

造纸行业上市公司动态(二)

山鹰纸业(600567)

一、公司总体经营情况

2013年是公司发展过程中的重要一年,在这一年中公司完成了与同行业公司吉安集团的兼并重组,实现了生产规模的迅速扩张。2013年度公司生产经营总体保持稳定,实现了产销平衡。通过优化产品结构,发挥了两家公司的协同效应,从而大幅提升了本公司的综合竞争力。随着公司重组后的顺利整合,以及各项制度的完善,公司的经营业绩未来将更上一个新台阶。

二、公司主营业务情况

公司主营业务情况见表1。

三、公司发展战略

公司明确以继续利用废纸发展高档包装纸板和新闻纸、文化用纸

等品种,并向上下游产业链延伸,增强企业在同行业中的竞争能力为方向,坚持发展循环经济,发展生态纸业,加强环境治理,进一步实现清洁生产,走可持续发展道路,把公司建设成为现代化高效环保型造纸企业。2014年度公司将通过横向和纵向的整合推进目标实现。即通过创一流管理,树行业标杆组建专业化的事业部,更加有效地发挥集中采购优势、生产优势和销售优势,进行产业链的纵向整合;推动内部管理标准化、规范化,通过规模化的内部比较优势,提高效率,降低成本,优化管理,进行产业链的横向管理。

四、公司经营计划

公司2014年总体经营目标为:计划完成造纸产量260万t;计划完成瓦楞箱纸板纸箱产量9.69亿m²;

计划实现营业收入97.66亿元以上,3项费用总额控制在13.69亿元以内,其中:营业费用4.29亿元、管理费用4.49亿元、财务费用4.91亿元。

晨鸣纸业(000488)

一、公司总体经营情况

报告期内,公司实现营业收入2038889.01万元,比2012年增加62721.08万元,增长3.17%;营业成本1665188.60万元,比2012年减少4188.23万元,降低0.25%;实现营业利润及归属于母公司所有者的净利润分别为40354.09万元、71065.53万元,分别增长196.95%和221.51%。报告期间费用325845.38万元,比2012年减少8904.24万元,降低2.66%;研发投入37926.12万元,比2012年增加8556.29万元,增长29.13%;经营活动产生的现金

表1 山鹰纸业主营业务情况

分行业或分产品	主营业务收入/亿元	主营业务成本/亿元	毛利率/%	主营业务收入与上年同比变化/%	主营业务成本与上年同比变化/%	毛利率与上年同比变化
分行业						
造纸包装	58.86	48.48	17.63	74.36	80.47	减少2.79个百分点
商品流通	52.23	49.51	5.20	-24.76	-24.62	减少0.16个百分点
其他	0.10	0.07	29.33	448.65	364.09	增加12.88个百分点
分产品						
箱纸板原纸及制品	55.97	45.98	17.85	99.61	104.58	减少2.00个百分点
文化用纸	0.04	0.04	14.29			
新闻纸	2.85	2.47	13.29			
废纸	5.22	4.95	5.20	-24.76	-24.62	减少0.16个百分点
其他	0.10	0.07	29.33	448.65	364.09	增加12.88个百分点

流净额为112261.68万元，比2012年减少83424.97万元。

二、公司主营业务情况

公司主营业务情况见表2。

三、公司发展战略

随着经济形势好转，行业逐渐复苏，公司业绩将会出现稳步增长，公司未来业绩值得期待。

(1) 调整产品结构，重点发展高端纸品。公司80万t高档低定量铜版纸项目、45万t高级文化用纸项目、60万t高档涂布白牛卡纸项目已经建成投产，并陆续投资建设了13.6万t高档生活用纸项目、35万t高档包装用纸项目、19万t高档文化用纸和18万t纸杯原纸项目等，公司将以此为契机进一步提高产品档次，力争在未来一段时间内逐步步入国际造纸先进行列。

(2) 解决制约公司发展的原材

料瓶颈，提高产品成本控制能力。公司以建设湛江木浆项目及配套原料林基地和黄冈晨鸣木浆项目及配套原料林基地建设为重点，打造“林浆纸一体化”的产业链，从而摆脱上游资源对公司的制约，增强公司的可持续发展能力。

(3) 高度重视环保建设，以“节能减排、和谐发展”为目标。随着国家新环保标准的实施、环保治理力度的加大，公司将大力发展循环经济，以废物交换、循环利用，最大限度地提高资源利用率，同时加大环保项目建设力度，切实保证公司废弃物的达标排放。

(4) 加强技术创新与人才培养。与国际造纸企业比较，目前技术与人才两个方面是薄弱环节，一方面公司将坚持内培外引，提高队伍素质；另一方面坚持科技兴企，增强自主创新能力。

(5) 提升企业管理，提高运行

质量。一是践行“用制度管人，按标准做事”的管理理念，完善各项制度和流程，增强制度执行力；二是提高设备自动化和管理信息化水平，按国际先进企业标准实现定岗定员；三是深化薪酬制度改革，完善绩效考核体系，设立多种晋升通道和职级；四是强化管理人员管理意识，提高发现和解决问题的能力。

(6) 开拓国内外市场，拓展发展空间。一是实施积极合理的营销策略，根据市场变化及时调整产品结构，通过创新的营销、创新的服务，进一步扩大国内外市场份额；二是加强营销管理，依托管理咨询机构，率先在销售系统推行新的管理模式，调整公司产品管理架构，强化市场细分管理，加大培训力度，打造业务素质过硬的销售队伍；三是健全国际营销网络，强化海外销售力量，扩大出口份额；四是开展

表2 晨鸣纸业主营业务情况

分行业或分产品	主营业务收入/亿元	主营业务成本/亿元	毛利率/%	主营业务收入与上年同比变化/%	主营业务成本与上年同比变化/%	毛利率与上年同比变化
分行业						
机制纸	182.44	150.89	17.30	0.53	-2.33	增加2.42个百分点
电力及热力	15.19	11.30	25.68	89.81	87.22	增加1.03个百分点
建筑材料	2.41	2.04	15.44	-30.00	-32.29	增加2.85个百分点
酒店	0.36	0.09	76.35	-24.85	-31.25	增加2.20个百分点
其他	1.12	0.62	44.29	719.32	493.74	增加21.17个百分点
分产品						
轻涂纸	9.59	7.97	16.91	-18.03	-23.32	增加5.74个百分点
双胶纸	25.73	21.01	18.34	-11.05	-15.48	增加4.27个百分点
书写纸	3.08	2.49	19.02	10.45	-6.18	增加14.35个百分点
铜版纸	45.04	38.63	14.23	11.51	2.65	增加7.40个百分点
新闻纸	15.02	11.03	26.54	-15.37	-11.97	减少2.84个百分点
箱纸板	8.12	8.15	-0.37	54.13	58.79	减少2.95个百分点
白卡纸	21.62	17.38	19.60	7.55	5.58	增加1.50个百分点
静电纸	19.07	17.97	21.52	19.87	22.10	减少1.43个百分点
其他机制纸	35.17	29.24	16.84	-9.00	-10.14	增加1.06个百分点

电子商务，加快虚拟终端市场建设，开展面向客户的电子商务业务，通过网络营销拓宽销售渠道。

四、公司2014年经营计划

(1) 企业管理。一是牢固树立、坚决执行“打造团队、严细管理、业务精湛、创出佳绩”的工作方针。二是在企业管理方面主要采取以下四项措施：①对现有管理制度重新修订完善，做到简单、有效、易行，为严细管理创造基本条件。②抓好团队建设。遵循编制好培训材料、严格考试、合格上岗、不合格淘汰的原则。③加强严细管理，在“严”与“细”上做好文章。④完善激励机制，创新激励办法，推行竞争上岗，进一步调动干部员工的积极性。

(2) 经营管理。通过优化产品结构，增加高效益区域投放等来增加效益；借鉴先进企业营销激励办法，完善绩效考核方案，体现多劳多得，充分激发销售积极性；完善制度，严格控制风险，对业务操作中以谋取私利为目的形成风险，损害公司利益构成犯罪的追究刑事责任；通过研究市场，及时制定销售策略等措施降低库存，降低资金占用，赢得市场主动；加强新产品推广，对热敏纸、格拉辛纸等高附加值产品建立专业销售队伍，增加公司收益。

(3) 生产管理。一是高度重视改造投产项目和新建投产项目的运营，对公司80万t铜版纸项目、60万t白牛卡纸项目、吉林晨鸣环保迁建项目、美伦造纸助剂项目、武汉特种纸改造及生活用纸项目重点管理，尽快形成效益增长点。二是

抓好产品结构调整和新产品开发工作。完成格拉辛纸、热敏纸等新产品开发，丰富产品结构，提高应对市场能力，并增加对新产品及高附加值产品的销售。三是抓好技术研发与技术应用工作，提高核心竞争力。研究使用纤维增强和填料改性技术、新型胶黏剂替代技术等，降低成本，增加效益。四是严抓设备基础管理，杜绝大的设备责任事故。五是继续落实定岗定员工作。通过岗位合并和自动化改进，降低人工成本。

(4) 项目管理。一是根据“精心规划、铸造精品、争创进度、效益验证”的项目建设方针，对原有的项目管理制度进行修订完善，使各项制度充分体现方针精神。二是提高项目人员专业技能，走出去学习，请进来培训。三是从前期论证到过程管控、从土建单位招标到设备供货商选择等都从严要求，确保工程整体质量。四是明确项目节点及质量目标，责任到人，严明奖惩。重点做好以下几项工作：①对江西晨鸣35万t高档包装用纸、湛江晨鸣18万t纸杯原纸及19万t文化用纸等在建项目，抓好节点管控与考核，严格质量与成本控制，确保按时投产。②对黄冈晨鸣林浆纸一体化等正在规划审批的项目，要反复论证，优化方案，确保项目成为世界一流的精品工程。

(5) 其他重要工作。一是加快财务公司筹建，确保按时开业运营；二是申办融资租赁公司，充分利用境外资金，降低融资成本；三是通过扩大境外资金使用量、拓展融资渠道、提高资金使用效率等措施，

降低财务费用；四是通过进出口公司加大贸易量，开发源头客户，与优质客户建立战略合作关系，控制优质货源等措施，实现经济效益；五是通过降低库存、推广厂商银业务、提高合同履约率等降低资金占用，降低财务成本。

凯恩股份(002012)

一、公司总体经营情况

2013年，公司实现营业收入97983.62万元，比上年同期增长13.42%；实现营业利润1630.93万元，比上年同期减少84.51%；实现利润总额2198.88万元，比上年同期减少80.36%；归属于母公司所有者的净利润为1455.53万元，比上年同期减少83.07%。2013年，公司营业收入增长，但营业利润、利润总额及归属于母公司所有者的净利润下降幅度较大，主要有以下两个方面的原因：

(1) 公司控股子公司浙江凯恩电池有限公司（以下简称“凯恩电池”）报告期内主要原材料价格下降，导致凯恩电池产品销售价格下调。同时，加上电池市场竞争加剧、凯恩电池的客户结构变化较快、订单不足等因素影响，2013年度出现经营困难，销售收入下降了47.21%，产品盈利能力严重不足；凯恩电池库存产品出现滞销，本着谨慎性原则，凯恩电池对存货进行了全面清查，按照账面价值与可变现净值的差额对期末存货计提了大额存货跌价准备。凯恩电池部分客户由于行业持续低迷，出现严重经营困难，部分应收账款回笼存在较大不确定

性。因此，凯恩电池对收回难度较大的应收款项计提了专项坏账准备；由于上述原因的存在，凯恩电池出现较大的经营亏损，2013年亏损9660.24万元。

(2) 毛利率下降。由于市场竞争激烈，公司部分产品价格下降及产品销售结构与上年相比有所变化，导致公司综合毛利率比上年同期下降3.26个百分点。

二、公司主营业务情况

公司主营业务情况见表3。

三、公司面临的机遇与挑战

公司是国内唯一能够系列化生产电解电容器纸的厂家，但国内也有部分厂家生产部分型号的电解电容器纸，对公司的中低端市场造成冲击，市场竞争日趋激烈。公司其他非电解纸产品，如无纺壁纸原纸、滤纸等面临的市场竞争环境则更加激烈。

1. 公司未来的发展机遇

(1) 我国特种纸需求仍处于一个持续的快速增长期，国家对于特种纸行业是高度重视和鼓励发展的行业。对于公司而言，面临一个较

好的发展机遇。

(2) 公司在特种纸行业，特别是电气用纸领域具有较强的专业研发团队及一流的专业设备，能够积极开发具有广阔市场前景的新产品。

2. 公司未来面临的挑战

(1) 公司在国内某些特种纸产品领域处于龙头地位，随着国内同行业的发展，同行业公司把凯恩股份作为主要竞争对手，这些特种纸产品的市场竞争日趋激烈。

(2) 新产品、新技术的推出周期越来越快，新产品保持高额利润的周期越来越短，对公司研发工作带来新的挑战。

(3) 公司拟开展的新业务、拟开发的新产品、拟投资的新项目：2014年，公司将继续专注于高附加值特种纸和动力电池的研究和开发。

四、公司2014年经营计划

展望2014年，市场竞争激烈的态势不会改变，主要原材料价格的不确定性、劳动力成本、环保成本的上升压力将长期存在。

为确保公司持续稳定的发展，2014年的工作重点思路是：坚持稳中求进、以稳促进的工作思路，

紧紧围绕市场，积极开展各项工作，充分释放现有技改成果和产能优势，稳定提高产品品质，有效降低生产成本，切实提高产品市场占有率，进一步优化公司产品结构，努力形成电解电容器纸和滤纸、壁纸原纸产品齐头并进的良好态势，有效提升公司抗风险能力，从而实现公司稳定可持续发展。2014年，公司将从以下几个方面开展工作：

1. 细化内部管理，稳定提升品质

产品品质的稳定，品质的持续提高仍然是2014年工作的重中之重，2014年公司将继续加强和细化内部管理，不断完善各项考核制度，积极推广MES项目应用，促使产品质量再上台阶，从而进一步扩大生产和销售规模。

2. 深入内部挖潜，切实降低成本

以经济责任制考核为抓手，积极实施各项节能减排降耗措施，通过提高有效作业时间，完善和改进工艺、设备、配方、原材料等措施，在保证产品品质的前提下，有效降低产品的生产成本。

表3 凯恩股份主营业务情况

分行业或分产品	主营业务收入/亿元	主营业务成本/亿元	毛利率/%	主营业务收入与上年同比变化/%	主营业务成本与上年同比变化/%	毛利率与上年同比变化
分行业						
造纸	8.86	6.06	31.63	26.13	32.43	减少3.25个百分点
电池	0.78	0.77	1.17	-47.21	-34.56	减少19.10个百分点
分产品						
工业配套用纸	4.63	2.74	40.77	26.00	29.32	减少1.52个百分点
特种食品包装用纸	0.96	0.68	29.21	-9.93	-5.44	减少3.36个百分点
过滤纸	2.47	2.02	18.38	50.28	58.37	减少4.16个百分点
动力电池	0.78	0.77	1.17	-47.21	-34.56	减少19.1个百分点
其他纸	0.79	0.62	22.46	24.82	34.09	减少5.36个百分点

3. 强化市场开拓, 加强产品服务

新的一年, 市场竞争将会更加激烈, 公司要全力以赴地巩固现有客户的市场份额, 积极开拓新市场、新客户, 紧抓机遇, 进一步提高产品的市场占有率。针对目前多变的外部环境, 销售部门要加强市场调研和分析预测, 及时掌握市场动态, 提高营销决策水平。根据市场变化, 制定销售预案, 采取灵活的营销策略。在电解电容器纸产品的销售方面, 在确保原有市场份额的基础上, 继续深化与高端客户的战略合作, 提供个性化服务, 力争更多的高端市场份额。

4. 加快新品研发, 优化产品结构

2014年, 公司将继续高度重视新产品的开发工作, 进一步提高新产品开发的成功率, 并尽快形成批量销售。

5. 强化员工培训, 重视安全生产

继续加强员工安全教育培训工作, 进一步提高员工的综合素质, 以5S管理为切入点, 切实加强安全生产、文明生产管理及现场管理, 广泛开展安全生产技能培训, 在企业中全面提高各级管理人员和生产员工的安全生产意识和安全生产技能, 建立一支政治素质过硬、技术全面的安全生产管理队伍和员工队伍。

6. 努力改善电池业务的现状

2013年12月, 公司对凯恩电池的管理团队进行了调整, 新的管理团队将从思路和行动上围绕“明现状、找对策、求生存、谋发展”的工作要求, 力争改善凯恩电池经营

严重亏损的现状, 使凯恩电池在2014年的生产和经营逐步好转。

恒丰纸业(600356)

一、公司总体经营情况

报告期内, 面对严峻的经济环境和激烈的市场竞争, 公司围绕总体战略和经营规划, 以战略目标为驱动, 着力优化产品结构, 提高产品竞争力; 着力推进管理变革, 培育发展潜能, 审时度势, 共克时艰, 谋求发展。继续保持了良好的发展势头。

(1) 市场结构进一步优化, 主要指标实现增长。在行业需求增长乏力、同行业效益普遍下滑的形势下, 通过不断调整经营策略, 加强内部控制, 全年完成产量118640 t、销量120234 t, 营业收入151779万元, 分别比上年同期增长1.82%、5.31%、4.65%。实现利润10416万元, 尽管由于期间费用增加导致利润同比下降16.21%, 但卷烟纸、高透成形纸市场增量明显; 大品牌市场开发取得突破性进展; 圣经纸实现国内重点客户稳定供货。国内综合市场占有率达到32.15%, 行业竞争优势进一步增强。

(2) 战略目标稳步推进, 国际化发展取得新进展。稳步推进各项职能战略, 促进公司战略升级。国际市场覆盖区域进一步扩大, 全年实现出口销售收入8084.47万元, 比上年同期提高27.08%; 征地工作全面进入收尾阶段, 为未来发展储备了战略资源。

(3) 自主创新务实推进, 项目调整进展顺利。卷烟纸用特殊功能

助剂及高透成形纸浆种替代工作进展顺利, 手卷纸系列、LIP 卷烟纸、圣经纸等产品研发效果突出, 全年获得5项研发专利授权, LIP 发明专利获得7个国家受理; 年产3000 t 麻浆浆板机、T5纸机、14[#]机等改造升级项目顺利实施, 体现了公司自行安装、自主维修实力。国家清洁生产及能源管理中心项目扎实推进; 强化安全基础管理, 公司获“国家安全生产标准化二级企业”称号。

(4) 各项管理扎实深入, 企业发展能力进一步增强。完善内控管理体系, 推进经济结构分析和效益考核, 提高了资金运营效率; 与对俄贸易工业园区物流企业建立战略合作关系, 实现部分保税木浆直送分厂; 生产控制手段不断优化, 运行稳定高效, 产品质量持续提升。公司检测中心获得CNAS 认可证书; 圣经纸产品通过FSC/COC 森林管理体系认证; 完成 MIS 系统数据构架升级, ERP 升级项目通过验收, 启用视频会议系统, 企业信息化管理进一步与国际接轨。

二、公司主营业务情况

公司主营业务情况见表4。

三、公司发展战略及经营计划

从市场情况看, 国际控烟形势日趋严峻, 世界烟草市场的品牌集中度越来越高。国内限制“三公”消费、公共场所禁烟等一系列政策的施行, 使烟草行业面临发展模式转型和结构调整。从行业竞争形势看, 将继续呈现供大于求状态, 受下游行业需求放缓的

表4 恒丰纸业主营业务情况

分行业或分产品	主营业务 收入/亿元	主营业务 成本/亿元	毛利率/%	主营业务收入与 上年同比变化/%	主营业务成本与 上年同比变化/%	毛利率与上年 同比变化
分行业						
造纸及纸制品	15.15	10.93	27.87	4.60	3.16	增加1.01个百分点
分产品						
卷烟纸	6.33	3.68	41.83	1.51	-0.91	增加1.42个百分点
滤嘴棒纸	6.01	4.78	20.39	7.73	8.86	减少0.82个百分点
铝箔衬纸	2.50	2.11	15.81	-11.17	-12.32	增加1.11个百分点
其他纸	0.84	0.88	-5.01	64.68	20.38	增加39.01个百分点
减：内部抵销	-0.52	-0.52				
合计	15.15	10.93	27.87	4.60	3.16	增加1.01个百分点

影响，行业竞争将更为激烈，甚至呈现白热化趋势。对此公司将进一步加强内部控制，调整经营策略，抓好新项目产能释放，提升盈利能力。巩固在整体竞争中的优势地位并使之不断得到强化。公司对企业中长期的发展方向进行了深入的研究和讨论，制定了《2013—2017战略规划大纲》并确定了继续推进国际化发展战略、专注于特种纸产品领域、推进企业规模扩张及关注产业链延伸的战略发展方向，通过持续推进职能战略的深入落实，保证和促进公司战略顺利实施。

公司计划实现营业收入170000万元，期间费用列支额控制在30600万元，其中销售费用13200万元，管理费用11100万元，财务费用6300万元。

中顺洁柔 (002531)

一、公司总体经营情况

报告期内，中顺洁柔实现营业收入250171.87万元，较上年同期增长6.94%；归属于母公司的净利润为11593.52万元，比上年同期下降27.04%。

二、公司主营业务情况

公司主营业务情况见表5。

三、公司发展战略

公司继续采取横向一体化，并与关键客户建立战略联盟的经营战略，坚持以纸巾为核心业务，提升核心竞争力、产品制造能力，扩大营销网络；并利用自身渠道优势，跨界经营纸尿裤产品。2013年，公司在品牌战略方面将继续

主推洁柔、C&S国际版、太阳三大品牌，围绕“黑白红橙”品牌色彩升级洁柔、C&S、太阳品牌产品，丰富产品线。2012年底太阳品牌获得世界知名游戏“愤怒的小鸟”独家授权，开发了太阳国际版，2013年6月，公司推出了更轻便、更小巧的非常Q迷你纸手帕，更小的规格，更Q的包装，轻松入袋，节约环保。2014年，公司在营销方面推行三打两抢的管理要求：打造一流品牌、一流体系、一流人才，抢占渠道网络、抢占终端资源。以打造百年企业为公司愿景，使用世界一流的设备、一流的原材料，制造一流的品质；树立以员工为先，合作伙伴为重，消费者为核心，而后才有股东回报的企业价值观的企业文化为宗旨，为职员制定职业生涯规划，且晋升有选举权和

表5 中顺洁柔主营业务情况

分行业或分产品	主营业务 收入/亿元	主营业务 成本/亿元	毛利率/%	主营业务收入与 上年同比变化/%	主营业务成本与 上年同比变化/%	毛利率与上年 同比变化
分行业						
生活用纸	24.81	17.25	30.48	7.07	8.86	减少1.14个百分点
分产品						
卷纸类	12.76	9.72	23.85	0.49	4.07	减少2.62个百分点
非卷纸类	12.05	7.53	37.50	15.05	15.73	减少0.36个百分点

被选举权，并在销售、生产、财务等主要业务部门采取了“坐电梯”似的薪酬政策，高收入与高标准、高要求相结合，因此，职员积极性普遍提高。同时，2014年公司将继续推进产销分离模式，并进一步深化至生产、供应、销售、行政费用、财务费用五大模块的独立核算。以标准成本、标准费用为目标，明确职责与利益，以期促进五大模块共赢，从而达成公司的销售与利润目标。

四、公司发展规划

目前，公司产能达到33万 t/a左右。根据行业发展态势，公司将继续扩大规模，力争在5年内达到100万 t/a 的生产能力。

景兴纸业 (002067)

一、公司总体经营情况

报告期内，公司主导产品的平均价格低于上年同期，公司盈利能力下降，2013年度，公司实现营业收入3021515326.71元，较上年同期下降2.66%；营业成本2664841840.07元，较上年同期下降1.27%；实现营业利润-3698479.82元，实现归属于上市公司股东的净利润

12918312.21元，较上年同期下降13.92%，公司综合毛利率较上年同期下滑了1.24%。报告期内，公司期间费用为356490410.42元，比2012年下降了5.87%；公司研发支出为63568307.53元，占营业收入的比例为2.11%，比上年同期上升3.47%；经营性现金流净额为330246937.78元，比上年同期增加了262.12%。

二、公司主营业务情况

公司主营业务情况见表6。

三、发展规划

公司所处箱纸板行业与经济增长具有高度的相关性，特别是与消费和出口增长的关系密切。基于行业特点和宏观基本面以及公司自身经营情况，公司未来将继续做精做强原有的箱纸板业务，重点增加高端瓦楞原纸产能，适度增加高附加值、高盈利产品的生产量，保持在行业内的地位及产品的市场份额；另一方面积极向生活用纸领域发展，利用公司在废纸纸浆和环保方面的技术特长，适时地发展绿色再生生活用纸产业，使公司最终发展成为一个依托环保再生技术为主的大型绿色造纸行业。

(1) 保持公司在箱纸板领域的

行业地位，完善公司产品结构。一直以来公司以专业生产高档牛皮箱纸板为主，由于行业资金密集型的特点，使得公司在发展过程将有限资金主要用于增加牛皮箱纸板产能的建设，以保持行业地位和市场占有率，造成了公司产品单一、配套不足的现状。目前在公司的牛皮箱纸板生产已达到了适度规模情况下，公司未来将投入资金建设高档瓦楞原纸的产能，完善公司包装用纸的产品结构，实现配套销售，满足下游客户生产的实际需要。

(2) 多渠道并举丰富产业结构，打开公司成长空间。在过去几年里，公司经历了中国经济高速增长所带来的巨大发展机遇，也遭遇了金融危机、欧债危机对行业的沉重打击，盈利能力大幅波动。为平滑行业周期性所造成的业绩波动，公司进军生活用纸领域也将成为公司经营的重头戏，并计划利用公司在废纸纸浆和环保方面的技术特长，适时地发展再生生活用纸产业。与此同时，公司将寻找一些基本面稳定、业务及业绩增长较为明确，且风险在公司可承受范围内的项目进行投资，以改善造纸行业投入大回报偏低的现状，进一步拓展公司的成长空间，实现公司可持续健康发展。

表6 景兴纸业主营业务情况

分行业或分产品	主营业务收入/亿元	主营业务成本/亿元	毛利率/%	主营业务收入与上年同比变化/%	主营业务成本与上年同比变化/%	毛利率与上年同比变化
分行业						
造纸	29.88	26.36	11.77	-3.27	-1.76	减少1.35个百分点
分产品						
原纸	25.50	22.35	12.36	-2.49	-0.88	减少1.42个百分点
纸箱及纸板	4.03	3.70	8.33	-13.46	-12.57	减少0.94个百分点
生活用纸	0.34	0.32	7.87	377.86	452.31	减少12.42个百分点

(3) 加大研发力度, 围绕节能降耗, 清洁生产, 新品种开发这三大主题进行研发的投入。随着国内逐渐增强的环保意识和政府节能减排措施政策的进一步落实, 未来公司将持续在废纸高效处理技术、节能降耗技术及废水回用技术等方面进行研发投入, 这不但是企业社会责任的自觉体现, 更是关乎公司可持续发展的根本。公司还将不断开发新型包装纸种, 使得公司产品更贴近客户需求和顺应市场发展, 并主动向市场提供优质新产品, 以引导客户消费习惯, 增加公司产品营销的主动性。

(4) 形成符合公司特色的人才激励机制。作为从民营企业发展起来的上市公司, 公司人员配置精简高效。但是随着规模的快速扩张, 公司在管理、营销、技术、战略规划等各个方面的高端人才始终处于紧缺状态, 尽管公司在内培养优秀员工、在外向社会广招人才, 但受制于过去几年来行业受宏观经济影响业绩波动较大, 公司亦未能形成长期有效的人才激励机制, 因此人才储备一直未能满足公司发展需求。未来公司将重点谋求建立符合公司根本利益的人才引进和激励制度, 以事业、以机制吸引人才并留住人才, 为人才提供发展和职业提升的平台和空间, 让人才安心为企业服务, 使得企业真正保持可长久发展能力。

四、经营计划

2014年度, 公司在前期建设的30万t高强度瓦楞原纸以及6.8万t生活用纸的产能将陆续建成, 新产

能投入使用后将在短期内带来公司成本上升的压力并压缩公司的盈利空间, 同时面对零售领域的生活用纸销售模式完全不同于公司以往作为工业原材料的箱纸板营销模式, 因此公司能否在新的市场领域成功拓展也将给公司经营带来一定的不确定性。针对以上情况, 2014年公司经营重心将围绕以下几方面展开:

(1) 加快产品结构调整, 落实产品配套销售, 保持行业第一梯队的优势。2014年公司将在保证质量的前提下加快30万t高档瓦楞原纸项目的建设步伐。项目建成投产后, 公司长期产品结构单一, 无法实现配套销售的局面将有所缓解, 公司销售主动性也将得到提升。通过牛皮箱纸板和瓦楞原纸的配套销售可以满足客户对产品品质和上机技术参数匹配的要求, 一方面以更贴心的服务换取市场份额, 扩大销售收入, 同时也提高了公司对主导产品的订价能力, 继续保持公司在传统产品市场的优势和行业地位。该项目预计在2014年度第四季度投入使用, 由于产能释放后的客户对象主要为公司现有的客户群体, 并不会对公司销售形成很大压力。

(2) 合理安排生活用纸营销模式和客户结构, 低成本快速消化产能。按公司6.8万t生活用纸项目工程建设进度, 预计2014年内可释放的生活用纸原纸产能约为1万t, 和目前已形成的后加工能力及销售网络相匹配。公司生活用纸部门将根据已形成的营销模式和客户结构, 按产能释放的进度制定出各阶段经销商(GT)、零售商(KA)、居家外(集团采购)(AFH)等不同类

型客户之间的合理结构, 以及自主营销和原纸贴牌加工等不同营销模式之间的结构比例, 以确保既能满足产品推广至各地区零售终端市场的需要, 使得公司“品萱”品牌的生活用纸在消费者中形成一定知名度, 同时也能够最大程度降低销售费用并快速消化逐步释放的生活用纸原纸产能, 以缓解新产品投产初期各项成本上升对公司经营的负面影响。2014年度公司在已形成的营销网络基础上, 计划将零售门店扩充至1500家, 将经销商规模扩大至100家左右, 此外公司还将以和光明集团的合作为试点, 努力尝试与零售商共同经营的模式, 达到低成本快速消化生活用纸产能和扩大市场的目标。

(3) 继续优化管理体系, 改善运行效率, 严控经营风险。2014年度公司将注重业务流程管理, 并借助信息管理系统进一步提高管理和控制风险水平, 保证业务平稳扩张和公司的可持续发展。在瞬息万变的宏观经济和市场环境下, 努力探寻行业变化规律, 增强市场预测的敏感度和准确性, 根据市场变化趋势指导公司采购、生产、储运等经营活动。强化信用管理和预警机制以及财务监管力度, 严格把握客户资信审核, 落实账款回收及逾期催收的责任, 多角度严控风险。加大费用预算管理力度, 严格控制非生产性支出。统筹安排资金需求, 尝试多渠道融资方式降低资金成本。在行业发展趋缓的形势下, 继续优化公司资源配置提高运行效率。

(4) 外部引进内部选拔, 建设人才蓄水池。2014年公司将以自主

培养和外部引进相结合的方式，扩充公司发展所需管理技术及市场营销人才。公司将继续为员工制定符合自身定位的发展规划，并提供相关的职业培训提升员工整体素质，完善人才评价和激励机制，打造适应公司发展的企业文化，形成公司中长期人才发展规划。

美利纸业 (000815)

一、公司总体经营情况

报告期内，全年共生产各种机制纸11.71万t，同比减少29.37%，其中：中高档文化用纸及特种纸10.91万t，同比减少25.43%；纸板0.80万t，同比减少58.97%。报告期内，公司营业收入实现553185490.34元，比上年同期减少

59.41%；营业利润-261677469.95元，比上年同期减少504.45%，净利润-241384599.82元，比上年同期减少1059.16%。

二、公司主营业务情况

公司主营业务情况见表7。

三、公司经营计划与目标

多年来，国内一些领先的造纸企业凭借规模大、资源控制能力强、技术装备先进，获得了较高的市场占有率，在市场竞争中处于优势地位。对于中小企业，不但面临行业节能减排、淘汰落后产能的压力，还要在低迷的市场环境中求生存，企业整体面临的竞争更加激烈。然而，未来这种竞争格局将会逐渐改变，随着造纸下游市场需求逐渐

向个性化、多样化、精品化、绿色环保等方向发展，一些中小企业将会迎来发展机会，如果能充分发挥“船小好掉头”的优势，紧跟行业发展的趋势，将会获得一定市场空间和优势。

2014年公司将做好产业经营与资本运作两轮驱动：立足公司实际，大力推动产品结构调整，努力开发适应公司机台特点、可充分利用公司既有资源优势的产品；优化人员结构，持续推进管理提升，继续调整优化公司管理体制和运营机制，强化执行力和内控管理；继续推动资本和资产结构调整，逐步解决公司债务负担沉重、低效资产较多的问题，提升企业盈利能力，确保企业良性发展。

表7 美利纸业主营业务情况

分行业或分产品	主营业务收入/亿元	主营业务成本/亿元	毛利率/%	主营业务收入与上年同比变化/%	主营业务成本与上年同比变化/%	毛利率与上年同比变化
分行业						
造纸	4.84	5.29	-9.32	-54.56	-46.82	减少15.91个百分点
建筑	0.34	0.26	24.44	-66.18	-65.90	减少0.61个百分点
分产品						
特种纸	1.24	1.23	0.65	-69.66	-64.29	减少14.93个百分点
胶版纸	0.29	0.33	-11.58	-57.12	-52.01	减少11.87个百分点
书写纸	3.13	3.57	-14.04	-41.35	-32.11	减少15.52个百分点
箱纸板	0.17	0.16	8.48	-67.43	-70.99	增加11.24个百分点
建筑收入	0.08	0.07	15.96	-87.86	-87.43	减少2.87个百分点
安装收入	0.26	0.19	27.20	-19.22	-4.32	减少11.33个百分点

