

# 永高股份有限公司

## 2014 年度财务决算报告

### 一、 决算报告编制说明：

本报告以合并口径为基础编制，编制本报告所依据的公司 2014 年 12 月 31 日的资产负债表、2014 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 [2015] 3-193 号无保留意见的《审计报告》。

### 二、 2014 年度预算执行情况

(一) **销量**：2014 年公司全年生产塑料管道 32.14 万吨，型材 0.75 万吨，合计总产量 32.89 万吨，同比去年增长 12.93%；全年销售塑料管道 31.46 万吨，型材 0.74 万吨，合计总销量为 32.20 万吨，同比去年增长 12.56%，整体产销率为 97.86%。与年初 33 万吨的预算目标相比，差距 0.8 万吨，整体预算目标完成率为 97.65%。

(二) **营业收入**：公司全年实现产品销售收入 33 亿，同比 29.11 亿增加 3.89 亿元，增长 13.36%，剔除并购因素 2014 年度同比 2013 年实际增长 11.51%；对比年初 34 亿的预算目标，收入缺口达 1 亿，收入预算目标完成率为 97.06%。

(三) **净利润**：2014 年公司全年实现净利润 2.25 亿元，同比去年 2.42 亿，降低 7.02%，综合毛利率 25.12% 比上年同期下降 0.3%、销售净利率同比下降 1.52%。

#### (四) 费用预算执行情况：

#### 1、 费用变动趋势：万元；

项目	2014 年度	2013 年度	同比增减%	2014 年费用占 本年度营业收入的比例%	2013 年费用占本 年度营业收入的 比例%
销售费用	20,831.68	16,872.91	23.46	6.26	5.78
管理费用	30,643.74	26,528.69	15.51	9.21	9.09
财务费用	1,533.31	455.12	236.9	0.46	0.16
<b>合计</b>	<b>57,720.45</b>	<b>48,665.02</b>	<b>18.61</b>	<b>15.93</b>	<b>15.03</b>

#### 2、 预算执行情况：亿元

期间费用同比增长 18.61%，超出年初 15% 预算增长目标，也快于销售收入的

增长。

### （三）2014 年预算执行情况对比分析：

**销量与营业收入。** 2014 年公司的营业收入同比增长 13.36%，未完成预算目标。从外部来讲，国内经济下行压力加大，国际市场需求仍然低迷，房地产由“黄金时代”进入到“白银时代”，投资锐减，影响到建筑室内外的用管需求，行业竞争加剧，而地下市政管网建设虽然带来公司业务的增长，但受制于资金、业务模式创新等，大规模启动也尚需时日，这些外部因素是导致收入未完成的主要原因。具体到内部来讲则是：天津、重庆地区分部尽管较上年取得不少的进步，但拓展市场的步伐仍然显得缓慢，销售力量亟待加强；安徽公元科技发展有自黄岩搬迁至安徽后由于边建设边生产，市场拓展的局面也不理想，仅仅完成年度预算的 36.67%；外贸销售较上年同期销量减少 15.06%；同时，直揽工程业务的比重有待提升。

**净利润。** 2014 年净利润同比减少 0.17 亿元。主要是产品价格下降、PE 管材销量增加，导致毛利率总体略有下降；随着新建项目的完工与投资的增加，折旧、摊销等固定费用大幅增加，而市场开拓尚不能支撑产能释放；劳动力成本的刚性上涨也是影响净利润目标实现的一个重要原因。

**期间费用。** 本年预算费用增长率不超过的 15%，实际情况是费用增长率达到 18.61%，超出预算 3.61% 一方面公司为了提升竞争力增加了研发投入以及相关设施，另一方面为了开拓市场也加大了广告、人员、设施等方面的投入，以上都不可避免的造成费用大幅度增加。销售费用同比增长 6.26%，同比增加 3958.77 万元，主要是随着销量增加运输与配送费用增加、广告宣传费增加、销售人员工资增加所致；管理费用同比增长 9.21%，同比增加 4115.05 万元，主要是报告期随着公司规模扩张人员增加工资及研发费用、新增资产折旧等增加所致；财务费用同比增加 1078.19 万元，主要是借款占用增加、募集资金随着投入的增加定期存款减少导致利息收入减少等所致。

二〇一五年四月二十一日

# 2015 年度预算报告

## 风险提示:

2015 年度财务预算并不代表公司对 2015 年度的盈利预测, 能否实现取决于市场状况变化、经营团队的努力程度等多种因素, 存在不确定性, 请投资者特别注意。

## 一、 预算目标总体安排:

公司在总结回顾 2014 年经营情况的基础上, 结合 2015 年的国内外政治经济环境、国家宏观的经济政策及新型城镇化建设、污水管网治理、民用燃气普及以及保障安居工程、农村饮水工程等项目投资规划, 考虑 2015 年产能释放与公司资源配置, 主要经营指标设定如下:

- ◆ 营业收入: 主营业务收入预算 41.5 亿, 同比上年增加 8.2 亿, 增长 25%。
- ◆ 产销量: 产销量 41.5 万吨, 同比上年增加 9.36 万吨, 增长 29%。
- ◆ 期间费用: 同比增长控制在 20% 以内。

## 二、 实现目标的主要措施:

稳妥推进全国布局, 集中优势整合运营; 大力推进销售一体化, 积极开展营销创新; 持续搭建人才梯队, 夯实人力资源基础; 逐步导入考核机制, 实施KPI绩效管理; 有效发挥平台优势, 加快新品研发和成果转化; 开展品牌整合策划, 实施全面品牌战略; 深入挖潜提质增量, 大力开源科学节流; 全面推进基础建设, 着力提升管理效率; 合力升华阳光文化, 形成优势文化品牌。

二〇一五年四月二十一日