

广东广弘控股股份有限公司

董事会工作报告

一、报告期内整体经营情况

2017年，国际整体经济有所复苏，呈现温和增长态势；国内经济总体保持平稳，供给侧改革进一步推进，企业盈利呈改善趋势。公司生产经营面临着机遇和挑战，冻品贸易面临市场需求和价格的持续低迷，冷库竞争激烈；教育发行板块面临免费教材循环使用、教辅产品竞争激烈等挑战；而生猪价格今年基本处于下行态势，鸡苗产销业务受H7N9冲击整体行情低迷，面对复杂的经营形势，公司董事会严格遵守《公司法》、《证券法》等有关法律法规，认真履行《公司章程》赋予的各项职责，严格执行股东大会通过的各项决议，不断提升公司治理水平和规范运作能力。经营层带领全体员工不断增强把上市公司做强做优的底气和担当，坚定信心，主动作为，严控风险，在稳增长和调结构的平衡点上精准发力，保持企业生产经营销售收入、净利润双增长的良好势头。

报告期内，公司实现营业总收入23.05亿元，比上年同期增长11.53%；营业利润1.98亿元，比上年同期增长51.14%；利润总额1.97亿元，比上年同期增长33.96%；归属于上市公司股东的净利润1.55亿元，比上年同期增长47.04%。

二、报告期内主要工作情况

1、坚持规划引领，强化执行谋发展。

一是深入学习党的十九大精神，统一思想凝聚力量。

二是制定主营业务的发展规划，用好长处提升优势。大力推进食品冷链贸易、教育文化、种猪、种鸡生产等业务板块的发展编制工作，以引领企业提升优势，科学发展。

三是解决经营管理的实际问题，补好短板提高效益。班子成员和职能部门坚持问题导向，主动深入基层一线协助企业解决项目推进、业务拓展、规范管理中遇到的实际困难。

2、围绕主业发展，提升企业竞争力和盈利能力。

紧紧围绕发展规划，坚持“服务重要民生，引领健康生活”发展理念，充分发挥企业特点，想方设法拓展业务、做大增量，增强竞争力和盈利能力。

食品板块一是从消费终端着手，了解市场信息，抓住机遇扩大牛、羊肉、水产品及肉食精品的销售量，取得较好成效；二是充分利用合作伙伴购销渠道的资源，主动出击提高效益品种经营比重和毛利率；三是制订了新的冷藏服务指引以及市场内搭档经营管理规定，细化服务流程各环节要求，提升服务质量，进一步提升客户的黏度。

教育板块一是完善图书发行服务体系，着力巩固教材发行主业，圆满完成“课前到书”任务；二是加大市场产品拓展力度，以应对教材循环使用对主业的冲击，包括丰富幼儿材料品种，开拓幼儿材料业务，争取专题教育教材发行品种等等；三是主动适应广东高考改用全国卷的新政策新形势，加大品牌高考备考材料合作引进力度，择优引进了《决胜高考》、《步步高》等系列复习资料，培育新的利润增长点；四是通过密切店校关系、强化服务意识、提高服务水平，确保了中职教材业务基本保持稳定。

农牧板块一是层层落实防疫责任制，从加强疫苗接种、严抓消毒等环节入手抓好防疫工作，为扩大生产奠定了坚实基础；二是实施健康养殖的标准化管理与操作规程，与相关院校开展产学研合作，提高了生产效率；三是建立了战略合作关系，大力开拓高端客户，提高销售量，一定范围内规避了禽流感给企业造成的冲击。

3、深化结构调整和模式创新，提升主业发展优势。

一年来，公司坚持发展实体经济，坚持突出主业提质增效，不断深化结构调整和经营模式创新，进一步完善和夯实主营业务与产品结构，提升企业竞争力和抗风险能力。

食品板块通过对现有资源进行优劣势分析，通过业务、客户、渠道、资金和人员等方面的整合，避免同质竞争，形成有主有次、重点突出、互相配合的良性局面，不断提高食品贸易配送业务当量和冷库的储存量，提升食品板块的整体竞争力，取得一定成效。

教育板块完成了对下属62家联营企业的增资扩股工作，积极引导推动控股企业加快门店升级改造，改善店面环境、提升顾客体验度，提升“教育书店”品牌

形象，肇庆知本书店顺利开业，由单纯的“书的卖场”转变成为“文化卖场”，实体书店转型升级迈出新步伐。

农牧板块中的种猪企业大力调整产品结构，明确核心产品，发挥各自特色和技术优势。同时，实行统一的员工激励考核方案，提高一线员工的责任意识和工作积极性，两家养猪企业的经营管理水平得到同步提升。种禽企业一方面充分利用现有品种素材研发出新品种——南海黄胡须鸡，现已投放到养殖户中进行中试试验，收集指标改良品种、丰富产品结构；另一方面充分发挥品牌优势，创新经营模式，与相关企业采取“公司+基地”生产环节合作模式，有效解决用地问题，减少固定资产投资，降低经营管理成本，控制市场风险，提高经济效益。

4、加大资本运营力度，提升发展后劲。

一是发挥上市公司平台优势，开展资本运营。积极谋划对外扩张，加大并购探索力度，积极走出去物色标的企业对接合作，延伸产业链条，带动规模效应持续增长，加快企业转型升级。二是以项目带动发展。实施班子成员牵头负责、部门和企业具体落实的项目运作机制，对重点项目制定时间表、细化具体措施、落实考核节点和奖罚要求，推动了重点项目落地。优化存量，加快总部经济大楼项目建设，争取尽早竣工投入使用；优化土地资源，逐步体现资产价值。

5、规范管理，从严治企促发展。

公司围绕规范内部管理、加强队伍建设、深化党风廉政、确保安全生产、营造风清气正良好经营环境等内容从严治企，不断规范公司经营行为，有力促进了企业规范运作与稳定发展。

6、切实做好投资者保护工作，认真履行企业社会责任。

公司注重对投资者的回报，报告期内实施了股票恢复上市以来的首次现金分红。公司建立维护畅通的信息交流平台，认真履行信息披露义务，保障投资者的知情权；通过全面采取现场会议与网络投票相结合的方式召开股东大会，为投资者参加股东大会提供便捷方式，保障投资者的参与权。公司注重通过各种渠道与投资者充分沟通，不断提高公司的治理水平和透明度，积极保护投资者的合法权益；同时，公司还积极参与对贫困地区的扶贫济困工作，认真履行企业社会责任。

三、公司未来发展的展望

（一）行业竞争格局和发展趋势

2018年是贯彻落实党的十九大精神的开局之年，是改革开放40周年，是决胜全面建成小康社会、实施“十三五”规划承上启下的关键一年。我国经济已由高速发展阶段转向高质量发展阶段，正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期，稳中求进仍是今年工作的总基调，预计今年的经济增速仍保持平稳的增长。公司所处的教育行业，党的“十九大”报告中提出必须把教育事业放在优先发展位置，加快教育现代化，建设教育强国。各级政府高度重视加大对教育的财政投入，国家财政性教育经费占GDP比例逐年增长；随着国家“二孩政策”的实施，预计未来5-10年我国在校学生人数将逐步增长。教育行业未来大有可为。在此同时，公司教育出版行业方面也面临循环使用的教材比例和范围扩大，免费教材发行将受到一定的影响；中职教材和幼儿材料、馆配图书等竞争不断加剧，毛利水平、市场占有率都面临挑战的局面。在食品冷链行业中，随着人民收入的提高和生活水平的提升，推动了国民食品结构和消费方式的转变，绿色健康食品成为广大消费者的基本要求，食品安全成为政府重点支持的领域。因此，公司在肉类食品供应和冷链储存配送领域的行业区域领先地位，使公司具备了一定的竞争优势。

（二）未来发展战略

坚持稳中求进、提质增效、做强做大的主基调，以绿色食品和教育服务为核心，坚持“服务重要民生，引领健康生活”的发展理念，加大转型升级、资源整合以及对外扩张的步伐和力度，提升企业核心竞争力与抗风险能力，努力把广弘控股打造成为省内领先、国内一流、人民群众信赖的、专注于物质与精神食粮供应的现代高端民生服务龙头企业。

（三）下一年度经营计划

坚持以贯彻落实党的十九大精神为引领，突出核心主业，坚持规划引领，强化执行落地，创新考核激励，切实做大增量为路径，坚持以提高质量效益为中心，以加快发展为目标，强化责任意识，全面推动广弘控股战略转型升级与持续高效发展。重点做好以下工作：

1、聚焦主业，制定企业发展规划。

把握新形势新要求，聚焦主业，优化企业定位，明确发展方向，制定切实可行的公司未来五年发展规划，以规划为引领，强化执行落地，力争将广弘控股打造成为粤港澳大湾区内优秀的现代高端民生服务龙头企业。。

2、强化经营创新，确保主业“内生”稳定增长。

食品板块在一是要充分利用板块内部整合后的资源优势，在研判市场、严控风险的前提下，通过开拓终端客户资源，提升贸易额。以“开放、共生”的理念，大力开展总代理战略合作和终端配送业务，进一步优化主营产品结构，提高客户复购率；二是强化服务意识，细化服务流程，提高冷库和市场的管理水平，提升服务质量，进一步提升冷库和市场客户的黏度，确保现有主业的稳定运营；建立和完善食品冷链管理体系，凝聚管理输出优势，为企业未来发展所需的管理输出、价值输出、人才输出凝聚基础。三是围绕实体经济，探索创新“线上+线下”的商业模式。通过已有的电商公司平台，精选适合大众消费的终端食品类产品，探索“线下体验，线上交易”的商业模式，积极与第三方配送平台探索实行个性化配送或集中化配送的差异化配送方案，降低冷冻食品或生鲜食品的配送成本，增强主营业务核心竞争力，丰富盈利模式。

教育板块加强发行服务体系建设，以推进图书信息管理系统项目建设和落实发行网点布局为抓手，完善相关基础建设及与政府相关部门沟通工作；在稳定免费教材业务的基础上，创新教辅经营模式，着力提升本地区自主教辅品牌的市场份额，加大优质品牌教辅产品合作引进力度，力争创造新的增量。

农牧板块在严抓防疫的基础上，以扩大产能和提质增效为核心，要加快推进落实产业发展目标，创新经营模式，抓好产学研合作和新品种研发，加大产品品种和生产布局的调整，加快生产线扩建项目的研究和建设，扩大产能规模效应，实现质量效益同步发展。

3、强化资本运营力度，加快主业“外延”发展步伐。

一是打造“广弘冷链”品牌，通过自建、收购、合作或租赁等方式，形成一定运营规模的“冷库+市场+互联网”集群，培育和完善食品全程冷链物流管理体系。二是发挥上市公司平台优势，开展资本运营。积极谋划对外扩张，择机开展并购与公司主业相关的企业工作，带动规模效应持续增长。三是积极推进食品

冷链主业外延发展和并购项目。在广州积极寻找合作地块，探索建设“一站式”食品冷链产业核心旗舰园区，为未来优化土地资源和产业转移打下基础。

4、优化管理模式，促进企业发展

一是创新考核机制。充分用好考核的杠杆作用，进一步解放思想，突出以效益为中心，立足增量增效为目标，推广增量考核机制，推动企业长效发展。二是探索集约化管理模式。以“集中决策、统筹管理、分类经营”的核心管理原则，建立责权明晰的组织管理体系，制定统一的管理流程和激励机制方案，强化对归口企业采购、生产、销售等经营活动的控制和监管，强化财务成本核算，保证协调控制下的分责运营模式的有效实施。三是完善业务供应链信息系统及数据库建设。认真分析现有业务供应链系统对公司业务、财务的融合度和实施情况，进一步完善业务供应链信息系统，实现对公司各项业务的全覆盖，同时与财务系统对接，通过信息技术手段实现对各项业务的实时化、数字化、精细化、业财一体化管理。

5、增强品牌意识，强化上市公司品牌战略

全面梳理公司现有各类商标、品牌及列入省市著名商标、产品及服务情况的同时，诊断现有品牌价值 and 再塑造空间，探索通过母公司品牌、统一VI设计，融合目前的食品冷链、食品供给、食品流通主业，强化“广食牌”、“广弘种猪”、“连锁配送”品牌知名度，丰富“广弘冷链”品牌，扩大国有控股食品类上市公司品牌效应，从现有的“优质品牌”到“优秀品牌”再到“卓越品牌”，建立广弘控股品牌的“知名度打造”到培育“品牌忠诚度”再到“系统化品牌建设”，强化客户认知、扩大上市公司整体知名度和影响力。

广东广弘控股股份有限公司董事会

二〇一八年四月二十日