

嘉美食品包装（滁州）股份有限公司

2024 年度总经理工作报告

一、2024 年公司总体经营情况

2024 年度，嘉美食品包装（滁州）股份有限公司（以下简称“公司”）实现营业收入 319,966.21 万元，同比增长 1.52%；归属于母公司股东的净利润 18,327.33 万元，同比增长 18.78%。截止 2024 年 12 月 31 日，公司净资产 243,650.90 万元，同比下降 3.20%，每股收益 0.1911 元。

二、2024 年主要工作回顾

2024 年公司严格按照《中华人民共和国公司法》《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《总经理工作细则》等相关规章制度规范运作，完善法人治理，强化内部控制，优化经营管理体制，健全各项管理制度，捋顺内部管理流程，努力提高公司治理水平；督促相关机构和人员均依法履行相应职责，保证公司各项经营管理工作规范运行。

1、主要经营业务

（1）分业务板块的营业收入构成情况

按主要产品分类统计，公司 2024 年主营业务收入构成情况如下所示：

单位：人民币元

项目	2024 年度		2023 年度	
	金额	比例	金额	比例
金属包装	2,503,600,245.76	78.25%	2,508,437,286.82	79.59%
包括：三片罐	2,001,792,570.72	62.56%	2,079,376,802.45	65.97%
两片罐	501,807,675.04	15.68%	429,060,484.37	13.61%
灌装	404,230,080.01	12.63%	370,901,739.59	11.77%
其他	291,831,801.73	9.12%	272,450,482.15	8.64%

（2）分业务板块的营业成本构成情况

按主要产品分类统计，公司 2024 年主营业务成本构成情况如下所示：

单位：人民币元

项目	2024 年度		2023 年度	
	金额	占营业成本	金额	占营业成本

		比重		比重
金属包装	2,110,741,349.15	78.48%	2,153,411,823.79	80.12%
灌装	360,399,717.35	13.40%	315,952,868.55	11.76%
其他	183,977,200.75	6.84%	184,444,979.31	6.86%

2、利润情况

单位：人民币元

项目	2024 年度	2023 年度
营业收入	3,199,662,127.50	3,151,789,508.56
营业利润	269,268,491.63	224,789,615.15
利润总额	252,006,171.28	214,998,924.29
净利润	183,273,344.44	154,295,312.32
归属于母公司股东的净利润	183,273,344.44	154,295,312.32
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	183,381,860.93	150,012,554.52

3、市场拓展情况

2024 年度，公司“全产业链饮料服务”平台进入发展轨道，新客户、新市场、新商业模式下的订单已形成规模效益、并具有可持续性。

平台战略已覆盖了市场热销饮料品项（含果冻汽水、燕麦奶、厚椰乳、椰奶、椰子水、豆奶、咖啡、含汽饮料、汽泡酒、果汁等细分领域）里的初创品牌、网红品牌、跨界品牌；新零售、连锁茶饮的自有产品、白牌产品；传统头部饮料品牌的新品项等一批潜在客户，部分头部客户订单数量和订单频率增长明显，平台代工灌装的商业模式发展态势良好，有望达到盈亏平衡点并成为公司新的盈利增长点；并发挥增强客户粘性的战略意义，为与潜在客户、潜力品项的深度和全方位持续合作、共同成长提供新动力。传统核心优势业务订单数量稳定在正常可比年份平均水平、奠定公司可持续发展的基础。

在植物蛋白饮料、含乳饮料、混合蛋白饮料、凉茶等细分领域的传统核心客户中，公司在部分客户供应链中所占份额比重稳中有进；部分传统核心客户终端市场明显增长带动公司订单增长；核心客户的各业务板块交叉销售有明显进展。新拓展的能量饮料领域里的头部品牌客户、植物蛋白饮料新兴品项的头部客户都实现了持续规模化的订单交付；募投项目新增产能开工率达到行业平均水平；公

司出口业务也取得了突破。客户、订单结构调整效果显著，在降低风险的同时、总体订单数量稳定在正常可比年份平均水平。传统核心优势业务的稳定是公司可持续性发展的良好保证。

三、2025 年度工作计划

（一）业务拓展计划

公司将基于宏观经济形势和行业发展趋势，聚焦主业，积极应对饮料市场的变化和消费趋势，实现可持续发展。

1、三片罐业务板块扩大和巩固在蛋白饮料领域的领先优势、寻找功能饮料领域的市场机会和突破口，实现边际收益高的优势。

2、二片罐业务板块进行错位竞争、在高毛利的规格品类和市场夹缝区域加大投资，保持竞争地位和发力点。

3、灌装业务板块补齐短板、加强创新包装容器产品灌装能力，强调“精致品质、精益生产”、加强成本管控，在板块整体盈利后关注单个公司盈利情况。

4、加大创新产品的商业化运用推广力度、打造可持续盈利增长点。在饮料服务平台的全产业链的各个环节，寻找适合公司的发展机会。

（二）业务拓展措施

公司将继续专注于食品饮料行业，突出行业领先的一体化灌装代工的优势，深化具有“嘉美”特色的一站式的品牌孵化服务，发挥全覆盖的客户策略和稳定的客户基础优势，强化三片罐业务板块市场份额领先优势，产业链、价值链协同开发信息资源，吸引并导入多品牌客户进行 OEM、ODM、OBM、OCM 合作，最终达成全方位的中国饮料服务平台的战略目标。

1、强化综合服务能力。公司拥有规模化、多区域、多品种的饮料灌装服务能力，优势在于产能大、品牌覆盖面广，区域覆盖完善，已形成和积累了蛋白饮料、茶饮料、咖啡、碳酸、精酿啤酒、谷物、果汁、水等各啤酒、饮料类产品配方研发与灌装代加工服务的成熟经验。基于“全产业链的中国饮料服务平台”的理念，提供从饮料配方、新包装的研发到提供包材、灌装一体化的服务。既能为

轻资产的成熟品牌提供策略性的配套代工服务，也能为新进入饮料市场的新品牌提供一站式的服务和整体解决方案。

2、积极拓展市场。基于“全产业链的中国饮料服务平台”的战略目标，结合创新包材、饮料行业的趋势品类，强化灌装业务和包材业务的相互拉动，灌装的不同品项在不同客户之间的相互拉动，包材的不同品类在同一客户里的相互拉动，从而全方位多维度拉动客户覆盖面和销售的增长。

3、寻求行业整合。在“全产业链的中国饮料服务平台”战略初步形成基础上，着力于整合成本恰当、能够提升 ROE，有助于公司各项财务指标良性发展的行业整合。一是优势业务板块三片罐业务着力于成本合适的落后产能整合、提升三片板块的产能利用率，发挥边际收益高的优势；二是有利于发挥客户基础、饮料服务平台优势的短板业务板块的产能整合，提升双方优势业务的产能利用率，形成 1+1 大于 2 的整合效应；三是着力于大宗商品马口铁、铝材等包装原材料的采购优势、整合非饮料类的小而美的包装企业。四是在饮料服务平台的全产业链的各个环节，寻找适合公司的发展机会。

4、继续优化产能。在现有初步形成的覆盖了中国主要食品饮料生产区域和多种包材的生产基地布局的基础上，逐步弥补公司二片罐产能不足和无菌纸包材产能不足的瓶颈，利用自有资金和可转债募集资金投资建设可生产高毛利的新罐形的二片罐“柔性”生产线，和进口无菌纸包材生产线更好地满足客户需求，提升公司优势，增强公司盈利能力，扩大公司在行业内的市场竞争力。

5、拓展融资渠道。公司将充分利用资本市场平台，在充分考虑财务状况、筹资成本和资本结构的前提下，适时采用直接融资和间接融资手段筹集资金，补充发展资金，分散投资风险，增强公司资本实力。

（三）人力资源发展计划

为配合公司未来发展目标及各项具体发展计划的需要，公司将从以下方面完善人力资源系统：一是制订合理的招聘计划，引进管理、研发、营销人才，实现员工的优化配置，不断加强公司的研发、生产、销售、管理等方面的综合实力；二是优化薪酬与福利政策，完善考评与激励机制，充分发挥员工的主观能动性

创造力；三是加强企业文化体系建设，培育团结向上的企业文化，提高企业凝聚力和员工的归属感，为公司长期可持续发展提供坚实保障。

（四）财务管理完善计划

加强财务管理，继续实施全面预算管理，加强财务内控。同时，充分运用 ERP 系统、KPI、OKR 考核体系，实现科学化、精细化的成本管理、资金、库存及费用管理，最大限度地减少各项不合理的支出，持续提高公司效益。

各位董事，以上是我代表公司管理层所作的 2024 年度工作简要总结和 2025 年工作目标计划。2024 年度，在董事会的正确领导和大力支持下，在公司全体同仁的共同努力下，公司进入重启上市时制订的三年发展目标的第二年，面对复杂多变、困难的外部环境，公司练好“内功”，调整结构、拓展市场、控制成本；充分消化股改后历年来使用留存收益和募集资金持续进行的资本性开支；完善 OEM 业务能力，打造好“全产业链的饮料服务”平台；应对饮料市场趋势和消费者需求的持续迭代，在降低风险、保持稳定的同时促进自身更好的和可持续的发展。“全产业链饮料服务”平台进入发展轨道，新客户、新市场、新商业模式下的订单已形成规模效益、并具有可持续性。新的一年，我们将继续提质增效，沉稳面对复杂局面，确保完成 2025 年各项目标任务，保持公司持续健康发展。

特此报告。

嘉美食品包装（滁州）股份有限公司

总经理：陈民

2025 年 4 月 24 日