



四川双马水泥股份有限公司

2016年度董事会工作报告

一、概述

面对国民经济下行的挑战，水泥行业在《国务院办公厅关于促进建材工业稳增长调结构增效益的指导意见》(国办发[2016]34号)的政策指导下，在行业协会和各主导企业积极开展自救措施下，加强行业自律和市场协调，水泥产能过剩供求失衡的矛盾得到缓解，水泥价格得以回升，行业效益出现回升。2016年全国规模以上水泥产量24亿吨，同比增长2.5%。（数据来源：数字水泥网）。

报告期内，西南区域水泥需求呈现出弱势复苏的态势，水泥价格在上涨后保持稳定，但产能过剩仍是行业主要矛盾。公司董事会及管理层面面对严峻的经营环境，积极改革创新，加强内部管控，努力降低运营成本，提升盈利空间。公司严格防范和控制市场风险，积极调整客户结构，应收款项得到及时充分的回收，确保了上市公司的利益。同时公司作为负责任的企业，积极响应国家政策，以人为本，推进节能减排。在新的管理团队带领下，2016年公司实现归属于上市公司股东的净利润8453.89万元，相比2015年归属于上市公司股东的净利润-1.14亿元，业绩实现了扭亏为盈。

在安全管理方面，报告期内公司始终把健康和安全作为核心价值观，根据国家相关安全法规政策，建立健全公司内部健康与安全管理体系，保持了良好的健康与安全文化氛围。公司通过现场安全审计，安全观察等方式推动安全隐患排查、专项整改，控制了一般事故以上的安全事件发生。借助“安全标准化”活动的深入，公司员工岗位安全技能达标工作得以完善和提高，管理团队的安全领导力也得到加强。公司建立了一整套安全紧急预案程序，增强了公司在紧急情况下的应对能力。公司下属四家工厂的健康安全工作，均获得相关部门的肯定、表彰和推崇。

在环境保护方面，报告期内公司内部成立了环境保护委员会，颁布了环境委员会制度，由公司总经理出任委员会主席，各工厂厂长为委员，从制度和管理层面加强了环境保护管理。公司严格执行国家环保政策和标准，采用有利于环境的先进生产技术、工艺和装备，以负责的态度面对工厂所在地的环境和周围社区；积极响应政府重污染天气下污染物强度减排的要求，制定了工厂重污染天气下各级预警的减排措施，污染源排放远远小于国家标准。报告期内，公司所属各工厂七套SNCR脱硝设施正常运行，有效地实施了氮氧化物的减排，顺利通过了污染物年度总量减排审核。都江堰拉法基水泥有限公司现有的五类产品均为绿色标志低碳产品，并且连续四年通过了低碳水泥认证，成为了绿色环保标志的使用者。

在销售管理方面，报告期内，公司抓住一带一路、西部开发的机遇，积极响应国家提出的“去产能、节能限产”的号召，及时调整公司营销策略，注重民用尤其是农村市场的开拓。公司抓住国家重点工程建设项目和四川省、贵州省加大基础设施建设投入的机会，先后参与了成兰、成贵、渝黔高铁等铁路建设项目、区域内高速公路、大型水电工程项目、贵州新蒲新区以及四川天府新区的建设项目。为了强化旗舰工厂都江堰销售的管理，我们调整优化了销售组织架构，按渠道配备销售管理人员。同时，公司持续优化客户结构，推动水泥售价的提高。公司继续采取提升直销比例、大客户销售比例等措施，较大幅度地提升了市场份额。此外，公司强化信用风险控制，加大催收追讨款项的力度，在回款方面取得了优异的成绩。

在成本和资金管理方面，2016年上半年在能源市场开始反弹前，公司对市场情况进行详细的分析后，及时提前进行存货储备，延缓了价格的上扬，同时为后续市场反弹时，提供了价格和交货时期方面的谈判筹码。2016年下半年在原燃材料受产能限制及全国开展运输治理时，公司积极应对市场变化，多方寻找替代资源，降低综合成本。在项目和备件方面，公司通过开发、整合、优化供应商，以及严格规范操作流程，在成本节约方面取得了较好的效果。报告期内，公司实现了采购成本的降低，并完成了低库存管理目标。此外，公司加强了对应收帐款的管理控制，在销量增加的同时也加大了资金收款的力度，对应收帐款实行点对点

的跟踪，降低应收账款周转期，使应收账款余额有大幅度的下降，从而使公司资金周转加快，降低了资金占用成本。公司通过不断拓宽融资渠道，优化贷款结构，用低成本的贷款置换了利率较高的贷款，降低了融资成本，综合贷款利率下降0.52%，年度财务费用同比下降了16%，年度财务费用较上年节约1600余万元；同时，公司加强了对运营资金的管理，应付账款得到有效的控制，应付账款余额同比大幅上升，应付账款期限较去年有所延长。

在生产管理方面，公司严格贯彻质量管理体系、规范执行各项生产管理制度，产品质量长期稳定。公司持续提升工业业绩管理水平，始终保持各项指标达到业内先进水平。公司不断促进劳动生产率和设备有效运转率的提高，积极提高水泥窑磨产量，充分满足销售需求。在日常生产管理中，以生产环保水泥产品为目标，推动社会经济循环发展。公司持续加强质量管理体系，改进和优化产品竞争力，满足不同客户和工程项目对水泥品质的要求。同时，在竞争激烈的市场环境下，公司采取多种措施进一步降低了单位成品能耗和电耗的成本。

在人力资源方面，报告期内，公司确定了员工、健康安全和环保是公司发展的三个基石，基于这一价值观，公司推进了一系列改革，包含尊重员工个体，培养员工综合技能，激发员工潜力，强化了关键人员的梯队建设，构建了一个充满活力、团结奋进的团队，极大的调动了员工的积极性和创造力。同时，公司进行了组织架构的重组，优化了人员结构，建立了高效、精干的管理队伍，形成了精诚团结、反应快速、业绩导向的管理文化；公司改革了奖金发放制度，调整了考核的指标，聚焦于环保、健康安全和核心财务指标，真正实现以业绩为导向；缩短了考核周期，充分发挥了奖金的激励和价值导向作用。

2016年作为公司内控文化年，公司内控内审团队颁布了员工违反内控的处罚办法、客户及供应商违反业务行为规范的处罚规定，除了对员工开展了每年一次的业务行为规范培训，也对客户及供应商代表进行了业务行为规范现场培训，意在要求各利益相关方恪守规则，共同建立公正廉洁的企业文化。在内部控制方面，公司以简化流程提高效率为目标，于2016年对授权政策以及重点业务共计45个相关流程进行了更新或新建，并强化了对公司业绩的促进和管理。报告期内，公司在遵义三岔工厂建立起了企业内部控制体系，以确保其内部控制体系达到上市公司的要求。

2017年公司董事会及管理层将以扎实的作风，平和稳定地推进公司长远发展，以业绩的提升为目标，以股东利益至上为宗旨，继续深耕于企业管理，积极回报广大投资者。

二、主营业务分析

1、概述

	本报告期	上年同期	同比增减	变动原因
营业收入	2,237,958,272.28	1,974,566,290.64	13.34%	主要系公司水泥销量增加所致
营业成本	1,858,033,455.27	1,766,453,579.32	5.18%	主要系水泥销量增加以及公司进一步加强成本控制,降低原材料采购成本所致
税金及附加	24,607,116.51	14,709,173.34	67.29%	主要是本期应缴纳增值税增加,从而导致相关税金及附加增加所致
财务费用	81,046,169.67	97,226,621.05	-16.64%	主要是本期本公司借款同比减少所致
所得税费用	49,956,355.62	-1,943,915.27		主要系本期本公司之子公司盈利状况好转导致所得税费用增加以及本公司转回以前年度已确认递延所得税资产所致
经营活动产生的现金流量净额	539,009,164.64	311,998,003.21	72.76%	主要系本期本公司营业收入增加所致。
投资活动产生的现金流量净额	-41,067,927.23	-556,346,419.74	-92.62%	主要系上期本公司以现金支付购买三岔拉法基瑞安100%股权和支付江油生产线改造项目工程款所致
筹资活动产生的现金流量净额	-418,591,737.90	-120,848,975.08	246.38%	主要是本期本公司为降低财务费用归还借款所致
现金及现金等价物净增加额	79,349,398.35	-365,012,540.42		

2、收入与成本

(1) 营业收入构成

单位：元

	2016年		2015年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	2,237,958,272.28	100%	1,974,566,290.64	100%	13.34%
分行业					
水泥业务	2,237,958,272.28	100.00%	1,974,566,290.64	100.00%	13.34%
分产品					
水泥	2,237,958,272.28	100.00%	1,974,566,290.64	100.00%	13.34%
分地区					
西南地区	2,237,958,272.28	100.00%	1,974,566,290.64	100.00%	13.34%

(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

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
水泥业务	2,237,958,272.28	1,858,033,455.27	16.98%	13.34%	5.18%	61.10%
分产品						
水泥	2,237,958,272.28	1,858,033,455.27	16.98%	13.34%	5.18%	61.10%
分地区						
西南地区	2,237,958,272.28	1,858,033,455.27	16.98%	13.34%	5.18%	61.10%

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

行业分类	项目	单位	2016 年	2015 年	同比增减
水泥行业	销售量	吨	10,680,420	9,641,508	10.78%
	生产量	吨	10,656,457	9,646,201	10.47%
	库存量	吨	88,905	113,813	-21.88%

相关数据同比发生变动 30% 以上的原因说明

适用 不适用

(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

行业分类	项目	2016 年		2015 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
水泥业务		1,858,033,455.27	100.00%	1,766,453,579.32	100.00%	5.18%

单位：元

产品分类	项目	2016年		2015年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
水泥		1,858,033,455.27	100.00%	1,766,453,579.32	100.00%	5.18%

说明

项目	2016年		2015年	
	金额	%	金额	%
主要原材料	451,230,827.21	24.29	474,266,895.23	26.85
主要能源	871,962,379.46	46.93	796,544,150.35	45.09
其他成本	534,840,248.60	28.78	495,642,533.74	28.06
合计	1,858,033,455.27	100.00	1,766,453,579.32	100.00

(6) 报告期内合并范围是否发生变动

√ 是 □ 否

本年度合并财务报表范围新增两家新设子公司，详见第十一节财务报告附注(八)合并范围的变更。

(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

前五名客户合计销售金额（元）	508,820,116.33
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	22.73%
前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例	0.00%

公司前5大客户资料

序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售总额比例
1	客户 1	285,046,659.70	12.74%
2	客户 2	66,127,743.29	2.95%
3	客户 3	59,620,278.58	2.66%
4	客户 4	53,024,897.18	2.37%
5	客户 5	45,000,537.58	2.01%
合计	--	508,820,116.33	22.73%

主要客户其他情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额（元）	461,373,527.98
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	31.00%
前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例	0.00%

公司前 5 名供应商资料

序号	供应商名称	采购额（元）	占年度采购总额比例
1	供应商 1	225,308,004.55	15.14%
2	供应商 2	76,478,612.45	5.14%
3	供应商 3	66,111,716.59	4.44%
4	供应商 4	47,742,069.40	3.21%
5	供应商 5	45,733,124.99	3.07%
合计	--	461,373,527.98	31.00%

主要供应商其他情况说明

□ 适用 √ 不适用

3、费用

单位：元

	2016 年	2015 年	同比增减	重大变动说明
销售费用	50,074,349.61	22,777,969.89	119.84%	主要是本公司之子公司都江堰拉法基公司销售运费增加所致
管理费用	113,561,079.82	180,806,972.62	-37.19%	主要系依据《主品牌协议》、《知识产权许可协议》，同比降低支付费率以及同比减少职工薪酬所致
财务费用	81,046,169.67	97,226,621.05	-16.64%	

4、研发投入

□ 适用 √ 不适用

5、现金流

单位：元

项目	2016 年	2015 年	同比增减
经营活动现金流入小计	1,993,070,715.81	1,893,426,999.32	5.26%
经营活动现金流出小计	1,454,061,551.17	1,581,428,996.11	-8.05%

经营活动产生的现金流量净额	539,009,164.64	311,998,003.21	72.76%
投资活动现金流入小计	9,152,308.01	4,836,092.66	89.25%
投资活动现金流出小计	50,220,235.24	561,182,512.40	-91.05%
投资活动产生的现金流量净额	-41,067,927.23	-556,346,419.74	-92.62%
筹资活动现金流入小计	1,051,371,675.89	608,963,332.24	72.65%
筹资活动现金流出小计	1,469,963,413.79	729,812,307.32	101.42%
筹资活动产生的现金流量净额	-418,591,737.90	-120,848,975.08	246.38%
现金及现金等价物净增加额	79,349,398.35	-365,012,540.42	

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

经营活动产生的现金流量净额：经营活动产生的现金流量净额较上年同期增加72.76%，主要是本期本公司营业收入增加及加强现金管理，合理延迟支付货款所致；

投资活动产生的现金流量净额：投资活动产生的现金流量净额较上年同期增加51,527.85万元，主要是上期本公司以现金支付购买三岔拉法基100%股权和支付江油生产线改造项目工程款所致；

筹资活动产生的现金流量净额：筹资活动产生的现金流量净额较上年同期减少29,774.28万元，主要是本期本公司为降低财务费用归还借款所致。

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

单位：元

	金额	占利润总额比例	形成原因说明	是否具有可持续性
投资收益	715,664.54	0.45%		
资产减值	14,636,627.13	9.25%	主要是本期对需替换的固定资产和不再适用的备件等计提减值准备	不具有可持续性
营业外收入	64,985,530.98	41.07%	主要是本期收到政府补助	具有可持续性
营业外支出	3,455,521.36	2.18%	主要是本期处置不需要固定资产	不具有可持续性

四、资产及负债状况

1、资产构成重大变动情况

单位：元

	2016 年末		2015 年末		比重增减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
货币资金	236,325,787.49	4.37%	131,241,474.87	2.41%	1.96%	
应收账款	179,195,040.92	3.31%	267,100,105.13	4.90%	-1.59%	
存货	161,007,089.48	2.98%	127,125,537.32	2.33%	0.65%	
投资性房地产				0.00%	0.00%	
长期股权投资	1,600,000.00	0.03%	8,301,000.39	0.15%	-0.12%	
固定资产	4,063,944,943.94	75.12%	4,263,777,481.03	78.21%	-3.09%	
在建工程	21,214,403.05	0.39%	4,774,357.31	0.09%	0.30%	
短期借款	538,283,449.77	9.95%	509,949,749.91	9.35%	0.60%	
长期借款			58,000,000.00	1.06%	-1.06%	主要是本公司将一年内到期的长期借款重分类至一年内到期的非流动负债所致
一年内到期的非流动负债	357,422,169.76	6.61%	381,481,708.00	7.00%	-0.39%	
应付债券	0.00		298,266,509.40	5.47%	-5.47%	主要是本公司将一年内到期的中期票据重分类至一年内到期的非流动负债所致

2、以公允价值计量的资产和负债

适用 不适用

3、截至报告期末的资产权利受限情况

无

五、投资状况

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、金融资产投资

(1) 证券投资情况

适用 不适用

公司报告期不存在证券投资。

(2) 衍生品投资情况

适用 不适用

公司报告期不存在衍生品投资。

5、募集资金使用情况

适用 不适用

公司报告期无募集资金使用情况。

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。

依据公司 2017 年 2 月 17 日披露的《关于筹划资产重组停牌期满申请继续停牌的公告》，公司目前正在筹划出售公司持有的全部水泥业务资产，交易对方为拉法基中国水泥有限公司或其指定的第三方，本次对价由交易对方现金支付，本次交易构成关联交易。

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

公司名称	公司类型	主要业务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	营业利润	净利润
四川双马宜宾水泥制造有限公司	子公司	水泥生产和销售	500,000,000.00	894,970,159.14	464,194,918.19	432,842,024.22	-5,621,287.93	4,702,835.70
都江堰拉法基水泥有限公司	子公司	水泥生产和销售	856,839,300.00	3,246,263,728.93	2,432,120,576.93	1,147,018,064.18	95,505,361.82	94,999,482.81
遵义三岔拉法基水泥有限公司	子公司	水泥生产和销售	500,416,000.00	1,227,918,743.14	680,525,340.52	490,607,833.58	50,916,531.37	67,536,426.21

报告期内取得和处置子公司的情况

√ 适用 □ 不适用

公司名称	报告期内取得和处置子公司方式	对整体生产经营和业绩的影响
成都和谐双马科技有限公司	设立	公司于 2016 年 12 月成立，截至 2016 年 12 月 31 日尚未营业。
江油拉豪双马水泥有限公司	设立	公司于 2016 年 12 月成立，截至 2016 年 12 月 31 日尚未营业。

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) 水泥业务的发展展望

1、宏观发展环境、行业发展趋势、行业面临的市场竞争格局及公司的发展机遇、挑战

2017年受国家行业及环保调控影响，水泥行业自律等行为预计会持续，在一定程度上会缓解水泥产能过剩所带来的供求失衡矛盾。但是受国民经济增速放缓影响，房地产需求持续低迷，基础建设项目仍然将是支持整个公司未来发展的支柱。

2、公司发展战略

2.1、愿景使命

四川双马将会在公司管理、工业技术、产品开发、渠道建设以及节能减排等各方面进行深入研究与全面提高。在四川水泥行业整合过程中的关键时期抓住机遇，迎接挑战，创造更辉煌的未来。

四川双马秉承以技术创新为使命，以推动行业发展为己任的管理理念，将本土化管理和全球化优势结合，为公司注入全新活力。锐意创新，持续发展，构建美好城市。

2.2、战略目标

在环境保护与维护社会责任的前提下，以客户为中心，提高管理水平，成为行业内最具竞争力的企业。

2.3、战略方针

2.3.1 关注安全与健康，致力于为所有工作场所的所有人员，包括员工、客户、供应商、第三方等提供安全与健康的工作环境；

健康和安全是企业的核心价值观，也是企业文化的基石。所有员工都有权获得安全、健康的工作环境，同时也必须为营造这一环境负责。企业对所有工厂进行安全评估，建立包括总部、运营单位及工厂等各个层面在内的安全管理团队，并制定了一套完整而详细的安全规则加以实施。同时，公司不定期组织安全培训，提高安全健康意识，与员工与客户共同持续改进，全面提升安全业绩。公司将健康与安全目标融入各级管理体系中，以安全为核心企业价值观，营造健康安全氛围，创造公司安全文化。

2.3.2 以客户为中心，致力于为客户提供质量可靠的产品、提供最佳解决方案和最佳服务；

我们将积极推进对建材行业市场各类需求的挖掘，结合双马各个工厂现有工业研发能力，利用世界级的领先科技，致力于新产品的开发以及产品性能的提升。我们将加速推进“志在超越”项目，继续已经取得成功的市场通路项目，加强对客户需求的深入了解。同时我们将继续努力加强产品一体化的研究，包括原材料、骨料、外加剂等多方面复合型产品，已经针对城市建筑趋势中的特殊建筑系统和建筑材料的需求展开研发和实践。

2.3.3 关注股东和投资者利益，通过提高业绩等措施为股东和投资者提供最大回报；

四川双马致力成为客户首选的供应商、员工首选的公司、社区受欢迎的伙伴、股东中意的投资对象。我们秉承尊重共同利益、坦诚公开、沟通与交流、为人正直、信守承诺的行为准则，通过加强管理能力，提高技术创新能力，为满足客户需求而不懈努力。我们将持续利用“追求卓越”项目加强成本管理，通过“志在超越”项目提高营销能力和经营收入，最终得以提升综合竞争力，为股东与投资者的支持提供最大收益与回报。

2.3.4 关注员工，致力于为员工提供职业发展和职业规划方面的支持，帮助员工取得成功；

公司注重员工发展，致力于为每个职位安排最合适的人选，并帮助员工规划其职业发展，使人尽其能。公司将继续在员工发展方面做出努力，具体举措包括：为员工提供培训和辅导，发展员工的潜能；根据业绩表现进行奖励以激励员工；建设本土人才团队；提供全面而专业的知识培训。针对员工的不同情况提供相应的专业知识培训：水泥专业人员发展项目、学校工厂、水泥大师等；丰富的软技能培训如管理发展项目等。

2.3.5 关注环境保护，做环境友好型企业，通过节能、减排、使用可替代原料等措施保护和改善环境；

公司都江堰工厂于2012年获得了中国首批“中国环境标志低碳水泥产品认证示范企业”。都江堰拉法基凭借其在产品质量、清洁生产、单位产品能耗、产品散装率、生产企业污染物排放以及矿山生态恢复计划和对替代原燃料利用率等方面的卓越业绩，成功获得低碳水泥认证，正是公司积极兑现可持续发展承诺的有力证明。在2017年，我们将加强在替代燃料等上的探索和投入，来达到降低能耗，节约资源的目的。我们将继续以可持续发展为目标，以绿色低碳为己任，充分发挥技术优势，为环境保护做出贡献。

2.3.6 关注社区关系，做负责任的企业公民，致力于把社区建设得更美好，支持地方经济发展。

作为一个负有责任感的企业社会公民，企业积极投入与媒体和政府的合作，开展包括参观工厂在内的各项活动，加强交流和经验分享；与合作伙伴、当地利益相关方、员工及家属的合作，组织“开放日”等活动，增进对公司企业文化的了解；与非政府组织的合作，参与及组织包括世界自然基金会、中国可持续发展工商理事会、全球企业抗艾滋病联合会以及玛丽斯特普国际组织所开展的各项活动。我们承诺，将不断为构筑和谐社区，绿色家园添砖加瓦。

3、新年度经营计划

公司将积极面对困难的市场情况，保持高生产运行效率，进一步挖掘设备的潜能；着眼市场增量，聚焦大型工程项目，着手细分市场机会，优化公司市场营销体系，强化市场营销能力建设，开发新产品，提升用户体验，提高客户满意度等举措，丰富品牌新内涵，从而提升公司的盈利能力。

公司2016年预计销售水泥970万吨，实际销售水泥1068.04万吨，预计销售骨料150万吨，实际销售骨料167.37万吨，已圆满完成目标。公司预计2017年销售水泥1000万吨，骨料200万吨。公司将通过做好以下八个方面

的工作实现2017年的经营目标:

3.1、继续推行“安全是核心价值”的文化,持续改善工作场所安全、职业健康及环境保护,为员工提供安全健康的工作环境,并着重提高管理层的安全领导力。

3.2、公司计划深化销售渠道和市场细分的开拓和管理,尝试创新销售模式,不断强化品牌影响力。同时将积极寻求市场价格提升机会,优化客户结构,提升盈利能力。公司将继续深度实施高效销售执行力项目,增强商务人员素质,打造一支适应市场竞争,拼搏奋进的销售团队。

3.3、继续推行先进的生产技术和管理理念,严格执行成熟的生产设备维护制度,保证生产设备稳定实现设计的产能,确保主营业务收入的实现。

3.4、严格控制生产运营成本,对业务流程进行标准化升级,不断优化产品原材料配比并降低能耗。更加严格地管理物料消耗和各类开支,严控维修项目以及合理降低维修频率,进一步降低维修成本及相关费用。积极响应政府节能减排、安全生产等政策,获取社区更多支持。加强企业间协作性,不断降低物流成本及采购成本。优化资金结构,严格控制营运资金需求,降低库存水平,从而大幅降低财务费用。

3.5、公司一贯重视环境保护,一直致力于节能减排的生产工艺,公司将以开放的态度开发和吸收先进的技术,努力改进和提高工艺、技术水平,尽最大努力降低生产经营对环境的污染程度,进一步做好节能减排工作。

3.6、密切关注能源和主要原材料的市场动态,积极与有实力的供应商建立战略合作关系,努力拓宽供应渠道,同时积极探索资源的有效利用,确保关键原材料的供应能力。

3.7、进一步优化管理架构和稳定各专业的骨干人员,提供相关的技术或管理培训,尽快提升全公司的管理水平。

3.8、完善公司内部控制体系,加强对资金的内部控制,保证资金的安全,提高资金的使用效益,规避企业的经营风险。

上述财务预算和经营计划并不构成公司对投资者的业绩承诺,提示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。

4、新年度的融资计划和安排

公司在2017年为保障正常生产运营和固定资产设备维护,将使用发票融资,银行贷款等外部融资,主要运用于改善债务结构及补充日常经营生产所需。

5、可能对公司未来发展战略和经营目标的实现产生不利影响的风险因素

管理层认为,公司在发展中将面临以下风险:

5.1、经济周期波动的风险

公司主要从事水泥及制品的制造销售。未来宏观经济的周期性波动,可能致使相关行业的经营环境发生变化,使固定资产投资或技术改造项目投资出现收缩和调整,进而间接影响到水泥行业的发展。因此,受到未来宏观经济周期性波动的影响,公司盈利能力存在一定的波动风险。公司将对经济形势进行估测,适时调整管理政策,降低经济周期波动带来的风险。

5.2、市场风险

5.2.1 行业产能全面过剩的风险

近年来，国内水泥市场总体呈现出严重的供过于求状况，但区域内水泥市场已处于饱和状态，行业产能全面过剩的局面日趋严重，使得同业之间的市场竞争益发激烈，公司存在面临无序竞争而导致价格剧烈波动的风险。同时，全年的水泥供需关系进一步恶化，部分区域的“价格战”难以避免，从而给公司经营业绩带来更大的压力。

5.2.2 过度依赖单一市场风险

由于受到运输条件和运输成本的制约，水泥销售存在一个合理的销售半径。水泥行业所具有的区域性销售特征，对公司开拓新的区域市场造成了一定障碍。公司目前最主要的销售市场为西南地区。公司的主营业务收入大部分来源于四川省，销售区域的集中度较高。因此，公司在巩固核心市场地位的同时仍需考虑单一市场饱和和可能性所带来的市场风险。

公司将在行业格局变动的风险中寻求机遇，加大市场扩展，从而降低市场竞争模式变化带来的风险。

5.2.3 产品价格波动的风险

公司的水泥销售价格除受到煤、电等成本的影响外，还与市场内的价格竞争有着重要的联系。监管部门一直对水泥行业恶性价格竞争十分关注。而产能落后、规模较小的水泥企业往往可能扰乱区域市场内的价格秩序，尤其是公司的主要市场相对集中于四川省内。区域内恶性价格竞争将会对公司的盈利性产生较大影响。公司将进一步改进生产管理，提高产品质量，增强产品竞争力，降低价格波动带来的风险。

5.2.4 原材料供应及能源价格波动的风险

公司生产所需的主要原料是石灰石及粘土，其他原料包括粉煤灰、石膏、矿渣、砂岩及铁粉等。石灰石及砂岩主要为公司自有矿山开采供应，其他原材料外购。公司所有生产基地自有矿山的矿石开采已获得政府有关部门核发的有效的采矿权证，且储备量较大，足够公司日常生产经营和发展所需。但若国家关于采矿权的许可、行使其税费政策发生重大变化，或者公司目前所拥有的矿山开采完毕需重新购买，则将给公司生产经营带来不确定因素。

煤炭和电力的采购成本在公司水泥生产总成本的占比较高。如果能源价格由于政策变动或市场供求等因素出现较大幅度的上涨，公司也将面临生产成本增加的压力，如果此因素所造成的成本上涨无法完全传导至产品价格，则有可能对公司的盈利产生影响。公司将通过加强成本控制等措施来降低原燃料价格波动产生的风险。

5.3、环境保护政策变化的风险

随着近年来我国环境污染问题的突显，国家制定的环境保护政策日趋严厉，为执行更高的环境保护规范和达到更加严格的环境保护指标，公司需要不断购买、改造和调试环境保护设备，优化生产工艺，对相关职员进行培训指导，面临着经济成本和时间成本不断增加的风险。此外，城市雾霾天气频发，公司下属四家工厂所在城市的环境保护部门均制定了应急预案，当雾霾天气严重到二级预警以上时，将要求部分企业减产限产或停产，故公司面临雾霾天气加重，产量减少的风险。

(二) 其他展望

根据公司目前正在筹划的重大资产重组事项，公司拟出售所持有的全部水泥业务资产，不排除未来根据公司战略需求和实际经营情况择机注入符合国家产业发展方向的优质资产。公司主业存在变更的可能性。