

河南双汇投资发展股份有限公司

2021 年度董事会工作报告

一、概述

2021 年，在新冠疫情叠加非洲猪瘟疫情的双重影响下，猪价、肉价波动较大，大宗物资价格通胀、人工成本上升，企业经受了各种错综复杂因素的冲击，经营难度加大。面对复杂多变的内外部形势，管理团队顶住压力、精心部署、升级管理，企业保持稳健经营。报告期内，公司肉类产品(含禽产品)总外销量 330 万吨、同比增长 8.3%，外销量创历史新高。尽管采取了一系列积极措施，但仍未消除疫情反复、行情波动等不利因素的影响，2021 年公司营业总收入 668 亿元，同比下降 9.7%；利润总额 62 亿元，同比下降 22.0%。

2021 年，公司严格落实常态化疫情防控措施，保障企业和员工安全，实现稳健经营，保护全体股东、债权人和员工的合法权益。同时，公司积极履行社会责任，2021 年 7 月河南省内多个地市遭受罕见的暴雨侵袭，发生洪涝灾害，为缓解灾区生活物资紧缺问题，公司积极调动资源捐款、捐物，驰援抗洪防汛救灾工作。

2021 年，公司入选“BrandZ™最具价值中国品牌 100 强”、“中国品牌价值 500 强”、“财富中国 500 强”，荣获“中国肉类食品行业最具价值品牌”、“中国肉类食品行业先进企业”等多项荣誉，“双汇”连续多年一直为肉类加工行业最具影响力的品牌之一。

二、2021 年董事会履职情况

2021 年，公司董事会严格按照《公司法》《证券法》等法律法规，以及《公司章程》《董事会议事规则》的规定，切实履行股东大会赋

予的职权，共召开 8 次董事会、3 次股东大会会议，审议批准了公司董事会换届选举、项目投资、定期报告等 50 项议案，全体董事依法、认真、诚实、勤勉地履行职责，对公司生产经营、对外投资等重大事项认真谨慎决策，保障了公司及全体股东的利益。

三、2021 年工作回顾

2021 年，公司全体员工凝心聚力、攻坚克难，围绕“继续调整结构，突出五大产业，整合全球资源，创新发展上规模”的战略方针，主要工作如下：

（一）国产肉和禽产品销量大幅增长，肉类总外销量创历史新高。

2021 年，公司加大市场开拓，提升市场运作水平，屠宰量和国产肉外销量同比大幅增长；同时，随着养殖指标进一步提升、新项目陆续投产，禽产品产销规模保持较大增长。公司肉类总外销量同比增长 8.3%，创历年新高。

（二）肉制品坚持“两调一控”，盈利创历史新高。

公司肉制品坚持“两调一控”的经营方针，大力调整产品结构，新产品辣吗辣、火炫风和丸子类火锅食材产品上量快、增长势头强劲；同时，多措并举稳定产品价格、控制成本，肉制品全年销量同比略降，利润同比增长，盈利创历史新高，实现了稳健发展。

（三）屠宰业产销量大幅提升，盈利同比下降。

2021 年，国内生猪产能持续恢复，公司屠宰业积极扩产上量，生猪屠宰量、国产肉外销量同比大幅提升。但受猪价、肉价波动的行

情影响，生鲜品全年盈利同比下降。

（四）辅业发展势头良好，四季度企业整体经营由降转增。

2021 年，公司化工包装业、禽产业、电商公司等辅业外销收入同比大幅增长，表现出较大的增长潜力。四季度，公司抓住猪价反弹行情，择机加快冻品出库，企业整体经营情况大幅改善，利润同比由降转增，环比大幅提升，扭转了二、三季度连续下降的局面。

（五）加大营销力度，推动品牌年轻化。

2021 年，公司通过积极开展明星营销、综艺营销、跨界营销和数字营销等多种营销方式，提升品牌美誉度和影响力。通过吴京代言王中王、万茜代言调味品等，提升产品知名度；通过赞助美食类综艺《中餐厅》及儿童综艺《疯狂的麦咭》等，提升餐饮产品和儿童高端产品的影响力；通过与王者荣耀、B 站国潮计划等联合推广，以及与黄小厨、小米科技等 IP 联合营销，进一步推动品牌年轻化。

四、2022 年工作计划

2022 年，新冠疫情和非洲猪瘟疫情持续，同时，公司可能面临原材料价格波动、消费转型、社会成本上升等风险，但行业规范水平持续提升、消费者品牌意识不断增强以及公司产业链进一步完善等也给企业发展带来机遇，公司将坚持围绕“继续调整结构，突出五大产业，整合全球资源，创新发展上规模”的战略方针，重点抓好以下几项工作：

（一）加强人才引进与培养，保持企业人才优势。

公司将继续加强高学历、高素质专业人才的引进，进一步优化企业人才结构，加强人才梯队建设；公司新成立的培训中心将进一步升级企业培训体系，提高培训的针对性、专业性和有效性，进一步打造精英管理团队，保持企业人才优势，推动企业可持续发展。

（二）肉制品坚持两调一控，加快产品转型升级。

肉制品业将继续坚持“两调一控”经营方针，按照“精心设计、谨慎推出、聚焦主导、持续推广”的思路推新品调结构，加快产品结构转型升级，向肉蛋奶菜粮结合转变，向一碗饭、一顿饭、一桌菜转变，进家庭、上餐桌，保持品牌的竞争力和生命力。

（三）生鲜品把准行情走势，提升盈利上规模。

生鲜品业将精准把控行情走势，完善采购网络，控制采购成本；做好产品组合生产销售，最大化发挥产品效益，优质优价、以质取胜，保持产品竞争力，实现盈利和产销规模双提升。

（四）积极推进项目建设，深化产业协同优势。

为进一步强化产业协同优势，公司将适度发展养猪业和鸡产业，积极推进西华禽业、阜新禽业、阜新牧业、南宁牧业等项目建设，推动项目尽快投产，发挥效益，促进各产业协同发展，推动肉类产业化、多元化经营，增强企业整体竞争力，继续做大做强。

（五）加快新产业发展，新赛道实现新增量。

围绕生鲜调理、中式菜肴、酱卤熟食、火锅食材等品类，加强研发丰富产品群，做大餐饮食材产品规模；加强线上渠道管理，积极开

发电商新零售业态，提升线上业务运作水平，促进电商业务快速发展；调味品业加强培育主导产品，借助主业渠道和品牌优势，加快市场开拓，实现快速增长。

（六）加强营销创新，促进品牌年轻化。

发挥上海营销分中心的人才优势和资源优势，强化市场调研，洞察消费流行趋势，科学指引产品研发；围绕主导产品，升级营销策划，创新营销方式，助推产品上量；建立营销效果评估机制，适时调整营销策略，科学配置资源，实现精准营销、高效营销、创新营销，保持品牌生命力，促进品牌年轻化。

（七）扩网络增网点，促进规模提升。

公司将持续强化构建高质量市场销售网络，肉制品加快新渠道开拓，加密网点布局，强化终端管理，提升运作水平；生鲜品加强优质网点开发，拓展销售网络，提升市场占比；其他辅业充分借助主业渠道优势，加强市场开拓，加快网点开发，促进企业整体产销规模增长。

（八）加快信息化建设，升级管理促经营。

公司将持续对工业进行升级改造，提升工业自动化、信息化和智能化水平，实现高质量生产、高效益运行；加强市场信息化系统的推广和运用，通过双汇生鲜品“智店系统”和肉制品“云商系统”，强化终端管控，提升市场服务，全方位建设数字双汇、智能双汇，升级管理促进企业经营。

（九）筑牢企业安全防线，坚持高质量发展。

公司将继续落实常态化疫情防控工作，保障企业和员工安全；提升质量管控水平，保障企业食品安全；坚持依法合规治理，严格落实各项内控制度，保障企业经营安全，推动企业高质量发展。

河南双汇投资发展股份有限公司

董事会

2022年3月26日