第四节管理层讨论与分析一、概述2015年，全球经济形势普遍低迷，国内经济增速继续放缓，人民币的贬值并没有使国际贸易需求提升，作为出口型的制造型企业，已深感形势严峻，但公司凭借差异化的产品和服务，在行业中处于领先地位。公司管理层根据发展战略，对外积极应对外部环境的变化，对内紧抓管理，细化经营目标，力排困难，为完成全年盈利目标而努力经营。因而公司根据行业发展、市场变化等情况，充分发挥公司现有优势，优化产业结构、客户结构和产品结构，从以下几个方面采取有效措施：（一）在战略发展方面报告期，聘请第三方机构为公司的战略发展进行了梳理和升级，明确公司未来产业布局为车用安全、广告材料和新材料三大领域，现有产品中其中车用安全领域对应目前公司的车用丝及轮胎帘子布产品、广告材料对应目前的灯箱布产品、新材料产业对应目前的天花膜、石塑地板等产品。公司采用“差异化战略和集中化战略”的竞争策略，以差异化产品和服务，集中资源开拓和服务中高端目标客户，沿着三大产业战略方向，将会通过内生性增长以及外延性扩张多种方式进行横向规模扩张及纵向产业链延伸。公司按照战略发展规划，紧紧围绕车用安全、广告材料、新材料三个产业，立足于公司优势产品进行资源配置，报告期内，经董事会和股东大会审议，通过了非公开发行股票方案，决定募集预计不超过60,000万元资金，用于建设年产4万吨车用差别化丝项目以及智能试验工厂项目，为公司未来三年盈利的增长和公司长远发展战略目标的实现打下了基础；持续推进公司前次募投项目进程，经过前几年帘子布产品的认证和市场的培育，公司帘子布产品已成功入驻住友、固铂、韩泰、米其林、大陆轮胎等国际一线品牌轮胎制造商目前第一条生产线已满产。第二期15000吨及其配套高模低收缩丝项目目前也已试生产，为公司帘子布产品复制车用丝产品成功路径创造了条件；继续加快新产品产业化进程，报告期内，公司新产品石塑地板已取得欧标和美标，新开发的止滑地板获得“2016年度十大地材风尚新品”，该新产品项目的建成及其投产，使公司又增加了一款高盈利的新材料产品。（二）在业务经营方面公司专注于主业经营，主要生产涤纶工业长丝、塑胶材料、涤纶帘子布三大产品，拥有较高技术壁垒的高模低收缩丝、涤纶安全带丝、涤纶气囊丝；生产灯箱广告材料、蓬盖材料以及盈利较强的天花膜、石塑地板等；以高品质高模低收缩丝为原丝，以长期稳定的车用丝客户为基础的高端涤纶帘子布。1、在涤纶工业长丝产品上：公司三大特色差异化车用涤纶工业丝，即高模低收缩丝、安全带丝、安全气囊丝在业界都享有很高的美誉度，产品性能优于国内同行达到国际先进水平。公司着眼于全球知名轮胎企业和汽车安全总成企业的战略合作关系，围绕细分市场，紧盯技术含量高，附加值高的产品，大力发展车用差别化工业长丝，不断提升自己的优势产品，巩固优势地位。报告期内，公司加紧40000吨车用丝项目的建设，目前安全带丝设备已经试生产，安全气囊丝生产线正在安装过程中，预计二季度陆续投产，该项目的投产，将大幅度提高公司车用丝产品的结构，使公司未来二年盈利的大幅提升创造了条件。2、在塑胶材料产品上：公司的塑胶材料有：（1）数码喷绘材料系列：外打喷绘布、内打喷绘布、网格涂层喷绘布、双面喷绘布等，最大门幅可达5.1米。（2）涂层材料系列：涂层篷盖材料、水池布、充气玩具布等。（3）装饰材料系列：装饰天花软膜、印刷膜、窗帘布、投影幕布（膜）、环保石塑地板等。随着尖山新厂区的扩建，进一步增加了产能、丰富了产品线，增添了产品品种，进一步提升了参与市场的竞争能力。公司紧紧抓住产能提升、产品结构调整的契机，特别是针对尖山涂层机的投入，在市场、生产、技术部门的努力下开发多用途的客户，多渠道、多方式参与市场竞争。通过新产品的开发，差异化产品销量稳步提升，该类产品广泛开发应用于室内装饰、大型场馆建设以及篷盖材料，进一步增强塑胶材料的盈利能力。特别是天花膜和天花布销量的提升进一步优化了塑胶材料的产品结构，提升差异化产品的盈利能力，加上新产品环保石塑地板的满产，将助力塑胶业务盈利能力持续稳定增长。3、在帘子布产品上：依靠高品质的高模低收缩丝作为帘子布的原丝，目前已有住友、米其林、固铂、韩泰、大陆轮胎（马牌）、耐克森、诺基亚等国际一线品牌轮胎制造商成为公司的帘子布产品客户，包括MITAS、VEANCE、SOUCY、中策、三角、赛轮金宇等在内的34家国际国内品牌已成为公司的正式客户。PETLAS、LNK、FLEXOMARINE、AKTAS、华南等11家知名轮胎企业已进入批量使用阶段，普利斯通、固特异、倍耐力、优科豪马、锦湖、玲珑等29家客户及台湾、印度轮胎企业对帘子布的认证也正在进行中，充分说明公司的帘子布产品质量已得到国际一线品牌轮胎厂商的认可，为帘子布的全球销售市场扩展打下了坚实的基础。至报告期末，公司帘子布客户的结构已发生了颠覆性的改变，国外用户和国内外资用户的占比从年初的30%左右调整到70%左右，盈利水平得到了较大幅度的改观。2016年初，公司第二条1.5万吨浸胶帘子布生产线已经试生产，该生产线将在第一条生产线的基础上进行了改进和提升，与之配套的1.5万吨高模低收缩丝已经投产并满负荷生产。因此2016年是公司帘子部事业部的转折年，我们帘子布事业部的春天到了，帘子布产品已经复制了车用工业丝的经营模式，未来将超过工业丝成为公司的第一大产品。（三）在新产品及技术开发方面公司以省级研究院为载体，重点研究差别化工业丝，安全带用涤纶工业丝，轮胎用涤纶工业丝，安全气囊用涤纶工业丝，研发出能应用于汽车主气囊的涤纶工业丝产品；研究高强度、高模量、粘接力强、环保型浸胶帘子布；研究浸胶液的配方及浸胶工艺，以达到提高增强帘子布性能和降低原料成本的目的；研究PEN作为新型材料在帘子布上的应用。以市场需求为导向，研究开发出阻燃丝和阻燃有色丝、有色安全带丝、石塑地板等差别化产品并量产，公司不仅以研发新产品为发展动力，同时还不断提升技术，对公司优势产品不断升级，真正做到以技术创新促进企业发展。报告期内，公司对涤纶工业丝产能进行优化，将一部分的普通丝产能成功改造成车用丝产能。有新型阻燃工业丝研发及产业化、有色安全带用细旦丝、超低收缩抗芯吸涤纶工业长丝、黑色安全气囊标识线用涤纶工业长丝、水处理功能用涤纶工业长丝、PEN帘子布、超宽幅天花膜、蝴蝶布涂层材料、抗芯吸型篷布、天花装饰布等通过了新产品验收。公司对新产品的研发坚持围绕客户需求，因此围绕国际一线轮胎厂商和国际一线总成厂商研发的产品就会成为全球行业领先产品，公司的安全气囊丝产品就是一个突出的例子。（四）在市场开拓方面深化和巩固重点客户的战略合作关系，加大对客户开发服务力度，进一步推进产品和品牌的国际化，加强和完善营销渠道的管理，建立新型战略合作客户关系。通过在国外设立合资公司、办事处、建立品牌代理商、面对面与客户交流、参加会展等多渠道、多方式充分参与市场竞争，凭借着良好的品牌效应和稳定的质量口碑，与客户建立了良好的合作关系。在双方互信和稳定的产品质量基础上，形成稳定的供产销体系，提升了涤纶工业丝市场的份额，加强了帘子布市场的开发，提升灯箱布市场的差异化竞争能力。坚持目标客户和集中化战略是公司车用安全产品市场营销和开拓取胜的法宝。（五）在企业管理方面在生产经营管理、质量管理、安全环保、内控管理、财务管理、信息化管理、团队建设、人力资源管理等方面每年都在提升。（1）在优化质量和环境管理体系建设方面：报告期内，公司扩大体系认证覆盖范围，以顾客满意、环境合法为基本准绳，针对新产能开展全面贯标和取证工作；针对原有产品，进一步按体系标准深化和优化管理运行，以先进的质量管理工具分析，指导于生产、技术及所有相关过程，持续推进管理标准化，确保各过程可控。同时，以基层品质建设项目的导入和开展，更深入到一线以确保落地。（2）在能源管理体系建设方面：公司作为国家“十二五规划”万吨千家重点用能单位，以科学管理手段促进节能降耗是实现新形势下新要求的最佳途径，因此，公司将能源管理体系建设作为战略发展的重点内容。报告期内，通过导入能源管理体系建设项目，成立跨部门团队，梳理基础，确定原则，明确行动步骤，扎实推进能源管理各项工作，进而提升公司节能降耗减排成效。（3）在信息化建设和实现智能制造方面：公司还重点推进流程梳理项目，以客户为导向，建立端到端流程，并在IT系统中实施固化，实现管理与IT相融合；另一方面积极推进智能制造，通过MES项目选型实施逐步实现生产数字化。（4）在内部控制方面：全年完成了包含了募集资金使用审计、内部控制审计、基本建设审计、经济责任审计等多个项目的审计，进一步提升公司的管理机制和水平；（5）在供应链管理方面：仓储管理，夯实基础管理，推进精细化管理；（6）在财务及资金管理方面：推进全面预算管理，有效控制费用的支出，降本增效显成绩；合理有效配置资金，降低融资成本，探索并尝试多渠道的融资方式，有效降低公司财务费用。（7）在人力资源管理方面：分别组织实施了高层管理人员总裁班及现场考察培训、企业经营管理系列培训；中层管理人员的专业技术管理能力培训、基层执行人员延续基层干部班组长培训、操作层人员参加由各部门依据年度二级培训计划实施的各类培训。通过开展技术创新、营销创新和管理创新、财务创新，使公司管理流程得到进一步优化，管理水平得到进一步的提高。（六）在品牌建设方面品牌如同一个人的生命，因此公司一直重视企业品牌建设，继续维护好已经获得的浙江省著名商标、浙江省名牌产品、浙江省知名商号、浙江省出口名牌、认定高新技术企业等荣誉。注重“海利得”商标的管理，严格执行公司商标管理制度，通过电视宣传、报纸宣传、网络宣传、户外宣传、杂志宣传等多种形式定期对“海利得”商标进行宣传和维护，积极投身社会慈善和公益事业，强化企业社会责任感，提高企业商标的知名度和影响力。同时创新企业质量管理，深化和优化质量管理体系建设。在产品的设计和生产过程中，将APQP工具运用于车用产品的设计开发中，提高质量管理统计分析的有效性及其运用，真正实现源头控制的目标。以满足顾客要求四要素：即品质、成本、交期、服务为出发点，管理人员围绕现场管理七要素和品质管理五要素进行制造过程控制，严格从进料到出货的全过程检验控制，围绕满足顾客要求四要素，提高产品性价比，为客户提供符合要求直至超越客户期望的产品。不断提高企业产品质量，以质量的提升带动企业品牌建设。体现“海利得”商标“诚心的、创新的、领先的、活力的、国际的”海利得形象。（七）在团队建设方面始终围绕“重德才广纳才育专才造人才”的人才理念，坚持以人为本，加强团队建设。打造学习型组织，加大高、中、基层员工培训投入，提升管理能力、专业技术能力和岗位操作能力；加强关键岗位人才的储备及管理技术人才梯队建设；建立技能人才自主评价标准化体系，为公司技能人才评聘使用提供机制保障；开展人才引进工作，引入高端人才，充实公司经营管理和专业技术管理团队力量。加强员工关怀，增强员工的归属感和凝聚力。报告期末至披露期内，公司实施股权激励，进一步促进公司建立、健全激励约束机制，充分调动公司员工的积极性，有效地将股东利益、公司利益和公司经营团队利益、员工利益、客户利益结合在一起，使各方共同关注公司的长远发展。报告期内，公司组织实施技能人才、技术人才技术等级考评，为公司技能人才队伍的打造奠定了能力体系基础，为持续提升员工操作技能有了参照系，进一步匹配支撑公司高端化产品的制造和品质要求。公司实施股权激励，报告期内已完成第一次行权，进一步促进公司建立、健全激励约束机制，充分调动公司重要骨干员工的积极性，有效地将股东利益、公司利益和公司经营团队利益、员工利益、客户利益结合在一起，使各方共同关注公司的长远发展。我们有着勇立潮头的销售团队、敢于创新的技术团队、稳扎稳打的生产团队、精益求精的质量团队、坚强护卫的职能保障团队，组成了一个以“客户至上、勇于担当、团队合作、追求卓越”核心价值观的海利得团队。报告期，在石油价格的大幅下跌，非美货币竞相贬值的情况下，公司实现营业收入212,094.14万元，营业利润21,437.97万元，同比上升26.43%，归属于公司股东的净利润19,546.68万元，较同期上升36.10%。2016年伊始，美元加息，人民币贬值，消息面从“极端看空中国”到“担忧美国衰退”，种种因素显示危机似乎尚未过去，全球经济已显通缩状态，作为一个制造业公司每年都会面临新的挑战。随着帘子布、车用工业丝项目以及石塑地板新的产能建成投产，能有效提高公司三大产品的产能，公司车用安全产品占比将显着提高，公司的盈利能力进一步增强，实现公司新的腾飞的愿望！二、主营业务分析1、概述参见“管理层讨论与分析”中的“一、概述”相关内容。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□不适用单位：元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（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1）、投资活动产生的现金流量净额较上年同期减少4766.06%，主要为报告期内公司在建项目投资增加所致。2）、筹资活动产生的现金流量净额较上年同期增加71.18%，主要为报告期内贸易融资额增加所致。3）、现金及现金等价物净增加额较上年同期减少253.37%，主要为本期投资活动和筹资活动产生的现金流量净额减少所致。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√不适用三、非主营业务分析□适用√不适用四、资产及负债状况分析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□不适用单位：元报告期内公司主要资产计量属性是否发生重大变化□是√否五、投资状况分析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、以公允价值计量的金融资产√适用□不适用单位：元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》（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）公司发展战略报告期内，公司对战略规划进行升级，以在“专业领域内，成为全球领先的产品与服务提供商”为企业愿景，以“以更好的品质贡献社会”企业使命，以“客户至上、勇于担当、团队合作、追求卓越”为核心价值观，布局车用安全业务、广告材料业务、新材料业务三大产业。在车用安全领域，通过产业布局成为拥有汽车主被动安全产品，能与整装厂直接合作的供应商；在广告材料领域，实现产品差异化，在做精做强的同时，构建整合发展外延业务；在新材料领域，开拓新的符合“高精尖”标准的业务，并以高性能纤维和高分子材料为发展方向。2015年度，公司在车用安全业务产能方面有很大提升，分别增加2万吨的安全带丝、2万吨的安全气囊丝、1.5万吨的浸胶帘子布及其配套高模低收缩丝产能，同时，开发新材料业务石塑地板，首条生产线200万平米已正常生产，各新项目的投产，为未来两三年的业绩高增长提供产能支持。公司以“差异化战略和集中化战略”为竞争战略，提供差异化产品和服务的同时，集中资源开拓和服务中高端目标客户，在分享销售中高端客户产品盈利的同时，跟着中高端客户一起成长，不断提升公司经营管理水平，持续研发中高端客户需要的新产品，不仅在盈利水平上，更要在管理和创新研发上出类于行业。（二）2016年度经营计划公司凭借产品和服务差异化优势，下游中高端客户的订单相对稳定，将会在2016年国内外经济环境相对较严峻情况下，借力于差异化产品新产能的投放，力争较高增长。1、在业务经营方面：继续专注于主业经营，围绕细分市场，紧盯技术含量高，附加值高的产品；继续优化客户结构，以中高端客户为公司目标客户，提供最优质的服务。（1）在涤纶工业长丝产品上：大力发展车用差别化工业长丝，加快新投产的4万吨车用差别化丝的认证速度，力争早日能够贡献车用丝效益。（2）在塑胶材料产品上：新产品石塑地板首期200万平米已投产，且产能已完全释放，2016年将根据市场需求情况，继续增加新产能的建设，进一步提升塑胶材料差异化比例。（3）在帘子布产品上：公司的帘子布产品质量已得到米其林、大陆、住友、固铂、韩泰等国际一线品牌轮胎厂商的认可，2016年度的订单量较2015年有突破性增长，第二条生产线已具备产品认证条件，因此2016年度公司帘子布工作重点不仅要对现有订单客户进行跟踪维护工作，还要对第二条生产线的认证工作进行推进，开拓新客户。2、新产品及技术开发方面：继续坚持以市场为导向、以客户需求为目标，以差别化高端市场为主攻方向，以深厚的技术积淀、高效的研发能力促进企业的发展；紧盯行业高端产品、优势产品，重点开发差别化、高性能和高附加值的产品；努力推进新产品产业化进程，集中优势资源致力于关键产品的开发，形成具有自主知识产权的核心技术，继续保持车用安全工业丝和塑胶产业用材料在细分行业中的技术领先地位，继续推进帘子布产品在行业中的优势地位，与客户保持紧密的联系，时刻关注客户的新需求，与客户一起发现需求，解决问题。继续以客户需求为导向，依托海利得车用差别化纤维研究院这一技术平台，凸显差别化优势，研究开发适合市场需求的新产品。继续整合资源，强化技术创新，加快新工艺的攻关突破和新技术的自主创新，不断提升技术研发水平，增强产品核心竞争力。3、企业管理方面继续推进精细化管理，进一步完善内部控制管理，对现有的管理制度和流程体系进行全面的梳理和完善，建立起适应公司快速发展要求的、规范化的现代企业管理制度体系，以更加开放的姿态引进外部管理人才充实到公司的管理队伍中来，在生产经营管理、质量管理、安全环保、内控管理、财务管理、信息化管理、团队建设、人力资源管理等方面提高管理能力。4、品牌建设方面继续重视企业品牌建设，巩固行业发展地位：（1）提升品牌形象：以品牌建设为着力点，营造海利得差异化、高品质的高端品牌形象；以营销方式创新、营销网络建设，进一步完善市场布局，充分发挥企业品牌、产品品牌、服务品牌的优势；（2）注重产品质量：将“工匠精神”发挥到极致，追求卓越品质，精益求精，进一步优化生产管控模式，加强产品质量监管，采取多形式提高员工的质量意识和操作技能，营造人人关注质量、人人参与质量监督的浓厚氛围；（3）内外并举拓市场：充分了解市场竞争状况及行业发展趋势，瞄准重点市场、重点区域、重点客户；以差异化、高附加值产品开发新市场、新客户，抢占市场占有率，依托品牌优势，参与细分市场竞争，树立行业领头人形象。5、团队建设方面，继续围绕“重德才、广纳才、育专才、造人才”的人才理念，坚持以人为本，树立海利得价值理念，倡导学习型组织，加强基层管理者培训投入，组织内外部管理能力提升培训；加强对关键岗位人才的储备及中高层干部梯队、各类专业技术人员队伍的建设；加大培训投入，组织开展各类专业知识、专业技能与实践能力的培训，自主组织公司技能人才评定工作，提高基层员工劳动生产率；加大力度开展人才引进工作，引入高端人才，实现才能与岗位的匹配；加强员工关怀，培养员工的自豪感和成就感，不断激发员工活力，打造务实高效的团队。配合新上项目，充实管理技术人才、技能操作人才；加强经营管理和专业技术人才的专业管理能力培训和英语培训、基层管理人员管理能力提升培训，满足公司经营发展的需求；实施企业技能人才自主评价工作，拓宽技能人才职业发展通道；完善绩效考核和薪酬分配激励机制，打造精干高效团队。6、投资者关系管理方面我们将进一步完善公司的治理结构，建立和健全投资者沟通的平台，规范公司与投资者关系的管理工作，加强公司与投资者和潜在投资者之间的沟通，加深投资者对公司的了解和认同，促进公司与投资者之间长期、稳定的良好关系，提升公司的诚信度、核心竞争能力和持续发展能力，实现公司价值最大化和股东利益最大化，加强公司市值管理工作，使公司的股价体现公司价值。（三）可能面对的风险1、宏观经济及政策风险：2016年，对全球经济而言将仍然在不确定和焦虑中寻求突破，对行业而言，供给侧改革能否解决有效需求？世界经济仍然普遍低迷，出口企业形势更加严峻。2、行业内部竞争风险：中国的制造业面临产能过剩，公司所处化纤制造行业同样充分竞争，规模化生产企业日趋增多，特别是同行熔体直纺工艺生产的普通涤纶工业长丝大量投产，使市场竞争更加激烈。公司以技术品质优势领先同行，差别化产品和服务是公司的核心竞争能力，但是激烈的市场竞争还是可能导致公司产品利润率下降的风险。为降低上述风险，公司继续依托高品质产品和差别化服务，在目前普通产品产能过剩的情况下，不盲目扩大同质化产能，把提高高端产品市场占有率放在第一位。3、原材料价格变动的风险：公司生产所用的主要原材料，属于石油化工行业下游产品，其价格受国际原油市场价格波动影响较大，原材料价格存在较大不确定性，造成公司在存货管理、采购策略及成本控制方面难度加大，进而影响公司总体经营和盈利能力的稳定性。为降低上述风险，一方面公司将继续加强对原材料的科学管理，利用期货市场锁定长期订单的原料价，降低因原材料价格变动而带来的经营风险；另一方面公司通过对生产实行精细化管理提高劳动生产率、提高原材料和能源利用效率、在原料价格上涨时产品适时适度提价，以减轻成本上升对公司的影响。4、汇率波动的风险：公司出口销售主要以美元和欧元作为结算货币，且海外业务处于持续增长中，因此汇率的波动，可能影响公司的盈利能力。一方面公司将继续关注国际金融市场动态和外汇市场走势，在进行设备进口、原材料采购和产品出口销售时，尽可能选择对公司相对有利的外汇结算方式和币种，通过外汇借款和贸易融资等方式对冲外汇资产波动风险；另一方面公司充分学习和灵活运用金融市场工具，适当利用外汇市场的远期结售汇等避险产品，锁定汇率波动的风险；最关键的是公司加大研发力度，持续新产品开发，增加差别化产品的产量和销量，提升普通产品的品质，提高产品的附加值，使公司产品具有议价能力，提升产品销售毛利率，一定程度上弥补了汇率变化所带来的风险。报告期内，公司采取贸易融资、远期结售汇等方式，有利地规避了汇率大幅波动带来的风险。同时公司生产的产品质量稳定，性能优越，在部分高端产品上具有一定的定价权，通过汇率与产品价格的绑定，实现了汇率波动风险的转移。5、经营管理风险：随着募投项目和其他投资项目的投产，公司资产规模、人员规模、管理机构都将不断扩大，组织架构等管理体系亦趋于复杂。如果公司管理层素质及管理水平不能适应公司大规模扩张及业务发展的需要，组织模式和管理制度未能随着公司发展战略及时调整、完善，将影响公司的应变能力和发展活力，公司因而面临一定的管理风险。公司经过多年持续、健康发展，培养了一批视野开阔、具有先进理念、丰富管理经验的管理型人才，同时持续吸收引进行业中具有较高影响力的管理人才充实到公司的中高管理层，并建立了较为完善的组织管理体系。十、接待调研、沟通、采访等活动1、报告期内接待调研、沟通、采访等活动登记表√适用□不适用。