

一、重要提示
1. 本半年度报告摘要来自半年度报告全文, 为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展计划, 投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
2. 本公司董事、监事及高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整, 不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并承担个别和连带的法律责任。
3. 本公司全体董事出席董事会会议。
4. 本公司未委托会计师事务所审计半年度报告。
5. 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
本公司报告期无利润分配预案或公积金转增股本预案。
6. 公司基本情况
2.1 公司简介

公司股票概况			
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码
A股	上海证券交易所	宏达股份	600031
联系人和联系方式			
姓名 王延能 电话 028-86110101 办公地址 四川省成都市锦里东路2号宏达国际广场28楼 电子邮箱 dshbgs@chuanhongda.com			
2.2 公司主要财务数据			
单位:元 币种:人民币			
本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减 (%)	
总资产	9,981,438,953.98	10,276,176,271.07	-2.89
归属于上市公司股东的净资产	4,845,768,982.00	4,724,259,333.38	2.57
本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)	
经营活动产生的现金流量净额	-178,306,906.93	306,908,717.34	-148.60
营业收入	2,137,111,490.41	1,484,116,988.25	44.04
归属于上市公司股东的净利润	125,122,025.20	25,269,609.00	396.15
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	123,479,724.13	21,349,879.65	478.36
加权平均净资产收益率 (%)	2.61	0.56	增加2.06个百分点
基本每股收益(元/股)	0.0616	0.0124	366.77
稀释每股收益(元/股)	0.0616	0.0124	366.77

2.3 前十名股东持股情况表

单位:股

截至报告期末股东总数(户)

公司代码:600031

公司简称:宏达股份

联系人和联系方式

姓名 王延能
电话 028-86110101
办公地址 四川省成都市锦里东路2号宏达国际广场28楼
电子邮箱 dshbgs@chuanhongda.com

2.4 财务报告

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

□适用 √不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债券情况

□适用 √不适用

2.7 经营情况讨论与分析

2017年1-6月, 有色金属市场价格震荡上行, 0#锌锭从年初市场价格2.1万元/吨上涨至最高价2.41万元/吨, 报告期末均价2.26万元/吨。报告期内, 公司在有色金属生产经营方面强化生产管理, 工艺设备改造升级, 降低能耗耗能, 优化产品结构, 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道, 公司产品盈利水平同比上年同期大幅增长。

1. 强化生产管理, 工艺设备改造升级, 提高效率, 降低成本。公司按照“强管理、优指标、低消耗”实现盈利最大化的目标组织生产。强化生产过程控制和设备基础管理, 加强行业对标, 落实生产任务目标, 细化责任目标的分解和考核, 提高析出锌的总回收利用率。利用国家电价改革后电价、富余电量优惠电价, 降低用电成本。

2. 优化产品结构, 提高盈利能力。根据市场需求优化产品结构, 加强硫化锌矿、硫化铅精矿、锌合金等盈利能力强的产品生产销售力度, 提高稀贵金属回收率, 开源节流, 降低加工成本, 提高产品盈利能力。

3. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

4. 丰富产品线, 提升附加值。公司根据市场需求, 丰富产品线, 提升附加值, 通过产品线的丰富, 提升产品附加值, 丰富产品线, 提升附加值。

5. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

6. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

7. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

8. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

9. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

10. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

11. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

12. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

13. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

14. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

15. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

16. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

17. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

18. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

19. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

20. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

21. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

22. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

23. 前十名股东持股情况表

单位:股

截至报告期末股东总数(户)

公司代码:600031

公司简称:宏达股份

联系人和联系方式

姓名 王延能
电话 028-86110101
办公地址 四川省成都市锦里东路2号宏达国际广场28楼
电子邮箱 dshbgs@chuanhongda.com

2.4 财务报告

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

□适用 √不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债券情况

□适用 √不适用

2.7 经营情况讨论与分析

2017年1-6月, 有色金属市场价格震荡上行, 0#锌锭从年初市场价格2.1万元/吨上涨至最高价2.41万元/吨, 报告期末均价2.26万元/吨。报告期内, 公司在有色金属生产经营方面强化生产管理, 工艺设备改造升级, 降低能耗耗能, 优化产品结构, 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道, 公司产品盈利水平同比上年同期大幅增长。

1. 强化生产管理, 工艺设备改造升级, 提高效率, 降低成本。公司按照“强管理、优指标、低消耗”实现盈利最大化的目标组织生产。强化生产过程控制和设备基础管理, 加强行业对标, 落实生产任务目标, 细化责任目标的分解和考核, 提高析出锌的总回收利用率。利用国家电价改革后电价、富余电量优惠电价, 降低用电成本。

2. 优化产品结构, 提高盈利能力。根据市场需求优化产品结构, 加强硫化锌矿、硫化铅精矿、锌合金等盈利能力强的产品生产销售力度, 提高稀贵金属回收率, 开源节流, 降低加工成本, 提高产品盈利能力。

3. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

4. 丰富产品线, 提升附加值。公司根据市场需求, 丰富产品线, 提升附加值, 通过产品线的丰富, 提升产品附加值, 丰富产品线, 提升附加值。

5. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

6. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

7. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

8. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

9. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

10. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

11. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道维护, 多渠道与客户洽谈合作, 实施差异化营销, 保证销售目标的顺利实现。

12. 加强采购控制, 拓宽产品销售渠道。营销部门根据市场变化和生产需求, 及时调整原料结构和加工费扣减水平, 发挥供应链协同作用的优势, 拓展采购渠道, 加强采购控制, 严把质量关, 提升采购性价比, 各类原料基本满足生产需求; 销售方面, 加强市场营销, 强化客户开发, 加大市场渠道