

# 澳柯玛股份有限公司

## 2013 年年度报告摘要

### 一、 重要提示

1.1 本年度报告摘要摘自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

### 1.2 公司简介

股票简称	澳柯玛	股票代码	600336
股票上市交易所	上海证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	孙武	季修宪	
电话	0532—86765129	0532—86765129	
传真	0532—86765129	0532—86765129	
电子信箱	sunwu@aucma.com.cn	dmb@aucma.com.cn	

### 二、 主要财务数据和股东变化

#### 2.1 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

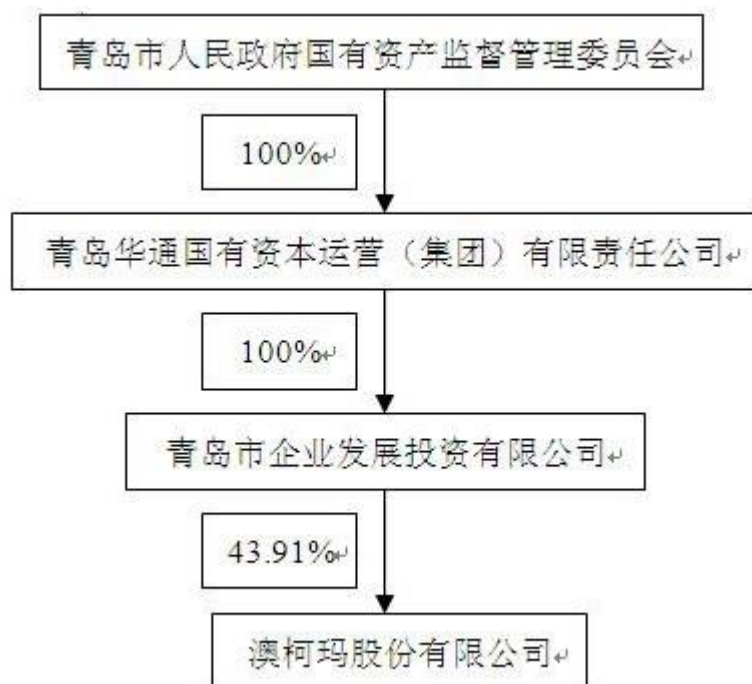
	2013 年(末)	2012 年(末)	本年(末)比上年(末)增减(%)	2011 年(末)
总资产	3,268,243,681.29	2,891,481,069.23	13.03	2,701,077,925.24
归属于上市公司股东的净资产	919,515,091.10	766,210,327.95	20.01	601,635,412.50
经营活动产生的现金流量净额	237,013,792.13	3,268,344.88	7,151.80	204,849,089.44
营业收入	4,312,357,399.66	4,002,827,471.06	7.73	4,130,343,819.70
归属于上市公司股东的净利润	152,146,751.83	164,574,915.45	-7.55	37,085,253.23
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	61,274,330.41	69,339,256.10	-11.63	13,760,585.71
加权平均净资产收益率(%)	18.06	24.06	减少 6.00 个百分点	6.36
基本每股收益(元/股)	0.22	0.24	-8.33	0.05
稀释每股收益(元/股)	0.22	0.24	-8.33	0.05

## 2.2 前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期股东总数	59,856	年度报告披露日前第 5 个交易日末股东总数	56,597		
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
青岛市企业发展投资有限公司	国有法人	43.9089	299,490,380		质押 115,000,000
刘光亚	其他	0.4877	3,326,300		未知
广州科源中小企业投资经营有限公司	国家	0.2932	2,000,000	2,000,000	未知
卢乐希	其他	0.2879	1,963,898		未知
栗琳	其他	0.2643	1,802,500		未知
李雪文	其他	0.1948	1,328,613		未知
田志钢	其他	0.1734	1,182,407		未知
文乐祥	其他	0.1477	1,007,300		未知
孙娣欣玥	其他	0.1466	1,000,000		未知
吴恒华	其他	0.1404	957,500		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知上述股东之间是否存在关联关系或一致行动人的情况。				

## 2.3 以方框图描述公司与实际控制人之间的产权及控制关系



### 三、 管理层讨论与分析

#### (一) 董事会关于公司报告期内经营情况的讨论与分析

2013 年度, 公司全面推行了一系列改革, VCT 运营管理模式得以深化, 并正式组建了白电 VCT。公司全新 VI 推广普及, 品牌形象更加时尚化、国际化。在国际市场开发上, 公司"自主品牌、当地生产、渠道销售"的海外发展新模式稳步推进。

报告期内, 公司实现营业收入 43.12 亿元, 实现利润总额 17477.89 万元; 截至报告期末, 公司总资产 32.68 亿元, 净资产 9.29 亿元, 资产负债率 71.58%; 公司经营活动产生的现金流量净额 23701.38 万元。公司实现每股收益 0.22 元, 加权平均净资产收益率 18.06%, 归属于公司股东的每股净资产 1.35 元。

报告期内公司重点工作推进情况如下:

##### 1、深化 VCT 运营模式, 组建白电 VCT

报告期内, 公司按照全价值链的 VCT 考核方法对各实体进行了考核, 并据此兑现激励, VCT 已经落实到公司的绩效考核之中; 公司 VCT 全价值链和独立经营的意识进一步增强, VCT 管理框架已初步确立。

为强化冷柜、冰箱等白电业务的战略与执行, 提高白电产业系统化管理水平, 以便形成清晰的商业模式和运营模式, 不断增强价值链盈利能力, 提升白电业务的效益和效率, 2013 年 11 月公司组建了白电 VCT; 至报告期末, 白电 VCT 组织架构、实施流程、分权授权、经营与管理目标确定、KPI 指标确定等工作已基本就绪; 2014 年 1 月, 公司白电 VCT 正式运行。

##### 2、坚持市场导向, 多措并举, 建网络、树品牌、强化终端、夯实市场

报告期内, 公司启用了全新 VI 标识 (LOGO), 新 VI 标识的启用使得公司品牌形象更加时尚化、年轻化、国际化。

公司成立了市场指导委员会, 并在其统筹、安排下开展了一系列市场管理工作: 组织各单位进行产品规划和策划; 对销售网络进行摸底分析; 借助公司启用新 LOGO 的时机, 组织各个单位提升网络终端形象; 开展了网络管理责任到人工作; 实施品牌形象提升工作, 7 月公司广告再次登录中央电视台第一套节目; 以利润为导向, 对现有销售提成方案进行优化等。市场指导委员会的工作, 统一了工作方向, 理顺了工作机制, 促进了工作落地。

公司积极实施走出去战略, 在非洲成立了公司第一家海外销售公司-澳青电器加纳有限公司, 加纳公司的成立, 开启了公司海外市场三步走战略的第二步, 公司开始在海外建立属于自己的销售渠道和市场, 面向全球推销澳柯玛自主品牌的产品。另外, 公司还组建了相对独立运营的电商部, 积极探索公司电子商务模式。

##### 3、加强技术创新, 进行产品升级

报告期内, 公司共获各级科技奖项 17 项、市技术创新项目 20 项, 12 个项目经过市级评价, 8 个达到国际先进以上水平, 共申请各项专利 154 件, 授权 99 件, 其中发明专利 6 件、实用新型 64 件; 青岛市制冷模组工艺及控制工程技术研究中心已获批组建, 超低温制冷技术被列入青岛市重点实验室申报方向。

在制冷主业领域, 2013 年公司与 Global Good 达成协议, 合作推广新型疫苗储存设备, 该项目对于提升公司研发水平及国际地位, 拓宽公司生物冷链产品线具有重要意义, 尤其是在医用产品领域, 使得公司迅速被 WHO、UNICEF、CHAI 等国际组织认可, 为公司产品进入国际市场和涉足其他冷链领域创造了机会。另外, 公司已成功研制四级分凝五级单压缩机自复叠制冷技术的-150℃深低温保存箱, 制冷性能远超其他同类厂家。

公司继续推进家用制冷产品高端化, 完成了复式门冰箱、悬浮玻璃面板冰箱、不锈钢面板冰箱、两门、三门风冷冰箱开发, 进行了超级节能欧洲 A+++冷柜开发; 商用产品推出了

全新的速冻及冷鲜岛柜系列；基础研究方面，公司进行了基于 wifi 网络的远程监控系统开发，完成了三门冰箱模糊控制系统及超声波加湿保鲜技术等研发和储备。

#### 4、协助控股股东完成申请豁免要约收购义务工作

公司积极协助控股股东办理申请豁免要约收购义务工作，经过各方努力，2013 年 10 月，控股股东申请豁免要约收购义务获得了中国证监会的核准。

## (二) 主营业务分析

### 1、 利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	4,312,357,399.66	4,002,827,471.06	7.73
营业成本	3,373,736,612.50	3,166,339,551.67	6.55
销售费用	490,266,134.94	453,146,322.50	8.19
管理费用	299,041,009.99	267,883,015.40	11.63
财务费用	41,293,520.26	18,235,991.31	126.44
经营活动产生的现金流量净额	237,013,792.13	3,268,344.88	7,151.80
投资活动产生的现金流量净额	-272,210,153.66	-103,142,811.32	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	-32,568,663.86	198,852,192.02	不适用
研发支出	110,889,777.83	103,718,898.82	6.91

### 2、 收入

#### (1) 驱动业务收入变化的因素分析

公司 2013 年实现营业收入 4,312,357,399.66 元，较上年同期增长 7.73%。主要是制冷产业和生活电器产业（小家电及厨洁具）营业收入分别较同期增长 9.63%、25.96%，电动车产业受市场整体低迷影响，营业收入较同期降低 12.89%。

#### (2) 主要销售客户的情况

报告期内，公司前五名客户的销售收入合计 268,426,577.20 元，占营业收入的 6.22%。

### 3、 成本

#### (1) 成本分析表

单位：元

分行业情况						
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)
家用电器制造及电动车	原材料	2,329,799,295.47	90.51	2,278,288,777.76	90.73	2.26
家用电器制造及电动车	人工	147,875,424.52	5.74	132,550,436.81	5.28	11.56
家用电器制造及电动车	折旧	23,064,523.15	0.90	26,811,590.89	1.07	-13.98

家用电器制造及电动车	能源	26,755,678.32	1.04	26,796,767.38	1.07	-0.15
家用电器制造及电动车	其他	46,658,312.29	1.80	46,726,279.72	1.86	-0.15

## (2) 主要供应商情况

公司 2013 年度向前 5 名供应商采购合计 1,958,923,900.61 元，占年度采购总额的 45.82%。

## 4、 费用

财务费用较同期上升 126.44%，主要是上期因债务重组影响财务费用减少。

## 5、 现金流

单位：元 币种：人民币

项目	2013 年	2012 年	变动比例	变化原因
经营活动产生的现金流量净额	237,013,792.13	3,268,344.88	7151.80	主要本期销售商品收回现金增加
投资活动产生的现金流量净额	-272,210,153.66	-103,142,811.32	不适用	主要本期增加对外投资
筹资活动产生的现金流量净额	-32,568,663.86	198,852,192.02	不适用	

## (三) 行业、产品或地区经营情况分析

### 1、 主营业务分行业、分产品情况

单位:元 币种:人民币

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 (%)
冰柜、冰箱	2,804,916,469.11	2,061,859,226.65	26.49	9.63	7.36	增加 1.55 个百分点
电动车	601,818,507.61	564,291,386.79	6.24	-12.89	-9.19	减少 3.82 个百分点
自动售货机	22,216,179.32	17,164,399.77	22.74	62.88	47.18	增加 8.25 个百分点
小家电	118,247,128.89	92,035,600.45	22.17	-1.42	-0.68	减少 0.58 个百分点
厨洁具	264,759,868.28	197,850,952.99	25.27	43.80	37.51	增加 3.42 个百分点
洗衣机	255,039,230.65	222,466,669.97	12.77	-5.17	-6.27	增加 1.02 个百分点
其他	134,511,802.24	112,281,442.87	16.53	58.89	70.41	减少 5.64 个百分点

						个百分点
--	--	--	--	--	--	------

## 2、 主营业务分地区情况

单位:元 币种:人民币

地区	营业收入	营业收入比上年增减(%)
出口	479,453,519.30	12.99
国内	3,722,055,666.80	6.46

## (四) 资产、负债情况分析

### 1、 资产负债情况分析表

单位:元

项目名称	本期期末数	本期期末数 占总资产的 比例(%)	上期期末数	上期期末数 占总资产的 比例(%)	本期期末金 额较上期期 末变动比例 (%)
交易性金融资产	102,629,308.62	3.14			不适用
其他应收款	69,508,311.22	2.13	43,555,028.32	1.51	59.59
存货	651,096,747.13	19.92	492,804,675.56	17.04	32.12
其他流动资产	19,449,933.26	0.60	29,342,539.35	1.01	-33.71
长期股权投资	150,847,213.57	4.62	52,878,305.31	1.83	185.27
投资性房地产	8,872,905.78	0.27			不适用
在建工程	2,288,334.60	0.07	17,623,524.08	0.61	-87.02
应付账款	436,417,713.84	13.35	284,855,017.20	9.85	53.21
应交税费	160,388.78	0.00	-25,570,720.65	-0.88	-100.63
应付利息			92,251,962.64	3.19	-100.00
其他应付款	210,964,738.03	6.45	138,841,715.09	4.80	51.95
其他流动负债	301,481,250.00	9.22	200,455,000.00	6.93	50.40
长期借款	30,000,000.00	0.92			不适用
长期应付款	17,037,505.88	0.52	75,912,770.34	2.63	-77.56
股本	682,072,000.00	20.87	341,036,000.00	11.79	100.00
资本公积	500,562,126.65	15.32	840,335,213.96	29.06	-40.43
盈余公积	61,900,724.96	1.89	45,708,703.10	1.58	35.42
少数股东权益	9,384,996.84	0.29	5,459,505.87	0.19	71.90

交易性金融资产：本期利用闲置资金理财

其他应收款：主要是暂借款增加

存货：公司根据产品需求增加备货

其他流动资产：主要是应收出口退税比同期减少

长期股权投资：主要是本期公司股权投资增加

投资性房地产：子公司本期出租房产

在建工程：部分工程完工转资

应付账款：因备货增加及河南公司基建欠款增加

应交税费：主要是前期增值税留抵本期消化

应付利息：债务重组本期全部完成

其他应付款：主要是应付节能补贴款增加等

其他流动负债：偿还上期中小企业债，本期发行短融券

长期借款：根据资金需求增加长期借款

长期应付款：主要是本期按约定支付长期应付款，一年内到期部分在其他项目反映

股本：本期资本公积转增资本

资本公积：本期资本公积转增资本

盈余公积：本期计提盈余公积

少数股东权益：本期子公司吸收少数股东投资

## （五） 董事会关于公司未来发展的讨论与分析

2014 年，公司将继续坚持创新驱动、科学发展，加快产业升级和产品结构调整，注重速度、质量、效益协调持续发展，持续深化推动 VCT 机制建设，建立创新体系，深入推行精益管理，提升企业“内力”，全面建设质量效益型企业。2014 年公司主要经营目标是：实现营业收入 46.51 亿元，成本费用总额 45.71 亿元。

为了实现上述目标，2014 年公司将重点做好以下工作：

### 1、坚定主业发展方向，强化发展目标刚性要求

2014 年，公司将继续保持冷柜产业行业领先地位，冰箱和洗衣机产业尽快形成规模，同时，加快生活电器和电动自行车的发展速度。

商用冷链、生物冷链和超低温设备及装备作为公司制冷主业转型升级的重点方向，必须实现超常规发展，不仅在市场方面，更应在产品、技术及研发方面占领制高点，具备核心竞争力；公司将在资金、人才、技术合作、激励政策等方面给予更多支持。

海外市场是公司重要的增长点，尚有很大的增长空间。2014 年公司将在进出口方面采取更加灵活的体制，激活内部动力；大力实施走出去战略，发挥好公司海外机构的作用，扩大自有销售网络建设和自主品牌销售；同时，进一步理顺出口产品的研、产、销等环节，尤其是冰箱产品，不断提升公司出口产品竞争力，改善出口产品结构。

公司高度重视电子商务的发展，将其看作是重大机遇，公司将逐步大胆探索出一条适合自身特点的电子商务模式，以保证公司在电子商务领域能持续、健康发展，不断做大做强。

### 2、深化 VCT 运营，重点做好白电 VCT 运营管理工作，增强市场竞争力，促进公司健康、协调、可持续发展

公司组建白电 VCT 的目标是增强公司市场竞争力，促进冰洗空产业协调发展，促进国内、国际两个市场均衡，促进线上线下游协同。通过白电 VCT 的运营，公司将在更高的高度、更大的范围来进行白电产业的全局统筹和整体协作，不断提高白电产业系统化、全局性解决问题能力，以更好地促进白电产业发展。公司通过向业务一线下放经营权，使公司更加贴近客户、更快响应市场、营销政策更有针对性，提高市场一线的投入产出；通过加强产品企划工作，科学的进行客户、市场、竞争对手以及企业自身能力分析，进行定位和聚焦，以此统筹产品开发、价格政策、渠道策略和市场推广等工作，使公司一开始就瞄准市场，使“以市场为导向”更具操作性；通过加强自主经营和内部市场化，建立基于内部上下游“客户”之间的产品开发、订单履约、质量责任追溯、售后服务等机制，提高组织内部运营效率和效果，提高各单位自主经营能力；坚持“创造价值、分享价值”原则，实现物质激励和精神激励相结合，实现组织目标与员工个人需求相匹配。

### 3、抓营销管理基础工作，切实提升营销力

2014 年，公司营销工作将继续遵循“建网络、树品牌、强化终端、夯实市场”的工作方针，从基础工作入手，求实、求细、求实效。

#### （1）建网络

白电和生活电器在提升苏宁、国美现有门店产出的基础上，将重点进行二级区域卖场、

县级（包括大的乡镇）网络开拓工作，作为战略市场，公司将继续支持南方市场快速发展。

高度重视电商渠道的开拓，并将其作为白电开拓一二级市场的重要手段，研究产品，优化流程，力求量上有突破，模式要形成；同时，电商对生活电器有着特殊重要的意义，公司将专门研究生活电器网上销售渠道的发展，并将其作为生活电器的战略认真规划和推动。

电动自行车将从小店模式快速进行网络向下渗透，以市县为根，大力进行乡镇网络建设。

#### （2）品牌提升与终端建设

2014 年，公司将继续投入资源进行品牌提升工作，并重点抓好终端形象提升和促销，整合优势区域广宣及促销活动，提升区域品牌合力；高度重视“自媒体”等网络媒体的创新宣传，将网络传播作为广宣的重点工作，重点突破。

#### （3）进一步提升市场服务意识

### 4、抓产品创新，切实提升产品力

2014 年，公司将高度重视产品企划工作，并系统地做好产品的开发策划、上市策划、新产品的上市跟踪与验证、新产品推广评价、产品生命周期管理等，按照事前算赢的思路进行产品规划与价格规划。

继续进行研发队伍建设和研发能力提升，将队伍建设作为 2014 年研发工作的重点，从队伍建设、人才引进入手提升公司的研发能力，开放思想，开门搞研发；同时，加快关键技术的研发，重视工业设计工作，整合外部资源快速实现设计能力的提升。

### 5、狠抓基础，精益管理，切实提升经营意识，提高科学化决策水平

不断深化 VCT 管理模式，在各模块逐步推行自主经营和独立核算，切实提高各级 VCT 负责人及下属单位负责人的经营意识；进一步强化预算管理，借助预算管理，统筹规划好各方面工作；同时，积极发挥 ERP 等信息系统在辅助决策、数据挖掘方面的作用，重视数据，逐步建立起基于客观事实、基于数据分析的科学决策体系。

### 6、抓好成本控制、效率提升、质量提高工作

用全价值链的思想看问题，解决问题。公司将在各个环节树立成本控制意识，建立成本控制措施，不断提高资金使用效率，提高投入产出比；高度重视库存和应收账款，不断提高周转效率。

加强效率提升。公司将以市场为中心，提高订单履约率和缩短交货时间；大力实施工艺、设备的革新改造，不断提高生产效率，降低劳动强度；进一步简化流程和创新业务模式，降低辅助人员的数量。

质量管理方面，公司将牢固树立“宁丢市场，不丢品质”的意识，继续强化总部抽查的 OQC 管理制度，在各个环节树立“精品”意识，不断加强质量工作。

### 7、强化执行，持续进行人才队伍建设

2014 年公司将进一步提升各级管理人员的领导力、执行力，不断提高其系统考虑问题、系统解决问题、系统管理的能力。同时，公司将进一步强化业绩导向，严格业绩考核，真正做到能者上、庸者下，以营造干事创业、追求卓越的良好氛围。

2014 年公司将通过实施《后备人才培养方案》及配套方案，持续、系统地进行人才培养及队伍建设，以满足公司对各类人才的需求。

### 8、切实加强安全生产工作



#### 四、 涉及财务报告的相关事项

**4.1 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。**

**报告期内减少合并单位原因：**

报告期内，公司控股子公司青岛澳通塑料有限公司经营期限届满，根据其股东会决议依法注销；公司控股子公司青岛澳柯玛资产管理有限公司将其持有青岛澳兴保险代理有限公司 100% 股权全部转让。根据《企业会计准则第 33 号—合并财务报表》规定，2013 年度仅将青岛澳通塑料有限公司和青岛澳兴保险代理有限公司相应期间的利润表及现金流量表进行了合并。