

证券代码：002701

证券简称：奥瑞金

公告编号：（奥瑞）2025-001 号

## 奥瑞金科技股份有限公司 2024 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

### 非标准审计意见提示

不适用。

### 董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 2,559,760,469 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.20 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		
变更前的股票简称	无		
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）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，饮料类包括功能饮料、茶饮料、啤酒、乳饮料、植物蛋白饮料、果蔬汁、即饮咖啡、碳酸饮料等；食品类包括奶粉、八宝粥、燕窝、

调味品、罐头、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一体化的综合服务。公司长期服务的快消品品牌有红牛、战马、东鹏特饮、安利、统一、体质能量、百威啤酒、青岛啤酒、燕京啤酒、雪花啤酒、珠江啤酒、加多宝、可口可乐、百事可乐、健力宝、元气森林、北冰洋、冰峰、飞鹤、伊利、蒙牛、燕之屋、大洲新燕、露露、旺旺等。

产品差异化策略是增强公司核心竞争力的有力保障。公司结合市场和客户需求，凭借优秀的研发创新能力，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，持续自主研发并提供综合包装解决方案。公司始终坚持推进智能包装战略，以智能包装为突破口，在移动互联网营销、大数据服务以及其他相关衍生领域拓展业务。

## **(2) 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，以确保供应链品质和安全性。公司力求打造完备、可靠、高效的产、供、销体系，在供应链、生产布局、客户资源等方面已具备强有力的竞争优势。

### **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，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。

### **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。同时，采取以销定产的生产模式，根据客户的具体需求量、工厂地理位置和产能分布情况签订具体订单、分配生产任务、安排发货计划，以保证公司产量与客户订单相匹配，及时满足客户需求，避免存货积压。

### **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）行业基本情况及发展趋势

金属包装产业在国民经济中占据重要地位，规模优势不断强化。中国包装联合会的报告资料显示，2019 年以来包装行业发展稳中有进、韧性增长，经济规模基本稳定；包装行业结构调整有所优化，竞争力和适应性获得了一定程度的增强，产业结构日趋完善；包装行业基础研究和原始创新不断加强，部分关键技术实现有效突破，创新动能持续增强；智能化、绿色化转型为包装企业高质量发展蓄能，转型升级步伐稳健；包装行业加快形成全面开放格局，在范围、层次、结构、布局等方面拓展。

金属包装是指以铝、马口铁等金属薄板为原材料制成的薄壁容器，凭借其优异的性能，广泛应用于食品饮料、医药、化妆品、工业品等领域，在包装产业中占有重要地位。根据咨询公司 Mordor Intelligence 预测，世界金属包装行业将保持持续增长，总产值规模将从 2020 年的 1,381 亿美元上升到 2027 年的 1,932 亿美元。从金属包装的渗透率来看，中国包装联合会的统计资料显示，中国金属包装行业的市场规模占整体包装行业市场规模的比例相较于全球水平仍有较大差距；从啤酒罐化率指标来看，根据 Euromonitor 数据，近年我国啤酒罐化率持续提升，但对比英美等发达国家及地区超过 60% 的罐化率水平，未来我国啤酒罐化率仍有较大的提升空间。据此，中国金属包装行业仍然具有较强的发展空间和潜力。

金属包装行业具备季节性及区域性特征。在季节性方面，呈现“双高峰”波动，夏季饮料、啤酒消费旺盛带动铝罐需求，食品罐订单普遍因生产端和消费端季节性增长而增加；区域性方面，形成长三角、珠三角和环渤海三大产业集群，企业普遍采取 500 公里辐射圈的贴近客户配套建厂模式，控制物流成本，并快速响应客户供货需求。

中国金属包装行业经过多年发展，已形成完整的工业体系，涵盖覆膜、印涂、制罐、制盖、制桶等核心环节。行业产品类型丰富，主要包括：饮料罐、食品罐、气雾罐、化工罐、钢桶、金属盖等产品，其中按照生产工艺可分为三片罐和二片罐等主要品类。从下游应用领域来看，中国金属包装的市场需求主要来自食品饮料行业，下游行业集中度较高。

随着消费升级和数字化转型的深入，中国金属包装行业正加速向智能化、绿色化、服务化方向转型升级。

消费需求升级，产品多元化。现代包装已从基础保护功能扩展到集美观性、便利性、智能防伪、溯源追踪和环保属性于一体的综合价值载体。随着消费升级及消费习惯的转变，终端消费者对于产品包装敏感度持续提升，产品包装已被融入和赋予更多的元素，未来差

异化、便捷化、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。

商业模式创新，提供整体解决方案。在数字化时代，随着消费品生命周期加速缩短和下游食品饮料企业战略重心向品牌和渠道转移，以及面对客户多元化、全球化的业务布局，对包装供应商提出了更高要求，要从传统制造商向全面服务商转型，具备整体包装解决方案的能力，构建全球化的供应网络，通过境内外多基地布局确保快速响应能力，同时持续强化新材料研发、创意设计、工艺创新等系统化配套能力，以可持续跟进和满足客户的产品创新需求。

绿色环保，循环经济日益凸显。在国家双碳战略目标的引领下及随着环保政策的陆续出台，“绿色、低碳、环保”是未来包装行业发展的重要目标与方向。与其他包装材料相比，易拉罐等金属包装具备保级循环再生、环境友好等特性，符合“绿色、低碳、环保”的行业发展趋势。通过轻量化设计、环保新材料和工艺创新，持续减少产品碳足迹。闭环回收体系的完善将使金属包装的循环利用率不断提升，配合数字化追溯技术，实现资源全生命周期管理。

未来，随着智能技术深度应用和服务模式不断创新，个性化定制、智能交互、绿色低碳将成为行业发展的核心方向，推动金属包装向高科技、高质量、高附加值产业升级，实现可持续发展。

#### **（4）所处的行业地位**

公司始终秉持“包装名牌、名牌包装”的发展理念，自成立以来专注于食品饮料金属包装产品的研发、生产和销售，遵照为快消品客户提供最优的综合包装整体解决方案的战略定位，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、客户结构、创新能力、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。公司客户均为食品饮料行业的知名品牌企业，坚持的“共生型生产布局”及“贴近式生产布局”较好的满足了客户需求。经过三十年的持续快速发展，公司已成长为国内金属包装行业的龙头企业，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。

### 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：否

单位：元

项目	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	13,672,912,690	13,842,844,723	-1.23%	14,067,069,989
归属于上市公司股东的净利润	790,514,655	774,530,196	2.06%	565,155,551
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	761,618,240	746,147,692	2.07%	459,826,958
经营活动产生的现金流量净额	2,286,264,117	1,506,556,542	51.75%	1,050,646,655
基本每股收益（元/股）	0.31	0.30	3.33%	0.22
稀释每股收益（元/股）	0.31	0.30	3.33%	0.22
加权平均净资产收益率	8.86%	9.09%	-0.23%	7.03%
项目	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末 增减	2022 年末
总资产	18,093,243,156	16,405,749,158	10.29%	17,035,963,212
归属于上市公司股东的净资产	9,075,931,946	8,734,882,399	3.90%	8,251,479,689

#### (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	3,551,440,217	3,654,473,321	3,651,229,808	2,815,769,344
归属于上市公司股东的净利润	279,335,738	269,161,286	212,621,841	29,395,790
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	264,520,477	264,264,381	216,004,778	16,828,604
经营活动产生的现金流量净额	608,806,785	945,240,760	299,456,844	432,759,728

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	48,053	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	48,720	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（不含通过转融通出借股份）							
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	32.84%	840,570,606	-	质押	390,204,000	
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	4.58%	117,161,280	-			
香港中央结算有限公司	境外法人	2.88%	73,632,483	-			
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	2.44%	62,350,366	-			
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	1.84%	47,104,512	-			
申万宏源证券有限公司	国有法人	1.01%	25,905,594	-			
长城人寿保险股份有限公司—自有资金	其他	0.82%	21,079,800	-			
中汇人寿保险股份有限公司—传统产品	其他	0.78%	20,000,000	-			
招商证券股份有限公司	国有法人	0.69%	17,779,268	-			
北京二十一兄弟商贸有限公司	境内非国有法人	0.68%	17,487,360	-			
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	截至 2024 年 12 月 31 日，上海原龙投资控股（集团）有限公司持有公司股份						

业务股东情况说明	840,570,606 股，其中通过普通证券账户持有公司股份 759,570,606 股，通过国都证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司股份 81,000,000 股。
----------	---

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

不适用。

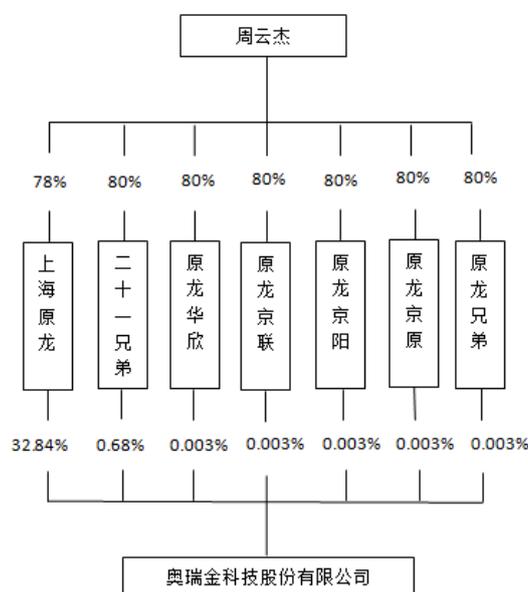
前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

不适用。

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

不适用。

(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

不适用。

### 三、重要事项

1. 本公司筹划向香港联合交易所有限公司上市公司中粮包装控股有限公司全体股东发起自愿有条件全面要约，以现金方式收购中粮包装控股有限公司全部已发行股份（要约人及其一致行动人持有的股份除外）（下称“本次交易”）。报告期内，本次交易项下要约的各项先决条件均已达成。2024年12月20日，公司下属子公司华瑞凤泉有限公司的境外下属公司华瑞凤泉发展有限公司作为要约人，根据香港证券及期货事务监察委员会《公司收购、合并及股份回购守则》的要求与中粮包装联合发出要约综合文件，要约开始日期为2024年12月20日，并自该日期起可供接纳。具体内容详见公司在《中国证券报》《证券

时报》《上海证券报》《证券日报》及巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）披露的相关公告。

截至本报告披露日，公司已完成以现金方式收购中粮包装全部已发行股份（要约人及其一致行动人持有的股份除外）并将中粮包装私有化，中粮包装于 2025 年 4 月 22 日上午 9 时起从香港联合交易所有限公司退市。具体内容详见公司于 2025 年 4 月 22 日在《中国证券报》《证券时报》《上海证券报》《证券日报》及巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）披露的相关公告。

2. 公司副董事长周原先生计划自 2024 年 3 月 1 日起六个月内通过深圳证券交易所集中竞价交易方式增持公司股份，增持金额不低于人民币 100.00 万元（含），不超过人民币 200.00 万元（含）；公司副总经理张少军先生计划自 2024 年 3 月 1 日起六个月内通过深圳证券交易所集中竞价交易方式增持公司股份，增持金额不低于人民币 100.00 万元（含），不超过人民币 200.00 万元（含）。

公司于 2024 年 8 月 31 日在《中国证券报》《证券时报》《上海证券报》《证券日报》及巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）披露《关于部分董事、高级管理人员增持公司股份计划实施完成暨增持结果的公告》（2024-临 074 号），公司副董事长周原先生通过深圳证券交易所证券交易系统集中竞价交易方式合计增持公司股份 240,000 股，增持金额为 101.79 万元（不含交易费）；公司副总经理张少军先生通过深圳证券交易所证券交易系统集中竞价交易方式合计增持公司股份 233,000 股，增持金额为 100.22 万元（不含交易费）。本次增持计划实施完成。