

## 广东欧浦钢铁物流股份有限公司 2014 年度报告摘要

## 1、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

## 公司简介

股票简称	欧浦钢网	股票代码	002711
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更后的股票简称（如有）	无		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	余玩丽	无	
电话	0757-28977053		
传真	0757-28977053		
电子信箱	opzqb@opsteel.net		

## 2、主要财务数据和股东变化

## (1) 主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

项目	2014 年	2013 年	本年比上年增减(%)	2012 年
营业收入（元）	1,774,439,598.49	616,606,499.83	187.78	624,772,165.69
归属于上市公司股东的净利润（元）	126,389,096.91	117,080,830.67	7.95	119,447,421.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	106,848,065.81	107,981,477.39	-1.05	108,764,092.58
经营活动产生的现金流量净额（元）	28,651,497.05	108,932,113.61	-73.70	184,259,720.31
基本每股收益（元/股）	0.86	0.99	-13.13	1.01
稀释每股收益（元/股）	0.86	0.99	-13.13	1.01
加权平均净资产收益率	10.93%	20.79%	-9.86%	26.85%
项目	2014 年末	2013 年末	本年末比上年末增减	2012 年末
总资产（元）	1,774,504,890.07	1,018,594,650.38	74.21	940,339,513.98
归属于上市公司股东的净资产		621,717,963.01	100.08	504,637,132.34

(元)	1,243,933,675.36			
-----	------------------	--	--	--

### (2) 前 10 名普通股股东持股情况表

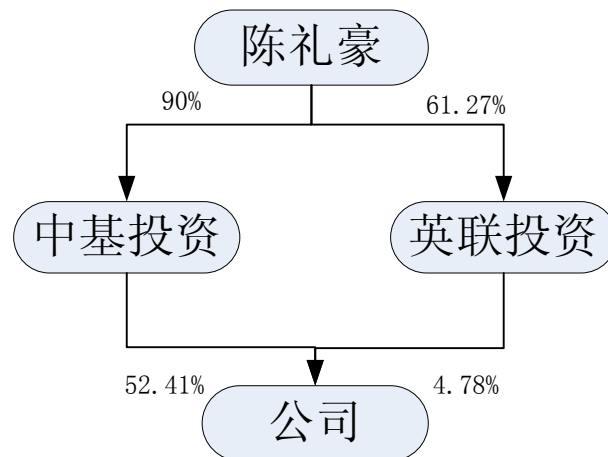
报告期末普通股股东总数		10,998	年度报告披露日前第 5 个交易日末普通股股东总数		10,763	
前 10 名普通股股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
中基投资	境内非国有法人	52.41	78,613,883	78,613,883	质押	78,610,000
纳海贸易	境内非国有法人	7.41	11,117,585	11,117,585	质押	11,117,500
英联投资	境内非国有法人	4.78	7,176,008	7,176,008	质押	7,176,008
中国农业银行-中邮核心优选股票型证券投资基金	其他	3.37	5,053,385	0		
田伟焯	境内自然人	3.05	4,577,818	4,577,818	质押	4,577,800
陈焕枝	境内自然人	2.36	3,544,800	3,544,800	质押	3,544,800
陈燕枝	境内自然人	2.25	3,369,207	3,369,207	质押	3,210,000
云南惠泉投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.42	2,132,000	0		
深圳市新网在线广告有限公司	境内非国有法人	0.81	1,213,148	0		
聂织锦	境内自然人	0.27	399,195	399,195	质押	399,195
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、中基投资和英联投资是公司实际控制人陈礼豪控制的企业；纳海贸易实际控制人金泳欣是陈焕枝的女儿、陈礼豪外甥女；田伟焯是陈礼豪的妻弟；陈焕枝、陈燕枝与陈礼豪是姐弟关系。 2、对于上述其他股东，公司未知是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	1、公司股东深圳市新网在线广告有限公司通过广发证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 1,213,148 股，通过普通证券账户持有 0 股，合计持股数为 1,213,148 股。					

说明：中基投资、纳海贸易、英联投资、田伟焯、陈燕枝和聂织锦报告期内减持数量为公司上市时老股发售数量。

### (3) 前 10 名优先股股东持股情况表

适用  不适用

#### (4) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



### 3、管理层讨论与分析

2014年，世界经济环境复杂严峻，经济复苏艰难曲折，国内经济下行压力持续加大。而全球钢材产量持续增长，国内钢铁产能过剩，市场需求疲软，导致供大于求的形势非常严峻，钢铁价格整体下滑，钢贸行业步入严冬季节。与此同时，互联网经济蓬勃发展，以信息化、智能化、大数据、电子商务为驱动力的全新的商业模式开始逐步渗透到传统行业，改变了工业经济时代的营运模式，进一步提高传统产业的工作效率，降低传统产业的经营成本，有效促进了生产力的发展。

面对互联网时代的新形势，面对机遇与挑战并存的新格局。公司在董事会的带领下，不断更新思想观念，积极调整经营思路，充分发挥实体仓储物流的优势，锐意进取，变革创新，积极拥抱互联网，初步形成钢网和家具网两大电子商务平台，稳步推进智能物流建设，并在供应链金融配套服务方面取得进展。进一步增强了公司在行业中的竞争优势和可持续发展能力，为下一步的高速发展打下了坚实的基础。

2014年公司围绕价值创造这条主线，按照“地网、天网、金网”三网合一的战略规划，依托欧浦商城和欧浦家具网，打造全国领先的O2O平台，加速整合线下资源，稳步推进异地扩张，完善与线上业务相关的金融服务。

#### 主要工作回顾：

2014年公司围绕价值创造这条主线，按照“地网、天网、金网”三网合一的战略规划，依托欧浦商城和欧浦家具网，打造全国领先的O2O平台，加速整合线下资源，稳步推进异地扩张，完善与线上业务相关的金融服务。

#### ①发挥线上线下优势，打造O2O的平台

电子商务平台的建设是公司2014年工作的重点。2014年2月底，欧浦商城上线，公司凭借仓储物流业务上的优势，整合钢厂资源，将上游钢铁厂家和下游的消费端直接对接，

采用寄售、代销、直销和自营等多种形式，结合线下良好的仓储物流服务，不断提升服务水平，更好的为客户创造价值。目前网站已经形成华南站和华东站两大区域性网上交易市场，拥有线材、卷板等多个交易品种。

11月，公司投资欧浦家具电子商务平台项目，依托乐从地区“全国家具之乡”的资源优势，进行网上家具销售业务。目前网站产品已有近千款，分为现代、地中海、中式、法式、韩式、红木和办公等系列。

目前，公司初步形成了生产链和消费链两个电子商务平台，双轮驱动，优势互补，为公司打造全国领先的O2O平台打下坚实的基础。

### **②积极整合线下资源，稳步推进异地扩张**

线下的仓储加工物流业务是公司的基础业务，是公司电子商务平台的业务基石，也是当前公司利润和现金流的主要来源。2014年公司继续巩固了该业务的竞争优势，钢材出入库流量保持稳定，与钢厂进行业务合作，丰富了钢材的品种。2014年2月公司成立了上海欧浦钢铁物流有限公司，走出了全国布局的重要一步，进一步完善和提升公司产业发展布局。目前公司在全国钢铁流通最重要的两个市场珠三角和长三角都布局了自己的物流体系，这将很好的承接网上交易带来的物流需求，为公司的电子商务平台建设提供良好的线下保障。

### **③强化信息技术应用，构筑智能物流体系**

报告期内，公司继续加大研发投入，通过多种渠道增强研发创新能力，强化信息技术应用，提高仓储加工效率，并利用物联网技术等不断提升仓库管理水平，发展智能物流，为公司开展其它高附加值服务做好准备。2014年，公司完成了“仓储手持作业系统”和“智能化物联网仓库系统”的研发，通过智能物流，进一步提升公司信息化水平，实现货物生产作业过程中的自动化运作和高效率优化管理，大大提高了加工仓储的服务水平和运营效率，减少了资源消耗，降低了运营成本，巩固传统仓储、加工业务的竞争优势，增强综合物流服务能力，提升公司整体竞争力。

### **④运用互联网创新业务，建设供应链金融体系**

2014年，公司加大供应链金融的发展力度。4月，公司投资设立了全资子公司欧浦支付有限公司，利用公司多年提供电子商务信息处理所积累的经验和电子支付规范化发展的机遇，切入到供应链金融服务环节，着力打造公司新的利润增长点，提升公司核心竞争力，并筹备申请第三方支付经营许可，进一步完善网络金融功能，为客户提供更全面的金融支持服务。6月，公司投资设立了全资子公司深圳前海弘博供应链物流有限公司，有效整合区域资源，充分利用前海深港合作区的创新环境和政策优势，积极开展供应链管理模式和

服务创新，进一步优化了供应链服务体系，更好地为客户提供一体化高品质的供应链服务。12月，公司与深圳市前海森福商业保理股份公司签订《战略合作业务保理协议》，为公司家具电商平台供应商提供保理服务，这是公司在供应链金融方面开展的又一项新的事项，拓宽了公司供应商的融资渠道，有利于公司与供应商构建长期战略合作关系，加快家具电商平台的发展。

### ⑤提升服务精细管理，提高企业综合素质。

2014年，是公司精细化管理主题年，公司围绕“业绩才是硬道理”、“四个第一”和“五个满意”要求，深入贯彻落实年度各项工作，从战略发展、组织变革到制度体系建立都取得了初步的成果。

团队建设方面，健全了更加具有竞争的用人机制，推进人才培养工作。通过强化绩效管理，激发员工的工作活力。围绕电子商务、金融、经营管理和物流等方面，引进了一批专业性强、懂经营管理的高端人才，充实管理层队伍，提升公司竞争力。

## (1) 报告期营业收入、成本和产品分类状况

单位：元

项目	2014年	2013年	同比增减
营业收入	1,774,439,598.49	616,606,499.83	187.78%
营业成本	1,576,218,481.79	432,006,066.01	264.86%

产品分类	2014年		2013年		同比增减(%)
	金额(元)	占营业收入比重	金额(元)	占营业收入比重	
仓储业务	126,669,877.24	7.14%	116,923,811.28	18.96%	8.34
加工业务	109,421,412.73	6.17%	95,313,317.84	15.46%	14.8
综合物流业务	374,220,350.15	21.09%	401,404,926.75	65.10%	-6.77
欧浦商城业务	1,162,287,542.58	65.50%	-	0.00%	0

## (2) 公司核心竞争力分析

### ①经营模式创新优势

公司在为客户提供大型仓储、剪切加工、金融质押监管、综合物流服务、转货、运输、商务配套等“一站式”钢铁物流服务的基础上，充分利用电子商务平台，为客户提供钢铁现货交易、钢铁资讯服务等创新钢铁物流增值服务，将仓库打造成为向市场开放的钢材超市，将静态的仓储提升为动态的交易市场，革新了物流企业经营模式，以“实体物流+电

子商务”的经营模式诠释现代钢铁物流。公司提供综合物流服务，是在现有“一站式”智能化物流和电子商务的基础上，定位于“钢铁物流方案提供商”，为客户提供几乎涵盖钢铁物流所有环节的服务，并参与到客户的供应链管理，实现钢铁物流的专业化外包和全方位增值服务。

## ②品牌优势

公司是国内第三方钢铁物流行业的领先型企业，先进的经营模式使公司在业内享有良好声誉。公司仓库被中国仓储协会认定为“五星级”（最高级）仓库；公司被中国物流与采购联合会认定为“AAAAA级”（最高级）物流企业；公司被中国物流与采购联合会认定为“中国物流示范基地”；公司获得广东省信息产业厅颁发的《广东省信息化试点示范工程证书》，公司获得广东省信息产业厅和广东省中小企业局联合颁发的《广东省中小企业信息化示范平台证书》；公司被广东省人民政府认定为“广东省流通龙头企业”，是《广东省物流业调整和振兴规划》（粤府[2009]168号）重点支持的企业；公司是广东省首批国家级高新技术企业；2011年，公司被授予“省级企业技术中心”称号。2011年9月，公司被中国物流与采购联合会授予“中国生产资料流通创新型企业”称号，欧浦钢网被授予“中国生产资料电子交易创新市场”称号；2011年12月，公司被人力资源和社会保障部、中国物流与采购联合会联合授予“全国物流行业先进集体”称号。2012年4月，“欧浦”被国家工商总局商标局认定为驰名商标；2012年6月，欧浦钢铁交易市场被广东省物流行业协会授予“广东省诚信物流园区”称号；2013年1月，公司被国家工业和信息化部授予“国家级两化深度融合示范企业（2012年）”荣誉称号；2013年2月，公司被广东省发展和改革委员会授予“省级示范物流园区”称号。

## ③规模优势

公司是国内领先的第三方钢铁物流企业，欧浦钢铁交易市场占地约350亩，拥有和管控的仓储能力达到200万吨，年加工能力330万吨。华菱涟钢、五矿钢铁、中钢集团、中铁集团、浙江金属、浙江物产等国内众多知名大型钢铁生产企业和贸易商的产品进入公司仓库储存和交易。公司的规模化经营使公司在业内享有良好的声誉。

## ④区位优势

公司所处的广东省顺德区乐从镇，是我国传统钢铁交易基地，具有近30年的钢铁市场历史，是我国最具影响力的钢材交易集散地之一，是唯一一个被中国物流与采购联合会授予“中国钢铁专业市场示范区”称号的乡镇。公司为乐从镇最大的第三方钢铁物流企业，市场地位领先，在业内具有广泛的影响力。（数据来源：《关于命名广东乐从镇为“中国专业市场示范镇”“中国钢铁专业市场示范区”的通告》物联生字[2010]19号）。公司所



处的顺德区是我国“家电之都”，拥有包括美的、海信科龙、格兰仕、万家乐、万和、惠而浦等一大批大规模家电制造企业，对钢材有着稳定的需求。此外，“珠三角”是我国外向型加工业基地，电子、家电是这些地区产业的重要组成部分，公司地处“珠三角”，可以充分利用相关产业对钢铁稳定的需求，提供第三方钢铁物流服务。

### ⑤人力资源优势

钢铁物流行业涉及钢铁、物流、机械加工、电子商务、金融服务等各个领域，需要有综合的人力资源配置，需要有跨学科、跨行业的综合型人才，需要有领导力和管理能力的高层管理人员。公司在长期的经营过程中，招聘并培育了一批优秀的业务骨干，形成了“轮岗培训”、“定期交流”和“传帮带”良好的人力资源氛围。公司的高层管理人员具有多年业务经营和管理经营的经验，深谙钢铁物流行业的业务特点和管理诉求。公司优秀的人力资源配置提高了公司的核心竞争力。

## （3）公司未来发展的展望

### ①行业格局及发展趋势

钢材仓储行业目前处于集中度逐步提升的过程中。由于行业层面的原因，过去几年钢材仓储管理漏洞较多，部分仓库经营管理出现了较大风险，以致被迫退出市场，而管理优秀的仓库在行业洗牌的时刻面临重大的发展机遇，可以使用较低的成本进行扩张，提升市场份额。随着物联网等新技术的应用，智能物流发展加速，基于物联网技术的应用渗透到仓储行业的日常管理中，仓库管理水平不断提升，为客户提供安全、便捷和高效的服务。

随着国内经济发展进入新常态，互联网作为经济增长的新变量，对传统行业的增长起着越来越重要的作用。李克强总理在政府工作报告中明确提出“制定‘互联网+’行动计划”，要求传统行业和互联网结合从而形成新的生态，这已经是中国转型与发展的重要路径之一。

2014年是我国钢铁电商发展突飞猛进的一年，全国共有100多家钢铁电商成立。钢铁流通作为一个传统的重资产行业，中间环节较多，在经济新常态的背景下，原有的增长潜力已经十分有限。随着需求萎缩、钢厂环保成本上升、贸易环节价差缩小等因素不断发展，钢铁流通产业链的各个参与方都在积极转型发展钢铁电商，这些电商平台大致可以分为钢铁厂家转型、信息服务商转型和仓储物流贸易转型三大类。未来钢铁电商平台之间的竞争会非常激烈。

发展钢铁等大宗商品的电子商务平台，需要不断提升客户体验，这要求电商平台软件和硬件齐备，也就是同时具备互联网思维和供应链管理的能力。目前行业格局下，大部分电商平台的竞争优势较注重线上服务，线下服务薄弱，在行业发展到一定阶段企业发展必然

出现瓶颈。因此，未来钢铁电商平台将会谋求两条腿一起走路，线上和线下的综合服务能力兼顾。

## ②公司的发展战略

公司以钢铁物流加工配送为基础，拥有从事电子商务多年的行业经验，未来将更加紧密跟踪行业发展的最新情况，积极主动拥抱互联网。公司将按照“地网”、“天网”、“金网”三网合一的战略规划进行布局。以“地网”建设为基础，积极采用物联网技术提升仓库管理水平，打造智能物流运行平台，稳步推进线下业务的异地扩张，巩固仓储和加工业务的竞争优势；重点打造“天网”电商平台两翼，运用互联网思维不断开拓业务领域，构建平台型企业；不断发掘和创新供应链金融服务产品，充分发挥“金网”供应链金融配套服务的协同作用，巩固供应链管理的优势，提升公司的综合盈利能力。同时积极运用互联网思维，探索互联网经济下新的商业模式，努力实现公司价值最大化和股东利益最大化。

### （4）2015 年度经营重点

2015 年，公司在进一步巩固实体物流服务，发挥仓储加工物流优势的同时，将继续积极布局钢贸和家具两大交易平台，并以此为基础，为上游供应商和下游终端用户提供针对性的供应链金融服务。通过线下、线上和金融服务三网融合，打造完善的供应链价值生态体系。

#### ①夯实实体物流基础，构筑线下服务智能化的“地网”

打造物联网智能仓。2015 年，公司将加速击破物联网技术的应用难点，继续加大研发投入、增强研发创新能力，完善欧浦物联网智能仓库系统。把欧浦物联网智能仓库系统技术应用到全国各地合作仓库，实现仓库信息实时传输、智能化管理、精准的数据统计分析，逐步往“数字仓库”方向发展，提升欧浦仓库智能化和信息化管理水平。用户通过应用仓储监管系统，可随时、随地查看到货物的详细资料以及全方位的清晰照片，质押货物的审查效率也随之提升，做到信息对称，安全管理。通过强大的技术支撑和优质的产品服务，为客户的操作提供便利和充分保障，提高公司的竞争优势，提升服务的附加值，进一步满足客户新的需求。

强化精细化加工体系。2015 年，公司将加大技术改造应用力度，全面实施“手持作业系统”，实现进仓、出仓、转加工仓、盘点、产量统计等业务均能通过该系统进行，狠抓加工过程的精细化管理，有效控制材料消耗，进一步提高加工生产效率，降低运营成本，提升公司整体竞争力。

拓展市场空间，加速外延式扩张。2015 年，公司将推进全国战略布局，加快整合全国资源，以乐从为中心，立足华南地区，继续向华东、华中、华北、西部地区扩张，争取形



成一个覆盖全国大部分区域的钢铁和家具实体物流网络，为公司的电子商务平台建设提供良好的线下保障，实现线上线下无缝对接。

### ②拓展电商平台空间，构筑线上综合服务外延的“天网”

延伸欧浦商城钢铁交易平台服务网络。2015年，公司将进一步扩展欧浦商城交易钢材的品种，并巩固厂价直销、钢厂货源质量保证、售后服务等优势。同时，争取实现钢材服务的区域性突破，延伸服务网络。公司计划在全国范围内加速扩张进程，通过区域突破实现线上交易量的进一步提升。

稳步推进欧浦家具网。完善家具网运营团队建设，提升欧浦家具网品牌知名度，积极扩展客户资源。除B2C在线购物商城外，拓展O2O线上线下体验和私人定制等服务。2015年，争取完成800家优质供应商进驻欧浦家具电商平台，其中不少于100家为品牌家具。争取网站每日访问量均值达到20万次以上。

不断丰富平台服务和产品内涵。公司将进一步深度整合生产资料和日常消费品两端供应链上的商流、物流、资金流和信息流，通过欧浦钢网和欧浦家具网线上平台，丰富资讯、交易和融资服务功能，为客户提供更多元化的信息和产品，提供更优质、便捷、放心的一站式综合服务，为客户提高采购效率并降低交易成本。

### ③完善金融服务体系，构筑供应链价值生态的“金网”

围绕“物流+平台+金融”战略，在不断丰富欧浦钢网和欧浦家具网产业链的同时，通过不断创新金融产品，进一步扩大放贷规模，为客户提供更多、更优的金融支持，满足客户的融资需求，提升客户粘性，促进产业链发展，增强公司产业链金融服务领域核心竞争力。

完善对客户的融资服务手段。公司计划投资不高于3亿元收购欧浦小贷100%股权，进一步完善客户的融资手段。收购完成后，将会进一步实施“物流+平台+金融”的战略，基于仓储物流智能体系构建可靠的线下监管，以欧浦小贷为平台为上游供应商和下游客户提供针对性的供应链金融服务。

完善金融支付功能。全资子公司欧浦支付公司已成功注册，今年，公司将积极争取政府相关部门批准第三方支付业务牌照，借此推进互联网支付业务开展，为客户提供更优质便利的物流配套服务。

打通供应链上下游客户端，增强粘性，促进交易。与保理商前海森福合作，通过反向保理的模式，为家具电商平台上游供应商提供额度为20亿元的保理服务。与银行共同开展欧浦现货交易供应链融资业务，为欧浦钢网下游客户提供融资服务，解决终端钢贸商和用户的资金需求。

#### ④推进内部管理精细化、标准化建设计划

随着公司业务种类的多元化发展，对公司管理效率和风险控制都提出了更高的要求。2015年，公司将进一步梳理和优化内部管理流程，完善和强化制度建设，推进内部管理精细化、标准化。此外，公司将全面利用信息化工具提高管理效率，强化流程体系标准化建设。

#### ⑤专业化人才储备与培养计划

不管是钢铁物流行业、家具服务行业，乃至更多元化的业务种类，公司业务的长期持续发展、技术的不断优化创新、管理的不断完善提升都离不开优秀的专业化团队。2015年，公司将继续推进专业化人才储备计划，加强人才培养体系，从人才的聘、育、留全方位丰富人才培育体系，强化人才梯队建设，为公司各项业务的长期发展保驾护航。

### (5) 未来发展面临的主要风险

#### ①宏观经济波动风险

钢铁交易属于大宗商品交易，其市场需求受经济形势和宏观调控影响较大，如果宏观经济增长放缓，固定资产投资和消费者需求出现放缓趋势，则公司所处的钢铁物流行业增长也随之减缓，对公司业绩将造成影响。

#### ②行业经营环境变化风险

钢铁行业供大于求的矛盾短期内难以改变，市场竞争日趋激烈，钢铁生产企业集中度不断提高，且其布局不断靠近终端市场，并积极进入钢铁加工配送领域，进入流通环节，公司今后的业务拓展将面临强劲的竞争对手。如果公司无法与钢铁生产企业、钢贸商形成有效的共赢合作，有可能导致公司市场份额下降，并且在市场拓展和经营管理方面支出更多费用和成本，从而导致公司增长乏力或者出现业绩下滑。

#### ③市场竞争风险

由于钢铁物流行业处于快速增长期，公司必须在内部业务流程、信息化建设、实体物流和电子商务协同和客户服务等方面持续改进，以适应业务快速发展的需要。若钢铁流通行业出现新的调整，或者同行业其他企业竞相模仿推出综合物流服务或者类似业务，市场竞争将更加激烈，将会对该项业务的经营及发展产生一定的不利影响。

#### ④技术风险

物流业务的系统化、标准化、智能化离不开信息技术的支持。公司信息化技术经过多年的积累，在对内管理和对外联系实现网络化方面处于国内同行业领先水平。但随着第三方钢铁物流行业信息化新技术升级换代速度的加快和市场需求的不断变化，如果公司不能及时地增强技术创新能力，提高服务的附加值并改善服务性能，公司可能会面临技术进步

不足的风险。

#### 4、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用  不适用

2014年财政部修订了《企业会计准则第2号—长期股权投资》、《企业会计准则第9号—职工薪酬》、《企业会计准则第30号—财务报表列报》、《企业会计准则第33号—合并财务报表》，以及颁布了《企业会计准则第39号—公允价值计量》、《企业会计准则第40号—合营安排》、《企业会计准则第41号—在其他主体中权益的披露》等具体准则。根据财政部的要求，上述准则自2014年7月1日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行。公司执行财政部于2006年2月15日颁布的《企业会计准则——基本准则》和38项具体会计准则（不含本次被替换的具体准则）、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定；2014年财政部陆续颁布和修订的9号、30号、33号、39号、40号、2号、41号七项新会计准则构成对前述具体准则的替换和补充，公司一并执行。

本次会计政策变更后，采用这些具体准则不会对公司财务报表产生重大影响。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用  不适用

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用  不适用

本年公司新设广东欧浦乐从钢铁物流有限公司，上海欧浦钢铁物流有限公司，深圳市前海弘博供应链物流有限公司，欧浦支付有限公司，广东欧浦钢铁物流股份有限公司九江分公司，欧浦（香港）电子商务有限公司，广东欧浦电子商务有限公司，以上子公司纳入本年合并报表范围。

(4) 董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

适用  不适用

广东欧浦钢铁物流股份有限公司

董事长：陈礼豪

2015年4月24日