第四节经营情况讨论与分析一、概述2016年，公司通过优化经营结构，以市场为导向、聚焦主业促进可持续发展；以精细化管理为抓手、提升经营效益；以风险防控为支撑、提升公司安全运营水平；进一步优化人才培养体系、推进人力资本建设等几方面的工作开展，着力贯彻公司“聚焦主业促发展、精心管理出效益”的年度工作主题，实现全年营业收入98.49亿元，比去年增长了30.10%；净利润为3,899.21万元，比去年增长31.42%。1、板块联动协同发展2016年是公司全面优化公司三大业务板块协同发展的关键一年。一方面，今年在优质产品制造和品牌资产管理这两个业务板块继续开展“夯实核心业务基础”系列工作，公司的产品制造体系已经形成了以南沙生产基地为核心，以韶关浪奇等生产基地为协同的制造系统，公司的产量逐步提升，奠定了“浪奇制造”品牌在行业内的地位；品牌资产管理板块中，作为公司品牌资产基础的自有品牌民用产品，在优质产品制造体系不断改良和品牌建设不断加强的支撑下得到优化，优势品项在传统销售渠道的销售得到强化，在电商等新兴渠道不断拓展，公司B2C电子商务销售收入实现了较大的增长，工业品中的磺化产品等优势品种利润实现了大幅度提升，实现了华南销售领先的目标。另一方面，公司着力加强现代服务业板块的建设和提升对公司主业销售的促进作用，2016年，奇化公司实现自营销售40.71亿元，同比去年增长了364.21%，为公司主业销售大幅增长做出了较大的贡献。在资本营运方面，公司在报告期内完成了一次定向增发，以及发起设立了日化基金项目。日化基金项目的实施，将为公司优质产品制造和品牌资产管理业务整合更多的优质资源，为公司转型升级起到重要的作用。2、着力经营结构优化，“聚焦主业”取得一定效果按照2016年“聚焦主业”的工作重点，公司在报告期内着力开展了优化经营结构的工作，自有品牌的民用产品和工业产品销售增长，全年主营业务收入为98.49亿元，同比去年增长了30.10%，主营业务收入占公司整体营业收入的占比不断提升。民用产品在品牌老化、动销速度慢以及在行业价格战等严酷的市场环境下，和消费市场个性化需求不断增加的趋势下，营销团队坚持自有品牌的市场优化工作，坚决执行“推陈、创新、利基”的战略布局思维，更好地把握了产品在不同区域、不同渠道、不同客户群的拓展能力，以产品推动渠道的发展。公司产品结构不断得到优化，以洁厕精、漂渍液、洗衣液为代表的高值品项销售占比提高，综合毛利率水平提升，极大地改善了传统产品盈利能力。与此同时，民用销售多年来坚持的“高富力=洗洁精”、“浪奇=洗衣液”、“万丽=洁厕精”品项代名词推广策略，进一步强化了公司优势品项的市场发展。以洗衣珠为代表的创新产品不断开发成功并投入电商等新兴市场，获得了消费者的好评。另一方面，工业产品在市场售价大幅下降的情况下，磺化产品通过整合销售渠道和外省业务的开展，利润同比有所增长，进一步夯实了磺酸等优势品种在华南销售的领先地位。另外，对于主营化工品贸易业务，公司提升奇化化工品现货电子交易平台营运质量，促进奇化网线上业务的发展，使奇化网在去年全年取得了交易额实现159亿的成绩。公司B2C电子商务方面，通过新产品开发、数字营销等多种手段，也实现了同比去年较大增长的成绩。3、大力推进品牌建设和科技创新工作，促进可持续发展能力建设根据抓品牌、抓科技创新的工作部署，2016年，公司加大了品牌资产的市场投入和管理力度。按照年度计划，品牌推广主要在整合升级了“绿行天下”品牌推广计划、消费者生活圈（社区）品牌推广、品牌年轻化建设和公益及公关传播等方面开展工作，全面提升核心市场的品牌传播力度。在线上品牌宣传上，采取了网店推广与新品数字营销相结合的方法，结合当前网络营销的特点，9月份开展了以“一手了结”为主题的数字营销品牌宣传新模式，代言明星直播吸引了超过千万人次的关注，大大提高了品牌曝光次数，提升了浪奇的品牌认知度。科技创新工作主要从新产品开发和制造智能化两方面开展工作，进一步加大对科技创新和研发的力度。公司获得发明专利2项，外观专利6项，获发明专利授权2项，外观专利授权1项，共完成了11项新产品的开发工作，其中的洗衣珠已经投放市场。全新配方洁厕精的产品性能全面提升，为公司在市场上保持优势地位提供持续动力。另外，在科技平台建设上，继续强化公司作为高新技术企业和所拥有的博士后工作站、国家级科技中心在推动科技创新上的作用，一是，持续做好国家863项目的研发和申报相关的高企科技项目；二是，有效推进与国家级、省级科研机构的合作，今年开展了与中科院先进所和省科学院在绿色日化材料、应用技术和智能化项目上的合作，加强平台对外技术服务、对内技术支持的作用。与中科院先进所的合作充分利用其海水淡化等先进技术，在废水处理和生物酶制剂的应用领域开展应用工作，相关项目实施后将使公司在相关领域技术能力达到国际先进水平。4、打造优质产品制造能力，供应链价值不断提升进入2016年，公司在提升供应链价值上展开了以优化制造能力、提升供应链价值为主要内容的工作，大大提升了公司生产基地之间协同生产供应的能力，公司整体生产订单满足率为93.84%，比去年同期提升了3.6%；公司全年的产品制造量同比去年增长了9.5%，南沙生产基地洗衣粉产量在5月份更是创造历史最好水平。还有，公司不断强化质量管理在提升供应链价值中的作用，针对今年公司产品供应体系和管理流程的变化，公司在下半年启动了质量管理体系完善项目，由首席质量官亲自作为项目负责人，开展一系列的质量管理体系诊断和整改工作，加强了对质量管理体系、质量标准、质量管理培训等方面的完善工作。5、进一步夯实内控管理，风险防范体系逐步形成在夯实内控管理方面，2016年公司制定了“精心管理出效益”的工作主题，将完善内控体系、加强对内控体系中的重点或薄弱环节的管理、完善培训和绩效考核作为提升企业管理水平的重点工作去抓，公司内控管理得到了进一步的夯实。一方面，公司全面回顾了生产、经营、财务管理制度，进一步完善了内控制度和流程修订的工作，使内控制度体系更符合公司的实际需要。另一方面，公司人力资源部针对提升公司企业管理水平，开展了多层次的培训，组织了76名梯队人才参与外出培训累计110人次，累计265天，浪奇学院建设进一步深化，全年共举办了15场内训课，对南沙生产基地基层生产班组长共组织了5场实战培训课程；还有，为保证管理体系的有效实施，公司将进一步落实绩效考核体系作为精细化管理的抓手，今年对部门级的经济责任绩效考核方案进行了完善，强化有关业务部门的利润增量责任考核，建立了全员效益增量奖励机制，从而在激励机制上实现所有员工激励与公司效益的联动，推动公司有效地实施“全员营销”。在风险控制方面，2016年公司的工作重点是以健全企业内控机制为载体，将风险防控与企业生产经营紧密结合起来，使风险防控规范化、常态化，提升公司安全运营水平。6、进一步优化人才培养体系，推进人力资本建设大力推进公司人力资本建设是公司发展的重要保障战略，2016年，公司以围绕推进新浪奇新价值观落地和建立“全员营销”、“客户至上”新型企业文化为中心，在人力资本建设方面开展了一系列的工作。公司进一步加强了人才队伍的建设，在加强员工培训的同时，加快了人才梯队的培养，一是，公司加强人才的考察提拔，使员工在合适的岗位上得到应有的锻炼，发挥更大的作用。二是，在引进增量人才方面，公司进一步健全了新招聘员工的合理配置和培训工作，有利于新员工熟悉掌握岗位职能、尽快融入浪奇文化和工作氛围，培训采用了内外训相结合、授课与实践相补充的方式，通过培训使新员工明确了自身角色定位，增强了团队意识与合作精神。二、主营业务分析1、概述（1）收入：2016年，公司通过优质产品制造、品牌资产管理和现代服务业三大板块协同发展，使以南沙生产基地为核心的优质产品制造体系效果逐渐显现，而公司加大自有品牌的宣传投入，在渠道建设上细化管理，不断精耕细作，进一步巩固了民用产品市场，提高产品美誉度。公司工业原料销售实现从传统销售模式向利用奇化网平台集约创新营销模式转型，取得较大的增长，尤其在第四季度，奇化网平台的交易量实现了显着的增长。公司营业收入不断提高，全年营业收入为98.49亿元，比去年增长了30.10%。（2）成本：在营业收入增长的同时，公司营业成本也相应增长，全年营业成本98.05亿元，但由于人工成本、运输成本增长较大等影响，报告期内成本与去年同比增长30.07%。（3）费用：公司在报告期推出多项新品，并通过网络平台和社区宣传活动等形式，加强对新品的推广力度，增加广告投入，使全年销售费用为1.20亿元，与去年同比增长了10.09%；公司严格控制管理费用，削减费用开支，全年管理费用为8,183.33万元，与去年同比下降了7.12%；公司非公开发行股票募集资金补充流动资金后，合理优化负债结构，及时缓解公司因业务增长导致的日常经营资金压力，公司负债和利息支出实现减少，财务费用为2,393.76万元，与去年同比减少了32.83%。（4）研发投入：公司全力推进日化产品的绿色化战略，在报告期内开展了多个研发项目，使研发投入与去年同比有所增长。（5）现金流：公司为合理优化负债结构，适当降低了负债水平，同时针对市场疲软的状况，公司对销售日化洗涤产品和化工原材料的优质客户给予一定的赊账期以支持业务的拓展，而化工原材料市场景气度上扬，采购部分紧俏原料烷基苯等也需要以现金预付货款，因此导致公司经营活动产生的现金流量净额为-69,538.38万元。报告期内，公司非公开发行股票使筹资活动现金流入增加，筹资活动产生的现金流量净额为80,642.72万元。2、收入与成本（1）营业收入构成单位：元（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□适用√不适用（3）公司实物销售收入是否大于劳务收入√是□否相关数据同比发生变动30%以上的原因说明√适用□不适用说明：公司因开拓工业原料业务，使本年度销量大幅增长。（4）公司已签订的重大销售合同截至本报告期的履行情况□适用√不适用（5）营业成本构成行业和产品分类单位：元单位：元说明（6）报告期内合并范围是否发生变动□是√否（7）公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况□适用√不适用（8）主要销售客户和主要供应商情况公司主要销售客户情况公司前5大客户资料主要客户其他情况说明□适用√不适用公司主要供应商情况公司前5名供应商资料主要供应商其他情况说明□适用√不适用3、费用单位：元4、研发投入√适用□不适用2016年,公司产品研发围绕两个重点，一是创新洗涤产品形态，提供高颜值、形态新颖的洗涤产品。二是提升公司拳头产品的性能。从两方面提高用户洗涤体验，增强产品竞争力。公司自主开发的洗衣凝珠产品完成配方开发与包装工艺开发，是洗衣液配方的多倍浓缩，去污力优良，合作开发的新型水溶性包装膜实现了洗衣液的定量，方便消费者的使用，于9月上市销售取得较好的市场反应。全新配方洁厕精、冷水洗洁精等创新产品均采用公司自主开发的新技术研制，技术水平在国内同类产品中处于领先地位。公司还加大了可再生资源来源的原材料在产品中的应用，从原料、生产、包装、物流和排放等各方面全方位对公司的绿色日化技术进行创新升级，保持公司绿色日化产业引导者的地位，带动行业向绿色、环保、可持续发展的道路前行。在新洗涤原料开发方面，公司开展第三代绿色表面活性剂脂肪酸磺酸钠（MES）原料脂肪酸甲酯（ME）国产化中试研究。用低成本的原料合成ME，打破MES原料对进口的依赖，进一步降低MES的生产成本，拓宽MES的应用。2016年12月16日，公司与广州中国科学院先进技术研究所建立联合实验室，开展绿色日化产品开发研究、绿色日化生产技术研究，已开展公司废水处理项目和酶应用技术项目合作的工作。公司研发投入情况研发投入总额占营业收入的比重较上年发生显着变化的原因□适用√不适用研发投入资本化率大幅变动的原因及其合理性说明□适用√不适用5、现金流单位：元相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明√适用□不适用公司为合理优化负债结构，适当降低了负债水平，同时市场疲软的状况，公司对销售日化洗涤产品和化工原材料的优质客户给予一定的赊账期以支持业务的拓展，而化工原材料市场景气度上扬，采购部分紧俏原料烷基苯等也需要以现金预付货款，因此导致公司经营活动产生的现金流量净额为-69,538.38万元；公司子公司辽宁浪奇尚在投资建设中，以及在报告期内公司投资了日化产业基金公司--汇垠浪奇公司、增持了奇化公司股份，使公司投资活动产生的现金流量净额为-2,743.07万元。报告期内，公司非公开发行股票使筹资活动现金流入增加，筹资活动产生的现金流量净额为80,642.72万元。报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明√适用□不适用公司为合理优化负债结构，适当降低了负债水平，同时市场疲软的状况，公司对销售日化洗涤产品和化工原材料的优质客户给予一定的赊账期以支持业务的拓展，而化工原材料市场景气度上扬，采购部分紧俏原料烷基苯等也需要以现金预付货款，因此导致公司经营活动产生的现金流量净额为-69,538.38万元。三、非主营业务分析√适用□不适用单位：元四、资产及负债状况1、资产构成重大变动情况单位：元2、以公允价值计量的资产和负债□适用√不适用3、截至报告期末的资产权利受限情况无。五、投资状况1、总体情况√适用□不适用2、报告期内获取的重大的股权投资情况√适用□不适用单位：元）3、报告期内正在进行的重大的非股权投资情况□适用√不适用4、金融资产投资（1）证券投资情况□适用√不适用公司报告期不存在证券投资。（2）衍生品投资情况□适用√不适用公司报告期不存在衍生品投资。5、募集资金使用情况√适用□不适用（1）募集资金总体使用情况√适用□不适用单位：万元经中国证券监督管理委员会《关于核准广州市浪奇实业股份有限公司非公开发行股票的批复》（证监许可[2015]3108号）核准，本公司于2016年1月向特定对象非公开发行股票人民币普通股（A股）股票76,736,715股，每股面值为人民币1元，增发价格为8.47元/股，总计募集资金64,996.00万元，扣除发行费用1,515.10万元后，募集资金净额为63,480.90万元。报告期内，公司募集资金利息收入21.92万元，使用募集资金63,502.82万元补充流动资金，累计投入募集资金总额63,502.82万元。（2）募集资金承诺项目情况√适用□不适用单位：万元，。（3）募集资金变更项目情况□适用√不适用公司报告期不存在募集资金变更项目情况。六、重大资产和股权出售1、出售重大资产情况□适用√不适用公司报告期未出售重大资产。2、出售重大股权情况□适用√不适用七、主要控股参股公司分析√适用□不适用主要子公司及对公司净利润影响达10%以上的参股公司情况单位：元报告期内取得和处置子公司的情况√适用□不适用。主要控股参股公司情况说明公司控股的广州市岜蜚特贸易有限公司主要从事批发和零售贸易；市场营销策划和咨询；设计、制作、代理各类广告。注册资本为200万元。该公司主要为本公司销售洗涤用品。2016年,岜蜚特公司以“绿行天下”项目为基点，结合消费者推广专员团队、各个门店的导购员等共同组成一个个品牌的传播点，在广场、社区、门店制造现场气氛，与不同的消费者近距离沟通，达成产品体验和品牌核心资产传播的目的；渠道对应下的地区经理与深耕导购员、城市大型门店经理与零售导购员，连成了产品分销的主线，人单合一的岗位设置原则展开团队数字化、图片化、视频化的日常行为管理；在生意规划与资源配置表模型的管理下，众多门店有序发展，构成了营销工作的“面”。“点、线、面”的营销战略格局形成，使整个资源完善匹配。公司控股的辽宁浪奇实业有限公司主要从事日化洗涤产品生产制造，目前尚处于建设安装阶段。报告期内，辽宁浪奇在主体工程建设方面，液洗车间和洗衣粉车间主体建筑基建已完成，主体设备也已安装到位，供变电设施已安装完成。厂区内部分配套设施仍在建设完善中。公司管理层争取液洗车间在2017年投产运行。公司投资参股的广州市奇宁化工有限公司主要生产和销售表面活性剂，注册资本为10,800万元。国家倡导绿色经济，环保的理念也随着大众的需求贯彻到日常生活中，奇宁公司生产新一代环保型表面活性剂MES，将这一利用可再生生物资源——棕榈油为原料生产的表面活性剂产品广泛应用到日化洗涤行业及精细化工行业。在“十三五”倡导加强环保力度的大环境下，奇宁公司的产品销售量不断加大，公司充分利用国家级科技创新平台，开展了MES在农药制剂中应用等课题的研发，同时对国产甲酯原料的研发已取得阶段性成果。公司投资参股的江苏琦衡农化科技有限公司主要生产和销售农化产品及农药中间体产品，注册资本为20,000万元，本公司持有该公司25%股权。2016年初，琦衡公司因贸易货款纠纷被九九久公司提起诉讼。2016年1月6日，九九久公司向江苏省南通市中级人民法院（以下简称“南通中院”）提出诉前财产保全申请，南通中院于2016年1月7日出具《民事裁定书》（（2016）苏06财保1号），裁定冻结银行存款2.15亿元，或查封、扣押相应价值的其他财产、权益。现该案经法院主持调解，案件各方当事人已自愿达成调解协议，南通中院于2016年12月20日出具了《民事调解书》，并已生效，各方当事人就本案再无其他纠葛。前几年受化工行业周期性影响，琦衡公司的产品价格波动较大，对琦衡公司营业利润影响较大。琦衡公司在市场不利的情况下，坚持专注未来企业可持续发展，仍然加大了技术研发和技术改造投入，新生产装置技改后能耗及生产成本已达到国内领先水平，更获得高新技术企业认定。去年下半年化工原材料市场开始转暖，对琦衡公司的业务有正面的促进作用，琦衡公司正在步入良性发展的周期运行，公司一直密切跟进评估琦衡公司的营运情况，未来将继续督促琦衡公司拓展生产经营工作，积极拓展有市场优势的新产品，增强盈利能力，做好发展规划，以保障公司的投资收益。公司控股的广东奇化化工交易中心股份有限公司主要从事对化工交易市场进行投资，物业租赁，电子商务等经营，注册资本为3,000万元人民币，目前以自有贸易和综合板块业务为主。奇化网报告期内全年平台总交易额159.75亿元，超额完成全年150亿目标。2016年，奇化公司通过和核心媒体KOL（意见领袖）拜访和互动，建立奇化网在主流媒体中的正确定位，打造品牌基础；通过奇化品牌介绍宣讲、微信公众号和网站平台等传递给目标受众，树立奇化网品牌形象，提升奇化的知名度和美誉度。并通过从科技线、财经线和专业线三条线建设奇化网品牌；奇化网还与日化所合作，布局研发端，在B2P商业模式上的产品知识交易网战略正式开始。目前，奇化网已成为中国电子商务协会会员，广东省电子商务协会副会长单位等，这将有助于奇化网未来在各协会拓展业务和资源。八、公司控制的结构化主体情况□适用√不适用九、公司未来发展的展望（一）所处行业的发展趋势及公司面临的市场竞争格局日化行业作为改革开放后发展迅速、最先走出去、引进来的充满竞争力的市场化行业之一。外资日化品牌与民族品牌形成了激烈的竞争格局。近年来，中国日化产业蓬勃发展，目前已初步形成了两大产业集群和制造业板块。产业集群主要是以广东为中心的珠江三角洲地区和以上海为龙头的长江三角洲地区。经过不断发展，我国已进入世界日化产品生产大国行列，产品形态及产品品种日益丰富，专业化、功能化、个性化产品不断涌现。随着人们生活水平的逐年提高，对日常生活品质的高度追求也逐步提升，日化行业跟随着社会发展的步伐也进入到新层次。活跃的日化产品市场不断地推陈出新，涌现出大批新的品牌产品，给消费者提供目不暇接的新选择。是否可以在日益激烈竞争的日化行业占领一席之地，是否可以有敏锐嗅觉抢占新市场趋势的先机，是否可以在瞬息万变的日化行业屹立不倒，都是日化企业战略升级的紧迫性思考之重，及时把握日化行业的空白点、机会点和赢利点。日化企业在科技领域的不断投入、不断突破将进一步带动日化市场发展的新走向，而随着经济的发展和科技的进步，日化行业只有不断地朝着多样化发展才能更好地覆盖整个中国市场，全方位的渠道建设有助于新市场的开拓。消费者对安全问题的关注度提升，使消费者对天然的、有机的、安全的、健康的产品认可度不断提高，这类产品的盛行也切合国家倡导的绿色经济，环保的理念也随着大众的需求贯彻到日常生活中。国际化的市场经济，也影响着大众的消费观念，目前虽国内多数消费者对日化产品的需求还处于女性占据主导，但未来专业男性日化用品需求量将占领一定市场份额，行业开发潜力巨大。（二）未来发展战略公司多年来坚持以“创先创优、突破瓶颈”为竞争战略，目前，公司已经初步建立起品牌资产管理、优质产品制造和现代服务业三大业务板块，通过资本带动，板块联动，积极探索以绿色专利技术构建核心竞争壁垒并形成可持续发展的绿色赢利模式，欲把公司打造成中国绿色洗涤用品的市场引导者。在品牌资产管理方面，公司将以华南核心区域为依托，向全国范围扩大市场占有率，争取全国性品牌的优化和提高。公司重视自身品牌建设，在梳理原有品牌的基础上，建立清晰的品牌发展策略。公司充分发挥研究所的创新研发能力，开发新型绿色原料和产品，坚持走可持续发展的道路，积极探索绿色日化产业的发展方向，提升企业形象与市场竞争力。优质产品制造方面，公司建成了具有国际先进水平的大型日化产业基地--南沙低碳工业园。公司以新基地建设为契机，加速转型升级步伐，强化技术改造力度。目前，公司已初步形成了以广州南沙生产基地为核心，中部有韶关浪奇，北部有辽阳浪奇较为合理的生产布局。在生产制造之外，以供应链管理的思维对传统的产品供应体系进行重组优化，建立以数字化为基础，灵活、高效、优质和最优成本的供应链，为公司的品牌资产管理业务和外部OEM客户提供优质的产品供应。由此，公司将生产与供应相结合，打造行业内最具竞争力的先进优质产品制造平台。在现代服务业方面，近年来，公司逐步向产业链的上游延伸，积极介入上游化工原料的研发、生产和购销贸易业务，通过自身的研发能力及规模采购效应，既降低自用成本，又可通过销售给其他的行业内外客户，获取一定的贸易利润，提升自身在行业内的主导权与话语权。公司投资成立的奇化网是国内领先的化工产业链资源整合平台，创新了B2P（BusinesstoPlatform）商业模式，通过深度参与到产业链的每一个环节，整合行业资源，实现线上线下虚拟信息流、交易流、资金流以及物流体系、仓储体系、生产企业的连通互动，为化工产业链中的各类企业服务。奇化网与日化所达成战略合作协议，双方将在技术研发、市场拓展等方面进行全方位的深度合作。公司与汇垠天粤、汇垠汇吉共同组建的汇垠浪奇公司，将为公司进一步提供优质的投资项目选择，为公司持续健康发展提供保障。（三）2017年经营计划2017年，公司将紧扣“双擎驱动促盈利、资本运营促转型”的年度经营主题，聚焦主业，以品牌建设和科技创新为驱动力，以全面提升公司盈利水平为目标，以提升管理水平和风险防范能力为手段，以深化新浪奇价值观为助力，以人才队伍建设为保障，落实好实现年度目标的各项行动计划，全面提升公司的盈利能力。1、聚焦主业，提升盈利能力公司的可持续发展和盈利能力的提升来源于自有品牌、优势产品和核心业务，在2016年公司主营业务结构调整的基础上，2017年在聚焦主业上要更加坚定和大力度地开展工作，将主业发展作为公司发展的生命线。首先，公司将进一步优化主营业务结构，提升主营业务的营运质量。一是民用产品要寻求新的生意增长路径，落实好“推陈、创新、利基”的产品推广策略，提升品牌资产的效益产出；二是以促进公司主营业务健康发展、安全发展为中心，优化大宗贸易品种结构。其次，继续加大公司电子商务的发展力度，扩大盈利。一是要加快奇化网电子交易平台的升级速度和品牌宣传力度，使奇化网更快、更高、更好地发展，为推动公司主营业务发展增添新的动力；二是，要继续做好浪奇网店的运营，通过网店这个渠道扩大公司品牌的线上推广力度。还有，公司将进一步优化公司供应链价值创造能力，强化产品质量，提升日化产品生产制造盈利水平。一是要继续贯彻“产品性能优、质量水平高、成本最佳、服务意识强和客户价值升级”的“浪奇制造”理念；二是，对公司供应链管理系统进行进一步的优化，提升公司供应链的价值创造能力。2、加大品牌建设力度，提高品牌影响力品牌发展关系到公司可持续发展，在2017年，公司将进一步加大品牌的建设力度。一方面，继续加大品牌建设的市场投入。另一方面，在2016年品牌传播经验的基础上，完善线下、线上品牌传播体系；第三方面，做好B2C电商平台的品牌运营，提升浪奇品牌在同类产品中的销售排名。3、进一步优化激励机制、加大人才梯队建设2017年公司要从以下几方面着手开展工作：一方面，推进激励机制的优化，一是在已经建立的内部企业家模式的基础上，探索建立更有效的激励模式；二是推动双通道制度的落地和扩展，在已经试行的技术类人员双通道晋升的制度基础上，不断优化并向管理类人员扩展，建立起适应公司发展需要的人才培养和发展体系；另一方面，开展公司人才队伍的优化工作，一是，进一步完善落实人才配置，保障浪奇的基础人才输入及储备干部培养；二是，继续推进人才培养、培训工作的深化工作，推进浪奇学院内训师队伍的建设，重点做好骨干梯队人才的培训质量提升和加强生产、经营一线人员的管理技能、技术技能的培训；第三方面，加强对员工行为规范的管理工作，建立起一支高素质的员工队伍。4、加大科技投入、提升智能化水平科技创新是公司发展的重要保障，是实现盈利提升的重要驱动。首先，公司加大在新产品研发、配方改进和技术改造的资金投入，集中做好自有品牌新品的开发和产品配方成本的优化；其次，以实施南沙生产基地智能化改造为带动，大力开展公司技术改造工作和推进管理智能化，全面提升公司产品制造能力和智能化水平；还有，要进一步提升公司博士后工作站、国家级技术中心和联合实验室等科技平台的作用，促进公司优质产品结构的优化和经济效益的提升。5、推进资本化运营工作公司作为传统的日化行业洗涤用品经营企业，在2017年，公司一方面要集中资源和精力大力推进“日化产业基金”的建立和运作工作，通过对国内外优质的品牌、产品和渠道等资源进行并购整合，实现公司对日化行业化妆品、个人护理产品等业务的拓展；另一方面，以资本的角度规划公司的未来发展，实现资本运作设定目标，促进经营模式转变和发展，作为广州市国资委下辖的上市公司，公司还肩负国企改革的重要责任，以控股股东的全力支持为依托，未来通过对控股股东及广州市国资委的优质资产实现资本化，实现包括国有资本在内投资人投资价值的持续增长，也将是公司国企改革工作的重要实践；还有，就是要继续做好对已投资项目的管理工作，注重抓好日常管理的规范化，建立起投资收益的科学评估体系和风险的预警机制，有效地提升公司资本投资收益水平。6、完善内控体系，提升风险防控水平公司一方面要坚持做好内控体系的不断完善工作；另一方面，加强企管、内审纪检部门对公司各部门执行内控制度的检查和整改工作；第三方面，继续抓好公司安全生产、环保、职业健康、消防、维稳综治和计划生育等工作；第四方面，进一步提升公司绩效管理水平，发挥好绩效考核的导向作用，促进公司员工形成自觉遵守管理制度的行为。（四）资金需求及使用计划公司将持续增加对主业的资金及各种资源的投入，使主业得以健康持续发展，另外公司还将持续寻找、关注和研究符合公司长远发展规划以及对公司未来发展有帮助的优质项目。如条件成熟，可能通过包括但不仅限于投资、兼并重组等形式，参与项目的开展与合作，增加公司利润增长点。公司计划通过银行贷款、发债等方式进行资金的筹集，同时也不排除通过非公开发行股票方式募集资金。（五）风险及应对措施1、盈利能力较弱的风险：2016年公司整体运行情况良好，公司营业收入较去年同期有较大幅度增长，公司经营状况同比去年有所提升。但随着人力资源成本、渠道费用和环保压力的上升，公司营业成本相应提高，在一定程度上压缩了公司的利润空间。应对措施：公司通过各业务板块的协同发展，提升优质产品制造能力，建立风险防控体系，加强经济效益的转化，发挥供应链的价值，以加强品牌建设和科技创新为途径，全面提升公司盈利水平。营销板块将通过明确自有品牌发展战略布局，加大品牌建设力度、新产品推广力度和宣传广告的投放力度来提升自有品牌的销售量；科技板块将着力创新科研开发新品项的研制；化工原材料板块将进一步调整业务范围，提高盈利产品的销售；制造板块将重点推进智能化项目，提高效率和产能，紧抓材料节能降耗工作。2、环保风险：为保护生态环境，构建和谐社会，近年来国家对环保问题关注度越来越高，今年全国各地各项环保政策、标准也陆续推出，面对众多绿色法规的密集发布，公司生产经营的洗涤用品和磺酸、AES等化工原料，在生产过程中会产生废水及废气，如公司的环保方面达不到相关要求，则可能产生额外的环保成本，公司正常的生产经营也将可能受到影响。应对措施：南沙浪奇作为公司新的生产基地，采用环保能源和器材建设，务求将其打造成绿色、环保原料供应商及洗涤用品制造商的日化产业基地。公司各生产基地均配置了废水废气处理设施，以保证达到国家排放标准。同时，公司加大对生产工艺的技改力度，通过工艺、设备的技术改造，积极采用新的工艺技术和管理理念，提倡清洁生产，应用绿色新材料，开发节能、节水、环保、高效的绿色洗涤剂产品，大力推进清洁生产，积极实施节能减排，实现循环经济和公司的可持续发展。3、产能风险：公司生产基地优质产品制造能力不断提升，但产能最大化仍有差距。从公司各生产基地的产能情况看，仍存在受各种因素影响而未能释放产能。南沙生产基地受生产成本持续优化影响、韶关生产基地受订单和产品结构影响，产量都未能达到最大产能。应对措施：南沙生产基地利用先进的技术设备系统和过硬的质量保证体系吸引了更多的生产订单，并在成本控制、工程、环保、安全生产等方面加大管理力度。韶关生产基地通过开展市场摸底调查，针对市场调查结果，依托浪奇研究所的力量，合作开发适合市场需要的工业清洗剂产品，从而开发新客户，增加销售订单。以客户需求为导向，积极维护与优质客户的长期业务关系，着力拓展高端客户业务。在管理上，公司制定了“降成本，削费用”的行动计划并严格实施，取得了良好的效果。4、公司车陂地块交储形成的风险：2014年，公司与广州市土地开发中心签订《土地收储框架协议》，按广州市政府规划，公司位于广州市天河区的旧厂区地块纳入政府土地储备，但该协议尚未对土地处置补偿原则、补偿内容、补偿标准及补偿金额进行协定。根据《土地收储框架协议》约定，公司需2年内在双方取得市政府批准文件后与广州市土地开发中心签订正式《收回国有土地使用权补偿协议》。目前公司尚未取得市政府的相关批准文件，具体的收储时间尚未确定，公司总部仍设在该地块上，因此还存在很多不确定因素，因而无法估计影响情况。应对措施：公司将根据该地块处置的进展情况做好总部迁移的准备工作，确保总部迁移不会影响公司的正常经营运作。同时，公司将积极保持与市政府相关部门的沟通联系，尽快协定土地处置相关事宜，制定对公司可持续发展最有利的处置方案，并对由此造成的损益进行估量。十、接待调研、沟通、采访等活动情况1、报告期内接待调研、沟通、采访等活动登记表√适用□不适用）））））

标注数量：139