



高端红枣好想你

好想你健康食品股份有限公司

2020 年度董事会工作报告

二〇二一年四月

目录

一、概述	2
(一) 宏观经济情况概述	2
(二) 行业情况概述	2
(三) 公司发展情况概述	3
二、2020 年度董事会履职情况	3
三、2020 年重点工作回顾	4
(一) 重大资产出售完成，公司发展进入新篇章	4
(二) 聚焦红枣主业，提升产品力，深耕高端红枣行业	4
(三) 构建核心品牌资产，推动品牌营销升级	4
(四) 推动门店升级，实现品牌全域零售	5
(五) 文化为纲，业绩为领，打造百年发展之基	5
(六) 强化信息化建设，提高经营管理效率	6
(七) 践行社会责任，发挥企业价值	6
四、公司未来发展展望	6
(一) 深耕核心品类创新发展，持续推进企业战略纵深	7
(二) 聚焦优势单品，实施精准营销	7
(三) 深化营销渠道建设，加大全渠道整合，协同发展	7
(四) 借助“星火计划”，助力商业模式升级	8
(五) 组织保障，建立并完善人才战略体系	8
(六) 依托信息化，赋能业务发展	8
(七) 投资新拓展，力争跨越式发展	9
(八) 关注股东回报，增强投资者信心	9

一、概述

（一）宏观经济情况概述

根据国家统计局核算，2020 年全年国内生产总值达到 1015986 亿元，按可比价格计算，比上年增长 2.3%。分季度看，一季度同比下降 6.8%，二季度增长 3.2%，三季度增长 4.9%，四季度增长 6.5%。分产业看，第一产业增加值 77754 亿元，比上年增长 3.0%；第二产业增加值 384255 亿元，增长 2.6%；第三产业增加值 553977 亿元，增长 2.1%。

（二）行业情况概述

1、行业政策导向

2019 年 1 月 3 日，中共中央、国务院发布了《关于坚持农业农村优先发展做好“三农”工作的若干意见》，《意见》指出，必须坚持把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重不动摇。特别提出：加快发展乡村特色产业。因地制宜发展多样性特色农业，倡导“一村一品”、“一县一业”。健全特色农产品质量标准体系，强化农产品地理标志和商标保护，创响一批“土字号”、“乡字号”特色产品品牌；大力发展现代农产品加工业。培育农业产业化龙头企业和联合体，推进现代农业产业园、农村产业融合发展示范园、农业产业强镇建设。健全农村一二三产业融合发展利益联结机制，让农民更多分享产业增值收益。

2020 年 2 月 5 日，中共中央、国务院《关于抓好“三农”领域重点工作确保如期实现全面小康的意见》，《意见》指出，支持各地立足资源优势打造各具特色的农业全产业链，建立健全农民分享产业链增值收益机制，形成有竞争力的产业集群，推动农村一二三产业融合发展。加快建设国家、省、市、县现代农业产业园，支持农村产业融合发展示范园建设，办好农村“双创”基地。继续调整优化农业结构，加强绿色食品、有机农产品、地理标志农产品认证和管理，打造地方知名农产品品牌，增加优质绿色农产品供给。

2021 年 2 月 21 日，中共中央、国务院发布了《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》，这是 21 世纪以来第 18 个指导“三农”工作的中央一号文件。《意见》指出，民族要复兴，乡村必振兴。要坚持把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重，把全面推进乡村振兴作为实现中华民族伟大复兴的一

项重大任务，举全党全社会之力加快农业农村现代化，让广大农民过上更加美好的生活。同时，《意见》强调，推进现代农业经营体系建设。支持农业产业化龙头企业创新发展、做大做强。

2、行业发展情况

根据国家统计局数据，2012-2020年，我国食品制造业规模以上工业企业主营业务收入从15834.33亿元增长到了19598.80亿元，年复合增长率达3.62%，行业发展较快。

（三）公司发展情况概述

报告期内，好想你紧紧围绕“好想你只做好枣，更要成为健康食品的缔造者”的企业愿景，深入践行“让懂健康、要健康、愿为健康付诸实际行动的人吃上健康食品”的企业使命，在“新时代健康食品的引领者”战略指引下，着力打造“高端红枣好想你”的品牌定位，实现好想你新时代高质量发展。静下心来做恒业，迎接新的发展，形成了以红枣为主的大健康食品体系。

报告期内，公司实现营业收入30.01亿元，同比减少49.65%，归属于上市公司股东的净利润21.55亿元，同比增长1018.80%。



二、2020年度董事会履职情况

公司董事会始终严格遵照《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。

2020年董事会召集召开股东大会4次，审议通过了2019年年报、2019年度利润分配预案、关于回购公司股份方案的预案、选举公司监事等事项。

2020 年公司召开董事会会议 10 次，审议通过了关于对外捐赠支持新型冠状病毒肺炎疫情防控、拟开展外汇套期保值业务等议案共 86 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，2020 年董事会依照股东大会的决议完成了 1 次权益分派，实现现金分红 4317 万元。

三、2020 年重点工作回顾

(一) 重大资产出售完成，公司发展进入新篇章

公司抓住历史机遇，与世界 500 强百事公司进行合作，将所持有的郝姆斯 100% 股权出售给百事饮料(香港)有限公司，增加归属于上市公司股东的净利润 22.31 亿元，为支持公司未来发展带来了充裕资金，有利于改善主业的持续经营能力，优化财务状况，强化股东回报。出售完成后，好想你回归以红枣业务为主的新时代健康食品的发展战略，聚焦主营业务，形成以红枣为中心的大健康食品体系。

(二) 聚焦红枣主业，提升产品力，深耕高端红枣行业

公司坚持“新时代健康食品的引领者”的发展战略，聚焦高端红枣业务，不断提升产品力，巩固红枣行业领导地位，引领红枣行业朝着高端化、创新化、健康化发展。

公司建立了全国红枣行业首个院士工作站——好想你“陈坚院士工作指导站”。还与河南中医药大学副校长苗明三教授合作，采用现代冷冻真空干燥技术，开展食养、食补、食疗系列产品的研究，大大提升了红枣研究工作的精度、高度、广度和深度。2020 年公司新获得了“一种红枣去核装置”等 11 项专利技术，应用冻干锁鲜黑科技，不断开发高端红枣类产品，成功上市双 A 枣、A 一枣等系列产品，升级了健康情锁鲜枣系列产品，通过产品力的不断提升，进一步提升了高端健康礼品的核心竞争力。同时，公司升级了爆款产品清菲菲，围绕“国民滋养早餐”场景，成功上市了胶原蛋白肽水果银耳羹、红枣银耳燕窝羹和 7 日清润银耳羹，满足“高富美”目标人群的市场需求。

(三) 构建核心品牌资产，推动品牌营销升级

公司坚持差异化发展理念，着力提高好想你高端品牌溢价，持续构建核心品牌资产。报告期内，公司落地“好想你品牌高端升级”项目，奠定了好想你高端

红枣的品牌基础；公司确定了“一天吃三枣，好想你不老”的品牌谚语，并建立了好想你超级品牌符号“枣帝”；围绕“高端红枣好想你”的品牌定位，公司成功牵手代言人赵丽颖，精准营销“高富美”女性人群；通过全面打造“高端红枣好想你”的品牌 VI 系统、借助品牌超级符号应用系统、进行产品包装应用体系升级、全渠道形象优化升级，继续夯实“高端红枣好想你”的品牌定位。

2020 年，公司联合尼尔森、阿里巴巴、河南报业集团召开“首届红枣食药同源论坛”，并发布红枣食药同源行业白皮书。疫情期间公司在云端直播论坛发布食药同源清菲菲系列新品，覆盖影响 300 万人次，进一步确立了红枣食药同源的长期战略布局。

（四）推动门店升级，实现品牌全域零售

公司成立全域零售事业部，自建线上“社群化云店”，并与线下新零售门店群在“人、货、场”实现全面一体化融合，以新零售“多维场景、多点触达”的生态闭环思维创新商业模式。以门店为基发展周边社区团长，建立门店获客渠道，以团长为起点，以供应链为终点，采取“预售+自提”的消费模式，通过好想你心选平台，用高频次产品消费提升门店坪效，联同线下门店组建立体获客矩阵，塑造线上线下融合的有机体，打造“门店+社群团”的新零售模式。同时，线上联合头部主播，大力拓展直播渠道，线下通过在高端礼品市场、高端家庭消费市场持续深耕，主打家庭化健康食品需求，线上线下全渠道整合营销，实现业务增长。

（五）文化为纲，业绩为领，打造百年发展之基

企业文化是推动公司发展的不竭动力。借助“好想你大学”和“好想你互联网商学院”的平台，围绕“构建学习型组织，提升组织核心竞争力”的使命，组织开展企业文化建设活动、学习型组织构建学习活动、新员工培训、人才梯队建设项目、管理干部能力提升培训、营销赋能培训、星火计划赋能培训、生产类培训以及新型学徒制项目等；同时，好想你注重内部人才梯队的建设，做到培养人才、储备人才、搭建人才晋升梯队，使公司人才库达到“有人用、用有人、人有用”的人才保障。同时，公司强化绩效考核机制，以业绩为导向，采取业绩超额奖励、员工持股计划等，实行多层次激励机制，充分调动员工的积极性，让员

工真正享受公司发展的红利；公司在日常工作中树立共同的目标和理想，达到企业上下步调一致，戮力同心，为打造百年企业奠定坚实基础。

（六）强化信息化建设，提高经营管理效率

报告期内，公司大力数字化建设转型，利用 BI 大数据应用技术，提升数据感知能力、打造出会员管理与供应链运营体系。通过系统数据多维度互联互通，更加精准地洞察和满足消费者需求。在企业运营管理上，公司建设了前台、中台、后台组织模块，通过 ERP 系统、CRM 系统、OMS 系统、WMS 系统、OA 系统，形成大数据沉淀对现有的产品、用户以及消费关系进行了重构升级，从产品的研发、采购、生产、销售、物流、售后等全链路进行深度整合。同时，公司全力推进全渠道业务拓展，实现线上电商、线下专卖、社区团购等全渠道系统的会员信息、订单信息、营销方式、产品信息、用户服务全面打通，各渠道之间相互赋能，形成商业闭环的新生态，提高运营效率。

（七）践行社会责任，发挥企业价值

2020 年初，面对突如其来的新冠肺炎疫情，全国上下团结一心，共同抗疫。作为极具社会责任感的上市公司，公司开展了“您守护健康·我们守护您”对外捐赠专项行动，累计捐赠现金及产品 500 万元，尤其是公司产品清菲菲，既健康又美味，得到了一线防疫工作者的一致好评。

四、公司未来发展展望

2021 年是我国现代化建设进程中具有特殊重要性的一年。根据《政府工作报告》，今年我国发展的主要预期目标是：国内生产总值增长 6% 以上；城镇新增就业 1100 万人以上，城镇调查失业率 5.5% 左右；居民消费价格涨幅 3% 左右；进出口量稳质升，国际收支基本平衡；居民收入稳步增长；生态环境质量进一步改善，单位国内生产总值能耗降低 3% 左右，主要污染物排放量继续下降；粮食产量保持在 1.3 万亿斤以上。

好想你作为一二三产业融合发展的标杆企业，将紧抓发展机遇，紧跟时代脉搏，围绕《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》、《“健康中国 2030”规划纲要》等文件精神，在“强品牌、高标准、高效率、高增长”的自我驱动下，持续升级完善好想你商业模式，充分发挥好想你的品牌、

产品、渠道、技术、资源等优势，努力实现新时代的跨越式发展，继续为国家乡村振兴战略提供助力。

疫情后，全世界人民开始关注自身免疫力健康，对健康食品的需求也随之爆发，而中国是继美国之后第二大健康食品市场，发展潜力无穷。

（一）深耕核心品类创新发展，持续推进企业战略纵深

公司坚持“新时代健康食品的引领者”的发展战略，聚焦红枣+食药同源特色农产品，围绕“科技创新、不断开发新产品，持续改进；优化服务，使顾客满意，做到两个 100%”的经营宗旨，不断研发创新食药同源健康食品。

围绕红枣主业持续创新发展，重点开发红枣健康零食类、冲饮冲调类、代餐简餐类、伴手礼类产品，满足核心人群不同场景需求，进行多场景开发。围绕二十四节气持续打造好想你“健康好礼”系列产品，创造礼品市场多元化需求，推出伴手礼、婚庆礼、商务礼等系列礼品，通过多维场景迎合多维人群的需求。

围绕红枣食药同源的长期战略布局，继“清菲菲”核心大单品后，公司将持续开发高价值核心产品。以红枣为主，其他食药同源类食品为辅，建立“健康单品类、营养组合类、食疗混合类”的冻干锁鲜产品矩阵，满足消费者个性化健康食品需求，迎合休闲化、代餐化、家庭消费、礼品馈赠等多场景需求，重点打造高品质刚需健康食品。

（二）聚焦优势单品，实施精准营销

后疫情时代下，消费者对健康食品、方便代餐食品的需求持续增长。80、90后消费者正在成为养生消费主力人群，他们更注重“多快好省”的食养产品。好想你围绕核心目标人群，将持续打造战略产品清菲菲，把清菲菲定位为健康生活的“国民养生”产品。针对追求品质生活的“高富美”所呈现出良好的增长趋势，好想你将针对清菲菲战略产品，通过网络大剧营销、大学生校园广告创意赛营销、代言人营销、头部网红直播战略合作等多维营销方式，进行线上线下整合营销，持续打造“新时代健康食品”。

（三）深化营销渠道建设，加大全渠道整合，协同发展

公司不断探索新的发展模式，推出多元化食养健康互动体验店，开发了“轻养 Young 生活”食养生活馆，加强对食药同源理念的传播，让健康食养年轻化、

生活化、便捷化，让懂健康、要健康、愿为健康付诸实际行动的人吃上健康食品，为好想你门店的升级探索出了样板。

线下开设六维一体“轻养 Young 生活”食养生活馆，提供轻养水吧服务、休闲体验服务、食养产品服务、营养师服务、自有社区团平台服务和数字化营销服务。店内在红枣食药同源产品的基础上，设立“健康锁鲜食品”体验区，让消费者进行“新时代健康食品”的深度体验式消费。

线上渠道持续助力增长，专业化运营社交电商、直播与内容新营销的同时，建立社区团私域流量运营平台，为线下门店注入活力。重点发展社团新零售模式，线下丰富门店产品、提升单店坪效，线上社区团与线下门店整合推广，满足私域会员需求、提升会员复购粘性。

（四）借助“星火计划”，助力商业模式升级

凭借好想你渠道、品牌、营销等资源优势，赋能县域当地农产品龙头企业，通过“一县一品、一区一店、一店千品、一品千店”运营模式，打造县域特色农产品运营平台。继续深化与福建、甘肃、宁夏、内蒙古等省份地标性农产品龙头企业合作，将银耳、百合、枸杞、山楂等特色农产品与红枣结合，打造标准化、健康化，高品质的食药同源产品，满足“高富美”人群的需求，实现商业模式的升级。

（五）组织保障，建立并完善人才战略体系

公司持续推进组织变革，强化组织透明性，以客户为导向，增强中后台支撑和业务赋能能力。公司设有管理晋升路径和技术晋升路径等双向发展方向，着力打造员工职业发展体系，保障组织发展的人才需求。公司持续完善人才梯队建设，强化总公司管理模式推进薪酬市场化改革，加快人才培养和发展，利用好想你教育公司、好想你党建学院等教育平台，为公司培养人才，储备人才，提高员工的参与感与向心力，保障公司业务的可持续发展。

（六）依托信息化，赋能业务发展

聚焦“多前端、大中台、强后台”的信息化建设思路，重点建设 ERP 系统、HR 系统、SFA 访销管理系统、TPM 预算费控等系统建设，提升人、货、财、等综合管理水平。确保核心业务全面数字化、流程线上化、数据标准化，从而实现

用数据说话、用数据决策；构建统一主数据平台，规划推进切实可行的信息系统解决方案，不断解决业务痛点、难题，并通过信息化工具、互联网思维来解决管理中存在的问题。把握好互联网浪潮，打通后端到消费者之间的数字化通道，感知更多的消费场景，提升全渠道业务销售能力。

（七）投资新拓展，力争跨越式发展

2021年，公司在做好主业经营的同时，把对外投资作为重要大事来抓。未来上市公司必将投入更多的资金进一步丰富公司的产品品类，做大做强公司主业，同时寻求与健康食品相关的投资和产业布局机会，聚焦投资符合新时代群体消费习惯的健康产品企业，继续助力公司向健康食品领域扩张。

（八）关注股东回报，增强投资者信心

为增强股东回报，构建长期稳定的投资者群体，公司将继续结合实际情况实施回购股份，从而增加每股盈利水平，维护股东权益；公司也会按照未来三年股东回报规划，结合生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，制定公司利润分配方案，积极回报投资者，切实保护中小股东的合法权益；持续提升公司综合竞争力，围绕大健康市场开拓、加快研发创新、狠抓质量安全、加强内控管理等目标。推动年度各项经营指标顺利完成。