

江苏立霸实业股份有限公司

董事会 2015 年度工作报告

一、公司管理层讨论与分析

2015 年，国际经济形势复杂严峻，大宗商品价格大幅下跌，国际金融市场震荡加剧，同时由于我国经济正处于调结构、促改革的关键阶段，经济增速换挡、结构调整阵痛、动能转换困难相互交织，经济下行压力持续加大，但我国政府主动适应经济发展新常态，着力稳增长、调结构、防风险，加大改革开放力度，创新宏观调控方式，持续推动产业升级优化，国内经济发展呈现稳中有进、稳中有好的发展态势。根据国家统计局和海关总署的数据，2015 年我国 GDP 增长维持在 6.9%，经济结构持续优化，其中消费对经济增长的贡献达到 66.4%，服务业在国内生产总值中的比重上升到 50.5%，人民生活有新的改善，全国居民人均可支配收入实际增长 8%，快于经济增长，农村居民人均可支配收入实际增长 9.2%，快于城镇居民收入增长。2015 年我国家用电冰箱累计生产 8,992.8 万台，同比下降 1.9%，家电行业产销率 95.0%，较 2014 年同期下降 1.2 个百分点，家用洗衣机累计生产 7,274.5 万台，同比增长 0.7%。家用电器行业主营业务收入累计同比下降 0.4%，但由于产品结构升级和原材料价格下滑，仍保持了较好的盈利水平，全年利润总额累计同比增长 8.4%。2015 年全年家电累计出口额 565.6 亿美元，同比下降 2.7%，在下半年连续 5 个月出口额下跌后，12 月实现了同比增长 0.5%。

面对国际国内经济增速放缓、家电市场有效需求不足、家电企业去库存压力较大的行业背景，作为国内家电外观用复合材料主要厂商之一，公司按照年初制定的经营目标结合公司发展战略，加强产品销售布局，提升管理水平，加快产品研发和推广，较好地完成公司制定的年度目标：

1、积极加强产品营销，完善公司产品结构和产业布局，提升公司产品的使用范围和技术含量。报告期内，公司实现营业收入 78,673.81 万元，同比增长 6.71%，归属于上市公司股东的净利润 6,350.03 万元，同比增长 15.81%，PCM/VCM 产量同比增加 27.38%，销售量同比增长 24.19%，其中 PCM 产品实现收入 69,677.16 万元，同比增长 9.49%，销售量同比增长 28.16%，VCM 产品实现收入 8,436.18 万元，同比下降 10.83%，销售量小幅下降，但由于公司自主生产 VCM 产品复

合膜，开发的部分 VCM 新产品毛利水平较高，同时公司加强成本和价格控制，该产品毛利率同比增加 7.30 个百分点。公司在满足客户技术服务要求的同时积极推进新产品、新技术自主开发，引进技术研发人才，研发投入金额逐年增加，近 3 年年均复合增长 20.72%，2015 年全年共申报实用新型专利 5 项，获得实用新型专利 2 项，开发 PCM 新产品 66 项，量产 38 项，开发 VCM 新产品 52 项，量产 5 项，顺利通过江苏省高新技术企业重新认定，凭借过硬的产品质量、优异的产品品质及专业化技术服务水平，2015 年度先后获得 LG 电子“优秀供应商”、惠而浦“全球优秀供应商”、伊莱克斯“全球最佳优秀供应商”等众多重量级奖项，公司产品竞争优势进一步提高。

2、推动募集资金项目建设。募集资金投资环保新型家电用覆膜板生产线技改扩能项目已经累计投入金额 7,902.61 万元，产能逐步释放，随着募集资金项目的推进，预计投资项目效益将逐步显现。2015 年，出于对国内外经济环境恶化、建筑用材料价格不断下跌等因素的担忧，公司家电用复合材料研发项目未进行资金投入，公司目前已经做好项目开工前期准备，即将开工建设。

3、提升管理水平。公司加强内部精益管理和绩效管理，加快信息化建设和人才培养，提升了公司整体运营效率；加强原材料成本管理，根据中国钢铁工业协会的统计，我国钢材价格已连续 4 年下降，2015 年跌幅加大，钢铁协会 CSPI 钢材综合价格指数由年初的 81.91 点下跌到 56.37 点，下降 25.54 点，降幅 31.1%，公司及时进行价格敏感性分析，与钢材供应商及下游客户沟通协商价格调整，确保了公司产品价格、利润水平的整体稳定；修订了《公司章程》、《董事会议事规则》、《股东大会议事规则》、《监事会议事规则》等 8 项制度，制定了《信息披露管理制度》、《内幕信息知情人管理制度》、《投资者关系管理制度》等 5 项文件，加强内部控制制度建设，努力提升公司规范运作水平，提高公司治理及发展运行质量。

2016 年，全球经济将继续调整，经济和金融市场仍存在较多不确定因素，大宗商品低位震荡、部分新兴经济体经济下行压力加大、全球经济和贸易增速放缓、地缘政治风险依然存在，全球经济复苏之路依然任重道远。目前我国经济长期向好的基本面没有改变，虽增速放缓，经济下行压力较大（根据《2016 年政府工作报告》，2016 年我国 GDP 增长目标为 6.5%-7%），但随着供给侧结构性

改革进一步推进，消费结构进一步升级，新的增长动力正在孕育形成，宏观经济政策将继续保持稳定和完善，国内需求潜力进一步挖掘，我国经济增长前景依然广阔。家电行业总体虽进入增速放缓的新常态，但随着我国扩大新型城镇化综合试点范围，推进城镇保障性安居工程建设和房地产市场平稳健康发展、消费升级加快，消费对经济增长的拉动作用日益增强、居民收入与经济预计同步增长，对家电产品功能性、改善性需求不断增加，预计家电行业增长的结构与质量将得到有力提升。

二、董事会会议召开及审议议案情况

公司 2015 年度共召开 7 次董事会，具体情况如下：

1、2015 年 1 月 4 日，公司召开第七届董事会第六次会议，审议通过《关于公司 2014 年 1-9 月财务报表的议案》、《关于公司内部控制的评估报告的议案》等 2 项议案。

2、2015 年 2 月 7 日，公司召开第七届董事会第七次会议，审议通过《关于立信会计师事务所出具的<公司 2014 年度审阅报告>的议案》、《关于公司使用自有资金购买保本理财产品的议案》。

3、2015 年 4 月 10 日，公司召开第七届董事会第八次会议，审议通过《关于公司使用募集资金置换预先投入募投项目的自筹资金的议案》、《关于公司使用部分闲置募集资金进行结构性存款或购买保本型理财产品的议案》、《关于公司签订募集资金专户存储三方监管协议的议案》等 3 项议案。

4、2015 年 4 月 26 日，公司召开第七届董事会第九次会议，审议通过《关于公司总经理 2014 年度工作报告的议案》、《关于公司董事会 2014 年度工作报告的议案》、《关于公司 2014 年度经审计财务报告的议案》、《关于公司 2014 年度财务决算报告的议案》、《关于公司 2014 年度利润分配方案的议案》、《关于公司 2015 年度财务预算报告的议案》、《关于公司 2014 年度内与关联方交易情况的议案》、《关于公司使用部分自有资金进行现金管理的议案》、《独立董事 2014 年度述职报告》、《董事会审计委员会 2014 年度履职报告》、《关于公司 2015 年度向银行申请综合授信额度的议案》、《关于公司首次公开发行股票上市增加注册资本暨修改<公司章程>相应条款的议案》、《关于修订<公司章程>的议案》、《关于接受公司董秘兼副总经理辞职并指定高管代行董秘职责的议案》、《关于公司董事、监事、

高级管理人员 2015 年度薪酬的议案》、《关于续聘公司 2015 年度审计机构的议案》、《公司 2015 年第一季度报告正文及全文》、《关于修订<董事会议事规则>的议案》、《关于修订<股东大会议事规则>的议案》、《关于制定<募集资金管理制度>的议案》、《关于修订<关联交易管理制度>的议案》、《关于修订<对外担保管理制度>的议案》、《关于制定<信息披露管理制度>的议案》、《关于修订<总经理工作细则>的议案》、《关于提请召开公司 2014 年年度股东大会的议案》等 25 项议案。

5、2015 年 8 月 5 日，公司召开第七届董事会第十次会议，审议通过《关于聘任公司董事会秘书的议案》。

6、2015 年 8 月 24 日，公司召开第七届董事会第十一次会议，审议通过《公司 2015 年半年度报告及摘要》、《公司 2015 年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》等 2 项议案。

7、2015 年 10 月 25 日，公司召开第七届董事会第十二次会议，审议通过《公司 2015 年第三季度报告正文及全文》。

三、提议召开股东大会情况

公司 2015 年度共召开 2 次股东大会，由监事会提议召开 2015 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于监事会换届选举的议案》，由董事会提议召开了公司 2014 年度股东大会，审议通过了《关于公司董事会 2014 年度工作报告的议案》、《关于公司 2014 年度经审计财务报告的议案》、《关于公司 2014 年度财务决算报告的议案》、《关于公司 2014 年度利润分配方案的议案》、《关于公司 2015 年度财务预算报告的议案》、《关于公司 2014 年度内与关联方交易情况的议案》、《关于公司使用部分自有资金进行现金管理的议案》、《独立董事 2014 年度述职报告》、《关于公司 2015 年度向银行申请综合授信额度的议案》、《关于修订<公司章程>的议案》、《关于公司董事、监事、高级管理人员 2015 年度薪酬的议案》、《关于续聘公司 2015 年度审计机构的议案》、《关于修订<董事会议事规则>的议案》、《关于修订<股东大会议事规则>的议案》、《关于制定<募集资金管理制度>的议案》、《关于修订<关联交易管理制度>的议案》、《关于修订<对外担保管理制度>的议案》、《关于制定<信息披露管理制度>的议案》、《关于修订<监事会议事规则>的议案》等 19 项议案。

公司董事会严格按照公司章程及有关法规履行职责，认真执行股东大会的各

项决议，及时落实股东大会安排的各项工作。

四、报告期内主要经营数据

具体详见公司 2015 年年度报告“第四节：管理层讨论与分析”之“二、报告期内主要经营情况”。

五、关于公司未来发展的讨论与分析

（一）行业竞争格局和发展趋势

1、行业竞争格局

目前，家电用复合材料行业总体处于完全市场化竞争的状态，就目前的竞争格局而言，根据其技术水平、规模大小、客户范围和主营业务类型大致可将行业内企业分为三类：第一类：规模较大的全国性专业复合材料生产商，除公司外，如青岛海尔特种钢板研制开发有限公司及合肥海尔特种钢板研制开发有限公司（根据青岛海尔(股票代码：600690)2015 年 10 月 1 日的公告，拟将前述 2 家全资子公司 70%股份转让给河北钢铁集团下属子公司青岛河钢新材料科技有限公司（河北钢铁集团现名河钢集团有限公司，系河钢股份（股票代码：000709）间接控股股东）、苏州禾盛新型材料股份有限公司（股票简称：禾盛新材，股票代码：002290）、珠海拾比佰彩图板股份有限公司（新三板公司，证券简称：拾比佰，证券代码：831768）等，上述公司专注于家电复合材料及其他衍生应用领域的研发和生产，拥有较强的技术研发能力，覆盖国内外知名家电厂商客户和各类家电产品用途，能够稳定地为客户提供 VCM/PCM 系列产品。第二类：部分大型钢企内部配套生产体系内的下属企业。第三类：区域性的复合材料提供商，产能相对较小，由于技术、资金等各方面的限制，主要面向某一区域的客户或某些特定家电产品种类供应，供货的稳定性和新产品、新技术的持续开发能力都存在一定欠缺。家电复合材料行业内企业的经营往往具有“核心客户”与“核心产品”的特点，相互之间采用专业化错位竞争和相互渗透的竞争模式，在错位竞争的同时，行业内企业也通过不断研发新的核心技术、开发新的核心客户、不断提高产品质量水平和服务水平，进行产品和客户的相互渗透。面对复杂多变的国际国内经济环境，公司凭借在技术研发、新品推广、产品质量和客户服务等方面具备的竞争优势，在与上述企业的充分竞争中不断发展和壮大，报告期内，公司实现营业收入 78,673.81 万元，同比增长 6.71%，归属于上市公司股东的净利润 6,350.03 万

元，同比增长 15.81%，2011 年至 2015 年，公司营业收入年均复合增长 13.28%，实现归属于公司股东的净利润年均复合增长 12.41%。

2、行业发展趋势

(1) 前几年家电市场在家电下乡、以旧换新等政策的推动下，从城市到农村，家电产品开始普及，随着刺激补贴政策陆续退出、近几年宏观经济增速放缓、房地产市场较为低迷、家电产品更新换代需求不及预期等因素叠加，家电行业告别了以往的高增长阶段，进入增速放缓的新常态，大型家电企业响应国家推行供给侧改革的号召，努力化解产能去库存；告别了以往从无到有的普及阶段，进入以更新换代为主的消费升级阶段，家电企业纷纷提升产品研发及企业创新能力，开发能满足消费者需求的新产品。根据国务院发布的《中国制造 2025》，新一代信息技术与制造业深度融合正在引发意义深远的产业变革，形成新的生产方式、产业形态、商业模式和经济增长点，其中智能家电即为拓展融合的制造业新领域之一，将积极推动智能家电产品研发和产业化。中国家用电器协会发布的 2015 年版《中国家用电冰箱产业技术路线图》指出到 2020 年，60%全自动洗衣机实现智能化、网络化，到 2025 年这一比例将提高到 90%，智能冰箱到 2025 年应成为家庭的健康管理和食品管理中心。中国家用电器协会编写的《中国家用电器工业“十三五”发展指导意见》（征求意见稿）指出“十三五”期间，家电工业发展的基本原则为：坚持自主创新，坚持可持续发展，坚持需求导向，坚持质量为先，坚持落实工业和信息化深度融合，坚持国际化发展方向。家电工业发展的总体目标是，争取到 2020 年跨入全球性的家电强国行列。在大力促进家电智能化发展的同时，国家有关部门、行业协会等先后出台了多项家电节能环保新政策，如《关于印发能效领跑者制度实施方案通知》、《家用和类似用途节水型洗衣机技术要求及试验方法》、《家用电冰箱耗电量限定值及能效等级》、《中国家用电冰箱产业技术路线图》、《家用电冰箱能效“领跑者”制度实施细则》、《关于促进绿色消费的指导意见》等文件，对家电行业的节能性提出了更高的要求或期望，全行业开始朝高端化、智能化、节能化等方向发展。伴随着新型城镇化建设进程加快、居民收入及生活水平的提高，对于生活质量和生活品位会有新的需求，会带动相关家电产业产品市场升级的持续增长，对上游复合材料厂商来说在面临机遇的同时，对其配套产品升级和服务也提出了更高的要求，公司凭借在技术研发、新品推广、

产品质量和客户服务等方面具备的竞争优势，有望充分分享家电产品结构性调整及消费者结构调整带来的新机遇。

(2) 由于复合材料优越的综合性能，多变的外观色彩，简约的加工流程以及相对较低的综合成本，家电复合材料的应用范围正在不断扩大，包括：白色家电除电冰箱、洗衣机、空调、微波炉和热水器外，电烤箱、饮水机等小家电已开始使用；黑色家电如大屏幕电视背板及外框等骨架材料；IT 行业台式电脑机箱外壳，建筑业的防盗门，室内装饰隔断和移门，大型建筑室内吊顶装饰材料以及电梯内装饰材料等；交通运输业，如游轮、高铁内装饰材料等。公司正积极开发电视机背板、空调侧板、热水器用复合材料等新产品，其中空调侧板产品已通过部分客户认证，公司新产品的推出有利于巩固公司与上述客户的合作关系，增加客户粘性，同时发掘潜在客户，形成公司新的利润增长点，但目前距离产品量产、实现收益等还有一定的阶段，也会遇到市场、销售等多因素的影响。

(二) 公司发展战略

基于公司目前的研发、生产、营销、人力资源等内部因素，结合外部环境，公司制定了以“掌握家电用复合材料核心技术，打造家电用复合材料专家级供应商，不失时机拓展产业链，实现公司跨越式发展”的公司未来总体战略目标。报告期内，公司主要经营模式没有发生重大变化，公司总体发展战略目标没有调整。根据国家统计局的统计，2015 年我国家用电冰箱、家用洗衣机累计生产 8,992.8 万台、7,274.5 万台，同比分别增长-1.9%、0.7%，家电行业进入增速放缓的新常态。

目前公司面临的机遇主要表现在：行业虽然处于完全市场化竞争，但进入本行业需要一定的壁垒；家电产品结构性调整及消费者需求结构调整带来了新机遇。

1、进入本行业的主要壁垒

(1) 认证资质和客户关系壁垒

下游家电企业非常重视复合材料生产商的综合实力，主要表现在：第一，供应商要有较大的产能规模，能够保证每年数千乃至上万吨的供货能力；第二，供应商的产品必须有稳定的质量和完善的质量控制体系，因为复合材料直接影响到整个家电产品的质量和观感；第三，有持续提高产品性价比的能力，以分担家电厂商价格竞争的压力。

因此，复合材料生产商要与下游客户建立配套或战略合作关系一般都必须通过客户严格而细致的产品认证测试，特别是国内外的知名家电企业都具有规范的认证及供货测试流程，涉及管理、技术、生产能力等各方面的考核。公司已与 LG、三星电子、伊莱克斯、惠而浦、博西华、海信、格力、美菱、美的等国内外知名品牌建立了长期合作关系的稳定关系，于 2015 年度先后获得 LG 电子“优秀供应商”、惠而浦“全球优秀供应商”、伊莱克斯“全球最佳优秀供应商”等众多重量级奖项，充分显示了公司优异的产品品质和服务质量。

（2）技术工艺壁垒

家电复合材料的生产需要一定的技术工艺，这也是国内建筑用涂层板产能过剩但却无法满足家电企业需求的主要障碍，技术工艺壁垒的存在有效避免了其他类涂层复合材料企业进入家电板市场。相对于建筑涂层板，家电板最主要的特点是装饰性、高加工性能以及优良的抗划伤性和严格的环保要求。由于家电复合材料的上述特点，对所用有机涂料（包括底、面、背漆配套的系统涂层）和复合膜的性能要求非常高，同时，在部分关键生产工艺比如烘箱炉温的控制、辊涂工艺的控制、杂质的控制、产成品的保护等方面都需要生产技术人员拥有丰富的经验。这些生产工艺的掌握程度直接决定了企业的材料利用率，进而影响企业的毛利水平。总体而言，家电复合材料的生产对精细化管理如原材料的选择、生产、库存、工艺控制、生产效率等方面的要求要高于其他类的涂层复合材料。此外，家电产品具有很强的个性化特点，不同企业、不同品牌、不同款系的产品风格存在明显的差异性，为了满足家电业的需求，复合材料的生产只能采取小批量、多品种的形式，根据不同的要求设计不同的工艺流程。

公司通过引进国外先进设备并经过长期的自主研发和试验，在设备选型及安装、原材料选择、印刷及涂布方面积累了丰富的经验，公司能针对性的进行功能设计和生产，满足客户的差异化需求。公司的核心技术主要体现在复合膜材料的生产 and PCM/VCM 系列产品生产过程中的制造工艺方面，如新型环保复合膜制造技术、PET 单层薄膜制造技术及钢板复合技术、超薄涂层涂布工艺、超厚涂层涂布技术、三辊逆涂技术、3D 表面 PCM 板材等。

（3）资金实力的壁垒

家电复合材料行业所需的先期固定资产投入较大，生产设备价格较高，同时，

对新技术的研发以及生产工艺的掌握也需要付出一定的沉没成本，因此，进入家电复合材料生产领域需要在生产设备、持续研发等方面投入大量资金，形成对新进入者的资金门槛。

2、家电产品结构性调整及消费者结构调整带来的新机遇

受国内外经济环境影响，家电行业进入了增速放缓的新常态，家电企业纷纷响应国家进行供给侧改革的号召，减少库存水平，进行产品结构调整，目前家电行业正由从无到有的普及阶段向以更新换代为主的消费升级阶段过渡，随着国家对家电产品节能环保要求的不断提高，节能环保政策将陆续实施，达不到相应节能环保要求的家电产品将陆续退出市场。家电行业智能化发展方向已经比较明确，中怡康预计 2020 年白电智能化率将达到 45%，智能冰箱渗透率将达到 38%，到 2020 年家电行业总产价值将达到 2.2 万亿，其中智能家电带动关联产值将达到 2 万亿元。根据中国家用电器协会《中国家用电冰箱产业技术路线图》规划：到 2020 年，60%全自动洗衣机实现智能化、网络化，到 2025 年这一比例将提高到 90%。智能冰箱到 2025 年应成为家庭的健康管理和食品管理中心。家电高端消费市场仍有较强的需求和潜力，根据中国家电网联合中怡康针对高端家电认知及消费偏好调查于 2016 年 1 月发布的《中国高端家电消费调查报告》，其结果显示，在计划购买高端家电的人群中，出于追求生活品质和家电更新换代需要的消费者分别占 65%和 64%，消费者在购买高端家电时优先考虑的三个因素分别是产品质量、智能化和技术含量。对于高端冰箱，杀菌除味、保鲜技术、节能环保成为消费者的主要诉求；除菌功能、带烘干功能、智能化是消费者在购买高端洗衣机时的主要关注点。随着居民收入增加、消费水平的提升、消费需求的差异多样，未来消费者对于高端化、智能化、节能化的产品将会越来越青睐，预计家电产品结构性调整及消费需求结构增长的作用将逐步显现，公司凭借在技术研发、新品推广、产品质量和客户服务等方面具备的竞争优势，将利用家电产品结构性调整及消费者结构调整带来的新机遇，增加与家电企业的有效沟通与合作，研发升级产品，拓展产品销售。

公司面临的挑战主要体现在：原材料价格波动性增强，加大了公司成本控制难度；公司积极开发新产品，拓展产品应用领域，提高客户粘性，但新产品开发到量产仍需时日。

1、原材料价格波动增加公司成本管理难度

公司生产经营所需的主要原材料为钢板、复合膜、有机涂料等，其中钢板的占比在70%左右，在家电用功能性复合膜方面，公司已基本实现复合膜多个系列产品的自主设计和制造，有机涂料占比较小。根据中国钢铁工业协会的统计，我国钢材价格已连续4年下降，2015年跌幅加大，钢铁协会CSPI钢材综合价格指数由年初的81.91点下跌到56.37点，下降25.54点，降幅31.1%。目前国家正在积极推进供给侧改革，推动化解钢铁产能过剩问题，钢铁行业供大于求的局面虽暂时难以扭转，但短期不确定性因素仍较多。进入2016年一季度，钢材产品受其原材料铁矿石、废钢价格上涨等影响，国内市场钢材价格持续上升，根据中国钢铁工业协会的统计，截至2016年2月末，钢铁协会CSPI中国钢材价格指数为60.04点，环比上升2.44点，升幅为4.24%，较上月加大2.06个百分点，连续3个月环比回升。

公司主要通过如下几方面措施来降低钢板价格波动对公司的影响：第一，依据行业惯例，当钢板价格波动超过一定幅度时，VCM/PCM销售价格也会相应浮动；第二，公司会根据基板价格走势适当调节库存变化；第三，公司一般会与上游钢板企业保持长期合作关系来获得较优惠的价格，同时在钢板价格大幅波动时会及时沟通协商价格调整。

2、新产品开发到量产仍需时日

2015年，公司新技术、新产品的开发有序进行，公司引进技术研发人才，加大技术研发投入，全年共申报实用新型专利5项，获得实用新型专利2项，开发PCM新产品66项，量产38项，开发VCM新产品52项，量产5项，产品竞争优势进一步提高。公司已与LG、三星电子、伊莱克斯、惠而浦、博西华、海信、格力、美菱、美的等国内外知名品牌建立了长期稳定的合作关系，并在其采购体系中占有重要份额，公司正积极开发电视机背板、空调侧板、热水器用家电复合材料等新产品，其中空调侧板产品已通过部分客户认证，公司新产品的推出有利于巩固公司与上述客户的合作关系，增加客户粘性，同时发掘潜在客户，形成公司新的利润增长点，但目前距离产品量产、实现收益等还有一定的阶段，也会遇到市场、销售等多因素的影响。

（三）经营计划

凭借优质客户资源、产品卓越品质及公司全体人员的努力，公司2015年实

现的营业收入合计 78,673.81 万元，同比增长 6.71%，略低于年初目标，受世界经济处于深度调整、国际市场需求低迷等因素影响，公司产品国外销售收入 16,023.77 万元，同比下降 1.38%。实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 6,009.25 万元，同比增长 10.30%，完成年度目标。

2016 年，公司将继续以国际国内大型家电制造商为平台，积极开拓国际国内市场，提升公司产品国际国内销售份额；坚持精益化管理道路，深化公司内部管理，提升公司产品品质和服务；加强公司内部控制制度建设，通过梳理、优化和规范企业各项管理流程，提高公司运营效率、管理和规范运作水平；研发上，跟踪主流品牌和家装业变化趋势，多渠道发掘新材料、新工艺，增加产品在电视机背板、热水器、空调侧板等新行领域的研发及客户认证推广，进一步挖掘潜在客户；积极推动募集资金项目建设，力争早日完成。公司因维持当前业务（主要为家电复合材料生产、销售等）及完成在建募集资金项目建设的资金需求拟主要通过自有资金、募集资金和银行贷款等方式来解决。

考虑到国内外复杂的经济环境、家电行业增速放缓、家电产品结构性调整及消费者消费需求调整对行业的带动作用逐步显现、家电复合材料市场竞争加剧等因素，公司预计 2016 年营业收入 81,034.03 万元，比 2015 年增长 3%，实现归属于上市公司股东的净利润预计与 2015 年持平。费用、成本维持在稳定当前业务增长的合理范围内。

上述涉及未来计划、业绩预测等前瞻性描述，均不构成公司对投资者的实质承诺，敬请投资者对此保持足够的风险意识，并且应当理解经营计划与业绩承诺之间的差异。

（四）可能面对的风险

1、受家电行业波动影响的风险

公司主营业务为家电用复合材料的研发、生产和销售。家电用复合材料作为家电整机的外观部件，与家电行业发展和景气度直接相关，受其影响较为明显。

由于家电行业本身具有周期性波动的特点，未来将受到全球经济复苏进程、我国政府刺激内需政策力度及家电市场政策变化、房地产市场走势、新型城镇化建设进度、消费者需求变化等多方面因素对家电消费市场的影响，其发展增速存在一定的不确定性。2015年度，家电行业增长乏力，行业进入增速放缓的新常态，

家电企业响应国家进行供给侧改革的号召，在降低库存的同时，积极加强研发能力，产品呈现出高端化、智能化、节能化等特点，在当前家电行业由从无到有的普及阶段向以更新换代为主的消费升级阶段过渡的过程中，若家电升级产品不能满足消费者有效需求，导致消费意愿持续下降，将会对家电企业及其公司生产经营和盈利能力造成不利影响。公司将努力提高产品的知名度和品牌影响力，充分利用既有资源优势 and 研发优势，拓展国内外市场，提高公司主要产品的市场占有率，积极与下游家电客户共同研发能满足消费者需求的新产品，拓展产品的应用范围，为公司发展创造新的利润增长点。

2、原材料价格波动风险

公司生产经营所需的主要原材料为钢板、复合膜、有机涂料等，其中钢板的占比在70%左右，在家电用功能性复合膜方面，公司已基本实现复合膜多个系列产品的自主设计和制造，有机涂料占比较小。2015年，在国际大宗商品价格下跌、国内经济下行压力较大、结构调整和转型升级加快、供需矛盾加剧、环保压力上升的背景下，钢铁行业总体仍处于转型阵痛期，产能过剩问题依然突出，产品价格继续下跌。根据中国钢铁工业协会的统计，我国钢材价格已连续4年下降，2015年跌幅加大，钢铁协会CSPI钢材综合价格指数由年初的81.91点下跌到56.37点，下降25.54点，降幅31.1%。目前国家正在积极推进供给侧改革，推动化解钢铁行业产能过剩问题，钢铁行业供大于求的局面虽暂时难以扭转，但短期不确定性因素仍较多。进入2016年一季度，钢材产品受其原材料铁矿石、废钢价格上涨等影响，国内市场钢材价格持续上升，根据中国钢铁工业协会的统计，截至2016年2月末，钢铁协会CSPI中国钢材价格指数为60.04点，环比上升2.44点，升幅为4.24%，较上月加大2.06个百分点，连续3个月环比回升。

根据行业惯例，公司签订采购合同后遇钢材价格涨跌且达到一定幅度时，合同价格可以相应协商调整，公司也可以通过与下游客户协商调整产品价格转移原材料价格波动的风险，但由于公司原材料价格与产品价格变动在时间上存在一定的滞后性，而且在变动幅度上也可能存在一定的差异，因此原材料价格的波动可能对公司业绩的稳定性产生一定的影响。公司将持续关注原材料的价格变化对公司的影响，做好敏感性分析，继续加强采购及成本控制，并与下游客户及供应商积极协商沟通，减少相应风险。

3、募集资金投资项目风险

公司首次公开发行股票上市的募集资金将用于“环保新型家电用覆膜板生产线技改扩能项目”、“家电用复合材料研发中心项目”和“补充公司营运资金”。随着募投项目的逐步达产和产能的逐步释放,公司生产规模将进一步扩大,若下游家电市场出现重大不利变化、VCM/PCM产品市场占有率出现下滑或市场竞争程度加剧,将可能出现募集资金投资项目不能顺利实现预期收益的风险,同时公司也可能因为固定资产规模大幅增加而导致利润下滑。公司将做好募集资金项目建设计划和可行性分析,持续关注市场环境变化和公司经营发展情况,保证募集资金的合理利用。

4、管理风险

随着公司成功上市,对高素质人才的需求日益增加,同时公司项目建设及市场拓展的不断推进,公司销售、管理、研发等人员规模可能也会有所增加,管理要求及复杂程度将显著提高,若公司人员素质不能满足公司持续发展的需要,可能会对公司发展带来不利影响。公司将继续坚持“人才强企”的企业文化建设,把提高员工素质和引进高层次人才作为企业发展的重中之重,做好员工职业规划,加强绩效考核及激励机制,积蓄储备人才力量,为公司持续发展提供可靠的人才支撑。

该报告将提交至公司 2015 年年度股东大会审议。

特此报告。

江苏立霸实业股份有限公司董事会

2016 年 4 月 10 日