

证券代码：002482

证券简称：广田股份

公告编号：2012-011

深圳广田装饰集团股份有限公司 2011 年年度报告摘要

§ 1 重要提示

1.1 本公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性负个别及连带责任。

本年度报告摘要摘自年度报告全文，报告全文同时刊载于巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)。投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读年度报告全文。

1.2 除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
陈玮	董事	因在外地出差	汪洋

1.3 公司年度财务报告已经中审国际会计师事务所有限公司审计并被出具了标准无保留意见的审计报告。

1.4 公司负责人叶远西、主管会计工作负责人孙伟华及会计机构负责人(会计主管人员)黄江声明：保证年度报告中财务报告的真实、完整。

§ 2 公司基本情况

2.1 基本情况简介

股票简称	广田股份
股票代码	002482
上市交易所	深圳证券交易所

2.2 联系人和联系方式

	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王宏坤	郭文宁
联系地址	深圳市罗湖区沿河北路 1003 号京基东方都会大厦 1-3 层	深圳市罗湖区沿河北路 1003 号京基东方都会大厦 1-3 层
电话	0755-22190518	0755-22190518
传真	0755-22190528	0755-22190528
电子信箱	zq@szgt.com	zq@szgt.com

§ 3 会计数据和财务指标摘要

3.1 主要会计数据

单位：元

	2011 年	2010 年	本年比上年增减 (%)	2009 年
营业总收入 (元)	5,410,479,639.92	4,198,203,111.29	28.88%	1,918,187,669.89
营业利润 (元)	369,849,106.81	269,590,132.07	37.19%	121,761,352.33
利润总额 (元)	369,631,430.76	273,545,910.18	35.13%	127,223,526.65
归属于上市公司股东的净利润 (元)	280,993,834.63	214,320,785.30	31.11%	101,434,633.71
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 (元)	281,159,268.43	209,145,142.11	34.43%	97,093,209.60
经营活动产生的现金流量净额 (元)	-483,622,121.10	102,594,359.01	-571.39%	131,136,559.87
	2011 年末	2010 年末	本年末比上年末增减 (%)	2009 年末
资产总额 (元)	5,350,520,436.61	3,559,479,035.08	50.32%	770,689,678.67
负债总额 (元)	2,586,873,366.44	1,046,457,899.54	147.20%	467,868,528.43
归属于上市公司股东的所有者权益 (元)	2,763,647,070.17	2,513,021,135.54	9.97%	302,821,150.24
总股本 (股)	320,000,000.00	160,000,000.00	100.00%	120,000,000.00

3.2 主要财务指标

单位：元

	2011 年	2010 年	本年比上年增减 (%)	2009 年
基本每股收益 (元/股)	0.88	0.82	7.32%	0.42
稀释每股收益 (元/股)	0.88	0.82	7.32%	0.42
扣除非经常性损益后的基本每股收益 (元/股)	0.88	0.80	10.00%	0.40
加权平均净资产收益率 (%)	10.66%	23.58%	-12.92%	40.24%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率 (%)	10.67%	23.01%	-12.34%	38.51%
每股经营活动产生的现金流量净额 (元/股)	-1.51	0.64	-335.94%	1.09
	2011 年末	2010 年末	本年末比上年末增减 (%)	2009 年末
归属于上市公司股东的每股净资产 (元/股)	8.64	15.71	-45.00%	2.52
资产负债率 (%)	48.35%	29.40%	18.95%	60.71%

3.3 非经常性损益项目

√ 适用 □ 不适用

单位：元

非经常性损益项目	2011 年金额	附注 (如适用)	2010 年金额	2009 年金额
非流动资产处置损益	-27,676.05		-24,787.37	4,674.32
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	0.00		0.00	-28,315.35
计入当期损益的政府补助, 但与公司正常经	310,000.00		4,000,000.00	5,457,500.00

营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外				
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-500,000.00		-19,434.52	0.00
其他符合非经常性损益定义的损益项目	0.00		2,679,661.88	0.00
所得税影响额	52,242.25		-1,459,796.80	-1,092,434.86
合计	-165,433.80	-	5,175,643.19	4,341,424.11

§ 4 股东持股情况和控制框图

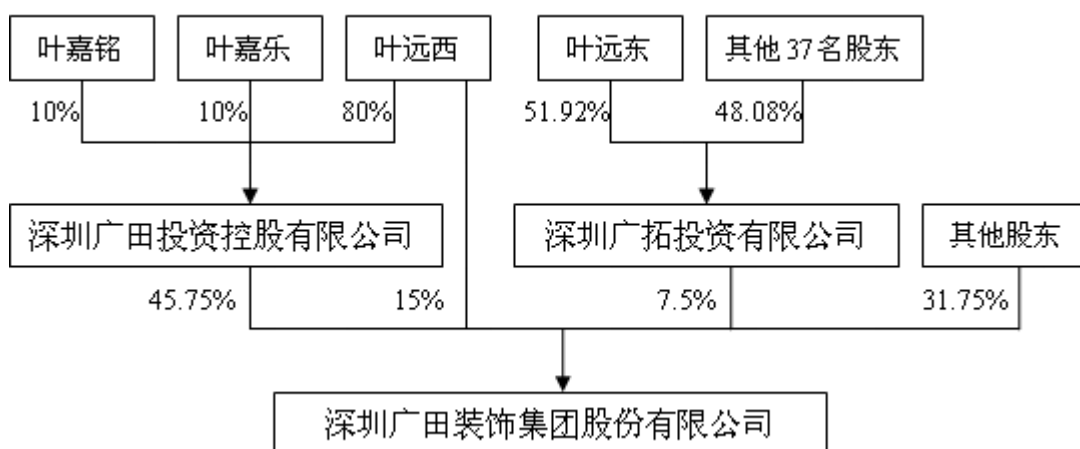
4.1 前 10 名股东、前 10 名无限售条件股东持股情况表

单位：股

2011 年末股东总数	11,721	本年度报告公布日前一个月末股东总数	11,312		
前 10 名股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比例 (%)	持股总数	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
深圳广田投资控股有限公司	境内非国有法人	45.75%	146,400,000	146,400,000	30,000,000
叶远西	境内自然人	15.00%	48,000,000	48,000,000	0
深圳广拓投资有限公司	境内非国有法人	7.50%	24,000,000	24,000,000	0
深圳市东方富海创业投资企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.69%	11,815,000	0	0
中国农业银行—中邮核心成长股票型证券投资基金	境内非国有法人	2.31%	7,376,311	0	0
中国银行—嘉实增长开放式证券投资基金	境内非国有法人	1.99%	6,374,352	0	0
华夏成长证券投资基金	境内非国有法人	1.21%	3,870,251	0	0
中国工商银行—广发行业领先股票型证券投资基金	境内非国有法人	1.12%	3,584,299	0	0
中国工商银行—嘉实策略增长混合型证券投资基金	境内非国有法人	1.06%	3,393,941	0	0
中国建设银行—华宝兴业多策略增长证券投资基金	境内非国有法人	0.98%	3,139,980	0	0
前 10 名无限售条件股东持股情况					
股东名称	持有无限售条件股份数量		股份种类		
深圳市东方富海创业投资企业（有限合伙）	11,815,000		人民币普通股		
中国农业银行—中邮核心成长股票型证券投资基金	7,376,311		人民币普通股		
中国银行—嘉实增长开放式证券投资基金	6,374,352		人民币普通股		
华夏成长证券投资基金	3,870,251		人民币普通股		
中国工商银行—广发行业领先股票型证券投资基金	3,584,299		人民币普通股		
中国工商银行—嘉实策略增长混合型证券投资基金	3,393,941		人民币普通股		

中国建设银行—华宝兴业多策略增长证券投资基金	3,139,980	人民币普通股
中国建设银行—华宝兴业行业精选股票型证券投资基金	2,487,743	人民币普通股
中国工商银行—诺安平衡证券投资基金	2,455,774	人民币普通股
中国工商银行—广发策略优选混合型证券投资基金	2,389,631	人民币普通股
上述股东关联关系或一致行动的说明	深圳广田投资控股有限公司由公司实际控制人叶远西控制；深圳广拓投资有限公司由叶远西之兄叶远东控制。除以上情况外，公司未知其他前十名股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人；公司未知其他前十名无限售股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。	

4.2 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



§ 5 董事会报告

5.1 管理层讨论与分析概要

(一) 2011 年度公司经营情况的回顾

1、总体经营情况概述

2011 年，我国房地产市场调控向纵深推进，特别是下半年以来，宏观市场环境发生了深刻变化，对公司住宅精装修类业务产生了较大的影响。面对严峻的调控形势，公司审时度势，本着有效控制、主动调整的原则，从 5 月中旬即主动加大了对业务承接风险审核力度，适度放缓了业务发展速度，主动规避可能出现的市场风险；同时公司狠抓企业经营管理的基础性建设，坚持“安全、质量、效益”的经营方针，确立了“文化+科技”的发展定位，不畏短期“阵痛”，大胆推进内部管理改革，完善营销网络布局，为公司的长远、持续、健康发展奠定了扎实的基础。2011 年，公司实现营业收入 541,047.96 万元，比上年同期增长 28.88%；实现营业利润 36,984.91 万元，比上年同期增长 37.19%；实现归属于上市公司股东的净利润 28,099.38 万元，比上年同期增长 31.11%。

报告期内，公司先后荣获 2010 年中国建筑装饰行业百强评比第三名、建筑工程鲁班奖、国优奖共 6 项，省优 8 项，全国优秀项目经理 30 名。公司还获得了 IRGR 中国区投资者关系大奖（新挂牌公司）优秀奖、广东省连续十五年重合同守信用单位、深圳市重点文化企业、深圳市“文化+科技”型示范企业、自主创新企业金奖等荣誉，提升了公司的品牌效应。

报告期内，公司主要的经营管理工作如下：

(I) 大力推行事业部制改革，建立战略性人力资源管理体系，推行股权激励计划

近年来，特别是 2007—2010 年，在董事会的领导下乘势而上，公司经营业绩连创新高。为顺应企业快速发展需要，研究和解决发展中出现的新情况、新问题，公司引进北大纵横管理顾问公司，借助专业团队力量，对公司原有的管理架构、运营模式做了细致诊断，在行业内率先尝试推行事业部制改革，改变了原有的直线集权式的管理模式，重新搭建组织架构，建立以经营单位与职能中心为主体的“集中管控，分散经营”的管理模式，把经营权下放到分公司、事业部，让各个经营单位相对独立、自主经营。虽然短期内可能对公司业绩成长造成影响，但从长远来看，有利于各利润中心更贴近市场、提升服务、创

造利润，也有利于总部各职能中心向管理标准和规范化体系建设迈进，促进公司可持续、内生性发展。

报告期内，在北大纵横的辅导和帮助下，公司全面建立了战略性人力资源管理体系，进一步完善了绩效考评和员工激励、内部晋升机制和人才梯队建设机制，加强了人才引进力度，截止 2011 年末，公司员工总数为 1,182 人，较上年末增加 489 人。报告期内，公司推出了股权激励计划，首次向 52 名核心管理人员、设计师、业务人员、项目经理、技术骨干授予 1,190 万份股票期权，将员工的切身利益与公司未来发展紧密结合在一起，充分调动了广大员工的积极性，稳定了公司人才队伍，完善了员工激励机制，促进公司平稳发展。

(2) 加快分公司和事业部设立步伐，进一步推进市场营销网络布局 and 强化营销体系

报告期内，公司继续以重点项目为依托，以事业部制管理模式改革为契机，进一步加大了分公司的开拓和建设力度，建立起更为完善的市场营销网络。全年新设立了石家庄、郑州、海南、太原、哈尔滨、青岛、兰州 7 家分公司及事业一部、事业二部、区域事业部、智能化事业部、幕墙事业部等，使得公司分支机构达到了 23 家，并在原广州、长沙、重庆分公司改革试点的基础上，推广到北京、贵阳、昆明分公司及各事业部，给予各试点分公司、事业部充分的经营自主权，充分调动其主观能动性，并实行内部独立核算、独立考核，促使其尽快转变为独立的利润中心。

公司进一步完善营销基础数据库，向营销管理规范化、程序化迈进。事业部制改革后，各分公司、事业部拓展业务的劲头更足，其区域性、专业性优势逐步显现，系统挖掘和培育潜在客户，业务结构和客户结构得到了优化，全年传统公装业务拓展取得可喜的进展，为后续有效提升经营业绩奠定了基础。

(3) 加强广田设计院管理，设计业务发展迈上新台阶

2011 年公司加强了全资子公司广田设计院的经营管理，以绿色创意为引领，使内部管理、品牌建设得以系统梳理和提升，成功引进国内外知名设计团队，设计院规模实力大幅提升，办公面积达到 3,400 平米，公司全年装饰工程设计收入达 9,074.22 万元，比上年同期增长 29.55%，并荣获了 2011 年亚太地区中国国际空间环境艺术设计大赛筑巢奖金奖 3 个、铜奖 2 个、优秀奖 17 个；获国优奖 1 个；获第六届中国国际设计博览会组委会颁发的集体奖（2010-2011 年度十大最具影响力设计机构奖）1 个；获华鼎奖一等奖 4 个、二等奖 3 个等。

(4) 积极开展绿色技术研发工作，探索绿色装饰可持续发展之路

报告期内，公司积极推进绿色化装饰发展战略，实践“文化+科技”的发展理念，在技术研发方面取得了有效进展。2011 年，公司获得全国科技创新成果奖 33 项，科技示范工程 23 项，广东省科技创新成果奖 19 项、深圳企业新记录 9 项；完成了专利申请共 17 项（发明专利 5 项，实用新型专利 8 项，外观设计专利 4 项），参与了 3 项国标、6 项行标的制定和 3 项省级工法编制。

报告期内，公司继续致力于系列节能环保生态建材产品的研发，掌握了循环利用建筑垃圾和开发利用沙漠沙做墙材、砂浆等原材料的技术，建立了干粉砂浆实验室，并通过了中国建筑材料检验认证中心的质量体制认证与干粉砂浆产品认证。报告期内，公司轻质节能干粉砂浆产品及技术在厦门万科金域蓝湾天棚改造工程、深圳滨海医院 VIP 病房内墙抹灰工程等多个项目进行大面积工程实验，工效提高明显，广受好评。公司积极向外展示和推广绿色成果，如参加深圳文博会、行业研讨会等，在保持研发技术实力行业领先的同时，以提升行业产业化技术水平为己任，取得了良好的经济效益和社会效益。

(5) 募集资金项目进展顺利，绿色装饰产业基地园初具规模，为公司未来可持续发展提供坚实基础

2011 年公司募集资金项目进展顺利，由公司全资子公司广田高科实施的绿色装饰产业基地园顺利完成了主体基建工作，已初具规模，为如期投产奠定了坚实的基础。设备订购、内装饰等后续工作均已有序展开。绿色装饰产业基地园的建设严格遵循国家绿色建筑设计的最高标准“三星级标准”以及绿色产业示范基地的定位要求，把绿色理念、绿色设计与技术贯穿项目建设的始终，涵盖节能、节地、节水、节材、室内环境、运营管理等六大节能体系。2011 年，广田绿色装饰产业基地园项目还被评定为深圳市重大项目。

除绿色装饰产业基地园建设项目外，公司其他募投项目也在有序推进。

2. 经营环境分析

2011 年，国际金融危机深层次影响继续显现，国内经济增长下行压力和物价上涨压力并存，国家执行了强有力的宏观调控政策，在控物价、稳增长和调结构中寻求平衡。由于上半年我国的通胀水平不断攀升，中央货币政策在 2010 年的基础上持续紧缩，紧缩的效果在下半年逐渐显现，特别表现在对房地产相关产业的影响上。2011 年全社会固定资产投资增速、房地产开发投资总额增速均较上年同期呈回落态势，再加上限购、限贷、限价等措施的出台与实施，一二线城市商品房销售持续低迷，三四线城市销售增速也较 2010 年进一步放缓。

货币政策持续紧缩的作用也向房地产及其关联产业传导，并对其产生了重大影响。在严控信贷，加强房地产信托监管和清理地方政府融资平台等措施不断出台的情况下，房地产开发商和政府投资项目资金面进一步紧张，从而压缩了开工项目数量和延迟了款项支付。在预期并不景气的情况下，建筑装饰行业仍然保持了快速的增长，据中国建筑装饰协会预计，2011 年中国建筑装饰行业实现 12% 左右的增长，全年完成工程总产值预计达到 2.35 万亿元，百强企业工程产值总和占到行业总产值的比例已超过 7%，龙头企业特别是上市公司的市场占有率进一步提升，全年呈现出传统公装业务优于房地产精装修业务、行业优势品牌企业优于普通企业的局面。建筑装饰行业可持续发展能力得到了进一步的印证。

3. 困难与优势

(1) 公司面临的困难和对策

外部环境：建筑装饰行业，特别是住宅精装修业务与宏观经济和房地产业联系紧密，由于公司住宅精装修业务占比较高，所以短期内的经营业绩也因此受到了一定的冲击；此外，行业发展也受到国家产业政策的影响，建筑装饰行业作为一个相对独立、以民营经济为主体的行业，形成的时间相对较晚，目前产业政策、国家对行业发展管理等方面的配套并不完善，政策的执行力度也不理想。例如，国家对住宅产业化、住宅精装修一直持鼓励态度，但住宅精装修作为一项节能减排、环保惠民的

有效措施并未得到系统、持续、有力的推动和保障，精装修住宅的推动并没有见到长足的进步，许多地方一刀切式的限价政策反而掀起了毛坯房的回潮。可喜的是，在建筑节能、环保的要求下，越来越多地方陆续出台精装修的政策目标，执行力度也越来越大。

面对严峻的宏观形势，公司着力提升管理水平和完善营销网络，在保持住宅精装修业务优势的同时积极开拓传统公装业务，适度加大传统公装的业务占比以应对当前的市场环境。

规模问题：公司上市后保持了快速的发展，在资产、技术、人员、营销网络等方面的规模迅速扩大，如何继续保持管理优势，实现科学有序、务实高效的管理，是对公司整体经营管理水平的挑战。公司已通过事业部制改革、营销体系建设、成本管控等多项措施，逐步构建起能够支撑企业持续高成长的管理模式。

人才问题：公司历来重视人才的培育和引进工作，但现阶段人才的数量和水平还不能满足今后公司发展的需求。同时，国内专业领域内的复合型人才还属稀缺资源，总体水平和国外相比还有较大差距。公司通过建立起战略性人力资源管理体系和加大引进国内外优秀人才将逐步改善该方面的问题。

(2) 公司的优势

A. 品牌优势

公司一贯注重品牌建设，推行精品战略，以诚信赢得市场。“广田”商标是“中国驰名商标”、“广东省著名商标”、“深圳市知名品牌”，在业内享有很高的知名度和影响力。2011 年公司跻身于行业百强前三甲，公司实力和品牌得到了社会的广泛认可。

B. 节能环保装饰技术的领先优势

近年来，公司积极推进绿色化装饰发展战略，以“绿色+低碳”的环保理念为先导，以“文化+科技”的发展理念为主旋律，大力投入绿色装饰科技研发与成果转化，技术研发能力处于行业领先水平。公司共荣获全国建筑装饰行业“科技示范工程奖”达 41 项、“科技创新成果奖”达 86 项。公司技术研发中心立足高起点，以节能环保技术为突破方向，2008 年即被深圳市政府部门认定为深圳市市级研究开发中心，2010 年又被深圳市政府部门评为优秀研究开发中心。技术中心已完成国家专利申请 32 项，共参与了 24 项国家标准及行业标准编制和三项省级工法编制。

C. 细分市场优势

公司在住宅精装修类装饰工程细分市场上综合实力稳居第一。报告期内，国家地产调控政策力度进一步加大，从而在短期内对公司住宅精装修类业务增速和回款造成了一定的影响，但公司坚信住宅精装修业务依然是中国建筑装饰行业中市场最大、增长最快、最关乎民生、最需要环保生态的装饰业务，随着住宅产业化的广泛推进和各地相关政策的不断出台，公司在此细分市场上仍有巨大的发展空间。

公司作为铁道部首批铁路客站装饰装修、幕墙工程施工重点企业，在轨道交通装饰领域具有领先优势。公司先后承接了天津、北京、沈阳、西安、成都等城市的地铁设计及施工，是业内承接地铁设计线路最长、城市最多的建筑装饰企业之一。未来公司将顺势而为，积极开拓轨道交通装饰业务，保持该细分市场的领先优势。

另外，公司在商业综合体、星级酒店等领域也具有明显的细分市场优势。

D. 设计优势

设计是建筑装饰企业的核心竞争力之一，公司拥有强大的创意设计能力。公司设有酒店、办公空间、住宅精装修、博物馆、轨道交通、剧场会堂、娱乐场所、幕墙等专业设计团队，并聘请了国际知名设计师。公司多名资深设计师荣获“全国有成就的资深室内设计师”、“高级室内建筑师”、“最具影响力中青年设计师”等荣誉称号。公司设计院先后荣获“2010-2011 年度十大最具影响力设计机构奖”、“2010 年亚太优秀设计企业”、“2010 年中国最具影响力的十大室内建筑设计机构”等荣誉称号，设计作品荣获多项设计大奖。公司被中国建筑装饰协会评为“IAID 最具影响力建筑装饰设计机构”，包括酒店建筑装饰类、医院建筑装饰类、博物馆建筑装饰类、办公建筑装饰类、剧场建筑装饰类。

E. 设计研发一体化优势

公司依托节能环保装饰研发中心与设计团队组建了多项技术研发课题组，积极研发、推广绿色节能环保型室内外装饰技术及产品，并根据建筑装饰行业未来发展趋势，推行包括一体化装饰及机械化、工业装配化、标准化及智能化、新型复合材料及绿色设计等技术。公司也被评为“全国建筑装饰行业产业化实验基地”，一体化装饰理念也得到了市场的认可。

F. 项目管理优势

目前公司已逐步建立起一支懂技术、重实践、敢于开拓、善于管理的项目管理团队。为强化公司项目管理人员本身理论联系实践的能力，培养后备项目管理人才，公司率先成立了管理学院，进一步完善了施工管理体系，实施项目经理施工队伍调配，具备了大兵团作战的能力。在过程管理中，编制了以质量管理为主线，环保、安全相融合的管理流程，推行全方位的“项目动态管理模式”，有效控制工程项目的质量、安全、进度和成本。公司对施工现场进行扁平化管理，施工现场和总部能顺畅沟通，项目服务支持全面有效。

二、公司对未来发展的展望

1、外部环境分析

2012 年国际需求低迷、国内经济结构调整的复杂局面仍将持续，但中国经济内生增长动力依然强劲，宏观经济仍将保持稳定较快的发展。在城市化、工业化、市场化快速发展的总体形势下，建筑装饰行业需求将继续维持较高增速，住宅装饰、交通设施、城市公共空间等细分领域仍具有广阔的成长空间。

“十二五”期间，受城市化进程、消费水平提高、节能环保意识增强和国家政策推动等因素的驱动，住宅精装修类业务的发展空间依然广阔，市场前景不容小觑。另外，近来部分住宅项目的精装修质量问题引发了强烈的社会反响，虽然短期内会对消费者优先选择精装修住宅的取向形成一定冲击，但长期来看，有利于优胜劣汰机制的形成，为专业、高效、质量过硬的住

宅精装修的龙头企业带来了新的发展机遇。“十二五”期间，国家还将加快在市政、城市轨道交通、医疗卫生、教育、文化体育等公共设施领域的投资，也将给建筑装饰需求带来价与量的综合提升。根据《建筑装饰行业“十二五”发展规划纲要》，行业 2015 年工程总产值力争达到 3.8 万亿元，比 2010 年增长 1.7 万亿元，总增长率为 81%，年平均增长率为 12.3% 左右。在全部工程总产值中，公共建筑装饰装修（包括住宅精装修）争取达到 2.6 万亿元，比 2010 年增长 1.5 万亿元，增长幅度在 136% 左右，年平均增长率为 18.9% 左右。

同时以绿色装饰、产业化为目标的行业升级换代潮流将不可逆转，与之配套的企业管理模式、商业业态也将随之调整，呈现出由劳动密集型行业向技术、知识密集型行业转变的趋势，行业准入的资本、技术、人才门槛将逐步提升。行业优势企业将借助自身优势，逐步以科技、文化、节能、创意设计等为灵魂来装备和改造企业，增加装饰工程的科技、文化、艺术含量，促进市场优质资源向优势企业的进一步集中，行业集中度将不断提高。装饰行业将迎来资源整合、产业升级的崭新局面，住宅精装修、工业化装饰、绿色装饰将成为引领行业发展的新引擎。

2、未来发展战略

公司以致力于人居环境的改善为使命，以“文化+科技”为发展理念，坚持走可持续发展、稳健发展之路，积极实施标准化战略、自主知识产权战略，加大改革探索力度，以提供综合建筑装饰解决方案及综合工程承建服务为主，积极推进绿色化、一体化、工业化、智能化，打造并完善绿色装饰产业基地、设计研发基地、营销网络体系，成为中国最具创新能力、最具绿色影响力、最具诚信力的综合建筑装饰工程承建商。

虽然 2011 年住宅精装修业务受宏观调控、房地产限购、限贷、限价等政策影响，出现了暂时的困难，但公司坚信住宅精装修是社会发展的大势所趋，也是最关乎民生、最能体现节能环保的装饰业务，随着房地产行业的理性回归和健康发展，住宅精装修将迎来快速发展的春天，公司将不断总结住宅精装修的经验，加大住宅精装修施工的工业化、标准化、流程化、绿色化，保证施工质量，切实提升住宅精装修的附加值，进一步巩固广田股份的住宅精装修设计、施工优势，为迎接住宅精装修的春天积蓄力量。

3、2012 年工作计划

2012 年公司将围绕全年经营管理目标，突出解决企业运转过程中存在的问题。全年工作的重点主要体现在六个方面：

(1) 整合市场资源，加大营销力度，广开业务来源

公司将时刻关注并研究宏观经济形势对建筑装饰行业的影响，因势利导，合理调整业务结构，在保持住宅精装修业务优势的同时，继续加大政府工程、商业综合体和高端酒店等传统公共装饰业务的拓展力度，促进营销团队的专业化建设，加大品牌传播与互动力度。坚持以设计为龙头、以设计带动施工的策略，积极拓展大客户、重点客户，以现有项目带动新业务拓展；进一步整合市场资源，完善分公司建设；积极发挥资本市场作用，通过投资并购的方式开拓区域市场，完善全国布点，广开业务来源。

(2) 加强成本管控、提升经营效益

装饰工程施工材料种类繁多、施工环节多且错综复杂，为施工管理增加了难度，也为内部挖潜提供了广阔空间。2012 年公司将继续加强各类成本管控，通过降低成本，达到增进公司经济效益的目的。严格落实全面预算，指引全年工作的开展，提升公司管理效率；坚持精简高效的原则，继续优化人力资源；完善采购信息平台，结合事业部制的实际情况，推行区域集中采购，控制采购成本；积极推行电子仓管系统，建立仓储作业标准，减少库存损耗；充分利用信息化平台，节约沟通成本，提高效率；加强风险控制，降低企业运营风险成本，向成本管理要效益。

(3) 加强内部管控，建立标准化运作体系

2012 年公司将事业部制管理模式改革的基础上，继续加大内部制度体系建设，全面推行预算管理，推行科学合理的业务管理流程，积极推动标准化运作体系，建立企业经营情况综合分析机制，加强工程项目的监管与服务指导，深耕细作，打造涵盖施工现场管理、仓储管理、质量安全、成本持续降低、集中采购的施工工程管理模式，探索适应广田发展需求的施工管理体系。

(4) 打造总部综合服务支持平台，继续加大技术研发力度，逐步将科技成果转化成为生产力

公司实施事业部制改革以来，公司资源向一线经营部门倾斜，总部各职能中心必须向“服务、指导、监督”转变。2012 年，公司总部将打造成为分公司、事业部的综合服务支持平台，把公司改革创新引向深入，重点关注几个方面的工作：围绕营销服务，提升品牌，构建强大的企业文化支撑体系；加快人力资源体系的落实工作，加大专业技术性人才和管理人才的引进力度，进一步完善绩效考核机制；完善行政后勤服务体系，充分发挥企业信息化平台作用，主动为一线经营部门排忧解难；全面改进公司培训工作，建立完善高效的培训体系。

公司还将继续加大技术研发力度，继续坚持一体化、工业化、智能化、标准化、机械化和信息化的研发方向，加大实用新型专利、装饰工艺工法和现场管理技术的研发力度，加快轻质节能干粉砂浆系列产品、生态环保装饰砂浆系列产品、精装修总包现场智能化管理系统、室内装饰环境监测数据库和室内环境污染预警控制体系等重点项目的开发和转化力度，逐步将科技成果转化成为生产力。

(5) 完善内部管理规范化，加强资金管理，提升资金使用效率

2012 年公司自觉强化三会规范运作，提升规范运作水平；根据深圳证监局对上市公司内控建设的要求，系统完善公司内控建设体系，促进经营环节的风险控制；公司将努力加快项目竣工结算步伐、加强应收账款管理、加快工程回款速度，统筹筹资规划，保障公司资金需求；充分利用资本优势打造综合产业平台，围绕装饰主业积极开展投资并购工作，整合市场资源、延伸产业链，提升超募资金使用效率。

(6) 立足行业战略制高点，加快工业园建设，建立多元化的设计服务体系

公司将认真执行募投项目建设计划，有序推进绿色装饰产业基地园的建设工作，确保按期投产。同时，广田高科将加强团队

建设，完善内部管理，制定详尽的经营计划并积极落实，积极开展绿色建筑评价标准三星认证，努力推动干粉砂浆等自主专利技术的市场成果转化。

2012 年，公司将着力建立多元化的设计服务体系，打造绿色、创意、文化的设计实体。积极扩大广田设计院规模，引进国外知名设计团队，组建专门的创意文化、绿色设计团队，打造广田设计品牌，将绿色、创意设计理念有效的导入品牌建设、设计过程，并实现成果转化。

4、发展中面临的主要风险

(1) 客户集中度较高及对主要客户依赖的风险

随着宏观调控的不断深入，房地产行业集中度的提升趋势显著，公司从事的建筑装饰业务尤其是住宅精装修与房地产业紧密相关，也相应地呈现出客户集中度较高的状态。报告期内，公司对前五大客户的营业收入占公司营业收入的 56.31%，虽然前五大客户自身抗风险能力较强，对公司营业收入增长的贡献率较大，但公司业务对主要客户具有一定的依赖风险。

报告期内，恒大地产作为公司的长期战略合作伙伴，与公司合作领域在不断深化，在长期的协作过程当中，彼此建立了良好的互信合作关系，虽然报告期内公司来自恒大地产的营业收入降低至 48.26%，但未来恒大地产仍将是公司的重要客户之一，若恒大地产生产经营发生重大不利变化，也将对公司的生产经营产生一定的影响。

(2) 宏观经济波动和政策变化的风险

建筑装饰行业的发展与一个国家的经济发展水平相关，经济增长的周期性波动对建筑装饰行业有一定影响。其中，公司主要业务之一的住宅精装修业务与房地产业的发展关联相对更为紧密，虽然①国家对于住宅产业化、精装修住宅市场的发展一直持鼓励态度；②公司的客户主要为国内综合实力和抗风险能力较强的大型房地产企业；③国家法律关于“建设工程的价款优先受偿”的规定能够确保建筑装饰企业施工风险在可控的范围内；④住宅精装修符合市场对节能环保的需求，也有利于提升房地产开发的附加值，形成差异化竞争。但是国家宏观经济的波动和宏观政策对房地产行业的调控，特别是限价政策的延续，仍可能影响公司的现金流量状况，对公司的生产经营产生一定的影响。

(3) 应收账款比例较高的风险

公司应收账款比例较高是由公司所处行业特点所决定的，一般来说，考虑公司装饰工程款的结算方式，账龄在 3 年以内的应收款项基本为正常业务往来款项。近两年来，公司业务规模大幅度扩大，相应的应收账款也大幅上升。尽管公司已采取多种措施加强应收账款的回收，但仍不能完全消除此方面的风险。

(4) 快速成长可能遇到管理不足风险

公司上市之后，在资产、技术、人员、营销网络等方面的规模加速扩张，近来进行了事业部制改革，又新设了多个分支机构，管理模式有所转变，管理难度增大。如果不能延续公司现有的科学有序、务实高效的管理，公司将面临一定的管理风险。

5.2 主营业务分行业、产品情况表

单位：万元

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
装饰装修业	540,917.35	462,870.96	14.43%	28.99%	25.79%	2.18%
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
装饰工程施工	531,843.14	455,349.94	14.38%	28.98%	25.85%	2.13%
装饰工程设计	9,074.22	7,521.02	17.12%	29.55%	22.25%	4.95%

5.3 报告期内利润构成、主营业务及其结构、主营业务盈利能力较前一报告期发生重大变化的原因说明

适用 不适用

§ 6 财务报告

6.1 与最近一期年度报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的具体说明

适用 不适用

6.2 重大会计差错的内容、更正金额、原因及其影响

适用 不适用

6.3 与最近一期年度报告相比，合并范围发生变化的具体说明

适用 不适用

6.4 董事会、监事会对会计师事务所“非标准审计报告”的说明

适用 不适用

6.5 对 2012 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用

深圳广田装饰集团股份有限公司

董事长：叶远西

二〇一二年四月二十四日