中基健康产业股份有限公司

重整计划（草案）之经营方案

一、产业投资人基本情况

新业集团是新疆维吾尔自治区人民政府出资并受新疆维吾尔自治区国资委监管的国有独资公司，经过十八年的发展，新业集团从一家国有资产经营平台公司转型发展为以煤炭、煤化工、化工新材料为核心的产业集团。截止 2026 年 9 月 30 日，新业集团资产总额达 930.39 亿元。

二、整体经营思路

1.深耕主业，全面提质增效

中基健康产业股份有限公司（以下简称“中基健康”）是新疆生产建设兵团重点支持的农业产业化龙头企业，业务涵盖番茄育种、种植、生产、加工、贸易及研发全产业链。

公司荣获中华人民共和国商务部、中华人民共和国人事部、新疆维吾尔自治区人民政府、新疆生产建设兵团工业和信息化局、中国品牌影响力评价办公室授予的“重点培养和发展的中国出口名牌”“全国商务系统先进集体”“优强企业”“大健康行业质量管理先锋品牌”“农业产业化兵团重点龙头企业”“兵团十大工业消费名品”等荣誉及入选多次评优活动；公司的“ChalkiS”牌番茄酱被新疆名牌战略推进委员会列为“新疆名牌产品”，在行业中具备显著优势地位和持续发展潜力。

重整完成后，中基健康将深耕主业、强化番茄产业核心地位，以重整为契机系统性重构现有业务发展战略，明确大包装番茄制品、小包装番茄制品及番茄红素系列产品三大核心序列作为战略支柱，围绕三大序列优化业务架构、整合资源、消除冗余，提升运营效率与协同效应，构建覆盖番茄全产业链的价值优势，打造健康食品领域核心竞争力，成为立足全国、辐射更广区域的番茄精深加工与健康食品产业领导者。

2.实施产能动态优化与分阶段复产计划，从根本上改善经营基本面

近年来，受全球番茄酱市场供需失衡、产品价格下行及库存高企等因素影响，番茄加工行业整体承压。在当前订单低迷、售价与成本严重倒挂的背景下，维持多数工厂正常排产将加剧存货积压和未来减值风险，导致生产规模越大、亏损越深。为此，公司结合市场形势主动收缩生产规模，合理安排各工厂生产计划，系公司控制亏损、减少经营失血的阶段性必要举措。

目前公司产品集中于大包装番茄制品，高度依赖 B 端客户，C 端市场开发不足。小包装番茄制品作为重整后三大核心产品序列之一，兼顾国内 B 端与 C 端需求，可实现产品差异化与客制化。公司在生产调度中优先保障小包装番茄制品产线的运营，利于开拓 C 端市场、分散经营风险，并在重整完成前维持关键生产技术和市场存在，为重整后快速提升产能利用率、优化业务架构、提升整体运营效率奠定基础。

公司大桶番茄酱生产厂房及核心设备无新建、报废或重大改造，整体状态良好，按标准定期维护，满足生产经营需求。番茄预处理、

浓缩、杀菌、灌桶等核心生产线设备完好率保持高位，运行稳定。生产、销售、技术、管理团队核心人员稳定，相关工厂随时具备复工复产能力。

为化解高库存压力、避免盲目增产带来减值风险，公司复产将严格遵循以市场订单为驱动、以效益产出为准绳的经营逻辑，产能释放节奏与订单恢复、产品结构优化及技改落地效果紧密挂钩，确保新增产能直接转化为经营效益。基于上述原则，公司依托于引进的重整投资人资金，结合市场恢复预期与技改推进节奏，制定了分阶段产能利用率提升路径：

第一阶段，修复与验证期。集中资源优先重启部分地理位置优越、设备状况良好、贴近国内目标市场的工厂，将重整投资人投入资金优先用于核心产线技改和关键设备升级，重点消化现有库存、完成核心产线技改并打通国内主要客户订单闭环，计划将整体产能利用率提升至相对合理区间，初步恢复自主生产和订单承接能力。

第二阶段，规模与替代期。随着国内市场渠道拓宽和订单稳定增长，根据订单落地情况及市场恢复节奏动态调配产能，计划将整体产能利用率提升至较高水平，通过规模效应与自动化改造推动单位生产成本降至行业平均线以下，实质性改善成本竞争力。

第三阶段，弹性与盈利期。全部工厂进入可按订单随时启动的备战状态，整体常态产能利用率维持在健康水平，并保留充足弹性应对番茄产季季节性高峰，产能布局完整服务于国内外多元市场结构，成为公司持续稳健经营的坚实底盘。

3.产业投资人整合资源，全面支持赋能

新业集团作为产业投资人将充分发挥自治区国有企业的平台优

势，深度整合疆内外资源，协调、推动客户资源向中基健康导入。在市场端，支持中基健康布局线上销售网络，协助全面搭建和优化电商团队，入驻各主流平台，全面打开线上销售局面；利用自治区内国资资源，帮助中基健康进入区属国企控制的零售渠道，以点带面，逐步推动中基健康产品疆内销售布局全面铺开；同时借助新业集团的商业网络，积极对接全国大健康领域优质战略客户资源，显著拓展中基健康番茄系列产品在国内 B 端市场的辐射深度与广度。在资金端，凭借新业集团 AA+级长期主体信用评级，新业集团将有效利用卓越的融资能力，协助中基健康做好融资增信、拓宽多元化融资渠道，为产能提升计划提供坚实可靠的流动性保障。在团队端，对现有销售团队进行评估，通过量身定制的培训体系、团队结构优化等机制创新，全面重塑并提升中基健康的整体销售能力与市场响应速度。在研发端，新业集团作为关键纽带，将其在高校、科研机构积累的深厚合作资源全面嫁接至中基健康。公司将借此着力打造一个高效、开放的产学研一体化平台，显著丰富公司的功能性产品矩阵，为核心技术的前沿化、自主化迭代注入强劲动力，实现研发效能的破壁与倍增。

三、具体业务发展规划

重整完成后，中基健康将从三个方面系统推进战略转型与运营提升，强化番茄主业的核心竞争力：

1.大包装番茄制品

一是加强采购端管理，稳定原料供应。公司以高标准农田建设为契机，探索“龙头企业+土地流转+农田建设”集约化合作模式，完善“龙头企业团场基地+种植户”利益联结机制，通过订单农业深化绑

定，保障种植户收益与原料稳定供应。整合种业、金融、田间管理、机械化及培训等全要素服务，推动全程机械化、智能化，构建源头成本优势。

二是建立产能弹性调节机制，缓解库存压力。当前公司库存高企及全球产能过剩的现状，公司将建立“订单触发式”生产机制，以确认订单量达到预设阈值作为生产启动前提；同时对生产资源实施战略性重组，将动态产能在大包装与小包装制品之间灵活调节，通过产能结构优化从根本上减轻库存压力。

三是精准实施技改技措，推动降本增效。公司以“降本、提质、增效”为目标，对现有产能实施技改技措，降低吨酱料耗及停机风险，提高产成品率及产品质量；同时加强工厂数智化、自动化配套升级，降低用工成本，配备年轻化、高素质管理团队，打造“绿色工厂”“智能工厂”“5G 工厂”，推动番茄加工主业从劳动力密集型向技术密集型转变，力争保持行业成本领先水平。

四是紧抓国内大循环机遇，拓展市场新增量。在地缘冲突持续、国际运价与关税波动加剧背景下，国内加工番茄消费市场潜力正在释放，远低于欧美水平。伴随餐饮工业化与健康消费趋势融合，自热食品、番茄酸汤火锅等超级品类迅速崛起。公司将积极响应国家增强国内大循环政策导向，加速大包装番茄制品向国内市场战略转移，重点对接食品加工及连锁餐饮企业，嵌入头部客户中央厨房体系，通过合作研发构建技术壁垒，建立按区域需求动态调整的柔性供应链；国际市场方面，通过与客商联合组建海外团队、在中亚及中东建立海外仓和分装厂，分区域重建分销网络，维护中亚市场、恢复欧洲市场、开拓非洲与南亚市场，实现从被动接单向主动控盘

转变。

2.小包装番茄制品

一是提升自主可控产能与延链补链强链，实现降本增效。目前公司产能集中于大包装番茄制品，高度依赖B端客户，C端产品主要采取代工模式，导致开拓C端市场时面临产能不足、订单流失、成本偏高、交付周期延长等问题。因此，公司计划依托重整后留存现金实施三步走产能重构：短期建成番茄丁制品产线，构建大包装与小包装产能可弹性切换的柔性制造体系，实现小包装降本增效，改善对大包装单一结构的过度依赖；中期建成小罐制罐生产线，减少小罐产品包材采购价格过高的经营痛点；长期通过布局前置仓及OEM、品牌合作等策略，解决新疆物流成本偏高问题。同时升级供应链体系，通过区域化产能布局与智能化物流管理构建高效履约网络，形成“需求精准响应—产品快速供应—服务高效交付”一体化协同模式。

二是丰富产品品类，围绕终端需求推进差异化创新。中国番茄加工制品渗透率较低，主因在于现有产品与中式餐饮风味错配——传统制品过酸，且西式罐头工艺带来“高盐防腐”刻板印象。为此，公司将围绕中国消费者习惯及口味偏好，开发零添加、保留原生营养与活性的差异化健康番茄制品，抢占健康升级餐饮市场。

三是布局新兴电商平台，构建兵团系列品牌认知。公司将深化与主流电商平台合作，重点开发契合都市便捷生活与家庭健康管理场景的番茄制品，持续传递产品天然、产地可溯源、兵团产品可信的核心价值，以优质产品突破消费者认知，形成兵团特色品牌效应。

3.番茄红素等多元化高附加值产品

一是推进多元化渠道布局，构建全国性健康产品销售体系。面对国内健康产品市场外资品牌主导、竞争加剧的现状，公司依托新疆优势原料资源与工艺创新优势，开发契合中国消费者体质特点的功能型产品，实现差异化竞争。市场拓展将聚焦京津冀、长三角、大湾区及新疆本地。布局主流电商平台，借助消费数据优化产品投放和营销策略，通过电商、直播加强消费者教育。依托番茄红素等保健产品的医疗健康效用，定期组织面向医生、营养师的专业研讨会，形成“专业人士推荐”的口碑效应，发挥“中国品牌影响力大健康行业质量管理先锋品牌”、Chalkis 牌保健品获评“兵团十大名品”的优势，社交媒体推出品牌溯源活动，树立功能性食品领域高端专业形象。线下突破传统消费场景，与高端健身房、瑜伽馆、精品超市、健康轻食连锁品牌及高端酒店、度假村合作，进驻零售区、推出联名款或纳入健康增值服务礼包。在新疆本地力争将番茄红素相关健康产品作为特色健康礼品，进入机场免税店、五星级酒店特产店等文旅渠道。此外，发展多元经销商体系，以有竞争力的利润政策吸引优质合作伙伴，推动区域精细化运营，建立覆盖全国的健康消费解决方案网络。

二是聚焦番茄红素核心产品，构建新疆特色健康品组合。形成以番茄红素为核心、新疆特色资源与市场热点协同发展的产品体系，依托新疆高纬度日照优势及专利提纯技术，推出多形态番茄红素产品，深入医疗、高端消费及健康管理等应用场景。通过柔性供应链推动多品类高效生产，依托数字化营销打通全渠道消费场景，形成以番茄红素天然植萃提取技术为核心竞争力、新疆资源为差异化亮点的健康产业生态，全面提升产品附加值。

三是围绕番茄价值挖掘新品，构建多元化产品体系。立足番茄特色资源，加快食品主业升级，重点拓展番茄汁、软糖等便捷休闲食品；同步探索科研跨界应用，推进番茄功能成分研究，布局妆品领域高附加值产品，实现“食品+妆品”双轨突破。建立新品孵化与销售联动机制，布局线上新兴平台及线下高端渠道，推动创新产品快速落地变现。整合产学研资源，加速科技成果转化，持续挖掘番茄产业链价值，打造新的增长极。

4.优化公司治理结构，提升上市公司规范运作水平

重整完成后，中基健康将按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规及监管规则的要求，进一步完善《中基健康产业股份有限公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《信息披露管理制度》等制度，持续优化股东会、董事会、管理层及职能部门构成的公司治理体系，明确各治理主体的权限与职责，做到分工明确、权责明晰；充分发挥独立董事作用，强化内部监督机制的独立性与权威性，保障公司决策的科学性、合理性与实施的有效性，切实维护全体股东特别是中小股东的合法权益。

同时，中基健康将在充分尊重各子公司独立法人地位的前提下，依法依规行使股东权利，通过子公司股东会、董事会等公司治理渠道，对红色番茄等子公司的重大经营决策、财务规范运作、重要人事提名等事项依法进行监督与协调，确保上市公司整体经营战略在各经营实体得到贯彻落实；红色番茄作为上市公司全资子公司，将严格遵守上市公司规范运作的相关要求，保持资产、财务、人员、机构、业务的独立性，依法独立开展生产经营活动，并配合中基健

康履行信息披露义务。

公司将持续加强人才队伍建设，不断完善人才培养、引进与激励机制，保持经营管理团队、生产技术骨干及销售队伍的稳定，为重整后业务的快速恢复与发展提供人力保障。

中基健康产业股份有限公司董事会

2026 年 11 月 17 日