

# 永高股份有限公司

## 2011 年度财务决算报告

〔报告人为公司财务总监杨永安先生。该报告已经公司第二届董事会第十次会议审议，拟提交 2011 年度股东大会审议〕

2011 年是错综复杂的一年。全球经济复苏缓慢，需求疲弱；欧债危机、美债危机、利比亚战争，带来金融与大宗商品市场动荡，原油重回百元高位；国内 GDP 增速逐季下滑、房地产调控从严、通胀高企、银根收紧，出口减速、人民币升值，以及原材料与劳动力成本的持续上涨，给企业的生产经营带来重重困难。面对不利环境，公司管理层克难奋进，上下和衷共济，内抓管理、外拓市场、创新模式、完善布局、强化品牌以及搭建新的融资平台，圆满地完成了年初的经营计划和工作目标。

### 一、 决算报告编制说明：

编制本报告所依据的公司 2011 年 12 月 31 日的资产负债表、2011 年度的利润表和现金流量表以及财务报表附注已经天健会计师事务所审计，并出具了（2012）3-55 号无保留意见的《审计报告》。

本报告以合并口径为基础编制，除母公司永高股份外，还包括 7 个全资子公司：上海公元建材发展有限公司、天津永高塑业发展有限公司、重庆永高塑业发展有限公司、广东永高塑业发展有限公司、深圳永高塑业发展有限公司、黄岩精杰塑业发展有限公司、黄岩金诺铜业有限公司及永高股份有限公司上海分公司。

### 二、 2011 年度预算目标完成情况

#### （一）产销量目标

2011 年销售各种管材管件、型材 21.43 万吨，同比上年增长 17.05%，完成年

度预算的 102.05%，其中 PPR、PE 两大系列预算完成率均超过 105%。2011 年生  
 产各种管材、管件、型材共计 22.28 万吨，产销率达到 96.18%，产销总体均衡，  
 其中：管道产品 96.05%。

## （二） 营业收入及净利润目标：

报告期公司实现营业收入 23.24 亿元，同比上年增长 28.13%；完成年度预算  
 的 105.17%；报告期实现净利润 1.71 亿元，同比增长 6.18%，完成年度预算的  
 102.65%。

## （三） 期间费用目标：

2011 年三项期间费用总计支出 2.65 亿元，同比上年 1.86 亿元增加 0.79 亿，  
 增长 42.47%，增幅较大；与预算目标 2.6 亿相比，超支 500 万元。

## （四） 税收实现与上缴

2011 年实现税费 11,233 万元、同比上年的 10,085 万元增长 11.38%；上缴  
 税费 11,331、同比上年 9,931 增长 14.09%

## 三、 2011 年末公司财务状况

### （一） 公司资产构成及变动情况（万元）

项目	2011 年末		2010 年末		同比增 减%
	金额	占总资产比 例%	金额	占总资产比 例%	
货币资金	109,037.08	46.33	26,382.52	20.69	25.64
应收帐款	12,904.12	5.48	6,606.42	5.18	0.30
预付帐款	6,657.83	2.83	5,436.23	4.26	-1.43
存货	32,143.88	13.66	24,030.85	18.84	-5.18
固定资产	42,034.78	17.86	41,248.10	32.34	-14.48
在建工程	10,868.85	4.62	4,335.71	3.40	1.22
无形资产	17,720.27	7.53	15,585.33	12.22	-4.69

公司 IPO 募集资金 8.59 亿，资产与权益规模大幅增加，主要资产占总资产的比例有较大幅度下降，但应收帐款与在建工程占比仍有小幅增加。主要原因是①应收帐款占比增加 0.3%，绝对额增加 6297.7 万，一方面公司业务规模扩大，应收款相应增加；另一方面是公司直揽工程比例增加，存在结算周期导致应收款增加。②在建工程占比增加 1.22%，主要是公司天津、黄岩两个募投项目投入增加所致。

## (二) 存货变动情况分析：万元；

项目	2011 年末		2010 年末		存货同比 增减变动 (%)
	帐面净额	占存货(%)	帐面净额	占存货 (%)	
原料及在途物资	13,390.32	41.66	11,538.65	48.02	16.05
在产品	1,625.27	5.06	1,178.29	4.90	37.93
库存及发出商品	16,781.84	52.20	11,168.76	46.48	50.26
包装物与易耗品及其他	346.46	1.08	145.14	0.60	138.71
合计	32,143.89	100.00	24,030.84	100.00	33.76

存货同比增长 33.76%，主要是原料及在途物资、库存商品增加所致。增加的原因一方面是公司业务规模扩大，备货适度增加；另一方面是主要原料价格的上升。存货的占用水平与公司整体销售规模是相匹配的，2011 年末、2010 年末存货占主营业务收入的比例分别为 13.88%、13.30%，未有显著变化。

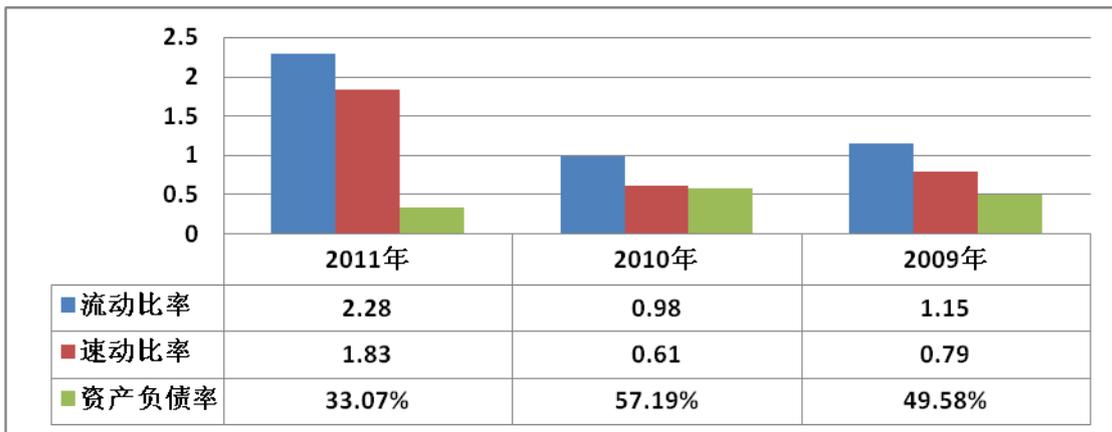
## (三) 主要债权债务变动情况分析

项目	2011 年末	2010 年末	本年比上年增 减幅度 (%)	2009 年末
一、主要债权				
1、应收帐款	12,904.12	6,606.42	95.33	6,892.67
2、预付帐款	6,657.83	5,436.23	22.47	5,494.58
3、其他应收款	929.62	740.45	25.55	4,815.09
二、主要债务				
1、短期借款	20,423.47	20,398.26	0.12	12,500.00
2、应付票据	26,439.42	27,373.23	-3.41	16,137.90
3、应付帐款	8,819.41	5,839.04	51.04	7,451.16

4、其他应付款	1,750.59	1,170.77	49.52	1,240.01
5、一年内到期的非流动 负债	5,500.00	1,000.00	450.00	

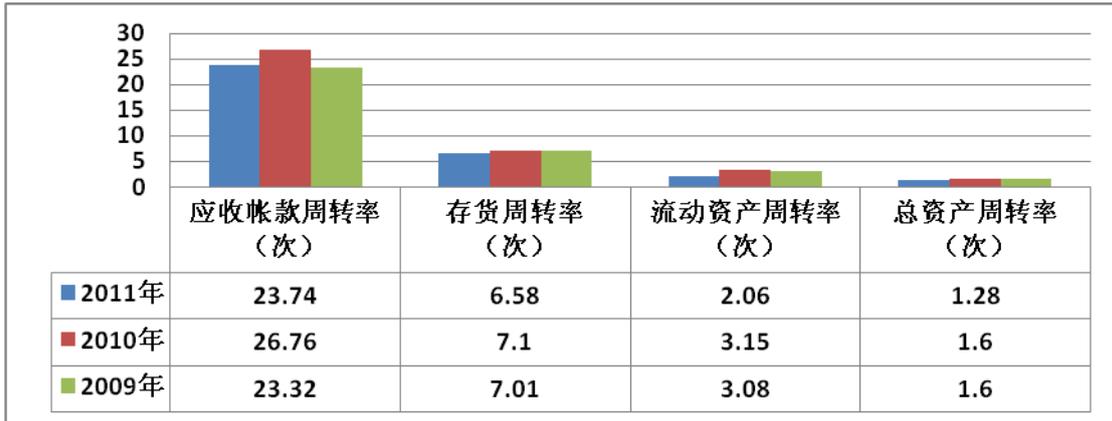
① 应收帐款期末数同比去年增长 95.33%，主要系公司业务规模扩大，直揽工程比例增加，存在结算周期导致应收款增加。② 预付帐款期末数同比去年增长 22.47%，主要系生产规模扩大，备料增加，以及原料价格上涨所致。③ 应付帐款期末数同比增长 51.04%，主要系业务规模扩大，且实行集约采购，议价能力与获取供应商信用的能力增强。④ 其他应付款期末数同比增长 49.52%，主要系期末应付未付上市相关费用 613 万元未付所致。⑤ 一年内到期的非流动负债期末数同比增长 450%，主要是系长期借款转入。

#### (四) 偿债能力分析



2011 年，公司募集资金 8.59 亿，资产与权益规模大幅增加，负债水平大幅降低，公司偿债能力进一步增强。

#### (五) 资产周转能力分析



2011年，公司资产整体周转能力同比去年有所减弱。一方面年末募集资金到账，资产规模大幅增加，导致流动资产与总资产周转率下降；另一方面，公司业务规模扩大，备货量增加，直揽工程比重提高，导致应收帐款、存货的占用同比增加，周转速度下降。

#### 四、2011年度现金流量状况

项目	2011年	2010年度	同比增减%
一、经营活动产生现金流量净额	13,216.66	31,221.87	-57.67
二、投资活动产生的现金流量净额	-12,113.09	-24,691.83	50.94
三、筹资活动产生的现金流量净额	81,849.59	-854.61	9,677.42

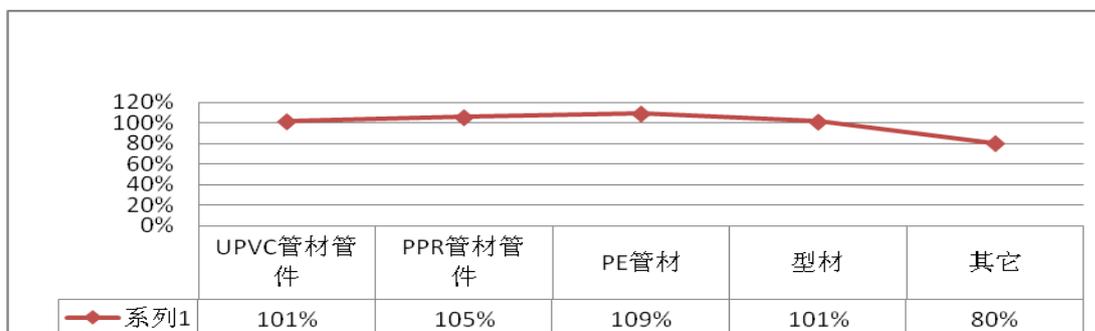
2011年经营活动产生的现金流量净额本期数较上年同期下降57.67%，主要系本期原材料价格和劳动力成本上涨，支付原材料款、工资与税费增加所致；投资活动产生的现金流量净额本期数较上年同期上升50.94%，主要是本期实际发生的并购支出少于上期并购上海公元建材发展有限公司和广东永高塑业发展有限公司股权投资支所致。筹资活动产生的现金流量净额本期数较上年同期增加82,704.20万元，主要系年末收到募集资金所致。

#### 五、2011年度经营成果：

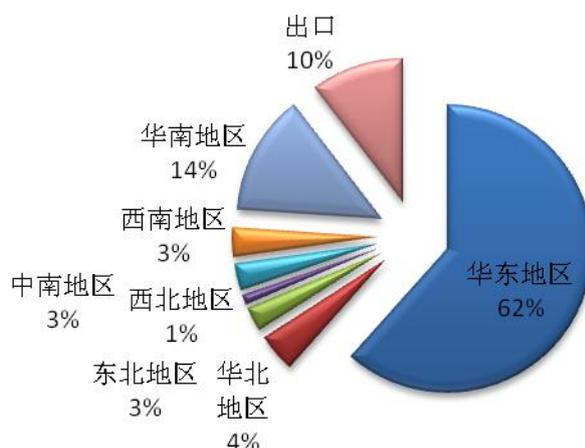
##### (一) 产销情况

2011年公司产销总体均衡。全年销售各种管材管件、型材21.43万吨，同比

上年增长 17.05%，完成年度预算的 102.05%；而同期累计年生产各种管材、管件、型材共计 22.28 万吨，产销率为 96.18%，其中：管道产品 96.05%。各大类产品预算与实际完成率如下图：

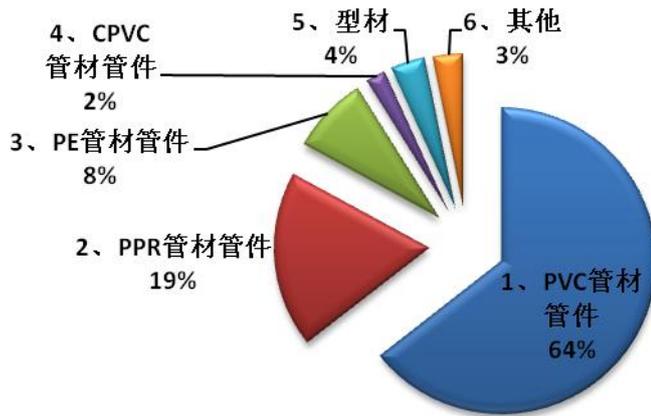


### 收入按区域构成



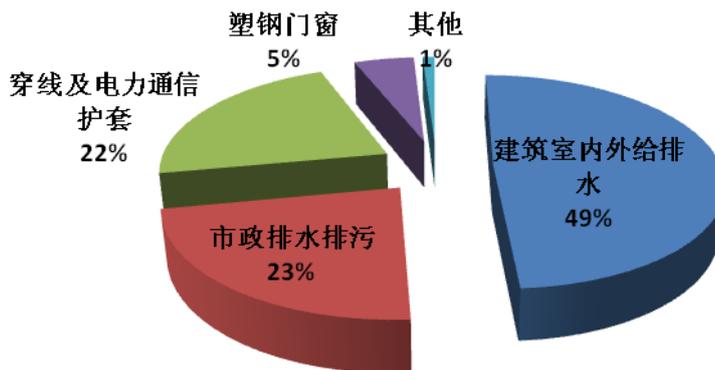
华东与华南地区是公司主要市场，报告期内，源自这两个地区的销售收入占公司主营业务收入的 75%左右。华东地区稳步增长 17.98%，而华南地区由于并购了广东永高塑业发展有限公司，产销规模扩大，加上对大型地产开发工程直接承揽力度的加大，实现 49.82% 的快速增长。

### 产品按大类构成



PVC 管材管件是公司主导产品，占公司销售收入的 64%，如果按产量计算，PVC 产品占总产量的 70% 以上。PVC 产品应用时间长，技术性能成熟，性价比高，毛利率相对低。PPR 虽仅占总产量的 19%，但提供的毛利占了公司的半壁江山。未来公司调整 PPR 与 PE 产品在总收入中的比重，重组型材业务，是提升公司盈利能力与综合竞争力的关键。2011 年，PVC、PPR、CPVC、PE 四大产品系列销量同比分别增长 18.87%、21.14%、39.08%、10.16%。

产品按应用领域分布



建筑领域与市政排水排污领域是目前公司产品的主要应用领域。

## (二) 收入、毛利实现情况：

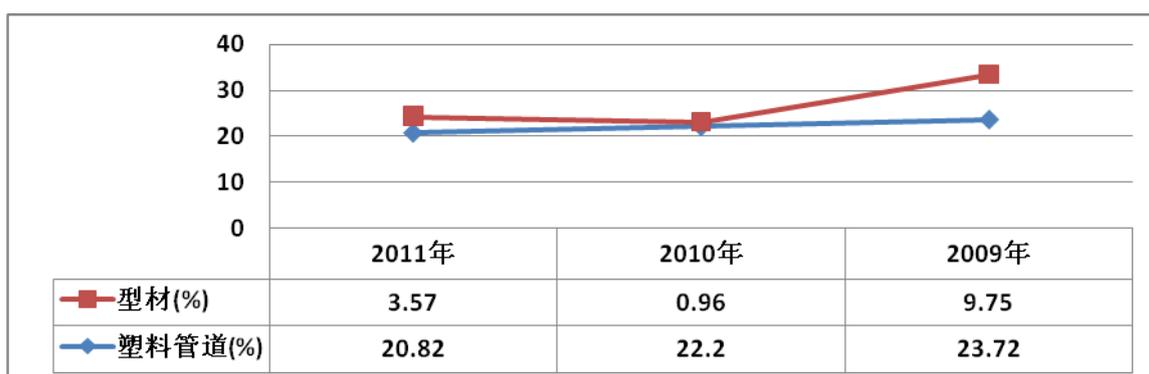
1、2011 年实现营业收入 23.24 亿元，同比 2010 年 18.14 亿元增加 5.1 亿元，增长

28.13%，基本达到预算目标。各主要分子公司销售及预算完情况如下表：

项目	营业收入			净利润		
	实际数	预算数	完成率	实际数	预算数	完成率
永高股份	15.73	15.65	100.51%	1.52	1.4	108.57%
上海公元	3.23	3.4	95.00%	0.14	0.12	116.67%
深圳永高	4.16	2.6	160.00%	0.13	0.13	100.00%
广州永高	1.07	1.35	79.26%	-0.045	0.05	-90.00%

注：表中永高股份包括上海分公司；

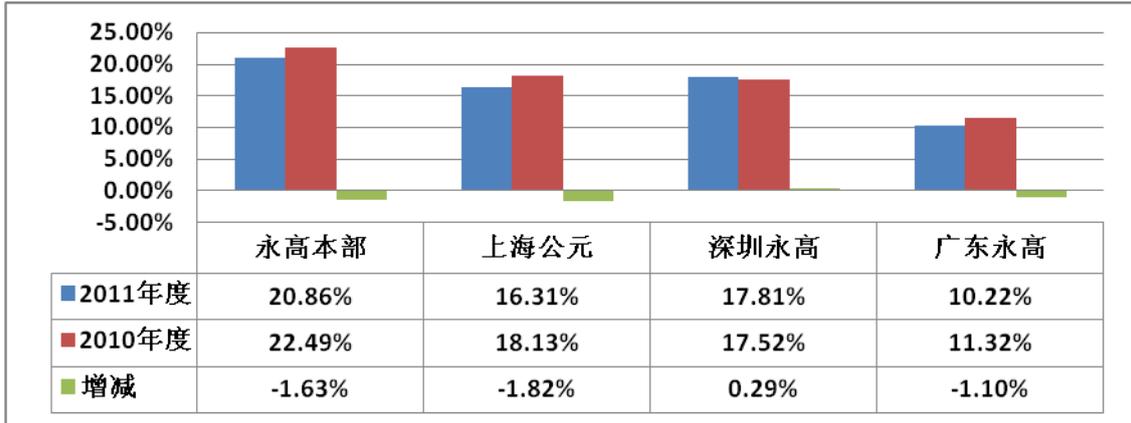
2、2011 年度综合毛利率 20.2%，比 2010 年 21.39% 下降 1.19%；营业成本增长 30%，快于销售收入的增长，树脂原料价格大幅上涨是推高营业成本的主要原因，也是近几年毛利率逐年下降的主导原因。从预算实际完成情况看，实际毛利率高于预算 1.2%、毛利总额基本与预算一致。近几年毛利率变动情况如下表：



### 影响毛利率的各项因素

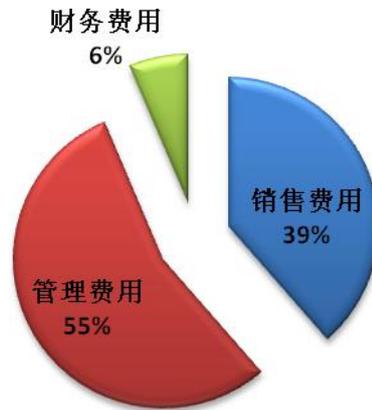


### 母子公司毛利情况对比



### (三) 期间费用

#### 1、期间费用构成



#### 2、期间费用变动趋势：

项目	2011 年度	2010 年度	同比增 减%	2009 年度	2011 年费用占本 年度营业收入的 比例%
销售费用	10,241.15	7,236.65	41.52	5,596.34	4.41
管理费用	14,594.66	10,217.00	42.85	8,138.54	6.28
财务费用	1,691.29	1,132.29	49.37	699.20	0.73
所得税费用	3,350.70	3,017.39	11.05	4,431.98	1.44
合计	29,877.80	21,603.33	38.30	18,866.06	12.86

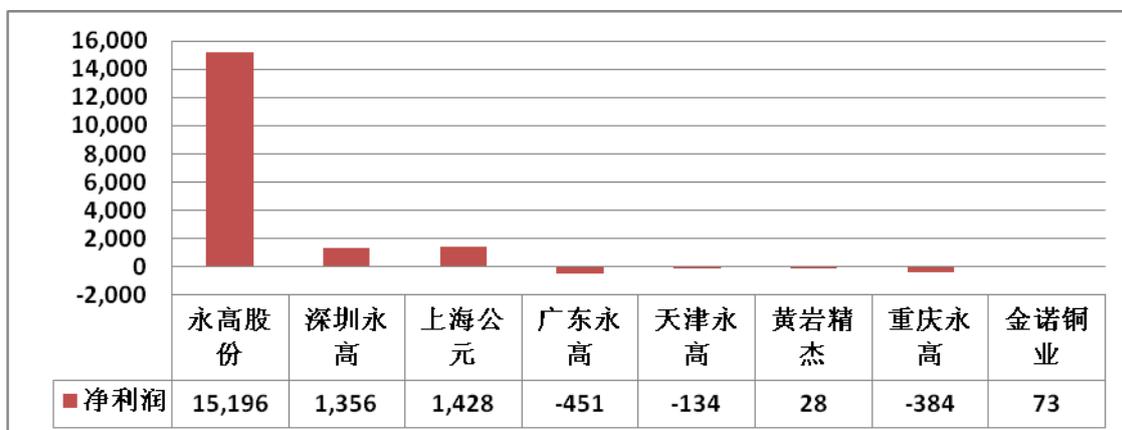
报告期内，三项费用与所得税均有较大幅度的增长，主要系销售业务规模扩大和盈利增加所致。三项费用占营业收入比例为 11.42%，比去年同期增加 1.18%，

其中①销售费用占比增加 0.42%，主要是公司在巩固现有市场的基础上，加大东北、西北、中南等远距离市场的开拓力度，运输费用增加及为房地产开发企业全国项目配套带来配送费增加所致；②管理费用占比增加 0.65%，主要是公司管理人员工资水平上涨以及研发费用投入加大；③财务费用占比增加 0.11%，主要是公司业务规模扩大，加权占用借款额度增加及国家紧缩银根导致融资成本上升所致。

#### （四） 利润实现情况：

2011 年公司实现利润总额 20413 万元，同比 2010 年增长 6.95%；销售利润率为 8.78%，同比则下降 1.74%；毛利率的下降与期间费用的大幅上升，导致销售利润率下降，而营业收入的快速扩大，确保了利润绝对额的稳健增长。

公司各企业 2011 年度利润实现情况（万元）



#### （五） 其他影响经营成果的因素：

- 1、 资产减值损失 692 万，比 2010 年增加 160 万，主要是业务规模扩大，应收帐款增加，从而计提的减值准备增加。
- 2、 营业外收入 1580 万，同比 2010 年增加 1245 万，主要是收到政府补贴所致。

2012 年国内经济社会发展的总体目标是稳政策、稳增长、稳通胀。根据温总理的政府工作报告，GDP 增长为 7.5%，同比 2011 年放缓 1.2%。经济增速的放缓，

必然带来三驾马车中投资的减少，特别是基础设施与公共设施的投资减少，加上房地产的去泡沫化，会导致商品房开工建设速度放缓，从而对塑管行业需求的自主增长产生下行压力。但是，国家加大对农村基础设施、水利工程和保障性安居工程的投资，又将给塑料管道行业带来巨大的需求空间。虽然货币政策总体稳健，但在信贷结构上会趋向宽松，而且从政策层发出的一些信号表明，降准空间较大，市场流动性会在 2011 年的基础上有所放松，这将给企业融资与融资成本的降低带来利好。当然，劳动力要素价格的上升、人民币汇率的持续升值、节能减排压力下的限电等也将对企业的生产经营带来一定影响。

未来几年，随着各大管道企业在全国布局的逐步完善，市场竞争会不断加剧，行业集中度也将进一步提升。强化公司在规模、品牌、渠道、技术及管理方面的核心优势，是持续保持在行业领先优势和应对风险的必然选择。具体包括：加快募投项目建设，完善区域基地布局；推进母子公司一体化运作，整合资源；渠道下沉、细化销售职能（渠道、地产、家装、工程等），差异化产品与市场，创新销售模式与手段、外贸推行精品战力以打造集团化信息管理平台等。

**永高股份有限公司董事会**

**2012 年 6 月 5 日**