

证券代码：002303

证券简称：美盈森

公告编号：2015-025

# 深圳市美盈森环保科技股份有限公司 2014 年年度报告摘要

## 1、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

公司简介

股票简称	美盈森	股票代码	002303
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	黄琳	刘会丰	
电话	0755-29751666	0755-29751666	
传真	0755-28234302	0755-28234302	
电子信箱	mys.stock@szmys.com	mys.stock@szmys.com	

## 2、主要财务数据和股东变化

### (1) 主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

	2014 年	2013 年	本年比上年增减	2012 年
营业收入（元）	1,563,222,281.96	1,305,636,964.84	19.73%	1,033,500,559.99
归属于上市公司股东的净利润（元）	261,540,481.25	174,070,348.95	50.25%	107,191,947.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	249,588,508.58	164,256,102.89	51.95%	107,152,521.76
经营活动产生的现金流量净额（元）	292,618,451.84	269,107,118.25	8.74%	163,472,168.96
基本每股收益（元/股）	0.3657	0.2434	50.25%	0.1499
稀释每股收益（元/股）	0.3657	0.2434	50.25%	0.1499
加权平均净资产收益率	12.55%	9.14%	3.41%	6.11%
	2014 年末	2013 年末	本年末比上年末增减	2012 年末
总资产（元）	2,925,621,742.82	2,647,652,964.46	10.50%	2,163,615,636.49
归属于上市公司股东的净资产（元）	2,196,706,155.08	1,963,741,620.63	11.86%	1,808,594,438.20

### (2) 前 10 名普通股股东持股情况表

报告期末普通股股东总数	14,711	年度报告披露日前第 5 个交易日末普通股股东总数	21,921
前 10 名普通股股东持股情况			

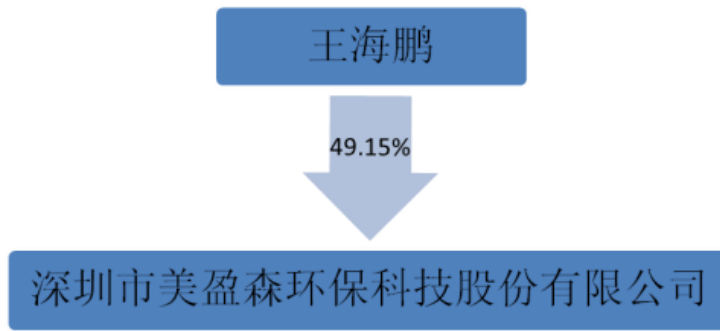
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
王海鹏	境内自然人	49.15%	351,497,600	266,623,200		
王治军	境内自然人	13.79%	98,594,560	88,428,420		
中国建设银行股份有限公司—华宝兴业新兴产业股票型证券投资基金	境内非国有法人	1.76%	12,568,690	0		
鞠成立	境内自然人	1.68%	11,988,480	0		
中国国际金融有限公司	国有法人	1.20%	8,590,000	0		
中国农业银行股份有限公司—景顺长城核心竞争力股票型证券投资基金	境内非国有法人	1.09%	7,800,000	0		
中国农业银行股份有限公司—景顺长城资源垄断股票型证券投资基金 (LOF)	境内非国有法人	0.85%	6,066,976	0		
郭军	境内自然人	0.84%	6,038,700	0		
景福证券投资基金	境内非国有法人	0.81%	5,801,596	0		
中国工商银行—景顺长城精选蓝筹股票型证券投资基金	境内非国有法人	0.77%	5,500,018	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	王海鹏为王治军之兄；景顺长城核心竞争力股票型证券投资基金、景顺长城资源垄断股票型证券投资基金 (LOF)、景顺长城精选蓝筹股票型证券投资基金同属景顺长城基金管理有限公司旗下基金。除此之外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知其他股东之间是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明 (如有)	前 10 名无限售条件普通股股东中郭军参与融资融券业务，其投资者信用账户持股 5,200,000 股，普通证券账户持股 838,700 股。					

**(3) 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。

(4) 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



3、管理层讨论与分析

报告期内，公司实现研发能力的持续增强、产品附加值的不断提升、新客户开发卓有成效，创新商业模式得以顺利实施。凭借突出的包装一体化整体服务能力，公司获得更多新合作客户的认可，新客户订单逐步释放。同比上年，公司销售收入实现一定程度增长，净利润同比实现大幅提升，公司发展势头良好。

2014年度，公司实现营业收入15.63亿元，比上年同期增长19.73%；实现归属于上市公司股东的净利润2.62亿元，比上年同期上升50.25%。

报告期内，公司持续推进新客户开发，不断提升研发能力，积极创新客户服务模式，开启将包装印刷和纸制品产业通过互联网和定制化运营的道路，推动公司持续稳健增长，并逐步形成新的业务增长点。具体如下：

新客户开发方面，公司继续实施“积极开发多领域高端客户，包括智能终端（平板电脑、智能手机等）、可穿戴智能设备、电子通讯、化妆品、食品饮料保健品等品牌消费品类以及其他类高端客户”的市场开发战略，先后获得了深圳市中兴移动通信有限公司、惠州市吉瑞科技有限公司、Tempe Trading S.A. Grupo Inditex、Harman International Industries、艾默生环境优化技术（苏州）有限公司、Scotts Australia Pty Ltd、Lowe’s Companies, Inc、Shell (China) Limited、中国移动通信有限公司、Diageo plc、Sonos, Incorporated等在内的众多优质客户的包装产品供应资质。新客户的不断开发，进一步丰富了公司高端客户资源，为公司未来的持续快速增长奠定坚实的基础；同时，公司新开发高端客户分布不同领域，形成示范效应，进一步打开市场空间。

研发方面，公司持续加强在包装产品外观设计、结构创新设计、包装方案优化、生产工艺等包装整体解决方案方面的研发工作，产品附加值、客户美誉度不断提升，毛利水平相应提高。

创新客户服务模式方面，公司进一步深化包装一体化服务模式，通过与客户、供应商三方深度合作的方式，创新性的建立了包材整装供应平台，有效提高客户包材供应链的整体竞争实力和一体化服务水平，降低综合成本从而获得良好的经济效益和社会效益，实现多方共赢。公司通过创新性的服务模式，进一步增强公司客户服务能力和客户合作黏性，未来可通过向更多的客户进行推广和复制，以轻资产运营方式，进一步打开包装市场空间。

报告期内，公司顺应包装印刷产业互联网化、定制化新业态，通过外延扩张的方式进入产业互联网领域。公司已经开始对汇天云网成熟的互联网商业模式逐步进行优化和升级，以形成公司新的业务增长极。具体业务方向为：一方面，通过建立互联网平台和电子商务业务模式，并在电子商务平台增加入口，拉近公司开发的各类创意创新产品与直接消费者的距离，有利于公司创意产品的市场拓展，通过设计创意和产品创新创造了新的消费需求，有利于提升公司品牌知名度和公司业务规模的快速增长。另一方面，通过建立包装印刷业务互联网平台，能够将公司现有的包材整装供应平台服务模式向更广泛的区域推广，并能够有效突破向全国其他区域扩张需要新建产能的传统发展模式，通过与同行企业形成联盟、合作伙伴的方式，输出技术、输出管理、输出人才，将自身优势和同行资源进行有效整合，突破增长瓶颈，从而分享包装印刷行业庞大的市场需求。

(1) 主营业务分析

公司主营业务是从事轻型包装产品、重型包装产品、电子标签及RFID产品的研发、生产与销售，并为客户提供包装设计、包装方案优化、包装材料第三方采购与包装产品物流配送、供应商库存管理以及现场辅助包装作业等包装一体化服务。

2014年度，公司主营业务指标情况如下：

单位：万元

项目	2014年	2013年	同比上年增减（%）
营业收入	156,322.23	130,563.70	19.73%
营业成本	101,780.62	87,156.90	16.78%

销售费用	9,896.65	9,576.03	3.35%
管理费用	15,235.58	12,318.82	23.68%
财务费用	-1,372.29	304.49	-550.68%
营业利润	29,601.85	20,650.47	43.35%
利润总额	31,324.31	21,969.14	42.58%
净利润	26,756.97	17,621.21	51.85%
经营活动产生的现金流量净额	29,261.85	26,910.71	8.74%
研发投入	5,282.77	3,729.25	41.66%

简析如下：

①收入方面

2014年度，公司实现营业收入15.63亿元，比上年同期增长19.73%。公司收入增长的主要原因系东莞美盈森、苏州美盈森订单量增加及金之彩并表所致。

②费用方面

报告期内，公司管理费用15,235.58万元，同比上年增加23.68%；营业税金及附加1,134.24万元，同比上年增加146.21%；财务费用-1,372.29万元，同比上年减少550.68%。

管理费用增加主要系研发费用增加及金之彩并表所致；营业税金及附加增加主要系随着收入增长，缴纳的营业税金及附加增加所致；财务费用变化主要系收到的利息增加及汇率变动所致。

③研发支出方面：

报告期内，公司通过实施自主研发项目，提高材料利用率和包装效率，降低客户综合包装成本，增强客户粘性；通过申请专利，提高产品设计壁垒及市场竞争力。同时，公司着力开展研发流程优化工作，研发质量和研发投入产出率持续提升。

报告期内，公司研发支出5,282.77万元，比上年度增加41.66%，占公司最近一期经审计的净资产、营业收入的比例分别为：2.40%、3.38%，其中母公司研发支出占营业收入比例为3.55%。

报告期内研发支出增加的主要原因系深圳、东莞、苏州研发投入增加及金之彩并表所致。

④现金流方面：

投资活动产生的现金流量净额大幅减少主要系2013年收购金之彩支付收购款1.635亿元，而在2014年度内虽有收购汇天云网51%股权的情形，但实际支付股权受让款是在2015年，即2014年度无实际支付相关款项的情形。

筹资活动产生的现金流量净额增加主要系公司实施了2013年度的现金股利分配以及金之彩偿还债务所致。

(2) 主营业务构成情况

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
纸制品行业	1,545,651,603.12	1,015,072,063.07	34.33%	19.02%	16.65%	1.34%
分产品						
轻型包装产品	1,144,968,342.43	747,619,177.85	34.70%	23.42%	17.17%	3.48%
重型包装产品	94,796,843.67	50,849,128.44	46.36%	-3.86%	-10.97%	4.28%
第三方采购	305,886,417.02	216,603,756.78	29.19%	12.31%	23.74%	-6.54%
合计	1,545,651,603.12	1,015,072,063.07	34.33%	19.02%	16.65%	1.34%
分地区						
国内销售	1,228,532,026.82	803,237,067.26	34.62%	34.25%	31.05%	1.60%
出口销售	317,119,576.30	211,834,995.81	33.20%	-17.32%	-17.66%	0.28%
合计	1,545,651,603.12	1,015,072,063.07	34.33%	19.02%	16.65%	1.34%

## (3) 资产、负债状况分析

## ①、资产项目重大变动情况

单位：元

	2014年末		2013年末		比重增减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
货币资金	953,702,887.72	32.60%	730,197,241.95	27.58%	5.02%	未发生重大变动
应收账款	401,780,455.05	13.73%	365,374,846.10	13.80%	-0.07%	未发生重大变动
存货	296,551,102.41	10.14%	246,619,885.04	9.31%	0.83%	未发生重大变动
投资性房地产	7,481,835.66	0.26%	7,428,188.45	0.28%	-0.02%	未发生重大变动
长期股权投资	6,315,997.02	0.22%	5,440,616.01	0.21%	0.01%	未发生重大变动
固定资产	741,172,530.91	25.33%	782,892,412.64	29.57%	-4.24%	未发生重大变动
在建工程	29,759,342.14	1.02%	27,840,268.26	1.05%	-0.03%	未发生重大变动

## ②负债项目重大变动情况

单位：元

	2014年		2013年		比重增减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
短期借款			14,620,000.00	0.55%	-0.55%	未发生重大变动
应付账款	277,788,465.05	9.50%	254,787,658.41	9.62%	-0.12%	未发生重大变动
其他应付款	127,859,145.81	4.37%	131,062,525.35	4.95%	-0.58%	未发生重大变动
应付职工薪酬	7,673,383.31	0.26%	7,009,751.07	0.26%	0.00%	未发生重大变动
应交税费	21,403,869.63	0.73%	24,828,955.61	0.94%	-0.21%	未发生重大变动

## (4) 公司发展战略和2014年经营计划

## 1) 愿景和战略

公司愿景是坚持绿色环保、品质生活理念，致力于绿色环保包装产品以及各类创意产品的研发、生产和销售，大力开发各种低碳环保以及能够促进客户产品销售、提升客户产品品牌形象的包装产品，提升客户品牌美誉度，降低客户综合包装成本，为“美丽中国、绿色中国”的可持续发展以及更有质量的经济增长目标做出应有的贡献，并把握经济发展质量提升、消费升级以及“互联网+”政策给行业领先企业带来的发展机遇。

公司战略是坚持“专业化、高端化、内生性和外延式相结合以及产业互联网”的发展之路。

“专业化”方面，不断加强公司在研发设计、创意设计、一体化服务方面的优势，提升包装印刷产品附加值，实现在低碳环保包装、精品包装、电子标签等业务的协同发展。

“高端化”方面，继续实施“高端客户、高端产品”的市场开拓策略，持续丰富高端客户类型，致力于开发全球知名企业、细分领域领先企业以及拥有高附加值产品的企业等类型的新客户，积极开发多领域高端客户，包括智能终端、可穿戴智能设备、电子通讯、化妆品、食品饮料保健品等品牌消费品类以及其他类高端客户。

“内生性和外延式相结合”方面，实施“内生增长和外延扩张”双引擎驱动的发展模式，吸纳、集聚在创意包装、智能包装、消费品包装以及互联网等方面具有一定竞争优势的优秀企业，积极打造涵盖包装一体化、创意包装、智能包装、消费品包装以及互联网包装印刷等高端价值链体系的世界级环保包装印刷企业集团。

“产业互联网”方面，顺应包装印刷产业互联网化、定制化新业态，建立功能强大的互联网包装印刷及个性化定制服务运营平台，通过互联网的方式，实现策划设计、包装印刷及个性化产品制造、物流配送、支付等一体化服务的全产业链整合，让消费者、用户在分享公司高品质产品、优质的一体化服务同时享受便利性，从而在国内包装印刷业务从传统模式向“互联网+”新模式升级过程中掌握主动权，形成公司新的业务增长极。

## 2) 发展面临机遇

①公司已进入智能手机、平板电脑、智能音响等智能型及可穿戴设备的包材供应链，将分享其巨大市场空间和持续增长的盛宴。

近年来，随着互联网、移动互联网和电子商务的快速发展，消费者在享受着互联网和智能终端给工作和生活带来的便利，因此，全球范围内的智能手机、平板电脑、可穿戴设备等智能型设备市场需求的旺盛已成必然，消费趋势不可阻挡。市场普遍认为，随着新产品的不断推出以及智能终端的进一步普及，全球智能型设备将继续呈现快速增长。而品牌智能型设备在中国境内代工生产居多，将带来旺盛的高端包装需求。公司作为国内包装行业的领先企业，尤其是具备已进入智能型设备的包材供应链、为相关客户提供服务的先发优势，将充分受益并获得新一轮发展的战略性机遇。

②互联网和现代制造业的结合带来的发展机遇。

李克强总理在政府工作报告中提出，“制定‘互联网+’行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场。”

包装印刷产业的互联网化、定制化在政策推动下，将加速发展。近年来随着互联网行业的飞速发展，以及市场对电子商务的高度认可，广大消费者不断享受着电子商务、O2O给生活带来的实实在在的便利和实惠，传统印刷包装行业与互联网结合也越来越多地被市场认同，大量的定制化、中高端包装及印刷需求不断涌现，将为业内企业带来战略性发展机遇。市场需求的快速增加，将使得包装印刷行业的互联网化、定制化发展速度加快，对于包装印刷行业本身的升级也将起到极大的推动作用。

③行业整合、集中度提升带来的发展机遇。

目前，随着下游产业品牌化、集中化的加速，上游包装印刷企业之间的行业整合、集中度提升已开始加速。公司作为行业内的少数上市企业之一，自身在研发设计、工艺技术、制造平台、客户资源等方面已形成突出的竞争优势，借助资本市场平台，将在并购整合过程中占得先机，整合优质资源的能力更强，有利于公司快速做大做强。

### 3) 发展面临挑战

①行业竞争日趋激烈带来的挑战。

环保包装行业市场空间巨大，行业前景广阔。随着行业内众多具有一定竞争优势的企业的发展壮大，行业竞争日趋激烈，部分业内企业甚至采取打“价格战”的低层次的竞争模式，给业内领先企业带来一定的竞争压力。

②新建项目产能利用率持续攀升过程中可能存在的挑战。

随着不断为众多新客户提供服务，公司东莞、苏州及重庆三个高端制造平台产能利用率持续攀升，业绩实现增长。根据公司新项目已合作客户及已达成合作意向的客户包材需求、合作进度等情况，公司有信心实现产能利用率的快速上升，但受宏观经济运行情况、下游客户所在产业景气程度及客户自身情况等因素影响，公司业绩提升可能受到影响。

③人才引进方面的挑战。

公司正处于快速发展期，对于较多的中高级管理人员，关键岗位人员的引进、培训管理以及生产供应链的管理提出了更高的要求。能否及时引进适合公司发展、理解并契合公司商业模式的人才并通过更先进更完善的管理机制、激励机制来满足快速发展的需求存在一定的挑战。

### 4) 公司2015年度经营计划

2015年，公司将在发展战略的指引下，坚持既定的“高端客户、高端产品”以及核心竞争力构建策略，进一步推动业务模式创新和具体实施，积极把握包装印刷产业与互联网、移动互联网结合带来的发展机遇，力争实现销售收入和净利润较大幅度增长。

为达到以上目标，公司将着力做好以下几项工作：

①深耕市场，继续大力拓展高附加值新客户

2015年，公司将继续实施“高端客户、高端产品”的市场策略，继续加大全球知名企业、细分领域领先企业以及拥有高附加值产品的企业等新客户开发力度并力争取得显著的市场开发成绩，为未来业绩的持续增长奠定坚实的基础。

②积极推进创新客户服务模式业务的发展见效

2014年，公司进一步深化包装一体化服务模式，于业内率先提出通过与客户、供应商三方深度合作建立包材整装供应平台的轻资产运作模式，通过创新性的服务模式，能够增强公司客户服务能力和客户合作黏性，提升公司综合竞争实力，进一步打开包装市场空间。

2015年，公司一方面将在包材整装服务模式运行中积累的经验基础上，持续优化，力争实现包材整装供应销售额度的进一步提升；另一方面，公司将向其他客户推广包材整装供应服务模式，获得更广泛的市场认可，进行更多的市场培育，最终通过将包材整装供应服务模式向更大范围的客户推广来产生新的增长点。

③大力推进包装印刷产业互联网业务的实施

2015年，公司将通过搭建互联网平台和电子商务服务模式，充分发挥在品牌策划、创意设计、结构设计、一体化服务、

创新产品开发、高端客户资源等方面的突出优势，推动主营业务与互联网、移动互联网的深度融合，建立起B2B、B2C、C2B的多种销售体系，并通过增加互联网平台端口的方式，逐步覆盖企业商务、个性展示、创意设计、文体文化、儿童教育、物流配送等市场领域，积极打造快速、便捷、价优的服务理念，分享中国内地庞大的尤其是消费升级、电子商务、移动互联网快速发展带来的庞大市场需求。

④加强人才梯队建设，保障公司快速发展所需的人力资源

公司已迈入新的发展阶段，商业模式进一步升级，需要非常充足的各类人才资源作为保障，这些人才不仅是研发技术、运营管理、市场营销方面的，还包括互联网、电子商务方面的高端人才。2015年，一方面继续加强各类基础人才资源梯队的建设，通过内外部培训，为公司组建高素质、高效率的岗位人员储备人才，使其成为公司发展的生力军；另一方面将通过外部发掘，大力引进各类“高、精、尖”人才，提升公司的研发实力、综合管理水平、市场营销能力以及互联网经营能力。

#### 4、涉及财务报告的相关事项

##### (1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用  不适用

自2014年1月26日起，财政部颁布了《企业会计准则第2号——长期股权投资》、《企业会计准则第9号——职工薪酬》、《企业会计准则第30号——财务报表列报》、《企业会计准则第33号——合并财务报表》、《企业会计准则第39号——公允价值计量》、《企业会计准则第40号——合营安排》和《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》共七项具体会计准则，并要求自2014年7月1日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行。

2014年6月20日，财政部修订了《企业会计准则第37号-金融工具列报》，要求执行企业会计准则的企业在2014年度及以后期间的财务报告中按照该准则要求对金融工具进行列报。

2014年7月23日，财政部发布了《财政部关于修改〈企业会计准则-基本准则〉的决定》，要求所有执行企业会计准则的企业自公布之日起施行。

根据前述规定，公司于以上文件规定的起始日开始执行上述企业会计准则。

本公司根据修订后的《企业会计准则第30号—财务报表列报》，根据列报要求将递延收益单独列报，并对年初数采用追溯调整法进行调整列报，追溯调整影响如下：

变更前科目			变更后科目			调整原因
一级科目	二级科目	金额	一级科目	二级科目	金额	
其他非流动负债		7,738,888.89	递延收益		7,738,888.89	列表调整
外币报表折算差额		-2,020,343.89	其他综合收益		-2,020,343.89	列报调整

##### (2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用  不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

##### (3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用  不适用

在上年度财务报告编制的基础上，公司本年度将四川泸美供应链管理有限公司新纳入合并报表范围。公司于2014年8月份与相关公司合资设立四川泸美供应链管理有限公司，公司持有四川泸美供应链管理有限公司60.87%股权，四川泸美供应链管理有限公司为公司控股子公司，按照相应的会计编制规则，公司将四川泸美供应链管理有限公司纳入合并报表范围。

##### (4) 董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

适用  不适用