

证券代码：000404

证券简称：华意压缩

公告编号：2016-019

华意压缩机股份有限公司 2015 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

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
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 559,623,953 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.80 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

公司简介

股票简称	华意压缩	股票代码	000404
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	王华清	巢亦文	

办公地址	江西省景德镇市长虹大道 1 号(高新开发区内)	江西省景德镇市长虹大道 1 号(高新开发区内)
传真	0798-8470221	0798-8470221
电话	0798-8470228	0798-8470237
电子信箱	wanghq@hua-yi.cn	hyzq@hua-yi.cn

二、报告期主要业务或产品简介

1、主营业务及产品

报告期内，公司所处行业为通用设备制造业，主营业务为冰箱压缩机及商用压缩机的研发、生产和销售，冰箱压缩机主要用于家用冰箱、冰柜等家用电器，商用压缩机主要用于超市冷冻陈列柜、保鲜柜和机场、写字楼等楼宇的自动量贩机等领域。

2、公司主要经营模式

公司为设计+生产+销售的压缩机生产型企业。报告期公司的经营模式未发生重大变化。

(1) 采购模式。公司采购包括进口采购及国内采购。公司原材料主要通过国内采购，公司在选定合格供应商后，采用招投标或议价等方式确定原材料的采购价格，由生产计划部门根据销售计划下达原材料采购计划。对于零星采购与设备采购，则根据公司经营与技改需要，由项目办与采购部门比价采购。对于部分进口设备，公司根据技改计划制定所需进口设备清单，由项目办组织实施。

(2) 生产模式。公司主要根据订单情况，采用安全库存及以销定产并行的生产组织模式。

(3) 销售模式。公司产品销售分为国内销售和国外销售。在国内销售方面，公司采用直接销售模式。在国外销售方面，公司采取直销+代理模式。

3、行业情况及行业地位

冰箱压缩机行业有一定的季节周期性，但淡旺季的差异日趋缩小，一般第二、三季度为销售旺季，但受国家消费政策及冰箱厂家对市场需求预测影响，压缩机的销售旺季可能会提前或延后。

近年来，压缩机行业投资快速增长，压缩机产能急剧扩大，行业竞争日益激烈，加上经济下行压力持续加大，行业下游冰箱需求放缓，同时压缩机行业产品结构性过剩严重，普效、一般高效压缩机产能严重供大于求，市场竞争异常激烈，变频、商用压缩机等高端产品国内厂家占比较低，国外品牌厂家在高端产品上仍有较强的竞争力。公司作为全球冰箱压缩机的龙头企业，经过多年的发展和积累，在行业规模和技术等方面形成了较强的核心竞争力，依托公司技术研究院和国家级技术中心，公司压缩机技术研发能力达到全球领先、国内先进，变频、超高效、商用压缩机等高端产品方面具备了较强的竞争力；在行业规模方面，公司压缩机产销量自2013年起连续三年居全球冰箱压缩机行业第一位，形成了较强的规模优势和市

场优势，同时公司加强人才引进和培养，不断提升管理能力，强化品质管理，形成了较强的人才优势和管理优势。

三、主要会计数据和财务指标

1、近三年主要会计数据和财务指标

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据
 是 否

单位：人民币元

	2015 年	2014 年	本年比上年增减	2013 年
营业收入	6,856,156,786.29	7,002,905,221.76	-2.10%	6,710,000,403.89
归属于上市公司股东的净利润	217,894,895.46	187,184,740.40	16.41%	161,222,634.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	184,968,878.72	170,758,648.73	8.32%	136,667,113.69
经营活动产生的现金流量净额	725,544,549.04	810,536,037.08	-10.49%	9,548,543.56
基本每股收益（元/股）	0.3894	0.3345	16.41%	0.2985
稀释每股收益（元/股）	0.3894	0.3345	16.41%	0.2985
加权平均净资产收益率	10.16%	9.31%	0.85%	9.22%
	2015 年末	2014 年末	本年末比上年末增减	2013 年末
总资产	6,970,502,586.82	6,604,536,574.60	5.54%	6,365,417,144.74
归属于上市公司股东的净资产	2,238,864,804.88	2,056,945,035.00	8.84%	1,925,397,198.78

2、分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,925,561,327.43	1,812,073,023.30	1,485,029,025.57	1,633,493,409.99
归属于上市公司股东的净利润	38,547,345.83	83,638,520.96	59,576,150.34	36,132,878.33
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	33,973,330.04	79,085,064.85	49,706,121.00	22,204,362.83
经营活动产生的现金流量净额	33,901,039.32	348,192,371.43	127,757,342.38	215,693,795.91

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异
 是 否

四、股本及股东情况

1、普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股	50,455	年度报告披露日	47,143	报告期末表决权	0	年度报告披露日前	0
---------	--------	---------	--------	---------	---	----------	---

股股东总数		前一个月末普通 股股东总数		恢复的优先股股 东总数		一个月末表决权恢 复的优先股股东总 数	
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条 件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
四川长虹电器股份有限公司	国有法人	28.81%	97,100,000	64,102,564			
绵阳科技城发展投资（集团）有限公司	国有法人	4.11%	23,000,000				
景德镇市国有资产经营管理有限公司	国有法人	1.21%	6,748,456				
王辉	境内自然人	0.76%	4,255,800				
中国银行－华泰柏瑞量化指数增强股票型 证券投资基金	其他	0.65%	3,610,701				
中国建设银行－银华富裕主题股票型证券 投资基金	其他	0.46%	2,562,232				
中国民生银行股份有限公司－东方新思路 灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.43%	2,400,000				
太平洋资管－建设银行－太平洋研究精选 股票型产品	其他	0.38%	2,149,854				
华夏成长证券投资基金	其他	0.38%	2,100,000				
建信基金－建设银行－中国人寿－中国人 寿委托建信基金公司股票型组合	其他	0.37%	2,056,099				
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前十名有限售条件股东中，第一大股东四川长虹电器股份有限公司与绵阳科技城发展投资（集团）有限公司存在关联关系，与其他八名股东不存在关联关系，也不属于《上市公司持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人，其他股东之间未知是否存在关联关系，也不知是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	王辉持有 4,255,800 股，其中通过第一创业证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 4,248,800 股，普通账户持有 7000 股。						

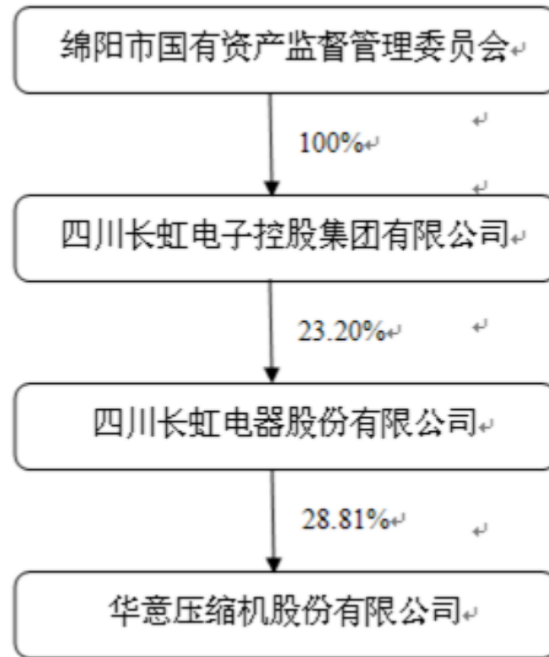
四川长虹认购的华意压缩非公开发行股票 64,102,564 股限售期满解除限售后于 2016 年 3 月 2 日上市流通。

2、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

3、以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



五、管理层讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2015 年，世界经济继续深度调整，复苏乏力，国际贸易增长低迷，国内经济增速换挡、结构调整阵痛、新旧动能转换相互交织，经济下行压力加大。家电产业受宏观经济环境及国家补贴政策退出后市场需求不足的影响，增长乏力，冰箱国内需求甚至呈现负增长。冰箱压缩机产业，行业产能过剩严重，产品同质化，市场竞争趋于白热化。根据产业在线统计，2015 年国内冰箱压缩机产量 12,360.50 万台，同比增长 2.9%，销量（含出口）12,443.50 万台，同比增长 1.5%，与 2014 年相比，增幅大幅下降。

报告期，面对严峻的经济形势与激烈的行业竞争，公司紧紧围绕“三年第一大、五年第一强”的战略目标，依靠和团结广大员工，根据“突破商用变频，加快升级步伐，追逐冠军梦想”的工作主线，公司全面落实“广、深、高、速”各项工作举措，直面挑战，迎难而上，团结一心，奋力拼搏，全面完成 2015 年的目标任务。公司全年生产压缩机 3,863 万台，销售压缩机 3,880 万台，继续保持全球行业第一；公司实现归属于母公司股东的净利润 21,789 万元，公司产销总量、产品性能、产品出口、经济效益再创历史新高，为公司实施“由大向强”战略迈出了坚实的一步。

报告期，公司主营冰箱压缩机及商用压缩机的生产、销售。2015 年，公司共生产压缩机 3,863 万台，同比增长 1.79%，销售压缩机 3,880 万台，同比增长 2.29%；其中出口压缩机 1,634 万台，同比增长 10.93%，国内销售压缩机 2,246 万台，同比减少 3.19%；根据产业在线的统计数据，2015 年公司在国内冰箱压缩机厂

商销量（含出口）市场占有率达到29.96%，市场份额继续保持领先优势。据行业内统计，2015年度公司压缩机产销量在全球冰箱压缩机行业继续稳居第一位，压缩机行业龙头地位进一步巩固。

公司回顾总结前期披露的发展战略和经营计划在报告期内的进展情况

公司在《2014年度报告》中披露发展战略与经营发展计划具体进展情况如下：

（1）全面完成全年目标，进一步提升综合竞争能力

面对严峻的经济形势与行业形势，报告期，公司深挖市场潜力，通过深化与合作，在巩固和提升现有客户资源的基础上，提升原有客户市场份额，不断开发新的市场与客户，继续保持国际市场行业龙头地位，公司市场、业务全球化水平进一步提升。随着公司产销规模的增加，市场领先优势扩大，产业规模效应进一步显现，公司综合竞争能力进一步提升。

公司董事会制定的 2015 年度经营目标及其报告期内的完成情况如下：

经营指标	2015 年目标	2015 年实际指标	计划完成程度
生产压缩机	3800 万台	3863 万台	101.66%
销售压缩	3800 万台	3880 万台	102.11%
主营业务收入	68 亿元	68.29 亿元	100.43%
净利润	2.1 亿元	2.18 亿元	103.81%

（2）加强市场开拓，提升公司全球化水平

面对复杂的宏观经济形势与行业激烈的市场竞争环境，国内压缩机市场需求疲软，公司聚焦国内核心客户，加强与客户的深度合作，实施“5+1”产品项目管理，大力拓展东欧、美洲、中东、东南亚市场。2015 年，公司压缩机销量 3,880 万台，公司压缩机销量继续稳居全球家用冰箱压缩机行业第一。报告期，公司加强销售队伍建设，增加国内外市场 TEAM 团队，实现全球市场客户服务的覆盖。充分发挥欧洲、美洲技术营销中心作用，贴近服务客户，大幅缩短国外客户的反应周期，国际化服务水平不断提升，企业国际化竞争能力进一步提高。

（3）加强研究开发，提升产品竞争力

报告期，公司压缩机基础研究取得多项突破，初步完成磁悬浮轴承在变频压缩机上的应用研究，压缩机仿真计算有效缩短产品研发周期，长期寿命评价取得阶段性进展，噪声品质改进效果明显；研发平台逐步完善，研发队伍不断充实，院士工作站、产学研合作项目、海外技术中心建设成果明显，商用和家用压缩机测试试验手段进一步完善，国家 CNAS 认可实验室申报已进入第二阶段；产品开发成效显著，公司商用压缩机优化改进及 R290 系统提升项目取得明显进展，景德镇本部变频产品实现批量生产销售。压缩机性能显著提升，车载直流压缩机项目进展顺利。目前，公司已形成涵盖各种制冷工质、性能高、规格全的家用、商用、变频压缩机系列，产品综合竞争力提升。

（4）狠抓产品质量，提高客户满意度

报告期，公司通过开展年度全员质量竞赛活动，员工质量意识进一步增强，产品质量水平不断提升。

公司产品测试下线率、用户工程下线率、社会反馈率、单台内部质量损失均实现较大幅度下降，外协外购件合格率、日抽样合格率提升，超额完成全年质量目标任务，客户满意度稳步提升。公司连续两年获得晶弘、澳柯玛“年度优秀供应商”称号，2015 年公司获得伊莱克斯和惠而浦“全球优秀供应商”，控股子公司加西贝拉荣获“中国质量奖提名奖”，为国内冰箱压缩机行业首例。

（5）强化管理，提升效益

加强精细化管理，通过深入开展卓越绩效管理、6 σ 等活动，公司质量管理、生产管理、运营管理、安全管理等基础管理水平进一步提升，现场管理成为企业“名片”。通过加强存货和应收帐款周转率管理，促进运营效率持续提升；通过深入推进挖潜降耗工作，开展“增收节支”专项活动，节约了成本，成效显著；通过开展合理化建议活动，充分发挥员工的创造力和能动性，全面提升物效、人效与能效；通过合理利用公司暂时闲置募集资金，公司财务费用大幅降低，取得较好投资收益，提升钱效。

（6）募投项目按计划投产，新项目效益逐步发挥

加西贝拉新建年产 500 万台超高效和变频压缩机生产线项目已于 2013 年 12 月底竣工投产，通过对生产工艺、节拍不断优化，不断提升生产能力，报告期内该项目共计生产压缩机 502.18 万台，销售压缩机 496.15 万台，实现利润总额 5,157 万元。根据市场情况，为控制风险，公司景德镇本部新建年产 600 万台高效和商用压缩机生产线项目分二期进行建设，项目一期设计产能 200 万台商用压缩机生产线于 2014 年底建成投产，该项目自动化程度高、信息集成度高、柔性化程度高，生产线人员大幅减少，填补了国内自主知识产权商用压缩机生产线的空白，该项目在投产后，经过了一段时间的试产、爬坡，至 2015 年 3 季度开始正常生产，因此本年度总体生产、销售规模不高，报告期共计生产压缩机 55.72 万台，销售压缩机 49.53 万台，实现利润总额 33.62 万元。

（7）加强公司人才引进和培养，提升企业文化凝聚力

2015 年，公司人才队伍建设取得明显成效，通过加大技术、营销等高端人才的引进力度，逐步形成了关键业务领域的人才梯队建设，同时通过完善人才的技术职称、专业职称的晋升体系，保障优秀人员能够脱颖而出。报告期公司开展各种多样竞赛活动，弘扬先进，激励和表彰在公司运营中有突出贡献、创造卓越价值的团队及个人；组织策划系列文化主题活动，释放正能量，引导员工积极乐观工作、开心生活；持续开展公司员工运动会、业务沙龙等活动，形成良好的企业文化氛围，提高企业凝聚力和向心力。

2、公司未来发展的展望

（1）行业竞争与发展趋势

在竞争格局方面，全球压缩机行业需求仍不足，行业形势异常严峻，受产能过剩的影响，竞争日趋惨烈。受宏观经济影响，冰箱行业 2015 年内销下滑明显，出口虽保持增长势头，但未能扭转整体下滑的态势。2016 年的市场状况也不容乐观，国内市场甚至有继续呈现负增长的可能，行业的全球范围内整合仍将

延续。在产业发展趋势方面，“高效化、小型化、变频化、智能化”将是压缩机发展的主流，新的制冷技术、工艺的探索创新也将对行业的长远发展产生深远影响。随着国家新能效标准的发布，对家电产品在节能、环保方面提出的更高标准和要求。随着冰箱智能化、网络化、变频化推广及普及，变频压缩机市场有望迎来快速增长，带来新的市场机遇。商用压缩机方面，在国家城镇化和电商购物比例大幅增加的背景下，生鲜产品的存贮、运输等冷链建设将快速发展，商用压缩机市场将有望获得较好的市场机会。

面对上述异常严峻的行业形势，公司将加大技术创新力度，重点发展变频、商用、高效、小型压缩机，继续稳固国内市场，重点拓展海外市场，继续通过产品结构调整，提高产品差异化竞争能力，抓住行业整合时机，做大做强压缩机产业。

(2) 未来发展战略

按照“全球第一强”的整体目标和要求，公司未来几年将采取一系列举措，强化“高效、变频、小型化和商用机”4大技术能力，逐步实现向智能化转型、向服务转型、向全球化转型，并在做强压缩机产业的同时，积极探索和发展第二主业，逐步形成公司新的收入和利润增长点，从而实现公司产业规模和经营效益的持续提升。

(3) 下一年度经营计划

1) 经营目标

经营指标	2016 年目标	2015 年实际指标	增减 (%)
生产压缩机	4,000 万台	3,863 万台	3.55%
销售压缩	4,000 万台	3,880 万台	3.09%
主营业务收入	70 亿元	68.29 亿元	2.50%
净利润	1.8 亿元	2.18 亿元	-17.43%

上述经营计划、经营目标并不代表公司对 2016 年度的盈利预测，能否实现取决于市场状况变化、经营团队的努力程度等多种因素，存在很大的不确定性，请投资者特别注意。

2) 工作思路

以党的十八大和十八届五中全会精神为指导，按照“四个全面”战略布局的新要求，主动把握“中国制造 2025”、“互联网+”等转型发展新机遇，按照“围绕 1314，深化做强举措，奋力由大向强”的总体思路，以创新发展为主线，努力为实现压缩机“全球行业第一强”的目标而不懈奋斗。

3) 主要举措

①坚持顾客驱动，全力拓展市场

抓住有利机遇，实现销量突破。把握“一带一路”国家战略机遇，国家新能效标准实施对高效、变频产品带来的机遇以及“互联网+”机遇，实现销量突破。实施区域策略，优化全球布局。进一步拓展美洲市场，实现新的突破；推进亚太市场，确保持续增长；巩固欧洲市场，保持较高份额；调整国内市场，

稳定大客户市场份额，提高优质中小客户市场份额。优化客户管理，提升服务水平。应用“互联网+”等手段，系统收集分析用户数据，精准发力，提升客户满意度；优化销售区域管理网络，完善 TEAM 团队管理，加强客户标准管控。

②加强多方协同，完善市场产品布局

加强公司各控股子公司之间的协同，完善压缩机产品布局，提高运营效率。加强采购协同，降低采购成本；增强技术协同，以技术产品协同创新促市场推进；加强销售协同，加大信息共享，完善产品布局，共同提高市场份额；加大对 HCB 的协同，争取扭亏增盈；加强与客户的协同，以市场需求为导向，共渡难关，共同发展，多方共赢。

③创新用人机制，引进高端人才

公司将继续创新与完善用人机制，调动全体员工的积极性，加大人才的招聘和培养工作力度，引进高端人才，全力推进素质工程；深入开展企业文化建设，强化企业文化的影响力，促进精神文明建设，增强企业凝聚力、战斗力。加快提升团队整体素质，提升各类人才及广大员工的综合素质，同时，积极创造条件，使公司各类人才充分发挥作用，促进公司又好又快发展。

④坚持自主创新，提升核心竞争力

抓好技术平台建设，完善技术创新体系，加快科技大楼和海外技术中心建设，优化配置实验、试验、试制装备，完善压缩机试验评价手段，培养仿真设计计算分析能力；健全技术创新机制，加强研发项目的考核和管理，推进智能化研发；开展基础技术研究，加强知识产权管理；重点开发变频、商用压缩机及加强海外市场产品的开发，完善产品线；深入推进开发降本及新材料、新工艺应用。整合全球资源，拓展技术合作方式。

⑤加强全方位管控，提升产品质量

建立以质量为核心的品牌建设体系，营造全员、全过程的全面质量管理氛围。技术质量攻关课题导入应用 VDA6.3 过程审核；加强 5M1E 变更管控、CTQ 项目管控，实施 PPAP，完善供应链质量管理；深化班组质量管理及技术工艺质量管理；强化质量分析改进，提升来料质量、检测能力、售后服务水平及质量管理的信息化水平，以质量抢市场，进一步提高产品竞争力。

⑥坚持卓越管理，提高运营效率

强化管理体系，促进规范管理，进一步提升四合一体系运行效率，积极推进 TS16949 体系的导入工作，继续深入实施 6 σ 管理；创新思路，深化华意系内部的协同程度，进一步挖掘市场、技术、采购等工作的协同潜力；强化基础管理，提升管理效率，着力在提升人效、物效、钱效上下功夫，切实提升人效，不断提升物效，努力提升钱效；加强设备和能源管理、安全管理、班组管理等各项基础管理，以管理促效益，进一步提高运营效率与经济效益。

⑦加快募资项目建设，实现良好效益

通过加快市场和产品系列化开发，充分发挥募集资金投资新项目的产能，确保项目早日达产，发挥效能，提升资产的利用效率。统筹安排好剩余募集资金的使用，根据市场情况合理确定景德镇本部600万台高效和商用压缩机生产线二期项目建设产品工艺方案，提高募集资金使用效益。

⑧做强压缩机主业，积极、稳妥拓展第二主业

公司将继续实施“由大向强”战略，“做大、做强、做优”压缩机主业，同时依托公司积累的管理优势、资金优势及资本市场平台优势，积极、稳妥拓展新型产业。根据中国经济新增长动力方向和国家战略性新兴产业发展方向，结合公司的实际情况，以并购、合资合作等方式，积极寻求拓展除压缩机外的公司第二主业，逐步形成新的收入和利润增长点。

3、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

4、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
压缩机	5,865,751,369.64	967,947,289.84	16.50%	-10.16%	-13.53%	-0.64%
原材料及配件	962,885,257.42	70,521,821.75	7.32%	18,065.99%	11,862.10%	-3.80%

5、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

6、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

7、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

六、涉及财务报告的相关事项

1、与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

2、报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

3、与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

本报告期合并报表范围增加上海加西贝拉贸易有限公司一家孙子公司。

4、董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

适用 不适用

董事长（签名）：刘体斌

华意压缩机股份有限公司

二〇一六年三月二十六日