公司代码:605099　　公司简称:共创草坪

江苏共创人造草坪股份有限公司

2022 年度报告摘要

一 重要提示

1 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,投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。

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 天健会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

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

经天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计,截至2022年12月31日,母公司期末可供分配利润为人民币631,500,438.61元,公司拟以实施权益分派股权登记日的总股本为基数,向全体股东每10股派发现金红利5.60元(含税),该预案经公司第二届董事会第十二次会议审议通过,尚需提交公司股东大会审议批准后实施。

二 公司基本情况

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	共创草坪	605099	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	姜世毅	董宗
办公地址	淮安市淮安区经济开发区广州东路66号	淮安市淮安区经济开发区广州东路66号
电话	0517-85196088	0517-85196088
电子信箱	zhengquanbu@cccgrass.cn	zhengquanbu@cccgrass.cn

2 报告期公司主要业务简介

(一)主要业务

公司主要从事人造草坪的研发、生产和销售,是全球生产和销售规模最大的人造草坪企业。

人造草坪是将PE(聚乙烯)、PP(聚丙烯)等合成树脂制成人造草丝,再通过专业设备将其编织在底布上,并在背面涂上起固定作用的涂层使其具有天然草性能的制品。不仅外观和天然草坪类似,并且表面性质安全持久,具有良好的运动特性,维护成本低,并能够长期保持良好的视觉效果。相对于天然草坪,人造草坪具有常温性、耐用性、抗老化性等特性,能够解决全年全天候高频率使用、全球寒热区域使用等问题,具备使用寿命长、维护成本低、节约水资源等优势,是天然草坪更加经济、环保的替代物。

公司用成立以来始终深耕人造草坪行业,主营业务人造草坪产品分为运动草和休闲草两类,人造草坪专业性能指标包括面动性能、耐磨性能、回力性能、拔脱性能等,其中运动草对耐磨性能、回弹性能、拔脱性能等要求较高,休闲草对产品的美观性、个性化、耐候性能、安全环保等更为较高。

运动草为运动型人造草坪,运动草系统的铺装由运动草及填充物(包括橡胶颗粒、填砂等)、弹性垫等组成。运动草具有较高的产品壁垒,国际权威体育组织对供应商的资质认证极其严格。公司是亚太地区唯一一家国际足联、国际曲棍球国际橄榄球联合会的全球优选供应商。运动草产品用于足球场、橄榄球场、曲棍球场、网球场及多功能运动场等。报告期内,公司主要销售人造草坪产品,少量业务向产业链下游草坪系统铺装领域(草坪填充物、弹性垫、铺装工程服务等)延伸。

休闲草为景观休闲型人造草坪,休闲草系统的铺装由休闲草(包括曲丝和多种长度丝)及填砂作为填充物等组成,填充物不同于运动草系统,不包括弹性垫部分,仅由填砂保证草丝直立。休闲草的最终用户为园区、商业企业等消费群体,终端客户相对分散且主要集中在境外,订单存在产品规格种类多、销售频率相对稳定的特点。休闲草用于休闲景观场地的铺装,主要运用于住宅景观、商业办公、市政绿化、展会等不同场景。

(二)经营模式

1.采购模式:报告期内,公司主要采购的原材料为塑料粒子、底布、原胶和母粒原辅料。

塑料粒子:公司供应商主要为沙比克、中石油华东和中石化华东,公司根据沙比克、中石油和中石化采购系统每日结算价格,定期按需采购。此外,公司亦根据产品需求,从境外供应商或其境内贸易商处通过询价比价方式采购进口塑料粒子。

底布和原胶:公司每年与合格供应商签订年度采购协议,约定定价机制,因确定固定加工费水平、公司部分承担供应商上游原材料价格的波动。公司年度内向合格供应商按需分配采购量。

母粒原辅料:公司采购母粒原辅料目制印粒,一般根据不同原辅料的市场状况,采取竞价平台、招标、比价、竞争性谈判等模式按需采购。

2.生产模式:公司主要采用以销定产的生产模式,一般销售部门签订销售订单后会转交给商务部门,由商务部门制定排产计划。生产部门获得排产计划后,根据物料清单及原材料库存情况进行采购,后续再按排产计划的要求以及公司生产工艺进行产品生产。

3.销售模式:

(1)境外销售

销售渠道:公司境外销售存在直销、批发两种客户类型,境外销售以批发客户为主。其中直销客户主要采购运动草产品,下游客户是承接铺装项目的工程商;批发客户主要采购休闲草,下游客户主要是批发商或大型建材连锁超市。

销售定价:公司境外产品的销售价格根据公司定价条款和市场行情综合确定。公司销售部门首先根据产品成本等因素确定产品的销售底价,并就子不同销售区域内销售经理、大区经理一定的价格调整权限。

(三)行业情况说明

1.公司所处行业

根据中国证监会2012年10月发布的《上市公司行业分类指引》,公司所处的行业属于文教、工美、体育和娱乐用品制造业(行业代码:C24)。

2.全球人造草坪行业情况

(1)全球人造草坪行业发展概况

人造草坪在1960年最早诞生于美国。全球人造草坪行业发展进程中,随着使用场景的不断丰富、生产技术的精进,草坪材料不断升级改造,性能愈加持久耐用,以技术壁垒较高的运动草产品迭代作为划分标准,人造草坪产品至今已迭代至第四代,在颜色、质感与体验感等各个方面均已较为接近天然草坪。

全球人造草坪市场总体需求快速增长,根据AMI Consulting最新统计数据,2021年全球人造草坪需求量为248亿平方米,销售金额达到28亿欧元(不包括填充物,减拨费等和安装服务),预计到2025年,销售金额将上升到38亿欧元,销售金额年均复合增长率为8.4%。

从产品结构看,全球运动草与休闲草销量基本相当,但休闲草增速更快。根据AMI Consulting最新研究,2015 年至 2021 年,休闲草的年均复合增长率为22.03%,运动草的年均复合增长率为6.00%。运动草市场的增长主要来源于发展中国家对运动场地的加大投入和发达国家存量人造运动草的更新。休闲草市场的增长主要来源于产品性能提升使得消费者个性化装饰需求得到满足,消费者对节水及降低维护成本认知程度的加深以及大型家居连锁超市、园艺公司、DIY等销售方式从北美等成熟市场向其他地区扩散,市场渗透率得以提高。

从区域结构看,全球人造草坪第一大市场为EMEA地区(欧洲、中东及非洲地区)。根据AMI Consulting 统计,2021 年该地区的人造草坪总销量占全球市场的 44.59%。2021 年,以我国为代表的亚太地区(亚洲及大洋洲地区)人造草坪总销量占全球市场的32.97%。美洲地区(北美洲及南美洲地区)在2021年全球市场的销量占比则为22.44%,是全球平均销售单价最高的市场。

从产能分布看,全球人造草坪市场需求的增长导致了商供给增长,中国草坪产能快速扩张,技术多国优势,是全球人造草坪的主要生产地,约占全球产能60%以上。2021年,全球前十大供应商中,6家来自中国,4家来自欧洲,还有1家来自加拿大,共创草坪是全球产能最大的人造草坪生产企业。

(2)我国人造草坪市场情况

我国人造草坪市场起步较晚,但发展速度很快。1990年代末期,我国企业开始进入人造草坪制造领域。2000年以来,我国人造草坪行业取得快速发展,全球产能逐渐向我国转移,以共创草坪为代表的中国企业逐渐占据全球人造草坪行业的主要地位,同时国内人造草坪市场需求也在不断增加。

国内人造草坪需求主要是运动草市场,运动草广泛应用于足球场、曲棍球场、橄榄球场等运动场地,而国内休闲草市场仍处于起步阶段,主要应用场景不同于美国、日本等发达国家成熟市场。国内终端消费者对人造草坪产品缺乏认识和了解,并且休闲草产品没有统一的行业标准,对草坪产品质量要求普遍不高,目前国内休闲草市场以中低价位产品为主。

人造草坪作为一种新型绿色建筑材料,随着城市绿化、生态环境保护意识的提升以及相关国家政策的推动,国内休闲草市场仍处于起步阶段,主要应用场景不同于美国、日本等发达国家成熟市场。国内终端消费者对人造草坪产品缺乏认识和了解,并且休闲草产品没有统一的行业标准,对草坪产品质量要求普遍不高,目前国内休闲草市场以中低价位产品为主。

人造草坪作为一种新型绿色建筑材料,随着城市绿化、生态环保