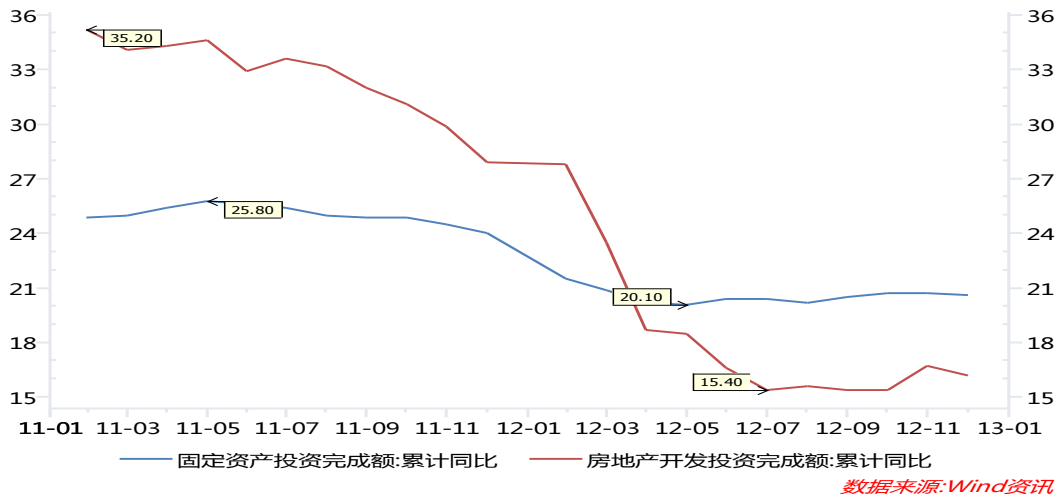


2012 年度总经理工作报告

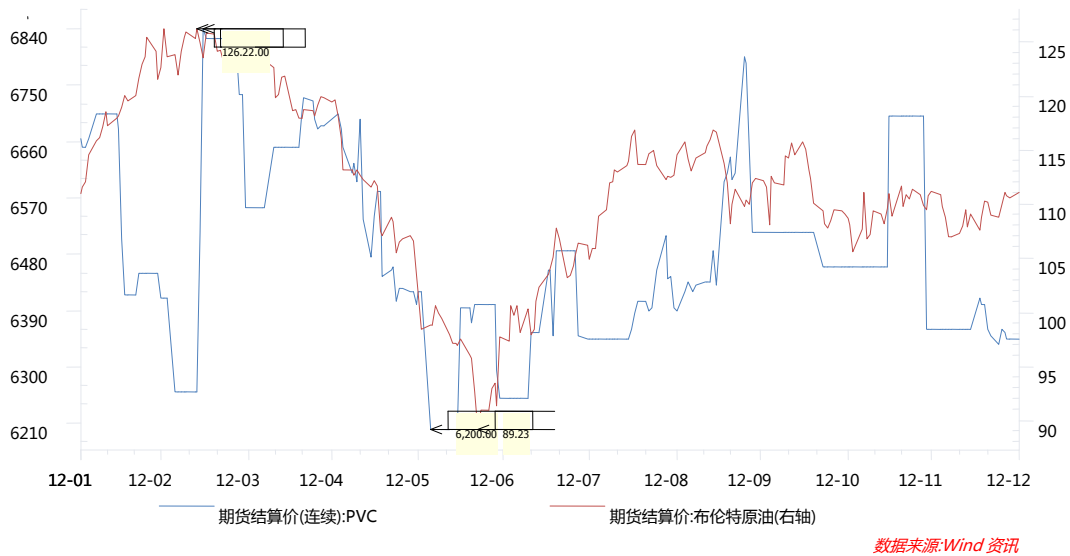
一、行业回顾

受国内外整体经济低迷的影响,2012 年塑料管道行业增速明显放缓。外需疲弱,出口增速下滑;房地产持续调控与公共基础设施投资的减速,直接抑制了塑料管道行业的下游需求(约 70%的塑料管道用于建筑及市政基础设施领域)。2012 年,全社会固定资产投资完成额增速 20.6%,同比下降 3.4%;房地产投资完成额增速为 16.2%,同比下降 11.7%;但是,低迷的经济形势与疲软的需求也给塑料管道行业带来机遇,原油价格持续在低位震荡,生产用 PVC、PPR、PE 树脂原料价格同比大幅下降,从而使得企业生产成本降低,盈利能力增强,经营业绩快速上升。除纳川股份外,其他上市管道企业的收入增速均在 10%以下,而净利润的增速均在 10%以上。

图一：固定资产与房地产开发投资完成额累计同比



图二：原油与 PVC 走势（期货）



注：PVC 期货结算价（人民币）年内最高与最低分别为 6840 元、6200 元；布伦特原油价（美元）年内最高与最低分别为：126.22 元，89.23 元。

塑管行业主要上市公司经营业绩表（源自公开披露信息）：

单位：亿元；

公司名称	指标	2011 年	2012 年	增减额	增长%	备注
永高股份	营业收入	23.24	25.14	1.90	8.18%	
	净利润	1.71	2.71	1.00	58.88%	
顾地科技	营业收入	13.83	15.12	1.29	9.33%	
	净利润	1.02	1.15	0.13	12.75%	
伟星新材	营业收入	16.97	18.57	1.60	9.46%	
	净利润	2.19	2.38	0.19	8.68%	
纳川股份	营业收入	2.75	4.07	1.32	48.00%	
	净利润	0.76	0.98	0.22	28.95%	
沧洲明珠	营业收入	16.6	17.62	1.02	6.14%	
	净利润	1.01	1.22	0.21	20.79%	
中国联塑	营业收入	101.43	108.91	7.48	7.44%	预计
	净利润	12.6	12.38	-0.22	-1.8%	

二、2012 年公司经营回顾

（一）经营目标实现情况

2012 年是公司上市以后的第一年，也是承先启后的一年。面对不景气的国内外经济环境，公司全体员工在董事会领导下，以市场为导向，以管理为手段，同心协力、真抓实干、迎难而上、内降成本、外拓市场，通过募投项目建设和并购重组、

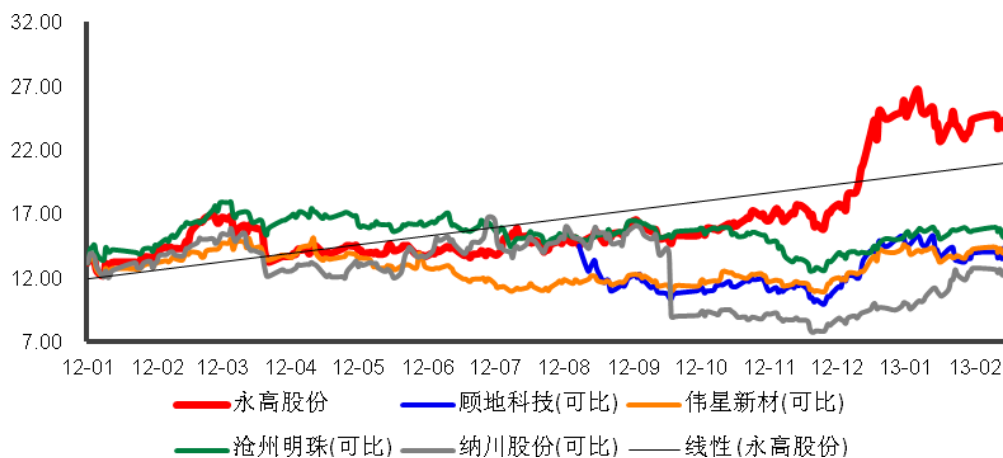
快速扩张产能和进一步完善布局、全面推进母子公司一体运营等一系列措施，确保了公司在 2012 年度实现了平稳较快发展。

产销量：2012 年公司全年生产塑料管道 22.71 万吨，型材 0.95 万吨，合计总产量 23.66 万吨，同比去年增长 6.20%，全年销售塑料管道 22.02 万吨，型材 0.95 万吨，合计总销量为 22.97 万吨，整体产销率为 97.08%，产销总体均衡。

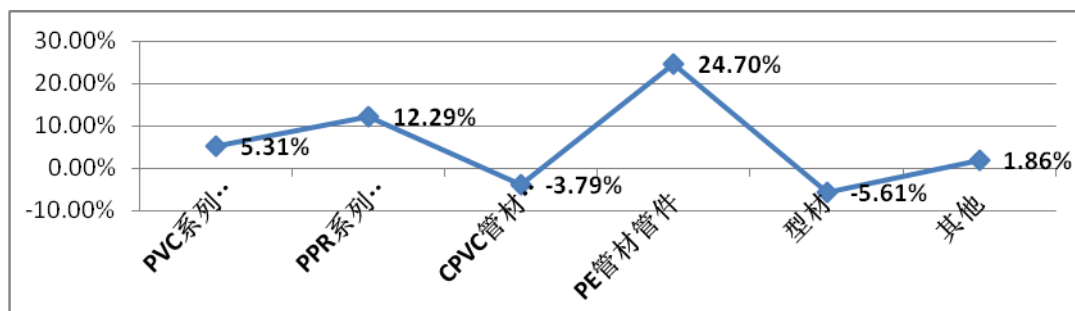
销售收入：公司全年实现销售收入 25.14 亿，同比 23.24 亿增加 1.90 亿元，增长 8.17%，较去年 28.13% 的增长水平下降了近 20%，也与年初 30 亿的预期收入目标存在较大差距。房地产直接配送业务与外贸业务虽然有所下滑，但仍然保持了较好的增长，其中：地产直接配送实现收入 4.54 亿，同比增加 9,947.47 万元，增长 28.05%；外贸出口同比增加 4,132.98 万元，增长 17.24%。

净利润：2012 年公司盈利大幅增加，全年实现净利润 2.71 亿元，同比去年 1.71 亿，增长 58.88%，综合毛利率与销售净利率分别达到 26.09% 和 10.78%。

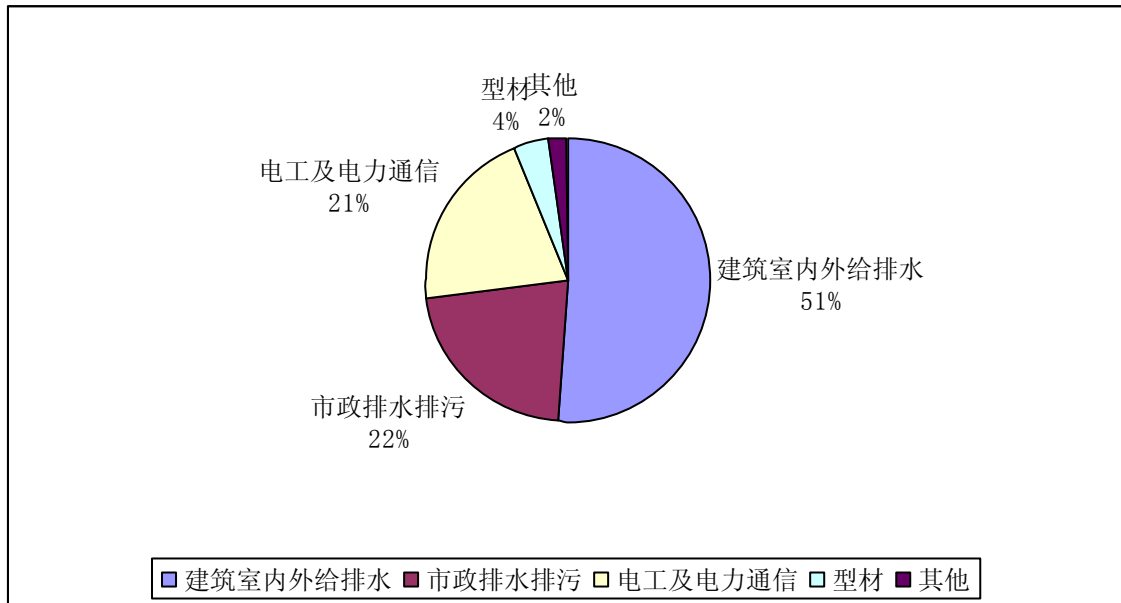
图表 1：公司及可比塑管企业股价走势(周线，截止 2013-2-23)



图表 2：产品销量按系列同比增长情况



图表 3：产品按应用领域分布



(二) 2012 年主要工作回顾及总结

1、进一步完善区域布局，并购金鹏和重庆置地。

(1) **并购金鹏**：2012 年 11 月 7 日，经过近一年时间的艰苦谈判，公司成功收购安徽广德金鹏科技全部股权，成为公司第 8 个全资子公司并更名为安徽永高。收购完成后，公司不仅在小口径管道规模上，而且在大口径管道规模上，在华东地区均位列第一。

未来 3-5 年随着竞争的进一步加剧，行业将面临着洗牌。尽快完善布局，扩大规模和提升市场份额，是公司的重要战略选择。华东市场（六省一市）是公司的主市场，品牌影响显著，渠道完善，是公司盈利的主要来源。但是在这个市场上，公司黄岩、浦东两个基地，均靠海边，受运输半径制约，难以有效覆盖整个华东市场；同时，产能规模虽然在华东位列第一，但远没有形成像联塑在华南地区的强势话语权。而联塑、伟星等企业在华东地区的市场占有率不断攀升。为贯彻公司十二五规划中“深耕华东、巩固华南、拓展华北、西南、西北、东北的战略构想，公司拟重组上海业务，重新布局华东区域的生产基地，构建一南一北的基地格局，实现年产销塑管规模 50 万吨以上，50 亿以上销售产值，全面覆盖华东市场，形成强势话语权。

而广德金鹏自成立以来，业务发展较快，拥有一支不错的团队，初步创出了品

牌，建立了自己的经销网络和稳定的客户群，特别是工程招投标市场上有不俗的表现。永高与金鹏的合作，在经营风格、销售模式、品牌、客户渠道、产品结构、经销网络、物流配送等方面具有较强的互补性。成功并购金鹏科技，为我们今后进一步完善全国布局，并购企业提供了宝贵的经验。

(2) 重庆置地：公司产品对西南与中西部市场的辐射一直较弱。2011年2月，公司选址重庆永川建立生产基地，正式拉开了进军西部市场的序幕，并通过租赁厂房的模式生产，初步形成了万吨塑管生产能力。为进一步扩大规模以满足市场需要，打造公司在西部永久塑料管道产业基地，公司于2012年7月通过招拍挂获取了永川区凤凰湖工业园区一期土地89.08亩。

2、推进区域运营一体化，创新销售管控模式。为了整合华南、华东区域内品牌、市场、客户、渠道、物流及管理要素资源，提升区域运营效率，降低运营成本，公司决定推行区域管理中心的管控模式。2012年2月，成立华南管理事业总部，统领深圳永高与广东永高；2012年12月，在并购安徽广德金鹏完成后，成立华东大管道营销中心，实现资源互补、优化组合，以有效协调上海公元与安徽永高的大口径管道销售业务。

3、解决产能瓶颈，募投项目建设稳步展开。黄岩年产8万吨募投是解决黄岩永高产能不足瓶颈的重要举措，而天津年产5万吨募投项目是布局华北市场的桥头堡。目前，该项目土建已全部完成，设备大部分到位并处于调试中，一期年产3万吨管道项目生产线将于2013年4月份正式投产，至今年9月年产5万吨管道项目达产并完成验收。黄岩募投项目PE给水管部分生产线投产，项目大部分仍在建设中。

4、整合资源，搭建集团EAS信息平台。2012年5月，公司引入金蝶EAS集团化信息系统，并拟以此为平台，花3年时间，整合母子公司间的财务与业务资源，规范和优化母子公司的业务处理流程，实现财务、业务、物流等要素口径的标准化，进而提升决策和运营的效率。该系统实施分为供应链与财务核算统一、集中采购与销售、运营管控一体化、生产基地精益化管理四个阶段。目前，黄岩永高、精杰、金诺、安徽永高、天津永高、重庆永高6家公司财务核算已实现在平台上的统一，安徽永高供应链系统（含采购、仓库、委外、销售）、黄岩永高供应链系统（销售暂

未上)已于去年12月1日正式上线,并运行良好。

5、引入绩效管理,激励与约束并举。为了充分调动员工的积极性,实行责权利的统一,公司在两个维度推行绩效考核,一是对华东大管道营销中心,自2013年1月1日起其适用的激励对象薪酬奖金全面与实现的绩效挂钩,并制订完善了《华东大管道营销中心绩效管理办法》;二是母公司生产一线全面实施计件工资和定员、定岗等有效的绩效考核措施,实现了2012年增产不增人的目标。

6、转变外贸管理模式,推行生产精益化。2012年,公司对外贸基地的销售、生产、财务管理进行了整合,并引进台湾具有丰富同行从业经验的曾相铎博士统一归口管理。通过改变业务员单一以收入而不顾效益的提成模式、重新定位产品的市场与价格、生产精益化管理,大力开展降本节支活动,取得了较好的成效。2012年外贸业务保持了较好增长,收入同比增加4000多万元,实现净利2000多万元。

7、重视创新与研发,科技硕果累累。科技创新是企业发展的灵魂,也是企业壮大的不竭动力。2012年公司获批成立了省级研发中心和博士后科研工作站,搭建了公司科技创新的有效平台,省级技术中心通过评价,有利于和高等院校科研院所的产学研合作,有利于人才的引进和凝聚,增强企业自主创新能力和核心竞争力。2012年,公司主持制订了塑管行业2个国家标准;申报获得46项专利,其中发明专利3项;母公司共有42个科技项目立项,完成了CPVC管件产品NSF认证、WATERMARK认证、阿里巴巴检测机构认证等工作。广东永高通过了PE新产品的十环认证、节水认证并取得了卫生许可证。子公司上海公元成功采用国际标准《无压埋地用聚丙烯双壁波纹管材》。

8、顺利通过高新技术企业复审:2012年母公司与上海公元分别通过了高新技术企业的复审。

9、加强对子公司管控,推行财务负责人委派。为强化对子公司的财务控制,进一步健全和完善子公司财务内控体系,增强财务负责人在重大决策上的参与性和独立性,公司于2012年推出“财务负责人委派”,采取双重领导,并制订了《财务负责人委派暂行办法》,明确规范了财务负责人任职资格、选聘条件、职责权限与人事薪酬等。同时,于2012年7月12日任命了第一批子公司财务负责人。

10、金诺铜业整体搬迁完成：金诺铜业经过多方努力，终于于去年8月顺利完成整体搬迁工作，全厂迁入中国模具城厂区内，新厂区占地8602平方米，解决了长期厂房租赁与紧缺的问题。

11、党建和群团工作异彩纷呈：公司党委坚持党建工作与企业发展“目标同向，工作同力，发展同步”的原则，着力开展党建带团建和党建引领下的企业文化工作，制订了独具公司特色的“公元太阳---七彩阳光”创建载体，将党建工作、群团工作和企业文化建设进行了有效地串接，形成了体系。公司的党建工作成为了黄岩非公企业的标杆，也是公司的一张亮丽名片。2012年党委被评为浙江省创先争优先进基层党组织，公司被授予浙江省文明单位称号，公司电工班荣获全国工人先锋号称号。

12、取得的主要荣誉回顾：公司被中国轻工业联合会和中塑协授予2011年度“中国轻工业塑料行业十强企业”称号，并荣获2012年度“中国民营企业500强”称号；同时，母公司首次实现年缴税金破亿元。

（三）存在的问题

表面上看，2012年成绩骄人，净利润同比增加1亿元，002641也成为低迷资本市场中最坚挺的股票之一。但仔细分析，业绩的取得除了销售模有所扩大外，更多的是因为树脂原料价格全年处于低位震荡，与公司多年的品牌积累有关（抗跌）。同时，收入同比仅增加1.90亿（含并购金鹏增加0.18亿），偏离年初预期目标4.86亿。除宏观与行业因素外，公司自身也存在以下几方面问题：

1、收入增长放缓：天津永高、重庆永高市场开拓不理想，力度有待加大；上海公元销售停滞不前（同比还下滑400万）；黄岩年产8万吨塑管募投项目大部分产能还未释放，制约了黄岩永高收入的扩大；除房地产配送业务外，其他工程领域直揽业务尚有待破局；渠道销售增长缓慢，2012年收入增加1.90亿中，剔除房地产配送增加1亿、外贸增加0.41亿、并购金鹏增加0.18亿外，渠道销售仅增加3100万元。

2、母子公司资源尚未有效整合：作为一元化塑料管道企业，母子公司在技术与质量标准、品牌、市场区域、客户渠道、采购、物流、人力资源、信息等要素资源方面一体化程度尚有待提高，以充分发挥优势互补、余缺互通、资源集约利用的效应，从而降低整体运营成本。

3、**人力资源储备需要加大**：随着公司在全国布局的不断推进，人力资源的缺口越来越大，特别是销售、管理与技术方面的人才，需要尽快加大储备。

4、**内控体系有待健全和完善，内部审计监督应大力加强。**

5、**年度收入目标落实不到位，完成目标的责权利绩效考核机制未建立。**

三、2013年展望、经营目标及重点工作规划

(一) 2013年展望

展望 2013，机遇与挑战并存。2012年北京的一场洪水，让政府重新审视城市的给排水系统；去年9月以来发改委批出的大量“铁公鸡”项目（估算约7万亿），今年也将紧锣密鼓地展开建设；新一届领导班子推出的“新型城镇化”，必将带来住宅和市政公共基础设施的大量投资，这些投资都将极大地促进塑料管道的需求，特别是建筑、市政领域的用管。同时，农村饮水安居工程、污水管网治理、保障房建设及海水淡化等领域用管需求潜力依然巨大。但是，新近出台的“国五条”，显示了政府对房地产调控的持续不动摇的决心，这将给商品房用管需求形成一定的打压，而且全球宽松的流动性必将增大原油等大宗商品价格的上涨压力，推高塑料管道企业生产用树脂原料的价格，增加生产成本，给塑管行业今年业绩的增长带来较大困难。同时，2012年末适龄劳动人口同比下降0.6%，也预示今年及以后劳动用工成本将不断加大，而塑管行业又是一个用工相对密集型的行业。

(二) 经营目标及重点工作安排

2013年是公司在十二五规划中继往开来的一年，也是公司未来能否更加发展壮大的一年，形势要求我们务必脚踏实地，锐意创新，潜心经营，要分析母、子公司各自的有利条件和不利因素，扬长避短，根据十二五规划的总体目标，制订出公司的年度计划和具体实施措施。

2013年总体经营目标：产销量30万吨以上，整体产销率达到97%；实现营业收入33亿，同比增加7.86亿，增长31.26%；为确保2013年经营总体目标的实现，重点工作目标安排如下：

1、**完善全国布局，加快现有生产基地建设，提升市场份额。**

年内通过新建或并购的方式，在西安或兰州区域建立1-2个基地；天津募投项

目 4 月投产，年内形成 5 万吨生产能力和完成竣工验收，黄岩募投项目年内形成 5 万吨生产能力，并部分完成竣工验收；重庆永高完成一期用地的权证手续、开工建设和设备订购工作，并通过招拍挂取得二期 200 亩建设用地；安徽永高剩余 150 亩地需作好规划，并展开建设；

2、拓宽销售模式，细化销售职能。

建立以渠道经销为主、房地产配送、工程直揽、BOT 及出口等多种业务并存的销售模式，并朝渠道经销占 50%、工程承揽 40%（含地产、工程、BOT）、出口 10% 的销售业务格局推进。特别在当前大型地产企业采用集约采购，公共基础设施工程、市政工程、污水治理与饮水安居工程等均需通过招投标的大背景下，如何在拓展和巩固渠道销售的基础上，创新业务模式，多条腿走路，采取多种模式加大承揽工程力度（战略性工程直揽、区域重点工程直揽或与经销商合作承揽、普通工程协助经销商承揽），直接关系到公司今后的增长。同时，细化销售职能，总部适时成立渠道事业部、地产事业部、家装事业部、工程事业部、招投标中心等机构，进行有针对性的市场开拓，以应对公司募投项目和新建项目的产能释放。

3、优化产品结构，差异化产品，挖掘新的收入增长点。

在巩固建筑和公共设施领域的基础由，加大农村用管、污水管网、燃气、海水淡化及工业管道等领域的开拓力度。安徽永高燃气管、钢带增强缠绕管以及深圳永高 PB 管应尽快投产，推向市场，形成公司 2013 年新的收入增长点。

4、确立母子公司管控模式，明晰各自权责。

为了更好发挥协同效应，公司将采用以“运营管控型”为主，建立母子公司间的管控模式，并对母子公司间的职责权限作出分配。年内将以 2012 年下发的《母子公司权限分配表》为基础，逐步制订完成权限分配的具体实施细则，包括具体权限划分、对接的部门与岗位、操作流程等，成熟一项实施一项。适时引进知名管理咨询公司，梳理及优化公司管控及商业模式，并建立透明规范的岗位薪酬体系。

5、进一步推进母子公司运营一体化，降低运营成本。

重点先推行三项工作：一是大宗原辅料全面实行统一采购，分别配送，进一步降低采购成本；二是母公司成立资金结算中心，资金需求打包统一对外融资，并以

全面预算管理为手段，统筹各公司资金使用计划，从而提升资金使用效率，降低融资成本；三是房地产配送业务根据项目所在地，由就近公司进行配送。

6、加快 EAS 信息系统建设，促进管理转型升级。

在现有基础上，2013 年 EAS 信息系统基本实现在母子公司的全覆盖，包括：财务系统、供应链系统、生产系统、固定资产管理系统、资金管理、银企互联与全面预算系统，财务与经营信息资源达到初步共享。

7、以点带面，逐步推广经营绩效考核。

以华东大管道营销中心“经营目标绩效考核”为试点，以点带面，针对各公司实际情况，采取“一企一策”，年内制订完成各公司的绩效考核管理办法，确保在 2014 年始，公司全面推行经营目标绩效考核机制。

8、健全内控制度，完善内部审计监督机制。

根据《企业内部控制基本规范》及配套指引，在现有已披露的内控制度基础上，年内完善并推行《货币资金内控制度》、《固定资产管理制度》、《采购与付款制度》、《销售与收款制度》及其实施细则；审计部门应加强对各公司报表、内部控制、经营绩效、重大交易事项及相关人员离任等的审计。

9、强化和规范信息披露工作，树立良好社会形象。

2012 年的信息披露工作获得监管机构与投资者的好评，2013 年应该再接再厉，确保信息披露工作准确、及时、无误，并加强与网上网下投资者的沟通交流，及时客观地回答他们所关心的问题，树立企业在资本市场良好的形象。同时，应出台相关细则，进一步规范与完善信息披露的内控制度，严格做好披露前的保密工作。

10、加大研发投入，科技创新再上台阶。

要充分发挥公司省级技术中心、省级高新技术企业研究开发中心和博士后科研工作在科技创新方面的主导作用。在产品创新技术、工艺创新、设备自动化技术改造和专利申报等方面再创辉煌。

11、做好人力资源保障管理工作

根据母、子公司发展对人力资源的需求，做好统一部署，实现资源共享；要狠抓人才引进、培训、后备干部培养和人力资源管理保障工作，做到“引得进、留得

住、用得好”；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；继续推进校企合作人才培养，在与浙江科技职业学院联合办好“永高班”的基础上，加大与其他高等院校的合作人才培养工作力度；利用好“蓝海人力资源公司”，开展相关人事代理，降低劳动用工的企业风险。

12、加强安全生产和质量管理工作

贯彻“安全第一”、“质量第一”的方针，进一步完善安全生产质量管理考核机制和制度化建设，所有公司在本年度内应杜绝重大安全和质量事故，依法治企有章可循。

结束语。各位同仁，回首 2012，虽然成绩可喜，但增长与管理方面也存在不少问题，我们要清醒的认识到自身的长处与不足；展望 2013，形势依然严峻，希望大家会后紧紧围绕公司总体经营目标和重点工作安排，并落实到具体措施上，及时抓住当前行业发展的有利因素，规避不利因素，和衷共济，奋力拼搏，再接再厉。最后，我坚信，在董事会的正确领导及在座各位和全体员工的共同努力下，我们在 2013 年定能为永高再抒辉煌篇章！

谢谢大家！