

证券代码：002701

证券简称：奥瑞金

公告编号：（奥瑞）2026-001 号

奥瑞金科技股份有限公司 2025 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	北京市怀柔区雁栖经济开发区雁栖大街 11 号	北京市怀柔区雁栖经济开发区雁栖大街 11 号	
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

公司核心业务是为食品饮料等快消品客户提供综合包装解决方案，并拓展食品深加工领域，具体涵盖包装方案策划、包装产品设计与制造（以金属易拉罐为主）、灌装服务及智能包装信息化服务。服务领域聚焦食品饮料行业，覆盖功能饮料、茶饮、啤酒、乳品、植物蛋白饮料、果蔬汁、咖啡、碳酸饮料等主流饮料品类，以及奶粉、八宝粥、燕窝、调

味品、罐头、干果、粮油、茶叶、宠物食品等多元食品品类。报告期内，公司完成对原中粮包装的市场化战略收购，工业钢桶及塑胶包装业务纳入产品组合，服务范围拓展至日化行业，覆盖个人护理、家居护理、工业化工等细分品类市场。

公司主要产品包括三片罐、二片罐、塑胶包装、工业钢桶等，服务能力涵盖除瓶装水外的全品类饮料一体化灌装、信息化辅助及体育营销等增值服务。经过三十余年的发展，公司积累了丰富的优质客户资源，长期服务于红牛、战马、东鹏特饮、百威、青岛啤酒、燕京啤酒、雪花啤酒、嘉士伯、加多宝、可口可乐、百事可乐、飞鹤、伊利、蒙牛、露露、旺旺、海天等食品饮料知名品牌，以及宝洁、蓝月亮、万华化学、中石化等日化及工业领域领先品牌。

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 and 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。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。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

公司直接面向终端客户，采取直接销售模式，经多年发展，公司与主要核心客户形成了长期合作关系。

(3) 行业情况

根据《上市公司行业分类指引》，公司属于“C 制造业”下的“33 金属制品业”，具体细分为金属包装行业；根据《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)，公司所处行业属于“C33 金属制品业”中“C333 集装箱及金属包装容器制造”子行业下的“C3333 金属包装容器制造”。

金属包装作为包装行业中的重要组成部分，市场规模稳步提升。经过多年发展，我国金属包装行业已形成涵盖覆膜、印涂、制罐、制盖、制桶等核心环节的完整工业体系。主要产品包括饮料罐、食品罐、气雾罐、化工罐、钢桶、金属盖等，按生产工艺可分为三片罐、二片罐等类别。从下游应用领域来看，金属包装需求主要集中于食品饮料行业，下游客户集中度较高。随着消费升级和数字化转型的深入，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。

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。

(4) 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，致力于为快消品客户提供最优的综合包装整体解决方案。公司是国内金属包装行业首家 A 股上市公司，继 2019 年收购波尔亚太中国包装业务，于 2025 年完成对原中粮包装的市场化战略收购，2025 年度实现营业收入超 240 亿元，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、日化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。经过三十余年的持续快速发展，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。

（5）行业发展趋势

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，产品多元化发展。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功能内涵。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驱动力。

商业模式创新，夯实综合服务优势。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，客户业务布局呈现多元化、全球化特征，对包装供应商提出了更高要求。企业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；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，持续跟进和满足客户的产品创新需求。

行业格局持续优化，共建良性发展生态。伴随行业整合深入推进，金属包装行业集中度有所提升，市场格局进一步优化，头部企业的经营目标更加侧重盈利能力回归。2025年10月，中国包装联合会金属容器专业委员会和钢桶专业委员会联合发布行业自律倡议书，提出抵制无序竞争、推动科技创新、强化行业协作三项核心倡议，引导企业聚焦产品附加值提升和服务质量优化，为行业良性发展创造有利条件。

出海战略加速，行业盈利中枢上移。海外新兴市场消费需求增长较快，二片罐定价机制相对合理，产品毛利率阶段性优于国内水平。国内金属包装企业通过海外建厂、并购整合、合作投资等多种方式加速全球化布局。未来，随着海外业务占比持续提升，国内金属包装企业的综合盈利中枢将稳步上行。

绿色环保，循环经济价值日益凸显。在国家双碳战略目标的引领下，随着环保政策的陆续出台，“绿色、低碳、环保”已成为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。行业内企业通过轻量化设计、环保新材料应用和工艺创新，持续减

少产品碳足迹；同时，闭环回收体系的完善将使金属包装循环利用率稳步提升，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。

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	2025 年	2024 年	本年比上年 增减	2023 年
营业收入	24,020,203,616	13,672,912,690	75.68%	13,842,844,723
归属于上市公司股东的净利润	1,006,696,770	790,514,655	27.35%	774,530,196
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	503,497,151	761,618,240	-33.89%	746,147,692
经营活动产生的现金流量净额	2,583,808,811	2,286,264,117	13.01%	1,506,556,542
基本每股收益（元/股）	0.39	0.31	25.81%	0.30
稀释每股收益（元/股）	0.39	0.31	25.81%	0.30
加权平均净资产收益率	10.73%	8.86%	1.87%	9.09%
项目	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末 增减	2023 年末
总资产	31,372,490,928	18,093,243,157	73.39%	16,405,749,158
归属于上市公司股东的净资产	9,721,812,744	9,075,931,947	7.12%	8,734,882,399

(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	5,574,337,293	6,152,232,494	6,619,031,967	5,674,601,862
归属于上市公司股东的净利润	664,581,278	238,586,609	173,062,499	-69,533,616
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	189,317,014	211,654,602	166,997,277	-64,471,742
经营活动产生的现金流量净额	-35,206,592	943,054,150	750,454,443	925,506,810

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	46,600	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	50,588	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	374,401,100	
香港中央结算有限公司	境外法人	2.85%	72,863,328	-	--	-	
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	-	--	-	
法国巴黎银行—自有资金	境外法人	2.30%	58,888,480	-	--	-	
香港上海汇丰银行有限公司	境外法人	2.29%	58,600,000	-	--	-	
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	0.96%	24,630,108	-	--	-	
全国社保基金一零一组合	其他	0.78%	20,037,100	-	--	-	
招商证券股份有限公司	国有法人	0.70%	18,007,868	-	--	-	
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；经与 Ball Corporation 沟通确认，其通过香港上海汇丰银行有限公司、法国巴黎银行—自有资金持有公司股票；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	无						

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。

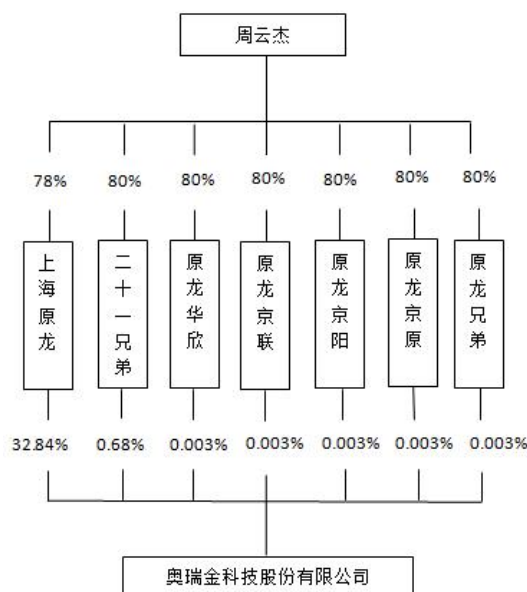
前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

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

公司于 2023 年 12 月 12 日披露，筹划向香港联合交易所有限公司上市公司中粮包装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，公司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。