



深圳市杰美特科技股份有限公司

# 聚焦核心战略 构筑长期价值

2020年年度业绩说明会

2021. 5. 12

股票代码: 300868

# CONTENTS

01

年报亮点

02

行业形势

03

经营情况

04

发展规划

05

风险与防范措施



## | 一、年报亮点

# 年报亮点

## 营业收入

85,470.81万元  
连续4年稳步提升

## 净利润

10,637.07万元  
连续2年实现  
净利超过1亿元

## 自有品牌

收入29,253.55万元  
近3年复合增长率  
19.14%

## 货币资金

148,662.01万元  
同比增长502.75%

## 研发投入

3,228.61万元  
近3年累计研发投入  
9,380.07万元

## 利润分配

4,864.00万元  
近3年累计现金分红  
7,744.00万元

\*2020年分红方案尚需提交年度股东大会审议

## | 二、行业形势



# 行业空间

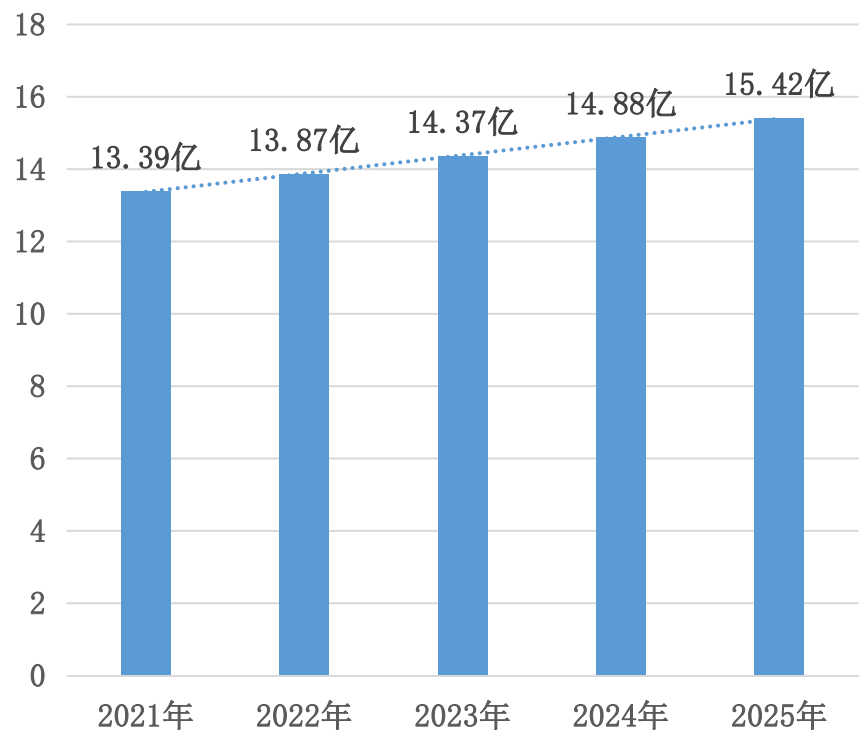
## 行业空间

1、根据知名咨询机构IDC的统计数据，预测2021年，全球智能手机行业有望恢复增长，预期同比增速约为5.5%；预测2020年至2025年中，全球智能手机出货量的平均年复合增长率约为3.6%。

2、根据市场调研机构 NPD Reaserch 的分析报告，整体智能手机用户中，75%的智能手机用户会为自己的智能手机配备至少一个手机保护套/壳，且其中25%的人拥有不止一个保护套/壳。

3、未来，随着5G的普及和5G终端的持续更新换代，在移动智能终端产业受益于政策、技术红利快速发展的同时，也将为相关配件行业带来新的发展机遇，移动智能终端配件产品仍具有广阔空间。

IDC预测未来5年手机出货量走势图  
(按复合增长率计算)



# 行业发展趋势

## 行业发展趋势

### 1、以保护类配件为代表的移动智能终端配件仍是未来主要发展方向之一

随着智能手机逐步进入存量竞争时代及5G, AI人工智能时代的到来, 各终端厂商将竭尽所能激发用户换机需求, 持续的换机需求将推动保护类配件行业的长期稳定发展。

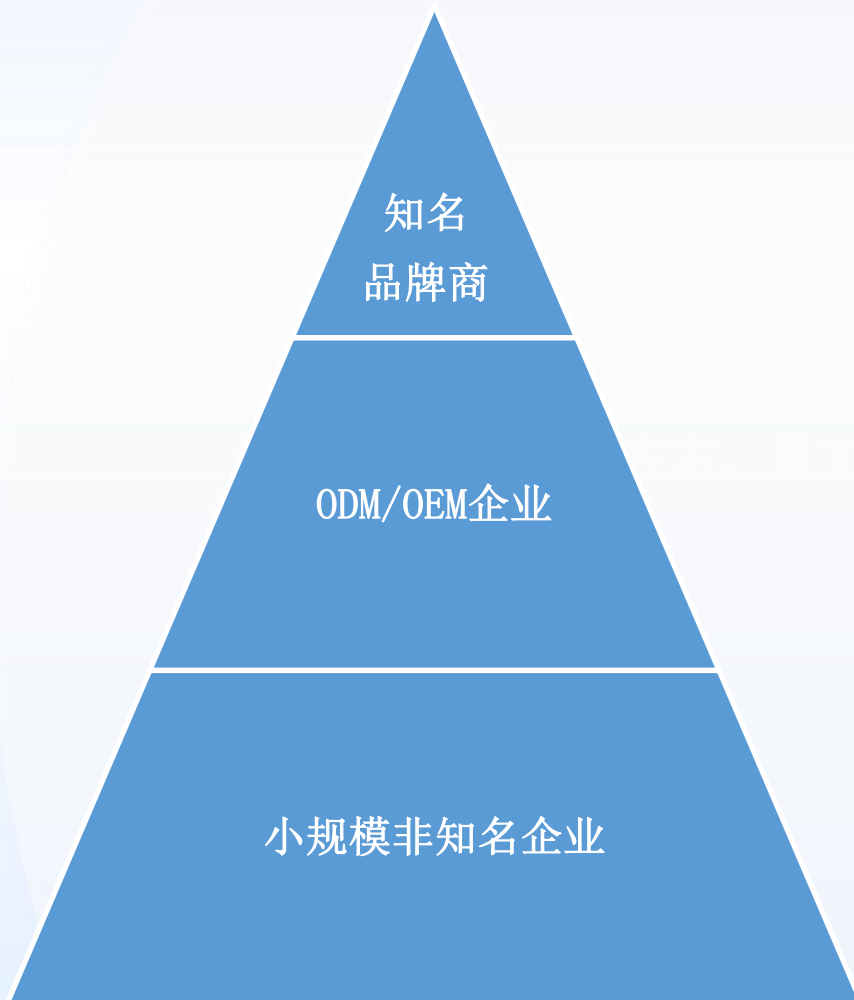
### 2、市场集中度将逐步提高, 优势企业将占据有利位置

随着终端产品增长趋于稳定, 保护类配件企业之间的差异化竞争将愈发激烈, 发展方式将从粗放型的增量扩张向精细化的品牌运营转变, 行业发展将日趋成熟, 市场集中度逐步提高。

### 3、技术革新、消费升级持续推动行业发展

- ①产品设计更加新颖、功能丰富化、产品设计朝着时尚化、个性化发展;
- ②市场竞争逐渐品牌化, 高端化。例如: Apple、Katespade的手机壳等。

# 行业竞争格局



- 知名品牌商凭借设计、销售渠道等优势，在国际竞争格局中占据有利地位，如Otterbox、Apple、Targus等。

- 移动智能终端厂商、品牌商选择将配件产品的制造以ODM/OEM 模式外包给终端厂商供应链内的长期合作商，如比亚迪、蓝思科技等。

- 该类企业主要通过低价策略参与市场竞争，在行业竞争中处于弱势地位，随着行业发展日趋成熟，该类企业的生存空间将进一步缩小。

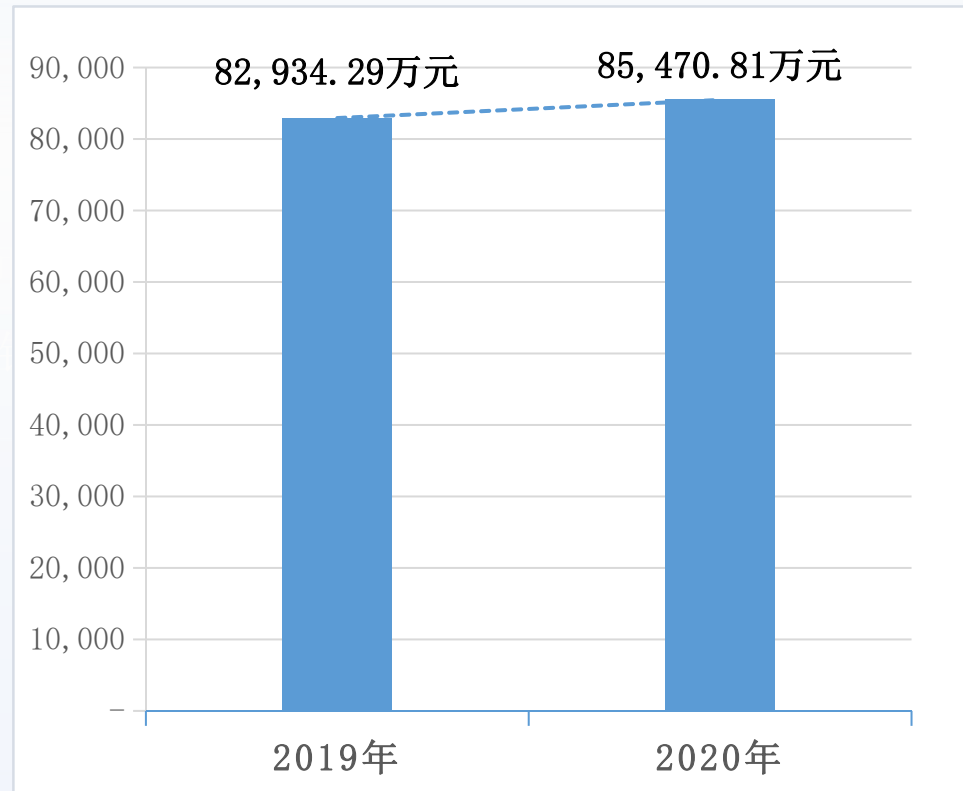


### | 三、经营情况



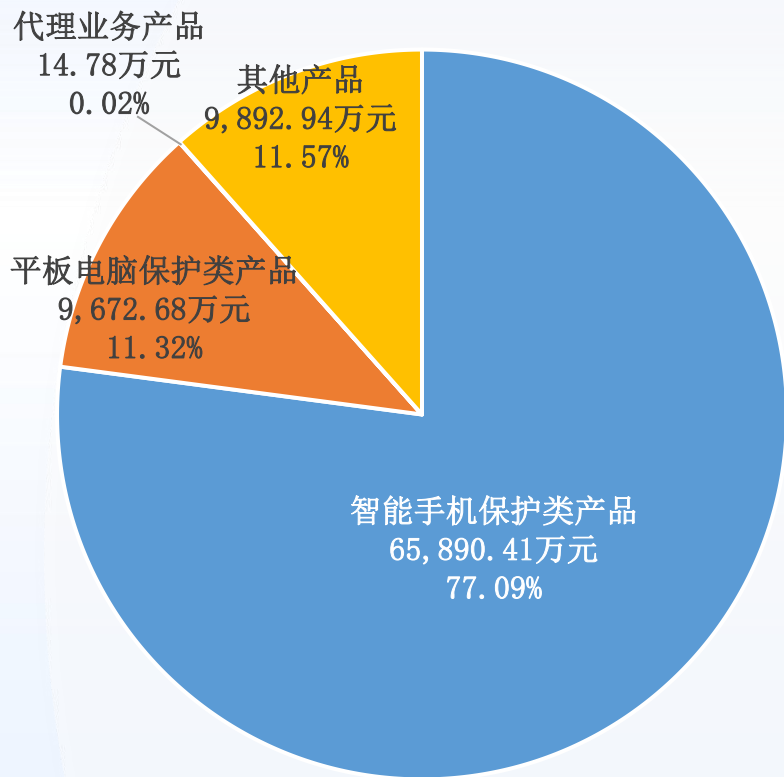
# 营业收入

● 2020年实现营业收入85,470.81万元，  
较上年同比增长3.06%，  
经营性回款81,779.17万元。

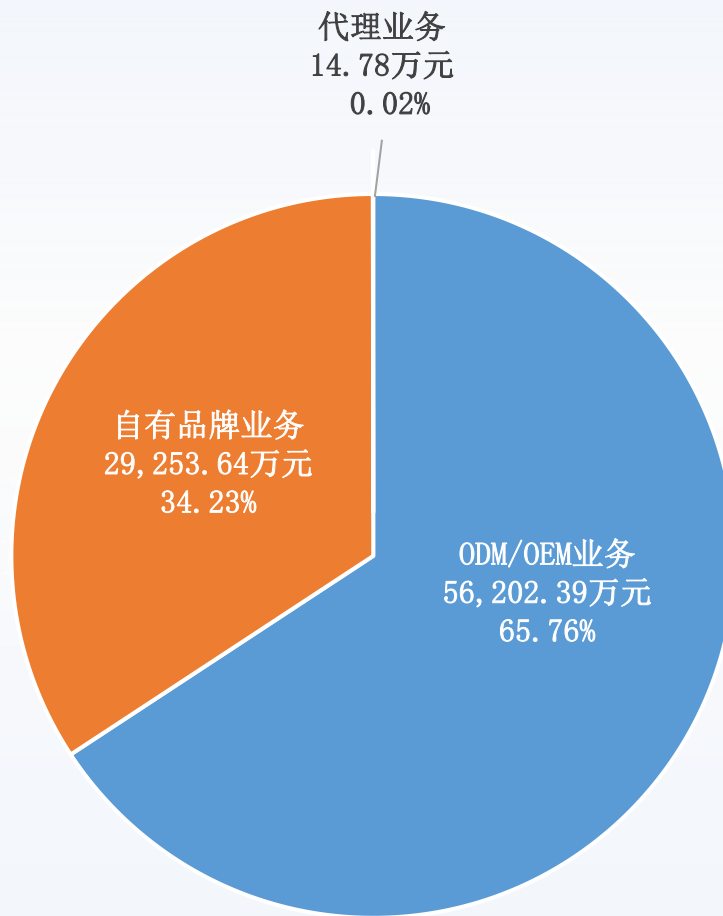


2019年-2020年营业收入

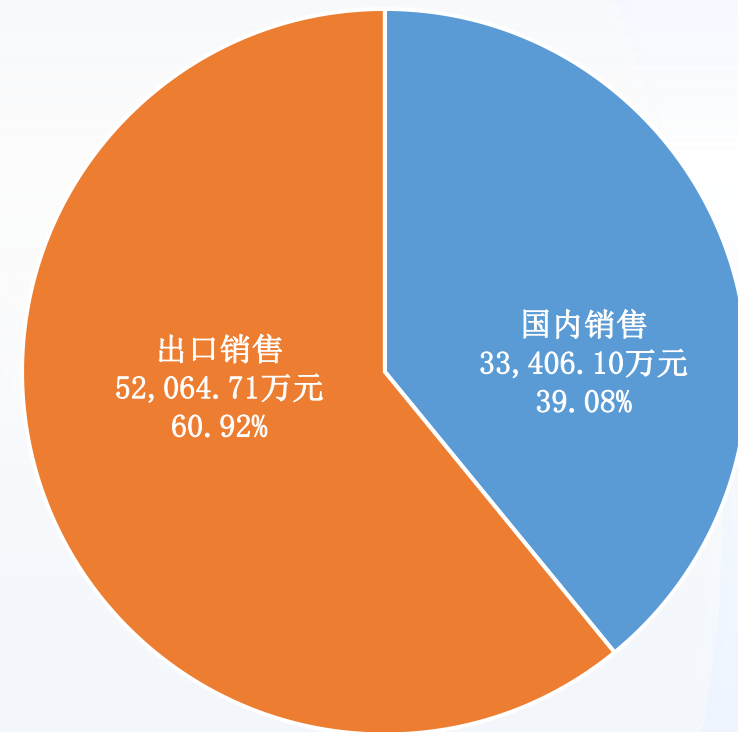
# 营业收入构成情况



按产品类型分类

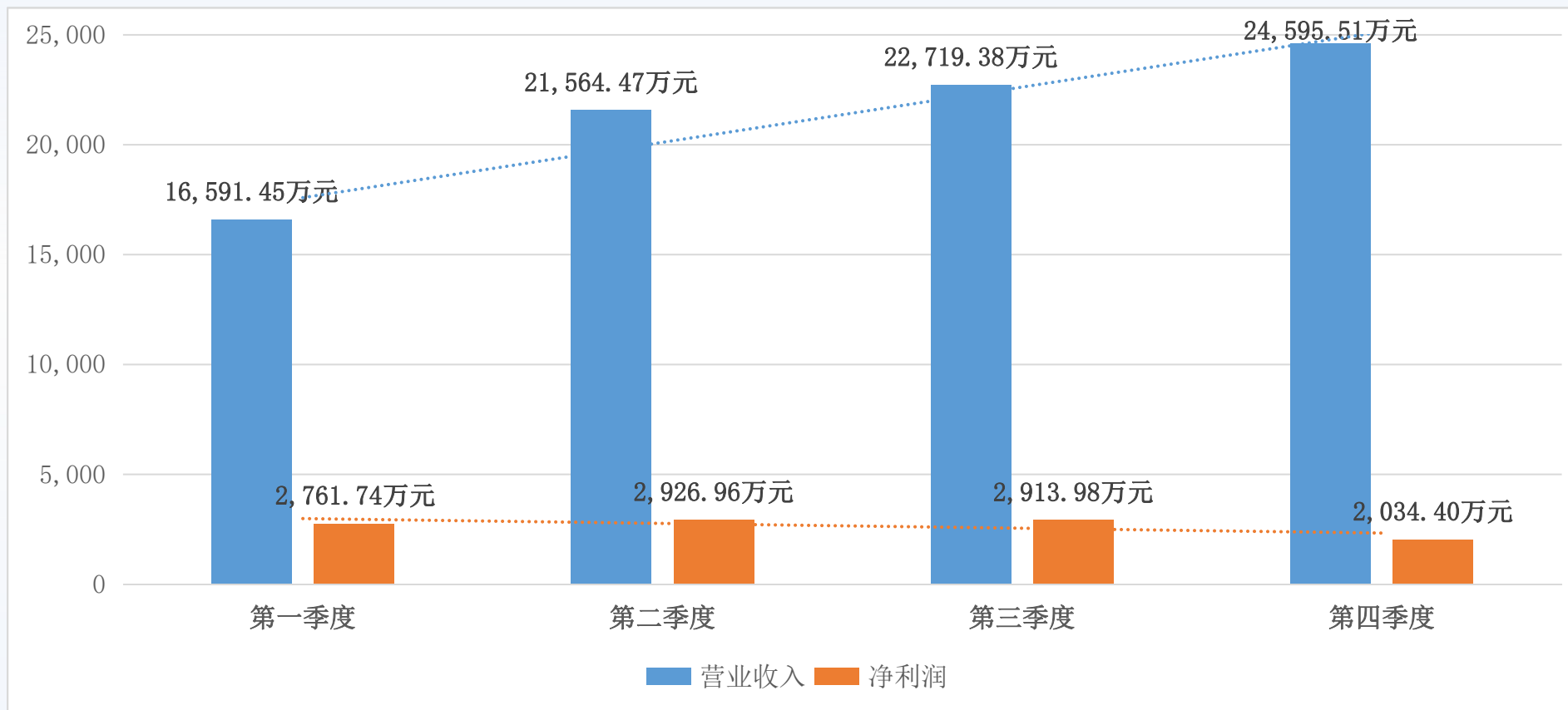


按业务类型分类



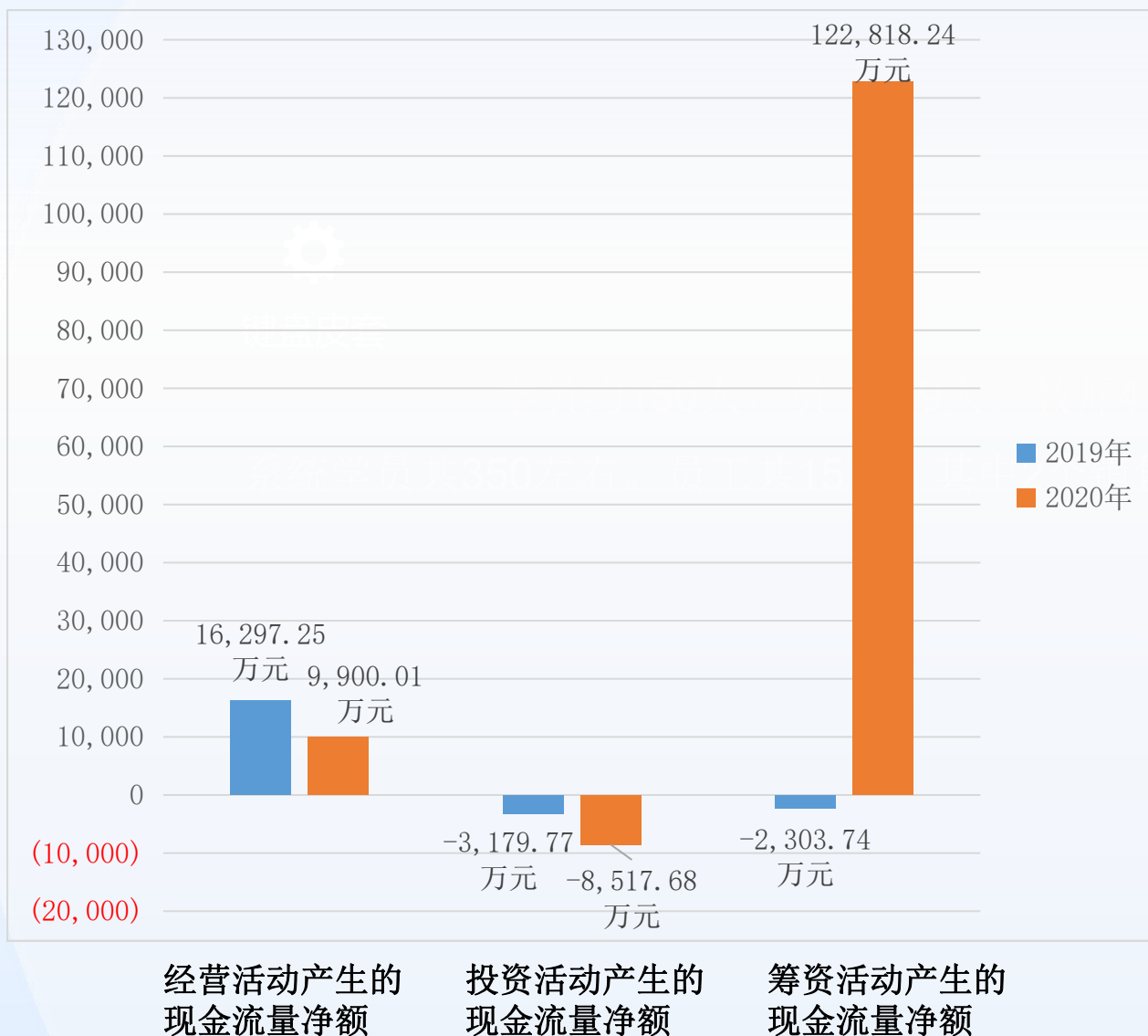
按地区分类

# 营业收入/净利润分季度构成



2020年，公司按照年初制定的计划稳步推行。1月新型冠状病毒肺炎疫情爆发，由于近一个月的停产，以及部分国内客户采购计划延后，导致公司2020年一季度国内收入有一定程度下滑。公司所处行业与下游移动智能终端出货量密切相关，因各大终端厂商旗舰机型发布的时间不一，存在一定幅度的波动。

# 全年现金流

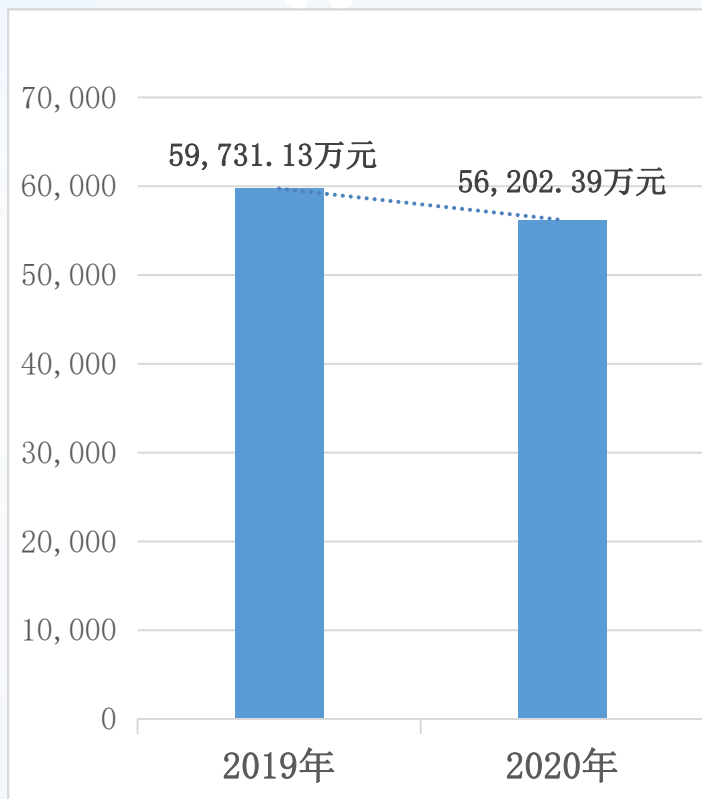


项目	变动原因分析
经营活动产生的现金流量净额	经营活动产生的现金流量净额较同期减少39.25%，主要系本期四季度部分境外账期较长的大客户采购量增加，而下游部分旗舰新机上市时间有所推迟，导致按正常排期生产的产品延期销售，销售回款也相应延迟导致。
投资活动产生的现金流量净额	投资活动产生的现金流量净额较同期减少167.87%，主要系本期募集资金进行现金管理理财所致。
筹资活动产生的现金流量净额	筹资活动产生的现金流量净额较同期增5,431.26%，主要系本期首次公开发行股票募集资金到位所致。

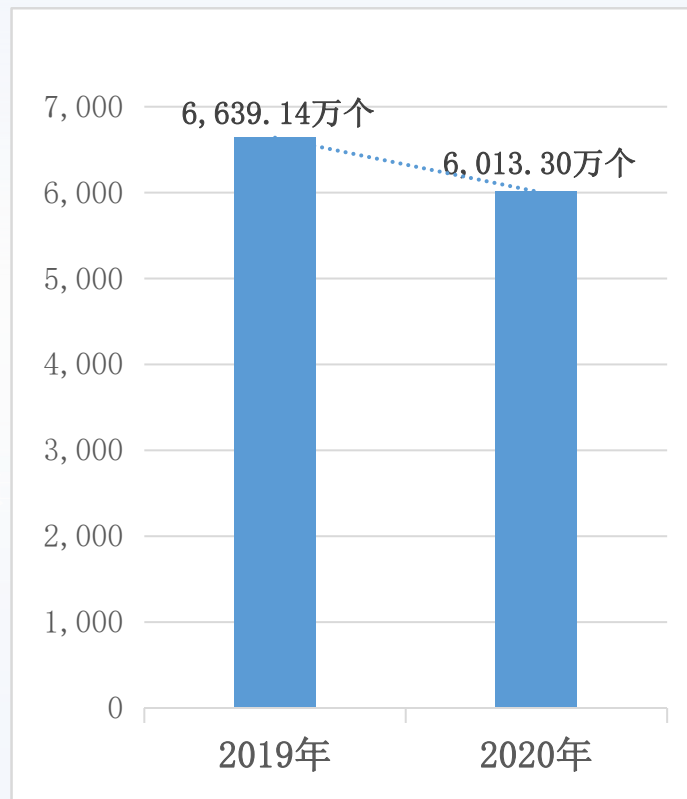
## 其他重要财务数据

科目	2019年	2020年	增减变动
货币资金	24,663.97万元	148,662.01万元	502.75%
资产总额	74,057.77万元	211,210.00万元	185.20%
有息负债	2660.39万元	6241.50万元	134.61%
资产负债率	31.52%	14.69%	-16.83%
应收账款周转率	3.25	3.14	-0.11
存货周转率	6.17	6.10	-0.07
每股收益	1.3663元	0.9972元	-0.3691

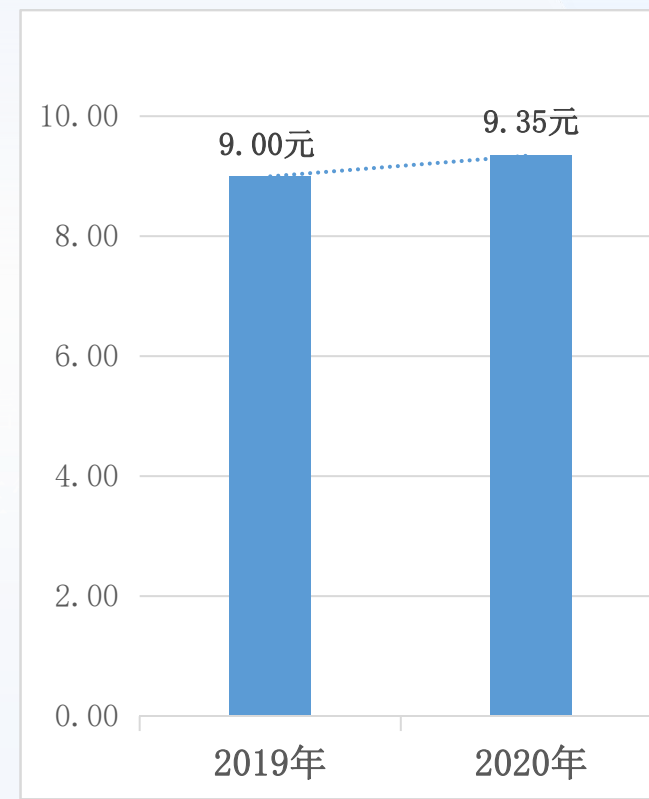
# ODM/OEM业务板块



2019年-2020年营业收入



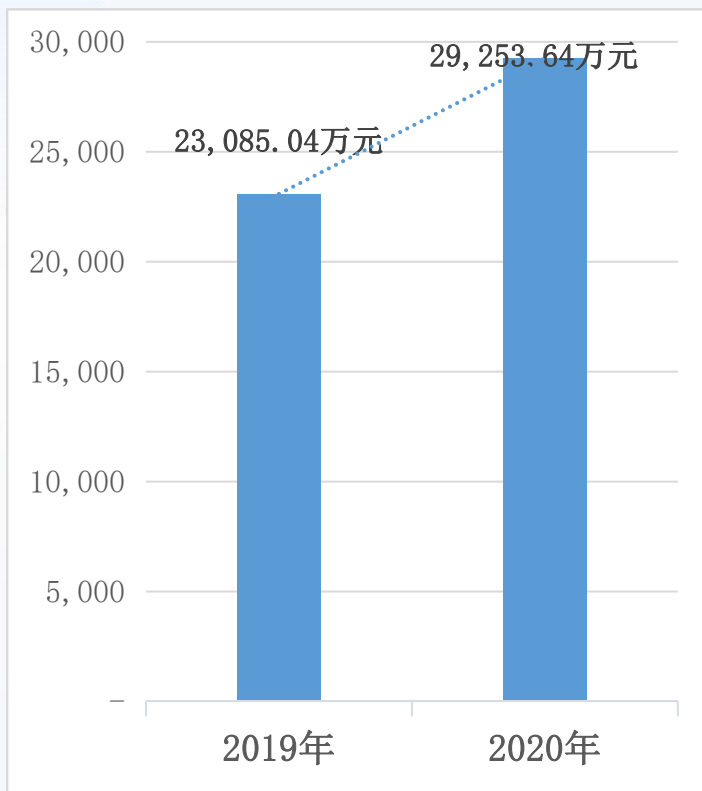
2019年-2020年销售量



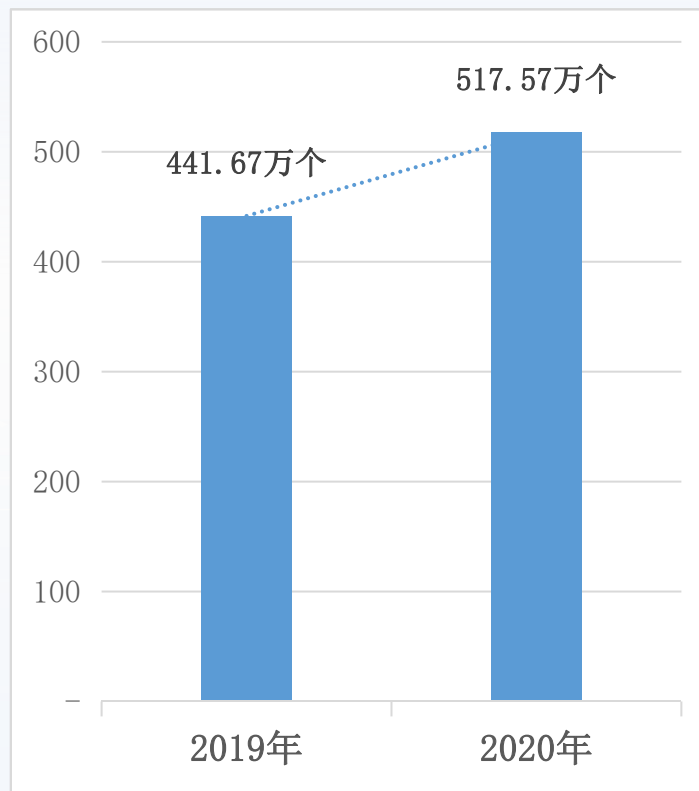
2019年-2020年平均单价

2020年，受中美贸易摩擦和新冠疫情的双重影响，公司2020年度ODM/OEM板块销售情况有一定程度的下降。

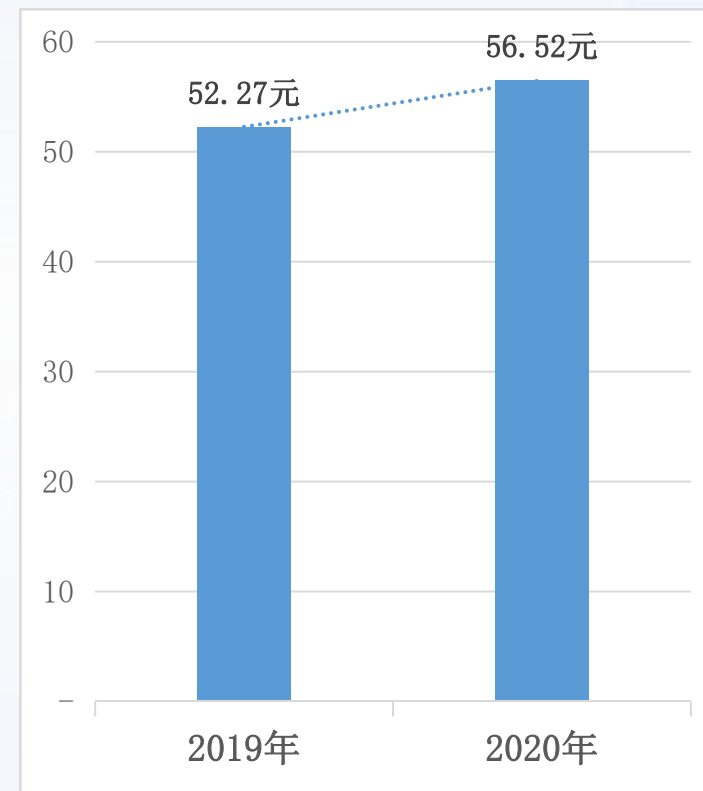
# 自有品牌业务板块



2019年-2020年营业收入



2019年-2020年销售量



2019年-2020年平均单价

2020年自有品牌在保持美国市场上的稳健增长，同时启动了自有品牌全球推广，使得2020年度的销售规模和占比有所增长。



# ODM/OEM业务板块



## 大客户情况

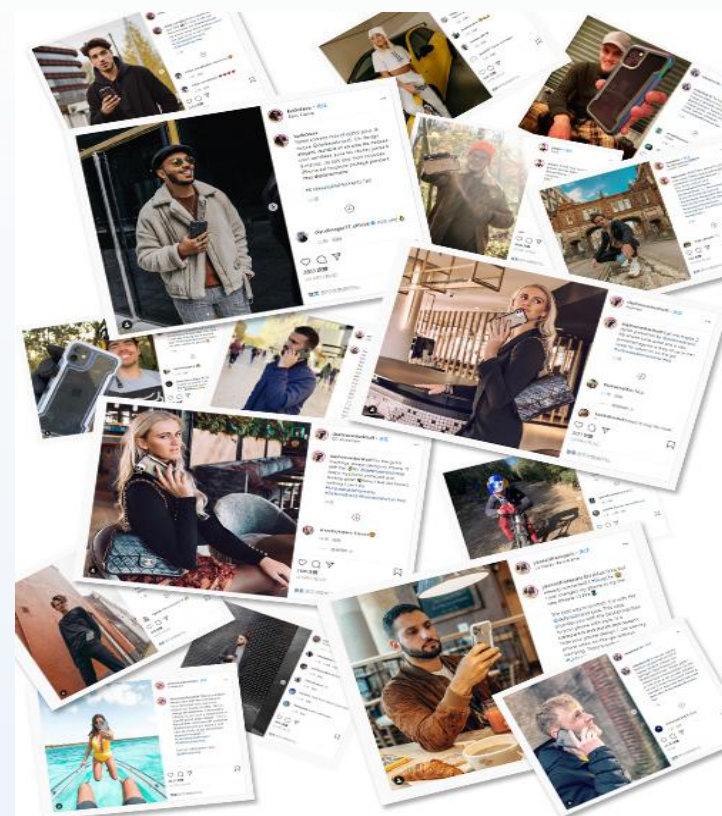
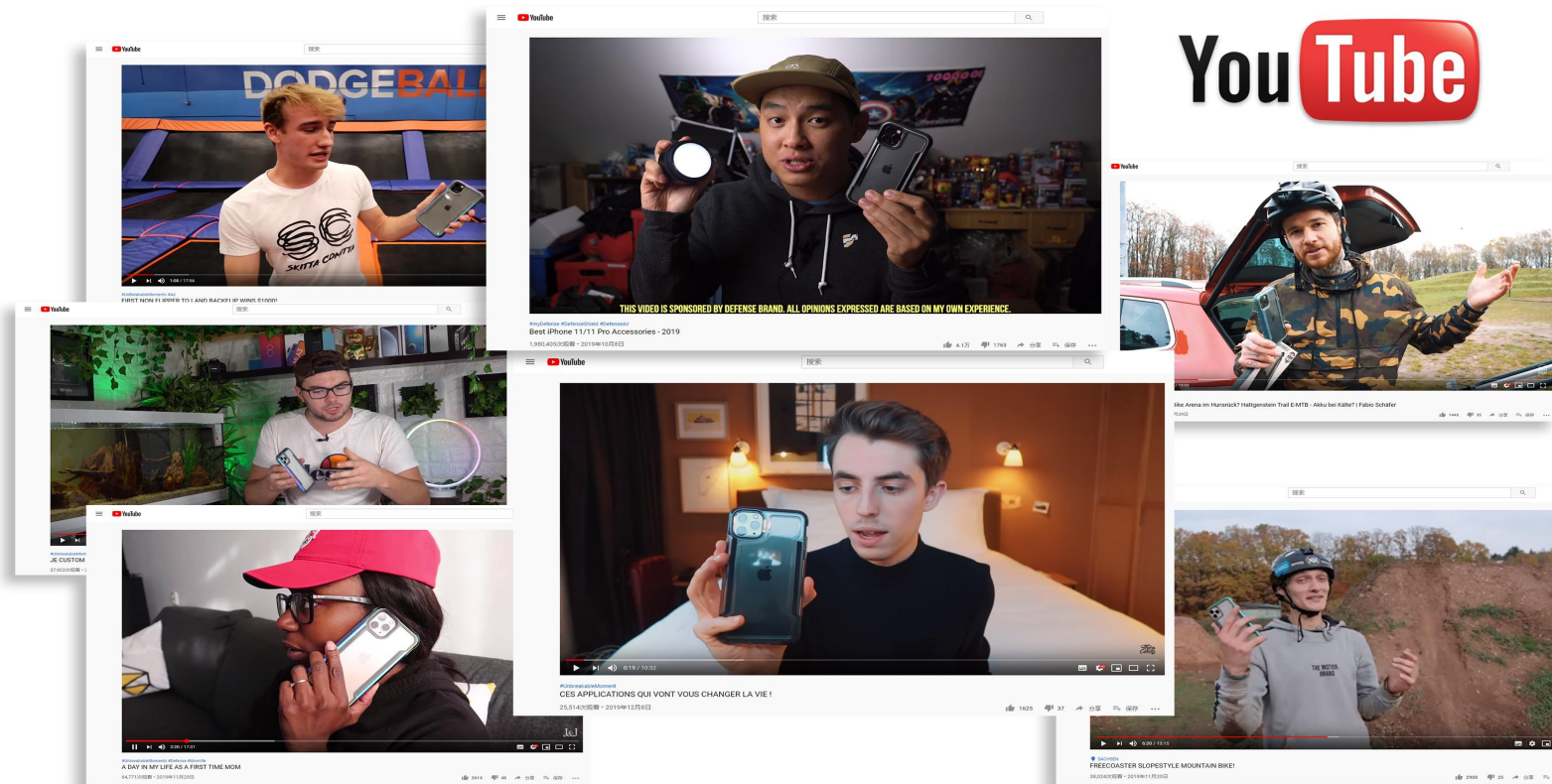
- 2020年，公司以大客户战略为核心，在稳定和扩大与现有重点客户合作的同时，进一步降本提效、优化客户关系，深化与现有客户的合作深度，提高在国内外主力客户方的采购份额。

- 同时，公司积极开拓国内外著名消费电子产品保护类品牌商和移动智能终端生产厂商；并根据下游移动智能终端市场格局的变化，公司调整了与移动智能终端厂商大客户的资源配置。

# 自有品牌业务板块-境外

## 美国时尚防摔手机壳代表品牌

X-doria以其简约独特的时尚造型和防摔实力在海外市场大受欢迎，在大型电商平台及商超等零售渠道均占有重要地位，2019年一举成为全美手机壳市场增速第一的中国品牌。2020年4月，自有品牌在美国市场占有率排名第4，较2019年上升5位。未来，公司自有品牌产品将继续在国际舞台上与Otterbox、Apple、Katespade等知名品牌同台竞争。



# 自有品牌业务板块-境内



DEFENSE  决色

- 1、在瞄准国内市场巨大发展潜力及中国手机壳品牌认知赛道空缺的机会下，带着成为中国手机壳品牌领导者的愿景，于2020年5月，X-doria旗下高端子品牌Defense回归国内市场，取名“决色”；
- 2、目前，自有品牌“决色”在国内市场正处于初期的市场开拓阶段。

# 自有品牌业务板块-境内

## 决色 团队建设

### 1、产品群组

负责决色品牌核心用户群体需求洞察、以及产品研发设计生产，以产品为媒介，打造品牌产品力和用户信任。

### 2、内容群组

负责决色品牌的全方位内容体系建设，通过品牌视觉、短视频、直播等新兴内容形式，助推业绩快速增长。

### 3、传播群组

通过品牌营销策划，在传播、投放及用户端打透认知，通过好内容、好销售赋能，完成项目及销售目标。

### 4、销售群组

负责决色品牌的全链路销售布局，为决色品牌销售提供渠道及咨询服务，包含电商、分销、线下店铺等渠道。

## 决色 营销渠道 搭建

1、决色（defense）京东自营旗舰店

2、决色官方旗舰店（京东）

3、Xdoria旗舰店（天猫）

4、其他线上平台，如小米社区、小红书等

# 自有品牌业务板块-境内

## 决色品牌推广建设:

2020年6月手机壳行业第一支广告片亮相

2020年11月#100万米粉关注的高端手机壳# 决色X小米社区官方三大活动, 决色受邀参加小米11发布会。

2020年12月#全民摔机活动#引**3亿人**关注, 决色登录“微博热搜”

年度品牌曝光量: **5亿+**

全网互动总量: **2000万+**



## Defense 决色小彩壳演绎《手机的100种死法》

Defense 决色小彩壳携手舞刀弄影带来第一支手机壳广告片, 直击用户痛点, 还原了那些防不胜防的摔机时刻。广告片以「手机的100种死法」为概念出发点, 选取了多个有梗的场面, 既有现实的日常也有跳脱的幻想, 展示...

2020年5月10日, 在中国品牌日“强国时代, 国牌璀璨”的中国品牌盘点中, 获**中国日报**, **中国新闻周刊**, **新闻晨报**等官媒点赞。

< 返回

微博正文



中国日报

5-10 10:00 来自微博 weibo.com



【瞩目! #中国品牌日#里的那些中国品牌】揽收超千万海外粉丝, 荣获多个世界第一奖项, 全球销售额突破亿元.....但国内却鲜少人听过它们的名字 这些在海外声名大噪的中国品牌, 你了解多少呢?



转发

评论

赞

< 返回

微博正文



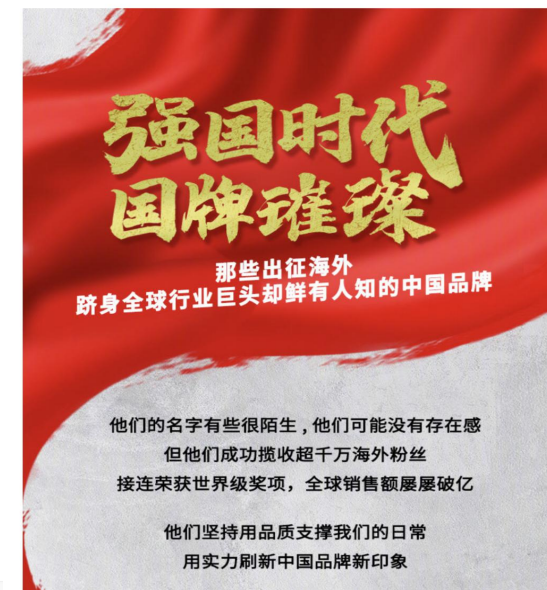
中国新闻周刊

5-10 11:00 来自微博 weibo.com

22.1万

阅读

【原来它们都是中国品牌?!】你知道么? 非洲人手一台的手机品牌来自中国, 安防行业全球第一的品牌来自中国, 最受美国人喜欢的手机壳品牌也来自中国 这些默默发光的中国品牌, 真正的有梦可依, 未来可期! #中国品牌日#



转发

评论

赞

# 公司研发团队及成果

2020年研发人员183人，占员工总数的15.11%，投入研发费用3,228.61万元。  
公司近三年累计研发投入9,380.07万元。



键盘皮套

攻克了键芯按键孔  
四边间隙大小不均  
的难题



道瑞设计创意中心（美国加州）

孙公司美国道瑞，保证了公司产品的设计理念在行业内处于领先地位。



键盘

键盘大身面热压工  
艺与电子组装工艺  
的技术改良



编制表带

实现了织带模内注  
塑封胶技术与魔术  
勾焊接技术的应用



中创设计创意中心（中国深圳）

子公司中创投资，主要定位  
于亚太市场，负责自有品牌  
产品的设计。



防摔核心技术

第四代Multi-ap防  
摔技术



新材料应用

实现了抗菌、抗病  
毒材料结合。



杰之洋研发创新中心（中国东莞）

子公司杰之洋，主要为ODM客  
户服务，按客户需求提供定  
制化的设计服务。

# 募投项目进展

2020年，公司根据经营情况及未来战略部署，经董事会、监事会、股东大会审议批准，对募投项目实施主体、实施地点、实施方式等进行了优化升级，并决定使用部分超募资金增加募投项目投资额。



1

## 移动智能终端配件产能扩充项目

优化前投入金额	31,678.30万元
优化后投入金额	66,237.03万元

1、项目建设完成全部达产后，年产值将由优化前的3.96亿元提升至5.55亿元。

2、截至2020年12月31日，该募投项目正在土地使用权获取阶段，暂未进行投入。



2

## 研发中心建设项目

优化前投入金额	4,256.76万元
优化后投入金额	10,112.28万元

1、项目建成完成后，公司的研发能力将大幅增强，进一步提升公司对客户需求的响应速度。

2、截至2020年12月31日，该募投项目已投入728.12万元，投入进度7.2%。



3

## 品牌建设及营销网络升级项目

优化前投入金额	12,621.90万元
优化后投入金额	13,531.56万元

1、项目建设完成后，公司自有品牌影响力将有所提升，销售网络进一步拓宽、从而获取品牌溢价。

2、截至2020年12月31日，该募投项目已投入1,405.33万元，投入进度10.38%。

# 杰美特大厦建设进度



2020年杰美特大厦完成了基坑土方回填、主体结构、5层钢结构、二次结构、砌筑抹灰、精装样板层、幕墙龙骨等工作；

安装工程完成了电梯、高低压以及水电、消防、暖通及大部分玻璃安装；

招标工作完成了LED电子屏、泛光照明、公区精装修设计与施工、园林绿化等。

计划2021年末完成所有竣工验收和备案，以及城建档案移交等手续。



# 履行社会责任情况

## 环境管理

- 1、引导客户100%使用环保材料；
- 2、定期进行废水废物转移及无公害处理并进行持续性的监测。

## 职工权益保护

- 1、劳动合同覆盖率100%；
- 2、社保、公积金覆盖率100%；
- 3、不断完善薪资福利制度；
- 4、年度免费体检。

## 员工培训

- 1、党建知识培训。
- 2、企业文化培训；
- 3、个人心智成长培训；
- 4、各部门内部专业知识培训；

## 职业健康与安全

- 1、职业危害岗位岗前、岗中、离岗前体检。
- 2、持续性的操作培训，减少工伤事故的发生；
- 3、按时发放劳保用品。

## 供应商与客户权益保护

- 1、充分尊重并保护供应商的权益；
- 2、发挥设计、生产等优势，为客户提供优质可靠的产品。

## 公益活动

向红十字会、党支部、龙华区总商会等机构组织捐款用于社会疫情防控。

## 质量安全管理

从产品开发到生产过程全方位质量监控。2020年未出现过重大质量事故。

## 公司治理

制定了各项管理制度，设置了监事会、审计委员会、独立董事、董事会秘书等机构及人员，形成了投资者各方面的权益保护机制。

## 2020年纳税情况

- 1、严格执行各项税收法规，诚信纳税。
- 2、2020年，公司共缴纳税费3639.44万元。

## | 四、发展规划



# 业务发展方向



坚持以客户为中心，以大客户为核心的战略

- ★ 稳定与现有重点客户合作
- ★ 提高在重点客户方的份额
- ★ 持续开拓下游品牌商与终端厂商潜力大客户

以打造移动终端保护类产品领导者品牌为战略目标

- ★ 扩大自有品牌美国市场的份额与影响力
- ★ 加快自有品牌国内建设
- ★ 完善自有品牌全球推广与布局

# 持续推进募投项目建设

1



移动智能终端配件  
产能扩充项目

建设下一代数字化智能工厂

2021年，根据募投项目的实施时间规划，公司将积极推进该募投项目建设，与政府部门保持充分沟通，为下一步的实施计划打下坚实的基础。

2



研发中心  
建设项目

进一步升级集团研发实力

2021年上半年重点推进研发中心项目的场地装修与验收、设备购置安装等基础建设工作，下半年开始试运行，重点攻坚模具精度提升、多材料膜内套啤技术、模具生产全面自动化等方向技术。

3



品牌建设及营销  
网络升级项目

打造细分行业领导者品牌

一方面，加强国内品牌运营团队建设，深度挖掘国内消费者需求与体验，优化国内品牌设计理念。另一方面，深耕新媒体的推广，设置产品组合与营销方案，增加客户粘性。

# 推进公司内部革新

## 内部革新

### 1、加强人才队伍建设

- 充分发挥人力资源体系在公司经营中“赋能、链接、激活”的核心功能，推进体系变革，支撑业务快速发展与战略有效落地。

### 2、加快组织变革，优化业务流程

- 以学习型组织建设为基础，结合外部专家团队力量，加快组织变革，全面优化业务流程，开启公司合规治理向科学治理升级。

### 3、加速信息化建设升级

- 加速集团走向全面信息化的步伐，规划引进软件开发工程师、IT 工程师，让各子系统与母系统结合，为数字化智能工厂建设奠定基础。

### 4、持续推进企业文化落地

- 经过多年的沉淀，公司已形成了良好的文化氛围，未来，公司将继续深化企业文化的落地，夯实企业软实力。

## | 五、风险与防范措施



# 风险与防范措施

## 风险与防 范措施

### 1、下游市场出货量下滑风险

受国际新冠疫情及政治形势的影响，未来国内手机出货量可能进一步下滑，导致 ODM/OEM 业务销售额下降，影响公司2021年业绩。

**防范措施：深化与现有客户合作，并持续开拓大客户。**

### 2、汇率波动风险

公司出口业务主要采用美元结算，若未来公司外销收入金额持续上升，而人民币汇率受国内外经济环境影响产生较大幅度波动，公司可能面临一定的汇率波动风险。

**防范措施：开展套期保值业务，降低汇率波动对公司的影响。**

### 3、品牌建设及营销网络推广不达预期风险

2021年公司将继续加大对募投项目“品牌建设及营销网络升级项目”的投入，如果在长期投入建设后，自有品牌业务未能保持足够的市场影响力，或在激烈的竞争环境下未能凸显竞争优势，则可能为公司带来一定的经营风险。

**防范措施：做好资金投入规划，深入洞察国内客户需求，进行精准推广。**



# 聚焦核心战略 构筑长期价值

2020年，外部环境虽然给公司带来一定的挑战，但是公司全员上下一心，奋勇拼搏，依然保持了业务的稳健发展；

新的征程就在脚下，公司将继续保持专注务实的态度，扎实做好经营管理工作，加强人才队伍建设，以客户为中心，不断提升公司核心竞争力；以开放、主动的心态去迎接新的挑战，为公司员工、股东以及客户创造更大的价值。

谢谢大家！





杰美特科技股份有限公司  
2020年年度业绩说明会

互动交流环节