

公司代码：600727

公司简称：鲁北化工

山东鲁北化工股份有限公司  
2019 年半年度报告摘要

## 一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案  
无

## 二 公司基本情况

### 2.1 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	鲁北化工	600727	ST鲁北

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张金增	蔺红波
电话	0543-6451265	0543-6451265
办公地址	山东省无棣县埕口镇	山东省无棣县埕口镇
电子信箱	lubeichem@lubeichem.com	lubeichem@lubeichem.com

### 2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	1,874,698,957.73	1,887,548,853.90	-0.68
归属于上市公司股东的净资产	1,355,222,063.21	1,255,850,331.86	7.91
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现	71,884,664.84	45,825,526.13	56.87

金流量净额			
营业收入	579,921,010.14	303,186,004.22	91.28
归属于上市公司股东的净利润	97,669,889.81	51,734,444.18	88.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	98,604,264.17	52,161,387.43	89.04
加权平均净资产收益率(%)	7.49	4.36	增加3.13个百分点
基本每股收益(元/股)	0.28	0.15	86.67
稀释每股收益(元/股)	0.28	0.15	86.67

### 2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)		30,916				
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)		0				
前10名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
山东鲁北企业集团总公司	国有法人	30.56	107,253,904	0	质押	50,000,000
浙商金汇信托股份有限公司-浙金·汇利45号证券投资集合资金信托计划	其他	4.99	17,509,917	0	无	0
山东省国有资产投资控股有限公司	国有法人	4.98	17,472,392	0	无	0
山东永道投资有限公司	境内非国有法人	2.42	8,482,134	0	质押	8,222,134
朱彬	境内自然人	0.78	2,724,430	0	无	0
顾春芹	境内自然人	0.74	2,599,900	0	无	0
杜东元	境内自然人	0.64	2,255,911	0	无	0
刘强	境内自然人	0.33	1,166,500	0	无	0
王建平	境内自然人	0.32	1,140,000	0	无	0
葛云莲	境内自	0.32	1,112,200	0	无	0

	然人					
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						

#### 2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

#### 2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

#### 2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

### 三 经营情况讨论与分析

#### 3.1 经营情况的讨论与分析

报告期内，面对复杂多变的经济形势、日益激烈的行业竞争趋势，公司管理层在董事会的领导和部署下，以年度经营计划为中心，实行科学管理，加强市场营销，积极开展各项工作，利用公司完善的销售渠道和品牌效应，巩固提升市场份额，圆满完成了上半年经营目标。

##### （一）报告期主要经营指标完成情况

报告期内，公司实现营业收入 57,992.10 万元，与上年同期相比增加 27,673.50 万元，增幅为 91.28%，主要为并入子公司锦亿科技及水泥、原盐等产品销售收入增长所致；实现利润总额 14,682.54 万元，与上年同期相比增加 9,509.10 万元，增幅为 183.81%；实现归属于上市公司股东的净利润 9,766.99 万元，与上年同期相比增加 4,593.55 万元，增幅达到 88.79%。公司资产总额 187,469.90 万元，比年初减少 0.68%；负债总额 38,994.85 万元，比年初减少 27.98%；资产负债率 20.80%，比年初下降 7.88%。

##### （二）报告期内主要工作情况

报告期内，化肥市场行情基本稳定，但行业产能依旧过剩，安全、环保形势较严峻，产品销售仍面临一定压力。水泥、原盐、溴素、甲烷氯化物产品市场行情较好，业绩表现明显。公司管理层积极应对市场形势变化，制定完善市场营销策略，优化产品结构，严控产品成本，圆满完成了公司制定的经营目标。

##### 1、硫磷科技公司生产经营情况

报告期内，硫磷科技公司面对产能过剩、安全环保压力加大等不利局面，积极采取应对措施，提升整体盈利能力。

##### 1)、不断提高废物处置能力，增加效益增长点

公司利用鲁北集团授权使用专利，致力于废酸资源化利用技术的应用与推广，在完善磷石膏制硫酸回转窑上协同处理废酸的基础上，建设了废硫酸裂解炉。升级改造后的废酸处理装置生产成本更低，处理能力更高。报告期内共处理废酸 6.03 万吨，处理外部石膏 7.21 万吨，从根本上解决了周边企业烷基化废硫酸处理问题，取得了显著的经济效益、社会效益和环境效益。

#### 2)、不断开展技术改造，鼓励职工修旧利废

报告期公司积极开展技改创新和修旧利废活动，制定《技术创新及设备改进奖励办法》、《修旧利废奖励制度》，充分发挥公司职工集体智慧。对磷铵系统矿粉输送设备进行技术改造，并在废酸裂解炉增加喷液硫装置。通过技术改造，修旧利废，有效降低了生产成本，提高了产品产量。

#### 3)、加强原材料及备件供应管理，实现降本增效

磷矿石、磷矿粉、液氨是公司化肥生产的主要原料。原料价格直接决定的产品的生产成本。为此，公司采取原料精品采购策略，磷矿石、磷矿粉、液氨三大主要原料由生产厂家直供，减少中间差价；原煤来源于神华集团，利用三八块和煤沫掺混使用。其他辅材及备品备件采取比价、招标的方式，公开透明采购。通过对原材料及备件的强化管理，有效降低了采购成本。

#### 4)、强化车间设备与产品质量管理，严格工艺指标考核

硫磷科技公司在车间积极推行精细化管理和“6S”管理，加大工艺指标、设备运行考核力度。为保证生产装置安全稳定运行，提高装置运行效率，车间进一步规范设备操作，加大设备巡检力度，更加注重设备日常维护保养。车间制定了质量管理考核办法，对出现质量问题的班组进行问责，有效降低了质量问题的出现。

### 2、盐化公司生产经营情况

报告期原盐市场行情基本稳定，溴素市场行情较好，销价高于去年同期，利润较高。盐化公司以确保原盐、溴素安全生产为目标，各项工作稳步推进，实现了产、销、利及安全稳定的多面向好新局面。主要采取了以下工作措施：

#### 1)、落实工艺流程控制

①加强制卤管理，要求各分场定期上报卤水报表，根据卤水实际情况及时做好各级卤水调度，调整卤水供需矛盾，搞好盐溴联产。坚持重水前移的制卤原则，缩短制卤周期，提高卤度，丰富卤源。

②加强结晶管理，继续深入执行“新、深、长”生产工艺，严格卤水更换、二级分晒、除混、活碴工艺，定期化验卤水 Na/Mg，坚决杜绝“老卤”回头。

#### 2)、强化质量管理

强化生产措施，加大工艺质量管理，实施内部挖潜，是提高盐及溴素产量与质量的有效途径。

①严格控制扒盐过程中质量管理，要求贯彻好扒盐工艺，对洗涤卤水要求欠饱和卤、清卤、质量最好的卤水洗涤，且要求盐水彻底分开，严禁冲码现象发生，并由生产设备科、质检科跟踪检查，严把质量关，全面提高原盐质量。

②严格控制溴素进厂原料和出厂产品的质量，对原料工业硫磺、液氯及产品工业溴不定

期进行检验，确保原料和出厂产品合格率，有效提升了企业质量管理水平。

### 3)、加强塑苫管理

①塑苫投资占据原盐成本较大比例，为了降低成本，增加效益，结合多年的使用情况，将塑苫更新年限提高到六年，而且到期限需要更换的塑苫要经现场检查核实，确需更新才批准更换，2019年全年应更换塑苫12994亩，上半年已更换5822亩。

②为增加产量，提高效益，异常天气时及时采取塑苫收放工作，遇有大风大雨天气加强塑苫巡查，遇有冰雹天气不采取塑苫收放。一是降低了塑苫收放费用；二是减少塑苫受损次数，降低了维修费用。

### 4)、做好滩田整修

盐化制卤区域面积大、池埵多，常年冲刷池埵损失较大，为确保池埵完好、沟道畅通，盐化公司利用春季非繁忙季节，着重对进排水沟道进行了清理，对进排水闸门及池埵进行了必要维护，保证雨季期间排淡正常，生产顺利。

## 3、锦亿科技生产经营情况

报告期内，锦亿科技围绕安全生产，研发技改开展工作，圆满完成了经营目标。

1)、锦亿科技以“安全为目标”开展工作，生产平稳，无安全事故发生，产量提高，质量稳定，资金链安全，整体效益增加明显。与安全咨询公司合作，邀请安全专家主要对防爆设备、防爆摄像头、机械完整性等进行专项整改，确保合法合规运行。关注加强安全教育培训，组织动火专项培训、受限空间作业培训、检维修过程安全管理与防控措施培训，提高员工的安全意识技能。

2)、注重技术研发和创新，着力对生产工艺进行技术改造。对低沸塔增加再沸器，减少停车检修频次，实现长周期稳定生产；氯仿塔回流系统改用不锈钢材质，减少检修，提高产品产量，降低成本。通过技术改造，提升了生产装置的运行效率和稳定性，降低了产品的生产成本，提高了产品市场竞争力。

3)、加强企业管理。为提高公司整体管理水平，学习企业经营管理本质和规律，更好地践行公司行动指南和管理理念。公司上半年通过考试选拔20名主管级以上人员奔赴杭州、昆明、广州参加企业管理业务培训。要求外出培训回来的人员全部要转训，并要求员工对讲师进行培训评价排名，对员工进行考试，根据公司《绩效通用考核细则》进行奖罚。以此建立“以考代教、以赛带学”的学习机制，强化“强针对、深知识、重落地”的学习要求，建立创新、学习型个人和团队。通过学习，各级管理人员强化了结果导向思维，在原有量化绩效方案基础上进行了优化，并提出财务、商务激励绩效方案，进一步提升绩效管理、企业管理水平。

## (三)、市场营销工作

报告期内，公司管理层根据各产品市场形势变化，适时调整市场营销策略，积极做好市场调研、开拓销售市场，确保公司产品的市场占有率。

针对化肥产能过剩、环保压力大的不利局面，管理层充分发挥“鲁北”品牌影响力，采取改变销售策略、优化销售队伍、加强宣传、服务市场等措施，提高公司化肥、水泥产品的市场占有率。

率。化肥、水泥主销售要采取以下措施：

1、积极做好市场调研，适时调整营销策略。

以市场为导向，以效益为目的，把握市场脉搏，争取主动，及时分析了解市场形势，准确预测行情走向，适时调整产品出厂价格及预收货款政策并积极出台促销政策。根据市场行情合理控制产品库存，科学调整销售目标。结合企业实际，积极应对，与大型企业战略合作，共同抗拒市场风险，确保产品营销利润最大化。

2、积极参与重点工程投标。

通过开发大型基础设施工程、搅拌站、住房建设工程等终端销售，有效减少中间流通环节费用，提高产品销售价格，确保散装水泥市场占有率。巩固袋装水泥市场，强化渠道管理，加强高溢价区域经销商管理，规范市场秩序，稳步提升袋装水泥市场份额。

3、通过对销售市场客户的整合及开发，完善化肥产品销售网络。

山东、河北两省销售网点已基本铺设到县，新疆、河南、东北、内蒙销售网点基本铺设到市。同时开发湖北、西藏、四川、江苏、陕西、山西、海南等新区域市场。同时，为更好应对土地流转现状，加强了对合作社、种地大户等终端用户的开发合作。

4、务实求新，加强营销团队建设，提高团队凝聚力和战斗力。

对新招聘的销售人员进行系统培训，确保独立开展销售业务。利用每月销售例会时间，从公司制度、市场情况、营销知识、产品知识、国家政策、商务礼仪、谈判技巧、合同法等法律法规各个方面对业务人员进行培训和交流，有效提升工作能力和个人素养，增强公司归属感和忠诚度，提高团队凝聚力和战斗力。

5、加强宣传，服务市场，不断提高企业信誉。

积极调研市场，努力做好市场宣传服务工作，想客户所想，急客户所急，及时解决市场问题，让客户满意。通过宣传服务，让客户认知鲁北、信任鲁北、拥护鲁北，努力提升鲁北水泥、化肥的品牌形象。

针对原盐销售形势，公司销售团队在认真调研市场、准确分析盐业市场信息的基础上，制定了切实可行的市场开拓方案，采取了一系列市场开发措施。具体措施有：

1、为确保销售市场稳定，盐化公司在充分调研市场的情况下，采取稳定当地市场，大力拓展外地客户的方针，积极与客户开展业务交流，掌握主动，稳固关系，在互利共赢的基础上，较好完成了上半年销售任务。

2、在稳定老客户的基础上，密切关注市场动向，根据自身产能、库存及客户季节用盐量情况，合理调配发货，确保年度业务往来顺畅。

3、加大业务员及营业员培训，提高服务意识。坚持灌输“客户是上帝”的中心思想，服务客户就是服务自我，让客户满意是我们追求的目标。多年来公司坚持对外窗口业务培训工作，经过系统培训和实际工作的历练后，业务员、营业员已完全熟悉了本岗位的业务流程，业务素质及服务意识迅速提升，得到客户广泛赞誉和好评，为公司赢得了良好声誉。

面对国内甲烷氯化物市场形势，锦亿科技积极采应对，加强市场营销，圆满完成上半年经营目标。主要采取以下措施：

1、锦亿科技甲烷氯化物的市场主要在华南地区，销售量占锦亿科技全部销售量的一半。为更好地维护和管控市场，锦亿科技在广州设立了办事处，并安排专人到市场第一线，了解反馈市场行情，以便制定出正确的销售策略；

2、为应对产能的扩大，积极扩展出口业务。6月份参加了“2019 越南（胡志明）国际建筑、建材家居用品博览会”，为拓展出口业务打下了基础。目前已与东南亚、中东、欧盟等地区的厂家建立了联系，并签订首份出口合同，实现了锦亿科技出口业务的零的突破。同时也在积极探寻其他出口市场，以转移国内市场销售风险和压力，提升锦亿科技盈利水平。

### **3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响**

适用 不适用

### **3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。**

适用 不适用