

1、重要提示
本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

公司简介

股票简称	兴业科技	股票代码	002674
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	吴美莉	张亮	
电话	0595-36798886	0595-36798886	
传真	0595-36798885	0595-36798885	
电子邮箱	wml@xingtech.com	tyl@xingtech.com	

2、主要财务数据和股东变化

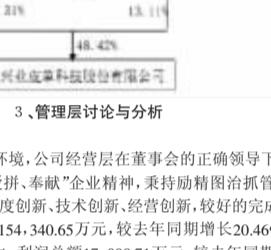
①主要财务数据

	2012年	2011年	本年比上年增减(%)	2010年
营业收入(元)	1,543,406,489.55	1,281,284,382.88	20.46%	1,041,656,683.84
归属于上市公司股东的净利润(元)	145,429,012.75	122,993,036.73	18.24%	106,559,646.43
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	141,498,505.16	122,793,775.37	15.23%	105,663,334.00
经营活动产生的现金流量净额(元)	8,731,320.77	92,335,694.44	-90.54%	88,573,051.56
基本每股收益(元/股)	0.0764	0.0683	-1.01%	0.0592
稀释每股收益(元/股)	0.0764	0.0683	-1.01%	0.0592
加权平均净资产收益率(%)	13.81%	22.47%	减少8.66个百分比	23.81%
	2012年末	2011年末	本年年末增减(%)	2010年末
总资产(元)	1,619,536,189.54	802,609,222.87	101.78%	728,585,711.94
归属于上市公司股东的净资产(元)	1,405,608,452.65	587,785,775.85	139.14%	500,792,739.12

②前10名股东持股情况

报告期股东总数	20,056	年度报告披露日	前5个交易日股东总数	20,485
前10名股东持股情况				
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量 质押或冻结情况(股数/股态) 数量
晋江万兴投资有限公司	境内非国有法人	35.31%	84,744,000	84,744,000
荣通国际有限公司	境外法人	13.24%	31,770,000	31,770,000
泉州恒大投资有限公司	境内非国有法人	13.11%	31,464,000	31,464,000
华联发展有限公司	境外法人	6.75%	16,200,000	16,200,000
福建瑞凌实业有限公司	境内非国有法人	4.27%	10,242,000	10,242,000
中国建设银行-华夏理财增长	其他	3%	7,206,473	7,206,473
股票质押回购资金	其他	2.33%	558,000	558,000
泰康人寿保险股份有限公司-万能-团体万能	其他	0.42%	1,010,100	1,010,100
泰康人寿保险股份有限公司-分红-团体分红-019L-FH001深	其他	0.42%	1,010,000	1,010,000
野村资产管理株式会社-野村	境外法人	0.3%	715,581	715,581
中国投资基金				
上述股东关联关系或一致行动的说明				
上述股东除晋江万兴投资有限公司与泉州恒大投资有限公司为一致行动人外，除此之外不存在股东之间是否存在关联关系或一致行动。				

③以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



④经营业绩分析

2012年，面对异常复杂的经济环境，公司经营层在董事会的正确领导下，本着对全体股东负责的态度，发扬“执着、勤劳、爱拼、奉献”企业精神，秉持励精图治管理，精工细做创名牌的经营思想，坚持技术创新、节能减排、技术创新、节能减排，较好的完成了经营目标。

报告期内，公司实现营业收入154,340.65万元，较去年同期增长20.46%，营业利润16,636.03万元，较去年同期增长15.58%；利润总额17,098.71万元，较去年同期增长18.61%；归属于上市公司股东的净利润14,542.90万元，较去年同期增长18.24%。

报告期内公司业绩增长主要是产销两旺，公司募投项目一年加工150万张高档皮革后装饰新技术项目(安东园)部分投产并产生效益，同时，公司上市后，进一步强化内部管理，优化产品结构，增收节支，现就主要工作总结以下：

①职工队伍建设方面：通过聘请老师到公司授课培训和输送骨干人才学习深造等方式，提高员工素质。

质，打造学习型团队；通过做好员工的职业生涯规划增强员工对企业的忠诚度；通过进一步完善考核机制，有效激励了员工的潜力。

②销售方面：定期对销售人员进行培训，提高销售人员的服务意识及服务质量；通过定期组织客户

开发设计与公司的技术团队面对面沟通，深入了解客户需求，推进新产品的开发及推广，提高销售量，培养终端客户忠诚度；加强与国内外引领潮流的龙头品牌鞋生产厂家的合作，加强与箱包企业的合作，努力拓展新市场，开发新客户；同时优化产品结构，树立兴业的品牌形象。

③生产管理方面：导入精细化管理，对各部门、各岗位的管理制度进行梳理，明确各部门、各岗位的

分工和职责，落实每个工作细节，加强各部门、各岗位协调性；通过引进生产条形码

管理系统、OA协同办公系统，强化ERP系统的运用，不断提高工作效率。

④产品研发方面：通过对国内外市场皮革制品的发展趋势、市场需求信息的调研，结合产品升级

，制定公司新产品开发规划，扩大开发生产高档次、多功能、高附加值的皮革。

⑤行业竞争格局和发展趋势

我国的制造业中型企业较少，小型企业众多，生产集中度较低。行业内各企业的

状态和盈利模式一，横向比对性差，只在市场细分方面存在优势。同时，低档产品生产能力过力，高档产品生产能力不足。大部分中小型企业产品雷同，质量相近，形成了在同一水平线上的重复生产。

我国制革行业经过多年的快速发展，目前已进入产品提升时期。调整产品结构，转变增

长方式，通过加强技术改造，推广新技术、新工艺、新材料和新设备，提高产品附加值和核心竞

争力；通过节能减排，淘汰落后产能，促进产业升级，提高行业集中度，为我国皮革大

跨入皮革强国行列夯实基础。

公司作为皮革行业的龙头企业，在牛头层鞋面革的生产销售方面，一直处于行业领

先地位。公司产品系列齐全，涵盖纳帕系列、自然摔系列和特殊效应革系列等三大产品系

列，在国内市场，公司产品销售区域主要集中在浙江省、福建省、广东省。上述三个省聚集了

大量的制革企业，公司的主要客户如百丽、富贵鸟、意尔康、红蜻蜓、奥康、木林森等品牌公

司的客户，公司产品在该区域的销售量均比去年增长20%左右，且产品毛利保持稳定，表明公司的销售区域主要集中在制革业较发达的地区，产品市场

认可度高，品牌效应明显。

⑥公司的发展战略

制革行业进入门槛相对较高的行业，除了需要一批技术性较强的从业人员外，制革

企业还对资金、设备、厂房以及治污能力等有一定的要求。从企业生产要素配置情况看，

企业既属资金密集型的企业，还是工艺复杂的科技密集型企业，同时也是国家政策要求环

境评价必须前置审批的行业。如此高的行业门槛，使许多行业外投资者试图进入本行业均

遭遇困境。

⑦技术壁垒

随着国民经济的持续发展和人民生活水平的不断提高，市场对皮革新产品的需求已

呈现多样性、个性化和时尚化的特征，中低档次产品供大于求，而高技术含量、高附加值的

产品却需求不足，这对整个制革企业在加工工艺、产品质量和性能等方面提出更高的要求，

技术要求的逐渐成为行业外厂家进入的重要障碍。

公司作为“高新技术企业”，在行业内制革企业中一直保持领先地位。在先进设备

的基础上，借鉴国外先进技术，经过多年经验积累，公司在制革技术方面拥有较强的核心技

术竞争力。

⑧环保壁垒

由于本公司产品内销为主，面临的主要是竞争压力来自国内，而国内制革行业主要以

小型企业为主，行业集中度低，且大部分中小型企业产品雷同，质量相近，形成了在同一

水平线上的相互重复。目前，行业内存在一些不正当的竞争现象，如价格战、模仿战、专

利权、商标侵权等，随着行业的不断发展，公司面临的市场竞争不断加大。虽然本

公司生产的产品质量稳定，技术含量高、产品更新速度快，但如果同行其他企业采取低

价倾销等手段扰乱市场，将不利于本公司产品的销售，从而对公司的收益产生一定的影响。但同时，而众多且小而分散的企业，也为行业整合提供了机会，本公司可以通过整合机会获

得长足发展。

⑨技术秘密及核心技术人员流失的风险

皮革鞋料技术具有很强的专业性，技术配方和生产工艺的研究和保护是公司生产经营

的关键因素之一。为此，公司制定了全套技术保密制度，包括：

⑩环保制度

国内的制革企业中型企业发展，小型企业众多，生产集中度较低。行业内各企业

的状态和盈利模式一，横向比对性差，只在市场细分方面存在优势。同时，低档产品生产能

力过力，高档产品生产能力不足。大部分中小型企业产品雷同，质量相近，形成了在同一

水平线上的重复生产。

我国制革行业经过多年的快速发展，目前已进入产品提升时期。调整产品结构，转变增

长方式，通过加强技术改造，推广新技术、新工艺、新材料和新设备，提高产品附加值和核心竞

争力；通过节能减排，淘汰落后产能，促进产业升级，提高行业集中度，为我国皮革大

跨入皮革强国行列夯实基础。

公司作为皮革行业的龙头企业，在牛头层鞋面革的生产销售方面，一直处于行业领

先地位。公司产品系列齐全，涵盖纳帕系列、自然摔系列和特殊效应革系列等三大产品系

列，在国内市场，公司产品销售区域主要集中在浙江省、福建省、广东省。上述三个省聚集了

大量的制革企业，公司的主要客户如百丽、富贵鸟、意尔康、红蜻蜓、奥康、木林森等品牌公

司的客户，公司产品在该区域的销售量均比去年增长20%左右，且产品毛利保持稳定，表明公司的销售区域主要集中在制革业较发达的地区，产品市场

认可度高，品牌效应明显。

⑪投资规模壁垒

在制革行业的发展早期，由于不规范，企业的资金投入规模要求不高，进入门槛较低，

拥有一套简单的设备即可进行生产。现阶段，随着皮革下游行业竞争愈加激烈，下游客户对制革行业的要求越来越高，订单也逐渐呈现出多品种、多批次的特点；尤其是作为快

销品的鞋业对时效性的要求非常高。这对制革行业提出了巨大挑战，同时也是研发、规

模领先企业的机会。

⑫核心竞争力分析

公司研发实力较强、技术领先。作为国内行业龙头企业，公司采取的是“研发导入”战

略，而不是“跟随战略”。公司本着“生产一代、储备一代、研发一代”的原则，依托强大的技术

平台，不断的进行前瞻性的技术研究及新产品开发。随着下游鞋业市场竞争愈加激烈，下游客户对制革行业的要求越来越高，订单也逐渐呈现出多品种、多批次的特点；尤其是作为快

销品的鞋业对时效性的要求非常高。这对制革行业提出了巨大挑战，同时也是研发、规