证券代码：603021　　证券简称：山东华鹏　　公告编号：临2025-038

山东华鹏玻璃股份有限公司关于2024年年度报告信息披露监管问询函回复公告

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。

山东华鹏玻璃股份有限公司（以下简称“公司”或“山东华鹏”）收到上海证券交易所下发的《关于山东华鹏玻璃股份有限公司2024年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2025】0604号）（以下简称问询函），根据问询函要求，经公司核查，现就相关事项逐项回复说明如下：

本问询函中，除非文义另有所指，下列简称和术语具有如下含义：

一般释义：

山东华鹏或公司	指	山东华鹏玻璃股份有限公司
母公司	指	山东华鹏本部
石岛玻璃	指	山东华鹏石岛玻璃制品有限公司
江苏石岛	指	江苏石岛玻璃有限公司
菏泽华鹏	指	华鹏玻璃（菏泽）有限公司
天元信息	指	原子公司山东天元信息技术集团有限公司
山西华鹏	指	山西华鹏水塔玻璃制品有限责任公司
甘肃石岛	指	甘肃石岛玻璃有限公司
安庆华鹏	指	安庆华鹏长江玻璃有限公司
辽宁华鹏	指	辽宁华鹏广源玻璃有限公司
山东华赢	指	山东华赢新材料有限公司
赫邦化工	指	东营市赫邦化工有限公司
丝路投资	指	山东省丝路投资发展有限公司
济南舜腾弘	指	济南舜腾弘投资合伙企业（有限合伙企业）
山发绿色	指	山东发展绿色融资租赁有限公司
绿色资本	指	山东省绿色资本投资集团有限公司
海科控股	指	山东海科控股有限公司
上海鼎益	指	上海鼎益融资租赁有限公司
山发控股	指	山东发展投资控股集团有限公司

问题一、关于经营业绩。年报显示，公司主营玻璃制造业务，包括玻璃瓶罐、器皿。报告期内公司实现营业收入4.12亿元，同比减少24.17%，较前期高点下降超过50%；归母净利润亏损1.47亿元。关注到，公司玻璃制造业务毛利率13.02%，同比提高5.49个百分点，主要系部分大宗物资采购价格下降，且公司内部管理加强，成品率提高。报告期内确认管理费用5659.75万元，同比减少41.72%，主要系公司处置原江苏石岛子公司转让设备，折旧减少，且中介机构费用减少。与此同时，公司营业收入自2020年以来持续萎缩，业绩自2021年起连续亏损。

请公司补充披露：（1）公司玻璃制造业务生产、销售模式，并结合下游市场需求、公司业务开展情况，说明近年收入下滑、净利润连续亏损的原因，并就公司生产经营可能存在的不确定性因素充分提示风险；（2）分产品列示近三年玻璃制造业务的成品率、销售均价、销量、收入、成本构成明细及变化情况，并结合公司加强内部管理措施、产品销售价格、主要原料及动力价格变动情况，分析毛利率提高的原因，并对比同行业可比公司情况，进一步说明毛利率变动的合理性；（3）列示公司前十名客户、供应商具体情况，包括名称、与公司关联关系、是否新增、交易内容、金额、回款/付款情况以及各期末应收预收或应付预付情况，说明是否存在长期应收预付款项情况，并结合对方资信情况分析是否可能存在资金安全风险；（4）结合处置子公司、中介机构费用变动的具体情况，说明报告期内管理费用同比减少的原因及合理性。请年审会计师发表意见。

【公司回复】

一、公司玻璃制造业务生产、销售模式，并结合下游市场需求、公司业务开展情况，说明近年收入下滑、净利润连续亏损的原因，并就公司生产经营可能存在的不确定性因素充分提示风险；

1、公司玻璃制造业务生产、销售模式，并结合下游市场需求、公司业务开展情况，说明近年收入下滑、净利润连续亏损的原因

公司业务生产模式：公司现有玻璃瓶罐和玻璃器皿两大类产品：玻璃瓶罐按用途分为酒水饮料瓶、食品调味品瓶以及医药包装瓶等三大类十几个品种；玻璃器皿产品主要以玻璃高脚杯为主，包括采用二次成型工艺生产的无铅水晶玻璃高脚杯、封焊红伸高档玻璃高脚杯；产品在全国各地销售并销往韩国、日本、美国等三十多个国家和地区，销售渠道包括麦德龙、沃尔玛、家乐福等国际连锁超市企业。主要采用“以销定产”的生产经营模式，由销售部门根据销售计划或客户订单将月度生产计划下达至生产部门，实行按单生产，但由于玻璃制品的生产具有一定特殊性，玻璃窑炉点火后通常情况下不能停产，对于部分标准规格的产品，市场需求量相对稳定，公司适度备货，以便有效利用产能，保证销售旺季订单的按时交付。

销售模式：公司玻璃瓶罐以直销模式为主，直接面向酒类、食品、饮料、药品等生产企业进行销售；部分为经销模式，主要为从事国内或国外的瓶罐贸易的企业以及个人。

公司玻璃器皿以经销模式为主，直销为辅的方式进行销售。经销主要为专业性日用百货批发销售商；直销多为酒类企业，该类客户一般采购公司高脚杯产品作为其促销礼品，或与其酒类产品捆绑销售。

2024年度收入41,184.85万元较2023年度54,309.79万元降低13,124.94万元，扣除各公司间内部销售，其中母公司及石岛玻璃较2023年度下降8,861.42万元、安庆华鹏较2023年度下降1,209.76万元、甘肃石岛较2023年度下降2,676.29万元。主要受宏观环境影响，近几年整体市场消费水平下降，下游市场需求减少，甘肃石岛2023年窑炉进入大修期停产大修、本期石岛玻璃一车间窑炉3-8月大修，导致产量降低，收入下降。

公司属于日用玻璃行业，主要生产玻璃瓶罐、及高端器皿产品水晶杯等，近几年受宏观市场环境影响，瓶罐产品葡萄酒瓶等、高端器皿产品水晶杯等产量减少，及产线窑炉等到使用周期进行大修等影响，产线产能利用率不足，单位产品折旧等制造费用成本较高，产品毛利贡献不足；加之公司相对固定的期间费用较高，借款产生的利息费用较高，及近三年的资产减值损失计提较高，整体影响公司近年来经营连续亏损，详见下表：

单位：万元

项 目	2024年	2023年	2022年
营业收入	41,184.85	54,309.79	78,224.21
营业成本	35,102.74	49,757.16	72,924.43
毛利	6,082.11	4,552.63	5,299.78
税金及附加	1,023.91	1,089.60	1,227.31
期间费用-利息费用	7,629.09	7,331.16	9,996.62
期间费用-职工薪酬	2,413.59	2,279.85	3,543.04
期间费用-折旧费及无形资产摊销	2,374.84	3,895.52	3,414.27
期间费用-中介机构服务费	471.71	1,186.12	582.89
期间费用-研发费用	1,302.96	942.60	2,649.50
主要期间费用小计	14,192.19	15,635.25	20,186.32
信用减值损失	-661.77	-2,963.61	-9,665.59
资产减值损失	-4,719.45	-5,452.22	-18,016.08
资产处置收益	158.55	-2,013.28	614.56
资产减值及处置损失小计	-5,222.67	-10,429.11	-27,067.11

2、公司生产经营可能存在的不确定性因素充分提示风险

近年，受经济下行压力影响，不确定不稳定因素增多，直接影响日用玻璃产业的发展，日用玻璃产业与终端消费行业息息相关，经济变化情况直接影响国民消费动力，间接影响日用玻璃市场需求，从而在一定程度上将给公司带来经营风险。结合日用玻璃行业的整体环境和公司的具体情况，公司面临的风险与挑战主要包括以下几个方面：

（1）行业需求疲软，市场竞争加剧：日用玻璃行业中小企业众多，低端产品同质化竞争严重，价格战导致行业整体毛利率偏低；日用玻璃行业与餐饮、酒店、食品饮料等行业高度相关，经济下行导致消费需求减弱，直接影响公司的订单量和产品价格；塑料、不锈钢等材料在包装领域的替代效应增强，挤压玻璃瓶罐的市场份额，从而影响公司盈利能力；

（2）原材料及能源成本波动风险：公司生产主要原材料依赖纯碱、石英砂等，能源主要为煤炭、天然气、电等，公司生产成本受主要材料及能源的价格波动影响较大；

（3）债务风险与流动性风险：截至2024年底，资产负债率高达97.47%，公司的债务风险较高，流动性紧张。其中，公司银行短期借款达4.31亿元；累计逾期的与其他关联方有息债务本金约7.86亿元（截至2025.4.21约7.91亿元），此部分逾期债务对应截至2024年12月31日的债务利息、违约金等约0.86亿元，短期借款达4.31亿元，资产负债率高达97.47%，公司的债务风险较高，流动性紧张；（4）政策与环保合规风险：出口贸易不确定性，若国际贸易摩擦加剧，可能影响公司海外市场拓展；玻璃行业属于高能耗产业，未来可能面临更严格的碳排放监管，增加环保治理成本。

公司管理层积极加强优势产品生产，拓展市场份额，加强货款催收，提高经营性现金流入，加大资金筹措力度，优化债务结构，降低流动性风险、提高市场竞争力。

二、分产品列示近三年玻璃制造业务的成品率、销售均价、销量、收入、成本构成明细及变化情况，并结合公司加强内部管理措施、产品销售价格、主要原料及动力价格变动情况，分析毛利率提高的原因，并对比同行业可比公司情况，进一步说明毛利率变动的合理性；

（一）公司2024年—2022年产品产销量、销售收入成本、毛利率情况：

2022-2024年，受宏观经济环境及下游市场需求疲软影响，公司产品销量呈持续下降趋势，但得益于主要原材料价格下行，叠加公司采取的多项增效措施，包括产品提价策略实施、生产线精细化管理的优化，以及高毛利新杯型产能占比的提升，同时持续改进瓶罐与器皿产线的运营效率，使得报告期内整体毛利率实现增长，详见下表：

2024年产品主营业务销售收入成本、毛利率情况

分类	销售数量（万只）	营业收入（万元）	营业成本（万元）	销售单价（元/只）	单位成本（元/只）	毛利率
瓶罐						
大口瓶	14,890.64	8,038.21	6,874.28	0.54	0.46	14.48%
小口瓶	28,322.83	24,372.92	20,668.29	0.85	0.73	14.01%
瓶罐合计	43,213.47	32,411.13	27,542.57	0.75	0.64	15.02%
器皿						
一次成型产品	0.07	0.14	0.10	1.88	1.34	28.57%
水晶杯	958.20	4,843.76	4,833.15	4.70	5.04	-7.27%
拉伸产品	498.95	3176.10	2,496.66	6.37	5.00	21.39%
礼品产品	0.05	2.64	2.14	55.23	44.77	18.94%
器皿合计	1,457.27	7,683.02	7,330.46	5.27	5.03	4.59%
总 计	44,670.74	40,094.15	34,873.03	0.90	0.78	13.02%

2023年产品主营业务销售收入成本、毛利率情况

分类	销售数量（万只）	营业收入（万元）	营业成本（万元）	销售单价（元/只）	单位成本（元/只）	毛利率
瓶罐						
大口瓶	16,740.97	8,916.40	8,640.16	0.53	0.52	3.10%
小口瓶	39,043.37	34,394.80	31,237.61	0.88	0.80	9.18%
瓶罐合计	55,784.34	43,311.20	39,877.77	0.78	0.71	7.93%
器皿						
一次成型产品	0.33	0.56	0.62	1.68	1.86	-10.71%
水晶杯	1,632.78	6,418.91	6,716.24	3.93	4.11	-4.63%
拉伸产品	632.24	3,608.67	2,727.65	5.71	4.31	24.41%
礼品产品	0.02	2.10	1.13	136.36	73.38	46.19%
器皿合计	2,265.37	10,030.24	9,445.64	4.43	4.17	5.83%
总计	58,049.71	53,341.44	49,323.41	0.92	0.85	7.53%

2022年产品主营业务销售收入成本、毛利率情况

分类	销售数量（万只）	营业收入（万元）	营业成本（万元）	销售单价（元/只）	单位成本（元/只）	毛利率
瓶罐						
大口瓶	16,447.06	8,996.03	9,556.45	0.55	0.58	-6.23%
小口瓶	42,396.21	34,847.71	34,760.51	0.82	0.82	0.25%
瓶罐合计	58,843.27	43,843.74	44,316.96	0.75	0.75	-1.08%
器皿						
一次成型产品	1.83	2.32	0.91	1.27	0.50	60.78%
水晶杯	1,855.57	6,920.69	8,517.58	3.73	4.59	-23.07%
拉伸产品	494.96	2,701.54	2,281.05	5.46	4.61	15.56%
礼品产品	0.11	21.41	9.63	194.64	87.55	55.02%
器皿合计	2,352.47	9,645.96	10,809.17	4.10	4.59	-12.06%
总计	61,195.74	53,489.70	55,126.13	0.87	0.90	-3.06%

同行业产品销售、毛利率情况：

2024年同行业销售情况：

单位：万元

公司	项目	营业收入	营业成本	毛利率
公司	玻璃及玻璃制品业-日用玻璃	40,094.15	34,873.03	13.02%
德力股份	玻璃及玻璃制品业-日用玻璃	157,066.23	131,139.03	16.51%
山东药玻	药用玻璃制造业	506,571.40	348,394.68	31.22%

2023年同行业销售情况：

单位：万元

公司	项目	营业收入	营业成本	毛利率
公司	玻璃及玻璃制品业-日用玻璃	53,341.44	49,323.41	7.53%
德力股份	玻璃及玻璃制品业-日用玻璃	130,406.58	110,468.57	15.29%
山东药玻	药用玻璃制造业	493,651.52	357,429.84	27.59%

2022年同行业销售情况：

单位：万元

公司	项目	营业收入	营业成本	毛利率
公司	玻璃及玻璃制品业-日用玻璃	53,489.70	55,126.13	-3.06%
德力股份	玻璃及玻璃制品业-日用玻璃	110,351.69	92,820.01	15.89%
山东药玻	药用玻璃制造业	413,045.53	304,918.51	26.18%

公司同行业上市公司较少，选取同行业相关性较高的上市公司如德力股份（选取原因：日用玻璃品生产制造）、山东药玻（选取原因：子公司安庆华鹏有输液瓶制造）等上市公司进行横向对比。德力股份，其产品主要为大众化日用玻璃杯、光纤玻璃，其销售模式包括代理类、电子商务、商超、礼促等。山东药玻主要为药品瓶。产品对应消费领域、销售模式不同，产品销售收入、毛利率波动幅度受影响程度有所不同；山东华鹏玻璃瓶罐以直销模式为主，直接面向葡萄酒类、啤酒类、食品、饮料、药品等生产企业进行销售；部分为经销模式，主要为从事国内或国外的瓶罐贸易的企业以及个人。

公司本期产品毛利率与同行业毛利率均有所上涨，趋势一致。

公司2024年—2022年产品产量、销量情况：

项目	2024年销量	2023年销量	2022年销量
玻璃瓶罐（吨）	125,798.86	175,515.66	240,876.74
玻璃器皿（万只）	1,457.27	2,265.37	2,352.47

（续表）

项目	2024年产量	2023年产量	2022年产量
玻璃瓶罐（吨）	133,074.19	152,755.59	232,749.51
玻璃器皿（万只）	1,075.03	1,444.00	2,498.40

公司2024-2022年产品成品率情况：

项目	2024		2023		2022	
	产量	成品率	产量	成品率	产量	成品率
石岛-瓶罐	78,282.90	88.43%	97,850.09	88.70%	94,328.19	87.43%
石岛-器皿	3,066.53	63.79%	2,580.33	63.34%	6,650.00	58.12%
安庆-瓶罐	54,676.25	85.90%	53,328.43	86.78%	57,508.56	87.74%

公司生产经营技术先进，成品率一直比较稳定。近年来随着客户，特别是器皿产品客户、白瓶饮料瓶、药瓶等客户对产品外型、质量要求的提升，本期公司对产品生产精细化管理，特别是产品质量管理上严抓，产品质量提升，产品价格提升。

1、公司瓶罐产品毛利率的波动情况

公司瓶罐产品主要分为小口瓶（包括葡萄酒瓶、啤酒瓶、调料瓶、饮料瓶等）和大口瓶（如罐头瓶等）。近年来，受消费市场降级影响，尤其是葡萄酒消费需求减弱，小口瓶中的葡萄酒瓶销量下滑，导致相关业务收入减少。2022年至2023年，受原材料价格较高，而终端市场消费疲软影响，产品售价调整空间有限，价格涨幅未能完全覆盖成本上升幅度，致使该期间毛利率承压。

各期瓶罐产品毛利率的改善主要得益于：一方面，大宗原材料及能源燃料采购价格同比下降，直接降低产品单位生产成本；另一方面，公司持续推进精益生产管理，进一步优化了产品生产结构，提高了产品质量，提升了主要产品单位售价。在上述因素共同作用下，瓶罐产品毛利率逐年提升。

本期石岛玻璃瓶罐一车间产线3-8月停产大修，导致白瓶产品产能阶段性受限，进而影响调料瓶、饮料瓶及罐头瓶等白瓶产品的生产供应，白瓶类产品销量同比有所下降。在白瓶产能受限的情况下，公司通过优化排产策略，优先保障高附加值产品及大客户订单供应，调整产品生产结构，推动大口瓶（包括罐头瓶、饮料瓶等）产品均价同比提升，有效缓冲了销量下滑对毛利的负面影响。

2、公司器皿产品毛利率的波动情况

公司器皿产品线以高端高脚杯等产品为主，在玻璃制品行业细分领域具有显著的差异化竞争优势，产品结构和毛利率水平均与同行业上市公司存在明显差异。2023年以来，公司通过实施产品提价策略、优化生产线精细化管理以及重点扩大高毛利新杯型的产能占比，叠加主要原材料价格下行等多重因素，推动器皿产品毛利率较2022年实现大幅提升。本期毛利率较2023年度呈现小幅回落，主要系公司通过强化经营管理措施积极消化期初库存，及减少低回报率产品的生产，本期暂停1条产线，闲置产线影响在产产线单位产品折旧等制造费用成本上升影响，对本期产生阶段性影响毛利率下降。

（二）公司2024年—2022年产品营业成本结构及主要原材料及动力价格波动情况：

2024年—2022年产品营业成本结构情况

产品类型	成本项目	2024年			
		销量	营业成本金额（万元）	平均单位成本（元）	占比%
瓶罐（万吨）	直接材料	12.58	10,662.19	847.55	30.57
	动力		2,329.02	185.14	6.68
	燃料		4,170.99	331.56	11.96
	人工		2,376.31	188.90	6.82
	制造费用		6,556.49	521.18	18.80
	运输费用		1,447.57	115.07	4.15
	小计		27,542.57	2,189.39	78.98
器皿（万只）	直接材料	1,457.27	1,888.64	1.30	5.42
	动力		1,112.91	0.76	3.19
	燃料		287.27	0.20	0.82
	人工		1,048.63	0.72	3.01
	制造费用		2,752.58	1.89	7.89
	运输费用		240.44	0.16	0.69
	小计		7,330.47	5.03	21.02

（续表）

产品类型	成本项目	2023年			
		销量	营业成本金额（万元）	平均单位成本（元）	占比%
瓶罐（万吨）	直接材料	17.55	16,712.15	952.26	33.88
	动力		3,675.26	209.42	7.45
	燃料		7,371.72	420.04	14.95
	人工		2,545.64	145.05	5.16
	制造费用		7,986.40	455.07	16.19
	运输费用		1,586.60	90.40	3.22
	小计		39,877.77	2,272.24	80.85
器皿（万只）	直接材料	2,265.37	2,794.94	1.23	5.67
	动力		1,371.42	0.61	2.78
	燃料		859.31	0.38	1.74
	人工		957.81	0.42	1.94
	制造费用		3,055.26	1.35	6.19
	运输费用		406.90	0.18	0.82
	小计		9,445.64	4.17	19.14

（续表）

产品类型	成本项目	2022年			
		销量	营业成本金额（万元）	平均单位成本（元）	占比%
瓶罐（万吨）	直接材料	24.09	17,914.29	743.64	25.05
	动力		3,276.27	136.00	4.58
	燃料		9,675.18	401.63	13.53
	人工		2,708.72	112.44	3.79
	制造费用		8,702.66	361.26	12.17
	运输费用		2,039.84	84.68	2.85
	小计		44,316.96	1,839.64	61.97
器皿（万只）	直接材料	2,352.47	3,015.17	1.28	4.22
	动力		1,530.60	0.65	2.14
	燃料		1,203.93	0.51	1.68
	人工		1,099.14	0.47	1.54
	制造费用		3,533.17	1.50	4.94
	运输费用		427.16	0.18	0.60
	小计		10,809.17	4.59	15.12

产品成本结构波动情况：

产品类型	成本项目	成本结构2024(%)	成本结构2023(%)	成本结构2022(%)
瓶罐	直接材料	38.71	41.91	40.42
	动力	8.46	9.22	7.39
	燃料	15.14	18.49	21.83
	人工	8.63	6.38	6.11
	制造费用	23.80	20.03	19.64
	运输费用	5.26	3.98	4.60
	小计	100.00	100.00	100.00
器皿	直接材料	25.76	29.59	27.89
	动力	15.18	14.52	14.16
	燃料	3.92	9.10	11.14
	人工	14.31	10.14	10.17
	制造费用	37.55	32.35	32.69
	运输费用	3.28	4.31	3.95
	小计	100.00	100.00	100.00

同行业情况：

山东药玻	成本构成	2024年(%)	2023年(%)	2022年(%)
制造业	直接材料	39.76	39.84	41.25
	燃动力	24.56	24.24	25.90
	直接人工	16.34	14.70	14.17
	制造费用	12.51	14.05	11.87
	运输费用	6.65	7.17	6.81
	其他	0.17		
	合计	100.00	100.00	100.00

（续表）

德力股份	成本构成	2024年(%)	2023年(%)	2022年(%)
玻璃及玻璃制品	直接材料	39.75	38.07	40.33
	燃料	31.89	28.03	26.45
	人工工资	16.33	17.19	15.48
	折旧	5.99	6.97	6.48
	其他	5.07	8.03	9.65
	其他业务	0.98	1.70	1.62
	合计	100.00	100.00	100.00

公司产品成本主要材料、燃料、制造费用（折旧等）相关成本结构因产量变化影响的单位制造费用及原料价格变化影响的材料成本，相关成本结构会有所变化，与同行业产品成本结构无显著差异。

公司的原材料以石英砂、纯碱、碎玻璃等为主，燃料包括块煤、天然气，动力电。

2024年—2021年主要原材料及动力价格波动情况：

瓶罐产品主要原材料及动力价格波动情况：

主要物料	2024年平均采购价	2023年平均采购价	2022年平均采购价
轻质碱（元/T）	1,706.73	2,291.83	2,435.07
天然气（元/T）	4,896.69	5,266.71	6,414.01
块煤（元/T）	1,088.36	1,381.18	1,624.59
电（元/KWH）	0.62	0.65	0.60

注：甘肃石岛2022年正常生产中，甘肃石岛电价很低，拉低了2022年的平均电价。

器皿产品主要原材料及动力价格波动情况：

主要物料	2024年平均采购价	2023年平均采购价	2022年平均采购价
重质碱（元/T）	1,771.81	2,383.67	2,566.99
天然气（元/T）	5,087.82	5,416.04	6,978.67
电（元/KWH）	0.62	0.65	0.66

纯碱价格走势：

?2024年纯碱价格整体呈现下跌趋势，并在第三季度达到年内最低点。2024年第三季度，纯碱市场供需格局依旧呈现供强需弱的状态，市场行情延续疲软走势。尽管季度末有所反弹，但整体仍在低位，库存持续累积。国内轻质纯碱价格指数波动区间为1,457-1,943元/吨，重质纯碱价格指数波动区间为1,535-2,107元/吨。2024年8月，纯碱市场延续弱势运行，价格重心不断下滑，现货市场价格徘徊在1,300-1,500元/吨左右，跌至近两年新低。

石英砂价格走势：

2024年高纯石英砂的价格波动趋势主要表现为先涨后降。2024年初，高纯石英砂价格保持上涨趋势。进入下半年，高纯石英砂价格出现下滑。

高纯石英砂H1价格回顾：

碎玻璃价格走势：

玻璃2024年价格波动趋势总体为下滑趋势。自2023年4月价格上涨后，至2024年初保持了基本平稳；2024年初自2024年9月底，受国内经济低迷和房地产市场萎靡影响，玻璃需求低迷，价格持续下跌。9月底至年底，受政策信号提升及产能供给持续下降影响，玻璃价格出现反弹，但整体仍呈现弱势震荡。

图3 2023-2024年玻璃价格与毛利走势图

动力煤炭价格趋势：

2024年煤炭价格波动趋势?主要表现为前高后低，波动率逐渐收窄。上半年，动力煤价格中枢在875元左右，下半年小幅回落至850元左右。相比2023年煤炭价格下降。

图1：动力煤价格前高后低，波动率收窄 单位：元/吨

资料来源：Wind，天风证券研究所

天然气价格趋势：

图1 2023年至今全国LNG出厂、市场均价走势图

数据来源：卓创资讯

备注：市场均价为全国LNG下游接货均价

1、瓶罐产品，2024年较2023年单位成本降幅3.64%，主要原因为2024年主要原材料、燃料价格下降影响。2023年较2022年产品单位成本增幅23.49%，主要为受市场葡萄酒等消费下行影响，2023年产量减少，单位折旧等制造费用成本上升影响。另外，2022年甘肃石岛公司正常生产销售，甘肃石岛产品主要为啤酒瓶，使用碎玻璃材料及低品质的石英砂材料，包装物为袋装，原材料、包装材料成本均较低，及甘肃电费等动力成本较低，甘肃石岛的产品单位成本较低影响2022年单位成本低。

2、器皿产品，2024年较2023年单位成本增幅20.64%，主要原因为本期5号产线未开，产量减少，单位产品折旧等制造费用成本上涨所致。2023年较2022年单位成本下降9.25%，主要原因为燃料天然气价格下降幅度较大，及2023年器皿2号产线为上半年集中生产，8-12月发生大修转入在建，总体产线资产单位折旧成本下降所致。

综上所述，通过对三年产品生产销售情况、成本构成变化分析可知：

1、玻璃瓶罐业务收入及毛利率波动主要原因为：由于市场消费水平下降及产线大修影响，营业收入下降；前期原材料价格较高，产品单位成本较高，客户的终端价格上涨存在一定压力，导致前两年毛利率较低；本期原料及燃料煤价格降幅较大，产品单位成本下降，影响本期毛利率提升。

2、玻璃器皿业务收入及毛利率波动的主要原因为：2023年加大库存产品的销售，当期销量大于产量800多万只，另外这两年随着器皿产品库存的消化及产品高端的优势，销售价格回暖逐年提升，2023年营业收入较2022年增加；本期减少低价值回报率产品的生产，本期器皿5号线未开，产销量下降，营业收入减少，单位产品制造费用、人工上涨幅度较大，产品单位成本涨幅大于销售涨幅，影响器皿产品本期毛利率下降。

三、公司前十名客户、供应商具体情况，包括名称、与公司关联关系、是否新增、交易内容、金额、回款/付款情况以及各期末应收预收或应付预付情况等，是否存在长期应收预付款项情况、对方资信情况等

1、公司前十名客户情况：

序号	客户名称	与公司关联关系	是否新增	交易内容	本期交易金额(不含税)	本期回款金额	期初应收余额	期末应收余额	期末账龄	注册资本	合作历史
1	客户1	非关联方	否	食品、饮料瓶	2,276.96	2,064.69	150.31	658.58	1年以内	50万元	2010年合作至今
2	客户2	非关联方	否	食品、饮料瓶	1,819.27	1,860.12	287.96	483.62	1年以内	18088万元	2006年合作至今
3	客户3	非关联方	否	食品、饮料瓶	1,539.16	1,742.50	192.43	189.18	1年以内	100万元	2013年合作至今
4	客户4	非关联方	否	食品、饮料瓶	1,127.24	1,286.60	284.96	260.03	1年以内	2000万元	2017年合作至今
5	客户5	非关联方	否	药瓶	998.48	1,148.68	126.30	86.95	1年以内	20000万元	2022年合作至今
6	客户6	非关联方	否	药瓶	982.94	1,202.96	194.21	101.97	1年以内	2583万(美元)	2020年合作至今
7	客户7	非关联方	否	食品瓶	829.50	830.00	106.35	214.12	1年以内	660万(美元)	2020年合作至今
8	客户8	非关联方	否	葡萄酒瓶	807.22	770.00	497.81	639.97	1年以内	33208.3万元	2001年合作至今
9	客户9	非关联方	否	葡萄酒瓶	635.89	597.44	224.72	263.16	1年以内	——	2020年合作至今
10	客户10	非关联方	否	葡萄酒瓶	622.89	561.11	186.58	329.34	1年以内	50000万元	2001年合作至今

注1：上表中交易额为不含税金额。交易额、回款额、余额为万元。

注2：上表为公司前十名主要销售客户，客户基本为长期合作客户，业务模式成熟且合作关系稳定，回款较快，客户经营态势稳健，经工商信息查询显示资信记录优良，无不良信用瑕疵，账龄均在一年以内。

2、公司前十名供应商情况：

| 序号