# 年度业绩发布会演讲稿

来源：网络 作者：雾凇晨曦 更新时间：2024-06-25

*第一篇：年度业绩发布会演讲稿2024年度业绩发布会演讲稿女士们，先生们，上午好。很高兴跟各位见面，下面我简要介绍江苏宁沪高速公路股份有限公司2024年的经营业绩及未来展望。一、集团资产架构本年度集团资产架构没有发生变化，依然包括沪宁高速、...*

**第一篇：年度业绩发布会演讲稿**

2024年度业绩发布会演讲稿

女士们，先生们，上午好。

很高兴跟各位见面，下面我简要介绍江苏宁沪高速公路股份有限公司2024年的经营业绩及未来展望。

一、集团资产架构

本年度集团资产架构没有发生变化，依然包括沪宁高速、312国道、宁连公路南京段3条道路100%的权益、以及3家附属公司和3家联营公司。

下面，我先为大家介绍2024年度经营业绩。

二、集团2024年业绩

按香港财务报告准则计算，本集团于2024年度实现营业额人民币65.77亿元，比2024年同期增长约17.73%；除税前溢利约为人民币33.77亿元，同比增长22.67％；归属于公司股东之溢利约为人民币25.3亿元，每股盈利为人民币0.502元，较去年同期增长23.26%。

收入分布方面，路桥收费业务仍占主导地位，占总收入的74％，其中，核心资产沪宁高速公路收入占比61.66％；配套服务收入和其他业务收入分别占比24.52％及1.48％。

截至2024年12月31日，按香港会计准则，本集团资产总额约为236.5亿元，负债总额为68.73亿元，公司股东应占权益为163.16亿元，财务杠杆比率为26.5%，同比下降5.69个百分点。1

2024年公司依然保持高比例及稳定的派息政策，为股东带来良好回报，董事会建议派发现金股利每股人民币0.36元，为本年度可分配利润的82.06%。

接下来，我为大家介绍集团2024年各项业务的经营情况。

三、集团经营回顾

1、收费路桥业务经营情况

2024年，集团收费路桥业务主要受到下列因素的影响： 宏观经济环境方面： 2024年中国及长三角经济环境总体良好，继续保持了较快的增长速度，其中，公司经营区域的苏南五市GDP增速均超过13%，高于全省平均水平，显示出强劲的经济活力，带动了交通需求特别是货运需求的提升。

交通需求方面：2024年，在国家扩内需、调结构等一系列政策措施的积极作用下，我国汽车工业延续2024年发展态势，汽车产销快速增长，江苏省民用汽车保有量同比增幅达到23.9%。汽车消费需求和保有量的持续增长，对高速公路交通流量发展带来积极影响。

上海世博会影响：世博会举办期间对本集团的业务有一定促进，表现为本地区前往上海的参观客流和周边短途旅游带来的交通增量。

交通竞争格局变化：2024年本集团经营区域内未有新的竞争路段建成通车，同时，7月1日开通的沪宁高铁也没有带来分流，整体交通竞争格局基本保持稳定。

收费公路政策影响：2024年7月1日起实施的货车计重收

费标准结构调整在2024年上半年仍继续对通行费增量带来贡献，各路段通行费收入普遍高于交通流量增长幅度，单车收入也有不同幅度的提高。负面影响主要来自于绿色通道免费政策，2024年江苏省2次调整了绿色通道政策，全年本集团收费公路累计免收绿色通道车辆通行费约人民币1.3亿元，约占通行费总收入的2.6%。

总体而言，2024年的各影响因素对本集团收费路桥业务总体有利，促使通行费收入依然保持较快增长，集团实现路桥通行费收入约人民币50亿元，比2024年同期增长约16.08%。

从各项目经营情况看，除312国道沪宁段外，集团其他路桥项目运营状况均保持良好，核心资产沪宁高速公路日均交通流量及通行费收入分别比去年同期增长约9.83％及17.28％，日均货车比例约32.5%，比2024年度增加了1.1个百分点。其余广靖、锡澄、江阴桥、苏嘉杭以及宁连公路交通流量均保持了10%左右的增幅，日均通行费收入更取得双位数增长。312国道交通流量与通行费收入虽然仍有下滑，但下降幅度已有明显放缓。

2、配套服务经营情况

交通流量的增长也带动了服务区配套业务收入的大幅提升，2024年，公司实现配套服务收入约人民币16.57亿元，比去年同期增长约36.74%，主要是受油品销量上升以及成品油价格上调影响。其他包括餐饮、商品零售、清排障等业务收入为人民币

1.85亿元，比2024年同期增长约24.9％。

3、其他业务经营情况

2024年实现其他收入约人民币1亿元，同比减少约55.04%，主要是子公司宁沪投资开发的昆山房地产项目销售已接近尾声，房产销售收入较去年同期大幅减少；而广告业务经营正常，同比仍取得10.36%的增长。

本年度宁沪臵业的地产项目仍处于前期开发及投入阶段，尚未实现收入与盈利贡献。2024年6月，昆山花桥国际商务城C4地块正式启动项目开发建设，标志着公司的地产业务进入实质性发展阶段，随后，花桥、苏州等地的多个项目也逐步进入了建设施工和预售准备阶段。由于年内国家出台了一系列地产调控政策，导致市场观望情绪进一步扩大，公司也在根据形势变化不断调整各项目的开发策略和开发进度，放缓节奏，以适应市场变化。

4、投资收益

2024年度本集团投资收益约2.43亿元，同比增长38.62%；其中参股的各联营公司贡献投资收益约人民币2.14亿元，约占本集团净利润的8.42％，比2024年度增加22.72％，主要来自于苏嘉杭公司的利润增长。

最后，我和大家讨论2024年的经营形势和发展策略。

四、对2024年的展望

1、积极因素：

从未来几年的经济发展趋势来看，国家将继续保持宏观经济政策的连续性和稳定性，中国经济持续向好；全球经济的逐步复苏也会带动进出口量的增长，带来交通需求；同时，长三角地区也将迎来新一轮的产业升级，经济运行将更具活力，为公司的经营发展提供了良好的宏观经济环境。

在国家各项扩大汽车消费政策的强力推动下，民用汽车的生产与销售依然保持快速发展，中国已经开始进入汽车家庭化的大发展时期，区域汽车保有量快速增长为交通流量的增长带来潜力。

从路网格局看，未来几年区域内都不会产生新的竞争道路，路网格局相对稳定；新开通的高速铁路从目前来看对交通流量的分流影响也十分有限。高速公路的总体营运环境比较平稳。

因此，高速公路交通流量在未来几年仍将保持稳定的自然增长，但经过前面十多年的快速发展期，已经逐步开始进入平稳增长的成熟期，流量的增长速度也会略有放缓，可能会略低于江苏省GDP增长水平。

2、风险因素：

从目前的经营形势看，集团业务经营风险主要来自于政策方面的影响，主要包括：

收费公路政策：中国收费公路经过多年发展不可避免的会出

现一些新的问题，政府为满足社会公众的基本利益和诉求可能会对现有政策进行调整，对行业未来的发展带来不确定性。另外，2024年12月开始执行的新的绿色通道政策，将免费范围由原来的“一纵两横”高速公路扩大到全省所有的收费公路，本集团旗下的收费路桥项目都将纳入免费范围，预计2024年免收通行费金额将会进一步增加。

货币政策：2024年中国货币政策将由适度宽松转向稳健，但从年初开始，具体货币政策执行已呈稳健从紧趋向，中国将进入加息周期，银根趋紧，融资成本上升，将给公司的资金成本带来压力并对盈利产生一定的影响。

地产调控政策：2024年度国家出台的一系列房地产调控政策将在一定时期内对房地产市场发展产生影响，预计随着政策效果的逐步显现，投资性需求将进一步受到抑制，市场整体销售速度将放缓，对公司地产项目的开发进度和收益水平带来影响。

3、发展策略

未来的宏观环境对收费公路行业在一定时期内保持平稳发展仍然带来机会，但新形势的不断变化要求我们要树立危机意识，立足长远，探索科学的发展方式。在此情况下，公司未来的发展策略主要为：

研究战略规划： 2024年，公司将结合自身发展的要求与特点，认真分析公司的战略定位，审慎地研究制定公司“十二五”战略规划，制定公司今后五年的战略发展目标和实施计划，为公司长期健康发展明确方向，在新的历史起点上谋求新一轮发展。

提升管理品牌：2024年公司在收费岗位启动了“温馨沪宁路”标准化服务活动，这是一种服务理念的提升和管理手段的创新，此项服务得到了社会和驾乘人员的充分肯定和赞扬，今后我们将进一步的推进到所有服务岗位，并拓展服务内涵、创新服务形式、提升服务品质，通过管理优化与服务的升级来应对通行需求的升级，保持在公路服务行业中的领先地位。

探索扩张领域：在国家提出转变发展方式、加快转型升级的大环境下，公司也将立足长远，在保持主业稳步发展的前提下，深层次地研究企业转型升级的问题，通过高速公路行业产业链的延伸，寻找适合公司自身特点并能充分发挥自身资源优势的业务扩张领域，重点研究进入门槛高、投资规模大、投资回报周期长的基础设施投资项目以及其他新兴产业的投资机会，逐步扩大非主营业务的盈利比重，实现公司产业结构的升级和可持续发展。

2024年集团经营情况及未来的发展策略我先向各位简单介绍到这里，接下来的时间我和我的同事将对大家关心的问题作进一步的交流讨论，谢谢各位！

**第二篇：万科2024业绩发布会**

2024年万科业绩推介会纪要

华泰联合鱼晋华

时间： 2024年3月8日 15:30-17:30

地点: 深圳市盐田区大梅沙环梅路33号万科中心（北京、上海网上同步直播）参会高管: 董事、总裁：郁亮 董事、执行副总裁：肖莉

财务负责人、执行副总裁：王文金 董事会秘书、首席研究员：谭华杰

本次业绩推介分为两个部分：

第一部分由董事会秘书谭华杰介绍公司10年的业绩情况和11年发展思路； 第二部分由总裁郁亮回答三地投资者的提问。

一、10年业绩情况介绍

商品房及土地市场情况

2024年，全国商品房市场销售面积10.4亿平米，总金额5.2万亿，较2024年分别增长10.1%和18.3%，全国商品住宅销售面积9.3亿平方米，销售金额4.4万亿元，较09年分别增长8.0%和14.4%。，增速较2024年明显放缓。万科重点覆盖的14个城市，住宅成交面积及金额均有所下降，销售面积下降36%，成交金额下降14%。全国市场销售增长，重点城市销售能力降低，表明重点城市占全国市场的比例有所下降，重点城市销售面积占比由38%下降为28%，销售金额占比由18%下降至12%。此外，一二线城市与其它城市的差距正在缩小。2024年政策面发生很大变化，09年基调为保增长、稳就业、拉内需，而2024年政策基调转向为调房价、稳物价。货币政策由宽松向稳健转化，存款准备金率、贷款利率不断上升。自去年5月以来，受政策面的影响，商品房市场的成交量小于其供给量，市场存货率逐渐上升，市场短期供应充足。

2024年商品房全年新开工增速达到40%，管理层预测2024年市场供给充足，但受限于土地供应不足，一二线城市的供给难以增长。

全行业集中度有所上升，前5家开发商开发面积占比由4.7%上升至7.9%。2024年土地供应规模相比2024年有所增加，下半年的成交量有升温的迹象。公司业绩情况 2024年，公司共实现销售面积897.7万平米，总金额1081.6亿元，过去三年复合销售金额增长率达48%。同时，公司保持较高的销售率，除年初外每月的销售率均达60%以上，下半年均超过70%。

中小户型产品销售比例进一步提高，144平方米以下的住宅占总销售套数比例由2024年的86%上升到88%。自住性需求仍占主流，首次置业、改善性置业增长明显，占比达62%，再次改善型置业占比25%。

2024年净利润增长37%。ROE达16.5%，为历史最高点，较09年上升2.2%，较08年上升3.8%。毛利率为29.8%，较09年上升7.76%。毛利率上升的三个原因：09基期的水平较低；溢价能力提升；成本管理和费用控制的能力提升。

2024年万科管理费用相对于销售金额的比例由2024年的2.3%下降到1.7%，营销费用相对于销售金额的比例由2024年的2.4%下降到1.9 %。这两个比例已经连续三年出现下降。

2024年财务状况稳健，扣除744亿的预收账款，负债率达40.2%。净负债率17.5%,为历史最低。货币资金余额378.2亿，较2024年增加64%，远远超过合计167.8亿元的一年内到期借款。

项目资源及开竣工情况：

万科全年新获取项目87个，对应权益的规划建筑面积约2215万平米。去年所获取的项目地价比较合理，上半年处于市场低位，拿地较多，下半年则有所收紧，拿地速度放缓。截至2024年末，万科规划中项目对应权益建筑面积约3640万平方米，基本可满足未来两至三年的开发需要。2024年新开工面积1248万平方米，超出计划46%。受偶然因素（亚运会、世博会）影响，竣工面积为442万平方米，完成比例88%。

2024年落实绿色三星住宅面积75万平方米，占全国总量54%。2024年工作重点

2024年市场供给比较充足，投资性需求受到抑制，市场处于降温状态。成交速度将有所下降，存货率逐渐上升。资金回流速度降低，融资难度加大，土地市场购买力也会下降。保障性住房大规模建设则预示住宅供应“二元化”时代的开启。

公司将保持稳健的风格，确保公司经营的安全。坚守“为普通人盖好房子”的定位。

在经营上，保持新开发项目销售率高于60%的水平，维持公司快速销售的能力。

在投资上，坚持不当地王，谨慎投资。同时利用工程合作方资源，抓住市场带来的机会。超越自身，深耕现有城市。

在技术创新上，保持行业领先水平，预计2024年产业化住宅开工面积达 200万平方米，绿色住宅开工面积达180万平方米。

二、总裁郁亮答投资者问

问题1：对现在市场上比较流行的旧城改造和城市综合体等新业务，万科怎么看？ 答：

我们过去主要参与到城市的扩大发展中，从近几年来看城市的土地供应从扩大区域逐渐变为旧城改造。城市更新改造对房产的要求，不仅是住宅，还包括办公楼、购物中心、会展中心、高科技园区、文体设施等，这意味着多元化的需求越来越大，对各行业也意味着更多的机会。深圳过去一年只卖了324万平方米住宅，很小，因为没有住宅用地。在三个区对面的城市综合体目前都是万科在做，在战略上万科选择跟上城市发展的步伐，跟城市一起健康同步发展。

怎么来看待商业地产？万科选择商业地产并非因为回避宏观调控。有些公司选择商业地产是因为这个不受宏观调控影响，有些是因为持有物业潜力无穷。我们应该看到，过去一年10亿的商品房销售中只有1亿的非住宅商品房，但有4亿的非住宅新开工，因此在供求关系上非住宅比住宅更加复杂。另外，万科净资产只有430亿净资产，没有多少钱可以留下来持有物业。再看银行等金融机构并没有长期融资工具，至于REITS大家根本就没有见过。因此万科是为了做好住宅所以做非住宅，不是为了回避宏观调控，也不是为了持有物业获取收益。那住宅的需求能够满足公司发展吗？我们认为需求无限。人口结构在变化，老年人在增加，老年住宅的需求逐渐出现但没有匹配的供给。55岁以后的人群，家庭收入最高，孩子在外工作，他们有住宅的需求，但没有合适的户型。还有就是高铁兴建以后，区域经济的发展将会使得很多大城市周边的农村也许会有住房的需求。因此万科会介入非住宅，并持有一部分，但仍然会以住宅为主。未来可能持有部分会占到10%左右，在无合适金融工具之前会控制在20%。

问题2：

十年前，万科以新鸿基为标杆。到现在，哪些方面已经超越了新鸿基，哪些方面还有不足？ 答：

新鸿基可以算作是万科的老师了，而老师肯定也希望青出于蓝而胜于蓝。万科在很多方面跟新鸿基比还有不足，比如新鸿基的资产规模1000多亿，而万科只有几百亿，新鸿基在香港的份额非常高，其服务体系非常成熟，这些都是万科还需要继续努力的地方。03年万科也专门修订了发展的规划，另外找了一个标杆——帕尔迪。以前，在品质和客户方面，万科是以新鸿基为标杆，取得了很大的进步；在全国发展的经验上，万科是以帕尔迪为标杆的，帕尔迪是在全美国60多个城市发展的，当然帕尔迪在金融危机后也出现了问题。融合了帕尔迪的关键触点理念，万科发展了6+2服务体系。现在，万科很难找到可以学习的单一标杆，需要更广泛地学习。帕尔迪全国发展的经验和服务体系，汇丰银行的内部风险控制和金融危机的应对，都是应该学习的，可以说应该学习的对象变多了。包括我们主席去哈佛学习，也是相信能从美国带来更多新的东西。

问题3：

万科对今年商品房销售面积的预期？现在保障性住房和公租房是不是跟万科的中小户型有重叠？会不会产生分流？ 答：

今年总不会比去年卖得少。但今年的压力比去年大，过去只要愿意降价就能卖得出去，今年的问题是很多人没有了买房的资格。我们的管理团队因为08年没有实现增长而没发年终奖，因此可以看到我们为股东创造回报的动力有多强。保障房的供应使得市场一定会进入“二分法”，这一定会对商品房有影响。昨天看报纸，说北京将有60%的保障性住房由政府提供，快赶上新加坡了，香港也才50%，可见政府的决心很大。不过我们的看法是，这是好事情。因为哪怕对行业有影响，但行业要能做下去的话，前提是社会的和谐稳定。政府终于承担了职责，这是行业未来健康发展的基础和必备条件。不然这个行业会一直在波动之中。

保障性住房对行业肯定有影响，但不一定是坏事。首先客户是有区分的，没有财务能力买商品房的人才会去买保障性住房，政府在设计户型和功能时会跟商品房有区分和差距。

现在万科的提法是为普通人盖好房子。这跟很多开发商为有钱人盖好房子或为普通人盖普通房子都是有很大区别的。目前宏观调控对我们的影响是两房难卖了，因为限购的原因，很多人直接选择了小三房，一次性解决两个层次的需求问题。对未来的发展还要观察，但请大家相信万科，我们一直都是领先市场变化的，再说未来市场的空间还很大，现在前五大房产商的市场份额才7%左右。

问题4：

我们提倡工厂化，今年的目标是200万，去年是100万。那工厂化对建造成本和质量有什么影响？国家对房地产的政策会是什么趋势？比如物业税和利率的形势。万科对新政策是怎么应对的？行业的供给大量增加，市场的需求是怎样的，万科能不能保持增长的速度？房地产商会不会出现洗牌？万科拿地的计划是什么？比如区域和时间。答：

200万平方米的工业化建房面积，成本只有增加的可能性。目前工业化还没有广泛应用，根据工业化的不同成本有100到500元的增加。为什么万科要带头做这件事情？因为这关系到建筑业的未来。今年春节后我们统计，各个工地的返工率有多少。我们有的地方下降了50%，只有一个地方最好——东莞，返工率93%。我们年前承诺工资加10%，最后政府加了20%，我们最后根据政府的计划调整到20%。因此建筑工人的短缺，制约着建筑行业的发展。另外一个是效率问题。我们出现了大量未竣工的项目，原因有的是因为建筑技术落后，没有上机器，用人手。所以说工业化虽然成本上升，但可以使得效率提高，比如KKmall。工业化也会带来环保上的益处，节约水电。

像北京上海深圳已经出台了工业化的奖励政策。北京出台的政策基本上可以消化我们工业化的成本上升，目前的问题在于还没有工业化的行业标准，但曙光就在前方。

关于物业税的问题，上海和重庆有了。可以看到，上海和重庆也不同，关于物业税声音很多，它背负的责任太多。要降低房价，又要增加政府税收收入，还要打击投机，这么多的功能加到一个小小的物业税上，难以实现，因此效果还有待观察。等到时候局势明朗了再反应也来得及。

目前利率在上升通道，银根越来越紧，这个基本可以确认。所以说我们保有足够的现金，需要保留未来可以选择的空间，未来有钱才可以买到很好的地。万科没有准备走速度增长的道路，而是走质量和效益之路，目的是追求股东回报的增长。这需要看EPS、ROE等指标，目前我们的ROE在17.8%，还有继续提高的空间。我们希望万科的增长体现在盈利的增长和对股东的回报上。

行业的集中度是在逐渐上升，确实有着洗牌的可能，行业洗牌的机会已经出现了很多次，但每次都有例外的机会把要淘汰的企业拉起来，08年就有一次。11年会不会有例外的机会不知道，我们会等待这个机会。

拿地的问题上，我们认为土地不是黄金。土地放在那里不会赚钱，而两年不开发就会被没收，所以最好的土地储备是3年左右。未来随着城市的更新改造，地一直都会有，只要到时候手里有钱。过去的几年，万科的拿地上采取的策略都是战略纵深，但内容上有所不同。过去几年一线城市地价上涨太快，超过了房价的涨幅，我们转而去二三线城市拿地。今明两年我们采取的策略将是深耕现有城市，明年下半年市场调整后可能会有机会拿些地回来。历来我们都不主张太多土地储备，3年就够了，制造业最看重周转问题，我们也是。

问题5：

年报预计11年项目竣工729万平方米，比10年增加60%，不知11年结算面积是不是也会增加这么多？11年毛利水平跟10年相比会怎样？ 答：

11年预计竣工面积这么多，如果卖出去了就转为结算面积，否则转为库存现房。竣工面积和结算面积有可能不会完全同步，这个还要看销售的情况。关于11年毛利问题，万科定价上都是积极定价策略，没有规定毛利率，更强调空间的利用效率。我们规定开盘的销售要在60%以上，不能积压在那里，如果说能以比较低的价格把房卖出去，也许可以以一个更低的价格把地拿回来。因此毛利率不是万科的主要目标。

问题6： 万科在销售量上从1000亿增长到未来的2024亿甚至3000亿，在管理上有没有准备来应对这种增长？ 答：

万科04年开始搭建千亿平台，07年500亿时开始搭建千亿后平台，人员上开始社会精英计划，很多千亿级管理人员加入，这些人帮助我们设计出千亿后平台所需解决问题的工具和方法。08年我们经受了考验后，2024亿和3000亿之路目前的管理平台基本够用。

关键问题有三点：

1、万科的战略把握。我们能不能坚持住为普通人盖好房这个战略，有时候会有诱惑，这些会是考验。历来看万科的战略导向很清晰，相信我们未来的2024亿和3000亿之路上战略不会变。

2、人才问题。万科永远保持一个最优秀的团队，一方面靠自己的培养，另一方面靠吸引外来人才。如果没有外来人才，将没有新鲜血液和活力。万科将继续吸引优秀的人才，再加上自己的培养，相信可以胜任更大的舞台。

3、到了更大规模之后，制度问题比人才更重要。小型公司靠机会，中型靠人才，大型靠制度和流程。

万科未来将围绕战略定位，人才培养和引进，制度和流程设计来发展。

问题7：

关于保障房和公租房，资金的来源和利用情况？ 答：

这个问题要北京的首长来管。

万科非常愿意做保障性住房，赚一元钱就够。如果不赚钱的话对不起股东，如果赚钱的话就没有了道德的血液。因此政府给我们地和钱，我们帮忙建，赚一元钱都行。这是万科在尽社会的责任和行业领跑者的责任。

问题8：

从行业来看，去年5.2万亿的销售回款，但购地支出有2.7万亿。万科对行业的资金状况如何判断？万科的支出计划？关于土地的建安费用、土地购地费用等？ 答：

尽管目前有些通胀，但对我们行业来说钱越来越值钱，钱比地值钱。去年有些房地产商比较乐观，买了不少地，因此资金的压力是比较紧张的。因为现在销售了不再按照按揭的额度给你，房管局会预售监管，还要收管理费。卖了房子不代表有钱收，还有个更可怕的问题是下半年可能没有房价上涨的指标。有可能房子上涨的指标用完，不让卖房，不给备案登记等情形我们都遇到过。因此我们11年的判断是钱比地重要得多得多。王文金：关于11年资本开支基本上是以收定支，要看销售的市场表现和回款情况。支出中，大体上是地价、工程款、税费三大块。地价的弹性比较低，但也有些，比如拆迁项目，一级土地开发等，差不多可以贡献500亿左右；工程款1300万平米来计划，要看进度来安排；税费上今年会有比较大提高，10年110亿，11年150亿以上。总的来说今年的开支比去年多。

问题9：

20%的物业持有是以什么口径，是总资产吗？提高ROE需要把现金分掉，那么就在财务上没有那么安全了。怎么看待这种矛盾？如果万科不再做重资产的公司，就容易被洗出，怎么看待这个问题？5年后3000亿以后万科做什么？ 答：

目前10%的持有物业都没到，20%需要更长的时间。可以按总资产的比例，也可以按面积来看，因为持有的量太小，所以这个问题3年之内都不重要。关于ROE的问题，是持有的ROE高，还是快速周转的ROE高，这涉及到什么模式最好的问题，我认为万科的模式是最好的。新鸿基的模式扩张性不一定好，如果离开香港独特的环境和金融工具能不能做好不知道。万科通过快速周转和大量开发未来是有机会的，那怕这么做会有周期的影响。我们过去10年受到周期的影响还小吗？我们这个行业已经没有春天和秋天，只有夏天和冬天。我们已经习惯了夏天的时候就准备好羽绒服，在冬天还没来时就赶紧穿上。这么多年的周期中万科肯定会受到影响，但我们总能找到方法应对行业冷暖交替的影响。目前我们认为大部分的房地产商不具备持有物业的条件，因为不具备资产规模，也没有金融资产工具的支持，反而开发相对来说更加安全一些。未来如果行业有泡沫的话，我认为商业地产的泡沫只会过之而无不及。这个泡沫迎合了地方政府盲目转型的需要，超前规划和超前建筑的可能性需要警惕。

3000亿之后干什么现在还不想，以后有机会再告诉大家

问题10：

开工规模那么大，对精装修怎么管？有没有遇到什么困难，怎么解决的？

答：

装修房确实是比较大的难题，首先是施工队伍比较弱，第二弱的队伍首先选择是政府项目，大型的宾馆和写字楼，不愿意做家装。万科在装修房方面取得了比较大的进步，我们研究的一套方法和工艺正在申请专有技术。我们努力实现图纸标准化、家装工厂化、管理图表化、现场整洁化。我们在每个工地上先建车间，把每个房子需要的电线和水管量好放在车间里，怎么建设检查告诉大家。这一点很不容易，依赖于前端的工程质量要过关，实体检测要过关。我们有飞行检查队，保证质量，落后的拉闸处理。在质量优异这方面，我们在行业内首屈一指。而且目前我们在性价比上越来越高，规模更大从而别人给我们的折扣更多了，我们给客户的也就更多了。在新标准上我们也在修订，最重要的管理问题上我们经受住了考验。

问题11：

继续请教保障房的问题。不垫资，只代建的方法固然很好。如果地方政府采取捆绑的方法出让土地，那万科有没有提前考虑应对方案？ 答：

捆绑的问题比较简单，因为建好交给政府，比较干净。15%的保障性住房，成本完全可控，但有另外的方面不可控。有个地方，领导视察后给名单晚了6个月，因此我们积压了6个月的库存。公租房更可怕，谁来收租金？物业谁来管？还有可能出现腐败的问题。因此万科尽可能离得远一些。如果捆绑的话比较简单，没有大的问题。

问题12：

万科去年销售增长了70%多，净负债率反而下降。资产变得越来越轻，单位销售额需要的净资产越来越少。那快速周转模式的极限在哪里？施工应该不会是限制。那限制在什么地方？如果快速周转可以持续，那么可以摆脱地产对股权融资的依赖。假设证监会对地产融资的限制一直存在，从市场上经常看到不断融资使得估值不断下降，那么不融资的情况下增长率会怎样？

答：

在周转上万科仍有改进的空间，我们会不断地挑战这个极限。目前我们的盈利不仅依靠快速周转，还依靠规模经济。我们为普通人盖好房子，理论上快速周转应该可以实现。工业化可以提高一部分效率，但提高的是有限的。如果我们可以整合更多的资源做更多的事，相信我们的盈利能力还可以进一步提高。我们已经三年没有再融资了，今年也没有计划，我们已经尝试了4年不融资也可以比较好增长，因此我们也想挑战一下极限在哪里。我们不排除任何促进增长的办法，万科特别擅于在变化的环境中采用当时最合适的方式来壮大自己，如果将来融资放开了我们也可以凭借良好的ROE获得投资者的信任，获得加快发展的机会，如果不能的话我们也应靠内涵式增长实现发展。当然速度和规模是相应的，规模越大增长的难度越大，目前万科尚未到极限，我们一起来寻找答案吧。问题13：

假设万科未来3年做的很好，但资本市场没有给机会，那么股权激励计划并没有给员工带来真正的奖励，那么郁总会对员工说什么来激励他们 ？

答：

面包会有的，同志们继续努力。万科的特点就是不怨天不怨地，只怨自己不努力。股权激励是将管理者、员工、股东利益更好结合的工具。对法定高管来说股权激励的作用不太大，不能卖，但行权时要交本金。谢谢股东对我们股权激励的关注，希望我们可以做的更好些。

问题14：

买万科股票的价值所在？总包、对标、装修体系等做了之后可能在万科的销售周期会有帮助，但在品质上能提升多少？品牌上能提升多少？买万科股票比其他公司能有什么更多的看点？限购的程度高于08年，那如果悲观些会差到什么程度？如果卖不掉怎么应对？拿地和开工在什么程度上会不会减？地产公司什么程度的资产负债率会扛不住？政府土地出让金大幅减少，保障性住房支出大量增加，那政府能扛到什么时候？

答：

大承包管理、对标等能对周期、溢价、卖点上带来多少影响，我没有做过实证研究。但是这些都是正确的事情，所以我们会做。我们做地产的跟土地打交道，就像农夫一样，所以我们实打实的，一分耕耘一分收获，但是谁的贡献还要再算。年底发奖金的时候不知道房子卖得好分不清是哪个原因。经验是说，专门去做正确的事情，搞不清楚的事就不去想了。

但万科从开盘到销售可以做到同行第一，在该快的时候能快起来，至于快的程度还不知道。现在跟08年限购确实不一样，08年部分限购，现在是全面限购。钱、房、购买资格都限制，这些都是全新挑战。比如高端房不能卖，没有预售证，不是产品做得不好，也有需求。中低端方面一步到位的多了，小两房不好卖了，这些都刚刚开始，需要应对。在这个行业里最大的错误有两个：

1、资金流断流，所以万科希望今年能保留足够的现金

2、买太多的地，见过太多撑死的，基本没见过饿死的。

开工问题上，08年的做法是以销定产。现在不能这样了，不能捂盘、囤地，正常开工，问题是用什么策略把房子卖出去。沈阳的广告：假设只能买一套房，首选万科。万科的房子管70年，因为物业管理很好。希望万科能成为靠品牌和承诺把房子卖出去。

将来，我们将坚持保证现金流的回流，买房的损失可以从土地上找回来。现在发展商的资金上都比较紧张，如果不积极应对，又在过去两年买了太多地的话，压力就相对大一些。

政府都很伟大，保障房又需要地，又需要钱，压力比较大，有纳税人兜着，我们应该对政府有100%的信心。

问题15：

关于新开工的问题，万科10年新开工1208万平米，比年初计划增长46%。11年计划增长只有6%。我们认为这个开工量对万科而言是远远不够的。那这是不是说明万科对市场的担忧？还是刻意地低调，来给市场超预期？ 答：

去年的新开工数据不太靠谱，我主张不准确的话不公布，大家觉得好歹有个数字应该公布。开工的事情上要考虑大的形势，会根据市场的外部变化改变开工的计划，11年1300万平米的计划是相对保守的。

开工数不准确不代表竣工数不准确。不建完没有利润，因此竣工数可靠，开工数有一定灵活性。

问题16：

万科现在已进入了40多个城市，怎么看待行业的新开工情况？怎样看待各线城市11年的销售情况？

答：

谭华杰：你比较关心的问题应该是各个不同背景的城市分化情况。中国不同城市的发展阶段差异很大，即使同样是二线城市，其内部的差异分化很严重。全国的新开工数据没有太大的意义，将会永恒增长。因为四线及以下城市占比达60%以上，一线城市占6%。四线及以下城市新开工的快速增长抵消了一线城市的萎缩。四线城市的情况比较特殊，现在从私房和集资房向商品房转化的比例逐渐上升，在新开工中进入统计的范围，因此四线及以下城市的新开工增长表现为私房和集资房的商品房化。

一线和二线城市的土地供应不足，无论开工还是销售都出现萎缩，三线今年开工面积取决于销售情况，四线城市增长快但没有意义。相对而言，一二线城市的市场波动相对三四线城市而言反而比较小。

在限购的政策下，可能会出现逆向挤压过程。在一二线城市本打算购房的需求向三四线城市转移，会造成短期需求的上升，但一旦发生这种情况，一定逃不掉政策的调控，这条路肯定堵死会被。因此，对现有业务在三四线城市的公司应该比较看好，但现在再进入这些城市已经来不及了。

**第三篇：发布会演讲稿**

“远方奥迪登山队”台湾玉山之行活动新闻发布会发言稿 各位来宾、新闻媒体界的朋友们：

大家下午好!

非常感谢大家来到 “远方奥迪登山队”台湾玉山之行活动的记者新闻发布会现场，在此，我谨代表淄博奥维汽车销售服务有限公司向各位来宾、新闻媒体界的朋友们表示热烈的欢迎！

淄博奥维汽车销售服务有限公司远方奥迪店自成立到现在已经走过了七个年头，在这七年的成长奋斗中，公司业绩节节攀升，不断的取得好成绩，不但得到鲁中地区消费者的广泛好评，也得到了授权厂家的高度认可，这些都离不开广大媒体朋友的支持和帮助，在这里我代表远方奥迪再次感谢各位媒体朋友！“远方奥迪登山队”台湾玉山之行活动，是一项非常有意义的活动，是我们一直支持和坚持的活动之一，淄博登山队一直以健康、阳光、运动、积极向上、热心公益的形象示人，此次登上活动体现了一种积极进取精神，与远方奥迪秉承的“尊贵、运动、进取”品牌理念以及远方奥迪的企业形象相吻合。“诚信经营，奉献社会”是我们奥迪品牌核心理念，在“远方奥迪登山队”台湾玉山之行活动结束后，摄影作品展出会在远方奥迪展台进行，展品所得款项以远方奥迪登山队名义捐给淄博福利院，促进我们远方奥迪公益事业的开展。

“远方奥迪登山队”台湾玉山之行活动不仅提高我市登山运动水平，进一步加强与台湾的交流与合作，延续和增进海峡两岸登山界人士的多年友谊，扩大淄博登山界在台湾的影响。我希望这次的新闻发布会能给登山队员们更多的信心和勇气，目标只有一个，体验祖国的壮美河山，体验并征服路上的困难与险阻，带着奥迪品牌的精神文化攀上高峰！

最后，我衷心的祝愿“远方奥迪登山队”台湾玉山之行活动圆满成功！凯旋归来！

谢谢大家。

**第四篇：发布会演讲稿**

各位评委同事，大家下午好!下面由我向大家介绍线路工区QC小组本次的QC成果。本次线路工区QC小组的课题是《解决令克操作困难的问题》，本小组成立于2024年5月份，共有成员10名，开展活动共计85次，每周2~3次。这是小组成员介绍。小组活动进度为：1-2月份课题选择和QC培训。2~4月份现状调查及目标设定，4~5月份原因分析及要因确认，5~6月份对策制定和实施，6~10月份效果检查验证，10~11月份巩固措施及总结。

近几年松阳电网建设大规模的开展，在线路工区管辖范围内的线路设备中，令克的数量在不断增加，截止2024年年底线路工区管辖范围内共有令克约1100多台，几乎每天都有人员对其进行操作。在落实安全措施过程中，多次碰到因令克安装角度问题，在取下或放上熔管时无法操作或操作比较困难。特别操作一些老旧令克时，由于令克棒与熔管之间的设计不够合理，单凭令克棒放上或取下熔管，很容易造成熔管掉落，砸到工作人员或设备，存在一定的安全隐患。

00为解决令克安装时熔管轴线与地面的垂线夹角角度未在15至30之间，同时由于

人员所站立位置的限制，在操作熔管时难度较大。和在放上或取下令克的熔管时，经常发生熔管掉落砸到操作人员及设备的情况，对人生安全及设备安全存在较大的隐患这两个问题，本小组选择《《解决令克操作困难的问题》作为本次QC小组课题。

目前线路工区管辖范围内的1100多台令克中，能正常操作的约600台，令克安装不符合要求的约380台，令克棒与令克不匹配的约120台。左图为因令克安装角度问题难以操作的情况。主要原因是熔管轴承为半圆形，而令克的卡口只有熔管轴承直径的3/4大。一旦安装角度不符合要求，就可能导致熔管轴承卡在令克卡口中无法操作的情况。左图为令克棒与令克不匹配的情况:主要原因为部分老旧令克与令克棒不匹配，造成操作时令克棒横轴顶在令克下桩头上，无法放上或取下熔管，给操作带来很大的困难。

2024年全年操作令克共计530多次，其中正常操作410次，占实际操作的77.3%操作时熔管掉落78次，占实际操作的14.7%；因令克安装角度问题31次，占实际操作的6%；令克棒与令克不匹配的11次，占实际操作的2%，如图显示有操作困难和操作时熔管掉落的高达120多次，基本每操作4次就发生1次。

为解决这个问题，本次课题的目标为：设计一种装置能有效解决令克操作困难的问题。该装置需满足以下四点要求。

1、可自由调整熔管的上下角度；

2、保证令克棒原有的安全特性不变；

3、能有效的防止熔管掉落；

4、具有牢固可靠，能重复使用。

导致令克操作困难易掉落的原有主要有：

1、人员，人员技术技能的差异；

2、设备，令克棒与老旧令克不匹配和令克熔管安装角度不符合设计要求；

3、工器具，令克棒棒头设计不合理

4、故障，一旦熔管因熔丝烧断后则难以取下。从这鱼刺图的分析我们得出以下6点末端因素。

1、熔管轴线与地面的垂线夹角小于15 ；

2、熔管轴线与地面的垂线夹角大于30°；

3、令克棒棒头设计不合理；

4、熔管因熔丝烧断难以取下；

5、操作人员技术技能的差异；

6、令克棒与老旧令克不匹配。

根据这6点末端因素本开展要因分析及确认。此表为小组要因确认计划。

1、针对熔管轴线与地面的垂线夹角小于15°这一因素，进行现场调查后发现目前许多已在投运的设备由于产品的本身原因，老的一批令克未安装令克附件，导致熔管轴线与地面的垂线夹角小于150。确定本因素为非要因

2、针对熔管轴线与地面的垂线夹角大于30°这一因素进行施工现场及物料的调查，了解到目前新安装的令克都已配有令克附件，但在安装过程中发现有部分令克附件由于角度过大造成熔管轴线与地面的垂线夹角大于30°确定本因素为非要因。

3、针对令克棒棒头设计不合理这一因素，对现有的令克棒进行调查。左图为目前所使用的令克棒，令克棒的棒头只有一根圆形横轴，无任何挂环或附件。在操作令克过

程中，熔管会前后晃动，容易掉落，且无法调整熔管角度，一但碰到令克安装角度问题，就很难操作。确定本因素为要因

4、针对熔管因熔丝烧断难以取下这一因素，对令克熔管熔丝烧坏故障现场进行调查。发现当熔管内熔丝熔断后，熔管压舌因无熔丝支撑，失去张力，重心发生改变后，使熔管与令克底座连接处的方向也发生改变，垂直与地面，导致熔管难以取下。如左图。

5、针对操作人员技术技能的差异这一因素，对线路工区所有技工的专业技能水平进行调查分析。线路工区目前有技工18名，其中配电线路高级工6名，中级工12名，工作时间20年以上的5名，10年至20年之间的3名，5年至10年之间的7名，5年以下的3名。专业技能及工作经验方面存在着参差不齐的情况

6、针对令克棒与老旧令克不匹配这一因素，对目前已投运10年以上的令克进行现场调查发现，在线路工区管辖范围内拥有不同型号的令克多达13种，许多比较老旧的令克型号与目前的令克棒不匹配，操作时令克棒横轴顶在令克下桩头上，无法放上或取下熔管，给操作带来很大的困难。

根据确定后的要因制定对策计划。造成令克操作困难的要因为令克棒棒头设计不合理。根据这一要因制定相应对策。

左图为本次新装置的设计图纸。右图为实际产物。通过对现有的令克棒及令克熔管进行测量，结合实际工作中所碰到的困难。通过大家的努力，设计出了一款安装在令克棒头上的小装置，并通过局安检认证。该装置是废物利用的产物，材料选用废旧令克上桩头的铜片制作。令克上桩头的铜片具有良好的伸展性和柔韧性，符合该装置的制作要求。

在新装置制作完成后，对其进行了各种情况的检验。左图为对新装置防熔管掉落检验。将令克熔管固定于装置的凹槽内，将新装置的开口垂直于地面，并将令克棒上下晃动后。熔管依旧在装置的凹槽中。有效的防止了令克熔管在放上或取下过程中掉落的情况发生。

左图为新装置调整熔管上下角度的检验。当令克熔管轴线与地面的垂线夹角大于300或小于150，以及熔丝熔断，熔管与令克底座连接处的方向发生改变时，操作人员可利用该装置根据角度进行相应的调整，顺利进行操作。有效的避免了在操作令克中因令克安装角度问题难以操作的情况发生。

这两张为现场实际检验照片，使用新装置在现场进行取下和放上熔管的操作，并根据令克安装角度进行调整。

2024年6月至10月，线路工区在所管辖的设备上采用该装置进行操作检验，共操作85次，其中熔管掉落3次，都为人员因素造成。基本解决了操作令克熔管时难度较大或容易掉落的问题。经过实际效果检验，充分证实了在操作令克时，采用该装置能很好的解决了本次活动中所罗列的相关问题，确保工作人员顺利进行操作。

巩固措施：

1、对装置的材料及外观改进使其更加美观

2、将装置送安全工器具检测单位进行检测

3、对使用中发现的新问题及时改进

4、定期对该装置进行保养调试

5、建议通过专业的厂家进行生产

本次QC活动圆满达成了目标，取得了一定的效果。提高了小组成员的专业技能水平和运用QC方法的能力。增强了QC小组的活动积极性和团队协作配合能力。为今后的QC活动打下了坚实的基础。

本次线路工区QC成果已发布完毕，请各位专家领导批评指导，谢谢大家。

**第五篇：产品发布会演讲稿**

产品发布会演讲稿

产品发布会演讲稿一：产品发布会演讲稿

尊敬的各位领导、各位客户、各位朋友：

大家好!

首先，非常感谢大家在繁忙之际专程前来参加广州松兴的此次产品发布会!请允许我代表公司全体员工向各位朋友表示最真诚的感谢和崇高的敬意!

今天的新产品发布会是广州松兴电器有限公司自成立以来举办的首届产品发布会，产品发布会发言稿。正如大家已经听到和看到的，今天我们所推出的中频电阻焊机新产品，是建立在我们与博世力士乐公司建立战略合作伙伴关系基础之上、通过双方的努力共同完成的产品结晶。虽然我们的新产品可能还不够完善，但希望通过此次的展示，能给自身增加压力、添加动力;希望通过此次的展示，能够传递我们公司未来发展的信息，更多的了解市场反馈信息以及客户的需求信息。

作为中国焊接行业的民营企业，我们率先在行业合作方面与国际知名的博世力士乐公司开展战略合作。我们的目的，是希望根据市场导向，以博世力士乐雄厚的技术优势为基础，结合松兴电器的技术应用能力和设备制造能力，不断为客户开发制造各种自动化生产所需的焊接设备。

我们和博世力士乐的合作，今天的授权仪式仅仅是一种形式，事实上我们已经合作两年了。在过去的时间里我们对博世力士乐的技术和产品有了更深入的了解，也取得了成功的案例。通过这个过程，使我们对客户的需求、以及如何运用博世力士乐先进的控制技术和系统、同时结合我们的设备来满足客户对生产工艺、节拍以及节能环保等各方面的要求方面有了更深刻的理解和认识。所以，我很自信地认为，通过这样的合作，我们能把双方的资源都充分地结合起来，我们能够在焊接这个领域里表现出双方共同的优势。一方面我们能够为满足客户的需求，运用广州松兴的服务和设计制造能力，以及过去在行业领域的经验，把博世力士乐的技术变成客户的价值。另一方面，我们会得到博世力士乐的技术支持以及全球应用经验，使得我们的产品发展能够更加持续。希望我们与博世力士乐的战略合作，能够在中国装备制造业领域里广泛地推广中频焊接技术的应用和设备使用。我希望，我们能够与博世力士乐、与在座的各位朋友一起为社会的节能减排、为推动中国焊接事业和装备工业的发展做贡献

再次感谢大家的光临，谢谢!产品发布会演讲稿二：产品发布会演讲稿(2024字)

尊敬的各位领导，各位嘉宾，各位媒体朋友们：

大家下午好!很荣幸今天能够邀请到各位来参加\*\*\*\*\*\*\*秋冬新品发布会，在此我谨代表LIZZY向各界朋友的到来表示热烈的欢迎和真诚的感谢!感谢你们多年来对LIZZY的支持与厚爱!

LIZZY是一个有着11年成长历史的女装设计师品牌，这11年来，市场见证着LIZZY的点滴成长，从默默无闻到拥有自己独有的垂青者，这份成长值得我们每一个人去珍惜，去呵护，因为它凝结着LIZZY对于诠释时尚、传播时尚、引领时尚的一份执著梦想。可喜的是，从单纯的“生产制造”到逐步成为具备一定时尚感召力的“品牌经营”企业，丽琪公司也正在完成它的角色蜕变。一个集设计、生产、销售为一体的成熟型女装品牌企业正在精心的孵化之中。

当然，这个成熟的过程不是一蹴而就的。我一直认为，LIZZY这11年来之所以没有经历太多的大起大落，一路既往地能够保持逐年增长的稳定发展态势，很重要的原因就是LIZZY拥有着一个理性健康的企业文化，同时，它又深知自己从事的是一个极其感性的产业，它必须通过富有想象力的设计去张扬它的内在品牌文化、渲染它的品牌性格，只有这样，它才能让它的消费群体表现出忠诚而又愉悦的归属感。因此，这11年的发展，也是LIZZY在理性与感性之间张驰有度的一个过程。

应当说，08年LIZZY秋冬新品延续并且升华了LIZZY“低调奢华”的美学体验。这一季设计的灵感将“都市优雅”的简约之美发挥到了极致。这样的优雅并不过分直白，而是强调在细部的处理实现它“秀外慧中”的诉求。如何才能让变化多端的搭配产生出不变的美感?这正是这一季LIZZY设计的核心诉求。LIZZY希望跳脱单品的一枝独秀，而去尽力强调系列感以及风格突出的不同搭配。同时，在基本款之间具备很高配搭指数的基础上，LIZZY希望能够通过有效的搭配指导来引导顾客激发自身的灵感以及想象力，形成品牌与消费者之间审美方式的有效互动。

另外，LIZZY成熟的配色技巧一直为市场所称道，这一季中性而不失温暖的色调仍然成为了08秋冬新品钟情的情绪表达，这样的中性是含蓄的，不带有一点攻击性的，同时，(红，黄，兰，碌)等颜色也加入到了LIZZY的色彩方案之中，表现出LIZZY年轻俏丽的活跃气息，LIZZY希望，随着08奥运年的到来，自己在新一年里展现的优雅感觉是流动着的，而正是在中性与亮色调之间的巧妙变幻，让LIZZY在明暗交替、流光溢彩的色调之中显露芳华。

之所以要花很多时间向大家介绍这一季LIZZY的设计风格，我想，一方面是为了契合这次LIZZY秋冬新品发布会的活动主题;另一方面，我认为更重要的是希望大家能够了解LIZZY多年来立足于市场的生命力所在，这个生命力也就是“原创设计的生命力”。任何品牌故事的讲述都必须建立在非常强势的产品以及设计能力之上。品牌的精、气、神不是无源之水，无本之木。这个“源”，这个“本”就是我们提供给消费者的产品。因此，我希望通过此次秋冬新品发布会向各位领导，以及我们的加盟商、代理商，更重要的是我们的消费者、我们的市场做一个汇报作为一个设计师品牌，LIZZY不会动摇它在产品设计能力以及品质把控方面的精细标准。这一点对于LIZZY的过去、现在和将来而言始终很重要。

最后，我想强调的一个概念是，LIZZY并不是一个纯粹的理想主义设计师品牌，它有非常快速的市场反应机制，这也是我在不同场合多次强调的一个理念艺术与商业必须达到高度的融合，这才是衡量一个设计师品牌是否成功的指针。因此，这一季的秋冬新品精准地分析、研究了消费者的喜好，同时它又适度地前瞻了时尚，因此这一季的设计方案仍然是建立在对市场的充分把脉，以及对流行风潮的合理预测的基础之上的。当然，作为此季LIZZY秋冬新品风格的最大亮点：即单品之间具备很高的搭配指数，实际上也体现出了LIZZY品牌经营的创新思路。我们要强调的是，LIZZY和消费者之间存在着很密切的情感维系。它通过设计来整合品牌的整体风格，激发消费者的想象力，同时，这个互动的过程也将对系列化销售的市场业绩提升起到实质性的作用。

另外，我想和大家分享的几个好消息是，今年4月末，LIZZY品牌在汇聚国内外顶级一线女装品牌的杭州大厦绚丽登陆，7月，面积达170平方米的LIZZY北京旗舰店也将在北京资和信百货优雅登场，自此，“LIZZY”品牌针对华东、华北区域市场的有效渗透以及扩张战略也将正式拉开序幕。另外，400余方传播LIZZY时尚生活方式的LIZZY时尚生活馆也已经正式入驻沈阳，所谓“得渠道者得天下”，我相信，随着全国终端渠道网络的逐步扩张与成熟，08年LIZZY必将展开她的天使之翼，在品牌形象的提升以及渠道建设等环节实现质的飞跃。

在此，我也真诚地希望在座各位领导和各位同仁能够多多支持与关爱LIZZY，它是一个成长型的品牌，同时它也是一个充满梦想的品牌，你们的支持与关爱，将是她成熟起来的最重要的动力引擎，谢谢大家!产品发布会演讲稿三：产品发布会演讲稿(1694字)

尊敬的各位领导，各位嘉宾：

大家下午好!

今天，我们相聚在广州松兴电器有限公司，举行广州松兴电器新型中频电阻焊机的新产品发布会。

首先，我十分荣幸地向大家介绍今天到场的特邀嘉宾：

中国电焊机标准化委员会主任、成都焊接研究所所长、电焊机杂志社社长尹显华先生

中国压力焊专委会常务副主任、上海交大材料科学与工程学院副院长王敏女士

德国博世力士乐亚太地区负责人史平格先生

博世力士乐中国地区负责人刘天鹏总经理

广东省焊接学会副理事长谢群集先生

广东省焊接学会副理事长杨乃来先生

深圳发展银行广州分行行长马智远先生

今天来到的客人大多数都是长期以来给予广州松兴电器极大关怀和支持的各位用户。此外，还有松下电焊机的各地代理商的朋友、松兴代理店的各位朋友以及我们的供应商朋友等。

在此，请允许我代表广州松兴电器有限公司以及全体员工向一贯热情关怀、支持松兴电器成长的各位朋友表示衷心地感谢。

今天将向大家推荐介绍的新型中频电阻焊机，是我们与德国博世集团建立起战略合作伙伴关系的基础上诞生的。众所周知，德国博世力士乐的焊接控制技术处于世界领先地位。松兴电器作为一家专业的电阻焊产品制造公司，在不断努力使自身技术水平提升的同时，为了追求完善的产品质量，满足客户对产品性能和质量的不断需求，我们也一直在努力寻求与国内外同行的技术合作，以应对市场快速变化的节奏。松兴电器与博世力士乐公司的合作，应追溯到两年前，我记得是在XX年4月，现在算起来正好是两年前的时候，我们的一家关系很好的客户是汽车制造行业的日系客户，需要中频逆变焊接专机。当时，松兴虽然在交流电阻焊的控制方面具备一定的能力和经验，但在逆变控制领域都还比较薄弱，于是我们找到了博世上海的王平先生，由博世为我们提供控制系统，我们负责焊机本体的设计制作。通过这种形式，最终满足了那家客户的要求，这是松兴与博世力士乐的第一次产品合作。通过这次合作，使我们对博世力士乐控制系统的优越性能以及先进的控制技术有了初步的了解和认识。特别是在合作过程当中，王平先生/等博世力士乐的技术工程师，他们对专业技术的把握和认真务实的工作态度，给我们留下了非常深刻的印象。两年来，通过双方业务合作的增进，公司之间的认识不断加深。于是，如何将双方业务层面的合作升级为企业之间的战略合作，这个课题被提到了议事日程上来。

经过长期的沟通交流，我们和博世力士乐公司之间的了解和认识不断增进，在市场经营和战略合作的很多问题上取得共识。去年的11月，我们访问了德国博世力士乐总部，随后，于去年12月双方正式签订了公司之间的战略合作协议。接下来，将向大家展示的广州松兴的新型中频电阻焊机，就是我们合作的第一代产品。

我们与博世力士乐公司之间的战略合作，既是企业与企业之间的一种相互认同，同时也是应市场需求应运而生的必然产物。企业之间的战略合作不仅仅是一种策略的互换，更在于合作双方资源的共享与整合。广州松兴的电阻焊技术发展，与国内的大多数同行一样，经历了工频交流、直流脉冲、三相低频、次级整流、微机控制和质量技术监控技术水平提升的过程，在交流电阻焊方面我们已经具备了一定的实力和经验。但是，在中频逆变电阻焊机技术的发展应用方面，与国外先进技术、产品更新换代速度以及国内市场发展的需求相比，仍存在很大的距离。快速发展的市场需求与技术发展的不对称，促使我们考虑与国外具备成熟的优秀逆变技术的企业进行合作，加快技术应用的速度，以对应市场竞争快速变化的需求。博世力士乐公司所拥有的雄厚的技术资源和先进的控制系统，将帮助我们解决这方面的课题;反过来，通过广州松兴对博世力士乐中频控制系统的技术和产品的市场应用，又可以促进博世力士乐的技术和产品在中国的市场认同，帮助其实现市场目标。应该说，这种合作是双方资源的有效运用和互补。今天，在我们新产品发布的同时，我们双方合作的中频电阻焊技术应用中心也已经顺利建成。

从此，我们可以形成从设备选型、工艺方案和操作培训，到成功应用的一站式服务体系，快速应对客户的各种需求。我们双方将致力于通过技术应用中心的工作，在为客户提供优质服务的同时，培养客户使用习惯，推进中频焊机行业标准的建立。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找