

证券代码：002752

证券简称：昇兴股份

公告编号：2021-030

# 昇兴集团股份有限公司 2020 年年度报告摘要

## 一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

非标准审计意见提示

适用  不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用  不适用

是否以公积金转增股本

是  否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 976,918,468 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.10 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用  不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	昇兴股份	股票代码	002752
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	刘嘉屹	季小马	
办公地址	福州市马尾区经一路 1 号	福州市马尾区经一路 1 号	
电话	0591-83684425	0591-83684425	
电子信箱	sxzq@shengxingholdings.com	sxzq@shengxingholdings.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### （一）主要业务、主要产品、主要客户

公司主营业务是食品饮料包装容器的研发、设计、生产和销售及提供饮料灌装服务，主要产品为饮料罐和食品罐，包括三片罐、二片罐、铝瓶产品，为食品、饮料及啤酒行业企业提供从研发、设计、晒版、印刷、生产、配送、灌装、信息智能数据服务的一体化全方位服务。主要客户为国内知名食品、饮料、啤酒品牌企业，包括养元饮品、天丝红牛、广药王老吉、银鹭集团、承德露露、青岛啤酒、百威啤酒、华润雪花、星巴克、魔爪、百事可乐、康师傅、百事可乐、可口可乐、锐澳、燕京啤酒、达利集团、惠尔康、泰奇食品、伊利集团等。

#### （二）主要经营模式

公司遵循“与核心客户相互依存”的经营模式，积极维护和稳固核心客户的合作关系，通过一体化全方位的服务增强客户良好依存关系；同时，公司采取“贴进式”生产布局，不断完善和拓展生产布局，贴进核心客户的生产布局建立生产基地，

以最大限度、最快速度地满足核心客户的需求，最大程度地降低管理成本和运输成本，保证公司产品在成本方面的竞争力，增强拓展新客户的能力。公司力求打造具有竞争优势、完整的设计、采购、生产、销售体系，在供应链、生产布局、客户资源等方面已建立的强有力的竞争优势。

公司采取集团统一采购模式，对主要原材料和辅料，公司统一进行供应商的选择与评定，并统一由集团与重要的供应商签订长期协议，根据各分子公司未来的生产任务分时分批进行主辅料采购。公司已经与国内马口铁、铝材等主要供应商结成长期战略合作关系，确保主要原材料的供应稳定。

公司与主要核心客户保持稳定的长期战略合作关系，采取直接面向客户，进行营销的模式。

公司采取“贴进式”生产布局，贴进核心客户的生产布局建立生产基地，以最大限度、最快速度地满足核心客户的需求，最大程度地降低管理成本和运输成本，保证公司产品在成本方面的竞争力。同时，采取以销定产的生产模式，根据客户的具体需求量和自身产能分布情况分配生产任务、签订具体订单、安排生产，以保证公司产量与客户订单相匹配，避免出现产大于销的情况。

### （三）公司所属行业的发展阶段、周期性特点及公司所处的行业地位

《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》首次将包装列入“重点产业”，明确“加快发展先进包装装备、包装新材料和高端包装制品”的产业发展重点。“十二五”期间，国内包装产业规模稳步扩大，结构日趋优化，实力不断增强，地位持续跃升，在服务国家战略、适应民生需求、建设制造强国、推动经济发展中的贡献能力显著提升，我国作为世界第二包装大国的地位进一步巩固。目前，包装工业已位列我国38个主要工业门类的第14位，成为中国制造体系的重要组成部分。“十三五”期间，我国包装产业将迎来广泛的发展机遇，也面临着严峻的发展挑战，绿色包装、安全包装、智能包装一体化发展将成为发展的重点。

2020年1月19日，国家发展改革委、生态环境部公布《关于进一步加强塑料污染治理的意见》，到2020年底，我国将率先在部分地区、部分领域禁止、限制部分塑料制品的生产、销售和使用，到2022年底，一次性塑料制品的消费量将明显减少，纸包装及金属包装得到更大推广。在目前限塑令政策的影响下，以及互联网经济发展和快消行业的结构转化背景下，金属包装能够顺应绿色包装、安全包装、智能包装一体化发展，成为未来包装行业高端化、智能化、个性化的重点。

同时，金属包装是包装产业的重要组成部分，具有阻隔性优异、保质长期、易于实现自动化生产、印刷精密、款式多样、易回收再利用等优点，广泛应用于食品包装、医药品包装、日用品包装、仪器仪表包装，工业品包装、军火包装等方面；其中用于食品包装的数量最大。金属包装因为其材质特性，比一般包装抗压能力更好，方便运输，不易破损。金属包装容器因其抗氧化性强，且款式多样，印刷精美，深受广大客户喜爱。

经过二十多年的发展，公司积累了食品饮料行业的一大批优质客户资源，主要客户均为我国食品饮料领域内具有优势市场地位的知名企业，并与主要核心客户签订战略合作协议，建立长期稳定的战略合作伙伴关系，保障公司业绩可持续发展。在稳固主营业务的同时，积极推进快消品行业智慧型增值综合服务平台建设，提升客户增值服务能力。公司通过不断提供核心客户增值服务、进军高端金属包装领域、增加灌装业务、开发和组建大数据分析平台、拓展海外业务等一系列措施，挖掘与下游客户的深度合作，不断完善公司产业链布局与外延发展，强化公司综合包装解决方案的服务能力。公司是国内金属包装最大的生产服务企业之一，已成为国内金属包装领域领先企业。

## 3、主要会计数据和财务指标

### （1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

单位：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	2,903,006,464.58	2,549,482,502.25	13.87%	2,098,304,493.63
归属于上市公司股东的净利润	13,641,235.17	53,455,695.21	-74.48%	42,665,085.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	5,628,468.10	12,730,744.30	-55.79%	30,817,348.48
经营活动产生的现金流量净额	430,149,916.87	310,827,407.41	38.39%	95,008,226.70
基本每股收益（元/股）	0.0164	0.0642	-74.45%	0.0512
稀释每股收益（元/股）	0.0164	0.0642	-74.45%	0.0512
加权平均净资产收益率	0.75%	2.94%	-2.19%	2.38%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	4,773,049,115.46	4,711,344,607.49	1.31%	3,671,109,648.88
归属于上市公司股东的净资产	1,819,677,242.91	1,836,594,873.68	-0.92%	1,794,978,702.25

## (2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	395,221,127.03	582,357,549.18	924,672,229.05	1,000,755,559.32
归属于上市公司股东的净利润	7,198,272.39	-48,729,945.39	15,636,518.81	39,536,389.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,156,446.93	-54,658,084.16	9,743,352.31	46,386,753.02
经营活动产生的现金流量净额	6,251,917.61	284,966,578.09	44,484,249.84	94,447,171.33

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

## 4、股本及股东情况

### (1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

报告期末普通股股东总数	20,104	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	21,185	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
昇兴控股有限公司	境外法人	65.22%	543,416,873	543,416,873	质押	368,000,000	
福州昇洋发展有限公司	境内非国有法人	9.60%	80,000,000	80,000,000		12,000,000	
睿士控股有限公司	境外法人	2.21%	18,447,079	18,447,079			

五矿证券有限公司	国有法人	1.45%	12,051,908	12,051,908		
河北养元智汇饮品股份有限公司	境内非国有法人	1.20%	10,000,000	10,000,000		
福建省宽客投资管理有限公司—宽客吉星 6 号私募证券投资基金	其他	0.70%	5,800,000	5,800,000		
昇兴集团股份有限公司—第一期员工持股计划	其他	0.56%	4,661,700	4,661,700		
山东龙口博瑞特金属容器有限公司	境内非国有法人	0.48%	4,000,000	4,000,000		
曜尊饮料（上海）有限公司	境内非国有法人	0.48%	4,000,000	4,000,000		
福建省宽客投资管理有限公司—宽客兴福 3 号私募证券投资基金	其他	0.42%	3,528,700	3,528,700		
上述股东关联关系或一致行动的说明	昇兴控股有限公司为本公司控股股东，昇洋发展为本公司控股股东昇兴控股的一致行动人，睿士控股有限公司为本公司发起人之一。除此之外，公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	福州昇洋发展有限公司通过人民币普账户持股 50,160,000 股，通过证券公司的客户信用交易担保证券账户持有 29,840,000 股，合计持有 80,000,000 股。福建省宽客投资管理有限公司—宽客吉星 6 号私募证券投资基金通过证券公司的客户信用交易担保证券账户持有 5,800,000 股，合计持有 5,800,000 股；福建省宽客投资管理有限公司—宽客兴福 3 号私募证券投资基金通过人民币普账户持股 3,300,000 股，通过证券公司的客户信用交易担保证券账户持有 228,700 股，合计持有 3,528,700 股。					

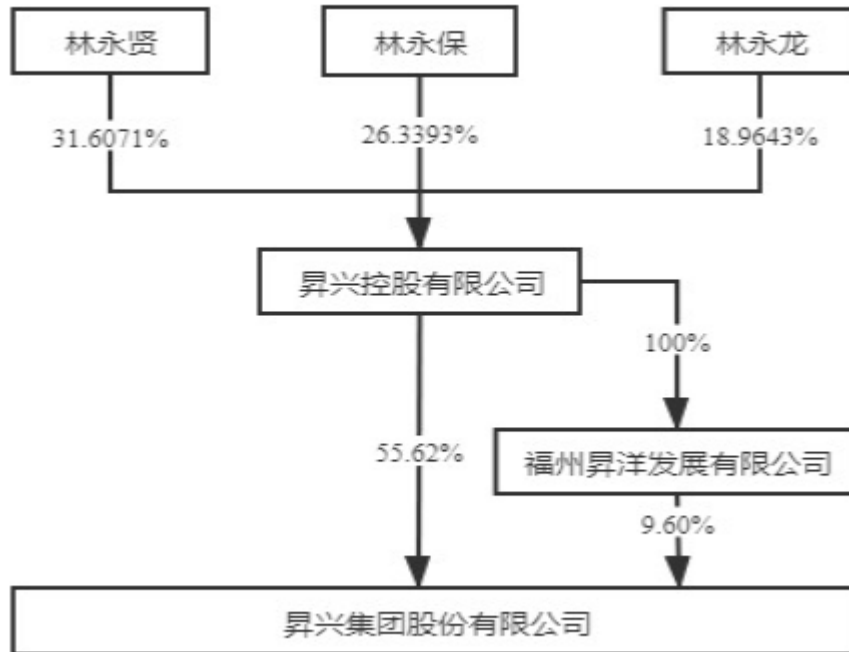
单位：股

**(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表**

适用  不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券  
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

本报告期内公司实现营业收入29.03亿元，较上年同期增长13.87%；营业利润3,239.67万元，较上年同期下降1.21%；实现归属于上市公司股东净利润1,364.12万元，较上年同期下降74.48%。2020年度公司净利润下降原因主要是：1) 2020年上半年新冠肺炎疫情影响部分客户终端市场需求，客户订单延后，公司产能利用率下降较大，导致上半年分摊的单位固定生产成本上升从而影响产品毛利率；2) 2020年上半年尤其是春节后，由于疫情原因，公司生产基地的产能也受到一定影响，尤其是公司在武汉和温州的生产基地停机时间较长，造成产能不能充分发挥，也影响了营业收入的实现；3) 公司对非同一控制下并购控股子公司温州博德科技有限公司所形成的包含商誉的相关资产组计提商誉减值准备1,808.53万元，也对利润造成了一定影响。

2020年下半年疫情影响逐步消退后，公司积极推进复工复产，原重要客户的订单基本上大幅度恢复，同时，新增加了红牛维生素风味和雀巢咖啡等重要客户的业务，公司第四季度的业绩出现明显的回升。金属包装行业作为重资产行业，公司需要预先投入产能满足客户需求，随着2020年下半年重要下游客户的恢复性增长以及新客户销售的持续放量，公司前几年的产能投入进入回报期，产能利用率大幅提高，推动了营业收入和利润率的提升，预计2021年趋势仍将延续，公司将重回增长“快车道”。公司2020年下半年营业收入达到19.25亿元，同比增长22.38%，归属于上市公司股东的净利润达到5,517.29万元，是去年同期的2.3倍，使得公司在2020年上半年累计亏损4,153.17万元的情况下，实现全年盈利。

报告期内，公司主要完成以下重要事项：

#### （一）三片罐业务新增能量饮料客户，红牛系列饮料成为重要业务增长点

报告期内，公司进一步优化三片罐业务组织架构，扁平化管理，提升运营管控效率。面对突发疫情下的市场经营困境，三片罐业务管理团队聚焦战略、深化改革、狠抓经营，顺利完成全年预算目标，同时新增红牛维生素风味等重要战略客户。

公司已于2019年开始为红牛安奈吉饮料产品供应空罐，该产品由天丝医药保健有限公司授权广州曜能量饮料有限公司负责国内运营。报告期内，公司开始在昇兴中山、西安、成都、福建、安徽等基地为天丝医药保健有限公司的红牛维生素风味饮料产品供应空罐，并在中山基地提供灌装服务，后续还将根据客户需要，发挥公司全国性生产布局的优势，为其在全国其他区域配套制罐和灌装产能。公司供罐的上述两款红牛产品均为能量饮料，能量饮料目前已发展成为饮料行业中增速最快的细分品类之一。公司的三片罐业务原来主要集中于植物蛋白饮料客户，随着对红牛品牌系列能量饮料客户的拓展，公司产品得以进入增长较快的能量饮料细分市场。目前公司已成为天丝医药保健有限公司旗下红牛系列产品的核心供应商，预计未来随着合作关系的继续深入，公司三片罐业务将形成植物蛋白饮料和能量饮料并重的业务格局，业务结构的变化对公司三片罐业务营收增长和产能利用率提升具有重要意义。

#### （二）两片罐国内业务稳中求进，海外扩张持续推进

报告期内，公司两片罐业务主要围绕国内有序复工复产，同时加速推进海外扩产和加大国际知名客户关系开发推进。2020年疫情爆发阶段，公司武汉工厂处于疫情中心位置受影响较大，4月中下旬才开始复产，同时公司的其他二片罐生产厂受疫情影响，产能发挥和订单完成也受到不同程度的影响。但二季度后开始公司狠抓复工复产，两片罐产能逐步满负荷运转，叠加行业产品价格处于上涨通道，全年仍然实现利润正增长。

2020年底，公司自筹资金1.71亿元适时启动大洋制罐沈阳工厂的收购，进一步提升公司两片罐产能规模，预计在两片罐行业整体回升大趋势下，有利于提升公司竞争实力，同时增厚公司业绩。

报告期内，公司快速推进首个海外项目—柬埔寨工厂的基建、设备采购、政府许可以及安装调试等工作，柬埔寨基地已经进入一期试生产阶段，东南亚二片罐均价高于国内，预计2021年投产后将成为公司新的利润增长点。同时报告期内北美和南美市场需求激增，公司抓住机遇持续加大对国际市场的投入与客户关系建立，出口海外订单有所增长。

#### （三）铝瓶业务上半年受疫情影响明显，下半年迅速恢复

铝瓶作为高端金属包装的领导者，主要应用于高端啤酒罐装，其主要产品应用场景多在婚庆、酒吧及娱乐消费等高端场所。2020年上半年受疫情影响，公司铝瓶销量同比大幅下降超过50%。进入7月份以后，随着国内疫情控制及下游消费需求恢复，国内高端啤酒业务呈现逐步回暖趋势，公司铝瓶业务的订单也呈现明显增长，而全年销量同比仅下滑约15%。报告期内，公司继续加大铝瓶新罐型新产品的开发力度，成功开发5款以上新型铝瓶，同时开发了5家以上新客户，显示该款产品已逐步受到市场推崇，深化了与合作客户的合作，为2021年的业务增长打下良好基础。

#### （四）中山灌装四线投产，灌装产能进一步提升

随着与客户业务合作的不断深入，为加深客户粘性，公司着手扩大灌装业务规模，为部分重要战略客户提供制罐到灌装的综合解决方案。报告期内，公司中山基地灌装四线正式商业化生产红牛维生素风味饮料。

#### （五）非公开发行顺利获批，助推公司长远发展

2020年10月，公司非公开发行股票获得中国证券监督管理委员会发行审核委员会审核通过。2021年2月，公司已经顺利完成发行，成功募资7.46亿元。公司此次非公开发行获得养元饮品、宁波伊村伊品、福州金控、九泰基金和Goldman

Sachs&Co. LLC（高盛）等核心客户和知名投资机构参与，非公开发行顺利完成在优化公司股东结构、节省财务成本的同时，有利于公司产能升级扩张，提升公司竞争力，助推公司长远发展。

#### （六）适时完成首期员工持股计划，健全公司长效激励机制

报告期内，公司完成首期员工持股计划实施，认购资金总额为2,483万元，主要参与人员为公司高管和核心业务骨干。公司适时完成首期员工持股计划，有利于充分有效调动管理者和公司员工的主动性、积极性和创造性，吸引和保留优秀管理人才和业务骨干，提高公司核心竞争能力，推动公司稳定、健康、长远发展，使得员工分享到公司持续成长带来的收益。

#### （七）技术研发不断突破，竞争实力进一步提升

公司一直加大技术研发以提升差异化竞争能力，尤其在两片罐减薄减重方面不断获得突破，硕果累累。报告期内，公司申报的“新型JSD轻体铝制两片罐”获得2020年中国包装创新即可持续发展大奖，该奖项代表了中国包装行业最新的创新技术和未来发展方向。

2021年2月，经过多年与百事亚太区总部的多次专项技术沟通，昇兴集团中心实验室从所有竞争对手中脱颖而出，成为百事可乐在中国大陆唯一拟授权认可的两片罐实验室，体现了公司在二片罐产品的技术实力。

在专利申报方面，2020年公司完成了134项专利的管理维护、年费缴纳工作；申报并获得21个实用新型专利证书。报告期内，昇兴云获得五项计算机软件著作权登记证书。截止报告期末，公司共取得134个专利（外观设计21个，实用新型专利109个，发明专利4个）和15个计算机软件著作权登记证书。报告期内，昇兴中山公司获得高新技术企业称号，同时作为样板工厂在当地新区获得推广。

#### （八）集团形象提质改造，加强企业文化宣传

企业文化是企业发展的“灵魂”。公司的战略定位是“打造快消品行业智慧增值型服务平台”，愿景是“成为全球快速消费品地业最具价值的服务提供者”，同时确立了“创造健康快乐消费、共建人类美好生活”的企业使命，树立了“诚信、品质、创新、责任、共赢”的核心价值观。

报告期内，公司对集团VI系统及形象工程进行提质改造，同时不断加强企业文化宣传，2020年微信公众号运营成果显著，今年完成345篇文稿审核推送，与2019年相比增长129篇；粉丝数：目前3,028人，与2018年相比增长1,272人。阅读量500+的内容达到51篇，与2019年相比增长15篇，阅读量最高的突破6,244次，创历史最高。

## 2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是  否

## 3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用  不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
易拉罐&瓶罐&涂印加工费	2,692,069,559.89	295,669,870.89	10.98%	10.89%	14.49%	-2.80%

**4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征** 是  否**5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明** 适用  不适用**6、面临退市情况** 适用  不适用**7、涉及财务报告的相关事项****(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明** 适用  不适用**1) 重要会计政策变更**

2017年7月5日，财政部发布了《企业会计准则第14号—收入》（财会【2017】22号）（以下简称“新收入准则”）。要求境内上市企业自2020年1月1日起执行新收入准则。本公司于2020年1月1日执行新收入准则，对会计政策的相关内容进行调整。

新收入准则要求首次执行该准则的累积影响数调整首次执行当年年初（即2020年1月1日）留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。在执行新收入准则时，本公司仅对首次执行日尚未完成的合同的累积影响数进行调整。

上述会计政策变更经本公司于2021年4月26日召开的第四届董事会第十六次会议批准。

**2) 重要会计估计变更**

本报告期内，本公司无重大会计估计变更。

**3) 首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况****合并资产负债表**

单位：元 币种：人民币

项 目	2019年12月31日	2020年1月1日	调整数
预收款项	28,820,237.34	—	28,820,237.34
合同负债	不适用	25,504,634.81	25,504,634.81
其他流动负债	—	3,315,602.53	3,315,602.53

**(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明** 适用  不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

**(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明** 适用  不适用



公司名称	报告期内取得和处置子公司方式	对整体生产经营和业绩的影响
阿斯特（北京）供应链管理有限公司	新设方式取得	尚处于新设期，对公司整体生产经营和业绩不产生重大影响
陕西阿斯特供应链管理有限公司	新设方式取得	尚处于新设期，对公司整体生产经营和业绩不产生重大影响
扬州阿斯特供应链管理有限公司	新设方式取得	尚处于新设期，对公司整体生产经营和业绩不产生重大影响
乌鲁木齐阿斯特供应链管理有限公司	新设方式取得	尚处于新设期，对公司整体生产经营和业绩不产生重大影响

本报告期内无减少子公司。

昇兴集团股份有限公司

法定代表人：林永贤

2021年4月28日