

(上接C9版)

(5)公司实施稳定股价议案时,除应符合相关法律法规要求外,还应符合下列各项:

①公司用于回购的资金总额累计不超过公司首次公开发行人民币普通股(A股)所募集资金的总额;

②公司单次用于回购的资金不低于上一个会计年度经审计归属于母公司股东净利润的20%。

(6)自稳定股价方案公告之日起三个月内,公司将通过交易所集中竞价交易方式、要约方式或要约收购方式认可的其他交易方式回购公司股份。

(7)如前条所称“公告”是指公司董事会公告五个交易日的收盘价超过公司最近一期经审计净资产,公司董事会可以作出决议终止回购股份事宜。

二、第二轮为公司实际控制人增持股份

(1)在公司无法实施回购股份、公司回购股份议案未获得董事会或股东大会审议通过,或公司回购股份实施完毕再次触发稳定股价自动条件时,实际控制人应在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件和要求,且不会导致公司股权结构不符合上市条件并不会履行要约收购义务的前提下,对公司股票进行增持。

(2)公司实际控制人应在触发自动增持条件之日起五日内,将其拟增持股份的具体计划(内容包括但不限于增持股份数量、增持价格上限、完成时点等)以书面方式通知公司,并由公司在增持开始前三个交易日内予以公告。

(3)实际控制人实施稳定股价预案时,还应符合下列各项:

1)实际控制人单次用于增持股份的资金总额不低于上一个会计年度经审计归属于母公司净利润的20%;且增持的股票数量不超过公司总股本的2%;

2)实际控制人增持股份的价格不低于公司上一会计年度的每股净资产的120%;

3)第二轮为公司实际控制人增持股份

(1)公司实际控制人未及及时提出实施增持公司股份方案,或实际控制人增持公司股份实施完毕再次触发稳定股价自动条件时,则自动触发,高级管理人员增持,应当符合《上市公司收购管理办法》和《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的规定,且,不应导致公司股权结构不符合上市条件。

(2)自公司获得增持或增持持有公司股份的公告之日起,高级管理人员应在稳定股价计划条件触发之日起十日内,将其拟增持股份的具体计划(内容包括但不限于增持股份数量、增持价格上限、完成时点等)以书面方式通知公司,并由公司在增持开始前三个交易日内予以公告。

(3)公司董事、高级管理人员实施稳定股价预案时,还应同时符合下列各项:

1)公司董事、高级管理人员单次用于增持公司股份的资金至少为该董事、高级管理人员上年度自公司所得薪酬(税前,下同)的20%;

2)公司董事、高级管理人员单次或连续十二个月内用于增持公司股份的金额不超过自公司上年度自公司所得薪酬的50%;

3)公司董事、高级管理人员增持股份的价格不低于上一会计年度的每股净资产的120%;

4)若公司在过去三年内内幕交易和相关高级管理人员的,公司将要求该新任的董事和高级管理人员根据本预案的规定签署相关承诺。

(三)相关约束措施

1.自动启动稳定股价措施前提条件满足时,如公司、实际控制人、董事、高级管理人员未按照上述预案采取稳定股价具体措施,须在上市公司股东大会上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉,如果本人因未履行相关公开承诺而给投资者造成损失的,亦应承担相应的赔偿责任。若拟启动预案,全套申报文件及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,或在信息披露中存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的,本人将依法赔偿投资者损失。

2.若拟启动预案,全套申报文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的,或存在以欺骗手段骗取发行上市的情形,致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的,本人将依法赔偿投资者损失。

3.若本人未能履行上述承诺,将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉,本人持有的公司股份将不得转让,若转让,转让所得将全部用于履行上述承诺;同时,公司有权扣减相应金额由本人支付的代本人履行上述承诺,直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕为止。若法律、法规和规范性文件及中国证监会监管规定与本人违反上述承诺而应承担的相应责任及后果有不同规定,本人自愿无条件地接受该等规定。

(四)稳定股价措施实施完毕

1.本人保证招股说明书、全套申报文件的内容真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,亦不存在以欺骗手段骗取发行上市的情形,并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。若招股说明书、全套申报文件及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,或在信息披露中存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的,本人将依法赔偿投资者损失。

2.若拟启动预案,全套申报文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的,或存在以欺骗手段骗取发行上市的情形,致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的,本人将依法赔偿投资者损失。

3.若本人未能履行上述承诺,将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉,本人持有的公司股份将不得转让,若转让,转让所得将全部用于履行上述承诺;同时,公司有权扣减相应金额由本人支付的代本人履行上述承诺,直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕为止。若法律、法规和规范性文件及中国证监会监管规定与本人违反上述承诺而应承担的相应责任及后果有不同规定,本人自愿无条件地接受该等规定。

(五)保荐机构承诺

1.本人保证招股说明书、全套申报文件的内容真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,亦不存在以欺骗手段骗取发行上市的情形,并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。若招股说明书、全套申报文件及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,或在信息披露中存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的,本人将依法赔偿投资者损失。

2.若拟启动预案,全套申报文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的,或存在以欺骗手段骗取发行上市的情形,致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的,本人将依法赔偿投资者损失。

3.若本人未能履行上述承诺,将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉,本人持有的公司股份将不得转让,若转让,转让所得将全部用于履行上述承诺;同时,公司有权扣减相应金额由本人支付的代本人履行上述承诺,直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕为止。若法律、法规和规范性文件及中国证监会监管规定与本人违反上述承诺而应承担的相应责任及后果有不同规定,本人自愿无条件地接受该等规定。

税后利润为正,且现金流充裕,实施现金分红不会影响公司后续持续经营;

2)公司累计可供分配的利润为正值;

3)审计机构对公司年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告;

4)公司重大投资计划或者重大现金支出(募集资金项目除外)、重大投资计划或重大现金支出是指以下情形:

①公司未来十二个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的50%,或超过10,000万元;

②公司未来十二个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的30%。

(2)现金分红比例

1)在满足上述现金分红条件下,公司以每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的10%,最近三年以现金方式分配的利润不少于最近三年实现的平均可供分配利润的30%。

2)公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素,区分下列情形,并按照公司章程规定的程序,提出差异化的现金分红政策:

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的,进行利润分配时,现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%;

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的,进行利润分配时,现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%;

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的,进行利润分配时,现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%。

④公司发展阶段不易区分但有重大投资计划或重大现金支出安排的,可以按照前项规定处理。

6.股票股利分配

股票股利分配条件:公司经营情况良好,并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时,可以在确保足额现金分红的前提下,提出股票股利分配议案。公司采用股票股利进行利润分配时,应当充分考虑发放股票股利后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度、每股净资产的摊薄等相适应,以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益及长远利益。

7.留存未分配利润

留存未分配利润的使用(留存未分配利润主要用于购买资产、购买设备、对外投资等投资支出),扩大生产经营规模,优化财务状况,提高产品竞争力,促进公司快速发展,实现公司未来的发展目标,并保证实现股东利益最大化。

(二)现金分红回报规划

公司2020年利润分配预案已经股东大会通过了,公司上市后未来三年现金分红回报规划,对上市后前三年现金分红回报规划,主要内容如下:

1.公司现金分红回报规划的因素

公司着眼于长远和可持续发展,在制定规划时,综合考虑公司实际经营情况,未来盈利能力,经营发展规划,现金流状况,股东回报,社会资金成本以及外部融资环境等因素,在平衡股东的合理投资回报和公司可持续发展的基础上,对公司利润分配做出前瞻性的制度安排,以保持利润分配政策的连续性和稳定性,并保证公司长久、持续、健康的运营能力。

2.公司制定本规划遵循的原则

(1)严格执行公司现金分红政策的基本原则;

(2)充分保护全体股东的利益(特别是中小股东);

(3)坚持处理好短期利益与长远发展的关系,公司利润分配不损害公司持续经营能力;

(4)坚持现金分红为主,重视对投资者的合理投资回报,保持利润分配政策的连续性和稳定性,并符合法律、法规的相关规定。

3.对股东权益的保护

(1)公司董事会负责制定公司管理规章,董事会根据公司的发展情况、资金需求和股东回报规划并结合公司盈利情况制定现金分红规划,提交股东大会审议,经股东大会审议通过后方可提交股东大会审议。独立董事对利润分配政策发表独立意见。

(2)股东大会对利润分配政策作出决议后,公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利(或股份)的派发事项。

(3)董事会制定现金分红具体方案时,应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例,调整的条件及其决策程序要求等事宜,独立董事应当发表明确意见。

(4)独立董事可以在股东大会召开前,提出分红提案,并直接提交董事会审议。

(5)股东大会对现金分红政策作出决议,应当通过网络投票、电话、邮件等多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流,充分听取中小股东的意见和诉求,及时答复中小股东关心的问题。股东大会在对现金分红具体方案进行审议时,应当提供网络投票表决或其他方便社会公众股东参与股东大会提供便利。公司董事会应当以股东权益保护为出发点,制定现金分红政策,并应当在充分听取中小股东的意见和诉求,及时答复中小股东关心的问题。股东大会在对现金分红具体方案进行审议时,应当提供网络投票表决或其他方便社会公众股东参与股东大会提供便利。

(6)公司当年盈利,但董事会未提出现金分红预案的,应当征询独立董事的意见,并由董事会决议公告和年报中详细披露未分红的理由以及未用于分红的资金留存公司的用途,独立董事应对该事项发表独立意见,并说明未分红的理由。

(7)公司董事会审议现金分红政策调整议案时,应当充分听取中小股东的意见和诉求,并及时答复中小股东关心的问题。公司董事会审议现金分红政策调整议案时,应当充分听取中小股东的意见和诉求,并及时答复中小股东关心的问题。

(8)公司利润分配政策调整的议案,应当经董事会审议通过,并经股东大会审议通过,独立董事应当发表明确意见。

(9)公司董事会制定现金分红政策调整议案时,应当充分听取中小股东的意见和诉求,并及时答复中小股东关心的问题。

(10)公司董事会制定现金分红政策调整议案时,应当充分听取中小股东的意见和诉求,并及时答复中小股东关心的问题。

结合行业发展情况及公司目前实际经营情况,公司2021年1-3月业绩(预计)与上年同期对比情况如下:

项目	2021年1-3月	2020年1-3月	变动率
营业收入	22,500,000.00	22,133,771.71	1.65%
利润总额	1,580,000.00	1,525,988.98	3.54%
归属于上市公司股东的净利润	1,580,000.00	1,525,988.98	3.54%

公司预计2021年1-3月可实现营业收入22,500.00万元至24,500.00万元,与上年同期相比变动幅度在1.65%至10.68%之间;可实现归属于母公司所有者的净利润1,580.00万元至1,780.00万元,与上年同期相比变动幅度在5.46%至16.65%之间;可实现扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润1,550.00万元至1,750.00万元,与上年同期相比变动幅度在1.74%至14.86%之间。

上述公司2021年1-3月业绩相关数据仅为预计数据,未经审计或审核,且不构成盈利预测。上述公司2021年1-3月业绩相关数据与上年同期对比情况如下:

十一、特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险

投资者应充分了解公司的风险及公司所披露信息,请认真阅读招股说明书“第四节 风险因素”章的全部内容,并特别提醒投资者关注下列风险因素:

(一)市场竞争风险

随着现代物流的高速发展,行业竞争不断加剧。一方面,大型国有企业或有色金属产业链上大型生产厂家,贸易商等凭借其雄厚的资金实力和强大的资源调配能力,对行业企业造成了较大的竞争压力。同时,随着中国加入经济全球化的大潮,国际物流公司的纷纷进入中国市场,这些公司凭借其先进的技术、更高的管理水平 and 享誉全球的品牌影响力,加剧了行业竞争的激烈。另一方面,受经济环境变化的影响,国家政策支持以及行业自身发展的多重因素影响,物流行业的兼并收购趋势明显,行业整合加剧。兼并收购造就强势企业,造成全国性或区域性资源及业务整合,进一步加剧行业竞争,影响行业内其他企业的盈利能力。

若行业竞争不断加剧,公司市场占有率将受到挤压,公司的核心竞争力可能在行业竞争中下降,从而给公司生产经营带来不利影响,业绩下滑风险。

(二)下游行业政策调控风险

公司聚焦铝产业链,深耕铝产业链中的电解铝行业。目前,由于调控政策该行业出现“产能限制、产能转移”的产业趋势。

一方面,党的十八大以来,国家对电解铝行业进行了新一轮的宏观调控。以《国务院关于化解产能过剩矛盾的指导意见》为标志,国家出台了一系列调控政策,例如《关于印发清理整顿电解铝行业违法违规项目工作方案的通知》(国办发〔2017〕56号文件,简称“56号文件”)、《工业和信息化部关于清理整顿电解铝行业违法违规项目的通知》(工信部产业〔2015〕27号文件,简称“27号文件”)等。上述政策导致了电解铝行业“产能天花板”的出现,行业形成了“产能限制”的行业趋势。虽然目前行业产能过剩问题尚未得到彻底解决,但产能过剩的局面已经有所缓解,行业产能过剩问题已经有所缓解,行业产能过剩问题已经有所缓解,行业产能过剩问题已经有所缓解。

另一方面,随着中国加入经济全球化的大潮,国际物流公司的纷纷进入中国市场,这些公司凭借其先进的技术、更高的管理水平 and 享誉全球的品牌影响力,加剧了行业竞争的激烈。另一方面,受经济环境变化的影响,国家政策支持以及行业自身发展的多重因素影响,物流行业的兼并收购趋势明显,行业整合加剧。兼并收购造就强势企业,造成全国性或区域性资源及业务整合,进一步加剧行业竞争,影响行业内其他企业的盈利能力。

若行业竞争不断加剧,公司市场占有率将受到挤压,公司的核心竞争力可能在行业竞争中下降,从而给公司生产经营带来不利影响,业绩下滑风险。

(三)宏观经济波动风险

公司所处的宏观经济环境,从国内生产总值区域来看,山东、新疆和内蒙古三大电解铝生产基地2018年合计生产总值占全国的54.79%,行业集中度较高。电解铝行业分布集中度的特点一定程度上使得水电铝提供综合运输服务的物流企业存在客户集中度较高的特点。

2018年度、2019年度、2020年度公司前五客户收入占当期收入总额的比例分别为74.20%、67.93%和61.22%,客户集中度较高;2018年度、2019年度和2020年度,公司第一大客户占当期收入当期收入占比分别为45.73%、42.25%、22.65%,对第一大客户存在一定的依赖性。若未来公司主要客户特别是山东、新疆和内蒙古三大电解铝生产基地出现不利因素,可能会对公司的业务造成较大不利影响,导致公司业绩下滑。

(四)新型冠状病毒感染肺炎疫情对公司经营的影响风险

2020年初,国内新型冠状病毒感染肺炎疫情(以下简称“新冠疫情”)爆发,公司按照疫情防控政策暂停相关经营活动,受疫情影响,上半年净利润出现下降的情况。随着国内新冠疫情得到有效控制,公司各地生产经营逐步步入正轨,但2020年上半年来公司持续经营能力产生较大不利影响,但如果未来疫情持续较长时间,可能会对2020年全年经营业绩和盈利水平产生较大不利影响。

(五)未来业务不能维持高速增长风险

报告期内,公司收入分别为44,258.83万元、79,676.13万元和97,589.75万元,增长幅率为80.02%和22.48%,净利润分别为9,918.12万元、7,733.76万元和9,026.29万元,增长幅率为97.89%和16.41%。

2018年至2019年,公司业绩和收入水平保持较为高速增长态势;2020年,受新冠疫情及疫情防控政策影响,公司业绩和收入水平有所放缓。

公司未来几年公司将保持专注于有色金属物流业务,积极拓展业务规模,但是并不能保证未来营业收入和净利润保持持续两年的高速增长。

公司开展多式联运的关键要素在于协调内外部资源,协调公铁水多式联运方式,以“降本增效”为原则,为多式联运客户提供安全、高效、低成本的运输服务,公司开展多式联运业务的主要原则:

1) 目标明确:以设计优化方案并充分协调内外部资源

2) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

3) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

4) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

5) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

6) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

7) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

8) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

9) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

10) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

11) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

12) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

13) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

14) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

15) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

16) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

17) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

18) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

19) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

20) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

21) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

22) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

23) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

24) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

25) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

26) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

27) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

28) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

29) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

30) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

31) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

32) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

33) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

34) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

35) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

36) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

37) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

38) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

39) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

40) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

41) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

42) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

43) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

44) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

45) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

46) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

47) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

48) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

49) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

50) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

51) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

52) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

53) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

54) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

55) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

56) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

57) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

58) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

59) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

60) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

61) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

62) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

63) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

64) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

65) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

66) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

67) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

68) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

69) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

70) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

71) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

72) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

73) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

74) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

75) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

76) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

77) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

78) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

79) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

80) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

81) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

82) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

83) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

84) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

85) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

86) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

87) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

88) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

89) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

90) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

91) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

92) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

93) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

94) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

95) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

96) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

97) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

98) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

99) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

100) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

公司开展多式联运的关键要素在于协调内外部资源,协调公铁水多式联运方式,以“降本增效”为原则,为多式联运客户提供安全、高效、低成本的运输服务,公司开展多式联运业务的主要原则:

1) 目标明确:以设计优化方案并充分协调内外部资源

2) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

3) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

4) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

5) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

6) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

7) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

8) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

9) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

10) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

11) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

12) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

13) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

14) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

15) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

16) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

17) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

18) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

19) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

20) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

21) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

22) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

23) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

24) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

25) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

26) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

27) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

28) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

29) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

30) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

31) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

32) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

33) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

34) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

35) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

36) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

37) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

38) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

39) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

40) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

41) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

42) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

43) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

44) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

45) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

46) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

47) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

48) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

49) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

50) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

51) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

52) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

53) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

54) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

55) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

56) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

57) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

58) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

59) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

60) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

61) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

62) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

63) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

64) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

65) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

66) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

67) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

68) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

69) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

70) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

71) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

72) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

73) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

74) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

75) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

76) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

77) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

78) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

79) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

80) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

81) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

82) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

83) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

84) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

85) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

86) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

87) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

88) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

89) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

90) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

91) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

92) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

93) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

94) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

95) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

96) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

97) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

98) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

99) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

100) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

公司开展多式联运的关键要素在于协调内外部资源,协调公铁水多式联运方式,以“降本增效”为原则,为多式联运客户提供安全、高效、低成本的运输服务,公司开展多式联运业务的主要原则:

1) 目标明确:以设计优化方案并充分协调内外部资源

2) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

3) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

4) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

5) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

6) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

7) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

8) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

9) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

10) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

11) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

12) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

13) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

14) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

15) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

16) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

17) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

18) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

19) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

20) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

21) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

22) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

23) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

24) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

25) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

26) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

27) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

28) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

29) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

30) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

31) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

32) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

33) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

34) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

35) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

36) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

37) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

38) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

39) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

40) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

41) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

42) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

43) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

44) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

45) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

46) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

47) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

48) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

49) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

50) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

51) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

52) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

53) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

54) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

55) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

56) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

57) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

58) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

59) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

60) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

61) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

62) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

63) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

64) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

65) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

66) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

67) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

68) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

69) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

70) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

71) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

72) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

73) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

74) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

75) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

76) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

77) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

78) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

79) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

80) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

81) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

82) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

83) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

84) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

85) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

86) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

87) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

88) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

89) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

90) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

91) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

92) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

93) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

94) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

95) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

96) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

97) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

98) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

99) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

100) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

公司开展多式联运的关键要素在于协调内外部资源,协调公铁水多式联运方式,以“降本增效”为原则,为多式联运客户提供安全、高效、低成本的运输服务,公司开展多式联运业务的主要原则:

1) 目标明确:以设计优化方案并充分协调内外部资源

2) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

3) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

4) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

5) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

6) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

7) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

8) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

9) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

10) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

11) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

12) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

13) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

14) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

15) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

16) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

17) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

18) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

19) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

20) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

21) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

22) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

23) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

24) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

25) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

26) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

27) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

28) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

29) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

30) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

31) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

32) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

33) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

34) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

35) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

36) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

37) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

38) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

39) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

40) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

41) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

42) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

43) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

44) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

45) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

46) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

47) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

48) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

49) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

50) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

51) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

52) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

53) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

54) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

55) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

56) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

57) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

58) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

59) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

60) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

61) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

62) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

63) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

64) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

65) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

66) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

67) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

68) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

69) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

70) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

71) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

72) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

73) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

74) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

75) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

76) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

77) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

78) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

79) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

80) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务

81) 服务核心:在设计优化方案并充分协调内外部资源

82) 降本增效:以客户需求为导向,提供定制化服务

83) 客户至上:以客户需求为导向,提供定制化服务