

证券代码：002752

证券简称：昇兴股份

公告编号：2023-033

昇兴集团股份有限公司 2022 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

适用 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

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利润分配预案为：以 976,918,468 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.5 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，包括养元饮品、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、嘉士伯、泰奇食品等。

（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分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

元

	2022 年	2021 年		本年比上年增减 调整后	2020 年	
		调整前	调整后		调整前	调整后
营业收入（元）	6,877,647,774.39	5,166,116,307.76	5,694,418,918.94	20.78%	3,237,918,235.64	3,639,113,330.41
归属于上市公司股东的净利润（元）	209,286,889.42	170,499,016.41	170,389,346.73	22.83%	14,707,599.73	-12,476,224.62
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	180,765,742.29	149,964,922.03	149,970,158.03	20.53%	11,034,519.45	11,044,076.13
经营活动产生的现金流量净额（元）	719,324,492.99	-77,142,611.67	-78,556,060.36	1,015.68%	474,052,126.58	366,729,333.53
基本每股收益（元/股）	0.21	0.18	0.18	16.67%	0.02	-0.01
稀释每股收益（元/股）	0.21	0.18	0.18	16.67%	0.02	-0.01

加权平均净资产收益率	7.12%	6.73%	5.59%	1.53%	0.73%	-0.46%
	2022 年末	2021 年末		本年末比上年末增减	2020 年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产（元）	7,785,528,684.26	6,740,419,212.41	7,759,332,137.41	0.34%	5,205,423,480.35	5,891,948,246.85
归属于上市公司股东的净资产（元）	2,845,597,236.93	2,719,702,137.53	3,076,183,413.85	-7.50%	1,998,092,294.66	2,354,683,240.66

(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	1,464,554,049.60	1,666,278,378.38	1,939,199,776.29	1,807,615,570.17
归属于上市公司股东的净利润	51,648,089.48	66,133,555.45	87,582,859.05	3,922,385.44
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	40,719,753.16	48,594,600.27	76,480,848.08	14,970,540.78
经营活动产生的现金流量净额	95,706,717.46	-76,178,452.34	-6,740,623.82	706,536,851.69

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	26,222	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	24,804	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		质押	277,000,000	
福州昇洋发展有限公司	境内非国有法人	8.19%	80,000,000		质押	12,579,999	
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				
睿士控股有限公司	境外法人	1.89%	18,447,079				
高华—汇丰—GOLDMAN, SACHS & CO.LLC	境外法人	0.99%	9,648,385				
中国工商银行-融通内需驱动混合型证券	其他	0.75%	7,322,600				

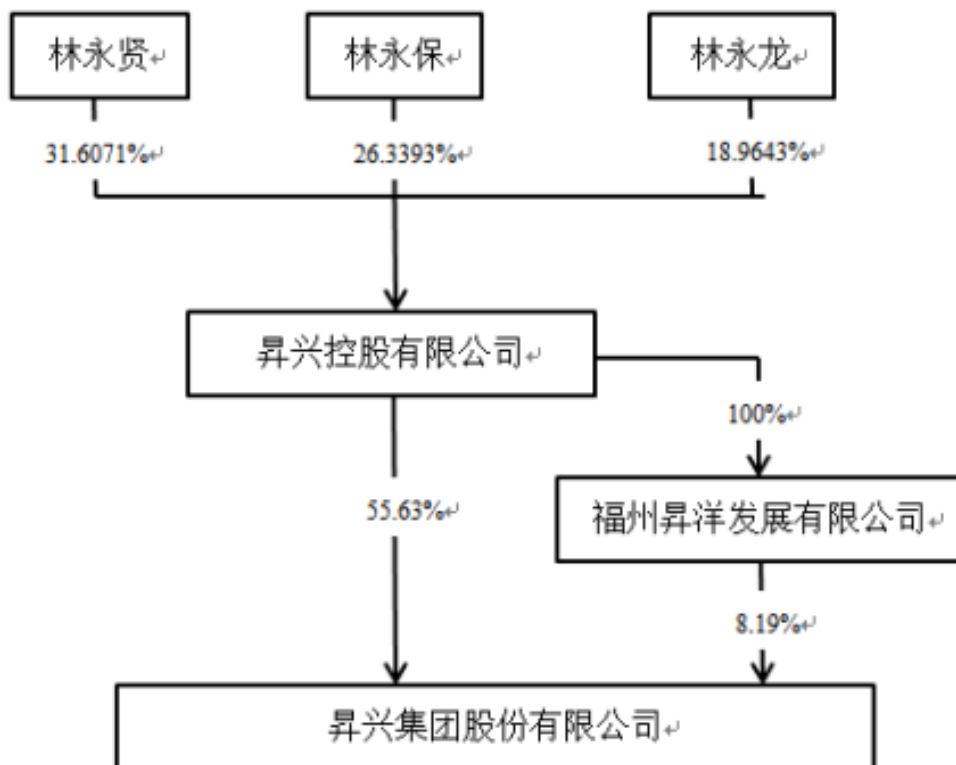
投资基金						
曜尊饮料（上海）有限公司	境内非国有法人	0.41%	4,000,000			
中信证券股份有限公司	国有法人	0.35%	3,461,261			
广发证券股份有限公司－博道成长智航股票型证券投资基金	其他	0.30%	2,916,400			
华夏银行股份有限公司－南方消费升级混合型证券投资基金	其他	0.24%	2,348,295			
上述股东关联关系或一致行动的说明	昇兴控股司为本公司控股股东，昇洋发展为昇兴控股的一致行动人。除此之外，公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

(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 68.78 亿元，较上年同期增长 20.78%；实现归属于上市公司股东净利润 2.09 亿元，较上年同期增长 22.83%。

2022 年度，受宏观经济增长放缓等多种不利因素影响，消费受较大影响。尤其是第四季度，公司服务的主要下游饮料啤酒行业整体消费需求增长明显放缓，波动性也随之加大，同时区域的管控措施，也对公司生产基地产能的正常释放造成了一定的困难。面对种种不利因素，公司积极面对，通过多种手段，克服重重困难，积极提升国内市场份额，并依托海外基地大力拓展海外业务，同时加强内部管理，取得了较好的经营业绩。

（一）三片罐业务中能量饮料业务继续保持高速增长，同时通过多种措施进一步提升内部管理，优化产能配置和存货控制，实现了营收和利润的双增长

公司三片罐业务中能量饮料业务在报告期内继续保持高速增长，营收和销售量均取得较好增长。同时，面对外部环境的不利影响，公司继续加强内部管理，向管理要效益，在销售方面进一步细化了业务管理及作业分工，同时强化了客户销售滚动计划预测准确性的责任落实，协同各部门联合开展“降库存去呆滞”并取得良好的成效，生产方面结合销售的结构化变化，积极优化产能配置，推动了利润的持续增长。

（二）二片罐业务延续内生增长和外延增长并举的经营策略，年内实现逆势增长，迎来经营业绩新高

2022 年度中国啤酒饮料消费需求增速下滑明显，国内两片罐总体市场需求量略有下滑。同时，受 2022 上半年中国出口海运费快速上涨因素影响，加之海外市场供给逐步恢复，中国的两片罐出口业务量也呈现快速下滑行情。但公司通过多元化增利经营变革举措，两片罐营业收入实现可喜逆势增长，迎来经营业绩新高。

内生增长方面，公司持续推进下属二片罐工厂的技改增产，提升边际产能。在新投产能方面，公司的募投项目云南二片罐生产基地也于 2022 年四季度开始试生产，并开始推进雅安生产基地的建设。海外项目作为两片罐主要利润来源点与增长点，昇兴（金边）包装有限公司于 2022 年顺利完成柬埔寨 II 期项目建设任务，实现销量同比增长 75%。为提高金边昇兴的生产灵活性和产品多样性，根据集团发展战略规划，金边昇兴已完成柬埔寨 III 期项目投资规划，并有望在 2023 年度实现 III 期项目建设目标。

外延增长方面，公司于 2022 年 9 月完成对太平洋（肇庆）包装有限公司的收购以及工商变更。本次收购有利于公司完善两片罐业务的广东区域布局，并可充分利用广东港口优势，开拓高毛利出口业务。肇庆昇兴拥有集团下属子公司第一条纤维罐型专属生产线，显著提升了公司差异化产品的市场占有率和盈利能力。报告期内，公司启动对太平洋制罐（北京）有限公司的收购，并于 2023 年 2 月完成收购以及工商变更。至此，公司已全部完成对太平洋制罐中国包装业务 6 家公司的收购。

（三）灌装业务快速增长，持续提升增值服务能力

公司灌装业务主要为集团制罐业务关联客户提供高价值的增值服务，随着集团公司制罐业务量和灌装业务量的相互促进，公司持续发力，积极扩大灌装业务总量。报告期内，中山昇兴灌装业务持续增线，扩大产能，同时成都等灌装基地产能全面释放，在销售放量的同时还新增多种灌装类型产品，以满足客户不断变化的新需求。安徽滁州灌装基地已通过客户验厂，计划 2023 年贡献业绩。云南曲靖新灌装基地已于 2022 年四季度开始试生产。公司灌装业务在报告期内，年度灌装业务量同比增长 30% 以上，灌装业务持续为集团公司贡献价值的同时，也极大的促进了制罐业务量的增长。

（四）铝瓶业务顺应啤酒行业高端化的发展趋势，报告期内仍实现较好增长

公司铝瓶产品主要应用于高端啤酒，主要产品应用场景多在婚庆、酒吧及娱乐消费等高端场合。作为高端饮料啤酒包装产品的铝瓶，整体市场延续稳定增长的趋势。目前，中国头部啤酒品牌企业继续加大对中高端产品及部分特色产品和精酿品类的投入与开发，消费场景多元化、消费升级和人口红利叠加等因素，都有促使啤酒饮料企业为取得更好的市场表现加强对高端产品的研发，增强下游市场的议价竞争力。整个行业的产品结构由过去的金字塔状，逐步向橄榄球状转变。

报告期内，虽然铝瓶啤酒的月度订单波动受市场消费需求波动影响明显，但是高端啤酒长期增长的趋势没有改变，公司铝瓶业务全年营收仍实现较好增长。

面对消费市场回暖复苏与市场转型增长的双重机遇，昇兴博德与博德科技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，报告期内铝瓶业务持续增长，铝瓶销量较 2021 年有明显的增长。公司在报告期内持续供应百威、青岛、嘉士伯、华润雪花、喜力等知名啤酒品牌。此外，2022 年，昇兴博德与博德科技也依托多年啤酒铝瓶的产品开发和生产经验，成功研制了 1L 大容量铝瓶及扩口型铝杯等多项产品并投入市场销售，谋求细分市场的重大突破。

（五）各事业部积极推进落实精益管理，有效提升生产效益

本年度各事业部遵循集团主导的精益管理改革方针，积极组织事业部及分子公司高管团队和生产技术骨干参加集团组织的精益管理培训班，提高了管理干部发现问题和解决问题的能力。同时，事业部成立精益生产推广小组，发布了《精益生产管理辦法》。此举充分调动了下属子公司的生产管理工作改善主动性，帮助各工厂夯实管理基础，进一步优化了生产效率、废品率、OEE、材料单耗等各项生产绩效指标，并取得了显著的降本增效成果。事业部全年共审批成立精益生产管理项目 41 个，累计产生年度经济效益约 2,000 万元。

（六）高度重视技术创新工作，引领企业发展

昇兴集团一直坚持创新是引领企业发展的第一动力，始终坚持走“科技兴企，创新强企”的路线，高度重视技术创新工作的开展。在过去的 2022 年，昇兴研发中心依靠自己优秀的技术专家团队，在设备制造、新产品开发、模具设计、新工厂设计等方面的工作成果显著。研发中心积极投入和研发属于昇兴自己的知识产权，2022 年共获得 44 项专利，其中 31 项实用新型专利、8 项外观专利和 1 项发明专利，4 项计算机软件著作权专利。

在设备研发和制造方面，积极向更深层次的智能化、数字化和远程控制方面升级拓展，自行设计和制造的设备，成功实现自身智能化运行状态诊断和远程控制维护。

在新产品开发方面，积极拓展和探索新材料、新结构、新包装和跨行业的新功能。先后开发出了 SBC 铝瓶、新型 JFR 轻体罐、纤体罐、大容量罐等十余种新品，进一步丰富了公司产品种类，为公司的市场拓展抢占了先机，有效提升了公司的核心竞争力和盈利能力。

2022 年研发中心全面推进了同东北大学的校企产学研基地的建设，在高端人才定向委培、人才队伍培养和校企科研成果共创共享等领域开展了深度合作。

在这消费升级的时代，昇兴研发中心将依托优秀的技术团队和多年的设备制造和新产品开发经验，利用先进的数字化、智能化等高端技术，继续积极进取，从工艺上、设备研发制造上，以持续创新的精神不断打破技术边界，同时通过与高校产学研项目合作，进一步提升企业科创能力。

（七）公司人力资源体系建设紧紧围绕组织发展战略，不断建立健全人力资源管理体系

公司人力资源体系建设紧紧围绕组织发展战略，不断建立健全人力资源管理体系，以人才梯队建设，技术培养为中心，开展了一系列的人力资源管理工作，并取得了部分成果。

1、进一步优化了有关组织架构、部门职能职责、岗位说明书、员工福利、绩效管理、薪酬管理、轮岗制度、兼职/代理管理等制度，不断完善人力资源管理体系。

2、建立和完善人才培养机制，确保关键岗位人才的素质和质量，为员工提供了良好的职业发展通道。2022 年共实施关键岗位人才培养与储备 130 人，一线关键岗位技能评定 133 人，管培生招聘培育 30 名，非脱产学历提升教育 123 名，通过以上措施使员工满足当前和未来的胜任力要求，建立人才梯队，促进公司可持续发展。

3、将公司的岗位需求与高等院校的人才培养目标相结合，开展校企合作。目前校企合作形式有开设“昇兴机电班”“昇兴食品班”的定向培养、东北大学的产学研合作基地、闽江学院的工学结合等，将高等院校与公司之间的资源进行交互，共同培养，实现资源共享，提高运营效率。

4、积极营造学习氛围，借助昇兴网上商学院平台开通网络培训课程近 5,203 门，涉及生产管理、领导力、人力资源、财务管理、市场运营、销售管理、综合管理、个人发展、职业化等领域，截止目前共有 68,223 人次完成了系统的学习课程。

昇兴集团股份有限公司董事会

2023 年 4 月 28 日