# 中国建筑股份有限公司财务分析和总结

来源：网络 作者：清香如梦 更新时间：2024-07-06

*第一篇：中国建筑股份有限公司财务分析和总结7、公司财务7.1募集资金投资情况公司于2024年7月公开发行A股1,200,000万股。根据德勤华永会计师事务所有限公司对公司本次公开发行股票出具的德师报(验)字(09)第0015号《验资报告》...*

**第一篇：中国建筑股份有限公司财务分析和总结**

7、公司财务

7.1募集资金投资情况

公司于2024年7月公开发行A股1,200,000万股。根据德勤华永会计师事务所有限公司对公司本次公开发行股票出具的德师报(验)字(09)第0015号《验资报告》,本次募集总金额为人民币50,160,000,000.00元,扣除发行费用人民币940,383,808.10元后,实际募集资金净额为人民币49,219,616,191.90元,该募集资金于2024年7月27日存入公司募集资金专用账户中。

公司2024年12月31日募集资金专户余额合计为人民币2,575,593,495.64元,与尚未使用的募集资金余额的差异人民币430,639,162.80元均系银行利息。公司本年度共使用募集资金人民币161,587万元

7.2财务比率分析

7.2.1营运能力分析

7.2.2盈利能力分析

7.2.3长期偿债能力分析

7.2.4短期偿债能力分析

7.2.5比较分析

1、中建总公司2024-2024年资产负债表结构分析（简化）

2024年应收帐款及其他应收款净额占总资产的比例为28.42%，2024年为24.97%，2024年为19.39%；存货净额的比例2024年26.02%，2024年为27.99%，2024年为20%，表明企业产成品及原材料集压过多，过高的存货容易降低产成品及原材料的市场价值，增加企业的经营风险，但总体呈逐年降低趋势。中建总公司的流动资产占总资产比例很高，2024年比例为85.54%，2024年为85.78%，2024年为86%；而固定资产占总资产比例较低，2024年比例为4.29%，2024年为4.08%，2024年为3.62%，表明企业的资金主要由流动资产占用，因而扩大销售，加快存货和应收款的周转速度显得尤为重要。

中建总公司的短期负债占比2024年、2024年和2024年分别为2.02%、6.86%和7.53%，增加的幅度较快，但比例还是相对较低，长期负债所占比例也很低。表明资产的结构比较安全。

2、中建总公司2024-2024年利润表结构分析（简化）

入比例呈反向变动，2024年主营业务成本比例上升，主营业务利润所占比例下降，2024年主营业务成本比例下降，主营业务利润所占比例上升，而且净利润随着销售费用和管理费用又逐年呈反向增加和降低。

3、总资产收益率的分析

1.48%，其主要原因在于主营业务利润率从2.92%下降到1.36%，同时其资产使用效率从1.19%下降到1.09%；2024年总资产收益率明显上升，虽然2024年总资产使用效率也出现降低，但是主营业务利润率大幅度提升导致总资产收益率也上升。

4、主营业务利润率分析

间的关系。其中主营业务收入每年增加约500亿，销售成本率从2024年的95.17％升到2024年的96.81%,又降到2024年的94.78%，销售成本及税金、营业费用、管理费用、财务费用均先上升又下降，所以净利润先下降后又上升。净利润的变动幅度大于主营业务收入的变动幅度，所以主营业务利润率的变动也出现先下降后上的趋势。

7.3分析结果及意见

1、通过对近三年中建总公司财务比率的分析、对比分析以及杜邦体系分析

可以看出，中建总公司2024年相对2024和2024年销售能力和盈利能力缺乏，偿债能力不足，这可能是受2024年全球金融危机影响的。

2、通过分析可以看出近三年中，2024年比2024年经济效益有较大提高，和2024年相差不大，说明中建总公司运营能力正在渐渐恢复，并一步步好转，股东及投资者应充满信心。

3、中建总公司应该进一步采取措施，提高销售收入，增加利润，尽可能减少存货及应收账款占用的资金，缩小资产负债差距，提高公司的管理水平，获取更好的经济效益。

7.3.1本次财务分析的局限

1、本次财务分析的财务数据不一定反映真实的情况。比如会计报表的许多项目和数据是估计的，历史成本的计帐原则也可能使一些项目与实际情况未必相符；

2、在本次分析中，假设中建总公司的会计报表符合合法性、公允性、一致性的原则，但是由于没有看到中建总公司的审计报告，所以，不能说依据真实的财务数据作出了正确的财务分析。

3、由于时间的原因，在本次分析中没有对现金流量进行分析，但是在以上的各项分析中，大体已反映了企业的现金流状况和偿债能力。

7.4资料的来源

1、上市公司公司年报来源于新浪财经网（http://finance.sina.com.cn/stock/）；

2、上市公司行业比较数据来源于证券之星网站（）、和讯网（.cn）；

3、杜邦财务分析体系来源于2024年CPA资格考试教材《财务成本管理》。

8、分析总结

8.1公司面临的主要问题和风险

（1）成本上升。我国处在工业化和城镇化加速发展时期，生产要素价格上涨是趋势且是刚性的。近年来，与建筑主业相关的钢材、水泥、设备价格和人工费用，与地产有关的土地和资金成本，不同程度地存在上涨压力，这些都将挤压公司盈利空间。

（2）地产调控。2024年，新一届中央政府就任后，从严调控房地产的政策尚未有明显松动的迹象，政策环境也不会有根本改变，政府调控常态化是房地产业和建筑业必须面对的现实。

（3）地方政府债务。国家审计署将组织全国审计机关对政府性债务情况进行审计。地方政府的偿债压力在增大，大面积违约的风险也在不断增加。

8.2业务发展计划和风险应对措施

（1）经营计划。2024年，公司的主要经营目标是：全年实现新签合同额超过1万亿元，营业收入超过6,000亿元。从上半年的情况看，各项主要指标完成情况良好，下半年公司将继续努力，确保全年经营目标的实现。

（2）主要措施。进一步强化质量效益引领：公司已是全球最大的建筑地产企业，面临的最突出的问题，已不是经营规模问题，而是经营质量和经济效益问题。公司将不断完善绩效考核中效益指标的系数，强化业绩考核的引领作用。

进一步强化主业发展质量：稳中求进仍然是今年国家经济工作的总基调，公司将切实采取措施，全力保持生产经营稳定增长。在房屋建筑业务方面，公司将坚持和深化“大业主、大市场、大项目“的“三大”市场策略，进一步加强内部协调联动机制，不断提高经营质量。在基础设施业务方面，公司将重点推进地铁、轻轨等重大项目的跟踪力度；在港工、水务、路桥等兼并重组方面实现更多实质性的突破；同时有效发挥融投资运营的综合效应，增强基础设施业务竞争实力。在房地产业务方面，面对国家房地产市场调控政策不放松，调控常态化趋势，公司将坚持以收定支原则，加快项目开发速度，在确保项目品质的前提下努力缩短开发周期，加快现金回款速度，提升企业财务弹性与灵活性。同时在做好住宅项目投资的同时，增加持有型物业比例，力争规模效益，稳中求进。

进一步强化转型升级：进一步深化市场导向的内部协同与资源整合，从战略导向上推进规划设计、投资开发、基础设施建设、房屋建筑工程“四位一体”的城市综合建设业务健康发展。公司将探索进入节能环保新业务领域，同时积极开拓城市综合体开发业务，并加快探索产融结合之路。

高度关注地方政府债务问题：公司将高度关注有业务关联的地方政府的债务问题，积极采取多种措施保障公司的权益，避免因地方政府违约带来的风险。

8.3公司未来发展的机遇:

(1),城镇化建设的机遇。“十八大”报告提出了“新四化”要求,即将“工业化、信息化、城镇化和农业现代化成为全面建设小康社会的载体”,中央经济工作会议上明确提出“城镇化”是未来转变经济发展方式的重点。根据相关测算,到2024年城镇化将新增4亿城市人口,拉动相关投资高达40万亿元,公司未来发展存在巨大的市场空间。

(2),生态文明建设的机遇。“十八大”报告将生态文明建设与经济建设、政治建设、文化建设、社会建设并列,把“美丽中国”作为未来生态文明建设的宏伟目标,把生态文明建设摆在总体布局的高度来论述。公司在绿色设计、绿色施工、绿色开发和建筑工业化等领域,以及进入环保节能新业务领域存在广大的市场空间。

(3),培育跨国公司的机遇。“十八大”报告中明确提出“加快走出去步伐,增强企业国际化能力,培育一批世界水平的跨国公司”。中央经济工作会也指出“稳定和扩大国际市场份额,扩大对外投资”,其中包括项目投资及企业并购投资。对于以

成为“最具国际竞争力的建筑地产集团”为企业愿景的中国建筑而言,将面临更多的机遇。

8.4公司经营展望

外部环境、行业发展趋势对公司的影响

2024年一季度中国GDP增长7.7%，上半年增长7.6%，仍在7.5%的预期目标之上，二季度增长7.5%，回落幅度很小，连续五个季度经济运行在7.4%-7.9%的区间，中国经济运行总体平稳。从国际经济环境看，今年尽管美国经济复苏，有一些明显的好转迹象，但是世界的其他国家，特别是欧洲经济持续低迷，世界经济复苏总体上比较缓慢。

从行业发展趋势看，在可预见的未来，城镇化将成为未来中国经济发展重要的驱动因素，房屋建筑、基础设施与房地产开发仍然具有较大的增长潜力。作为国内最大的建筑地产综合企业集团和中国综合实力最强的工程承包商，中国建筑将成为中国城镇化进程加快、行业快速发展以及国际建筑市场不断扩大的最大受益者。

我的感想：

这次调查的对象是中国股份有限公司，虽然是国有企业，但是仍然让我了解到一个成功企业的建立和成长需要经得住时间的考验并且具备很多优秀条件，并且深知一个大企业长期奋斗下来的辛苦和不易。今天，中国的市场环境已经今非昔比，企业要永续发展并非易事，如果没有正确的营销策略，战略管理，企业很难经受住时间的考验发展进步。更重要的是这次团队合作让我深刻意识到了团结的重要性，当今社会需要的是全面型人才，因此，团队精神是不可或缺的。这篇报告也让我收获了很多专业外的知识，对我的未来就业也有一定帮助。更希望将来可以通过一些实践行动来真正提高锻炼自己。

**第二篇：股份有限公司财务分析报告**

股份有限公司财务分析报告

一、简介

(一)公司背景

夏新电子股份有限公司原名“厦门夏新电子股份有限公司”，于2024年7月25日更名为现在“夏新电子股份有限公司”，股票简称由“厦新电子”变更为“夏新电子”。夏新公司是经厦门市人民政府厦府(1997)057号文、厦门市经济体制改革委员会厦体改(1996)080号文批准,在对厦新电子有限公司进行部分改组的基础上,由厦新电子有限公司、中国电子租赁有限公司、中国电子国际贸易公司、厦门电子器材公司、厦门电子仪器厂、成都广播电视设备(集团)公司等六个股东共同作为发起人,1997年4月24日,经

中国证监会(1997)176号文批准,以向社会公众募股方式设立。1997年5月23日,取得厦门市工商行政管理局核发的企业法人营业执照。注册资本原为人民币18800万元,1999实施配股及送转增股后注册资本已变更为35820万元;2024实施每10股送2股方案后注册资本增至42984万元。公司现有总股本42984万股，其中：国家股万股,境内法人股万股,境内上市的人民币流通股17280万股。公司法定代表人:柳学宏。主要经营声像电子产品、通讯电子产品、办公自动化产品及其他机械电子产品的开发与制造等。公司从以家用电子产品的生产型企业成功地转型到以通信终端产品生产为主的企业，目前手机产品占主营业务收入的80%以上，成为国内主要的手机制造商之一。中国XX。

(二)国内及国际未来经济展望

十六大报告对于中国未来20年的战略规划是，我国将全面进入小康社会。未来20年，中国经济将再翻一番，对于

中国本土的公司来说，这将是一个爆发式的发展过程，一批国际经济巨人将成长起来。过去20年，在跨国公司进入中国市场的同时，一批中国本土公司已经成长起来了，尤其在家电、手机、服装等行业，中国本土公司已经出手国际牌了;未来20年，一定会有一批中国人的跨国公司活跃在全球市场上。未来国际经济方面，世界经济总体呈现走强态势。预计在未来5年内，世界经济的年均增长率将高于20世纪90年代，可望达到%;发达国家依然将是世界经济增长的主导，而发展中国家的经济增长速度继续高于发达国家。科技进步的突飞猛进，经济全球化的深入发展，全球产业结构的大调整，特别是信息技术继续释放潜力及网络经济的高速扩张，以及各国经济合作和协调加强等积极因素，将继续为世界经济的持续发展提供重要的基础。

(三)行业综观及重要议题

目前,我国拥有全球手机近1/3产

量和约1/5的销售市场,是全球最重要的手机生产销售中心。国产手机市场占有率到2024年已达60%以上，行业销售冠军也由摩托罗拉,诺基亚这样的国际巨头变成波导、tcl、夏新等本土企业。国产品牌手机终于打破了洋品牌在中国市场长达十年的垄断格局。在不久前结束的”中国市场产品质量用户满意度调查”中,国产品牌以绝对优势选票超过众多洋品牌。这表明国产品牌手机正逐渐占据市场竞争的制高点,成为国内手机市场的主导力量。

国内手机厂商在努力开拓国内市场的同时,进一步加大开拓国际市场力度,他们纷纷在国外开设办事机构，加大产品出口量。这些努力使得去年1-10月国产品牌手机出口占国内销售比例由上年的2%上升到6%。

但是随着竞争的加剧，国内手机厂商存在的问题也日益凸现，突出表现在产品毛利率日益降低，巨额库存及渠道费用日益成为各大手机厂商盈利的瓶

颈。同时技术上的劣势亦难以对抗日趋激烈的国际品牌的竞争。可以说，国产品牌手机的发展已进入一个新时期,即从规模扩张阶段转向提高质量和技术水平阶段.。国产品牌应该利用国内已经形成的从芯片，整机设计到组装制造，从散件到整机的完整移动通信产业链，通过加强国内采购配套,降低成本，减少不确定性风险,加快自身发展;要上国产品牌手机大量出口的台阶，改变目前国产品牌手机出口较少的现状,在国外广阔的市场上寻找发展的机会;同时,国产品牌还应加强核心技术的研制开发,形成具有自主知识产权的技术和产品，增强国际竞争力。

此外，在国内外激烈的竞争下，手机业步入微利时代，不少国内生产厂家纷纷实施产品转型战略，寻找新的利润增长点，能否成功实施转型战略计划，亦成为国内众多手机制造商未来能否持续发展的关键所在。在这方面夏新公司已确立了以3c(通讯、it、家电)融合为核

心、相关多元化发展的战略方向，已成功向市场推出笔记本电脑、液晶电视等产品，并计划投巨资进军汽车业，未来机遇和挑战并存。

二、公司分析

(一)公司业绩分析

从2024年的年报来看，公司全年实现净利亿元，每股收益高达元，净资产收益率达%，一跃成为上市公司中的明星，同行业中的矫矫者。公司主营业务收入同比增长%(达亿元)，其中手机(含小灵通)收入占总收入达%(达亿元)，同比增长61%。而在2024年，夏新电子的手机收入仅占总收入的%(亿元)。随着产品结构的调整和手机产销规模的增大，公司营业收入的毛利率也从2024年的%提高到34%，每股收益也从2024年的-元增长到2024年的元。净资产收益率、毛利率、净利润率与2024年相比，虽然略有下降(主要为市场竞争激烈，产品价格下调幅度较大)，但仍保持在较高的水平。2024年公司技术开发费的计提

从原来占总收入的3%提高到6%，在这种情况下净利润的增长幅度也远远高于收入的增长幅度，说明夏新的成本和费用控制得较理想，表明夏新电子的产业结构调整进展相当顺利，为今后的发展打下了坚实的基础。

夏新手机的市场定位是中高端移动通讯产品，这也可以从2024年夏新手机的平均销售价格高于国产手机品牌中平均价格，平均毛利率也高达34%。高价格带来的高利润，必将引来国内甚至国外企业的竞争，而且中高端手机市场历来是国外品牌的传统领地，可以预见，市场竞争将越来越激烈，公司的利润将越来越低。

同时应注意到，公司的“应收票据”在2024年增加了386858万元，达942026万元，增幅达70%，高额的“应收票据”是否会变成令人头疼的“应收账款”值得重点关注。

总体看来，公司的各项财务指标均在好转，股东权益和总资产稳步上升，但是，公司的流动资产里面，变现能力最差的存货占总资产额的35%，存货周转率更是高达100天，如果存货不能及时消化，随着时间的推移，存货的实际价值将被大打折扣。巨额库存将对公司未来经营构成极大的压力。

(二)公司的未来表现——swot分析

s：强项，优势

(外部)在国内有较高的知名度，2024年评选为“中国市场产品质量用户满意第一品牌，是国内主要手机生产商之一，同行业排名第六，产品(手机)市场占有率达6%，小灵通产品同行业排名第三。2024年中国1243家上市公司竞争力排序夏新居第二。

(内部)有着优秀的营销队伍及良好营销策略，较强的科研开发能力，加上具远见卓识的管理层，致力于发展国产手机的“次核心技术”，成功地实现了产业的转型，从家电生产企业一跃成为手机生产行业的矫矫者。

w：弱项，劣势

(外部)手机业竟争日趋激烈，行业毛利率日趋下降，公司走的是中高端产品路线，而该层次产品受国外知名品牌的冲越来越大，加之缺乏核心技术，新产品开发滞后，紧靠一款夏新a8手机打天下已显得有点力不从心。低端产品的定位不足，使得公司失去了中国广大的农村等低收入群体市场。国际市场方面因品牌的国际知名度不高，海外市场拓展困难。公司已确立的“3c”产品的战略布局，将面临产业整合的困难，在近期内难见成效，未来形势不容乐观。

(内部)公司员工整体素质不高，作为技术生产型企业专科以上学历仅占员工总人数16%;公司实施的股票激励制度仅限于公司的管理层及技术人员，激励机制不够全面;从股权结构上看，夏新电子有限公司持有%非上市法人股，处绝以控股地位，成一股独大，极易造成过多的关联交易，如公司支付夏新电子有限公司高额的商标使用费，未能作出合

理的解释，易产生诚信危机;公司产能过剩，造成存货大量积压，存货管理水平有待提高。公司进军并无任何优势的it业，投产笔记本电脑，投资决策者具太大的冒险性，对公司的稳定发展不利。

o：机会，机遇

(外部)展望未来，中国经济的平稳增长，城市化进程的加快和农民收入水平的提高，为手机市场的发展提供了良好的消费环境，手机消费需求仍将旺盛。消费者对新功能和新设计的追求，仍将推动产品的更新和市场的增长。同时，数据业务与应用内容的丰富，将加速消费需求的更新。在这些有利因素的带动下。据预计，今后5年，中国手机市场将以%的复合增长率继续保持稳定的增长，2024年市场销售额将达到1200亿元。

(内部)公司曾是我国最知名的激光影碟机制造商，夏新品牌具有较高的市场知名度，公司转型生产gsm手机后，确定了以3c(通讯、it、家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向。公司先后推出了世界首台光盘录像机vdr2000，第一部国产grps手机等，自主开发的笔记本电脑、液晶电视一经推出好评如潮，极具竞争力。公司又投入巨资进军汽车产业，生产车载电视、车载电话等全套汽车电子产品，介入汽车电子这一新兴朝阳产业，将成为公司新的发展机遇。

t：威胁，竞争对手

(外部)目前手机市场的竟争越来越激烈，不断的价格战使得行业利润步入微利时代，国内竞争对手主要来自波导、tcl、康佳等生产企业。随着通信行业的进一步放开，国际品牌对行业的冲击更加严重，而国外主要生产的是中高端产品，对以中高端产品为主的夏新公司更是雪上加霜。

(内部)公司产品单一，缺乏核心技术，新产品的研发滞后，很难再有在市场上叫得响的产品推出，仅靠一款a8很难继续站稳脚跟，对于80%的收入靠手机销售的夏新公司来说，未来形式更加

严竣。尽管公司已确立“3c”产品战略布局，实行产品多元化战略，但收益不会在短期内显现，未来具有太大的不确定性和风险性。尽管2024年公司业绩显赫，但公司未来形式严峻，不容乐观。

(三)公司的行业竞争分析

2024年中国生产手机亿部，成为全球最大移动通信终端生产国。信息产业部03年公布的国内手机市场占有率排名，波导以942万台销量成为冠军，市场占有率达14%，tcl位居第二，夏新以6%的市场占有率位居第六位。现在国内手机生产商有40多家，但主要以波导、tcl、康佳、夏新、科健、中兴等商家为主。现以下表各主要通讯产品制造公司有关2024财务比率计算行业平均指标来对比分析夏新公司的竞争力水平：

名称速动比率现金比率应收帐款周转率股东权益比率资产负债比率长期负债比率存货周转率主营利润率

波导股份

tcl集团

深康佳

中科健

中兴通讯

大唐电信

夏新电子

行业平均

从上表中可以看出，公司速动比率略低于行业平均水平，因此，短期偿债能力相对较低;公司的现金比率远远高于行业平均水平，公司有着充裕的现金流，资金周转顺畅，这与公司产品畅销及大量现款交易是分不开的;公司应收账款周转率为同行业最高，远远高于同业平均水平，应收账款的管理是同行业最好的;股权比率亦属同业较高水平，相对地资产负债率也就较低，从股东角度来看，公司现在属高股权率、高风险、高报酬的财务资本结构;长期负债率远高于同业水平，主要系公司提取了高额的技术开发费(按销售额的6%计提)，这为公司经后加大技术投入及未来的发展打下了坚实的基础;存货周转率同行业最高，存货

占资产总额的比例达30%，巨额库存将对公司未来经营构成极大的压力;主营利润率高达34%，处于行业领先水平，这与公司以高毛利率的中高端产品为主是分不开的。

从以上指标分析可见，公司各项指标大部分高于行业平均水平，公司整体水平处于中上水平，在行业中极具竞争力。

(四)公司专业分析

夏新电子(600057)：公司总股本亿股，流通股亿股，公司作为一家成长中的电子类企业，以通讯产品、视听产品及it产品为核心业务。2024年公司实现主营业务收入亿元;实现净利润亿元。其中，手机类产品占主营业务收入的%，夏新手机仍是国内手机品牌中利润最高的企业，毛利率%，手机产品市场占有率居国产品牌第四，视频类产品市场占有率居第三名。公司主营手机、dvd、液晶电脑及视听设备，自2024年公司管理层把握新的市场机遇，转型生产gsm手

机，同时，为避免重蹈覆辙并巩固市场地位，公司确定了以3c(通讯、it、家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向，公司建立了600多人的技术中心，设立博士后工作站，科研实力在同行业首屈一指，针对数字化技术变更周期短、更新快的特点，公司选择特定技术领域，形成自己的核心技术优势。公司先后推出了世界首台光盘录像机vdr2000，第一部国产grps手机等，自主开发的笔记本电脑、液晶电视一经推出好评如潮，极具竞争力。今年，公司又投入巨资进军汽车产业，但与其他投资汽车行业企业不同的是，公司不仅注重投资收益，更期待借此发挥自身优势，介入之前几乎由国外厂商垄断的汽车电子领域，生产车载电视、车载电话等全套汽车电子产品，介入汽车电子这一新兴朝阳产业，将成为公司新的发展机遇。

(五)公司分析总结

以银行家的角度来看，公司的资产负债率为66%，低于行业平均水平，公

司的现金比率为亦远高于行业平均水平，公司目前经营较稳定，2024年取得了良好的业绩，加之公司有良好的现金流，并有大量的货币资金，增强了公司的偿债能力，因此从目前公司的财务状况来看，贷款给公司相对风险较低。从现金流量表中来看，公司投资活动支付的现金近3亿元，公司加大了对外扩张的力度，从有关公告中可知，公司将面临又一次产业转型，公司确定了以3c(通讯、it、家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向，投资于与主业不相关的it业及汽车电子业，而其资金的来源将主要依靠于银行贷款，未来投资能否成功将有着很大的风险性和不确定性。因此，公司未来的偿债能力能否保障，将主要取决于公司转型投资的成功与否，未来的潜在偿债风险较大，银行应充分考虑公司的未来的偿债能力，充分估计贷款风险水平。

从投资者的角度来看，公司业绩从最近几年看呈高速增长态势，2024年每

股收益达元，净资产收益率达%，投资者取得了丰厚的投资回报。从财务结构上分析，公司股权比率为%,高于行业平均水平，高股权率意味着高风险、高报酬的财务结构。在获取高回报的同时，投资者应充分考虑其投资的未来的风险性，首先从公司的主业来看，手机业竞争日趋激烈，加之国外品牌的冲击，毛利率越来越低，手机业步入微利时代，预计公司主营业务利润将呈下降趋势，尽管公司拟实行多元化战略，但就目前来看还属投资初期，目前还未有很好的收益，未来的投资重点将转向多元化的家电、it、汽车电子产品等行业，能否在公司未涉及的行业中夺颖而出将面临着巨大的挑战，投资者未来亦将面临着巨大的投资风险。

从收购者的角度来看，公司的骄人的业绩，成长性及高净资产收益率(42%)，使得公司有着较高收购价值，同时也意味着需高额的收购成本。而从目前公司的股票市价来看，市盈率不到10

倍，市场价值被低估，亦极具投资潜力与收购价值。目前公司主业突出，且在技术上也处于国内同业领先地位，对“主业偏好”的收购者极具吸引力。同时公司丰富的营销经验、完整的营销体系及网络，加上优秀的管理层及高效率管理经验，更是使收购者所看重。因此从整个公司的基本面上分析，夏新公司对收购者极具收购价值。

从公司员工的角度来看，公司制定了一系列员工激劢政策，包括《夏新电子业绩股票激励实施办法》等，员工的待遇同公司的业绩息息相关。自2024年公司管理层把握新的市场机遇，从家电产品转型生产gsm手机，实现了成功的生产转型，取得了骄人的业绩，但随着竞争的日趋激烈，产生了缺乏新业务增长点的困扰同时，为避免重蹈覆辙并巩固市场地位，公司确定了以3c(通讯、it、家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向。在未来的发展中，公司管理层及全体员工应重点在以下几方面努力：

投资——明确未来投资重点;市场——寻找新的业务增长点;合作——强化价值链，扩大合作领域;竞争——增强核心竞争力，寻找发展机会;技术——发展自己的核心技术，积极研发新产品。

**第三篇：股份有限公司财务分析报告**

财务分析报告如同企业的健康情况检查表，对企业来说至关重要。为此，feisuxs范文大全小编专门为大家整理了关于财务分析报告范文和材料，希望对大家的工作和生活有帮助。

一、简介

(一)公司背景

夏新电子股份有限公司原名“厦门夏新电子股份有限公司”，于2024年7月25日更名为现在“夏新电子股份有限公司”，股票简称由“厦新电子”变更为“夏新电子”。夏新公司是经厦门市人民政府厦府(1997)057号文、厦门市经济体制改革委员会厦体改(1996)080号文批准,在对厦新电子有限公司进行部分改组的基础上,由厦新电子有限公司、中国电子租赁有限公司、中国电子国际贸易公司、厦门电子器材公司、厦门电子仪器厂、成都广播电视设备(集团)公司等六个股东共同作为发起人,1997年4月24日,经中国证监会(1997)176号文批准,以向社会公众募股方式设立。1997年5月23日,取得厦门市工商行政管理局核发的企业法人营业执照。注册资本原为人民币18800万元,1999实施配股及送转增股后注册资本已变更为35820万元;2024实施每10股送2股方案后注册资本增至42984万元。公司现有总股本42984万股，其中：国家股1468.8万股,境内法人股24235.2万股,境内上市的人民币流通股17280万股。公司法定代表人:柳学宏。主要经营声像电子产品、通讯电子产品、办公自动化产品及其他机械电子产品的开发与制造等。公司从以家用电子产品的生产型企业成功地转型到以通信终端产品生产为主的企业，目前手机产品占主营业务收入的80%以上，成为国内主要的手机制造商之一。中国XX。

(二)国内及国际未来经济展望

十六大报告对于中国未来20年的战略规划是，我国将全面进入小康社会。未来20年，中国经济将再翻一番，对于中国本土的公司来说，这将是一个爆发式的发展过程，一批国际经济巨人将成长起来。过去20年，在跨国公司进入中国市场的同时，一批中国本土公司已经成长起来了，尤其在家电、手机、服装等行业，中国本土公司已经出手国际牌了;未来20年，一定会有一批中国人的跨国公司活跃在全球市场上。未来国际经济方面，世界经济总体呈现走强态势。预计在未来5年内，世界经济的年均增长率将高于20世纪90年代，可望达到3.5-4%;发达国家依然将是世界经济增长的主导，而发展中国家的经济增长速度继续高于发达国家。科技进步的突飞猛进，经济全球化的深入发展，全球产业结构的大调整，特别是信息技术继续释放潜力及网络经济的高速扩张，以及各国经济合作和协调加强等积极因素，将继续为世界经济的持续发展提供重要的基础。

(三)行业综观及重要议题

目前,我国拥有全球手机近1/3产量和约1/5的销售市场,是全球最重要的手机生产销售中心。国产手机市场占有率到2024年已达60%以上，行业销售冠军也由摩托罗拉,诺基亚这样的国际巨头变成波导、tcl、夏新等本土企业。国产品牌手机终于打破了洋品牌在中国市场长达十年的垄断格局。在不久前结束的“中国市场产品质量用户满意度调查”中,国产品牌以绝对优势选票超过众多洋品牌。这表明国产品牌手机正逐渐占据市场竞争的制高点,成为国内手机市场的主导力量。

国内手机厂商在努力开拓国内市场的同时,进一步加大开拓国际市场力度,他们纷纷在国外开设办事机构，加大产品出口量。这些努力使得去年1-10月国产品牌手机出口占国内销售比例由上年的2%上升到6%。

但是随着竞争的加剧，国内手机厂商存在的问题也日益凸现，突出表现在产品毛利率日益降低，巨额库存及渠道费用日益成为各大手机厂商盈利的瓶颈。同时技术上的劣势亦难以对抗日趋激烈的国际品牌的竞争。可以说，国产品牌手机的发展已进入一个新时期,即从规模扩张阶段转向提高质量和技术水平阶段.。国产品牌应该利用国内已经形成的从芯片，整机设计到组装制造，从散件到整机的完整移动通信产业链，通过加强国内采购配套,降低成本，减少不确定性风险,加快自身发展;要上国产品牌手机大量出口的台阶，改变目前国产品牌手机出口较少的现状,在国外广阔的市场上寻找发展的机会;同时,国产品牌还应加强核心技术的研制开发,形成具有自主知识产权的技术和产品，增强国际竞争力。

此外，在国内外激烈的竞争下，手机业步入微利时代，不少国内生产厂家纷纷实施产品转型战略，寻找新的利润增长点，能否成功实施转型战略计划，亦成为国内众多手机制造商未来能否持续发展的关键所在。在这方面夏新公司已确立了以3c(通讯、it、家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向，已成功向市场推出笔记本电脑、液晶电视等产品，并计划投巨资进军汽车业，未来机遇和挑战并存。

二、公司分析

(一)公司业绩分析

从2024年的年报来看，公司全年实现净利6.14亿元，每股收益高达1.43元，净资产收益率达41.98%，一跃成为上市公司中的明星，同行业中的矫矫者。公司主营业务收入同比增长51.94%(达68.17亿元)，其中手机(含小灵通)收入占总收入达87.5%(达5.96亿元)，同比增长61%。而在2024年，夏新电子的手机收入仅占总收入的16.66%(1.65亿元)。随着产品结构的调整和手机产销规模的增大，公司营业收入的毛利率也从2024年的17.55%提高到34%，每股收益也从2024年的-0.22元增长到2024年的1.43元。净资产收益率、毛利率、净利润率与2024年相比，虽然略有下降(主要为市场竞争激烈，产品价格下调幅度较大)，但仍保持在较高的水平。2024年公司技术开发费的计提从原来占总收入的3%提高到6%，在这种情况下净利润的增长幅度也远远高于收入的增长幅度，说明夏新的成本和费用控制得较理想，表明夏新电子的产业结构调整进展相当顺利，为今后的发展打下了坚实的基础。

夏新手机的市场定位是中高端移动通讯产品，这也可以从2024年夏新手机的平均销售价格高于国产手机品牌中平均价格，平均毛利率也高达34%。高价格带来的高利润，必将引来国内甚至国外企业的竞争，而且中高端手机市场历来是国外品牌的传统领地，可以预见，市场竞争将越来越激烈，公司的利润将越来越低。

同时应注意到，公司的“应收票据”在2024年增加了386858万元，达942026万元，增幅达70%，高额的“应收票据”是否会变成令人头疼的“应收账款”值得重点关注。

总体看来，公司的各项财务指标均在好转，股东权益和总资产稳步上升，但是，公司的流动资产里面，变现能力最差的存货占总资产额的35%，存货周转率更是高达100天，如果存货不能及时消化，随着时间的推移，存货的实际价值将被大打折扣。巨额库存将对公司未来经营构成极大的压力。

(二)公司的未来表现——swot分析

s：强项，优势

(外部)在国内有较高的知名度，2024年评选为“中国市场产品质量用户满意第一品牌，是国内主要手机生产商之一，同行业排名第六，产品(手机)市场占有率达6%，小灵通产品同行业排名第三。2024年中国1243家上市公司竞争力排序夏新居第二。

(内部)有着优秀的营销队伍及良好营销策略，较强的科研开发能力，加上具远见卓识的管理层，致力于发展国产手机的“次核心技术”，成功地实现了产业的转型，从家电生产企业一跃成为手机生产行业的矫矫者。

w：弱项，劣势

(外部)手机业竟争日趋激烈，行业毛利率日趋下降，公司走的是中高端产品路线，而该层次产品受国外知名品牌的冲越来越大，加之缺乏核心技术，新产品开发滞后，紧靠一款夏新a8手机打天下已显得有点力不从心。低端产品的定位不足，使得公司失去了中国广大的农村等低收入群体市场。国际市场方面因品牌的国际知名度不高，海外市场拓展困难。公司已确立的“3c”产品的战略布局，将面临产业整合的困难，在近期内难见成效，未来形势不容乐观。

(内部)公司员工整体素质不高，作为技术生产型企业专科以上学历仅占员工总人数16%;公司实施的股票激励制度仅限于公司的管理层及技术人员，激励机制不够全面;从股权结构上看，夏新电子有限公司持有56.38%非上市法人股，处绝以控股地位，成一股独大，极易造成过多的关联交易，如公司支付夏新电子有限公司高额的商标使用费，未能作出合理的解释，易产生诚信危机;公司产能过剩，造成存货大量积压，存货管理水平有待提高。公司进军并无任何优势的it业，投产笔记本电脑，投资决策者具太大的冒险性，对公司的稳定发展不利。

o：机会，机遇

(外部)展望未来，中国经济的平稳增长，城市化进程的加快和农民收入水平的提高，为手机市场的发展提供了良好的消费环境，手机消费需求仍将旺盛。消费者对新功能和新设计的追求，仍将推动产品的更新和市场的增长。同时，数据业务与应用内容的丰富，将加速消费需求的更新。在这些有利因素的带动下。据预计，今后5年，中国手机市场将以7.7%的复合增长率继续保持稳定的增长，2024年市场销售额将达到1200亿元。

(内部)公司曾是我国最知名的激光影碟机制造商，夏新品牌具有较高的市场知名度，公司转型生产gsm手机后，确定了以3c(通讯、it、家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向。公司先后推出了世界首台光盘录像机vdr2000，第一部国产grps手机等，自主开发的笔记本电脑、液晶电视一经推出好评如潮，极具竞争力。公司又投入巨资进军汽车产业，生产车载电视、车载电话等全套汽车电子产品，介入汽车电子这一新兴朝阳产业，将成为公司新的发展机遇。

t：威胁，竞争对手

(外部)目前手机市场的竟争越来越激烈，不断的价格战使得行业利润步入微利时代，国内竞争对手主要来自波导、tcl、康佳等生产企业。随着通信行业的进一步放开，国际品牌对行业的冲击更加严重，而国外主要生产的是中高端产品，对以中高端产品为主的夏新公司更是雪上加霜。

(内部)公司产品单一，缺乏核心技术，新产品的研发滞后，很难再有在市场上叫得响的产品推出，仅靠一款a8很难继续站稳脚跟，对于80%的收入靠手机销售的夏新公司来说，未来形式更加严竣。尽管公司已确立“3c”产品战略布局，实行产品多元化战略，但收益不会在短期内显现，未来具有太大的不确定性和风险性。尽管2024年公司业绩显赫，但公司未来形式严峻，不容乐观。

(三)公司的行业竞争分析

2024年中国生产手机1.73亿部，成为全球最大移动通信终端生产国。信息产业部03年公布的国内手机市场占有率排名，波导以942万台销量成为冠军，市场占有率达14%，tcl位居第二，夏新以6%的市场占有率位居第六位。现在国内手机生产商有40多家，但主要以波导、tcl、康佳、夏新、科健、中兴等商家为主。现以下表各主要通讯产品制造公司有关2024财务比率计算行业平均指标来对比分析夏新公司的竞争力水平：

名称速动比率现金比率应收帐款周转率股东权益比率资产负债比率长期负债比率存货周转率主营利润率

波导股份74.080.499.5432.460.681.232.6416.94

tcl集团110.870.235.1129.720.73.832.7221.88

深康佳a82.690.1912.0331.560.680.062.2514.99

中科健a61.140.06--14.680.852.07--7.76

中兴通讯85.10.39--31.990.684.17--36.74

大唐电信91.290.16--29.940.73.78--28.43

夏新电子80.110.3841.1733.650.665.015.4833.98

行业平均83.610.279.6929.140.712.881.8722.96

从上表中可以看出，公司速动比率略低于行业平均水平，因此，短期偿债能力相对较低;公司的现金比率远远高于行业平均水平，公司有着充裕的现金流，资金周转顺畅，这与公司产品畅销及大量现款交易是分不开的;公司应收账款周转率为同行业最高，远远高于同业平均水平，应收账款的管理是同行业最好的;股权比率亦属同业较高水平，相对地资产负债率也就较低，从股东角度来看，公司现在属高股权率、高风险、高报酬的财务资本结构;长期负债率远高于同业水平，主要系公司提取了高额的技术开发费(按销售额的6%计提)，这为公司经后加大技术投入及未来的发展打下了坚实的基础;存货周转率同行业最高，存货占资产总额的比例达30%，巨额库存将对公司未来经营构成极大的压力;主营利润率高达34%，处于行业领先水平，这与公司以高毛利率的中高端产品为主是分不开的。

从以上指标分析可见，公司各项指标大部分高于行业平均水平，公司整体水平处于中上水平，在行业中极具竞争力。

(四)公司专业分析

夏新电子(600057)：公司总股本4.29亿股，流通股1.72亿股，公司作为一家成长中的电子类企业，以通讯产品、视听产品及it产品为核心业务。2024年公司实现主营业务收入68.17亿元;实现净利润6.14亿元。其中，手机类产品占主营业务收入的82.82%，夏新手机仍是国内手机品牌中利润最高的企业，毛利率37.76%，手机产品市场占有率居国产品牌第四，视频类产品市场占有率居第三名。公司主营手机、dvd、液晶电脑及视听设备，自2024年公司管理层把握新的市场机遇，转型生产gsm手机，同时，为避免重蹈覆辙并巩固市场地位，公司确定了以3c(通讯、it、家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向，公司建立了600多人的技术中心，设立博士后工作站，科研实力在同行业首屈一指，针对数字化技术变更周期短、更新快的特点，公司选择特定技术领域，形成自己的核心技术优势。公司先后推出了世界首台光盘录像机vdr2000，第一部国产grps手机等，自主开发的笔记本电脑、液晶电视一经推出好评如潮，极具竞争力。今年，公司又投入巨资进军汽车产业，但与其他投资汽车行业企业不同的是，公司不仅注重投资收益，更期待借此发挥自身优势，介入之前几乎由国外厂商垄断的汽车电子领域，生产车载电视、车载电话等全套汽车电子产品，介入汽车电子这一新兴朝阳产业，将成为公司新的发展机遇。

(五)公司分析总结

以银行家的角度来看，公司的资产负债率为66%，低于行业平均水平，公司的现金比率为0.38亦远高于行业平均水平，公司目前经营较稳定，2024年取得了良好的业绩，加之公司有良好的现金流，并有大量的货币资金，增强了公司的偿债能力，因此从目前公司的财务状况来看，贷款给公司相对风险较低。从现金流量表中来看，公司投资活动支付的现金近3亿元，公司加大了对外扩张的力度，从有关公告中可知，公司将面临又一次产业转型，公司确定了以3c(通讯、it、家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向，投资于与主业不相关的it业及汽车电子业，而其资金的来源将主要依靠于银行贷款，未来投资能否成功将有着很大的风险性和不确定性。因此，公司未来的偿债能力能否保障，将主要取决于公司转型投资的成功与否，未来的潜在偿债风险较大，银行应充分考虑公司的未来的偿债能力，充分估计贷款风险水平。

feisuxs范文网(FANWEN.CHAZIDIAN.COM)

从投资者的角度来看，公司业绩从最近几年看呈高速增长态势，2024年每股收益达1.43元，净资产收益率达41.98%，投资者取得了丰厚的投资回报。从财务结构上分析，公司股权比率为33.65%,高于行业平均水平，高股权率意味着高风险、高报酬的财务结构。在获取高回报的同时，投资者应充分考虑其投资的未来的风险性，首先从公司的主业来看，手机业竞争日趋激烈，加之国外品牌的冲击，毛利率越来越低，手机业步入微利时代，预计公司主营业务利润将呈下降趋势，尽管公司拟实行多元化战略，但就目前来看还属投资初期，目前还未有很好的收益，未来的投资重点将转向多元化的家电、it、汽车电子产品等行业，能否在公司未涉及的行业中夺颖而出将面临着巨大的挑战，投资者未来亦将面临着巨大的投资风险。

从收购者的角度来看，公司的骄人的业绩，成长性及高净资产收益率(42%)，使得公司有着较高收购价值，同时也意味着需高额的收购成本。而从目前公司的股票市价来看，市盈率不到10倍，市场价值被低估，亦极具投资潜力与收购价值。目前公司主业突出，且在技术上也处于国内同业领先地位，对“主业偏好”的收购者极具吸引力。同时公司丰富的营销经验、完整的营销体系及网络，加上优秀的管理层及高效率管理经验，更是使收购者所看重。因此从整个公司的基本面上分析，夏新公司对收购者极具收购价值。

从公司员工的角度来看，公司制定了一系列员工激劢政策，包括《夏新电子业绩股票激励实施办法》等，员工的待遇同公司的业绩息息相关。自2024年公司管理层把握新的市场机遇，从家电产品转型生产gsm手机，实现了成功的生产转型，取得了骄人的业绩，但随着竞争的日趋激烈，产生了缺乏新业务增长点的困扰同时，为避免重蹈覆辙并巩固市场地位，公司确定了以3c(通讯、it、家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向。在未来的发展中，公司管理层及全体员工应重点在以下几方面努力：投资——明确未来投资重点;市场——寻找新的业务增长点;合作——强化价值链，扩大合作领域;竞争——增强核心竞争力，寻找发展机会;技术——发展自己的核心技术，积极研发新产品。

本文由feisuxs范文大全为您精心整理，希望能对您有所帮助，如果您觉得我们站不错的话，请把它加到您的收藏夹里面以便下次访问。feisuxs范文大全将继续为您提供财务分析报告范文及相关文章，请继续关注feisuxs范文大全。

**第四篇：股份有限公司财务分析(MBA作业)**

乐凯胶片股份有限公司财务分析

2024年MBA王磊（乐凯）

乐凯胶片股份有限公司(证券代码为600135)成立于1998年1月16日，是由中国乐凯胶片集团公司（简称”乐凯集团”）独家发起并重组其下属的彩色感光材料生产、科研、销售的相关生产经营性资产，以募集股份方式组建的股份有限公司。

凯胶片股份有限公司作为唯一国有控股的感光材料上市公司，拥有非常高的知名度和巨大的品牌价值，拥有优秀的企业文化，拥有国内最好的感光材料专家和研发队伍，我国感光行业唯一的中国工程院院士就在乐凯公司，2024年由国家计委投资的国家级技术研究中心－－感光材料技术中心在乐凯建成并投入使用，强大的研发能力使我国彩色感光材料产品从无到有，短短十几年间产品5次更新换代，走过了发达国家几十年才走过的路。2024年，被列为“国家863计划”的具有传统感光材料和数码冲扩相结合的乐凯SA-5锐彩数码相纸成功上市，填补了国内空白。公司拥有国际先进的实验设备、生产设备和高素质的产业工人，所生产的质优价廉的产品深受广大顾客的欢迎，产品出口连年大幅上升。遍布全国的营销网络和专业一流的服务队伍是乐凯实施服务营销和向数码领域进军的雄厚资源，潜力巨大的感光材料市场和前景无限的数码影像领域为乐凯提供了一个广阔的舞台。

乐凯胶片的市场环境分析

世界胶卷市场概况 当前世界胶卷市场可以说是三分天下，其中两个主要是世界知名品牌，而且在世界消费市场都占有可观的市场份额的柯达和富士胶卷。但是2024年以来，随着全球数码影像迅猛发展，数字成像技术的日趋成熟和普及，传统影像行业日益严重萎缩，市场竞争激烈，产品价格下降，市场形势严峻。柯达和富士已经分别宣布退出传统银盐产品，加快向数码新领域转型。从整个行业来看，传统的胶卷、相纸已经处于生命周期的末端，因此乐凯股份也根据自身优势加快了转型。

目前，乐凯股份正处于实施产品结构和产业结构调整的新时期，为有效地适应市场的快速变化，除加快原有图像信息业务向信息数字化转型，传统银盐产品新用途拓展外，正在积极的开展太阳能电池材料、皮革离型材料、导电类电子信息材料等产业所需的相关配套产品，努力完成从传统银盐感光企业向影像材料和新型膜材料生产制造企业的转变。

主要竞争对手分析

柯达公司1979年就开始涉足中国市场，最初采取以产品销售、合资办厂为主的经营策略，稳扎稳打，步步为营。柯达公司认为，10年之内中国将成为世界第一大胶卷市场，因此将中国市场的开发置于战略地位，至今在中国已累计投资15亿美元。目前以柯达为代表的跨国公司都将中国作为其全球经营战略的一个重点。不仅如此，各大公司还将在中国的经营重点从贸易和技术转让变为建立生产地，其意图显而易见，志在抢先挤占中国这个巨大市场中的份额。柯达此次还将重新设计广告推广计划，针对城市、农村等不同地区制订自己的营销策略。柯达中国目前仍然在传统产品具有竞争优势，并且品牌影响力还是排在第一位。富士公司 同老牌胶卷制造商柯达公司相比，富士公司在制造技术和品牌形象方面并不具备优势，但富士公司一直不断改变质量，时至今日两种胶卷的品质已几乎难分伯仲。但在价格上，富士胶卷保持着相对优势。再加上富士公司采取的以赞助体育活动为主的促销活动，使得富士抢占了越来越多的市场份额。但是富士目前主要的盈利点是在其数字和数码，以及薄膜产品。传统产品对于乐凯来说还有机会。

竞争策略分析

竞争劣势

1、销售渠道 不管是乐凯的管理思想或是其经营思想怎样，我们在北京的许

多商店里看不到乐凯的产品。商家对乐凯的反应也许也是其不能充分发挥所有现有销售渠道的主要原因。但也不能排除乐凯在与商家合作的方法上有待改进。如在利用社会资金上乐凯就存在着与柯达的明显差距，如其还没有找到一个适合其的销售策略，对社会现成的营销网络没有对应的销售方法。

2、品质不稳定 乐凯产品的冲印质量问题也是其竞争中不利的一个主要方面。大多数的消费者都有害怕其质量出问题的担心，所以在重要的场合都选择质量较有保证的柯达或富士胶卷。而且这种担心并不是没有根据的，大多数的持担忧心态的消费者都有过类似的经验教训，不论是以前的乐凯，还是如今的乐凯。

3、技术研发 乐凯在技术的开发研究上都明显的落后于其竞争对手。这种高新技术的影响力要远远大于技术本身。所以技术研发的滞后，对乐凯也是比较突出的问题。

4、竞争理念 乐凯公司所面临的竞争环境不容乐观。在国内市场上，黄色的柯达，绿色的富士，和红色的乐凯可以讲三分天下。乐凯公司自1985年生产出彩色胶卷以来，至今已经四次更新换代，目前乐凯的GBR100彩卷的主要技术性能指标已与在国内市场上销售的世界名牌彩卷相差无几，在解像力、颗粒度、感光度、彩色还原力、曝光

宽容度、分辨率、抗划伤强度、熔点、几何尺寸等方面，乐凯与世界名牌胶卷居同一水平。经过多年的市场开拓，乐凯已成为全国知名品牌，在国内占有25%以上的市场份额，在局部地区如西北部分省份达40%。但是与势力强大且极富国际市场开拓经验的柯达和富士相比，乐凯处于明显的不利地位。

竞争战略

1，总成本领先战略在传统银盐产品，乐凯股份有着丰富的经验和控制成本的能力，同时相对于柯达与富士的退出，乐凯这方面的优势，将可以更大力度发挥。目前乐凯股份为了积极推进转型，同时为了扩大银盐产品的最大利润，将原来的跟随战略调整为传统产品总成本领先战略，即千方百计延长银盐产品寿命，扩大出口销售。

2，进入新业务领域的战略。数字化图像处理技术的发展使数码相机代替传统相机成为不可避免，传统相机被淘汰只是时间的早晚问题。而在数字化方面，富士已经走在了前列；柯达也基本完成了向数字和数码领域的转型。而乐凯在这方面没有优势，因此乐凯利用自身优势和国家政策支持正在积极向新能源方面转型。一旦转型成功，乐凯将在新领域占有一席之地。

三，财务分析

财务指标(单位)｜2024-09-30｜2024-06-30｜2024-03-31｜2024-12-31｜｜每股收益(元)｜-0.0038｜-0.0060｜0.0010｜0.0060｜

｜每股收益扣除(元)｜-0.0302｜-0.0101｜-0.0010｜-0.0170｜ ｜每股净资产(元)｜2.8650｜2.8630｜2.8700｜2.8690｜ ｜净资产收益率(%)｜-0.1313｜-0.1926｜0.0270｜0.2140｜ ｜每股资本公积金(元)｜0.9973｜0.9973｜0.9973｜0.9973｜ ｜每股未分配利润(元)｜0.4654｜0.4636｜0.4699｜0.4691｜

｜主营业务收入(万元)｜53322.50｜35619.23｜16795.49｜67434.21｜ ｜投资收益(万元)｜350.87｜295.58｜57.97｜248.85｜

｜净利润(万元)｜-128.67｜-188.65｜26.60｜209.99

财务指标(单位)｜2024-09-30｜2024-06-30｜2024-03-31｜2024-12-31｜ ｜每股收益(元)｜-0.0092｜-0.0072｜-0.0018｜0.0040｜

｜每股收益扣除(元)｜-0.0135｜-0.0107｜-0.0051｜-0.0100｜

｜每股净资产(元)｜2.8500｜2.8550｜2.8610｜2.8600｜ ｜净资产收益率(%)｜-0.3230｜-0.2506｜-0.0600｜0.1500｜ ｜每股资本公积金(元)｜0.9973｜0.9973｜0.9973｜0.9973｜ ｜每股未分配利润(元)｜0.4538｜0.4558｜0.4612｜0.4630｜

｜主营业务收入(万元)｜49676.47｜32760.46｜15120.49｜71958.83｜

｜投资收益(万元)｜200.77｜200.77｜-｜1029.68｜

｜净利润(万元)｜-315.32｜-244.77｜-61.91｜151.49｜ └———──────┴─────┴─────┴─────┴─────┘

从以上财务数据可以看出从2024年，公司每股收益逐渐减少：主要的原因如下：净利润逐渐下降，说明公司产品盈利能力下降。

一，营业收入分析

项目名称｜营业收入(｜营业利润(｜毛利率｜占主营业务收｜（2024）

｜｜万元)｜万元)｜(%)｜入比例(%)｜

├────────────┼─────┼─────┼───┼──────┤

｜彩色感光材料(产品)｜92841.41｜10439.81｜ 11.24｜137.68｜ ｜照相化学材料(产品)｜5069.17｜1384.09｜ 27.30｜7.52｜ ｜其他(产品)｜444.09｜30.17｜6.79｜0.66｜

｜减：公司内分部抵销数(产 ｜-33082.41｜227.30｜-0.69｜-49.06｜ ｜品)｜｜｜｜｜

｜合计(产品)｜65272.27｜12081.37｜ 18.51｜96.79｜

项目名称（2024年）｜营业收入(｜营业利润(｜毛利率｜占主营业务收｜ ｜｜万元)｜万元)｜(%)｜入比例(%)｜

├────────────┼─────┼─────┼───┼──────┤

｜彩色感光材料(行业)｜ 101183.65｜11178.04｜ 11.05｜140.61｜ ｜照相化学材料(行业)｜4910.71｜1248.13｜ 25.42｜6.82｜ ｜其他(行业)｜1456.31｜115.40｜7.92｜2.02｜

｜减：公司内各分部抵销数(｜37286.49｜267.78｜0.72｜51.82｜ ｜行业)｜｜｜｜｜

｜合计(行业)｜70264.19｜12273.80｜ 17.47｜97.64｜

公司2024年较2024年营业收入下降5千万，其中传统产品下降了7千万，但毛利率由2024年的17.47%，上升到18.51%。报告期内，公司面临的主要困难以及采取的应对措施。一是传统业务的盈利能力不断下降；二是新项目的推进速度不能适应公司产业结构调整的步伐。针对以上情况，公司采取了积极的营销策略、及时调整组织机构、强化预算管理、增收节支、强化质量改进等措施，在达到稳定和提高产品销量的同时

加快推进新项目建设，实现了太阳能电池背板和新型功能隔离材料的成功上

市，有效地推动了公司的发展。

二，公司利润和盈利能力分析

｜财务指标(单位)｜2024-09-30｜2024-12-31｜2024-12-31｜2024-12-31｜ ├─────────┼─────┼─────┼─────┼─────┤

｜主营业务收入(万元)｜53322.50｜67434.21｜71958.83｜85701.88｜ ｜主营业务利润(万元)｜-｜-｜-｜-｜

｜经营费用(万元)｜3767.81｜4794.11｜5060.76｜4955.53｜ ｜管理费用(万元)｜4866.84｜6856.34｜7342.12｜7110.14｜ ｜财务费用(万元)｜352.03｜-397.66｜266.76｜292.69｜ ｜三项费用增长率(%)｜0.02｜-11.18｜2.52｜-18.82｜ ｜营业利润(万元)｜-743.72｜256.57｜57.44｜4570.06｜ ｜投资收益(万元)｜350.87｜248.85｜1029.68｜4610.06｜ ｜补贴收入(万元)｜-｜-｜-｜-｜

｜营业外收支净额(万 ｜1014.32｜770.92｜468.81｜178.88｜ ｜元)｜｜｜｜｜

｜利润总额(万元)｜270.60｜1027.49｜526.24｜4748.94｜ ｜所得税(万元)｜195.31｜590.59｜246.74｜739.22｜ ｜净利润(万元)｜-128.67｜209.99｜151.49｜3852.79｜ ｜销售毛利率(%)｜15.00｜17.83｜17.44｜20.01｜ ｜主营业务利润率(%)｜-1.39｜-｜-｜-｜

｜净资产收益率(%)｜-0.13｜0.21｜0.15｜3.94｜

└———──────┴─────┴─────┴─────┴─────┘

从以上报表可以看出主要，公司收入从2024年到2024年成下降趋势，净利润从2024年的3852万元递减到2024年的210万元。主要是公司投资收益大幅度减少，同时说明公司产品盈利能力下降和公司成长性处于停滞状态。

公司目前正向新能源方向发展，目前已经出具规模。希望乐凯这个胶卷之王，能在新行业有所作为。

**第五篇：神火股份有限公司财务分析**

河南神火煤电股份财务分析

一、战略分析

一、行业状况及开展前景

（一）煤炭行业

我国是世界第一大煤炭生产国与消费国，第三大煤炭资源储量国，缺油少气的能源禀赋结构，决定了煤炭是我国经济运行中不可或缺的主要能源。在未来相当长的时间内仍是以煤炭为主的能源消费结构，尤其是随着洁净煤和加工转化技术的开展，煤炭可以成为清洁利用的能源和重要的化工原料，煤炭在我国一次能源结构中的比重难以发生根本性的改变。

随着政府对煤炭行业整合重组力度的逐渐加大，煤炭产量的增长以及整合中小煤矿的任务将主要由大型煤炭企业完成。同时，以煤为根底，煤电、煤化、煤路等将呈现相关多元化开展，优势煤炭企业将实行煤电联营、煤电运、煤电铝一体化经营。

煤炭工业在保障国民经济和社会开展需要的同时，必须转变经济增长方式，走资源利用率高、环境污染少、可持续开展道路。煤炭工业将向着洁净化、精细化、高质量化方向开展。

（二）电解铝行业

铝是需求量仅次于钢的金属材料，广泛应用于建筑、汽车、轻工、交通、电气、航天和国防等领域。近年来，随着合金和加工技术的进步，铝的应用范围逐步扩大，已成为需求增长最快的根底材料之一。

我国是世界铝材生产大国。铝工业经过“十五〞期间的高速开展和近年来宏观调控政策的综合引导，一方面，铝产品的产量迅速增长，产品结构进一步优化，企业规模和技术装备水平不断提高；另一方面，局部规模小、能耗高、技术装备水平落后的铝生产企业逐步退出市场，行业开展得到进一步标准。行业的整合有利于国内铝行业由粗放型向集约型转变，有利于行业资源的合理开发利用。

虽然全球经济的改善尤其是中国经济的率先复苏对铝的消费需求提供了有力的支撑，生产技术的进步令电解铝单位能耗降低，但全球范围内的“减排〞大势将可能推进能源本钱上升，无论电解铝还是氧化铝都属于高能耗行业，大宗原材料提价和电价上涨将会使电解铝生产本钱压力将进一步加大。同时，产能过剩和较大的库存量也将对铝价上升带来不利影响。

二、公司开展战略

1、优先开展煤炭产业，积极参与煤炭资源整合与战略重组

积极在国内外寻找资源与开展时机，努力扩大煤炭资源储藏，夯实煤炭产业可持续开展根底；

2、做强做大电解铝产业，积极参与有资源优势的电解铝企业的并购重组，努力形成规模优势；

3、适时控股、参股氧化铝生产企业，努力争取优质铝土资源，逐步完善延伸产业链条，增强抗风险能力；

4、积极开展铝产品的深加工产业，适度延伸产业链条，培养和储藏铝加工技术和人才，增强企业开展后劲；

5、大力建设资源综合利用电站工程或参股其他电源工程，提高电力自供能力；

6、大力开展循环经济，努力推进综合利用，积极实施节能减排，实现企业又好又快开展。

三、公司开展的机遇和优势

（一）政策支持优势

国家未来要进一步推动钢铁、水泥、电解铝、煤炭等行业的兼并重组，对跨行业、跨地区兼并重组的企业，优先考虑能源供给和运力保障，并在工程核准、土地、信贷等方面予以支持。河南省政府明确公司控股股东神火集团为河南省重点支持开展的煤炭和铝加工企业集团，具备对外兼并重组，快速开展壮大的平台。有关行业政策和宏观环境有利于公司参与国内煤炭、电解铝产业整合重组，增加煤炭资源和氧化铝资源，迅速扩大企业规模，增强企业开展后劲。

（二）煤电铝一体化优势

公司已初步形成煤电铝产业链：用低热值的混煤矸石及洗选出来的煤泥、洗中煤等劣质煤炭内供发电，把廉价的劣质煤炭资源转化为电能，并将自发电能供于公司铝产业生产，再通过对电解铝的深加工生产铝硅钛合金等产品，可以有效降低主导产品的生产本钱，形成协同效应。

（三）产品优势

公司本部所在的永城矿区是我国六大优质无烟煤基地之一，永城矿区生产的“永成〞牌无烟煤具有特低硫、特低磷、高发热量等特点，煤质好、热量高，是冶金、电力、化工的优质燃料或原料。许昌矿区生产的贫瘦煤粘结指数比拟高，可以作为主焦煤的配煤使用，煤种稀缺，具有良好的市场需求。公司生产的“如固〞牌铝锭，产品合格率一直保持100%，被评为“国家重点新产品〞和出口免检产品，在国际市场上也享有较高信誉，并在伦敦金属交易所〔LME〕成功注册。优良的产品质量和品牌影响力为公司产品保持市场竞争地位奠定了根底。

〔四〕区位优势

公司毗邻经济兴旺而能源缺乏的华东地区，毗邻陇海、京九、京沪铁路和连云港，公路四通八达，并建有自备铁路专用线与京沪线相连，具有运输本钱低的比拟优势。

四、可能对公司未来开展战略和经营目标的实现产生不利影响的风险因素：

〔一〕经营风险

1电解铝市场波动风险

公司从事的电解铝行业周期性比拟明显，市场波动较大，主要原材料氧化铝价格近年来波动较大。公司氧化铝资源控制力缺乏，氧化铝供给主要依赖企业外部，氧化铝价格上涨及电力价格的上调将压缩公司盈利空间。

2、煤炭市场波动风险

我国煤炭行业内生产企业众多，行业集中度低。随着近年来煤炭产量快速增长，煤炭市场在某个时期和阶段，可能出现结构性、区域性的产大于销和价格回落。煤炭业务是公司最稳定的盈利来源，未来煤炭价格的波动将直接影响公司的盈利能力。

3、后备资源储藏缺乏的风险

虽然公司近年来积极整合煤炭资源，并取得了重大进展，但与同行业优势企业相比，煤炭资源储藏相对较少。由于资源储藏偏少，制约了企业煤炭主业的进一步开展壮大；公司虽然是国内电解铝生产规模比拟大的企业之一，但目前铝土矿资源较少，氧化铝大局部依赖外购，导致公司本钱受氧化铝价格的影响波动较大。

4、不确定开采条件风险

随着矿井开采深度增加，运输环节增多，且可能发生断层、涌水及其它地质条件变化，本钱压力增大，将影响和制约公司效益的进一步提高。

（三）财务风险

公司从事的煤电铝生产属于资本密集型行业，投资建设和日常经营需要较高的资本投入以及本钱费用开支。公司近年来营运规模持续扩张，同时资本支出规模较大，对外负债快速增长，近三年来资产负债率呈总体上升趋势。较高的负债水平可能影响公司的偿债能力和融资能力。

（四）平安风险

近年来，公司的平安生产形势总体良好，杜绝了重、特大事故的发生。但煤炭生产为地下开采作业，存在发生水、火、顶板、瓦斯、煤尘等自然灾害的可能性，电解铝业务的平安生产风险也相比照拟大。近年来，新投产矿井多为高瓦斯矿井，地质条件复杂，平安压力增大。未来开发的资源的开采条件将较为复杂，平安风险加大。

〔五〕政策风险

1、煤炭产业政策变化的风险

随着国家对资源、平安、环境约束力的不断加大，煤炭企业承当的政策性支出也将增大。公司煤炭开采过程中将会导致土地塌陷和村庄搬迁，对区域环境造成一定的影响。随着国家政策对环境保护的要求不断提高，对土地供给的限制条件将会增加、资源税征收标准可能提高，将造成公司经营本钱的提高。

2、电解铝产业政策变化的风险

由于铝工业耗电量大、产能相对过剩，电解铝行业一直受到国家重点关注和调控，国家先后出台了多项政策，通过取消铝锭出口退税、提高电解铝出口关税，提高行业准入门槛等措施,实行信贷限制政策等措施，制止盲目投资，促进电解铝行业重组，优化产业结构。因此，公司电解铝产业的扩张受国家宏观调控政策的影响较大，未来仍存在一定政策风险。

3、环保风险

煤炭、电力和电解铝生产过程中排放的废水、废气、废渣等废弃物中含有有害物质，会对土地、空气和水资源等方面造成污染。因此，国家对煤炭、电力和电解铝等行业的环保设施建设要求较高。如采取的环保措施无法达标，可能对地区环境造成不良影响，进而受到监管部门处分，影响正常经营。

4、国家宏观政策变化的风险

2024

年9

月26

日，国务院转批了开展改革委等部门?关于抑制局部行业产能过剩和重复建设引导产业健康开展的假设干意见?。?意见?要求“将坚决抑制局部行业产能过剩和重复建设作为结构调整的重点工作抓紧、抓实，抓出成效〞，“严格执行国家产业政策，今后三年原那么上不再核准新建、扩建电解铝工程。现有重点骨干电解铝厂吨铝直流电耗要下降到12500千瓦时以下，吨铝外排氟化物量大幅减少，到2024年底淘汰落后小预焙槽电解铝产能80万吨〞，对抑制局部行业产能过剩和进一步节能降耗提出明确要求。

五、针对上述风险因素，公司拟采取的措施和对策：

1、始终把平安放在各项工作的首位，进一步提高对平安生产工作极端重要性的认识，始终绷紧平安这根弦，进一步强化平安生产责任制，实行个人平安账户管理方法，深入开展隐患排查治理活动，抓好大系统、治理大隐患、防范大事故，有效预防平安事故发生。

2、坚持走管理创新、科技兴企之路，积极进行先进适用技术的开发应用，以管理创新、技术创新努力降低本钱费用，切实提高经济效益。3、根据市场需求不断调整优化产品结构，提高产品质量，搞好优质效劳，提升客户满意度，保证产销根本平衡。同时，采用国内外电解铝企业的通行做法，适时与信誉好、实力强的氧化铝供给商签订长期购销合同，以保证氧化铝的长期、稳定供给，有效控制生产本钱。

4、大力开展循环经济，积极组织对塌陷土地的复垦和综合治理工作，切实保护环境和土地资源，不断提高资源综合利用水平，努力创立平安矿区、和谐矿区。

5、牢固树立“现金为王〞的思想，力保资金链平安。在日常经营中，加强应收款项催收，加快现金回流，强化资金管理，降低财务费用；同时，公司将根据生产经营和工程建设的资金需求情况，开展多渠道、多形式的筹融资工作，特别要加强直接融资力度，不断优化融资结构，增强公司抵御财务风险的能力。

二、利用利润表形成过程比拟分析08、09年利润变化原因。

2024年利润表

2024年利润表

2024年利润变化分析

一、根本经营情况概述：

公司主营业务是煤炭、发电〔自发自用〕、铝产品的生产、加工、销售。2024年，公司坚持以科学开展观为统领，不断解放思想，开拓创新，以经济效益为中心，以平安生产为重点，强化生产经营管理，加快重点工程建设进度，全面推进节能减排，扎实开展各项工作，克服了宏观经济形势复杂多变的不利影响，强化完善“煤-电-铝-材〞一体化经营

链，实现了持续快速开展。

二、盈利情况分析

报告期内，公司全年生产煤炭及深加工产品480.67万吨，销售498.15万吨；生产铝产品40.94万吨，销售41.65万吨，实现了产销平衡。

2024年，公司实现营业收入12，006，100，823.57元，较上年同期增长38.33%；归属于上市公司股东的净利润1149535,418.98元，较上年同期〔调整后归属于上市公司股东的净利润〕增长36.98%，主要原因是：一是国内煤炭市场需求旺盛，煤炭售价涨幅较大；二是公司积极调整产品结构，高附加值的精煤、块煤产销量增加；三是所得税适用税率由33%下调至25%。

2024年利润变化分析

一、根本经营情况概述概述

2024，面对严峻复杂的经济形势，公司坚持贯彻落实科学开展观，以“战危机、保增长、保稳定、促和谐〞为主线，把保持和促进企业平稳较快开展作为首要任务，紧紧围绕平安管理、生产经营和工程建设等重点工作，深入开展“挖潜增效年〞活动，采取调结构、压库存、降消耗、减开支等有力措施，保持了平安生产的良好态势，各项主要经济指标超额完成了方案任务。

二、盈利情况分析

报告期内，公司全年生产煤炭572.04

万吨〔其中永城矿区438.29

万吨，许昌矿区133.75

万吨〕，销售557.94

万吨〔其中永城矿区442.38

万吨，许昌矿区115.56

万吨〕；生产铝产品37.07

万吨〔其中电解铝产品32.20

万吨，铝材产品4.87

万吨〕，销售38.99

万吨〔其中电解铝产品34.20

万吨，铝材产品4.79

万吨〕，实现了产销平衡。

2024年，公司实现营业收入10,761,908,169.71元，较上年同期下降10.36%；归属于上市公司股东的净利润599,465,008.82元,较上年同期（调整后归属于上市公司股东的净利润）下降46.79%，主要原因是：受国际金融危机及宏观经济形势的影响，本报告期公司及控股子公司主营业务中，煤炭产品销售价格较上年同期有所下降，铝产品销售价格较上年同期大幅下降。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！