证券代码：300022　　证券简称：吉峰农机　　公告编号：2011-016

吉峰农机连锁股份有限公司

2010 年度报告摘要

§1 重要提示

1.1 本公司董事会、监事会及董事、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、准确性和完整性承担个别及连带责任。本年度报告摘要摘自年度报告全文，报告全文同时刊载于证监会指定网站和公司网站。为全面了解本公司生产经营状况和财务成果及公司的未来发展规划，投资者应到指定网站仔细阅读年度报告全文。

1.2 公司年度财务报告已经信永中和会计师事务所审计并被出具了标准无保留意见的审计报告。

1.3 公司负责人王新明、主管会计工作负责人赵泽良及会计机构负责人（会计主管人员）赵泽良声明：保证年度报告中财务报告的真实、完整。

§2 公司基本情况简介

2.1 基本情况简介

股票简称	吉峰农机
股票代码	300022
上市交易所	深圳证券交易所
注册地址	成都市郫县现代工业港北部园区港通北二路 219 号
注册地址的邮政编码	611743
办公地址	成都市郫县现代工业港北部园区港通北二路 219 号
办公地址的邮政编码	611743
公司国际互联网网址	http://www.gifore.com
电子信箱	office@gifore.com

2.2 联系人和联系方式

	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刁海雷	杨元兴
联系地址	成都市郫县现代工业港北部园区港通北二路 219 号	成都市郫县现代工业港北部园区港通北二路 219 号
电话	028-67518546	028-67518546
传真	028-67518546	028-67518546
电子信箱	board@gifore.com	board@gifore.com

§3 会计数据和业务数据摘要

3.1 主要会计数据

单位：元

	2010年	2009年	本年比上年增减（%）	2008年
营业总收入（元）	3，651，894，737.50	1，603，394，243.30	127.76%	793，604，420.58
利润总额（元）	114，970，124.81	69，301，478.16	65.90%	33，896，598.21
归属于上市公司股东的净利润（元）	66，418，730.67	50，234，560.18	32.22%	27，626，005.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	64，434，391.26	50，147，582.84	28.49%	27，610，908.70
经营活动产生的现金流量净额（元）	-212，739，982.79	75，584，573.10	-381.46%	-20，658，593.68
	2010年末	2009年末	本年末比上年末增减（%）	2008年末
总资产（元）	2，540，671，656.58	970，320，243.22	161.84%	242，302，152.24
归属于上市公司股东的所有者权益（元）	571，025，259.92	526，390，172.57	8.48%	83，051，529.82
股本（股）	178，700，000.00	89，350，000.00	100.00%	48，300，000.00

3.2 主要财务指标

	2010年	2009年	本年比上年增减（%）	2008年
基本每股收益（元/股）	0.3717	0.3625	2.54%	0.6353
稀释每股收益（元/股）	0.3717	0.3625	2.54%	0.6353
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元/股）	0.3606	0.3618	-0.33%	0.6350
加权平均净资产收益率（%）	11.12%	27.87%	-16.75%	45.98%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率（%）	11.76%	27.83%	-16.07%	45.96%
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-1.19	0.85	-240.00%	-0.43
	2010年末	2009年末	本年末比上年末增减（%）	2008年末
归属于上市公司股东的每股净资产（元/股）	3.20	5.89	-45.67%	1.72

注：1、2009 年基本每股收益、稀释每股收益及扣除非经常性损益后的基本每股收益为加权后重新计算所得。

2、2010 年基本每股收益若按当年除权前后的股份数加权平均法计算则为 0.4695 元。

3、公司 2009 年年度股东大会审议通过了《2009 年度利润分配及资本公积转增股本方案》，以 2009 年 12 月 31 日总股本 8，935 万股为基数，由资本公积向股东每 10 股转增 10 股，因此 2008 年、2009 年、2010 年各年末股本分别为 4，830 万股、8，935 万股、17，870 万股；

4、表中所列各项财务指标均按中国证监会规定的计算方式计算。

非经常性损益项目

√ 适用 □ 不适用

单位：元

非经常性损益项目	金额	附注（如适用）
非流动资产处置损益	-115，294.34	
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	709，786.61	
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，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	1，358，000.00	
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	64，147.23	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	54，163.48	
少数股权损益影响额	9，805.42	
所得税影响额	-96，268.99	
合计	1，984，339.41	-

采用公允价值计量的项目

□ 适用 √ 不适用

§4 董事会报告

4.1 对经营情况及未来发展情况讨论与分析

一、报告期内公司经营情况的回顾

（一）报告期内总体经营情况

2010 年，中央连续第七次下发关于大力发展农村经济的一号文件，出台《国务院关于促进农业机械化和农机工业又好又快发展的意见》，继续实施支农惠农政策，加大农机产品购机补贴力度。全年农机生产销售产值同比继续保持快速增长态势，农机工业产销两旺，全行业共完成农机销售产值 2，768.15 亿元，比上年同期增长 24.69%，全国农机销售、作业、维修市场不断发展壮大，农机服务组织蓬勃发展，全年农机专业合作社总数超过 2 万个，农机作业服务总收入达 3，700 亿元，农机作业总动力达到 9.2 亿千瓦。2010 年，全国农业综合机械化水平已达到 52%，标志着我国农业生产方式由人畜力作业为主正式迈进以机械化作业为主的历史性阶段。

报告期内，公司紧紧抓住国家对三农产业的持续大力扶持政策，农机市场呈购销两旺格局，积极利用（超）募集资金及自有资金全面实施全国化网络扩张和结构优化业务拓展战略。截止报告期末，公司较上年同比新增门店 71 家，新发展代理经销商网络 814 家，新进入东北、华东、华中、西北等区域包括吉林、辽宁、黑龙江、江苏、安徽、湖南、江西、宁夏、甘肃等 9 个省、自治区。初步实现在全国 18 个省（直辖市、自治区）域农机市场建立起拥有 160 家直营门店、1406 家代理经销商的以省级“桥头堡”为中心、地市级直营连锁为结点、县镇级代理经销为终端的全国化连锁网络架构布局；此外，为进一步优化公司业务结构，公司通过采用新设整合方式使用超募资金加大对工程机械业务的投资力度，实现工程机械业务收入比重的快速增加，取得了良好的经济效益，有力的推动了公司以农机、农用汽车、工程机械、通用机电等四大业务体系的平衡、协调发展。

公司主要通过“并购重组”与“新设整合”等方式积极推动行业资本与人才等行业资源的集聚与联合，快速高效地实现新进市场的增量与原有市场的存量的叠加效应，实现公司营业总收入规模稳步快速增长。2010 年，公司营业收入为 365，189.47 万元，较上年同期增幅为 127.76%，近三年年均复合增长率为 114.51%；总资产 254，067.17 万元，较上年同期增长 161.84%，近三年年均复合增长率为 223.81%；净利润 9，091.79 万元，较上年同期增幅为 58.65%，近三年年均复合增长率为 76.55%，其中，归属上市公司净利润 6，641.87 万元，较上年同期增长为 32.22%，近三年年均复合增长率为 55.06%；在全国农机流通市场占有率达到 1.32%，同比上年增长 0.6 个百分点，增长幅度为 83.33%，近三年年均复合增长幅度达 81.93%。

（二）公司主营业务及经营状况

1、营业收入、成本构成情况说明

单位：（人民币）元

项目	2010年	2009年	增减率
主营业务收入	3，624，540，460.00	1，600，368，269.90	126.48%
其他业务收入	27，354，277.50	3，025，973.40	803.98%
合计	3，651，894，737.50	1，603，394，243.30	127.76%
主营业务成本	3，186，103，471.74	1，383，029，065.93	130.37%
其他业务成本	11，268，686.83	1，862，675.47	504.97%
合计	3，197，372，158.57	1，384，891，741.40	130.88%

（1）主营业务收入较上年增长 126.48%，主要是由于公司根据全国化连锁扩张战略和经营业务结构优化战略需要，在全国农机传统重点市场的北方地区如东北、西北等地区，通过联合重组当地优势经销商取得了突破进展，同时，在工程机械业务板块也发挥了投资性整合效益，致使主营业务收入规模快速增长。其中：因收购吉林金桥和辽宁汇丰，本年度实现营业收入 10.94 亿元；因在西北地区整合设立 4 家 2 级子公司，本年度实现营业收入 3.84 亿元；因整合设立吉峰长城工程机械公司，本年度实现收入 1.5 亿元；因整合设立江苏吉峰公司及下属公司，本年度实现收入 0.74 亿元。

（2）其他业务收入较上年增长 803.98%，主要是由于公司营业收入的规模扩大，代理产品销量提升，致使与产品台阶销量挂钩的各项代理结算服务费收入、返利收入也随之获得增长。

（3）主营业务成本较上年增长 130.37%，主要是由于公司本年度内新进入的北方市场相较于南方市场的适销农机产品，具有单位价值大，单台毛利率低的特征，致使其主营业务成本相对较高，因此报告期内随着北方市场营业收入比重的提升导致主营业务成本的增长速度略高于主营业务收入的增长速度。

（4）其他业务成本较上年度增长 504.97%，主要是由于代理产品销量提升而与之对应产生的服务成本也相应增加所致。

2、营业收入分类结构及毛利率情况说明

单位：（人民币）万元

业务分类	产品名称（注）	2010年 营业收入	2010年 营业收入较上年变动幅度	2010年 各品类收入结构比	2010年 营业成本	2010年 营业成本较上年变动幅度	2010年 毛利率	2010年 毛利率较上年变动百分点	2009年 营业收入	2009年 各品类收入结构比	2009年 营业成本	2009年 毛利率
主营业务	农业机械	302，671.44	123.22%	82.88%	265，596.05	130.08%	12.25%	-2.61	135，591.49	84.57%	115，437.40	14.86%
	农用汽车	21，523.30	45.75%	5.89%	19，830.65	40.70%	7.86%	3.30	14，767.76	9.21%	14，094.48	4.56%
	工程机械	26，266.67	755.96%	7.19%	22，290.87	747.01%	15.14%	0.90	3，068.68	1.91%	2，631.70	14.24%
	通用机电	11，992.64	81.46%	3.28%	10，892.78	77.43%	9.17%	2.06	6，608.90	4.12%	6，139.33	7.11%
	小计	362，454.05	126.48%	99.25%	318，610.35	130.37%	12.10%	-1.48	160，036.83	99.81%	138，302.91	13.58%
其他业务	其他业务小计	2，735.43	803.98%	0.75%	1，126.87	504.97%	58.80%	20.36	302.60	0.19%	186.27	38.44%
	合计	365，189.48	127.76%	100.00%	319，737.22	130.88%	12.45%	-1.18	160，339.43	100.00%	138，489.18	13.63%

报告期内：主营业务毛利率为：12.10%

其他业务毛利率为：58.80%

综合毛利率为：12.45%

注：根据公司业务发展需要，公司按经营的四大业务品类体系进行划分。

（1）本报告期内，农业机械业务板块营业收入占营业收入总额的比重为：82.88%，较上年度增长 123.22%，为公司的核心业务板块，主要是由于公司以农机业务为主导的全国化网络扩张中的新增直营店收入规模增长较快所致。农业机械分类别毛利率较上年下降 2.61 个百分点，主要由于相对毛利率较低的北方市场营业收入占公司营业收入的比重由 2009 年度的零大幅上升至 42.58%，导致整体毛利率被摊薄。

（2）本报告期内，农用汽车、工程机械及通用机电三大业务在报告期内合计占主营业务收入的比重分别为：5.8%、7.19%、3.28%，其中工程机械业务板块营业收入占比较上年度上升 5.28 个百分点，农用汽车、通用机电设备业务板块营业收入占比较上年度分别下降 3.32、0.84 个百分点，板块业务结构进一步得到优化改善。农用汽车、工程机械及通用机电分类别毛利率分别为：7.86%、15.14%、9.17%，较上年度分别增长 3.30、0.90、2.06 个百分点，主要是由于公司在农用汽车、工程机械等业务板块通过联合重组方式吸纳优势经销商整合设立的新增直营店，导致营业收入增长较快，规模效应初步释放，体现在集合返利收入有所增长；同时，通过优化集合付款以及提高现金支付比例等商务结算手段的有效应用，也是实现毛利率增长重要途径。

（3）本报告期内，公司主营业务毛利率为 12.10%，综合毛利率为 12.45%，分别较上年度的 13.58%和 13.63%下降了 1.48、1.18 个百分点，主要是由于受新进入北方市场的农业机械板块较低毛利率摊薄影响所致。

3、主营业务分地区情况说明

单位：（人民币）元

市场区域	地区名称（注）	2010年主营业务收入	2009年主营业务收入	增减率
南方市场	西南地区	1，779，021，150.24	1，487，722，628.51	19.58%
	华东、华南等地区	302，509，397.03	63，934，054.65	373.16%
北方市场	东北地区	1，092，824，991.85	-	-
	西北地区	462，320，824.44	48，853，386.74	846.34%
合 计	分部间抵销	12，135，903.56	141，800.00	8458.47%
	-	3，624，540，460.00	1，600，368，269.90	126.48%

注：西南地区指：四川、云南、贵州、重庆、广西等地区的成熟市场区域；

东北地区指：黑龙江、吉林、辽宁；

西北地区指：陕西、甘肃、宁夏；

华东、华南地区指：广东、福建、浙江、江苏、安徽、湖南、江西等新市场区域。

（1）西南地区本年度主营业务收入较上年增长 19.58%，主要系公司利用募集资金或自有资金投资在西南地区增资扩建和投资新建的直营店项目逐步完成并开展营运所致。

（2）华东、华南地区本年度主营业务收入较上年增长 373.16%，主要系公司利用募集资金或自有资金投资在其区域内增资扩建或投资新建的直营店项目逐步完成并开展营运所致。

（3）新增东北地区本年主营业务收入 10.94 亿元，主要系公司利用超募资金在东北地区的直营店项目逐步完成并开展营运所致。

（4）西北地区本年度主营业务收入较上年增长 846.34%，主要系公司利用超募资金或自有资金投资在其区域内增资扩建或投资新建的直营店项目逐步完成并开展营运所致。

4、主要客户及供应商情况

（1）前 5 名客户

单位：（人民币）元

项 目	2010年	2009年	增减率
前五名客户销售金额合计	238，957，629.06	49，806，154.00	379.78%
占销售总额比重	6.55%	3.11%	110.61%
前五名客户应收余额合计	190，242，435.00	19，711，479.97	865.14%
占应收账款总额比重	32.11%	16.52%	94.37%

报告期内，公司前五名客户销售总额较上年增长 379.78%，主要系新增北方地区集团类农机采购客户和工程机械业务客户所致。其中：北方地区农机类集团采购单位客户，占前五名客户销售总额比重 43.70%；工程机械类从事融资租赁业务客户，占前五名客户销售总额比重 35.85%；其他为农机及柴油机配套业务客户占在前五名客户销售总额占比相对较小。

公司前五名客户应收余额较上年增长 865.14%，主要原因系应收占公司销售总额前五名客户的账款所致。

（2）前 5 名供应商

单位：（人民币）万元

项 目	2010年	2009年	增减率
前五名供应商采购金额合计	92，667.18	48，461.45	91.22%
占采购总额比重	23.15%	32.50%	-28.77%
前五名供应商应付余额合计	28，939.53	3，338.63	766.81%
占应付账款总额比重	41.90%	18.28%	129.01%

公司报告期内前五名供应商为插秧机、收割机、拖拉机、工程机械、柴油机等主要厂家，占采购总额 23.15%，较上年度占比有所下降，主要系公司采取择优选择供应商的原则，采购渠道的多元化形成了对前五名供应商的采购量稀释所致。

公司报告期内前五名供应商应付余额合计占应付账款总额比重为 41.90%，较上年增长幅度较大，主要因为公司农机、工程机械类融资租赁业务、农用汽车经营规模扩大，商业信用相对提升；报告期内应付账款余额较上年增长 278.21%，主要系公司经营规模扩大、采购储备大幅增加导致期末应付未付的购货款相应增加所致。

5、主要费用情况

单位：（人民币）元

项 目	2010年	2009年	增减率
营业利润	112，899，321.83	69，451，066.89	62.56%
销售费用	233，541，813.41	102，374，190.25	128.13%
管理费用	99，554，596.11	43，760，782.93	127.50%
财务费用	6，419，570.85	1，524，331.57	321.14%
利润总额	114，970，124.81	69，301，478.16	65.90%
所得税费用	24，052，220.36	11，994，593.71	100.53%
净利润	90，917，904.45	57，306，884.45	58.65%
归属母公司所有者的净利润	66，418，730.67	50，234，560.18	32.22%
少数股东损益	24，499，173.78	7，072，324.27	246.41%

（1）营业利润本年度较上年度增长 62.56%，主要系报告期内公司经营规模的扩大而相应获得增长。

（2）销售费用本年度较上年度增长 128.13%，主要系公司全国化市场战略推进，随着经营规模扩大相应的市场拓展业务费用增加所致。

（3）管理费用本年度较上年度增长 127.50%，主要系全国范围市场网络的建设，使其经营管理半径增加，对应的薪酬、差旅、办公、培训等变动费用随之增加所致。

（4）财务费用本年度较上年度增长 321.14%，主要是由于报告期内短期借款和应付票据增长，导致相应银行利息支出、手续费用等同比增加所致。

另：截止报告期末，少数股东损益增长幅度较上年增长 246.41%，主要系公司面向全国化扩张过程中，公司一般采取以持股 1/2——2/3 比例区间的逐级控股方式投资设立子公司及下属公司，随着上述股权结构的控股子公司及下属公司数量逐渐增加，致使合并后少数股东权益相较上年度期末增加较大，权益份额的比重也相应提升。

（三）资产负债和费用情况分析

1、主要资产及构成情况分析

单位：（人民币）元

项 目	2010年12月31日 金额	2010年12月31日 占本期总资产比例	2009年12月31日 金额	2009年12月31日 占本期总资产比例	增减率
货币资金	605，028，729.03	23.81%	537，771，419.08	55.42%	12.51%
应收票据	260，646.80	0.01%			
应收账款	589，797，326.45	23.21%	119，335，069.75	12.30%	394.24%
预付款项	233，628，414.84	9.20%	48，787，777.32	5.03%	378.87%
存 货	836，248，380.01	32.91%	210，324，815.87	21.68%	297.60%
其他应收款	173，824，625.37	6.84%	22，981，400.53	2.37%	656.37%
流动资产合计	2，438，788，122.50	95.99%	939，200，482.55	96.79%	159.67%
长期股权投资	4，917，509.25	0.19%	5，072，611.49	0.52%	-3.06%
固定资产	45，030，722.84	1.77%	19，691，473.00	2.03%	128.68%
在建工程	3，037，847.04	0.12%			
无形资产	13，938，089.34	0.55%	4，678，654.91	0.48%	197.91%
商誉	29，942，598.16	1.18%	430，973.97	0.04%	6847.66%
长期待摊费用	2，001，089.16	0.08%	994，071.91	0.10%	101.30%
递延所得税资产	3，015，678.29	0.12%	251，975.39	0.03%	1096.81%
非流动资产合计	101，883，534.08	4.01%	31，119，760.67	3.21%	227.39%
资产总计	2，540，671，656.58	100%	970，320，243.22	100%	161.84%

（1）截止报告期末，货币资金较上年度增长 12.51%，主要系随着公司经营规模扩大用于经营周转的货币资金增加所致。

（2）截止报告期末，应收账款较上年度增长 394.24%，主要原因系：

① 本年度内代位垫资农机补贴款项目因结算时间差异尚未在年度内完全结算到账，截止 2010 年 12 月 31 日，尚未结算到账各级政府农机补贴款为 1.15 亿元。

② 工程机械板块以融资租赁方式销售的工程机械，由于融资租赁业务办理资金结算存在一定的结算周期，其中：山重融资租赁有限公司货款 1535 万元，（注：2011 年度支付）；现代融资租赁有限公司、山东融世华租赁有限公司货款 7175 万元（注：2011 年 1-2 月已回款 2900 万元）。

（3）截止报告期末，预付账款较上年度增长 378.87%，主要原因系公司子公司吉林金桥、辽宁汇丰、四川吉峰长城、四川吉峰车辆因储备采购 2011 年度货源，预付供应商的货款所致。

（4）截止报告期末，其他应收款较上年度增长 656.37%，主要原因系本公司支付往来款增加所致。

（5）截止报告期末，存货较上年度增长 297.60%，主要原因系公司本年新增 71 家子公司，新增门店经营性周转存货相应增长以及春耕农忙备货所致。

（6）截止报告期末，无形资产较上年度增长 197.91%，主要原因系公司子公司云南吉峰、吉林金桥在本年度购入土地使用权所致。

（7）截止报告期末，商誉较上年度增长 6847.66%，主要原因系：公司本年新增的 71 家公司中，由非同一控制下的 12 家公司，企业合并取得的子公司产生的商誉。

（8）截止报告期末，递延所得税资产较上年增长 1096.81%，主要原因系公司本年新增农机业务类公司经营规模扩大加上工程机械类业务规模快速增加，产生可抵扣时间性差异，相应确认递延所得税资产所致。

2、主要资产情况

（1）固定资产情况

报告期内，公司固定资产较上年增加 2，533.92 万元，主要由于公司新增 71 家公司，采购配置相关经营性设备的固定资产增加所致。报告期内，公司无用于抵押或担保的固定资产。

（2）无形资产情况

单位：（人民币）元

项目	年初金额	本年增加	本年减少	年末金额
原价	5，018，648.10	9，517，281.35	-	14，535，929.45
土地使用权	3，971，513.10	7，330，794.57		11，302，307.67
软件	1，047，135.00	2，186，486.78		3，233，621.78
累计摊销	339，993.19	257，846.92	-	597，840.11
土地使用权	283，748.39	137，943.44		421，691.83
软件	56，244.80	119，903.48		176，148.28
账面净值	4，678，654.91			13，938，089.34
土地使用权	3，687，764.71			10，880，615.84
软件	990，890.20			3，057，473.50
减值准备				
账面价值	4，678，654.91			13，938，089.34
土地使用权	3，687，764.71			10，880，615.84
软件	990，890.20			3，057，473.50

①报告期内，公司增加的累计摊销中，本年摊销 257，846.92 元。无用于担保的无形资产。

② 报告期内无形资产情况如下：

1）商标

公司目前拥有的注册商标如下：

2）土地使用权

截止报告期，公司 3 个下属子公司拥有土地使用权：

ⅰ 下属控股子公司四川吉峰聚力实业发展有限公司拥有土地 1 宗。2009 年 7 月 2 日郫县人民政府颁发了编号为郫国用（2009）第 95 号《国有土地使用证》。该土地以出让方式取得，土地面积 20，502.18 平方米，使用期限至 2059 年 6 月 30 日。

ⅱ 下属间接控股子公司长春宇春机械有限公司（注：系吉林金桥控股子公司）拥有土地 1 宗。2010 年 7 月 26 日长春市人民政府颁发了编号为长国用（2010）第 061000445 号《国有土地使用证》。该土地以出让方式取得，土地面积 9504 平方米，使用期限至 2057 年 5 月 15 日。

ⅲ 下属间接控股子公司德宏聚力农机有限公司（注：系云南吉峰控股子公司）拥有土地 1 宗。该土地以出让方式取得，土地面积 10050.20 平方米，使用期限至 2060 年 10 月 12 日。（注：已于 2011 年 2 月 21 日取得芒市人民政府颁发了编号为芒国用（2011）第 0000566 号《国有土地使用证》）。

3）财务软件

截止报告期，公司新购买了部分 EAS 管理系统财务软件及办公软件系统等软件使用许可，带来无形资产期末余额有较大幅度的增加。

3、偿债能力

项 目	2010年	2009年	同比增减
流动比率	1.40	2.28	-38.60%
速动比率	0.92	1.76	-47.73%
资产负债率（母公司）	61.04%	23.44%	160.41%
资产负债率（合并）	68.54%	42.68%	60.59%

报告期内公司流动比率和速动比率都有一定幅度降低，主要是报告期内由于受补贴政策下达时间推后、补贴网络申报系统技术支持应用环境不成熟，致使经营资金周转较上年同期有所放缓，同时，由于全国化扩张新增的直营店日常经营所需流动资产占用额也随之门店数增长而增加也是影响速动和流动比率下降原因。

报告期末，公司资产负债率较上年末增长 60.59%，主要是负债总额的增长幅度快于资产总额的增长幅度。全国补贴政策实施延迟及各省域补贴申报系统未完全发挥应用效果导致补贴资金结算延迟，公司“代位垫资”压力加大，增加了对短期流动资金的使用需求，银行贷款、应付票据、应付账款等流动负债相应增加导致资产负债率增长。

4、主要负债及构成分析

单位：（人民币）元

项 目	2010年 金额	2010年 占本期负债合计比例	2009年 金额	2009年 占本期负债合计比例%	增减率
短期借款	138，000，000.00	7.93%	9，900，000.00	2.39%	1293.94%
应付票据	556，693，360.00	31.97%	107，518，580.00	25.96%	417.76%
应付账款	690，646，811.12	39.66%	182，610，332.42	44.09%	278.21%
预收款项	186，579，298.00	10.72%	61，243，790.32	14.79%	204.65%
应付职工薪酬	5，316，358.75	0.31%	2，429，548.76	0.59%	118.82%
应交税费	6，380，819.70	0.37%	3，659，739.26	0.88%	74.35%
应付股利	633，661.52	0.04%	314，077.16	0.08%	101.75%
其他应付款	157，015，357.55	9.02%	46，481，575.10	11.22%	237.80%
流动负债合计	1，741，265，666.64	100%	414，157，643.02	100%	320.44%
负债合计	1，741，265，666.64	100%	414，157，643.02	100%	320.44%

从负债结构看，公司负债全部为流动负债。由于公司的资产多为季节性原因而持有的存货等流动资产，经营所需资金周转时间相对较短，公司主要通过商业信用、银行承兑汇票和短期借款等短期筹资方式解决企业短期融资需求。

（1）短期借款变动率较上年增长 1293.94%，主要系公司经营规模扩大，向银行短期融资补充企业流动资金需求大幅增加所致。

（2）应付票据变动率较上年增长 417.76%，主要系随着公司本年经营规模扩大，向厂商支付货款时较多采取票据结算方式所致。

（3）应付账款变动率较上年增长 278.21%，主要系公司经营规模扩大，存货备货增加导致应付供应商货款增加所致。

（4）预收款项变动率较上年增长 204.65%，主要系预收代理经销商货款所致。

（5）应付职工薪酬变动率较上年增长 118.82%，主要系公司经营规模扩大，直营店规模较上年增加 71 家、增长 80%，相应员工人数增长近一倍，因此应付职工薪酬相应增长所致。

（6）应交税费变动率较上年增长 74.35%，主要系公司利润增加导致应交的税费增加所致。

（7）应付股利变动率较上年增长 101.75%，主要系子公司分配给少数股东的股利在本报告期末尚未支付所致。

（8）其他应付款变动率较上年增长 237.80%，主要系随公司直营店体系规模扩大，代理经销规模相应放大，代理经销商较上年增加 814 家，增长近 1.4 倍，应付经销商三包服务费、保证金及往来款等款项增加所致。

5、资产运营能力分析

项 目	2010年	2009年	同比增减
应收账款周转率（次）	10.30	22.13	-53.46%
存货周转率（次）	6.11	8.80	-30.57%
流动资产周转率（次）	2.16	2.77	-22.02%
总资产周转率（次）	2.08	2.64	-21.21%

报告期内，公司资产运营能力较上年度均有所下降，主要是报告期在受到国家补贴政策实施时间推后，公司“代位垫资”压力加大的情况下，公司全国化扩张过程中直营门店产品覆盖市场区域扩大，各省域地区申报补贴款项的时间存在差异；同时，在部分新进省份大量新增店面也因新市场培育开发导致存货增加等因素所致。

（1）应收账款周转率较上年度减少 53.46%，主要系报告期受国家补贴政策实施与资金结算时间推后影响较大。报告期内，公司所在市场区域国家补贴资金实际结算时间较上年同期推后 2-3 个月左右，从而降低了公司应收账款周转率。

（2）存货周转率较上年度减少 30.57%，主要系公司农机产品销售受各省市补贴政策实施时间差异影响和适应面向全国的新市场开发需要的铺货增加及门店受补贴政策实施推后影响致使季节性备货顺延所致。

6、现金流量情况说明

单位：（人民币）元

项 目	2010 年度	2009 年度	增减率
1、经营活动产生的现金流量净额	-212，739，982.79	75，584，573.10	-381.46%
经营活动现金流入小计	3，300，789，905.64	1，579，539，169.50	108.97%
经营活动现金流出小计	3，513，529，888.43	1，503，954，596.40	133.62%
2、投资活动产生的现金流量净额	-60，965，034.90	-12，008，387.02	407.69%
投资活动现金流入小计	7，653，036.21	232，349.62	3193.76%
投资活动现金流出小计	68，618，071.11	12，240，736.64	460.57%
3、筹资活动产生的现金流量净额	238，030，247.73	401，755，851.96	-40.75%
筹资活动现金流入小计	286，167，300.00	433，495，470.00	-33.99%
筹资活动现金流出小计	48，137，052.27	31，739，618.04	51.66%
4、现金及现金等价物净增加额	-35，674，769.96	465，332，038.04	-107.67%

（1）报告期内，经营活动产生的现金流量净额较上年减少 381.46%，主要是公司加大对全国市场的开拓力度，直营店规模同比增加近 80%达到 160 家，经营规模迅速放大，但 2010 年全国性国家农机补贴资金结算延后以及区域性补贴资金结算周期时间性差异影响，形成了报告期末应收农机补贴款 1.15 亿元暂未结算到账，同时，年度整合重组进入工程机械板块的融资租赁销售模式也存在较长的结算周期，报告期末所形成近 9 千万元暂未结算到账款项，上述两项跨期收回资金是构成报告期内经营活动现金流量净额的大幅下降的主要因素。

（2）报告期内，投资活动产生的现金流量净额较上年增加 407.69%，主要是公司在本期使用（超）募集资金及自有资金面向全国南北市场区域增加对外投资支出、固定资产支出、无形资产支出所致。

（3）报告期内，筹资活动产生的现金流量净额较上年减少 40.75%，主要是上年由于公开发行募集资金等非经常性筹资活动增加筹资净额较大，本年筹资活动主要以传统的银行筹资为主，净额增长下降。

（四）网络发展及单店盈利能力情况说明

1、连锁店网络发展基本情况说明

公司积极利用（超）募集资金及自有资金全面实施全国化网络扩张业务战略，推进公司以全国化、连锁化、集团化、专业化为业务与管理战略导向的统筹协调发展。

报告期内，公司新增直营连锁店 71 家、代理经销商 814 家，新进入东北、华东、华中、西北等区域包括吉林、辽宁、黑龙江、江苏、安徽、湖南、江西、宁夏、甘肃等 9 个省、自治区。截止报告期末，公司已建立起拥有 160 家直营门店、1406 家代理经销商的全国化连锁网络架构布局，主要分布于西南、华中、华南、华东、东北、西北等地区，包括四川、重庆、贵州、广西、陕西、云南、广东、福建、浙江、吉林、辽宁、黑龙江、江苏、安徽、湖南、江西、宁夏、甘肃等 18 个省域（直辖市、自治区）。

2、连锁店区域分布结构情况说明

（1）直营连锁店地区分布结构如下：截止 2010 年 12 月 31 日公司全国网络布局图：

近三年公司全国直营连锁店建设分布列表

区域类型	地区	直营连锁店分布情况（家） 2008年	2009年	2010年	年均复合增长率
南方市场	四川	38	45	57	22.47%
	重庆	11	14	15	16.77%
	云南	3	7	11	91.49%
	贵州	2	3	3	22.47%
	广西	3	6	9	73.21%
	广东	—	7	8	14.29%
	浙江	—	1	7	600.00%
	福建	—	1	3	200.00%
	湖南	—	—	6	-
	江西	—	—	4	-
	安徽	—	—	3	-
	江苏	—	—	6	-
	小计	57	84	132	52.18%
北方市场	陕西	3	5	6	41.42%
	甘肃	—	—	6	-
	宁夏	—	—	4	-
	吉林	—	—	8	-
	辽宁	—	—	3	-
	黑龙江	—	—	1	-
	小计	3	5	28	205.51%
合 计		60	89	160	63.30%

2010 年全国直营连锁店分布示意图

新疆
西藏
青海
内蒙古
黑龙江
甘肃
山西
天津
河南
湖北
海南

注：黄色区域：为报告期末，公司网络拓展地区。

报告期内，公司全面启动“星火”战略计划，构建全国市场“星火”之势的点状布局，以点织网，多点发力。公司在依托原有省域市场基础上，利用募集资金及自有资金，大力发展公司全国化战略，拓展公司主营业务，通过投资直营店建设，实现店面数量同比上年增长 79.77%，近三年年均开店实现 63.3%的复合增长速度。

（2）公司直营连锁店与代理经销网络结构占比如下：

类型	2010年 数量	2010年 占比	2009年 数量	2009年 占比	2008年 数量	2008年 占比
直营店	160	10.22%	89	13.07%	60	11.93%
代理经销店	1406	89.78%	592	86.93%	443	88.07%
合计	1566	100.00%	681	100.00%	503	100.00%

近三年公司直营店与代理经销店的配比结构基本按 1：（8~10）呈稳定增加趋势，随着公司在 18 个省域省会或中心城市直营卖场店“桥头堡”网络布局的初步建成，直营与代理的配比结构将进一步优化和完善，逐步形成以省会级“桥头堡”为中心、地市级直营店为结点、县镇级代理经销店为终端的点阵式连锁经营网络。

3、单店盈利能力情况说明

单位：（人民币）万元

店面所在地区域类型	店面绩效指标	2010年	2009年	2008年
南方市场	单店平均销售收入	1，586.48	1，850.94	1，339.88
	单店平均净利润	43.91	66.83	52.35
	单店平均净利率	2.77%	3.61%	3.91%
	盈利（含持平）门店占比	71.97%	85.71%	94.74%
北方市场	单店平均销售收入	5，563.36	972.21	490.76
	单店平均净利润	117.71	23.38	7.34
	单店平均净利率	2.12%	2.40%	1.50%
	盈利（含持平）门店占比	57.14%	80%	100.00%
全国市场（包括南方与北方市场）	单店平均销售收入	2，282.43	1，801.57	1，297.42
	单店平均净利润	56.82	64.39	50.10
	单店平均净利率	2.49%	3.57%	3.86%
	盈利（含持平）门店占比	69.38%	85.39%	95.00%

2010 年，由于公司全国扩张战略的实施，公司新设门店数量较上年增长 79.77%。随着新增门店的开设及原有门店的持续增长，规模化收入持续增长，公司 2010 年实现总销售收入 365，189.47 万元。全国 160 家直营连锁店实现单店平均销售收入 2，282.43 万元，较上年增长 26.7%，近三年年均复合增长率达 32.64%，但单店净利率较上年下降较明显，主要是由于对单店销售收入相对南方市场较高但单店净利率水平相对较低的北方市场的投入加大，加之南方市场大量新开门店，多处于市场培育阶段，规模化效益尚未体现等因素导致整体单店净利率较上年下降。

（五）公司核心竞争能力

1、核心竞争优势

（1）零售终端网络布局优势

发展零售终端网络一直是公司的核心战略方向。公司通过上市后一年多的全国化扩张，在充分发挥自身作为全国农机流通行业领军企业号召力和上市示范效应与品牌影响力的基础上，不断在广度和深度上加大对终端网络建设的资源性投入。公司已拥有较为发达的零售终端网络体系，截止报告期末，公司下属直营连锁店 160 家、代理经销商 1406 家，较上年新增直营连锁店 71 家、代理经销商 814 家；公司经营区域涵盖四川、重庆、贵州、广西、陕西、云南、广东、福建、浙江、吉林、辽宁、黑龙江、江苏、安徽、湖南、江西、宁夏、甘肃等 18 个省域（自治区、直辖市），较上年新进入东北、华东、华中、西北等区域包括吉林、辽宁、黑龙江、江苏、安徽、湖南、江西、宁夏、甘肃等 9 个省、自治区。公司零售终端网络通过募集资金以增资扩建为主要方式对原有市场区域的直营店的功能化升级改造，进一步强化了在以川渝地区为代表的西南成熟市场区域重点农业区县的全面覆盖能力；同时，通过使用（超）募集资金以并购整合方式加速实施全国化扩张战略，逐步形成了以东北、华东、华中、华南、西北等地区为代表的新市场区域“以点织网、多点发力”的“点阵式”桥头堡连锁网络架构布局。公司通过原有市场零售终端的乡镇化纵深发展和新市场的桥头堡示范效应，客户购买成本将大大降低，贴近用户的终端零售服务粘性将得到增强，公司连锁经营规模依托终端网络优势将得以快速放大。

（2）连锁经营规模优势

公司率先在行业内成功将连锁经营模式应用于农机流通领域。一方面，体现了连锁经营的规模化优势。公司秉承“融资、融智、融文化”和“聚人、聚势、聚思想”的重组融合理念，推动将行业存量资源转变为企业增量资源的整合重组工程，通过植入连锁经营管理机制，实现人才、股权和网络资源的同步整合，大胆吸纳当地优质经销商，通过整合重组和战略协同，增强了区域市场的集中度和组织化程度，延伸了功能单一的传统农机流通企业价值链，实现了信息、品牌与采供资源的共享，资金、人才与管理资源平台的统筹配置，大大提升了“联合企业”的整体价值；2009 年公司经营规模与效益实现持续、快速、稳定增长，市场占有率获得有效提升。报告期内，公司营业收入为 365，189.47 万元，较上年增幅为 127.76%，近三年年均复合增长率 114.51%；在全国农机流通市场占有率达到 1.32%，同比上年增长 0.6 个百分点，增长幅度为 82.71%，近三年年均复合增长幅度达 81.61%。另一方面，优化和巩固流通服务体系的专业化分工机制，本着“战略协同、资源共享、优势互补、互促共进”的原则，在“大生产，小流通”产业格局下，通过“联合企业”的连锁化经营，能够有效承接农机制造企业向流通企业服务能力的传递与转移，加速实现厂商专业化分工体系的确定，为主流农机制造企业提供畅通、有序、高效的流通网络，实现厂商整体效率和效益的提升。

（3）专业技术服务优势

多年来，公司始终坚持“服务创造新价值”的核心经营理念，一直把培养高素质的专业技术服务人才作为公司重要的战略举措，持续不断地加大对人才培养的投入，在公司现有 1700 多名员工中，近 1/2 以上人员具备农机专业技术服务能力。2010 公司累计为农户提供售前、售中、售后及培训服务 20 万人次，合计维修、培训工时约 26 万小时。随着公司连锁网络的不断发展和完善、销售服务对象的不断扩大，为公司未来强化服务优势、树立服务品牌和培育利润中心提供坚实基础。

（4）管理优势

公司在积极引进和吸收先进连锁经营技术和管理经验基础上，通过各种形式的对外交流和合作，深入开展连锁经营管理理论和现代营销技术研究，推广先进的经营理念、营销技术和管理方法，按照连锁经营标准化、专业化要求，逐步建立完善的经营管理体系和作业标准，加强对企业经济活动的计划与成本控制。公司拥有一支具备“凝聚力、执行力、创新力、学习力”的管理团队，公司始终践行“和谐共生、互助共赢”的管理理念，坚持“开放、包容、共享、创新、奉献”价值观，充分发挥股权激励与约束的双重机制，搭建分享共赢的资本平台，有利于激发管理层人员工作的积极性和创造性，从而大幅提高营运管理效率。同时，公司立足于人才本土化战略，依托上市公司品牌效应，建立灵活的岗位人才复合培养机制与内外培训相结合的技能培训体系，形成了行业内公司独有的企业管理文化。

（5）企业品牌优势

经过十余年农机销售服务的专业化经营，公司在全国化扩张战略的稳步推进过程中，创造性的提出以“网络更近、服务更好、使用更省”为基本营销服务方针，通过组织多种形式的农机展销会、推广演示会、发机仪式等推广和宣传，以及长期不懈的维持良好的售后服务，以“买放心农机、选吉峰连锁”为核心内涵的企业知名度、品牌美誉度和客户忠诚度持续增强，获得了广大农民朋友对公司品牌的高度认可；通过深入乡镇的纵深化营销和连锁网络下沉的规模化营销，得到了农机主管部门的大力支持和农机制造商的紧密配合，形成了公司品牌核心竞争力。同时，随着公司销售规模稳步增长，上市资源平台效应显著提升，与农机制造商建立的“合理、和谐”的良好合作关系将得到巩固和加强，公司的品牌优势将得到进一步强化和提升。

（6）业内首家企业上市的先发优势

作为行业内首家上市企业，公司获得了实体市场营运平台与资本市场融资平台成功对接的先发优势，公司品牌影响力和社会公信力大幅提升，规模化融资能力得到快速增强。2010 年，公司获得银行授信合计达 15 亿元，实际向银行以货币、票据等方式规模融资额度累计达 8.4 亿元，公司权益资本与银行资金的融资杠杆比为 1：1.5。同时，公司借助上市平台建立起向资本市场持续、有效的再融资渠道，为优质人才的引进、销售服务模式创新、行业资源整合、连锁网络拓展创造有利条件，也为公司快速成长提供强有力的保障。

（7）信息技术应用比较优势

目前我国各地农机流通企业的信息化技术应用匮乏且水平低下。公司在行业内率先全面应用以 ERP 为核心的信息管理技术平台。报告期内，公司已实现 140 余家直营店财务管理系统与 OA 网上办公系统及 80 余家直营店供应链库存管理系统等系列信息系统的上线应用，成功搭建了连锁化财务与供应链信息管理服务平台；随着供应链系统、人力资源系统、视频会议等系统的逐步实施，信息管理技术将在公司经营管理领域得到广泛深入的应用，并与其他管理手段有机融合，逐步构建起公司在农机流通领域的管理资源比较优势，持续保持农机流通行业内的领先地位。

2、特许经营权情况

（1）公司原《四川省农村机械经营技术合格证》已于 2010 年 8 月 1 日到期，经与发证机关核实，原申领此证的农机销售企业仅凭企业所在地工商行政机关登记许可的经营范围即可继续从事农机经营业务，无须重新申领换证，除新出台政策规定外，今后将不再核发此证照。

（2）公司控股子公司拥有的特许经营权

单位	特许经营权名称	证书号	核发机构	规格或范围	有效期限
四川吉峰农机维修服务有限公司	农业机械维修技术合格证	川字第 51012409003 号	郫县农村发展局	农用机械及农用机电维修、农业工程技术咨询服务等	2009 年 12 月 11 日至 2012 年 12 月 10 日
四川吉康农机水利水电工程建设有限责任公司	水利水电机电设备安装工程专业承包三级	B3434051000002	四川省建设厅	可承担单项合同额不超过企业注册资本金 5 倍的单机容量 25MW 及以下的泵站主机及其附属设备和水电（泵）站电气设备的安装工程	2007 年 12 月 10 日发证
四川吉康农机水利水电工程建设有限责任公司	安全生产许可证	（川）JZ 安许证字（2008）000444	四川省建设厅	建筑施工	2008 年 6 月 10 至 2011 年 6 月 9 日

3、服务及商品质量控制情况

在激烈的市场竞争中，作为一家以农机零售为主的服务型企业，农机质量和售后服务成为公司发展的核心。公司建立了全员参与的全过程质量管理体系，制定了《质量手册》，并通过了 ISO9001：2000 质量管理体系认证，领取了《质量管理体系认证证书》（证书号：UKAS2008Q1332），有效期从 2008 年 4 月 2 日至 2011 年 4 月 1 日。

在服务和商品质量控制方面，公司依据国家《产品质量法》、《消费者权益保护法》、《农业机械质量投诉监督管理办法》等有关法律法规和《四川省农业机械管理条例》，结合公司实际经营情况，制定了《服务规范条例》、《客户管理办法》、《内部举报监督制度》和《客户服务承诺书》，加强员工服务质量工作，高度重视消费者投诉处理。

报告期内，公司未出现因产品质量问题而导致重大纠纷的情形。

（六）由于本公司属零售连锁行业，以农村机电产品的销售业务为主，报告期内未发生与研发有关的业务事项

（七）人才培养与团队建设情况说明

公司根据未来五年战略发展规划和当前业务实际需要，对分层分类人才需求，创新人才引进和培养机制，采取“优秀人才优先培养、专业人才重点培养、紧缺人才加紧培养”的全新模式，全面加强和扩充经营管理、技术服务、市场开发和财务管理等各类专业人才队伍，优化了员工队伍结构和层次，为公司进一步发展提供了人才基础。

1、实施“店长蓄水池”工程

以现任店长及储备店长为重点，加强以提高创新能力、管理带好队伍为目标的知识更新培训和相关能力的培养。按照抓管理、带队伍的要求，切实加强店长级管理人员的培训，切实提高其开拓创新、驾驭全局、危机处理等方面的能力。按照公司可持续发展要求，加强对储备店长的选拔、培养，着力强化其责任意识、大局意识和协作配合意识，推行“轮岗见习”制度，提高解决实际问题能力。2010 年，公司结合行业特点“订单式”开发了店长培训模式，组织实施开展店长培训班 1 期，重点培训现任店长及储备店长 63 人次，实现 160 家直营店的店长培训化率达 40%。

2、实施“业务能力提升”工程

以资深业务人员或技能高手为重点，以提高实用操作技能为核心，建设业务骨干队伍。公司建立技术服务岗位能手制度，逐步完善育成、上岗、评估、培训等专业能力提升培训体系。采取集中教育培训和实践锻炼相结合的方式，开展相关知识和技能的培训，开展技能竞赛、岗位练兵等活动，培养和形成一批业务骨干；引导和鼓励业务骨干通过取得各类专业技术资格提高业务能力；派出业务骨干到各省市区域锻炼，进行多层次、多渠道培养，提高实践技能。通过业务骨干队伍建设，带动业务人才队伍建设。与战略合作供应商共同开展专业技术服务培训达 127 人次，实现专业技术服务人才培训化率达 20%。

3、实施“人才梯队建设”工程

紧紧围绕公司发展方向，创新人才引进理念，实施人才梯队建设，储备各级各类人才，形成可持续发展的优秀人才梯队。通过化行业存量为企业增量的存量资源整合方式，以低成本、高效率改善人才队伍结构，2010 年，共引进行业成熟人才 130 余人及各类高级管理人才 10 余人，专业人才引进率达 10%。

4、实施“员工增值”工程

新员工入职后，实施“导师制”，指定部门负责人或资深员工作为导师，强化后备人才培养责任，全程辅导，宣导文化、传承精神、指导方法，使其快速适应企业需要；同时，有计划地安排有业务潜质的青年人才到区域进行挂职锻炼或轮岗，提升青年人才业务更新能力。积极鼓励青年人才参加在职学历教育、短期进修等。2010 年，组织各类中等规模以上的淡季内部培训 26 场，共计课时 553.5 小时，参训人数达到 1032 人，普训率达到 60%，其中基层员工占 91%；选送集团管理人员参加外部高端培训共计 184 人次。

（八）信息管理系统建设与运用情况说明

根据信息化系统建设项目的进度安排，公司在 2009 年至 2010 年将投入募集资金 885 万元进行信息化第一阶段的建设。截止报告期末，公司已实际投入 709 万元，建设的内容包括：财务系统实施、供应链系统实施和办公系统实施，同时做好人力资源系统、客户关系管理系统、门店零售系统、视频会议系统等应用系统的前期准备。

1、全面实施了 EAS 财务管理系统。截止报告期末，已经有 140 余家实际上线应用财务报表系统，成功通过该系统完成年度集团报表合并工作。通过财务系统，实现了财务核算业务的信息化处理，统一财务核算制度，规范财务基础管理，建立了集团会计报告体系。

2、面向全国范围内，实施供应链管理系统。截止报告期末，共完成 83 家公司供应链库存系统上线。通过供应链管理系统的实施，一方面逐步完善库存管理流程及制度，建立了集团统一的产品编码体系，规范了产品入库、出库、及调拨操作流程；另一方面，系统提供的各种管理报表，为公司各层级管理人员经营决策和财务筹划提供了强有力的决策分析工具。各层级管理人员能够通过该系统及时了解各公司产品库存情况、采购情况和销售情况，为产品的合理采购提供了依据，为控制库存提供决策帮助。

3、全面实施 OA 网上办公系统。主要包括公告通知、流程应用、文件审批、制度查询、邮箱系统、技术管理知识在线学习等模块，实现了总部、各区域管理中心、直营店经营层在线办公、协同办公、网上审批和内部文件的共享。

（九）公司主要子公司的经营情况及业绩分析

1、合并净利润前十名主要子公司情况

序号	控股公司名称	注册资本（元）	总资产（元）	净资产（元）	营业收入（元）	净利润（元）
1	吉林省吉峰金桥农机有限公司	16，680，000.00	206，878，926.19	50，145，924.25	640，531，900.67	14，211，814.06
2	辽宁汇丰农机城有限公司	20，408，000.00	261，931，948.77	40，137，877.53	454，157，051.18	10，157，238.37
3	绵阳吉峰农机有限公司	10，000，000.00	65，821，674.42	18，823，742.95	140，917，728.50	6，997，193.95
4	德阳吉峰农机汽车贸易有限责任公司	10，000，000.00	38，872，348.76	17，569，941.26	98，726，627.56	5，851，857.54
5	四川吉峰车辆工程机械有限公司	5，880，000.00	154，005，446.15	20，262，230.17	187，890，682.59	5，805，940.67
6	宁夏吉峰同德农机汽车贸易有限公司	10，000，000.00	62，257，063.81	24，038，632.64	195，955，436.11	5，278，632.64
7	凉山吉峰农机汽车贸易有限责任公司	5，000，000.00	21，832，884.80	10，434，843.38	123，005，417.93	4，781，462.95
8	重庆吉峰农机有限公司	5，000，000.00	58，390，268.49	10，460，090.71	172，051，482.85	3，726，932.58
9	甘孜州吉峰农机有限公司	800，000.00	10，200，618.26	4，775，609.84	44，104，672.03	3，545，556.02
10	广元吉峰农机有限公司	14，500，000.00	59，751，683.86	18，659，946.89	77，640，064.70	3，389，540.36

注：由于公司下设近 160 家子公司，为便于阅读，仅选取占公司合并净利润前十名的子公司列示如上，其他子公司情况详阅本报告“财务报告”章节报表附注部分。

2、合并净利润占公司合并净利润 10%以上子公司情况

其中，合并净利润占公司合并净利润 10%以上的子公司为：吉林省吉峰金桥农机有限公司、辽宁汇丰农机城有限公司，公司详细情况见上表。

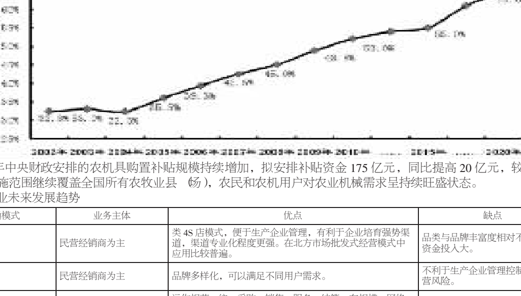
（十）公司不存在符合《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》应用指南中所规定的为公司所控制的特殊目的主体。

二、公司未来发展的展望

（一）公司所处行业的发展趋势

1、行业政策及环境

“十二.五”将是农机行业快速发展的重要时期。农机工业的产值在十二五末全行业销售产值预计将达到 6000 亿，在十一五翻番的基础上实现再翻一番。从国家农业部公布的十二五规划来看，2015 年主要作物的机械化程度会超过 55%，2020 年会达到 65%。



2011 年中央财政安排的农机具购置补贴规模持续增加，拟安排补贴资金 175 亿元，同比提高 20 亿元，较上年增长 13.3%，实施范围继续覆盖全国所有农牧业县（场），农民和农机用户对农业机械需求呈持续旺盛状态。

2、行业未来发展趋势

流通模式	业务主体	优点	缺点
单品牌经销	民营经销商为主	类 4S 店模式，便于生产企业管理，有利于企业培育强势渠道，渠道专业化程度更强。在北方市场批发式经营模式中应用比较普遍。	品类与品牌丰富度相对不足；产品资金投入大。
多品牌经销	民营经销商为主	品牌多样化，可以满足不同用户需求。	不利于生产企业管理控制，存在经营风险。
连锁	民营经销商	运作规范，统一采购、销售、服务、结算，在规模、网络、品牌等方面具有较大优势。	连锁企业规模效益强
直销	制造企业	服务功能强，市场信息反馈及时。	分销能力较差。

在我国粮食安全形势日益严峻，政府高度重视农机化和国家农机产业政策支持力度不断加大的宏观产业环境下，农村劳动力的转移将加大对传统农机产品的需求，低碳环保的产业政策和居民对粮食消费需求的不断提升也将进一步加大对精准农业生产中所使用的高技术、高性能农业装备需求，农机社会化服务将持续扩大。同时，我国农机流通行业普遍面临农机经营主体集中度偏低、规模小、实力弱，流通现代化程度低、流通效率低下、资金实力不足、市场秩序不规范、专业人才匮乏等问题，在农机行业良好的发展环境下，一些规模性、资金实力雄厚的流通企业将成为流通行业的主导企业，与之相匹配的连锁经营等现代流通模式将逐渐成为主流经销模式。

（二）公司可能面临的风险和对策

1、农机购置补贴政策变化的风险

伴随着国家自 2004 年开始连续 7 年实施的国家农业机械购置补贴制度以来，农机市场环境得到了大力发展，农机购置补贴政策的实施，帮助农牧民实现了买得起、用得好、有效益的愿望，带动了农民购买农机具的积极性，提高了农机装备水平。然而随着我国农业经济的不断发展，产业技术革新的深化和农机化水平的提高，在某个阶段上，不排除国家可能调整农机购置补贴政策的变化风险，如农机购置补贴政策实施推后、补贴额度增长放缓甚至下降、降低补贴率、减少或取消补贴产品品类或品牌数量等。

另外，在全国化连锁扩张过程中，可能会遇到部分省份农机购置补贴资金在类似结算环节实施过程中存在一定的差异性。如制定类似补贴资金由省级财政部门与农机生产企业而非农机流通企业直接结算政策，与全国通行的由流通企业为省级财政“代位垫资”，省级财政部门向流通企业“直接结算”政策不一致，类似该政策的实施将加大公司经营性现金流压力，降低公司资金使用效率和效益。

虽然公司经过战略调整，均衡发展传统农机、工程机械、农用汽车、通用机电产品等四大业务板块，努力逐步改善对补贴类业务在公司总业务收入的占比，但由于补贴类机具为公司主营业务板块之一，公司在全国范围内连锁直营门店数量众多，销售的补贴类产品业务占比仍然较高，若国家农机购置补贴政策发生负向变化，将可能影响到公司的经营规模的快速发展和经营效益的有效提升。

公司将在实际经营过程中，将依托公司统一的连锁后台资源管理体系与前台店面独立的专业人才、场所资源共享机制，着力通过以股权、业绩奖惩等方式引进专业化经营人才团队加大对工程机械、农用汽车与通用机电等非补贴类板块业务的投入力度，降低农机业务的政策性风险，提高公司资金使用效益；同时，充分利用技术服务资源优势、资金与信息集合优势和市场品牌优势，加大对农机售后服务、农机维修、农业社会化服务等内生式增值业务领域的投入，创造新的收入增长点。

2、全国化扩张过程中的经营风险

在全国化扩张过程中，由于公司多为采取“并购重组”与“新设整合”方式对当地优质经销商进行整合。报告期内，公司主要以“并购重组”和“新设整合”方式分别进入北方市场和南方新市场区域。在与当地经销商合作经营过程中，双方可能存在理念差异而导致并购失效的经营风险或因整合对象资产评估结果可能优于实际情况造成资产无形流失风险；由于公司新开门店短期内在新市场区域缺乏供应链和规模的集合优势，并且当地消费者对公司品牌认知以及公司对该地区市场情况的熟悉都需要一定的时间，其盈利也需要经过一定的培育期才能实现，存在新开门店的亏损将影响公司整体利润的均衡增长的风险；此外，中国南北方农机市场毛利率由于受到区域经营模式、农机化水平和以及产品种类等差异影响较大。在南北方经营模式差异中，南方多以零售为主批发为辅而北方则多以批发为主零售为辅，由于流通环节增多及批发式营销的售后服务承载能力不足，导致北方农机销售市场的净利润率（约 1-1.5%）较南方（约为 2-2.5%）整体低 1%左右。公司原有以南方市场为主体的整体毛利率有被进一步摊薄和降低的风险。

报告期内，公司坚持以“融资、融智、融文化”和“聚人、聚势、聚思想”的整合重组理念，积极吸纳和联合当地有实力的优质农机经销商，充分利用其在当地的经营、人才和管理优势，尽力降低和规避在跨省跨区域发展过程中所带来的并购风险；在以规模化、网络化为主的连锁扩张先导战略中，持“认真调研、审慎投资”原则，兼顾扩张效率与经济效益协同发展，对跨区域新增门店，努力做好“进入前摸清市场，进入中迅速占有市场，进入后融入市场”，通过强化绩效激励机制，加大对新增门店的业绩盈利考核，控制扩张过程中新增门店战略性亏损的规模和比例，缩短市场培育和经营亏损周期；针对北方市场的毛利率偏低情况，公司将通过有效运用连锁化经营手段和财务管理工具帮助其深入挖掘和提升毛利率空间，如丰富和优化其采销产品的品类、品牌及相应的结构比例，创新性的发展零售终端网络，季节性人才服务资源的合理调配，规模化资金结算的强力支持，信息化系统的有效植入和应用等等。报告期内，公司通过有效植入连锁经营要素，北方市场区域内直营店的单店净利润率实现 2.12%，较北方市场整体净利润率（约 1.5%）增长 0.62 个百分点，提升幅度达 41%，盈利空间效果显著。

3、公司快速扩张与内部控制不足的管控风险

报告期内，公司新增直营连锁店 71 家，连锁店规模达到 160 家，代理经销网络 1406 家，经营规模迅速扩大，公司经营管理的复杂程度大大提高，资产、人员、业务分散化的趋势也日益明显，这对公司的采购供应、销售服务、物流配送、人员管理、资金管理等部门在管理模式、管理能力等方面提出了更高的要求。如果公司不能及时优化管理模式、提高管理能力，将面临管理和内部控制有效性不足的风险；同时，尽管公司及下属子公司依托于信息技术系统搭建了财务管理与部分供应链支撑平台，初步实现面向全国的资金统筹配置管理功能，建立了连锁信息与资金管控体系，但是，信息化系统建设本身涉及企业经营管理的方方面面，范围较广、业务领域较深，因此信息系统在软、硬件应用方面与公司连锁经营规模快速扩大和跨区整合高速扩张的发展节奏存在着匹配有效性不足的风险。

针对连锁网络管控风险，公司实施“总部—大区—片区”为核心的集团化垂直管控与区域横向管理的矩阵式控制机制，截止报告期末，公司总部已累计外派人员 137 人次；同时公司也高度重视作为公司经营管理重要支撑体系的信息系统建设，着力提升在高速扩张与成长过程中公司连锁化管控水平，公司将充分利用募集资金，加大对公司现有信息系统与集团化管理环境的资金投入，大力引进连锁与信息领域高端管理与技术应用人才，提升公司连锁化后台管理水平。

4、人才资源短缺及流失风险

公司作为农机连锁经营企业，不仅需要从业人员具备一定的农机技术、管理知识和组织能力，而且也需要从业人员具备很高的敬业精神、服务意识和行业经验。伴随着公司连锁网络的发展和经营需要，公司对从业人员的要求将进一步提升。同时由于历史原因，农机的流通市场化把原有实施计划分配的农机行业推向市场边缘，行业人才急剧流失，造成近年农机行业人才紧缺，专业人员日趋老龄化，中青年人才匮乏的“人才断层”现象。因此，人员能力的提升和整体行业人才的缺乏将是公司全国化连锁扩张过程中面临的一个主要问题。另外，公司上市后若不能适时调整对原有股东管理团队的持续激励措施或及时建立对新加入的经营管理人员的约束与激励机制，将可能导致原有机制失效，致使管理团队和其他核心人员因不可预期原因流失的风险。

公司为应对人才短缺风险，一方面，进行外部资源整合，化行业存量人才资源为公司增量人才库资源，大胆引进社会优秀人才，丰富人才结构；另一方面加强内部资源培育，加大对公司内部人才的培养力度，有针对性的开展制度化、层次化中高端人才培训，建立一批适应、适合公司自身发展需要的人才梯队体系。另外，为应对核心人才流失风险，公司正在与专业咨询团队合作，重塑公司薪酬与激励机制，不断丰富和完善公司用“育”人文化，用机制留住人，用激情感染人，用事业成就人，强化管理团队由“职业经理人”意识向“事业经理人”意识的本质转变。

5、农机行业的低质竞争及市场需求波动的风险

农机流通行业是一个开放的、市场化程度较高的行业，行业内存在经营企业多、集中度低、市场竞争不规范等特点，使得农机流通市场竞争十分激烈。此外，随着国家对农业政策扶持力度的加强，农机购置补贴项目资金的增加，给农机市场带来进一步的繁荣的同时，也加剧行业竞争的低质化和政策操作的不规范。公司目前的经营规模虽然处于国内农机流通行业的前列，但日趋激烈的市场竞争仍将给公司的连锁扩张和一线业务经营带来一定的经营风险和管控风险。

公司将使终端网络有效下沉，进一步拓宽现有市场区域的县镇级网络渠道体系，做到及时调配现有经营资源，让公司经销的产品更加贴合广大农民用户需求，有效降低市场需求的波动风险；同时，着力强化经营管理人员的规范操作意识，降低和规避因竞争加剧带来的管控风险；另外，公司将同步加大对非传统农机业务如载货汽车、工程机械、通用机电产品等业务体系建设，完善公司业务结构，适当降低传统农机市场的波动性风险。

6、农机产品受到自然灾害和季节性影响的不可抗力风险

农业作为与气候紧密相关的产业，天气状况的好坏对农业生产有着直接的影响，若发生严重自然灾害，可能会影响当地农户的需求，从而影响到对农机产品的购买需求。报告期内，我国北方大雪灾害、西南地区罕见干旱、南方特大暴雨洪涝及持续高温等极端天气频繁出现，导致农业生产受到严重影响，公司下属直营店的农机产品销售也受到一定程度的影响。此外，农业生产呈现出明显的季节性特征，一般来说，农业机械的销售淡旺季与农业生产的季节性保持一致。由于农机销售时间急且发货集中，需要前期大量的采购备货，对公司的资金统筹配置管理能力要求较高，公司如不能根据季节性因素，合理安排产品的采购销售计划，农机产品供应中断将造成延迟发货损失、商誉损失、当季销售延滞。

针对以上情况，公司将利用全国化连锁网络，根据同一产品在不同销售区域的淡旺季差异以及在不同产品不同的季节性使用规律，及时、合理的调整产品结构与存货储备量，努力实现区域农机市场消费需求与公司采供产品的有效平衡。；另一方面，公司将总结历年的区域农机市场行情、统计数据和相关政策分析下一年市场销售情况，结合产品的季节性使用规律，合理制定采销计划，通过集团财务资金杠杆效应，做好旺季销售和淡季服务的统筹配置与产品优化工作。

7、募集资金投资项目与使用风险

公司已将发行到位的募集资金合理安排使用于连锁经营信息化系统建设和直营连锁店建设项目以及对超募资金用于实施以整合并购为手段的省外扩张计划与业务结构平衡发展计划项目。截止报告期末，公司（超）募集资金投入使用进度较快，项目进展顺利。虽然，公司在对（超）募集资金项目实施前进行了必要而又充分的可行性论证，但是在实际实施过程中，可能受到因为前期项目调研与实际情况存在一定差异、跨地区经营管理、当地农机市场竞争格局、农机购买力、投资环境等诸多因素的影响，对项目的预期收入和预期收益产生一定的影响。同时，由于目前主营业务多为跨区扩张带来的农机连锁化经营零售业务，项目从公司（超）募集资金的投入并开展营运到规模化效应显现与连锁管理机制的有效植入，其经济效益的产生需要经历一段经营资源整合到融合与管理模式成熟的周期，此期间公司存在（超）募集资金投资效益下降的风险。

公司为此将结合经营实际，在保证（超）募集资金使用安全的前提下，通过建立专业化的项目投资管理团队，积极配合外部相关专家与机构深入调研、论证和比较，提高跨区域市场项目前期整合的可靠性，合理安排（超）募集资金的使用，科学、合理的开展区域经营资源的整合与重组；同时提升和强化公司对被整合项目公司的统筹管理水平，通过合理有效的股权配置机制，有效调动新项目公司经营团队的积极性和主动性。

8、公司下属子公司门店经营场所的租赁风险

由于公司经营业务主要面向农村市场，经营场所主要设立在城乡结合部，而位于城乡结合部的相关物业的权属证书通常不够完备，也因此有存在租赁关系可能被第三方主张无效或被有权机关认定无效的风险。随着公司对发行上市前部分原有子公司中心卖场店业务结构的功能化升级改造投入加大，前述物业权属瑕疵可能存在成本重置的风险。

根据前述风险，一方面，公司实际控制人及公司管理层股东已在本公司股份发行上市前出具《承诺函》，承诺如果因第三人主张权利或行政机关行使职权而致使前述原有房屋或土地租赁关系无效或者出现任何纠纷，导致公司子公司需要另租其他房屋或土地而进行搬迁并遭受经济损失、被有权的政府部门罚款、或者被有关当事人追索的，公司实际控制人及公司管理层股东将承担连带赔偿责任，对公司子公司因此遭受的一切经济损失予以足额补偿；另一方面，公司根据经营需要，将有计划的选择以原址购建或另址新建方式在省会级或重点农机市场中心区域采用自购场地或租赁合法物业模式开展农机汽车综合旗舰店、综合大卖场、品牌专营店及维修服务、组装配套、机电物流商贸等多层次、多形式农村综合机电销售服务一体化有形经营市场，有效规避其租赁风险和成本重置风险，保证连锁经营的稳定性和持续性，快速提升公司商业品牌的市场号召力和知名度，在传统农机流通行业探索并推行连锁业通行的“租、建、购、并”等多样化店面选址策略，综合提升市场开发效率与效益。

（三）公司未来发展机遇和挑战

1、机遇与挑战

（1）机遇

随着国家对农机行业政策引导和补贴实施力度的逐年加大，促使我国农机工业和农机流通业的产值、利润总量呈逐年持续快速增长态势，为农机流通企业快速发展提供了良好的政策环境和广阔的市场机遇；国家“十二五”计划有关支农惠农战略的推出，再次让行业迎来了农机产业繁荣发展的又一个春天，为主流农机流通企业快速发展壮大提供了难得的战略性机遇。公司作为我国农机流通行业的领军企业，必须牢牢抓住“十二五”历史发展机遇期，将“连锁”模式更加深入地根植于农机流通行业，利用整合重组和战略协同，提升“联合企业”的整体价值，成为中国未来农村综合机电服务产业发展的领跑者。

（2）挑战公司将通过企业并购重组开展行业存量资源整合，通过下沉终端网络深度挖掘用户需求，开发企业增量资源。采取“外延”扩张加“内涵”增长实现从行业先行者到领导者转变。虽然国务院 22 号文件提出了扶优扶强目标，助推大型流通企业的成长，但“小、散、乱、弱、缺”现象依然在行业中存在，流通行业体现出较低门槛，流通企业众多，没有体现行业向大、中型企业集中的趋势，对公司高速增长提出了新的要求和挑战。

2、公司未来发展战略

在大力推进实施全国化、规模化、连锁化战略过程中，公司将着力打造以“大农机、大流通、大平台”为核心体系的行业领军品牌，均衡发展农业机械、农用汽车、工程机械、通用机电产品四大业务板块，为用户提供“更近、更好、更省”的优质服务，将吉峰塑造为值得尊重和信赖的商业服务品牌。

3、2011 年发展目标和计划

（1）发展目标

2011 年，公司在依托现有网络稳步发展的同时，充分利用募集资金资源，发挥上市资源平台效应，继续推进行业“并购重组”战略，整合行业存量资源；实施原有门店精细化管理，深化基层网络建设，挖掘内部增量资源，坚持围绕“服务创造新价值”的理念，为客户提供更快捷、便利的产品和服务。通过行业存量资源整合与公司增量资源挖掘齐头并进，扩大行业内外资源聚集效应，实现公司的收入及效益协同发展。在重点推进和实施公司全国化战略扩张的同时，公司将着力优化农业机械、农用汽车、工程机械、通用机电产品四大业务板块的均衡协调发展，为打造“大农机、大流通、大平台”奠定基础。

（2）发展计划

为实现上述发展目标，公司 2011 年拟推动和实施以下各项发展计划：

① 市场网络开发与拓展计划

2011 年，公司将进一步推进全国化战略，在稳步实施募集资金投资项目的同时，拟继续使用超募资金和自有资金重点拓展除 2010 年拓展地区以外的其他省域农机市场和重点业务板块的结构优化，不断丰富和完善全国化连锁网络布局和均衡的四大业务结构体系。此外，公司将着力提升子公司门店的精细化管理水平。通过强化总部后台能力建设和连锁店资源统筹管理能力，提高各直营店单店盈利水平和集团化管控水平。

② 信息化建设计划

2011 年，公司将在总结第一阶段信息化建设经验的基础上，继续使用募集资金深入推动实施第二阶段信息化系统建设工作。一方面继续提升和优化财务管理系统、供应链管理系统和办公系统，巩固阶段性实施成果；另一方面，实施人力资源系统、客户关系管理系统和呼叫中心、管理报表和商务智能系统等。同时，加强 IT 基础建设，包括网络改造和信息安全体系扩容建设、设备冗余和数据备份建设等。

③ 服务创新计划

围绕公司“服务创造新价值”的经营理念，以满足用户需求为出发点，继续开展公司服务创新计划，打造具有吉峰农机竞争力的服务体系，包括：夯实集团服务基础管理工作，强化实施一线员工服务能力全面提升工程；深化和完善集团内跨区联动服务机制，科学配置和调度集团服务资源，提升和发挥集团化服务优势价值；建立集团客户关系数据库，构筑售后客户管理互动平台，挖掘和培育服务全产业链业务。

④ 人员扩充计划

今年公司将继续在人才引进和培养上创新机制，包括：创新人才引进机制，加大人才引进力度，优化员工队伍结构；创新人才培养机制。与各类高等院校、培训机构、供应商等建立培训联盟，分层级分类型加大各个岗位员工的培训力度；创新人才选拔机制。不断完善管理人员的选拔、退出、交流机制，大力推行管理干部动态管理；创新人才激励机制。遵循“高层看业绩、中层看执行、基层看细节”的考核激励原则，调动和激发各层各类人才工作的积极性和创造性。

⑤ 经营结构优化计划

对以农机业务为主导的全国化连锁网络扩张战略继续重点加大实施投入力度的同时，公司将本着“重点突出，协调发展”原则，兼顾总体经营的效率、效益与风险的均衡配置；进一步突出强化对毛利率水平较高的工程机械业务和毛利率提升幅度较大的农用汽车业务投入，继续优化公司主营业务收入结构比例，提升整体业务利润水平。

通过多渠道、多层次业务与人才资源整合重组计划，强力推动和发展工程机械和农用汽车业务，有效均衡农机业务的政策性风险及季节性服务人才和资金资源集中投放压力；同时，四大业务在经营管理机制、技术服务人才、资金信用、信息系统等后台资源方面可实现系统内效用共享、风险均衡的动态管理机制。在公司全国化连锁资源分配格局中，通过“扩网络、调结构、配资源”等经营策略，在进一步提升公司经营效果和经济效益的同时，有力的提升公司资源统筹配置能力和集中管控水平。

（四）公司未来发展战略所需的资金需求、使用计划及资金来源情况

为深入推进“外延扩张、内沉网络”的全国化连锁发展战略，公司将积极推进募集资金项目建设进度，基于公司全国化战略布局计划，公司后期将进一步积极拓展、开发新的市场领域，深化直营连锁店建设，下沉终端网络，力争建设全面辐射全国的直营连锁网络。

公司将进一步加强银企联合，建立以信息化为支撑的资金管理平台，提高资金使用效率。同时，在符合相关政策与市场环境要求以及技术操作准备成熟条件下，公司将结合经营实际需要，根据相关要求，通过资本市场适时推出再融资或增发股票收购资产等系列融资收购计划，以满足公司全国化扩张过程中经营或并购所需的权益资本金需要，提高“化行业存量为企业增量”的资源整合规模和质量，优化公司财务结构，加速推动公司率先向“超百亿”级全国化连锁集团企业迈进步伐，进一步促进和引领中国农机流通服务产业快速、健康、可持续发展。

4.2 主营业务产品或服务情况表

单位：万元

分产品或服务	营业收入	营业成本	毛利率（%）	营业收入比上年同期增减（%）	营业成本比上年同期增减（%）	毛利率比上年同期增减（%）
农业机械	3，026，71.44	2，655，96.05	12.25%	123.22%	130.08%	-2.61%
农用汽车	215，23.30	198，30.65	7.86%	45.75%	40.70%	3.30%
工程机械	262，66.67	222，90.87	15.14%	755.96%	747.01%	0.90%
通用机电	119，92.64	108，92.78	9.17%	81.46%	77.43%	2.07%
合计	3，624，54.05	3，186，10.35	12.10%	126.48%	130.37%	-1.48%

注：毛利润比上年同期增减幅度，为两期毛利率差额。

4.3 主营业务分地区情况

单位：万元

地区	营业收入	营业收入比上年增减（%）
西南地区	177，902.11	19.58%
华东、华南等地区	30，250.94	373.16%
东北地区	109，282.50	--
西北地区	46，232.08	846.34%
分部间抵销	1，213.59	8，458.47%
合计	362，454.05	126.48%

4.4 募集资金使用情况对照表

√ 适用 □ 不适用

单位：万元

募集资金总额	38，040.00				本年度投入募集资金总额			20，769.66		
报告期内变更用途的募集资金总额	0.00									
累计变更用途的募集资金总额	0.00				已累计投入募集资金总额			28，370.05		
累计变更用途的募集资金总额比例	0.00%									
承诺投资项目和超募资金投向	是否已变更项目（含部分变更）	募集资金承诺投资总额	调整后投资总额（1）	本年度投入金额	截至期末累计投入金额（2）	截至期末投资进度（%）（3）=（2）/（1）	项目达到预定可使用状态日期	本年度实现的效益	是否达到预计效益	项目可行性是否发生重大变化
承诺投资项目										
信息化系统建设项目	否	3，000.00	3，000.00	615.43	703.82	79.53%第一阶段	12/31/2010 第一阶段（承诺投资额：885 万） 12/31/2011 第二阶段（承诺投资额：1，350 万） 10/30/2012 第三阶段（承诺投资额：765 万）	不适用［注 1］	不适用	否
直营连锁店建设项目	否	16，750.00	16，750.00	9，840.63	13，694.63	81.76%	2012年 06 月 30 日	不适用［注 2］	不适用	否
承诺投资项目小计	-	19，750.00	19，750.00	10，456.06	14，398.45	-	-	-	-	-
超募资金投向										
吉林省金桥农机有限责任公司增资及受让股权	否	3，124.80	3，124.80	3，124.80	3，124.80	100.00%	-	1，420.72	不适用	否
新设宁夏同德农机汽车贸易有限公司	否	1，400.00	1，110.00	1，110.00	1，110.00	100.00%	-	436.17	不适用	否
辽宁汇丰农机城有限公司增资扩股	否	1，940.80	1，940.80	1，940.80	1，940.80	100.00%	-	1，015.72	不适用	否
新设四川吉峰长城工程机械有限公司	否	2，550.00	2，550.00	2，550.00	2，550.00	100.00%	-	334.80	不适用	否
新设甘肃河西吉峰农机有限公司	否	772.00	772.00	772.00	772.00	100.00%	-	224.40	不适用	否
增资四川车辆工程机械有限公司	否	408.00	408.00	408.00	408.00	100.00%	-	118.44	不适用	否
新设天水吉峰大众汽车贸易有限公司	否	408.00	408.00	408.00	408.00	100.00%	-	0.00	不适用	否

（下转 D15 版）