

# 航锦科技

中共航锦科技委员会主办  
辽宁省内部资料准印证 1414 号

HANGJINKEJI

第 2129 期 2018 年 7 月 17 日 星期二

(内部资料 免费交流)

## 航锦科技 企业文化

企业口号:军民融合,兴企报国

企业核心价值观:同耕耘、同收获、同分享

企业经营方针:军民融合双轮驱动,化工军工两翼齐飞

企业愿景:走军民融合、产业结合之路,实现企业做大做强

7 月 10 日,公司发布 2018 年半年报,实现营业收入 18.29 亿元,同比增长 22.31%;实现归属母公司的净利润 2.41 亿元,同比增长 295.12%。中信建投、国海证券、天风证券、太平洋证券等多家证券公司发布研报,对公司“化工+军工”双主业发展的前景给予厚望。

上半年,公司化工、军工两大业务相互支撑,分别发挥稳增长和促发展的功能,共同驱动公司发展。化工方面,受益行业高景气,盈利能力好、资金实力强,为公司发展提供了有力的资金支持。通过采购渠道多元化等措施有效应对了原材料成本的上涨,实现了盈利能力的提升,化工板块整体毛利率提升了 5.20%,实现营业收入 17.12 亿元,同比增长 14.49%。军工方面,随着军改影响的逐渐消除,军品订单开始恢复,重要产品总线控制器和某型芯片均已进入批量生产状态,上半年实现营业收入约 1.17 亿元,军品业绩有望进一步增长。

天风证券在题为《上半年 300%业绩预增已兑现,化工军工实现两翼齐飞》的研报中调整了 19 年、20 年的业绩预期(19 年从 5.92 亿到 6.16 亿,+4%,年化涨幅 20%),将业绩增长归因于化工产业持续向好、军工订单开始释放、精细化管理带来的降本增效成果显著、人事部门调整、人员薪酬优化促进管理费用下降和战投引入助力军工发展五大方面。国海证券、中信建投证券、太平洋证券也分别以《两大业务驱动发展,经营业绩大幅增长》、《军工电子订单释放,提质增效半年报业绩亮眼》、《军民融合昭示未来前景》为题,详细分析了公司上半年业绩快速增长的原因,对下半年发展前景寄予厚望。(张艳春)

责任编辑:毕雷

## 航锦科技:增持、回购彰显公司做大做强决心

航锦科技 7 月 12 日晚公告,公司当日回购股份 170 万股,占公司总股本的 0.2457%,成交最高价为 12.66 元/股,最低价为 12.42 元/股。去年 11 月以来,航锦科技已经通过多种方式从二级市场购买流通股,最终购买的股份占比达 9%,体现了管理层做好公司的决心。

根据规定,上市公司回购股份占公司总股本的比例每增加 1%的,应当在事实发生之日起 3 日内予以公告。

截至 7 月 12 日,航锦科技股份回购专用账户已累计回购股份 760.9996 万股,占公司总股本的 1.1%,经除权除息调整的最高成交价为 13.91 元/股,最低成交价为 11.08 元/股,支付的总金额为 9460.77 万(含交易费用)。

根据公司 2018 年 5 月 11 日披露的《关于回购公司部分社会公众股份之报告书》,回购股份的种类为公司已发行的 A 股股份,拟用于回购的

资金总额最低不低于 2 亿元,最高不超过 3 亿元。

据悉,从去年 11 月开始,航锦科技通过高管增持、员工持股、收购资产增持等方式购买公司股票,加上此次公司回购股票的方案,其将累计投入 6.7 亿至 7.7 亿元在二级市场购买公司股份,购买的股份占上市公司总股本 9%左右,表明了航锦科技管理层做大做强公司的决心。

(中国证券网 韩远飞)

## 销售部 供应部 拓宽业务渠道 践行“大营销”创效益

销售部积极落实 2018 年事业计划,全员树立“大营销”概念,在努力稳定原有市场的同时积极开拓新市场,1-6 月份,通过各种途径开发新客户 81 家,极大拓宽了销售渠道,有效提升公司的营业利润,助力上半年取得良好经济效益。

目前,受国家供给侧改革及环保督查影响,化工产品正处于景气周期,公司销售部抓住有利时机,一方面落实精细化管理,加强与生产系统的对接,将生产状况及库存状态做到了熟于心。另一方面,从多角度入手,通过各种途径扩大市场占有率,实现了“维稳争新”。对于原有的直供客户,销售人员积极做好“维稳”工作,不断在提升服务质量、完善售后服务上下功夫,与老客户始终保持融洽的合作关系,尽可能增加其采购量。“争新”方面,销售部全体员工克服市场竞争激烈、下游客户分散等诸多困难,积极走访、联络,确定新的客户资源。经过全体销售人员的努力,上半年,一共开发液碱产品新客户 19 家、聚醚产品新客户 43 家、氯产品新客户 19 家,遍布全国 20 多个城市,公司产品销售半径进一步扩大。

新老客户的稳定合作、持续开发,完善了公司的客户结构,提高了公司液碱产品的直供率、提升了聚醚产品的市场占有率,为公司产销平衡打下更加坚实的基础,增强了公司生产经营的抗风险能力。(王梓豪)

上半年,供应部以落实公司事业计划为重点,积极推进精细化管理,严控费用支出,在拓展供货渠道方面取得突破性成果,打破电石、低汞触媒、高效引发剂、涂壁剂、分散剂等独家采购渠道,合计降低采购成本 55 万元,用行动践行“大营销”概念,为公司做出贡献。

年初供应部根据公司领导指示精神,积极着手对电石供应采取一系列的调研、开发、走访,并根据实际情况采取先破局,后全面开发供应渠道的方式,于 6 月初与内蒙古一厂家达成供应采购业务,打破独家供应格局,后续又连续开发两家新的供应商,确保电石稳定供应。

上半年,供应部深入开展降本增效工作,并结合采购工作的实际情况,在保证生产的前提下,积极寻找新的降本效益点。经过了解、咨询、比对同行业厂家采购情况,通过网上查找综合研究分析,再经过实地考察供应商厂家资质及企业规模,最终确定目标供应商,打破部分小品种原料独家供应采购,降低采购成本。经与分厂车间沟通进行试用,根据试用情况,将符合公司生产要求的供应商,与原有独家供应商进行密封邮箱报价或招标报价的形式,进行三家比价,大大降低了采购成本。(张军)

## 公司半年经营业绩全线飘红 赢得多家证券公司点赞

日前,丁贵宝总经理提出,要在公司上下树立“大营销”的概念,继续提升公司的营销质量。他强调,不要把“大营销”狭义的理解为销售,生产、管理、销售是一个体系,一荣俱荣、一损俱损。

上半年,在全体员工的共同努力下,公司取得前所未有的、突破性的经营业绩,成绩斐然,特别是营销系统,供应与销售部门分别抓住各自工作的难点,进一步增强服务意识,不断调整、创新工作方式,努力拓宽业务渠道,为公司经济效益的大幅增长做出了积极贡献。

优异的成绩固然令人欣喜,但我们更要

## 树立“大营销”概念 提升公司营销质量

◆本报评论员

清醒的认识到在成本管控、产销平衡、工作效率、管理效能等方面存在的问题,制约了公司经济效益的进一步增长。

“大营销”的最终目的是降低生产成本,增加经济效益,需要全体员工的共同努力和相互配合来完成。树立“大营销”概念,要从提升服务意识入手全体总动员。产品销售不单只是营销一个部门的事情,它需要公司

所有单位以及全体员工的共同参与。生产系统、营销系统、职能部室要加强横向沟通,建立更加紧密的联系,发扬团队精神,形成协同效应,促进工作效率的整体提高。全体员工都要立足于本职本岗,增强服务意识和责任感,把握好从生产到销售的每一个环节。

公司明确提出要把客户当朋友,要实现合作共赢。营销部门要与客户、供应商建立

更加完善的合作共赢机制,以过硬的管理和营销软环境,在留住客户的同时,不断壮大自身的营销能力。这其中服务意识至关重要,要让每一位客户、供应商在公司都有宾至如归的感觉。从客户一进入公司的大门,他所接触到的每一名员工都要真诚为客户提供无私的帮助,哪怕是一句温馨的提示,“良言一句三冬暖”,“恶语伤人六月寒”,要对客户保持足够的尊重,使客户在与公司的交往中获得“安全感、信任感”,用真情实感留住每一位客户。

“大营销”事关公司的每一名员工,人人有责。