

2019 年度董事会工作报告

一、报告期内公司从事的主要业务

公司的主营业务为电线电缆的研发、生产、销售与服务，主要产品包括电线和电缆两大类。其中电线分为普通电线和特种电线，电缆分为普通电缆和特种电缆。特种电线电缆相对于普通电线电缆而言，在用途、使用环境、性能以及结构等方面有别于常规产品，具有技术含量较高、使用条件较严格、附加值较高的特点，往往采用新材料、新结构、新工艺生产。主要品种有：低烟无卤电线电缆、低烟无卤阻燃电线电缆、耐火低烟无卤电线电缆、耐火电线电缆、阻燃电线电缆、高性能铝合金电线电缆，防水电缆、防蚁电缆、分支电缆等。

电线电缆制造业作为国民经济中最大的配套行业之一，是各个行业的基础，是机械行业中仅次于汽车行业的第二大产业。其产品广泛应用于电力、建筑、民用、通信、船舶以及石油化工等领域，被喻为国民经济的“血管”与“神经”，与国民经济发展密切相关。

近年来，随着我国电线电缆行业制造规模不断扩大，市场竞争日趋激烈，整体呈现出企业数量多，集中度低的显著特点，企业规模整体偏低，同质化竞争现象明显。行业内企业发展呈现两极分化特征。随着生产成本上升、铜价大幅波动以及市场竞争加剧，部分生产低端产品的中小型电线电缆企业原本有限的利润空间被逐步压缩，面临生存困境，纷纷退出市场；行业领先企业凭借品牌、技术、资金、管理优势持续推动新产品研发，不断拓展新的市场增长点，重点发展环保电缆、城市轨道交通电缆、新能源电缆、阻燃耐火电缆等特种电缆线电缆。

公司自成立以来专业从事电线电缆的研发、生产、销售与服务，以顾客价值为中心，以产品质量为核心，以技术创新促发展，全面推进“金龙羽”名牌战略，差异化竞争战略。自2007年以来连续多次获得“广东省著名商标”称号，2007年经深圳市人民政府认定为“深圳市民营领军骨干企业”，2014年获得“深圳市质量强市骨干企业”称号。经过近20年的持续较快发展，已经成长为我国电线电缆行业领先的民营企业之一，是华南地区规模最大、产品最齐全、技术最先进的电线电缆企业之一。

二、主要资产重大变化情况

主要资产	重大变化说明
股权资产	无重大变化
固定资产	因公司募投项目部分建设完成转入固定资产所致
无形资产	无重大变化
在建工程	因惠州募投项目建设投入所致

三、核心竞争力分析

（一）产品质量优势

产品质量是公司生存和发展的基础，是公司品牌建设的基石。提供优质的产品和服务，是公司消费者的郑重承诺。公司自成立以来极其重视产品质量，将质量管理贯穿于生产经营的各个环节。公司为中国质量万里行促进会会员单位、深圳市质量强市促进会会员单位，通过了 ISO9001:2008 质量管理体系认证、ISO14001:2004 环境管理体系认证、QHSAS18001:2007 职业健康安全管理体系认证。公司获得英国 BASEC 认证，BASEC 认证是目前国际上体系及产品认证中要求最严格的认证之一，取得该认证需要企业先通过英国皇家认证，再进行产品认证，产品检测合格并颁发证书后，每年还需接受专家组不少于三次监督审核。公司在采购、生产、售后服务等环节制定了严格的质量控制标准，并建立了高效的质保体系，注重从硬件平台建设、工艺系统完善、管理模式提升等方面持之以恒地推进产品精益制造体系的建立与完善，以优良的工艺水准、科学的管理和完善的检测手段，严格现场管理和质量控制，有力提升了生产效率和产品可靠性。

（二）品牌优势

电线电缆行业存在着较高的品牌壁垒，下游客户更倾向于选择品牌知名度高、信誉良好的电线电缆产品。公司以产品质量为核心，以顾客价值为中心，以技术创新促发展，全面推进“金龙羽”品牌战略。公司于 2002 年被国家经济贸易委员会列入《全国城乡电网建设与改造所需要设备产品及生产推荐目录》，金龙羽牌电线电缆系列于 2005 年获得国家质检总局颁发的“产品质量免检证书”，自 2007 年以来连续多次获得“广东省著名商标”称号，2007 年经深圳市人民政府认定为“深圳市民营领军骨干企业”，2008 年获得“捐助汶川地震灾区及产品与服务质量保障杰出贡献奖”，2014 年获得“深圳市质量强市骨干企业”称号，金龙羽牌 6~35kV 交联聚乙烯电力电缆、0.6/1kV

聚乙烯绝缘电力电缆、110~220kV 交联聚乙烯绝缘电力电缆、450~750V 及以下橡皮绝缘电缆等多种产品获得“广东省名牌产品”。“金龙羽”品牌经过多年的市场考验，在深圳乃至广东地区广大消费者心目中已有相当的知名度和影响力，并进而转化为美誉度和信任度，产品多年来一直保持畅销；凭借较强的竞争优势，公司获得国家电网、南方电网及多个省市电网的产品入网许可，知名企业客户包括万科、宝能集团、星河地产、时代地产、招商地产、华侨城、华润万家、蓝思科技、伯恩光学、比亚迪等，产品曾应用于众多重点工程项目，如：国家电网及南方电网相关工程项目、深圳世界之窗、深圳大剧院、深圳体育馆、深圳机场、深圳市民中心、深圳会展中心、深圳地铁、世界大学生运动会龙岗体育馆、白云机场、广州地铁、广州大学城、奥林匹克体育中心、东莞大剧院、东莞国际会展中心、大亚湾核电站、厦门中航城、九江中航城、南昌地铁、沈阳环球金融中心等。此外，公司产品出口新加坡、澳大利亚、香港等多个国家和地区。

（三）技术优势

公司坚持以创新促发展，不断自主研发，推陈出新，坚持不懈地研发技术含量高、产品附加值高的电线电缆产品，不断提升企业的技术水平，使公司的创新技术水平始终处于行业前列。公司高度重视研发团队建设，始终坚持以技术研发为主导的专业化发展战略。通过实施引进和自我培养相结合的技术研发人才战略，建立了完善的人才选拔、任用机制和符合行业、公司发展特点的研发激励机制，多年来广泛吸收行业技术精英，造就了一支“优秀、精干、高效、稳定”的研发团队。核心研发人员均具备行业内5年以上工作经验，能够运用综合技术知识满足公司产品开发方案的技术要求。同时公司与科研院所开展了多种形式的合作，全面开展“产、学、研、用”合作，提升金龙羽公司技术创新能力，进行技术储备。公司曾参与多个电线电缆国家标准、行业标准的起草及修订工作，积极推动行业标准的发展。公司生产设备和检验设备设施完善，技术装备能力处于行业领先地位。是国内少数拥有3,500mm²大截面电力电缆生产能力的企业之一，也是前述产品少数试制成功并通过国家检测机构型式认可的企业之一。公司在电线电缆产品的阻燃耐火技术方面具有较强的竞争优势。目前国内大多数的耐火电缆只符合IEC60331标准要求。根据国家电线电缆检测中心出具的耐火检测报告，根据国际标准和BS6387标准要求，金龙羽耐火电缆通过了CWZ性能试验，满足耐火试验、耐火振动试验、耐火喷淋试验等要求，处于国内领先水平。

（四）管理优势

1. 优秀的管理团队

金龙羽核心管理团队成员一直保持稳定，大部分从事本行业达十年以上，综合能力突出，具有丰富的企业管理和市场营销经验，能及时、准确把握行业发展动态和市场变化，从而快速调整公司经营策略。

2. 成本管控优势

电线电缆行业作为传统的制造业，成本管理水平的差异较大程度上影响企业的经营效益。近年来公司狠抓成本管理及精细管理，确保成本管理优势处于行业领先水平。在原材料采购方面，公司与主要供应商保持了良好、稳固的长期合作关系，为公司及时、低价地采购奠定了基础。在生产方面，公司通过发挥规模效应、改进工艺流程等方法以降低成本。此外，公司凭借近二十年的经验积累，形成了较强的生产组织能力，在确认订单后能快速、合理地组织生产，有效提高资金运营效率，保证公司的盈利水平。在经营管理方面，公司注重提高经营管理效率，并且随着市场竞争形势的变化，不断优化自身的组织架构。通过加强人员培训、定岗定编以及考核激励制度等措施，进一步提高了经营管理效率。近年来，尽管铜价波动幅度较大，但是公司盈利能力一直保持稳健增长，充分体现了生产组织和成本控制上的优势。

（五）区位优势

公司位于国内最早建立的经济特区深圳，是华南地区规模最大、产品最齐全、技术最先进的电线电缆企业之一，产品主要服务于广东省内客户。广东是我国的经济强省，也是经济发展最为活跃的地区，广东省电线电缆行业配套产业齐全，区域产业化促进了技术、人才和信息的集中与流动，从而形成了区域产业聚集效应，是国内电线电缆行业主要的产业集聚区之一。由于公司主要立足民用及工程行业，客户采购频次高、单次采购规模相对较小、采购需求规格型号多样化的特点决定了公司销售行为具有区域集中的特点，销售区域主要集中在以深圳为中心的广东地区，广东省内电线电缆旺盛的市场需求，为近年来公司的快速发展提供了广阔的市场空间。公司利用质量、品牌、规模等优势在竞争激烈的广东省内地区取得了显著的成绩，形成了自身的核心竞争力，并成长为广东省乃至华南地区知名的电线电缆企业。未来，随着国家大湾区战略实施，公司的区位优势将更加显著。

四、经营情况讨论与分析

公司专注于电线电缆行业的生产经营，在行业内深耕细作，实行“差异化”竞争战略，持续不断地改进生产和服务，获得了客户的广泛好评，公司业绩持续增长。

（一）经营成果

报告期内，公司实现营业收入 38.47 亿元，较上年同期增长 15.92%；实现营业利润 3.75 亿元，同比上升 15.56%，实现利润总额 3.76 亿元，同比增长 14.73%，实现净利润 2.8 亿元，较上年同期增长 15.45%，其中归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 2.8 亿元，同比增长 16.55%。

（二）市场营销

报告期公司对经销商管理实施了新的措施，激发经销商的经营积极性；对公司业务员制定了更为科学的考核激励措施，特别是在股权激励中向业务人员倾斜，激发业务人员的工作积极性；继续组织实施公司营销网络建设，截至报告期末，七个营销网点已全部建成。各地营销网点是公司原有销售体系的补充和拓展，致力于让公司产品在保持本地原有的市场竞争力和区位优势的同时，向周围地区辐射，对公司经营形成更为强有力的支撑，让公司产品更好的走出去，突破传统销售半径，实现跨区域的发展。

（三）“质量第一，客户至上”

产品质量是公司生存和发展的基础，是公司品牌建设的基石，提供优质的产品和服务，是公司对消费者的郑重承诺。公司始终坚持以质量求生存，以产品促发展，认真贯彻“质量第一，客户至上”的质量方针，把产品质量管理贯穿于生产经营的各个环节。公司坚持以顾客价值为中心，以产品质量为核心，以技术创新促发展，全面推进“金龙羽”名牌战略。公司目前为中国质量万里行促进会会员单位、深圳市质量强市促进会会员单位，通过了 ISO9001：2008 质量管理体系认证、ISO14001：2004 环境管理体系认证、QHSAS18001：2007 职业健康安全管理体系认证。公司获得英国 BASEC 认证，欧盟 CE 认证等多项认证和荣誉。

（四）产品技术和研发

公司开始着手改造位于惠州工业园的“研发中心”，进一步提升公司研发实力，开展新材料、新技术、新产品、新工艺等方面的技术研发。同时，公司将研发融入生产环节，在生产过程中，开展数据的收集、参数的分析、工艺的改进等研发工作，不仅

大大节省研发费用，也显著提升了研发效果。另一方面，公司重视与科研院所的技术交流和合作，全面开展“产、学、研、用”合作，大力开展工艺改造创新和技术攻关，应用先进技术和工艺，降低生产成本，提高产品质量，加快公司技术创新的步伐。

（五）精细化管理

报告期，公司在生产环节继续推行“精细化管理”，改变原有较为粗放的管理模式，以最优生产量，组合订单，安排生产，以节约人力物力，提高生产效率，在不增加机器设备和人员的基础上，实现产品产出保质保量的提升。同时，进一步改良生产过程，区分必要废品（由于检测等必须工序产生）和人为废品，考核废品指标，有效的减少了生产过程中的浪费，节省了成本。

五、主营业务分析

1. 收入与成本

（1）营业收入构成

单位：元

	2019年		2018年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	3,846,622,652.70	100%	3,318,380,050.61	100%	15.92%
分行业					
民用类	3,393,435,544.88	88.22%	2,832,731,521.50	85.36%	19.79%
电网类	409,021,112.82	10.63%	408,749,591.24	12.32%	0.07%
外贸类	37,284,344.39	0.97%	71,877,177.84	2.17%	-48.13%
其他类	6,881,650.61	0.18%	5,021,760.03	0.15%	37.04%
分产品					
普通电线	1,034,855,198.15	26.90%	1,145,167,220.80	34.51%	-9.63%
特种电线	528,657,890.70	13.74%	458,709,765.78	13.82%	15.25%
普通电缆	119,668,033.70	3.11%	114,650,738.23	3.46%	4.38%
特种电缆	2,156,559,879.54	56.06%	1,594,830,565.77	48.06%	35.22%
其他	6,881,650.61	0.18%	5,021,760.03	0.15%	37.04%
分地区					
国内	3,802,456,657.70	98.85%	3,241,481,112.74	97.68%	17.31%
国外	37,284,344.39	0.97%	71,877,177.84	2.17%	-48.13%
其他	6,881,650.61	0.18%	5,021,760.03	0.15%	37.04%

（2）占公司营业收入或营业利润10%以上的行业、产品或地区情况

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
民用类	3,393,435,544.88	2,833,067,704.12	16.51%	19.79%	19.59%	0.14%
电网类	409,021,112.82	356,646,565.71	12.80%	0.07%	-0.83%	0.78%
分产品						
普通电线	1,034,855,198.15	866,147,097.83	16.30%	-9.63%	-10.74%	1.04%
特种电线	528,657,890.70	434,470,886.63	17.82%	15.25%	16.28%	-0.72%
特种电缆	2,156,559,879.54	1,812,376,402.48	15.96%	35.22%	34.81%	0.26%
分地区						
国内	3,802,456,657.70	3,189,714,269.83	16.11%	17.31%	16.90%	0.29%

(3) 公司实物销售收入大于劳务收入

行业分类	项目	单位	2019年	2018年	同比增减
电线电缆销售	销售量	米	949,727,069.76	887,041,991.3	7.07%
	生产量	米	972,065,443.25	903,054,840.64	7.64%
	库存量	米	88,328,788.69	65,990,415.2	33.85%

报告期末公司增加了小截面电线电缆备货。公司产品规格型号众多，线径差异较大，因此存货金额变化与数量变化不能完全对应。电线存货较去年数量较多使库存量同比增长较大。

(4) 公司已签订的重大销售合同截至本报告期的履行情况

公司于2018年1月收到中国南方电网有限责任公司全资子公司广东电网有限责任公司的《中标通知书》；确认本公司中标广东电网有限责任公司2018年中低压电缆、低压电线等框架招标部分项目，根据招标公告中预测标的金额，按中标比例预估的公司中标金额为15,270万元（含税）。截至报告期末与广东电网有限责任公司及其下属公司已签订合同金额26528.25万元（含税），已完成送货22742.35万元（含税）。

于2018年1月收到深圳供电局有限公司的《中标通知书》；确认本公司中标确认本公司中标深圳供电局有限公司2018年10kV交联电缆（阻燃型）、低压电缆（阻燃型）、低压电线等框架招标部分项目，根据招标公告中预测的金额，按中标比例预估的公司中标金额为18,160万元（含税）。截至报告期末与深圳供电局有限公司已签订合同金额56,181.03万元（含税），已全部完成送货。

于2019年9月12日收到南方电网物资有限公司的《中标通知书》，确认本公司中标南方电网物资有限公司2019年10kV交联电缆（阻燃型）、低压交流电力电缆（阻燃

型)、低压电线框架招标部分项目,按中标比例预估的公司中标金额为 10831.65 万元。截至报告期末与南方电网物资有限公司下属子公司深圳供电局有限公司已签订合同金额 1355.27 万元(含税),已完成送货 1254.09 万元(含税)。

具体情况及相关进展公告详见公司刊登于巨潮资讯网 (<http://www.cninfo.com.cn>) 的相关公告。

(5) 营业成本构成

单位:元

产品分类	项目	2019 年		2018 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
普通电线	直接材料	824,904,752.99	95.24%	930,839,021.82	95.92%	-11.38%
普通电线	直接人工	19,027,983.89	2.20%	18,127,263.35	1.87%	4.97%
普通电线	制造费用	22,214,360.96	2.56%	21,438,559.57	2.21%	3.62%
特种电线	直接材料	413,144,622.62	95.09%	359,222,049.23	96.14%	15.01%
特种电线	直接人工	9,731,596.30	2.24%	6,932,658.57	1.86%	40.37%
特种电线	制造费用	11,594,667.71	2.67%	7,502,065.95	2.01%	54.55%
普通电缆	直接材料	102,606,987.02	94.11%	95,968,945.83	95.52%	6.92%
普通电缆	直接人工	2,237,461.41	2.05%	1,746,588.71	1.74%	28.10%
普通电缆	制造费用	4,189,763.33	3.84%	2,755,097.38	2.74%	52.07%
特种电缆	直接材料	1,709,162,585.84	94.31%	1,282,971,037.34	95.43%	33.22%
特种电缆	直接人工	37,364,017.13	2.06%	25,118,272.58	1.87%	48.75%
特种电缆	制造费用	65,849,799.51	3.63%	36,347,783.21	2.70%	81.17%

(6) 本期纳入合并财务报表范围的主体共 6 户。

(7) 主要销售客户和主要供应商情况

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额(元)	889,304,515.81
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	23.12%
前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例	0.00%

公司前 5 大客户资料

序号	客户名称	销售额(元)	占年度销售总额比例
1	A 公司及其关联方	355,038,410.62	9.23%
2	B 公司	278,648,403.14	7.24%
3	C 公司	93,089,895.41	2.42%

4	D公司及其关联方	81,923,852.81	2.13%
5	E公司	80,603,953.83	2.10%
合计	--	889,304,515.81	23.12%

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额(元)	3,068,062,031.90
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	86.35%
前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例	0.00%

公司前5名供应商资料

序号	供应商名称	采购额(元)	占年度采购总额比例
1	广州江铜铜材有限公司	1,598,880,861.20	45.00%
2	G公司	821,499,643.12	23.12%
3	H公司	578,591,098.59	16.28%
4	I公司	44,114,369.79	1.24%
5	J公司	24,976,059.20	0.70%
合计	--	3,068,062,031.90	86.35%

2、费用

单位：元

	2019年	2018年	同比增减	重大变动说明
销售费用	122,628,497.74	100,689,001.68	21.79%	主要由于公司报告期销售增长所致
管理费用	72,185,593.19	61,613,175.99	17.16%	由于报告期销售增长带来的管理成本增加所致
财务费用	19,393,823.01	18,640,155.71	4.04%	主要由于本期融资金额增加所致
研发费用	5,801,272.16	3,580,147.43	62.04%	主要由于公司报告期增加研发投入所致

3、研发投入

公司高度重视研发团队的建设，积极与高校、科研院所进行技术交流与合作，并设立了研发中心。通过实施人才引进及自我培养相结合的研发人才发展战略，建立了“优秀、精干、高效、稳定”的研发团队。在生产过程中，通过对数据的采集分析、工艺改进等工作，将研发融入到了生产过程之中，在提高研发效果的同时也大大节省了研发费用。。在生产过程中，通过对数据的采集分析、工艺改进等工作，将研发融入到了生产过程之中，在提高研发效果的同时也大大节省了研发费用。

公司研发投入情况

	2019年	2018年	变动比例
研发人员数量(人)	19	16	18.75%

研发人员数量占比	1.56%	1.51%	0.05%
研发投入金额（元）	5,801,272.16	3,580,147.43	62.04%
研发投入占营业收入比例	0.15%	0.11%	0.04%
研发投入资本化的金额（元）	0.00	0.00	0.00%
资本化研发投入占研发投入的比例	0.00%	0.00%	0.00%

4、现金流

单位：元

项目	2019年	2018年	同比增减
经营活动现金流入小计	4,197,305,549.82	3,799,004,861.03	10.48%
经营活动现金流出小计	3,986,097,739.46	3,851,647,710.36	3.49%
经营活动产生的现金流量净额	211,207,810.36	-52,642,849.33	501.21%
投资活动现金流入小计	48,401,706.85	489,586,894.86	-90.11%
投资活动现金流出小计	121,321,774.57	397,825,922.24	-69.50%
投资活动产生的现金流量净额	-72,920,067.72	91,760,972.62	-179.47%
筹资活动现金流入小计	624,245,535.61	742,298,372.74	-15.90%
筹资活动现金流出小计	788,075,122.91	464,520,554.84	69.65%
筹资活动产生的现金流量净额	-163,829,587.30	277,777,817.90	-158.98%
现金及现金等价物净增加额	-25,446,746.53	316,953,851.16	-108.03%

- 1、经营活动现金流量净额由负转正主要是由于报告期加大了货款催收力度，货款回收速度加快，所以现金流入较多。
- 2、投资活动现金流入较去年减少主要是由于报告期收回购买理财产品金额减少。
- 3、投资活动现金流出较去年减少主要是报告期购买理财产品金额减少。
- 4、筹资活动现金流出增长较多主要是由于报告期偿还银行借款及已贴现票据到期所致。
- 5、筹资活动产生的现金流入增加主要是由于报告期取得银行流动资金贷款增加。

六、非主营业务分析

单位：元

	金额	占利润总额比例	形成原因说明	是否具有可持续性
投资收益	150,547.92	0.04%	主要为暂时闲置自有资金购买理财产品收益	否
公允价值变动损益	553,277.95	0.15%	套期保值工具收益	否
资产减值	-477,398.93	-0.13%	计提存货跌价损失	否
营业外收入	593,238.76	0.16%	主要为政府补助	否
营业外支出	230,832.29	0.06%	主要为报废包装品	否

信用减值损失	-10,368,944.54	-2.76%	主要为计提应收账款坏账损失	否
其他收益	3,221,950.62	0.86%	主要系收到与日常经营活动相关的政府补助	否

七、资产及负债状况分析

1、资产构成重大变动情况

单位：元

	2019 年末		2019 年初		比 重 增 减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
货币资金	445,958,254.35	18.49%	363,145,562.10	15.80%	2.69%	期末回款较多
应收账款	780,711,408.15	32.36%	590,233,944.70	25.68%	6.68%	主要系公司本期销售增加
存货	556,069,893.59	23.05%	646,465,514.16	28.12%	-5.07%	主要由于国际铜价波动较大，为防范风险，公司减少车间铜材备货所致
固定资产	264,756,665.53	10.98%	189,282,353.57	8.23%	2.75%	因公司募投项目研发中心建设完工并转入固定资产所致
在建工程	52,127,558.83	2.16%	25,271,672.72	1.10%	1.06%	主要原因系报告期本公司募投项目高阻燃耐火特种电线电缆项目建设及办公楼装修工程项目、新建宿舍楼工程项目投入增加
短期借款	348,833,176.15	14.46%	441,192,051.98	19.19%	-4.73%	主要系公司报告期末偿还部分银行借款所致
其他流动资产	15,211,413.87	0.63%	167,541,304.74	7.29%	-6.66%	主要原因系期末购买理财产品减少所致

其他非流动资产	12,720,337.33	0.53%	41,412,893.00	1.80%	-1.27%	主要原因系上年度预付的工程项目款、机器设备款本期已经交易结算所致
---------	---------------	-------	---------------	-------	--------	----------------------------------

2、以公允价值计量的资产和负债

单位：元

项目	期初数	本期公允价值变动损益	计入权益的公允价值变动	本期计提的减值	本期购买金额	本期出售金额	其他变动	期末数
金融资产								
1. 交易性金融资产(不含衍生金融资产)	8,865,290.00	553,277.95	0.00		19,949,671.87	23,071,623.82		6,296,616.00
上述合计	8,865,290.00	553,277.95	0.00		19,949,671.87	23,071,623.82		6,296,616.00
金融负债	0.00							0.00

3、截至报告期末的资产权利受限情况

项目	期末账面价值(元)	受限原因
其他货币资金	259,438.78	保函保证金
应收票据	14,489,461.71	票据贴现未到期
应收账款	5,970,000.00	保理贴现未到期
合计	20,718,900.49	

八、投资状况分析

1、总体情况

报告期投资额(元)	上年同期投资额(元)	变动幅度
19,949,671.87	21,075,756.02	-5.34%

2、报告期没有股权及其他投资的情形。

3、以公允价值计量的金融资产

单位：元

资产类别	初始投资成本	本期公允价值变动损益	计入权益的公允价值变动	报告期内购入金额	报告期内售出金额	累计投资收益	期末金额	资金来源
期货	8,865,290.00	553,277.95	0.00	19,949,671.87	23,071,623.82	-251,158.93	6,296,616.00	自有资金
合计	8,865,290.00	553,277.95	0.00	19,949,671.87	23,071,623.82	-251,158.93	6,296,616.00	-

4、募集资金使用情况

(1) 募集资金总体使用情况

单位：万元

募集年份	募集方式	募集资金总额	本期已用募集资金	累计已用募集资金	报告期内变更用途的募集资金总额	累计变更用途的募集资金总额	变更用途的募集资金总额比例	尚未使用的募集资金总额	尚未使用的募集资金用途	闲置募集资金
2017年	首次公开发行	45,737.86	8,798.56	40,356.36	0	0	0.00%	6,115	银行存款	0
合计	-	45,737.86	8,798.56	40,356.36	0	0	0.00%	6,115	-	0

募集资金总体使用情况说明

经中国证券监督管理委员会《关于核准金龙羽集团股份有限公司首次公开发行股票批复》（证监发行字〔2017〕654号文）核准，并经深圳证券交易所同意，本公司由主承销商东吴证券股份有限公司通过深圳证券交易所系统于2017年6月19日采用全部向二级市场投资者定价配售方式，向社会公众公开发行了普通股（A股）股票8,000.00万股，发行价为每股人民币6.20元。截至2017年6月19日，本公司共募集资金496,000,000.00元，扣除发行费用38,621,400.00元后，募集资金净额为457,378,600.00元。

上述募集资金净额已经亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）出具亚会A验字〔2017〕0006号《验资报告》验证。

截至2019年12月31日，募集资金累计投入40,356.36万元，尚未使用的金额为6,115.00万元（其中暂时补充流动资金0.00万元，暂时用于购买银行保本型理财产品0.00万元，存放于银行存款为6,115.00万元）。

(2) 募集资金承诺项目情况

单位：万元

承诺投资项目和超募资金投向	是否已变更项目(含部分变更)	募集资金承诺总额	调整后投资总额(1)	本报告期投入金额	截至期末累计投入金额(2)	截至期末投资进度(3) = (2)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	本报告期的实际效益	是否达到预计效益	项目可行性是否发生重大变化
承诺投资项目										
高阻燃耐火特种电线电缆	否	16,791.49	16,791.49	4,439.95	12,563.56	74.82%	2020年01月31日	0	不适用	否
营销网络建设项目	否	3,181.7	3,181.7	2,127.52	2,745.72	86.30%	2020年01月31日	0	不适用	否
研发中心项目	否	5,340.34	5,340.34	2,231.09	4,622.75	86.56%	2020年01月31日	0	不适用	否
补充流动资金	否	20,424.33	20,424.33	0	20,424.33	100.00%		0	不适用	否
承诺投资项目小计	—	45,737.86	45,737.86	8,798.56	40,356.36	—	—	0	—	—
超募资金投向										
不适用	否									
合计	—	45,737.86	45,737.86	8,798.56	40,356.36	—	—	0	—	—

<p>未达到计划进度或预计收益的情况和原因 (分具体项目)</p>	<p>2019年7月25日第二届董事会第十七次(临时)会议审议通过《关于部分募投项目延期的议案》,决定将高阻燃耐火特种电线电缆建设项目、研发中心建设项目、营销网络建设项目完成时间延期至2020年1月31日。</p> <p>1、募投项目延期的原因如下:(1)高阻燃耐火特种电线电缆建设项目:a、因建设项目地块处于沉降地区,建筑物基础工程需要加强,因此工程建设有所拖延;b、公司对部分设备提出了改进更新要求,需要设备厂家重新进行研发试验定型,导致部分设备订购出现拖延;c、部分设备由于厂家生产排期较长时间,导致到货时间延迟。(2)研发中心建设项目:a、因建设项目地块处于沉降地区,建筑物基础工程需要加强,因此工程建设有所拖延;b、部分设备订购厂家生产排期靠后,导致到货延迟;c、一些原拟定购设备更新型号出现,导致需要进行选型考察决策。(3)营销网络建设项目:七个营销网点框架已经搭建完毕,网点管理尚在梳理完善,加之过去两年公司产能发挥到极限,因此品牌推广工作有所延迟。</p> <p>2.募投项目实际进展:(1)高阻燃耐火特种电线电缆建设项目:土建已经完成,部分设备安装调试完成已经投入使用,部分设备仍在安装调试,少量设备因公司对厂家设备提出改进更新要求,设备厂家已完成重新研发试验定型,公司已签署设备订货合同。(2)研发中心建设项目:土建及工程改造已经完成,少量设备安装调试完成已投入使用的,大部分正处于安装调试阶段,尚有少量检测、试验设备在调整选型或订购中。(3)营销网络建设项目:营销网络七个办事处已经完成初步设立,对于办事处的管理、业务流程等尚在梳理完善之中,品牌推广投入已加速启动。</p>
<p>项目可行性发生重大变化的情况说明</p>	<p>项目可行性未发生重大变化</p>
<p>超募资金的金额、用途及使用进展情况</p>	<p>不适用</p>
<p>募集资金投资项目实施地点变更情况</p>	<p>适用 以前年度发生 2018年12月4日,本公司召开第二届董事会第十三次(临时)会议审议通过了《关于变更部分公司募集资金投资项目实施地点的议案》,营销网络建设项目原选择在广州、珠海、东莞、汕头、河源、湛江、清远七个地方建立营销分支机构。本公司将部分实施地点由东莞、清远调整为海南、南宁。</p>
<p>募集资金投资项目实施方式调整情况</p>	<p>不适用</p>
<p>募集资金投资项目先期投入及置换情况</p>	<p>适用 募集资金投资项目先期投入金额为2,439.42万元,投入时间为2015年3月至2017年6月,已经本公司第一届董事会第十六次(临时)会议审议通过;本公司已于2017年8月完成置换。</p>
<p>用闲置募集资金</p>	<p>适用</p>

金暂时补充流动资金情况	本年度公司用闲置募集资金暂时补充流动资金 4,951.09 万元，已经本公司第二届董事会第十七次（临时）会议审议通过。截至 2019 年 12 月 31 日，上述闲置募集资金暂时补充流动资金 4,951.09 万元已全部归还至募集资金账户。
项目实施出现募集资金结余的金额及原因	不适用
尚未使用的募集资金用途及去向	剩余募集资金均为银行存款，全部存放于募集资金监管账户。
募集资金使用及披露中存在的问题或其他情况	不适用

（3）募集资金变更项目情况

公司报告期不存在募集资金变更项目情况。

九、主要控股参股公司分析

单位：元

公司名称	公司类型	主要业务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	营业利润	净利润
惠州市金龙羽电缆实业发展有限公司	子公司	生产、销售：电线电缆；国内贸易	389,418,300.00	984,116,544.47	797,371,140.66	2,171,690,393.31	186,591,635.94	139,647,403.21

惠州市金龙羽电缆实业有限公司：公司全资子公司，主营中高压电线电缆生产经营，期初注册资本为 389,418,300.00 元。报告期内实现营业收入 2,171,690,393.31 元，较上期增长 33.72%，实现净利润 139,647,403.21 元，较上期增长 38.17%，期末总资产 984,116,544.47 元，净资产 797,371,140.66 元。

十、公司未来发展的展望

一、行业竞争格局

电线电缆作为国民经济中最大的配套行业之一，是各产业的基础，其产品广泛应用于电力、建筑、民用、通信、船舶以及石油化工等领域，被喻为国民经济的“血管”与“神经”，与国民经济发展密切相关。按产值规模计算，电线电缆行业在我国机械工业的细分行业中，仅次于汽车整车制造和零部件及配件制造业，位居第二；是电工电器行业 20 多个细分行业中规模最大的子行业，占据约四分之一的产值规模。作为重要

的基础性配套产业，伴随着下游市场需求的持续拉动，我国电线电缆行业市场规模逐年增长，为把握新的发展机遇，近年来行业内领先企业通过加大研发投入、完善研发体系，不断增强自身综合创新能力和技术实力，推动了行业整体技术水平的提升。电线电缆行业市场规模总体稳步扩大的同时，行业内企业发展也呈现两极分化特征，主要表现在以下方面：

1. 企业数量众多，产业集中度低

随着我国电线电缆行业制造规模不断扩大，市场竞争日趋激烈，整体呈现出企业数量多，集中度低的显著特点。企业规模整体偏低，同质化竞争现象明显。

2. 供需结构性矛盾突出

国内数量众多的中小企业规模相对较小，自主研发创新能力不足，整体竞争力较弱，随着国内电线电缆行业产能的持续扩张，中低压电缆的产能过剩，转向以价格竞争为主，行业利润率下降。而同时，在高端市场，如通信电缆、海缆、轨道交通电缆、高阻燃耐火特种电缆等领域，由于存在品牌、技术和资金壁垒，主要由国内的合资公司和少数行业龙头所占有，其附加值大，利润率高。

3. 外资进入加剧国内行业竞争

我国经济的持续较快发展、较为强劲的市场需求以及较低的制造成本为电线电缆企业营造了良好的投资环境，全球排名前列的电线电缆制造商，如耐克森、普睿司曼、住友等均已在我国建立合资或独资企业，其产品主要面向具有较高技术壁垒和利润水平的高端市场。外资企业的进驻进一步加剧了我国电线电缆市场，尤其是高端市场的竞争。

二、行业发展趋势

1. 特种电线电缆将成为行业主要的增长点

相对于普通线缆，特种线缆具有技术含量高、适用条件较严格、附加值高等特点，具有更优越的特定性能，如绿色环保、阻燃耐火、耐高温、耐酸碱、防白蚁、耐腐蚀、耐辐射等。随着科技的进步、传统产业的转型升级、战略性新兴产业和高端制造业的大力发展，我国经济社会进一步向绿色环保、低碳节能、信息化、智能化方向发展，国家智能电网建设、现代化城市建设、城乡电网大面积改造、新能源电站建设等领域均对电线电缆的应用提出了更高要求，为特种电线电缆的发展提供了新的历史机遇。

2. 行业集中度将进一步提升

目前我国电线电缆行业产业集中度低下，企业在产品品种、选用技术方面存在严重趋同性，缺乏核心竞争力，形成了行业同质化竞争趋势。我国电线电缆行业规模以上企业已达到3800多家，其中大部分为规模相对较小、竞争力较弱的中小企业。行业集中度低，高度分散化的格局不利于行业的持续发展，结构调整已成为发展趋势。近年来，行业领先企业通过并购等方式，进一步扩大规模和提高竞争力，在一定程度上促进了行业的结构调整。随着行业内竞争的升级，未来产业集中度将进一步提升。

3. 行业研发能力和技术水平的提升成为发展的关键因素

我国电线电缆企业经过多年发展，在技术上已取得较大成绩，但在高端电线电缆研发方面还很薄弱，与国际大型电线电缆企业相比，在技术水平和研发投入方面仍存在较大差距。随着下游产业对电线电缆配套产业提出更新、更高的要求，为把握新的发展机遇，近年来行业内领先企业通过加大研发投入、完善研发体系，不断增强自身综合创新能力和技术实力，推动了行业整体技术水平的提升。

4. 品牌与营销网络成为竞争关键因素

现阶段我国电线电缆行业企业数量较多，市场竞争仍以价格竞争为主。行业部分领先企业已逐步摆脱低端的价格竞争，通过不断强化品牌效应、拓展营销渠道等方式参与中高端市场的竞争。随着行业结构调整的不断推进以及细分市场需求的升级，品牌与营销网络将成为行业内企业之间竞争的关键因素。行业优势企业也将凭借在品牌、资金、规模、营销、研发等各方面的竞争优势，获得更大的市场份额和更为广阔的发展空间。

三、公司面临的主要风险及主要应对措施

1、原材料波动风险：公司主要原材料为大宗商品铜，近十多年来，大宗商品市场价格波动较大，对公司经营影响较大。公司采取的应对措施主要有（1）缩短采购批次间隔，多批次采购，在实物交易中降低人为因素影响采购成本；（2）对于客户远期订单，符合条件的使用套期工具，锁定成本；在客户下达远期订单并支付定金情况下，通过套期工具，锁定客户供货成本。（3）对非常规格产品采用订单模式，对常规销量大的产品制定高中低三种安全库存策略，在保障业务正常运转的同时尽量降低库存，目前公司订单生产模式已经占到全部业务量六成；（4）对于常规产品，公司根据销售情况实施高中低三种不同安全库存，并限定每一种情况库存的最高限额，以降低大宗商品波动风险；（5）对生产过程实施精细化管理，制定科学的生产过程控制，降低生

产过程中的在产品占用。

2、市场竞争风险：公司所处行业为传统的电线电缆，全国规模以上的约3800多家，公司在行业内面临激烈的市场竞争。目前为止多数厂家仍在中低端产品进行价格竞争，可能会导致公司客户流失、毛利下降的风险。公司采取的主要应对措施：（1）坚持以质量为先的品牌战略，在华南市场已经具有相当的品牌地位；（2）继续积极推行差异化竞争策略，针对目前多数厂家仍处于产业的中低端，生产的低端产品同质化严重的市场竞争状况，公司积极进行产业升级，研发各种特种性能的特种线缆、高端线缆，满足客户日益提高的物质文化精神需要，实现产业升级。

3、单一市场风险：公司地处改革前沿深圳市，从成立开始，深圳市一直是公司的主要销售市场，属于深圳市场的市场领导品牌，具有较强的市场地位；深圳为中国经济最具活力的城市，也给公司经营发展提供了成长的空间；但是目前公司的产品销售以深圳市为主，如果一旦深圳市出现经济滑坡，对公司的生产经营将有重大不利影响。随着公司经营规模的扩大，仅着眼于深圳市场，也无法满足公司经营规模持续增长的需求，因此公司近几年来一直积极开拓新市场，以分散公司单一市场依赖风险，经过几年的努力和营销网络的建设，已经初见成效。

4、管理风险：公司拥有良好的生产经营管理体系，具有扎实的管理基础。经营规模和资产规模高速扩张，公司规模和管理工作的复杂程度都将显著增大，面临固定资产管理、内部控制管理、人力资源管理、财务管理和资金管理、市场营销等多方面的管理问题，对公司管理层提出了更高要求。公司管理层如果不能及时提高管理水平和建立起更加科学有效的管理体制和激励约束机制，将使公司面临一定的管理风险。公司应对措施为积极增加管理团队的培训学习机会，引入新的生产经营技术人员，引入生产经营过程中的精细化管理，加强内部控制的执行力度及监督强度。

四、公司发展战略

针对目前行业集中度低，市场供需不平衡和低端市场竞争白热化的现状，公司将继续推进差异化竞争战略，不断增强自身研发能力，同时巩固与各科研院所的合作，开展多种形式的合作开发和联合开发，加大新产品新工艺的开发研究，加强开发高端产品，特别是民用产品，为不同用户提供不同的产品消费体验，以形成高中低不同消费层次产品系列，满足各层次用户的需求，引导市场差异化消费，在传统的低价竞争中开辟一条新的竞争道路。

五、公司经营计划

1、继续拓展市场的广度，加速营销网络的建设，加大营销资源投入力度。继续巩固深圳市场地位，不断拓展周边市场，扩大公司品牌知名度和美誉度；不断摸索调整内部人员结构及营销人员激励机制以及经销商的考核结算模式，以实现销售规模的迅速扩大。发挥募投项目营销网络的作用，推动公司跨区域经营。

2、继续推进差异化竞争战略，加大新产品新工艺的开发研究，加强开发高端民用产品，为不同用户提供不同的产品消费体验，以形成高中低不同消费层次产品系列，满足各层次用户的需求，引导市场差异化消费。

3、加强生产经营的精细管理：报告期内根据上年精细管理不到位的情况，狠抓精细管理，完善各项精细管理数据统计，并据此进行考核，公司组织对各生产车间进行了数次检查，总体情况良好，已经较大改善。管理层会对生产管理进行持续性改进，以降低生产损耗，持续提升产品品质。

4、管理层认为，由于疫情的影响，从国内国际经济发展状况来分析，今年经济不容乐观，充满了不确定性，因此公司无论是在日常经营还是投资扩展方面将继续保持保守主义，时刻关注公司偿债能力和现金流量情况。同时加大寻求投资机会，寻找公司新的投资机会进行审慎投资。

金龙羽集团股份有限公司

董 事 会

2019年4月11日