报告期内，面对市场形势严峻、产品结构变化大、生产周期短等困难，公司加强了生产经营管理，采取措施，2009年生产经营继续保持了“稳产、高产“的局面，全面完成了2009年的生产任务，取得了较好的成绩。报告期内，公司总产量完成了6220吨，完成计划6000吨的104%。其中：剪刃产量193吨，万向轴产量4139吨，联轴器产量1888吨。报告期内，公司完成合同签订额3.28亿元，完成计划3亿元的108.9%。报告期内，实现营业收入3.12亿元，较上年增长22.64%；实现营业利润7,643.35万元，较上年增长266%；实现利润总额7,564.73万元，较上年增长4.73%，低于营业收入的增长幅度，主要是因为上年收到政府补助1,190万元；实现净利润6,314.74万元，较上年增长0.64%。（1）坚持实施品牌战略，提升了营销管理水平坚持实施品牌战略，提高了市场竞争力。坚持实施具有泰尔特色的营销策略，在继续巩固与中国一重、首钢集团、中钢集团设备公司等的战略合作伙伴外，2009年抓住钢铁行业实施备件国产化的契机，大力实施与鞍钢、宝钢、武钢的备件国产化工作，取得了较大的进展。加大备件的挖潜力度，提高了备件的合同额。（2）坚持以市场为导向，以计划为中心，提升了生产管理水平面对工期短、急件多、结构变化大的困难，生产系统以市场需要为第一要义，以ERP实施为契机，大力提升计划适应市场的能力，以提高合同履行率、保证按工期组织生产、满足客户需要为目的，合理整合资源，全面完成了2009年的生产任务。加强与客户的沟通，按客户需求组织生产。对供应部、技术中心的计划执行加大了跟催力度，实施了《计划管理考核办法》，确保各项工作按节点进行。（3）在打造适合泰尔的供应链关系上取得实效为满足生产需要，增加抗风险的能力，2009年在打造适合泰尔的供应链上下了功夫，积极拓展采购渠道，大力降低采购成本和费用，使毛坯和外协件质量有了很大的提高。供应部积极主动与公司技术、质量等相关部门，与供应商一起沟通、交流、协商解决技术、质量问题，建立起毛坯急件供应机制，为生产保质、保工期提供很大的保障。报告期内，面对严峻的钢铁行业形势，公司树立忧患意识，增强危机感，始终保持清醒的头脑，主动积极应对形势。一方面，主动改变营销策略和营销模式，积极推进产品的国产化工作，通过技术手段降低客户库存，推进超重载型万向轴和硬齿面鼓形齿接轴的国产化。另一方面，针对钢企新上项目不多的状况，公司主动地多承接备件合同，特别是常规件和维修件合同，从而保证生产的健康运行。其次，由于钢企资金紧张，公司加大了经营力度，加强与客户的沟通，从而保证了公司资金的回笼运转。总之，公司积极应对市场形势和机遇，主动调整产品结构，灵活调整销售策略，进一步强化管理水平、降低成本，加大技术研发力度，完善内部控制制度，在公司全体员工的共同努力下，2009年度取得了较为明显的成果和效益。1、市场宏观形势和行业现状报告期内，国务院先后出台的《钢铁产业调整和振兴规划》和《关于抑制部分行业产能过剩和重复建设引导产业健康发展的若干意见》两个文件，通过这两个文件的分析，钢铁行业的政策导向是淘汰落后、鼓励联合重组和城市钢厂搬迁，加快结构调整和技术进步，推动钢铁工业实现由大到强的转变。短期内会抑制部分技术含量低、附加值低的项目，长期来看仍将加强钢铁企业的技术改造投入。随着国家对钢铁行业“淘汰落后”、“兼并重组”和城市钢厂搬迁、调整优化产业布局工作的进一步推进，钢铁企业将在淘汰低技术含量和低附加值项目的同时逐渐加大高技术含量项目和高附加值项目的投入，改造原有旧生产线、规划调整新项目，从而加大对相关冶金配套部件的需求量，特别是对本公司生产的大型、超重载型高技术含量联轴器产品的需求，因而长期看公司项目用产品的销售订单也将随之增加。2、公司面临的发展机遇目前公司在国内市场的主要竞争对手是德国福伊特驱动技术有限公司，其产品设计制造等水平均属国际先进水平，但其产品价格是本公司同类联轴器产品价格的3倍多，本公司产品与国外同类产品相比具有较强的性价比优势，本公司凭借良好的本土技术支持，便捷、及时、优质的售后服务，已逐步替代进口。而且，公司通过多年的经营已经形成钢铁企业、主机厂、设计院三位一体、合作深厚的客户资源。如与中国一重、首钢、鞍钢等特大型企业的合作。此外，还有国家产业政策的支持，备件国产化的步伐在进一步加快，国务院出台的《装备制造业调整和振兴规划》要求国产装备国内市场满足率稳定在70%左右，《钢铁产业调整和振兴规划》则要求钢铁行业大型装备本地化率达到92%以上。所有这些，都为公司提供了难得的发展机遇。