

# 君禾泵业股份有限公司

## 2019 年度总经理工作报告

作为君禾泵业股份有限公司（以下简称“公司”）的总经理，现就公司 2019 年度主要经营工作向董事会做如下报告：

### 一、公司整体运营情况

2019 年，全球贸易摩擦不断，宏观经济增速放缓，行业竞争进一步加剧，但在公司董事会的积极领导下，公司上下戮力同心、众志成城，在行业竞争日益激烈的环境中，落实高质量发展，加强内部管理、加大技术创新力度，踏踏实实做事，凭借行业领先的品牌、技术、制造及管理优势，坚持做大做强主业，持续提高公司经营业绩，使得报告期内公司营业收入、净利润实现正增长。

本年度，公司实现营业收入 67,271.32 万元，同比增长 5.56%；实现利润总额 8,725.52 万元，同比增长 9.56%；归属母公司股东净利润 7,504.45 万元，同比增长 9.09%；扣除非经常性损益后净利润 6,956.60 万元，同比增长 16.65%。

截至 2019 年 12 月 31 日，公司经审计的总资产为 91,254.69 万元，同比增长 8.11%；归属于公司股东的净资产为 59,164.09 万元，同比增长 12.76%；实现每股收益 0.53 元，同比增长 8.16%。

2019 年，公司围绕发展战略重点做了以下几点工作：

#### （一）营销业务方面

2019 年公司继续通过展会接洽、回访客户等方式与国内外新老客户建立持续稳定的密切合作关系，公司保持了对欧洲市场的稳固增长，通过近年来对美洲市场的积极持续布局，借助设立北美业务运营中心，不断加强北美营销团队，2019 年面对中美贸易摩擦继续升级以及美国贸易保护政策加剧的不利情况下，通过响应客户需求、产品开发能力等综合化的客户服务积极开拓美国市场客户，使得公司 19 年度北美市场业务保持持续增长，2019 年全年北美市场业务实现 1.53 亿，同比增长 19.57%，北美市场销售区域比例提升到公司销售收入的 23.19%。从目前来看，结合中美贸易摩擦的不确定性，结合市场、客户，产品特点，对比国外墨西哥、台湾、东南亚、东欧区域来看，国内水泵产业链完整、人工效率等多方面还是具有一定优势，但不排除贸易继续加剧升级，对长期经营产生影响。营销

部积极布局亚非拉一带一路沿线国家及地区市场，为公司全球化营销战略夯实基础。

公司营销部从抓住市场、抓住客户需求出发，注重客户服务、关注热点区域市场营销，拓展新增项目、加大老客户返单；对内加强营销体系的建设完善和团队的业务培训，不断提供公司营销团队的综合竞争实力。

## （二）产品研发和生产技改方面

2019 年公司结合市场需求稳步推进新产品研发工作，通过博士后工作站的强有力平台，继续以产学研、国内外科研单位合作开发等模式探索适合市场的新产品新项目。公司 2019 年新增研发项目 13 个，为公司的销售提供了有力的支持。同时公司注重内部研发人员的专业培训、注重专利检索、优化 BOM 和提高零部件通用性及技术换代，研发部门对锂电类、智能 wife、功能切割等家用水泵进行重点项目推进，同时加大对国内养殖、海洋、建筑工程等领域专业用泵的市场研究及项目立项。

另外公司工程部团队也在生产技术上加大工艺改良，技术革新，优化产品工序，通过技改、机器换人等多位一体措施不断优化公司生产环节，极大地降低了公司人员成本、提升了生产效率。

## （三）内部管理、长效激励、企业文化建设方面

公司注重内部管理建设，规范公司治理，明确管理层责任，做好内部预算管理和各部门及子公司 KPI 考核管理，加大信息化工作投入，公司 ERP 升级和智慧数字工厂项目顺利实施。2019 年 10 月份，公司举行了“君行健，禾天下，再出发”主题成立 20 周年庆典活动，开启了新的五年战略规划目标。随着公司的发展，人员在增多、组织架构在扩展、管理层队伍在壮大，公司持续推进内控管理建设，坚持每月召开一次总经理例会、每半年召开总结会议。严格遵守“三会”管理制度，提升公司内部管理的效率与透明度。

公司将进一步完善法人治理结构，建立、健全公司长效激励约束机制，通过实施股权激励措施、借助政府配套人才新政等措施，吸引和留住公司核心管理、核心技术和业务人才，充分调动其积极性和创造性，有效提升核心团队凝聚力和企业核心竞争力，确保公司发展战略和经营目标的实现，充分利用作为上市公司的影响力，加大君禾品牌的知名度和企业文化建设，让员工更有归属感和成就感。

#### （四）信息披露和投资者关系方面

报告期内，公司严格遵守相关法律法规及公司信息披露相关，公司董监高及信息披露负责人认真执行信息披露义务及管理事务，致力于提高公司信息披露规范运作水平，增强信息披露的真实性、准确性、完整性和及时性，提高公司披露的质量和透明度，健全内部约束和责任追究机制。公司通过上海证券交易所（www.sse.com.cn）及指定媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》、《证券日报》及时按照相关法律法规的要求充分进行信息披露，保护投资者权益。同时在日常生活中，建立了通过电话、电子邮件进行投资者互动交流关系管理的有效途径，确保公司的股权投资人及潜在投资者之间畅通有限的沟通联系、事务处理等工作开展。

#### （五）资本市场方面

报告期内，公司的 IPO 募投项目和可转债项目分别建设奉化智能科技产业园正式开工建设动工，截止 2019 年末主体厂房已顺利结项。同时，公司启动公开发行 A 股可转换公司债券项目，拟募集资金总额不超过 2.1 亿元，募集金额投向公司“年产 375 万台水泵项目”，目前公司可转换公司债券已顺利发行。

通过公司 IPO 募投项目与此次可转债募投项目的共同逐步推进实施落地，公司将有力提升规模效应，进一步优化产能配置，大幅度提升技术及工艺水平，有效提升全球市场占有率。**公司未来发展的展望**

结合公司发展战略，公司将积极拟定、执行未来经营计划，为客户提供高品质多功能的创新产品。以服务为核心，以多年来坚持的工匠精神和创新思维驱动企业发展，持续提高产品质量、扩大产品品类、增强企业核心竞争力，提升公司在家用水泵制造领域的品牌价值。2020 年公司将着重从以下几个方面开展工作：

##### 1、市场营销及开发

公司将以现有业务为中心、着力稳固欧洲成熟市场、拓展增长明显的美洲市场，继续增加为现有客户提供的产品品类和提升各类产品的市场份额，努力扩大公司销售规模，并积极布局亚非拉、一带一路国家及地区。同时辅以国内经销商销售、境内外电子商务销售等模式的情况，积极探讨国内个人消费升级、自主品牌替代进口品牌的未来可能性。

##### 2、技术研发

公司持续加大研发投入，通过高端人才引进、博士研究工作站吸收进站等方式，在产品研发、设计、检测等方面的自主创新能力不断提高。围绕着建设国家级标准研究院，以产品智能化（互联网、WIFI）、模块化（标准款型）、便携化（无线锂电）、DIY（个人家庭消费升级）等核心研发理念，公司将不断推陈出新，开发出适合国内外销售的家用水泵类产品。

### 3、生产制造水平提升

配合募投项目的开展，公司将加快实施智能制造、机器换人战略，通过合理产线布局、优化人员组织、提升设备自动化率等手段，保持企业成本竞争力，逐步形成覆盖主要核心业务的高效生产制造体系，全面提升生产经营效率和市场响应速度，不断减少原材料的损耗和用工成本，提升公司利润水平。

### 4、企业文化及人力资源

公司将继续完善企业文化、各项内部管理制度、人力资源管理体系，完善岗位职责、考核激励、培训教育等体系建设，形成良性竞争机制，营造和谐的用人环境。根据公司快速发展的需求，分层次引进生产、管理、技术、品质、销售等方面的复合型人才，结合股权激励等措施，激发员工创造力，同时使公司的发展成果惠及员工，形成有竞争力和创造力的薪酬体系。

### 5、募投项目推进落地

公司将积极稳妥、保质保量地推进募投项目的实施，并随着募投项目的实施，逐步释放、优化公司的产线产能。契合国家政策导向与公司愿景，公司将着力打造有君禾特色的智能制造、机器换人的生产制造体系，全面提升生产经营效率和市场响应速度，切实有效提升公司市场竞争力。

### 6、资本市场计划

公司将积极关注国内泵行业及上下产业链的整合机会，充分利用资本市场的功能，主要通过横向并购、整合等方式，对泵相关制造国内外知名品牌，同一产业链下的家用消费品市场、家用水等消费市场的资本市场机会，努力将公司打造为国内家用水泵龙头企业。

2020年，公司经理层将紧扣董事会整体工作思路和目标任务，保持战略定力，持续精准发力，以提高发展质量和效益为目标，积极采取措施，强化管理创新和科技创新，加快新旧动能转换步伐，生产、技术、管理、销售等各项工作扎

实推进，有效借助资本市场优势，通过内部提升和外部助力，推动企业稳步持续健康发展，努力完成公司 2020 年经营计划。

君禾泵业股份有限公司

总经理：张君波

2020 年 3 月 27 日