

# 信用等级公告

联合[2015] 273 号

联合资信评估有限公司通过对四川长虹电器股份有限公司信用状况进行综合分析和评估，确定

四川长虹电器股份有限公司  
主体长期信用等级为 AA

特此公告。

联合资信评估有限公司  
评级业务专用章  
二零一五年三月九日

## 四川长虹电器股份有限公司主体长期信用评级报告

评级结果:

主体长期信用等级: AA

评级展望: 稳定

评级时间: 2015年3月9日

### 财务数据

项目	2011年	2012年	2013年	14年9月
资产总额(亿元)	516.51	545.46	588.37	621.73
所有者权益(亿元)	178.70	181.11	195.02	191.54
长期债务(亿元)	62.61	43.91	46.07	20.56
全部债务(亿元)	213.66	223.33	252.98	293.86
营业收入(亿元)	520.03	523.34	588.75	412.85
利润总额(亿元)	5.46	5.28	10.16	0.70
EBITDA(亿元)	24.26	22.37	28.57	--
营业利润率(%)	15.04	15.24	15.72	13.55
净资产收益率(%)	1.81	1.51	3.88	--
资产负债率(%)	65.40	66.80	66.85	69.19
全部债务资本化比率(%)	54.46	55.22	56.47	60.54
流动比率(%)	143.92	131.52	131.59	119.30
全部债务/EBITDA(倍)	8.81	9.98	8.85	--
EBITDA利息倍数(倍)	3.04	3.01	4.17	--

注: 2014年三季度财务数据未经审计。

### 分析师

董征 王慧

lianhe@lhratings.com

电话: 010-85679696

传真: 010-85679228

地址: 北京市朝阳区建国门外大街2号  
中国人保财险大厦17层 (100022)

Http: //www.lhratings.com

### 评级观点

联合资信评估有限公司(以下简称“联合资信”)对四川长虹电器股份有限公司(以下简称“长虹股份”或“公司”)的评级,反映了长虹股份作为国内领先的大型家电制造上市公司,在品牌知名度、经营规模、研发能力、产业链等方面的综合优势。同时,联合资信也关注到,家电行业优惠政策退出、部分产品竞争力较弱、彩电业务业绩大幅下滑等因素给公司经营造成一定压力。

未来,随着未来智能家电的不断深入,公司在彩电、空调、冰箱等家电领域新技术的不断应用,以及公司转让等离子和通讯资产的完成,公司的收入规模和盈利能力有望得到提升。综合考虑,联合资信对公司的评级展望为稳定。

### 优势

1. 作为大型彩电研发和制造商,公司的规模优势显著,品牌知名度高。
2. 公司家电产业链完整,并建立了丰富的产品线和较为合理的产品结构。
3. 公司始终坚持多元化发展战略,多业务经营格局提高了企业的整体抗风险能力。
4. 近年,公司资产和收入规模快速增长,空调冰箱和中间产品毛利率水平稳步提升。
5. 公司出资设立的四川长虹集团财务有限公司,将有助于公司资金的集中管理,提高资金流转效率。

### 关注

1. 家电优惠政策退出后,前期消费透支较大,公司主要家电产品销量面临下降风险。
2. 由于公司等离子业务长期亏损,以及通讯业务战略调整,公司于2014年底转让等离子业务及资产,同时出售原有通讯子公司。
3. 公司存货规模大,存在一定的跌价风险;

应收账款规模较大，对资金形成一定占用，存在一定坏账风险。

4. 2014年前三季度，彩电业务业绩下滑，导致公司利润大幅下降；营业外收入对利润贡献大。

## 信用评级报告声明

一、除因本次评级事项联合资信评估有限公司（联合资信）与四川长虹电器股份有限公司构成委托关系外，联合资信、评级人员与四川长虹电器股份有限公司不存在任何影响评级行为独立、客观、公正的关联关系。

二、联合资信与评级人员履行了实地调查和诚信义务，有充分理由保证所出具的评级报告遵循了真实、客观、公正的原则。

三、本信用评级报告的评级结论是联合资信依据合理的内部信用评级标准和程序做出的独立判断，未因四川长虹电器股份有限公司和其他任何组织或个人的不当影响改变评级意见。

四、本信用评级报告用于相关决策参考，并非是某种决策的结论、建议等。

五、本信用评级报告中引用的企业相关资料主要由四川长虹电器股份有限公司提供，联合资信不保证引用资料的真实性及完整性。

六、四川长虹电器股份有限公司主体长期信用等级自 2015 年 3 月 9 日至 2016 年 3 月 8 日有效；根据跟踪评级的结论，在有效期内信用等级有可能发生变化。

## 一、主体概况

四川长虹电器股份有限公司（以下称“公司”）前身是始创于 1958 年的国营长虹机械厂，1988 年经绵阳市人民政府（绵府发【1988】33 号）批准进行股份制企业改革试点而设立的股份有限公司；同年原人民银行绵阳市分行（绵人行金【1988】字第 47 号）批准公司向社会公开发行个人股股票；1993 年公司按《股份有限公司规范意见》等有关规定进行规范后，国家体改委（体改生【1993】54 号）批准公司继续进行规范化的股份制企业试点；1994 年 3 月 11 日，经中国证监会（证监发审字【1994】7 号）批准，在上海证券交易所上市。公司 2011 年 6 月 8 日股东大会决议，以股本 28.47 亿股为基数，以资本公积金向 2011 年 6 月 27 日登记在册的全体股东每 10 股转增 2.5 股，以资本公积金向全体股东转增股份总额为 7.12 亿股，变更后的注册资本为人民币 35.59 亿元。根据公司董事会于 2011 年 8 月 12 日（临 2011-084 号）公告，行权价格为 2.79 元/股，行权比例为 1:1.87，此次共有 5.65 亿份认股权证行权，行权增加股本人民币 10.57 亿元，增资方式均为现金出资，公司注册资本变更后为人民币 46.16 亿元。截至 2014 年 9 月底，公司总股本为 46.16 亿股，四川长虹电子集团有限公司（以下称“长虹集团”）持股 23.20%，为公司第一大股东。长虹集团为绵阳市市属国有独资有限责任公司，公司实际控制人为绵阳市国有资产监督管理委员会（以下简称“国资委”）。

公司经营范围：家用电器、电子产品及零配件、通信设备、计算机及其他电子设备、电子电工机械专用设备、电器机械及器材、电池系列产品、电子医疗产品、电力设备、数字监控产品、金属制品、仪器仪表、文化及办公用品、文教体育用品、家具、厨柜及燃气具的制造、销售与维修；房屋及设备租赁；包装产品及技术服务；公路运输，仓储及装卸搬运；

电子商务；软件开发、销售与服务；企业管理咨询与服务；高科技项目投资及国家允许的其他投资业务；房地产开发经营；废弃电器电子产品回收及处理。

截至 2013 年底，公司（合并）资产总额 588.37 亿元，所有者权益合计 195.02 亿元（其中少数股东权益 54.58 亿元）；2013 年公司实现营业收入 588.75 亿元，实现利润总额 10.16 亿元。

截至 2014 年 9 月底，公司（合并）资产总额 621.73 亿元，所有者权益合计为 191.54 亿元（其中少数股东权益 55.57 亿元）；2014 年 1~9 月，公司实现营业收入 412.85 亿元，实现利润总额 0.70 亿元。

公司注册地址：四川省绵阳市高新区绵兴东路 35 号；法定代表人：赵勇。

## 二、宏观经济与政策环境

2014 年前三季度，中国国民经济在新常态下运行总体平稳。前三季度国内生产总值 419908 亿元，按可比价格计算，同比增长 7.4%。分季度看，一季度同比增长 7.4%，二季度增长 7.5%，三季度增长 7.3%。虽然 GDP 增速放缓，但结构调整稳步推进，主要表现为：①产业结构更趋优化：第三产业增加值占国内生产总值的比重为 46.7%，比上年同期提高 1.2 个百分点，高于第二产业 2.5 个百分点；②需求结构继续改善：最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为 48.5%，比上年同期提高 2.7 个百分点。

从消费、投资和进出口情况看，2014 年前三季度，市场销售稳定增长，固定资产投资增速放缓，进出口增速回升。社会消费品零售总额 189151 亿元，同比名义增长 12.0%（扣除价格因素实际增长 10.8%），增速比上半年回落 0.1 个百分点；固定资产投资（不含农户）357787 亿元，同比名义增长 16.1%（扣除价格因素实际增长 15.3%），增速比上半年回落 1.2 个百分

点；进出口总额 194223 亿元人民币，同比增长 3.3%，增速比上半年加快 2.1 个百分点。

2014 年前三季度，中国继续实施积极的财政政策。全国财政收入 106362 亿元，比去年同期增加 7973 亿元，增长 8.1%。其中税收收入 90695 亿元，同比增长 7.4%。全国财政支出 103640 亿元，比去年同期增加 12107 亿元，增长 13.2%，完成预算的 67.7%，比去年同期提高 1.5 个百分点。

2014 年前三季度，中国人民银行继续实施稳健的货币政策，灵活开展公开市场操作，搭配使用短期流动性调节工具（SLO）、中期借贷便利（MLF）、常备借贷便利（SLF）等调节方式。9 月末，广义货币（M2）余额 120.21 万亿元，同比增长 12.9%，狭义货币（M1）余额 32.72 万亿元，增长 4.8%，流通中货币（M0）余额 5.88 万亿元，增长 4.2%。9 月末，人民币贷款余额 79.58 万亿元，人民币存款余额 112.66 万亿元。总体看，银行体系流动性充裕，货币信贷和社会融资平稳增长，贷款结构继续改善，市场利率回落，金融机构贷款利率总体有所下行。

总的来看，前三季度国民经济运行保持了总体平稳、稳中有进、稳中提质的发展态势，但国内外环境仍然错综复杂，经济发展仍面临不少困难和挑战，特别是经济下行压力较大。2014 年中央经济工作会议提出，2015 年是全面深化改革的关键之年，稳增长为 2015 年经济工作首要任务，将重点实施“一带一路”、京津冀协同发展、长江经济带三大战略。三大战略的推进势必拓展中国经济发展的战略空间，并将带动基础设施建设等投资，从而对经济稳定增长起到支撑作用。

### 三、行业及区域经济环境

#### 1. 家电行业

近年来，公司营业收入 60% 以上来源于家电产品的生产和销售，家电行业的发展状况对

公司经营业绩有直接的影响。

#### （1）行业概况

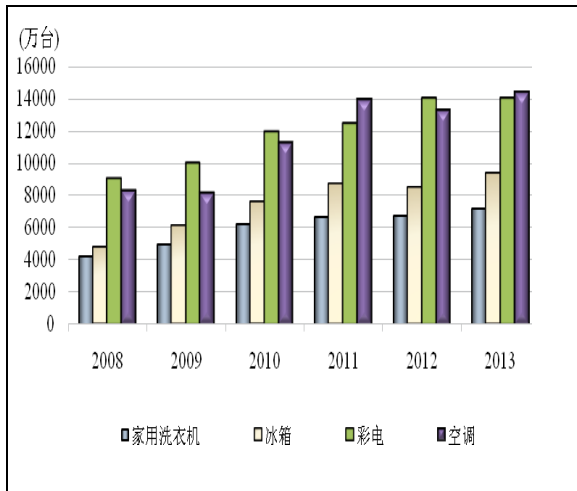
家电行业的发展反映出国民生活水平的提高，也有助于国内工业化发展，同时家电是重要的出口机电产品，整体而言，家电行业在国民经济中占有相当重要的地位。

经过二十多年的快速发展，中国家电工业已具有相当的规模。中国业已成为世界最大的家电生产国，冰箱、洗衣机、空调和彩电四大传统家电的产量均居世界首位，其中冰箱、洗衣机产量占全球 40% 以上，彩电产量占 50% 以上，空调产量占 70% 以上。

目前，中国家电行业发展进入了成熟期，呈现出如下特点：第一，作为高度竞争和充分发展的行业，家电厂商一般追求规模经济，努力通过扩大规模降低生产成本；第二，由于投入规模大，行业门槛较高，家电行业的新进入者减少；第三，随着全球经济一体化进程的加快，家电行业的竞争逐步打破国与国之间的界限，大型家电厂商在全球范围内进行生产以及市场的战略部署，使得家电企业之间的竞争已由过去的国内企业之间的竞争演变为跨国集团之间的较量。

2011~2013 年，得益于行业扶持政策拉动下游消费需求，家电行业在金融危机后快速恢复。根据 wind 统计数据显示，2013 年中国主要家电产品生产情况均较去年同期略有增长，国内彩电累计产量 14027 万台，同比增长 0.40%；空调产量为 14333 万台，同比增长 7.92%；电冰箱产量为 9341 万台，同比增长 10.84%；洗衣机产量为 7202 万台，同比增长 10.84%。根据中怡康公布的 2013 年家电市场的数据，家电市场整体保持稳步增长态势，全年市场零售额达 1.38 万亿，同比增长 18.8%。

图1 近年来中国主要家电产品产量



资料来源: wind 资讯

目前, 家电行业企业已进入产品结构升级竞争阶段, 家电产品功能精细化、丰富化、智能化及网络化特征日益显现。同时, 家电厂商及传统零售渠道加速进行互联网化转型, 推动网上网下销售渠道融合。具有创新能力及引领消费潮流的家电企业将在竞争中获得有利地位。

### 彩电

2012 年中国彩电产量为 13971.00 万台, 同比增长 12.34%, 出口量占总产量比一直维持在 30% 左右。2013 年, 中国彩电产量 14026.95 万台, 同比仅增长 0.40%, 但值得关注的是 2013 年互联网企业开始进入彩电行业, 消费者不断升级的消费体验成为彩电行业发展推动力, 智能电视成为未来彩电行业发展的重要方向之一。根据中商产业研究院数据 2014 年中国彩电产量 15541.94 万台, 同比增长 10.80%。

行业集中度方面, 海信、长虹、创维、康佳前五大品牌的市场份额占 40% 左右, 外资品牌主要包括三星、索尼、夏普、松下、东芝、飞利浦等, 外资品牌在核心技术和高端型号方面占据优势。根据奥维咨询的数据显示, 2013 年中国彩电市场零售总量为 4781 万台, 同比增长 12.7%, 液晶电视占比超过 95%。创维彩电销量为 812 万台, 市场占有率 17.0%, 位居行业第一。海信以 15.6% 的市场占有率位居第二,

TCL、长虹、康佳等国产品牌均以超过 10% 的市场份额进入第一阵营。

值得关注的是, 国内彩电生产企业仍不具备核心技术, 平板电视的液晶和等离子面板, 特别是大尺寸面板极度依赖进口液晶面板。核心技术和生产能力主要集中于韩国三星电子、LG 显示器 (LGD)、台湾友达、台湾奇美和日本夏普等几家大型跨国公司, 供应商的议价能力较强。

### 家用电冰箱

目前中国已经成为世界上最大的冰箱生产国。受益于产品升级换代及消费升级, 冰箱行业自 2005 年末开始进入持续较快增长阶段。冰箱作为“家电下乡”政策的受益者, 在二、三级市场的普及速度很快, 中国家用电冰箱 2013 年产量为 9341 万台, 完成销售 9135 万台, 分别比上年增长 10.85% 和 9.34%。2014 年 1~9 月, 家用电冰箱产量 7389 万台, 同比增长 1.88%

从市场关注度看, 中国冰箱市场由海尔领衔; 行业集中度方面, 前五大品牌的合计市场份额超过六成, 其中海尔排名第一, 海信科龙、美菱、美的及中山奥马等紧随其后。国产品牌在国内市场上拥有较大优势。高端冰箱市场在行业处于低谷期时仍保持着增长, 以对开门、三门、多门冰箱为代表的高端冰箱市场关注度近几年都非常高, 大容量、低能耗、高制冷能力、精确控温以及其他特色功能都是消费者关注的热点, 各厂家不断推出的新型高端产品满足了消费者对于时尚、健康、低碳的生活需求。在高端冰箱市场, 以西门子、三星等外资品牌唱主角的情况, 国产品牌略显滞后。从高端产品投入研发角度出发, 国内品牌真正意义上进入高端市场竞争目前仅海尔一家。出口方面, 2013 年中国家用电冰箱出口量为 3545 万台, 同比上升 6.65%。

未来, 随着冰箱消费的升级、产品结构高端化, 以对开门和多门为代表的高端冰箱将占据更多的市场, 同时也有助于提高行业的利润率。

### 家用空调

中国空调行业规模近十年来迅速扩大，总产销量已经超过美国和日本，跃居世界首位，全球市场有 75% 的空调产品由中国生产。受金融危机、地震、气候异常等多重因素影响，空调产量出现了负增长，得益于消费刺激政策，需求释放，空调产量上升，开始恢复性增长。截至 2013 年底，中国空调产量为 14333 万台，同比增长 7.92%；根据中商产业研究院数据 2014 年中国空调产量 15716.93 万台，同比增长 9.70%

行业集中度方面，2013 年国内市场前三大空调品牌格力、美的和海尔合计占有约 70% 以上的国内市场份额。出口方面，2013 年中国家用空调出口量 4457 万台，同比上升 2.04%。

节能、环保是空调产品的发展趋势。变频空调相对传统定速空调而言，可节电 30% 左右，更加符合节能环保要求。2009 年，格力、美的等厂商纷纷推出变频空调产品，根据国家信息中心数据显示，变频空调在当年空调销售萎缩的情况下，实现了 250 万台以上的销量，增幅达 56.24%，销售额已占空调总销售的 17.33%。

2010 年 6 月 1 日起，《房间空气调节器能效限定值及能效等级》强制性国家标准正式实施，能效准入门槛提高，原来的 5 个能效等级调整为 3 个能效等级，之前的 3—5 级产品全面退市。节能空调推进项目将促使中国空调产品的能效水平全面提升，促进空调产业升级，提升行业和龙头企业未来发展空间。

#### (2) 行业关注

#### 房地产行业受到政策调控

房地产行业的发展与家电行业的发展有着正相关的联系。2011 年，国家陆续出台了一系列严格的房地产调控政策，以遏制过快增长的房价。在部分重点城市，甚至出台了更为严厉的限购措施，较大程度上抑制了房地产成交。基于此，与家电消费紧密联动的房地产行业，在信贷趋紧的基本面以及高房价、调控政策双重抑制需求的压力下，不可避免地转冷。房地

产行业的政策调控很大程度上影响了国内家电产品的销售状况。

#### 贸易保护主义对家电出口的影响

全球宏观经济低迷导致全球主要市场需求乏力，世界贸易形势异常严峻。在全球经济形势日趋复杂的背景下，贸易保护主义势力有所抬头，中国的主要贸易国频频出现提高关税、增加非关税措施、实施救济保障措施等势头。主要贸易国家对制造业等实体经济部门的保护倾向，将对中国家电产品出口形成压力。未来，中国家电出口将面临更多的贸易壁垒。各国为夺取海外市场的进攻性贸易保护，也将给中国家电出口带来可能的贸易摩擦。

#### 行业政策退出

“家电下乡”、“以旧换新”、“节能惠民”等曾经极大推动家电消费的优惠政策相继退出，阶段性影响了部分家电产品的需求，在经济形势日趋复杂的背景下，相关优惠补贴的取消直接影响到家电厂商的收入和利润水平。

#### (3) 产业政策

2012 年 5 月 16 日，国务院决定安排新一轮节能惠民补贴，其中，家电行业所获补贴额度最高，补贴范围包括彩电、空调、冰箱、洗衣机和电热水器等五大类产品。2012 年 5 月 28 日，财政部网站公布了由财政部、国家发展改革委、工业和信息化部联合下发的《关于印发〈节能产品惠民工程高效节能平板电视推广实施细则〉的通知》和《关于印发〈节能产品惠民工程高效节能房间空气调节器推广实施细则〉的通知》，进一步明确了将采取财政补贴方式，支持高效节能平板电视和节能空调的推广使用。根据《通知》，此次惠民补贴政策的推广期限为一年，暂定从 2012 年 6 月 1 日开始实施，至 2013 年 5 月 31 日截止。根据补贴细则，彩电作为首次纳入节能补贴的产品，补贴金额为 100 元~400 元，补贴对象为彩电年销售量超过 50 万台的企业。其中，平板电视的补贴条件包括：液晶电视和等离子电视必须满足能效 1 级、被动待机功率不大于 0.5 瓦等。初步估算，此次平板电视补



贴总额约为80亿，补贴力度大。空调作为家电企业中节能产品的代表，纳入补贴的空调产品包括一、二级定速空调和一、二级变频空调，补贴力度根据制冷量及能效，单台的最低补贴为180元，而最高补贴可达400元。相关预算显示，此次针对空调行业的补贴金额约为50亿元。2013年5月31日节能补贴到期后，暂无新的相关补贴政策推出。

#### （4）未来发展

未来短期内，一批优势企业通过低成本扩张与上下游企业的整合，实现产业升级和产业集聚度的提高，增强市场竞争力，行业可持续发展能力有望强化。长期看，随着国家“十二五”规划的发展，城乡居民收入水平的不断提高，以及家电企业逐步迈入差别化、高端化发展道路，产品品质的竞争将不断加强，企业利润率低的现状有望得到改观，全行业有望摆脱单纯价格竞争继而进入良性发展轨道。

## 2. 区域经济

绵阳市位于四川盆地西北部，涪江中上游地带。全市面积 20249 平方千米，户籍人口 543 万人，下辖 6 个县（三台县、盐亭县、梓潼县、安县、北川羌族自治县、平武县）、1 个市（江油市）、2 个区（涪城区、游仙区）。

绵阳是四川省区域中心城市、四川省第二大城市，是重要的国防科研和电子工业生产基地。“5·12”特大地震，绵阳成为受灾最重地区，灾后重建进程中，绵阳市经济恢复进展顺利。根据《绵阳市 2013 年国民经济和社会发展统计公报》数据显示，2013 年度，绵阳市实现地区生产总值 1455.1 亿元，同比增长 10.0%。其中，第一产业实现增加值 239.0 亿元，增长 3.5%；第二产业实现增加值 747.6 亿元，增长 12.2%；第三产业实现增加值 468.6 亿元，增长 9.1%。三次产业结构由上年的 16.3：52.4：31.3 调整为 16.4：51.4：32.2，产业结构进一步优化。

2013 年绵阳市完成固定资产投资 1001.0 亿元，同比增长 7.4%，总量居四川省第 2 位，在

灾后重建基本结束的情况下，继续保持了投资的稳定增长。

2013 年绵阳市房地产开发完成投资 170.0 亿元，增长 16.6%。全市商品房施工面积 1658.7 万平方米，同比下降 2.8%；竣工面积 229.5 万平方米，同比下降 47.2%；销售面积 329.0 万平方米，同比增长 6.3%。

绵阳市工业基础坚实，是国家重要的电子信息科研生产基地，西部重要的汽车及零部件产业集聚区，现有长虹、九洲、攀长钢、新华、绵阳燃气集团等大中型骨干企业 50 余家。2013 年，绵阳市电子信息产业完成投资 42.5 亿元，增长 65.9%；汽车及零部件产业完成投资 42.4 亿元，增长 20.0%；化工节能环保产业完成投资 25.4 亿元，增长 69.1%；食品及生物医药产业完成投资 24.5 亿元，下降 31.9%；冶金机械产业完成投资 60.9 亿元，下降 15.4%；材料产业完成投资 48.0 亿元，增长 28.7%。绵阳市全部工业实现增加值 637.7 亿元，增长 12.0%，实现了工业投资的平稳增长。

《绵阳市国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》提出，要保证国民经济持续较快发展，力争实现地区生产总值和人均地区生产总值比 2010 年翻一番，财政收入达到 290 亿元，城镇化比率由 2010 年的 39.85% 上升至 48.00%；加快形成以科教创新区为支撑、以高新区、经开区为产业功能区的“一城三区”科技城空间发展新格局。

## 四、基础素质分析

### 1. 产权状况

截至 2014 年 9 月底，公司总股本为 46.16 亿股，长虹集团持股占总股数 23.20%，为公司第一大股东。长虹集团为绵阳市市属国有独资有限责任公司，因此，绵阳市国资委是公司实际控制人。

## 2. 企业规模和竞争实力

公司主要从事彩电、冰箱、空调、手机、IT产品的研发、生产和销售，公司是全球大型彩电研发和制造商之一，也是中国大型综合家电生产企业之一。作为综合性企业集团，公司在四川、广东、江苏及长春、合肥等地建立了生产工业园区，在北京、上海、深圳、成都设立有研发基地。截至2013年底，公司纳入合并范围二级子公司39家，下属3家上市公司（美的电器：000521.SH、华意压缩：000404.SH和长虹佳华：08016.HK）。

截至2014年9月底，公司拥有彩电产能1000万台/年、冰箱产能645万台/年、空调产能400万套/年、手机产能800万部/年、冰箱压缩机产能3000万台/年和机顶盒产能550万台/年。

2013年9月，公司与母公司长虹集团共同设立的四川长虹集团财务有限公司（以下简称“长虹财务”）获中国银监会的开业批复。长虹财务注册资本为10亿元人民币，其中公司和长虹集团分别出资5亿元，各占长虹财务注册资本的50%。长虹财务的成立，将有助于公司资金的集中管理，提高资金流转效率，缩减资金管理成本；同时，长虹财务将帮助公司降低融资成本，节约财务费用。目前，公司正将资金管理逐步向财务公司转移。

目前，公司正以CHiQ系列智能产品为依托，布局基于智慧社区下的智慧家庭系统整体解决方案，定义包括物业、安全、医疗、教育等应用为主体的智慧家庭体验应用场景，探索移动互联网时代，面向物联网形态转型的新的商业模式和盈利空间。

公司将进一步坚持变革和创新思路，快速融入互联网。着眼于持续挖掘用户需求、寻找智能家电应用，快速推出CHiQ系列智能迭代产品，通过联盟和合作择机进入相关其他智能应用领域，打造基于智慧家庭的，多智能终端的超级协同和融合。

## 3. 人员素质

公司现有9名高级管理人员。

公司董事长赵勇先生，1963年出生，博士学位，高级工程师，曾任清华大学机械工程系教师，国营机器厂、四川长虹总工程师；公司副总经理、副董事长、总经理、党委副书记，长虹集团副董事长、总经理、党委副书记，绵阳市人民政府副市长、党组成员等职，现兼任长虹集团董事长、党委书记。

公司副董事长、总经理刘体斌曾任公司副总经理、财务总监、常务副总经理、党委书记，长虹集团总会计师、副总经理、党委书记等职。

截至2013年底，公司在职工61942人，按教育程度分类，大专及以上学历占83.82%，本科学历占15.21%，研究生（含博士）学历占0.97%；按岗位构成看，生产人员占58.70%，技术人员占11.31%，销售人员占21.15%，财务人员占1.93%，行政人员占6.91%。

总体看，公司高层管理人员大多在公司工作多年，熟悉公司生产运营状况，具有丰富的行业和企业管理经验，综合素质较高；公司员工队伍结构合理，文化素质符合行业特点，能满足公司现阶段的经营需要。

## 4. 研发技术水平

公司具有较完善的技术研发体系，是中国首批六家技术创新试点企业之一。公司除拥有国家级的技术中心和博士后科研流动站外，还与中科院、清华大学等国内著名的科研院所建立了紧密的技术合作关系，先后与东芝、飞利浦、三洋、陶氏化工等多家国际著名企业建立了实验室，同时公司兴建了具备先进开发、检测设施的CAD、CAE、CAM工作站系统和全消声实验室、EMC电磁兼容实验室。

公司实施技术创新战略，在工业工程规划与实施、超大规模数字芯片设计、音视频编解码技术研究、嵌入式软件开发、画质改善等方面成立了专门技术研究团队，并形成了较强的研发能力。公司在业内率先开发了嵌入式AVS

编码器，应用于 IPTV 机顶盒。公司在中国第一个具有自主知识产权的数字接口内容保护标准方面，累计申请发明专利占标准专利的 50%。公司研制成功拥有自主知识产权 SOC（阿波罗 1 号）芯片，使公司在超大规模集成电路音视频处理领域达到国际先进水平。公司还加强对新型显示器件关键技术的研究、开发及应用，启动国内 OLED 产业链建设及显示屏的国产化设计，在新一代显示技术领域进行研究储备。但公司在研发具有自主知识产权的新型显示面板生产技术，如 LCD 面板方面与国际知名企业还存在一定差距，一定程度上制约了公司相关业务的发展。

#### 5. 政策支持

2009 年 5 月，财政部出台了《关于扶持新型显示器件产业发展有关进口税收优惠政策的通知》，决定将 LCD 生产企业进口物质税收政策执行期延长 3 年，而将等离子显示面板(PDP)和有机发光二极管显示面板(OLED)生产企业纳入进口税收优惠政策扶持范围。该政策措施有利于加强本土彩电配套产业链建设，体现了国家对长虹集团自主发展 PDP 和 OLED 产业的重视与支持。

公司在研发方面每年均有相当额度的国家拨款，如工信部的电子发展基金专项、科技部的 863 计划，国家发改委的电视产业战略转型产业化专项、国家核高基重点项目专项、国家灾后重建财政贴息与项目补助等。同时四川省、绵阳市也在资金、资源等方面给予较大支持。

根据证监会“证监许可（2009）663 号”文核准，公司于 2009 年 7 月 31 日发行分离交易可转换公司债券 30 亿元（期限 6 年，票面利率 0.80%），相应派发认股权证 5.73 亿份（期限 24 个月），并附在改变募集资金用途时，债券持有人拥有一次以面值加上当期应计利息的价格进行回售债券的权利。公司将按控股比例进行认购。该债券由绵阳市投资控股（集团）有限公司（以下简称“绵阳投资”）提供全额连带

责任保证担保；募集资金中 10 亿元用于增资控股四川虹欧显示器件有限公司（以下简称“四川虹欧”），投资研发、生产、销售 PDP 显示屏及模组；5 亿元用于增资四川长虹网络科技有限责任公司（以下简称“长虹网络”），发展和开拓数字电视业务；10 亿元用于偿还银行贷款，降低财务费用；5 亿元补充流动资金。该债券的发行为延伸平板电视产业链提供资金支持，降低财务费用，整体上对提升公司核心竞争力和可持续发展能力具有重要意义。

## 五、管理分析

### 1. 治理结构

公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规的要求，结合实际，加强信息披露工作，不断完善公司法人治理结构，规范公司运作，细化公司内部控制制度，切实维护公司及全体股东利益。

**股东与股东大会：**公司严格按照相关法律法规、《公司章程》及《股东大会议事规则》的有关规定组织和召开股东大会。在股东大会召开前，公司及时公布会议资料，确保股东能够公平地了解拟审议事项，维护股东的知情权。会议召开过程中，律师对股东审议及表决程序进行现场见证，以保证会议的合法合规性，保障股东权益。

**董事和董事会：**公司严格按照《公司章程》规定的董事选聘程序选举董事；公司董事会的人数和人员构成符合法律、法规的要求；公司在董事会之下设置战略、审计、提名、薪酬与考核四个专门委员会，董事会建设趋于合理化；公司董事依据《董事会议事规则》等制度，出席董事会和股东大会，行使董事职权并作出决策。公司董事会由 9 名董事组成，设董事长 1 人，其中独立董事 3 人。

**监事和监事会：**公司监事会严格执行《公司法》、《公司章程》的有关规定，监事会人数

和人员构成符合法律、法规的要求，监事对公司的重要事项、财务及董事、高级管理人员履行职责的合法、合规性进行监督。公司监事会由 5 名监事组成，其中职工代表监事 2 名，设监事会主席 1 人，对董事会行使监督职能。

## 2. 管理制度

公司本部设有公司办公室、规划与技术战略部、安全与法务部、资产管理部、财务部、发展管理部、审计部、人力资源部、技术中心、物资经营中心、财务共享服务中心、营销中心等职能部门。

财务管理方面，公司建立了财务预算控制、资金统一管理、财务委派制度、财务状况分析、不定期财务检查等财务管理体系。公司在财务预算上，通过成立预算管理委员会和预算执行委员会，制定年度财务预算、经营目标及考核方案，严格控制预算外的资金支出。公司成立了财务部，统一调度使用除下属上市公司外的结余与暂时闲置的资金，以减少资金占用、提高资金使用效率。公司实行财务负责人委派制度，强化对下属子公司业绩以及财务制度执行等方面的综合考核和监督。

投资管理方面，公司制定了严格的投资管理制度，公司提前制定未来的发展规划，由资产管理部遵照公司的发展规划，制定投资计划。公司的资产管理部事先与未来发展相联系的待投资项目或企业接触，进行调查了解，然后将调查结果上报企业的管理层，经管理层批准后，由资产管理部撰写可行性研究报告，并组织专家进行讨论，最后上报公司董事会，由董事会审议通过后付诸实施，以此保证公司的投资计划与公司的未来发展战略相协调。

担保管理方面，公司依据相关制度，对对外担保制定了严格的控制和披露措施：公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50% 以后提供的任何担保；公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30% 以后提供的任何担

保；为资产负债率超过 70% 的担保对象提供的担保；单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10% 的担保；对股东、实际控制人及其关联方提供的担保等事项需经股东会审议通过。公司为股东或者实际控制人提供担保的，必须经股东大会决议，股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

质量管理方面，公司依据 ISO9001 及 ISO14001 管理标准建立质量及环境管理体系，实施质量责任追究制度，从各个环节加强对质量的管控，提高产品质量。

安全管理方面，公司高度重视安全生产，将对员工的安全教育作为核心工作，进厂工作的员工都要进行安全培训，各个生产车间针对自身特点制定的规章制度，强制培训完善后才能上岗。同时公司采取精细化管理，保证危险源和重要部分在公司安全部门的掌控之中；要求所有从事安全管理人员生产管理的人员全部取得市级以上的安全生产证书；加大日常的监察力度，尽可能杜绝事故的发生。

人力资源管理方面，公司制订了详细的人员招聘制度、人才培训和绩效考核机制；建立了完善的专业职员（主要是技术人员）的职业发展通道；通过调整薪酬结构，增强薪酬与考核的激励约束作用。

总体看，公司法人治理结构基本健全，公司建立了从集团核心制度到一般制度的整套完整管理制度，整体运作规范，公司综合管理水平较高。

## 六、经营分析

### 1. 经营概况

公司主要从事彩电、冰箱、空调、手机、IT 产品的研发、生产和销售。公司主营业务以各类家电产品的生产销售为主。

2011~2013年，公司主营业务收入稳定增长，年均复合增长6.66%，2013年实现主营业务收入571.57亿元，同比增长12.05%，收入增长较快。其中，彩电、空调冰箱、中间产品、IT产品四大板块合计占主营业务收入的比重为90.18%，四大板块主营业务收入分别同比增长14.86%、6.78%、9.40%和22.57%。公司主要业务板块收入均有所增长。

2011~2013年，受益于公司毛利率高的新产品不断投入市场和采购成本的下降，公司主营业务毛利率有所增长，2013年为16.23%。其中空调冰箱和其他业务毛利率较高，IT产品和通讯产品由于市场竞争激烈，毛利率水平低。2012年机顶盒毛利率上升至20.05%，主要因为机顶盒业务增多带来的规模效应和效率的提

升；IT产品因竞争激烈等因素影响，毛利率较低，2013年仅为4.20%；通讯产品毛利率下降较大主要因为通讯产品业务竞争激烈、产品更新换代较快，公司功能机销量下降较快而新推出的智能机目前处于亏损状态。

2014年前三季度，公司营业收入404.11亿元，同比略有下降。其中彩电收入大幅下降，主要是前期消费透支严重，优惠政策退出后，市场竞争激烈，销量和销售单价均大幅下降。毛利率方面，公司毛利率快速下降，主要因为彩电板块毛利下降所致。其中彩电板块毛利率较2013年大幅下降至12.36%，主要因为公司家电产品销售未达预期，业绩下滑，销售价格下降。

表1 2011~2014年前三季度公司主营业务收入构成情况(单位:万元,%)

项目	2011年			2012年			2013年			2014年1-9月		
	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率
彩电	1768412	35.20	19.11	1712153	33.56	17.76	1966561	34.41	19.45	972213	24.06	12.36
IT产品	1093861	21.77	4.73	1197046	23.47	4.68	1278203	22.36	4.20	975007	24.13	4.75
空调冰箱	829052	16.50	23.53	874140	17.14	25.94	955261	16.71	27.64	806485	19.96	26.98
中间产品	767969	15.28	7.78	777611	15.24	11.68	953118	16.68	12.89	810456	20.06	13.24
机顶盒	86834	1.73	12.91	131952	2.59	20.05	130678	2.29	15.51	66454	1.64	13.23
通讯产品	135271	2.69	10.23	112490	2.21	8.17	97972	1.71	0.54	71558	1.77	2.74
其他	343083	6.83	32.69	295643	5.79	29.34	333890	5.84	25.04	338932	8.38	18.10
合计	5024482	100.00	15.56	5101035	100.00	15.68	5715683	100.00	16.23	4041104	100.00	13.94

资料来源:公司提供;

注:中间产品主要为冰箱压缩机,其他主要包括电池、房地产、运输、加工等

## 2. 家电板块

### 生产

公司家电业务主要由公司和下属子公司合肥美菱股份有限公司(以下简称“美菱电器”)、华意压缩机股份有限公司(以下简称“华意压缩”)负责,产品包括彩电、冰箱、空调和冰箱压缩机等。近年来,家电板块在公司业务收入中占比始终在60%以上,是公司核心业务所在。

名称	2011	2012	2013	3Q2014
彩电(万台)	1016.99	995.06	1018.79	684.62
其中:液晶(万台)	807.21	844.63	882.36	655.19
等离子(万台)	167.13	141.74	135.93	29.24
冰箱(万台)	443.72	445.36	448.43	377.25
空调(万套)	150.65	133.46	174.02	170.14
手机(万部)	455.27	357.94	296.38	104.04
冰箱压缩机(万台)	2493.30	2813.00	3433.00	3003.30
机顶盒(万台)	463.97	566.93	814.10	559.95

资料来源:公司提供

2013年,公司彩电产量略有增长,其中液

表2 2011~2014年前三季度公司主要产品产量

晶电视产量占比有所提高。公司空调、冰箱压缩机和机顶盒产量均大幅提升，主要得益于下游需求的增长。手机产量大幅下降，主要受市场竞争激烈影响，销售下滑。2014年前三季度，受市场需求影响，公司等离子电视产销量大幅下降；受市场竞争激烈和产品结构不合理影响，公司手机产销量大幅下降。

**彩电：**公司作为国内最早的彩电生产商之一，公司在市场上塑造了很高的品牌知名度，具备较高的行业地位。截至2013年底，公司建成平板电视专用生产线25条，彩电的生产能力达到1000万台/年。

2013年5月节能政策退出引发市场波动，以节能补贴政策为分水岭，家电市场全年运行态势高开低走，在这样的行业背景下，公司通过转型推进智能战略，2014年，公司连续发布了基于家庭互联网的CHiQ电视、CHiQ冰箱和CHiQ空调。作为企业转型的代表产品，1月份推出的CHiQ电视实现了三网融合，利用多屏协同技术让电视上的直播节目能够转移到手机屏幕上进行“带走看”；和电视相比，CHiQ冰箱在交互方面利用“云图像识别技术”自动识别冰箱内部的食物种类，生成带有保质期提醒的食品清单并根据此清单推荐菜谱；CHiQ空调则采用“软件+模式”交互方式，通过人体状态感知技术识别家庭成员的状态和位置，自动选择最舒适的模式。

**冰箱（以及冰箱压缩机）：**公司冰箱业务由下属子公司美菱电器负责运营，公司目前在合肥、绵阳、江西建立了三大冰箱生产基地。2011~2013年，冰箱产量达到443.72万台、445.36万台和448.43万台，产量较稳定。

**空调：**公司建立了绵阳、中山两大空调生产基地，绵阳基地主要面向国内，中山空调主要从事空调出口业务。

近几年，公司空调产品线由“节能惠民”、“高效变频”、“家电下乡”三个部分组成，针对不同消费需求作了市场细分，推出四大系列100多款全新产品，特别是为满足细分市场的

需求，公司通过自主研发又推出了具有高效能、低噪音、外观简约的自然生态馨35节能空调，这些产品的推出进一步巩固公司在高效空调上的领先优势。

**原料和关键器件供应**

公司家电生产所需的主要原料包括钢材、纸张、塑料等，需依赖外部采购，关键器件显像管、显示屏、空调压缩机也需从外部供给，而冰箱压缩机基本能够满足自给。

**彩电：**彩电的原材料、零配件供应主要包括电子元器件、显像管、LCD、工程塑料、钢材、包装材料等，上述原材料和零部件在生产成本中的占比约为75%-85%。公司的彩电原材料采购模式包括：标准、加工贸易、寄售和直配（VMI）、外包和零星采购模式。公司的平板屏主要从台湾和韩国采购，以OA30天方式结算，境内采购的原材料主要以银行承兑汇票进行支付结算。2013年，公司彩电业务前5名供应商合计采购占采购总额占对外采购比例的15.29%，集中度较低。公司彩电所需各类原材料、零配件不存在严重依赖个别供应商的情况，除平板电视上游关键部件LCD因市场供求关系而导致季节性采购紧张外，不存在采购严重受限的情况。

表3 2013年公司彩电业务前五名供应商

供应商	采购内容	采购额占比
深圳三星视界有限公司	5.50%	显示屏
深圳市华星光电技术有限公司	3.50%	显示屏
CHANGHONGOVERSEAS DEVELOPMENTLIM	3.00%	进口器件
攀钢集团国际贸易有限公司	2.03%	进口器件
友达光电股份有限公司	1.26%	显示器件
<b>合计</b>	<b>15.29%</b>	

资料来源：公司提供

**冰箱：**冰箱主要的原材料为冰箱压缩机及钢材、聚氨酯等原材料，其在总成本中的占比分别为20%、10%和15%左右。冰箱产品的采购模式通常采取招标并直销采购为主，通过直接

与生产厂商联系采购以尽量压缩采购成本。对供货商的结算方式通常采用T/T现汇和银行承兑汇票进行结算。冰箱总成本构成中主要是原材料成本。原材料所占冰箱总成本的比重超过了70%以上,其中铜、铝、冷轧钢板、热轧钢板、工程塑料及压缩机占原材料总成本比重达65%左右。2013年,公司冰箱业务前五名供应商采购占比为11.40%,集中度较低。

表4 2013年公司冰箱业务前五名供应商

供应商名称	采购额占比	采购内容
扬子石化-巴斯夫有限责任公司	3.17%	塑料粒子
杭州钱江压缩机有限公司	2.29%	压缩机
万华化学(烟台)销售有限公司	2.07%	异氰酸酯
上海亨斯迈聚氨酯有限公司	1.96%	异氰酸酯
道达尔石化(佛山)有限公司	1.91%	塑料粒子
<b>合计</b>	<b>11.40%</b>	

资料来源:公司提供

空调:公司空调产品的原材料、零配件供应主要分为电控部件、异型管、铜管、钣金类、塑压类、电机类和制冷剂,其在总成本中的占比分别为15~18%、8~12%、7~11%、5~8%、5~8%、3~6%和3%以下。公司空调所需原材料主要采取直销采购模式,直接与生产厂商联系采购,国内采购通常采用银行承兑汇票和现汇付款,国外采购通常以T/T现汇进行支付结算。2013年,公司空调业务前五名供应商采购占比分别为10.99%、8.52%、7.19%、7.10%和6.54%,合计40.34%,集中度较高。

### 销售

公司在全国范围内建立了30000余个营销网络和12000余个服务网点,销售网络发达。

表5 2011~2014年前三季度公司主要产品销量

名称	2011年	2012年	2013年	3Q2014
彩电(万台)	969.31	877.89	899.38	644.13

其中:液晶(万台)	745.19	716.41	762.57	612.88
等离子(万台)	157.77	151.66	136.45	31.14
冰箱(万台)	461.51	465.61	475.69	381.60
空调(万套)	151.96	137.46	165.64	175.4
手机(万部)	457.43	341.70	322.75	103.508
冰箱压缩机(万台)	2411.06	2756.00	3294.00	3129.78
机顶盒(万台)	471.00	573.74	661.23	336.75

资料来源:公司提供

2013年公司彩电整体销量899.38万台,其中LCD销量为762.57万台,PDP销量为136.45万台,PDP产品销量有所下滑,主要受节能惠民等政策结束所致;冰箱整机销量达到475.69万台,继续保持行业第一梯队位置;冰箱压缩机销量3294.00万台,保持全球第二位;机顶盒销量同比实现高速增长,销量661.23万台。2014年前三季度,受政策退出和市场需求影响,公司液晶电视竞争加剧,销售价格下降,等离子电视销量大幅下降。

彩电销售方面,公司采取以经销制为主,特殊区域实行代理制,并通过乐家易自建渠道和启动网络销售等直销形式,使渠道进一步扁平化,结算方式主要采用以现金和银行承兑汇票结算为主。彩电产品一般定价策略是市场导向加成本定价模式,公司采取行业一般定价模式,根据主要竞争对手的价格及公司毛利和相关费用调整彩电产品的定价,以销定产。公司彩电销售以地方经销商为主,对大型渠道商有一定依赖。2013年公司彩电销售前五大客户销售占比为20.10%,集中度较高。

表6 2013年公司彩电销售前五大客户

客户名称	销售额占比
苏宁电器	8.30%
国美电器	5.60%
京东	2.60%
国美集采	2.30%
易购	1.30%
<b>合计</b>	<b>20.10%</b>

资料来源:公司提供

从销售区域看,公司彩电覆盖了全国市场,

且分布较为平衡，公司凭借在彩电行业的多年经营，建立了比较成熟的市场布局。但是，由于彩电市场竞争激烈，价格战屡见不鲜，终端产品的盈利能力偏弱。

表 7 公司近年彩电销售区域结构

区域	销售额占比			
	2011年	2012年	2013年	2014年1-9月
北方	19.71%	18.97%	17.86%	14.24%
川渝	19.32%	19.84%	17.45%	17.60%
华东	18.41%	18.27%	16.42%	13.35%
华中	16.19%	15.24%	15.92%	12.29%
南方	17.05%	17.14%	16.59%	14.40%
其他	9.32%	10.53%	15.75%	28.12%

资料来源：公司提供

冰箱销售方面，公司的销售渠道主要分为全国性连锁卖场、地方性连锁卖场、区域代理商、直营零售商以及商场、超市等几类，其中以代理商销售为主。对国内客户的结算方式通常采用T/T现汇和银行承兑汇票进行结算，对外客户的结算方式通常采用T/T现汇和L/C进行结算。定价策略采取市场化导向的顺推加成定价模式，由内销事业部在生产成本和各类费用的基础上，根据产品的具体种类厘定相应的利润区间，并利用产品等级调节利润水平，确定相应价格后由销售公司进行销售。2013年公司冰箱冰柜销售前五大客户销售占比为10.67%，集中度较低。从销售区域看，公司冰箱产品的销售分国内和国外区域。国内销售区域主要包括安徽、东北、华北、华东、华南、华中、西部、中原；国外销售区域主要包括欧洲、亚洲、非洲、美洲，国内市场是公司冰箱产品的主要投放地，近年国内市场销售收入占到公司冰箱产品总销售收入的79%以上，但国外销售占比呈上升趋势。

空调销售方面，公司主要采用“区域代理+渠道直销+连锁直营”三种渠道并存的销售模式，在全国设立120余家区域代理商，由工厂（或分公司）供货给代理商，代理商负责向本代理区域的渠道分销网点供货，在一、二级市场依

托1600家全国性的家电连锁卖场和连锁超市；在二、三级市场设渠道直销商450家，由工厂（或分公司）直接供货给渠道直销商，渠道直销商以零售为主；在三、四级市场设渠道分销商2200家。2013年公司空调销售前五大客户销售占比为26.00%。

表 8 2013 年公司空调销售前五大客户

客户名称	销售额占比
苏宁电器股份有限公司南京采购中心	11.88%
北京京东世纪信息技术有限公司	3.67%
重庆渝澳电器销售有限公司	3.66%
伊莱克斯(中国)电器有限公司	3.56%
约克(中国)商贸有限公司	3.23%
合计	26.00%

资料来源：公司提供

### 3. 中间产品

公司冰箱压缩机业务主要由下属子公司华意压缩负责运营。2014年，华意压缩先后完成新600项目、华意荆州、加西贝拉500项目等，产能急剧扩张。华意压缩的主营业务为无氟压缩机及其配件的生产和销售，统计数据显示，截至2014年10月底，华意压缩在国内压缩机行业的市场份额已提升至30.04%，同比增加1.41个百分点，遥遥领先行业第二名，与第二名的份额差距由2013年的7.96个百分点扩大到12.19个百分点。同时，华意压缩迅速向海外扩张，在做强欧洲、中东等重点市场的基础上，大力开拓美洲、东南亚等地市场，海外销量已占到总销量的40%。2014年12月，华意加西贝拉产销总量跃居全国行业第一，全年出口突破1000万台。

原材料供应方面，冰箱压缩机产品的生产主要采用铜、钢部件为原材料，其在产品成本中的占比达到82%左右，采购模式通常采取直销采购，通过直接与生产厂商联系进行采购以尽量压缩采购成本，采购主要以银行承兑汇票作为结算方式。2013年，公司冰箱压缩机产品向前五名供应商购货金额占年度采购总额的19.43%。



销售方面，冰箱压缩机产品的销售主要分为代理经销制和直营两种模式；对国内客户主要采用银行承兑汇票进行结算，对境外客户主要采取 T/T 现汇进行结算。2013 年，公司冰箱压缩机产品的前五名客户销售金额占当年营业收入的 29.80%。

#### 4. 通讯产品（手机）

公司的通讯产品主要为手机，手机业务主要由下属子公司绵阳国虹通讯数码集团有限公司经营。公司2005年开始进入手机行业，拥有深圳、重庆两大手机生产基地，现已形成年产800万台手机的产能。2011年~2013年分别实现销售总量457.43万部、341.70万部和322.75万部。2013年，以手机为主的公司通讯产品收入在主营业务收入中的占比1.71%，共实现收入13.07亿元，较上年略有下降，主要是受市场竞争激烈、产品更新换代较快以及产品结构不合理等因素影响，公司2013年手机产品销售情况较上年同比有一定下降。公司手机业务销售模式以经销为主，公司已与全国百余家手机省级经销商建立了合作关系。

#### 5. IT、机顶盒及其他

##### IT

公司IT业务主要由下属子公司四川长虹佳华信息产品有限责任公司（以下简称“长虹佳华”）负责，是中国排名前五位的IT分销商。公司的IT分销以海量分销为主，在增值分销业务方面正积极寻求发展和突破。2011~2013年，公司IT板块实现收入在主营业务收入中的占比分别为21.77%、23.47%和22.36%，呈现增长的态势。2013年，公司IT板块实现收入127.82亿元，较上年有所增长。2013年公司IT分销前五名供应商合计占比72.41%，集中度高。

表 9 2013 年公司 IT 分销前五名供应商情况

客户名称	总销售额占比
联想（北京）有限公司	21.89%
戴尔（中国）有限公司	19.15%

苹果电脑贸易（上海）有限公司	11.46%
成都联想信息技术有限公司	11.14%
惠普（重庆）有限公司	8.77%
<b>合计</b>	<b>72.41%</b>

资料来源：公司提供

##### 机顶盒

公司信息家电产品（机顶盒）主要包括数字电视前端系统、端到端系统集成数字电视机顶盒产品和数字电视增值业务应用系统，具体由长虹网络公司负责运营。长虹网络是中国最大数字机顶盒供应商和数字电视系统解决方案提供商之一，经过多年的技术和市场积累，目前已与北京歌华、广州有线等大型广电运营商建立了紧密的合作关系。2013年，公司销售机顶盒661万台，占高清机顶盒市场份额11.46%，行业排名第3，前五大市场分别是四川省、北京市、河南省、山东省和湖北省，分别占总销量的32.45%、28.72%、17.31%、9.78%、4.71%。

##### 其他

公司其他业务主要是房地产、电池、运输和加工等。2011~2013年，该板块分别实现收入34.31亿元、29.56亿元和33.39亿元，分别占公司主营业务收入的6.83%、5.79%和5.82%。2014年1~9月，公司其他类业务实现收入33.89亿元。

房地产板块业务主要由公司下属子公司四川长虹置业有限公司（以下称“长虹置业”）负责运营。公司从2006年起涉足房地产业务，以盘活公司存量商业土地资产，对部分非经营性的商业用地进行商业开发。2011~2013年，公司实现房地产收入分别为15.18亿元、8.88亿元和12.87亿元。截至2014年9月底，公司拥有已确认产权的土地储备1455.92亩，主要分布在绵阳、景德镇、成都等地，主要为公司所拥有的工业用地依法改变用途后进行商业开发，主要项目包括长虹世纪城项目、长虹国际城项目、成都科技大厦项目、景德镇金域中央项目和景德镇银湖新都项目等。

公司电池业务主要由下属子公司四川长虹电源有限责任公司（以下称“长虹电源”），长

虹电源位于四川省绵阳市南山工业区，占地面积19.8万平方米，是中国最大的电源系统研发和生产基地。长虹电源专业研发和生产电源系统、聚合物锂离子蓄电池、氢镍蓄电池、铁镍蓄电池、银锌蓄电池、烧结镉镍蓄电池，袋式镍镉蓄电池等系列产品。广泛应用于航空、铁路、城市轨道交通（地铁、轻轨等）、通讯、照明、再生能源（风能、太阳能）、AGV、UPS、家电等军民领域。

公司运输和加工业务主要由下属控股子公司四川长虹民生物流有限责任公司（以下称“长虹物流”）。经营范围包括：普通货运、货物装卸、货物专用运输（集装箱）、国内货物运输代理，仓储服务（易燃易爆等危险品除外），货物配送，物品包装及分装，物流软件的开发及信息服务，物流的策划、管理、咨询服务，驾驶员培训（限分公司），二类机动车维修（大中型货车维修），汽车配件销售，提供进出口货物的国际货物运输代理业务。

## 6. 经营效率

2011~2013年，公司销售债权周转次数、

存货周转次数、总资产周转次数均呈下降趋势，2013年分别为3.72次、3.92次和1.04次。总体看，公司经营效率一般。

## 7. 未来发展

实施以“智能化、网络化、协同化”为重点的“新三坐标”智能战略。其核心就是以人为中心，通过广泛连接实现人、设备及服务的智能协同，做强智能终端；建设“传感器”网络，开放数据接口，为消费者提供越来越智慧的终端及服务，并构建新的商业模式。

在智能化方向，将强化现有终端产品的智能化，拓展新型智能终端，推出系列智能产品；在网络化方向，将加强网络对终端产品的价值提升，强化云平台建设，构建数据分析能力，挖掘数据的价值，构建基于数据的商业模式；在协同化方向，将加强终端的协同，形成系统解决方案，发展智慧家庭、智慧社区和智慧城市等业务。通过智能战略的实施，推动公司由传统家电制造商向智能终端及服务提供商的转型。

表10 公司重大在建项目投资计划实施情况（单位：亿元）

项目名称	项目概况	总投资	截至2014年底累计投入	未来投入			筹资渠道
				2015年	2016年	2017年	
雅典娜豪华冰箱扩能项目	合肥美菱新增200万台三门及以上豪华冰箱生产能力。	7.93	5.68	1.00	1.00	0.25	非公开定向增发募集7.30亿元，其余资金通过银行贷款等方式解决
冰柜扩能项目	新建一条生产线，新增年产120万台冰柜生产能力	3.75	3.11	0.50	0.14	--	非公开定向增发募集3.30亿元，其余资金通过银行贷款等方式解决
华意本部新600项目	华意压缩机新建年产600万台高效和商用压缩机生产线项目	4.80	1.11	1.50	1.50	0.69	非公开定向增发募集资金4.0亿元，占比83.3%；其余资金由公司通过银行贷款等方式解决，占比16.7%
新建超高效和变频压缩机生产线项目	华意压缩下属加西贝拉公司新建年产500万台超高效和变频压缩机生产线项目	6.54	4.00	1.00	1.00	0.54	加西贝拉三家股东同比共计增资6亿元，占投资总额的91.74%，剩余资金由加西贝拉自筹，占比8.26%。
成都物流中心	占地137452.47平方米，建筑面积86811平方米（包括总部结算中心、货物集散中心、仓储流通中心、电子商务配送分拨中心、国际货代中心、多功能配套区等）	2.00	1.50	0.50	--	--	自筹9200万元，占比35.38%，银行贷款10800万元，占比64.62%
成都长虹科技大厦	总建筑面积163569平方米，分为A楼、B楼、裙楼和地下车库	6.00	4.30	1.40	0.30	--	自筹资金100%
<b>合计</b>		<b>31.02</b>	<b>19.70</b>	<b>5.90</b>	<b>3.94</b>	<b>1.48</b>	

资料来源：公司提供

表11 公司拟建项目情况 (单位: 亿元)

项目名称	项目概况	总投资	筹资渠道
80万台环保节能项目	新建营业用房及配套业务管理用房等建筑总面积约63000平方米; 购买和安装设备、设施、生产线等77台/套, 项目建成后, 形成年产80万台环保节能冰箱生产能力	1.85	自筹
技术研究院建设	主要用于压缩机项目的研究。	0.80	非公开定向增发募集资金0.78亿元, 占比97.5%; 其余资金由公司通过银行贷款等方式解决, 占比2.5%。
长虹信息化物流园改扩建项目	新建营业用房及配套业务管理用房等建筑总面积约129700平方米; 购买和安装设备、设施、生产线等41台/套。项目建成后, 形成年产1000吨电视、空调产品维修备件仓储拣配能力, 年80万吨电视、空调、冰箱成品仓储能力, 6万吨电视、空调产品原材料仓储拣配能力	2.95	自筹
<b>合计</b>		<b>5.60</b>	

资料来源: 公司提供

公司在建项目主要为冰箱及压缩机相关项目, 2015~2017年预计投入5.90亿元、3.94亿元和1.48亿元。整体看, 公司未来资本支出规模不大, 但公司预计2014年全年利润大幅下滑, 随着业务规模的扩大, 流动资金需求加大, 公司未来存在一定筹资压力。

## 七、重大事项

### 1. 转让等离子业务

2007年, 为突破公司平板电视上游关键部件的供应瓶颈, 公司以虹欧公司为平台投资建设等离子屏和模组项目, 其中虹欧公司注册资本25.29亿元, 公司出资15.35亿元。但近年来, 等离子产业环境发生重大变化, 等离子产业市场规模不断缩小, 等离子前端配套供应链资源短缺, 等离子屏及模组产品成本上涨压力巨大, 虹欧公司亏损严重。公司于2014年11月1日公告转让公司持有的虹欧公司61.48%股权的方式将等离子业务及资产进行处置和剥离, 转让价格为6420万元。

截至2014年8月底, 虹欧公司资产39.92亿元, 所有者权益1.03亿元; 2014年1~8月, 虹欧公司营业收入4.65亿元, 利润总额-3.45亿元。

总体看, 此次转让有利于进一步改善公司

盈利能力, 降低公司经营亏损, 有利于公司未来的持续良性发展。

### 2. 转让通讯业务相关子公司

为了促进长虹手机产业的健康快速发展, 根据公司智能战略的总体框架, 2014年12月8日, 公司第九届董事会第十次会议审议通过了《关于出售绵阳国虹通讯数码集团有限责任公司及重庆国虹科技发展有限公司、深圳凯虹移动通信有限公司股权的议案》, 同意公司出售所持有国虹通讯45%的股权, 公司全资子公司香港长虹出售所持有重庆国虹和深圳凯虹各13.5%的股权。公司将另行组织团队开展手机业务, 重塑长虹手机的行业影响力和竞争力, 实现规模迅速增长。

2014年12月12日, 绵阳市国资委出具了《关于同意转让绵阳国虹通讯数码集团有限责任公司股权有关事项的批复》(绵国资产[2014]82号), 同意公司出售国虹通讯股权相关事宜。2014年12月23日, 四川绵阳合力拍卖有限公司按规定和程序组织了“国虹通讯45%股权、重庆国虹13.5%股权、深圳凯虹13.5%股权”拍卖会, 经公开竞价, 绵阳鑫之力投资有限责任公司成为国虹通讯45%股权最终受让方, 成交价为7680万元; INFOBEYOND LIMITED成为重庆国虹13.5%股权最终受让方, 成交价为552万

元；FINEVIEW GROUP LIMITED成为深圳凯虹13.5%股权最终受让方，成交价为824万元。2014年12月23日公司、香港长虹分别与相关股权受让方签署了《股权转让协议》。

2014年12月31日，国虹通讯已办理完毕本公司持有的国虹通讯45%股权转让的变更登记手续。截至目前，重庆国虹正在办理香港长虹持有的重庆国虹13.5%股权转让的变更登记手续；深圳凯虹正在办理香港长虹持有的深圳凯虹13.5%股权转让的变更登记手续。

手机是长虹智能战略体系下的核心产品之一，也是长虹家庭互联网架构中的协同关键，随着智能手机产品的迅速兴起和发展。围绕公司智能战略，公司已确定了长虹手机“安全、协同、健康”核心技术研发方向，并组建了相应的智能手机研发和市场核心团队。

## 八、财务分析

### 1. 财务质量及财务概况

公司提供的2011~2013年合并财务报表已经信永中和会计师事务所有限责任公司审计，出具了标准无保留的审计意见。公司提供的2014年1~9月财务报告未经审计。2013年公司合并范围新增2家，减少1家，共计39家。总体看，公司合并范围变化不大，财务数据可比性强。

截至2013年底，公司（合并）资产总额588.37亿元，所有者权益合计195.02亿元（其中少数股东权益54.58亿元）；2013年公司实现营业收入588.75亿元，实现利润总额10.16亿元。

截至2014年9月底，公司（合并）资产总额621.73亿元，所有者权益合计为191.54亿元（其中少数股东权益55.57亿元）；2014年1~9月，公司实现营业收入412.85亿元，实现利润总额0.70亿元。

### 2. 资产质量

2011~2013年，公司资产总额稳定增长，年均复合增长6.73%，截至2013年底，公司资产总额588.37亿元，同比增长7.87%，其中流动资产和非流动资产分别占75.01%和24.99%，公司资产以流动资产为主。

#### 流动资产

2011~2013年，公司流动资产年均复合增长7.74%，截至2013年底，公司流动资产441.33亿元，同比增长9.05%，主要来自货币资金和应收账款的增长。

2011~2013年，公司货币资金年均复合增长9.78%，截至2013年底，公司货币资金为134.38亿元，同比增长23.52%，其中银行存款占46.07%，其他货币资金占53.71%，主要为保证金存款，包括银行承兑汇票保证金、保函保证金、质押保证金等，受限资金占比较高。

2011~2013年，公司应收票据略有下降，截至2013年底，公司应收票据为83.22亿元，同比下降3.75%，以银行承兑汇票为主，占99.74%，流动性较强。

2011~2013年，公司应收账款增长较快，主要是公司家电收入规模快速增长所致，截至2013年底，公司应收账款账面余额为85.61亿元，按组合计提坏账准备的应收账款为84.81亿元，账龄以一年以内为主，账龄较短。公司共计提应收账款坏账准备3.99亿元，计提比例为4.65%。公司应收账款前五名单位共计19.03亿元，占应收账款总额的比例为22.23%，集中度较高。

2011~2013年，公司存货增长较快，截至2013年底，存货账面净值125.42亿元，以原材料（占11.71%）、库存商品（占48.62%）和开发成本（占29.56%）为主。公司存货规模较大，存在一定的跌价减值风险，公司计提减值准备4.20亿元，计提比例为3.24%。

#### 非流动资产

2011~2013年，公司非流动资产年均复合增长3.86%，截至2013年底，公司非流动资产为147.04亿元，较上年略有增长，以固定资产

和无形资产为主。

2011~2013年，公司长期股权投资快速增长，截至2013年底，公司长期股权投资11.73亿元，较上年大幅增长，主要是新增对四川长虹集团财务公司5亿元的投资。

2011~2013年，公司固定资产规模较稳定，截至2013年底，公司固定资产账面价值81.95亿元，较上年变化不大，以房屋建筑物（占45.03%）和专用设备（占46.57%）为主，公司累计计提折旧合计45.80亿元。

2011~2013年，公司无形资产略有增长，截至2013年底，公司无形资产34.42亿元，以土地使用权（占37.66%）和商标权（占41.07%）为主，无形资产累计摊销11.74亿元。

截至2014年9月底，公司资产总额621.73亿元，较2013年底增长5.67%。资产以流动资产（占76.30%）为主，构成仍主要为货币资金、应收票据、应收账款和存货。其中其他流动资产大幅增加主要因为购买的理财产品增加。

总体看，公司资产规模稳定增长，以流动资产为主，现金类资产较充足，但受限资金占比较大；应收账款规模较大，对资金形成一定占用，存在一定坏账风险；存货规模大，存在一定跌价风险。公司资产整体质量一般。

### 3. 负债及所有者权益

#### 负债

2011~2013年，公司负债年均增长7.91%，截至2013年底，公司负债393.35亿元，同比增长7.96%，以流动负债（占85.27%）为主。

2011~2013年，公司流动负债增长较快，截至2013年底，公司流动负债为335.39亿元，同比增长9.00%，以短期借款（占43.68%）、应付票据（占15.33%）、应付账款（占24.72%）和其他应付款（占8.54%）为主。

2011~2013年，公司短期借款快速增长，主要是公司经营规模扩大，资金需求增加，截至2013年底，公司短期借款为146.49亿元，同比增长41.09%。其中，信用借款占35.35%，

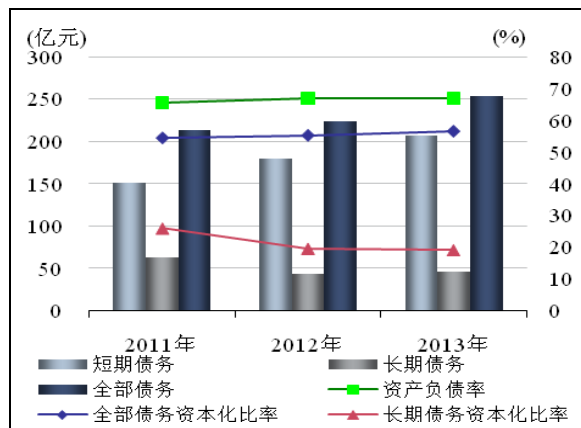
质押借款占45.76%，保证借款占18.83%和抵押借款占0.06%。

2011~2013年，公司应付票据和应付账款均波动增长，截至2013年底，公司应付票据为51.41亿元，较上年略有下降，其中银行承兑汇票占98.31%；公司应付账款为82.92亿元，较上年有所下降。

2011~2013年，公司其他应付款快速增长，截至2013年底，公司其他应付款为28.64亿元，同比增长31.08%，主要为已发生尚未报销的销售费用、保证金、抵押金和应付关联方款项等费用。

2011~2013年，公司非流动负债呈下降趋势，截至2013年底，公司非流动负债为57.96亿元，以长期借款（占31.98%）和应付债券（47.50%）为主。

图2 公司债务情况



资料来源：审计报告

2011~2013年，公司全部债务规模年均复合增长8.81%，其中短期债务增长较快，长期债务有所下降，截至2013年底，公司全部债务总额252.98亿元，其中短期债务和长期债务占比分别为81.79%和18.21%；截至2013年底，公司资产负债率、全部债务资本化比率和长期债务资本化比率分别为66.85%、56.47%和19.11%，资产负债率和全部债务资本化比率较2012年略有上升。总体看，公司债务负担尚合理。

截至2014年9月底，公司负债合计430.18

亿元，较 2013 年底上升 9.36%，流动负债占比增长到 92.44%。流动负债中其他流动负债新增 30 亿元，为 2014 年 5 月发行的“14 长虹股 CP001”。

截至 2014 年 9 月底，公司全部债务 293.86 亿元，其中短期债务和长期债务占比分别为 93.00% 和 7.00%，公司有息债务以短期债务为主；同期，公司资产负债率、全部债务资本化比率、长期债务资本化比率分别为 69.19%、60.54% 和 9.69%。

总体看，公司整体债务规模呈增长趋势，债务结构有待优化。

#### 所有者权益

2011~2013 年，公司所有者权益稳定增长，截至 2013 年底，所有者权益合计 195.02 亿元（其中少数股东权益 54.58 亿元）。归属母公司所有者权益中，公司实收资本占 32.87%、资本公积占 27.46%、盈余公积占 24.60%、未分配利润占 15.13%。截至 2014 年 9 月底，公司所有者权益合计 191.54 亿元，公司所有者权益构成比例变化不大。公司所有者权益稳定性较好。

#### 4. 盈利能力

2011~2013 年，公司营业收入年复合增长 6.40%，2013 年公司实现营业收入 588.75 亿元，同比增长 12.50%；公司营业成本 491.34 亿元，同比增长 11.69%。营业利润率为 15.72%，较上年略有增长。

从期间费用看，2011~2013 年公司期间费用有所增长，其中管理费用和财务费用增长较快。2013 年，公司期间费用 80.20 亿元，同比增长 10.48%，期间费用占收入的比例略有下降，其中受利息收入增加影响，公司财务费用有所下降。

2011~2013 年，公司投资收益大幅下降，2013 年，公司投资收益 -7953.73 万元，主要是公司处置交易性金融资产损失 1.23 亿元。

2011~2013 年，公司营业外收入分别为 4.04 亿元、6.31 亿元和 5.72 亿元，主要为政府补贴，

2013 年，公司营业外收入中政府补贴 3.61 亿元和非流动资产处置利得 1.00 亿元，其中政府补贴增加主要因为新增递延收益转入 1.97 亿元。

2011~2013 年，公司利润总额大幅增长，2013 年，受益于营业利润大幅增长，公司利润总额也大幅提高至 10.16 亿元；公司总资产收益率与净资产收益率均有所上升，分别为 3.05% 和 3.88%。

2014 年 1~9 月，公司实现营业收入和利润总额分别为 412.85 亿元和 0.70 亿元，较去年同期分别下降 1.82% 和 89.30%，主要是优惠政策的退出后，彩电业务销售未达预期，销售价格下降导致业绩下滑以及等离子业务亏损所致，其中 2014 年 1~8 月，等离子业务亏损 3.45 亿元；其中营业外收入 4.11 亿元，同比增长 23.94%；公司营业利润率为 13.55%，盈利水平较 2013 年底有所下降。

总体看，公司收入规模稳定增长，营业外收入对利润贡献大，公司整体盈利能力较弱。

#### 5. 偿债能力

从短期偿债能力指标看，2011~2013 年，公司流动比率和速动比率均呈下降趋势，截至 2013 年底，公司流动比率和速动比率分别为 131.59% 和 94.19%；截至 2014 年 9 月底，流动比率和速动比率分别下降至 119.30% 和 88.75%，由于存货规模较大，公司速动比率较低。2011~2013 年，公司经营现金流动负债比分别为 -4.62%、2.34% 和 8.62%。综合考虑，公司短期债务规模大，短期偿债能力一般。

从长期偿债能力指标看，2011~2013 年，公司 EBITDA 和 EBITDA 利息倍数均有所增长，2013 年受利润总额大幅增加影响，公司 EBITDA 增长至 28.57 亿元；公司 EBITDA 利息倍数和全部债务/EBITDA 分别为 4.17 倍和 8.85 倍。总体看，公司长期偿债指标一般。

截至 2014 年 9 月底，公司获得人民币授信额度合计 289.15 亿元，其中尚未使用额度 126.51 亿元，公司间接融资渠道畅通。公司为

A 股上市企业，下属 3 家上市公司（美菱电器：000521.SH、华意压缩：000404.SH 和长虹佳华：08016.HK），直接融资渠道畅通。

截至2014年9月底，公司无对外担保。

综合考虑，公司主体信用风险很低。

#### 6. 过往债务履约情况

根据中国人民银行企业信用报告，截至2015年3月5日，公司无未结清的不良信贷信息记录，已结清记录中涉及 56 笔关注类信贷信息记录（公司解释系多年前人行征信系统升级时导致的问题），公司整体过往债务履约情况良好。

#### 7. 抗风险能力

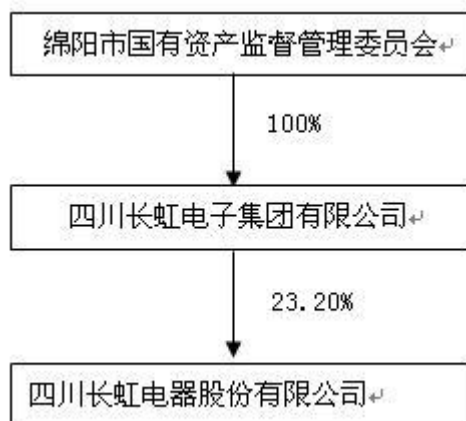
公司作为中国家电行业最重要的综合性企业集团之一，规模优势显著，在电视、空调等主要经营领域均具有较强的竞争实力。近年，公司资产与营业收入规模保持增长，现金类资产较为充裕。总体看，公司整体抗风险能力强。

### 九、结论

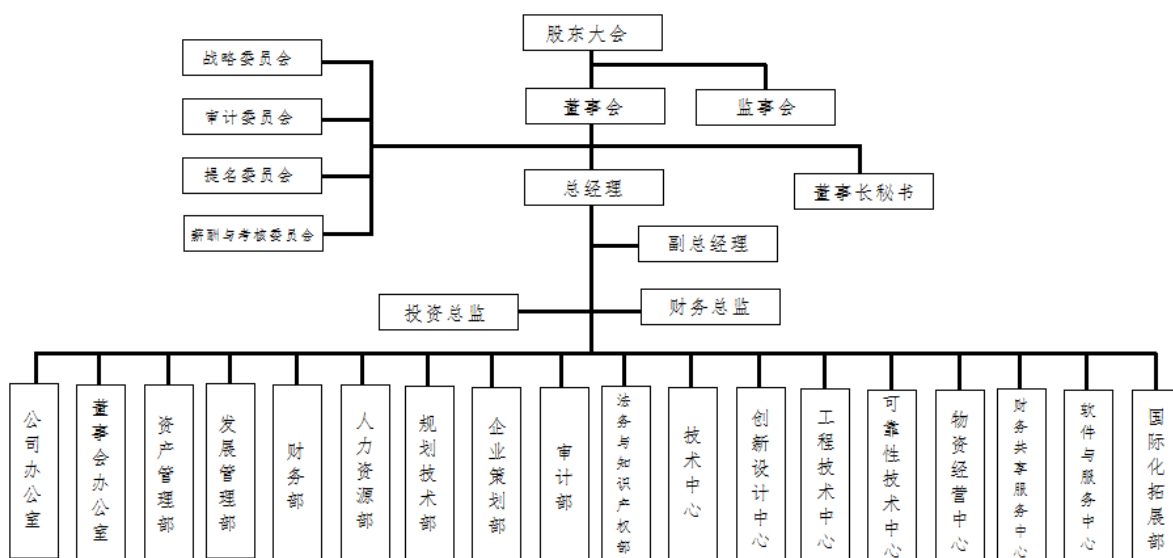
公司是国内领先的大型家电研发和制造企业，经营规模大，产品线丰富，具备较强的品牌优势，综合竞争实力较强。公司近年坚持多元化经营战略，得益于公司业务和市场拓展，收入和资产规模持续增长，但受彩电业务销售未达预期，销售价格下降导致业绩下滑；等离子业务亏损以及优惠政策的退出影响，2014年公司利润大幅下滑。目前，公司资产以流动资产为主，现金类资产较为充足；但应收账款规模较大，对资金形成一定占用，存在一定坏账风险；存货规模大，存在一定跌价风险。公司整体债务规模呈增长趋势，债务结构有待优化。公司短期偿债能力一般。

随着未来智能家电的不断深入，公司在彩电、空调、冰箱等家电的领域新技术不断应用，以及公司转让等离子和通讯资产的完成，公司的收入规模和盈利能力有望得到提升，并保持较强的综合抗风险能力。

附件 1-1 截至 2014 年底公司股权结构图



附件 1-2 公司组织结构图





## 附件 2 主要财务数据及指标

项目	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年 9 月
<b>财务数据</b>				
现金类资产(亿元)	202.79	195.52	217.86	252.14
资产总额(亿元)	516.51	545.46	588.37	621.73
所有者权益(亿元)	178.70	181.11	195.02	191.54
短期债务(亿元)	151.04	179.42	206.91	273.30
长期债务(亿元)	62.61	43.91	46.07	20.56
全部债务(亿元)	213.66	223.33	252.98	293.86
主营业务收入(亿元)	520.03	523.34	588.75	412.85
利润总额(亿元)	5.46	5.28	10.16	0.70
EBITDA(亿元)	24.26	22.37	28.57	--
经营性净现金流(亿元)	-12.20	7.19	28.89	11.52
<b>财务指标</b>				
销售债权周转次数(次)	6.93	3.47	3.72	--
存货周转次数(次)	8.73	3.89	3.92	--
总资产周转次数(次)	2.01	0.99	1.04	--
现金收入比(%)	92.01	100.10	100.25	102.63
营业利润率(%)	15.04	15.24	15.72	13.55
总资本收益率(%)	2.64	2.17	3.05	--
净资产收益率(%)	1.81	1.51	3.88	--
长期债务资本化比率(%)	25.95	19.51	19.11	9.69
全部债务资本化比率(%)	54.46	55.22	56.47	60.54
资产负债率(%)	65.40	66.80	66.85	69.19
流动比率(%)	143.92	131.52	131.59	119.30
速动比率(%)	105.89	90.72	94.19	88.75
经营现金流动负债比(%)	-4.62	2.34	8.61	11.59
EBITDA 利息倍数(倍)	3.04	3.01	4.17	--
全部债务/EBITDA(倍)	8.81	9.98	8.85	--

注：公司 2014 年三季度财务数据未经审计。

### 附件 3 有关计算指标的计算公式

指标名称	计算公式
<b>增长指标</b>	
资产总额年复合增长率	(1) 2 年数据: 增长率=(本期-上期)/上期×100% (2) n 年数据: 增长率=[(本期/前 n 年) <sup>1/(n-1)</sup> -1]×100%
净资产年复合增长率	
营业收入年复合增长率	
利润总额年复合增长率	
<b>经营效率指标</b>	
销售债权周转次数	营业收入/(平均应收账款净额+平均应收票据)
存货周转次数	营业成本/平均存货净额
总资产周转次数	营业收入/平均资产总额
<b>盈利指标</b>	
总资本收益率	(净利润+费用化利息支出)/(所有者权益+长期债务+短期债务)×100%
净资产收益率	净利润/所有者权益×100%
营业利润率	(营业收入-营业成本-营业税金及附加)/营业收入×100%
<b>债务结构指标</b>	
资产负债率	负债总额/资产总计×100%
全部债务资本化比率	全部债务/(长期债务+短期债务+所有者权益)×100%
长期债务资本化比率	长期债务/(长期债务+所有者权益)×100%
担保比率	担保余额/所有者权益×100%
<b>长期偿债能力指标</b>	
EBITDA 利息倍数	EBITDA/利息支出
全部债务/EBITDA	全部债务/EBITDA
<b>短期偿债能力指标</b>	
流动比率	流动资产合计/流动负债合计×100%
速动比率	(流动资产合计-存货)/流动负债合计×100%
经营现金流动负债比	经营活动现金流量净额/流动负债合计×100%

注: 现金类资产=货币资金+交易性金融资产/短期投资+应收票据  
 短期债务=短期借款+交易性金融负债+一年内到期的长期(非流动)负债+应付票据  
 长期债务=长期借款+应付债券  
 全部债务=短期债务+长期债务  
 EBITDA=利润总额+费用化利息支出+固定资产折旧+摊销  
 利息支出=资本化利息支出+费用化利息支出  
 企业执行新会计准则后, 所有者权益=归属于母公司所有者权益+少数股东权益

## 附件 4 主体长期信用等级设置及其含义

根据中国人民银行2006年3月29日发布的“银发〔2006〕95号”文《中国人民银行信用评级管理指导意见》，以及2006年11月21日发布的《信贷市场和银行间债券市场信用评级规范》等文件的有关规定，主体长期信用等级划分成三等九级，分别用AAA、AA、A、BBB、BB、B、CCC、CC和C表示，其中，除AAA级，CCC级（含）以下等级外，每一个信用等级可用“+”、“-”符号进行微调，表示略高或略低于本等级。

级别设置	含 义
AAA	偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低
AA	偿还债务的能力很强，受不利经济环境的影响不大，违约风险很低
A	偿还债务能力较强，较易受不利经济环境的影响，违约风险较低
BBB	偿还债务能力一般，受不利经济环境影响较大，违约风险一般
BB	偿还债务能力较弱，受不利经济环境影响很大，违约风险较高
B	偿还债务的能力较大地依赖于良好的经济环境，违约风险很高
CCC	偿还债务的能力极度依赖于良好的经济环境，违约风险极高
CC	在破产或重组时可获得保护较小，基本不能保证偿还债务
C	不能偿还债务

## 联合资信评估有限公司关于 四川长虹电器股份有限公司 主体长期信用的跟踪评级安排

根据有关要求，联合资信评估有限公司（联合资信）将在四川长虹电器股份有限公司主体长期信用等级有效期内每半年进行一次定期跟踪评级，并根据情况开展不定期跟踪评级。

四川长虹电器股份有限公司应按联合资信跟踪评级资料清单的要求，提供相关资料。四川长虹电器股份有限公司如发生重大变化，或发生可能对信用等级产生较大影响的重大事件，应及时通知联合资信并提供有关资料。

联合资信将密切关注四川长虹电器股份有限公司的经营管理状况及相关信息，如发现四川长虹电器股份有限公司出现重大变化，或发现其存在或出现可能对信用等级产生较大影响的重大事件时，联合资信将落实有关情况并及时评估其对信用等级产生的影响，据以确认或调整主体长期信用等级。

如四川长虹电器股份有限公司不能及时提供跟踪评级资料，导致联合资信无法对信用等级变化情况做出判断，联合资信有权终止信用等级。

在跟踪评级过程中，如四川长虹电器股份有限公司主体长期信用等级发生变化调整时，联合资信将在本公司网站予以公布，同时出具跟踪评级报告报送四川长虹电器股份有限公司、主管部门、交易机构等。



联合资信评估有限公司  
二零一五年三月九日