

公司代码：603687

公司简称：大胜达

浙江大胜达包装股份有限公司

2022 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 立信会计师事务所（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

2023年4月28日公司第三届董事会第五次会议审议通过2022年度利润分配预案，公司拟以实施权益分派股权登记日的总股本为基数，按每10股派发现金红利0.2512元（含税）比例向全体股东派发现金股利。截至2023年3月31日，公司总股本419,467,750股，以此计算共拟派发现金现利10,537,029.88元（含税），本年度现金分红比例为10%。2022年度不进行资本公积转增股本及送红股。在实施权益分派的股权登记日前总股本发生变化，则分配比例不变，相应调整总额，以上利润分配预案尚需提交公司2022年年度股东大会审议通过后方可实施。

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	大胜达	603687	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	胡鑫	许红英
办公地址	浙江省杭州市萧山区市心北路2036号东方至尊国际中心	浙江省杭州市萧山区市心北路2036号东方至尊国际中心
电话	0571-82838418	0571-82838418
电子信箱	shengda@sdpack.cn	shengda@sdpack.cn

2 报告期公司主要业务简介

1、纸包装市场规模庞大，瓦楞纸包装应用广泛

包装产品主要分为纸包装、金属包装、玻璃包装、塑料包装。其中，以瓦楞纸箱为主要构成的纸包装产品由于拥有良好的物理机械性、可回收性、印刷适应性、经济实用性和环保性等优良特性，使用范围越来越广。根据中国包装联合会发布的《2022 年全国包装行业经济运行概况》，2022 年全国包装行业规模以上企业累计完成主营业务收入 12,293.34 亿元；其中纸和纸板容器规模以上企业完成累计主营业务收入 3,045.47 亿元，占比 24.77%，紧随塑料薄膜制造（31.09%）之后，是应用最广泛的包装形式之一。未来随着低碳、环保、绿色的理念深入人心，纸和纸板容器制造行业将有广阔的发展空间。

瓦楞纸板是由箱板纸和经过起楞的瓦楞原纸粘合而成、用于制造瓦楞纸箱的一种复合纸板，纸板中层呈空心结构，能够在减轻包装重量的同时获得较高的抗压强度和缓冲性能。

瓦楞纸箱是指使用瓦楞纸板经过印刷、模切、钉箱或糊盒制成的包装用纸容器。作为一种外包装，瓦楞纸箱主要起到运输过程中的储存、保护作用，其印刷内容可还起到美化外观、展示产品、广告宣传的作用。与金属、塑料、玻璃包装产品相比，瓦楞纸箱废弃物较少、易于回收再利用，并且印刷时主要采用无毒易分解的环保水性油墨，是公认的“绿色包装产品”，且纸箱占产品成本的比重低、易于物流运输和储存，广泛地应用于家电、电子产品、IT、食品饮料、图书、日化、纺织品等下游行业中。

2、全球瓦楞纸箱行业概况

根据市场研究机构 Smithers 发布的《2023 瓦楞包装未来发展报告》显示，全球瓦楞包装市场的仍以每年 3.7% 的速度增长，到 2023 年将达到 3,000 亿美元。其中，电子商务领域将成为瓦楞包装市场的一个重要且高增长的机会，全球电商包装市场总价值已经从 2019 年的 347 亿美元上升到 2022 年的 636 亿美元，到 2027 年，电商包装市值将增长至 1,017 亿美元，复合年增长率为 9.8%。

根据国际瓦楞纸箱协会（ICCA）统计数据，2016 年全球瓦楞纸箱产量主要集中于亚洲市场，占比为 51.60%，其次为欧洲和北美，分别为 22.80% 和 17.90%。根据 Freedonia 预测，全球瓦楞纸箱市场仍将持续增长，尤其是在亚洲、非洲和中东地区，增速将更为稳健，因为这些地区制造业越来越多地使用瓦楞纸箱用于产品包装和运输，“以纸代木”作为运输容器的趋势还将持续。

3、我国瓦楞纸箱行业概况

（1）我国包装行业发展状况

包装工业作为服务型制造业，是国民经济与社会发展的重要支撑。在商业流通中，包装行业为产品提供安全美观的包装和容器，以达到方便仓储、运输、销售以及宣传展示的作用，几乎应用到所有的商品流通环节。随着我国制造业规模的不断扩大和创新体系的日益完善，包装工业在服务国家战略、适应民生需求、建设制造强国、推动经济发展等方面，将发挥越来越重要的作用和影响。目前，包装工业已位列我国主要工业门类，成为中国制造体系的重要组成部分。

随着现代商业、物流产业的快速发展，我国包装行业规模也随之得到显著发展。根据中国包装联合会发布的《2022 年全国包装行业经济运行概况》，2022 年全国包装行业规模以上企业累计完成主营业务收入 12,293.34 亿元。

（2）我国瓦楞纸箱行业近年来取得了快速发展

与发达国家相比，我国瓦楞纸箱行业虽然起步较晚，但增长十分迅速。近年来，我国国内社会消费总额迅速增长，带动中国瓦楞纸包装行业生产规模迅速扩大，产销持续、快速增长，主要产品产量居世界前列，在质量、档次、品种、功能等方面已能够满足不同消费层次的需求，成为我国经济发展的重要行业之一。早在 2003 年，我国已经超过日本成为全球第二大瓦楞箱生产国，仅次于美国；2009 年，我国瓦楞纸板产量超过美国，已成为世界第一大瓦楞纸板生产国。

2020 年 1 月 19 日，国家发改委、生态环境部发布《关于进一步加强塑料污染治理的意见》，主要针对餐饮外卖等领域塑料制品用量、材质等进行了更为严格的规定，并在未来将继续扩大实施范围。限塑令的实施加速国内纸包装对塑料包装的替代效应，进一步激发国内纸包装的潜在需求。

2021 年 7 月，国家发改委发布《“十四五”循环经济发展规划》，明确了快递包装绿色转型推进行动。强化快递包装绿色治理，推动电商与生产商合作，实现重点品类的快件原装直发，鼓励包装生产、电商、快递等上下游企业建立产业联盟，支持建立快递包装产品合格供应商制度，推动生产企业自觉开展包装减量化。

2022 年 12 月，中国包装联合会发布的《中国包装工业发展规划（2021—2025 年）》提出了至“十四五”末，我国包装产业年总产值突破 3 万亿元，占全国 GDP 比重达到 2.5%左右。《规划》明确提出要推进包装行业的绿色转型进程，“突出绿色低碳循环转型在产业深度转型和可持续发

展中的引领性作用，加快构建覆盖包装全生命周期的绿色发展体系，显著提升绿色发展水平，有效形成包装产业循环经济发展模式。”

综上，纸包装行业在服务国家绿色战略、适应民生环保需求、大力促进社会消费等方面，将发挥越来越重要的作用和影响。公司作为国内纸包装行业龙头企业，同时在积极布局纸浆环保餐具领域，将极大受益于国家各项促进消费、以纸代塑、大力发展绿色环保产业的政策。

（一）经营模式

公司是国内领先的包装印刷综合解决方案专业供应商之一，是中国包装联合会认定的“中国纸包装龙头企业”之一，公司主要从事纸包装产品的研发、生产、印刷和销售，主要产品涵盖瓦楞纸箱、纸板、精品酒盒、卷烟商标等，能为客户提供涵盖包装方案设计、研发、检测、生产、库存管理、物流配送等环节的全方位纸包装解决方案。

公司主要产品瓦楞纸箱广泛地应用于啤酒、饮料、烟草、电子、家电、家具、机械、快递物流、化工、服装等行业的内外包装。凭借多年的纸包装行业经验、雄厚的技术研发实力、先进的生产工艺、优质的产品质量和及时响应的供应链整合能力，公司与华润啤酒、农夫山泉、益海粮油、娃哈哈、老板电器、美的电器、苏泊尔、顺丰速运、海康威视、松下电器、三星电子、博世（BOSCH）等国内外知名企业建立了长期、稳定的合作关系。

在继续深耕瓦楞纸箱业务的同时，公司近年来也积极通过收购、新建等多种方式拓展纸包装产品系列，进一步向更高端的精品烟酒包装领域延伸。其中，子公司爱迪尔主要产品为精品烟包、精品卡片、礼品包装、真空镀铝包装材料等，与浙江中烟、江苏中烟建立了长期合作关系，为“利群”、“南京”等知名卷烟品牌提供商标及条盒，部分礼品包装产品间接出口至欧美市场；而子公司四川大胜达中飞的主要产品为高端酒包，为茅台股份、贵州习酒、泸州老窖等下游白酒品牌客户生产精品酒盒。

自成立以来，公司专注于纸包装产品的研发、生产、印刷和销售，瓦楞纸箱一直是公司的核心产品，主营业务和主要产品未发生重大变化。

产品类别	产品名称	产品图片	产品介绍
	瓦楞纸板		<p>瓦楞纸板是由箱板纸和经过起楞的瓦楞纸黏合而成、用于制造瓦楞纸箱的一种复合纸板，主要面向瓦楞纸箱工厂。</p>
	水印纸箱		<p>常规纸箱，承印基材为瓦楞纸，使用水基油墨柔性版印刷工艺。采用后印刷模式，以包装简洁、实用为主要特点，印刷成本较低，印刷速度快，可适用 A、B、C、E、AB、BE 等不同楞型，适合家电、家具等各行各业包装使用。</p>
瓦楞纸箱	胶印彩箱		<p>胶印彩色纸箱，承印基材为白板纸，使用油性环保油墨，采用后印刷模式，在面纸上印刷后再与瓦楞纸板进行裱贴粘合，具有分辨率高，印刷精美的优势，整体成本中等，制版费用较低，适合于印刷中小批量的彩色纸箱，楞型以 A、B、C、E、AB、BC、BE 等楞型为主，适合对印刷精美程度要求较高的小家电、日化等行业包装使用。</p>
	预印彩箱		<p>常规彩色纸箱，承印基材为白板纸，使用环保水性油墨，采用凹版和柔性版预印技术，具有墨色饱满、印刷层次丰富、质量稳定的特点，纸箱强度最高，印刷速度快，大批量印刷下成本低，但制版费用较高，适合大批量、对交货时间要求较高的彩箱订单，楞型以 B 楞为主，适合食品、饮料等行业包装使用。</p>

产品类别	产品名称	产品图片	产品介绍
<p>高端酒包</p>		<p>精品酒盒主要是指加工工艺比较复杂的高档酒类包装彩盒。区别于侧重于运输缓冲功能的瓦楞纸箱，精品酒盒的展示宣传功能突出，对提高消费者的品牌认知进而增加产品附加值具有重要作用，因此印刷材料和印刷工艺上更为复杂，比如在面纸上多选择铝箔卡纸（如金卡、银卡、铜卡、镭射等）；增加烫金、覆膜、凹凸等工序以达到客户要求的印刷效果；此外，白酒包装的配件较多，包括各类装饰内衬垫、缓冲材料、提手、搭扣、包装袋等。</p>	
<p>精品烟包</p>		<p>卷烟商标是烟草制品的商标以及具有标识性的包装物总称，简称烟标。区别于其他普通包装印刷装潢制品，烟标由于印刷精美、标志突出兼具防伪功能，具有商标意义。公司目前卷烟商标产品全部由子公司爱迪尔生产和销售，应用的代表性产品包含“利群”、“南京”等卷烟品牌。</p>	
<p>其他产品</p>		<p>主要包括游戏卡片、节日贺卡等精品卡片、彩盒、礼品袋、镀铝包装材料和其他包装配件等。</p>	

（二）经营模式

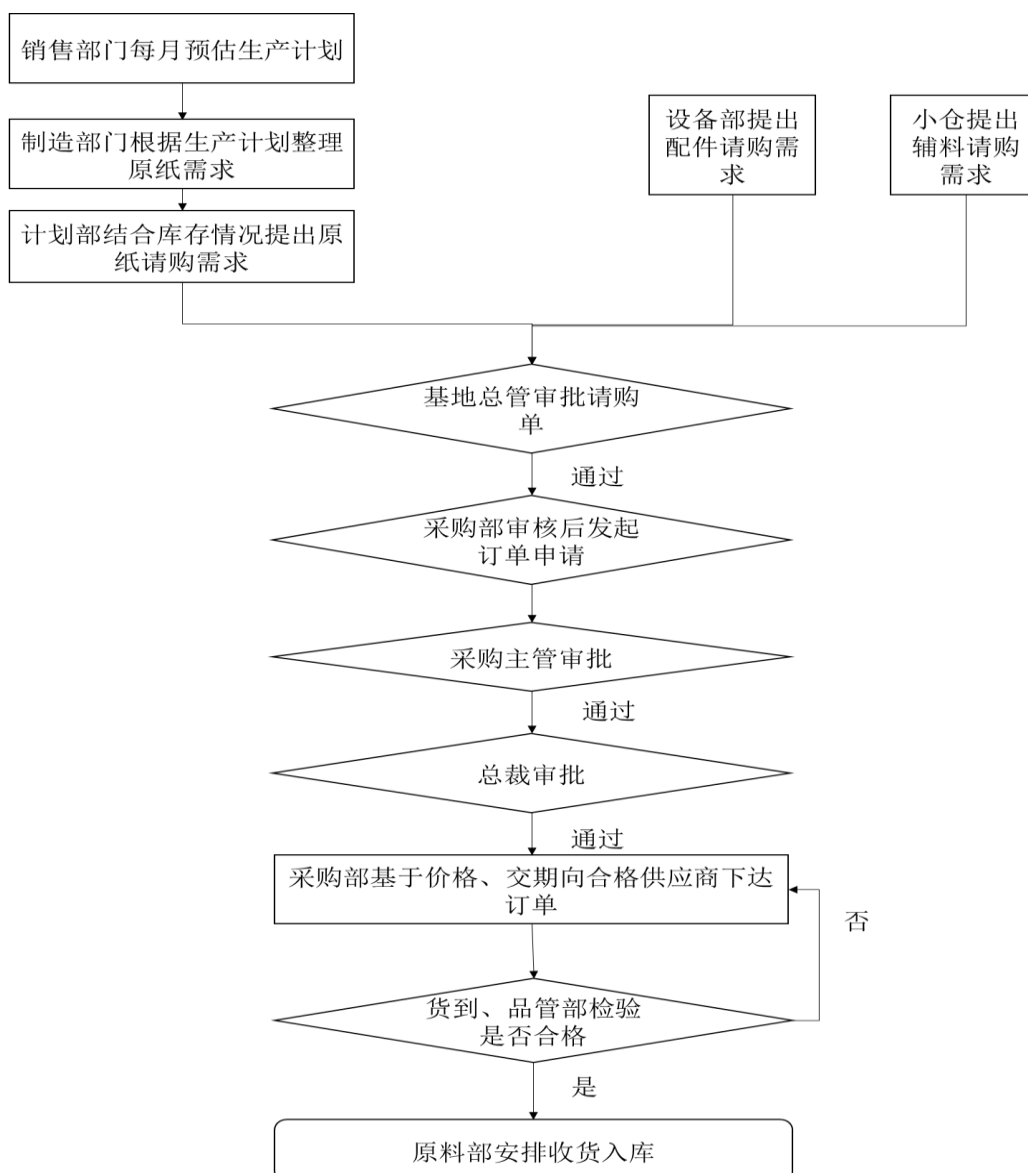
1、采购模式

公司原材料分为主要原材料和辅料，主要原材料为原纸、纸张，其中最主要的原材料为瓦楞纸、牛卡纸和白板纸，辅料包括油墨、淀粉、扁丝、各类包装附件、机修配件等。公司制定了严格的合格供应商标准，对供应商的规模、行业或地区排名、管理体系、供应半径、产品环保达标、资质认证、社会责任等均做出了具体评审要求，重要物资原纸的供应商在进入《合格供方名录》前需进行现场评审。

公司瓦楞纸箱、纸板业务的原材料采购采取集中采购与分散采购相结合的采购模式，江浙地区生产基地所需原纸和辅料由公司采购部统一负责价格谈判，通过集中采购提高议价能力。在具体下达订单时，萧山地区生产基地由公司采购部下达订单，集中采购；江苏地区生产基地（含江苏大胜达、大胜达苏州）由总部负责价格谈判，各生产基地独立向供应商下达订单；四川智能、湖北大胜达、新疆大胜达由于地处华东以外地区，距离公司总部较远，其原材料的价格谈判和具体订单下达均由各子公司独立负责。除此之外，爱迪尔、四川中飞及其子公司（含四川、贵州两大酒包生产基地）的原辅料采购由各子公司下设的采购部门独立负责。

公司总部采购部设采购主管 1 名，主要负责原纸和辅料的统筹安排、供应商管理及重大价格谈判等，另设 3-5 名采购员负责具体杭州总部各基地的原辅料采购工作。在原纸采购方面，公司主要采取招投标、议价、比价的定价机制；在辅料采购方面，公司采取了议价、竞价的定价机制。

在具体采购流程上，一般由各生产基地制造部门整理原纸需求，计划部结合库存情况提出原纸采购需求，辅料由原料部提出采购需求，设备配件耗材由设备部提出采购需求，经内部审批后，采购部向供应商询价、比价、谈价，价格确定后下达具体订单，由品管部负责物料检验，由仓储部门负责入库管理，采购流程图如下：



2、生产模式

(1)生产基地布局

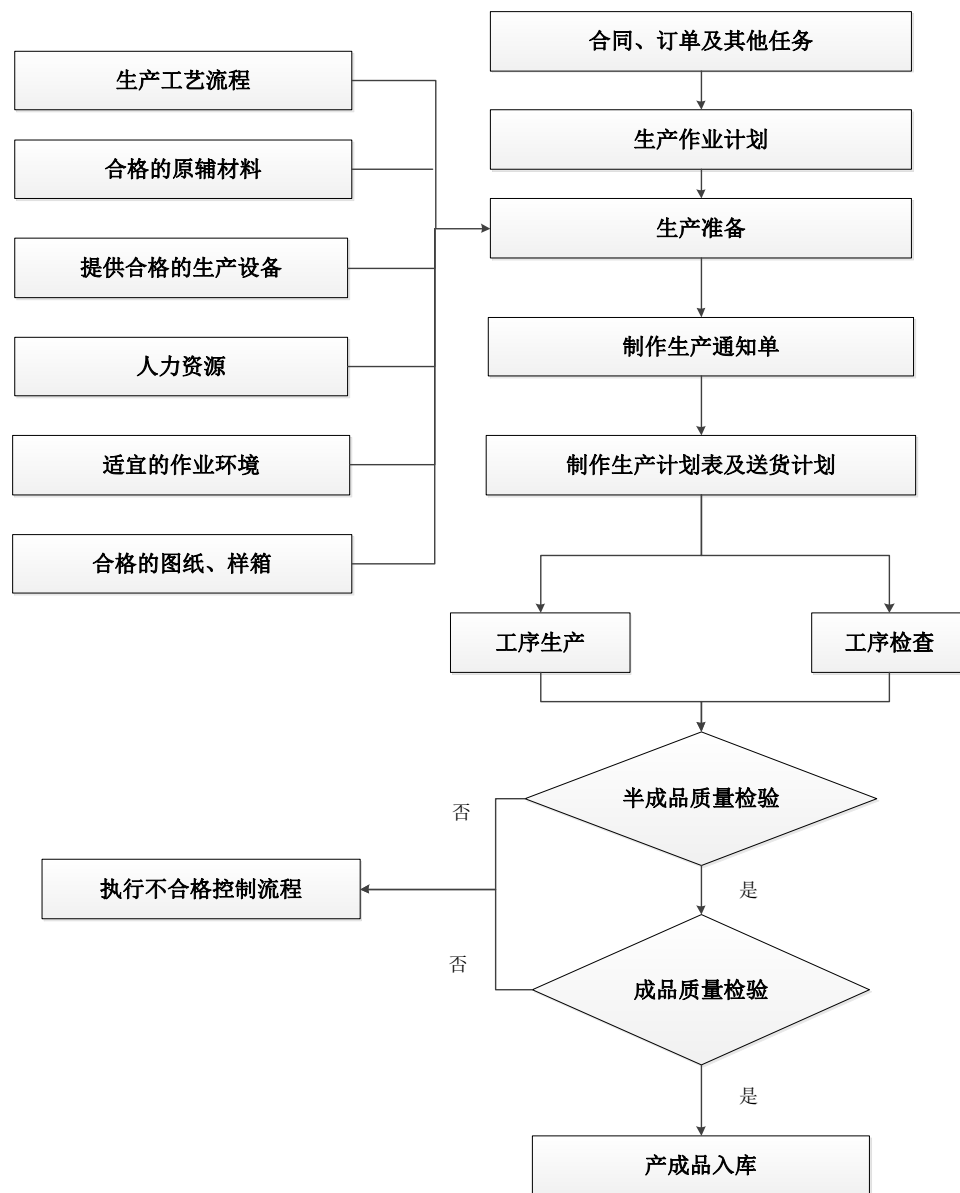
由于纸包装产品销售具有明显的“运输半径”，跨区域业务扩张是纸包装龙头企业发展壮大的必经之路。经过多年的稳健经营，公司目前已拥有位于浙江、江苏、四川、湖北、新疆、贵州等地的多个生产基地，正在建设海南生产基地。

(2)生产流程

公司纸包装产品主要用于配套特定客户的特定产品，具有定制化生产的特点，因此公司生产主要采用“以销定产、备有少量库存”的方式确定生产计划。由于纸箱常常具有多规格、多批次、

少批量的特点，公司根据客户下达的订单以柔性生产的方式组织生产。长期合作、订单量较大的家电、快消、快递物流等行业客户如松下电器、农夫山泉和顺丰速运按月提供月度生产计划，销售部门根据客户提供的月度计划备有少量库存。

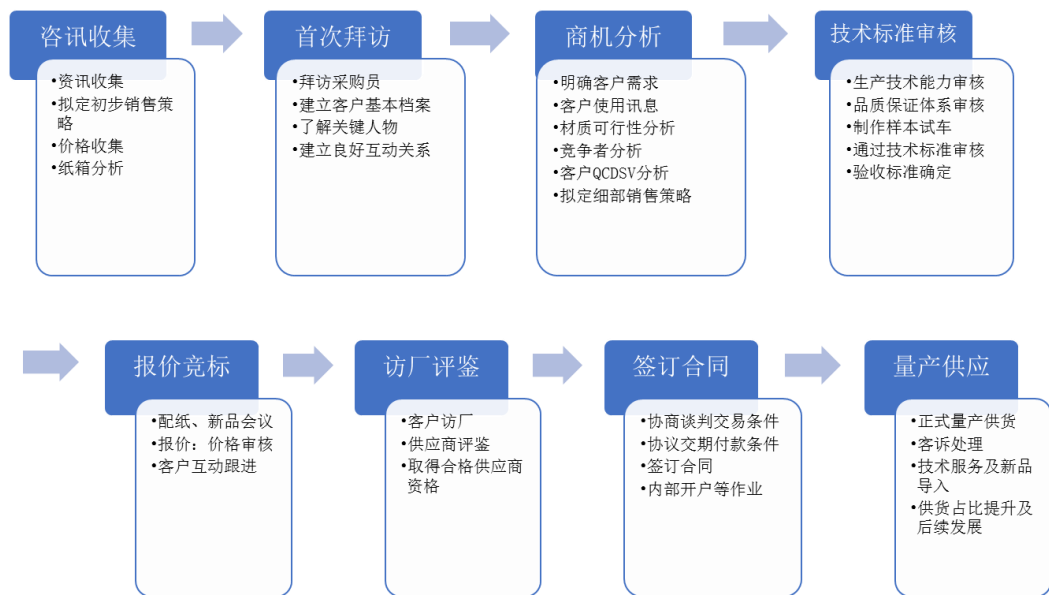
一般来说，在客户下达初次订单后，由技术中心根据客户订单要求制作图纸、样箱，图纸或样箱需经客户确认，客户确认后的图纸或样箱交与工艺组进行生产准备，同时采购部按照客户要求采购所需原纸和其他辅料。技术中心制作《生产通知单》，明确产品规格型号、数量、交货对象及交货期等信息，生产部门根据生产通知单和送货计划编制生产计划，进行订单排程，领用物料，一般经纸板生产、印刷、模切、成型、打包等工序完成生产后，由品管部门进行质量检查，办理产成品入库手续。



3、销售模式

公司销售主要采取“产品直销、以销定产”的模式，公司设立了营销中心，配备了专业的销售团队，负责开拓客户资源，不断推广完善销售网络。公司对销售团队制定了与绩效奖励挂钩的考核措施，每季度根据不同楞型的各类纸箱产品的销售量、销售回款、售后服务等各项指标进行考核和激励。

公司制定了规范、成熟的客户开发流程，以持续开发客户，拓展销售网络，促进与客户合作，具体流程如下：



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

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	3,443,277,464.02	2,901,976,838.49	18.65	2,881,089,668.66
归属于上市公司股东的净资产	2,041,661,950.82	1,905,754,834.84	7.13	1,807,073,528.05
营业收入	2,058,257,999.23	1,664,395,970.82	23.66	1,350,979,471.84
归属于上市公司股东的净利润	105,335,669.39	97,545,277.83	7.99	278,831,807.25
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	75,161,018.22	61,286,437.14	22.64	37,726,472.11
经营活动产生的现金流量净额	247,628,716.33	14,088,244.54	1,657.70	164,611,489.01
加权平均净资产收益率(%)	5.30	5.28	增加0.02个百分点	17.12
基本每股收益(元/股)	0.25	0.24	4.17	0.68
稀释每股收益(元/股)	0.25	0.24	4.17	0.68

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	437,361,489.98	529,103,690.86	501,836,029.18	589,956,789.21
归属于上市公司股东的净利润	24,416,503.43	28,676,145.81	22,519,157.19	29,723,862.96
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	21,485,971.64	8,745,008.41	19,039,153.82	25,890,884.35
经营活动产生的现金流量净额	15,694,375.34	110,061,521.85	12,003,429.70	109,869,389.44

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

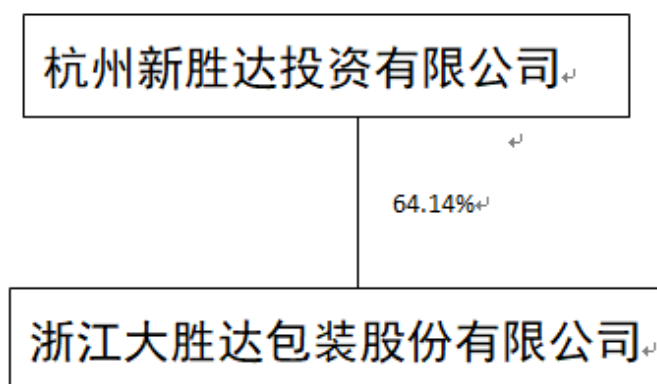
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					15,505		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					24,321		
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	
杭州新胜达投资有限公司		269,042,700	64.14	0	质押	143,345,000	境内非国有法人
六颖康	-15,542,924	5,000,000	1.19	0	无		境内自然人
王昵兴	3,187,600	4,249,100	1.01	0	无		境内自然人
潘海燕	3,637,100	3,637,100	0.87	0	无		境内自然人
贾马杰	2,678,900	2,678,900	0.64	0	无		境内自然人
赵清	2,597,400	2,597,400	0.62	0	无		境内自然人
中国银行股份有限公司—华夏行业景气混合型证券投资基金	1,670,800	1,670,800	0.40	0	无		其他
卜锦艳	1,558,000	1,598,000	0.38	0	无		境内自然人
杜敏峰	1,540,000	1,580,000	0.38	0	无		境内自然人
俞科	1,558,000	1,558,000	0.37	0	无		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明		未知					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		无					

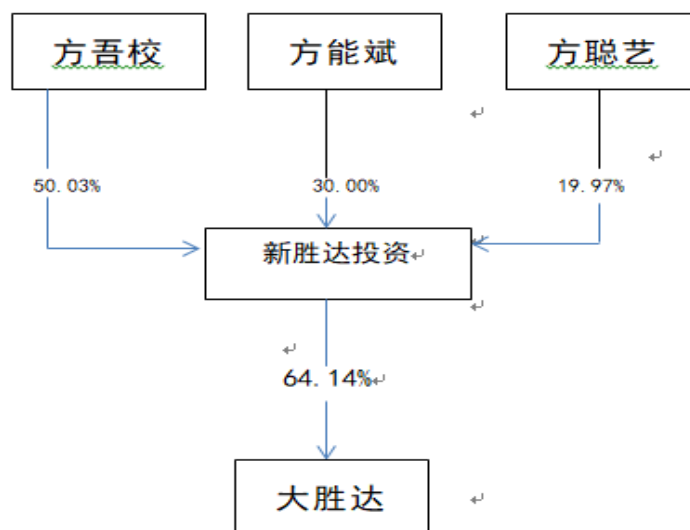
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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。

2022年，公司实现营业收入205,825.80万元，同比增长23.66%，实现归属于上市公司股东的净利润为10,533.57万元，同比增长7.99%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润7,516.10万元，同比增长22.64%。

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