

公司代码：603489

公司简称：八方股份

八方电气（苏州）股份有限公司 2021 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 <http://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 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。
- 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

公司拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本（扣除届时公司股份回购专用证券账户持有股数）为基数，对全体股东每10股派发现金红利20元（含税），不进行送红股和转增股本。

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	八方股份	603489	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	周琴	刘玥
办公地址	苏州工业园区东堰里路6号	苏州工业园区东堰里路6号
电话	0512-87171278	0512-87171278
电子信箱	security@bafang-e.com	security@bafang-e.com

2 报告期公司主要业务简介

电踏车行业

1、海外市场

全球范围内，电踏车市场持续扩张，尤其2020年起，疫情催生消费者对于个人轻便出行产品的需求，电踏车的普及和推广进一步加快。受经济条件、骑行文化、地形条件等因素影响，电踏车终端市场仍然以欧洲、美国、日本为主。

欧洲电踏车市场发展成熟，销量稳定增长。根据欧洲自行车协会（CONEBI）的数据，2020年度，欧洲电踏车销量约为453.7万辆，同比增长约33.56%，市场渗透率约为20.63%。电踏车作为自行车的高端替代品，市场渗透率仍有可观的增长空间。2020年，德国、法国、荷兰、意大利电踏车销量都以约30%的速度增长，高于自行车和电踏车总销量增速，其中，德国、荷兰电踏车销量占自行车总销量的比重分别达到38%、49%，体现出消费者的选择进一步升级。随着电踏车的技术升级、消费者消费观念的持续提升，预计未来欧洲整体电踏车渗透率将达50%以上。

美国市场起步较晚，客户群体主要为运动爱好者和极限发烧友。2020年，美国发布新规，明确电踏车不属于机动车辆，并通过了联邦层面的电动自行车三级分类法案，给美国发展电踏车带来明显的推动力。据INSG数据，2020年度美国电踏车销量同比翻番，销量约50-60万辆。2021年，美国政府提出，对购买电踏车的用户提供税收抵免、通勤津贴等补贴政策，将进一步催化电

踏车需求。我国是美国自行车最大进口国，且美国本土无核心电机驱动系统供应商，这一变化将为国内电踏车电机厂商带来机会。

日本是最早研发、生产和销售电踏车的国家。近年来，在日本自行车整体产销规模下行的情况下，电踏车仍保持平稳的增速。根据日本自行车产业振兴协会统计数据，2020年日本电动助力车销量约73.77万辆，同比增长5.66%。由于日本企业掌握力矩传感器技术较早，且民众对于本土品牌认可度较高，国外品牌进入日本市场具备一定难度。但近年来日本本土电踏车产量不及销量，电踏车产销缺口持续扩大，为国外企业打开进入市场的空间。

2、国内市场

中国是自行车消费大国，自行车一直是民众出行的重要工具，是电踏车需求的潜在市场。工信部数据显示，2021年1-8月，全国自行车产量3412.2万辆，同比增长9.7%；电动自行车产量2388.8万辆，同比增长19.5%。由于电踏车价格相对于传统电动自行车而言较高，且消费者尚未形成电踏车使用习惯，目前电踏车在国内仍处于起步阶段。

随着“碳达峰、碳中和”目标的提出，绿色出行大势所趋。2021年，交通运输部《绿色出行“十四五”发展规划》提出，重点创建100个左右绿色出行城市，引导公众出行优先选择公共交通、步行和自行车等绿色出行方式。到2025年，力争60%以上的创建城市绿色出行比例达到70%。随着公共基础设施健全，以电助力驱动，具备绿色、安全等优势的电踏车，有望迎来快速发展机会。

长期来看，发展电踏车已经成为行业共识。近年来，业内企业把握发展机遇，陆续推出电踏车业务，行业管理协会向有关部门建议将电踏车划分出单独的品类，并推动制定一系列技术标准，让电踏车技术有标准可依，推动行业规范发展。随着绿色出行理念落地、产业发展成熟、相关行业标准的逐步完善以及消费者的需求升级，我国电踏车市场或存在较大替代空间。

传统电动车行业

传统电动自行车因其技术壁垒低、销售价格亲民、适应我国居民消费水平等优点占据了我国电动自行车的大部分市场。2019年4月，我国电动自行车的新国标正式实施，各省市新旧标准电动车过渡期陆续到期。在此背景下，2021年1-6月，我国电动自行车规模以上企业产量1620.2万辆，同比增长33.6%，行业规模增长迅速。随着不符合新国标标准的存量电动两轮车的换购需求增长，市场规模将进一步扩张，我国电动两轮车行业迎来新的变革机遇。

国内传统电动车行业转型升级，带来旺盛换购需求，2020年全国电动车产量达4439万辆，同比提升23.0%。共享电单车市场受绿色出行政策推动发展较快，2020年我国共享电单车市场投放量达到151.7万辆，同比增长55%。

根据中国自行车协会数据，2019年我国电动两轮车（含电动自行车和电动摩托车）总产量同比增长15.59%，总销量同比增长17.88%；2020年受疫情影响，电动两轮车市场增速减缓，但仍呈增长态势，行业规模增长迅速，新国标电动自行车和电助力自行车成为新的消费增长点。

根据申万宏源研究的预测，在“新国标”政策指引下，预计每年超标电动自行车替换市场空间在1913万辆-3188万辆之间。按照2020年我国电动自行车社会总保有量约3亿量测算，超标电动车约有2.1亿辆。根据各地方政府的替换时间安排以及不同地区政策实际执行效果的差异，预计2021-2024年每年均可保持1200-2500万台左右的替换需求。

电动摩托车行业

在能源供应压力及环保意识提升的背景下，绿色出行成为全球性的趋势，各国陆续出台“限油换电”政策，基于燃油摩托车的替代需求，电动摩托车有望迎来快速增长。

受益于环保理念和各国补贴政策，欧洲电动摩托车市场迅猛发展。据欧洲摩托车制造商协会数据，2021年，欧洲主要国家（法国、德国、意大利、西班牙、英国）电动摩托车注册量2.31

万辆，同比增长 28.2%，但由于电动摩托车基数较小，注册量占摩托车总注册量的比重较低，约为 2.43%，有较大的增长潜力。欧洲电动轻便摩托车市场已经逐渐打开，2021 年，欧洲主要国家（比利时、法国、意大利、荷兰、西班牙）电动轻便摩托车注册量 7.31 万辆，占轻便摩托车总注册量比重由 2020 年的 20.94% 升至 2021 年的 27.61%。欧美电摩市场仍处于起步阶段，但在产业秩序规划方面领先于中国及东南亚市场，未来具有较大的市场潜力。欧美市场消费者需求使得摩托车正朝着轻便化、电动化、智能化加速转型升级。

东南亚是全球最大的摩托车市场，根据 MarkLines 数据，印度、中国、印尼、越南、泰国为摩托车主要五大需求国。自 2016 年以来，东南亚燃油摩托车销量连年超过 3000 万辆，2020 年度全球摩托车销量约为 4,450 万辆，其中亚洲地区销量约占总销量的 80%。随着碳中和计划推进，东南亚多国响应降低碳排放号召，油改电趋势将掀起电动摩托车更换热潮，利好电动摩托车行业。东南亚市场的特点是人口众多，但人均国民收入较低，消费者更注重性价比、续航等。随着经济发展，环保和碳排放压力下，东南亚市场对电动摩托车将有很大的需求。

在中国，摩托车在交通系统的作用得到社会认可，摩托车消费人群逐渐扩大。2021 年，随着疫情得到有效控制，我国摩托车产销量有所恢复。中国摩托车商会数据显示，2021 年，我国摩托车产销分别为 2019.52 万辆和 2019.48 万辆，产销量同比增长 12.98% 和 12.7%。新国标后，电摩品类标准化管理政策进一步落实，对电动摩托车行业发展提出了更高要求。随着双碳目标的提出、智能交通体系的发展，绿色化、智能化、电动化成为摩托车行业发展的必然之路。随着政策和电动摩托车的优势不断显现，电动摩托车的占比将进一步提高。2021 年，我国电动摩托车产销量分别为 395.89 万辆和 394.28 万辆，同比增长 3.65% 和 3.43%。

报告期内，公司的主要业务和经营模式未发生重大变化。

主要业务

公司主要从事电踏车（即电动助力车）电机及配套电气系统的研发、生产、销售和技术服务，公司产品主要应用于电踏车。电踏车外形类似于自行车，配备专门电池作为辅助动力来源，配备电机作为动力辅助系统。电踏车既保留了自行车通过踏板行进的操作习惯，又可借助电助力优化客户的骑行体验，可以满足通勤、郊游、户外运动等多样化的需求。

经过多年的发展，公司已经拥有中置电机、轮毂电机两大电机类型多种型号电机产品，并具备控制器、传感器、仪表、电池等成套电气系统的配套供应能力，能为山地车、公路车、城市车等不同类型的电踏车提供电气系统适配方案。此外，公司的轮毂电机产品经过改动还可应用于电动轮椅车、电动滑板车以及园林割草机等领域。电踏车电气系统的主要部件具体如下图所示：



（注：上图只为列示电踏车电气系统主要部件，实际安装位置因不同型号而异）

公司拥有较强的设计研发能力，是全球少数掌握力矩传感器核心技术的企业之一，产品技术指标达到国际先进水平。

经营模式

1、采购模式

公司主要原材料为 PCBA 板、铝外壳（端盖、轮毂）、定子、磁钢、线束等，公司采购主要采取的是“以销定产”的采购模式。公司资材部根据生产计划和销售订单制定采购计划，采购业务员按采购计划和合格供应方名录与供方签订合同或下订单实施采购。采购产品入厂后由采购员办理送检手续，检验员按相关标准或检验规范要求进行检验，合格后仓库办理入库手续。

2、生产模式

因不同客户对产品的规格型号、货物运输期限要求不一，除部分畅销型号有少量计划生产外，公司主要采用“订单生产”的生产模式，即公司销售部接到客户的订单后，在 ERP 系统录入销售订单，制造部根据销售订单生成生产订单，各车间根据生产订单组织生产。产品完工后，销售部根据销售订单、产品完工情况下达出库指令，仓库据此出库。

3、销售模式

公司主要通过直销方式与境外的品牌商或者境内外的整车装配商签订销售合同。对于成熟产品，由客户直接向公司下订单，并按照约定的商业条件交货、收款；对于新产品，公司在前期会充分调研主要品牌商的需求，确保产品开发的成功及开发效率，一旦产品得到客户认可后，再按照订单组织生产并进行销售。

4、研发模式

公司设置技术中心负责新技术、新产品的研发工作，技术中心下辖设有项目部、研发部、测试部等。公司凭借对电踏车产业发展方向的把握，根据市场需求的变动灵活地调整研发战略。同时，公司也采用产学研合作模式，联合培养专技人才，为提高技术水平提供良好支撑。

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

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	3,542,904,852.31	2,850,633,261.36	24.28	2,286,545,596.14
归属于上市公司股东的净资产	2,675,109,586.46	2,302,888,129.51	16.16	1,982,718,959.14
营业收入	2,647,228,671.03	1,397,194,255.18	89.47	1,196,645,496.93
归属于上市公司股东的净利润	606,617,276.85	402,294,845.76	50.79	323,848,157.44
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	552,095,106.09	372,517,595.77	48.21	315,285,330.37
经营活动产生的现金流量净额	334,939,789.62	231,448,220.41	44.71	268,517,692.15
加权平均净资产收益率(%)	24.80	19.04	增加5.76个百分点	46.95
基本每股收益(元/股)	5.04	3.35	50.45	3.50
稀释每股收益(元/股)	5.04	3.35	50.45	3.50

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	526,995,189.99	704,796,426.47	666,510,985.68	748,926,068.89
归属于上市公司股东的净利润	150,261,848.36	159,193,937.68	124,588,272.57	172,573,218.24
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	148,847,781.43	156,302,821.30	121,862,052.96	125,082,450.40
经营活动产生的现金流量净额	53,471,526.91	130,118,933.88	-107,687,145.02	259,036,473.85

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

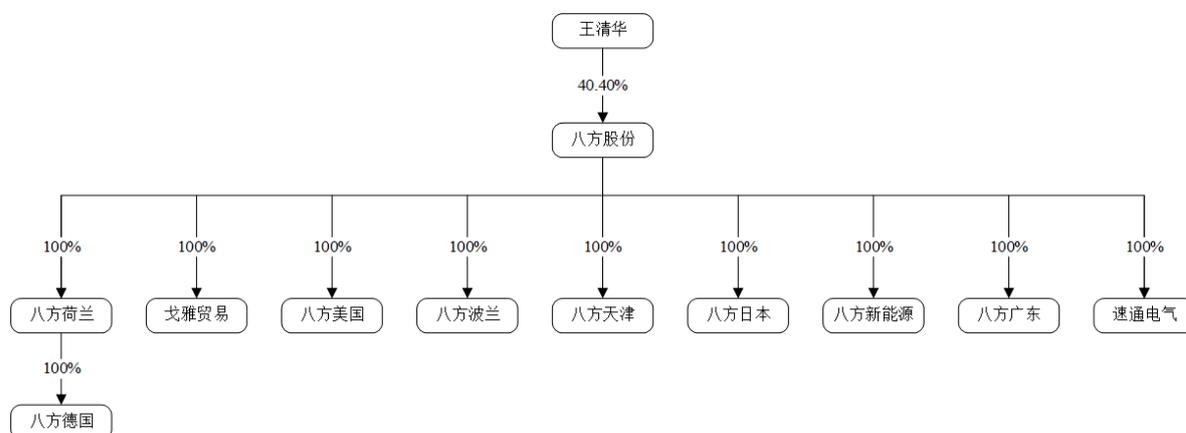
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）							5,230
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							5,669
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	
王清华		48,600,000	40.40	48,600,000	无		境内 自然 人
贺先兵	-1,199,929	19,617,071	16.31		无		境内 自然 人
香港中央结算有限公司	7,857,268	17,337,130	14.41		未知		境外 法人
俞振华	-1,200,000	10,383,000	8.63		无		境内 自然 人
湖州冠群信息咨询中心(有限合伙)		9,000,000	7.48		无		其他

全国社保基金四零六组合	1,358,251	3,762,530	3.13		未知		其他
富达基金（香港）有限公司—客户资金	505,262	946,415	0.79		未知		其他
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC.	72,472	395,472	0.33		未知		境外法人
基本养老保险基金一六零五一组合		376,802	0.31		未知		其他
上海瓴仁私募基金管理合伙企业（有限合伙）—瓴仁卓越长青二期私募证券投资基金	299,987	299,987	0.25		未知		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	贺先兵持有湖州冠群 59.97% 的合伙份额，为湖州冠群的有限合伙人；俞振华持有湖州冠群 33.37% 的合伙份额，为湖州冠群的普通合伙人。其他股东之间未知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						

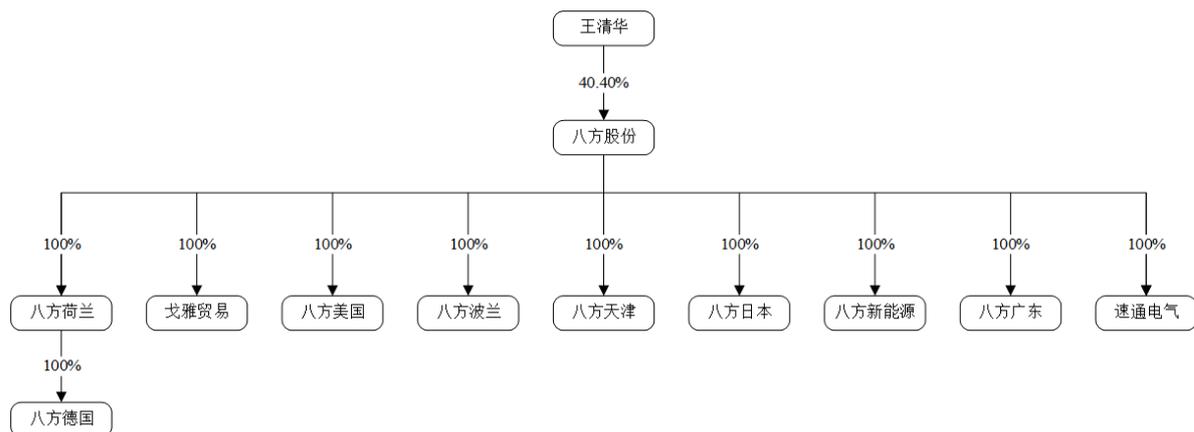
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

2021 年度，公司实现营业收入 264,722.87 万元，同比增长 89.47%，实现归属于上市公司股东的净利润为 60,661.73 万元，同比增长 50.79%。

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