

河南双汇投资发展股份有限公司

2018 年度董事会工作报告

一、概述

2018 年，全球经济温和增长，中国经济增速放缓，产业结构持续调整，面对中美贸易摩擦、非洲猪瘟疫情等复杂形势，在公司董事会的决策部署下，公司管理层带领全体员工精诚团结，攻坚克难，创新求变，升级管理，各项工作稳步推进，总体经营情况稳中向好。

2018 年，屠宰生猪 1,630.56 万头，同比 2017 年上升 14.27 %；鲜冻肉及肉制品外销量 313.26 万吨，同比 2017 年增长 0.96 %；实现营业总收入 489.32 亿元，同比 2017 年下降 3.25 %；实现利润总额 63.32 亿元，同比 2017 年上升 9.94 %；实现归属于母公司股东的净利润 49.15 亿元，同比 2017 年上升 13.78 %。

2018 年，公司在做好经营、维护股东利益的同时，积极保护债权人和职工的合法权益，诚信对待供应商、经销商和消费者，积极从事环境保护等社会公益事业，积极承担社会责任。2018 年公司入选“上市公司丰厚回报榜单”、“上市公司真诚回报榜单”、“中国上市公司百强排行榜”，荣获“紫金创新奖”、“最佳持续投资价值奖”等。“双汇”品牌已连续多年成为我国肉制品加工行业最具影响力的品牌之一。

二、2018 年董事会履职情况

2018 年公司董事会严格遵照《公司法》、《证券法》等法律法

规、部门规章、规范性文件及公司《章程》的规定，依法规范召集召开董事会、股东大会，审慎决策相关审议事项，全体董事依法、诚实、勤勉地履行职责。

1、2018 年董事会召集召开股东大会 3 次，审议通过了 2017 年年报、利润分配预案、换届选举董事和监事等事项。

2、2018 年公司召开董事会会议 10 次，审议通过公司定期报告、项目投资等议案共 42 项，保证了公司日常经营及重大事项决策合法合规。董事会高效地完成了股东大会的各项决议，2018 年董事会依照股东大会的决议，完成了两次权益分派，2018 年共计现金分红 65.99 亿元。

三、2018 年主要工作回顾

2018 年，公司坚持“调结构、扩网络、促转型、上规模”的战略方针，坚持以高质量发展为方向，以产品结构调整为重点，加强网络建设，加大市场开拓，升级管理，保持了稳健的发展态势。2018 年公司经营主要取得了以下成绩：

1、肉制品加强产品研发，产品结构持续优化。

肉制品坚持“稳高温、上低温、中式产品工业化”的产品战略，完善新产品推出机制，从研发、品评、投产、上市等环节进行规范提升，更加注重新产品质量，推出系列新产品，肉制品经营稳中向好，肉制品销量同比增长 1.1%，其中高端、高档产品销量同比增长较快。

2、生鲜品扩网络上规模，产销量创历史新高。

生鲜品按照“建网络、扩鲜销、大进大出上规模”的经营方针，加强疫情防控，发挥全国工业布局优势，合理调配资源，加大市场开发力度，全年屠宰量 1631 万头、同比增长 14.3%，屠宰业营业利润同比增长 70.2%，均实现了历史新突破。

3、加强网络建设和渠道开拓，新渠道拓展稳步推进。

2018 年，公司落实“全覆盖”和“进家庭上餐桌”的渠道开发策略，巩固传统渠道的同时，大力拓展餐饮和电商等新渠道，电商和餐饮渠道的销量取得了两位数增长。

4、加强营销管理，创新实施营销策划。

公司组建了专业的品评团，加强消费者调研；加强了与外部专业营销机构的合作，细化了肉制品销售机构，加强了节日营销和主题营销，对部分产品进行了提质提价，助力企业结构调整。

5、推进数字化建设，加强终端掌控。

为支持市场发展和服务市场开拓，2018 年研发实施了肉制品云商平台、生鲜品智店系统，稳步推进市场精益销售系统，有利于加强结构调整、渠道开拓和终端掌控。

6、加强升级改造，提升企业竞争力。

2018 年，绵阳双汇、德州双汇、阜新肉类、望奎双汇、宝泉岭双汇等子公司完成升级改造，进一步提升了企业的自动化、智能化水平，完善了全国工业布局。

7、优化管理机制，推动管理升级。

2018 年，公司进一步优化了激励机制，优化了企业组织架构，

改组了技术研发部门，细化了肉制品销售机构，有利于公司细化管理、提高效率，有利于推动企业转型升级、调结构上规模。

四、未来发展展望

（一）发展战略

1、在产业选择上，公司将坚持围绕“农”字做文章，围绕肉类加工产业继续做大做强屠宰和肉制品两大主业，适当发展饲料业和养殖业等产业，完善产业链，提高产业化经营水平。

2、在区域发展上，围绕六大区域发展战略，完善生猪屠宰及肉制品加工基地的全国产业布局，进一步实现就地养殖、就地生产、就地销售及全国大流通销售的格局。

3、在经营战略上，公司将继续坚持“调结构、扩网络、促转型、上规模”，抓住宏观经济形势与行业发展机遇，发挥全球产业布局与中外协同优势，创新市场营销推新品，渗透网络终端拓新渠，拉动市场上规模，提升经营促转型。

4、肉制品坚持“稳高温、上低温、中式产品工业化”的产品研发战略，从产品开发、市场调研、营销策划等多方面加大新产品的推广力度，加快产品的结构调整，确保企业的核心竞争优势。

5、生鲜品坚持“建网络、扩鲜销、大进大出上规模”的经营方针，充分发挥全国工业布局的优势，用差异化产品优势，支持市场开发，扩大销售网络，实现产销规模的提升。

（二）2019 年主要工作规划

2019 年，全球经济持续复苏，中国经济稳中向好。在消费升级的大背景下，消费者对肉制品在品质、健康、营养等方面有更高的要求，同时受环保政策、非洲猪瘟疫情等因素影响，行业集中度在未来将持续提升。公司将继续落实“调结构、扩网络、促转型、上规模”的发展战略，2019 年重点抓好以下几项工作：

1、加强疫情防控，确保企业安全运行。密切关注疫情发展态势及国家相关政策，牢固树立安全第一的理念，严格落实各项疫情防控措施，严格执行各项检验、检疫要求，确保企业安全。

2、加强新产品推广，加快产品结构调整。肉制品围绕“稳高温、上低温、中式产品工业化”的产品战略，加快新产品的研发、品评、生产、销售，加快推进结构调整。

3、加强渠道和网络建设，提升销量上规模。生鲜品坚持“建网络、扩鲜销，大进大出上规模”的经营方针，抓住行情机遇，充分发挥全国产业布局优势，深度开发区域市场，以大产大销、快产快销，实现生鲜业务的较快增长；肉制品加快餐饮、速冻、新型休闲等渠道的开发，加强网点建设，实现新增量。

4、加强采购管理，促进企业经营。加强行情监控，整合全球资源，拓宽采购渠道，保持成本优势。

5、加强升级工业自动化，提升企业竞争力。通过进一步实施自动化设备改造、技术创新和流程优化等措施，继续升级工业自动化，提高企业运营效率。

6、加强营销创新，提升品牌美誉度。2019 年，公司将加大营销投入，通过加强市场调研，加大与外部专业营销机构的合作，推广“精益销售系统”，加强终端掌控，提升企业品牌形象，助力企业结构调整和规模提升。

7、加强数字化建设，助力企业转型。通过信息技术与企业管理全面深度融合，促进跨产业、跨系统、跨部门的高效合作，推动企业由工业信息化逐步向全面信息化迈进，助力企业转型升级，实现高质量发展。

8、推动重组项目，优化治理结构。积极推动公司吸收合并双汇集团重组项目，进一步优化公司的治理结构，打造更具优势的肉业及相关产业链。

9、依法合规经营，确保企业安全。坚持依法经营、依法管理；秉承“铁腕抓质量，铁心保安全”的质量理念，严控产品质量；确保法律安全、生产安全、食品安全和企业安全，实现企业可持续发展。