

证券代码：002701

证券简称：奥瑞金

公告编号：（奥瑞）2022 - 001 号

奥瑞金科技股份有限公司 2021 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

不适用。

董事会审议的报告期普通股利润分配预案

以 2,573,260,436 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.36 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

不适用。

二、公司基本情况

1、公司简介

| | | | |
|----------|----------------------|----------------------|--------|
| 股票简称 | 奥瑞金 | 股票代码 | 002701 |
| 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 | 高树军 | 石丽娜 | |
| 办公地址 | 北京市怀柔区雁栖工业开发区 | 北京市怀柔区雁栖工业开发区 | |
| 传真 | 010-85289512 | 010-85289512 | |
| 电话 | 010-85211915 | 010-85211915 | |
| 电子信箱 | zqb@orgpackaging.com | zqb@orgpackaging.com | |

2、报告期主要业务或产品简介

(1) 行业发展的基本情况与趋势

金属包装行业在我国 20 世纪 80 年代发展至今已成为包装行业不可或缺的一部分，对于食品饮料细分市场，金属包装更是集环保、方便运输、印刷精美于一身。根据 Euromonitor（欧睿）统计，2021 年，金属包装在国内饮料和酒精类饮品中销售占比已达到 17.99%，同比增长 6.5%，增速位于其他包装（玻璃、塑料、纸包装、复合纸包装等）之首，在疫情时期更体现出行业强劲的修复能力。同时，随着居民收入水平提高和数字化时代到来，金属包装行业经历了从工业化到智能化、绿色化、服务化的历史演变。

a 个性化与智能化适应新时代消费趋势

随着消费者认知的不断提升，消费者对包装的需求已经不止于储存和保护，更是上升到包装的美观性、便利度、防伪、溯源及保温保鲜功效，甚至环保等多样层面，包装越来越能影响人们的购买行为，一个好的包装可以让产品具有更好的说服力，产品包装已被融入和赋予更多的元素，未来创新性的、高端化的、智能化的产品包装将具有更强的竞争优势，并为企业带来新的盈利点，也将成为后续拉动金属包装需求的主要力量。

b 从单一化走向一体化的商业模式创新

在数字化生存时代，消费者的偏好和购买行为在持续发生变化，消费品的生命周期也在以前所未有的速度缩短。下游食品饮料企业的战略重心在向品牌和渠道转移，这就对包装供应商提出了更多和更高的要求以适应产业的变化，金属包装行业也从产业链中游向全面延伸——从产品孵化期即切入服务，贯穿品牌定位、包装设计、营销策划，直到包装制造和灌装服务，提供一整套完整的解决方案，倒逼包装企业从传统的制造商逐步升级成为客户的深度配套合作伙伴。

c 循环经济引领金属包装产业探索绿色发展模式

“绿色、低碳、环保”是未来包装行业发展的重要目标。国家限塑政策陆续出台，金属包装绿色环保、易回收利用的特性与其他包装形式相比具有较强优势，但目前其在饮料包装整体占比中仍然处于较低水平，随着限塑令的继续推进，金属包装渗透率及市场规模有望进一步提升。此外，在环保材料方面，覆膜铁及其应用技术是打破国外关键技术封锁的核心项目，是国内企业通过自主研发的成功案例。国产覆膜铁的出现，一方面标志着国内在金属包装领域的安全、环保问题得到有效提高，另一方面也代表着中国金属包装的材料和制造技术达到国际先进水平。

同时，随着《“十四五”城镇生活垃圾分类和处理设施发展规划》和《“十四五”循环经济发展规划》的出台，行业对产业发展废物的资源化、低碳化管理也提出了新的要求。易拉罐从制罐包装到饮料销售、空罐回收、重熔再生、铸造轧制再到制罐包装这一闭环生产模式（Can to Can）在国外早已存在，中国虽然已经是 UBC（used beverage can）回收率全球最高的国家，但 Can to Can 的循环利用率与国外发达国家差距很大，未来建立完善的 Can to Can 回收产业是金属包装行业走可持续发展道路的重要课题。

（2）所处的行业地位

公司始终秉承“包装名牌、名牌包装”的发展理念，遵照为快消品客户提供最优的综合包装整体解决方案和服务的战略定位，坚持走创新驱动可持续发展的道路，持续推进产品和服务创新，保持公司的可持续发展。公司是国内金属包装行业首家 A 股上市公司，在布局完整性、业务规模、盈利水平、综合配套服务能力方面处于国内领先地位。同时，在营收规模同行业领先的基础上，公司在新材料应用、新罐型开发、新服务模式拓展、金属包装回收再利用等方面不断取得新进展，作为国内金属包装领域创新包装服务的引领者，始终走在行业的前端。

在罐型创新设计方面，自 2016 年起公司加强差异化产品开发，如碗罐、酒杯罐、葫芦罐、哑铃罐、灯笼罐、修身罐、中国尊、茶叶罐、复合盖等创新产品近 50 款，并在奶粉、精酿啤酒、高端滋补品等领域助力客户实现产品增值。公司创新产品屡次斩获国际、国内创新奖项；在智能化服务方面，公司是行业中最先开展信息化业务的企业，且始终保持行业领先地位；在商业模式创新方面，公司在行业中率先完成了从单一的金属包装制造商向提供综合包装整体解决方案服务商的转变，整合产业链资源，从产品设计、包装制造、灌装服务、营销服务、品牌管理，为客户提供一站式管家服务。在新材料应用方面，公司践行产业绿色发展模式，自成立之初坚持探索创新各种低碳、环保、绿色的包装材料，从早期的仿瓷涂料、粉末补涂、DR 材、到近些年的覆膜铁，在国内率先开展覆膜铁的研发与市场化推广。在可持续发展方面，公司在“金属包装回收再利用技术”研究领域处于国内领先水平。2020 年 10 月，公司联合产业链各界力量在国家“无废城市”试点地区浙江绍兴成立了国内第一家“包装物回收中心”——有伴智瑞，推行“循环经济”生产模式，实现产品的绿色化、功能化、智慧化发展的实践。

（3）公司主要业务、主要产品

公司主要业务是为各类快消品客户提供综合包装整体解决方案，涵盖包装方案策划、以

各类金属易拉罐为主的包装产品设计与制造、灌装服务、基于智能包装载体的信息化服务等。主要服务饮料与食品行业客户，其中，饮料类客户领域包括功能饮料、茶饮料、啤酒、乳品饮料、植物蛋白饮料、果蔬汁、咖啡饮品、碳酸饮料等；食品类客户领域包括奶粉、八宝粥、燕窝、调味品、罐头食品、干果、大米、茶叶、宠物食品等。

公司主要产品为金属包装产品及服务，为客户提供满足产品需求的三片罐、二片罐金属包装及互联网智能包装等创新服务，同时为客户提供灌装OEM一体化综合服务。公司主要服务的快消品品牌有红牛、飞鹤、君乐宝、旺旺、露露、林家铺子、东鹏特饮、战马、健力宝、安利、百威啤酒、青岛啤酒、燕京啤酒、雪花啤酒、加多宝、可口可乐、百事可乐、元气森林、天地壹号等。

产品差异化竞争策略是公司增强核心竞争力的有力保障，公司持续自主研发，提升创新能力，结合市场和客户需求，采用系统化产品设计、开发和配套服务体系，为客户量身定做创新方案，提供综合包装解决方案。公司始终坚持推进智能包装战略，以智能包装为入口，在移动互联网营销、数据服务、企业服务以及其他相关衍生服务领域拓展业务。

（4）主要经营模式

公司坚持“与核心客户相互依托”的发展模式，在原有生产业务基础上，在差异化包装设计、灌装服务、智能包装综合服务等新领域加大对客户的服务力度，不断维护和稳固核心客户的合作关系，增强客户粘性；同时持续完善和拓展生产布局，提升开发新客户的能力。在供应端，公司与国内马口铁、盖子、铝材等主要供应商结成长期战略合作关系。公司力求打造具有竞争优势的完整的产、供、销体系，在供应链、生产布局、客户资源等方面已建立起强有力的竞争优势。

采购模式

公司采取集中采购，分散执行的采购模式。对主要原材料和辅料，公司统一进行供应商的选择与评定，并统一由公司与重要的供应商签订长期协议，各分子公司根据未来的生产任务具体执行原辅料采购。公司与重要供应商结成战略合作关系，确保主要原材料的供应稳定。

生产模式

公司采取“跟进式”生产布局，跟随核心客户的生产布局建立生产基地，以最大程度地降低运输成本，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，避免出现产品积压的情况。

销售模式

公司主要产品采取直接面向客户进行销售的方式。公司与主要核心客户签订长期战略合作协议巩固合作关系。

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

追溯调整或重述原因：同一控制下企业合并

单位：元

| 项目 | 2021 年末 | 2020 年末 | 本年末比上年末 增减 | 2019 年末 |
|------------------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
| 总资产 | 16,651,864,068 | 15,913,080,775 | 4.64% | 15,625,453,221 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 7,558,966,749 | 6,978,206,692 | 8.32% | 5,250,792,173 |
| 项目 | 2021 年 | 2020 年 | 本年比上年增减 | 2019 年 |
| 营业收入 | 13,884,980,323 | 11,549,626,949 | 20.22% | 10,345,990,301 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 905,117,230 | 756,305,672 | 19.68% | 560,751,738 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 798,496,135 | 521,592,477 | 53.09% | 592,463,498 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 1,182,809,536 | 781,521,386 | 51.35% | 1,630,041,105 |
| 基本每股收益（元/股） | 0.37 | 0.32 | 15.63% | 0.24 |
| 稀释每股收益（元/股） | 0.36 | 0.31 | 16.13% | 0.24 |
| 加权平均净资产收益率 | 12.28% | 13.02% | -0.74% | 10.80% |

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

| 项目 | 第一季度 | 第二季度 | 第三季度 | 第四季度 |
|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 营业收入 | 3,289,348,965 | 3,691,740,256 | 3,650,311,958 | 3,253,579,144 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 291,385,789 | 290,345,466 | 244,106,290 | 79,279,685 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 283,317,973 | 274,022,647 | 228,136,038 | 13,019,477 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 370,332,649 | 406,086,358 | 352,776,038 | 53,614,491 |

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

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

单位：股

| 报告期末普通股股东总数 | 52,056 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 52,577 | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数 | - | 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 | - |
|---|---------|---------------------|-------------|--|------------|---------------------------|---|
| 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、标记或冻结情况 | | |
| | | | | | 股份状态 | 数量 | |
| 上海原龙投资控股（集团）有限公司 | 境内非国有法人 | 36.33% | 889,257,092 | | 质押 | 358,759,220 ^注 | |
| 珠海润格长青股权投资基金合伙企业（有限合伙） | 境内非国有法人 | 4.79% | 117,161,280 | | | | |
| 香港中央结算有限公司 | 境外法人 | 3.09% | 75,570,381 | | | | |
| 北京华彬庄园绿色休闲健身俱乐部有限公司 | 境内非国有法人 | 2.55% | 62,350,366 | | 冻结 | 61,750,900 | |
| 厦门瑞合盛圆股权投资合伙企业（有限合伙） | 境内非国有法人 | 1.92% | 47,104,512 | | | | |
| 汇添富基金－中国人寿保险股份有限公司－分红险－汇添富基金国寿股份成长股票型组合单一资产管理计划（可供出售） | 其他 | 1.16% | 28,302,611 | | | | |
| 中信建投证券股份有限公司 | 国有法人 | 0.85% | 20,877,832 | | | | |
| 招商证券股份有限公司 | 国有法人 | 0.82% | 20,112,053 | | | | |
| 北京二十一兄弟商贸有限公司 | 境内非国有法人 | 0.71% | 17,487,360 | | | | |
| 全国社保基金一一八组合 | 其他 | 0.68% | 16,645,880 | | | | |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | | | | 上海原龙投资控股（集团）有限公司与北京二十一兄弟商贸有限公司存在关联关系； 经查询公开信息，北京华彬庄园绿色休闲健身俱乐部有限公司的控股股东华彬投 | | | |

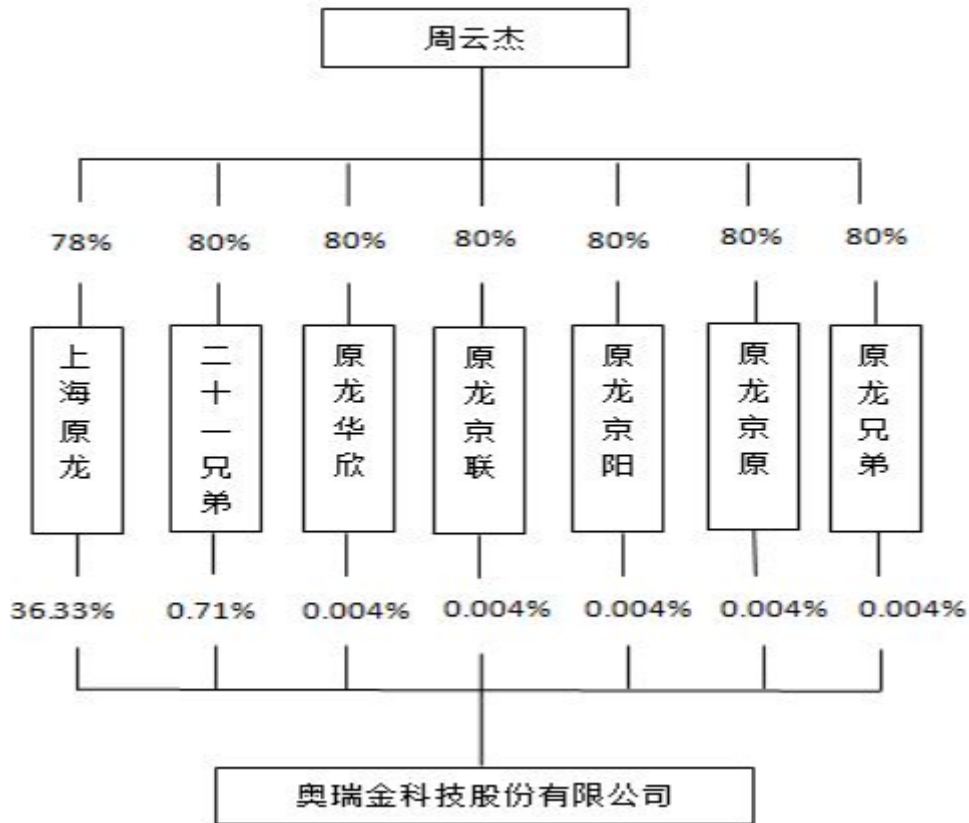
| | |
|----------------|--|
| | 资（中国）有限公司是厦门瑞合盛圆股权投资合伙企业（有限合伙）的间接 LP；公司未知其余股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。 |
| 参与融资融券业务股东情况说明 | 截至 2021 年 12 月 31 日，上海原龙投资控股（集团）有限公司共持有公司股份 889,257,092 股，其通过客户信用交易担保证券账户持有公司股票 81,000,000 股，通过普通证券账户持有公司股票 808,257,092 股。 |

注：包含上海原龙 2019 年非公开发行可交换公司债券累计质押登记股份 7,463.9220 万股。

（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

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、在年度报告批准报出日存续的债券情况

公司不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。

三、重要事项

无。