

山东滨州渤海活塞股份有限公司

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 中兴华会计师事务所（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
A股	上海证券交易所	渤海活塞	600960	滨州活塞

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王洪波	顾欣岩
电话	0543-3288868	0543-3288868
传真	0543-3288899	0543-3288899
电子信箱	dsh@bhpiston.com	dsh@bhpiston.com

1.6 根据中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的审计报告，公司 2015 年度实现归属于母公司的净利润 22,326,106.22 元，期末公司累计可供分配利润为 501,710,815.14 元。公司 2015 年度利润分配预案为：以公司总股本 524,719,390 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.1 元（含税），共计派发现金 5,247,193.9 元，剩余未分配利润结转下一年度。2015 年度公司不进行资本公积金转增股本。

二 报告期主要业务或产品简介

（一）公司主营业务

本公司主要从事活塞的设计、开发、制造及销售；同时经营汽车、机械、内燃机的生产销售；机床设备及配件的生产销售；铝及铝制品的生产销售；工业用油、润滑油及齿轮油的销售；备案范围内的进出口业务。产品广泛应用于各种汽车、农用机械、工程机械、船舶、军工及空压机等动力机械，其中主要以汽车应用为主。公司主导产品高性能活塞的直径横跨 30mm 至 400mm，品种达 1,000 多个，为一汽、一汽大柴、上柴、潍柴动力、中国重汽、长安集团、广汽集团、玉柴、奇瑞汽车、江淮汽车、东风康明斯、北汽福田、哈东安、云内动力、德国大众、韩国大宇、川崎重工、卡特彼勒、美国通用电气等国内外著名主机厂家配套，并建立了覆盖全国的社会配件营销网络。

（二）公司经营模式

公司坚持以客户为中心，强调围绕客户的需求进行开发、设计、营销和服务，实现了价值链的拓展。随着国内市场竞争更加激烈，出现了产品市场需求波动大、产品定制化程度高的特点，公司为了应对新的市场需求，增强对信息化数据的管理，采用以销定产、以产定购、订单拉动、管理联动的生产模式，实现了从顾客需求识别到交付和售后服务的整个价值链（CRM（Customer Resources Management 客户关系管理）→ERP（Enterprise Resources Planning 企业资源规划）→CRM）的快速反应管理和分析，保证了公司满足市场变化的要求。

1、采购模式

公司采用集中采购的模式，通过 ERP 和采购电子操作平台相结合的操作模式，实现从计划申购、公司内部部门传递和审批流程的电子化。销售订单通过生产、技术、质量、财务等相关部门的评审后，通过 ERP 系统生成内部订单并进行分解，自动产生原材料采购计划，采购部门通过与订单一一对应来制定采购计划。

2、生产模式

公司采用以销定产的生产模式，首先由销售部门预测未来的销售情况，通过合理预测后，销售部门和制造部将评审过的生产计划，利用公司 ERP 系统传送各部门、分厂及分公司，各服务部门根据计划安排提前做好相关生产准备，各分厂根据计划合理安排生产线并组织生产。

3、销售模式

公司的市场营销主要由销售公司和国际业务部进行牵头，联合技术中心和质量部等部门，分别开展针对国内市场 and 国外市场的销售和市场开拓。通过采用“自主营销”和“经销商代理”相结合的方式，实现以定制服务满足不同的客户的需求及完成产品的销售。公司对销售的管理具体情况如下：

（1）客户分级管理

根据不同客户消费层次的差异，需求特性的不同，及与公司战略的一致程度，由销售部门牵头，会同技术中心、质量部、制造部等有关单位，根据主机用户的市场状况、产品技术含量、回款率、获利率及现场服务了解的情况，对各主机用户进行集中评审，确定主机用户分级。公司按

照内部管理规定，将现有国内外顾客及潜在客户细分为战略客户、重点客户和一般客户。

(2) 新用户开发实施项目管理

在新用户开发方面，以成立产品开发项目组的形式，各部门积极配合开拓，从用户规模、前景、信誉程度、对周围市场及经销商可能造成的影响等方面进行分析，细分用户和市场以及用户分级，合理有效的开拓新的市场增长点。

(3) 国内市场销售网络建设

根据产品特性和用途细分活塞市场，按销售环节不同，公司将产品分为两类：主机配套产品（OEM）和社会配件产品。主机配套产品的营销模式采取向主机厂商直接销售的模式，公司通过在主机生产厂商所在地设置中转库，由物流中心根据审核通过的 ERP 系统开具的“产品发货单”进行发货，通过主机厂最终的装机量来确认收入和进行财务结算。公司的社会配件产品主要是由社会维修配件经销商、外贸公司销售商经销，公司根据经销商的公司规模、当地市场影响力、销售额等分为战略经销商、重点经销商、一般经销商三类。在进行发货前，公司要求经销商以预存保证金的形式保障应收货款的安全。

(4) 国际市场销售网络建设

公司设立国际业务部用于开拓国际市场和加强产品出口的工作。在较大的市场区域，公司通过展览会等形式宣传企业和产品，如美洲市场、欧洲市场、俄罗斯市场和亚洲市场等。

(5) 售后服务管理

公司的销售人员要对交付的产品进行现场跟踪并实施全方位的服务。如产品出现质量问题时，负责主机厂业务的销售人员在 24 小时之内通过 CRM 将发生的问题及产品名称、数量、批次等情况反馈至公司。同时，对该问题整改措施的有效性进行跟踪验证，并及时将落实情况向公司进行反馈。负责市场配件客户现场的业务人员，对用户提出的问题现场给予详细的解答。对一些技术专业较强的技术问题如现场不能解答，业务人员协助顾客同公司有关技术部门取得联系，为用户提供满意的解答。对需要进行培训的单位，销售公司根据顾客的要求和实际情况，提出需要培训的内容和计划，由技术中心和质量部协助销售公司开展培训工作。

(三) 行业情况

公司所处行业为汽车零部件行业，是汽车制造专业化分工的重要组成部分。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），公司所处行业为“汽车制造业”（C36）中的“汽车零部件及配件制造”（C3660）。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（证监会公告[2012]31号），公司所处行业为“汽车制造业”（C36）。

结合公司配套车型的现状，据中国汽车工业协会统计，对 2015 年我国汽车行业简要分析如下：

1、汽车产销总体平稳增长，增速回落

2015 年我国汽车产销分别完成 2,450.33 万辆和 2,459.76 万辆，创历史新高，比上年分别增长 3.3%和 4.7%，总体呈现平稳增长态势，产销增速比上年分别下降 4.0 和 2.2 个百分点。

2、商用车产销同比回落

2015 年商用车产销分别完成 342.39 万辆和 345.13 万辆，比上年分别下降 10%和 9%。2015 年商用车分车型产销情况看，客车产销比上年分别下降 2.7%和 1.9%，货车产销分别下降 11.4%和 10.3%，重型卡车产销量分别下降 39.63%和 38.36%。

3、乘用车保持增长，1.6 升以下乘用车增长较快

乘用车是我国汽车产品的主体，2015 年已达到汽车总量的 86%。2015 年乘用车产销分别完成 2,107.94 万辆和 2,114.63 万辆，比上年分别增长 5.8%和 7.3%，增速高于汽车总体 2.5 和 2.6 个百分点，比上年分别下降 4.4 和 2.6 个百分点。2015 年乘用车产销量为首次超过 2,000 万辆。

2015 年 1.6 升及以下乘用车销售 1,450.86 万辆，比上年同期增长 10.38%，高于乘用车整体增速，占乘用车销量比重为 68.6%。1.6 升及以下购置税减半政策促进汽车增长，对汽车总销量增长贡献度达到 124.6%。购置税减半政策对于节能减排、促进小排量车型消费起到了很大引导作用。

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	3,002,535,806.39	2,980,682,932.84	0.73	2,102,508,140.73
营业收入	1,025,111,167.76	1,178,802,509.91	-13.04	1,279,778,215.05
归属于上市公司股东的净利润	22,326,106.22	97,547,056.06	-77.11	60,025,542.07
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,633,515.95	37,546,752.98	-87.66	54,034,202.35
归属于上市公司股东的净资产	2,036,169,914.74	2,023,682,297.09	0.62	976,421,092.48
经营活动产生的现金流量净额	193,739,154.05	165,070,691.05	17.37	184,307,579.21
期末总股本	524,719,390.00	327,949,619.00	60	211,670,550.00
基本每股收益 (元/股)	0.0425	0.2108	-79.84	0.1773
稀释每股收益 (元/股)	0.0425	0.2108	-79.84	0.1773
加权平均净资产收益率(%)	1.10	5.88	减少4.78个百分点	6.33

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	298,950,679.96	251,731,799.02	219,783,559.86	254,645,128.92
归属于上市公司股东的净利润	18,591,040.75	6,193,120.23	772,874.84	-3,230,929.60
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	14,369,630.24	-1,178,929.37	-2,544,772.55	-6,012,412.37
经营活动产生的现金流量净额	29,855,262.52	8,240,056.07	90,843,166.07	64,800,669.39

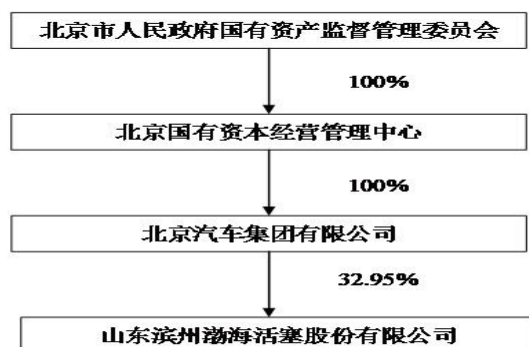
五 股本及股东情况

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

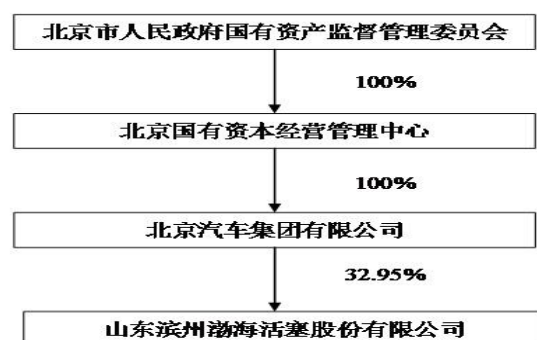
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）		37,423					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		46,404					
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	
北京汽车集团有限 公司		172,907,865	32.95		未知		国有法 人
滨州市国有资产经 营有限公司		11,906,976	2.27	11,906,976	未知		国有法 人
中国对外经济贸易 信托有限公司—鸿 道 3 期		10,618,000	2.02		未知		未知
全国社保基金—零 二组合		4,999,988	0.95		未知		未知
山西太钢投资有限 公司		4,826,700	0.92		未知		未知
李忠于		4,500,081	0.86		未知		未知
黄柏行		4,023,381	0.77		未知		未知
中国对外经济贸易 信托有限公司—睿 远鸿道 5 期证券投 资集合资金信托计 划		3,983,000	0.76		未知		未知
中国对外经济贸易 信托有限公司—明 达 7 期证券投资集 合资金信托计划		3,310,000	0.63		未知		未知
中融国际信托有限 公司—众信证赢 6 号证券投资集合资 金信托计划		3,168,400	0.60		未知		未知
上述股东关联关系或一致行 动的说明							
表决权恢复的优先股股东及 持股数量的说明							

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 年是我国经济社会发展承上启下的重要一年，“十二五”圆满收官，经济社会保持了稳定发展大局。2015 年也是公司发展继往开来的关键一年，公司控股股东变更为北汽集团。

2015 年，在世界经济增长放缓的背景下，随着我国经济进入新常态，制造业发展面临新挑战，资源和环境约束不断强化，中国汽车工业面临国内经济发展环境发生重大变化、国际产业竞争格局发生重大调整以及技术创新出现新模式的三面夹击，整个汽车行业竞争激烈，行业盈利能力受到严重影响，中重卡及工程机械市场进入近十年来最冷的寒冬，2015 年，公司实现营业收入 102,511.12 万元，同比降低 13.04%；利润总额 1,340.35 万元，同比降低 87.89%；归属于上市公司股东的净利润 2,232.61 万元，同比降低 77.11%。

为应对经济“新常态”下的我国汽车行业发展现状，在 2015 年度公司以深化精益管理为主线，

致力于市场开拓、创新开发、提升质量、提高技能，取得了一定的成效。具体如下：

1、发挥品牌优势，占据市场主动地位

公司连续 12 年获得“全国百家优秀汽车零部件供应商”。

乘用车市场实现新突破。2015 年乘用车活塞销量同比增长 34.7%。南北大众实现批量供货，全年供货数量突破 100 万件。上汽通用五菱宝骏 SUV560 独家配套。自主品牌增压发动机新品陆续上量，长城 2.0T/3.0T、比亚迪 1.5T/2.0T、奇瑞 1.6T/2.0L、吉利 1.3T/1.8T、华晨汽车 1.5T、海马汽车 1.0T/1.5T 等活塞均由公司参与试制开发。

国际市场取得新进展。与美国卡特彼勒公司实现全面合作，多个项目落户公司。英国帕金斯 404S-22 天然气发动机活塞样件已经通过实验验证，计划 2016 年量产；1100 系列和 1200 系列活塞设计工作正在进行中。另外，美国康明斯项目、德国道依茨和戴姆勒项目等取得突破性进展，美国 GE 公司又有新项目落户公司。

商用车市场虽然总体疲软，但公司抓住国四排放切换机遇，一些关键客户仍实现逆势增长。江铃汽车配套市场大幅提升；全柴所有国四产品独家配套；上菲红拿到新产品独家开发权，实现重型柴油机全系列批量供货；上柴 2.5L 成功配套；潍柴活塞新产品提前实现批量供货。

2、展现研发实力，突出核心竞争力

2015 年，配合各主机厂国四、国五、国六发动机设计开发工作，完成活塞产品全新设计 140 余种，改进设计 500 余种，完成活塞销新产品设计 40 余种。公司主持制定了机械行业标准《内燃机锻钢活塞技术条件》，这是目前我国活塞行业唯一的锻钢活塞产品验收标准，将填补我国该标准领域的空白，现已报批。冷启动实验室投入使用，在满足公司研发的同时，积极对外拓展服务。设计完成新产品模具、工艺、工装、量具 500 余套。完成批量生产活塞工艺、工装 300 余套。申请实用新型专利 11 项，发明专利 3 项。获得省机械工业科技进步奖 5 项，市科技进步奖 1 项。完成了国家科技支撑计划项目“汽车发动机活塞绿色制造产业应用示范”、山东省自主创新 and 科技转化重大专项“陶瓷型盐芯及活塞产业化”、山东省技术创新项目 BM15T 等 5 个高性能活塞设计开发项目的验收鉴定工作。

3、推行精益管理，增强企业整体合力

公司全面推行精益生产，优化生产资源配置及生产流程，鼓励引导全员改进创新。截止 2015 年 12 月底，完成改善项目 82 项，CT、LOB、动作分析、流程分析等精益工具得到广泛应用，在效率、消耗、在制品控制等方面取得初步成效。

推进两化融合，提高智能制造水平，借助两化融合管理体系贯标，规范信息化建设与应用，完成了两化融合管理体系认证的申报及现场评审工作。

建立了产品大数据库，PLM 系统可以从产品图纸中直接提取数据，工艺文件实现了智能化生成。持续推行 MES 生产执行管理系统，提高生产流程的信息化水平，实现了对生产基础数据的及时、快速采集和生产过程的实时动态监控，为生产计划排程和客户产品交付提供了保障。

七 涉及财务报告的相关事项

7.1 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。

截止 2015 年 12 月 31 日，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

序号	子公司名称
1	淄博渤海活塞有限责任公司
2	滨州渤海活塞技工学校

3	滨州博海精工机械有限公司
4	滨州博海联合动力部件有限公司
5	滨州经济开发区博海小额贷款有限公司

本期合并财务报表范围及其变化情况详见本附注“六、合并范围的变动”和“七、在其他主体中的权益”。