

第三节 公司业务概要

一、报告期内公司所从事的主要业务、经营模式及行业情况说明

1. 报告期内公司所从事的主要业务、经营模式

公司是中国最现代化的特大型钢铁联合企业，也是国际领先的世界级钢铁联合企业。公司专注于钢铁业，同时从事与钢铁主业相关的加工配送、化工、信息科技、金融以及电子商务等业务。目前公司的生产主要集中于上海本部与梅钢公司两大生产基地，同时在加快湛江钢铁基地的建设。

公司以钢铁制造为“一体”，专业生产高技术含量、高附加值的碳钢薄板、厚板与钢管等钢铁精品，主要产品被广泛应用于汽车、家电、石油化工、机械制造、能源交通等行业，在汽车板、电工钢、镀锡板、能源及管线用钢、高等级船舶及海工用钢、其它高端薄板产品等六大战略产品领域处于国内市场领导地位。从生产工艺和技术研发来看，公司整体技术装备建立在当代钢铁冶炼、冷热加工、液压传感、电子控制、计算机和信息通讯等先进技术的基础上，具有大型化、连续化、自动化的特点，处于世界钢铁行业领先者地位，已经跨越工业 3.0 阶段。公司积极探索推进智慧制造，通过互联网、云计算、大数据等新技术与全供应链的深度融合，实现决策分析从数据仓库向大数据中心迁移、供应链从局部协同向全局优化转变、装备从自动化向智能化过渡。

公司持续实施以技术领先为特征的精品开发战略，紧密关注中国高端制造业如军工、核电、高铁、海工装备、新能源汽车等产业的高速增长，发展包括超高强钢、取向硅钢在内的高端产品，并研发储备更高端新材料技术，集中力量“从钢铁到材料”，持续享受高端产品结构带来的经济效益。公司作为客户最值得信赖的价值创造伙伴，聚焦“从制造到服务”和“从中国到全球”，通过服务先期介入、大客户总监负责制、电子商务交易平台，快速响应完善的营销服务体系以及钢铁服务平台的快速战略布局，以遍布全球的营销网络，积极为客户提供一流的产品、技术和服务，在满足国内市场需求的同时，产品出口日本、韩国、欧美等七十多个国家和地区。

2. 报告期内公司所属行业的发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位等

2015 年，全球经济呈现深度调整，发达国家经济总体复苏态势不稳，新兴经济体呈现明显的分化格局，中国经济处于“新常态”。全国粗钢产量 8.038 亿吨，同比下降 2.3%，为 1981 年以来首次出现同比下降。全年粗钢表观消费量 7 亿吨，同比下降 4.2%。全国固定资产投资（不含农户）55.16 万亿元，比上年名义增长 10.0%，扣除价格因素实际增长 12.0%，实际增速比上年回落 2.9 个百分点。主要下游如建筑业、机械、汽车、能源、造船、家电等行业均出现需求低迷、生产萎靡的状况。钢铁市场供大于求矛盾更加突出，同质化竞争更加激烈。

2015 年，矿石、煤焦和废钢的价格分别下跌 39.4%、33.3% 和 45%，导致钢铁生产成本大幅下降。然而，钢价下跌对销售收入的影响远超同期原料价格下跌对成本的影响，钢铁企业亏损严重。据中钢协统计，2015 年 101 家大中型钢企实现利润 -645.3 亿元，同比去年减利 871.2 亿元，全年亏损率 50.5%，亏损企业同比增加 34 户，亏损额 817.2 亿元，同比增亏 615.2 亿元。

2015 年，公司坚持技术领先，实施精品战略，持续保持公司在高端产品市场的领先地位。冷轧汽车板国内市场占有率和超高强钢市场份额双超 50%。取向硅钢的市场竞争力不断提升，在特高压交直流工程市场占有率达 45%，成为国内首家具有 CAP1400 核电站安注箱用轧制复合板批量生产能力的企业。扩大海外高端产品市场，出口比例保持 10% 以上。

3. 报告期内公司亮点

- 超高强中锰钢（1180Mpa 级）等 5 项新产品实现全球首发；《高牌号无取向硅钢酸连轧工艺技术开发与应用》等三项成果荣获冶金科技进步一等奖；《一种冷轧热镀锌双相钢及其制造方法》等三项目获中国专利优秀奖。

- 推进汽车板 EVI 和品牌建设，举办宝钢第三届 EVI 论坛和 BCB 白车身发布会；冷轧汽车板国内市场占有率和超高强钢份额双双突破 50%；取向硅钢在特高压交直流工程市场占有率达到 45%，成为国内首家无取向和取向硅钢两大系列产品在核电领域均有应用实绩的钢铁供应商。
- 湛江钢铁项目建设进展顺利，9 月 26 日一号高炉顺利出铁，9 月 28 日炼钢厂热负荷试车成功，12 月 15 日 2250 热轧工程提前实现热负荷试车。
- 推进智慧制造，1580 热轧智能车间建设获得工信部 2015 年智能制造示范试点资格，是钢铁制造行业唯一入选的示范点。
- 组建欧冶云商股份有限公司，全年电商业务量 888 万吨，实现销售收入 198 亿元，与 15 家银行签署战略合作协议，获得合作授信额度超过 1600 亿元，为互联网金融行业最高。“宝之云”独家荣获“2015 年度中国金服务-云计算领域最具影响力服务商”称号。
- 耗能总量继续下行，全年同比下降 6 万吨标煤；大力推进减排，超额完成政府下达的“十二五”和年度减排目标；建成 90 兆瓦光伏电站并投入运行，年预计发电量 7000 万度。
- 荣获中国百强企业奖和中国明星企业奖，继续获评最受投资者尊重的百强上市公司，被业内知名机构——IR Magazine 评选为大中国区最佳投资者关系奖（材料行业）。
- 克服盈利下降等不利影响保障资金状况平稳受控，全年经营活动净现金流 211.8 亿元，资产负债率 47.8%。

二、 报告期内公司主要资产发生重大变化情况的说明

1. 股权资产变化

(1) 组建欧冶云商及其下属专业公司

钢铁等传统制造行业面临着严峻的经营形势，而互联网电商等新经济力量正在快速崛起，为积极应对钢铁行业的严峻形势，促进企业可持续发展，围绕“一体两翼”的发展战略，实施从制造向服务转型，通过整合本公司和宝钢集团下属相关交易平台、技术服务、支付结算、金融服务和大数据分析等资源和业务，打造国内钢铁交易和服务的综合性服务平台，为钢铁企业和用户提供个性化服务，开拓新的盈利模式，本公司通过重组、新设和并购等方式，组建了欧冶云商及其下属专业公司。

2015 年 2 月，本公司会同本公司全资子公司宝钢国际与宝钢集团共同出资 20 亿元，发起设立了欧冶云商，其中：本公司和宝钢国际以持有的东方钢铁 100% 股权，作价 10.2 亿元认缴了欧冶云商 51% 股权，使电商交易平台、采购服务平台、化工电子商务平台和第三方支付资质等重组进入了钢铁服务平台。2015 年 11 月份，为满足欧冶云商业务发展需要，本公司和宝钢国际按持股比例现金增资欧冶云商 2.04 亿元。本次增资完成后，目前欧冶云商注册资本为 24 亿元，本公司和宝钢国际合计持有欧冶云商的股权比例为 51%。

(2) 宝信软件非公开发行 A 股股票

2015 年 10 月，本公司控股子公司宝信软件非公开发行 A 股股票 27,493,010 股，扣除发行费用后募集资金净额 11.55 亿元。本公司按照本次发行前持有宝信软件的股权比例认购本次非公开发行的 A 股股票 15,258,621 股、认购资金约 6.55 亿元。本次非公开发行完成后，宝信软件总股本增加到 3.92 亿，本公司持有其 55.5% 股权。

第三节 公司业务概要

(3) 参与中石油股份管道整合项目

2015年12月,本公司以持有的中石油西北联合管道有限公司12.8%股权,以经备案后的净资产评估值为基础作价86.44亿元,出资中石油管道有限公司,持有其3.52%股权。

2. 固定资产与在建工程变动情况

固定资产较年初增加81.7亿元,其中在建工程转入194.0亿元(主要是湛江项目转固),报废资产5.0亿元,计提折旧105.7亿元。

在建工程较年初增加68.70元,主要是湛江钢铁增加72.2亿元。

3. 境外资产情况

截至2015年末本公司境外资产144.1(单位:亿元 币种:人民币),占总资产的比例为6.2%。

(1) 境外国有资产的发展历程

2005年公司通过增发收购了宝钢集团所持宝欧、宝美等海外营销公司、宝运和宝金航运公司的股权,和宝华瑞矿山公司的优先股权。2011年开始,为拓展境外制造和加工服务能力,公司陆续在境外独资或合资设立了宝力钢管、宝钢印度等六家公司。截至2015年底,公司拥有分别设立在美国、日本、德国、新加坡、泰国、香港等国家和地区的海外各级子公司14家、参股公司6家。截至2015年末公司对下属一级海外公司的直接投资为8101.54万美元,投资领域为钢材贸易和深加工业务。

(2) 境外国有资产的运营状况

境外贸易类子公司主要包括:宝和、宝欧、宝美、宝新公司及其下属子公司;境外航运服务类子公司包括:宝运;境外钢铁制造及加工服务类子公司主要包括:宝力钢管、BGM和印度剪切中心。

(3) 境外国有资产的整体情况

截至2015年末,公司下属一级海外子公司资产总计144.1亿元,营业收入合计392.9亿元,所有者权益36.7亿元,利润总额4.7亿元,净利润3.6亿元,净资产收益率9.7%。

三、报告期内核心竞争力分析

2015年,克服外需不足,钢价下跌及人民币汇改等因素影响,公司通过加大创新力度、调整产品结构、持续内部挖潜、坚持精品战略等举措,经营利润保持国内钢铁行业上市公司最优。

1. 技术创新方面

大力推进首发产品研制,建立首发竞争优势。2015年公司又有新一代先进超高强钢、高磁感取向硅钢等5个新产品完成试制并进入市场拓展。与此同时,努力做好首发新产品的市场推广,将首发产品的技术领先优势转化为高盈利能力。2015年首发产品实现供货超万吨,取得良好的经济效益。

2. 制造能力方面

2015年，公司安全、优质、高效地推进重点项目建设。湛江一号高炉点火、炼钢厂和2250热轧工程热负荷试车成功，为公司翻开了二次创业、转型发展的新篇章；总部一期焦炉大修改造、二炼钢铁水预处理综合改造等项目相继投产，炼铁原料区域大修系列改造、三烧结大修改造、冷轧1550单元新增汽车板重卷机组等项目的现场施工有序推进。

聚焦汽车市场，公司新增多个产线：冷轧2030单元新增一条单机架可逆式轧机实现投产、冷轧2030单元新建热镀锌机组热负荷试车成功、宝日汽车板4#GA线建成投产，可满足国内外汽车行业对汽车板不断提升的要求，将进一步提升公司产品的市场竞争力。

3. 用户服务方面

向重点汽车用户开展个性化的EVI和汽车板品牌活动，同时积极探索和拓展非汽车EVI项目，形成了六大行业纬度EVI的推进模式。关注客户感知，探索将智慧制造的理念和方法应用于供应链协同，巩固并不断提升宝钢在供应链安全性和保障性方面的竞争优势。扩展宝钢营销移动应用-智慧圈，新增工作圈功能，新增集团客户维度的用户动态跟踪等功能，面向用户移动应用升级改版，提升用户体验，增强互动性。

4. 两翼事业方面

2015年，欧冶云商电商板块钢材交易总量888万吨，实现销售收入198亿元。欧冶云商的商业模式效力越来越凸显，加之不断扩大的服务半径，覆盖全国的服务网络，欧冶云商基本完成战略布局，为今后的发展奠定了良好的基础。

宝信软件公司积极推进云计算、工业4.0、大数据平台、电子商务平台，在钢铁智慧制造解决方案、无人化业务、机器人业务、计生器具电子服务平台、金融服务平台领域实现突破。“宝之云”独家荣获“2015年度中国金服务-云计算领域最具影响力服务商”称号。

5. 环保管控方面

2015年，面对我国史上最严的新环保法的实施，公司在强化基础管控能力的前提下积极探索管理方式，除了做好城市钢厂专项规划，还积极策划能化解环保危机和风险的对策与措施。利用环境在线监测，引入动态排放合格率指标，有序推进工程减排、管理减排、技术支撑、环保设备分类管理等工作，环保总量指标均受控于年度目标范围内，主要环保指标均得到持续改善。

6. 品牌、资信与员工

2015年，公司以“创享改变生活”为品牌建设出发点，以宝钢汽车板品牌为重点，整体推广五大产品品牌。通过开展宝钢汽车板技术秀、参加国际汽车展，策划“创享生活、绿色出行”宣传片、建立宝钢产品品牌官方微信等形式，探索品牌建设新模式、策划品牌传播多平台联动、有针对性地选择媒体并设计高效的投放节奏和立体传播活动，在公司内外广泛传播“创享改变生活”的品牌理念。