1. 管理层讨论与分析1、公司整体情况概述报告期内，原材料成本的不断变化，给公司带来了极大的成本压力；全球金融危机的爆发，使得市场需求减少。面对急剧变化的外部经营环境，公司同仁全力以赴，巩固重点客户，做好二次开发，做好差异化市场；充分利用自身的优势，加快研发创新，调整产品结构；深化工厂建设，节能减排挖潜降耗，提高产品生产效率，降低产品基本耗能，极力控制成本费用，克服众多的不利因素影响，保持了公司良好的发展态势，公司竞争力也得到进一步增强。公司2008年度实现营业总收入43,352.49万元，比上年同期增长14.28%；实现营业利润6,7789万元，比上年同期增长14.47%；实现净利润6,057.51万元，比上年同期增长12.75%；基本每股收益率比上年同期下降6.29%；全面摊薄净资产收益率比上年同期上升0.93%。2、公司主营业务及其经营状况公司主要从事压缩机应用技术的研制开发、生产销售及售后服务；主要产品有制冷压缩机和空气压缩机；制冷压缩机产品主要应用于中央空调、地源热泵、风冷热泵、储冰系统、中低温冷藏系统等行业。空气压缩机产品主要应用于机械、电子电力、化工、冶金、医药等行业。二、对公司未来发展规划及展望1、外部环境对公司经营的影响由美国次贷危机引起席卷全球的经济危机，对中国的经济造成了巨大的冲击，市场信心不足，使中国经济增长速度放缓，GDP及CPI指数下降。由金融行业引起的经济危机正在影响到实体经济的复杂情况下，中国的机械行业也难以独善其身，这将是公司未来一段时期面临的最大的挑战。2、行业发展趋势在这次金融危机中，虽然中国的机械制造行业受到了伤害，但是，在国家不断扩大内需，加大和加快对公共基础设施建设和机械基础产业建设的投入，在经济发展中对机械装备有迫切的需求，我们的装备制造业面临着挑战，但也面临着机遇。中国压缩机行业多年来发展比较稳定，也保持一定的增长趋势，在基础建设、化工、医药、农渔牧（冷冻、冷藏）等行业有着一定的刚性需求。受金融危机的影响，压缩机行业将在国际、国内主流品牌主导下进行重新洗牌，市场竞争持续加剧，自主创新、自主研发将帮企业在市场竞争占据有利地位。同时，环保制冷压缩机、大流量气体压缩机、变频压缩机将成为行业未来发展趋势。3、市场竞争格局及公司的竞争优势随着国内压缩机行业市场开放程度的逐步提高，一些国际知名品牌厂家纷纷进入国内市场，特别是近年来一些国际知名品牌厂家凭借其成熟的技术优势和雄厚的资金优势以及市场推广策略，占据了相当市场份额，公司所处的竞争环境更趋激烈。公司的竞争优势主要体现在专业化、成本、技术、售后服务等方面。公司拥有先进的生产设备和工艺、先进的工厂物流系统及完善的管理体系，可以更快更好的满足客户的需求。随着公司的募集资金投资项目陆续建成，困扰公司多年的生产规模瓶颈将得到解决，公司的成本和专业化优势更加突出，产品宽度和覆盖区域将明显改善。公司还着力自主研发，在环保专用制冷压缩机、大流量气体压缩机、变频压缩机、真空泵等新产品方面有突破性的发展，为公司的市场竞争提供强有力的支持。4、公司的未来发展状况面对公司所处行业的发展趋势及市场竞争格局带来的机遇和挑战，公司将一如既往以本“诚信、创新、卓越”的企业文化，秉持“品质挂帅、物超所值、客户满意、安全高效、不断改善”的品质政策，提供优质的压缩机与相关系列产品服务所有客户；坚持以压缩机为核心业务，适当向上下游拓展，提高公司的综合竞争能力及盈利能力，以更优良的成绩回报公司所有股东。2009年，国内外经济仍存在诸多不确定因素，公司也面临着巨大的挑战。公司全体同仁将全力以赴、坚定信心，把握市场、抓住机遇、加强研发、调整产品结构，整合上下游资源，继续保持公司持续、健康、稳定的发展。根据行业发展和市场状况，结合公司的实际情况，制定公司2009年经营计划，主营业务收入力争完成48,000万元，净利润总额力争完成5,740万元。为此，2009年公司将着重做好以下工作：（1）强化企业管理、经营、技术等方面的创新理念和方法，通过持续完善的人才培养和考核机制，满足企业不断成长的需求。增强各管理层的机构职能，加强各管理层的沟通和互动，提高各管理层的规划能力，管理效率和执行能力。（2）加强对预算工作的监管，重点对预算编制、预算执行检视等环节加以强化，发挥公司预算委员会的职能，要求各预算单位切实控制费用，严格预算赤字审核、批准流程，同时以市场机制和经济政策为导向，实现科学采购，精益生产，以有效控制成本。（3）加强研究开发队伍的建设，加大技术开发的投入，加快技术管理人才和技术创新人才的培养；建立研究、开发、量产科学管理系统；建立技术创新激励制度，鼓励员工开展自主创新活动；根据市场的需求，不断开展新项目、新产品的研究和开发。（4）加强市场销售网络建设，建立多层次的市场开拓，产品销售模式，制定相应的管理制度。提高企业市场开拓和产品销售策划能力，加强销售队伍建设，培养和引进优秀营销人才，提高公司销售队伍的综合素质，进一步提升公司市场开拓和产品销售能力。扩大产品线及应用领域，扩大市场覆盖区域，提升市场份额，为实现“国内第一，国际领先”的发展目标打下良好的基础。（5）加强行业上下游资源的整合力度，利用现有的技术及生产优势，向行业的上游及下游领域延伸，提高公司的综合竞争能力及盈利能力。（6）加大内部控制管理，结合公司实际情况、自身特点和管理需求，修改和完善内部控制制度。将内控制度更好的融入日常工作中，加强各部门对内部控制的学习和了解，使公司的内部控制体系更具合理性、完整性、有效性。5、公司面临的风险因素及应对措施（1）市场风险受金融危机影响，市场信心不足，期间需求呈下降趋势，公司的销售业绩存在一定的压力。针对上述风险，公司透过募集资金投资项目的陆续建设，增强自主研发创新能力，继续发挥技术、品牌、服务各方面的优势，在巩固现有市场份额的基础上，加强产品的研发、创新技术与管理思路，开发储备新产品、新技术，开拓新的业务市场，构筑多渠道营销网络，扩大市场份额及品牌影响力。（2）产业相对集中风险公司目前主要产品R系列制冷压缩机的销售收入占公司总收入70.28%以上（2007年底及2008年上半年分别占77.52%和68.77%），产品结构相对集中。虽然产品结构集中会提高公司的专业化程度，并在科学管理、规模化经营和降低成本方面使公司收益，但单一的业务结构使公司受下游行业市场变化的影响较大，如果下游产品的市场发生波动，将会对本公司收入和盈利水平带来影响，公司存在产业集中风险。针对该风险，在公司规模相对较小，市场环境有利的情况下，公司将集中资源发展主营业务，提高核心竞争力，实现产品的差异化，并依托核心产品向细分领域延伸。募集资金投资项目已陆续建成，在不影响公司核心业务的前提下，通过弹性制造系统，生存多样化的产品，将目标市场由空调制冷领域延伸到冷冻冷藏、压缩空气和真空泵技术领域，最大限度减少产业集中的风险。（3）技术风险制冷压缩机是一种新型压缩机技术，具有体积小、结构简单、运转平稳、容积率高和可以实现制冷量无级调节等优点，代表了未来一段时期制冷空调压缩机行业的发展方向，并在各领域里逐步取代传统的活塞式压缩机。随着新技术越来越被重视和广泛的使用，如果本公司不能及时进行技术开发和产品升级，将难以保持竞争优势，业务发展将受到影响。针对上述技术风险，本公司将加强对新技术的研发投入，加快推出新产品的频率，使产品的技术水平处于国际先进水平。公司与一些有实力的大专院校及研究所开展技术合作，通过引进外部研发人才和技术，进一步提高公司研发水平。公司募集资金投资项目中的扩建工程技术开发中心已在建设中，建成后，将会大力提高公司自身的研发能力。公司将加大招聘和培训技术人员的力度，为技术人员创造良好创业环境，同时加强对技术人员的职业道德教育，以减少因为人员流失带来的损失。通过这些措施，公司的研发实力和研发效率将得到加强，能够有效规避技术更新的风险。（4）原材料价格波动风险受市场供求以及经济政策等影响，公司产品所需铸件、钢材、铜材、润滑油等原材料价格波动异常剧烈。加之近期能源消耗类产品的供求不平衡及国内经济政策等因素造成难以实现对产品成本的确切控制，公司经营和业务发展存在不确定性风险。针对以上风险，公司一方面通过密切关注市场和政策变化，依据自身生产、销售需要合理调配采购和库存，并致力于精益生产，提高现有材料的利用率，以严格控制生产成本；另一方面，优化物流管理，提高资产和存货的周转速度，降低生产成本，提高产品毛利率。

标注数量；82