



中化化肥控股有限公司
SINO FERT HOLDINGS LIMITED

与中国现代农业共同成长

公司2009年度业绩报告

2010年3月18日



Disclaimer

This presentation and the presentation materials distributed herewith include forward-looking statements. All statements, other than statements of historical facts, that address activities, events or developments that Sinofert Holdings (“Sinofert”) expects or anticipates will or may occur in the future (including but not limited to projections, targets, estimates and business plans) are forward-looking statements. Sinofert’s actual results or developments may differ materially from those indicated by these forward-looking statements as a result of various factors and uncertainties, including but not limited to price fluctuations, actual demand, exchange rate fluctuations, exploration and development outcomes, estimates of reserves, market shares, competition, environmental risks, changes in legal, financial and regulatory frameworks, international economic and financial market conditions, political risks, project delay, project approval, cost estimates and other risks and factors beyond our control. In addition, Sinofert makes the forward-looking statements referred to herein as of today and undertakes no obligation to update these statements.



目录

- 财务表现

- 经营回顾

- 未来展望



2009年度业绩

(人民币百万元)	2009	2008	同比
销售量 (百万吨)	15.23	16.22	-6%
营业额	27,011	45,393	-41%
毛利	-563	3,401	-117%
净利润	-1,444	1,913	-175%
净利润 (剔除可转债公允价值变动影响) 注1	-1,494	1,749	-185%
每股收益 (人民币分) 注2	-20.59	27.39	-175 %

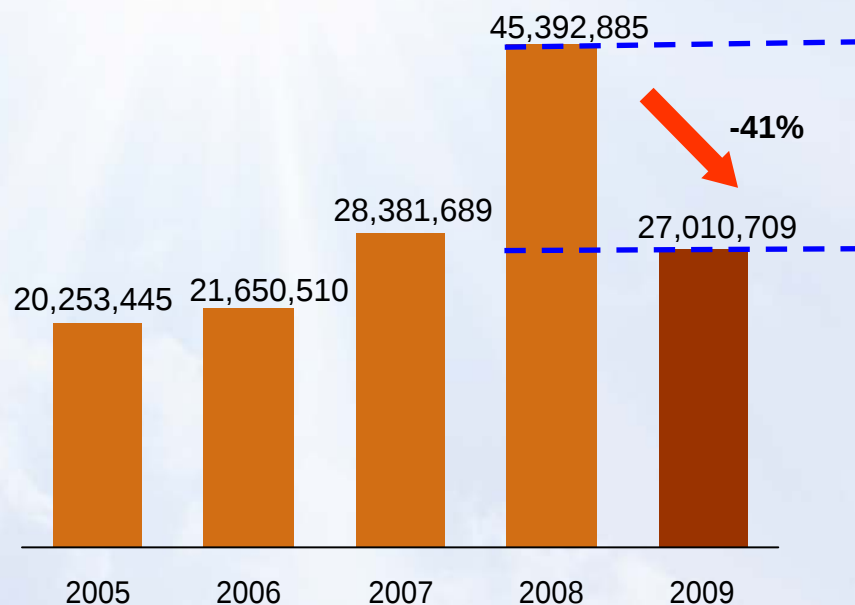
■注1: 2009年可转换债券衍生工具部分公允价值变动增加净利润49,712千元

■注2: 2009年加权计算股数为7,013,508千股



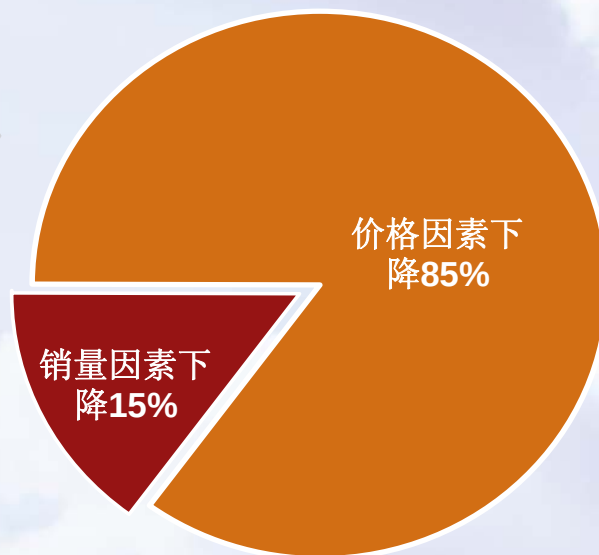
经营规模

营业额（千元）



差异因素占比（%）

平均单价1,774元，较2008年下降37%



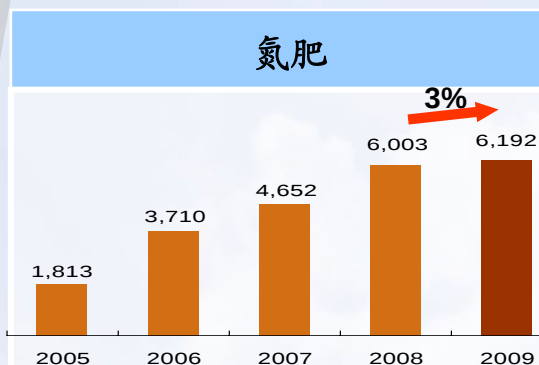
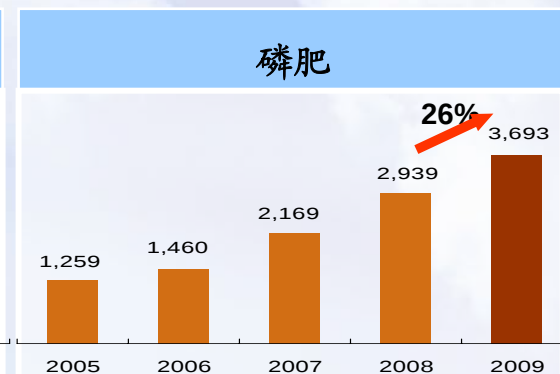
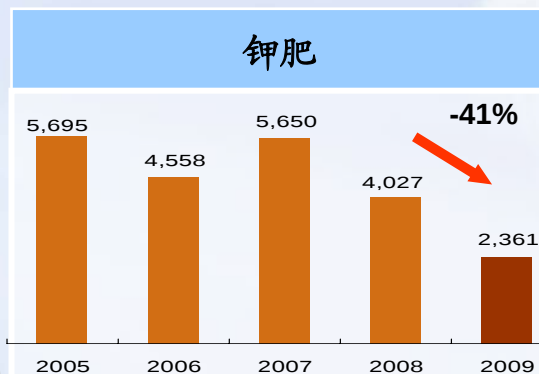
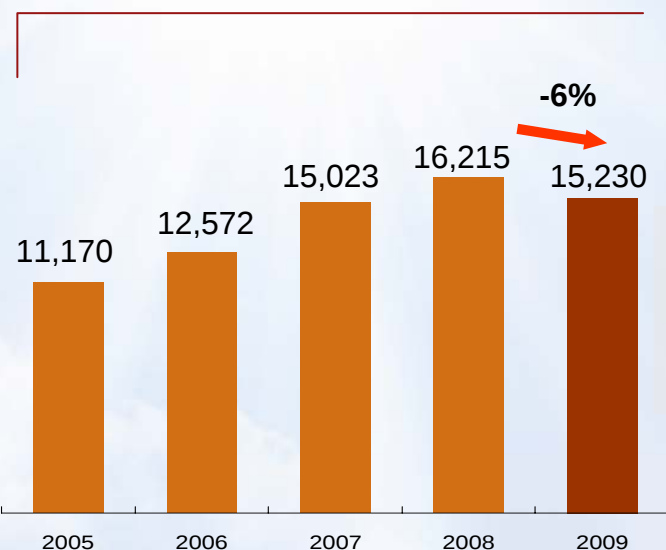
■营业额同比下降41%

■受价格下降因素影响占85%，受销量下降因素影响占15%



经营规模（续）

销售量（千吨）

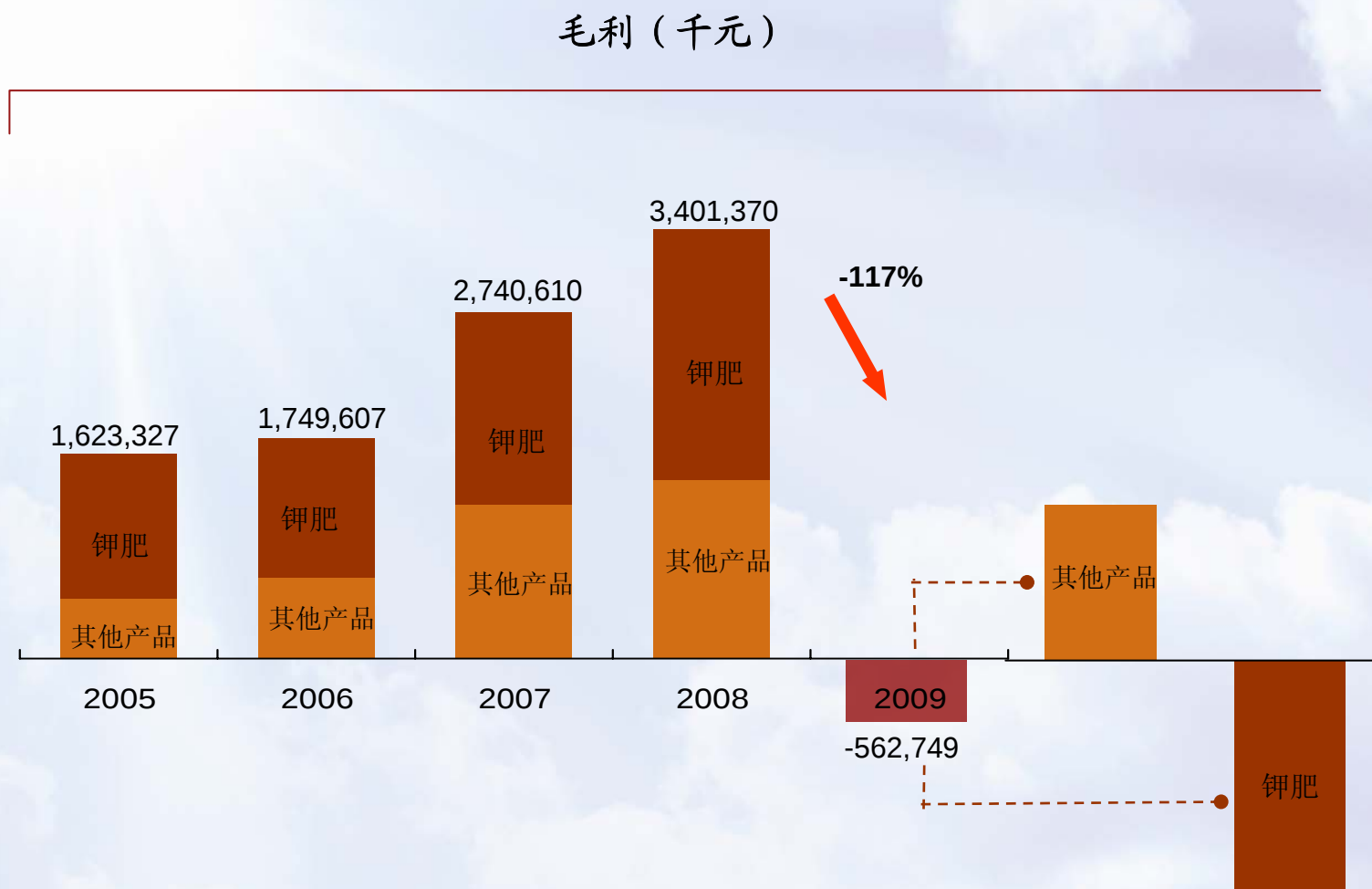


■销量同比下降6%

■磷肥、氮肥销量分别同比增长26%和3%；钾肥、复合肥销量同比下降41%、19%



盈利水平



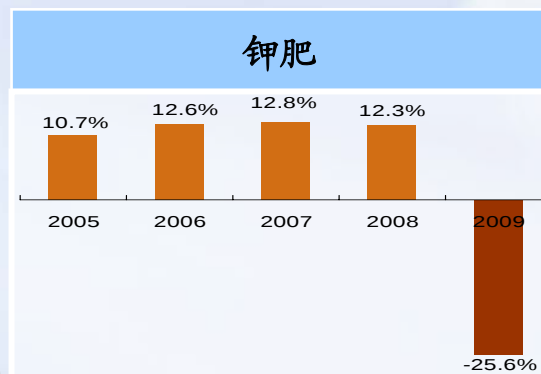
- 毛利同比下降117%
- 其他产品保持正常盈利规模，钾肥毛利亏损导致整体毛利亏损

盈利水平（续）

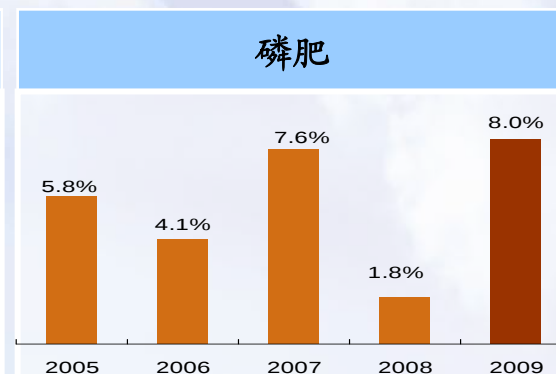
毛利率



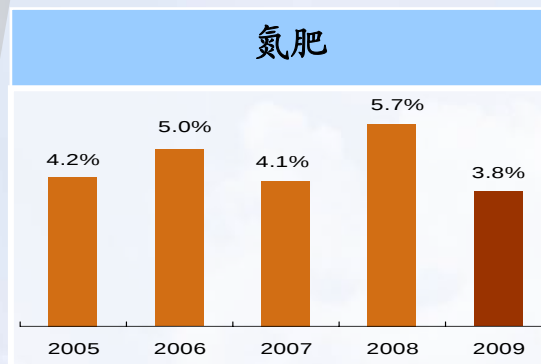
钾肥



磷肥



氮肥



复合肥

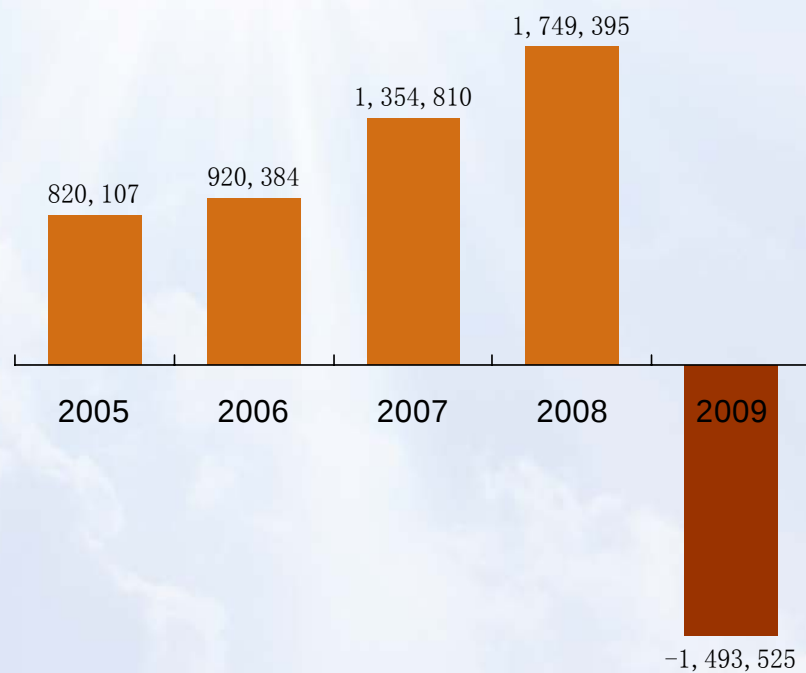


■ 毛利率同比下降9.6个百分点



盈利水平（续）

净利润（千元）



净利润率

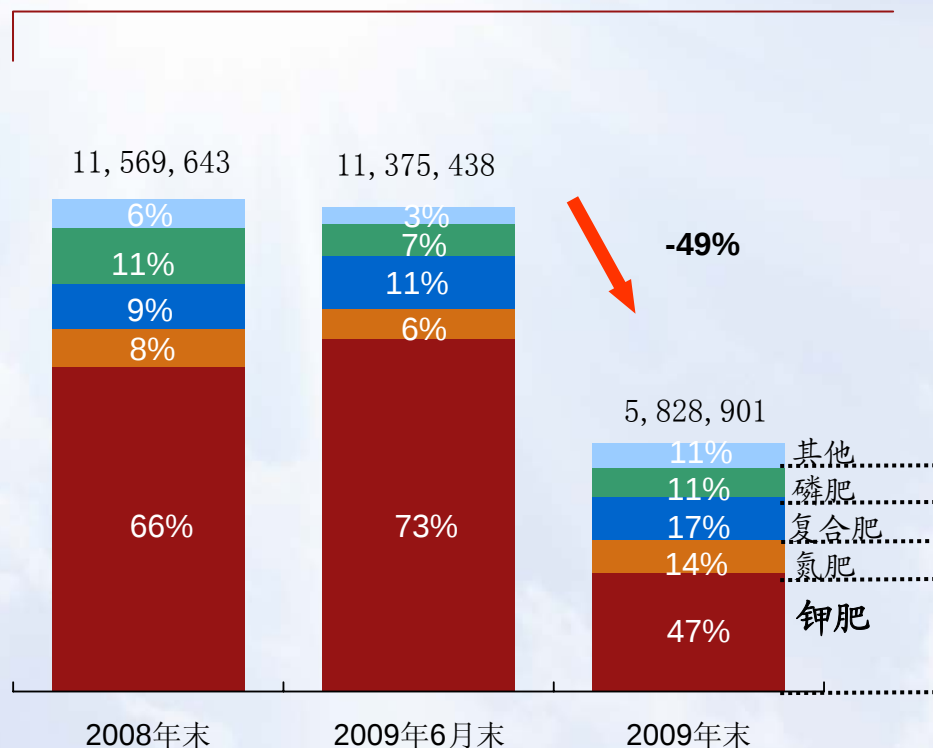


注：以上数据均剔除可转换债券衍生工具部分公允价值变动影响



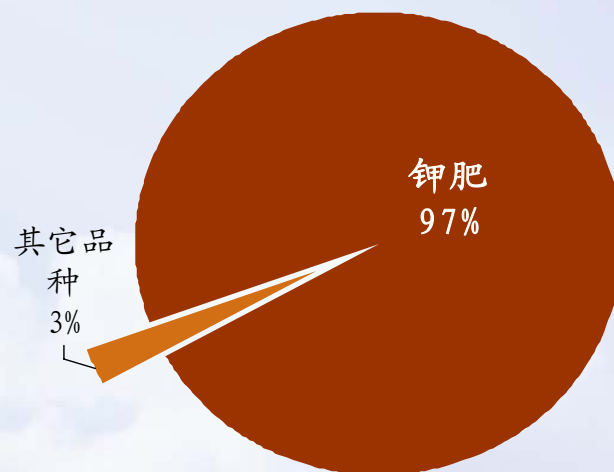
库存及存货减值准备

库存结构 (千元)



■ 09年末库存规模较09年中期下降49%，其中钾肥库存明显下降

存货减值准备 (千元)

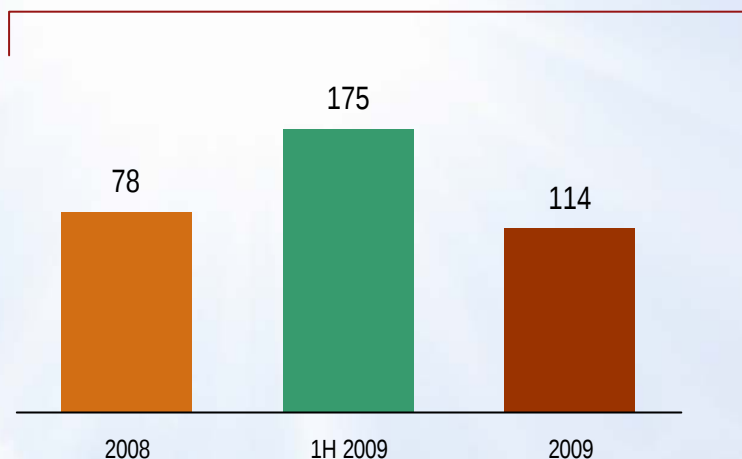


■ 依据会计准则，计提存货减值准备761,582千元，主要为钾肥

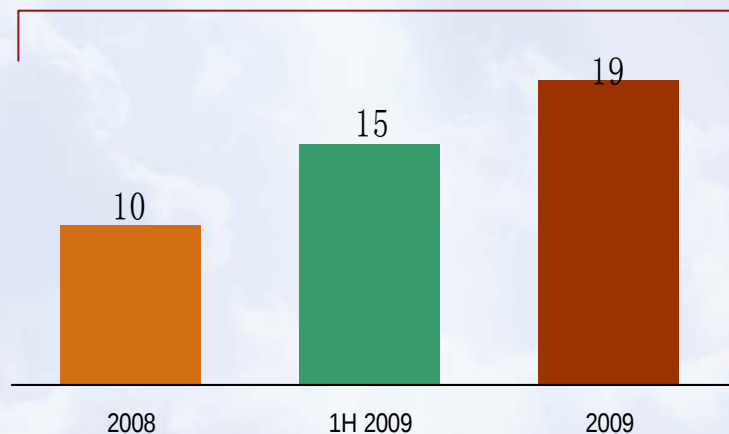


运营效率及经营现金流

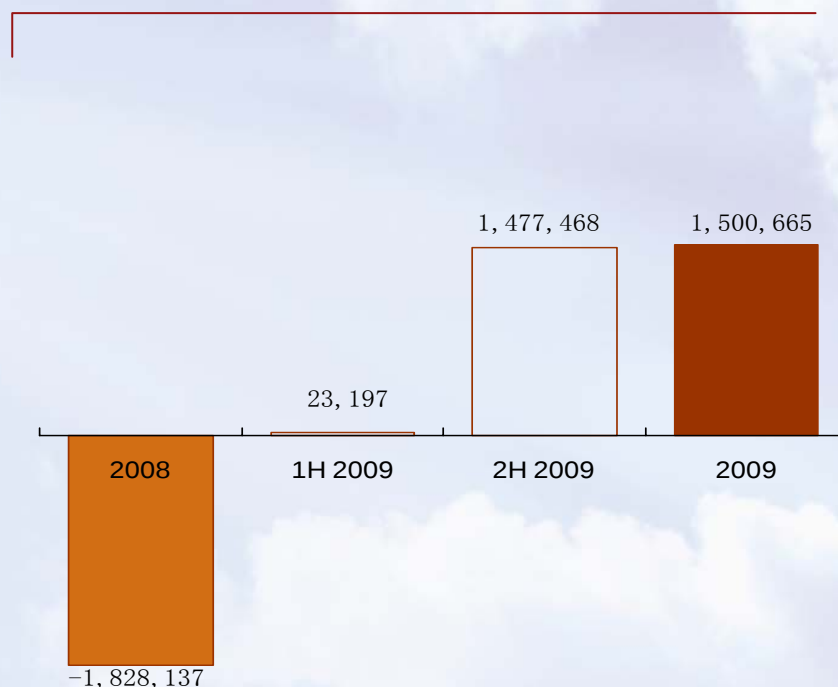
存货周转天数



应收账款周转天数



经营现金流（千元）



- 存货周转天数由上半年的175天，下降到114天
- 应收账款周转天数处在正常范围内
- 09年下半年经营现金流明显改善，全年流入1,500,665千元



资产规模及偿债能力

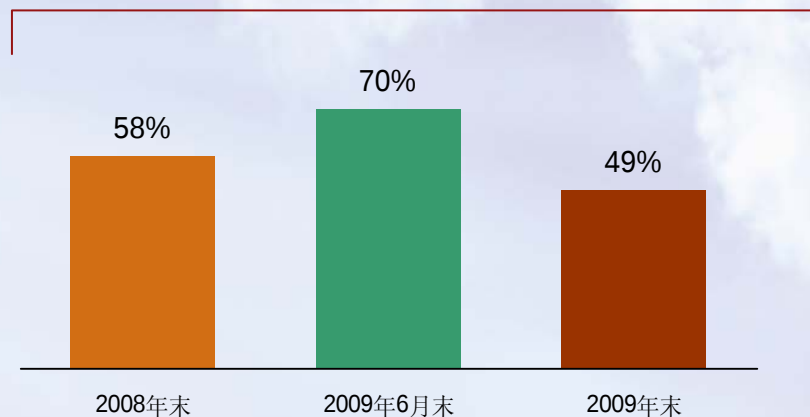
资产规模 (千元)



■ 09年下半年库存下降导致流动资产减少, 使09年末总资产同比下降16%

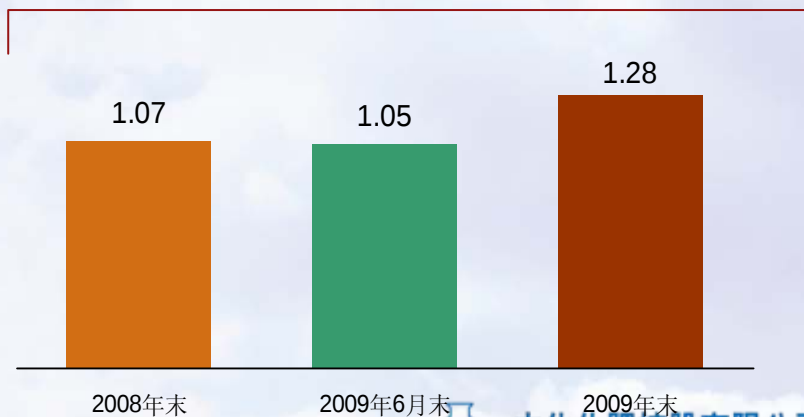
■ 债股比降至49%, 流动比例上升至1.28

债股比



注: 债股比 = 有息负债总额 / 权益总额

流动比率



目录

■ 财务表现

■ 经营回顾

■ 未来展望

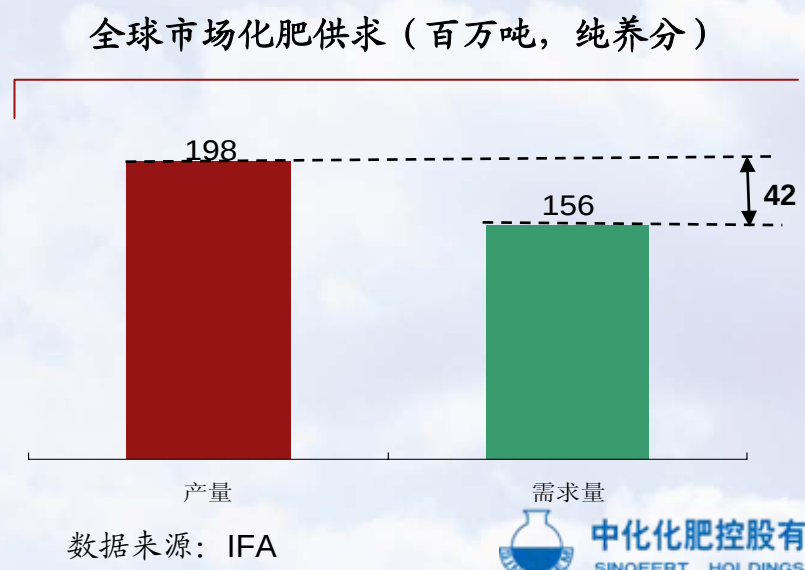
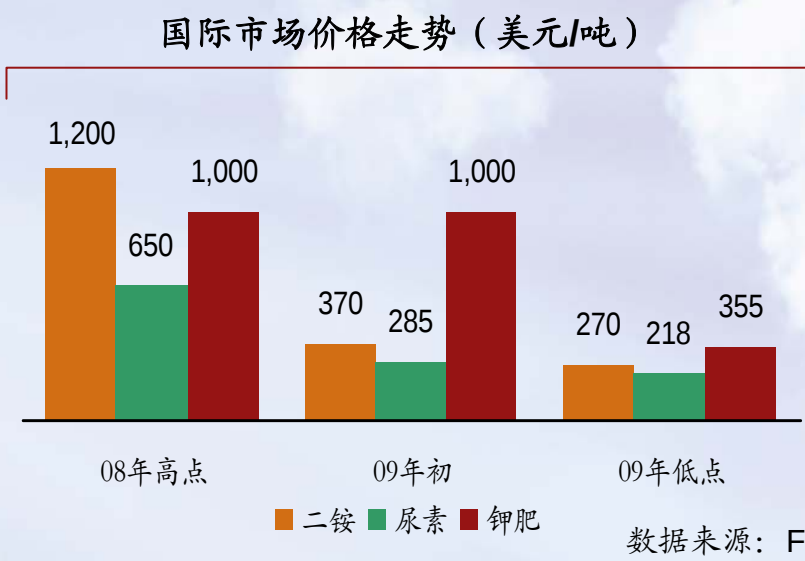


市场环境：国际化肥市场价格大幅下跌，供求矛盾突出

■金融危机导致国际化肥价格大幅下跌。

从国际市场价格看，与08年峰值相比，二铵、尿素、钾肥价格的最大降幅分别达到78%、66%、65%

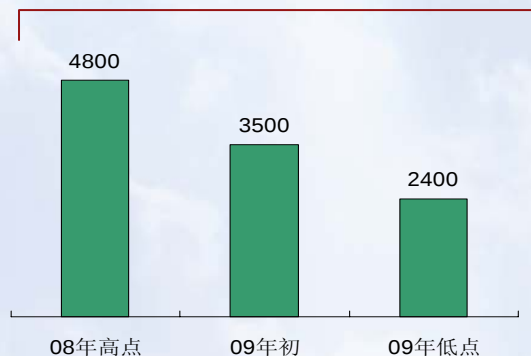
■国际化肥市场供求矛盾突出。从09年国际市场供求看，全球化肥市场供大于求，过剩产量达到4200万吨；化肥需求全面下降，其中钾肥尤为突出，需求同比下降20%左右



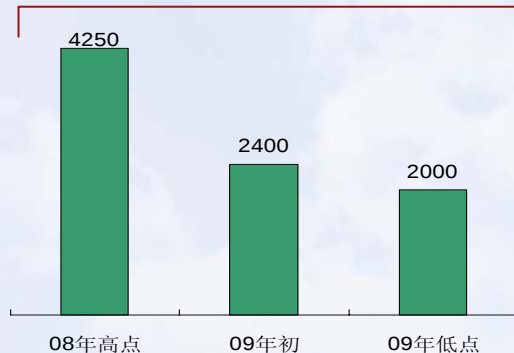
市场环境：国内化肥市场需求萎缩，价格持续低迷

- 国内化肥市场需求萎缩，其中钾肥需求下降最为明显，09年国内钾肥需求700万吨，较07年的最高点下降40%左右
- 市场价格持续低迷，与08年高点比较，09年钾肥、二铵、尿素价格的最大降幅均达50%左右

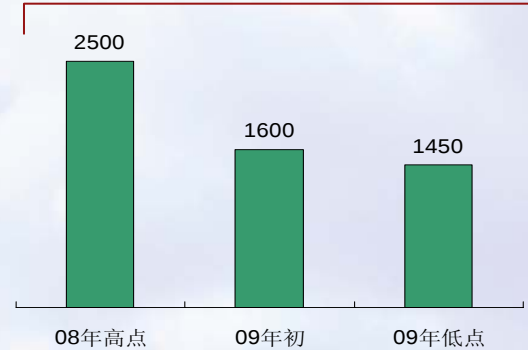
氯化钾港口批发价（元/吨）



二铵出厂价格（元/吨）



尿素出厂价格（元/吨）



经营举措：强化产品运营，继续保持优势市场地位

总体策略

在严峻的市场形势下，公司继续推进上下游一体化战略，一方面实施“审慎经营、勤进快销、控制风险”的营销策略，保持公司产品的优势市场地位；另一方面，继续加强生产企业整合和分销网络内涵提升，严控风险，提高公司核心竞争力和可持续发展能力

产品经营

抓住市场时机扩大销量，保持市场份额

公司充分利用春季销售旺季和第四季度市场触底反弹的机会，加大直销力度，强化终端销售能力，继续保持市场份额第一

创新采购模式，降低经营风险

利用公司规模优势，与供应商采取浮动定价、部分付款等采购方式进行采购，降低经营风险

继续巩固与国际供应商的合作，梳理完善国产化肥供应体系



中化化肥控股有限公司
SINO FERT HOLDINGS LIMITED

经营举措：节能降耗，提升生产企业成本竞争力

上游生产

保持较高的开工率，推进节能降耗，提升产品竞争力

- 上游工厂依托网络的分销能力，保持高于行业平均水平的开工率
- 通过实施以节能降耗为主要内容的技术改造，使企业单位产品的主要物料消耗持续下降，生产成本竞争力持续提高

加大资源获取力度，扩大生产产能

- 利用资源价格相对较低的时机，在国际国内加快推进煤炭、磷矿、钾矿等资源的获取工作
- 推进中化长山尿素装置改扩建相关工作；中化东方新建25万吨复合肥生产装置并投入生产，在化肥重要消费地两湖地区影响力明显提升

提升企业生产经营管理水平

- 引进生产企业高端人才，组织氮肥企业专业化管理团队，提升现有氮肥企业技术、管理水平，为未来新建、改扩建氮肥项目进行人才储备
- 持续推进精益管理，提升企业内在竞争力



中化化肥控股有限公司
SINOCHEN HOLDINGS LIMITED

经营举措：深挖潜力，提升分销网络价值

分销网络

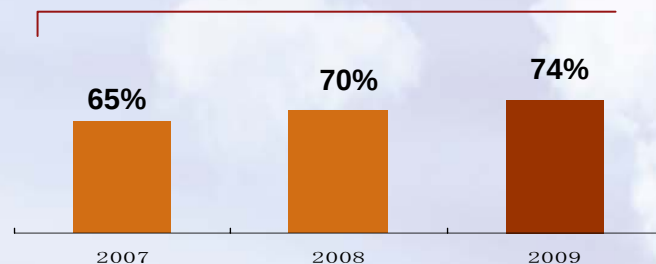
强化分销能力，贴近基层消费市场

- 2009年分销网络分销比例达到74%，较08年上升4个百分点
- 乡镇级客户占比持续提升，2009年占比达到85%，同比提升10个百分点

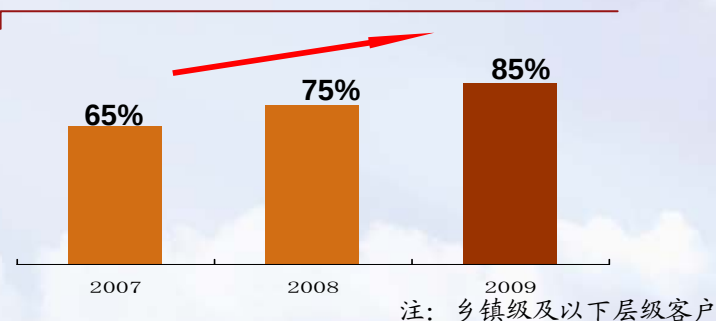
提升分销网络经营内涵，加强网络综合竞争力

公司大力加强产品销售，强化渠道维护、农化服务、信息调研等，提升公司长期竞争力，巩固公司品牌和产品在基层市场的影响力，实现分销网络由规模化发展向内涵式发展的转变

分销比例



乡镇级客户注数量占比



分销网络六大职能



经营举措：优化财务结构，强化内控管理

内控管理

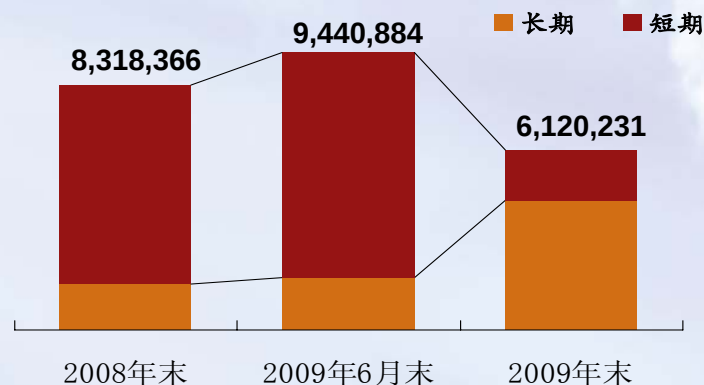
采取多项举措优化财务结构，保持稳健资本结构

- 筹措长期资金，09年11月发行25亿元10年期公司债券，获取长期、低成本的资金来源
- 有息负债下降，结构优化。09年末有息负债较09年6月末下降35%，短期负债占比由81%下降到28%
- 积极与多家银行保持良好合作关系，继续扩大信贷额度。公司目前拥有充裕的信贷额度，支持公司持续快速发展

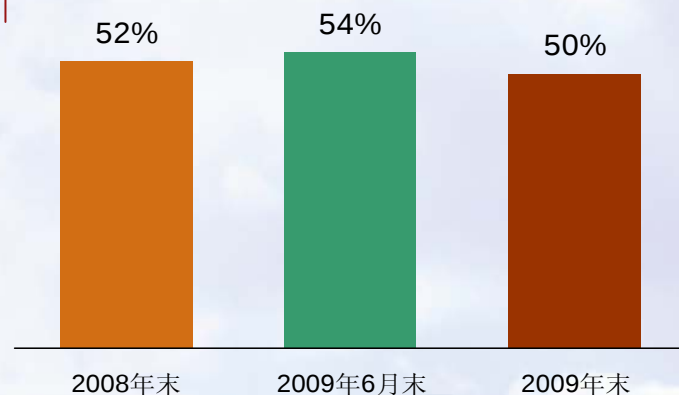
严控货物管理，定期对仓库等货物存储地进行全面检查，确保存货安全

紧密关注客户资信变化，防范客户支付风险；全面推进国内信用险实施，提高安全保障

有息负债（千元）

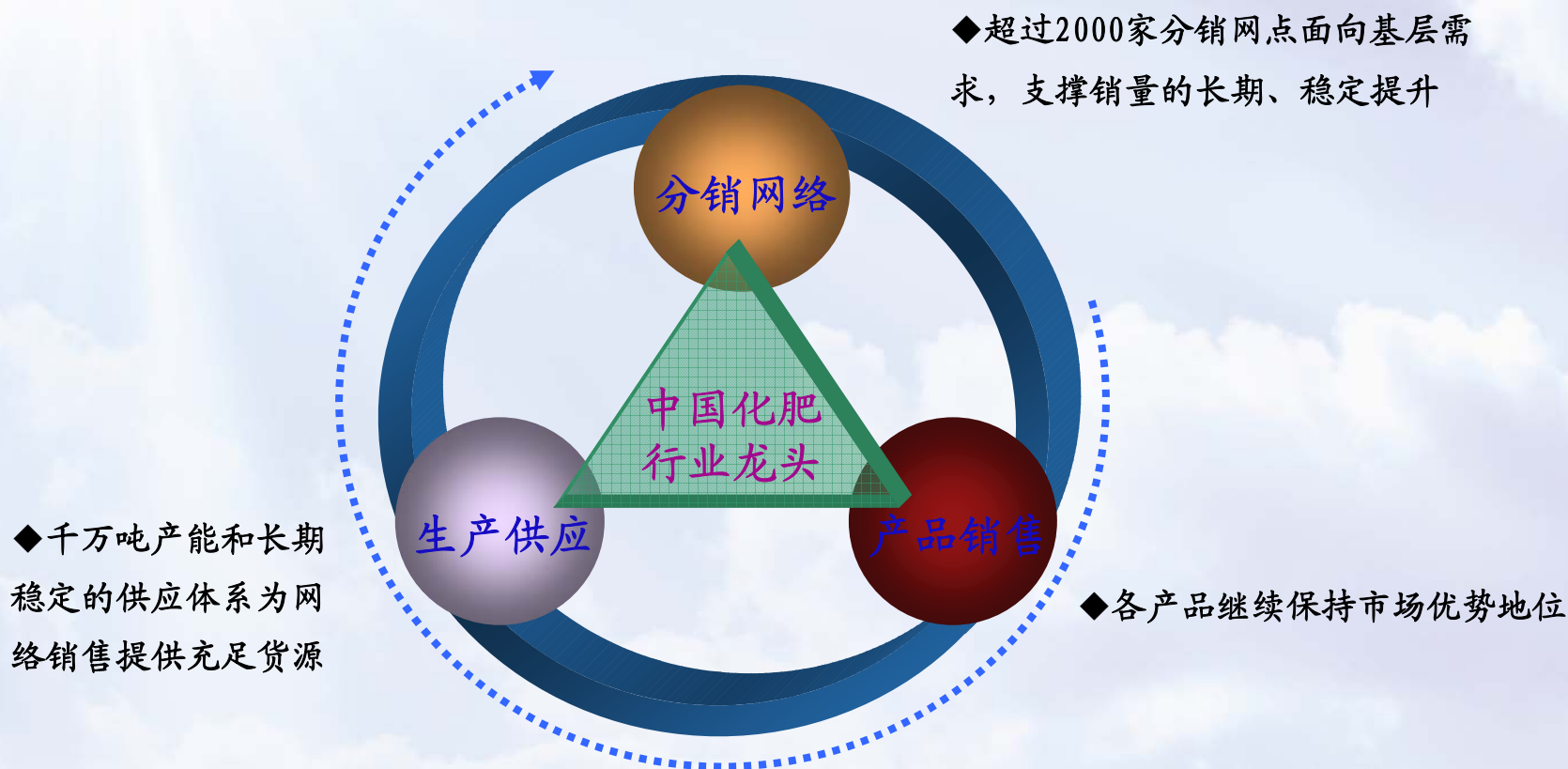


资产负债率



核心优势：上下游一体化支撑公司持续保持市场龙头地位

金融危机对整个化肥行业产生了巨大冲击，公司业绩受到较大影响。但公司凭借上下游一体化发展战略的核心优势，运营基本面并没有发生变化，继续保持着在中国化肥市场的龙头地位

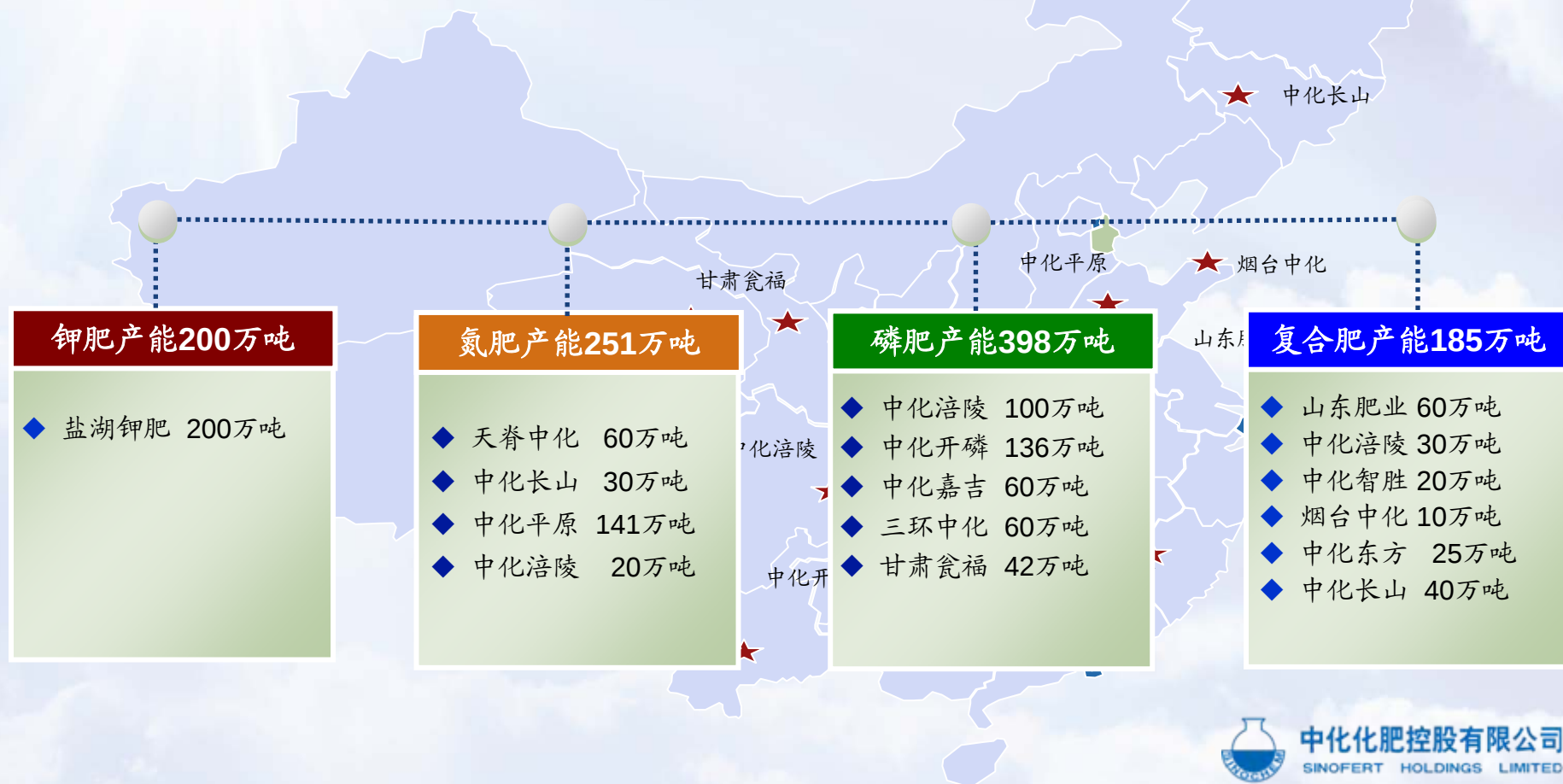


核心优势：布局合理、品种齐全的千万吨化肥生产能力

公司拥有千万吨的化肥产能，产品覆盖四大基础肥料，是中国最大的基础肥料生产商；产地贴近主要农业生产省份，布局合理，地域辐射能力强

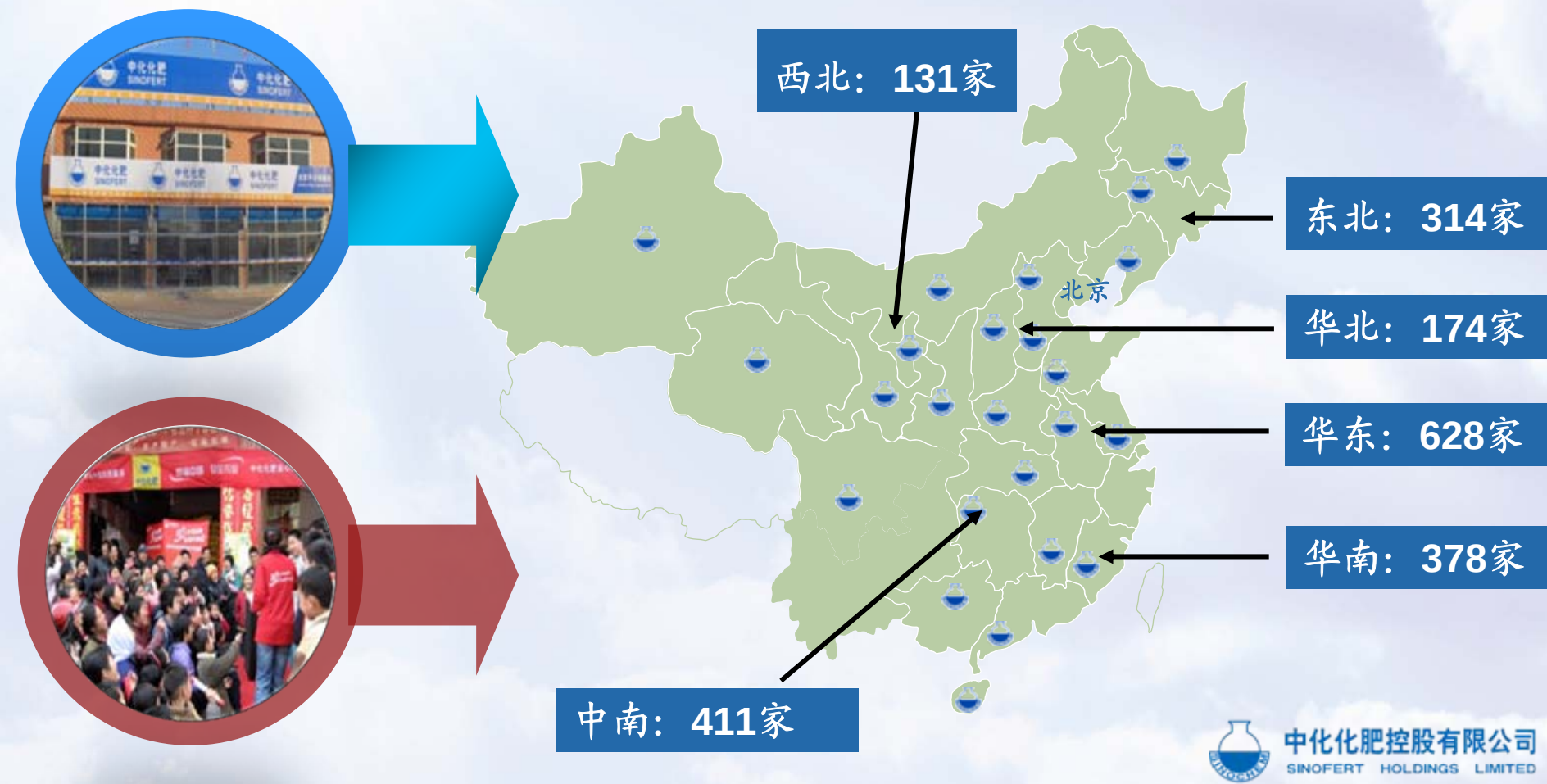
■ 氮肥产能主要分布在华东、华中、东北区域，覆盖全国主要氮肥消费省份

■ 磷肥产能主要分布在西南等矿产资源丰富地区，便于资源获取和成本降低



核心优势：覆盖全国主要农业地区、规模最大的分销网络

公司拥有中国规模最大的分销网络，分布在除西藏以外的所有中国大陆地区的主要农业县，覆盖中国90%以上的耕地面积。截止2009年底，公司在全国设立网点2036家



核心优势：持续保持中国最大化肥分销服务商的市场地位

钾肥

- 国际上继续保持与国际钾肥供应商的密切合作
- 国内，保持与盐湖钾肥长期稳定合作

氮肥

- 通过持续推进氮肥供应体系建设，重点打造控股货源基地，氮肥经营上下游一体化优势显现

磷肥

- 继续保持与北非OCP、GCT的独家代理协议
- 高浓度磷肥具备竞争优势，已经成长为公司竞争力强的产品之一

复合肥

- 继续保持与YARA, FERTIVA, PFI的独家代理关系，保持高浓度复合肥在国内的优势地位

- 各产品保持长期、稳定的竞争优势
- 继续保持中国最大化肥分销服务商的市场地位



核心优势：持续扩大的品牌影响力

中化品牌
在中国农
资领域的
领袖地位



■ “中化”品牌是唯一在“商品”和“服务”两个领域入选“中国驰名商标”的农资品牌，连续三次获得中国农民喜爱的农资品牌称号

实施品牌
管理战略



■ “中化”品牌已覆盖所有化肥品种，并延伸至中国的农业需求终端，同时，针对细分市场 and 不同的目标客户，提供差异化产品，满足客户需要

继续推进
农化服务



■ 继续秉承“全心全意为中国农民服务”的企业宗旨，向广大农民提供公益性的农化服务，已经成为“农民身边的服务专家”

目录

■ 财务表现

■ 经营回顾

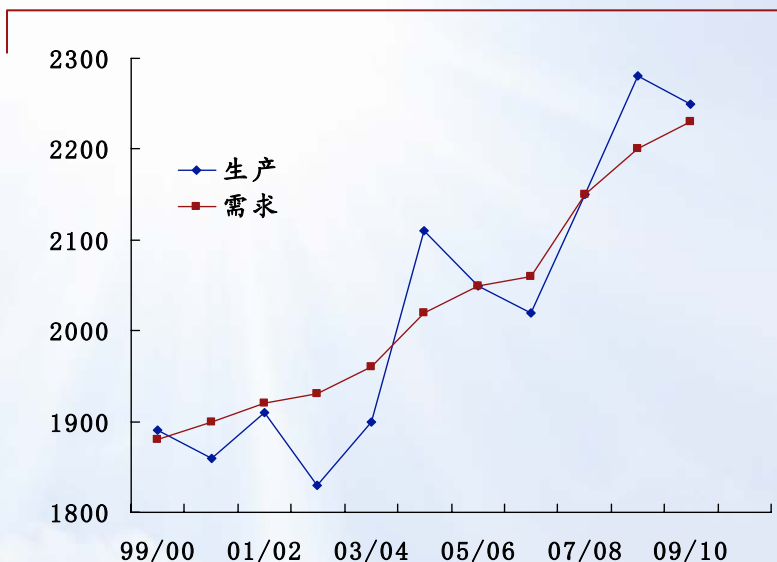
■ 未来展望



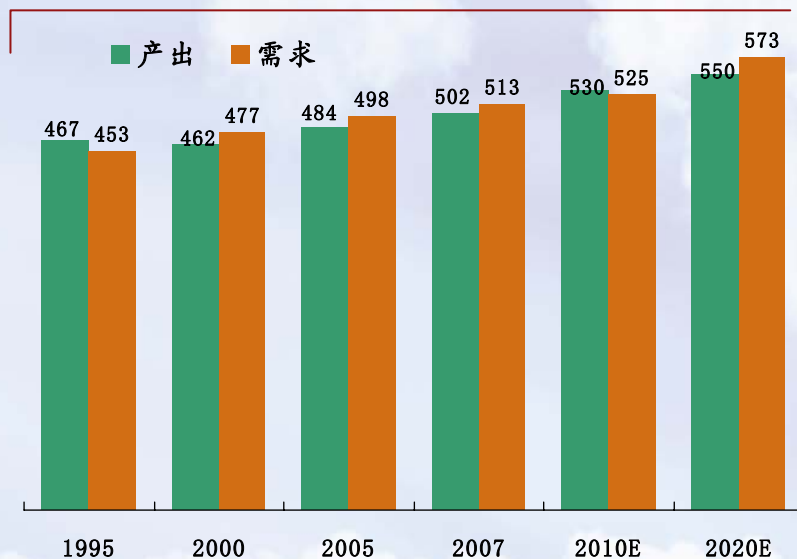
中国化肥市场复苏向好

—全球粮食供需趋紧，中国供求将长期保持紧平衡状态

全球粮食生产和需求（百万吨）



中国粮食生产和需求（百万吨）



数据来源：FAO，国家统计局

- 根据联合国粮食和农业组织统计，2009/10年全球粮食产量预计减产1.5%；同期全球粮食需求预计增长1.8%，产量与需求量基本持平
- 全球人口快速增加，粮食刚性需求增加明显。联合国粮食和农业组织预测的粮食库存消费比23.4%，远低于90年代末30%左右的水平，全球粮食供需趋紧
- 中国经济快速成长，农村人口平均收入迅速上升，人口食品结构升级趋势明显，摄入更多的禽肉类食品和油类、水果等经济作物，国内粮食需求量增长明显，粮食供需将长期保持紧平衡状态

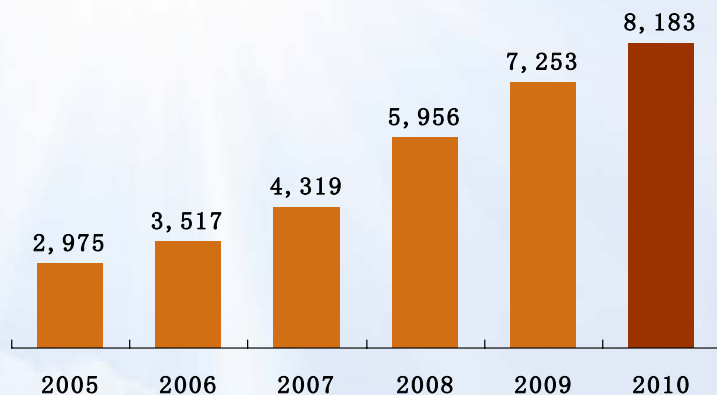


中化化肥控股有限公司
SINOCHINA HOLDINGS LIMITED

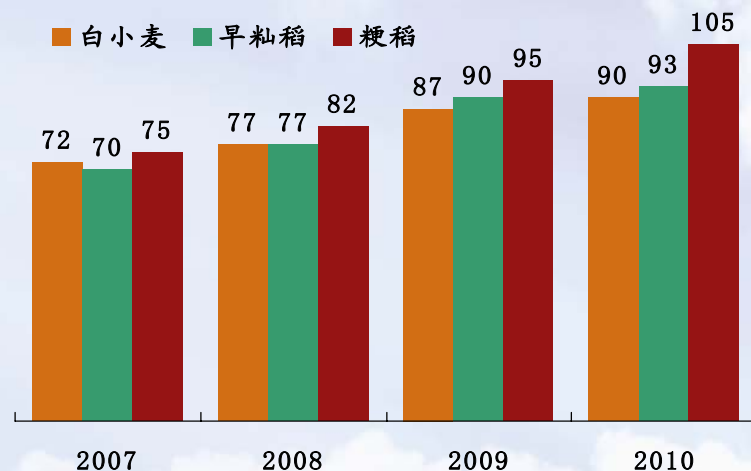
中国化肥市场复苏向好

—中国政府持续加大惠农政策，促进粮食增产和农民增收

中央财政“三农”投入（亿元）



主要粮食最低收购价（元/50公斤）



数据来源：财政部，国家发改委

■中国政府连续第七年颁布聚焦“三农”问题的“一号文件”，强调将按照总量持续增加、比例稳步提高的要求，不断增加“三农”投入；“两会”期间政府工作报告中提出，中央财政拟安排“三农”投入8183亿元，全面实施全国新增千亿斤粮食生产能力建设规划

■中国政府不断完善农业补贴政策，扩大补贴范围、提高补贴水平；持续提高粮食最低收购价，为促进农业增产和农民增收提供了有利的政策环境，有利于农民提高种粮积极性和增加化肥投入

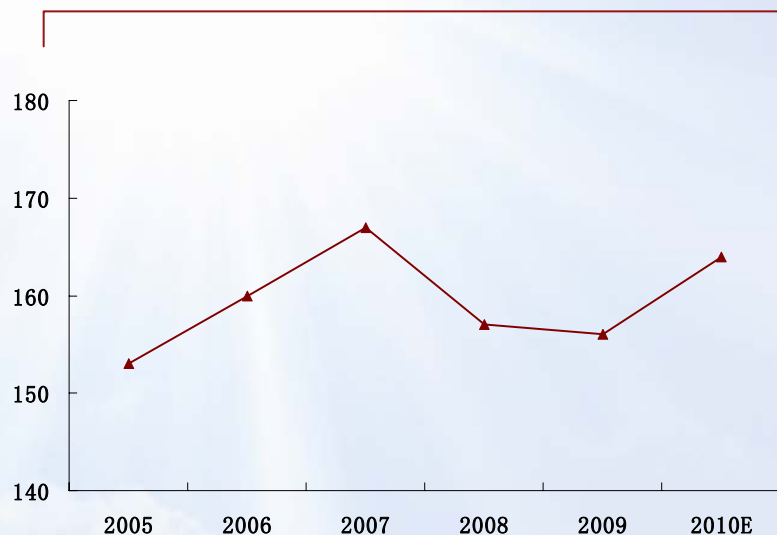


中化化肥控股有限公司
SINO FERT HOLDINGS LIMITED

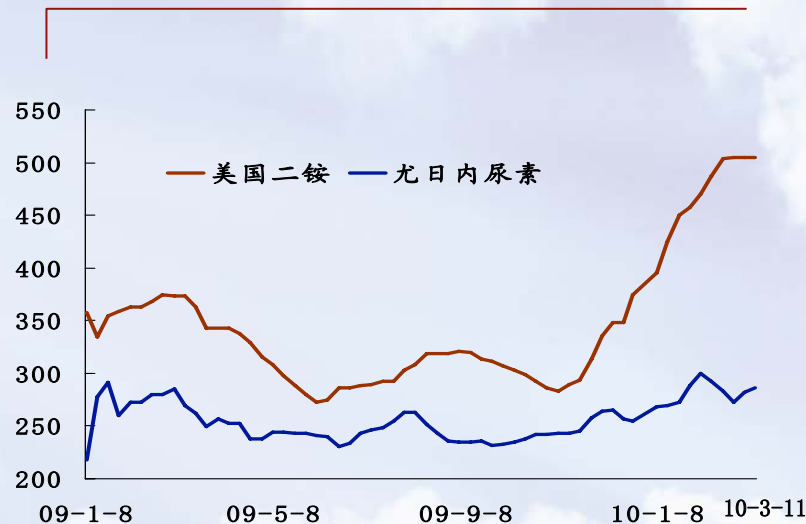
中国化肥市场复苏向好

— 2010年市场需求复苏，化肥价格触底反弹

全球化肥需求（百万吨，折纯）



主要化肥产品出口离岸价（美元/吨）



数据来源：IFA, FMB

■2009年末，全球化肥需求回升，市场供应趋于紧张。IFA预测2010年全球化肥需求将增长4-5%，主流产品销量将有望反弹7-8%，钾肥需求将大幅回升，有望增长11%。2010年以来，国际市场二铵、尿素价格出现明显回升势头

■中国经济率先恢复增长，国内农产品价格持续提高，极大促进了农民的种粮积极性。2010年，随着国内化肥价格更趋于合理，终端市场需求预计较2009年将显著回升

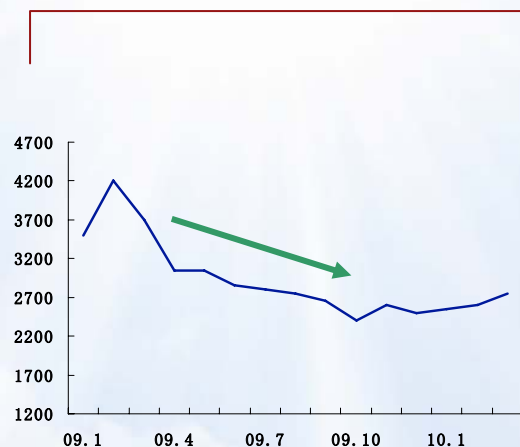


中化化肥控股有限公司
SINO FERT HOLDINGS LIMITED

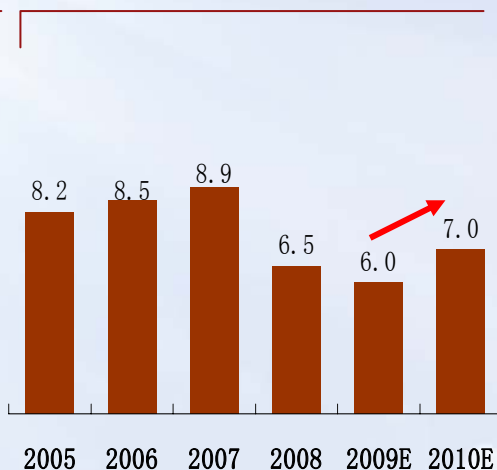
中国化肥市场复苏向好

— 2010年中国钾肥市场需求恢复性增长

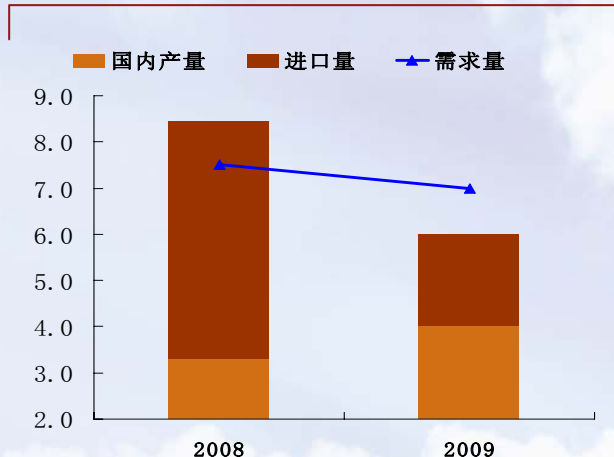
港口俄红钾批发价格
(元/吨)



中国农用钾肥施用量
(百万吨)



钾肥去库存化
(百万吨)



数据来源：中国化肥信息网

■ 2009年末，钾肥市场价格较前期价格高点已大幅下降，回归正常年度水平；并且，中国土地普遍养分量摄入不均衡，特别是2008、2009年中国土地钾肥施用不足，亟待补充养分，预计2010年需求将出现明显的恢复性增长

■ 从供应来看，2009年中国市场钾肥供应量减少，流通领域实现去库存化，中国钾肥库存量处于相对低位，供需关系发生一定程度变化，有利于2010年钾肥市场的恢复增长



中化化肥控股有限公司
SINO FERT HOLDING LIMITED

继续推行“一体化”发展战略，保持在中国化肥行业的龙头地位

发展
目标

继续实施“以分销为龙头，沿产业链上下游延伸”的一体化战略，继续向成为中国最大的农业投入品综合服务商的目标迈进

生 产

中国最大的基础肥料生产商

分 销

中国最大的农业投入品分销服务商

保持在中国化肥行业的领先地位

2012年销量达到2100万吨

供 应

不断完善的海内外、多层次供应体系



中化化肥控股有限公司
SINOFERT HOLDINGS LIMITED

继续推行“一体化”发展战略，保持在中国化肥行业的龙头地位

生产：以资源为依托的产能扩张，实施低成本战略，提升产业竞争力

生产管理

实施精益管理和技术进步，开展对生产系统的改造和升级，加强内部资源整合，推进低成本战略，提升产品竞争力

科技研发

大力推动科技进步，引进、培育专有技术，研制不易被复制的差异化产品，为现有企业和新建生产基地提供技术支持

产能建设

力争2012年控股产能超过700万吨

■依托当地煤资源，在宁东能源化工基地建设大型尿素生产基地，规划尿素产能320万吨。宁东项目将建设成为行业标杆性尿素生产企业，确立公司在中国氮肥制造业的行业领先地位

■中化长山尿素装置改扩建，规划将尿素产能由目前30万吨增加至82万吨，进一步提升公司在东北区域氮肥经营的重要影响力



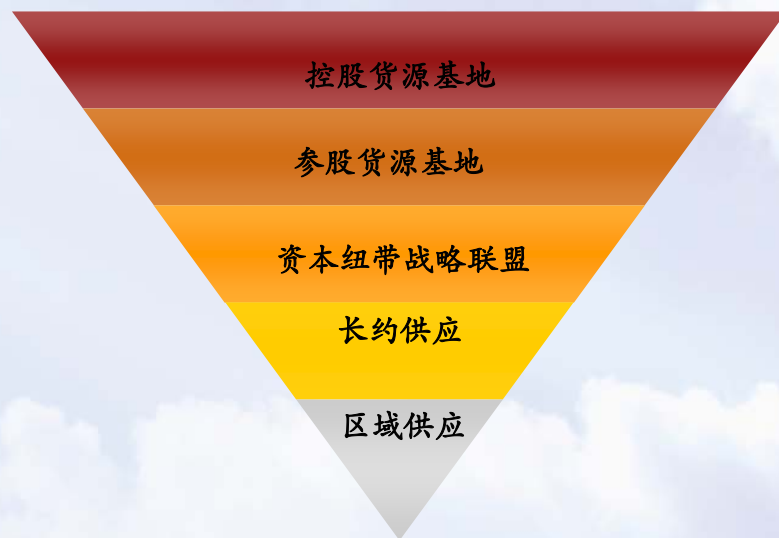
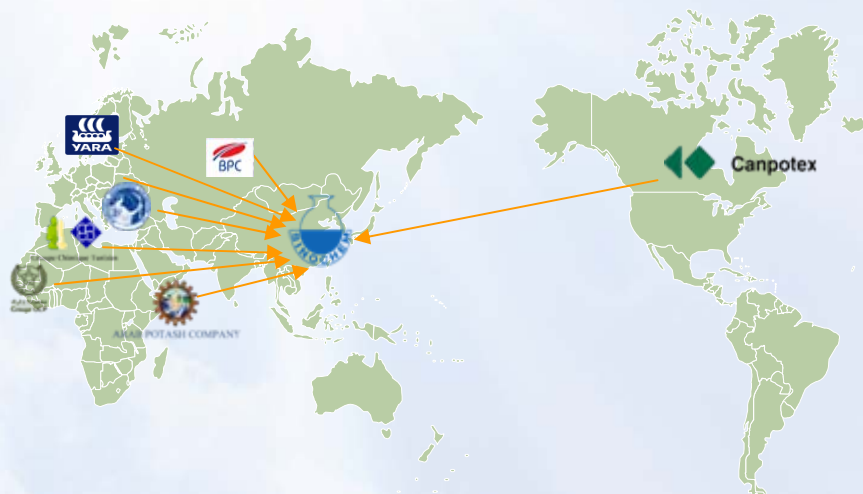
资源开发

关注盐湖集团重组，择机注入中化集团持有盐湖集团股份。继续寻求钾矿、磷矿、煤矿等资源项目投资机会



继续推行“一体化”发展战略，保持在中国化肥行业的龙头地位

供应：国内外、多层次的强大供应体系



国际供应

继续保持与国际主要进口化肥供应商独家代理关系，并探讨深化合作的方式

国内供应

加速控股货源基地建设；扩大以长约方式合作的供应商范围；充分发挥区域供应商的地缘优势，满足基层市场需求

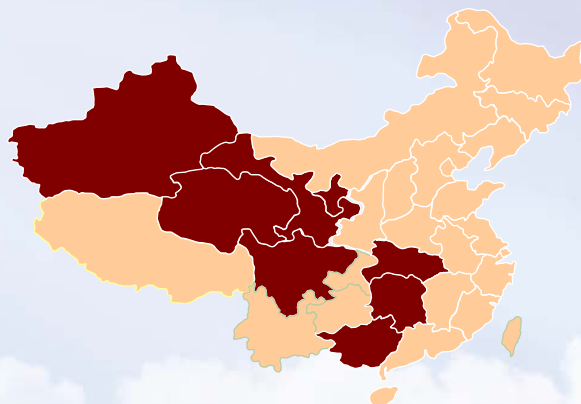


中化化肥控股有限公司
SINOFERT HOLDINGS LIMITED

继续推行“一体化”发展战略，保持在中国化肥行业的龙头地位

分 销： 分销网络向基层延伸；创新经营模式，深化“一站式”购齐服务；推进分销网络内涵式发展战略

肥美特（Fert-Mart）



创新经营模式

- 在网络成熟的重点农业区域，选择农资物流集散地建设连锁仓储式大卖场[肥美特，Fert-Mart]
- 目标客户聚焦于“种植大户、农业组织、团购农户和村级商社”。深化“一站式”购齐服务，提升增值能力；具备“品种齐全、价格便宜、购买批量大、交通便利”四大特征

新建网络与内涵式发展

- 在华南、西北等具有发展潜力的区域，继续大力推进分销中心建设，未来三年新建600家分销中心
- 对原有网点进行优化，提升单店运营质量，推行标准化运营管理，加强基层农化服务，优化物流配送体系

继续推行“一体化”发展战略，保持在中国化肥行业的龙头地位

产 品：强化各产品的优势地位



钾肥

巩固中国钾肥经营的领导者地位，市场份额占50%以上



氮肥

继续保持中国最大的氮肥分销商地位



磷复肥

成为中国最大的磷复肥分销商，不断提升对公司的销量和利润贡献



农药、种子

借助综合农业投入品平台优势，发挥肥药种联动效应，提升利润贡献



中化化肥控股有限公司
SINOFERT HOLDINGS LIMITED

持续、健康、快速发展的中化化肥
与中国现代农业共同成长

A line of combine harvesters is shown working in a vast, golden wheat field. The harvesters are moving from left to right, leaving tracks in the harvested grain. In the background, a dense line of green trees stretches across the horizon under a clear, light blue sky. The overall scene depicts a busy and successful agricultural harvest.

问 答 时 间