证券代码:601515 证券简称:东风股份 公告编号:临2023-051

汕头东风印刷股份有限公司 关于回复上海证券交易所 对公司2022年年度报告信息披露 监管工作函的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

汕头东风印刷股份有限公司(以下简称"公司")于2023年5月30日收到上海证券交易所(以下简称"上交所")下发的《关于汕头东风印刷股份有限公司2022年年度报告的信息披露监管工作函》(上证公函[2023]0622号，以下简称"《监管工作函》")。公司及年审会计师苏亚金诚会计师事务所(特殊普通合伙)、商誉减值事项评估机构江苏中企华中天资产评估有限公司、发行股份及支付现金购买资产项目独立财务顾问华泰联合证券有限责任公司、发行股份及支付现金购买资产项目审计机构天健会计师事务所(特殊普通合伙)对《监管工作函》所提出的问题进行了认真核查和分析。现就《监管工作函》回复内容公告如下。因涉及公司商业秘密，客户、供应商等相关信息不列示具体名称，提请广大投资者注意相关风险。

《监管工作函》项下问题一：

"一、关于公司经营业绩：1、关于主营业务。年报显示，报告期内公司实现营业收入37.44亿元，同比减少1.60%，主营业务综合毛利率29.33%，同比下降2.11个百分点，已连续四年下降，年报显示，主要系报告期内各种成本要素上升，产品销售价格难以抬升及烟标招投标中标价格下降所致。分季度来看，公司2022年第一至第四季度扣非后净利润分别为1.17亿元、1.17亿元、0.53亿元、0.01亿元，经营活动产生的现金流量净额分别为-0.46亿元、2.16亿元、1.95亿元、3.22亿元，二者波动较大且趋势不一致。请公司：(1)结合主要产品产销存情况、相应市场价格变动和主要客户情况等，分别对烟标业务、医药包装业务、膜类新材料业务、纸品业务毛利率变动的原因进行量化分析，并说明是否与同行业公司具有可比性；(2)结合所处行业地位及竞争优势变化，进一步分析盈利能力持续下滑的原因，并说明拟采取的应对措施；(3)结合各细分行业季节性特点、采购及销售结算政策、收入确认时点等，分析说明各季度净利润和经营活动现金流量净额出现较大波动，且趋势不一致的原因及合理性；(4)核实年报"主营业务分行业、分产品、分地区、分销售模式情况"中相关数据填列是否有误，并予以更正。请会计师对问题(1)、(3)发表意见。"

公司回复：

一、结合主要产品产销存情况、相应市场价格变动和主要客户情况等，分别对烟标业务、医药包装业务、膜类新材料业务、纸品业务毛利率变动的原因进行量化分析，并说明是否与同行业公司具有可比性

公司主营业务产品构成及毛利率变动情况分析

金额单位：万元

产品类别	2022年度					2021年度					毛利率变动
	销售收入	收入权重	毛利额	毛利权重	毛利率	销售收入	收入权重	毛利额	毛利权重	毛利率	
烟标	245,079.27	66.02%	81,812.97	75.14%	33.38%	246,143.56	65.18%	89,221.47	75.13%	36.25%	-2.87%
医药包装	58,202.98	15.68%	13,431.49	12.34%	23.08%	53,806.04	14.25%	12,610.17	10.62%	23.44%	-0.36%
膜类新材料	29,407.21	7.92%	5,030.30	4.62%	17.11%	29,684.43	7.86%	8,610.02	7.25%	29.01%	-11.90%
纸品	12,379.18	3.33%	3,639.34	3.34%	29.40%	11,363.63	3.01%	3,996.62	3.37%	35.17%	-5.77%
其他	26,134.37	7.04%	4,969.51	4.56%	19.02%	36,637.78	9.70%	4,316.60	3.63%	11.78%	7.23%
合计	371,203.01	100.00%	108,883.61	100.00%	29.33%	377,635.43	100.00%	118,754.88	100.00%	31.45%	-2.11%

由上表可见，公司医药包装业务销售毛利率在近两年未出现大的波动，烟标业务、膜类新材料业务、纸品业务的销售毛利率均出现一定程度的下滑。2021年度和2022年度的主营烟标业务占整体业务收入比重达到65%以上，毛利贡献率达到75%以上，因此，烟标业务毛利率波动对公司整体业务综合毛利率影响最大。

2022年度，公司主营烟标业务的毛利润减少7,408.50万元，毛利率同比下滑2.87%，主要原因是近两年公司在主要烟标类客户中的招投标中标价格下降及产品成本上升所致。膜类新材料业务收入权重为7.92%、毛利额权重为4.62%，毛利率同比下降幅度最大，达到11.90个百分点，膜类新材料包括差异化基膜、膜品、功能膜、隔膜和电化铝等小类组成，主要原因是2022年市场需求疲软、供过于求、恶性竞争、订单有一定下滑、单位固定成本上升及其主要原材料价格上升等多重因素导致。占比较小的纸品业务毛利率同比下滑5.77%，主要系纸品主要客户投标价格下降及原材料价格上涨等原因所致。以下对结合产品细分、主要客户情况和产品价格波动等方面对公司上述四类业务毛利率变动进行相应的量化分析。

(一)烟标业务

1、烟标产品产销存分析

产品名称	单位	2022年度			2021年度			同期增减对比		
		生产量	销售量	库存量	生产量	销售量	库存量	生产量	销售量	库存量
烟标	万套	82,250.01	84,114.53	14,548.32	80,582.16	82,995.90	16,413.77	2.07%	1.35%	-11.37%

2022年，公司主营烟标业务板块不断发挥自身规模和技术优势，烟标产品品质及交付能力进一步提升，烟标产销量均同比有所上升。同时，在与竞争对手激烈的市场客户招投标竞争中，为应对订单中标、中标价格下行、效益下降的压力，公司采取多重降本措施，2022年公司积极消化压缩库存，降低仓储及成品和结算资金等占用成本，2022年末库存较上年末下降11.37%。

2、烟标产品市场价格变动分析

金额单位：万元

烟标级别	计量单位	2022年度						2021年度						同期数据对比	
		销量	销售收入	收入权重	平均套价	销售成本	单套成本	销量	销售收入	收入权重	平均套价	销售成本	单套成本	平均套价	单套成本
一类烟标	万套	20,570.64	102,231.02	41.71%	4.97	68,226.76	3.32	21,339.31	106,730.33	43.36%	5.00	66,123.85	3.10	-0.64%	7.04%
二类烟标	万套	15,045.68	41,527.09	16.94%	2.76	24,652.67	1.64	7,072.98	22,261.88	9.04%	3.15	12,924.10	1.83	-12.31%	-10.33%
三类烟标	万套	39,841.34	91,149.57	37.19%	2.29	62,893.54	1.58	44,827.73	105,881.75	43.02%	2.36	69,712.06	1.56	-3.14%	1.51%
四类烟标	万套	7,676.35	9,568.58	3.90%	1.25	6,973.32	0.91	7,649.08	10,010.60	4.07%	1.31	7,177.33	0.94	-4.76%	-3.19%
五类烟标	万套	980.52	603.02	0.25%	0.61	520.01	0.53	2,106.81	1,258.99	0.51%	0.60	984.75	0.47	2.91%	13.46%
合计		84,114.53	245,079.27	100.00%	2.91	163,266.30	1.94	82,995.90	246,143.56	100.00%	2.97	156,922.09	1.89	-1.76%	2.66%

公司烟标产品是以招投标方式获取订单，中烟公司外购烟标采用向全社会公开招标竞标方式，公司积极参与竞标，因此，烟标产品交易价格为中标价。近几年，由于与同行竞争对手激烈，中标价格在一定程度上处于逐步下降的趋势中。

从分解的烟标产品小类的销量、销售结构、平均售价及平均成本来看：(1)在销量方面，公司在激烈的市场竞争中，2022年烟标销售总量保持增长，增幅为1.35%；(2)公司2022年二类烟标的销售收入比重上升7.90个百分点，一类、三类、四类烟标的销售收入比重与上年同期相比均有不同程度降低，分别降低1.65、5.82、0.16个百分点，公司2022年在中标产品结构与上年同期相比，发生了较大变化；(3)公司2022年度一类至四类烟标产品的平均套价较2021年度均有不同程度的下滑；(4)综合平均售价和平均成本来看，一类和三类平均售价下降、平均成本上升，两头挤压的影响导致压缩了毛利空间；二类和四类平均售价、平均成本均出现下降，但成本下降幅度不及价格下降幅度，减少了毛利额。

综上，近几年来公司烟标产品中标价格持续下降，产品成本上升等主要影响，烟标业务毛利率出现下滑。

3、烟标产品成本构成项目分析

金额单位：万元

成本构成项目	2022年度				2021年度				同期对比变动		
	成本金额	占成本比重	占收入比重	平均单套成本	成本金额	占成本比重	占收入比重	平均单套成本	占成本比重波动	占收入比重波动	平均单套成本波动
直接材料	107,913.85	66.10%	44.03%	1.28	102,610.97	65.39%	41.69%	1.24	0.71%	2.34%	0.047
人工费用	15,605.83	9.56%	6.37%	0.19	15,780.84	10.06%	6.41%	0.19	-0.50%	-0.04%	-0.005
制造费用	39,746.62	24.34%	16.22%	0.47	38,530.28	24.55%	15.65%	0.46	-0.21%	0.56%	0.008
合计	163,266.30	100.00%	66.62%	1.94	156,922.09	100.00%	63.75%	1.89	0.00%	2.87%	0.050

由上表可见，根据烟标成本构成来看：在占烟标总成本比重方面，直接材料与同期相比上升了0.71个百分点，直接人工、制造费用与同期相比分别下降了0.50、0.21个百分点。在占烟标总收入比重方面，直接材料和制造费用与同期相比分别上升了2.34、0.56个百分点，直接人工与同期相比微降下降了0.04个百分点；在平均单套成本方面，直接材料与同期相比上升0.05元/套，直接人工与制造费用则相对基本持平。

综上，直接材料成本的上升是影响烟标成本增加的主要因素。单位直接人工成本略有下降主要系近年来，公司持续进行技术改造，2022年公司进一步更新改造设备，淘汰陈旧和效率低下的设备，减轻招工及人工成本持续上升的压力，提升人员效率和产品生产效率，在保障产品交付时间和交付质量的前提下降低了产品的直接人工成本。单位制造费用成本略有上涨主要系：(1)智能工厂及技术改造投入：公司持续加大工厂智能制造的投入和设备改造力度，相应增加了制造费用；(2)用电成本：2022年电费价格上涨，导致能源动力费用上升，电费价格上涨主要原因系广东公司2021年与华能电力公司签约直购电优惠价，2022年电力交易规则变动，取消购电优惠，采用电量固定价格+电量市场联动模式以及尖峰谷平电价计算方式发生变化，湖南子公司2022年因煤价原因，火电基价上调且尖峰谷平电价方式调整，相对提高了尖峰电价。

4、烟标主要原材料采购价格波动分析

金额单位：万元

主要材料	计量单位	2022年度			2021年度			采购单价	
		采购数量	采购金额	采购单价(万元/吨)	采购数量	采购金额	采购单价(万元/吨)	增减额	增减率
外购原纸	吨	56,500.63	38,361.99	0.6790	61,669.87	43,695.74	0.7085	-0.0296	-4.17%
外购纸品	吨	15,616.44	24,796.81	1.5879	13,493.13	21,477.64	1.5917	-0.0039	-0.24%
纸张小计	吨	72,117.07	63,158.80	0.8758	75,163.00	65,173.38	0.8671	0.0087	1.00%
聚酯切片	吨	12,572.70	8,771.54	0.6977	15,823.40	9,661.45	0.6106	0.0871	14.26%

由上表可见，2022年由于中标产品结构变化，导致在产品工艺标准构成产品实体耗用主要材料纸张等的价格出现上升；采购金额比重上，2022年与上年同期相比，外购纸品结构同比上升了6.31个百分点，外购原纸结构同比下降了6.31个百分点。公司除烟标印刷业务外，产业链向上游延伸，形成纸品、膜品、电化铝、PET基膜生产等业务，聚酯切片是生产PET基膜的主要原材料，PET基膜又构成其下游产品电化铝、膜品、纸品、烟标的材料成本项目。2022年受国际市场影响，石油价格大幅波动，推动石化类材料价格波动上涨，因此导致聚酯切片的价格出现大幅上涨，也推升了公司电化铝、膜品、纸品、烟标成本上升。此外，石化类材料价格上涨，增加了公司自产油墨及外购胶水等辅料价格的上涨，侵蚀了公司包装印刷类业务的毛利额。

5、主要客户销售及毛利率变动情况

2022年度：

金额单位：万元

排名	客户名称	销售收入	收入占比	毛利额	毛利额占比	毛利率
1	客户1	64,583.53	26.35%	20,414.61	24.95%	31.61%
2	客户2	44,927.79	18.33%	22,111.32	27.03%	49.22%
3	客户3	25,939.20	10.58%	6,562.43	8.02%	25.30%
4	客户4	21,421.89	8.74%	6,663.46	8.14%	31.11%
5	客户5	12,720.60	5.19%	2,079.59	2.54%	16.35%
合计		169,593.01	69.19%	57,831.41	70.68%	34.10%

2021年度：

金额单位：万元

排名	客户名称	销售收入	收入占比	毛利额	毛利额占比	毛利率
1	客户1	50,320.91	20.44%	19,164.84	21.48%	38.09%
2	客户2	43,246.95	17.57%	22,723.06	25.47%	52.54%
3	客户3	41,312.98	16.78%	10,209.33	11.44%	24.71%
4	客户4	21,135.16	8.59%	7,697.12	8.63%	36.42%
5	客户6	17,634.69	7.16%	4,146.69	4.65%	23.51%
合计		173,650.69	*100 \# "0.00% " 70.54%	63,941.04	*100 \# "0.00% " 71.67%	36.82%

注：公司主营烟标产品的客户资源较为稳定，在上表中列示的近两年的前五名客户均为公司常年合作客户，各年度进入销售前五名的变化主要系各年度的不同客户的中标量和销售量的不同引起。

从公司前五名烟标类客户的销售情况来看，2022年度主要客户的毛利率较2021年度均有不同程度的下滑。其中，客户1的毛利率同比下降6.48个百分点，客户2的毛利率同比下降3.33个百分点，客户4的毛利率同比下降5.31个百分点，客户5的毛利率同比下降6.24个百分点。

6、烟标业务同行业可比公司毛利率变动情况

金额单位：万元

可比上市公司	烟标业务	2022年度	2021年度
劲嘉股份	营业收入	194,948.38	230,098.59
	营业成本	125,188.41	146,723.04
	毛利率	35.78%	36.23%
陕西金叶	营业收入	77,987.36	80,725.25
	营业成本	64,077.75	63,598.19
	毛利率	17.84%	21.22%
永吉股份	营业收入	46,046.80	29,831.93
	营业成本	31,783.33	19,250.29
	毛利率	30.98%	35.47%
金时科技	营业收入	17,976.25	35,805.49
	营业成本	13,809.05	23,644.90
	毛利率	23.18%	33.96%
新宏泽	营业收入	13,874.68	12,437.43
	营业成本	10,465.61	9,526.15
	毛利率	24.57%	23.41%
可比公司平均值	毛利率	26.47%	30.06%
本公司	毛利率	33.38%	36.25%

本公司主要依据公开可查询到的从事烟标业务的A股上市公司，并从其年度报告中摘取烟标业务相关数据进行对比分析。因此，上述5家同行业公司具有较高的代表性和可比性。

5家烟标同行可比公司近两年的毛利率均在下降。由此可见，烟标行业的整体毛利率处于不断下滑趋势，与本公司的趋势相一致。

(二)医药包装业务

1、医药包装业务产销存情况

(1)千叶药包的产销存情况

主要产品类别	期间	计量单位	生产量	销售量	库存量
片材－聚氯乙烯药用硬片	2020年度	吨	8,986.97	9,040.92	1,051.61
	2021年度	吨	10,590.49	11,157.92	483.51
	2022年度	吨	8,853.89	8,645.95	693.41
瓶类	2020年度	万个	24,893.39	23,792.11	8,851.45
	2021年度	万个	34,008.89	29,646.81	11,649.56
	2022年度	万个	28,706.03	31,558.91	7,711.41

千叶药包2022年主要产品的产销量出现下滑，主要原因如下：(1)2022年1月临近春节期间，千叶药包片材生产车间发生意外性起火，导致片材产品和制瓶PE瓶产品的生产和交付受到了影响。千叶药包在保障安全的前提下积极推动复工复产，分别于2022年4月和5月末各恢复一条片材产线，制瓶PE瓶生产受影响时间较片材短，于2022年3月份基本全面恢复生产并满足市场客户交付。但由于恢复生产期间正处于传统的销售旺季，导致千叶药包2022年片材及制瓶产品的产销在当年仍受到了一定程度的影响；(2)2022年千叶药包部分设备搬迁至新厂区搬迁并对新厂区现有设备调整布局，同时进行技术改造，亦影响了部分产能。

(2)首键药包的产销存情况

主要产品类别	期间	计量单位	生产量	销售量	库存量
铝塑组合瓶盖	2020年度	万只	196,638.98	207,078.22	12,936.34
	2021年度	万只	271,101.97	242,983.87	40,055.06
	2022年度	万只	282,558.48	272,733.49	48,180.86

首键药包近三年的瓶盖产销量呈现不断上升趋势，其中2021年上涨趋势较大，主要受客户订单需求量上升所致；2022年由于受到特殊情况影响较大，特别是下半年，产销量增长均出现放缓。该公司近三年的产销存量与其营收规模和业绩波动趋势相一致。

(3)华健药包的产销存情况

主要产品类别	期间	计量单位	生产量	销售量	库存量
药用铝箔	2020年度	公斤	704,983.76	651,575.16	85,705.10
	2021年度	公斤	792,495.71	760,485.74	112,980.62
	2022年度	公斤	1,177,857.54	1,106,120.74	180,006.61
成型材料－热带铝	2020年度	公斤	281,710.63	252,956.18	37,505.30
	2021年度	公斤	381,315.31	379,261.30	37,281.30
	2022年度	公斤	349,232.24	348,120.30	36,126.60
成型材料－冷铝	2020年度	公斤	191,687.84	178,773.50	12,563.02
	2021年度	公斤	182,653.19	181,228.40	12,896.62
	2022年度	公斤	163,410.92	154,503.33	20,718.47
复合膜－纯铝膜	2020年度	公斤	1,029,404.37	838,680.85	205,001.23
	2021年度	公斤	1,306,907.47	1,420,059.71	84,041.40
	2022年度	公斤	2,221,150.55	1,992,581.17	304,842.16
复合膜－镀铝膜	2020年度	公斤	1,081,499.65	1,038,026.29	39,355.11
	2021年度	公斤	818,027.36	816,093.69	36,401.81
	2022年度	公斤	1,064,030.21	1,064,945.03	30,624.41
复合膜－纸铝塑	2020年度	公斤	51,919.87	47,072.70	10,674.00
	2021年度	公斤	70,718.27	70,666.62	10,303.17
	2022年度	公斤	54,900.52	59,843.73	4,939.59

华健药包采用以销定产模式，从2020年开始，家庭备药需求增加、客户补库存等需求刺激，对药品出现了爆发性需求，华健药包主营药品包材，直接迎来了市场订单量的大幅高涨。从上表可见公司近三年的主要产品产销较为旺盛，呈现大幅增长之势。同时，公司受原材料供应紧张、产能固定受限无法满足市场需求、物流发货进度受阻、人力短缺等多项因素的影响，导致部分产品库存量放大的局面。整体来看，公司采用以销定产模式，主要产品产销存与公司收入增长规模、成本上升等相关因素变动趋势相匹配。

2、医药包装业务分类情况

金额单位：万元

产品类别	2022年度					2021年度					毛利率增减
	销售收入	收入权重	毛利	毛利权重	毛利率	销售收入	收入权重	毛利	毛利权重	毛利率	
医药包装－Ⅰ类	51,994.29	89.33%	13,151.43	97.91%	25.29%	46,630.99	86.66%	12,614.77	100.04%	27.05%	-1.76%
医药包装－Ⅱ类	5,914.47	10.16%	42.02	0.31%	0.71%	6,745.69	12.54%	-145.90	-1.16%	-2.16%	2.87%
其他	294.23	0.51%	238.04	1.77%	80.90%	429.36	0.80%	141.31	1.12%	32.91%	47.99%
合计	58,202.98	100.00%	13,431.49	100.00%	23.08%	53,806.04	100.00%	12,610.17	100.00%	23.44%	-0.36%

由上表可见，公司主要从事医药包装Ⅰ类和医药包装Ⅱ类的产品销售，其中医药包装Ⅰ类产品的占比较高且在持续提升。医药包装Ⅰ类产品毛利率同比下降1.76个百分点，主要系子公司华健药包和首键药包的产品毛利率有所下降所致。医药包装业务的客户情况参见《监管工作函》项下问题二回复之一的相关内容。

3、按公司版块细分的医药包装－Ⅰ类产品情况

金额单位：万元

公司名称	2022年度					2021年度					毛利率增减
	销售收入	收入权重	毛利	毛利权重	毛利率	销售收入	收入权重	毛利	毛利权重	毛利率	
千叶药包	21,107.80	40.60%	5,961.96	45.33%	28.25%	22,457.14	48.16%	5,924.05	46.96%	26.38%	1.87%
华健药包	16,543.23	31.82%	3,508.23	26.68%	21.21%	13,069.93	28.03%	3,665.36	29.06%	28.04%	-6.83%
首键药包	10,594.88	20.38%	2,691.77	20.47%	25.41%	9,340.84	20.03%	2,743.04	21.74%	29.37%	-3.96%
福鑫华康	3,748.38	7.21%	989.48	7.52%	26.40%	1,763.07	3.78%	282.31	2.24%	16.01%	10.39%
合计	51,994.29	100.00%	13,151.43	100.00%	25.29%	46,630.99	100.00%	12,614.77	100.00%	27.05%	-1.76%

注：以上四家子公司财务数据为合并报表时，在其单体报表或合并报表的基础上，调整了并购时可辨认资产公允价值影响后的财务数据。

由上表可见，公司子公司华健药包和首键药包的产品毛利率分别下降6.83%和3.96%。华健药包毛利率下降主要由于主材铝箔采购价格上涨所致；首键药包毛利率有所下降主要系2022年度的原材料铝带采购价格上升所致。

2019年以来，公司通过先后收购千叶药包、首键药包、华健药包、福鑫华康，实现医药包装细分领域的全面布局，覆盖医药包装全系列产品。在Ⅰ类药包材领域已实现对PVC硬片、PVDC硬片、药用包装瓶、易刺铝盖、铝塑组合盖、药用SP复合膜、药用包装铝箔、成型冲压复合硬片(包括冷冲压成型铝、热带型泡罩铝)等多种药品包装材料的全面覆盖，已基本实现在Ⅰ类药包材的全品类覆盖。2022年，公司及四家子公司进一步加大对Ⅰ类医药包装的资金和资源投入，优化千叶药包、首键药包、华健药包、福鑫华康在Ⅰ类药包材领域的产业布局，提升生产规模，优化产品结构，助力Ⅰ类药包材业务实现跨越式发展，不断提升其未来经营效益。

4、医药包装业务同行业可比公司毛利率对比分析

(1)千叶药包与同行业可比公司的毛利率对比分析

金额单位：万元

可比名称	可比产品	指标	2022年度	2021年度	2020年度
春光股份	PVC&PVDC药品包材	营业收入	22,382.45	19,784.04	14,882.74
		营业成本	16,901.90	14,619.66	10,491.21
		毛利率(%)	24.49%	26.10%	29.51%
本公司(千叶药包)	整体产品	毛利率(%)	28.97%	26.98%	32.61%

春光股份主营产品包括PVC药用片、PVC工业片、复合片及铝箔，与千叶药包在产品类型、应用领域较为接近，可作为可比公司进行对比分析。春光股份2020年度、2021年度、2022年综合毛利率为分别为29.51%、26.10%、24.49%。根据春光股份年度报告，春光股份2020年至2022年期间因PVC原材料价格上涨、渠道受阻等因素导致营业成本增幅高于营业收入增幅，毛利率呈现逐步下降趋势。

与千叶药包相比，因区位差异影响，春光股份客户以沿海地区和东南亚出口为主，且生产成本相对更高。千叶药包作为西南地区PVC包材龙头企业且下游主要客户呼吸道辅助用药包材需求异常增长，导致2022年毛利率更快反弹。此外，千叶药包借助公司资本实力优势低位采购原材料，有效降低经营成本，强化了毛利率变动趋势。

综合以上，春光股份与千叶药包的毛利率变动趋势大致相当，千叶药包受益于区位优势、资本实力优势毛利率相对占优。

(2)首键药包与同行业可比公司的毛利率对比分析

金额单位：万元

公司名称	可比产品	指标	2022年度	2021年度	2020年度
正川股份	瓶盖	营业收入	8,948.32	7,077.35	6,597.89
		营业成本	7,609.70	5,763.47	5,391.01
		毛利率(%)	14.96%	18.56%	18.29%
山东药玻	铝塑盖塑料瓶系列	营业收入	5,782.02	5,170.48	4,871.05
		营业成本	3,983.80	3,558.12	3,559.03
		毛利率(%)	31.10%	31.18%	26.94%
可比公司平均值	/	毛利率(%)	23.03%	24.87%	22.62%
本公司(首键药包)	瓶盖	毛利率(%)	26.68%	29.35%	32.75%

正川股份、山东药玻作为药用玻璃瓶配套产品同时生产瓶盖产品，与首键药包在产品类型、应用领域方面较为接近，可作为可比公司进行对比分析：

(1)根据正川股份2022年年报显示，正川股份2022年的瓶盖产品毛利率为14.96%，较2021年下降3.61%，主要原因是原料及能源价格上涨所致。此项毛利率下降趋势与本公司相一致。正川股份的瓶盖毛利率低于本公司，主要系区域市场和客户结构等因素的不同等原因导致(正川股份在西南地区的销售规模仅为20%左右，而首键药包超过45%；正川股份2022年前五大客户销售占比约为30%，而首键药包2022年前五大客户销售占比超过60%)。

(2)根据山东药玻2022年年报显示，山东药玻2022年的瓶盖产品毛利率为31.10%，较2021年下降0.08%，主要因山东药玻利用药用玻璃瓶的竞争优势提高作为配套产品的瓶盖溢价能力，相应保持毛利率的稳定趋势。此外，因区位优势差异，首键药包客户以西南、华南地区为主，山东药玻客户以华中、华东及沿海地区为主，两者在区域市场存在一定差异。山东药玻瓶盖产品主要应用在抗生素、冻干类等药品领域，首键药包瓶盖产品主要应用在药用口服液产品领域，两者客户类型和结构存在一定差异。综合以上，首键药包与山东药玻毛利率趋势存在一定差异。

此外，首键药包以瓶盖作为主营业务，可比公司仅作为其药用玻璃瓶产品的配套产品，在客户拓展、定价思路等方面存在一定差异，也是首键药包毛利率特征与可比公司存在一定差异的原因。

(3)华健药包与同行业可比公司的毛利率对比分析

金额单位：万元

可比公司名称	可比产品	指标	2022年度	2021年度	2020年度
海顺新材	药包综合	营业收入	91,203.95	76,312.85	71,378.50
		营业成本	64,978.52	52,551.77	46,997.46
		毛利率(%)	28.75%	31.14%	34.16%
本公司(华健药包)	全部产品	毛利率(%)	19.82%	24.43%	27.02%

海顺新材以冷冲压成型复合硬片、PTP铝箔、SP复合膜、PVC等药用包装材料为主，与华健药包较为接近，可作为可比公司对比分析。受铝箔、PVC等原材料涨价影响，海顺新材的毛利率变动趋势整体上与华健药包保持一致，且最近三年均呈现下行的趋势。其中，海顺新材毛利率远高于本公司，主要原因为：海顺新材以冷冲压成型复合硬片等毛利率较高的产品为主，且经营规模较大，有一定的规模效应，具备成本优势，同时客户分布与本公司有一定的差异性。

(三)膜类新材料业务

1、膜类新材料业务构成情况

金额单位：万元

产品小类	2022年度					2021年度					毛利率增减
	销售收入	收入权重	毛利额	毛利权重	毛利率	销售收入	收入权重	毛利额	毛利权重	毛利率	
差异化基膜	13,078.52	44.47%	2,111.78	41.98%	16.15%	14,932.45	50.30%	4,355.84	50.59%	29.17%	-13.02%
膜品	5,737.28	19.51%	533.38	10.60%	9.30%	6,030.24	20.31%	1,530.19	17.77%	25.38%	-16.08%
功能膜	4,361.70	14.83%	328.19	6.52%	7.52%	6,017.43	20.27%	1,086.83	12.62%	18.06%	-10.54%
隔膜	3,375.29	11.48%	610.40	12.13%	18.08%						
电化铝	2,854.42	9.71%	1,446.56	28.76%	50.68%	2,704.30	9.11%	1,637.16	19.01%	60.54%	-9.86%
合计	29,407.21	100.00%	5,030.30	100.00%	17.11%	29,684.43	100.00%	8,610.02	100.00%	29.01%	-11.90%

由上表可见，本公司的膜类新材料业务主要包括差异化基膜、膜品、功能膜、隔膜和电化铝五项产品。其中，差异化基膜产品的销售收入规模及毛利额占比最大，比重均超过40%，按产品营业规模膜品、功能膜、隔膜、电化铝产品依次，电化铝毛利率较高，但销售规模不大为最末。

2022年，公司不同膜类产品的毛利率均存在较大程度的下降，其中差异化基膜产品毛利率同比下滑13.02%，膜品同比下滑16.08%，功能膜同比下滑10.54%，其他膜类同比下滑9.86%。以下将分别展开分析各类产品毛利率波动的原因。

(1)差异化基膜产品

①差异化基膜产品的产销存分析

产品类别	计量单位	2022年			2021年			增减变动比例		
		生产量	销售量	库存量	生产量	销售量	库存量	生产量	销售量	库存量
差异化基膜	吨	11,731.35	10,361.71	2,642.69	12,088.25	11,689.75	1,249.63	-2.95%	-11.36%	111.48%

2022年，基膜业务产品在本期下半年受市场需求急剧下滑、同行竞争激烈拼价格战影响，主动采取设备检修与维护等减产措施，以减少生产亏本，产销量均同比下滑，期末库存量上升。

②差异化基膜产品的市场价格及成本变动分析

金额单位：万元

产品类别	计量单位	2022年度				2021年度				销量波动	平均售价	平均成本波动
		销量	平均售价	销售收入	平均成本	销量	平均售价	销售收入	平均成本		波动	
差异化基膜	吨	10,361.71	1.26	13,078.52	1.06	11,689.75	1.28	14,932.45	0.9	-11.36%	-1.19%	16.98%

由上表可见，公司差异化基膜产品本期销售量、平均售价同比分别下降11.36%、1.19%，主要原因系2022年受经济下行、市场疲软，特别是下半年市场需求急剧下降等原因影响，行业订单严重不足，同行竞争对手甚至以材料和人工成本的价格抢单，市场激烈竞争导致产品销售量出现急剧下滑；但公司一直在研发、技术投入，产品工艺、品质、保供、服务等整体能力方面均高于竞争对手，保障了与客户1签订了长期稳定的供货合同，相对弥补了销量及销售价格的下滑。差异化基膜产品原材料成本大幅上升，公司上述膜类新材料产品的主要原材料聚酯切片的采购价格本期出现大幅上涨且由于设备、人员利用率不足，单位固定成本增加，造成本期差异化基膜产品的平均成本大幅增加，销售毛利率出现比较大的下滑。

③差异化基膜产品的主要客户销售情况

2022年度：

金额单位：万元

排名	客户名称	销售收入	收入占比	毛利额	毛利额占比	毛利率
1	客户1	5,544.32	42.39%	1,501.63	71.11%	27.08%
2	客户2	1,391.58	10.64%	226.12	10.71%	16.25%
3	客户3	859.47	6.57%	128.89	6.10%	15.00%
4	客户4	482.48	3.69%	141.45	6.70%	29.32%
5	客户5	478.4	3.66%	75.91	3.59%	15.87%
合计		8,756.26	66.95%	2,074.01	98.21%	23.69%

2021年度：

金额单位：万元

排名	客户名称	销售收入	收入占比	毛利额	毛利额占比	毛利率
1	客户2	2,317.41	15.52%	825.88	18.96%	35.64%
2	客户3	2,304.15	15.43%	726.02	16.67%	31.51%
3	客户1	2,179.56	14.60%	917.31	21.06%	42.09%
4	客户6	1,141.78	7.65%	390.97	8.98%	34.24%
5	客户5	952.95	6.38%	254.9	5.85%	26.75%
合计		8,895.85	59.57%	3,115.08	71.52%	35.02%

注：客户4在2021年与本公司已有合作，但销售未进入当年前五名，2022年进入前五名；客户6为公司常年合作客户，2022年至今仍由合作，但由于2022年销售额下降，未进入当年前五名。

由上表可见，从前五名主要客户销售来看：(1)在2021年排名第三的客户1在2022年上升为排名第一，销售收入增长了154.38%；2021年排名二至四名客户的销售量及销售收入均出现了大幅下滑；(2)在销售毛利率方面，前五名客户均出现了较大幅度的下滑。

④差异化基膜产品的主要原材料采购价格分析

金额单位：万元

材料名称	计量单位	2022年度			2021年度			平均采购单价波动
		数量	采购金额	平均单价(万元/吨)	数量	采购金额	平均单价(万元/吨)	
聚酯切片	吨	12,572.70	8,771.54	0.70	15,823.40	9,661.45	0.61	14.26%

公司差异化基膜的主要原材料聚酯切片采购价格上涨了14.26%。聚酯切片是基膜产品的主要且重要原材料，其价格波动严重影响基膜生产的成本波动。2022年，因国际原油价格的大幅上涨，直接带动切片原材料PTA及乙二醇价格的大幅上涨，2022年整年的聚酯切片价格基本处于上升通道，年度切片采购价格相比2021年全面上涨。

(2)膜品产品

金额单位：万元

产品类别	计量单位	2022年度				2021年度				销量波动	平均售价波动	平均成本波动
		销量	平均售价	销售收入	平均成本	销量	平均售价	销售收入	平均成本			
膜品	万平米	6,399.57	0.78	5,002.24	0.65	7,205.48	0.81	5,847.26	0.60	-11.18%	-3.68%	8.53%
膜品	万米	1,958.04	0.38	735.04	0.54	362.72	0.50	182.98	0.57	439.82%	-25.58%	-5.11%

由上表可见，公司膜品的售价下降，主要是产品系中端加工应用材料，同行业市场竞争激烈，一般以参与投标和客户议价形式获取业务，而价格基本又是竞争的决定性因素；膜品成本上升，主要是受公司产业链上游聚酯切片材料价格波动影响传导至膜品主要原材料PET基膜成本上升、电价上涨以及人工成本上涨等多重因素叠加影响，导致公司膜品毛利率出现下滑。

(3)功能膜产品

金额单位：万元

产品类别	计量单位	2022年度				2021年度				销量波动	平均售价波动	平均成本波动
		销量	平均售价	销售收入	平均成本	销量	平均售价	销售收入	平均成本			
功能膜	万平米	128.69	33.87	4,358.59	31.32	143.84	41.8	6,011.97	34.23	-10.53%	-18.96%	-8.52%

从上表可见，公司功能膜产品的平均售价大幅下降，单位平均成本小幅下降，单位平均成本下降幅度远低于平均售价下滑速度，导致公司功能膜的毛利率出现下滑。功能膜产品售价下降主要原因是市场需求下降和行业内竞争激烈导致产品降价。2022年功能膜整体市场疲软，消费需求低迷；2022年整体行业的消费需求受到较大打击，新车销量因缺少芯片，严重下滑，进而影响到车衣和汽车窗膜的销量；功能膜行业内卷严重，受市场业务萎缩，各大厂商为了接到订单相互降价，竞争异常激烈，公司已采用多种方法和措施拓展业务、控制成本、适度调整产品的价格来促进销售，但是整体仍然未能阻止业务的下滑。

(4)电化铝膜类产品

金额单位：万元

产品类别	计量单位	2022年度				2021年度				销量波动	平均售价波动	平均成本波动
		销量	平均售价	销售收入	平均成本	销量	平均售价	销售收入	平均成本			
电化铝	万米	10,824.30	0.13	1,455.55	0.13	6,035.93	0.14	816.49	0.14	79.33%	-0.59%	4.83%
电化铝	万枚	125,194.90	0.01	1,398.87	0.0024	164,004.88	0.01	1,887.81	0.0029	-23.66%	-2.93%	-16.57%

由上表可见，2022年电化铝产品的平均售价有所下降，主要系市场同行的业务竞争，引发了价格的竞争，造成客户端纷纷降价。此外，原材料、产品等阶段性的运输受阻，造成订单的减少或者有订单无材料可用，有产品无法运输等情况，造成运输成本上升，受公司产业链上游聚酯切片材料价格波动影响传导至电化铝主要原材料PET基膜材料成本以及化工类辅材价格上升，出行等成本上升；能源动力用电价格优惠终止及尖峰谷平电价方式调整上涨，造成全年能耗费用同比上涨。

2、膜类新材料业务同行业可比数据

(1)差异化基膜产品

金额单位：万元

可比公司	产品类别	指标	2022年度	2021年度
裕兴股份	塑料薄膜	营业收入	173,921.95	132,062.41
		营业成本	147,186.86	95,894.22
		毛利率	15.37%	27.39%
双星新材	聚酯薄膜	营业收入	162,253.93	181,991.95
		营业成本	155,217.61	133,961.07
		毛利率	4.34%	26.39%
大东南	BOPET膜(双向拉伸聚酯薄膜)	营业收入	55,017.52	67,992.61
		营业成本	53,870.47	52,889.92
		毛利率	2.08%	22.21%
可比公司平均值	/	毛利率	7.26%	25.33%
本公司	基膜	毛利率	16.15%	29.17%

公司生产的差异化基膜产品与上述可比公司整体上属于相似类型的聚酯膜产品，具有一定的可比性。根据公开可查询到的膜类新材料同行业可比公司数据，本公司膜类新材料业务的毛利率走势与同行业整体上基本一致，特别是2022年度整个行业毛利率均出现了大幅下滑的情形，一方面是原材料成本上升，另一方面是行业竞争激烈导致产品售价下降。整体来看，公司膜类新材料业务毛利率变动具有合理性。

(2)功能膜产品

金额单位：万元

可比公司	产品类别	指标	2022年度	2021年度
纳尔股份	车身贴+保护膜	营业收入	114,151.92	111,076.47
		营业成本	95,482.08	95,112.76
		毛利率	16.36%	14.37%
本公司	功能膜	毛利率	7.52%	18.06%

公司生产的功能膜产品与纳尔股份的车身贴、保护膜类产品具有一定的相似性和可比性。然而，纳尔股份作为行业龙头企业，其掌握了产品中主要原材料膜基材、胶粘剂、底纸等的加工及生产技术，有效提升了产品品质，稳定产品质量，并且通过向上游延中，不断扩大纸基材、膜基材的自产自用比例，降低了产品成本，使得纳尔股份与本公司相比拥有更强的产业链稳定供应及成本优势。同时，纳尔股份通过产品结构调整，提升高毛利的保护膜类产品占比，降低低毛利的车身贴类产品，进一步抵消了外部需求不足对毛利率的冲击。

相较而言，公司功能膜整体经营业务规模较小，成本的稳定优势相对纳尔股份还有一定的差距，且最近两年受到市场需求下降和行业内竞争激烈等因素的影响，公司的功能膜产品也不断降价。一方面，2022年功能膜整体市场疲软，消费需求低迷整体受到较大打击；另一方面，功能膜行业竞争加剧，受终端需求萎缩影响，各大厂商为了接到订单相互降价，竞争异常激烈，尽管公司已采用多种方法和措施拓展业务、控制成本、适度调整产品的价格来促进销售，但是整体仍然未能阻止业务的下滑，从而造成公司功能膜整体毛利率出现了大幅下降的情形，具有合理性。

(四)纸品业务

1、纸品业务产销存分析

产品名称	计量单位	2022年度			2021年度			同期增减比例		
		生产量	销售量	库存量	生产量	销售量	库存量	生产量	销售量	库存量
纸品	吨	7,310.86	7,870.63	531.67	7,776.92	7,035.61	1091.44	-5.99%	11.87%	-51.29%

2022年公司纸品业务因进行设备技术改造升级，影响了当期生产量，同时压缩降低仓储库存量，提升周转效率和资金使用效率。

2、纸品业务销量、售价和单位成本波动分析

金额单位：万元

产品类别	计量单位	2022年度					2021年度					平均售价波动	平均成本波动
		销量	销售收入	平均售价	销售成本	平均成本	销量	销售收入	平均售价	销售成本	平均成本		
纸品	吨	7,870.63	12,379.18	1.57	8,739.84	1.11	7,035.61	11,363.63	1.62	7,367.02	1.05	-2.62%	6.05%

从上表可见，纸品平均售价下降2.62%，平均销售成本上升6.05%，两因素共同导致纸品业务的毛利率下降5.77%。主要原因是产品系中端加工应用材料，同行业市场竞争激烈，一般以参与投标和客户议价形式获取业务，而价格基本又是竞争的决定性因素；成本的上升，主要是受公司产业链上游聚酯切片材料价格波动影响传导至纸品耗用的PET基膜材料成本以及化工类辅材价格波动上升，限电阶段性停产措施、电价上涨以及技改摊销成本上涨等多重因素叠加影响，导致公司纸品毛利率出现下滑。

3、前五名客户销售情况分析

金额单位：万元

2022年度：

排名	客户名称	计量单位	销量	销量占比	销售收入	收入占比	毛利额	毛利额占比
1	客户1	吨	3,062.91	38.92%	4,783.43	38.64%	1,823.51	50.11%
2	客户2	吨	1,137.86	14.46%	1,928.48	15.58%	619.93	17.03%
3	客户3	吨	976.19	12.40%	1,356.30	10.96%	299.18	8.22%
4	客户4	吨	704.50	8.95%	987.00	7.97%	254.13	6.98%
5	客户5	吨	553.81	7.04%	813.17	6.57%	187.48	5.15%
	前五名客户合计		6,435.27	81.76%	9,868.37	79.72%	3,184.22	87.49%

2021年度：

排名	客户名称	计量单位	销量	销量占比	销售收入	收入占比	毛利额	毛利额占比
1	客户1	吨	3,829.55	54.43%	5,883.48	51.77%	2,278.13	57.00%
2	客户2	吨	2,112.43	30.02%	3,746.36	32.97%	1,325.42	33.16%
3	客户4	吨	403.68	5.74%	555.04	4.88%	122.32	3.06%
4	客户6	吨	211.46	3.01%	464.78	4.09%	120.04	3.00%
5	客户7	吨	218.55	3.11%	286.32	2.52%	35.73	0.89%
	前五名客户合计		6,775.66	96.31%	10,935.98	96.24%	3,881.64	97.12%

2022年前5名纸品客户在2021年已有合作；2022年客户6将纸品采购业务转移给其关联公司，其关联公司2022年交易金额未进入前5名；客户7为常年合作客户，2022年销售额下降未进入前5名。

2022年纸品业务销售收入同比上涨8.94%，毛利率下降5.77%。从上表可见，纸品业务前五大客户2022年与上年同期相比，销售收入占比下降16.52%，销售毛利贡献率减少9.63%，其中前两大客户销售收入占比下降30.52%，销售毛利贡献率减少23.03%。2022年由于纸品业务前两大客户订单减少，公司拓展新客户，争取更多订单以弥补产能。2022年纸品业务新增客户19家，新增销售收入3,243.80万元，占比26.20%，销售毛利贡献率仅有21.80%。

4、纸品业务同行业可比公司的情况

金额单位：万元

可比公司	产品	指标	2022年度	2021年度
顺灏股份	镀铝纸+覆膜纸+光学防伪膜	营业收入	64,457.06	66,904.53
		营业成本	51,332.29	55,199.18
		毛利率(%)	20.36%	17.50%
万顺新材	纸质品包装材料(防伪镭射纸)	营业收入	45,929.55	50,653.75
		营业成本	38,656.08	42,882.06
		毛利率(%)	15.84%	15.34%
紫江企业	喷铝纸及纸板	营业收入	31,204.15	32,312.93
		营业成本	25,411.03	26,349.30
		毛利率(%)	18.57%	18.46%
可比平均值	/	毛利率(%)	18.26%	17.10%
本公司	纸品	毛利率(%)	29.40%	35.17%

公司2021年、2022年外销纸品均为普通镭射纸张，与顺灏股份、万顺新材、紫江企业在产品类型上具有一定的相似性和可比性。整体来看，公司近两年毛利率均高于前述可比公司均值，且公司2022年毛利率较2021年下降5.77%个百分点，主要原因是公司2021及2022年前两名客户在销量占比、销售收入占比及毛利额占比均占据主要份额，但因前两名客户2022年较2021年，销量、销售收入、毛利额均出现较大幅度下滑，公司2022年拓展新客户，增加了销售额，但毛利贡献率却大幅低于前两名客户的贡献，因此出现了与同行业整体的不一致情况，具有合理性。

二、结合所处行业地位及竞争优势变化，进一步分析盈利能力持续下滑的原因，并说明拟采取的应对措施

公司2021年度和2022年度的主营烟标业务占整体业务收入比重达到65%以上、毛利贡献率达到75%以上，由此可见烟标业务毛利率波动对公司整体业务综合毛利率影响最大。2022年度，公司主营烟标业务的毛利润减少7,408.50万元，毛利率进一步下滑2.87%，毛利率变动也与行业内其他可比上市公司的毛利率变动趋势一致，具有可比性。

烟标行业的整体毛利率处在下滑的趋势中，公司烟标印刷主营业务面临一定的经营压力，主要有以下三个方面的原因：

1、下游烟草客户持续推进降本增效，公司烟标产品中标价格呈持续下降趋势，行业内烟标印刷企业盈利空间被持续压缩，烟标印刷行业发展空间整体有限；

2、烟标印刷行业内竞争激烈，在中标价格呈下降趋势、影响公司烟标销售平均单价和盈利空间的同时，由于行业内部的竞争，部分烟标产品中标价份额有所减少，且后续烟标产品的中标份额存在不确定性；

3、叠加国家环保政策等监管体系逐步趋严，公司烟标印刷主营业务需持续加大在环保方面的设备及其他投入，相关环保方面的支出会有所增加，对公司的盈利能力可能造成影响。

为有效应对烟标印刷主营业务面临的经营压力，确保公司的持续发展，公司坚定按照"转型提速、重点投入、优化布局"的经营理念，结合公司的实际情况，采取以下针对性的经营措施：

1、公司正在持续推进向新能源新型材料业务及Ⅰ类医药包装、药用辅材、医用耗材、医疗器械板块转型升级的发展战略，将集中资金与资源，全力聚焦新能源新型材料及Ⅰ类医药包装两个核心业务板块，通过以下项目的实施，进一步加快公司转型：

(1)公司控股子公司湖南博盛新能源技术有限公司拟在湖南娄底经济技术开发区投资建设的新能源动力及储能电池隔膜及其他综合材料生产研发项目；

(2)公司控股子公司盐城博盛新能源有限公司拟在盐城高新技术产业开发区内投资建设的新能源动力及储能电池隔膜及其他综合材料生产研发项目；

(3)公司全资子公司广东鑫瑞新材料科技有限公司及其控股子公司汕头市鑫瑞奇诺包装材料有限公司拟在汕头市濠江区投资建设的新型功能膜材料项目；

(4)公司控股子公司重庆首键药用包装材料有限公司拟在重庆涪陵高新技术产业开发区内投资建设的年产120亿只药用瓶盖、120亿只药用吸管智能制造基地项目；

(5)公司控股子公司常州市华健药用包装材料有限公司拟在常州西太湖科技产业园内投资建设的高阻隔药品包装材料智能制造基地项目；

(6)公司控股子公司江苏福鑫华康包装材料有限公司拟在江苏省泰兴市虹桥工业园区内投资建设的医药包装硬片生产项目；

(7)公司拟在重庆市涪陵临港经济区投资建设的药用玻璃智能制造基地建设项目。

2、由于公司烟标印刷主营业务面临行业整体及内部竞争等综合压力，公司将通过以下措施，统筹业务板块的发展，持续优化产业布局：

(1)公司将以招投标工作为核心，通过参与招投标努力获取订单，另一方面也将在烟草行业产品结构转型升级的背景下，根据下游烟草产品结构往中高端转化的趋势，进一步提升公司的综合服务能力与水平，为客户提供优质的产品和服务；

(2)公司将依托生产基地区域布局优势、产业链及成本控制优势、集团协同管理优势、质量控制优势等综合竞争优势，持续拓展新的印刷包装细分业务领域，开发新的客户、服务品牌，同时加强成本控制，提质降耗，保持印刷包装业务板块的持续发展；

(3)公司将进一步强化降本增效的管理措施，控制经营成本，同时从集团层面提升人力资源管理的全局统筹和资源规划管理能力，针对不同业务板块的人才需求与储备情况，持续优化公司人力资源管理体系，对于新能源新型材料及Ⅰ类医药包装等重点板块，公司将持续吸纳优秀的人才与团队，为业务的跨越式发展提前做好人力资源的储备；对于部分不符合战略规划的非核心业务板块，公司也将结合业务整合的情况，相应优化人力资源体系，强化降本增效的举措，提升经营效益。

3、为确保资源和资金的有效配置，提高对于核心业务的聚焦度，公司也将对部分非核心业务资产及相应的经营主体进行整合与优化，并适时对于部分不符合战略规划的业务及资产进行优化处置，加速资金回笼，为重点项目的投资提供资金支持，提高业务的聚焦将成为公司后续的经营重心。

三、结合各细分行业季节性特点、采购及销售结算政策、收入确认时点等，分析说明各季度净利润和经营活动现金流量净额出现较大波动，且趋势不一致的原因及合理性

公司2022年第一至第四季度的净利润和经营活动现金流量净额情况分析：

①公司2022年第一至第四季度的损益实现情况如下：

金额单位：万元

项目	第1季度	第2季度	第3季度	第4季度
营业收入	104,694.48	91,896.99	86,128.34	91,680.80
营业成本	71,018.40	63,155.59	62,011.23	67,490.29
税金及附加	1,011.04	788.48	798.14	856.50
期间费用	13,980.38	15,026.38	15,413.20	15,373.88
投资收益	-6,027.92	1,179.66	987.06	4,464.48
其他损益	341.83	351.79	232.23	338.85
信用减值损失	-578.67	274.40	-327.90	-628.79
资产减值损失	-44.98	-353.53	-1,991.26	-4,619.39
营业利润	12,689.02	14,453.45	6,584.98	7,431.95
营业外收入	10.29	6.07	0.47	131.87
营业外支出	64.53	190.13	1,230.82	292.85
利润总额	12,634.78	14,269.39	5,354.63	7,270.97
剔除投资收益、资产减值损失等异常变动项目后的利润总额	18,707.68	13,443.26	6,358.83	7,425.88
所得税费用	241.54	2,064.87	1,345.06	5,461.97
其中：当期所得税费用	2,518.60	1,583.57	1,108.33	-583.60
递延所得税费用	-2,277.06	481.30	236.73	6,045.57
其中：投资收益递延所得税费用	-1,990.97	363.80	-77.19	5,721.02
净利润	12,393.24	12,204.52	4,009.57	1,809.00
扣非前归母净利润	12,122.98	11,993.03	4,427.38	382.19
扣非后归母净利润	11,681.96	11,703.91	5,264.21	123.09

分析：从2022年各季度损益实现情况来看，各季度营收相对较为平稳，净利润波动主要受投资收益和资产减值损失两项因素引起。其中，第一季度投资收益主要系确认的合并企业投资收益较大，第四季度投资收益系根据年度审计结果进行年度调整，同时资产减值损失波动较大，主要系第四季度末计提商誉减值损失引起。剔除上述异常波动项目后，本年度各季度净利润实现情况相对平稳。

②公司2022年第一至第四季度将净利润调节为经营活动现金流量过程如下：

金额单位：万元

补充资料	2022年第1季度	2022年第2季度	2022年第3季度	2022年第4季度
将净利润调节为经营活动现金流量：				
净利润	12,393.24	12,204.51	4,009.58	1,808.99
加：资产减值准备	44.98	353.53	1,991.26	4,619.39
信用减值损失	578.67	-274.40	327.90	628.79
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	4,383.25	4,428.57	4,510.14	4,730.36
使用权资产摊销	174.43	176.62	178.21	259.91
无形资产摊销	532.94	545.61	543.06	644.92
长期待摊费用摊销	53.58	54.59	54.70	143.37
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失(收益以"－"号填列)	-262.01	-56.02	220.91	83.32
固定资产报废损失(收益以"－"号填列)	7.52	4.30	116.27	202.18
公允价值变动损失(收益以"－"号填列)	-52.11	-18.58	0.00	–
财务费用(收益以"－"号填列)	405.35	305.70	319.37	592.25
投资损失(收益以"－"号填列)	6,026.16	-1,179.90	-988.25	-4,467.03
递延所得税资产减少(增加以"－"号填列)	-289.17	-25.87	386.36	-822.05
递延所得税负债增加(减少以"－"号填列)	-1,987.89	493.72	-136.19	6,867.62
存货的减少(增加以"－"号填列)	13,751.94	-1,192.96	-3,734.45	3,944.61
经营性应收项目的减少(增加以"－"号填列)	-27,107.43	19,640.33	-4,281.99	30,602.18
经营性应付项目的增加(减少以"－"号填列)	-13,211.44	-13,871.06	15,072.49	-15,888.27
其他	–	–	908.31	-1,701.28
经营活动产生的现金流量净额	-4,557.99	21,588.70	19,497.68	32,249.30

分析：公司2022年度各季度净利润和经营活动现金流量净额出现较大波动，且趋势不一致，主要从上表数据可看出，公司各季度实现的净利润主要受到投资收益、资产减值损失、递延所得税费用等因素变动的影响，而经营活动现金流量净额则会受到经营性应收、应付、存货等主要报表科目余额变动的影响。如果考虑剔除上述因素影响后，两者基本上不存在变动趋势不一致的情形。

公司合并层面的2022年各季度经营性应收应付、存货等项目的变动情况如下：

金额单位：万元

项目	第1季度变动	第2季度变动	第3季度变动	第4季度变动
应收票据	8,754.72	10,502.73	-9,588.07	-8,883.74
应收账款	18,827.17	-16,761.44	5,024.96	-6,416.21
预付账款	1,519.60	-1,318.17	-382.73	408.87
存货	-14,384.43	752.02	2,418.17	-2,341.98
应付账款	-12,084.80	5,643.97	116.69	3,721.50
应付票据	4,178.94	-4,643.22	3,154.82	7,231.82
其他流动负债	-210.63	264.70	-758.17	306.68

③公司2022年第一至第四季度的经营活动现金流量净额计算过程如下：

金额单位：万元

项目	第1季度	第2季度	第3季度	第4季度
经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	79,580.17	103,275.51	91,240.01	106,979.64
收到的税费返还	401.11	763.65	168.54	442.58
收到其他与经营活动有关的现金	1,636.18	1,355.65	3,092.24	2,890.20
经营活动现金流入小计	81,617.46	105,394.81	94,500.79	110,312.43
购买商品、接受劳务支付的现金	58,061.60	57,404.48	53,294.14	54,804.59
支付给职工及为职工支付的现金	16,591.30	11,545.42	10,335.63	11,559.68
支付的各项税费	5,254.70	8,818.77	5,316.33	6,552.20
支付其他与经营活动有关的现金	6,267.85	6,037.44	6,057.01	5,146.67
经营活动现金流出小计	86,175.45	83,806.11	75,003.11	78,063.13
经营活动产生的现金流量净额	-4,557.99	21,588.70	19,497.68	32,249.30

分析：公司第二、三、四季度销售商品收到的现金流较第一季度增加较大，同时第一季度支付给职工及为职工支付的现金大于其他三个季度，主要系支付员工年终奖引起。上述两项数据的变动趋势与公司实际情况相一致。剔除上述两项因素影响后，公司各季度的经营活动产生的现金流量净额变动相对平稳。

公司所属制造业，各细分行业产品的季节性特点不明显，不存在相应的产销受季节性因素引起波动的情形；公司采购及销售结算政策主要受市场订单需求影响，基本上是以销定产，公司的烟标客户基本采用年度性的招投标方式获取订单，因此公司存在中标后，根据客户实际订单需求制定相应的排产计划，进而影响到采购商品支付的现金量小幅波动；同时，公司主要客户在第二、四季度因公司销售回款结算政策力度加大等因素会影响到销售商品收到的现金流量出现相应的增长。公司主要业务产品板块的收入确认主要依据系货物交付并经客户复验确认及对账开票手续进行。

四、核实年报"主营业务分行业、分产品、分地区、分销售模式情况"中相关数据填列是否有误，并予以更正

《2022年年度报告》第22页"主营业务分行业、分产品、分地区、分销售模式情况"项下"主营业务分产品情况"表中数据填列有误，更正如下：

更正前数据：

金额单位：元

主营业务分产品情况

分产品	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
烟标	2,578,959,540.24	1,872,089,988.86	27.41	14.73	24.96	减少5.94个百分点
医药包装	589,130,968.06	455,154,980.45	22.74	109.75	119.65	减少3.48个百分点
膜类新材料	358,920,802.46	277,876,654.50	22.58	22.22	51.93	减少15.14个百分点
纸品	419,672,079.89	310,012,109.16	26.13	-7.85	-0.19	减少5.67个百分点
其他	389,979,136.53	320,093,603.35	17.92	-15.66	-23.16	增加8.01个百分点
减：合并抵销数	-624,632,455.87	-612,033,315.10				
合计	3,712,030,071.31	2,623,194,021.22	29.33	-1.70	1.33	减少2.11个百分点

更正后数据：

金额单位：元

主营业务分产品情况

分产品	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
烟标	2,578,959,540.24	1,872,089,988.86	27.41	-4.87	-5.00	增加0.10个百分点
医药包装	589,130,968.06	455,154,980.45	22.74	9.05	8.36	增加0.49个百分点
膜类新材料	358,920,802.46	277,876,654.50	22.58	-3.35	11.37	减少10.23个百分点
纸品	419,672,079.89	310,012,109.16	26.13	-8.88	-6.02	减少2.25个百分点
其他	389,979,136.53	320,093,603.35	17.92	-26.69	-27.83	增加1.29个百分点
减：合并抵销数	-624,632,455.87	-612,033,315.10				
合计	3,712,030,071.31	2,623,194,021.22	29.33	-1.70	1.33	减少2.11个百分点

注：上表分产品毛利率数据及毛利率变动比例与上文《监管工作函》项下问题一披露数据不一致的原因：上表系按照合并报表编制步骤同一业务产品的加总合计数，尚未抵销公司全产业链向上游延伸所形成的自产纸品、自产膜品、自产电化铝、自产PET基膜以及自产油墨等集团内部购销交易形成的毛利润以及期末库存未实现利润；上文《监管工作函》项下问题一披露数据则为公司完全抵销集团母子公司内部交易后的合并报表主营业务分产品类别后的会计数据。

五、年审会计师发表意见

针对上述指定问题，年审会计师苏亚金诚会计师事务所(特殊普通合伙)发表意见如下：

会计师执行的主要审计及核查程序：

1、年度审计中将收入确认、存货成本核算作为审计重点领域，审计采用综合性方案，对销售与收款循环、生产与仓储循环进行内部控制审计程序，并执行相应的实质性程序。

2、审计项目组已执行多维度的客户和产品毛利率分析，对存在异常变动的毛利率情况进行重点检查，确认毛利率波动的原因及合理性。

3、集团审计项目已开展合并报表层面的分版块的客户和产品综合毛利率分析，从整体层面把握烟标、药包、膜类、纸品等业务板块的营收增长和毛利率波动情况，确认合并层面的毛利率波动的原因及合理性。

4、获取公开可查询的同行业可比公司的毛利率等财务数据，与东风股份各版块业务产品的毛利率及变动情况进行对比，分析毛利率及变动的合理性。

5、对东风股份管理层编制的合并现金流量表数据进行复核，分析净利润和经营活动现金流量净额的匹配性，核实现金流量表数据的合理性。

会计师发表的意见：

1、东风股份从事的烟标业务、医药包装业务、膜类新材料业务、纸品业务的毛利率变动原因合理，毛利率变动情况与公司的实际经营情况相符；公司主要业务产品与同行业可比公司具有可比性，整体变动趋势与所在行业基本相一致。

2、我们对东风股份2022年的财务报表进行了审计，东风股份管理层编制的年度财务报表正确反映了公司2022年度的经营成果和现金流量。针对本次监管工作函所提的相关问题，我们对东风股份2022年各季度的净利润和经营活动现金流量净额出现较大波动的情形进行了复核，对其中的趋势不一致的原因及合理性进行了确认，我们认为季度间的波动原因合理，我们未发现存在重大异常情况。

《监管工作函》项下问题二：

"二、关于公司对外投资：2、关于3家药包公司。公司于2019年收购千叶药包75%股权(系当年公开发行可转债募投项目)，于2020年收购首键药包75%股权以及华健药包70%股权(系当年非公开发行A股募投项目)，前述并购标的均存在业绩承诺。2021年，前述3家药包公司的业绩承诺完成率分别为100.22%、100.37%、100.15%，踩线完成。2022年，千叶药包、首键药包业绩承诺完成率分别为101.91%、101.74%；而华健药包本年度业绩有所下滑，业绩承诺完成率仅为51.44%。请公司：(1)补充披露3家药包公司近三年主要经营数据，结合其具体经营模式、市场地位、主要客户和供应商、产品售价和成本要素等，分析说明前述标的公司承诺期内业绩变动的原因，是否与同行业公司具有可比性；(2)结合前述标的公司与主要客户的货物交付、结算政策和回款情况等，说明其承诺期内的收入确认是否符合《企业会计准则》的规定，是否存在跨期确认收入或利润调节的情况；(3)结合华健药包自身产品特点、在手订单及生产安排等情况，分析其2022年度业绩下滑且实际业绩远低于承诺业绩的具体原因，并说明华健药包经营是否发生重大不利变化，相关情况在其他药包公司是否存在；(4)结合协议约定说明华健药包有关交易对方需履行的业绩补偿义务，包括涉及金额及计算依据、补偿方式等，并明确后续补偿安排。请会计师发表意见。"

公司回复：

一、补充披露3家药包公司近三年主要经营数据，结合其具体经营模式、市场地位、主要客户和供应商、产品售价和成本要素等，分析说明前述标的公司承诺期内业绩变动的原因，是否与同行业公司具有可比性

(一)千叶药包

1、近三年财务报表

(1)资产负债表

金额单位：万元

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
流动资产：			
货币资金	4,704.63	2,405.65	1,516.63
应收票据	2,990.22	3,971.80	2,063.22
应收账款	5,089.49	4,112.71	4,059.76
预付款项	1,998.26	453.88	264.18
其他应收款	64.33	32.47	56.20
其中：应收利息	–	–	–
应收股利	–	–	–
存货	3,863.67	4,525.90	4,967.09
其他流动资产	161.20	87.01	181.90
流动资产合计	18,871.80	15,589.42	13,108.99
非流动资产：	–	–	–
长期股权投资	772.83	726.50	–
固定资产	14,331.73	12,471.20	13,024.27
在建工程	210.38	300.27	–
无形资产	1,662.42	1,707.34	1,752.60
长期待摊费用	364.51	66.18	71.78
递延所得税资产	593.67	62.42	82.51
其他非流动资产	195.58	229.29	472.55
非流动资产合计	18,131.11	15,563.20	15,403.71
资产总计	37,002.90	31,152.62	28,512.71
流动负债：	–	–	–
短期借款	–	–	1,823.70
应付票据	563.00	1,244.72	305.04
应付账款	1,083.51	781.16	1,116.03
合同负债	352.79	391.86	254.57
应付职工薪酬	306.23	224.39	298.38
应交税费	205.90	379.64	32.22
其他应付款	3,751.43	1,076.90	415.44
其中：应付利息	–	–	1.59
应付股利	–	–	–
其他流动负债	1,184.45	981.58	768.78
流动负债合计	7,447.31	5,080.25	5,014.17
非流动负债：	–	–	–
递延收益	40.00	40.00	40.00
递延所得税负债	856.05	353.95	210.06
非流动负债合计	896.05	393.95	250.06
负债合计	8,343.36	5,474.19	5,264.23
所有者权益(或股东权益)：	–	–	–
实收资本(或股本)	8,000.00	8,000.00	8,000.00
资本公积	5,117.02	5,117.02	5,117.02
减：库存股	–	–	–
其他综合收益	–	–	–
盈余公积	1,960.38	1,662.27	1,419.27
未分配利润	13,582.15	10,899.14	8,712.18
归属于母公司所有者权益(或股东权益)合计	28,659.54	25,678.43	23,248.47
少数股东权益	–	–	–
所有者权益(或股东权益)合计	28,659.54	25,678.43	23,248.47
负债和所有者权益(或股东权益)总计	37,002.90	31,152.62	28,512.71

(2)利润表

项目	2022年度	2021年度	2020年度
一、营业总收入	22,017.27	23,392.86	19,348.22
其中：营业收入	22,017.27	23,392.86	19,348.22
二、营业总成本	18,974.20	20,833.47	16,176.49
其中：营业成本	15,097.66	17,036.43	13,019.02
税金及附加	190.80	223.07	100.39
销售费用	1,161.60	1,089.98	1,023.77
管理费用	1,685.57	1,693.34	1,327.22
研发费用	792.80	781.11	775.29
财务费用	45.76	9.54	-69.20
其中：利息费用	83.23	23.85	-57.74
利息收入	36.08	17.00	12.65
加：其他收益	162.03	228.24	255.40
投资收益(损失以"－"号填列)	51.29	-23.50	–
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	46.32	–	–
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	-0.18	–	–
信用减值损失(损失以"－"号填列)	-46.90	-17.74	-28.12
资产减值损失(损失以"－"号填列)	-193.16	4.53	-211.77
资产处置收益(损失以"－"号填列)	10.82	5.22	-0.27
三、营业利润(亏损以"－"号填列)	3,027.16	2,756.14	3,186.97
加：营业外收入	0.30	–	0.01
减：营业外支出	101.15	–	2.00
四、利润总额(亏损总额以"－"号填列)	2,926.31	2,756.14	3,184.98
减：所得税费用	-54.81	326.19	420.75
五、净利润(净亏损以"－"号填列)	2,981.12	2,429.95	2,764.23
(一)按经营持续性分类	–	–	–
1.持续经营净利润(净亏损以"－"号填列)	2,981.12	2,429.95	2,764.23
七、综合收益总额	2,981.12	2,429.95	2,764.23
归属于母公司所有者的综合收益总额	2,981.12	2,429.95	2,764.23

(下转D77版)