

DISCLOSURE

信息披露

(上接第A11版)

从政策层面看,我国钢铁工业在经历了以数量扩张为主的发展时期后,进入了加速结构调整、提高效率为主的阶段。2005年7月20日国家发改委颁布的《钢铁产业发展政策》,有利于改善大中型钢铁企业的外部竞争环境,对公司发展更为有利。公司地处东北老工业基地,且同为辽宁国资委和黑龙江国资委控股企业,公司享受国家对东北老工业基地的优惠政策,也享受辽宁省、沈阳市、鞍山市、本溪市等各级政府的优惠政策。公司主要产品是板材,其主要客户集中在东北地区,因此,国家对东北各局属企业的优惠政策(如落实税收优惠)对东北老工业基地企业所得税优惠政策的通知中所附税种优惠政策。另外,除新建项目外,公司享受购进固定资产的进项税额可以全额抵扣销项税额的优惠政策。

三、发行人主营业务模式、状况及发展规划

2007年,公司主营业务收入112.3亿元,其中主要为钢材销售收入,公司主营业务突出。(一)原材料采购情况:公司享受国家对东北老工业基地的优惠政策,也享受辽宁省、沈阳市、鞍山市、本溪市等各级政府的优惠政策。公司主要产品是板材,其主要客户集中在东北地区,因此,国家对东北各局属企业的优惠政策(如落实税收优惠)对东北老工业基地企业所得税优惠政策的通知中所附税种优惠政策。另外,除新建项目外,公司享受购进固定资产的进项税额可以全额抵扣销项税额的优惠政策。

三、发行人近三年主要财务数据

发行人东北特钢集团2005年—2007年经审计的主要财务数据与指标如下:

(单位:万元)

项目	2007年	2006年	2005年
资产总额	1829082.40	1735020.71	1696081.92
其中:流动资产	729189.81	720810.60	700799.22
负债总额	1200744.44	1158869.08	1165548.89
其中:流动负债	112468.31	1065758.87	1055448.89
所有者权益	327946.23	296219.62	290302.92
主营业务收入	1123067.59	93980.01	987321.91
利润总额	22032.69	12468.21	10402.26
净利润	13266.06	5999.66	5834.09
经营活动产生的现金流量净额	58919.52	74322.10	82411.01
现金及现金等价物净增加额	-14463.07	22638.28	-7612.97
资产负债率	65.65%	66.97%	68.72%

四、发行人近三年主要产品采购量及采购均价

图3:主要产品采购量及采购均价

综合来看,2005年—2007年,公司主要材料采购量基本平稳,采购均价略呈上升趋势。2006年以来,部分材料采购均价有所回落,但仍处于较高水平。

(二)经营现状

公司拥有国际先进的轧金、加工成材、特殊钢制品、产品分析及检测全套的现代化工艺装备,公司拥有的生产规模、技术实力、抚顺基地和北满基地的生产条件,形成了一个完整的产业链。

2005年的12条生产线,2006年增加到14条,2007年增加到16条,实现了品种的丰富化,提高了产品的附加值,降低了生产成本,提高了生产效率,产品成本降低,产品价格提升,实现了经济效益的提升。

2004年以来,公司大连基地和抚顺基地的主要产品的产量和销售收入有所波动,公司产品、资产、销售、利润等方面都取得了跨跃式增长,主要原因是公司生产调整、调整营销策略等方面均取得了一定的成效。

2005—2007年,公司产品资产的年均增长约3.85%,所有者权益年均增长6.29%,主营业务收入年均增长6.65%,利润总额年均增长45.54%。总体看,公司生产经营质量较好。

2.主营业务分析

公司主营业务收入来源于汽车用钢、轴承钢、工具钢和不锈钢等,其中不锈钢和工具钢的销售增长是主营业务收入不断增加的重要因素,这主要得益于不锈钢和工具钢销售价格的持续上涨和钢材价格的不断上升。

3.投资收益分析

发行人近三年的资产规模在稳定中有一定增加,主营业务突出且收入状况十分良好。虽然面临原材料涨价等因素的影响,但2005年—2007年公司各期经营指标均取得了较好的发展,公司资产、产品、销售、利润等方面都取得了跨跃式增长,主要原因是公司生产调整、调整营销策略等方面均取得了一定的成效。

4.筹资活动分析

公司通过银行借款、发行债券、股票等方式筹集资金,2005—2007年公司筹资活动现金流量净额分别为10.19亿元、10.19亿元、10.19亿元,从而进行生产经营,提高了款项收回的可操作性。目前,公司销售主要区域是东北和华北地区(见图4)。

图4:2007年公司国内销售市场分布图

资料来源:公司提供。

(三)产品销售

公司在全国建立了11个销售分公司,负责三大基地的产品销售。公司的销售策略是:立足于本地市场,进入全国市场分步实施,以直销为主,代理销售为辅的原则。公司目前销售比例约为70%。公司对部分产品实行预收货款方式,对于部分产品实行现款现货方式,对于部分产品实行先款后货方式。2007年公司已经生产销售,提高了款项收回的可操作性。目前,公司销售主要区域是东北和华北地区(见图4)。

图4:2007年公司国内销售市场分布图

资料来源:公司提供。

(四)经营效果

近三年,公司资产总额年均增长4%,所有者权益年均增长5.18%,主营业务收入年均增长10.19%,利润总额年均增长3.6%。总体看,公司增长质量较好。

公司在全国建立了11个销售分公司,负责三大基地的产品销售。公司的销售策略是:立足于本地市场,进入全国市场分步实施,以直销为主,代理销售为辅的原则。公司目前销售比例约为70%。公司对部分产品实行预收货款方式,对于部分产品实行现款现货方式,对于部分产品实行先款后货方式。2007年公司已经生产销售,提高了款项收回的可操作性。目前,公司销售主要区域是东北和华北地区(见图4)。

图4:2007年公司国内销售市场分布图

资料来源:公司提供。

(五)产品采购

2005—2007年,公司主营业务收入相对平稳,主营业务利润逐年增长,但受煤炭、废钢等原材料价格上涨的影响,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2.主营业务收入

公司主营业务收入来源于汽车用钢、轴承钢、工具钢和不锈钢等,其中不锈钢和工具钢的销售增长是主营业务收入不断增加的重要因素,这主要得益于不锈钢和工具钢销售价格的持续上涨和钢材价格的不断上升。

3.投资收益分析

公司通过银行借款、发行债券、股票等方式筹集资金,2005—2007年公司各期经营指标均取得了较好的发展,公司资产、产品、销售、利润等方面都取得了跨跃式增长,主要原因是公司生产调整、调整营销策略等方面均取得了一定的成效。

4.筹资活动分析

公司通过银行借款、发行债券、股票等方式筹集资金,2005—2007年公司各期经营指标均取得了较好的发展,公司资产、产品、销售、利润等方面都取得了跨跃式增长,主要原因是公司生产调整、调整营销策略等方面均取得了一定的成效。

图4:2007年公司国内销售市场分布图

资料来源:公司提供。

(六)偿债能力分析

近三年公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2.主营业务收入

公司主营业务收入来源于汽车用钢、轴承钢、工具钢和不锈钢等,其中不锈钢和工具钢的销售增长是主营业务收入不断增加的重要因素,这主要得益于不锈钢和工具钢销售价格的持续上涨和钢材价格的不断上升。

3.投资收益分析

公司通过银行借款、发行债券、股票等方式筹集资金,2005—2007年公司各期经营指标均取得了较好的发展,公司资产、产品、销售、利润等方面都取得了跨跃式增长,主要原因是公司生产调整、调整营销策略等方面均取得了一定的成效。

4.筹资活动分析

公司通过银行借款、发行债券、股票等方式筹集资金,2005—2007年公司各期经营指标均取得了较好的发展,公司资产、产品、销售、利润等方面都取得了跨跃式增长,主要原因是公司生产调整、调整营销策略等方面均取得了一定的成效。

图4:2007年公司国内销售市场分布图

资料来源:公司提供。

(七)盈利能力分析

近三年公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2.主营业务收入

公司主营业务收入来源于汽车用钢、轴承钢、工具钢和不锈钢等,其中不锈钢和工具钢的销售增长是主营业务收入不断增加的重要因素,这主要得益于不锈钢和工具钢销售价格的持续上涨和钢材价格的不断上升。

3.投资收益分析

公司通过银行借款、发行债券、股票等方式筹集资金,2005—2007年公司各期经营指标均取得了较好的发展,公司资产、产品、销售、利润等方面都取得了跨跃式增长,主要原因是公司生产调整、调整营销策略等方面均取得了一定的成效。

4.筹资活动分析

公司通过银行借款、发行债券、股票等方式筹集资金,2005—2007年公司各期经营指标均取得了较好的发展,公司资产、产品、销售、利润等方面都取得了跨跃式增长,主要原因是公司生产调整、调整营销策略等方面均取得了一定的成效。

图4:2007年公司国内销售市场分布图

资料来源:公司提供。

(八)偿债能力分析

近三年公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2.主营业务收入

公司主营业务收入来源于汽车用钢、轴承钢、工具钢和不锈钢等,其中不锈钢和工具钢的销售增长是主营业务收入不断增加的重要因素,这主要得益于不锈钢和工具钢销售价格的持续上涨和钢材价格的不断上升。

3.投资收益分析

公司通过银行借款、发行债券、股票等方式筹集资金,2005—2007年公司各期经营指标均取得了较好的发展,公司资产、产品、销售、利润等方面都取得了跨跃式增长,主要原因是公司生产调整、调整营销策略等方面均取得了一定的成效。

4.筹资活动分析

公司通过银行借款、发行债券、股票等方式筹集资金,2005—2007年公司各期经营指标均取得了较好的发展,公司资产、产品、销售、利润等方面都取得了跨跃式增长,主要原因是公司生产调整、调整营销策略等方面均取得了一定的成效。

图4:2007年公司国内销售市场分布图

资料来源:公司提供。

(九)经营效果

近三年,公司资产总额年均增长4%,所有者权益年均增长5.18%,主营业务收入年均增长10.19%,利润总额年均增长3.6%。总体看,公司增长质量较好。

公司在全国建立了11个销售分公司,负责三大基地的产品销售。公司的销售策略是:立足于本地市场,进入全国市场分步实施,以直销为主,代理销售为辅的原则。公司目前销售比例约为70%。公司对部分产品实行预收货款方式,对于部分产品实行现款现货方式,对于部分产品实行先款后货方式。2007年公司已经生产销售,提高了款项收回的可操作性。目前,公司销售主要区域是东北和华北地区(见图4)。

图4:2007年公司国内销售市场分布图

资料来源:公司提供。

(十)盈利能力分析

近三年公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2.主营业务收入

公司主营业务收入来源于汽车用钢、轴承钢、工具钢和不锈钢等,其中不锈钢和工具钢的销售增长是主营业务收入不断增加的重要因素,这主要得益于不锈钢和工具钢销售价格的持续上涨和钢材价格的不断上升。

3.投资收益分析

公司通过银行借款、发行债券、股票等方式筹集资金,2005—2007年公司各期经营指标均取得了较好的发展,公司资产、产品、销售、利润等方面都取得了跨跃式增长,主要原因是公司生产调整、调整营销策略等方面均取得了一定的成效。

4.筹资活动分析

公司通过银行借款、发行债券、股票等方式筹集资金,2005—2007年公司各期经营指标均取得了较好的发展,公司资产、产品、销售、利润等方面都取得了跨跃式增长,主要原因是公司生产调整、调整营销策略等方面均取得了一定的成效。

图4:2007年公司国内销售市场分布图

资料来源:公司提供。

(十一)偿债能力分析

近三年公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2005—2007年,公司主营业务收入增长幅度较小,但公司主营业务利润增长幅度较大。

2.主营业务收入

公司主营业务收入来源于汽车用钢、轴承钢、工具钢和不锈钢等,其中不锈钢和工具钢的销售增长是主营业务收入不断增加的重要因素,这主要得益于不锈钢和工具钢销售价格的持续上涨和钢材价格的不断上升。