

上海翔港包装科技股份有限公司

2021 年度董事会工作报告

2021 年，上海翔港包装科技股份有限公司（以下简称“公司”或“翔港科技”）全体董事严格遵守《公司法》、《证券法》等法律法规，切实履行《公司章程》赋予的各项职责，严格执行股东大会各项决议，认真推进决议的有效实施，促进公司规范运作，保障公司科学决策，推动各项业务顺利有序开展，面对宏观经济环境以及行业竞争压力，公司积极迎接挑战，克服困难，使公司保持积极的发展态势，有效地保障了公司和全体股东的利益。现将公司董事会 2021 年度工作报告如下：

一、报告期内经营情况讨论与分析

（一）公司报告期内经营状况概述

2021 年，面对复杂严峻的市场竞争环境和诸多风险挑战，公司管理层和全体员工在董事会的领导下共同努力，以“包装让生活更美好”为使命，本着“成为中国包装印刷的领跑者”的愿景，坚持“创新、专业、关爱、共赢”的核心价值观，始终围绕既定发展战略目标，专注主营业务，聚焦优势领域，坚持技术创新，持续加强产品生产和质量管理，丰富公司业务模式，基本完成了年初的既定目标，主营业务收入稳中有升。同时，由于产业链各环节流通成本上升、原辅材料价格持续大幅度上涨等多重不利因素所致，公司经营业绩面临压力和挑战，报告期内业绩亏损。

（二）公司报告期内的主要业务情况介绍

2021 年，公司持续围绕“强化内部管控制度、提升产品科技含量、开拓订单协同效应、推进智能环保制造、建设内部激励体系、积极承担社会责任”六项工作为主线，实抓外部机遇、提升内部效率、开源节流降本、继续做大做优主营业务，并在此基础上进一步积极探索产业链衍生产品市场，持续整合公司外包材、内包材、化妆品各业务板块的联动协同效应，为公司向“打造日化产品一站式供应链”的战略目标迈进奠定了扎实的基础。报告期内，公司专注主业发展，在各业务板块紧密围绕客户实际需求，从设计、研发、生产、品质、服务等各环节进

行提升和突破，进一步深化与优质高端客户的合作，开发新客户新业务，客户已覆盖知名日化、食品、消费电子、烟草等领域。

报告期内，公司在 2021 年度上海烟草集团有限责任公司产品招标中，成功中标产品生产资格，标志着公司业务向烟标印刷领域拓展迈出了关键性一步，报告期内，公司烟标业务实现销售收入 15,702,200.88 元。此外，公司持续加大在烟标新产品设计开发、老产品招标方面的投入，2021 年度参与烟标新品牌开发、老品牌招标打样 200 余款，多款新产品开发打样得到客户高度评价并进入到后一阶段的优化打样过程中。在烟标设计方面，公司设计成果成功入选湖北中烟工业有限责任公司的设计供应商库，通过竞标，公司成为成为上海烟草包装印刷有限公司的设计库供应商，参与了“牡丹”、“中华”等品牌的新品设计，多款产品设计获得了上海烟草包装印刷有限公司高度赞誉。

报告期内，公司在技术研发方面持续投入，在人、财、物上配备了优质资源，建立了高效的技术管理模式。通过对印刷行业内外以及上下游产业的技术信息收集研究，以及对印刷领域先进技术的引进和自主研发，在新材料、新工艺、新技术方面取得了若干成果，并借助这些成果在行业内形成了的工艺技术差异化优势，成功开发了童锁功能性包装、防爆耐折镀铝纸盒包装、PCR 循环再生塑料包装、NFC 发光标签、纯生物降解缓冲包装材料等一系列产品。公司不断加大技术投入与自主创新，现有多项印刷包装技术处于行业领先水平，34 项技术成果被认定为发明专利、实用新型专利及外观设计专利，在行业中拥有领先的技术研发与应用的的优势。报告期内，公司不断为客户提供包装自动化信息化的延伸服务，成功为公司酒类客户的包装产线实现了机器人自动化升级，实现了单产线 60% 的人力节约；为公司大客户提供的视觉检测装置，帮助客户实现了实时智能化外观检测的包装线升级，有效的提升了客户的产品良率。报告期内，公司积极推动产学研协作，在 2021 年与上海海洋大学结为合作单位，利用区位优势和大学技术资源优势人才优势结合，继续推动公司在包装立体视觉技术应用、包装生产线物流装配自动化改造等方面的技术升级。

报告期内，公司稳步推进可转债募集资金投资建设项目，瑾亭化妆品经过 2 年时间的积累和探索，2021 年瑾亭化妆品全年实现销售突破 9000 万，与 2020 年相比销售额增长 400%，拥有雅诗兰黛，联合利华，贝泰妮，逐本等国内外知

名品牌的稳定客户资源。报告期内，瑾亭化妆品积极推动化妆品 ODM 业务，实现 54 个新开发配方量产，涵盖多色粉、眼影、Q 弹眼影、多用途膏、口红、润唇膏、唇釉、卸妆膏、洁面、粉底液、妆前乳、精华液和面膜等产品。报告期内，瑾亭化妆品通过了 Intertak 对 ISO9001、ISO22716、GMPC、BRC 体系的审核和屈臣氏对质量体系审核；为提升公司产品竞争力、开拓美国防晒美白产品的市场，公司在 2021 年创建了 CGMP 体系，完全按照美国药典的要求进行特殊化妆品生产。

报告期内，公司以自有资金 10,533 万元收购了上海瑞丰光电子有限公司（现已更名上海翔港光电子有限公司）100% 股权。通过本次交易，公司取得了光电子公司位于上海临港区域的成熟厂房，报告期内公司已实施相应的装修工程，后续将陆续将公司内包材业务板块的久塑科技、擎扬科技的生产区域搬迁至该自有厂房，从而缩小公司外包材、内包材业务公司的空间距离，有助于母子公司之间的业务协同，另一方面可降低公司生产厂房的租赁支出。

报告期内，公司持续推进企业文化核心价值观建设，结合行业发展现状以及公司面临的机遇和挑战，将“创新、专业、关爱、共赢”的企业核心价值观融入日常的工作实践中，增强团队凝聚力，进一步增强公司的核心竞争力，为公司的健康可持续发展奠定了坚实的基础。报告期内，公司积极加强人才队伍建设，在研发、营销、生产、职能管理等各个板块建立了一支业务能力扎实、协同性强、从业经验丰富的人才队伍。公司将持续加强人力资源管理，确保公司在组织、人才、文化方面的竞争优势。

二、报告期内公司所处行业情况

印刷行业是一个全球性的市场，但各个地区的发展水平有所不同，目前世界印刷行业仍主要集中在北美、欧洲、亚洲等经济发达的国家或新兴市场主体，美国、欧洲和亚洲约各占全球印刷市场的三分之一。发达国家在印刷市场具有较为明显的技术优势，起到了引领市场技术方向的作用；而新兴市场国家近年来经济高速增长，印刷市场容量急剧扩张，尤其以中国、印度等为代表的新兴市场国家印刷工业在整体上呈现了快速向上的发展势头，市场总量快速提升。

具体到国内而言，公司产品所处的印刷行业经过近三十年的快速发展，业已逐步形成了诸多的内部细分行业，涉及出版、包装、纸制品、化妆品、食品、烟

草、塑料、电子等多个产业，其产品广泛用于国民经济生活的各个领域。随着社会经济的发展和生活水平的进步，印刷业持续壮大，并逐渐形成了一个主要趋向知识化、信息化发展方向的产业经济体系。作为印刷子行业的包装印刷业，近年来随着行业规模化企业不断引进先进技术和设备，以及下游市场需求的增长，发展也较为迅速。

公司所处的包装印刷行业系印刷行业的细分领域，总体呈现行业市场规模较大、市场集中度较低、国内销售为主的特点。根据中国包装联合会《2021 年全国包装行业运行概括》公布的数据，2021 年，全国包装行业规模以上企业累计完成营业收入 12,041.81 亿元，同比增长 16.39%，增速比去年同期提高了 17.56 个百分点，其中，纸和纸板容器制造完成累计主营业务收入 3,192.03 亿元，同比增长 13.56%，占整个行业的 26.51%，是包装行业最大的细分领域。同样据中国包装联合会《2021 年包装行业进出口概况》显示，2021 年，全国包装行业累计完成进出口总额 656.80 亿美元，其中出口额 490.76 亿美元。从产品类型来看，包装产品主要可分为纸包装、塑料包装、金属包装等，公司主营业务包括了纸包装和塑料包装。目前，我国已成为仅次于美国的全球第二大包装大国，行业整体产值较大，但我国人均包装消费情况仅为 12 美元/人，与全球主要国家及地区相比仍然存在较大差距，因此包括工业用纸袋包装在内的纸包装领域未来将具有市场发展空间。

公司塑料包装（内包材）业务涉及的产品主要有包括塑料瓶、塑料罐、塑料功能部件（泵类产品）等，其中塑料瓶和塑料罐是化妆品塑料包装的主要形式。塑料容器因拥有良好的力学性能、阻隔性能、加工性能、印刷性能和方便储运等而被广泛应用于化妆品包装。中国是世界塑料包装制造和消费大国，塑料包装已经在食品、饮料、日用品及工农业生产各个领域发挥着不可替代的作用。近年来，我国塑料包装行业持续快速发展，产业规模继续扩大，新产品、新材料、新设备的开发应用日新月异，已形成一定规模，在包装市场中占有重要地位，对国民经济建设起了积极作用。近年来，随着技术水平的发展，化妆品塑料包装的性能不断改进，从而在化妆品包装方面的应用不断拓展。随着化妆品市场需求不断增加，化妆品包装市场也随之增长。根据史密瑟斯·皮拉市场研究所发布的研究报告《New forces to shape beauty packaging to 2026》中的数据显示，2018 年全球化

妆品和个人护理包装市场的需求额约为 229 亿美元，预计这一数字到 2021 年将增长至 254 亿美元，2018 年-2021 年的年均复合增长率将达到 3.51%。目前，拥有 20% 市场份额的美国仍然是全球最大的市场，但随着人均收入增长和现代消费的升级推动，中国有可能在未来几年超过美国成为全球最大的化妆品包装市场。

从化妆品行业来看，中国同样是化妆品消费大国，目前为仅次于美国的全球第二大市场，以中国为首的亚太区成为强生、欧莱雅、雅诗兰黛、资生堂等全球主要化妆品品牌的重要增长引擎。颜值经济带来的庞大需求，带动中国化妆品零售额快速增长。根据国家统计局数据，2014-2019 年，国内限额以上化妆品零售额从 1,822.1 亿元增长至 2,973.4 亿元，年均复合增长率达 10.29%，增速跑赢社会消费品零售总额增速。根据 Euromonitor 数据，2018 年中国化妆品市场规模达到 4,102.3 亿元，同比增长 12.3%，是全球增长最快的国家，预计 2023 年中国化妆品市场规模可达到 5,494.2 亿元。近年来，化妆品消费人群年轻化、消费者需求个性化差异化明显、销售渠道下沉、电商物流渠道迅速发展、国产品牌以高性价比占据市场的特点和趋势日益显著，同时，在行业市场激烈竞争，促使化妆品品牌商将更多的精力集中在化妆品的品牌经营及市场开拓，而将产品生产甚至研发环节委托给专业企业，从而实现新产品快速上市，降低生产运营成本，在此背景下，化妆品 OEM/ODM 业务迎来了发展机遇。通过委托生产方式进行化妆品生产是化妆品行业组织产品上市的常用方式之一，对发挥企业各自的优势，促进生产设施设备资源的充分利用、集约化管理具有积极的意义。未来，化妆品品牌商的生产外包需求将更加多元，缩短新品开发时间、把握最新产品趋势成为 OEM/ODM 企业需要面对的课题，具备较强研发实力和严格生产标准的专业 OEM/ODM 企业将成为品牌商的首选，拥有更大的发展机遇。随着我国化妆品市场的持续增长，我国化妆品 OEM/ODM 行业将保持较大发展空间。

三、报告期内公司从事的业务情况

（一）公司的主营业务

公司作为国内优秀的印刷包装一体化解决方案供应商，自成立至今始终致力于以彩盒、标签等相关包装印刷产品的研发、生产和销售，主要为日化、食品、电子产品等领域的企业提供全方位的包装印刷服务。公司包装印刷产品主要包括彩盒、标签两大系列。近两年，公司业务成功进入烟标印刷领域，同时通过新设

瑾亭化妆品、并购久塑科技和擎扬科技等公司逐步实现由外包材业务向外包材、内包材和内容物（化妆品）业务扩展，致力于向“成为日化产品一体化集成供应商”的发展目标迈进。

（二）公司的经营模式

公司现有业务的经营模式是按照下游客户的订单需求组织生产，属于典型的“以销定产”业务模式。公司已经建立了完善的生产和销售服务体系，随着公司持续地投入技术改造、工艺升级和完善装备配套，在印刷包装业务基础上，将努力为客户提供包括包装结构设计优化、图文平面设计优化、信息防伪及身份识别可追溯方案在内的更多的个性化、高科技的增值服务，以及日化产品的 OEM 业务。

四、报告期内核心竞争力分析

1、从一体化业务模式向一站式集成供应商发展

公司自成立以来，一直以“包装让生活更美好”为企业使命，将日化、食品行业作为产品覆盖的核心领域，通过历年的研发投入及技术积累，已经逐步形成了从产品设计、方案优化、加工生产到第三方采购与包装产品物流配送、供应商库存管理以及辅助包装作业的一体化业务模式。

传统的包装印刷产品生产厂商往往只能获取生产环节的利润，而公司作为一体化包装解决方案供应商，能够为客户提供包装设计、结构设计、工艺研发等全方位、多层次的技术支持，深度介入了下游产业链，与下游客户结成更密切的业务联系，在提高产品附加值，获取较高利润的同时，也满足了客户更高层次的需求。

同时，公司通过其他全资/控股子公司瑾亭化妆品、久塑科技、擎扬科技积极开拓化妆品 OEM、ODM 业务和化妆品塑料包装业务，实现了为日化类客户提供外包材、内包材、内容物（化妆品）的一站式服务，在此模式下，公司可在提高外包材、内包材、化妆品加工综合接单联动能力的基础上，更好地提升客户粘性。

2、技术研发与设备工艺优势

公司作为上海市高新技术企业，上海市科技小巨人企业以及上海包装印刷工程技术研究中心的主要合作单位，始终将产品与工艺研发、技术创新的结合作为首要工作，逐步建立了在同行业中具有有一定先发优势的技术平台。公司拥有具备

前瞻性眼光的研发团队，从事图文设计、结构设计、新品开发、材料测试等工作，通过新研发项目的投入与实施，带动公司整体工艺水平的提高，并对新项目、新研发技术成果进行积极转化，在 UV 逆向工艺、仿哑膜特黑工艺、C 平方工艺、冷烫印刷工艺、猫眼印刷工艺、高网线柔印彩色工艺、炫彩包装印刷工艺、磁性变色包装印刷工艺、防静电包装工艺、纳米灭菌包装工艺等领域已取得一定的研发成果。公司也紧跟信息时代大数据发展方向，逐步在技术研发和工艺升级上向“互联网+包装”这一新兴领域倾斜，陆续成功开发了 AR 包装、消费者互动智能包装、防伪追溯包装等一系列前沿领先的技术。

公司通过与上海市科委、高校机构建立产学研结合的研发体系，先后立项、新建了诸如 LED—UV 印刷技术、RFID 印刷技术、二维码包装设计开发等多个工艺技术研发项目。此外，公司还与客户进行联合技术开发，通过模切、糊盒工艺的调整改进，使得公司所生产的包装印刷产品能够满足客户高速自动化生产线的相关需求。

公司在生产与研发方面设备先进、种类齐全，拥有曼罗兰 5 色、6 色、7 色 UV 印刷机以及高配置曼罗兰 8 色+2UV+联机冷烫+联机自动检测印刷机等多条国际顶级包装印刷生产线，并配套了博斯特全自动模切机、高速糊盒机、全自动丝网机、可变数据喷码机等国际先进的后道生产加工设备，有力地填补了国内印刷行业高端印刷工艺的空白，也提升了区域印刷行业机器设备的自动化与国际化水平。

公司内包材业务板块经过多年的技术开发和实践积累，掌握了模具研发、设计、制造、修复及注塑成型的关键核心技术，技术团队拥有行业领先的研发能力。公司目前已购置多台国际先进水平的全电动精密注塑机、自动烫金机、真空镀膜机，并能够提供从模具设计、制造、试样到注塑、丝印、烫金、涂装、组装等一条龙服务，可快速响应客户需求。

在化妆品生产方面，公司不断加深在配方研发及优化、生产流程优化设计等方面的投入，实现安全性、功效稳定性控制；公司拥有 10 万级洁净室和质量控制实验室，配备了先进的研发设备、检测设备及分析设备，能够对产品各项微生物及理化指标进行精密分析检测，达到 GMP 和 ISO22716 标准，严格执行 ISO9000 质量管理体系，公司研发人员具备长期的产品研发经验，熟悉主要化妆

品原料的功效特性并与国际知名原料商或其代理商密切沟通合作，及时获取最新的原料研究成果，专注于生物活性配方的研发、分析和应用。

3、品牌及客户优势

一般而言，包装印刷产品供应商在被用户接受并成为长期合作供应商之前需要经过严格的产品考核、评审和认证过程，而在成为认证供应商后，包装印刷企业与客户之间将保持较高的粘度。经过多年的经营，公司在行业中逐步积累了丰富的客户资源，通过了国内集团化客户和国际知名客户的多种严格认证，主要客户涵盖了联合利华、上海家化、雅诗兰黛、百雀羚、相宜本草、纳爱斯、贝泰妮、逐本等日化行业内诸多优秀企业，并在此过程中培育起品质信赖度，建立起了稳定的长期合作关系，开展了多品类、多方位的深度合作，凭借公司先进的技术、优质的产品和专业的服务满足了客户不同种类、不同规格的产品需求，赢得了客户的长期信任，成为其供应商体系中不可或缺的重要组成部分，为公司的长期持续稳定发展奠定了坚实的基础。

公司的主要下游客户分别在其所处的领域占据细分市场优势地位，产品需求相对稳定，为公司业务的持续稳定发展奠定了基础；同时，该等客户对产品设计和质量等方面要求严格，其需求产品或服务的附加值也较高，一定程度上提高了公司外包材、内包材、化妆品业务门槛，有利于保持并提升公司市场竞争力。

4、完善的质量保障体系

品质管控能力是包装印刷企业的核心竞争力之一，公司建立了完善的ISO9001质量管理体系，质量控制和管理制度能够得到有效执行，实现了每批产品从原材料采购到产品出库的全程质量控制。同时在产品生产全过程中设置了有效的关键质量控制点，将机器设备的联线检测与IPQC抽样检验相结合，在产品端实现全过程质量监控，从而更好地满足了客户的要求。

公司将“质量精益求精，服务尽善尽美，控制经营风险，确保产品安全”作为总的质量方针，制定了“顾客投诉小于1.3%”、“成品检验合格率大于98%”、“月产品安全达标100%”等多项质量指标，通过质量考核体系的监控，确保各项指标的顺利实现。

除此之外，公司还配备了具有国内领先水准的包装产品测试设备，通过严格的产品质量检测 and 检验，对产品质量层层把关，迄今为止公司未因产品质量问题

和客户发生过重大纠纷。得益于严格的产品质量控制，公司在客户中树立了良好的品牌形象，为公司形成稳定的客户群奠定了良好的基础。

5、绿色环保优势

绿色印刷已经成为包装印刷业的未来发展趋势，公司目前拥有多家国际知名客户，这些知名客户一般多具有较强的社会责任感和环保意识，对供应商的产品原材料、生产工艺的环保性有着非常高的要求，这些严格的要求也推动了公司实施符合可持续发展的绿色印刷环保理念。

公司一贯大力提倡绿色生产加工，推广数字化工作流程，随着公司近年来不断推动技改措施，加快技术升级，在提升公司产品的环保技术指标，增加了产品和服务的附加值的同时，也一定程度上提高了细分行业的技术壁垒，拉大了差异化竞争的空间。

五、报告期内公司主要经营情况

报告期内，公司实现营业收入 647,71.31 万元，同比增长 33.84%，实现归属于上市公司股东的净利润-18,42.14 万元，同比减少 331.84%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-21,84.65 万元，同比减少 1,137.49%，经营活动现金流量净额 42,14.65 万元，同比增长 223.48%。公司报告期业绩亏损的主要原因有：1、公司包装印刷业务的彩盒、标签等包装印刷产品原材料为纸张。2021 年各大纸厂包装用纸的价格均出现较大幅度的涨价，导致公司纸张采购价格明显上升，彩盒、标签产品的成本相应明显增长，对公司包装印刷业务的盈利水平带来较大压力。2、实施化妆品 OEM/ODM 业务的子公司瑾亭化妆品 2021 年度系公司投产第二年仍处于亏损状态。3、公司包装容器业务的下游客户主要为日化消费品相关企业，2020 年受疫情影响，包装容器业务中日用消杀类产品需求大幅增加，2021 年度该类产品的需求出现较大幅度下降。4、2021 年度国家取消了 2020 年度实施的社保优惠政策导致公司人工成本增长幅度较大。

六、公司关于未来发展的讨论与分析

（一）行业格局和趋势

作为我国国民经济的重要行业之一，印刷包装市场未来仍将保持稳步增长态势。具体而言，公司所处印刷包装行业的产业发展趋势近年来突出呈现着以下特点：

(1) 绿色环保理念受到空前重视。深入推进“绿色印刷”是贯彻落实国家生态文明建设的必由之路，也是积极应对当前挥发性有机物治理的必然选择。绿色印刷已经进入到激励和约束并重、破挥发性有机物治理难题、损害担责常态的全新阶段。随着国民环保意识的提升，以及政府、社会各阶层及印刷包装规模企业的全面重视，从新材料、新工艺等方向研发创新，推广使用绿色、环保包装是印刷包装企业实现可持续发展的必然方向，也会促使全行业避免低端同质化竞争，更会提升新进入行业企业的技术壁垒。

(2) 新数字印刷技术的方兴未艾。作为按需印刷的有效实施方式，数字印刷及与之相匹配的自动化印后设备是降低生产成本、提升生产效率和管理效率的有效途径。

(3) 高端制造的智能化趋势。通过智能包装实现互联、互动、互控的目的。通过对包装物赋予可变信息码，采用射频识别、电子标签、智能标签以及新材料应用等手段，实现防伪、质控质监、物流查询和信息溯源等功能，进而使包装物具有独特的“身份证”，并逐步融入物联网、大数据、云存储，使信息化管理成为可能；AR 技术智能包装，可使信息透明化，有利于顾客了解所购物品的有关信息，有利于企业对自身及产品的宣传和推广。

(4) 细分产业的融合化。伴随行业智能化的提升、人们生活水平的提高、以及消费习惯的差异，最终形成的消费分级带来了需求层次上的多样化和差异化，也带来了对包装印刷品个性化的要求。而新零售、新技术及新制造的变革，将为实现这一个个性化需求提供可行的解决方案。云印刷和互联网包装正在成为包装印刷行业重要的变革方向。

我国于 2021 年 1 月 1 日执行新的《化妆品监督管理条例》（以下简称《条例》），国家对日化行业的监管力度随着行业的发展不断加强并日趋规范，对日化产品生产企业的准入门槛也不断提高，使得部分生产能力弱、质量控制不规范的中小型企业被逐渐淘汰。提高行业经营及竞争的规范化，有利于行业集中度的提升，为行业中优质企业的健康成长创造良好的环境。

而随着化妆品市场的快速发展和技术持续创新，产品日趋复杂化和多元化，行业的研发投入需求不断提高，为进一步提高市场竞争力，化妆品品牌商逐渐将产品生产甚至是设计环节外包，其自身的发展重点则逐步转向品牌运营和渠道建

设,行业逐渐形成了专业分工模式。即便因为新冠疫情对全球消费品市场的影响,但国内外持续旺盛的市场需求仍将为化妆品 OEM/ODM 制造企业带来更多的机会和挑战,这也是公司把握行业发展机遇,通过前述可转债募投项目的建设,希望利用已有的技术优势、资源优势,加快落实化妆品业务战略布局,并在此基础上依托公司的研发检测技术平台,进一步研制满足市场和客户要求的彩妆、护肤品等化妆产品,助力公司在化妆品领域迅速建立市场地位。

(二) 公司发展战略

面对公司所处行业的市场空间以及行业内呈现的竞争格局,公司将始终坚持以创新驱动发展,巩固强化公司的核心竞争优势,持续研发、推出符合市场需求的新产品,继续调整并优化内部结构,结合外部市场动态制定科学的营销策略,充分利用公司在体外诊断行业中的综合性优势及提供整体解决方案的能力,进一步巩固核心产品的市场优势,实现重点新产品的突破,努力实现内生增长;同时,充分利用资本市场提供的良好平台,持续关注外部市场机遇,从而进一步巩固公司在印刷包装行业中的市场地位。公司将始终致力于包装材料、工艺、结构、设备的研发,让客户的产品因为我们的包装展现更高的价值、更加的环保、更好的实用,也让消费者的生活更加多姿多彩,以最终实现“成为中国包装印刷的领跑者”的愿景。

(三) 公司未来经营计划

1、业务开拓计划

公司将进一步完善营销体系,构建富有竞争力的激励制度,引进和培养营销队伍,加大营销投入力度,深耕优质客户,持续深化服务,通过严格的质量管控和高效的反应能力,稳定扩大业务规模。公司将继续推进“日化产品集成一站式供应商”的战略目标建设,以外包材、内包材、化妆品 OEM/ODM 业务协同发展的策略,深入了解客户需求并与公司研发设计团队等高效配合,向客户提供富有市场价值的产品解决方案并建立合作关系,进而不断扩大与客户在各业务板块领域的合作广度和深度。另一方面,公司凭借良好的市场声誉,不断吸引国内外客户寻求合作,帮助新锐品牌实现产品开发及快速上市。公司将密切追踪市场消费及技术趋势,开发具有前瞻性的创新产品,并积极主动向客户推荐公司产品及

一体化解决方案，高效稳定合规的实现产品生产，快速满足大批量和紧急订单需求，以更加强大的研发设计能力及灵活的生产能力获取新业务机会。

2、持续加强研发投入、巩固和提升公司行业地位

公司以加大研发力度为手段，以提升产品性能和品质为导向，不断增加产品的技术竞争力，提高研发成果含金量，切实提升研发投入效率，通过高效的研发体系建设和新产品开发，持续快速满足客户不断增长和变化的需求。公司将持续加大研发资金投入，引入更多高水平人才，充实公司的研发实力，进一步巩固公司行业领先的研发创新水平。在新产品开发方面，结合公司研发储备，针对市场需求，布局全产业链相关产品，使公司产品线逐步实现系列化、专业化的发展规划目标，为公司未来的长远业务发展奠定基础。

3、完善公司人力资源体系和人才结构

公司将健全人才选拔、任用制度、员工职业发展规划，完善员工绩效考评及奖惩制度。通过提供入职培训、岗位培训、外聘授课等形式落实人才培养计划，提升员工队伍整体素质。通过引进和培养等方式不断吸收更多的优秀人才充实到公司的经营管理队伍，提升公司的管理竞争力。通过与国内高校及研究机构项目合作的方式，培养研发型人才，增强自身研发实力，打造有自主创新能力的研发团队。

4、提高管理水平，提升公司管理竞争力

公司将继续推行以完善的管理制度和先进的企业文化为基础的管理体系，倡导全员参与管理的氛围，强化各项竞争、激励、监督和淘汰机制，全方位的提升公司的管理水平。在具体措施上，公司将继续全面推行现代化管理，对于现有的质量、环境、职业健康安全等管理体系程序文件、管理手册、企业管理制度、部门规章制度等，也将根据公司发展的需求进一步完善和落实，确保管理能力与企业规模扩张相适应，贯穿研发、采购、销售、生产、质量控制等各个环节。

（四）可能面对的风险

1、市场竞争加剧风险

目前，国内包装印刷市场企业众多，市场集中度不高，竞争较为激烈，各区域的包装印刷公司均未能在全国市场上占据绝对优势，而从欧美等发达国家印刷

市场的发展历史经验来看，我国包装印刷市场集中度的逐步提高将是必然趋势。公司是目前国内外知名日化、食品企业提供包装印刷服务的主要企业之一，具有一定的市场优势；但若公司不能迅速扩大生产规模，在巩固现有客户的同时不断拓展新的客户和市场领域，将会面临市场占有率下降的风险。

2、税收优惠变动风险

公司作为高新技术企业，根据现行企业所得税法的规定，高新技术企业将享受税率优惠政策，执行 15% 的所得税税率。

自 2016 年 5 月 1 日起，根据财政部、国家税务总局《关于促进残疾人就业增值税优惠政策的通知》（财税〔2016〕52 号）及国家税务总局关于发布《促进残疾人就业增值税优惠政策管理办法》的公告（国家税务总局公告 2016 年第 33 号）的规定，对符合条件的安置残疾人的单位和个体工商户（以下称纳税人），实行由税务机关按纳税人安置残疾人的人数，限额即征即退增值税的办法，安置的每位残疾人每月可退还的增值税具体限额，由县级以上税务机关根据纳税人所在区县适用的经省人民政府批准的月最低工资标准的 4 倍确定。

2016 年 10 月 10 日，民政部下发了《关于做好取消福利企业资格认定事项有关工作的通知》（民发〔2016〕180 号），决定自本通知发布之日起废止《民政部关于印发〈福利企业资格认定办法〉的通知》（民发〔2007〕103 号）及《民政部办公厅关于换发〈福利企业证书〉的通知》（民办函〔2012〕387 号），并取消福利企业资格认定事项。

虽然自 2016 年 10 月起，民政部已经取消关于社会福利企业资格认定事项，但是对于符合条件的安置残疾人员就业的企业仍可根据《关于促进残疾人就业增值税优惠政策的通知》（财税〔2016〕52 号）及国家税务总局关于发布《促进残疾人就业增值税优惠政策管理办法》的公告（国家税务总局公告 2016 年第 33 号）的规定继续享受相关税收优惠。

如若公司在高新技术企业证书有效期满后不能通过复审，或相关高新技术企业及安置残疾人员就业所享有的税收优惠政策发生不利调整，将给公司的经营成果带来一定影响。

3、毛利率下滑风险

报告期内，公司的主营业务毛利率呈下降趋势，主要是受原材料纸张价格上

升、公司职工人数增加和平均工资上涨、公司市场策略等因素共同导致。如果未来市场竞争进一步加剧、原材料纸张价格及人力成本的持续上升，公司主营业务毛利率可能存在进一步下降的风险，从而影响到公司的盈利能力。

4、公司募投项目化妆品业务推进不如预期的风险

公司化妆品业务面临着产业政策变化、市场环境变化、消费者需求变化等诸多可能导致项目延期或无法实施，或者导致投资项目不能产生预期收益的不确定性因素。公司如果不能有效地开拓市场并积极提升自身实力以面对诸多不确定因素，将导致公司不能在竞争中占据优势，从而存在不能产生预期收益的风险。

5、业绩下滑的风险

受前述各项潜在风险因素的影响，且报告期内公司主营业务受上游原材料价格大幅上涨等因素影响，导致公司报告期内毛利率下降，业绩下滑乃至归属于上市公司股东的净利润为负，如若公司在未来不能持续降本增效，开源节流，公司业绩将面临持续下滑的风险。

七、公司 2021 年度董事会工作情况

（一） 董事会会议情况

1、2021 年 1 月 12 日公司召开公司第二届董事会第三十五次会议，审议通过了关于公司《关于公司向银行申请综合授信额度的议案》、《关于为控股子公司提供担保的议案》。

2、2021 年 2 月 9 日公司召开公司第二届董事会第三十六次会议，审议通过了关于公司《关于收购上海瑞丰光电子有限公司 100%股权的议案》、《关于提请召开公司 2021 年第一次临时股东大会的议案》。

3、2021 年 2 月 25 日公司召开公司第二届董事会第三十七次会议，审议通过了《关于以公开发行可转换公司债券募集资金增资控股子公司的议案》。

4、2021 年 3 月 19 日公司召开公司第二届董事会第三十八次会议，审议通过了《关于使用部分自有资金购买理财产品的议案》、《关于使用闲置募集资金进行现金管理的议案》。

5、2021 年 3 月 26 日公司召开公司第二届董事会第三十九次会议，审议通过了《关于使用闲置募集资金暂时补充流动资金的议案》

6、2021年4月29日4月27日公司召开公司第二届董事会第四十次会议，审议通过了《公司2020年度总经理工作报告》、《公司2020年度董事会工作报告》、《公司2020年年度报告及其摘要》、《公司2020年年度财务决算报告》、《关于2020年度募集资金存放与使用情况的专项报告》、《关于2020年度募集资金存放与使用情况的专项报告》、《2020年度独立董事述职报告》、《2020年度董事会审计委员会履职情况报告》、《2020年年度利润分配预案》、《关于公司董事、监事、高级管理人员2020年度薪酬的议案》、《关于变更公司注册资本、修改<公司章程>并办理工商登记的议案》、《关于会计政策变更的议案》、《2021年第一季度报告》、《关于提请召开公司2020年年度股东大会的议案》。

7、2021年5月10日公司召开公司第二届董事会第四十一次会议，审议通过了《关于公司向银行申请并购贷款的议案》。

8、2021年5月28日公司召开公司第二届董事会第四十二次会议，审议通过了《关于回购注销部分股权激励对象限制性股票的议案》、《关于2018年限制性股票激励计划首次授予部分限制性股票第三期解锁条件成就的议案》、《关于变更董事会秘书的议案》。

9、2021年8月27日公司召开公司第二届董事会第四十三次会议，审议通过了《2021年半年度报告及其摘要》、《2021年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》、《关于续聘会计师事务所的议案》、《关于提名公司第三届董事会非独立董事候选人的议案》、《关于提名公司第三届董事会独立董事候选人的议案》、《关于为控股子公司提供担保的议案》、《关于提请召开公司2021年第二次临时股东大会的议案》。

10、2021年9月16日公司召开公司第三届董事会第一次会议，审议通过了《关于选举公司第三届董事会董事长的议案》、《关于选举公司第三届董事会副董事长的议案》、《关于选举公司第三届董事会各专门委员会成员的议案》、《关于聘任公司总经理的议案》、《关于聘任公司财务总监的议案》、《关于聘任公司董事会秘书、证券事务代表的议案》。

11、2021年10月27日公司召开公司第三届董事会第二次会议，审议通过了《2021年第三季度报告》。

12、2021年12月29日公司召开公司第三届董事会第三次会议，审议通过了《关于公司向银行申请综合授信额度的议案》、《关于回购注销部分限制性股票的议案》、《关于2018年限制性股票激励计划预留授予部分第二个解除限售期解锁条件成就的议案》。

(二) 董事会对股东大会决议的执行情况

2021年公司共召开一次年度股东大会、三次临时股东大会，公司董事会根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等相关法律法规和《公司章程》的要求，严格按照股东大会的决议和授权，认真执行公司股东大会通过的各项决议。

(三) 董事会下设各委员会履职情况

公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会。2021年，各委员会依据各自工作细则规定的职权范围运作，并就专业性事项进行研究，提出意见及建议，供董事会决策参考。

(四) 投资者关系管理工作

报告期内，公司董事会监督公司证券相关部门认真做好公司投资者关系管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、保荐人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通。加强了投资者对公司的了解，促进了公司与投资者之间的良性互动关系，不断提升了公司的核心竞争力和投资价值，切实保护了投资者利益。

(五) 独立董事履职情况

2021年，公司的三名独立董事根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、公司的有关规定，认真履行独立董事的职责，勤勉尽责，按时参加股东大会、董事会，参与公司重大事项的决策。报告期内，独立董事对历次董事会会议审议的议案以及公司其它事项均未提出异议。

当前，上海正处于新冠疫情的影响下，在近一个月的封控管理中，公司及我们所有员工都经受住了考验，尤其是生活在公司宿舍的广大员工，在封控期间，一边抓防疫工作，一边抓生产重任，还有很多员工在封控之前搬进了厂区，所有

在厂区的广大干部和员工，同甘共苦，共克时艰，为公司的健康发展作出了巨大贡献。

展望未来，宏观经济大环境持续下行的趋势与制造业整个流通环节各类成本上升的压力汇合成一股前所未有的激流，将考验公司运营的每个层面。我们需要比过去更加努力，更具忧患意识，更积极地改变现有的工作方式，更坚定地选择“变革”、“创新”与“坚持”，创造企业更加辉煌的明天。

特此报告。

上海翔港包装科技股份有限公司董事会

2022年4月28日