证券代码:002799 证券简称:环球印务 公告编号:2021-017

# 西安环球印务股份有限公司

## 【2020 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。

声明:本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证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。所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。希格玛会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告的审计意见为:标准无保留意见。

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股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普通股利润分配预案为:以180,000,000为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.8元(含税),送红股0股(含税),以资本公积金向全体股东每10股转增4股。

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 | 环球印务 | 股票代码 | 002799 |
|---|---|---|---|
| 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 | 林蹬 | 郑颖君 |
| 办公地址 | 西安市高新区科技一路32号 | 西安市高新区科技一路32号 |
| 电话 | 029-68712188 | 029-68712188 |
| 电子信箱 | security@globalprinting.cn | security@globalprinting.cn |

2.报告期主要业务或产品简介

(一)医药包装业务

1)主要业务发展

公司作为专业的医药包装方案解决供应商,主要从事医药包装产品的研发、生产、销售,并为客户提供平面设计、结构设计、仓储管理、物流配送等一体化的包装解决方案。自成立以来环球印务始终致力于医药包装领域深耕细作,不断完善医药包装产业链,在药品初级包装、次级包装等领域均大力拓展,形成整体医药包装营销模式,使制药企业在环球印务享受一站式服务,帮助客户优化供应链管理,同时有利于公司产业链的延伸。

公司秉承“为顾客创造价值,为员工创造福利,为股东创造回报”的企业宗旨,坚持以提供绿色的、友善的包装产品及服务为己任,突破以往印刷企业的传统纸加工以及技术运用模式,紧跟国内外政策趋势,在药品初级、次级包装技术领域不断探索,不断推出适应就先进的自动流水生产线的各种药品包装产品,以及应用于防伪、防蛀闭、可追溯等功能的多项技术,尤其在药品包装的喷墨保证上具备强大的技术支持,使得药品包装所承载的越来越多的功能和附加价值因以保证。

公司依靠医药包装所形成的规模效应、技术储备及品牌影响力等多个竞争优势,不断夯实公司医药包装的核心竞争力,始终片据着国内医药印务巨擘地位或领域及药用铝管包装领域的领先地位,并持续向其他医药包装高附加值产业链领域拓展,2020年《印刷经理人》正式发布“2020中国印刷包装企业100强排行榜”中,公司排名第29名。

2)行业发展与市场占有率

近年来,制药行业已经充分认识到了产品包装的重要性,加之政府对医疗卫生事业投入的不断加大,我国的医药包装市场将会迎来较快的增长,年均增长率保持10%以上,其生产总值已占全国包装业生产总值的10%以上,高于制药工业占全国工业总产值的比例。根据《2019-2025年中国医药包装材料行业市场竞争格局及投资前景报告》,我国医药包装行业市场规模稳定增长,从2012年的多75.4亿元增长到2018年的突破百亿元,已接千亿大关。

在新产品、新药两型品出不对的今天,与之相配套的药品包装随进速度还比较滞后,具有很大的潜力可挖,我国医药包装产业的市场空间广阔。但面发达国家医药包装产业占医药工业总产值30%以上的水平还有一定差距,我国医药包装产业的“天花板”还远远没有到来。

随着人民生活水平和健康观念的不断提升,以及老龄化水平上升带来的慢性病需求增加,患者自行选择药品的比例逐步提高,加之全国推行“带量采购”之后配价药企加大在院外市场的投入力度,药品零售市场存在巨大增长空间。随着2019年12月1日新《药品管理法》正式实施,药品追溯制度的全面深入推进,对高品质医药包装机盒的需求拉动尤为显著。为同时具有追溯码批量生产能力和医药纸盒规模化生产能力的企业,创造了巨大的市场机遇。

随着医药行业的品技术含量及品质不断提高,对医药包装的性能和质量要求将不断提升,这使得我国医药包装市场需求逐步向实力较强的企业聚拢,将会带动我国医药包装行业的整规模化方向发展,市场集中度不断提高。

公司作为国内医药包装龙头企业,在医药包装领域始终处于领先地位。在医药折叠纸盒等次级包装领域,公司与国内知名的制药企业均保持良好的合作关系,2020年进入世界500强中的化学制药企业中,有8家(强生、拜耳医药、中国医药集团,诺华制药、赛诺菲、默沙东,费森无斯)均与公司有长期而稳定的合作;在中高端折管等药品初级包装领域,公司的业务除覆盖至全国大部分地区外,还延伸至香港、日本及东南亚,欧洲等地区,合作的客户均为外资及国内大中型知名企业,包括西安杨森、诺华制药、拜耳医药、吴太感康、诺和诺德、天士力、浙江华海等;同时,公司还积极开发医美、电子等消费品市场,国际化妆品巨头欧莱雅、国内医美龙头贝泰妮、三星电子等均是公司消费品业务的重要客户。未来,公司在药品包装及消费品包装领域仍将保持稳定的增长。

(二)互联网数字营销业务

2020年受新冠疫情延续,经营风险骤增的大环境下,对数字营销行业来说,这既是挑战同时也是机遇。目前5G移动网络正式步入商业化应用,人工智能、云计算和产业互联网等领域不断完善和突破,5G时代也将推动媒体平台升级以及新媒体诞生。在人工智能、大数据、区块链等技术的推动下,广告形式和投放策略都将加速创新,互联网数字营销作为新经济服务的重要模块之一,发展前景依然可观。

公司领先科技立足于企业营销推广的研发与服务,致力于智能数字营销体系服务客户。公司整合多种社会化媒体平台,以丰富的创意形式,协助客户品牌和产品扩大社会影响力,协助企业完成营收规模。服务内容涵盖数字营销传播整个产业链,服务范围涉及全行业,服务领域基本覆盖全国主要市场。

领先科技多年致力于数字营销行业,积累了十倍营收增长模式的经验,在业内获得了众多顶级媒体和客户的认可。

公司将在大数据和新技术的赋能下,持续打造自身产品和运营能力的升级迭代,在继续集中优势资源发展头部客户的同时,进一步拓展更多更优质客户,深挖在线教育、线上文娱、在线办公等存在增长潜质的新型客户,不断探索互联网数字营销业务与制药、消费品客户的市场推广的契合点,以寻求新的业务增长模式。以先进的数据优化和沙制能力,出色的互联网营销策划能力,灵活多变的服务模式和全域资源整合能力,帮助合作伙伴在快速变化的新经济环境中获得持续增长。

(三)供应链管理业务

随着互联网的发展和5G技术的成熟应用,互联网+的时代将加速印刷行业格局的变化,产业整合将是大势所趋,传统的出版印刷将继续承压下调至相对饱和状态,但包装行业会随着互联网发展会呈现蓬勃发展的趋势,预计在2021年纸制品包装市场规模行在千亿以上的状态下继续发展,其中受限塑令的影响,塑料包装会被更多纸质材料包装所替代,受环保的影响,更多医药产能将被淘汰,更多的高标准要求会促进产业进一步开发。

现有包装行业仍以塑料、纸张、玻璃、金属和其他为主,在环保政策一致性影响的状态下,在物联网+的时代下的产业格局改革变数较大,在不考虑此种状况下,限塑令占显为包装行业变化的主要因素,随着限塑令的加强,新增纸质替代品的需求将有所增加,瓦楞纸箱替代塑料袋快递包装需求也会随之增长,新版限塑令促使大量纸质包装替代塑料包装,利好拥有替代产能的包装企业。

报告期内,子公司宏谷金印联专注为印刷包装企业提供专业供应链解决方案,主营产品为印刷包装企业需要的各类环保材料及耗材,主要经营模式为:“采购管家”+“供应链金融”为主体的一站式方案解决中心,为超过1000家印刷企业提供稳定的印刷包装供应链服务,其中以金印联为主导根据“C2M”反向产品定制为导向的“BOOKSAFE”安全图书印制体系和“PACKSAFE”食安系列印刷原材料已经广为业界好评。

2020年,公司合作客户涉及出版商务、药盒包装、食品包装、标签、烟包、日化、消费电子、制卡玩具等,且分别与在不同的领域具有代表性的客户建立了长期稳定的业务往来,为将来进一步发展和扩容打下坚实的基础。

(四)消费品包装业务

子公司既西身盒业是于扶沟县、医药/生物制品、电子产品等专用高端瓦楞纸箱包装及相关包装材料产品研发生产及服务,主要产品为民营包装,适用于扶沟县,药品/生物制品、电子产品等行业,公司定位为中高端瓦楞纸箱,是伊利集团旗西维欧第一瓦楞纸箱战略供应商,合作的客户均为国内外品牌企业,包括伊利、杨森、中粮可乐、中兴等。

(五)顺应国家科技发展战略,探索“区块链”技术在药品溯源领域的应用

2020年,国家对于医药溯源等新技术制定新要求,其中《中华人民共和国药品管理法》明确要求“国务院药品监督管理部门应当制定统一的药品追溯标准和规范”。药品溯源区块链技术的需求成为未来药品企业常态发展的重要一环。

区块链技术已经被国家明认识和定义在溯源领域中有着广阔的应用前景。公司目前已有应联软著作权受理并初步搭建了区块链技术在药品、疫苗领域的模拟应用场景,可实现追查药品、疫苗生产、物流、仓储、使用,乃至监管等全程追溯,初级产品已经于2020年10月份在全国药品API会议上发布,获得了药品生产企业的好评和改进建议。

公司的产品是以区块链技术为底层驱动,利用现代通讯技术、芯片技术、物联网技术的跨界融合,以药品、疫苗的智能包装为载体,实现了传统包装与新科技技术的碰撞,目前正在更深入研发的第一代成本更低的硬件系统,和更便捷的移动端管理平台,并同时高度关注相关国家政策规改版,以期产品早日顺利投放市场。

公司在药品、疫苗的包装领域深耕多年,拥有强大的市场资源,完全可以利用新科技和传统包装的完美融合,实现包装和科技的相互赋能,为客户创造新的价值。

3.主要会计数据和财务指标

(1)近一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

单位:元

| | 2020年 | 2019年 | 本年比上年增减 | 2018年 |
|---|---|---|---|---|
| 营业收入 | 1,875,342,223.97 | 1,241,373,724 | 50.35% | 565,124,332.86 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 101,292,165.29 | 66,562,444.36 | 52.18% | 28,112,269.71 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 92,619,871.93 | 63,062,141.42 | 46.89% | 27,443,766.13 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -44,471,117.72 | 139,913,384.06 | -131.78% | 85,553,434.72 |
| 基本每股收益(元/股) | 0.56 | 0.37 | 51.35% | 0.16 |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.56 | 0.37 | 51.35% | 0.16 |
| 加权平均净资产收益率 | 15.63% | 11.59% | 4.04% | 5.28% |
| | 2020年末 | 2019年末 | 本年末比上年末增减 | 2018年末 |
| 资产总额 | 1,499,501,682.56 | 1,378,211,428.82 | 8.80% | 988,516,197.59 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 669,611,645.99 | 604,817,969.10 | 10.71% | 543,698,499.20 |

(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 | 442,174,573.32 | 404,421,100.90 | 428,930,969.08 | 599,815,590.67 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 19,617,159.88 | 21,775,813.88 | 24,177,493.88 | 35,721,697.65 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 18,099,941.84 | 19,110,944.73 | 20,586,613.03 | 34,822,372.33 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -65,222,178.49 | -17,590,148.55 | -28,498,351.42 | 66,889,561.74 |

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 | 17,278 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 14,471 | 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

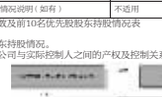
| 股东名称 | 股东性质 | 持股比例 | 持股数量 | 持有有限售条件股份数量 | 质押或冻结情况 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 股份状态 | 数量 |
| 陕西医药控股集团有限责任公司 | 国有法人 | 46.25% | 83,250,000 | | | |
| 香港原石国际有限公司 | 境外法人 | 16.83% | 30,300,000 | | | |
| 比特(香港)投资有限公司 | 境外法人 | 4.44% | 7,990,000 | | | |
| 王世杰 | 境内自然人 | 1.26% | 2,262,000 | | | |
| 徐天平 | 境内自然人 | 0.72% | 1,294,980 | | | |
| 杨伟玲 | 境内自然人 | 0.39% | 700,000 | | | |
| 高华-汇丰-GOLDMAN, SACHS & CO.LLC | 境外法人 | 0.34% | 603,903 | | | |
| 冯玉辉 | 境内自然人 | 0.31% | 559,240 | | | |
| 刘彬 | 境内自然人 | 0.26% | 468,548 | | | |
| 贾基茂 | 境内自然人 | 0.26% | 460,400 | | | |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | 公司未获知其他前10名普通股股东之间,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) | 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

□ 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.公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市,且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1.报告期经营情况简介

(一)国内经济形势概况

2020年新冠疫情对全球经济带来前所未有的冲击,国际疫情持续蔓延,产业链供应链循环受阻,药品的刚需特性和产业的创新基因依旧拉动全球药品市场保持正增长,而中国医药经济也在疫情带来的新常态下进行新一轮重构,为互联网数字营销行业带来了机遇。

公司秉承“为顾客创造价值,为员工创造福利,为股东创造回报”的企业宗旨,坚持以提供绿色的、友善的包装产品及服务为己任,突破以往印刷企业的传统纸加工以及技术运用模式,紧跟国内外政策趋势,在药品初级、次级包装技术领域不断探索,不断推出适应就先进的自动流水生产线的各种药品包装产品,以及应用于防伪、防蛀闭、可追溯等功能的多项技术,尤其在药品包装的喷墨保证上具备强大的技术支持,使得药品包装所承载的越来越多的功能和附加价值因以保证。

公司依靠医药包装所形成的规模效应、技术储备及品牌影响力等多个竞争优势,不断夯实公司医药包装的核心竞争力,始终片据着国内医药印务巨擘地位或领域及药用铝管包装领域的领先地位,并持续向其他医药包装高附加值产业链领域拓展,2020年《印刷经理人》正式发布“2020中国印刷包装企业100强排行榜”中,公司排名第29名。

2)行业发展与市场占有率

近年来,制药行业已经充分认识到了产品包装的重要性,加之政府对医疗卫生事业投入的不断加大,我国的医药包装市场将会迎来较快的增长,年均增长率保持10%以上,其生产总值已占全国包装业生产总值的10%以上,高于制药工业占全国工业总产值的比例。根据《2019-2025年中国医药包装材料行业市场竞争格局及投资前景报告》,我国医药包装行业市场规模稳定增长,从2012年的多75.4亿元增长到2018年的突破百亿元,已接千亿大关。

在新产品、新药两型品出不对的今天,与之相配套的药品包装随进速度还比较滞后,具有很大的潜力可挖,我国医药包装产业的市场空间广阔。但面发达国家医药包装产业占医药工业总产值30%以上的水平还有一定差距,我国医药包装产业的“天花板”还远远没有到来。

随着人民生活水平和健康观念的不断提升,以及老龄化水平上升带来的慢性病需求增加,患者自行选择药品的比例逐步提高,加之全国推行“带量采购”之后配价药企加大在院外市场的投入力度,药品零售市场存在巨大增长空间。随着2019年12月1日新《药品管理法》正式实施,药品追溯制度的全面深入推进,对高品质医药包装机盒的需求拉动尤为显著。为同时具有追溯码批量生产能力和医药纸盒规模化生产能力的企业,创造了巨大的市场机遇。

随着医药行业的品技术含量及品质不断提高,对医药包装的性能和质量要求将不断提升,这使得我国医药包装市场需求逐步向实力较强的企业聚拢,将会带动我国医药包装行业的整规模化方向发展,市场集中度不断提高。

公司作为国内医药包装龙头企业,在医药包装领域始终处于领先地位。在医药折叠纸盒等次级包装领域,公司与国内知名的制药企业均保持良好的合作关系,2020年进入世界500强中的化学制药企业中,有8家(强生,拜耳医药,中国医药集团,诺华制药,赛诺菲,默沙东,费森无斯)均与公司有长期而稳定的合作;在中高端折管等药品初级包装领域,公司的业务除覆盖至全国大部分地区外,还延伸至香港,日本及东南亚,欧洲等地区,合作的客户均为外资及国内大中型知名企业,包括西安杨森、诺华制药、拜耳医药、吴太感康、诺和诺德、天士力、浙江华海等;同时,公司还积极开发医美、电子等消费品市场,国际化妆品巨头欧莱雅、国内医美龙头贝泰妮、三星电子等均是公司消费品业务的重要客户。未来,公司在药品包装及消费品包装领域仍将保持稳定的增长。

(二)互联网数字营销业务

2020年受新冠疫情延续,经营风险骤增的大环境下,对数字营销行业来说,这既是挑战同时也是机遇。目前5G移动网络正式步入商业化应用,人工智能、云计算和产业互联网等领域不断完善和突破,5G时代也将推动媒体平台升级以及新媒体诞生。在人工智能、大数据、区块链等技术的推动下,广告形式和投放策略都将加速创新,互联网数字营销作为新经济服务的重要模块之一,发展前景依然可观。

公司领先科技立足于企业营销推广的研发与服务,致力于智能数字营销体系服务客户。公司整合多种社会化媒体平台,以丰富的创意形式,协助客户品牌和产品扩大社会影响力,协助企业完成营收规模。服务内容涵盖数字营销传播整个产业链,服务范围涉及全行业,服务领域基本覆盖全国主要市场。

领先科技多年致力于数字营销行业,积累了十倍营收增长模式的经验,在业内获得了众多顶级媒体和客户的认可。

公司将在大数据和新技术的赋能下,持续打造自身产品和运营能力的升级迭代,在继续集中优势资源发展头部客户的同时,进一步拓展更多更优质客户,深挖在线教育、线上文娱、在线办公等存在增长潜质的新型客户,不断探索互联网数字营销业务与制药、消费品客户的市场推广的契合点,以寻求新的业务增长模式。以先进的数据优化和沙制能力,出色的互联网营销策划能力,灵活多变的服务模式和全域资源整合能力,帮助合作伙伴在快速变化的新经济环境中获得持续增长。

(三)供应链管理业务

随着互联网的发展和5G技术的成熟应用,互联网+的时代将加速印刷行业格局的变化,产业整合将是大势所趋,传统的出版印刷将继续承压下调至相对饱和状态,但包装行业会随着互联网发展会呈现蓬勃发展的趋势,预计在2021年纸制品包装市场规模行在千亿以上的状态下继续发展,其中受限塑令的影响,塑料包装会被更多纸质材料包装所替代,受环保的影响,更多医药产能将被淘汰,更多的高标准要求会促进产业进一步开发。

现有包装行业仍以塑料、纸张、玻璃、金属和其他为主,在环保政策一致性影响的状态下,在物联网+的时代下的产业格局改革变数较大,在不考虑此种状况下,限塑令占显为包装行业变化的主要因素,随着限塑令的加强,新增纸质替代品的需求将有所增加,瓦楞纸箱替代塑料袋快递包装需求也会随之增长,新版限塑令促使大量纸质包装替代塑料包装,利好拥有替代产能的包装企业。

(四)消费品包装业务

子公司既西身盒业是于扶沟县、医药/生物制品、电子产品等专用高端瓦楞纸箱包装及相关包装材料产品研发生产及服务,主要产品为民营包装,适用于扶沟县,药品/生物制品、电子产品等行业,公司定位为中高端瓦楞纸箱,是伊利集团旗西维欧第一瓦楞纸箱战略供应商,合作的客户均为国内外品牌企业,包括伊利、杨森、中粮可乐、中兴等。

(五)顺应国家科技发展战略,探索“区块链”技术在药品溯源领域的应用

2020年,国家对于医药溯源等新技术制定新要求,其中《中华人民共和国药品管理法》明确要求“国务院药品监督管理部门应当制定统一的药品追溯标准和规范”。药品溯源区块链技术的需求成为未来药品企业常态发展的重要一环。

区块链技术已经被国家明认识和定义在溯源领域中有着广阔的应用前景。公司目前已有应联软著作权受理并初步搭建了区块链技术在药品、疫苗领域的模拟应用场景,可实现追查药品、疫苗生产、物流、仓储、使用,乃至监管等全程追溯,初级产品已经于2020年10月份在全国药品API会议上发布,获得了药品生产企业的好评和改进建议。

公司的产品是以区块链技术为底层驱动,利用现代通讯技术、芯片技术、物联网技术的跨界融合,以药品、疫苗的智能包装为载体,实现了传统包装与新科技技术的碰撞,目前正在更深入研发的第一代成本更低的硬件系统,和更便捷的移动端管理平台,并同时高度关注相关国家政策规改版,以期产品早日顺利投放市场。

公司在药品、疫苗的包装领域深耕多年,拥有强大的市场资源,完全可以利用新科技和传统包装的完美融合,实现包装和科技的相互赋能,为客户创造新的价值。

3.主要会计数据和财务指标

(1)近一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

单位:元

| | 2020年 | 2019年 | 本年比上年增减 | 2018年 |
|---|---|---|---|---|
| 营业收入 | 1,875,342,223.97 | 1,241,373,724 | 50.35% | 565,124,332.86 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 101,292,165.29 | 66,562,444.36 | 52.18% | 28,112,269.71 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 92,619,871.93 | 63,062,141.42 | 46.89% | 27,443,766.13 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -44,471,117.72 | 139,913,384.06 | -131.78% | 85,553,434.72 |
| 基本每股收益(元/股) | 0.56 | 0.37 | 51.35% | 0.16 |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.56 | 0.37 | 51.35% | 0.16 |
| 加权平均净资产收益率 | 15.63% | 11.59% | 4.04% | 5.28% |
| | 2020年末 | 2019年末 | 本年末比上年末增减 | 2018年末 |
| 资产总额 | 1,499,501,682.56 | 1,378,211,428.82 | 8.80% | 988,516,197.59 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 669,611,645.99 | 604,817,969.10 | 10.71% | 543,698,499.20 |

(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 | 442,174,573.32 | 404,421,100.90 | 428,930,969.08 | 599,815,590.67 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 19,617,159.88 | 21,775,813.88 | 24,177,493.88 | 35,721,697.65 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 18,099,941.84 | 19,110,944.73 | 20,586,613.03 | 34,822,372.33 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -65,222,178.49 | -17,590,148.55 | -28,498,351.42 | 66,889,561.74 |

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 | 17,278 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 14,471 | 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 | 持有有限售条件股份数量 | 质押或冻结情况 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 股份状态 | 数量 |
| 陕西医药控股集团有限责任公司 | 国有法人 | 46.25% | 83,250,000 | | | |
| 香港原石国际有限公司 | 境外法人 | 16.83% | 30,300,000 | | | |
| 比特(香港)投资有限公司 | 境外法人 | 4.44% | 7,990,000 | | | |
| 王世杰 | 境内自然人 | 1.26% | 2,262,000 | | | |
| 徐天平 | 境内自然人 | 0.72% | 1,294,980 | | | |
| 杨伟玲 | 境内自然人 | 0.39% | 700,000 | | | |
| 高华-汇丰-GOLDMAN, SACHS & CO.LLC | 境外法人 | 0.34% | 603,903 | | | |
| 冯玉辉 | 境内自然人 | 0.31% | 559,240 | | | |
| 刘彬 | 境内自然人 | 0.26% | 468,548 | | | |
| 贾基茂 | 境内自然人 | 0.26% | 460,400 | | | |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | 公司未获知其他前10名普通股股东之间,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) | 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

□ 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.公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市,且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1.报告期经营情况简介

(一)国内经济形势概况

2020年新冠疫情对全球经济带来前所未有的冲击,国际疫情持续蔓延,产业链供应链循环受阻,药品的刚需特性和产业的创新基因依旧拉动全球药品市场保持正增长,而中国医药经济也在疫情带来的新常态下进行新一轮重构,为互联网数字营销行业带来了机遇。

公司秉承“为顾客创造价值,为员工创造福利,为股东创造回报”的企业宗旨,坚持以提供绿色的、友善的包装产品及服务为己任,突破以往印刷企业的传统纸加工以及技术运用模式,紧跟国内外政策趋势,在药品初级、次级包装技术领域不断探索,不断推出适应就先进的自动流水生产线的各种药品包装产品,以及应用于防伪、防蛀闭、可追溯等功能的多项技术,尤其在药品包装的喷墨保证上具备强大的技术支持,使得药品包装所承载的越来越多的功能和附加价值因以保证。

公司依靠医药包装所形成的规模效应、技术储备及品牌影响力等多个竞争优势,不断夯实公司医药包装的核心竞争力,始终片据着国内医药印务巨擘地位或领域及药用铝管包装领域的领先地位,并持续向其他医药包装高附加值产业链领域拓展,2020年《印刷经理人》正式发布“2020中国印刷包装企业100强排行榜”中,公司排名第29名。

2)行业发展与市场占有率

近年来,制药行业已经充分认识到了产品包装的重要性,加之政府对医疗卫生事业投入的不断加大,我国的医药包装市场将会迎来较快的增长,年均增长率保持10%以上,其生产总值已占全国包装业生产总值的10%以上,高于制药工业占全国工业总产值的比例。根据《2019-2025年中国医药包装材料行业市场竞争格局及投资前景报告》,我国医药包装行业市场规模稳定增长,从2012年的多75.4亿元增长到2018年的突破百亿元,已接千亿大关。

在新产品、新药两型品出不对的今天,与之相配套的药品包装随进速度还比较滞后,具有很大的潜力可挖,我国医药包装产业的市场空间广阔。但面发达国家医药包装产业占医药工业总产值30%以上的水平还有一定差距,我国医药包装产业的“天花板”还远远没有到来。

随着人民生活水平和健康观念的不断提升,以及老龄化水平上升带来的慢性病需求增加,患者自行选择药品的比例逐步提高,加之全国推行“带量采购”之后配价药企加大在院外市场的投入力度,药品零售市场存在巨大增长空间。随着2019年12月1日新《药品管理法》正式实施,药品追溯制度的全面深入推进,对高品质医药包装机盒的需求拉动尤为显著。为同时具有追溯码批量生产能力和医药纸盒规模化生产能力的企业,创造了巨大的市场机遇。

随着医药行业的品技术含量及品质不断提高,对医药包装的性能和质量要求将不断提升,这使得我国医药包装市场需求逐步向实力较强的企业聚拢,将会带动我国医药包装行业的整规模化方向发展,市场集中度不断提高。

公司作为国内医药包装龙头企业,在医药包装领域始终处于领先地位。在医药折叠纸盒等次级包装领域,公司与国内知名的制药企业均保持良好的合作关系,2020年进入世界500强中的化学制药企业中,有8家(强生,拜耳医药,中国医药集团,诺华制药,赛诺菲,默沙东,费森无斯)均与公司有长期而稳定的合作;在中高端折管等药品初级包装领域,公司的业务除覆盖至全国大部分地区外,还延伸至香港,日本及东南亚,欧洲等地区,合作的客户均为外资及国内大中型知名企业,包括西安杨森、诺华制药、拜耳医药、吴太感康、诺和诺德、天士力、浙江华海等;同时,公司还积极开发医美、电子等消费品市场,国际化妆品巨头欧莱雅、国内医美龙头贝泰妮、三星电子等均是公司消费品业务的重要客户。未来,公司在药品包装及消费品包装领域仍将保持稳定的增长。

(二)互联网数字营销业务

2020年受新冠疫情延续,经营风险骤增的大环境下,对数字营销行业来说,这既是挑战同时也是机遇。目前5G移动网络正式步入商业化应用,人工智能、云计算和产业互联网等领域不断完善和突破,5G时代也将推动媒体平台升级以及新媒体诞生。在人工智能、大数据、区块链等技术的推动下,广告形式和投放策略都将加速创新,互联网数字营销作为新经济服务的重要模块之一,发展前景依然可观。

公司领先科技立足于企业营销推广的研发与服务,致力于智能数字营销体系服务客户。公司整合多种社会化媒体平台,以丰富的创意形式,协助客户品牌和产品扩大社会影响力,协助企业完成营收规模。服务内容涵盖数字营销传播整个产业链,服务范围涉及全行业,服务领域基本覆盖全国主要市场。

领先科技多年致力于数字营销行业,积累了十倍营收增长模式的经验,在业内获得了众多顶级媒体和客户的认可。

公司将在大数据和新技术的赋能下,持续打造自身产品和运营能力的升级迭代,在继续集中优势资源发展头部客户的同时,进一步拓展更多更优质客户,深挖在线教育、线上文娱、在线办公等存在增长潜质的新型客户,不断探索互联网数字营销业务与制药、消费品客户的市场推广的契合点,以寻求新的业务增长模式。以先进的数据优化和沙制能力,出色的互联网营销策划能力,灵活多变的服务模式和全域资源整合能力,帮助合作伙伴在快速变化的新经济环境中获得持续增长。

(三)供应链管理业务

随着互联网的发展和5G技术的成熟应用,互联网+的时代将加速印刷行业格局的变化,产业整合将是大势所趋,传统的出版印刷将继续承压下调至相对饱和状态,但包装行业会随着互联网发展会呈现蓬勃发展的趋势,预计在2021年纸制品包装市场规模行在千亿以上的状态下继续发展,其中受限塑令的影响,塑料包装会被更多纸质材料包装所替代,受环保的影响,更多医药产能将被淘汰,更多的高标准要求会促进产业进一步开发。

现有包装行业仍以塑料、纸张、玻璃、金属和其他为主,在环保政策一致性影响的状态下,在物联网+的时代下的产业格局改革变数较大,在不考虑此种状况下,限塑令占显为包装行业变化的主要因素,随着限塑令的加强,新增纸质替代品的需求将有所增加,瓦楞纸箱替代塑料袋快递包装需求也会随之增长,新版限塑令促使大量纸质包装替代塑料包装,利好拥有替代产能的包装企业。

报告期内,子公司宏谷金印联专注为印刷包装企业提供专业供应链解决方案,主营产品为印刷包装企业需要的各类环保材料及耗材,主要经营模式为:“采购管家”+“供应链金融”为主体的一站式方案解决中心,为超过1000家印刷企业提供稳定的印刷包装供应链服务,其中以金印联为主导根据“C2M”反向产品定制为导向的“BOOKSAFE”安全图书印制体系和“PACKSAFE”食安系列印刷原材料已经广为业界好评。

2020年,公司合作客户涉及出版商务、药盒包装、食品包装、标签、烟包、日化、消费电子、制卡玩具等,且分别与在不同的领域具有代表性的客户建立了长期稳定的业务往来,为将来进一步发展和扩容打下坚实的基础。

(四)消费品包装业务

子公司既西身盒业是于扶沟县、医药/生物制品、电子产品等专用高端瓦楞纸箱包装及相关包装材料产品研发生产及服务,主要产品为民营包装,适用于扶沟县,药品/生物制品、电子产品等行业,公司定位为中高端瓦楞纸箱,是伊利集团旗西维欧第一瓦楞纸箱战略供应商,合作的客户均为国内外品牌企业,包括伊利、杨森、中粮可乐、中兴等。

(五)顺应国家科技发展战略,探索“区块链”技术在药品溯源领域的应用

2020年,国家对于医药溯源等新技术制定新要求,其中《中华人民共和国药品管理法》明确要求“国务院药品监督管理部门应当制定统一的药品追溯标准和规范”。药品溯源区块链技术的需求成为未来药品企业常态发展的重要一环。

区块链技术已经被国家明认识和定义在溯源领域中有着广阔的应用前景。公司目前已有应联软著作权受理并初步搭建了区块链技术在药品、疫苗领域的模拟应用场景,可实现追查药品、疫苗生产、物流、仓储、使用,乃至监管等全程追溯,初级产品已经于2020年10月份在全国药品API会议上发布,获得了药品生产企业的好评和改进建议。

公司的产品是以区块链技术为底层驱动,利用现代通讯技术、芯片技术、物联网技术的跨界融合,以药品、疫苗的智能包装为载体,实现了传统包装与新科技技术的碰撞,目前正在更深入研发的第一代成本更低的硬件系统,和更便捷的移动端管理平台,并同时高度关注相关国家政策规改版,以期产品早日顺利投放市场。

公司在药品、疫苗的包装领域深耕多年,拥有强大的市场资源,完全可以利用新科技和传统包装的完美融合,实现包装和科技的相互赋能,为客户创造新的价值。

3.主要会计数据和财务指标

(1)近一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

单位:元

| | 2020年 | 2019年 | 本年比上年增减 | 2018年 |
|---|---|---|---|---|
| 营业收入 | 1,875,342,223.97 | 1,241,373,724 | 50.35% | 565,124,332.86 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 101,292,165.29 | 66,562,444.36 | 52.18% | 28,112,269.71 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 92,619,871.93 | 63,062,141.42 | 46.89% | 27,443,766.13 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -44,471,117.72 | 139,913,384.06 | -131.78% | 85,553,434.72 |
| 基本每股收益(元/股) | 0.56 | 0.37 | 51.35% | 0.16 |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.56 | 0.37 | 51.35% | 0.16 |
| 加权平均净资产收益率 | 15.63% | 11.59% | 4.04% | 5.28% |
| | 2020年末 | 2019年末 | 本年末比上年末增减 | 2018年末 |
| 资产总额 | 1,499,501,682.56 | 1,378,211,428.82 | 8.80% | 988,516,197.59 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 669,611,645.99 | 604,817,969.10 | 10.71% | 543,698,499.20 |

(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 | 442,174,573.32 | 404,421,100.90 | 428,930,969.08 | 599,815,590.67 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 19,617,159.88 | 21,775,813.88