

证券代码：002035

证券简称：华帝股份

公告编号：2012-006

中山华帝燃具股份有限公司 2011 年年度报告摘要

§ 1 重要提示

1.1 本公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性负个别及连带责任。

本年度报告摘要摘自年度报告全文，报告全文同时刊载于《证券时报》、《中国证券报》及巨潮资讯网。投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读年度报告全文。

1.2 除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
彭世尼	独立董事	出差在外	陈共荣

1.3 公司年度财务报告已经中审国际会计师事务所有限公司审计并被出具了标准无保留意见的审计报告。

1.4 公司负责人黄文枝、主管会计工作负责人关锡源及会计机构负责人(会计主管人员)石晓梅声明：保证年度报告中财务报告的真实、完整。

§ 2 公司基本情况

2.1 基本情况简介

股票简称	华帝股份
股票代码	002035
上市交易所	深圳证券交易所

2.2 联系人和联系方式

	董事会秘书	证券事务代表
姓名	吴刚	王剑
联系地址	广东省中山市小榄镇工业大道南华园路 1 号	广东省中山市小榄镇工业大道南华园路 1 号
电话	0760-22139888-8620	0760-22139888-8611
传真	0760-22139888-8613	0760-22139888-8613
电子信箱	wug@vatti.com.cn	wangj@vatti.com.cn

§ 3 会计数据和财务指标摘要

3.1 主要会计数据

单位：元

	2011 年	2010 年	本年比上年增减 (%)	2009 年
营业总收入 (元)	2,038,683,990.84	1,635,843,734.01	24.63%	1,385,869,213.53

营业利润（元）	152,716,692.53	121,435,793.27	25.76%	62,915,299.49
利润总额（元）	167,666,647.44	148,458,150.50	12.94%	67,270,243.56
归属于上市公司股东的净利润（元）	138,830,602.26	121,471,092.75	14.29%	53,702,606.81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	126,174,759.48	98,585,698.83	27.98%	50,113,203.34
经营活动产生的现金流量净额（元）	100,749,312.30	219,065,170.35	-54.01%	190,708,539.71
	2011 年末	2010 年末	本年末比上年末增减（%）	2009 年末
资产总额（元）	1,233,276,917.23	1,079,587,936.74	14.24%	874,160,419.72
负债总额（元）	673,765,137.55	600,939,079.14	12.12%	501,920,818.17
归属于上市公司股东的所有者权益（元）	542,103,723.63	470,264,045.37	15.28%	365,970,112.62
总股本（股）	223,303,080.00	223,303,080.00	0.00%	171,771,600.00

3.2 主要财务指标

单位：元

	2011 年	2010 年	本年比上年增减（%）	2009 年
基本每股收益（元/股）	0.62	0.54	14.81%	0.24
稀释每股收益（元/股）	0.62	0.54	14.81%	0.24
用最新股本计算的每股收益（元/股）	0.62	-	-	-
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元/股）	0.57	0.44	29.55%	0.30
加权平均净资产收益率（%）	28.05%	28.47%	下降 0.42 个百分点	16.10%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率（%）	25.49%	23.10%	上升 2.39 个百分点	15.04%
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.45	0.98	-54.08%	1.11
	2011 年末	2010 年末	本年末比上年末增减（%）	2009 年末
归属于上市公司股东的每股净资产（元/股）	2.43	2.11	15.17%	2.13
资产负债率（%）	54.63%	55.66%	下降 1.03 个百分点	57.42%

3.3 非经常性损益项目

√ 适用 □ 不适用

单位：元

非经常性损益项目	2011 年金额	附注（如适用）	2010 年金额	2009 年金额
非流动资产处置损益	-403,025.61		20,221,420.75	-81,253.29
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	9,702,820.12		5,126,508.44	2,262,550.00
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	5,650,160.40		1,674,428.04	2,173,647.36

所得税影响额	-2,294,112.13		-4,136,963.31	-765,540.60
合计	12,655,842.78	-	22,885,393.92	3,589,403.47

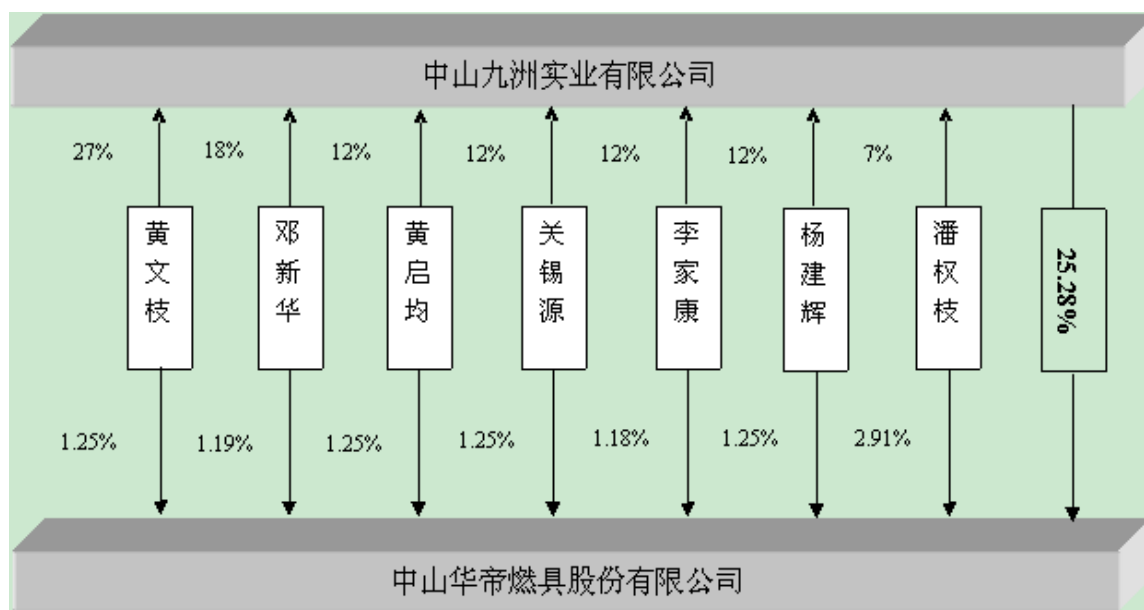
§ 4 股东持股情况和控制框图

4.1 前 10 名股东、前 10 名无限售条件股东持股情况表

单位：股

2011 年末股东总数	27,344	本年度报告公布日前一个月末股东总数	31,882		
前 10 名股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比例 (%)	持股总数	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
中山九洲实业有限公司	境内非国有法人	25.28%	56,449,840	0	0
米林县联动投资有限公司	境内非国有法人	4.13%	9,213,480	0	0
潘权枝	境内自然人	2.91%	6,496,545	0	0
渤海证券股份有限公司	境内非国有法人	1.70%	3,796,724	0	0
黄启均	境内自然人	1.25%	2,784,233	2,088,175	0
关锡源	境内自然人	1.25%	2,784,233	2,088,175	0
黄文枝	境内自然人	1.25%	2,784,233	2,088,175	0
杨建辉	境内自然人	1.25%	2,784,233	0	0
邓新华	境内自然人	1.19%	2,664,233	2,088,175	0
李家康	境内自然人	1.18%	2,624,233	2,088,175	0
前 10 名无限售条件股东持股情况					
股东名称	持有无限售条件股份数量		股份种类		
中山九洲实业有限公司	56,449,840		人民币普通股		
米林县联动投资有限公司	9,213,480		人民币普通股		
潘权枝	6,496,545		人民币普通股		
渤海证券股份有限公司	3,796,724		人民币普通股		
杨建辉	2,784,233		人民币普通股		
中国建设银行—宝康消费品证券投资基金	2,600,000		人民币普通股		
中国工商银行—申万菱信消费增长股票型证券投资基金	2,574,723		人民币普通股		
黄志芳	1,753,000		人民币普通股		
陈富华	1,580,374		人民币普通股		
哈正云	1,514,000		人民币普通股		
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>1、控股股东中山九洲实业有限公司的全部股权均由黄文枝、邓新华、黄启均、杨建辉、关锡源、李家康、潘权枝等七位自然人持有，上述七位自然人存在一致行动的可能。</p> <p>2、除此之外，未知以上前 10 名其他无限售条件股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。</p>				

4.2 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



§ 5 董事会报告

5.1 管理层讨论与分析概要

一、报告期内公司经营情况回顾

(一)、报告期内公司总体经营情况

本年度公司实现营业收入 203,868.40 万元，同比增长 24.63%，实现归属于母公司所有者的净利润 13,883.06 万元，同比增长 14.29%。公司年度销售收入和净利润均完成年初设定的预算目标，主要是因为报告期内公司不断开拓销售渠道，强化产品推广，持续推进预算管理及精益生产，使得公司业绩实现增长。

报告期内，公司顺应国家低碳经济发展趋势，凭借公司作为 2011 年第 26 届世界大学生夏季运动会、第七届全国城市运动会等多项体育赛事的燃气具及火炬供应商及成为中国帆船帆板队合作伙伴的市场影响力，持续进行“低碳产品”推广计划，有效的保证了主推灶具产品聚能灶的销量，实现单品销量近 33 万台，单品占嵌入式灶销售量的 34.45%。本年度公司在维持传统优势产品灶具销量基本稳定的基础上，加大了推广烟机和热水器的力度，2011 年烟机销售额增长 44.22%、热水器销售额增长 20.45%。由于厨卫行业竞争日益加剧，公司部分产品在市场上的份额出现了浮动，但是总体上依然保持着稳定的市场占有率，根据中怡康发布的 2011 年市场调研数据，公司灶具产品市场占有率为 9.25%，烟机产品市场占有率为 7.92%，燃气热水器产品市场占有率为 4.52%，消毒柜市场占有率为 4.45%。

报告期内，公司继续完善渠道建设，标准专卖店、乡镇网点、电子商务、房地产直营渠道多头并进，主要表现在：一、公司持续深化建设华帝产品生活体验馆，2011 年共完成建设 42 家；二、新建和改造现有专卖店，统一专卖店新形象共计 1953 家；三、重点开发乡镇网点，2011 年共受理乡镇网点 1971 家，已装修开业 1546 家；四、提升 KA 渠道（KA 渠道包括国美、苏宁、五星等家电连锁卖场，华润万家、沃尔玛等综合超市，以及百安居、红星美凯龙等建材市场）的进店数量和门店经营质量。国美、苏宁为公司 KA 渠道的主要组成部分，2011 年公司的国美、苏宁进店率分别为 65.90%、55.70%，国美进店率较上年度增加 8.60%，苏宁进店率较上年度下降 5.70%，因为苏宁在 2011 年加快了开设门店的步伐，其本年度的门店增长率高达 69%，而公司本年度仍然是以较稳健的速度进行市场的开拓，故公司在苏宁的进店数是增长的，但是进店数的增长率下降。公司 KA 渠道销售额增加，两大 KA 通路的销售同比增长 17.28%。五、新兴渠道发展逐渐提速，网上销售、电视购物、家居网站团购等提货额共计 4058.73 万元，公司加大了对新兴渠道尤其是电商渠道的投入，以适应当前消费方式的变化；六、房地产直营渠道扩展进度加快，2011 年公司已经与中海地产、阳光 100 置业、龙湖地产、恒大地产等国内大型建立合作关系，并且计划在未来继续加大与大型房地产公司的合作，2011 年公司对房地产直营渠道供货金额约为 1565 万元，较 2010 年增幅达 60% 以上。

公司内部管理持续提升，公司预算管理、品牌运作、精益生产、产品技术开发等重点工作深入展开。一、预算管理方面，经三年的推广贯彻，预算管理已经渗透到公司各个业务部门，各个部门在其职权范围内监督预算执行情况。在公司销售额增长的同时，公司的费用支出得到合理控制，期间费用率同比下降 1.59 个百分点；二、品牌运作方面，公司在本年度重点推广以“聚能燃烧技术”为核心的聚能灶，结合公司作为 2011 年第 26 届世界大学生夏季运动会火炬制造商、公司成为中国帆船帆板队战略合作伙伴的优秀形象进行宣传，与各类媒体形成良好的互动合作关系，同期公司制订并推行《品牌视觉识别手册》，强化品牌输出及内外部使用的管理，有效地提升公司“低碳环保”的企业形象；三、精益生产方面，公司

持续改进, 订单准时交付、库存控制、生产效率等各项指标均得到提高, 订单准时入库率和出库率分别较上年度末上升 6.23 个百分点和 8.83 个百分点, 库存周转天数按同比口径计算由上年度的 27.46 天改善到本年度的 24.72 天; 四、产品技术开发方面, 公司在燃具、燃气热水器等产品上有所突破, 其中“管壳式冷凝器的发明与应用”获得国家发明专利, 在各类新产品分别成功应用电磁感应操控技术、无线充电防水遥控系统、蒸汽加热自动清洗控制、火力显示控制器等一系列新技术, 公司良好的技术储备将推动公司产品不断引领厨卫潮流。在本报告期内, 公司技术中心被认定为国家认定企业技术中心, 显示出公司近年来开展行业应用基础研究、聚集和培养优秀科技人才、推动产学研结合应用等一系列措施发挥着积极的作用, 同时也为公司实现产品创新、技术升级提供强劲的动力。

报告期内, 公司继续支持体育公益活动和社会公益活动。2011 年, 公司分别成为“中华人民共和国第七届城市运动会指定火炬供应商”、“第 26 届世界大学生夏季运动会火炬燃气具及火炬类供应商”, “第九届少数民族传统体育运动会火炬供应商”、“墨西哥泛美运动会火炬供应商”为上述运动会提供火炬和技术保障服务。2011 年, 两所以华帝命名的希望小学: 四川省资阳市雁江区雁江镇华帝希望小学和宁夏永宁县望洪镇宋澄华帝希望小学相继竣工落成; 2011 年 12 月公司赠送四川大英天保华帝中心学校总价值为 28800 元的体育器材以丰富学生的课余活动, 促进他们身心健康的发展, 该学校由华帝在 2010 年援建; 同年公司出资 30 万元捐建贵州省威宁县幺站镇幺站小学华帝爱心食堂。

(二)、报告期公司业绩分析

报告期, 公司的经营业绩如下:

单位: 人民币(元)

项目	2011 年	2010 年度	同比变动 (%)
营业收入	2, 038, 683, 990. 84	1, 635, 843, 734. 01	24. 63%
营业利润	152, 716, 692. 53	121, 435, 793. 27	25. 76%
归属于母公司所有者的净利润	138, 830, 602. 26	121, 471, 092. 75	14. 29%

变动原因:

1、本年度公司的营业收入较上年度增长 24.63%, 虽然厨卫电器行业受房地产调控、融资信贷萎缩等宏观政策的影响增速减缓, 但公司在保持现有渠道巩固发展中不断拓展乡镇市场, 并在网络电子商务平台、房地产直营平台等新渠道开发与运营中取得较好成绩, 在销售推广中实施套餐模式并搭配特制的促销产品等营销策略, 促使公司主营收入和其他业务收入实现增长, 其中公司烟机销售额增长 44.22%、热水器销售额增长 20.45%。

2、本年度公司营业利润较上年度增长 25.76%, 归属于母公司所有者的净利润较上年度增长 14.29%, 主要原因为: 一是报告期内公司销售收入持续增长导致销售毛利增长, 同时公司预算管理以及内部控制得以强化, 公司的期间费用增长率为 17.37%, 低于销售收入增长率 24.62%, 使得期间费用率下降 1.59 个百分点; 二是持续推进精益生产项目, 持续促进资产优化, 合理控制库存及提升库存周转率, 杜绝积压库存降低慢动库存, 使资产减值损失较上年同期下降 374.00%。由于上述举措的实施, 公司的净利润增长得以实现。

(三)、公司存在的主要优势和困难

1、主要优势

A、品牌优势: 公司作为国内厨卫行业的龙头企业之一, 以燃气灶、抽油烟机、热水器和消毒柜为主营产品, 在国内市场具有较高的知名度。其中“vatti 华帝”热水器、灶具、家用橱柜为国家质量监督检验检疫总局评选的“中国名牌产品”, “vatti 华帝”抽油烟机为“国家免检产品”。公司先后成为“北京 2008 年奥运会燃气具独家供应商”、“新加坡首届亚洲青少年运动会厨具赞助商”、“第十一届全运会厨卫赞助商暨火炬指定提供商”、“香港 2009 年东亚运动会燃气具独家供应商”、“广州第十六届亚运会燃气具和火炬供应商”、“中华人民共和国第七届城市运动会指定火炬供应商”、“第 26 届世界大学生夏季运动会火炬燃气具及火炬类供应商”, “第九届少数民族传统体育运动会火炬类供应商”等, 公司致力于成为全球最有影响力的厨卫制造商和服务商, “vatti 华帝”品牌力争走向国际。

公司诚信经营, 秉承“诚信、责任、创新、共赢”的经营理念, 注重公益事业, 服务社会, 反馈社会, 2011 年公司投资建设了四川省资阳市雁江区雁江镇华帝希望小学和宁夏永宁县望洪镇宋澄华帝希望小学, 赠送由华帝在 2010 年援建的四川大英天保华帝中心学校总价值为 28800 元的体育器材, 出资 30 万元捐建贵州省威宁县幺站镇幺站小学华帝爱心食堂等。公司为成为优秀的企业公民而不断努力。

B、技术优势: 公司具有先进的燃气具产品生产技术, 在产品研发、工业设计等方面居于行业领导地位, 目前已经拥有世界领先地位的低氮氧净燃烧技术、智能仿真控制技术、离子感应式意外熄火保护技术等高端技术。同时公司积极响应国家节能减排政策, 专注聚能燃烧技术的开发与应用, 将灶具的热效率提升到 68.5%, 聚能燃烧技术在 2010 年底入编国家发改委、国家重点节能技术推广项目第三批目录。公司在厨卫产品的节能技术方面保持领先, 本年度公司技术中心被评为国家认定企业技术中心。公司还具备国内领先的火炬研发和生产实力, 先后为北京 2008 年奥运会、新加坡首届亚洲青少年运动会、第十一届全运会、香港 2009 年东亚运动会、广州第十六届亚运会、第七届城市运动会和第 26 届世界大学生夏季运动会等国内外体育赛事提供火炬及相关器材。

C、渠道优势：公司以厨卫产品传统市场为重点，不断探索、建设和开发各类销售渠道，现公司具有特许连锁专卖店渠道、KA 市场渠道、直供渠道、房地产直营渠道、电子商务渠道。特许连锁专卖店方面，公司已经建立起一个稳定、宽广、优质的经销商群体，在报告期末拥有标准专卖店 1953 家，具备足够的市场扩张和抵御风险能力；KA 市场渠道方面，公司与国美、苏宁等 KA 渠道保持着良好关系，公司的大型家电卖场进店数量和进店率不断增加，报告期末公司共进入国美、苏宁门店 2118 家，产品的销量和流通速度均得到提升；直供渠道方面，公司的直供渠道在尝试扩大试点，已经合作建立了 120 家直供专卖店；电子商务渠道方面，公司与淘宝、京东商城、卓越建立了合作关系，开展电子商务零售和团购业务；房地产直营渠道方面，公司抓住房地产家装市场发展形势，已经和中海地产、阳光 100 置业、龙湖地产、恒大地产等国内大型房地产企业建立合作关系，为房地产工程配套提供厨卫产品。

2、主要困难

A、厨卫行业竞争压力：厨卫企业数量众多，集中度不高，垄断性品牌未出现。厨卫产品的推陈出新速度加快，产品在集成化、时尚化、智能化方面要求和对技术和资金的要求越来越高。公司需投入较多的资源进行技术研发，以提升产品性能。行业内多家中小公司登陆资本市场，获得大量的发展资金，将在生产工艺和渠道建设方面进行投资建设，公司将面临着该类企业较强烈的竞争。美的、海尔、西门子等家电企业凭借其自身品牌影响力和庞大的资源优势，加剧了“市场蛋糕”的分割战争。行业内还存在着许多小型企业，以较低价格在二三线城市和偏远区域在低端市场进行价格竞争。上述情况说明，公司处于一个充分竞争的市场，面临着较大的竞争压力。

B、渠道费用上升压力：公司已经建立起一个广阔的营销网络，特许连锁专卖店渠道和 KA 渠道等渠道费用对公司经营的资金及财务状况构成一定的压力，尤其是 KA 渠道，由于其较强的市场占有率，公司对应的 KA 渠道费用支出较多。随着公司业务量的增加，渠道扩张加快，公司面临着渠道运营费用上升压力。

C、劳务成本上升压力：由于近年来国内物价上涨，国内市场劳动力成本均处于上升趋势，从生产工人到管理人员的薪酬支出均提高，本年度公司人均年收入由去年 38573 元提高到 40792 元，生产工人的薪酬增加导致公司生产成本的增加，管理人员的薪酬增加导致公司管理费用上升，因此公司面临着用工劳务成本增加的压力。

(五)、主要供应商、客户情况

1、前五名供应商的采购金额占年度采购总额的比例、前五名客户销售额占公司销售总额的比例：

单位：人民币（元）

前五名供应商采购金额合计	492,456,010.71	占采购总额比重	39.53%
前五名销售客户销售金额合计	452,035,600.24	占销售总额比重	22.17%

(六)、资产构成情况

截止 2011 年 12 月 31 日，公司资产总额 123,327.69 万元，较期初 107,958.79 万元增加 15,368.90 万元，增长 14.24%；归属于母公司所有者股东权益合计 54,210.37 万元，较期初 47,026.40 万元增加 7,183.97 万元，增长 15.28%。

资产负债构成情况变动分析

单位：人民币（万元）

项目	报告期末		上年度末		金额变动幅度	资产占比增减变化
	金额（万元）	占总资产比重	金额（万元）	占总资产比重		
应收票据	11,251.14	9.12%	3,902.01	3.61%	188.34%	5.51%
其他流动资产	177.53	0.14%	758.02	0.70%	-76.58%	-0.56%
应付账款	27,758.12	22.51%	19,544.77	18.10%	42.02%	4.41%
应付职工薪酬	2,161.44	1.75%	1,280.59	1.19%	68.78%	0.56%
其他流动负债	11,331.10	9.19%	10,002.62	9.27%	13.28%	-0.08%
递延收益	50.00	0.04%	150.00	0.14%	-66.67%	-0.10%
盈余公积	6,330.93	5.13%	4,842.52	4.49%	30.74%	0.64%
未分配利润	18,983.71	15.39%	13,288.17	12.31%	42.86%	3.08%
应收账款	7,757.98	6.29%	5,294.73	4.90%	46.52%	1.39%
存货	11,267.68	9.14%	7,350.52	6.81%	53.29%	2.33%
固定资产	40,509.44	32.85%	33,256.10	30.80%	21.81%	2.05%
长期股权投资	2,785.30	2.26%	82.09	0.08%	3292.92%	2.18%

长期待摊费用	1,879.16	1.52%	1,378.38	1.28%	36.33%	0.25%
短期借款	4,000.00	3.24%	3,000.00	2.78%	33.33%	0.46%
应付票据	8,090.92	6.56%	12,662.73	11.73%	-36.10%	-5.17%

公司资产、负债构成各项目中，同比变动较大的项目其变动原因如下：

1、报告期末应收票据较上年度末增长 188.34%，其所占总资产的比重较上年度末上升 5.51 个百分点，由于公司本年度收取经销商以承兑汇票方式支付货款较上年增加，且收取的承兑汇票期限基本均为 6 个月，转背书较困难，因此年末应收票据余额较大。

2、报告期末其他流动资产较上年度末降低 76.58%，主要是 2011 年末待摊广告投放费用减少所致。

3、报告期末应付账款较上年度末增长 42.02%，其所占总资产的比重较上年度末增长 4.41 个百分点，主要为付款周期内采购量较上年同期增长所致。

4、报告期末应付职工薪酬较上年度末增长 68.78%，其所占总资产的比重较上年度末上升 0.56 个百分点，主要为高管激励金额超上年同期，另公司及控股子公司预提管理层奖励金额较上年增加所致。

5、报告期末递延收益较上年度末降低 66.67%，其所占总资产的比重较上年度末下降 0.10 个百分点，主要为公司将 2007 年收到的“太阳能燃气联合供热设备生产技术改造”项目财政补助资金 500 万元，分 5 年转入营业外收入，本年度转入 100 万元，累计已转入 450 万元。

6、报告期末盈余公积较上年度末增长 30.74%，其所占总资产的比重较上年度末上升 0.64 个百分点，主要系公司 2011 年度实现净利润计提盈余公积所致。

7、报告期末未分配利润较上年度末增长 42.86%，其所占总资产的比重较上年度末上升 3.08 个百分点，主要系公司 2011 年度实现净利润计提盈余公积后转入未分配利润所致。

8、报告期末应收账款较上年度末增长 46.52%，其所占总资产的比重较上年度末上升 1.39 个百分点，主要系公司扩大房地产工程业务，此类业务均为发货后 1 至 3 个月内结算货款，新增房地产应收款较上年增加 1,220 万元，其余应收账款的增加主要是为扩大销售增加对经销商的临时授信所致。

9、报告期末存货较上年度末增长 53.29%，其所占总资产的比重较上年度末上升 2.33 个百分点，主要系 2012 年春节放假较早，为节前备货导致 2011 年末成品和物料库存增加。

10、报告期末固定资产较上年度末增长 21.81%，其所占总资产的比重较上年度末上升 2.05 个百分点，主要系报告期内公司投资 5,736.66 万元新建厂房，租赁给控股子公司中山市华帝集成厨房有限公司使用。

11、报告期末长期股权投资较上年度末增长 3292.92%，其所占总资产的比重较上年度末上升 2.18 个百分点，主要系报告期内控股子公司广东德乾投资管理有限公司对外股权投资增加所致；另报告期内母公司对中山市达伦工贸有限公司追加投资 40 万元。

10、报告期末长期待摊费用较上年度末增长 36.33%，其所占总资产的比重较上年度末上升 0.25 个百分点，主要系报告期内公司购置模具增加所致。

11、报告期末短期借款较上年度末增长 33.33%，其所占总资产的比重较上年度末上升 0.46 个百分点，主要系报告期内公司补充经营活动现金流而增加贷款所致。

12、报告期末应付票据较上年度末降低 36.10%，其所占总资产的比重较上年度末下降 5.17 个百分点，主要系报告期内公司将通过承兑汇票支付采购款方式改为直接支付现金方式，从而进一步降低采购单价，本期使用承兑汇票结算方式支付采购货款占总采购额的比重较上年同期下降 14.91 个百分点。

(七)、财务数据变动情况

单位：(人民币) 万元

项目	2011 年度	2010 年度	同比变动 (%)
销售费用	37,114.79	32,698.64	13.51%
管理费用	15,580.79	11,749.07	32.61%
财务费用	-388.30	113.84	-441.10%
资产减值损失	-531.61	191.55	-377.53%
营业外收入	1580.96	2,806.07	-43.66%
营业成本	135,561.25	105,743.87	28.20%
营业税金及附加	11,576,311.59	947,9695.68	22.12%
少数股东损益	402.32	211.53	90.20%

变动原因：

1、本年度销售费用较上年度增长 13.51%，而销售费用占营业收入的比重 18.21%，比上年同期下降 1.78 个百分点，主要为公司销售额增长，营销费用投入规模效益不断体现，且公司对广告类营销费用投入较为审慎，严格控制费用预算，从而使销售费用占营业收入的比重比上年同期有所下降。

2、本年度管理费用较上年度增长 32.61%，管理费用占营业收入的比例为 7.64%，与上年同期占比上升了 0.46 个百分点，主要原因为管理费用中新产品开发费用增长 15.46%、工资随人员增加及市场平均工资上涨增高 83.42%。

3、本年度财务费用较上年降低 441.10%，主要是公司 2011 年度利用短期资金周转冗余开展银行理财，获得理财收益达 367.13 万元，较上年同期增加 269.20 万元。

4、本年度资产减值损失较上年度降低 377.53%，主要为存货跌价准备较上年同期转回增加 555.64 万元，因为 2009 年对小火炬剩余相关物料全额计提存货跌价准备，2011 年处理库存导致转回存货跌价准备 742.30 万元，较上年转回数增加所致。

5、本年度营业外收入较上年度降低 43.66%，主要原因是主要原因为上年度发生出让土地及厂房的净收益 2042 万元计入当年营业外收入，而本年度没有该笔收入。

6、本年度营业成本较上年度增长 28.20%，主要原因是产品原材料不断上升，尤其是上半年铜等金属价格不断走高，导致成本降低较为困难。

7、本年度少数股东损益较上年度增长 90.20%，主要原因是公司控股公司中山炫能燃气科技股份有限公司净利润较上年增长 579.59 万元，同比增长 288.18%，导致少数股东损益增长较快。

(八)、现金流量的构成情况

单位：(人民币)万元

项目	2011 年度	2010 年度	同比变化 (%)
1、经营活动产生的现金流量净额	10,074.93	21,906.52	-54.01%
经营活动现金流入量	180,420.63	168,346.29	7.17%
经营活动现金流出量	170,345.70	146,439.78	16.32%
2、投资活动产生的现金流量净额	-10,733.13	459.88	-2,433.88%
投资活动现金流入量	1,905.83	4,490.37	-57.55%
投资活动现金流出量	12,638.96	4,030.48	213.58%
3、筹资活动产生的现金流量净额	-5,472.62	-2,733.50	-100.21%
筹资活动现金流入量	5,500.00	7,400.00	-25.68%
筹资活动现金流出量	10,972.61	10,133.50	8.28%
4、现金及现金等价物净增加额	-6,130.82	19,632.91	-131.23%
现金流入总计	187,826.46	180,236.66	4.21%
现金流出总计	193,957.28	160,603.76	20.77%

变动原因：

1、经营活动现金流量。

本报告期经营活动产生的现金流量净额为 10,074.93 万元，与上年同期相比降低-54.01%。主要为本期经营活动现金流出增加额高于现金流入增加额，因销售中应收账款增加使销售收入收到的现金比例降低，导致经营活动产生的现金流量下降。

2、投资活动现金流量

本报告期投资活动产生的现金流量金额为-10,733.13 万元，与上年同期相比降低 2,433.88%，主要是因为处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额为 2010 年出售位于中山市小榄镇九洲基工业开发区的旧厂区四宗土地使用权及其地上房屋建筑物尾款，该款项较上年度减少 2,753.89 万元；另投资活动现金流出较上年增加 213.58%，主要为构建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金 9,434.41 万元，较上年增加 5,403.93 万元，该款项主要为厂房工程建设款支出；投资支付的现金 3,204.55 万元，主要为本期控股子公司新增的对外长期股权投资支出。

3、筹资活动现金流量

本报告期筹资活动产生的现金流量净额为-5,472.62 万元，与上年同期相比降低 100.21%，主要是本期公司进行 2010 年度股利分配实施每 10 股派 3 元现金，较 2009 年分配政策每 10 股派 1 元现金增加股息支出所致。

二、公司未来发展规划及展望

(一) 行业发展趋势及面临的市场竞争格局

2011 年国内经济发展速度呈现前高后低的形态，通货膨胀显现，根据国家统计局公布的我国居民消费价格 (CPI) 和

全国工业品出厂价格（PPI）数据，2011 年 CPI 比上年上涨 5.4%，PPI 比上年上涨 6.0%，报告期内国家宏观政策调整，房地产市场调控限购推行，信贷紧缩，整个厨卫行业的需求增速减缓，到 2011 年底国内经济整体环境并无较大变化，预期国家在 2012 年仍实行适度从紧的货币政策，对房地产市场的调控也不会放松，因此 2012 年公司将面临着较为严峻的市场环境。

虽然国家对商品房市场依然政策从紧，但是对保障性住房供应力度有增无减，我国按计划新建的保障性住房 3600 万套依然在有序进行。到“十二五”末，全国城镇保障性住房覆盖率将从目前的 7%至 8%提高到 20%以上。另中国城市化的进程不断提高，厨卫电器下乡销售以及国民消费升级均伴随着经济发展而出现，这些因素是有利于厨卫电器行业发展的。

厨卫电器行业的竞争将随着市场容量增速减缓而变得更加激烈，品牌知名度较高的企业由于丰厚的资本、技术积累及良好的渠道运营能力，其产品更容易获得消费者的青睐，并且有更多机会与大型地产公司或项目合作，在严峻的环境中具有竞争优势。经过市场的优胜劣汰，厨卫行业的集中趋势将日益明显。

（二）公司未来发展展望及 2012 年度经营规划

公司认为在 2012 年及未来的五到十年，厨卫行业将迎来更加激烈的市场竞争。为了应对激烈的市场竞争，加速自身的成长与发展，公司必须通过品牌、营销、产品、供应链等核心经营要素的聚焦与突破以及内部管理的系统提升等重点方面狠下功夫，获取竞争优势，抢占市场份额，力争顺利完成 2012 年全年销售任务。公司将专注主营产品销售增长，强化内部运营管理，提升业绩。具体表现在以下方面：

1、聚焦品牌资源，继续活化华帝品牌 DNA，进一步提升品牌知名度和美誉度。

线上的品牌传播活动，相对聚焦在重点产品和重点技术上，把战略性品牌资源的投入放在主流、优质媒介上；结合公司新终端建设和橱电一体化的发展趋势，深度展示整体厨房的形象。

公司作为专业的燃气具生产企业，专注燃气具和厨卫产品的生产研发，并多次参与奥运会、亚运会等重点赛事的火炬研制、生产及技术保障工作，在业界具有一定的影响力，公司将充分利用火炬和帆船等现有品牌资产，以产品创新为手段，在产品中不断融入新的科技、时尚等品牌传播元素，在华帝品牌的基础 DNA“真挚”上，持续活化华帝的品牌元素，关注华帝品牌未来可能直面的主流传播受众、潜在目标消费群，不断拔高品牌形象和基因地位，积极寻找新的传播切入点，努力打造新的品牌建设里程碑。

2、加大技术创新，提升产品品质

公司以技术创新为导向，加大产品开发和技术的投入，确保公司产品符合节能、专业化、贴近消费者的品牌内涵；公司在聚能燃烧技术、电控技术、自动清洗技术、橱电一体化等重点项目上予以支持，促进产品核心性能领先于行业水平；加强技术创新的环境建设，培育后备人才，保证技术发展的可持续性。

牢固树立“产品质量是企业价值和尊严的起点”的价值观和经营文化，公司将巩固和利用现阶段精益生产的成果，强化供应商管理、订单管理、库存管理，加强质量管理体系的建设和监督，提高品质检测水平，保证产品生产工艺水平、供应链管理得到提升。公司将持续推进精益生产，促使全体员工参与，努力节约成本，提高设备使用效率，不断提高生产准时性及产品优质率。

完善激励约束机制，加大人才队伍建设

公司在报告期初制定了 2011 年公司经营层和管理层激励方案，有力的提升经营层和管理层的积极性，有效的促进公司完成业绩指标。对于长远发展，公司将着手建立激励的长效机制，不断完善考核制度，实施工资浮动，确保员工更广泛的参与、分享公司经营成果。

公司的人才培养和选拔工作为公司未来发展提供智慧的源泉。提升管理人员的职业化、专业化水平，坚持精兵简政，建立科学、系统的干部任职资格、测评及管理体系，优化内部晋升渠道，建立多元化、纵横向相互可以转化的职业发展通道。

日益完善人力资源管理体系，使招募、培养、考核、激励更加科学化、系统化，保证公司的人才智库得到不断充实。坚持“以人为本”的基本原则，不断完善薪酬福利体系，强化薪酬福利的激励和约束作用，不断提升员工的满意度和忠诚度，实现企业与员工个人同步发展。

（三）资金需求与使用计划

本报告期公司的现金流量能够满足公司发展的资金需要。未来公司将继续加大渠道建设，进行品牌推广，随着规模扩张，公司的资金需求将会增加。目前公司资金比较充裕，与商业银行保持着良好的关系，公司通过自筹和银行借贷的方式能够获得满足公司日常经营需要的资金。

（四）风险因素

1、国家宏观调控带来的风险

2011 年国家实施较为严厉的房地产调控政策，但国内大中城市平均房价并未大幅下降，预计 2012 年国家针对房地产的调控政策依不会松动，由于房地产市场受到限购、首付比例提高、贷款利率优惠取消、房产税等影响，商品房成交量预计难以放大，消费者持续观望。目前的国内通货膨胀虽然出现上涨的趋势，但鉴于国内外经济形势的复杂多变，货币政策以稳健为基调，但不排除调整存款准备金率和存贷利率的可能，因此由国家政策调控带来的经济运行不确定性仍将影响着行业需求，进而影响公司业绩。

2、原材料价格波动的风险

公司属于电器机械及器材制造业，生产制造成品需要大量铜、不锈钢板等材料。2012 年外围经济形势可能逐渐回暖，国内快速发展的城市建设、保障房建设任务的继续推进等都可能拉升钢材的需求量，推升钢价。原材料价格的上涨可能导致公司成本上升。

3、技术风险

知名厨卫品牌争夺市场份额日益激烈，各大公司都加大了对技术研发的投入，公司重点将资源投入开发了聚能燃烧技术、自动清洗技术等，在市场推广取得了一定成效。但仍存在被新技术取代的风险。中高端厨卫产品的利润高，是企业技术、品牌争夺的焦点，但中高端产品对产品性能要求较高，研发难度较大，且开发周期较长，短期内存在一定的技术研发无成果风险。

4、人力资源风险

公司地处中山市小榄镇，所在地理位置交通比较发达，但相对广州、深圳等大城市，公司所在地吸引力不够。2011 年，国内众多企业纷纷出现了“人才荒”的局面，公司在人才引进，特别是中高级管理人才、技术人才的引进方面存在劣势，另外还存在公司部分优秀人才离职前往大城市谋求发展的风险。

应对措施

1、针对宏观调控带来的风险，公司主要通过深化渠道管理，扩大渠道的覆盖率，提高单店经营效益，并通过强化精益生产和技术研发，降低生产成本，提高产品品质和附加值，增强产品竞争力。

2、针对原材料价格波动风险，一是公司加强生产管理，优化供应链，降低采购成本；其次是提高生产操作标准化程度及生产效率，降低商品库存，增强转移原材料价格波动风险的能力。

3、针对技术风险，公司优化技术组合，加大技术攻关力度，增加新产品种类，提高技术的适应性；公司将加强与各科研院所、高校的研究合作，建立技术研发沟通交流机制，确保技术的先进性和可行性。

4、针对人力资源风险，一方面，公司将通过加强公司各项基础设施建设，提升公司软硬件条件，给员工提供一个舒适的工作生活环境；另一方面，优化内部晋升渠道，建立多元化、纵横向相互可以转化的职业发展通道，同时努力提升公司经营业绩，提高员工福利待遇，让员工分享到公司业绩提升的成果，提升员工的归属感和满足感。

5.2 主营业务分行业、产品情况表

单位：万元

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
电器机械及器材制造业	193,055.79	126,029.73	34.72%	22.60%	24.85%	下降 1.17 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
炉具	49,860.34	35,610.67	28.58%	-1.73%	11.15%	下降 8.27 个百分点
烟机	75,297.83	43,349.56	42.43%	44.22%	36.28%	上升 3.35 个百分点
热水器	45,298.41	35,466.34	21.71%	20.45%	25.64%	下降 3.23 个百分点
其他	33,036.69	21,994.87	33.42%	30.00%	29.11%	上升 0.46 个百分点
内部抵消数	-10,437.48	-10,391.71	0.44%	22.71%	27.17%	下降 3.49 个百分点
合计	193,055.79	126,029.73	34.72%	22.60%	24.85%	下降 1.17 个百分点

5.3 报告期内利润构成、主营业务及其结构、主营业务盈利能力较前一报告期发生重大变化的原因说明

√ 适用 □ 不适用

(四)、公司主营业务及经营情况

1、公司主营业务范围

报告期内，公司主营业务未发生变化，公司主营业务范围：生产、销售燃气具系列产品，太阳能及类似能源器具，家庭厨房用品，家用电器及配件，自产产品的售后服务。企业自有资产投资，经营本企业自产产品及技术的出口业务；经营本企业生产所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进口业务（国家限定公司经营和国家禁止进出口的商品除外；具体按[2002]粤外经贸发登记字第 029 号经营）。

2、公司主营业务收入、主营业务利润的构成情况

(1) 按行业、产品分类情况

单位：人民币（元）

主营业务分行业情况						
分行业或分产品	营业收入	营业成本	毛利率（%）	营业收入比上年增减（%）	营业成本比上年增减（%）	毛利率比上年增减（百分点）
其他金属制品业	1,930,557,872.24	1,260,297,284.63	34.72%	22.60%	24.85%	下降 1.17 个百分点
炉具	498,603,410.70	356,106,691.70	28.58%	-1.73%	11.15%	下降 8.27 个百分点
抽油烟机	752,978,335.82	433,495,615.54	42.43%	44.22%	36.28%	上升 3.35 个百分点
热水器	452,984,067.91	354,663,357.59	21.71%	20.45%	25.64%	下降 3.23 个百分点
其他	330,366,882.42	219,948,683.85	33.42%	30.00%	29.11%	上升 0.46 个百分点
内部抵消	-104,374,824.61	-103,917,064.05	0.44%	22.71%	27.17%	下降 3.49 个百分点
合计	1,930,557,872.24	1,260,297,284.63	34.72%	22.60%	24.85%	下降 1.17 个百分点

原因分析：

本年度公司主营业务的销售收入较上年度增长 22.60%，主营业务产品综合毛利率为 34.72%，较上年度下降 1.17 个百分点。主要原因为产品原材料不断上升，尤其是上半年铜等金属价格不断走高，导致成本降低较为困难。其中主要产品灶具的毛利率下降 8.27 个百分点，抽油烟机的毛利率上升 3.35 个百分点，热水器的毛利率下降 3.23 个百分点，灶具、烟机毛利率变化，是由于本年度开展了一系列买烟机送灶具、买烟机送灶具再送热水器的促销活动，从而使灶具、热水器账面毛利率较上年同期减少，且整体受市场低迷状况影响，通过上述促销活动保证销售规模增长的同时，影响了整体毛利率的提升。

(2) 按地区分布情况

单位：人民币（元）

地区	营业收入	主营业务收入比上年增减（%）
华北地区	235,238,009.29	18.92%
东北地区	89,590,703.71	-0.28%
华东地区	409,928,444.14	7.78%
华中地区	484,046,056.23	84.18%
华南地区	355,451,293.43	36.24%
西南地区	233,302,130.14	8.95%
其他地区	123,001,235.30	-27.12%
合计	1,930,557,872.24	22.60%

原因分析：

A、华中地区产品销售收入较上年同期增长 84.18%，主要是公司本年度在该地区配备了工作能力较强的骨干力量，迅速地提升了该区域的销售团队水平。因此本年度有积累性的爆发，增长幅度较大。

B、华南地区产品销售收入较上年同期增长 36.24%，主要是因为该地区为公司生产办公所在地，也是公司品牌效应发挥最大的地区，一直以来该地区无论从销量或者口碑上都基础较好，因此相关促销活动和推广活动能取得较其他地区更广泛的反响，从而使销售额大幅增长。

C、其他地区产品销售收入较上年同期下降 27.12%，主要是因为 2011 年许多已经非常成熟的家电品牌纷纷进入厨卫行业，使得行业内竞争更加激烈，公司其他地区由于实力分散，管理分散，在竞争中没有办法形成合力及无法产生规模效应，因此导致销量下降。公司已就该问题进行针对性的研究，寻求解决措施。

3、占公司主营业务收入总额 10%以上主要产品情况如下：

单位：人民币（元）

产品名称	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (百分点)
炉具	498,603,410.70	356,106,691.70	28.58%	-1.73%	11.15%	下降 8.27 个百分点
抽油烟机	752,978,335.82	433,495,615.54	42.43%	44.22%	36.28%	上升 3.35 个百分点
热水器	452,984,067.91	354,663,357.59	21.71%	20.45%	25.64%	下降 3.23 个百分点

4、报告期内，公司主营业务及其结构未发生变化。

§ 6 财务报告

6.1 与最近一期年度报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的具体说明

适用 不适用

6.2 重大会计差错的内容、更正金额、原因及其影响

适用 不适用

6.3 与最近一期年度报告相比，合并范围发生变化的具体说明

适用 不适用

本期新纳入合并范围的杭州粤迪厨卫有限公司系本公司 2011 年新设立的子公司。

6.4 董事会、监事会对会计师事务所“非标准审计报告”的说明

适用 不适用

6.5 对 2012 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用

中山华帝燃具股份有限公司

董事长：黄文枝_____

2012 年 3 月 12 日