经营模式：公司拥有独立完整的研发、采购、生产和销售体系，根据所处行业动态、市场需求开展经营活动。

公司主要业务模式如下：

（一） 研发模式

公司研发模式包含研究院、技术平台研发和应用产品研发三个层级，具体情况如下：



1、研究院

研究院聚焦公司的前瞻性技术和产品的研发工作，主要以公司中长期战略发展需求作为核心研发目标，服务于公司的整体战略需求；侧重于对行业内前沿性的技术突破。目前以人工智能算法、云平台等专项技术的开发作为主要研发方向。研究院通过对未来产品和服务的演变趋势和市

场需求做出预估，并针对未来期间潜在的重大技术变更和重要的产品创新等进行预研，为实现公司的长期可持续发展提供重要技术支撑。

2、技术平台研发

技术平台研发主要以公司未来1-2年的市场需求为导向而进行的平台化技术研发。在技术平台研发中，公司主要通过电子电路研究、光源开发、结构研究、材料研究、光学研究、软件研发、射频研发等多个维度建设核心技术平台。通过技术平台研发，实现核心技术平台的模块化、标准化开发，利用上述核心技术平台，公司能够在保持技术先进性的同时，能够较好地提前对客户需求作出充分的技术准备，缩短后续产品开发的交付周期。

3、应用研发

应用研发主要聚焦客户定制化和细分市场需求而开展的产品和服务研发。在应用研发中，通过对客户具体需求的深入了解，并在技术平台研发形成的核心技术平台的成果基础上，对产品进行最佳应用开发。在具体应用研发过程中，应用开发部门与集成供应链管理（ISC）等进行有效衔接，有力保障产品开发计划的高效实现，满足客户及市场需求。

（二）采购模式

公司主要采取“以销定产”、“以产定需”的采购方式，原材料采购主要根据市场需求和生计划确定，主要原料的采购价格采取招投标、询比价或成本拆解的方式，与供应商协商确定具体原材料价格。

（三）生产模式

公司主要采取“以销定产”的生产模式，在实际生产中以“按订单生产”和“按销售预估生产”相结合的模式开展。

（四）销售模式

公司在海外市场以ODM模式为主，在国内市场以OBM模式为主。

ODM模式的销售为直销。

OBM模式的销售包括经销代理和零售直销。

其中，针对B端客户的品牌业务以经销代理制为主，公司负责产品和解决方案的设计、研发、生产，经销商负责实施和售后运维。针对消费者（To C）的品牌则以电商零售为主，该模式销售为直销。

三、公司主要会计数据和财务指标

1、近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	5,679,492,895.12	4,053,695,305.82	40.11	3,451,540,938.98
归属于上市公司股东的 净资产	2,894,356,181.99	1,824,623,614.97	58.63	1,379,061,534.93

营业收入	6,477,227,604.45	5,417,889,890.60	19.55	5,053,218,486.66
归属于上市公司股东的净利润	301,305,280.03	446,497,230.90	-32.52	369,054,885.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	209,430,661.90	369,000,935.75	-43.24	289,645,376.37
经营活动产生的现金流量净额	285,238,203.45	526,636,258.04	-45.84	661,235,934.11
加权平均净资产收益率 (%)	13.13	27.87	减少14.74个百分点	30.91
基本每股收益 (元 / 股)	0.640	0.992	-35.48	0.820
稀释每股收益 (元 / 股)	0.640	0.992	-35.48	0.820

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	1,304,178,795.83	1,474,242,916.66	1,879,342,287.52	1,819,463,604.44
归属于上市公司股东的净利润	87,411,106.03	90,428,968.19	114,356,180.60	9,109,025.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	70,702,567.30	67,752,111.15	103,579,804.80	-32,603,821.35
经营活动产生的现金流量净额	-101,801,765.31	99,294,024.14	175,505,007.85	112,240,936.77

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

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

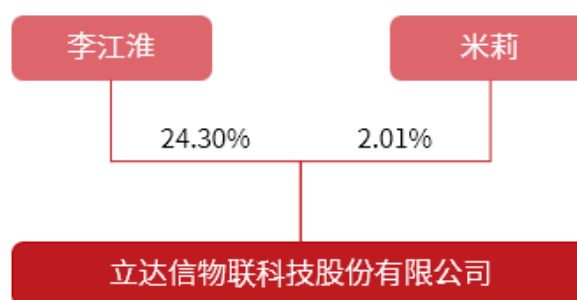
单位：股

截至报告期末普通股股东总数 (户)	22,150
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数 (户)	20,069
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	
李江淮	0	121,500,000	24.30	121,500,000	无	-	境内自然人
李潇帆	0	119,560,950	23.91	119,560,950	无	-	境内自然人
李永川	0	90,918,900	18.18	90,918,900	无	-	境内自然人
李潇宇	0	72,809,550	14.56	72,809,550	无	-	境内自然人
李春华	0	10,815,750	2.16	10,815,750	无	-	境内自然人
米莉	0	10,027,350	2.01	10,027,350	无	-	境内自然人
杨进美	0	8,550,000	1.71	8,550,000	无	-	境内自然人
李冬敏	0	8,550,000	1.71	8,550,000	无	-	境内自然人
杨其龙	0	3,420,000	0.68	3,420,000	无	-	境内自然人
吴世强	0	3,206,250	0.64	3,206,250	质押	3,206,250	境内自然人
上述股东关联关系 或一致行动的说明	控股股东、实际控制人为李江淮、米莉夫妇，股东李永川、李潇帆、李潇宇、李春华为其一致行动人。其中，李永川和李江淮为兄弟关系；李春华和李江淮为姐弟关系；李江淮与李潇帆、李潇宇为叔侄关系。此外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动。						
表决权恢复的优先 股股东及持股数量 的说明	不适用						

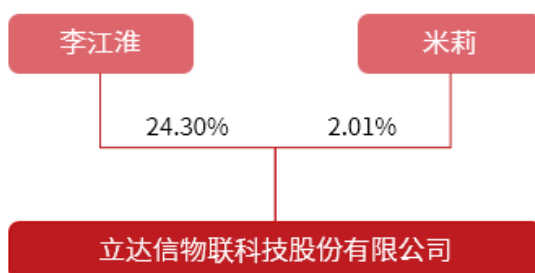
2、公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



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、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

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。

2021 年公司实现营业收入 64.77 亿元，同比增加 19.55%；归属于上市公司股东的净利润 3.01 亿元，同比下降 32.52%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 2.09 亿元，同比下降 43.24%。报告期内，公司照明业务板块实现营业收入 46.60 亿元，增长 18.47%；IoT 业务板块实现营业收入 15.20 亿元，增长 15.32%；家电业务板块实现营业收入 1.13 亿元，增长 295.42%。

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