

4月3日消息，弘业股份（600128）2017年年度董事会经营评述内容如下：

一、经营情况讨论与分析

2017年，主要围绕发展、创新、风控和富民四条主线开展工作，经营业绩呈现恢复性增长，转型升级项目投入初见成效，公司持续健康发展的基础得到进一步巩固。公司全年实现营业收入41.01亿元，同比增长16.10%；实现归母净利润1226.40万元，同比下降48.20%。因受坏账计提、汇兑损失及缅甸工厂、电商平台等转型项目前期投入较大的影响，公司盈利短期存在较大压力，但降幅好于预期。

报告期内，公司继续贯彻进出口并重、内外贸并举的发展思路，业务结构持续优化。全年实现进出口总额5.40亿美元，同比增长34.54%，其中，出口3.27亿美元，同比增长6.02%，扭转了过去两年出口额持续下滑的趋势；进口2.13亿美元，同比增长129.75%，是近年来进口额增速最好的一年。

(一)传统业务集中度进一步提高

2017年，在“专业化、平台化”经营思路的指导下，传统贸易主业通过“小品种+大格局”的策略，业务集中度逐步提高。

从主营品种看，部分业务品种开始具备规模经营能力。出口业务方面，服装业务实现出口6177万美元，同比增长24.7%；五金、机械业务实现出口4593万美元，同比增长31.6%；玩具和宠物用品实现出口3991万美元，同比增长37.8%；前三大品类的出口额占公司2017年出口总规模的近50%。

进口业务方面，医疗器械、防水材料生产设备及其他机械设备累计进口到货1.2亿美元，同比增长超过169%；化工品业务实现进口8769万美元，同比增长67.2%；合计占公司进口总规模的70%以上。帽类等部分小品种也迈上千万美元规模，小品种培育工作进展顺利。

从业务单位看，部分业务子公司的规模实力、抗风险能力、自主经营能力有所增强。弘业永欣、弘业永为、弘业永恒、弘业永润、综合贸易部等业务主体，其前三大外贸品种在该主体进出口总额中所占比重均超过了65%；技术工程公司主营的医疗、轨道交通、防水设备等三大业务占其进口总额的90%以上，积累了江苏省内稳定的医院客户群，“弘业”商号在防水材料生产设备领域已经打出品牌。弘业永润自主渔具品牌K&R获“南京市重点培育和发展的国际知名品牌”，法国RIVE公司新厂房投入使用，渔具业务再上新台阶；弘业永欣全年出口额同比增长超过150%，被评为江苏省质量诚信企业、中信保事前赔付企业、2017年南京市外贸服务创新企业，自身企业质量、造血能力和市场商誉进一步增强；化肥公司实现液氨、煤炭销售收入5.8亿元

和1.6亿元，同比分别增长38%和20%，液氨业务全年中标60家，总中标量7.9万吨，成为河南晋开、安徽昊源、山东施可丰等龙头企业主流采购商。

(二)"新业态"实现较快发展

公司先后开展的健康环保业务、境外投融资平台、"一带一路"生产基地平台、跨境电商平台、玩具打样中心、外贸综合服务平台等项目，均在报告期内实现较快发展。

弘业环保中标医院医用气体项目、公安监管病区改造工程项目，并在沪宁杭等地发展了代理商；弘业永昌(香港)实现境外结算，并在境外企业融资、贸易结算中积极发挥桥梁作用；弘业(缅甸)实业30条生产线全部开工，产能释放率达100%，全年累计实现出口额2000多万美元，完成了BSCI社会责任体系认证，通过了利丰洋行、NEXT、Armani、MaxMara、波兰LPP、意大利OVS等国际主流客户的验厂；跨境电商业务实现快速增长，自主ERP上线，建立B2B、B2C两大团队，开始进入规模化发展阶段；弘业永恒玩具打样设计中心正式运营，筹划成立美国公司，加快打造传统外贸"两头在外"的格局；弘业永欣的外综服项目向中小微企业提供通关、退税、外汇、金融等"一站式"外贸服务，运营良好。

(三)文化和投资主业发展动能持续增强

逐步向文化产业综合运营商转型，文化主业实现营业收入近6亿元。爱涛文创大厦主体结构封顶，位于大厦裙楼的江苏省现代艺术馆已获江苏省文化厅命名，由爱涛艺术中心，爱涛文创大厦、爱涛天成酒店三栋单体建筑构成的爱涛文化创意园区建设初具雏形；艺术工程业务新签南京市青奥板块亮化改造工程、南京市规划馆提升改造及布展工程、沭阳县博物馆改造工程、随州市博物馆扩建工程等项目约2.6亿元，全年实现营业收入1.26亿元，始终保持江苏领先、全国前列的市场地位；文创装饰业务完成招商银行总部艺术空间规划及平面设计布置项目、金陵美术馆文创店设计改造项目、烟台站/烟台南站/威海站"关爱中心"项目等；在文化艺术交流领域，继续通过企业间强强联合、政企合作等方式提升"爱涛"品牌影响力，先后与保利文化集团合作承办"近现代十二名家展"，与英国埃塞克斯郡联合举办"江苏—埃塞克斯郡文化交流展"，牵头组织江苏文化企业赴英国参加百分百伦敦创意设计展等。

投资业务发展瓶颈逐步突破，投资收益有所提升。股权投资方面，紧紧围绕主业转型升级，扩展股权项目调研广度和深度，在电商、文化、医疗、环保等领域进行项目调研及论证，为公司持续发展培育新的增长点。金融投资业务通过完善组织架构、引进专业人才，组建了一支专业化金融投资团队，并进一步完善符合市场化要求的考核激励机制，实现了较好的投资收益。

(四)企业管理结构持续优化

报告期内，公司逐步打通微观管理环节的梗阻，管理结构持续优化，管理效率不断改善，现代企业管理体系进一步完善。

一是向质量型的资产管理模式转型。通过出租、出售等多种方式加大闲置资产处置工作，提高存量资产回报率；进一步推进下属企业的整合、清理工作，收敛组织架构风险；在2015、2016年累计收回和消化1.4亿元风险资产的基础上，去年又通过司法途径和信保理赔等方式挽回损失近4000万元。

二是向价值创造型的财务管理模式转型。实施全面预算管理，在年初编制全年预算的基础上，每月监控预算执行情况，每季末进行年度利润预测，动态掌握公司运行情况；借助新ERP部分模块的上线，推进财务业务一体化建设，加快实现各类财务凭证的自动生成；在流动性总体收紧的趋势下，通过内保外贷等方式，充分利用境外低资金成本优势。

三是向市场化的人力资源管理模式转型。按照奖勤罚懒、岗位适配等原则，通过加大招聘力度、加强培训、清退等方式，提高企业员工整体素质水平；创新薪酬考核制度，在部分新业态、新岗位试点协议薪酬与市场化考核，充分发挥员工的内在潜力；加强干部队伍梯队建设，对内培养复合型人才，对外引进高端人才，选拔优秀年轻干部，实现各级人才结构的合理配备。

四是提升管控的刚性化、制度化、信息化水平。推进物流统一管控，加快实现库存管理标准化，有效控制货权；修订《2018版公司制度汇编》，提高制度体系的协调性、便捷性；健全公司安全管理体系，实施安全维稳预案化管理，升级中心机房安全系统；以新ERP系统项目开发为契机，提高企业管理的信息化水平；启动违规经营投资责任追究工作，开展违规吃喝问题专项整治“回头看”，逐项落实机动式巡视整改措施。

二、报告期内主要经营情况

公司全年实现营业收入41.01亿元，同比增长16.10%；实现归母净利润1226.40万元，同比下降48.20%。

三、公司关于公司未来发展的讨论与分析

(一)行业格局和趋势

1、全球经济复苏持续加强，出口贸易环境相对乐观

国际货币基金组织(IMF)在2018年1月更新的《世界经济展望》中上调了对全球经济增速的预测,预计2017年和2018年全球经济将分别增长3.7%和3.9%,其中上调了发达经济体2018年增速预测,维持新兴市场和发展中经济体2018年预测不变。

经济合作与发展组织(OECD)报告认为,在美国减税的利好,大规模基建计划下公共支出增加,以及德国宽松的财政政策等因素推动下,未来两年世界经济仍将继续走强,预计2018年、2019年全球GDP增速将升至3.9%。

2018年我国对外贸易发展总体上有利条件不少,但也应该看到制约外贸发展的增长因素也仍然存在:一是国际环境错综复杂,深层次、结构性矛盾在全球范围内仍然较为突出,可能对全球经济复苏与金融市场稳定造成冲击,世界贸易复苏之路仍将曲折。

二是全球制造业竞争激烈程度上升,一方面部分新兴市场国家凭借劳动力、土地等低成本优势,推动中低端制造业发展,对我国传统优势产品形成竞争。另一方面,发达经济体实施"经济再平衡、再工业化"政策,促进部分中高端制造业回流。制造业在全球范围内的竞争将更加激烈。

三是全球贸易保护主义仍在升温。特别是近期持续升级的中美贸易冲突,更是引发市场强烈担忧。贸易作为全球经济增长引擎的作用受到威胁。

综上,加上去年基数较大,我国外贸维持两位数较快增长的难度增大。

但我国经济以及外贸具有韧性好、潜力足、回旋余地大等特征,2018年我国将继续巩固落实"稳增长、调结构"系列政策措施,政策红利持续释放将为出口业务发展提供一定的机遇。而从中长期看,我国将扩大与其他贸易伙伴的经贸关系,特别是通过"一带一路"等战略拓展新兴市场国家市场,降低对美出口依赖度。同时,在全球贸易保护主义环境下,积极参与国际事务,构建新的自由贸易体系或框架,形成新的自由贸易区域,外贸的发展空间依然值得期待。

2、国内需求稳中向好,进口和内贸业务迎来发展机遇

由于当前我国经济潜在增长水平下台阶、人口红利逐步消退、开放溢出效应不断减弱,劳动生产率下滑,2018年宏观经济增长的压力仍然较大。但国内经济运行稳中有进、稳中向好的趋势不变,国内产业、消费升级势头明显,带动大宗商品、高技术产品、高档消费品与日用品进口需求增长。

随着居民收入水平的不断提高、中等收入群体的不断壮大以及城镇化率水平的稳步提升,国内消费规模持续扩大,消费结构加快升级,消费对经济增长的贡献不断增

强。根据国家统计局公布的数据显示，2017年我国社会消费品零售总额达到366262亿元，比上年同期增长10.2%，消费对国内生产总值增长贡献率达到58.8%，超过资本贡献率28.7个百分点，消费对经济发展的贡献进一步提高。

随着消费成为拉动经济增长的第一动力，除了消费规模持续扩大所带来的良好发展环境，消费结构升级也将带来新消费、新零售等新的市场机会，给进口和内贸业务带来较好的发展机遇。

3、文化产业支持政策频出，工艺品经营和艺术工程业务蕴藏商机

政策支持，市场规模不断扩大。2017年以来，国家相继出台了《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》、《中国传统工艺振兴计划》、《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》、《关于共推进工业文化发展的指导意见》等一系列支持政策，将工艺美术列入工业文化产业，从宏观战略层面将振兴传统工艺作为一项发展计划。在国家政策的不断推动下，我国文化产业实现较快增长，文化产业规模不断壮大，整体竞争力明显提高，文化产业增加值占GDP的比重呈逐年提高的态势。2017年，全国规模以上文化及相关产业5.5万家企业实现营业收入91950亿元，比上年增长10.8%(名义增长，未扣除价格因素)，增速提高3.3个百分点。

以场馆集合为特点的协同发展趋势明显。文化产业的发展壮大需要以完整的产业链为依托，目前，部分地区的文化产业已经显现集群效应，着力打造具有特色的产业中心或产业园区。处于中心/园区的文化企业不仅能享有基础设施、教育培训等外部服务，降低成本，而且能依托中心/园区内上下游企业形成的产业链，进一步提升产品的品质和价值，还可利用集群内部的资源、品牌、设施、资金、信息、技术等要素进行优势互补，实现一加一大于二的协同发展效应。

博物馆展陈行业的快速扩张。博物馆展陈行业市场集中不高，表现出较为明显的区域性。行业内较为的知名企业以国有背景和校企居多，任何一家占整个行业的市场份额均不高。该行业具有设计施工资质和业绩两项指标作为准入门槛，行业内尚未出现能够主导国内市场格局的大型企业，行业竞争主要表现为少数优秀企业的优势竞争，呈现出明显的优胜劣汰现象。

(二)公司发展战略

公司将坚持稳中求进的工作总基调，突出以质量效益为中心、突出以风险防范为根本、突出以人才强企为保障，以“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念引领公司深化改革与转型升级。公司将打造成“贸易板块优势突出、文化板块特点鲜明、投资板块有所侧重”的主业发展格局，实现横向多元化。其中，贸易板块启动“小+大”行动，实施立体化“走出去”，推进板块内整合，完善业务管控模式；投资板块以

主业外延扩张为目标，稳健开展多元化的投资业务，实现投资与主业的交融发展；文化板块要发挥聚集效应，扩大品牌效应，塑造平台效应，建立创意模式。

(三)经营计划

2018年，公司将以系统性思维推进改革创新，千方百计提高经营管理效率、一招不让防范和化解风险，紧紧围绕公司"十三五规划",充分利用资本市场平台，实现公司主业发展和市值提升。

1、加快推进传统业务专业化集中化经营大力发扬工匠精神，抓住产品这一核心资源，全力打造若干个超一亿美元贸易额或一千万元

利润额的业务单位。

加快孵化高质量业务和培育优势业务单位：服装业务自营比重提高不低于5个百分点，力争实现1亿美元贸易额；玩具和宠物业务出口额再上新台阶，年增速不低于10%；医疗设备、防水材料生产设备、新能源设备、高端机械设备等进口业务进一步做大规模；环保业务，实现空气净化歌兰诺品牌代理网点全国布局，实现净水业务Bluewater和Thinkwater双品牌运营；煤炭贸易向产业链上游延伸，力争实现40万吨的销售额，加快向百万吨级的贸易额迈进。

弘业永恒、弘业永欣进一步夯实发展基础，力争打造亿美元级规模子公司；综合贸易部加大橡胶等化工品业务开发力度，争取更多援外项目，实现增速更稳、效益更优；弘业永为着力打造服饰、家居、手袋三个细分品种，向千万美元品种努力；化肥公司强化成本管理、提高产品附加值、探索期现结合业务等方式，提高主营业务质量，力争实现10亿元营收规模及净资产收益率的恢复性增长。

进一步加大"走出去"步伐：紧抓发达经济体复苏机会的同时，更多注意力转向政治稳定、具备一定经济基础、市场规则较健全的"一带一路"国家和新兴市场国家；将"走出去"与产业链的再造相结合。在美国建立终端销售公司及充棉工厂，提高大尺寸玩具的竞争优势。完成缅甸公司增资，加快实现工厂管理的再优化，加快实现标准统一的物流管理；通过建立实质性联盟、设备融资、资金支持等方式，突破供应商产能不足、环保约束等问题，不断延伸贸易主业供应链、服务链、价值链。

2、加快实现"新业态"规模化经营

兼顾主创精神及跟随式创新意识，在现有的设计打样中心、海外生产基地、跨境电商平台、海外投融资渠道、外综服模式等新业态上做出自己特色，提升自身的影响力。

玩具设计打样中心完成二期扩容改造，实现对自营业务的有力技术支持；海外服装生产基地持续扩充订单来源，增扩流水线，加快产品提档升级，年内实现盈利；跨境电商平台加快实现对传统贸易模式的穿透式再造，实现规模快速增长，并逐步向公司化经营过渡；外综服平台强化自身服务意识，增强存量客户粘性，开拓增量客户资源，争取政策红利，探索资本融入，提升平台规模。

3、加快培育文化和投资主业新增长点

文化主业坚持轻重结合的经营思路，加快向文化产业综合运营商转型。通过并购等多种方式，拓展艺术景观亮化和灯光秀工程市场，进一步提高环境艺术业务竞争力；爱涛文创大厦按期竣工并交付使用，江苏省现代艺术馆年内开馆，争取年内实现爱涛文创园实质性运营；创新艺术品和珠宝经营模式，发挥黄金交易所席位优势，将黄金珠宝业务向产业链两端延伸，打造“创产销”供应链，同时持续清理工艺品库存，有效盘活固化资产。

投资主业要进一步明确发展模式，建立健全包括投前、投中、投后管理及团队考核激励机制在内的投资管理体系；紧紧围绕主业转型升级及有限多元化的目标，深入有效地开展股权投资工作；持续跟踪资本市场监管新趋势，统筹公司实际和监管环境，加快推进再融资/重大资产重组项目；不断探索市值管理考核机制，创新投资者关系管理模式，多措并举激活公司股票流动性，促进公司价值重估。

4、加快实现企业管理的价值创造

2018年要持续优化现代企业管理体系，不断降低管理冗余，用管理创造价值。

进一步提升上市公司规范运作质量：严格按照“三公原则”，提升信息披露质量，不断强化三会运作的效率与效果；以客观、专业、尊重为原则，多渠道维护投资者关系；以资本运作为手段，优化公司股权结构，促进公司运作的科学化和市场化。

进一步优化集中统一的财务管理模式：逐步实现外币统一管理，财务管理更深介入到贸易往来、对外投资、资产管理、薪酬制度安排等公司经营各环节；加大引进管理型财务人才的力度，财务管理架构不断适应公司转型升级需要。

进一步完善风控和监督机制：优化业务审批流，落实三项法律审核办法，完善内控管理体系；打好风险资产清理攻坚战，完善风险跟踪和预警机制。

进一步加强资产管理工作：完善公司持有型物业产权手续，加大闲置房产盘活力度，优化租赁物业管理提升租赁收益。

进一步推进综合管理水平：内贸业务、海外企业、资金管控逐步对接公司ERP系统，探索全面信息化管理的实现途径；坚持人才优先发展战略，不断推进人力资源管理的市场化，外部引进与内部培养相结合，真正形成支撑公司可持续发展的人才梯队。

(四)可能面对的风险

1、市场风险及应对措施

2018年，中国外贸面临的需求环境和发展条件总体是有利的，但外部风险和不确定因素依然较多，经济因素和非经济因素相互交织，贸易保护主义不断抬头，中国对外贸易发展仍面临不少困难和挑战。

公司将大力发扬工匠精神，以产品为核心，加快推进传统业务专业化、集中化经营，同时，加快“走出去”步伐，加大对“一带一路”国家和新兴市场国家的市场开发，提高抗风险能力；兼顾主创精神及跟随式创新意识，加快实现“新业态”规模化经营，做出自己特色，提高自身竞争实力。

2、成本优势不断弱化的风险及应对措施

近年来，国内各种生产要素成本不断提高，而部分新兴市场国家凭借劳动力、土地等低成本优势，推动中低端制造业发展，导致我国对外贸易的传统优势不断弱化，对我国传统优势产品形成竞争。

面对要素成本攀升造成的业务利润下降，公司积极寻找对策。一是加快业务转型升级，通过提高设计研发能力、进行差异化竞争等方式提高产品附加值；二是实施“走出去”战略，通过建设海外生产基地、并购海外销售渠道等方式，降低经营成本、拓宽销售渠道，扩大利润空间；三是积极发展跨境电商业务，缩短贸易环节，重塑贸易业务链条，提高盈利水平。

3、汇率波动的风险及应对措施

2018年，人民币兑美元汇率不会出现类似2017年的大幅单边升值情况，同时也不具备显著贬值的基础。在世界经济复苏和主要经济体货币政策正常化仍有不确定性的背景下，汇率弹性将进一步提升，波动幅度更大、频率更加频繁。

一方面，公司的进出口业务通过合理制定贸易条款和结算方式等，提前锁定业务利润，并且加强在业务执行过程中的汇率动态监控；运用远期结售汇、外汇掉期交易业务等，避免或减少因外率变动而引致的风险；同时，公司进口业务在逐年提升，

进出口业务结构进一步优化，可对冲部分汇率风险。

4、履约风险及应对措施

因宏观经济波动及客户资信状况下降等客观和主观因素，导致近年来业务履约风险加大。

公司继续做好业务评审工作，加强业务的事前和事中管理，对新业务、新客户加大事前实地考察调研的工作力度，并逐步形成行之有效的资信评价办法和体系；强化业务过程管控，增强客户风险预警管理的主动性和前瞻性，杜绝重大风险事件发生；进一步推动公司合规管理，加强制度讲解与培训、风险案例解析类培训等，增强全员的规则意识和风险意识，提高防风险能力。

四、报告期内核心竞争力分析

1、客户资源优势

经过多年的发展，公司已与世界100多个国家和地区建立了广泛的贸易关系，拥有一批优质稳健的成熟客户。报告期内，公司继续加强老客户维护，密切跟进客户经营状态，及时了解客户需求，深挖老客户的业务潜力，提供个性化服务；积极发展新客户，通过展会、主动拜访等方式开发新客户。

2、人力资源优势

公司经过多年人才的引进和培养，已经基本搭建了一支结构合理、责任心强、勇于创新的人才梯队。报告期内，公司继续实施“人才强企”战略，对外引进高端人才、对内加强人才培养，进一步优化人才梯队；对公司绩效考核制度进行了集中统一修订，在部分新业态、新岗位试点协议薪酬与市场化考核，充分调动员工的积极性。

3、供应链管理优势

近年，公司着重在细分市场发力，通过整合、完善供应链，提高核心产品在细分领域的竞争优势。公司通过设立缅甸服装生产基地、筹建玩具设计打样中心、实现对省化肥公司控股、并购法国RIVE公司和荷兰RAVEN公司等，完善产品供应链，提高贸易业务附加值。

4、品牌优势

“爱涛ARTALL”品牌连年荣获“江苏省重点培育和发展的出口名牌”，“好美莱”、“LIND

BERG"、"MarbleField"、"K&R"、"RIVE"、"GENANO"品牌也逐步在相关行业塑造影响力。报告期内，公司通过收购化肥公司，获得了苏化、苏嘉禾、农辛鑫等化肥、化工品牌，在化工品领域的品牌优势进一步加强。