

# 永高股份有限公司

## 2011 年度总经理工作报告

〔报告人为公司总经理卢震宇先生。该报告已经公司第二届董事会第十次会议审议通过〕

各位董事：

我受董事会委托，作 2011 年度总经理工作报告，请予审议。

2011 年是永高股份有限公司（下称“公司”、“永高”或“永高股份”）迈上新台阶的一年，在公司全体员工齐心协力、团结一致的努力下，公司股票于 2011 年 12 月 8 日在深圳证券交易所挂牌上市。同时，面对总体严峻的外部形势，公司积极采取有效的发展战略，全国化布局，寻找新的增长点，使公司业绩持续增长，2011 年实现销售收入 23.2 亿元，比上年度增长 28.13%。

### 一、2011 年指标完成情况

#### （一）资产负债情况

- 1、流动资产 1,618,225,361.04，比上年度增长 155.73%。
- 2、资产总计 2,353,717,490.49，比上年度增长 84.55%。
- 3、流动负债 709,555,021.09，比上年度增长 10.43%。
- 4、负债总计 778,421,729.62，比上年度增长 6.72%。
- 5、股东权益合计 1,575,295,760.87，比上年度增长 188.52%。

#### （二）利润情况

- 1、营业收入 2,324,448,998.73，比上年度增长 28.13%。
- 2、营业成本 1,853,670,278.08，比上年度增长 29.96%。
- 3、销售费用 102,411,461.31，比上年度增长 41.52%。
- 4、管理费用 145,946,636.83，比上年度增长 42.85%。
- 5、财务费用 16,912,862.56，比上年度增长 49.37%。
- 6、所得税费用 33,506,991.52，比上年度增长 11.05%。
- 7、归属于母公司所有者净利润 170,621,035.54，比上年度增长 6.16%。

#### （三）现金流量情况

- 1、经营活动产生的现金流量净额 132,166,552.33，比上年度减少 57.67%。
- 2、投资活动产生的现金流量净额-121,130,858.06，比上年度减少 50.94%。
- 3、筹资活动产生的现金流量净额 818,495,867.45，比上年度增长 9677.42%。

## 二、2011 年工作总结

2011 年度是公司承上启下的关键一年，这一年，公司股票成功上市，不仅为公司实现“十二五规划”创造了良好的开局，也加速推进全国布局战略的实施。这一年，公司管理层及全体员工紧紧围绕董事会确定的年度目标，努力克服欧债危机、全国房地产市场面临调控及用工成本上升等各种困难，积极主动采取有效措施，集中各方面资源，通过提升自身品牌价值、优化资源配置、狠抓内控管理、开源节流，在全体职工的努力下，实现了销售收入的平稳增长，较好完成了全年目标任务。这一年，公司的募投项目平稳运行，黄岩年产 8 万吨、天津年产 5 万吨募投项目的基建工作加速推进。

### 1、市场销售

2011 年度，公司实现销售收入 23.2 亿元，保持平稳较快增长。2011 年是开始实施面向全国布局的战略设想的第一年，公司抓住国家经济结构转型的政策机遇，扩大营销渠道，持续发展大客户战略，优化资源配置。

### 2、运营管理

随着公司的扩张，公司对各个部门提出了更高的要求，要保持现有的高效运营机制。公司决定实施 ERP 系统，全面提升工作效率和管理的有效性。通过 ERP 系统的建立，完善公司各部门的业务流程，提升公司的管理水平，特别是提高生产效率，实现对成本的有效控制。公司秉承“以人为本”的理念，逐步完善公司的人才结构，加快储备人才，为公司实现“十二五规划”奠定良好的基础。

### 3、新产品研发

2011 年公司加大了对新产品的研发，由 279 名研发人员组成的一个研发队伍，特别运用纳米新材料技术开发新型塑料制品。全面优化研发流程，坚持以市场为导向，不断开发适销市场的新产品，尤其紧跟国家绿色环保、低碳节能等产业要求，逐步形成可持续发展的新产品开发体系，从而提升公元品牌价值。

## 三、公司 2012 年度经营目标和工作计划

公司 2012 年度继续按照“十二五规划”的要求做强做大。通过完善内控制

度，提升企业运营效率，依托品牌声誉，提升核心竞争力，争取实现业绩稳步增长。

### 1. 市场营销方面

①强化品牌与渠道建设。狠抓销售队伍建设，加大市场分析和广告媒体投放，提升公元品牌影响力，快速增加独立经销商家数，进一步完善渠道网络建设，深耕华东市场；在华北、西南地区，采取有竞争力的营销政策，稳步推进经销网络建设；在华南地区，成立管理总部，整合深圳永高和广东永高资源，加大经销网络建设力度，提升直接承揽工程的比例。

②建立和完善现有的销售网络，积极拓展销售渠道，利用天津永高打开华北市场，利用重庆永高打开西南市场。调整销售模式与产品结构。细化销售职能，加强与各地工程施工和工程设计单位的合作，主动参与工程的招投标、战略合作等销售方式，开发家装、燃气、彩色管道等产品类别，扩大细分市场，提升公司产品在工程市场的直销份额和竞争力。采取措施督促经销商加强与家装公司、水电安装工合作，强化对家装市场的销售，并推出定位高端的差异化家装系列管道产品，提升毛利率高的PPR产品比重，从而提升整体盈利能力。同时，进一步创新与房地产企业的业务配送模式。

③母子公司一体化整合。进一步推进集团内部整合，优化和创新管控模式，逐步实现母子公司在品牌、市场、销售、采购、财务、物流配送及人力资源等的一体化管理与运作，降低运营成本，发挥协同效应。

### 2. 市场采购方面

①在实行大宗商品、PVC原料集中采购的基础上，逐步实行对辅料的集中采购。

②提议母、子公司供应部也每年至少进行一次相互学习交流。

③进一步完善采购监督制度，并严格执行。

④要加强对各供应商的调研，为公司采购提供准确的信息和解决方案。

### 3. 人力资源战略

做好人力资源保障工作。建立人力资源培训基地，根据母、子公司发展对人力资源的需求，除向外招聘外，母公司在上半年完成人力资源培训基地建设，为母公司及各子公司培养各方面技术和管理人才，做好统一部署，资源共享；重视

第二梯队培养工作。继续做好后备干部队伍建设，重视新老交替工作，使公司人力资源与公司业务发展同步。

#### **4. 内控建设和管理**

内部管理方面。进一步完善 6S 精细化管理，推行卓越绩效管理，对子公司、分厂、车间全面实施目标绩效考核；构建集团化的全面预算管理体系，实现资源在母子公司间合理配置；启动集团化 ERP 信息系统建设，年底前完成会计核算与物流的统一。

#### **5. 募投项目建设及运营**

抓好黄岩、天津两个募投项目建设，逐步释放产能，解决公司在华东市场的产能瓶颈，满足华北市场需求，进一步提升市场份额与发挥规模效应。

各位董事，面对不确定的外部环境，我们深信，在董事会的正确领导下，只要我们全体干部、员工坚定信念，奋发进取，团结协作，就能跨越前进道路上的任何障碍，我们的公司就能迈向一个新的台阶，取得更大胜利。

以上报告，请予审议。

永高股份有限公司总经理卢震宇

2012 年 6 月 5 日