

公司代码：600210

公司简称：紫江企业

上海紫江企业集团股份有限公司

2015 年年度报告摘要

一 重要提示

- 1.1 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等中国证监会指定网站上仔细阅读年度报告全文。
- 1.2 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、准确、完整，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。
- 1.3 公司全体董事出席董事会会议。
- 1.4 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。
- 1.5 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	紫江企业	600210	/

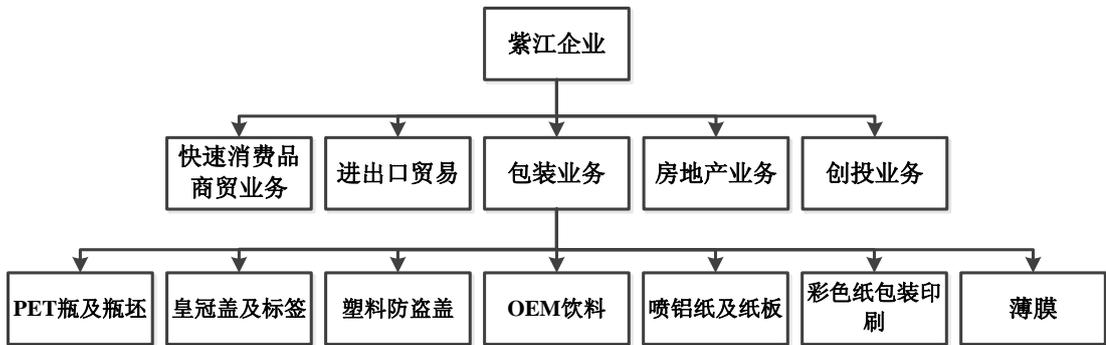
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	高军	甘晶晶
电话	021-62377118	021-62377118
传真	021-62377327	021-62377327
电子信箱	zjiangqy@zjiangqy.com	zjqy@zjiangqy.com

1.6 经立信会计师事务所审计，公司 2015 年度实现的归属于母公司所有者的合并净利润 107,151,916.41 元，以母公司实现的净利润 180,918,246.63 元为基数，提取 10%法定盈余公积金 18,091,824.66 元，减去分配股东 2014 年度现金红利 75,836,807.90 元，加上母公司上年结转未分配利润 732,429,856.86 元，母公司实际可分配利润 819,419,470.93 元；经董事会讨论，考虑到股东的利益和公司发展需要，提出如下分配预案：以截止 2015 年 12 月 31 日公司总股本 1,516,736,158 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.5 元（含税），共计分配现金红利 75,836,807.90 元（含税），余额 743,582,663.03 元予以结转并留待以后年度分配。本预案待股东大会审议通过后实施。

二 报告期主要业务或产品简介

1、公司主要业务

经过多年的发展，目前公司形成了以包装业务为核心，快速消费品商贸业务、进出口贸易业务、房地产业务和创投业务为辅的产业布局。包装业务作为公司的核心业务，主要产品为 PET 瓶及瓶坯、皇冠盖、塑料防盗盖、标签、喷铝纸及纸板、彩色纸包装印刷、薄膜等包装材料以及饮料 OEM 等产品。公司业务情况如下图：



2、公司主要经营模式

（1）采购模式

公司包装业务产品的原材料采购，由各事业部或相关子公司负责制定严格的采购管理制度，并严格选择供应商，公司对采购活动进行监督和管理，对主要原材料一般采用集中采购的模式。

（2）生产模式

公司包装业务产品由各事业部下属子公司生产制造，公司及各事业部对子公司的生产活动进行管理。公司采取“以销定产”方式，按订单组织生产。根据和客户合作方式的不同，生产主要分为一般生产、来料加工两种方式。

（3）销售模式

公司的销售策略是与“巨人同行”。公司一直紧跟世界饮料工业的发展脚步，通过在长期经营过程中积累的广泛客户资源，目前已与可口可乐、百事可乐、统一、达能、雀巢、联合利华等多家跨国公司和知名品牌建立了紧密合作关系，并形成了门类齐全，市场份额领先的饮料包装产业集群。

3、行业情况

我国是世界包装制造和消费大国，塑料包装在包装产业总产值中的比重已超过 30%，成为包装产业中的主力军。塑料包装在食品、饮料、日用品及工农业生产等各个领域发挥着不可替代的作用。“十一五”期间，塑料包装材料主要产品产量的增长率逐年递增，并持续保持两位数的增长；国家“十二五”发展规划中，包装行业更是作为一个独立的行业体系，首次被列入其中，显示出包装行业巨大的发展潜力。作为最大的应用型包装之一的塑料包装行业前景广阔，发展趋势呈现多样化的特征。

塑料包装领域一般分为包装薄膜和容器及制品生产企业。近年来，随着包装材料、包装产品平稳增长，以及包装新材料、新工艺、新技术、新产品的不断涌现，塑料包装产业发展迅猛，但是产业集中度比较低。未来几年将会迎来包装行业的整合，包装企业的规模也会不断扩大，产业集中度将进一步增强。在该市场中，公司一直居龙头地位，在客户资源、产业链条、生产和销售网络布局、工艺技术、专业人才等诸多方面具有综合竞争优势。

三 会计数据和财务指标摘要

单位：元 币种：人民币

	2015年	2014年	本年比上年增减(%)	2013年
总资产	10,795,902,580.82	10,795,269,139.28	0.01	10,643,232,747.58
营业收入	8,389,753,641.56	8,501,350,497.07	-1.31	8,626,062,241.05
归属于上市公司股东的净利润	107,151,916.41	161,926,180.77	-33.83	227,921,167.13
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	84,844,240.72	124,135,872.70	-31.65	212,424,248.52
归属于上市公司股东的净资产	4,077,902,128.09	3,661,779,000.60	11.36	3,656,405,966.55
经营活动产生的现金流量净额	965,131,424.97	832,436,246.92	15.94	1,046,913,122.69
期末总股本	1,516,736,158.00	1,436,736,158.00	5.57	1,436,736,158.00
基本每股收益（元/股）	0.071	0.113	-37.17	0.16
稀释每股收益（元/股）	0.071	0.113	-37.17	0.16
加权平均净资产收益率（%）	2.78	4.38	减少1.60个百分点	6.19

四 2015年分季度的主要财务指标

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	2,062,390,265.89	2,276,262,120.39	2,120,431,087.19	1,930,670,168.09
归属于上市公司股东的净利润	31,313,143.88	154,861,811.92	-31,248,950.68	-47,774,088.71
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	30,534,228.83	151,708,854.29	-35,959,607.23	-61,439,235.17
经营活动产生的现金流量净额	-19,597,694.70	373,369,476.49	381,711,099.25	229,648,543.93

五 股本及股东情况

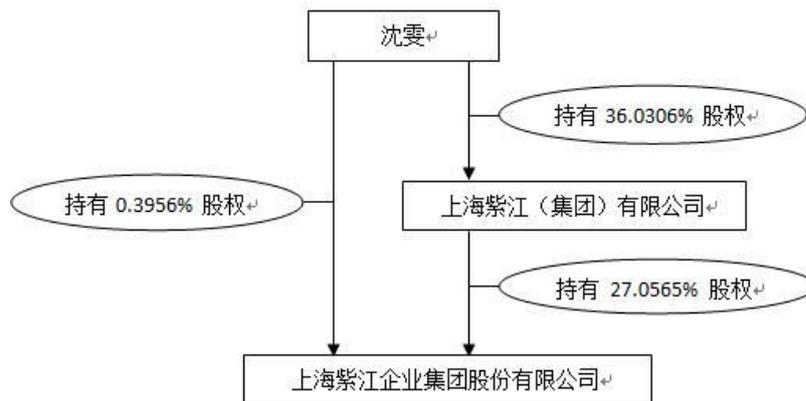
5.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）		154,018					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		147,262					
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	质押或冻结 情况		股东 性质
					股份 状态	数 量	
上海紫江（集团）有限公司	80,000,000	410,375,073	27.06	80,000,000	无		境内非国有法人
王玉	6,900,000	6,900,000	0.45		未知		境内自然人
沈雯		6,000,403	0.40		无		境内自然人
侯辉兰	3,701,289	3,701,289	0.24		未知		境内自然人
李山青	3,674,000	3,674,000	0.24		未知		境内自然人
过仲平	3,641,900	3,641,900	0.24		未知		境内自然人

王星雨	3,463,700	3,463,700	0.23		未知		境内自然人
黄允革	-3,070,980	3,000,000	0.20		未知		境内自然人
郑元庆	-1,809,394	2,804,500	0.18		未知		境内自然人
柯维榕	2,640,062	2,640,062	0.17		未知		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明		说明：沈雯先生为上海紫江（集团）有限公司实际控制人外，公司未知上述其他股东是否存在关联关系及一致行动人情况。					

5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

六 管理层讨论与分析

6.1 董事会关于公司报告期内经营情况的讨论与分析

2015年，全球经济持续低迷，国内经济增速放缓，市场需求不足。另外，由于互联网经济的带动，快消品行业逐步进入消费者主权时代。消费品行业的知名大企业在业绩增长上受到很大冲击，这些消费品行业的知名大企业采取了收缩策略，并且正从被动式收缩转向主动收缩，从而使得公司业务也受到了影响。面对复杂严峻的经济形势，公司管理层深入研究和分析，积极寻找解决方案，建立了以平衡计分卡为管理工具、以EVA为绩效评估核心的管理思路。公司全体员工在管理层的领导下，努力减少资源消耗、提升资源产出，使得效益得到改善，实现了稳健经营。

报告期内，公司实现营业总收入83.90亿元，比去年同期略降1.31%；营业总成本82.66亿元，比去年同期降低0.94%；实现营业利润1.56亿元，比去年同期下降27.61%；实现归属于上市公司股东的净利润10,715.19万元，比去年同期下降33.83%；经营活动产生的现金流量净额为9.65亿元，比去年同期上升15.94%。

2015年，公司董事会工作如下：

1、完成公司向上海紫江（集团）有限公司非公开发行人民币普通股（A股）8,000万股的登记备案工作，为公司补充流动资金、降低资产负债率、优化财务状况、降低偿债风险及公司的健

康稳定发展奠定基础。报告期内，经中国证券监督管理委员会证监许可[2014]1422号文核准，公司于2015年1月13日非公开发行80,000,000股人民币普通股（A股）股票，每股面值1元，每股发行价格为人民币2.60元。募集资金总额为208,000,000.00元，扣除各项发行费用合计4,487,281.80元，募集资金净额为203,512,718.20元。截止报告期末，本次募集资金已全部投入承诺项目且使用完毕无余额，募集资金专户已注销完毕。

2、针对2015年市场的变化，公司积极拓展新的市场，寻找新的客户。报告期内，公司一方面继续加强与老客户的合作，通过积极尝试各种方式的合作模式，捕捉市场机遇，调整产品结构，提升产品档次。另一方面，公司不断加强开发中小客户及新市场、新产品，大力推动功能性工业包装产品、高科技产品的产业化，努力培育新业务，如锂电池铝塑膜，太阳能背板，智能贴膜等，期待成为未来公司发展新的动力。

3、继续深化资产效率管理工作，优化公司资源，降低运营成本。公司大力推进各子公司资源的集中管理，整合公司运输资源。通过物流招标降低运输费用，推动公司集中采购，提升整体效益；通过与专业能源管理公司合作，积极推动节能减排项目，降低单位能耗，实现公司综合效益最大化；通过精益生产管理这一手段，提升公司运营水平。

4、公司倡导技术创新。报告期内，公司积极进行专利申报，提升公司的技术储备和无形资产。全年共申请专利59项，其中实用新型专利36项，发明专利19项，外观设计专利4项。全年共获得专利授权47项，其中实用新型专利36项、发明专利9项、外观设计专利2项。同时，公司在新材料的技术研发应用方面也取得了成果。其中，锂电池铝塑膜已经通过部分客户认证，应用领域包括中小型的3C电子产品和蓄能电池、电动汽车等。太阳能背板产品已为客户进行批量供应。近年公司研发的PET基温控智能节能贴膜是唯一一项通过国家住建部认定的应用于建筑玻璃节能的国家级薄膜产品科技成果，并经国家发改委重点节能技术项目审核，被收入国家重点节能技术推广目录中。

5、有序开展内控管理工作，加强现金流管理工作。一方面，公司有序开展内部控制自查工作，并针对自查中发现的缺陷进行疏通整改，认真总结，定期检查，确保公司安全经营。另一方面，加强现金流管理，提高公司资金使用效率，并定期督查检查，确保公司资金高效运转。

6、加强人力资源改善工作。近几年由于劳动力成本快速上升给企业经营带来压力，本年度公司将员工收入的提高与绩效挂钩，提倡一岗多能，精简机构，使得单位人力成本工业增加值较上年有所提高。公司大力开展精益管理培训，全面推行EVA考核体系，通过提升员工战略匹配计划，改善员工价值创造能力，为企业发展夯实基础。

7、报告期内，公司通过积极的投资者关系活动，积极宣传公司价值，广泛地与机构投资者以及中小投资者建立良好的沟通渠道。同时，公司上市以来连续分配现金红利，也得到了资本市场各方的广泛认可，公司入围中国上市公司协会评选的“2015中国最受投资者尊重的上市公司”活动，树立了上市公司的品牌和信誉。

6.2 董事会关于公司未来发展的讨论与分析

1、行业竞争格局和发展趋势

（1）行业竞争格局

饮料包装属于资金密集型行业，初期需要投入的资本性支出较大，且一般的灌装厂只会选择1-2家吹瓶供应商，而吹瓶厂的建立往往是与灌装厂直接连线生产，生产计划等需要匹配。目前国内市场中，瓶装水包装用产品的市场竞争十分激烈，但在碳酸饮料和热灌装饮料的包装品市场中，“两乐”、统一等跨国饮料公司主要采取与专业生产企业结成战略联盟形式满足包装的需要。由于上述软饮料巨头十分注重供应商提供包装产品的质量和性能，对产品原料来源、生产设备、技术工艺和质量标准都有严格规定，一般企业难以达到要求，而一旦被其纳入供应链体系，则具有长期、稳定的合作关系。

公司与珠海中富基于已有的规模优势和市场先入优势，行业新进入者市场拓展的空间比较狭小。长期来看，基于饮料巨头们对质量管理体系的严格控制，一旦形成长期稳定的供应关系，即具有很强的粘性。

（2）行业发展趋势

①行业受国家产业政策支持

中国包装工业的快速、健康发展和包装生产在促进国民经济建设、改善人民群众物质文化生活中的作用日益显现。随着《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》的发布，包装产业作为一个独立的行业体系，建立30年来第一次被列入国民经济和社会发展规划，特别是包装设备、包装新材料和高端包装制品，是“十二五”规划中包装行业应加快发展的重点。在上述重要发展规划的引导下，政府和行业主管部门预计将随之颁布相关配套政策以支持行业发展。

②下游主要行业发展稳定

饮料行业的蓬勃发展为本行业广阔前景提供了重要动力和基本保障。食品饮料行业是国家“十二五”规划发展的重要行业之一，目前我国饮料消费量尚低于世界平均水平，随着国家城镇化发展的有序推进和人民生活水平的不断提高，国内饮料市场发展潜力巨大。

饮料行业的持续发展决定了当前时期和以后较长时期的饮料包装业市场容量也将持续增长，且随着饮料行业产品结构的调整，饮料包装也将呈现更多样的发展格局。

2、公司发展战略

（1）关于包装业务

公司包装业务主要产品为：PET瓶及瓶坯、瓶盖、标签、喷铝纸及纸板、彩色纸包装印刷、薄膜等包装材料以及饮料OEM。主要是为饮料食品等快速消费品提供配套包装。公司作为细分行业的龙头公司，主要产品一直稳居较高的市场占有率。

公司容器包装事业部生产的PET瓶等包装材料在资金、技术壁垒、市场先入优势、规模优势以及跨国公司供应链壁垒等方面，基本呈现公司与竞争对手稳定的市场格局，占据了目标市场领先的市场份额。多年来，在与国际国内知名公司的合作中，无论在产品、质量和服务上还是在社会责任等文化层面上都获得了客户的认可和关注，将继续以连线生产、合资、管理输出等方式不断深化合作关系。

饮料 OEM 业务作为公司优化整合包装供应链并加以延伸的产业，在经过多年的培育后，由于其良好的经营管理效率和较强的成本控制能力，使得业务不断做大与做强，已处于同行业中的领先者，并分别于上海、南京、宁波、成都、桂林、合肥、沈阳等地开设了子公司，并与国内外知名品牌饮料建立了良好的合作关系，2015 年销量达 13 亿标瓶。

公司瓶盖标签事业部主要产品为皇冠盖和标签。皇冠盖主要用于玻璃瓶装的酒业与饮料业，其中以啤酒业为主，约占全部使用量的 90%。我国啤酒消费多年来一直呈现稳健增长态势，是世界上啤酒消费增长最快的地区之一。具有品牌、规模和市场优势的公司瓶盖标签事业部是国内最大的皇冠盖供应商，2015 年公司皇冠盖的销量达到了 183 亿只，约占到国内市场份额的 30% 左右，已连续 20 年位列国内同行业产、销量第一。鉴于人们对包装美观度的要求越来越高，整个行业的需求量尤其是高端客户的需求在快速增长，紫泉品牌锁定中高端客户，与著名品牌密切合作，发展前景广阔。近年来，该事业部更是注重产品研发与创新，提高了其持续竞争力，并已通过沈阳、广东、重庆等地开设子公司拓展新市场。

公司产品喷铝纸包材主要适用于烟草、啤酒、食品、药品和礼品等行业的包装，耗用资源明显小于铝箔复合纸，而且容易回收、燃烧，废弃后容易氧化降解，属于“绿色包装材料”的环保型产品，近年来，国家倡导建设资源节约型、环境友好型社会，因此，未来环保型包装材料将进一步增长。虽然烟草行业受国家产业政策的影响较大，但具有较大的潜力可挖，公司持续加强技术创新与工艺改进，调整产品结构，适时研发高档次产品，部分产品已代表了国内技术研发的先进水平，也为打开更为广阔的市场奠定了基础。

在薄膜产品方面，面对行业整体产能过剩等严峻的困难，薄膜生产企业苦练内功，积极进行管理模式的调整和产品技术水平的提升，并与科研院所合作，向工业化高端应用领域转型，主攻行业细分市场，提升产品技术附加值；同时，通过改善能源的利用效率，提高能耗管理水平，积极推动节能项目的实施。从长期来看，随着经济的发展和环保呼声的高涨，预计中高端塑料薄膜的需求量还将持续增长，我国高端塑料薄膜的市场前景看好。另外，公司注重新产品与技术的开发，公司薄膜业务将重点向工业用膜转型。公司控股子公司上海紫江新材料科技有限公司研发的具有自主知识产权的“锂电池铝塑膜”作为软包锂电池的封装材料，产品已经通过部分客户认证，有望打破日本企业的垄断，未来前景看好。公司子公司上海紫东薄膜材料股份有限公司的“PET 基温控智能节能贴膜”研发取得重大突破，作为建筑节能和汽车节能的贴膜，通过了国家住建部科技成果的评估。

彩色纸包装印刷应用面较广，市场空间较大，但竞争对手众多，可能出现低价格竞争。公司以持续改造为目标，凭借良好的服务意识和敬业精神以及多年与国际知名公司的合作经验，积极维护好与知名品牌客户的关系，并继续一如既往地开发新的品牌客户，改善业务结构，拓展新包装业务，减少低毛利率产品，严格控制成本，提升利润率，增强持续竞争力。同时，公司近年推出的精细瓦楞纸产品由于其环保、轻便、缓冲能力强等特点，受到市场的青睐，销量稳步上升。

公司始终贯彻做大做强包装业务的战略，以先进的理念对公司进行管理，精耕细作，不断创新，从而保证公司的稳健发展，在我国包装行业中占据较强的竞争地位和较高的市场份额，连续

13 年位列中国印刷企业百强前列。公司未来重点发展的包装产业与国民经济发展密切相关，具有广阔的发展前景。

(2) 商贸业务

作为公司新业务拓展的战略部署，上海紫江商贸控股有限公司通过收购等方式在江浙一带的城市、小城镇的市场布点中取得良好的成果。鉴于“十二五”期间，政府以扩内需、促消费为主基调，十八大报告中更是提出推动农村城镇化发展，因此，公司看好商贸业务的发展前景，今后公司将继续推动商贸业务，做好渠道建设，加强内部管理，确保该业务的稳健成长，同时，关注上海自由贸易区相关政策对公司外贸业务带来的机遇。

(3) 房地产业务

公司的房地产业务主要是别墅的建造与销售。

2015 年，全国房地产市场整体调控基调贯彻始终，不动产登记、保障房建设等长效机制工作继续推进，而限购、限贷等调控政策更多交由地方政府决策。但是，别墅市场用地稀缺，市场上新增别墅供应只能依靠现有的土地存量，因此，公司对自身的别墅项目充满信心。公司将继续依托“紫都·上海晶园”在市场上已取得的品牌效应，做好开发与建设，使其成为佘山这片特色区域中恒久经典的建筑艺术风景线。

(4) 创投业务

公司多年前就开始涉足创投领域，通过上海紫江创业投资有限公司和参股 20% 的上海紫晨投资有限公司从事投资业务，所投资项目上市后给公司带来了丰厚的回报。当然，创投业务具有高风险，公司会通过一系列的措施控制风险、分散风险。上海紫江创业投资有限公司投资的中航民用航空电子有限公司的项目正稳步推进中，其首个项目是为中国民用 C919 大型客机提供 3 个航电工作包：航电核心处理系统、综合显示系统、机载维护和飞行记录系统。现已全部交付使用并通过测试。截止到报告期末，C919 完成总装下线，共计订单总数达到 517 架，涉及国内外 21 家用户。

3、经营计划

公司将继续坚持在董事会的领导下，以持续发展为宗旨，积极拓展新市场、新客户，不断提高企业的综合竞争实力和抗风险能力，促进公司的健康平稳发展。

2016 年，公司将重点做好以下工作：

(1) 公司将进一步加大锂电池铝塑膜、智能贴膜等新产品研发的投入，大力开拓市场，快速实现量产；太阳能背板力争挤入主流供应商行列；镁合金产品要进入日本高端相机供应商行列；二维码印刷技术要在印刷包装企业实现大规模生产与销售；饮料产业集群要在高端水市场中等规模品牌客户中寻找突破，并关注在乳饮料、鲜果饮料以及酒饮料的广泛应用以及相应的技术创新；商贸企业要借当前的品牌商重新整合渠道的机会，争取与大品牌公司形成新的战略联盟，寻找区域总代理的机会，将业务做实做稳。

(2) 进一步深化资产效率管理工作。一方面，公司将继续加强应收款与应付款的管理，控制库存，确保资产管理机制的长期性、有效性。另一方面，公司将推进和深化集中采购，统筹规划、

优化配置公司资源，加快内部资源整合，优先将资产调整到更加安全、长期的项目之中，以提高公司资源的使用效率。

4、可能面对的风险

（1）国内外经济形势波动的风险

欧美等国的经济有复苏迹象，但其实现经济增长尚存在不确定性，国际经济下行的风险仍然存在；国内经济增速持续放缓，投资增速降低；不容乐观的国内外经济将影响民众的实际消费能力，可能为消费品提供配套包装业务的企业带来不利影响。

对策：公司将开拓新客户，加强销售，提高生产效率，控制生产成本，增强抗风险能力。

（2）原材料价格变动的风险

作为公司产品重要原材料的聚酯切片及其它化工原料价格受国际市场原油价格因素影响，目前主要原材料价格走势较为疲软，但存在着价格波动风险。

对策：一方面，公司密切跟踪国际原油价格变化以把握原材料价格走势，利用原材料季节性供求关系变化，及时调整库存策略与数量；采取公开询价、集中采购等措施，降低原材料价格风险；另一方面，通过采用来料加工，收取加工费等不同的生产方式，减少原料价格波动的影响；另外，进行技术升级，降低产品原材料耗用量。

（3）食品饮料行业季节影响的风险

饮料产品通常会随气候的季节性变化而呈现淡旺交替的周期性变化，由于公司大部分产品为食品、饮料厂商配套，因此产品的销售会随季节的变化以及天气的变化受到一定影响。

对策：公司将增加产品品种，利用淡旺季交替安排产销结构，减少饮料的季节性变化销售的负面影响；围绕主业，发展多元化的产品结构，增加其他包装产品在公司业务结构中的比重，以降低对饮料行业的依赖。

（4）房地产行业受宏观政策调控影响的风险

2016年初，货币、财税、土地等多项房地产政策齐出，房地产政策向市场化回归。但是不动产登记、保障房建设等长效机制工作继续推进，限购、限贷等调控政策仍然给房地产业务带来诸多不利因素。

对策：虽然宏观政策的变化在一定程度上限制和制约了房地产企业的快速发展，但是，房地产行业的长期发展还是看好。公司开发的紫都·上海晶园别墅项目在目前调整商品房供应结构的情况下将属于稀缺品种，公司将利用前期打下的紫都·上海晶园在上海别墅豪宅中和高端客户中的知名度，在别墅开发中不断创新、提升与完善，注入新的概念与元素，为后续销售做好充足准备。

（5）新产品市场开拓风险

公司在进行新产品推广的过程中，将面对新产品市场的激烈竞争，市场开拓能否成功具有一定的风险。

对策：公司将对新产品的市场进行充分调研和论证，结合子公司实际的设备、产能、技术情况和新产品的区域市场情况，合理布局，优化配置。此外，将通过技术创新，提升新产品在市场的竞争能力。

七 涉及财务报告的相关事项

7.1 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，公司应当说明情况、原因及其影响。

不适用。

7.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

不适用。

7.3 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

1、2000年3月，公司以人民币3,320万元人民币收购上海紫江（集团）有限公司所持有的上海利士包装有限公司45%股权，2015年8月31日公司与REX HOLDINGS PTE LTD签订《股权转让协议》，以人民币5,580万元收购REX HOLDINGS PTE LTD持有的上海利士包装有限公司55%股权，此次股权转让完成后，公司持有上海利士包装有限公司100%股权，纳入本期合并报表范围。

2、本期新设济南紫江企业有限公司，持股比例100%，自成立之日起纳入合并范围。

3、本期新设南京紫乐饮料工业有限公司，持股比例75%，自成立之日起纳入合并范围。

4、本期公司子公司上海紫江新材料科技有限公司因派生分立增设上海紫颀包装材料有限公司，分立后两家公司的股权结构保持不变，公司持股比例75%，并约定根据历史经营和业务分立情况进行财产分割和债权、债务承继。

5、公司子公司上海紫诚投资管理有限公司于2015年2月注销。

7.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

不适用。

董事长：沈雯

上海紫江企业集团股份有限公司

2016年4月28日