

公司代码：603686

公司简称：龙马环卫

## 福建龙马环卫装备股份有限公司 2015 年年度报告摘要

### 一 重要提示

- 1.1 为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上仔细阅读年度报告全文。
- 1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，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。
- 1.3 公司全体董事出席董事会会议。
- 1.4 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。

### 1.5 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
人民币普通股（A股）	上海证券交易所	龙马环卫	603686	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陈永奇	章林磊
电话	0597-2796968	0597-2962796
传真	0597-2962796	0597-2962796
电子信箱	fjlm@fjlm.com.cn	fjlm@fjlm.com.cn

- 1.6 公司拟以现有总股本 266,700,000 股为基数，向股权登记日登记在册的全体股东每 10 股派发现金红利 1.80 元（含税），共计分配现金红利 48,006,000.00 元(含税)，剩余可供分配利润 369,183,706.88 元结转至下一年度。本预案尚需股东大会通过。

## 二 报告期主要业务或产品简介

### （一）主要业务、经营模式、主要产品及其用途

#### 1、主营业务

龙马环卫是中国专业化环卫装备、环卫服务主要供应商之一，主营业务是环卫清洁装备、垃圾收转装备、新能源及清洁能源环卫装备等环卫装备的研发、生产与销售以及环卫产业运营服务。多年来坚持专业化经营战略，专注于国家环境卫生事业，在环卫装备领域不断探索创新与发展壮大。2015 年度，公司制定了“环卫装备制造+环卫服务产业”协同发展的战略，依托在环卫装备领域已经建立的竞争优势，大力推进环卫服务等新兴业务的发展，延伸产业链条，丰富业务类型，使之成为公司中长期发展的关键拓展领域，经营业绩重要增长点。

#### 2、经营模式

##### （1）环卫装备制造业务

公司专注于环境卫生事业，不断研发改进、生产适用于我国城乡环境卫生的环卫装备，已经建立了覆盖全国各省区的销售网络，公司主要采取直销的方式直接参与政府和环卫保洁公司的各种环卫装备采购的招标和询价，当前公司也积极整合各种社会资源，构筑了“直销为主，代销为辅”的多样化销售模式和多层次销售渠道。公司注重升级大营销环境下的服务品牌影响力，以客户体验为切入点，打造售前、售中和售后三位一体的“综合式”营销体系，发展成为具有竞争优势的环境卫生整体解决方案提供商。

##### （2）环卫服务业务

公司所从事的环卫服务业务主要以直销的方式参与各地政府环卫服务项目的招标和询价活动，中标后与当地政府或环卫主管部门签订协议特许经营或托管运营，在特定期限及区域内提供城市道路及公共场所清扫保洁服务、生活垃圾收集清运、公共厕所运营管理等环境卫生公共服务。

#### 3、环卫装备主要产品及用途

公司现已形成较为全面的产品系列，可广泛满足城乡环卫清洁、垃圾收转等环卫作业需求，主要产品包括环卫清洁装备、垃圾收转装备、新能源及清洁能源环卫装备 3 大类共 24 个系列。具体情况如下：

产品类别		产品系列	主要作业功能
环卫清洁装备	路面清洁装备	清洗扫路车	路面清扫、路面洗扫、洒水
		扫路车	路面清扫
		清洗车	路面清洗、洒水
		洒水车	洒水
		小型路面保洁车辆	人行道及广场路面清扫
		多功能抑尘车	喷洒水雾降尘、增湿降温
		吸尘车	抽吸路面粉尘
	市政、园林及城市附属设施养护装备	人行道养护车	站台、道路附属设施清洗，人行道、步行街路面清洗
		绿化喷洒车	园林喷药、绿化浇灌、施肥
		护栏清洗车	道路护栏清洗
下水道疏通清洗车		下水道吸污、疏通、养护等	
垃圾收转装备	垃圾前端收转装备	压缩式垃圾车	生活垃圾收运、压缩
		非压缩式垃圾车	生活垃圾收运

		餐厨垃圾车	餐厨垃圾收运
		吸污车	抽吸污泥、污水
		垃圾压缩机	生活垃圾压缩
	垃圾中转站装备	固定式中转站	垃圾中转、压缩
		移动式中转站	垃圾收运、中转、压缩（部分型号）
新能源及清洁能源环卫装备	天然气清洗扫路车	天然气车型，作业功能同清洗扫路车	
	天然气扫路车	天然气车型，作业功能同扫路车	
	天然气清洗车	天然气车型，作业功能同清洗车	
	天然气压缩式垃圾车	天然气车型，作业功能同压缩式垃圾车	
	纯电动人行道养护车	纯电动车型，作业功能同人行道养护车	
	纯电动非压缩式垃圾车	纯电动车型，作业功能同非压缩式垃圾车	

## （二）公司所属行业发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位

### 1、行业发展状况

环境卫生是指城乡公共空间环境的卫生整洁，作为公共卫生的重要组成部分，是环境保护和社会可持续发展的重要内容，也是现代文明城市建设的重要保证。国家要求将环境卫生规划纳入城乡社会经济发展总体规划，加大对城乡环境卫生设施建设的资金投入，并在规划目标中明确提出，要提升环卫装备水平，进行环卫装备的更新换代。环卫装备是进行环卫机械化作业的主要工具，是国家环境卫生事业持续发展不可或缺的基础设施之一，国家对市政基础投入的增加使环卫装备行业进入了崭新的发展时期，2015年全国环卫车辆产量为66,444辆，较2011年增长63%。

#### （1）环卫装备行业发展阶段

我国环卫装备行业根据不同城市的不同条件，其发展起点和每一过程中的发展重点都不尽相同，与国民经济发展水平和城市社会发展水平协调一致，行业发展阶段可分为：

①初级环卫装备阶段：以配备少量、功能单一的环卫装备为特征，以改善作业条件、提高劳动效率为核心，机械化水平达到环境卫生作业总用工量的30%左右。

②基本环卫装备阶段：城市环境卫生作业的主要项目使用环卫装备来完成，以提高效率、改善环境为核心，逐步达到环境卫生作业总工作量的60%左右。

③全面环卫装备阶段：绝大部分都使用环卫装备来完成，机械化达到环境卫生作业总工作量的80%以上，以配备多品种系列化大批量环卫装备为特征，以改善环境、提高全系统技术集成为核心，进入城市环境卫生作业的全面装备阶段。

我国城乡的经济发展水平不平衡，环卫装备发展水平参差不齐。根据2014年《中国城乡建设统计年鉴》计算，2014年我国城市道路清扫面积676,093万平方米，机械化清扫面积341,091万平方米，机械化清扫率为50.45%，县城道路清扫保洁面积228,999万平方米，机械化清扫面积78,689万平方米，机械化清扫率仅为34.36%，只有上海、北京等极少数一线城市和沿海发达地区的机械化清扫率已达到65%左右。因此，按照上述环卫装备行业发展路径的三大阶段判断，我国城市平均环卫装备水平尚处于基本阶段，距离全面阶段差距还很大；而县城的平均环卫装备水平更低，离基本阶段还有一定距离；只有上海、北京等一线城市和部分沿海发达城市达到基本阶段。

综上所述，我国绝大部分地区的环卫装备发展仍将以达到基本环卫装备阶段为目标，距离实现全面环卫装备阶段还有相当大的差距，由此也说明，我国环卫装备行业的产业周期才刚刚经历从初创期进入成长期，其未来发展空间将十分广阔。

#### （2）环卫服务产业发展阶段

环卫服务产业从建国以来经历了三个发展阶段。第一个阶段，政府行政职能主导管理阶段。市政环卫工作在政府主导下，由事业单位环卫部门进行监管、实施。直到本世纪初，事业单位仍是绝对主体，偶尔会有一些边缘业务交给个体性质的组织来承担，业务规模小。

第二个阶段，市场化试点阶段。包括市政环卫在内的城市公共服务兴起于欧美，上世纪九十年代公共服务概念开始进入我国，有些城市启动了政府采购公共服务的试点，在我国沿海发达地区由一些零星项目招标开始，逐步形成城市公共服务雏形，市场化作业公司朝着中小企业规模的方向发展。随着一批专业化企业的出现和发展，社会化、市场化越来越深入，行业正在逐渐形成，十八大召开之后，城市公共服务市场化趋势越发明显。

第三个阶段，市场化推广发展阶段。2013年9月30日国务院办公厅发布《关于政府向社会力量购买服务的指导意见（国发办【2013】96号文件）》，同年11月十八届三中全会通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，相关文件要求：在公共服务领域可利用社会力量，加大政府购买公共服务项目的力度，原则上通过合同、委托等方式向社会购买。可以看出，推广政府购买服务是当前中国深化改革的一项重要举措，环卫服务市场化已成为必然发展趋势，广东、浙江、福建、海南等沿海省市正积极探索政府购买环卫服务，环卫服务市场正进入高速增长时期，从小规模企业、中小企业向大型规模企业的方向迈进，一些综合实力强的企业正进入环卫服务行业发展。

## 2、行业的周期性、地域性、季节性

### （1）行业周期性特征

环卫装备、环卫服务行业同民生密切相关，主要受国民经济长期发展趋势和人们生活水平影响，我国已进入城镇化加速时期，改善城镇人居环境和市容市貌已经成为现代城市发展的必然趋势，因此本行业与宏观经济短期波动不完全相关。

### （2）行业区域性特征

从环卫装备的生产制造角度来看，主要制造商分布于湖南、湖北、福建、江苏、山东、北京、上海等地。从环卫清洁及垃圾收转装备的市场需求角度来看，产品销售主要与当地的城市化进程及收入相关，经济较为发达、人口众多的沿海地区和省会城市，以及城市化建设较快的二、三线城市，对本行业产品的需求更为旺盛，随着国家在环境卫生领域的投入力度加大，各地政府越来越重视环卫事业，当前对环卫装备的需求已经向中西部地区扩展。

环卫服务市场化目前主要集中在沿海经济发达地区，我国内陆和北方地区仍以政府环卫部门营运为主。

### （3）行业季节性特征

环卫装备行业的主要销售对象是环卫部门、公路管理单位及其下属企业等政府类客户，由于受到我国城镇化进程加快、交通基础设施建设、环卫机械化率提高、人口规模增加、政府的投入力度加大、国民环卫意识增强等多方面因素的综合影响，环卫装备市场快速增长，虽然政府采购需要履行一定的预算和审批程序，但总体来看，该领域的季节性特征不明显。另一方面，各种大型公共活动对环卫装备的市场需求有一定促进作用，例如：亚运会、奥运会、世博会、园博会等。

环卫服务的采购单位为政府环卫部门，环境卫生工作涉及到城市人居环境，是日常生活不可或缺的组成部分，环卫服务属于城市管理刚需的民生工程，不能出现业务中断或空白期，因此行业没有季节性特征。

## 3、公司所处行业地位

公司是高新技术企业、福建省优秀创新型企业、中国城市环境卫生协会副理事长单位、中环协环卫运营专业委员会主任委员单位，公司建立了博士后科研工作站、省级企业技术中心和省级企业工程技术研究中心，是科技型中小企业技术创新基金实施十周年优秀企业，公司综合实力处于环卫行业领先地位。根据中国汽车技术研究中心数据统计，2015年公司在环卫装备行业名列前三位，市场占有率为6.83%，相比2014年市场占有率4.54%有大幅提高，公司市场竞争地位日益

突出，具有较强的竞争优势。

公司从大型环卫设备制造延伸到环卫服务领域，注重提升福龙马独特的核心竞争力，与国家级研究机构等建立良好的合作关系，在环卫作业运营领域机制与管理、模式与定额、标准与规程、运营与服务等方面提供方案，进行业务培训和咨询服务等工作，通过与环卫领域客户进行零距离全天候对接，及时了解和挖掘客户的各种需求，形成最优的环卫服务方式，不断更新优化。公司于2015年12月成功中标海口市龙华区环卫一体化PPP项目，投入机械化设备多，为目前为止国内项目金额最高的环卫一体化PPP项目，合同期限15年，合同总金额35.10亿元，有望成为我国环卫服务行业的标杆项目。

### 三 会计数据和财务指标摘要

单位：元 币种：人民币

	2015年	2014年	本年比上年 增减(%)	2013年
总资产	1,831,208,944.69	1,087,870,875.23	68.33	795,722,406.02
营业收入	1,531,999,896.88	1,181,939,489.23	29.62	879,614,446.43
归属于上市公司股东的净利润	150,776,041.48	129,654,443.29	16.29	96,010,820.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	139,873,562.48	126,670,884.24	10.42	93,140,022.11
归属于上市公司股东的净资产	1,038,092,819.24	482,945,481.25	114.95	381,439,612.14
经营活动产生的现金流量净额	224,175,153.28	38,244,249.14	486.17	78,125,777.76
期末总股本	266,700,000.00	100,000,000.00	166.70	100,000,000.00
基本每股收益（元/股）	0.60	1.30	-53.85	0.96
稀释每股收益（元/股）	0.60	1.30	-53.85	0.96
加权平均净资产收益率（%）	15.91	30.53	减少14.62个百分点	28.21

### 四 2015年分季度的主要财务指标

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	340,193,925.94	419,893,166.92	382,609,260.33	389,303,543.69
归属于上市公司股东的净利润	39,497,451.53	41,141,062.84	43,980,118.83	26,157,408.28
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	37,365,408.73	39,695,011.00	36,921,931.72	25,891,211.03

经营活动产生的现金流量净额	-176,461,326.85	-9,131,090.47	-18,886,753.28	428,654,323.88
---------------	-----------------	---------------	----------------	----------------

## 五 股本及股东情况

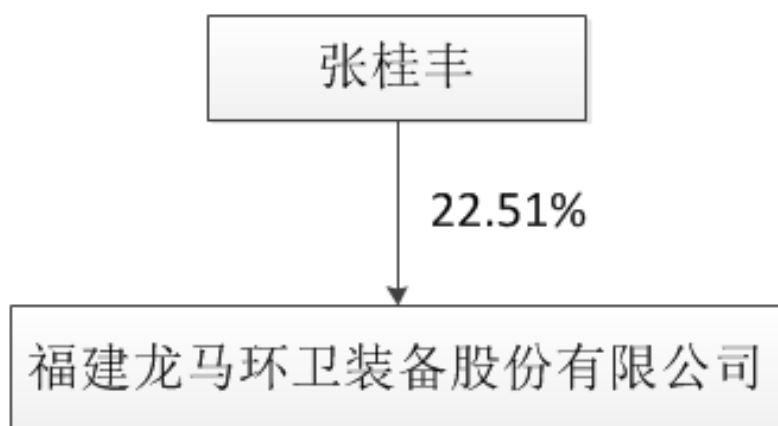
### 5.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

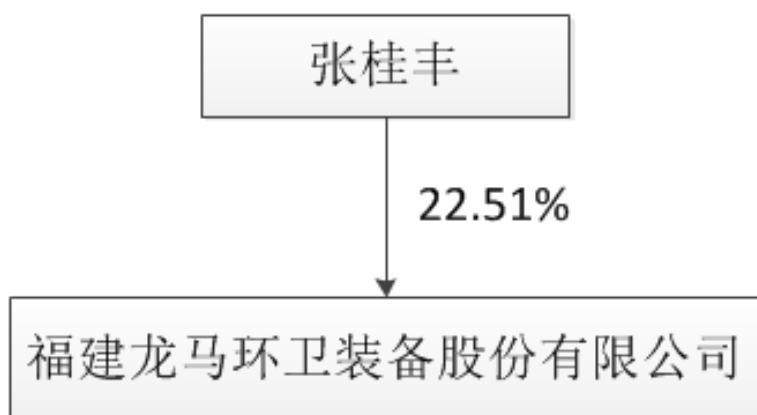
截止报告期末普通股股东总数（户）					22,083		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					25,560		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例（%）	持有有限售 条件的股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
张桂丰	30,012,500	60,025,000	22.5066	60,025,000	质押	6,160,000	境内 自然 人
陈敬洁	9,928,750	19,857,500	7.4456	19,857,500	质押	4,120,000	境内 自然 人
杨育忠	6,142,500	12,285,000	4.6063	12,285,000	质押	2,060,000	境内 自然 人
荣闽龙	4,972,500	9,945,000	3.7289	9,945,000	质押	1,040,000	境内 自然 人
林 川	4,598,750	9,197,500	3.4486	9,197,500	质押	2,060,000	境内 自然 人
涌源投资	4,500,000	9,000,000	3.3746	9,000,000	无	6,000,000	境内 非国 有法 人
林 侦	3,786,250	7,572,500	2.8393	7,572,500	质押	1,030,000	境内 自然 人
富邦投资	3,750,000	7,500,000	2.8121	7,500,000	无	0	境内 非国 有法 人

魏文荣	3,250,000	6,500,000	2.4372	6,500,000	质押	2,060,000	境内自然人
兴烨创投	3,125,000	6,250,000	2.3435	6,250,000	无	0	境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	1. 林侦与魏文荣的配偶系姐妹关系； 2. 富邦投资为涌源投资控股股东的股东，且富邦投资和涌源投资分别为马雪峰和马传兴控制的公司，马传兴系马雪峰的父亲； 3. 公司未知其它股东之间是否存在关联关系，也未知其它股东是否属于一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



## 六 管理层讨论与分析

2015年我国经济进入新常态，正处于经济结构、增长动力和发展方式转换之中，需求不足、价格下滑和成本刚性增长的矛盾以及经济发展过程中长期积累的结构性矛盾突出，经济增长下行压力不断加大。公司所处的环卫行业虽前景广阔，但存在中低端产品竞争加剧、采购需求不旺盛、企业经营成本上升及行业整体创新能力不足的相关问题，环卫装备生产总量出现近年来少见的负增长。2015年1月26日公司股票在上交所正式上市流通，企业挂牌上市为实现公司今后跨越式发展奠定了坚实的基础，公司在董事会有力领导下，把握机遇，应对挑战，最大限度地克服了外部市场环境对公司业绩的不利影响，企业加快转型升级适应新常态，较好的完成了董事会2015年初确定的经营指标，营业收入和净利润等业绩指标较2014年均不同幅度的增长，全面完成各项经营发展目标，品牌实力显著提升，研发创新更加贴近市场，营销网络不断完善，团队营销能力明显提升，质量管理和工艺水平稳步提高，安全、环境管理逐步规范化。

### 1、环卫装备制造行业遭受一定冲击，市场竞争日趋激烈

环卫装备制造行业出现近十年来少见的总产量负增长状况，报告期内环卫低端车型的产量大幅减少，根据中国汽车技术研究中心的《中国专用汽车行业月度数据服务报告》数据统计，2015年我国环卫车辆总产量为66,444辆，同比减少14,929辆，降幅18.35%。从细分品类看，环卫清洁类车辆产量28,069辆，同比减少8,493辆，降幅23.23%，该品类产量下降的主要原因是低端产品洒水车产量同比减少7,232辆，降幅41.45%；垃圾收转类车辆38,375辆，同比减少6,436辆，降幅14.36%，该品类下降的主要原因是非压缩式普通垃圾转运车产量同比减少8,121辆，降幅39.56%。同时，不同类别的环卫车型产量出现巨大分化，环卫创新产品和中高端作业车型（主要包含洗扫车、扫路车、高压清洗车、多功能抑尘车、压缩式垃圾车、餐余垃圾车等）产量有所增长，产量由21,077辆增长至23,649辆，增幅为12.20%，同比增幅较大的车型为多功能抑尘车、扫路车和压缩式垃圾车，同比增长分别为459辆、634辆和1,474辆，增幅为437.14%、15.84%和20.42%。

2015年全国环卫车辆生产企业有260余家，市场参与者较多，但普遍规模较小，年产量超过3,000辆/套的只有3家（不含垃圾中转站装备）。环卫清洁及垃圾收转装备具有较高的技术、品牌、营销网络、售后服务、资质及资金的要求，随着市场竞争的深入，一些市场竞争能力差、新产品开发能力低、产品同质化严重的生产企业正面临市场淘汰，而行业领先者之间主要通过提高技术水平、丰富产品种类、完善客户服务等手段进行综合实力竞争。

### 2、公司业务经营保持良好的发展态势

2015年度公司产量逆势上涨，市场占有率创新高达到6.83%，较2014年上升了2.29个百分点，其中创新产品和中高端作业车型的市场占有率为15.88%，较2014年上升了2.37个百分点。2015年度，公司实现营业收入15.32亿元（合并口径，下同），同比增长29.62%，实现归属于母公司股东的净利润1.51亿元，同比增长16.29%。截至2015年12月31日，公司总资产18.31亿元，同比增长68.33%，归属上市公司股东的净资产10.38亿元，同比增长114.95%。

2015年度，公司主营业务收入15.03亿元，同比增长28.88%，其中环卫清洁装备收入9.53亿元，同比增长15.31%，占公司年度主营业务收入的63.40%；垃圾收转装备收入4.56亿元，同比增长40.51%，占公司年度主营业务收入的30.33%；新能源及清洁能源环卫装备收入0.50亿元，同比增长359.24%，占公司年度主营业务收入的3.33%；公司首次步入环卫服务领域，收入0.36亿元，占公司年度主营业务收入的2.41%；其他主营收入0.08亿元，同比增长73.47%，占公司年度主营业务收入的0.53%。

### 3、制定“环卫装备制造+环卫服务产业”协同发展战略，并取得突破性进展。

为丰富业务类型，延伸产业链条，实现公司“环卫装备制造+环卫产业服务”协同发展战略，成为环境卫生整体解决方案的领先者。2015年公司成立环境工程事业部，收购联营企业龙环环境



其他股东股权将其变为控股子公司，并作为公司环卫产业服务向全国扩张的孵化器，培养优秀的管理人才，推广先进的管理经验，实现“环卫产业服务”战略。同时公司通过不断探索环卫服务项目的 PPP 模式，布局全国各大城市环卫服务产业，推进“环卫产业服务”战略的实现，逐步建立了环境卫生整体解决方案的资源链，成为中国城市环境卫生协会环卫运营专业委员会主任单位，与中国城市建设研究院成为战略合作伙伴单位。2015 年度“环卫装备制造+环卫产业服务”战略取得重大突破，公司成功中标海口龙华区环卫一体化 PPP 项目具有标志性意义，为进一步完善产业结构、培育新的利润增长点开好头。

#### 4、新产品研发成果突出

2015 年，公司积极探索技术创新模式，加强技术研发体制、机制改革，研发队伍和实力进一步增强，全年共完成 57 项研发项目，新产品销售占比逐步回升。

2015 年全年共获授权专利为近五年获授权专利最多，共完成 39 个实用新型专利、5 个发明专利、2 个外观专利的申请，已授权 33 个实用新型专利、4 个发明专利，2015 年专利授权增长 100%；已完成国家知识产权优势企业的申报，2015 年 12 月 11 日公司被评为国家知识产权优势企业；完成“企业标准化良好行为体系”审核，获得 AAA 级证书；参与《农村生活垃圾处理技术规范》行业标准起草工作。

#### 5、挖掘生产潜能，产能瓶颈得以缓解，加强质量管理。

面对产能不足难题，公司重视生产制造业务流程优化和能力提升工作，一方面对部分箱体焊接进行外包、增加垃圾车生产线，另一方面在内部衔接、物资配套、生产计划制定及实施方面进行精细化管理，提高生产效率，尽力满足区域销售需求。

公司重视产品质量管控，进一步加大质量管理力度，并持续探索提高质量管理水平的方式方法。公司完善质量监督体系，制定落实三级质量责任制，落实质量事故调查和责任追究制度，完善整车产品质量管理及考核办法，深入推进质量月活动，提高产品质量检验的标准，保证质量认证一体化体系的有效运行。

#### 6、品牌影响力进一步提升

公司持续推进市场、销售、售后一体化建设，区域销售、后勤支撑服务形成紧密整体，营销团队建设取得显著成效，建立了公平、公开、公正的营销激励机制，方案营销取得良好成效，客户资源不断壮大。公司明确区域职责和权利，加大授权，规范监管，提升市场反馈效率，有效调动区域营销的主动性并提高有效性。

公司品牌规划建设逐步规范，统一品牌形象设计，通过网站升级、微信、企业内刊、专业期刊、新闻媒体、广告宣传、展会等平台，进一步提升“福龙马”品牌。2015 年共获得国家知识产权优势企业、福建省质量标杆企业、福建省标准化良好行为企业、福建省重质量守信誉优秀单位、福建省第四届“诚信经营先进单位”、福建省民营企业文化建设优势企业及龙岩市两化融合示范企业荣誉。

#### 7、提升员工素质，优化人才结构

公司进一步加大管理人才、技能人才、新进员工培训力度，着力培养和引进中高级经营管理人才、创新研发人才，拓宽招聘渠道、创新培训方式，由传统人事管理向现代人力资源管理转型。公司通过了省级技能大师工作室验收和市级职业技能鉴定站的评估，建立了良好的人才培养平台，制订履行职责所需的个性化人才培养计划，持续改进培训方式方法，2015 年组织 353 场的培训，其中内训 328 场，外训 25 场次。公司通过校园招聘、网络招聘、员工推荐等多渠道招聘方式，引进各层次人力资源，阶段性满足人才储备需求，为企业管理和专业技能提升奠定基石。

2016 年公司将牢牢抓住行业发展和上市带来的机遇，继续机制创新管理创新，特别是技术研发管理机制和营销管理机制的完善，进一步激发全体员工的主动性和创造性，改进生产组织模式，加强质量管理，积极引进、培养高级人才，加快环卫服务产业拓展，延伸公司发展空间，促进公

司持续健康发展。

2016年公司经营目标：公司营业收入目标20亿元，利润总额2.15亿元，归属母公司所有者净利润1.82亿元。

具体的经营计划如下：

1、以创建国家级研发中心为平台，把握新能源和清洁能源环卫装备发展方向，运用“互联网+”思维促进环卫装备和环卫服务相互融合，提升公司可持续发展能力。

加快实施创建国家级研发中心，结合国家政策导向、行业发展情况，以及各销售区域需求和调研信息，有针对性地完善国五产品、新能源产品、清洁能源产品的公告；根据客户需求，探索、创新作业模式和作业集成方案；建立立足当前面向长远的技术研发体系，规范研发流程，从源头的流程方面把控并提升研发质量；开展精品线研发项目，力争建成标准化生产线；完善项目专项可研分析，尤其是中长期项目的市场调研与可研分析，为中长期项目的突破提供可靠的数据依据和参考。

对互联网时代背景下的环卫产业发展进行前沿研究，环卫保洁、生活垃圾收运与终端处理是环卫产业领域推进信息化建设的重要板块，运用互联网手段突破传统环卫装备定位和作业管理模式，探索智慧环卫智能化管理平台，开创出环卫新兴产业格局。

2、创新营销管理模式，建立区域自主发展市场机制，全面扩充营销网络，推进产业链延伸。

全面加强一体化营销管理。围绕“有质量的增长”、“转变营销管理模式”——积极推进营销管理改革创新，引导区域转变营销模式、“费用管控”、“团队建设”四个方面落实相关工作。进一步完善年薪考核制度、费用借款制度、代理商管理制度、业务用车制度、业务人员的晋升制度等营销制度，加强全员的风险意识，提高营销各处室及区域负责人的风险管理，积极推进风险评估，特别在风险的源头上的控制，从而最大限度规避风险，提高部门的经营能力。建立、健全品牌传播长效机制，借鉴总结海口PPP项目的经验，来推动装备+服务共同发展。制定项目开拓管理和激励制度，明确环卫一体化整体解决方案的营销思路，从体制上划分好区域与事业部之间的工作内容，有效培养区域的环卫一体化营销意识和工作方法，进一步提高服务项目开拓人员的综合素质，能与区域形成内外结合、优势互补的环卫一体化解决方案营销队伍。

3、强化质量管理，创新生产组织，提升生产、质量管理水平。

开展精品线生产组织，提升产能和质量，做好人员配备的选拔和培训制度的常态化管理、规范关键工序操作、装配过程质量管控、送检车辆的等级考核。改革生产组织模式，进行设备升级、工艺改进和工装保障，突破重要节点上的传统配装方法，实现直接装配，同时细化工序工资和批量生产的模块，提升生产效率；梳理工艺流程，逐步实现总成件的集合提供；推行计件工资同技能等级相结合的薪酬体系，每月树立技能标杆的示范作用；培育并在工艺、技术、资金、采购量方面扶持主要外协厂，使其满足公司发展需求，达到规范、规模式生产；按照公司产品质量提升年的总体部署，实施精品工程的要求，围绕促进提高产品质量的主线来开展，在人员品质意识、质量培训及质量管理等方面实施“2016年质量提升年方案”，推进公司产品质量的提升，并强化外协质量管理。

4、创新人才培养机制，强化企业规范管理。

较大规模开展人才调动培养，突出以环卫服务项目营销和运营人才为培养目标，推出公司管理层“继任者”计划，对普通员工和管理层人员职业生涯规划了解的基础上，鼓励员工主动请缨，

通过考核后入选后备人才库，并进行岗位匹配，进而培养一批综合素质高的管理人才。

进一步加强合规性管理，确保信息披露真实、准确、完整、及时、公平，把握好与投资者、证券服务机构、媒体等的沟通尺度。开展公司董监高及关键、敏感岗位人员的培训，做好公司重大信息披露事务的管理和报备。

#### 5、择机启动并购和再融资计划

2015年，公司为了拓展环卫产业布局 and 战略发展，曾尝试兼并重组的方式去拓展市场，筹划重大资产重组事项，但因交易双方未能在交易对价、交易方式及部分关键合作条款上达成一致，重大资产重组终止。2016年公司将根据自身发展的实际需要，积极对内、外部资源进行整合，在公司稳健经营的基础上，择机通过并购、参股或联营等形式对外扩张，方向为与环卫产业相关的、资产质量较好、能显著增强本公司生产技术实力或拓展产业链条的企业，进一步扩大公司的市场份额，降低生产成本，提高整体竞争能力，巩固公司在环卫产业领域的优势地位，实现公司跨越式发展。

在完成本次股票发行上市后，公司的资本结构和业务构成得到较大改善，为今后再融资创造了良好的条件。未来，公司将根据业务发展的实际情况和相应资金需求，科学地利用资本市场再融资功能进行股权融资，或发行债券、利用银行贷款等进行权融资，以保持公司健康合理的资本结构，促进公司总体发展战略与目标的实现。

## 七 涉及财务报告的相关事项

7.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

无

7.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

无

7.3 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

本公司将厦门福龙马环境工程有限公司（以下简称厦门福龙马公司）和福建省龙环环境工程有限公司（以下简称龙环环境公司）等 2 家子公司纳入本期合并财务报表范围，详见本财务报表附注合并范围的变更和在其他主体中的权益之说明。

7.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

无