

证券代码: 601515 证券简称: 东峰集团 公告编号: 临2024-058

广东东峰新材料集团股份有限公司关于回复上海证券交易所关于公司2024年半年度报告信息披露监管工作函的公告

公司董事会及全体董事保证本公告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。

广东东峰新材料集团股份有限公司(以下简称“公司”)于2024年9月10日收到上海证券交易所下发的关于“广东东峰新材料集团股份有限公司2024年半年度报告信息披露监管工作函”上市公司函[2024]504号,以下简称“监管工作函”。公司对监管工作函中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,部分客户、投资项目等相关信息(除监管机构明确要求外)予以适当披露。

一、半年度经营情况:报告期内实现营业收入6.89亿元,同比增长23.03%;归母净利润1.30亿元,为上市以来首次亏损,上年同期为2.41亿元;销售毛利率为23.03%,同比下降1.02个百分点。报告期内经营活动现金流量净额为-5.41亿元,首次出现负值。分产品看业务结构变化较大,其中:中高档纸类业务实现营业收入0.69亿元,占比10.66%;2023年同期为10.83亿元,占比14.66%;报告期内毛利率为15.99%,2023年同期为24.25%。纸类新材料业务实现营业收入1.52亿元,占比22.09%,同比下降34.56%;毛利率为8.13%,较2023年度下降5.85个百分点。医药包装材料业务实现营业收入4.31亿元,毛利率29.32%,其中子公司华谊包装自2022年度承接完成自51.44%,2023年度业绩完成率107.21%。

二、结合行业政策、产品产销情况、市场价格变化、成本项目构成、主要客户情况等,分产品量价分析报告期内公司纸类业务、纸类新材料业务业绩变动情况,与行业整体趋势及可比公司是否存在重大差异;(2)结合主要客户情况、产品产销和成本要素等,补充披露华谊包装同比增长的原因及是否存在业务转移;(3)补充披露经营活动现金流量净额由正转负的具体原因;(4)说明原主要客户业务转移原因,新主要客户纸类业务毛利率持续下滑的原因,公司对后续持续经营的考虑及应对措施。

三、结合行业政策、产品产销情况、市场价格变化、成本项目构成、主要客户情况等,分产品量价分析报告期内公司医药包装材料业务、纸类新材料业务业绩变动情况,与行业整体趋势及可比公司是否存在重大差异;公司2024年1-6月、2023年度主营业务产品结构及毛利率变动情况分析列示如下:

金额单位:人民币万元

Table with columns: 产品分类, 2024年1-6月, 2023年度, 近两期增减变动比例. Rows include 纸类, 医药包装, 纸类新材料, 其他.

【注1】以上2024年1-6月、2023年度销售收入均为公司主营业务收入。

由上表可见,公司2024年1-6月、2023年度业务收入结构发生了较大变化,其中:纸类业务收入在2024年1-6月为10.46%,在2023年度为42.24%。本报告披露上期下降31.78个百分点;非纸类业务收入占比相对提升,上、主营业务结构发生较大变化。2023年公司被收购、转型升级的经营战略,结合各个业务板块的具体情况以及所处行业的发展趋势,制定相应的经营策略,集中资源与资金,全面聚焦纸类业务板块,同时加大对医药包装、药用辅料、医用耗材、医药包装材料等业务的投入与开拓布局,并开展原印包包装结构的资产进行相应的处置,进一步加快公司战略转移与调整。公司调整后的经营战略和非纸类业务发生了较大变化,导致上述2024年1-6月、2023年度业务板块收入的结构变化。

由于公司相对对外转让了原顺标印刷业务板块子公司延边长白印务有限公司100%的股权,贵州西牛王印务有限公司59.64%的股权,深圳市凯文印刷有限公司100%的股权,湖南瑞福印刷有限公司100%的股权(包括其控股子公司湖南湘福包装有限公司),并表面范围也发生了较大变化。

(一)纸类业务产销分析

1.纸类产品产销分析

Table with columns: 产品分类, 2024年1-6月, 2023年度, 近两期增减变动比例. Rows include 中高档纸类, 低档纸类, 其他.

【注1】: 方便于同比分析,“近两期增减变动比例”一栏中的“生产量”、“销售量”,上期2023年度以50%计。

2023年,公司实施战略调整,加大产业板块转型升级,先后对外转让了子公司延边长白山印务有限公司100%的股权,贵州西牛王印务有限公司59.64%的股权,深圳市凯文印刷有限公司100%的股权,湖南瑞福印刷有限公司100%的股权(包括其控股子公司株洲福源包装有限公司),并表面范围发生了较大变化,导致上述2024年1-6月生产量、销售量与上期相比出现大幅度下降,报告期末库存量与上期基本持平。

2.纸类产品市场价格及成本变动分析

金额单位:人民币万元

Table with columns: 规格/品种, 2024年1-6月, 2023年度, 近两期增减变动比例. Rows include 一类规格, 二类规格, 三类规格, 四类规格, 其他.

由上表可见,2024年1-6月纸类纸类整体平均价格为2.21元,较上期下降了17.54%;2024年1-6月纸类纸类整体成本为1.87元,较上期下降了7.88%,纸类纸类整体成本下降幅度高于平均销售价格9.66个百分点。因此,本报告期间纸类毛利率较上期出现下降的主要原因均是平均价格的下降。(2)由于2023年公司实施战略调整,全面聚焦纸类业务板块,同时加大对医药包装、药用辅料、医用耗材、医药包装材料等业务的投入与开拓布局,并对原印包包装结构的资产进行相应的处置,本报告期间纸类毛利率较上期出现大幅度下降。

从销售收入结构来看,除中档三类规格2024年1-6月销售价格较上期上升24.36个百分点外,高档一类及二类规格,低档四类及五类规格销售价格与上期相比均有不同程度下降,报告期内公司纸类产品销售与上期相比也发生了较大变化。

综上,通过对2024年1-6月、2023年度纸类纸类产品的销售价格、生产量、销售结构均出现下降,纸类产品成本得到有效管控,但纸类业务毛利率仍然出现下滑。

3.纸类产品成本项目构成分析

金额单位:人民币万元

Table with columns: 成本项目, 2024年1-6月, 2023年度, 近两期增减变动比例. Rows include 直接材料, 直接人工, 制造费用, 合同履约成本-销售运费, 其他.

由上表可见,报告期内纸类纸类成本构成中:在占成本占比中来看,本报告期间直接材料、直接人工、合同履约成本-销售运费与上期相比分别上升了1.20、1.53、0.14个百分点,制造费用与上期相比下降了2.87个百分点;在占成本占比中来看,直接材料、直接人工和合同履约成本-销售运费与上期相比分别上升了7.15、21.11、0.24个百分点,制造费用与上期相比下降了0.83个百分点;在平均成本来看,直接材料、制造费用与上期相比分别下降了0.09元和0.08元/吨,直接人工、合同履约成本-销售运费则较与上期基本持平。

综上,公司在直接材料成本和制造费用方面进行了有效管控,但纸类价格、销售结构的下降是影响纸类业务与盈利水平的主要因素。

(二)医药包装材料业务产销分析

1.医药包装材料业务产销分析

Table with columns: 产品分类, 2024年1-6月, 2023年度, 近两期增减变动比例. Rows include 外购纸类, 其他纸类, 外购瓶类, 其他瓶类, 外购盖类, 其他盖类.

由上表可见,由于公司2023年战略调整,报告期内纸类产品销售大幅下降,主要材料纸类采购数量与采购金额均与上期销售向出现大幅度减少;采购价格报告与上期相比下降了12.50%,是纸类纸类成本下降的主要原因。

5.主要客户销售及毛利率变动情况

2024年1-6月: 金额单位:人民币万元

Table with columns: 排名, 主要客户名称, 销售收入, 收入占比, 毛利额, 毛利占比, 毛利率. Rows include 1 云南中烟物资集团有限责任公司, 2 湖南中烟工业有限责任公司, 3 甘肃中烟工业有限责任公司, 4 吉林中烟工业有限责任公司, 5 重庆中烟工业有限责任公司.

2023年度: 金额单位:人民币万元

Table with columns: 排名, 主要客户名称, 销售收入, 收入占比, 毛利额, 毛利占比, 毛利率. Rows include 1 湖南中烟工业有限责任公司, 2 甘肃中烟工业有限责任公司, 3 贵州中烟工业有限责任公司, 4 吉林中烟工业有限责任公司, 5 安徽中烟工业有限责任公司.

从公司近两期前五名客户的销售情况来看,2024年1-6月主要客户客户的毛利率较2023年度均有不同程度的下降,前五名客户毛利率下降了3.37个百分点。其中,本报告披露中烟工业有限责任公司毛利率较上期下降5.70个百分点,甘肃中烟工业有限责任公司毛利率较上期下降2.53个百分点。此外,由于2023年公司实施战略调整,上期已对外转让了子公司延边长白印务有限公司,贵州西牛王印务有限公司和湖南瑞福印刷有限公司的股权,导致上期客户中部分客户在本报告期退出前五名客户之列。

6.可比公司的情况

金额单位:人民币万元

Table with columns: 公司名称, 2024年1-6月, 2023年度. Rows include 东峰集团, 裕同科技, 裕同科技, 裕同科技, 裕同科技.

【注1】: 因市场环境发生较大变化,\*ST金时2023年终止了全部纸类业务。

公司主要竞争对手公开可查询到的从事纸类业务A股上市公司,从其最近报告期披露的纸类业务相关数据进行分析对比。因此,上述5家公司行业可比性具有较高的一致性。

是否存在重大差异的情况: 由上表可见,公司在2024年1-6月、2023年度的毛利率各有不同,公司与上述同行业可比公司的毛利率存在差异,除此以外,公司与上述同行业可比公司的实际经营情况存在差异,主要系公司2023年持续实施战略调整,对原印包包装的相关资产进行处置,先后对外转让

了多家纸类子公司的股权,因此报告期内公司人员规模范围发生了较大变化,纸类收入规模、毛利率与同行业可比公司相比,均发生了较大变化。

(二)纸类新材料业务

1.纸类新材料业务产销分析

Table with columns: 产品分类, 2024年1-6月, 2023年度, 近两期增减变动比例. Rows include 膜品, 功能膜, 差异化纸类, 隔膜, 其他.

从纸类新材料业务构成来看,公司纸类新材料由差异化纸类、膜品、功能膜、隔膜、差异化纸类五个小类构成,上表按部分报告期产品销售收入规模及权重进行排序,依次为膜品、功能膜、差异化纸类、隔膜和纸类。五个小类类别的纸类新材料整体合计,其2024年1-6月销售收入、毛利率与上期相比均出现下降的情况。但报告期内五个小类类别各自业务经营情况趋势又不相同,其中:膜品的销售量和毛利率较上期分别增长1.19%和3.77个百分点,功能膜的销售量和毛利率较上期分别增长11.55%和19.12个百分点,差异化纸类、隔膜的销售量和毛利率与上期相比均出现下降,其中差异化纸类、隔膜、毛利的同比增长趋势良好,下文不再展开说明。

对于纸类新材料与毛利率呈大幅度下降的差异化纸类、隔膜和电化铝产品,具体分析说明如下:

(1)差异化纸类业务

1.差异化纸类业务产销分析

Table with columns: 产品分类, 2024年1-6月, 2023年度, 近两期增减变动比例. Rows include 差异化纸类.

【注1】: 方便于同比分析,“近两期增减变动比例”一栏中的“生产量”、“销售量”,上期2023年度以50%计。

报告期内,差异化纸类业务产品受下游需求大幅度下降,行业内卷竞争异常激烈,行业内企业价格战竞争的影响,产销较上期相比出现大幅下降,期末库存量上升。公司为减少生产亏损,2024年上半年主动组织停产,检修保养设备以消耗库存,同时邀请设备供应商工程师到公司对设备进行全面检查,并同步全力组织工厂推进对多种不同材料进行试验,以期降低生产成本。

2)差异化纸类业务市场价格及成本变动分析

金额单位:人民币万元

Table with columns: 产品分类, 2024年1-6月, 2023年度, 近两期增减变动比例. Rows include 差异化纸类.

由上表可见,公司差异化纸类业务报告销售、平均价格、平均成本与上期相比分别下降41.86%、10.74%和9.06%,主要原因均是受经济下行、下游市场需求大幅度下降,竞争白热化等因素的影响,行业内订单需求严重不足,行业内企业甚至不惜以材料和人工成本的降低换取价格,市场竞争异常激烈,导致产品销量出现大幅度下降,公司一直在工艺、生产管理、品质服务等整体经营策略方面努力寻求应对,但受下游需求下降,销售价格下降,成本耗费等到有效控制。

(2)差异化纸类业务成本构成项目分析

金额单位:人民币万元

Table with columns: 成本项目, 2024年1-6月, 2023年度, 近两期增减变动比例. Rows include 直接材料, 直接人工, 制造费用, 合同履约成本-销售运费, 其他.

从差异化纸类业务成本构成来看,在平均成本方面,报告期间直接材料、直接人工与上期相比分别下降0.06元/吨、0.01元/吨,制造费用、合同履约成本-销售运费与上期相比分别下降0.08元和0.01元/吨,在占成本占比方面,报告期间直接材料、直接人工与上期相比分别上升了6.40、0.06个百分点,制造费用、合同履约成本-销售运费与上期相比分别下降了6.93、0.43个百分点;在总收入占比方面,报告期间直接材料、直接人工与上期相比分别上升了12.39、1.37个百分点,制造费用、合同履约成本-销售运费与上期相比分别下降了7.49、0.20个百分点。

4)差异化纸类业务主要客户销售情况

金额单位:人民币万元

Table with columns: 排名, 主要客户名称, 销售收入, 收入占比, 是否存在关联关系. Rows include 1 珠海恩捷新材料科技有限公司, 2 广东粤美包装科技有限公司, 3 东莞光磊新材料科技有限公司, 4 江西省湘新新材料发展有限公司, 5 汕头市金信通信材料有限公司.

2023年度: 金额单位:人民币万元

Table with columns: 排名, 主要客户名称, 销售收入, 收入占比, 是否存在关联关系. Rows include 1 江西省湘新新材料发展有限公司, 2 珠海恩捷新材料科技有限公司, 3 东莞光磊新材料科技有限公司, 4 广东粤美包装科技有限公司, 5 深圳深亚太光电股份有限公司.

从近两期前五名客户销售情况来看,报告期间销售收入、收入占比、毛利率等与上期相比均出现较大幅度下降,前两名客户合计收入占比下降了19.38个百分点,其中前两名客户均为已合并的客户,主要原因均是下游客户受到市场全面下滑,消化前期库存,消减前期库存的影响,业务需求量出现显著下降,其中本报告期间珠海恩捷新材料科技有限公司、江西省湘新新材料发展有限公司销售收入大幅减少,主要系客户因其已订单量未签订量被砍减;此外,珠海恩捷新材料科技有限公司、江西省湘新新材料发展有限公司、深圳深亚太光电股份有限公司等为主要客户组织招标采购,销售价格大幅下降,公司从维护客户关系、保证市场份额、保持内部技术管理骨干人员队伍稳定性等方面考虑,以市场价格与同行业企业进行竞价,报告期内差异化纸类业务产品出现价格下降。

5)差异化纸类业务的主要原材料采购价格分析

金额单位:人民币万元

Table with columns: 材料名称, 2022年1-6月, 2023年度. Rows include 差别纸, 差别纸, 差别纸.

差异化纸类业务的主要材料为差别纸与特种纸,其价格受上游纸浆价格影响,并与原油价格正相关。2024年,上半年原油价格持续高位且居高不下,较2023年平均水平。报告期内公司差别纸、特种纸采购价格与上期相比分别上升了7.4、7.6%、2.60%。

(3)隔膜产品产销分析

金额单位:人民币万元

Table with columns: 产品分类, 2024年1-6月, 2023年度, 近两期增减变动比例. Rows include 隔膜.

报告期内,受下游客户开展招投标价格竞争的影响,隔膜业务产品价格的下降,为主动对产品价格下降带来的影响,公司引入可增加销量产品降低产品成本的价格策略,基于下游与新增产线使用新工艺进行试产调试等方面的考虑,公司主动减少在订单、叠层产线调试、调试、试生产、产线爬坡等期间,报告期内隔膜与上期相比出现大幅下降,期末库存量有所上升。

(4)隔膜产品市场价格及成本变动分析

1.收入下降:近两期,华谊包装产线维持持续增长,从而带动产线增长;

2.毛利率提升:①管理层持续改善产品结构,增加高附加值产品占比;②积极开拓高毛利客户,提升毛利率占比;③降本增效,从采购源头控制成本。2023年度主要原材料价格和隔膜采购价格较2022年度分别下降6.39%和12.20%,从而带动成本下降;④优化生产管理,提升工艺精度,提升材料产出效率,提升人员产能效率;⑤优化主要材料,采用改性材料及减少辅料消耗,降低成本;⑥华谊包装逐步完善自身产业链相关的隔膜生产链条,由全资子公司提供的隔膜,逐步提升,外购原材料成本,提升效率;提升产能,降低生产成本;随着运营能力的提升,生产规模逐步扩大,生产线的规模化运营,有效降低了生产固定成本。

3.期间费用下降:华谊包装实施费用预算管理,强化费用管控;2023年度期间费用减少1.02个百分点。

【注1】: 2024年1-6月可比变动一栏系与2024年1-6月数据与2023年度数据的50%进行对比,除非特别说明,下同。

2023年度,华谊包装产销稳步增长,2023年度实现不含税(下同)22,048.47万元,较2022年度增加2,979.36万元,同比增长15.62%;2024年1-6月实现收入13,308.21万元,同比增长20.72%;2023年度实现营业收入22,266.96万元,较2022年度增加4,651.51万元,同比增长25.82%;2024年1-6月实现营业收入13,912.45万元,同比增长5.12%。华谊包装采用“订单+模式”,产线增长与客户新增采购增加与客户合作,积极开拓有增量客户,开发应用新产品,满足客户的多样需求,同时开拓国内海外市场。

报告期内,华谊包装产线产能稳步提升,2023年度实现净利润2,047.18万元,较2022年度增加1,352.80万元,同比增长194.82%;2024年1-6月实现净利润1,384.40万元,同比增长35.25%。华谊包装产线增长主要原因如下:

1.收入增长:近两期,华谊包装产线维持持续增长,从而带动产线增长;

2.毛利率提升:①管理层持续改善产品结构,增加高附加值产品占比;②积极开拓高毛利客户,提升毛利率占比;③降本增效,从采购源头控制成本。2023年度主要原材料价格和隔膜采购价格较2022年度分别下降6.39%和12.20%,从而带动成本下降;④优化生产管理,提升工艺精度,提升材料产出效率,提升人员产能效率;⑤优化主要材料,采用改性材料及减少辅料消耗,降低成本;⑥华谊包装逐步完善自身产业链相关的隔膜生产链条,由全资子公司提供的隔膜,逐步提升,外购原材料成本,提升效率;提升产能,降低生产成本;随着运营能力的提升,生产规模逐步扩大,生产线的规模化运营,有效降低了生产固定成本。

3.期间费用下降:华谊包装实施费用预算管理,强化费用管控;2023年度期间费用减少1.02个百分点。

【注1】: 2024年1-6月可比变动一栏系与2024年1-6月数据与2023年度数据的50%进行对比,除非特别说明,下同。

2023年度,华谊包装产销稳步增长,2023年度实现不含税(下同)22,048.47万元,较2022年度增加2,979.36万元,同比增长15.62%;2024年1-6月实现收入13,308.21万元,同比增长20.72%;2023年度实现营业收入22,266.96万元,较2022年度增加4,651.51万元,同比增长25.82%;2024年1-6月实现营业收入13,912.45万元,同比增长5.12%。华谊包装采用“订单+模式”,产线增长与客户新增采购增加与客户合作,积极开拓有增量客户,开发应用新产品,满足客户的多样需求,同时开拓国内海外市场。

报告期内,华谊包装产线产能稳步提升,2023年度实现净利润2,047.18万元,较2022年度增加1,352.80万元,同比增长194.82%;2024年1-6月实现净利润1,384.40万元,同比增长35.25%。华谊包装产线增长主要原因如下:

1.收入增长:近两期,华谊包装产线维持持续增长,从而带动产线增长;

50%计。电化铝产品有两种计量结算单位,报告期与上期相比,计量单位为万米的电化铝产品生产量、库存量有一定幅度的下降,销售量略有增长;计量单位为枚的电化铝产品生产量、销售量、库存量均大幅下降。

2)电化铝产品市场价格及成本变动分析

Table with columns: 产品分类, 2024年1-6月, 2023年度, 近两期增减变动比例. Rows include 电化铝.

从电化铝产品成本构成项目分析

金额单位:人民币万元

Table with columns: 成本项目, 2024年1-6月, 2023年度, 近两期增减变动比例. Rows include 直接材料, 直接人工, 制造费用, 合同履约成本-销售运费, 其他.

从电化铝成本构成来看:在总收入占比方面,报告期与上期相比,合同履约成本-销售运费与上期相比分别下降了1.93、0.02个百分点;直接人工、制造费用与上期相比分别上升了1.74、1.11个百分点;在总收入占比方面,报告期直接材料、直接人工、制造费用与上期相比分别上升了4.54、2.38、4.08个百分点,合同履约成本-销售运费与上期相比下降了2.03个百分点。

4)电化铝产品主要客户销售情况

2024年1-6月: 金额单位:人民币万元

Table with columns: 排名, 主要客户名称, 销售收入, 收入占比, 是否存在关联关系. Rows include 1 汕头市晟源印业有限公司, 2 贵州西牛王印务有限公司, 3 深圳市研研科技有限公司, 4 深圳市海天科技有限公司, 5 广东新多利新材料有限公司.

2023年度: 金额单位:人民币万元

Table with columns: 排名, 主要客户名称, 销售收入, 收入占比, 是否存在关联关系. Rows include 1 深圳市研研科技有限公司, 2 贵州西牛王印务有限公司, 3 汕头市晟源印业有限公司, 4 深圳市海天科技有限公司, 5 烟台东泰印务有限公司.

从近两期前五名客户销售情况来看,报告期间销售收入、收入占比与上期相比基本持平,前三名客户合计毛利率与上期相比下降了11.57个百分点。其中前三名客户均为上期客户,本报告期间排名第一的汕头市晟源印业有限公司销售收入、毛利率相对有所增长,排名第二、第三的贵州西牛王印务有限公司、深圳市研研科技有限公司销售收入、毛利率均出现一定程度的下滑。

2.隔膜产品业务同行业可比数据

(1)功能膜产品

金额单位:人民币万元

Table with columns: 公司, 产品分类, 指标, 2024年1-6月, 2023年度. Rows include 中旺公司, 纳尔股份.

公司生产的功能膜产品与可比公司纳尔股份的车身贴、车身保护膜产品属于同一类型客户的业务,具有一定的可比性。2023年和2024年1-6月,本公司功能膜业务的毛利率与纳尔股份车身贴、车身保护膜毛利率均处于30%-40%之间。

2024年1-6月,本公司毛利率有所上升,纳尔股份毛利率有所下降,主要系以下因素所致:1、纳尔股份整体规模较大,受宏观经济影响较大,而本公司功能膜业务规模相对较小,尽管受到市场冲击导致销售价格有所下降,但通过对内降本增效对外对客户降本,2024年上半年毛利率得以提升;2、纳尔股份产品品类较多,汽车膜、汽车膜等大中型客户占比,本公司以经销商、汽车4S店等小型客户占比,两类客户群体存在一定的差异性,使得毛利率呈现趋势有所不同。

(2)差异化纸类业务

金额单位:人民币万元

Table with columns: 公司, 产品分类, 指标, 2024年1-6月, 2023年度. Rows include 兴裕股份, 双星新材.

星裕公司生产的差异化纸类产品与上述公司整体上属于相似类型的差异化纸类,但上述公司的产品应用领域与公司生产的差异化纸类产品存在较大差异,使得不同公司产品毛利率存在较大差异。从应用领域来看,兴裕股份的差异化纸类产品主要应用于新能源、电子通讯、电气绝缘等领域;双星新材的差异化纸类产品主要应用于光学材料、新能源、节能环保领域,可替代传统工业领域;公司生产的差异化纸类产品主要用于食品包装、日化包装、印刷等日常生活消费领域。

从毛利率变化趋势来看,公司和上述公司2024年1-6月毛利率较2023年相比均有所下降,变化趋势基本一致。本公司生产的差异化纸类产品毛利率下降,主要由于下游客户受到市场需求量急剧下降,消化前期库存,消减前期库存的影响,业务需求出现显著下降,市场竞争白热化,其中公司主要客户珠海恩捷新材料科技有限公司、江西省湘新新材料发展有限公司、深圳深亚太光电科技股份有限公司等客户组织招标采购,销售价格大幅下降,公司从维护客户关系、保证市场份额、保持内部技术管理骨干人员队伍稳定性等方面考虑,以市场价格与同行业企业进行竞价,报告期内差异化纸类业务产品出现价格下降。

2.结合主要客户情况、产品价值和成本要素等,补充披露华谊包装业绩增长的原因,是否存在行业趋势;

2022年度、2023年度和2024年1-6月(以下简称“两期”)内,华谊包装营业收入及净利润均实现持续增长,华谊包装两期一期的主要经营数据如下:

Table with columns: 营业收入, 营业成本, 毛利额, 营业毛利率, 管理费用, 研发费用, 财务费用, 其他费用, 投资收益, 公允价值变动, 净损益, 扣除非经常性损益后的净利润.

【注1】: 2024年1-6月可比变动一栏系与2024年1-6月数据与2023年度数据的50%进行对比,除非特别说明,下同。

2023年度,华谊包装产销稳步增长,2023年度实现不含税(下同)22,048.47万元,较2022年度增加2,979.36万元,同比增长15.62%;2024年1-6月实现收入13,308.21万元,同比增长20.72%;2023年度实现营业收入22,266.96万元,较2022年度增加4,651.51万元,同比增长25.82%;2024年1-6月实现营业收入13,912.45万元,同比增长5.12%。华谊包装采用“订单+模式”,产线增长与客户新增采购增加与客户合作,积极开拓有增量客户,开发应用新产品,满足客户的多样需求,同时开拓国内海外市场。

报告期内,华谊包装产线产能稳步提升,2023年度实现净利润2,047.18万元,较2022年度增加1,352.80万元,同比增长194.82%;2024年1-6月实现净利润1,384.40万元,同比增长35.25%。华谊包装产线增长主要原因如下:

1.收入增长:近两期,华谊包装产线维持持续增长,从而带动产线增长;

2.毛利率提升:①管理层持续改善产品结构,增加高附加值产品占比;②积极开拓高毛利客户,提升毛利率占比;③降本增效,从采购源头控制成本。2023年度主要原材料价格和隔膜采购价格较2022年度分别下降6.39%和12.20%,从而带动成本下降;④优化生产管理,提升工艺精度,提升材料产出效率,提升人员产能效率;⑤优化主要材料,采用改性材料及减少辅料消耗,降低成本;⑥华谊包装逐步完善自身产业链相关的隔膜生产链条,由全资子公司提供的隔膜,逐步提升,外购原材料成本,提升效率;提升产能,降低生产成本;随着运营能力的提升,生产规模逐步扩大,生产线的规模化运营,有效降低了生产固定成本。

3.期间费用下降:华谊包装实施费用预算管理,强化费用管控;2023年度期间费用减少1.02个百分点。

【注1】: 2024年1-6月可比变动一栏系与2024年1-6月数据与2023年度数据的50%进行对比,除非特别说明,下同。

2023年度,华谊包装产销稳步增长,2023年度实现不含税(下同)22,048.47万元,较2022年度增加2,979.36万元,同比增长15.62%;2024年1-6月实现收入13,308.21万元,同比增长20.72%;2023年度实现营业收入22,266.96万元,较2022年度增加4,651.51万元,同比增长25.82%;2024年1-6月实现营业收入13,912.45万元,同比增长5.12%。华谊包装采用“订单+模式”,产线增长与客户新增采购增加与客户合作,积极开拓有增量客户,开发应用新产品,满足客户的多样需求,同时开拓国内海外市场。

报告期内,华谊包装产线产能稳步提升,2023年度实现净利润2,047.18万元,较2022年度增加1,352.80万元,同比增长194.82%;2024年1-6月实现净利润1,384.40万元,同比增长35.25%。华谊包装产线增长主要原因如下:

1.收入增长:近两期,华谊包装产线维持持续增长,从而带动产线增长;

2.毛利率提升:①管理层持续改善产品结构,增加高附加值产品占比;②积极开拓高毛利客户,提升毛利率占比;③降本增效,从采购源头控制成本。2023年度主要原材料价格和隔膜采购价格较2022年度分别下降6.39%和12.20%,从而带动成本下降;④优化生产管理,提升工艺精度,提升材料产出效率,提升人员产能效率;⑤优化主要材料,采用改性材料及减少辅料消耗,降低成本;⑥华谊包装逐步完善自身产业链相关的隔膜生产链条,由全资子公司提供的隔膜,逐步提升,外购原材料成本,提升效率;提升产能,降低生产成本;随着运营能力的提升,生产规模逐步扩大,生产线的规模化运营,有效降低了生产固定成本。

3.期间费用下降:华谊包装实施费用预算管理,强化费用管控;2023年度期间费用减少1.02个百分点。

【注1】: 2024年1-6月可比变动一栏系与2024年1-6月数据与2023年度数据的50%进行对比,除非特别说明,下同。

2023年度,华谊包装产销稳步增长,2023年度实现不含税(下同)22,048.47万元,较2022年度增加2,979.36万元,同比增长15.62%;2024年1-6月实现收入13,308.21万元,同比增长20.72%;2023年度实现营业收入22,266.96万元,较2022年度增加4,651.51万元,同比增长25.82%;2024年1-6月实现营业收入13,912.45万元,同比增长5.12%。华谊包装采用“订单+模式”,产线增长与客户新增采购增加与客户合作,积极开拓有增量客户,开发应用新产品,满足客户的多样需求,同时开拓国内海外市场。

报告期内,华谊包装产线产能稳步提升,2023年度实现净利润2,047.18万元,较2022年度增加1,352.80万元,