一、报告期内公司经营情况的回顾（一）报告期内公司总体经营情况在小家电行业竞争日益加剧的情况下，公司在报告期内实现营业总收入534,650.52万元，较上年同期增长15.32%，取得了较好的经营业绩；2010年，公司主要原材料价格的同比上涨，导致生产成本的同比提高和综合毛利率的同比下降，公司实现利润总额82,964.58万元，较上年同期增长5.63%，利润增长比例低于收入增长比例。受母公司所得税率调整的影响，公司实现归属于上市公司股东的净利润59,090.83万元，较上年同期降低39%；公司实现经营活动产生的现金流量净额54,952.18万元，较上年同期降低29.85%，系公司与经销商结算的的银行承兑汇票（3个月账期）较多所致。2010年，在国家不断加强和改善宏观调控的背景下，国民经济运行态势总体良好，消费工业保持平稳较快增长。得益于经济稳定增长的大环境和政府“家电下乡”等多项拉动内需政策的有力支持，家用电器产品作为热点商品需求旺盛。就小家电行业而言，随着经济的复苏和市场需求的持续增长，小家电以时尚、个性、方便、实用的特点赢得了千万家庭的青睐，小家电市场也呈现出向好的发展趋势。基于小家电行业良好的发展前景，越来越多的市场参与者介入行业，行业内竞争愈加激烈。为抓住小家电行业发展的良好机遇，提升公司的综合竞争优势，公司积极采取了“红抢蓝攻”、“豆电双赢”等一系列有力措施，扩大九阳品牌的社会影响力，精细管理销售渠道，加大精品工程，强化公司研发优势与技术壁垒，有效降低了行业竞争加剧和原材料价格上涨带来的不利影响，确保了公司经营业绩的稳定增长，为公司的长远发展打下了坚实基础。报告期内，公司立足于健康饮食小家电行业，以豆浆机系列为核心产品，专注于健康饮食小家电的多元化经营，以健康为导向，以创新为手段，致力于提供好豆浆的解决方案和倡导健康饮食，努力将公司打造成为健康饮食电器的第一品牌。（二）公司报告期主营业务及其经营状况1、公司主营业务为豆浆机和厨房小家电产品的研发、生产和销售，主要产品包括豆浆机、电磁炉、料理机、榨汁机、电压力煲、开水煲、紫砂煲、豆料和商用豆浆机等。二、对公司未来发展的展望（一）公司所面临的外部环境分析从宏观环境来看，在国家加快推进经济发展方式转变和经济结构调整、促进经济平稳发展的一系列政策作用下，工业经济运行出现向好向稳定增长转变的态势。但通货膨胀预期压力加大，国际大宗商品价格持续高涨，制造型企业生产成本居高不下。经过了前两年的恢复、转型，家电行业将保持平稳健康的发展态势。消费者信心持续走强，个性化、时尚化的消费需求将会推动消费升级，节能减排、新能源和低碳经济发展将是消费者对家电行业的新追求，也为家电行业的发展提供了良好的机遇。（二）公司未来发展战略公司将继续秉持“健康、快乐、生活”的理念，专注于小家电行业，以健康为导向，以创新为手段，以厨房电器为核心，积极培养豆业、净水两大新兴产业，继续探索厨电类、护理类小家电产品领域的多元化经营，坚持大品牌的发展战略，打造健康与创新的品牌形象，将公司发展成为健康饮食电器的第一品牌。（三）2011年重点工作面对日趋激烈的行业竞争格局，结合公司的实际情况，公司在2011年将搭建饮食电器事业部和豆业事业部的组织架构，致力于精益制造，提升供应链的协同效率，锁定产品的差异化定位，依托新技术、新产品、新服务和新市场，致力于倡导健康饮食和提供好豆浆的解决方案，努力实现销售规模化，扩大市场份额，争取公司业绩能够进一步增长。2011年，公司经营将以厨房小家电的稳定增长为核心，继续坚持豆浆机产品和小家电产品的均衡发展、互利双赢的发展思路，努力做到从豆浆机到饮食电器的转型；努力培养壮大豆业领域，充分发挥商用豆浆机和阳光豆坊的特色优势；积极培育净水领域，打造公司在净水领域的专业化品牌形象；继续探索小家电产品领域的多元化经营，积极探索厨电类、护理类小家电方面的并购机会，提升公司的综合影响力。为此，公司在2011年将着重做好以下工作：1、进一步增强品牌意识。强化品牌竞争意识，将品牌融入到产品、传播和经营管理的各个层面，推动企业的产品、市场和人才等资源优势向品牌竞争优势转化，不断提升品牌的市场形象和竞争力。2、提升产品的核心竞争力。加大核心技术的自主研发力度，加快创新成果的知识产权化和产业化，围绕消费者的消费需求，不断开发智能、节能、环保的家电产品，进一步提高产品质量稳定性和高端产品加工精细化，不断引导和创造新的市场需求。3、提高渠道管理水平。制定实施符合自身实际、定位明晰的渠道发展规划，通过专业化经营确保渠道优势。创新营销传播模式，形成与自身品牌形象相一致的多元化传播渠道。4、积极履行社会责任。大力加强产品诚信体系建设，以良好信誉赢得社会大众的信赖和支持。开展社会公益活动，实现企业发展与社会进步的和谐统一，不断提升企业的社会形象。