

公司代码：603499

公司简称：翔港科技

上海翔港包装科技股份有限公司
2020 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经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
无

二 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	翔港科技	603499	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	凌云	董颖异
电话	021-20979819-866	021-20979819-866
办公地址	上海市康桥西路666号	上海市康桥西路666号
电子信箱	lingyun@sunglow-tec.com	dyy@sunglow-tec.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	933,048,298.18	685,630,915.43	36.09
归属于上市公司股东的净资产	590,465,018.12	537,346,164.02	9.89
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)

经营活动产生的现金流量净额	-33,780,650.13	6,041,716.46	-659.12
营业收入	202,173,700.37	166,195,027.07	21.65
归属于上市公司股东的净利润	3,451,279.45	22,785,678.63	-84.85
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,477,001.79	19,543,518.80	-87.33
加权平均净资产收益率(%)	0.61	4.16	减少3.55个百分点
基本每股收益(元/股)	0.0246	0.1627	-84.88
稀释每股收益(元/股)	0.0230	0.1615	-85.76

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)		5,867				
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)		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	质押或冻结的股份数量	
董建军	境内自然人	46.48	65,929,500	65,929,500	质押	26,676,809
上海翔湾投资咨询有限公司	境内非国有法人	22.38	31,741,500	31,741,500	无	0
董旺生	境内自然人	5.17	7,329,000	7,329,000	无	0
孙建昌	境内自然人	0.71	1,001,935	0	无	0
刘灏泽	境内自然人	0.6	851,700	0	无	0
JPMORGAN CHASE BANK, NATIONAL ASSOCIATION	境外法人	0.55	787,161	0	无	0
郑斌林	境内自然人	0.4	566,500	0	无	0
孙延昌	境内自然人	0.38	533,520	0	无	0
李倩	境内自然人	0.31	433,060	0	无	0

上海明沅投资管理有限公司—明沅价值成长1期私募投资基金	境内非国有法人	0.3	423,697	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		股东董旺生为公司的控股股东、实际控制人董建军的父亲，其他是否存在关联关系不明。				
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		无				

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

2020年上半年，面对突如其来的新冠疫情，在公司董事会的领导下，通过管理层和全体员工的共同努力，公司基本完成了年初的既定目标，主营业务收入稳中有升。但由于疫情影响，以及产业链各环节流通成本上升、原辅材料价格持续上涨、行业环保要求不断提高、终端消费分级现象加剧传导至上游包装价格承压等多重不利因素所致，公司利润业绩指标有明显下滑。

报告期内，公司主营业务收入保持稳定，实现营业收入 20,217 万元，与上年同期相比增加 21.65%；实现归属于上市公司股东的净利润 345 万元，与上年同期相比减少 84.85%；报告期末，公司总资产为 93,305 万元，较年初增加 36.09%；归属于公司股东的净资产为 59,047 万元，较年初增长 9.89%。

具体而言，公司管理层在上述报告期内，主要重点围绕了以“规范公司治理、鼓励科技创新、深化客户服务、推进智能制造、优化人才储备、落实降本增效、重视节能减排”等七大方向为主线的思路展开工作，深耕印刷包装主营业务，并积极探索了产业链日化类衍生产品市场。

1、完善内控制度，规范公司治理，

报告期内，公司公开发行可转换公司债券的申请通过中国证券监督管理委员会审核，并于 2020 年 2 月 28 日获得发行核准，公开发行了 2,000,000 张可转换公司债券，发行总额 20,000 万元人民币。

在获得后续发展资金，提高企业社会知名度的同时，公司也迎来了新的机遇和挑战。公司管理层虚心接受督导机构的辅导，继续严格各项内部控制制度，加强有关部门和人员对法律法规、政策制度的培训和学习，并在实际工作中适时对制度加以修订和完善。报告期内，公司试运行的

制度有《公司档案管理制度》，修订的制度有《印章管理制度》。

2020 年公司内审部门重视继续保持与董事会审计委员会的及时沟通，并在实践中不断完善工作细则，提高了内部审计的及时性和重要流程管控的完整性。公司控股子公司上海瑾亭化妆品有限公司作为前述化妆品募投项目的实施主体，是公司内审部门管控的工作重点。

2、提升科技含量，鼓励科技创新

2020 年，公司继续在技术创新上持续投入，不断完善创新机制，力求各项创新应在把握市场变化趋势的同时紧跟客户需求，持续优化了防伪追溯包装、AR 包装、消费者互动智能包装等前沿技术，以求提供给客户更多的高科技含量的增值服务。

同时，公司也继续加强与国际专业机构和战略合作伙伴的交流与合作，充分利用高新技术企业和上海包装印刷工程技术研究中心的平台，在关注国际前沿技术、保持技术领先地位的同时，为企业的工艺升级和业务衍生作好技术上的储备与支持。

3、拓宽销售渠道，优化客户服务

近年来，因为原辅材料价格的持续上涨，同时也因为终端消费分级现象加剧等因素传导至上游包装价格承压，公司的销售队伍也感受到了很大的压力，这种压力随着今年的疫情显得特别突出。

报告期内，公司国际国内市场的开拓不可避免地收到了影响，如 2019 年开始进入的电子消费品包材领域、原有食品类产品包材领域的订单或多或少地发生了缩量或延期的情况。为此，公司加强了目标客户的有效项目管理，继续组建针对不同客户的项目开发和维护团队，整合了内部资源以支持销售开拓市场，同时，在具体销售政策上强调了“我与客户换位思考”的销售理念，力求在稳固原有市场的基础上寻求突破。

以公司逐步推进的新增化妆品代工业务（化妆品募投项目）为例，由于疫情造成的物流紧缺和消费端需求下降，同行业中有代表性的彩妆 OEM（/ODM）企业和彩妆包材生产商订单都下降了 40%-50%，而为了应对这一影响，体量较大的彩妆 OEM 可比公司纷纷降低单价及起订量，不惜牺牲利润以维持经营，这对公司这样的新成立化妆品代工业务的企业竞争压力大增。公司为此适时调整市场策略，积极开发国内品牌（互联网网红品牌），如金陵十三钗、奢悦、三草两木、花西子、植物医生等等，但该等客户的开发虽然能对销售收入形成一定弥补，但由于还处在新客户拓展阶段，且价格相对国际品牌采购价而言比较低，利润也相对微薄。

2020 年下半年，公司会继续适时调整优化销售策略，力求使新增化妆品代工业务与原先公司的主业印刷包材业务形成更明显的协同效应，以提高公司一体化、一站式服务水平，降低客户的采购成本，增加与客户的粘性。

4、把握发展趋势，推进智能制造

公司一直致力于打造国内领先的包装印刷智能工厂，在 IPO 募投项目临港新生产基地的规划之初，就着手布局智能工厂，随着立体仓库、自动物流搬运车、机器人智能分拣码垛系统以及 ERP 系统的逐步启用，并取得了一定的效果。

报告期内，面对年初“返乡员工复工难”的局面，公司继续全面提升了信息化水平，完善了 ERP、MES、WPS 三大系统的整体实施，让先进的生产设备与柔性物流系统基本实现了无缝对接，从而更有效地减少了低效的人工作业环节，实现了更快速高效的物料运转，基本解决了因疫情造成的人员用工问题。

5、完善内部激励，优化人才储备

优秀人才的缺乏是制约每个处于快速发展期企业的“瓶颈”，公司长期重视内部人才培养和外

部人才引进，配合合理有效的激励机制，把完成梯队建设作为常抓不懈的重要指标、长期任务，创造适合人才成长、发现和发展的环境和平台。

2018年，公司依据相关法律法规，分期实施了股票激励计划，以充分激发公司管理人员和核心员工的积极性，更有效地将股东利益、公司利益和经营管理层利益结合在一起，使各方共同关注公司的长远发展。报告期内，按照原先的股权激励计划，公司2020年净利润达到6,800万元即可完成当期股权激励计划的解锁，但是由于受到美国加征关税以及新冠疫情的突发影响，导致公司基本不可能完成该利润指标，是原股权激励计划中不可提前预知的，与当时公司考虑的市场和行业环境存在了重大差异。为此，经公司调研论证后，为保护公司和股东的长远利益，进一步激励公司的核心技术人员及业务骨干人员继续保持攻坚克难的奋斗精神，与公司共渡时艰，公司在原有净利润考核指标基础上新增了一个营业收入考核指标也即公司2020年营业收入较2017年同比增长40%或2020年净利润较2017年同比增长40%均可进行限制性股票的解锁，上述指标在当前大环境形势下仍然具有较高挑战性的业绩目标。修订后的业绩考核指标更加有利于公司结合实际，充分调动激励对象的积极性，进一步凝聚人心，与公司共渡时艰。

6、降低运营成本，落实降本增效

近年来，公司所处行业整体的原材料、人工成本仍呈现上涨趋势，为应对毛利率下滑风险，公司在报告期内继续积极落实了降本增效工作，强调让所有员工树立成本管理意识，以成本要素为突破口，在工艺管理、现场管理、库存管理、成本费用等方面加强了管控，通过精细化管理和规范运作，提升直通良率、降低生产中的损耗、降低库存、提高人均产值，向管理要效益。

2020年下半年，公司上下仍然要齐心协力，各部门配合信息系统建设的完善推进，继续严格按照系统要求进行操作，坚决杜绝跨越流程办事现象的发生，在配合落实降本增效工作的同时，为公司的管理从执行层面设立全新标杆，对公司以后的业务扩展和管理模式复制打好基础。

7、承担社会责任，重视节能减排

公司一直坚持大力提倡绿色生产加工，推广数字化工作流程。近年来，一系列节能减排方向的技改技革措施的不断推出，无形中提升了公司产品的环保技术指标，也强化了公司自成立以来就在行业内树立的积极承担企业社会责任的良好形象。

报告期内，在节能方面，公司继续以清洁生产的管控工作为切入点，配合生产全面信息化的建设工作，深入作好了定量核算和管理，深化均衡生产，严控计划流程，进一步提高效率，减少浪费，降低能耗。公司一贯坚信所有为打造“绿色环保”所付出的努力，在可见的未来不仅能增加产品和服务的附加值，也能在一定程度上提高细分行业的技术壁垒，拉大差异化竞争的空间。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

根据财政部《企业会计准则第14号——收入》（财会〔2017〕22号）的要求，公司自2020年1月1日起执行新收入准则，详细内容请参见“第十节财务报告五、44、重要会计政策和会计估计的变更”

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用