第四节经营情况讨论与分析一、概述2018年，公司以规划战略为引领，紧扣“做实转型升级、提升运营效益”的年度经营主题，通过聚焦主业，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，加大资本运营对企业转型升级的驱动作用，提升经营模式、品牌建设和科技创新对公司效益的促进作用，增强公司风险防范体系的联动运作能力，加强企业文化建设和人才队伍建设，保证实现年度目标的各项行动计划。面对变化较大的外部环境，公司在经营上积极应对，进行了必要的调整。2018年，公司实现全年营业收入119.74亿元，比去年同期增长了1.38%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为2,219.79万元，比去年同期增长了17.26%。公司整体运营情况如下：1、聚焦主业发展，提升自有品牌创利能力2018年，公司自有品牌消费品盈利能力不断改善，在品牌建设方面，公司继续创新品牌传播模式，形成线下城市生活圈消费者传播和线上基于电商平台的数字化传播的品牌传播策略。全年策划执行16个品牌传播项目，全年品牌曝光量增大，完成年度设定目标，提升品牌的影响力。2018年，公司重新升级“绿行天下”传播内容，共开展160多场次“绿行天下”品牌传播活动，销售业务团队进行周末社区和门店外推广活动超过3000多场次。执行“橙色风暴”推广活动，全年执行约180场终端推广。此外，公司加强对自有消费品生意拓展，将资源集中在优势区域、优势产品上，力求在高度同质化的市场开辟生意增长点，通过产品结构优化来提升毛利水平，2018年高盈利产品生意同比增长11%，洗衣剂同比增长8.9%，有效提升整体生意综合创利能力。2、强化自主创新能力，促进企业高质量发展一是制定符合市场需求的产品研发战略，加大力度开发创新型产品，已有11款产品开发上市，全年新产品销售额超过预期目标。二是开发具有高端差异性新产品，公司技术中心完成了食品级洗碗粉、防串色洗衣珠、吸色片、无氧化剂去渍笔、留香珠、宠物清洗剂等一系列产品的研发工作。公司今年申请发明专利7项，已有3项获得授权。三是对生产基地实施多方位的技术改造，包括：洗衣粉提产项目的一期工艺改造已完成，二期计划实施中、洗衣粉立体仓LED照明改造项目、用电能效管理项目等，多个节能降耗的项目在2018年如期投入运行。3、深化人才培养工作，打造优秀员工队伍一是结合实际进一步梳理人才梯队，形成了145名的骨干梯队名单，同比去年增长26%。其中有13名管培生/储备人才纳入骨干梯队，占管培生总数72%。二是持续开展内外部培训学习，2018年浪奇学院共累计输送65名骨干梯队人才参与公开课培训共75人次，开展内部分享6次，开展网络学习课程2次，开设项目专题学习班。三是高度重视培养优秀年轻干部，2018年提拔干部共20人，干部结构趋向年轻化。同时，公司提供平台支持员工不断提升专业技术水平，今年共有5人通过职称评审，其中，工程师、高级工程师各两名。4、完善安全生产管理体系，促进企业健康发展公司进一步完善安全生产监管责任体系，明确各级安全监管职责，层层落实安全生产责任。南沙浪奇洗衣粉热风炉经过科学论证，获得市环保局批准继续使用，降低了环保风险；公司多次组织现场安全大检查，全面梳理回顾公司安全生产年度计划和安全管理工作制度，制定安全整改措施，保证了生产的安全运行。5、落实党风廉政主体责任，持续完善内控体系一方面，公司推进党风廉政建设主体责任落实，严肃党风党纪，深入推进党务公开、企务公开，打造风清气正的政治生态。同时加强廉政教育，牢筑党员干部拒腐防变的思想防线。组织本年度纪律教育月活动，与“两学一做”学习教育紧密结合，使拒腐防变和反腐倡廉意识深入人心。另一方面，公司持续加强内控体系建设，强化公司企管、内审、纪检监察、法务和企业监督联席会议对企业营运监督的联动模式的作用，加强对各业务环节的监控，及时发现和纠正问题。加强对公司治理架构建设及规范运作方面的监管，狠抓各子公司“三会一层”建设。二、主营业务分析1、概述（1）收入：2018年，公司在日用消费品板块的产品推广上继续加大力度，持续推动产品品牌建设，不断精耕细作深化品牌建设管理，提升浪奇公司品牌市场知名度和社会公信力，通过提升公司自有产品市场流动性，进一步巩固了民用产品市场。在工业产品方面，公司通过开拓市场、优化交易品类和提升交易平台服务等措施，使奇化网平台稳步发展，提升了工业产品的销售收入。公司营业收入取得稳步增长，全年营业收入为119.74亿元，全年增长了1.38%。（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115.71亿元，工厂智能项目逐步投入使用，在保证产品供应和提高生产效率的同时，也节约了生产制造成本，报告期内成本虽然与去年同比增长了0.82%，但低于收入的增长幅度。（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，增加品牌投入和市场投入，全年销售费用为14,694.42万元，与去年同比增长了12.99%；奇化公司目前正处于高速发展时期，公司根据发展和管理需要，对奇化公司等重点业务给予了重点投入和发展，加大了人才队伍的建设和培养力度，2018年公司全年管理费用为9,395.91万元，与去年同比增长了9.94%；2018年因公司业务发展，公司资金面临一定的压力，需要通过银行融资等方式补充流动资金，公司借款增加，财务费用为8,555.20万元，与去年同比增长了44.28%。（4）研发投入：2018年，公司继续加大了研发经费的投入，开展多项自主研发和先进制造项目，确保公司在行业中技术的领先地位。南沙生产基地智能化项目、中科院环保处理项目、作为主承担实施国家工信部绿色集成项目“日化产品绿色设计平台建设与应用”及与代表中国日化行业最高技术水平的中国日化院签订战略合作协议等，不断地为公司新产品的研发、技术创新和可持续发展提供有力的支持和保障。报告期内，公司获得市级“绿色工厂”认定，入选工信部国家级“绿色工厂”名单，目前已获得一款绿色产品认定。（5）现金流:外部经营环境的变化导致部分上游化工原料供应紧缺，相应的付款方式有所调整。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账期以支持业务的拓展，以及依据对化工行业宏观趋势的判断，适当地增大了存货。因此导致公司经营活动产生的现金流量净额为-47,572.26万元。报告期内，公司通过2018年度第一期短期融资券完成发行使筹资活动现金流入增加等，筹资活动产生的现金流量净额为64,289.69万元。2、收入与成本（1）营业收入构成单位：元2018年2017年同比增减金额占营业收入比重金额占营业收入比重营业收入合计11,974,216,937.83100%11,810,972,034.87100%1.38%分行业化学原料和化学制品制造业、零售业11,956,841,531.1099.85%11,796,518,686.0599.88%1.36%其他17,375,406.730.15%14,453,348.820.12%20.22%分产品分产品工业产品11,135,414,960.0492.99%11,084,750,381.4193.85%0.46%民用产品821,426,571.066.86%711,768,304.646.03%15.41%其他17,375,406.730.15%14,453,348.820.12%20.22%分地区分地区内销11,526,564,278.6496.26%11,141,972,842.3894.34%3.45%外销447,652,659.193.74%668,999,192.495.66%33.09%（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□不适用公司是否需要遵守特殊行业的披露要求否单位：元营业收入营业成本毛利率营业收入比上年同期增减营业成本比上年同期增减毛利率比上年同期增减分行业化学原料和化学制品制造业、零售业11,956,841,531.1011,568,706,387.183.25%1.36%0.83%0.51%分产品工业产品11,135,414,960.0410,895,565,118.762.15%0.46%0.02%0.42%分地区内销11,510,367,001.2311,164,976,505.343.00%3.44%3.12%0.30%公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近1年按报告期末口径调整后的主营业务数据□适用√不适用（3）公司实物销售收入是否大于劳务收入√是□否行业分类项目单位2018年2017年同比增减日化行业销售量万吨339.91298.1314.01%生产量万吨361.2269.8814.45%库存量万吨31.029.73218.81%相关数据同比发生变动30%以上的原因说明√适用□不适用由于同比超30%，这里要补充个原因说明：2018年市场持续向好，随着销售量增加，生产量也随之增大；同时因技术改造,产能利用率提高，公司对产品进行了储备，增加了库存量，以备深加工增值后销售。（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：元行业分类项目2018年2017年同比增减金额占营业成本比重金额占营业成本比重日化行业直接材料11,466,738,099.8899.12%11,385,989,185.1799.24%0.71%日化行业直接人工21,816,960.090.19%18,494,748.510.16%17.96%日化行业动力费19,773,558.260.17%14,541,042.570.13%35.98%日化行业制造费用60,377,768.950.52%54,545,097.910.48%10.69%单位：元产品分类项目2018年2017年同比增减金额占营业成本比重金额占营业成本比重工业直接材料10,858,371,860.1593.86%10,858,039,420.6094.64%0.00%工业直接人工5,504,000.010.05%6,397,727.000.06%-13.97%工业动力费6,114,382.520.05%6,626,233.930.06%-7.72%工业制造费用21,511,462.000.19%21,870,105.610.19%-1.64%民用直接材料608,366,239.735.26%527,949,764.574.60%15.23%民用直接人工16,312,960.080.14%12,097,021.510.11%34.85%民用动力费13,659,175.740.12%7,914,808.640.07%72.58%民用制造费用38,866,306.950.34%32,674,992.300.28%18.95%（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前五名客户合计销售金额（元）2,873,218,115.85前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例24.03%前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例0.00%公司前5大客户资料序号客户名称销售额（元）占年度销售总额比例1第一名692,968,693.355.80%2第二名581,230,608.054.86%3第三名573,284,281.454.79%4第四名556,025,318.044.65%5第五名469,709,214.963.93%合计--2,873,218,115.8524.03%主要客户其他情况说明□适用√不适用公司主要供应商情况前五名供应商合计采购金额（元）4,752,767,443.46前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例39.76%前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例0.00%公司前5名供应商资料序号供应商名称采购额（元）占年度采购总额比例1第一名1,328,197,342.5211.11%2第二名1,081,967,499.659.05%3第三名1,055,422,670.718.83%4第四名769,183,077.426.43%5第五名517,996,853.164.33%合计--4,752,767,443.4639.76%主要供应商其他情况说明□适用√不适用3、费用单位：元2018年2017年同比增减重大变动说明销售费用146,944,156.58130,054,332.3912.99%主要是因为公司业务增长，相应增加市场投入所致。管理费用93,959,099.7885,464,355.019.94%主要是员工薪酬、中介机构费用、办公及物业管理费增长所致。财务费用85,551,994.0859,295,801.5444.28%主要是公司因业务发展，资金紧缺，公司通过银行借款补充流动资金，同时报告期内市场利率上调，从而使财务费用增长。研发费用22,046,854.2415,335,357.7243.76%主要是研发人员人工费用增长以及子司研发项目增加所致。4、研发投入√适用□不适用公司研发投入多个项目，通过“日化产品绿色设计平台建设与应用”项目的实施从绿色设计、绿色材料、绿色制造、绿色物流、绿色销售和绿色回收利用等各关键环节，建立绿色设计信息数据库，建立日化产品绿色设计平台，进行配方的绿色化开发、生产工艺的绿色化改造，提高公司产品和生产工艺的绿色化成程度，使公司获得绿色工厂称号。项目成功开发出日化产品绿色设计平台，实现产品生命周报告的自动生成产品生成，提高绿色产品开发速度。打造示范工程，引领行业绿色化和可持续发展。公司通过“表面活性剂新型催化剂体系的开发及应用技术”项目，开发天然油脂/脂肪酸甲酯系列衍生物表面活性剂，以及油脂基阴、非离子两类超低泡表面活性剂在超浓缩、节水化洗涤剂配方的作用原理及规律，开发浓缩化的节水产品系列。公司与广州中国科学院先进技术研究所等单位合作，开展生物酶在洗涤剂中应用。生物酶的应用可减少表面活性剂用量，从而减少产品包装物质消耗、运输能量消耗、减少产品漂洗对水电的消耗，实现洗涤产品低碳绿色化。此外，公司还进行了绿色集成系统项目“基于可再生原料的洗涤用品及其绿色生产工艺的开发”投入；公司开展可再生脂肪酸甲酯磺酸盐MES在粉体液体洗涤剂产品中深度应用项目，开发系列化的MES原料、研究其在不同类型洗涤产品中的应用技术；开展MES在农药领域的应用研究，拓展MES的应用领域，并申请发明专利一项；开展新型两性表面活性剂原料——磺酸异丙胺的生产工艺和应用研究，通过大量实验的成功将其应用于洗洁精和织物洗涤剂中，降低了产品的刺激性，为消费者提供更温和的洗涤产品，成功申请发明专利一项。公司研发投入情况2018年2017年变动比例研发人员数量（人）152178-14.61%研发人员数量占比18.23%21.09%-2.86%研发投入金额（元）287,075,216.92354,329,161.05-18.98%研发投入占营业收入比例2.40%3.00%-0.60%研发投入资本化的金额（元）0.000.000.00%资本化研发投入占研发投入的比例0.00%0.00%0.00%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：元项目2018年2017年同比增减经营活动现金流入小计12,515,276,473.9412,811,417,058.16-2.31%经营活动现金流出小计12,990,999,055.0412,999,540,753.27-0.07%经营活动产生的现金流量净额-475,722,581.10-188,123,695.11152.88%投资活动现金流入小计30,991,848.5242,744,499.62-27.50%投资活动现金流出小计29,268,071.5545,677,019.05-35.92%投资活动产生的现金流量净额1,723,776.97-2,932,519.43-158.78%筹资活动现金流入小计2,148,068,366.251,282,570,193.0567.48%筹资活动现金流出小计1,505,171,484.16976,009,537.2154.22%筹资活动产生的现金流量净额642,896,882.09306,560,655.84109.71%现金及现金等价物净增加额168,834,885.42112,948,112.3949.48%相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明√适用□不适用报告期内，由于外部经营环境的变化导致部分上游化工原料供应紧缺，相应的付款方式有所调整。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账期以支持业务的拓展，采购部分需要预付货款，以及依据对化工行业宏观趋势的判断，适当地增大了存货。因此导致公司经营活动产生的现金流量净额为-47,572.26万元；由于2018年公司投资了广州汇垠浪奇产业投资基金合伙企业（有限合伙），所以报告期内投资活动现金流出相比2017年减少了35.92%。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□不适用报告期内，由于外部经营环境的变化导致部分上游化工原料供应紧缺，相应的付款方式有所调整。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账期以支持业务的拓展，采购部分需要预付货款，以及依据对化工行业宏观趋势的判断，适当地增大了存货。因此导致公司经营活动产生的现金流量净额为-47,572.26万元。三、非主营业务分析√适用□不适用单位：元金额占利润总额比例形成原因说明是否具有可持续性投资收益2,017,320.214.97%投资公司盈利所致不适用资产减值15,593,209.0638.38%应收账款增大所致不适用营业外收入2,085,758.375.13%取得2018年保险赔款所致不适用营业外支出261,834.120.64%资产清理报废所致否四、资产及负债状况1、资产构成重大变动情况单位：元2018年末2017年末比重增减重大变动说明金额占总资产比例金额占总资产比例货币资金738,735,272.5610.46%448,970,646.739.33%1.13%变动不大。应收账款3,009,078,085.9742.59%2,241,185,692.4946.57%-3.98%变动不大。存货1,261,150,427.0517.85%349,750,612.257.27%10.58%由于原材料价格存在上涨的趋势，公司为降低采购成本，提前采购原材料。投资性房地产28,711,134.910.41%29,335,680.780.61%-0.20%变动不大。长期股权投资228,111,005.683.23%207,270,370.994.31%-1.08%变动不大。固定资产415,155,543.075.88%437,682,212.739.09%-3.21%变动不大。在建工程84,957,498.271.20%82,382,642.551.71%-0.51%变动不大。短期借款1,333,378,182.3318.87%661,342,777.6213.74%5.13%本报告期内公司业务增长，增加借款所致。2、以公允价值计量的资产和负债√适用□不适用单位：元项目期初数本期公允价值变动损益计入权益的累计公允价值变动本期计提的减值本期购买金额本期出售金额期末数金融资产2.衍生金融资产0.0016,201,804.0116,201,804.01金融资产小计0.0016,201,804.0116,201,804.01上述合计0.0016,201,804.0116,201,804.01金融负债0.000.000.00报告期内公司主要资产计量属性是否发生重大变化□是√否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□不适用报告期投资额（元）上年同期投资额（元）变动幅度20,000,000.0060,100,000.00-66.72%2、报告期内获取的重大的股权投资情况√适用□不适用单位：元被投资公司名称主要业务投资方式投资金额持股比例资金来源合作方投资期限产品类型截至资产负债表日的进展情况预计收益本期投资盈亏是否涉诉披露日期（如有）披露索引（如有）广州汇垠浪奇产业投资基金合伙企业（有企业自有资金投资新设20,000,000.0099.90%自有资金广州汇垠浪奇股权投合伙期限为三年人民币私募股权投资100%--361,277.34否2018年01月06日第九届董事会第五次会议决议公告（公告编号：2018－001）对外投资暨关联交易公告（公告编号：2018－限合资基金管理有限公司基金002）刊登在伙）《中国证券报》、《证券时报》和巨潮资讯网（网址：http://www.cninfo.com.cn）上合计---20,000,000.00--------------361,277.34------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√不适用公司报告期无募集资金使用情况。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：元公司名称公司类型主要业务注册资本总资产净资产营业收入营业利润净利润韶关浪奇子公司生产、销售83,000,00067,598,719.42,583,447.57,217,482.-6,603,816.-8,934,250.洗衣粉和其有限公司他洗洁用9355663511品。广州浪奇日用品有限公司子公司生产、销售362,500,000515,039,109.05457,720,023.52107,864,146.30782,553.52511,596.91表面活性剂及其他其他化工产品；货物和技术进出口。广州市岜蜚特贸易有限公司子公司批发和零售2,000,000119,657,596.70-57,792,670.86254,268,279.18-10,329,285.82-9,194,301.78贸易。市场营销策划和咨询。设计、制作、代理各类广告。广州市日用化学工业研究所有限公司子公司化学科学研究，制造：日用化学品、化工产品。1,499,5008,094,903.676,149,263.706,407,978.28869,303.80798,162.28辽宁浪奇实业有限公司子公司生产、销售表面活性剂和洗涤用品。52,500,00099,686,441.4255,915,323.26-2,134,357.07-731,270.07广东奇化子公司经营化工交30,000,0002,458,784,037,342,022.5,349,393,49,332,103.57,686,422.6化工交易易市场、物中心股份业租赁、仓42.871267.6038有限公司储管理等。广州市奇宁化工有限公司参股公司生产表面活性剂，销售本公司产品。108,000,000168,214,567.46-4,830,209.0399,174,902.80-14,304,525.00-16,216,995.30广州市奇参股公司货物运输业5,000,00027,133,166.16,881,245.33,432,539.2,666,217.12,002,174.0天国际物务30634569流有限公司江苏琦衡农化科技有限公司参股公司生产销售农化产品200,000,0001,004,304,095.76302,411,131.24378,263,291.5035,570,264.7630,218,807.17广州汇垠浪奇股权投资基金管理有限公司参股公司资本市场服务10,000,0006,122,158.216,048,717.06378,113.20-1,377,086.71-1,377,086.71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。2018年，岜蜚特公司继续创新品牌传播模式，形成线下城市生活圈消费者传播和线上基于电商平台的数字化传播的品牌传播策略。全年策划执行16个品牌传播项目，全年品牌曝光量增大，提升品牌的影响力。2018年，岜蜚特公司重新升级“绿行天下”传播内容，共开展160多场次“绿行天下”品牌传播活动，销售业务团队进行周末社区和门店外推广活动超过3000多场次。执行“橙色风暴”推广活动，全年执行约180场终端推广，实现一线动销和提升浪奇品牌在社区营销的渗透率。通过以集中的时间、多点的覆盖，提高品牌曝光力度、吸引消费者关注度，以一套灵活、多层次、多方法的动销提升采购商的采购量。坚持推陈、创新、利基的产品发展策略，关注产品结构在不同渠道的发展，以此推动产品的分销与动销工作，通过不断发掘细分市场、提升高毛利产品销售等方式提升品牌含金量。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。报告期内，辽宁浪奇在主体工程建设方面，完成厂区内西侧围墙和马路等相关配套设本的修建工作，液洗车间完成有效性验证等设备调试和专项筹备工作。辽宁浪奇在安全方面，完成针对增加原材料液碱、磺酸的《辽宁浪奇实业有限公司专项安全评价报告》并通过专家评审。目前，液洗车间已进入试运行阶段，主要试生产洗洁精和洗衣液产品，辽宁浪奇将针对试运行情况进行生产相关设备的完善工作，争取早日投产运作。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，化工原材料交易，电子商务等业务经营。奇化公司深度整合产业链资源，创新提出B2P商业模式，构建集交易、物流、金融、技术、资讯、数据等一站式化工供应链服务，其平台交易产品含日用化工、农业化工、石油化工、食品化工、医疗化工、环保/造纸/能源化工、塑料/橡胶化工等。2018年，奇化公司秉承企业核心价值观和愿景，按照企业战略发展规划及经营环境需求，认真贯彻落实年度工作指示与要求，全力推进各项工作开展落实，继续推进公司快速发展。加强产业链资源开发力度，积极创新业务模式，全力推进业务工作开展；加大平台打造力度，着力提升内容输出，强化平台流量与活跃度；以精品打造为重点，加快特色创新项目建设，持续提升品牌影响力；持续提升内部管理，加快信息化模块融合，促进能力与效率双提升；积极开展企业文化建设，继续提升资源与服务保障能力，以企业文化促进团队建设。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，人们的环保意识也随之贯彻应用到日常生活中，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。奇宁公司充分利用国家级科技创新平台，开展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，对MES的生产技术及应用也趋于成熟。但目前MES产品作为新型绿色表面活性剂被市场认知程度不高，同时作为上游原料的植物油脂棕榈油近年来价格上涨幅度较快，导致MES的成本优势减弱，影响了下游客户开发应用的积极性。还有就是近期南沙区对环境保护调控力度加大，奇宁公司加大了对环境保护方面的投入。上述因素在一定程度上影响了奇宁公司的利润，使奇宁公司在报告期内净利润为负数。公司定期对奇宁公司的经营情况进行分析，对其经营进行针对性的投资管理，并将协助提高奇宁公司的营运质量，完善盈利模式。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。报告期内，琦衡公司坚持专注未来企业可持续发展，充分运用资源，发挥中间体技术和产能的优势，将产品延伸到附加值更高的毒死蜱原药，优化产品结构，建立以农药毒死蜱为主的农药产业链。随着琦衡公司资本发展战略的不断推进，还将扩大毒死蜱原药产能，增加中间体的种类，优化产品结构。琦衡公司经过技术改进及产品结构优化，正在步入良性发展阶段，公司一直密切跟进评估琦衡公司的营运情况。公司第九届董事会第十二次会议及第九届监事会第七次会议审议通过《关于拟转让江苏琦衡农化科技有限公司25%股权的议案》，同意公司转让江苏琦衡农化科技有限公司25%股权，并聘请具有证券业务资质的评估公司出具评估报告，办理核准或备案手续，且通过产权交易机构公开挂牌转让方式确定受让方。详见2018年9月12日在巨潮资讯网（网址：http://www.cninfo.com.cn）上披露的相关公告。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改革开放以来，我国日化行业迎来了新的发展契机，上世纪80年代末我国日化行业全面对外资开放，国际巨头的强势进入对中国本土品牌的发展形成强有力的挑战。然而，我国经济的持续发展及城镇化进程的加快给本土企业发展创造了有利条件，国内日化行业处于突破期。日化产品已成为人们生活中的必需品,日化行业是一个充分竞争的市场化行业，除了传统产品市场份额的竞争外，对于新产品开发也是竞争激烈。一方面，随着国民经济发展及城镇化进程加快，我国居民生活设施条件不断改善，居民生活质量有了大幅提高，消费者对专业化、功能化、个性化产品有了更高追求产品结构更加多元，市场更加细分，概念也日渐翻新，因此开展更加普及，更加精准的品牌营销，抢占市场份额显得尤为重要；另一方面，在整个生意拓展的过程中，渠道结构发生巨大变化，传统的商超百货渠道销售额占比逐年下降，而电商五年间占比翻倍，成为第二大渠道。因此，围绕电商平台来展开数字化传播是各大品牌推广的必争之地。（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，公司已经建立品牌资产管理、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，致力于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，2019年公司将以“植根大湾区九市全业态，聚焦两广海南核心乡镇，合纵连横全国市场拓展”作为品牌生意资源投放与生意拓展的指导思想，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。公司充分发挥研发机构的创新研发能力，立足客户需求，开发专业化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，公司具有国际先进水平的大型日化产业基地--南沙低碳工业园，加速转型升级步伐，强化技术优势的变现能力。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。公司多措并举，强化精细管理，着力提质增效，在精益生产基础上实现智能化。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，创新的B2P（BusinesstoPlatform）商业模式为化工产业链中的各类企业提供服务。2018年，奇化网通过PCHi、日化行业投融资峰会、团省委创青春大赛、调研中国—奇化网专项活动、电子商务协会创客大赛、印度国际精细化化工展等活动。以活动为载体，通过传统媒体、网络媒体、自媒体和短视频等形式提升品牌传播力度，打造成型了品牌矩阵、自媒体矩阵，并在新媒体和短视频上取得突破。未来，奇化网将按照战略发展规划，推进落实各项工作。进一步优化业务结构，全面推进业务市场开拓；继续深耕内容输出，着力打造爆款及热点，进一步提升平台运营效率与转化；深化特色项目开展，创新项目与品牌打造途径，持续开展公司品牌建设工作。（三）2019年经营计划2019年，公司将紧扣“以新思想为发展指导、提升创新发展能力”的年度经营主题，落实各项具体措施，保证实现年度目标计划。1、聚焦主业抓盈利，做强做优谋发展主业盈利是公司提升营运质量的关键，也是公司做强做优，实现可持续发展的基础。第一，消费品业务要制定好市场拓展战略和产品推广策略，梳理核心市场分销网络，做好两支队伍的建设。推进点-线-面成功消费者服务推广体系，促进产品动销与品牌影响力，开启新兴市场、新兴合作模式下对品牌全国化的探索。第二，工业产品业务重点实施好广东市场的新的商务合作模式，要采取新的模式确保工业产品的市场拓展。第三，品牌建设方面，创新驱动品牌优化。聚焦品牌、品类、产品的升级方向，整合核心市场、核心品类、核心工作，开发符合消费人群个性化需求细分产品，打造在新品类产品领域的领先地位；电子商务聚焦新品类产品及网络超市平台，全面优化产品销售结构和效益产出。第四，供应链管理方面，积极寻求新包装材料的应用，有效降低采购成本，提升产品的竞争力；开拓新物流资源，引入新供应商形成竞争机制，有效降低物流成本。第五，奇化网方面，一是优化业务结构，全面推进业务市场开拓；二是进一步深化平台功能；三是深化特色项目开展，创新项目与品牌打造途径，持续开展公司品牌建设工作。2、加快资本运作步伐，激发转型升级新动力一方面要优化公司投资结构，加快公司投资工作进度，继续探讨与对行业具有较深的理解的社会资本等资源对接，探索多层次、多方式的投资合作，与金融资本实现对接，提升公司投资项目质量。另一方面，加强跟进重点投资项目，争取启动部分项目并全面推进，通过加快资本运作的步伐，为公司的转型升级和稳定发展探索新动力。3、继续提高全员风险防范意识，坚持做好经营风险监督管理提高全员风险防范意识，提升公司运营风险防控水平是实现企业战略目标的重要保障。一是加强对员工的风险防范教育和合规教育，切实落实“一岗双责”，推进企业监督联席会议制度和效能监察制度，抓好纪律教育学习月活动等廉政教育工作安排，抓好对一线员工风险意识的教育。二是及时全面回顾公司内控体系，加强公司内部控制，逐步规范完善公司内控体系建设。三是做好经营风险监督管理，有效利用好监事会、内审、纪检、法务和办公室组成的企业监督联动机制，对企业经营过程进行常态化的监管，切实做好风险防范工作。4、促进技术创新成果转化，奋力提升投入产出效益2019年，公司将继续大力投入技术研究和有效的项目管理，在新技术开发方面，一是完成新产品开发，拓宽产品线。二是先进洗涤技术的前瞻性研究，开发系列功能化产品。在重点技改项目方面，力促进科技成果向现实生产力转化，促进创新驱动发展战略实施。投入使用液洗智能化项目，增加液洗生产线的适应性。5、引才聚才与育才用才并重，健全完善人才激励机制一是持续优化人才招聘的系统建设和运行，进一步完善落实人才配置，全方位优化及拓展招聘渠道，开展2019年“浪奇启航，梦想飞扬”管培生招聘计划。二是继续推进人才培养、培训工作的深化，做好2019年培训计划，提升骨干梯队人才培训效果，完善内训体系建设，促进骨干成长。三是推动绩效与激励体系往纵深发展，盯紧绩效考核的时间节点，优化绩效考核的流程和内容；健全完善人才激励机制，推行双通道晋升制度，做好后备干部队伍培养。（四）资金需求及使用计划2019年，公司继续聚焦主业，做强做优。公司将持续优化资金成本的同时，满足公司业务发展所需的资金，使主业得以健康持续发展。公司会按照生产经营资金需要向有关机构申请发行融资券等债务融资工具。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，培育公司新的利润增长点。（五）风险及应对措施1、盈利能力较弱的风险：随着国家经济增速的放缓，日化用品行业的发展速度也有所放慢。民用产品面临实体门店产品动销缓慢、价格疯狂破价竞争的现实问题。为维持市场份额,不断加大推广费用的投入，造成消费品品类的盈利水平没有明显的提升。受国家环保政策继续影响,部分原材料成本的大幅度上升，在一定程度上压缩了公司的利润空间。应对措施：主业盈利是公司提升营运质量的关键，也是公司做强做优，实现可持续发展的基础。民用产品在“推陈、创新、利基”的产品大战略基础上，以产品生命周期管理的原则推进整个组织生意目标构成解码与执行的实现，确立品牌对于市场发展的主导。植根大湾区九市全业态，聚焦两广海南核心市场，合纵连横全国市场拓展。在工业原料销售上保持原发展态势，继续开发新产品市场；在订单业务上提供优质服务以稳定优质客户，同时开拓新客户培育新的利润增长点；加强自有品牌的“一带一路”沿线国家的推广，加大国际市场开拓力度；采购方面规避风险，控制库存，降低成本提升周转效率。2、生产安全及环境保护风险：化工行业已成为危险源高度集中的行业，一旦发生事故，危险性和危害性大，后果严重。近年来，“环保风暴”席卷全国，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：公司全面树立安全发展理念，弘扬生命至上、安全第一的思想，定期开展安全生产宣传教育活动，全力推动企业安全生产主体责任和“一岗双责”制度落实，着力于提升全体员工的安全意识和安全素质，有效预防和减少各类事故的发生，创造稳定的安全生产环境。同时，公司通过工艺、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、产能利用率低的风险：公司生产基地不断地强化精细管理、着力于提质增效。但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，产能利用率偏低。公司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：南沙生产基地智能化项目已逐步投产，在精益生产基础上实现智能化，利用先进的技术设备系统和过硬的质量保证体系提高订单满足率，并在成本控制、工程、环保、安全生产等方面加大管理力度，通过合理控制库存物资，完善仓储系统，以满足客户需求为目标打造优质的供应链系统。韶关生产基地实施面向城市轨道交通系统清洁的整体解决方案及工业与公共卫生系统整体解决方案的研发及供给升级项目，并继续发展现有的优势项目，积极拓展生产订单，挖掘稳定的大客户。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，公司沿用了“降成本，削费用”的行动计划并严格实施。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》。期间，公司一直与天河区政府、广州市土地开发中心和市政府相关部门就土地处置事宜积极沟通。2018年11月广州市国土资源和规划委员会发布了《广州国际金融城东区城市设计及控制性详细规划征询意见公示》，广州市土地开发中心拟对广州国际金融城东区城市设计及控制性详细规划成果进行公示。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√不适用公司报告期内未发生接待调研、沟通、采访等活动。

标注数量：148