

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
2025 年年度报告摘要



第一节 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 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2、 本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，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、 董事会决议通过的本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2025年12月31日，母公司期末可供分配利润为人民币948,256,519.69元，公司拟以实施权益分派股权登记日的总股本，同时扣除拟回购注销的限制性股票209,224股后的股本数为基数，向全体股东每10股派发现金红利8.30元（含税），该预案经公司第三届董事会第十六次会议审议通过，尚需提交公司股东会审议批准后实施。

第二节 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	董京
联系地址	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
传真	0517-85196059	0517-85196059
电子信箱	zhengquanbu@ccgrass.cn	zhengquanbu@ccgrass.cn

2、报告期公司主要业务简介

1、公司所处行业

公司的主营业务为人造草丝及人造草坪的研发、生产和销售，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，2023 年全球人造草坪需求量为 3.93 亿平方米，销售金额达到 32.19 亿欧元（不包括填充物、减震垫等和安装服务），预计到 2027 年，销售金额将上升到 41.41 亿欧元，销售金额年均复合增长率为 6.50%。

从产品结构看，近十年来，休闲草需求量的平均增速明显快于运动草需求量，2023 年全球休闲草需求量占比已经超过运动草需求量。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，2023 年全球人造草坪第一大市场为 EMEA 地区（欧洲、中东及非洲地区），以我国为代表的亚太地区（亚洲及大洋洲地区）处于第二梯队，美洲地区（北美洲及南美洲地区）位居第三，其中北美地区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厂商供给增长，中国草坪企业具备成本、产能、技术多重优势，是全球人造草坪的主要生产地，约占全球产能 60%以上。2023 年，全球前十大供应商中，4 家来自中国，4 家来自欧洲，还有 2 家来自北美洲，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、棒垒球场等运动场地，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单位售价较低的建筑围挡、婚庆活动等场景为主，国内主流人造草坪企业未参与休闲草市场竞争。随着我国继续加大对体育基础设施的投入，城镇化进程带动商业、服务业等持续发展，我国人造草坪市场需求有望持续增长，存在较大发展空间。

我国人造草坪产业的发展与国家投入增大、群众生活水平的提高，以及国民健康意识的提升息息相关。国家相关部门陆续出台了有利于人造草坪行业快速发展的体育相关政策，大力支持足球、健身等产业发展，加大了对足球场、健身步道以及各类体育设施的规划和建设力度。“十五五”时期（2026—2030年），国家围绕加快建设体育强国作出全面部署，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》明确提出：完善全民健身公共服务体系，实施群众运动空间扩容计划，鼓励各地利用“金角银边”建设便民体育设施，加快推进足球等项目青训基地、青少年训练中心、竞技体育训练场地建设，健全青少年体育后备人才培养体系；深入推进“三大球”振兴发展与足球领域改革，将社会足球场、青训基地、校园足球场地、体育公园、多功能运动场等纳入重点建设任务，持续补齐城乡体育设施短板，完善15分钟健身圈。到2030年，经常参加体育锻炼人数比例达到40%左右，体育产业总规模进一步提升，带动体育场地设施建设与更新需求持续释放。2025年5月，江苏省城市足球联赛正式开启，由各设区市体育局、省足协和省体育产业集团共同承办，赛事传播力和关注群体广泛，迅速成为国内现象级赛事，其后浙江省、江西省、河南省等省份也陆续开展相关赛事活动，对各地区体育经济发展起到巨大带动作用，对国内城市经济发展、提振消费内循环以及扩大内需也起到了良好的示范作用，未来这一“足球+”的赛事发展模式有望为足球产业和相关体育基础设施建设的需求增长持续增添动能。2025年8月，国务院办公厅印发《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》，提出到2030年体育产业总规模超过7万亿元，重点推动社会足球场地等群众体育设施建设，明确支持足球等运动项目发展，打造品牌赛事，带动场地设施建设和更新需求。国家层面同步支持体教融合发展，鼓励社会资本参与青训基地、专业运动场馆、全民健身场地的投资建设与运营，推动校园足球场地标准化改造，强化青少年训练、赛事活动的场地保障。上述政策直接利好足球场、训练基地、

多功能运动场地等建设需求，为人造草坪行业提供长期稳定的市场支撑，有助于进一步提升国内人造草坪渗透率与市场规模，推动行业高质量发展。

（3）公司的产能布局

为了有效缓解产能瓶颈，近年来公司持续加大设备技术改造投入，全面提升现有产能，同时积极加快全球产能布局。截至报告期末，公司在中国江苏省淮安市和越南西宁省及印度尼西亚西爪哇省拥有三个生产基地，其中淮安生产基地现有年产人造草坪 5,600 万平方米的生产能力；越南生产基地一期及二期项目现有年产人造草坪 6,000 万平方米的生产能力。越南生产基地三期项目于 2025 年四季度竣工，设备安装完毕已交付使用，预计全面投产后能够实现年产人造草坪 4,000 万平方米的生产能力；为了进一步强化区域供应能力，2025 年 3 月，公司开始推进印尼生产基地项目建设，截至报告期末，印尼生产基地已顺利投产，预计全面投产后能够实现年产人造草坪 400 万平方米的生产能力。上述生产基地建设项目总计拥有年产 16,000 万平方米人造草坪的生产能力，产能规模稳居全球人造草坪行业首位。

（4）公司的行业地位及市场占有率

公司自设立以来始终致力于深耕人造草坪行业，经过十余年不懈努力，从一家规模较小的地方企业成长为人造草坪行业的全球龙头企业。公司是 FIFA（国际足联）8 家全球人造草坪优选供应商之一，World Rugby（世界橄榄球联合会）7 家全球人造草坪优选供应商之一、FIH（国际曲联）11 家全球人造草坪优选供应商之一，同时也是国家标准《体育用人造草》（GB/T20394-2013）的起草单位，是中国体育用品业联合会人造草专业委员会第一届主任委员单位。

公司产品远销美洲、欧洲、亚洲、大洋洲、非洲等 140 多个国家和地区。根据 AMI Consulting 发布的全球人造草坪行业数据，2023 年全球人造草坪行业需求量为 3.93 亿平方米，公司 2023 年的全球市场占有率为 16.7%（注：源引 AMI Consulting OVERVIEW-SUPPLY BY PRODUCER 章节中 Figure 6 以及 Table 9 列示的相关数据，2023 年公司的产量数据为 6,570 万平方米，按照当年产量占全球需求量的比重计算公司 2023 年全球市场占有率为 16.7%，而根据公司 2023 年报披露数据，当年实际产量为 7,460 万平方米，产量数据存在较大差异），是全球生产和销售规模最大的人造草坪企业，处于全球人造草坪行业龙头地位。

（一）公司主营业务

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，人造草坪具有常绿性、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。

公司自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滚动性能、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、安全环保等要求较高。

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、国际曲联和世界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（包括曲丝和多种长直丝）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居民、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，即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自制母粒，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：公司境外产品销售出厂价以成本加成法为基础进行核定。在此价格基础上，结合竞争对手定价策略、各区域市场差异等实际情况，授予区域销售经理、大区总监相应的价格调整权限，允许在销售出厂价范围内进行合理浮动，综合确定最终销售价格。公司境外销售主要采用 FOB 模式，对部分客户也采用 CIF、DDP 等模式。

(2) 境内销售

销售渠道：公司在境内主要是以直销方式销售运动草产品，下游客户为承接铺装项目的工程商；公司在境内也以批发方式对国内出口贸易商少量销售休闲草产品。

销售定价：公司境内产品的销售价格根据公司定价体系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，并赋予不同销售区域内销售经理、大区经理一定的价格调整权限。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	4,196,126,125.47	3,307,786,816.39	26.86	3,120,099,828.57
利润总额	738,337,033.98	565,038,746.81	30.67	474,755,138.59
归属于上市公司股东的净资产	3,154,944,650.73	2,759,460,471.49	14.33	2,492,167,260.64
营业收入	3,290,963,371.12	2,951,837,100.11	11.49	2,461,430,298.21
归属于上市公司股东的净利润	667,674,213.96	511,249,406.15	30.60	431,224,177.34
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	651,397,933.05	505,012,352.63	28.99	418,647,568.16
经营活动产生的现金流量净额	737,236,958.82	465,499,116.14	58.38	407,635,461.09
加权平均净资产	22.77	19.62	增加3.15个百分点	18.32

收益率 (%)			点	
基本每股收益 (元 / 股)	1.67	1.28	30.47	1.08
稀释每股收益 (元 / 股)	1.66	1.28	29.69	1.08

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	793,123,104.66	888,660,708.62	792,348,237.42	816,831,320.42
归属于上市公司股东的净利润	155,994,239.90	188,635,187.15	170,583,801.86	152,460,985.05
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	154,575,808.24	187,265,910.22	166,574,683.05	142,981,531.54
经营活动产生的现金流量净额	59,361,709.81	218,794,185.79	263,894,677.79	195,186,385.43

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4、 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数 (户)					9,935		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数 (户)					20,537		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数 (户)					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数 (户)					0		
前十名股东持股情况 (不含通过转融通出借股份)							
股东名称 (全称)	报告期内 增减	期末持股 数量	比例 (%)	持有有 限售条 件的股 份数量	质押、标记或冻结 情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
王强翔		219,517,200	54.53%	0	无	0	境内自然 人
江苏百斯特投资集团有 限公司		63,730,800	15.83%	0	无	0	境内非 国有法 人
王淮平		17,703,000	4.40%	0	无	0	境内自然 人

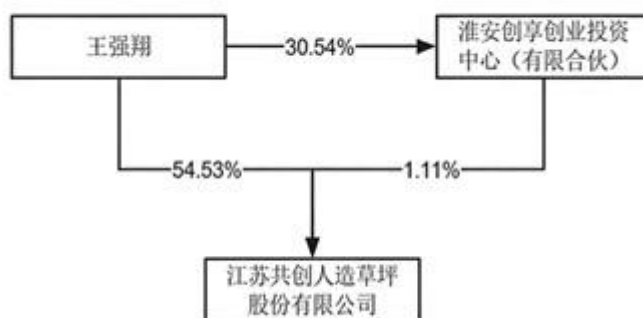
马莉		17,703,000	4.40%	0	无	0	境内自然人
葛兰英		17,703,000	4.40%	0	无	0	境内自然人
王强众	-202,100	9,499,100	2.36%	0	无	0	境内自然人
) 香港中央结算有限公司	3,358,887	7,979,152	1.98%	0	无	0	其他
淮安创享创业投资中心(有限合伙)	-1,485,000	4,455,000	1.11%	0	未知	/	其他
中国对外经济贸易信托有限公司一外贸信托一福字 15888 号财富传承财产信托		4,000,900	0.99%	0	无	0	其他
中国对外经济贸易信托有限公司一外贸信托一福字 18888 号财富传承财产信托		4,000,900	0.99%	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>公司前十名股东中,王强翔为公司的控股股东和实际控制人;王强众为王强翔之长兄,葛兰英为王强众之配偶,王淮平为王强众之子;马莉为王强翔仲兄之配偶;江苏百斯特投资集团有限公司为王强众控制的企业;淮安创享创业投资中心(有限合伙)为王强翔实际控制的企业;中国对外经济贸易信托有限公司一外贸信托一福字 15888 号财富传承财产信托和中国对外经济贸易信托有限公司一外贸信托一福字 18888 号财富传承财产信托(以下合并称“财产信托”)为王强众以自有资金设立的信托计划,已与王强众签订一致行动协议,形成一致行动关系。综上,王强翔及其控制的创享投资与王强众及其事实上的一致行动人葛兰英、王淮平及百斯特投资、财产信托,以及马莉共同形成一致行动关系。除上述情况之外,本公司未知其他股东是否存在关联关系或是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人情况。</p>						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5、 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1、 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司实现营业收入 329,096.34 万元，较去年同期增长 11.49%，实现归属于上市公司股东的净利润 66,767.42 万元，较去年同期增长 30.60%；截至 2025 年末，公司总资产 419,612.61 万元，较上年末增加 26.86%；归属于上市公司股东的净资产 315,494.47 万元，较上年末增 14.33%。

2、 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用