

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和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	ST中富	股票代码	000659
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董秘秘书	证券事务代表	
姓名	钟碧明		
电话	0756-8931119		
传真	0756-8812870		
电子邮箱	zfb@zhongfu.com.cn		

2.主要财务数据和股东变化

(1)主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正追溯调整或重述以前年度会计数据

□是 □否

	2014年	2013年	本年比上年增减	2012年
营业收入(元)	2,370,808,855.00	2,795,623,322.16	-15.20%	3,113,589,035.40
归属于上市公司股东的净利润(元)	41,822,130.07	-1,180,481,853.30	103.77%	-181,425,528.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	-56,227,742.58	-1,106,189,470.94	94.92%	-176,401,723.61
经营活动产生的现金流量净额(元)	959,365,764.10	303,469,809.11	96.19%	623,349,191.33
基本每股收益(元/股)	0.03	-0.06	103.49%	-0.14
稀释每股收益(元/股)	0.03	-0.06	103.49%	-0.14
扣加平均净资产收益率	3.82%	-69.47%	73.29%	-8.18%
	2014年(元)	2013年(元)	本年比上年末增减	2012年(元)
总资产(元)	3,720,364,961.93	4,553,948,230.84	-18.30%	5,943,101,315.25
归属于上市公司股东的净资产(元)	1,120,083,682.84	1,078,168,634.37	3.89%	2,119,023,843.03

(2)前10名普通股股东持股情况表

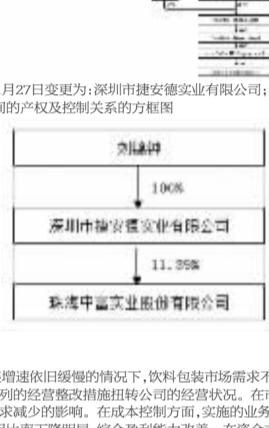
报告期末普通股股东总数	81,799	年度报告披露日前第5个交易日股东数	82120
<b>前十名普通股股东持股情况</b>			
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量
ASIA BOTTLES (HK) COMPANY LIMITED	境外法人	24.06%	309,329,731
朱光焯	境内自然人	1.02%	13,145,755
周丽琴	境内自然人	0.75%	9,626,900
罗子英	境内自然人	0.70%	9,000,000
广州盈泰投资管理有限公司-安邦价值投资基金	境内非国有法人	0.34%	4,358,750
余梦	境内自然人	0.24%	3,050,200
刘丽霞	境内自然人	0.23%	3,019,249
周红军	境内自然人	0.22%	2,834,032
王玉华	境内自然人	0.19%	2,500,000
孙少娟	境内自然人	0.19%	2,455,950
上述股东关联关系或一致行动的说明	未知		
参与融资融券股东情况	无		

(3)前10名优先股股东持股情况表

□适用 □不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(4)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



公司控股股东于2015年1月27日变更为:深圳市捷安德实业有限公司;实际控制人变更为:刘丽焯。

变更后的实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

刘丽焯

100%

深圳中富实业有限公司

11.35%

珠海中富实业股份有限公司

3.管理层讨论与分析

一、概況

2014年,在宏观经济增速放缓的情况下,饮料包装市场需求不振,竞争依然激烈。

公司积极响应,对生产系统进行整改及优化,在市场方面,逐步提升新客户的开发量,努力开拓新客户的需求,降低成本的投入,实施的业务优化整合计划成效明显,整体效率得以提升,经营成本、费用比率下降明显,综合盈利能力改善。在资金方面,通过降低库存及加快资金回款,改善经营现金流,同时购置仓库厂房,获取现金支持运营及减少银行借款。

公司积极响应日常及促销活动,预计2015年将正式向宝洁(中国)有限公司及百威啤酒供应日常化包装及PET啤酒瓶。

报告期内,公司实现营业收入为23.71亿元,归属于上市公司股东的净利润4,182.21万元,其中归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为亏损4,622.77万元。

2014年公司持续推动“业务优化整合计划”,通过改善运营效率,加强各项费用的管控力度,以及人员考核激励,提高客户的需求进行产能布局优化等具体措施,在成本控制方面取得明显的效果。

公司产品毛利从2013年度的12.7%上升至2014年度的18.4%,销售费用从2013年度的3.46亿元下降至2.23亿元,销售费用占营业收入的0.71%下降至2014年度的0.52%亿元。同时,公司通过出让闲置土地厂房、增加工程进度等方面,获取现金储备并增加了归属母公司股东的净利润。在这些措施的正面作用下,虽然营业收入与2013年度相比下降约15%(受到主要客户减少外销业务的影响),公司在2014年度仍实现扭亏为盈。

二、核心竞争力分析

公司是目前国内生产规模最大的饮料塑料包装生产商之一,也是生产能力最大的饮料代加工(OEM)企业之一。公司拥有较为完整的饮料塑料包装产业链,是集产品研发和生产于一体的产业化龙头企业。

核心竞争力主要体现在以下方面:

1.公司拥有国际性的产能、生产和销售网络;

2.公司拥有稳定的、稳定的国际知名客户;

3.公司拥有一流的生产工艺技术;

4.公司整体设备水平达到国际先进水平;

5.公司业务上下游延伸并生产配套产品,具有产业链优势。

(一)行业竞争格局及发展趋势

中国国内消费水平尚处于世界平均水平,随着生活水平提高和健康意识的增强,人们对饮料提出了更多的要求,不仅口味独特,还要营养丰富且改善身体机能,饮料行业发展前景广阔。据行业分析师指出,饮料行业在去年到2016年,还将保持两年两位数的高速增长。从我国当前饮料市场竞争格局以及消费趋势来看,碳酸饮料市场份额不断上升,碳酸饮料份额呈现下降趋势,预计到“十二五”末期,在政策发展和保健营养饮料、功能性饮料等政策驱动下,饮料行业产品跨区域兼并、技术改造的新能力将得到进一步发展。

报告期内,公司实现营业收入为23.71亿元,归属于上市公司股东的净利润4,182.21万元,其中归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为亏损4,622.77万元。

2014年公司持续推动“业务优化整合计划”,通过改善运营效率,加强各项费用的管控力度,以及人员考核激励,提高客户的需求进行产能布局优化等具体措施,在成本控制方面取得明显的效果。

公司产品毛利从2013年度的12.7%上升至2014年度的18.4%,销售费用从2013年度的3.46亿元下降至2.23亿元,销售费用占营业收入的0.71%下降至2014年度的0.52%亿元。同时,公司通过出让闲置土地厂房、增加工程进度等方面,获取现金储备并增加了归属母公司股东的净利润。在这些措施的正面作用下,虽然营业收入与2013年度相比下降约15%(受到主要客户减少外销业务的影响),公司在2014年度仍实现扭亏为盈。

(二)发展战略

公司是国内生产规模最大的饮料塑料包装生产商之一,生产网络遍布全国,境外在泰国和蒙古也开设了生产基地,除类別外销的各规格瓶装、罐装产品外,还生产纸箱、薄膜、纸杯、PC包装等各类包装产品,并提供饮料代灌装服务,具有较强的产业链优势。公司已立足于现有的规模及产业链优势,努力控制产

品质量,提升价格竞争力,为客户提供更完善的配套服务,同时紧跟客户需求,开发新的包装产品。未来公司会充分研发技术、人才优势,提升软饮非饮料塑料包装领域的市场,向日化包装瓶、啤酒包装瓶等领域寻求更广阔的市场空间和发展机会。

(三)公司经营计划

2015年公司会着重在以下几个方面下大力气:(1)继续服务好传统客户,紧跟新客户的拓展步伐,加强和客户的沟通交流,迅速反应,巩固提升产品市场份额占有率;(2)成本控制方面狠下功夫,包括降低制造成本、提升效率、严控管理费用等;(3)重视运营改善提升工作,目标做到“责任到人,确保产品质量,提高生产效率;(4)资金管理方面拿出真招,继续紧抓货款回笼,控制库存,加快周转速度。(5)加强新客户、新品种、新领域的市场开拓能力。

(四)资金需求

2015年公司会着重在以下几个方面下大力气:(1)继续服务好传统客户,紧跟新客户的拓展步伐,加强和客户的沟通交流,迅速反应,巩固提升产品市场份额占有率;(2)成本控制方面狠下功夫,包括降低制造成本、提升效率、严控管理费用等;(3)重视运营改善提升工作,目标做到“责任到人,确保产品质量,提高生产效率;(4)资金管理方面拿出真招,继续紧抓货款回笼,控制库存,加快周转速度。

(五)公司治理

2015年公司会着重在以下几个方面下大力气:(1)继续服务好传统客户,紧跟新客户的拓展步伐,加强和客户的沟通交流,迅速反应,巩固提升产品市场份额占有率;(2)成本控制方面狠下功夫,包括降低制造成本、提升效率、严控管理费用等;(3)重视运营改善提升工作,目标做到“责任到人,确保产品质量,提高生产效率;(4)资金管理方面拿出真招,继续紧抓货款回笼,控制库存,加快周转速度。

(六)其他

2015年公司会着重在以下几个方面下大力气:(1)继续服务好传统客户,紧跟新客户的拓展步伐,加强和客户的沟通交流,迅速反应,巩固提升产品市场份额占有率;(2)成本控制方面狠下功夫,包括降低制造成本、提升效率、严控管理费用等;(3)重视运营改善提升工作,目标做到“责任到人,确保产品质量,提高生产效率;(4)资金管理方面拿出真招,继续紧抓货款回笼,控制库存,加快周转速度。

(七)企业文化

2015年公司会着重在以下几个方面下大力气:(1)继续服务好传统客户,紧跟新客户的拓展步伐,加强和客户的沟通交流,迅速反应,巩固提升产品市场份额占有率;(2)成本控制方面狠下功夫,包括降低制造成本、提升效率、严控管理费用等;(3)重视运营改善提升工作,目标做到“责任到人,确保产品质量,提高生产效率;(4)资金管理方面拿出真招,继续紧抓货款回笼,控制库存,加快周转速度。

(八)社会责任

2015年公司会着重在以下几个方面下大力气:(1)继续服务好传统客户,紧跟新客户的拓展步伐,加强和客户的沟通交流,迅速反应,巩固提升产品市场份额占有率;(2)成本控制方面狠下功夫,包括降低制造成本、提升效率、严控管理费用等;(3)重视运营改善提升工作,目标做到“责任到人,确保产品质量,提高生产效率;(4)资金管理方面拿出真招,继续紧抓货款回笼,控制库存,加快周转速度。

(九)信息披露

2015年公司会着重在以下几个方面下大力气:(1)继续服务好传统客户,紧跟新客户的拓展步伐,加强和客户的沟通交流,迅速反应,巩固提升产品市场份额占有率;(2)成本控制方面狠下功夫,包括降低制造成本、提升效率、严控管理费用等;(3)重视运营改善提升工作,目标做到“责任到人,确保产品质量,提高生产效率;(4)资金管理方面拿出真招,继续紧抓货款回笼,控制库存,加快周转速度。

(十)投资者关系

2015年公司会着重在以下几个方面下大力气:(1)继续服务好传统客户,紧跟新客户的拓展步伐,加强和客户的沟通交流,迅速反应,巩固提升产品市场份额占有率;(2)成本控制方面狠下功夫,包括降低制造成本、提升效率、严控管理费用等;(3)重视运营改善提升工作,目标做到“责任到人,确保产品质量,提高生产效率;(4)资金管理方面拿出真招,继续紧抓货款回笼,控制库存,加快周转速度。

(十一)其他

2015年公司会着重在以下几个方面下大力气:(1)继续服务好传统客户,紧跟新客户的拓展步伐,加强和客户的沟通交流,迅速反应,巩固提升产品市场份额占有率;(2)成本控制方面狠下功夫,包括降低制造成本、提升效率、严控管理费用等;(3)重视运营改善提升工作,目标做到“责任到人,确保产品质量,提高生产效率;(4)资金管理方面拿出真招,继续紧抓货款回笼,控制库存,加快周转速度。

(十二)其他

2015年公司会着重在以下几个方面下大力气:(1)继续服务好传统客户,紧跟新客户的拓展步伐,加强和客户的沟通交流,迅速反应,巩固提升产品市场份额占有率;(2)成本控制方面狠下功夫,包括降低制造成本、提升效率、严控管理费用等;(3)重视运营改善提升工作,目标做到“责任到人,确保产品质量,提高生产效率;(4)资金管理方面拿出真招,继续紧抓货款回笼,控制库存,加快周转速度。

(十三)其他

2015年公司会着重在以下几个方面下大力气:(1)继续服务好传统客户,紧跟新客户的拓展步伐,加强和客户的沟通交流,迅速反应,巩固提升产品市场份额占有率;(2)成本控制方面狠下功夫,包括降低制造成本、提升效率、严控管理费用等;(3)重视运营改善提升工作,目标做到“责任到人,确保产品质量,提高生产效率;(4)资金管理方面拿出真招,继续紧抓货款回笼,控制库存,加快周转速度。

(十四)其他

2015年公司会着重在以下几个方面下大力气:(1)继续服务好传统客户,紧跟新客户的拓展步伐,加强和客户的沟通交流,迅速反应,巩固提升产品市场份额占有率;(2)成本控制方面狠下功夫,包括降低制造成本、提升效率、严控管理费用等;(3)重视运营改善提升工作,目标做到“责任到人,确保产品质量,提高生产效率;(4)资金管理方面拿出真招,继续紧抓货款回笼,控制库存,加快周转速度。

(十五)其他

2015年公司会着重在以下几个方面下大力气:(1)继续服务好传统客户,紧跟新客户的拓展步伐,加强和客户的沟通交流,迅速反应,巩固提升产品市场份额占有率;(2)成本控制方面狠下功夫,包括降低制造成本、提升效率、严控管理费用等;(3)重视运营改善提升工作,目标做到“责任到人,确保产品质量,提高生产效率;(4)资金管理方面拿出真招,继续紧抓货款回笼,控制库存,加快周转速度。