

# 有限元分析报告(精选5篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？下面是小编为大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟！

## 有限元分析报告篇一

### 一、简介

#### (一) 公司背景

夏新电子股份有限公司原名“厦门夏新电子股份有限公司”，于7月25日更名为现在“夏新电子股份有限公司”，股票简称由“厦新电子”变更为“夏新电子”。夏新公司是经厦门市人民政府厦府057号文、厦门市经济体制改革委员会厦体改()080号文批准,在对厦新电子有限公司进行部分改组的基础上,由厦新电子有限公司、中国电子租赁有限公司、中国电子国际贸易公司、厦门电子器材公司、厦门电子仪器厂、成都广播电视设备(集团)公司等六个股东共同作为发起人,4月24日,经中国证监会(1997)176号文批准,以向社会公众募股方式设立。195月23日,取得厦门市工商行政管理局核发的企业法人营业执照。注册资本原为人民币18800万元,实施配股及送转增股后注册资本已变更为35820万元;实施每10股送2股方案后注册资本增至42984万元。公司现有总股本42984万股,其中:国家股1468.8万股,境内法人股24235.2万股,境内上市的人民币流通股17280万股。公司法定代表人:柳学宏。主要经营声像电子产品、通讯电子产品、办公自动化产品及其他机械电子产品的开发与制造等。公司从以家用电子产品的生产型企业成功地转型到以通信终端产品生产为主的企业,目前手机产品占主营业务收入的80%以上,成为国内主要的手机制造商之一。中国\*\*\*。

## (二) 国内及国际未来经济展望

十六大报告对于中国未来的战略规划是，我国将全面进入小康社会。未来20年，中国经济将再翻一番，对于中国本土的公司来说，这将是一个爆发式的发展过程，一批国际经济巨人将成长起来。过去20年，在跨国公司进入中国市场的同时，一批中国本土公司已经成长起来了，尤其在家电、手机、服装等行业，中国本土公司已经出手国际牌了；未来20年，一定会有一批中国人的跨国公司活跃在全球市场上。未来国际经济方面，世界经济总体呈现走强态势。预计在未来5年内，世界经济的年均增长率将高于20世纪90年代，可望达到3.5-4%；发达国家依然将是世界经济增长的主导，而发展中国家的经济增长速度继续高于发达国家。科技进步的突飞猛进，经济全球化的深入发展，全球产业结构的大调整，特别是信息技术继续释放潜力及网络经济的高速扩张，以及各国经济合作和协调加强等积极因素，将继续为世界经济的持续发展提供重要的基础。

## (三) 行业综观及重要议题

目前,我国拥有全球手机近1/3产量和约1/5的销售市场,是全球最重要的手机生产销售中心。国产手机市场占有率到2004已达60%以上,行业销售冠军也由摩托罗拉,诺基亚这样的国际巨头变成波导、夏新等本土企业。国产品牌手机终于打破了洋品牌在中国市场长达十年的垄断格局。在不久前结束的“中国市场产品质量用户满意度调查”中,国产品牌以绝对优势选票超过众多洋品牌。这表明国产品牌手机正逐渐占据市场竞争的制高点,成为国内手机市场的主导力量。

国内手机厂商在努力开拓国内市场的同时,进一步加大开拓国际市场力度,他们纷纷在国外开设办事机构,加大产品出口量。这些努力使得去年1-10月国产品牌手机出口占国内销售比例由上年的2%上升到6%。

但是随着竞争的加剧，国内手机厂商存在的问题也日益凸现，突出表现在产品毛利率日益降低，巨额库存及渠道费用日益成为各大手机厂商盈利的瓶颈。同时技术上的劣势亦难以对抗日趋激烈的国际品牌的竞争。可以说，国产品牌手机的发展已进入一个新时期，即从规模扩张阶段转向提高质量和技术水平阶段。国产品牌应该利用国内已经形成的从芯片，整机设计到组装制造，从散件到整机的完整移动通信产业链，通过加强国内采购配套，降低成本，减少不确定性风险，加快自身发展；要上国产品牌手机大量出口的台阶，改变目前国产品牌手机出口较少的现状，在国外广阔的市场上寻找发展的机会；同时，国产品牌还应加强核心技术的研制开发，形成具有自主知识产权的技术和产品，增强国际竞争力。

此外，在国内外激烈的竞争下，手机业步入微利时代，不少国内生产厂家纷纷实施产品转型战略，寻找新的利润增长点，能否成功实施转型战略计划，亦成为国内众多手机制造商未来能否持续发展的关键所在。在这方面夏新公司已确立了以3c(通讯[it]家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向，已成功向市场推出笔记本电脑、液晶电视等产品，并计划投资巨资进军汽车业，未来机遇和挑战并存。

## 二、公司分析

### (一) 公司业绩分析

从年的年报来看，公司全年实现净利6.14亿元，每股收益高达

增大，公司营业收入的毛利率也从20的17.55%提高到34%，每股收益也从年的-0.22元增长到2003年的1.43元。净资产收益率、毛利率、净利润率与相比，虽然略有下降(主要为市场竞争激烈，产品价格下调幅度较大)，但仍保持在较高的水平。2003年公司技术开发费的计提从原来占总收入的3%提高到6%，在这种情况下净利润的增长幅度也远远高于收入的增

长幅度，说明夏新的成本和费用控制得较理想，表明夏新电子的产业结构调整进展相当顺利，为今后的发展打下了坚实的基础。

夏新手机的市场定位是中高端移动通讯产品，这也可以从2003年夏新手机的平均销售价格高于国产手机品牌中平均价格，平均毛利率也高达34%。高价格带来的高利润，必将引来国内甚至国外企业的竞争，而且中高端手机市场历来是国外品牌的传统领地，可以预见，市场竞争将越来越激烈，公司的利润将越来越低。

同时应注意到，公司的“应收票据”在2003年增加了386858万元，达942026万元，增幅达70%，高额的“应收票据”是否会变成令人头疼的“应收账款”值得重点关注。

总体看来，公司的各项财务指标均在好转，股东权益和总资产稳步上升，但是，公司的流动资产里面，变现能力最差的存货占总资产额的35%，存货周转率更是高达100天，如果存货不能及时消化，随着时间的推移，存货的实际价值将被大打折扣。巨额库存将对公司未来经营构成极大的压力。

## (二) 公司的未来表现——swot分析

### S□强项，优势

(外部) 在国内有较高的知名度，2003年评选为“中国市场产品质量用户满意第一品牌”，是国内主要手机生产商之一，同行业排名第六，产品(手机)市场占有率达6%，小灵通产品同行业排名第三。2003年中国1243家上市公司竞争力排序夏新居第二。

(内部) 有着优秀的营销队伍及良好营销策略，较强的科研开发能力，加上具远见卓识的管理层，致力于发展国产手机的“次核心技术”，成功地实现了产业的转型，从家电生产

企业一跃成为手机生产行业的矫矫者。

## w□弱项，劣势

(外部)手机业竞争日趋激烈，行业毛利率日趋下降，公司走的是中高端产品路线，而该层次产品受国外知名品牌的冲击越来越大，加之缺乏核心技术，新产品开发滞后，紧靠一款夏新a8手机打天下已显得有点力不从心。低端产品的定位不足，使得公司失去了中国广大的农村等低收入群体市场。国际市场方面因品牌的国际知名度不高，海外市场拓展困难。公司已确立的“3c”产品的战略布局，将面临产业整合的困难，在近期内难见成效，未来形势不容乐观。

(内部)公司员工整体素质不高，作为技术生产型企业本科以上学历仅占员工总人数16%;公司实施的股票激励制度仅限于公司的管理层及技术人员，激励机制不够全面;从股权结构上看，夏新电子有限公司持有56.38%非上市法人股，处绝以控股地位，成一股独大，极易造成过多的关联交易，如公司支付夏新电子有限公司高额的商标使用费，未能作出合理的解释，易产生诚信危机;公司产能过剩，造成存货大量积压，存货管理水平有待提高。公司进军并无任何优势的it业，投产笔记本电脑，投资决策者具太大的冒险性，对公司的稳定发展不利。

## o□机会，机遇

(外部)展望未来，中国经济的平稳增长，城市化进程的加快和农民收入水平的提高，为手机市场的发展提供了良好的消费环境，手机消费需求仍将旺盛。消费者对新功能和新设计的追求，仍将推动产品的更新和市场的增长。同时，数据业务与应用内容的丰富，将加速消费需求的更新。在这些有利因素的带动下。据预计，今后5年，中国手机市场将以7.7%的复合增长率继续保持良好的增长，2008年市场销售额将达到1200亿元。

(内部)公司曾是我国最知名的激光影碟机制造商，夏新品牌具有较高的市场知名度，公司转型生产gsm手机后，确定了以3c(通讯it家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向。公司先后推出了世界首台光盘录像机vdr第一部国产grps手机等，自主开发的笔记本电脑、液晶电视一经推出好评如潮，极具竞争力。公司又投入巨资进军汽车产业，生产车载电视、车载电话等全套汽车电子产品，介入汽车电子这一新兴朝阳产业，将成为公司新的发展机遇。

威胁，竞争对手

(外部)目前手机市场的竞争越来越激烈，不断的价格战使得行业利润步入微利时代，国内竞争对手主要来自波导tcl康佳等生产企业。随着通信行业的进一步放开，国际品牌对行业的冲击更加严重，而国外主要生产的是中高端产品，对以中高端产品为主的夏新公司更是雪上加霜。

## 有限元分析报告篇二

截止到本月底，资产总额元，其中：流动资产元，固定资产元；负债总额元，其中：流动负债元，长期负债元；所有者权益元，其中：实收资本元，资本公积元，盈余公积元，未分配利润元。

### (二)经营情况

本月总收入元，成本费用总支出元，实现利润元。具体情况如下：

#### 1、收入情况

本月实现收入元，其中：主营业务收入元，其他业务收入元，营业外收入元。

## 2、成本费用情况

着重说明管理费用、营业费用明细支出情况，对支出较大的费用加以分析说明。

## 3、税金情况

对营业税、城建税、教育费附加提取及缴纳情况说明。

### (三) 债权债务情况

主要从应收账款、其他应收款、应付账款、其他应付款、预收账款等方面进行说明。

### (四) 存在的问题及建议

针对上面分析中存在的问题加以说明，为领导提出改进措施和合理化建议。

## 有限元分析报告篇三

### 一、简介

#### (一) 公司背景

夏新电子股份有限公司原名“厦门夏新电子股份有限公司”，于2003年7月25日更名为现在“夏新电子股份有限公司”，股票简称由“厦新电子”变更为“夏新电子”。夏新公司是经厦门市人民政府厦府(1997)057号文、厦门市经济体制改革委员会厦体改(1996)080号文批准，在对厦新电子有限公司进行部分改组的基础上，由厦新电子有限公司、中国电子租赁有限公司、中国电子国际贸易公司、厦门电子器材公司、厦门电子仪器厂、成都广播电视设备(集团)公司等六个股东共同作为发起人，1997年4月24日，经中国证监会(1997)176号文批准，

以向社会公众募股方式设立。1997年5月23日,取得厦门市工商行政管理局核发的企业法人营业执照。注册资本原为人民币18800万元,度实施配股及送转增股后注册资本已变更为35820万元;20实施每10股送2股方案后注册资本增至42984万元。公司现有总股本42984万股,其中:国家股1468.8万股,境内法人股24235.2万股,境内上市的人民币流通股17280万股。公司法定代表人:柳学宏。主要经营声像电子产品、通讯电子产品、办公自动化产品及其他机械电子产品的开发与制造等。公司从以家用电子产品的生产型企业成功地转型到以通信终端产品生产为主的企业,目前手机产品占主营业务收入的80%以上,成为国内主要的手机制造商之一。中国\*\*\*。

## (二)国内及国际未来经济展望

十六大报告对于中国未来20年的战略规划是,我国将全面进入小康社会。未来20年,中国经济将再翻一番,对于中国本土的公司来说,这将是一个爆发式的发展过程,一批国际经济巨人将成长起来。过去20年,在跨国公司进入中国市场的同时,一批中国本土公司已经成长起来了,尤其在家电、手机、服装等行业,中国本土公司已经出手国际牌了;未来20年,一定会有一批中国人的跨国公司活跃在全球市场上。未来国际经济方面,世界经济总体呈现走强态势。预计在未来5年内,世界经济的年均增长率将高于20世纪90年代,可望达到3.5-4%;发达国家依然将是世界经济增长的主导,而发展中国家的经济增长速度继续高于发达国家。科技进步的突飞猛进,经济全球化的深入发展,全球产业结构的大调整,特别是信息技术继续释放潜力及网络经济的高速扩张,以及各国经济合作和协调加强等积极因素,将继续为世界经济的持续发展提供重要的基础。

## (三)行业综观及重要议题

目前,我国拥有全球手机近1/3产量和约1/5的销售市场,是全球最重要的手机生产销售中心。国产手机市场占有率到2003



年已达60%以上，行业销售冠军也由摩托罗拉、诺基亚这样的国际巨头变成波导、夏新等本土企业。国产品牌手机终于打破了洋品牌在中国市场长达十年的垄断格局。在不久前结束的“中国市场产品质量用户满意度调查”中，国产品牌以绝对优势选票超过众多洋品牌。这表明国产品牌手机正逐渐占据市场竞争的制高点，成为国内手机市场的主导力量。

国内手机厂商在努力开拓国内市场的同时，进一步加大开拓国际市场力度，他们纷纷在国外开设办事机构，加大产品出口量。这些努力使得去年1-10月国产品牌手机出口占国内销售比例由上年的2%上升到6%。

但是随着竞争的加剧，国内手机厂商存在的问题也日益凸现，突出表现在产品毛利率日益降低，巨额库存及渠道费用日益成为各大手机厂商盈利的瓶颈。同时技术上的劣势亦难以对抗日趋激烈的国际品牌的竞争。可以说，国产品牌手机的发展已进入一个新时期，即从规模扩张阶段转向提高质量和技术水平阶段。国产品牌应该利用国内已经形成的从芯片、整机设计到组装制造，从散件到整机的完整移动通信产业链，通过加强国内采购配套，降低成本，减少不确定性风险，加快自身发展；要上国产品牌手机大量出口的台阶，改变目前国产品牌手机出口较少的现状，在国外广阔的市场上寻找发展的机会；同时，国产品牌还应加强核心技术的研制开发，形成具有自主知识产权的技术和产品，增强国际竞争力。

此外，在国内外激烈的竞争下，手机业步入微利时代，不少国内生产厂家纷纷实施产品转型战略，寻找新的利润增长点，能否成功实施转型战略计划，亦成为国内众多手机制造商未来能否持续发展的关键所在。在这方面夏新公司已确立了以3C(通讯、IT、家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向，已成功向市场推出笔记本电脑、液晶电视等产品，并计划投资巨资进军汽车业，未来机遇和挑战并存。

## 二、公司分析

## (一) 公司业绩分析

从2003年的年报来看，公司全年实现净利6.14亿元，每股收益高达

增大，公司营业收入的毛利率也从2001年的17.55%提高到34%，每股收益也从2001年的-0.22元增长到2003年的1.43元。净资产收益率、毛利率、净利润率与20相比，虽然略有下降(主要为市场竞争激烈，产品价格下调幅度较大)，但仍保持在较高的水平。2003年公司技术开发费的计提从原来占总收入的3%提高到6%，在这种情况下净利润的增长幅度也远远高于收入的增长幅度，说明夏新的成本和费用控制得较理想，表明夏新电子的产业结构调整进展相当顺利，为今后的发展打下了坚实的基础。

夏新手机的市场定位是中高端移动通讯产品，这也可以从2003年夏新手机的平均销售价格高于国产手机品牌中平均价格，平均毛利率也高达34%。高价格带来的高利润，必将引来国内甚至国外企业的竞争，而且中高端手机市场历来是国外品牌的传统领地，可以预见，市场竞争将越来越激烈，公司的利润将越来越低。

同时应注意到，公司的“应收票据”在2003年增加了386858万元，达942026万元，增幅达70%，高额的“应收票据”是否会变成令人头疼的“应收账款”值得重点关注。

总体看来，公司的各项财务指标均在好转，股东权益和总资产稳步上升，但是，公司的流动资产里面，变现能力最差的存货占总资产额的35%，存货周转率更是高达100天，如果存货不能及时消化，随着时间的推移，存货的实际价值将被大打折扣。巨额库存将对公司未来经营构成极大的压力。

## (二) 公司的未来表现——swot分析

## s□强项，优势

(外部)在国内有较高的知名度，2003年评选为“中国市场产品质量用户满意第一品牌”，是国内主要手机生产商之一，同行业排名第六，产品(手机)市场占有率达6%，小灵通产品同行业排名第三。2003年中国1243家上市公司竞争力排序夏新居第二。

(内部)有着优秀的营销队伍及良好营销策略，较强的科研开发能力，加上具远见卓识的管理层，致力于发展国产手机的“次核心技术”，成功地实现了产业的转型，从家电生产企业一跃成为手机生产行业的佼佼者。

## w□弱项，劣势

(外部)手机业竞争日趋激烈，行业毛利率日趋下降，公司走的是中高端产品路线，而该层次产品受国外知名品牌的冲击越来越大，加之缺乏核心技术，新产品开发滞后，紧靠一款夏新a8手机打天下已显得有点力不从心。低端产品的定位不足，使得公司失去了中国广大的农村等低收入群体市场。国际市场方面因品牌的国际知名度不高，海外市场拓展困难。公司已确立的“3c”产品的战略布局，将面临产业整合的困难，在近期内难见成效，未来形势不容乐观。

(内部)公司员工整体素质不高，作为技术生产型企业本科以上学历仅占员工总人数16%;公司实施的股票激励制度仅限于公司的管理层及技术人员，激励机制不够全面;从股权结构上看，夏新电子有限公司持有56.38%非上市法人股，处绝以控股地位，成一股独大，极易造成过多的关联交易，如公司支付夏新电子有限公司高额的商标使用费，未能作出合理的解释，易产生诚信危机;公司产能过剩，造成存货大量积压，存货管理水平有待提高。公司进军并无任何优势的it业，投产笔记本电脑，投资决策者具太大的冒险性，对公司的稳定发展不利。

# 有限元分析报告篇四

——有限元分析

上机实验报告书

学院：机械工程学院

年级：2009级

专业班级：机械设计制造及其自动化4班

学生：於军红

学号：20092572

指导教师：张大可

报告日期：20\*\*。12.19

重庆大学

机械工程学院机械设计制造及其自动化系

二零\*\*年十一月制

《现代设计方法》有限元部分上机作业题

## 1 题目概况

1.1 基本数据：板长300mm□宽100mm□厚5mm□ $E=2.1 \times 10^5 \text{ N/mm}^2$ 泊松比0.27；ac边固定□ab边受垂直于边的向下均布载荷 $p=20 \text{ N/mm}$ .

1.2分析任务：分析在板上开不同形状的槽时板的变形以及应力应

变的异同，讨论槽的形状对板强度以及应力集中的影响。

## 2、模型建立

2.1利用前处理器的molding功能建立板的几何模型。

1)用create画出基本几何要素。

2)用molding模块的布尔运算得出开方槽的板的几何模型。

2.2定义材料性质，实常数，单元类型，最后单元划分。

1)开方槽时的单元划分情况。

2)开半圆形槽的单元划分情况。

2.3定义载荷，将cd边位移设置为0（即将cd边固定），在ab边上施加均匀分布载荷 $p=20\text{n/mm}$ 。

## 3、计算分析。

### 3.1位移分析

1)开方槽时的变形情况

2)开圆形槽时的变形情况

大位移为 $1.678\text{mm}$ 而开方形槽时最大位移为 $1.731\text{mm}$

### 3.2 应力应变分布

1) 开方槽时的应力和应变:

2) 开圆形槽时的应力和应变:

## 有限元分析报告篇五

### o 机会，机遇

(外部) 展望未来，中国经济的平稳增长，城市化进程的加快和农民收入水平的提高，为手机市场的发展提供了良好的消费环境，手机消费需求仍将旺盛。消费者对新功能和新设计的追求，仍将推动产品的更新和市场的增长。同时，数据业务与应用内容的丰富，将加速消费需求的更新。在这些有利因素的带动下。据预计，今后5年，中国手机市场将以7.7%的复合增长率继续保持稳定的增长，市场销售额将达到1200亿元。

(内部) 公司曾是我国最知名的激光影碟机制造商，夏新品牌具有较高的市场知名度，公司转型生产gsm手机后，确定了以3c(通讯it家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向。公司先后推出了世界首台光盘录像机vdr第一部国产grps手机等，自主开发的笔记本电脑、液晶电视一经推出好评如潮，极具竞争力。公司又投入巨资进军汽车产业，生产车载电视、车载电话等全套汽车电子产品，介入汽车电子这一新兴朝阳产业，将成为公司新的发展机遇。

### t 威胁，竞争对手

(外部) 目前手机市场的竞争越来越激烈，不断的价格战使得行业利润步入微利时代，国内竞争对手主要来自波导tcl康佳等生产企业。随着通信行业的进一步放开，国际品牌对行业的冲击更加严重，而国外主要生产的是中高端产品，对以

中高端产品为主的夏新公司更是雪上加霜。

(内部)公司产品单一，缺乏核心技术，新产品的研发滞后，很难再有在市场上叫得响的产品推出，仅靠一款a8很难继续站稳脚跟，对于80%的收入靠手机销售的夏新公司来说，未来形式更加严峻。尽管公司已确立“3c”产品战略布局，实行产品多元化战略，但收益不会在短期内显现，未来具有太大的不确定性和风险性。尽管公司业绩显赫，但公司未来形式严峻，不容乐观。

### (三) 公司的行业竞争分析

2003年中国生产手机1.73亿部，成为全球最大移动通信终端生产国。信息产业部03年公布的国内手机市场占有率排名，波导以942万台销量成为冠军，市场占有率达14%[]tcl位居第二，夏新以6%的市场占有率位居第六位。现在国内手机生产商有40多家，但主要以波导[]tcl[]康佳、夏新、科健、中兴等商家为主。现以下表各主要通讯产品制造公司有关财务比率计算行业平均指标来对比分析夏新公司的竞争力水平：

波导股份 74.08 0.499 54 32.46 0.68 1.23 2.64 16.94

tcl集团 110.87 0.235 11 29.72 0.73 83 2.72 21.88

深康佳a8 2.69 0.19 12.03 31.56 0.68 0.06 2.25 14.99

中科健a6 1.14 0.06 -- 14.68 0.85 2.07 -- 7.76

中兴通讯 85.10 0.39 -- 31.99 0.68 4.17 -- 36.74

大唐电信 91.29 0.16 -- 29.94 0.73 78 -- 28.43

夏新电子 80.11 0.38 41.17 33.65 0.66 5.01 5.48 33.98

行业平均83.610.279.6929.140.712.881.8722.96

从上表中可以看出，公司速动比率略低于行业平均水平，因此，短期偿债能力相对较低；公司的现金比率远远高于行业平均水平，公司有着充裕的现金流，资金周转顺畅，这与公司产品畅销及大量现款交易是分不开的；公司应收账款周转率为同行业最高，远远高于同业平均水平，应收账款的管理是同行业最好的；股权比率亦属同业较高水平，相对地资产负债率也就较低，从股东角度来看，公司现在属高股权率、高风险、高报酬的财务资本结构；长期负债率远高于同业水平，主要系公司提取了高额的技术开发费(按销售额的6%计提)，这为公司经后加大技术投入及未来的发展打下了坚实的基础；存货周转率同行业最高，存货占资产总额的比例达30%，巨额库存将对公司未来经营构成极大的压力；主营利润率高达34%，处于行业领先水平，这与公司以高毛利率的中高端产品为主是分不开的。

从以上指标分析可见，公司各项指标大部分高于行业平均水平，公司整体水平处于中上水平，在行业中极具竞争力。

#### (四) 公司专业分析

夏新电子(600057)：公司总股本4.29亿股，流通股1.72亿股，公司作为一家成长中的电子类企业，以通讯产品、视听产品及it产品为核心业务。年公司实现主营业务收入68.17亿元；实现净利润6.14亿元。其中，手机类产品占主营业务收入的82.82%，夏新手机仍是国内手机品牌中利润最高的企业，毛利率37.76%，手机产品市场占有率居国产品牌第四，视频类产品市场占有率居第三名。公司主营手机、dvd、液晶电脑及视听设备，自公司管理层把握新的市场机遇，转型生产gsm手机，同时，为避免重蹈覆辙并巩固市场地位，公司确定了以3c(通讯、it、家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向，公司建立了600多人的技术中心，设立博士后工作站，科研实力在同行业首屈一指，针对数字化技术变更周期短、更新快



的特点，公司选择特定技术领域，形成自己的核心技术优势。公司先后推出了世界首台光盘录像机vdr2000□第一部国产grps手机等，自主开发的笔记本电脑、液晶电视一经推出好评如潮，极具竞争力。今年，公司又投入巨资进军汽车产业，但与其他投资汽车行业企业不同的是，公司不仅注重投资收益，更期待借此发挥自身优势，介入之前几乎由国外厂商垄断的汽车电子领域，生产车载电视、车载电话等全套汽车电子产品，介入汽车电子这一新兴朝阳产业，将成为公司新的发展机遇。

### (五) 公司分析总结

以银行家的角度来看，公司的资产负债率为66%，低于行业平均水平，公司的现金比率为0.38亦远高于行业平均水平，公司目前经营较稳定，2003年取得了良好的业绩，加之公司有良好的现金流，并有大量的货币资金，增强了公司的偿债能力，因此从目前公司的财务状况来看，贷款给公司相对风险较低。从现金流量表中来看，公司投资活动支付的现金近3亿元，公司加大了对外扩张的力度，从有关公告中可知，公司将面临又一次产业转型，公司确定了以3c(通讯□it□家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向，投资于与主业不相关的it业及汽车电子业，而其资金的来源将主要依靠于银行贷款，未来投资能否成功将有着很大的风险性和不确定性。因此，公司未来的偿债能力能否保障，将主要取决于公司转型投资的成功与否，未来的潜在偿债风险较大，银行应充分考虑公司的未来的偿债能力，充分估计贷款风险水平。

从投资者的角度来看，公司业绩从最近几年看呈高速增长态势，2003年每股收益达1.43元，净资产收益率达41.98%，投资者取得了丰厚的投资回报。从财务结构上分析，公司股权比率为33.65%，高于行业平均水平，高股权率意味着高风险、高报酬的财务结构。在获取高回报的同时，投资者应充分考虑其投资的未来的风险性，首先从公司的主业来看，手机业

竞争日趋激烈，加之国外品牌的冲击，毛利率越来越低，手机业步入微利时代，预计公司主营业务利润将呈下降趋势，尽管公司拟实行多元化战略，但就目前来看还属投资初期，目前还未有很好的收益，未来的投资重点将转向多元化的家电、IT、汽车电子产品等行业，能否在公司未涉及的行业中脱颖而出将面临着巨大的挑战，投资者未来亦将面临着巨大的投资风险。

从收购者的角度来看，公司的骄人的业绩，成长性及高净资产收益率(42%)，使得公司有着较高收购价值，同时也意味着需高额的收购成本。而从目前公司的股票市价来看，市盈率不到10倍，市场价值被低估，亦极具投资潜力与收购价值。目前公司主业突出，且在技术上也处于国内同业领先地位，对“主业偏好”的收购者极具吸引力。同时公司丰富的营销经验、完整的营销体系及网络，加上优秀的管理层及高效率管理经验，更是使收购者所看重。因此从整个公司的基本上分析，夏新公司对收购者极具收购价值。

从公司员工的角度来看，公司制定了一系列员工激励政策，包括《夏新电子业绩股票激励实施办法》等，员工的待遇同公司的业绩息息相关。自2000年管理层把握新的市场机遇，从家电产品转型生产gsm手机，实现了成功的生产转型，取得了骄人的业绩，但随着竞争的日趋激烈，产生了缺乏新业务增长点的困扰同时，为避免重蹈覆辙并巩固市场地位，公司确定了以3c(通讯、IT、家电)融合为核心、相关多元化发展的战略方向。在未来的发展中，公司管理层及全体员工应重点在以下几方面努力：投资——明确未来投资重点；市场——寻找新的业务增长点；合作——强化价值链，扩大合作领域；竞争——增强核心竞争力，寻找发展机会；技术——发展自己的核心技术，积极研发新产品。