

上海翔港包装科技股份有限公司

2020 年度董事会工作报告

2020 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，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 2020 年度董事会工作报告如下：

一、公司 2020 年主要经营工作回顾

2020 年，面对突如其来的新冠疫情，在公司董事会的领导下，通过管理层和全体员工的共同努力，公司基本完成了年初的既定目标，主营业务收入稳中有升。但由于疫情的影响，以及产业链各环节流通成本上升、原辅材料价格持续上涨、行业环保要求不断提高、终端消费分级现象加剧传导至上游包装价格承压等多重不利因素所致，公司利润业绩指标有明显下滑。

另外，对于公司现有主业所处的包装印刷业来说，2020 年延续了近年来的趋势，国际国内的行业整合继续加剧。首先，随着多元化和信息化浪潮对传统企业的影响，行业内的企业并购行为持续活跃，由整个印刷市场的多轮洗牌引发的产业集中化程度继续不断提高、企

业数量不断减少。其次，除了上游原辅材料价格较前几年相比波动明显加剧之外，全行业环保要求、制造端自动化程度的也在不断提高，叠加上终端市场消费模式分级深化等等现象的影响，传统包装印刷行业真正迎来了挑战与机遇并存的崭新时代，也对印刷包装企业的经营管理者提出了更高的要求。

在这样的背景下，报告期内，公司在深耕传统印刷包装主业的同时，通过成功发行可转换公司债券募集资金，由子公司上海瑾亭化妆品有限公司（项目实施主体）顺利推进了“化妆品生产建设项目”和“化妆品研发检测中心项目”（以下可合称“募投项目”或“化妆品项目”）。化妆品项目主要为化妆品 OEM 相关业务，公司计划合理利用多年来在日化包材领域积累的包括雅诗兰黛、联合利华、百雀羚、相宜本草、上海家化等知名品牌在内的优质化妆品客户资源，通过逐步推进募投项目新增的化妆品代工业务，与原先公司的主业印刷包材业务（外包材）未来形成协同效应，达成更全面的一体化供应，降低客户的采购成本，提升自身的供应效率，形成订单联动和增量包材业务。虽然突如其来的新冠疫情一定程度上延缓了公司前述化妆品项目的实施进度，但公司适时调整市场策略，积极开发了部分新兴的国内品牌，并通过先后收购久塑科技（上海）有限公司、擎扬包装科技（上海）有限公司两家主营日化产品（内包材）业务的子公司，持续丰富公司的日化产品线，力争早日达成“打造日化产品一站式供应链”的战略目标。

报告期内，在公司董事会的领导、管理层的努力下，公司基本完

成了年初的销售既定目标，主营业务收入有所增长，但由于印刷包装业务受到新冠疫情的影响，上游供应端的竞争加剧和原材料价格上涨，部分以消费品为主的下游包材客户需求减少，以及前述化妆品项目的持续实施投入，导致公司利润等经营业绩指标与去年同期相比则有明显下滑。

公司 2020 年全年实现合并营业总收入 483,937,621.08 元，与上年同期相比增加 48.83%；实现归属于上市公司股东的净利润 7,945,656.13 元，与上年同期相比减少 46.34%；报告期末，公司总资产为 932,774,190.46 元，较年初增加 36.05%；归属于公司股东的净资产为 600,817,820.43 元，较年初增加 11.81%。

同时，受主要原辅材料价格上涨、执行新收入准则后将运费归至营业成本及以消费品为主的下游包材客户采购价格波动的影响，公司报告期内主营业务毛利率下降了 2.68 个百分点。公司已经通过提升直通良率、提高生产效率、提高自动化包装水平、优化生产制造流程等多项措施主动应对成本上涨带来的压力，同时以前述化妆品募投项目为切入点，积极探索原有主营业务衍生产业链，力争以“成为日化产品集成一站式供应商”为发展方向，寻求新的盈利增长点。

二、公司 2020 年度董事会工作情况

（一）董事会会议情况

1、2020 年 2 月 24 日公司召开公司第二届董事会第二十一次会议，审议通过了关于公司《关于进一步明确公司公开发行可转换公司

债券方案的议案》、《关于公司公开发行可转换公司债券上市的议案》。

2、2020年3月12日公司召开公司第二届董事会第二十二次会议，审议通过了关于公司《关于收购久塑科技（上海）有限公司70%股权的议案》、《关于公司向银行申请综合授信额度的议案》、《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》。

3、2020年3月23日公司召开公司第二届董事会第二十三次会议，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》、《关于提请召开公司2020年第二次临时股东大会的议案》。

4、2020年4月8日公司召开公司第二届董事会第二十四次会议，审议通过了《关于公司使用募集资金置换预先投入募集资金投资项目自筹资金的议案》。

5、2020年4月17日公司召开公司第二届董事会第二十五次会议，审议通过了《关于向控股子公司提供借款的议案》。

6、2020年4月29日公司召开公司第二届董事会第二十六次会议，审议通过了《2019年度总经理工作报告》、《2019年度董事会工作报告》、《2019年度报告及其摘要》、《2019年度财务决算报告》、《关于公司2019年度内部控制评价报告》、《2019年度独立董事述职报告》、《2019年度董事会审计委员会履职情况报告》、

《2019年度利润分配预案》、《关于公司董事、监事、高级管理人员2019年度薪酬的议案》、《关于会计政策变更的议案》、《2020

年第一季度报告》、《关于提请召开公司 2019 年度股东大会的议案》。

7、2020 年 6 月 24 日公司召开公司第二届董事会第二十七次会议，审议通过了《关于〈公司 2018 年限制性股票激励计划（修订稿）及其摘要的议案〉、《关于〈公司 2018 年限制性股票激励计划实施考核管理办法（修订稿）〉的议案》、《关于提请召开公司 2020 年第三次临时股东大会的议案》。

8、2020 年 7 月 17 日公司召开公司第二届董事会第二十八次会议，审议通过了《关于拟回购注销部分限制性股票及调整公司 2018 年限制性股票激励计划回购价格的议案》、《关于提请召开公司 2020 年第四次临时股东大会的议案》。

9、2020 年 8 月 19 日公司召开公司第二届董事会第二十九次会议，审议通过了《关于收购擎扬包装科技（上海）有限公司 100%股权的议案》。

10、2020 年 8 月 28 日公司召开公司第二届董事会第三十次会议，审议通过了《2020 年半年度报告及其摘要》、《关于回购注销部分股权激励对象限制性股票的议案》、《2020 年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》、《关于提请召开公司 2020 年第三次临时股东大会的议案》。

11、2020 年 9 月 14 日公司召开公司第二届董事会第三十一次会议，审议通过了《关于向全资子公司提供借款的议案》。

12、2020 年 10 月 19 日公司召开公司第二届董事会第三十二次会议，审议通过了《关于向控股子公司提供借款的议案》。

13、2020 年 10 月 29 日公司召开公司第二届董事会第三十三次会议，审议通过了《2020 年三季度报告及其摘要》、《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》、《关于变更会计师事务所的议案》、《关于提请召开公司 2020 年第六次临时股东大会的议案》。

14、2020 年 12 月 2 日公司召开公司第二届董事会第三十四次会议，审议通过了《关于向全资子公司增资的议案》。

（二）董事会对股东大会决议的执行情况

2020 年公司共召开一次年度股东大会、六次临时股东大会，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。2020 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

2020 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。

三、 公司 2021 年主要工作计划

（一） 公司业务所处行业背景分析及未来发展计划

1、行业格局趋势

作为我国国民经济的重要行业之一，印刷包装市场近年来总体持续稳步增长。根据有关行业报告统计，2017 年至今我国印刷业仍呈现稳中有升的态势，印刷总产值、规模企业资产总额每年均超过万亿元规模。保守估计我国的包装印刷业在未来几年内仍将保持稳定的发展速度。同时，根据世界包装组织的有关统计，美国的纸包装行业集中度达到 70%，中国台湾地区的集中度达到了 50%，澳洲的集中度更是达到了 90%，而公司作为中国纸包装行业细分子行业区域领头羊，

营收占中国市场份额尚不到 1%，未来仍具有较大的发展及整合空间。

2、产业发展趋势

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。

进一步分析目前公司包材主要应用的日化消费品、化妆品领域（同时也是目前公司逐步拓展的 OEM 代工主要方向），随着居民生活水平的不断提高和对于个人颜值要求的日趋提升，化妆品消费逐渐成为居民日常生活的刚需，化妆品市场近年来也迎来了十分强劲的增长。中国美妆和个人护理市场规模从 2013 年的 2000 亿元上升至 2019 年的 4000 亿元，限额以上化妆品零售额由 2013 年的 1600 亿元上升至 2019 年的 3000 亿元，在所有消费品类中位居前列。并且随着消费者消费水平的改善与消费习惯的改变，化妆品市场景气度持续向好，未来美容个护行业规模有望继续保持高增长。

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。

3、基于行业背景分析基础上的公司未来发展计划

公司未来仍将致力于包装印刷产品的研发、生产、销售，为客户提供一体化的包装印刷解决方案，继续以“包装让生活更美好”为企业使命，紧跟国家政策引导及行业发展方向，把握国际行业发展轨迹和产品流行趋势，加强技术研发、提高产品品质和服务水平，努力向着“中国包装印刷行业领跑者”的目标不断前行。

同时，公司在深耕现有印刷包装主业的基础上，已经在报告期内全面启动了“化妆品生产建设项目”和“化妆品研发检测中心项目”，项目主要为化妆品 OEM（逐步拓展到 ODM）相关业务，公司计划合理利用多年来在日化包材领域积累的包括雅诗兰黛、联合利华、百雀羚、相宜本草、上海家化等知名品牌在内的优秀化妆品客户资源，通过逐步推进募投项目新增的化妆品代工业务，与原先公司的主业印刷包材业务未来形成协同效应，达成一体化供应，降低客户的采购成本，提升自身的供应效率，并带来增量包材业务进而提升 IPO 募投项目的产能利用率。

基于此，公司未来发展重点将围绕以下四个方面开展：

一是继续加快智能化新工厂的建设，不断提升生产环节的信息化和自动化水平，不断向智能化制造转型升级。

二是要继续深化技术创新。不仅要在新材料、新结构、新工艺方面持续投入，还要积极探索在“互联网+包装”这一领域的发展机会，持续开发优化防伪追溯包装、AR 包装、消费者互动智能包装等前沿技术，提供给客户更多的高科技含量的增值服务。

三是努力在确保现有以日化领域为主的包材业务规模基础上，不断开发新包材市场，提升企业的盈利能力。（报告期内，公司已开始进入电子消费产品包装领域。）

四是积极利用多年来在日化包材领域积累的优质化妆品客户资源，通过继续推进化妆品代工业务，与公司现有的主营印刷包材业务在未来形成协同效应，争取早日实现成为“日化产品集成一站式供应商”的发展目标。

所有这些目标的实现，都需要管理层通过提升管理、提升服务、提升产品附加值、提升成本控制能力等措施来实现规模、效益的同步增长。

（二）公司2021年度工作展望（含2020年度回顾）

2021 年，公司将重点围绕以“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”等六项工作为主线，实抓外部机遇、提高内部效率、开源节流降本、继续做大做优主营业务，并在此基础上积极探索产业链衍生产品市场（从外包材向内包材以及日化品内容物 OEM 领域的一体化发展），争取创造新的盈利增长点。

1、强化内部管控制度

2019 年，公司公开发行可转换公司债券的申请通过中国证券监督管理委员会审核，并于报告期内（2020 年 2 月 28 日）获得发行核准，公司公开发行了 2,000,000 张可转换公司债券，发行总额 20,000 万元人民币。

在获得进一步发展资金的同时，公司也迎来了新的挑战。公司管理层要虚心接受可转债督导机构的适时辅导和建议，继续严格执行行业已建立的各项内部控制制度，定期加强有关部门和人员对法律法规、政策制度的培训和学习，并在实际工作中适时对制度加以修订和完善。报告期内，公司试运行的制度（或措施）有《内部档案管理制度》、《反舞弊体系建设》，并在此基础上设立了新的档案管理中心，内部公示了新的反舞弊热线、信箱、邮箱。同时，报告期内，公司修订的制度有《印章管理制度》（逐年修订完善）、《对外投资管理制度》、《对外捐赠管理制度》等。

2021 年公司内审部门要继续保持与董事会审计委员会的及时沟通，在实践中不断完善工作细则，提高内部审计的及时性和重要流程管控的完整性。公司控股子公司上海瑾亭化妆品有限公司作为前述化妆品募投项目的实施主体，以及报告期内新收购的擎扬科技、久塑科技两家日化领域的内包材企业，均应该是未来管控的工作重点。

报告期内，公司响应监管机构的号召，认真开展了对照新《证券法》的自查工作。公司由董事会秘书办公室牵头，本着实事求是的精

神和对公司规范发展负责的态度，开展了包括积极组织有关人员参与多方位多渠道学习、对照学习内容自查等措施在内的一系列落实新证券法的工作，公司产品所处的细分市场，属于比较传统的轻工制造业，业务体量相对较小，正处于产业链整合、发展阶段，尚未出现达到重大资产收购标准的对外投资项目。随着公司规模的发展，通过此次落实新证券法的工作，公司管理层更加认识到理解新法、细化管理、管控风险的重要性。公司计划扩大内部学习、宣讲的范围，特别是要严格按照新《证券法》及相关细则关于内幕信息的管控要求，继续细化公司内部相关保密制度，限定参与策划或有收并购项目讨论的人员范围，采取更严格的保密措施，在及时履行相关信息披露义务的同时，未雨绸缪，杜绝未来相关内幕信息知情人利用内幕信息进行交易行为的发生，守好合法合规的底线。

2、提升产品科技含量

2021 年，公司将继续在技术创新上加大投入，继续完善创新机制，各项创新应在把握市场变化趋势的同时继续紧跟客户需求，不仅要在新材料、新结构、新工艺方面持续投入，还要继续积极探索在“互联网+包装”这一领域的发展可能，持续开发、优化防伪追溯包装、AR 包装、消费者互动智能包装等前沿技术，提供给客户更多的高科技含量的增值服务。

同时，公司也将继续加强与国际专业机构和战略合作伙伴的交流与合作，充分利用高新技术企业和上海包装印刷工程技术研究中心的平台，在关注国际前沿技术、保持技术领先地位的同时，为企业的转

型和升级继续夯实基础。

3、开拓订单协同效应

报告期内，因为众所周知的新冠疫情影响，以及原辅材料价格的持续上涨，同时也因为终端消费分级现象加剧等因素传导至上游包装价格承压，公司的销售队伍感受到了很大的压力。2021 年，公司将在继续大力开拓国际国内市场的同时，加强目标客户的有效项目管理，继续着力组建针对不同客户的项目开发和维护团队，整合内部资源以支持销售开拓市场。公司不断完善、丰富产品线，力求确保在精品礼盒、食品吸塑等产品上呈现特色的同时，继续积极寻求在电子消费产品领域和烟草包装领域的突破。

在此基础上，公司将进一步加强与重点客户的深度合作，继续提倡“我与客户换位思考”的销售理念，通过深入推进前述的化妆品代工业务，与原先公司的主业印刷包材业务在未来形成协同联动效应，力争参与客户的产业布局，提高公司一体化服务水平，降低客户的采购成本，增加与客户的粘性。报告期内，前述订单联动的构想已经得到了部分用户的肯定，公司已经获得了少量包括外包材、内包材、内容物在内的日化类一站式采购订单。

4、推进智能环保制造

公司一直致力于打造国内领先的包装印刷智能工厂，在 IPO 募投项目临港新生产基地的规划之初，就已着手布局智能工厂。随后，自动化立体仓库、物流搬运车、机器人智能分拣码垛系统以及 ERP 系统的逐步启用，并取得了一定的效果。

报告期内，面对年初“返乡员工复工难”的局面，公司继续全面提升信息化水平，完善了 ERP、MES、WPS 三大系统的整体实施，让先进的生产设备与柔性物流系统基本实现了无缝对接，从而更有效地减少了低效的人工作业环节，实现了更快速高效的物料运转，基本解决了因疫情造成的人员用工问题。

同时，公司上下仍然要齐心协力，各部门要配合新一代信息系统建设的完善推进，继续严格按照系统要求进行操作，坚决杜绝跨越流程办事现象的发生，这不仅能配合落实降本增效的工作，也能为公司的管理从执行层面设立全新标杆，为公司以后的业务扩展和管理模式复制打好基础。

5、建设内部激励体系

优秀人才的缺乏是制约每个处于快速发展期企业的“瓶颈”，公司长期重视内部人才培养和外部人才引进，配合合理有效的激励机制，把完成梯队建设作为常抓不懈的重要指标、长期任务，创造适合人才成长、发现和发展的环境和平台。

2018 年，公司依据相关法律法规，分期实施了股票激励计划，以充分激发公司管理人员和核心员工的积极性，更有效地将股东利益、公司利益和经营管理层利益结合在一起，使各方共同关注公司的长远发展。报告期内，按照原先的股权激励计划，公司 2020 年净利润达到 6,800 万元方可完成当期股权激励计划的解锁，但是由于受到美国加征关税以及新冠疫情的突发影响，导致公司难以完成该利润指标，是原股权激励计划中不可提前预知的，与当时公司考虑的市场和

行业环境存在了重大差异。为此，经公司调研论证后，为保护公司和股东的长远利益，进一步激励公司的核心技术人员及业务骨干人员继续保持攻坚克难的奋斗精神，与公司共渡时艰，公司在原有净利润考核指标基础上新增了一个营业收入考核指标也即公司 2020 年营业收入较 2017 年同比增长 40%或 2020 年净利润较 2017 年同比增长 40%均可进行限制性股票的解锁，上述指标在目前的大环境形势下仍然是具有较高挑战性的业绩目标。修订后的业绩考核指标更加有利于公司结合实际，能够充分调动骨干员工的积极性，进一步凝聚人心，激励核心团队与公司共渡时艰。

2021 年，公司要继续贯彻“以人为本”的人力资源管理理念，完善人才储备战略，用 3-5 年时间推行实施“骨干继任者”计划，逐步完成梯队的搭建工作。继任者主要考虑当前各部门可培养对象、管培生等。各个部门负责人必须亲自拟定培养方案，并纳入 KPI 指标，人力资源部则应予以全程技术支持，以适时维持一支与公司发展战略相匹配的管理人员、技术人员、骨干员工队伍，保障公司对人才的需求。

6、积极承担社会责任

公司一直坚持大力提倡绿色生产加工，推广数字化工作流程。近年来，一系列节能减排方向的技改技革措施的不断推出，无形中提升了公司产品的环保技术指标，也强化了公司自成立以来就在行业内树立的积极承担企业社会责任的良好形象。

报告期内，在节能方面，公司继续以清洁生产的管控工作为切入

点，配合生产全面信息化的建设工作，深入作好了定量核算和管理，深化均衡生产，严控计划流程，进一步提高效率，减少浪费，降低能耗。公司一贯坚信所有为打造“绿色环保”所付出的努力，在可见的未来不仅能增加产品和服务的附加值，也能在一定程度上提高细分行业的技术壁垒，拉大差异化竞争的空间。

在员工权益保护方面，公司将继续严格遵循有关政策法规的要求，规范雇佣管理，完善薪酬分配制度，特别是要积极承担社会责任，帮扶患病及生活困难的员工（包括提供经济补助，由工会组织员工募捐等）。多年来，公司一直坚持雇佣了一定数量的残疾员工，得到了所在地政府的多次褒扬。

同时，报告期内，在全民抗击新冠疫情期间，公司客服了春节后部分外地员工无法及时返岗的客观困难，积极调配资源，优先满足有防疫任务（如消毒液等消杀类产品）的日化类客户的要求，积极承担了企业应尽的社会责任。

展望来年，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

2021 年 4 月 27 日