

公司代码：603768

公司简称：常青股份

合肥常青机械股份有限公司
2019 年半年度报告摘要

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规划，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 本公司董事会、监事会及董事、监事、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 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 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
无

二 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	常青股份	603768	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘堃	何义婷
电话	0551-63475077	0551-63475077
办公地址	合肥市东油路18号	合肥市东油路18号
电子信箱	zhengquanbu@hfcqjx.com	zhengquanbu@hfcqjx.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	3,316,290,032.24	2,924,085,761.45	13.41
归属于上市公司股东的净资产	1,724,431,924.88	1,696,713,580.71	1.63
	本报告期 (1-6月)	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	-108,445,205.65	54,356,569.85	-299.51
营业收入	989,537,756.08	995,414,612.63	-0.59

归属于上市公司股东的净利润	52,198,344.17	56,421,076.99	-7.48
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	43,740,422.52	46,366,254.67	-5.66
加权平均净资产收益率(%)	3.03	3.35	减少0.32个百分点
基本每股收益(元/股)	0.26	0.28	-7.14
稀释每股收益(元/股)	0.26	0.28	-7.14

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)		17,909				
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						
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	质押或冻结的股份数量	
吴应宏	境内自然人	31.86	64,999,500	64,999,500	无	
吴应举	境内自然人	18.38	37,485,000	37,485,000	无	
朱慧娟	境内自然人	11.64	23,740,500	23,740,500	无	
冯香亭	境内自然人	4.38	8,925,000		质押	8,925,000
兰翠梅	境内自然人	3.13	6,375,000		质押	2,280,000
周孝友	境内自然人	1.88	3,825,000		无	
张家忠	境内自然人	1.88	3,825,000	3,825,000	无	
邓德彪	境内自然人	1.88	3,825,000	3,825,000	无	
薛启明	境内自然人	0.36	740,000		无	
金利臣	境内自然人	0.27	550,000		无	
上述股东关联关系或一致行动的说明		前十名股东中吴应宏、朱慧娟为公司控股股东及实际控制人，吴应举与吴应宏系兄弟关系，冯香亭与兰翠梅系				

	夫妻关系，邓德彪为吴应宏的三姐夫，张家忠为吴应宏的二姐夫，公司未知其他前十名限售流通股股东之间是否存在关联关系或一致行动人关系。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

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情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

报告期内，我国汽车产销整体处于低位运行，产销量低于年初预期，上半年我国汽车产销量分别完成 1213.2 万辆和 1232.3 万辆，同比下降 13.7%和 12.4%，对行业上下游带来较大冲击，公司作为汽车零部件企业，收入规模和经营业绩也出现一定幅度的下滑。

（一）、报告期内整体经营情况

报告期内，公司实现营业收入 98,953.77 万元，比上年同期下降 0.59%；归属于上市公司股东的净利润 5,219.83 万元，同比下降 7.48%；扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润 4,374.04 万元，同比下降 5.66%。

（二）、新客户拓展方面取得较好进展

随着我国汽车行业发展放缓，汽车市场竞争进一步加剧，公司以技术创新和产品结构优化为推动力，通过卓越的产品品质和快速响应的服务，抓住机遇，在进一步巩固原有配套主机厂的协作关系基础上积极拓展新的客户，并取得较好进展。报告期内，公司与比亚迪、陕西通力专用汽车等乘用车和商用车企业达成了合作关系，并取得了部分新车型项目的定点开发和制造。积极开拓新市场，开发新产品，促进主业稳定增长。

（三）、大力推行精益化管理，持续实施降本增效

报告期内，公司大力推行精益化管理，持续实施降本增效，从现金流切入，从生产、采购、销售、财务、人力等多个维度降低成本、提升效率；同时，进一步强化工艺创新，优化工艺流程，提高产品生产效率和降低产品成本；为提升全员降成本意识，公司将成本控制指标由公司分解到各部门，再由部门分解到车间，将“成本最优化”的理念从经营团队渗透到生产一、二线员工，有效的控制产品制造成本和各项费用。

（四）、积极进行基地建设，完善产业布局

结合现有客户生产区域布局，公司为实施就近配套生产，降低运输成本，提高客户产品配套服务能力，报告期内，公司继续推进丰宁宏亭“年产 3 万台汽车车架总成建设项目”、阜阳常阳“阜

合汽车冲焊部件智能化生产项目”、镇江常泰“新能源汽车部件一体化冲焊生产线项目”、随州常森“商用车轻量化结构件数字化冲焊（一期）建设项目”、仪征常众“年产 100 万套超高强度钢板热成形冲压件生产线技术改造项目”以及“金属板材绿色清洁加工生产线建设项目”，基本完成了全国范围内的生产基地的战略布局；公司将不断完善管理运行模式，提高信息化水平，降低生产成本，化解制约企业发展的关键瓶颈。

（五）、积极推进“数字化、智能化”改造，加大研发投入，进一步提高自动化水平，深入实施“智能制造”战略。

为适应主机厂“短、平、快”的新车型开发节奏，公司融合“数字”设计，全面推进三维设计工程，通过数字化虚拟仿真，搭建企业开发设计集成平台，在产品的设计、研发、生产融入数字化，提升项目整体开发效率及对轿车总成模块化设计能力。引进全自动冲压生产线、机器人柔性生产线等智能化设备，同时对原有设备进行了智能化改造及工业流程改进等，进一步提升了公司自动化生产水平，提高了生产效率及产品质量水平。公司通过与上海交通大学、合肥工业大学等高校的产品合作开发与技术交流，进一步促进“产、学、研、用”的结合，加大了对汽车冲压零部件领域的研发投入，将研发费用重点投入到核心产品的开发上，不断开发符合汽车行业发展趋势的新产品；不断加大在“新能源汽车”和“汽车轻量化”等方向的研究力度，巩固和提升公司在行业内的核心竞争优势。

（六）、加强投资者关系管理，实施稳定的投资者回报措施

报告期内，公司加强投资者关系管理，持续认真做好信息披露工作，坚持以投资者需求为导向，真实、准确、完整、及时、公平地披露信息，进一步提高信息披露的主动性、针对性、有效性，主动接受社会和广大投资者的监督。依托股东大会、上证 e 互动、投资者电话等互动交流平台，积极建立公开、公正、透明、多维度的投资者关系，建立并维护上市公司的良好形象，推进公司在资本市场的长期健康发展。

截止目前，公司已完成 2018 年度利润分配，以实施利润分配方案时股权登记日的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 1.2 元（含税），剩余未分配利润结转以后年度，共计派发现金股利总额为人民币 2,448.00 万元（含税），全体股东共同分享了公司发展的经营成果。

（七）、完善人才制度，推动企业文化建设，抓党建、促发展

报告期内，公司不断完善人才引进、培养、选拔、激励机制，以高层次、高技能的人才引进为重点，实施梯队人才培养项目，创新人才选拔机制，加大对优秀人才的激励，推动人才工作的稳定落实，为公司可持续发展战略提供有力的保障。公司围绕企业战略发展目标和公司的经营理念，以人为本，通过组织培训学习公司文化，组织员工活动，推动企业文化建设，提高员工归属感，全面提升公司员工的主动性和积极性。加强党组织建设和培训学习，通过党建与管理相结合、学习与实践结合，充分发挥党员的先锋模范作用，促进企业快速发展。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用