



东岳集团有限公司  
Dongyue Group Limited  
(Stock Code: 189)

2007年全年业绩



管理层

张建宏	董事长、首席执行官
崔同政	执行董事、首席财务官
李玉文	首席行政官
王国权	公司秘书



---

## 重要说明

---

此文件由东岳集团（简称“本公司”）编制，仅供为企业传讯及一般用途使用。此文件所包含的信息没有经过独立查证。对于文件所包含的信息或意见是否公平、准确、完整或正确，没有任何明确或隐含的声明或保证。

此文件的目的并非提供有关本公司财务或交易状况或前景的完整或全面分析，閣下也不应该完全依赖此文件的内容。本公司或其关联公司、顾问或代表，均不会对使用此文件或其内容或由于此文件的其它方面而造成的任何损失负任何责任

此文件不构成购买或认购任何股份的要约或邀请。此文件的任何部分均不应成为任何形式的合同、承诺或投资决定的基础或依靠。

3



---

## 内容

---

业绩概况  
公司简介  
财务回顾  
业务回顾  
未来发展策略  
问答环节

4



## 业绩概况



## 业绩概况

- ◆ 于2007年12月成功于香港联交所主板挂牌，共募集资金港币11.31亿元
- ◆ 2007年股东应占溢利2.08亿元人民币，增长151%，高于招股书章程
- ◆ 尽管原材料价格上升，集团的整体毛利率由21%升至24%
- ◆ 大部分扩充计划已提早完成并于2008年开始投产
- ◆ 继续在中国保持在制冷剂及含氟聚合物市场上的领导地位





# 公司简介



## 公司简介

### 中国含氟聚合物主要制造商

#### 主要产品:

制冷剂  
含氟聚合物  
二氟甲烷  
烧碱

2008年  
有机硅  
PVC

广泛及著名的客户网包括国内及海外客户

如海尔，LG，三菱等

### 中国制冷剂最大制造商 (2007)



### 中国含氟聚合物最大制造商 (2007)



Our Goal

目标：发展为全球知名的绿色环保制冷剂 and 氟硅材料制造商



## 一体化业务模式，创造巨大价值

### 原材料

- ◆ 国内市场的充足供应
- ◆ 内部自我供应充足
- ◆ 与国际、国内供应商的长期稳定关系锁定原料供应

### 制冷剂 (HCFC-22, HFC-134a 绿色制冷剂)

- ◆ 国内市场的领导地位
- ◆ 全球领先的产能
- ◆ 进一步对产品升级换代以应对日益增长的国际环保要求

### 含氟聚合物 (PTFE, HFP)

- ◆ 国内市场的领导地位
- ◆ 全球领先的产能
- ◆ 较高的市场进入技术和资本壁垒
- ◆ 关键原材料如HCFC-22的内部生产，在成本方面可以受益
- ◆ 开发高附加值的含氟聚合物和含氟精细化学产品

### 有机硅产品和其它新产品

- ◆ 有机硅世界需求快速增长
- ◆ 中国处于供不应求
- ◆ 东岳通过循环利用氟化工的副产品获得成本优势
- ◆ 在历史上成功开发新品的成功经验

9



## 财务回顾





## 财务回顾

截至12月31日止年度

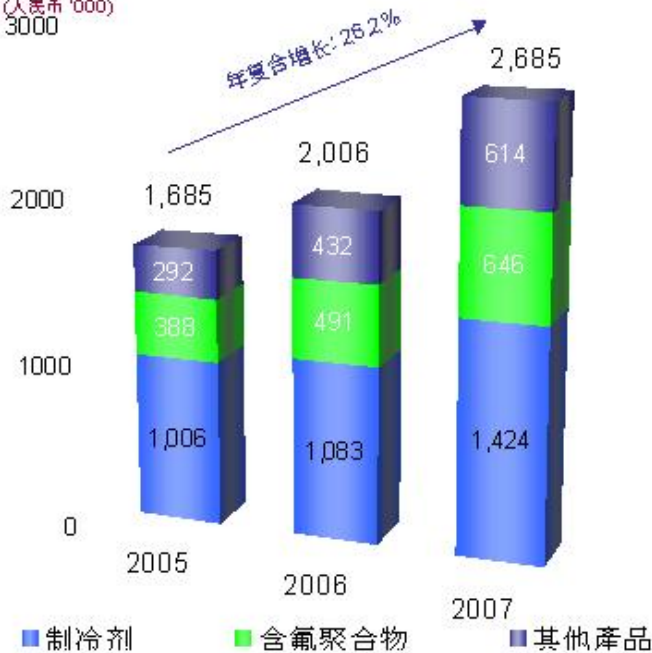
人民币 百万元	2006	2007	YOY (%)
营业额	2,005.9	2,684.7	34% ↑
毛利	428.4	634.6	48% ↑
经营溢利	219.2	368.1	68% ↑
股东应占溢利	82.7	208.3	151% ↑
每股盈利 - 基本 (人民币元)	0.08	0.14	75% ↑
每股股息 (港元)	不适用	0.04	不适用

11



## 收入增长强劲

收入  
(人民币 '000)  
3000



年复合增长  
(2005-2007)

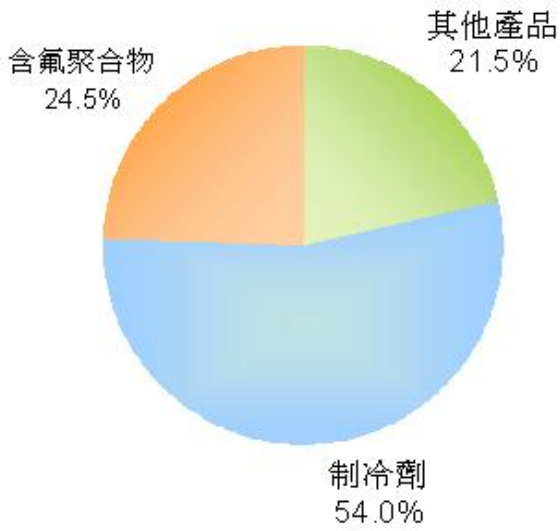
制冷剂	19.0%
含氟聚合物	29.0%
其他产品	45.0%

12

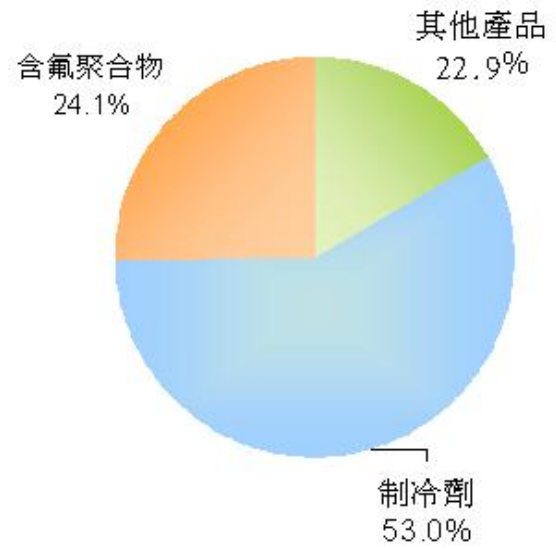


## 营业额业务分类

2006



2007



13

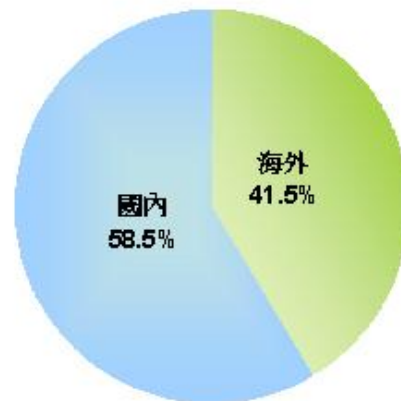


## 营业额市场分类

2006



2007



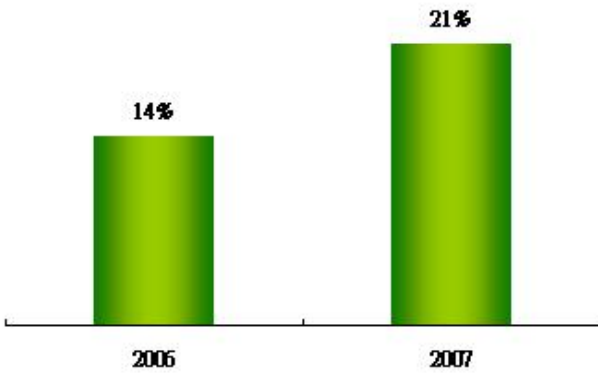
14



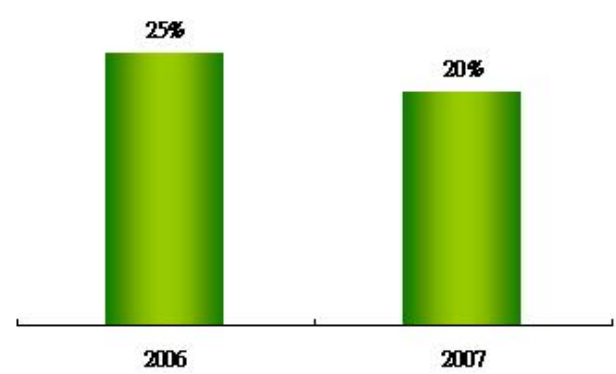


## 产品毛利率

制冷剂的毛利率



含氟聚合物的毛利率



15



## 主要财务数据

	截至2006年12月31日	截至2007年12月31日
流动比率	61%	90%
存货周转日	37日	57日
应收账款周转日	39日	34日
应付账款周转日	97日	147日
资产负债比率	68%	25%
现金及银行结存	人民币3.15亿元	人民币14.56亿元

16





# 业务回顾



## 制冷剂

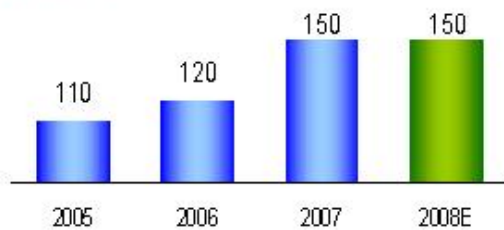
### HCFC22

- ◆ 2007年总销售量91,400吨，按年上升20%
- ◆ 占国内前十大空调器厂家总供应量的35%及全国总出口的35%

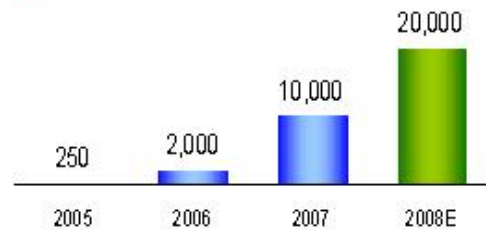
### HFC134a

- ◆ 2007年总销量6,890吨
- ◆ 总销量按年上升114%

产能: HCFC-22  
('000 吨)



产能: HFC134a  
(吨)





## 含氟聚合物

### PTFE

- ◆ 2007年总销量14,059吨
- ◆ 占全国总出口量的55%，出口平均价格比国内同行高100到150美元
- ◆ 集团将推出新品种PTFE产品以减低原料价格上升的压力和人民币升值的影响

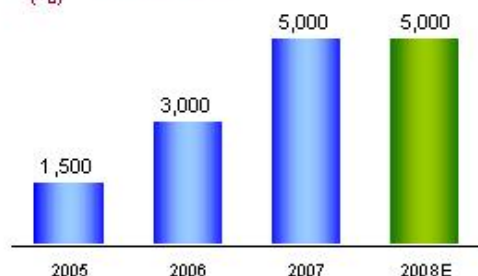
### HFP

- ◆ HFP是含氟聚合物的主要原材料
- ◆ 2007年总销量1,996吨，按年上升68 %

PTFE 扩大产能  
(吨)



HFP 扩大产能  
(吨)



19



## 其它含氟聚合物产品

### 二氟甲烷

- ◆ 中国政府税务政策的改变，出口成本大大上升
- ◆ 2007年，产品转为内销为主

### 烧碱

- ◆ 出口退税优惠于07年7月由13%降至0，毛利率大大降低
- ◆ 国内需求巨大

20



## 扩大产能计划顺利完成

### 提前完成扩充计划及新投资计划

- ◆ 16万吨的烧碱扩充计划于2008年3月12日完成，较预计早三个月，产能增至28万吨
- ◆ 8万吨的二氯甲烷及6万吨的PVC扩建项目都已完成，现时二氯甲烷的产能增至16万吨
- ◆ 6万吨有机硅单体项目于2007年10月建成，较预期早两个月

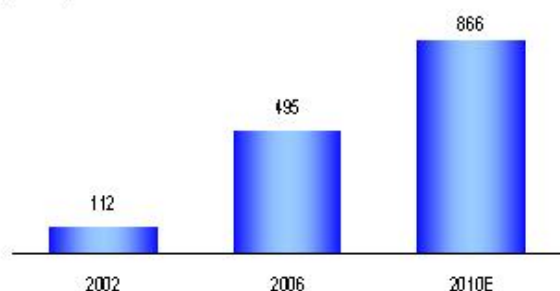
21



## 有机硅

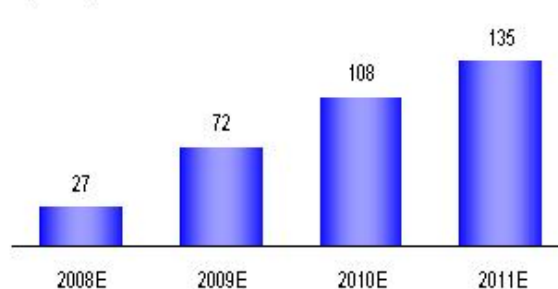
- ◆ 有机硅广泛应用于航空航天、电子、化工、纺织、房地产、汽车、化妆品、医药等行业
- ◆ 上述产品广泛应用于中国，令有机硅需求上升
- ◆ 预计有机硅将于2008年提供盈利贡献

有机硅的需求于中国迅速上升  
('000 吨)



Notes: Capacity is in terms of organic silicone intermediate products. The ratio of Organic silicone monomer conversion to intermediate products is about 45% in Dongyue.

东岳有机硅的产能  
('000 吨)



Source: SRI research report, Company, and China Customs

22





## 主要研发方向

### 制冷剂

- ◆混合工质
- ◆绿色制冷剂

### 氟材料

- ◆氟涂料
- ◆氟医药
- ◆氟农药

### 有机硅

- ◆硅橡胶
- ◆硅树脂
- ◆硅油

### 膜材料

- ◆燃料电池
- ◆电解膜
- ◆太阳能电池

23



## 知名氟硅材料品牌

- ◆ 集团一直致力于建设其科技品牌、环保品牌及国际化品牌
- ◆ 集团绿色环保制冷剂荣获“中国名牌”称号,是中国制冷剂产品首次获此殊荣
- ◆ 集团的“东岳联邦”品牌获得国家品牌的最高认受性的“中国驰名商标”称号



24



# 未来发展策略



## Prospects

### 市场机遇

- ◆ 中国对有机硅的需求迅速上升
- ◆ 全球对制冷剂的需求有所上升
- ◆ 市场对二氯甲烷和烧碱的需求巨大

### 把握市场机遇

- ◆ 扩大主要产品的产能
- ◆ 确保原材料的供应稳定，尤其是萤石
- ◆ 通过并购以壮大集团规模



## 业务发展策略

### 加强综合一体化的生产模式

- 确保长期稳定的原料供应
- 透过自然增长或收购扩大公司内部原料供应的能力

### 收购

- 在国内外找寻合适的收购合并机会

### 新产品

- 加强PVC及有机硅的销售作为重要的增长动力

### 研究及发展

- 开发用途更广泛的环无产品
- 加强产品的附加值及毛利率

盈利最大化

27



## 集资用途

	金额(百万港元)
扩展制冷剂业务	169.2
扩展含氟物高分子业务	63.5
扩展烧碱业务	190.4
有机硅产品的建造计划，包括在产业园兴建生产有机硅单体及有机硅中间体的新生产设施	417.6
改良产业园的设备及购置先进生产设备与设施（包括提高本公司研发能力）	158.6
公司的营运资金及其它一般的公司用途	52.2

28





## 投资亮点

- ◆ 在市场上的领导地位及规模，拥有强大的议价能力及规模效益强
- ◆ 拥有广泛的销售网，加上最好的售后服务，加强未来的市场份额
- ◆ 一体化的生产模式强化集团的竞争力，稳定的原料供应，有效的成本控制，加强盈利能力
- ◆ 拥有一队专业的研究队伍及技术，在研发能力方面处于领导地位
- ◆ 强大的品牌加上长期且稳定的客户群