

公司代码：603499

公司简称：翔港科技

**上海翔港包装科技股份有限公司**  
**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，投资者应当到上海证券交易所网站（<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 普华永道中天会计师事务所（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

经公司第三届董事会第五次会议和第三届监事会第四次会议审议通过，公司2021年度不进行利润分配，也不进行资本公积转增股本和其他形式的分配。

## 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	翔港科技	603499	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	宋钰锳	董颖异
办公地址	上海市浦东新区康桥路666号	上海市浦东新区康桥路666号
电话	021-20960623-737	021-20960623-737
电子信箱	yukun.song@sunglow-tec.com	dyy@sunglow-tec.com

### 2 报告期公司主要业务简介

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况》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，对国民经济的建设起了积极作用。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，在行业市场竞争激烈，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。

### （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，将努力给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。

## 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	1,136,988,999.35	932,774,190.46	21.89	685,630,915.43
归属于上市公司股东的净资产	586,463,785.88	600,817,820.43	-2.39	537,346,164.02
营业收入	647,713,100.26	483,937,621.08	33.84	325,155,136.59
扣除与主营业务无关的业务收入 和不具备商业实质的收入后的营 业收入	608,796,200.26	452,499,921.08	34.28	/
归属于上市公司股东的净利润	-18,421,434.29	7,945,656.13	-331.84	14,807,746.20
归属于上市公司股东的扣除非经 常性损益的净利润	-21,846,509.44	2,105,703.09	-1,137.49	7,714,055.57
经营活动产生的现金流量净额	42,146,543.09	13,029,016.33	223.48	45,377,516.46
加权平均净资产收益率（%）	-3.11	1.39	减少4.50个百 分点	2.71
基本每股收益（元 / 股）	-0.09	0.04	-325.00	0.07

稀释每股收益（元/股）	-0.09	0.04	-325.00	0.08
-------------	-------	------	---------	------

### 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	120,626,506.93	167,735,903.27	167,364,502.87	191,986,187.19
归属于上市公司股东的净利润	-4,807,377.31	-3,421,605.78	19,446.12	-10,211,897.32
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-5,526,521.88	-4,422,185.19	-890,895.92	-11,006,906.45
经营活动产生的现金流量净额	34,102,287.31	-9,291,765.35	-4,924,149.88	22,260,171.01

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

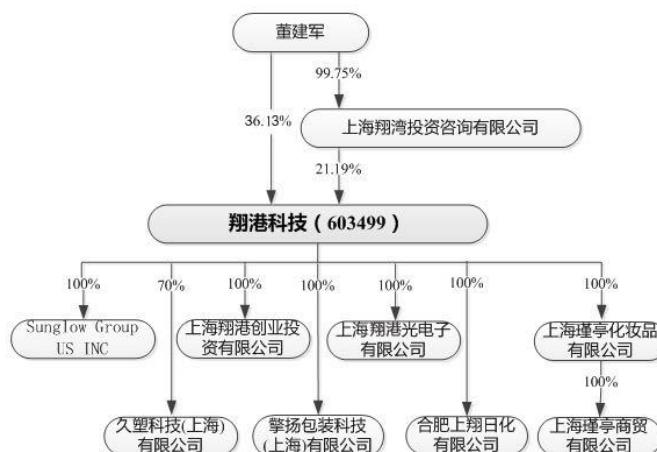
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）								9,310
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）								8,471
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		
董建军	-19,620,000	72,681,300	36.13	0	质押	27,925,532	境内自然人	
上海翔湾投资咨询有限公司	-1,800,000	42,638,100	21.19	0	质押	8,000,000	境内非国有法人	
上海牧鑫资产管理有限公司—牧鑫青铜 2 号私募证券投资基金	17,600,000	17,600,000	8.75	0	无	0	境内非国有法人	
上海通怡投资管理有限公司—通怡东风 12 号私募证券投资基金	2,490,000	6,490,000	3.23	0	无	0	境内非国有法人	
董旺生	-473,500	5,787,100	2.88	0	无	0	境内自然人	
孙建昌	74,000	2,330,654	1.16	0	无	0	境内自然人	
黄业琼	1,800,000	1,800,000	0.89	0	无	0	境内自然人	
孙延昌	7,400	1,523,252	0.76	0	无	0	境内自然人	
中国国际金融香港资产管理有限公司—客户资金 2	894,244	894,326	0.44	0	无	0	境内非国有法人	
北京雅宝路老番街服装市场有限公司	4,700	807,916	0.40	0	无	0	境内非国有法人	

上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，董建军为公司控股股东、实际控制人，同时担任上海翔湾投资咨询有限公司的执行董事，持有该公司 99.75% 的股份，董旺生持有该公司 0.25% 的股份；董旺生为董建军父亲。牧鑫青铜 2 号私募证券投资基金单一投资人为董婷婷，董建军为董婷婷的父亲。其他股东是否存在关联关系不明。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用

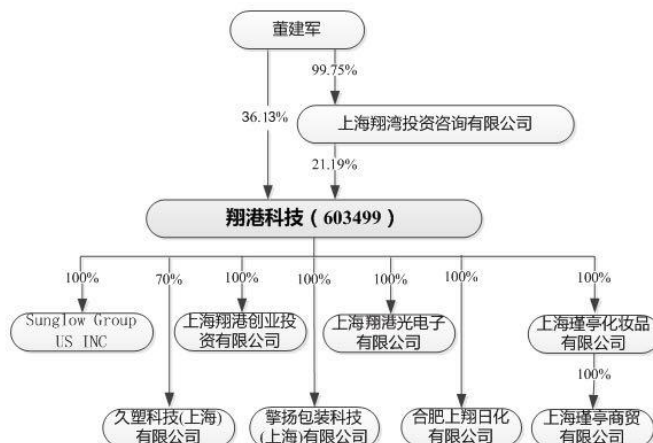
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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。

报告期内，公司实现营业收入 64,771.31 万元，同比增长 33.84%，实现归属于上市公司股东的净利润-1,842.14 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-2,184.65 万元，同比减少 1137.49%，经营活动现金流量净额 4,214.65 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。

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