

证券代码: 002752

证券简称: 昇兴股份

公告编号: 2022-036

昇兴集团股份有限公司 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

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 0.30 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	郭苏霞	
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	
传真	0591-83684425	0591-83684425	
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,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、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。

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

追溯调整或重述原因

同一控制下企业合并

单位：元

	2021 年末	2020 年末		本年末比上年末增减	2019 年末	
		调整前	调整后		调整后	调整前
总资产	6,740,419,212.41	4,773,049,115.46	5,205,423,480.35	29.49%	4,711,344,607.49	5,383,586,984.81
归属于上市公司股东的净资产	2,719,702,137.53	1,819,677,242.91	1,998,092,294.66	36.11%	1,836,594,873.68	1,978,220,308.52
	2021 年	2020 年		本年比上年增减	2019 年	
		调整前	调整后		调整后	调整前
营业收入	5,166,116,307.76	2,903,006,464.58	3,237,918,235.64	59.55%	2,549,482,502.25	2,746,375,204.56
归属于上市公司股东的净利润	170,499,016.41	13,641,235.17	14,707,599.73	1,059.26%	53,455,695.21	49,563,119.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	149,964,922.03	5,628,468.10	11,034,519.45	1,259.05%	12,730,744.30	8,159,340.72
经营活动产生的现金流	-77,142,611.67	430,149,916.87	474,052,126.58	-116.27%	310,827,407.41	277,961,457.19

量净额						
基本每股收益（元/股）	0.1789	0.0164	0.0177	910.73%	0.0642	0.0595
稀释每股收益（元/股）	0.1789	0.0164	0.0177	910.73%	0.0642	0.0595
加权平均净资产收益率	6.73%	0.75%	0.73%	6.00%	2.94%	2.51%

（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	998,086,393.01	1,191,809,142.35	1,316,046,533.54	1,660,174,238.86
归属于上市公司股东的净利润	46,004,294.16	26,064,354.08	51,928,003.66	46,502,364.51
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	40,632,129.37	24,242,781.22	45,660,375.66	39,429,635.78
经营活动产生的现金流量净额	-39,139,004.43	44,805,525.72	3,108,160.55	-85,917,293.51

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

单位：股

报告期末普通股股东总数	22,450	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	28,079	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、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
昇兴控股有限公司	境外法人	55.63%	543,416,873	0	质押	319,000,000	
福州昇洋发展有限公司	境内非国有法人	8.19%	80,000,000	0	质押	37,000,000	
中国工商银行股份有限公司—前海开源新经济灵活配置混合型证券投资基金	其他	1.91%	18,614,095	0			
睿士控股有限公司	境外法人	1.89%	18,447,079	0			
五矿证券有限公司	境内非国有法人	1.36%	13,260,312	0			
高华—汇丰—GOLDMAN, SACHS & CO.LLC	境外法人	1.08%	10,533,276	0			
王端新	境内自然人	0.88%	8,577,300	0			
交通银行股份有限公司—前海开源新兴产业混合型证券投资基金	其他	0.56%	5,486,562	0			
曜尊饮料（上海）有限公司	境内非国有法人	0.41%	4,000,000	0			
财通基金—五矿证券有限公司—财通基金玉泉 921 号单一资产管理计	境内非国有法人	0.39%	3,853,564	0			

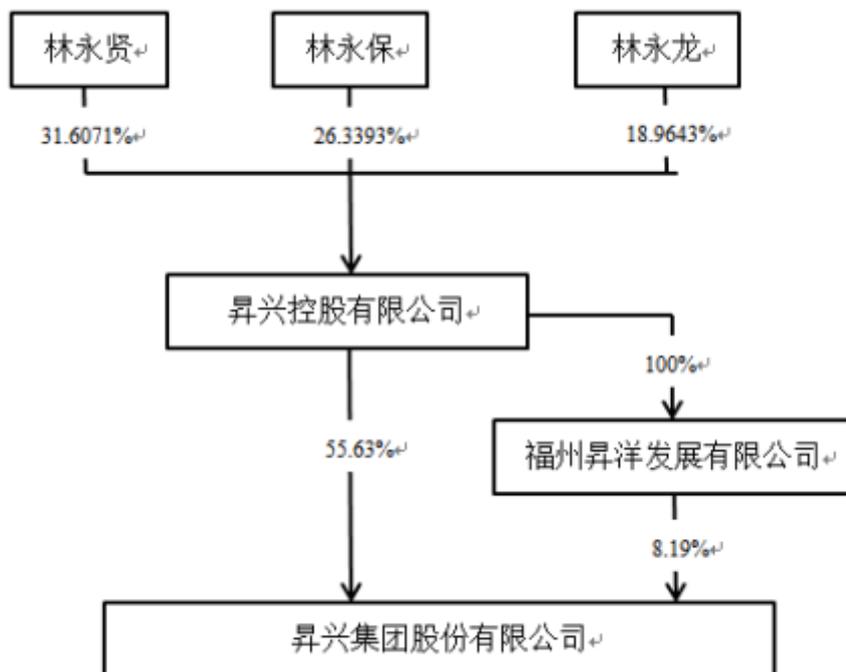
划						
上述股东关联关系或一致行动的说明	昇兴控股有限公司为本公司控股股东，昇洋发展为本公司控股股东昇兴控股的一致行动人，睿士控股有限公司为本公司发起人之一。除此之外，公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	福州昇洋发展有限公司通过人民币普通账户持股 50,160,000 股，通过证券公司的客户信用交易担保证券账户持有 29,840,000 股，合计持有 80,000,000 股。王端新通过人民币普通账户持股 0 股，通过证券公司的客户信用交易担保证券账户持有 8,577,300 股，合计持有 8,577,300 股。					

(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、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

本报告期内公司实现营业收入51.66亿元，较上年同期增长59.55%，创历史新高；营业利润2.14亿元，同比增长近6倍；实现归属于上市公司股东净利润1.70亿元，较上年同期大幅增长10倍多。

报告期内原辅材料包括马口铁、铝材、罐盖等价格大幅上涨，公司与客户、供应商积极沟通，探索联动机制，改善销售

结构，同时重点关注内部挖潜，降低制造费用，提升产业链的整体控制能力，确保预算达成。报告期内，各业务板块包括三片罐、二片罐、铝瓶和灌装业务均有较好表现，客户订单大幅增长，产能利用率提升明显，规模效应显现，取得了较好业绩。预计 2022 年度，支撑业绩增长的驱动因素仍将继续发挥作用，带动公司业绩的持续增长。

（一）三片罐业务中植物蛋白客户业务恢复性增长，能量饮料客户业务快速放量，客户结构发生明显变化

公司三片罐业务原以植物蛋白饮料业务为主，能量饮料业务占比较低。2021 年植物蛋白饮料业务实现了恢复式增长，基本恢复到 2019 年水平。而能量饮料客户延续了 2020 年下半年尤其是四季度的增长势头，订单快速放量。植物蛋白饮料业务的改善和能量饮料业务的大幅提升，有效地推动了公司三片罐业务产能利用率的明显改善，从而带动了业绩的快速增长。2022 年预计植物蛋白业务仍将稳中有升，而能量饮料业务仍会有高速增长。

（二）二片罐业务销量提升明显，海外工厂产能逐步释放

国内啤酒罐化率持续提升，带动二片罐业务市场需求量不断提升，行业供求关系仍处于紧平衡状态。公司二片罐业务继续保持产销两旺的局面，产能利用率长期处于比较高的运行状态。

内生增长方面，公司继续推进下属二片罐工厂的技改增产，解决生产过程中的“瓶颈”环节，从而提升边际产能。同时在新投产能方面，公司的募投项目云南二片罐生产基地也稳步实施，柬埔寨工厂作为公司首个海外项目，也克服了疫情的不利影响，于 2021 年二季度开始试生产，并于四季度正式投产，将在 2022 年贡献利润。由于柬埔寨工厂目前需求大幅度增长，公司已启动柬埔寨工厂的二期建设，预计在 2022 年上半年完成，以尽快扩大产能满足当地市场需求。

外延增长方面，公司于 2021 年 1 月完成对太平洋制罐（沈阳）有限公司的收购，并于 6 月启动对太平洋制罐（青岛）有限公司的收购。2022 年春节后，公司已完成太平洋制罐（青岛）有限公司的工商变更。

（三）灌装业务积极扩张产能，快速提升增值服务能力

公司灌装业务主要为公司制罐业务客户提供增值服务，随着公司制罐业务量的快速提升，公司报告期内积极扩大灌装业务产能，报告期内，中山昇兴灌装业务持续增线扩产，成都灌装基地已于报告期内投产，安徽滁州的灌装基地于 2021 年底完成建设，预计 2022 年也将开始贡献业绩。灌装产能的快速提升，较好地满足了公司对重要战略客户的配套服务能力，也有利地支持了制罐业务的更快增长。

（四）铝瓶业务大幅增长，开发新品同时拓展新应用领域

作为高端饮料啤酒包装产品的铝瓶，整体市场较 2020 年度也有较大程度的增长。目前，中国主要啤酒品牌企业都在优化产品矩阵，提升精酿啤酒比例，产品的中高端化和啤酒罐化率提升等发展趋势进入愈发明显，面临难得的市场机遇，博德公司加大力度进行新产品、新罐型的研发，并合理分配生产产能，优化对客户销售供给，报告期内铝瓶业务录得大幅增长，零星疫情虽对业务有一定影响，铝瓶销量仍突破亿瓶。公司在报告期内除持续供应百威、青岛、嘉士伯等品牌，同时也通过喜力啤酒的供应商资格审核，预计在 2022 年可稳定供货。此外，2021 年，博德公司也依托多年啤酒铝瓶的产品开发和生产经验，开始拓展传统啤酒用户以外新的应用领域。

（五）落实精益管理，有效提升生产效益

为进一步提高管理水平，增强企业核心竞争力，各事业部从如何提升生产效率、节能降耗、工艺改造、性能与质量改善等角度出发，积极运用标准化工作、标杆管理、精益生产管理现代化管理工具，致力于不断改善、提高核心经营与管理指标。各事业部及下属公司分别组织成立精益改善小组，推进精准生产管理，全年共计推进八十多项精益改善项目，不仅切切实实解决了生产中的难题，实现降本增效，并且有效提升了团队的精益生产意识，同时促进了技术骨干和管理人才的挖掘与培养。

（六）结合“努力打造快消品行业智慧型增值综合服务平台”的发展战略，科技赋能，科创事业再上新台阶

2021 年度，全集团新增知识产权证书 14 项，其中发明专利 1 项，实用新型 11 项，计算机软件著作权 2 项。

2021 年 2 月，昇兴集团中心实验室从所有竞争对手中脱颖而出，成为百事全球认可实验室，也是中国首家获得百事认

可的第三方两片罐实验室。2022 年 1 月 4 日，公司与广州王老吉大健康产业有限公司正式签署《王老吉金属罐包装联合实验室技术研发合作协议》，标志着王老吉金属罐包装联合实验室正式落地昇兴，这也是国内第一家饮料品牌与制罐供应商联合实验室，双方拟在二片罐、三片罐/盖、铝瓶及灌装等多个业务领域深入开展合作。公司陆续与百事可乐、王老吉等饮料行业知名品牌达成深化合作，充分展现了昇兴在金属罐及灌装行业技术研发、产品测试和质量管控的综合实力。

2021 年 11 月，昇兴股份与东北大学产学研基地合作签约，双方的合作将让昇兴在装备智能化升级、预测性维护、可视化操作、生产过程追踪、设备运行状态实时监测、工业大数据平台、生产管理与优化等领域有望取得新的突破。相信这种与知名品牌、知名高校的深化合作，将会快速带动企业的科研综合实力与品牌效应，助推昇兴实现“成为全球快速消费品行业最具价值的服务提供者”的愿景。

（七）加强企业文化建设，文化软实力不断增强

企业文化是企业的灵魂，是推动企业发展的不竭动力。昇兴的企化建设工作在 2021 年开启了加速度，从多方面创新，促进企业文化理念走入员工心中。

2021 年 7 月，公司签发了较为完善并且符合企业现状所需的《昇兴股份企业文化建设管理制度》，作为企业文化建设的指导总纲，为文化建设工作提供制度保障。随后，跨公司、跨部门组建“集团文化建设委员会”“集团宣传部”“事业部文宣部”“分子公司文宣组”四层级的文宣组织，壮大文化建设工作主力军，保障昇兴企业文化建设工作得以借助组织的力量进工厂、进车间、进生产线，实现文宣工作无死角、全覆盖。

公司重视改善、创新，鼓励员工从身边的小事做起，积极主动着眼于工作实际，及时发现并解决在发展过程中存在的问题，促进企业健康有序发展，并充分展现主人翁精神。近年来，公司通过开展合理化建议、各类改善创新等活动，已涌现出一批积极向企业献言献策的创新人，他们将改善、创新工作贯彻落实到了工作的每一处。2021 年收集到优秀的改善创新提案近 4000 项，进一步降低了企业内部各项生产成本及管理运行成本，有效提升企业的市场竞争力。

2021 年度重点围绕“人”，以“学习榜样”、“学习标杆”为切入点，通过“我是昇兴代言人”、“昇兴大讲堂”等活动，良好地呈现了企业对人才理念的践行事实与成果，极大地促进了一个“爱学习，乐分享，共成长”昇兴团队的打造。

昇兴集团股份有限公司董事会

2022 年 4 月 28 日