



高端红枣好想你

好想你健康食品股份有限公司

2021 年度董事会工作报告

二〇二二年四月

一、概述

（一）宏观经济情况

2021年，我国国民经济持续稳定恢复，高质量发展取得新成效，“十四五”实现良好开局。2021年，我国国内生产总值（以下简称GDP）为1,143,670亿元，按不变价格计算，比上年增长8.1%，完成了全年6%以上的经济发展预期目标。

报告期内，新冠肺炎疫情突发，党中央及各级政府统筹部署疫情防控各项举措，通过扩大内需、促进消费、减税降费等一系列助企纾困政策，终端消费逐季恢复并实现增长。

（二）行业发展情况

1、行业政策

近年来，国家层面相继发布《“健康中国2030”规划纲要》、《关于实施健康中国行动的意见》、《健康中国行动（2019-2030年）》等文件，部署实施健康中国战略，不断加大对大健康产业的扶持力，健康食品产业提供更大的发展空间。

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》。《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。

2021年5月31日，农业农村部印发《关于加快农业全产业链培育发展的指导意见》。《意见》明确，到2025年，培育一批年产值超百亿元的农业“链主企业”，打造一批全产业链价值超百亿元的典型县，发展一批省域全产业链价值超千亿元的重点链。

2021年4月13日，河南省人民政府印发《河南省国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》。《纲要》提出，巩固传统食品加工优势，发展冷链食品、休闲食品、功能食品，加快烟草、白酒产业转型。

2、行业发展

红枣行业：据中国果树记载，枣是我国原产果树、第一大干果和五大优势经济林之一，枣成为我国特色果品大产业。枣树以其原产我国、历史悠久、全国驰名、国外稀有等特质成为我国最具代表性的民族果树之一。近年来，我国枣产业整体上进入了从卖方市场向买方市场、从传统果业向现代果业转型的关键期。随着经济全球化进一步发展及我国“一带一路”战略的加速推进，枣作为我国最具代表性的民

族果品走向全世界必将变得更加顺畅，国际市场空间会大幅度增加；而健康产业的迅速兴起也为以营养见长的枣产品提供了新的更大的市场空间；此外，网上销售的普及，使得贮运方便的枣产品获得扩大销路的巨大机遇。另外，中国中医学自古以来就有“食药同源”理论，后经几千年的发展，随着人们生活经验的积累，药、食逐渐分化，而当下这一理论思想又重返大众视野，有返璞归真之势，以食为药，以食代药。国务院办公厅在2016年发布了《关于进一步促进农产品加工业发展的意见》，强调要加快产业转型，开发营养均衡、养生保健、食药同源的加工食品。红枣在作为食品的同时，还具备药用属性，红枣作为食药同源的代​​表，未来红枣行业也将获得进一步的发展。

健康食品行业：根据艾瑞咨询发布的《食品饮料行业七大风向》报告显示，当前的消费者倾向选择更健康的零食，既满足情绪需求又减少健康负担，包括选择“小包装”产品减轻因零食摄入产生的负担感，以及选择天然甜味剂的食物。美国天然食品分销商 KeHE 发布的预测报告显示：69%的消费者表示他们想要两全其美，寻求平衡零食满足和健康方面的食品。

自2016年中共中央、国务院印发并实施《“健康中国2030”规划纲要》以来，我国大健康产业市场规模保持稳定增长，2015年到2020年市场总规模由5.2亿增至9.0万亿人民币。据国家公开资料统计，2020年我国65岁以上老龄人口数量约有1.9亿，肥胖或超重人群比例接近50%，烟民数量接近3.1亿。在当下后疫情时代，老龄化矛盾突出，不良饮食与生活习惯导致多数国民处于亚健康状态并便随着各类慢性疾病，普通民众对于日常保健品、健康饮食的需求欲望不断提升。因此，健康食品行业的发展空间巨大。

休闲食品行业：商务部流通产业促进中心发布《新消费时代休闲食品消费趋势研究》报告显示，随着国民经济持续稳健增长，居民收入水平和消费能力提高，休闲食品消费潜力不断释放，行业实现快速扩容，市场规模呈现逐年增长趋势。根据国际咨询机构 Frost & Sullivan 统计，2020年中国休闲食品产业规模接近1.3万亿元，预计2021年，我国休闲食品行业市场规模将超过1.4万亿元，继续保持平稳增长。

（三）公司发展情况

2021年度，在新冠疫情叠加郑州特大洪水的双重影响下，企业受到各种错综复杂因素的不利影响，经营难度加大，董事会认真分析了公司所面临的行业竞争状况

和公司发展阶段，科学地部署了公司经营战略，并积极督促管理层落实，严格检查执行情况。公司董事始终秉持勤勉尽责的态度，利用自身专业优势，为公司发展提供了合理化建议，切实增强了董事会的战略决策能力，保证了公司经营管理正常进行，为实现业绩目标奠定了良好的基础。公司管理层在董事会的领导下，围绕既定经营计划，加大产品研发，优化渠道建设，加强品牌宣传，战胜了新冠疫情和郑州特大暴雨的不利影响，超额完成了年初制定的经营目标。

2021 年度，公司实现营业收入 12.81 亿元，预算完成率 125.62%，按照剔除杭州郝姆斯食品有限公司的口径，公司营业收入同比增长 45.62%。公司实现归属于上市公司股东的净利润 6,163.41 万元，预算完成率 102.10%，扣除非经常性损益的净利润同比增长 78.70%。截至 2021 年 12 月 31 日，公司总资产 55.06 亿元，净资产 44.38 亿元。



二、2021 年度董事会工作情况

（一）董事会日常履职情况

2021 年，公司董事会依据《公司法》、《公司章程》所赋予的各项职责，本着对公司股东负责的精神，认真履行落实股东大会的各项决议，忠实履行职责，维护公司利益，围绕公司年度目标任务，积极推动公司高质量发展，保证了公司日常经营及重大事项决策的合法合规、高效推进，保障了公司及全体股东的利益。

报告期内，公司共召开董事会 8 次，审议通过 37 项议案；董事会作为召集人，共召开股东大会 3 次，其中 1 次年度股东大会，2 次临时股东大会。公司顺利完成董

事会换届选举工作。第五届董事会的成员中既有公司元老，也有新鲜血液，既保证了公司持续稳定发展，又能从新组合中焕发出新活力，开启发展新时代。现将公司董事会 2021 年度的重点工作报告如下：

（二）2021 年度重点工作情况

1、重点实施精准营销，提升品牌影响力

报告期内，公司加强与消费者的深度沟通，通过整合线上线下营销资源，借助代言人赵丽颖在年货节、女王节、520&618、中秋节、双十一、双十二等重要节点进行了大量营销投放，包括以专卖店为核心的线下营销、以线上旗舰店为中心的电商平台营销、以微博为主的品牌 IP 形象打造、以微信公众号为主的会员活动宣传、以抖音快手为主的直播带货、以小红书深度种草为主的内容营销，通过多种新媒体形式与消费者融合互动，把握新消费新趋势，重点推广了健康情、即食枣、清菲菲等战略大单品，精准触达核心消费人群，持续提升品牌影响力。公司通过合作《理想之城》、《爱的理想生活》、《我的砍价女王》等热门剧集触达广泛的年轻消费者，在都市白领消费群体心中建立起产品与这些生活场景的强关联，引领一种健康食养的新生活方式。公司还与唐宫文创合作，开发了联名礼盒，好想你的品牌形象与“唐宫夜宴”文化 IP 相得益彰，品牌势能得到提高。报告期内，好想你品牌的影响力和美誉度进一步提升。

2、全面布局高潜细分市场，多引擎推动业务增长

报告期内，公司聚焦“红枣+食药同源”，持续加快科技进步和成果转化的速度，不断研发创新健康食品。2021 年公司研发费用 3,418.76 万元，占营业收入的比例为 2.67%，研发费用占比较 2020 年提高 1.54%。

报告期内，公司升级了枣博士、健康情、即食枣、枣夹核等存量产品，确保存量产品焕发新的活力。同时开发了低 GI 清菲菲、小鲜脆、红枣咖啡、每日坚果等健康新产品，在这些新产品研发方面，不但提速提质，同时保证产品品质的不断升级，为公司业绩的增长和年轻消费群体的拓展做出了重要贡献。新产品在科技创新方面也取得了多项突破，低 GI 清菲菲，满足怕糖人群一日多餐的消费需求；“小鲜脆”，满足消费者“0 油”的需求。新产品的上市牢牢把握市场潮流的新趋势，迅速抢占消费者心智，满足年轻消费群体的需求，提升了公司业绩增长，新品类产品上市，创造 5000 万元的销售业绩。



3、加强营销渠道建设，全面提升客户体验

报告期内，公司围绕高端红枣好想你品牌定位，加速在新零售渠道赋能的布局和发展。线下渠道重点围绕好想你轻养生活馆，极力打造单店盈利模式。深化连锁专卖管理体制，围绕“六维一体”思维提升顾客服务体验，通过门店、品类、人群、场景精细化运营来实现单店盈利目标。

公司线上渠道主要围绕全渠道运营，布局新电商、运营新品牌、拓展新品类。报告期内，公司成立了 Missyou 电商部、直播电商部、清菲菲运营处、小冻粮项目处、婚庆项目处等渠道管理部门，重点布局直播电商、社交电商、内容电商，以“1主品牌+N子品牌”策略切入各精准细分市场，满足多场景需求。

在巩固线下和线上渠道的基础上，公司以新零售平台为载体，实现线上线下联动。专卖店通过新零售拓展三大线上业务线（线上商城、外卖、社区团），构建以“人货场”多元消费场景，为客户提供多入口覆盖、互联互通、方便快捷的便利服务，赋能专卖店线上会员到店引流，全面推进线上线下同款同价，让消费者在天猫、京东等网络平台都能买到同质同价的线下专卖产品。报告期内新零售平台为线下门店成功引流 11,000 名会员。

4、整合供应链资源，精益生产提质增效

公司秉承“生产车间就是第一营销现场，生产工人就是第一营销人员”的生产管理理念，建设了绿色工厂、智能车间，打造了开放型市场化运营供应链。公司供应链探索产学研一体化，产学研融合，线长车间主任兼职老师化，年级对应车间结对子、班级班组结对子，试行师徒化新型运作模式。报告期内，公司通过整合生产工厂、仓储、冷链与物流等供应链资源，进行 BU 化精益生产，在追求“履约 100%、品质 100%、服务 100%”的基础上，实现了采销协同、内保供给、外拓开源、共创共享，优化提升干部队伍，实行干部管幅效益化，线长主任角色转型，提升了管理效率，节降了生产成本。同时，公司通过红枣、白糖、苹果等品种的套期保值业务，有效规避其价格上涨所带来的风险，锁定原材料成本，保证公司业务健康、稳定增长。

5、持续改善组织效率，深化改革机制体制

报告期内，公司继续推进组织变革，持续改善组织效率。公司在管理晋升路径和技术晋升路径双向发展的基础上，进行了标准岗位库建设，并建立了各层级的通用胜任力模型，运用信息化系统，实现人事管理的精细化、规范化，以保障发展的人才需求。为更好地进行人才培养，在常规的新员工培训、技能提升培训之外，公司搭建了线上学习平台，让员工能够利用碎片化的时间学习，真正构建学习型企业。

报告期内，公司成立多家全资子公司，负责独立业务发展，取得了明显的成效，搭建了人才发展的平台，助推了公司业绩可持续发展。

6、建设信息化管理系统，实施数字化转型

报告期内，公司继续实施数字化转型，重点升级建设了 ERP 系统，实现业务财务一体化管理；在终端建设了数字化门店，新零售系统，精准分析进店客流、转化率、客单价，更加精准地洞察和满足消费者需求；自主开发的社区团购平台投入运营，实现了 O2O 业务，为线下门店引流，提升门店业绩；供应链端实施 SRM 供应商协同平台，提升了订单确认、预约送货、入库对账的效率；财务管理方面引进易快报系统，实现预算管控、会计档案数字化；人力资源管理实施了 HR 系统，对员工的管理更加准确、高效。

7、稳步推进投资活动，实现资金保值增值

公司立足发展实际，将“短期谋利润，中期谋战略，长期谋发展”的投资方针

落实在日常投资工作中。公司积极与头部创投机构、股权投资基金保持密切合作关系，深入考察调研了一系列与公司主营业务相关的食品饮料、大健康、大消费投资标的，储备了一批具有潜在发展能力的投资项目。

报告期内，公司孵化的 Missyou 项目在 11-12 月份实现营业收入 1,348.54 万元；红枣咖啡项目在下半年实现营业收入 1,609.92 万元，还有其他一些新项目取得了成效，从而实现了公司业绩的增长。公司通过和头部创投机构合作的基金投资的企业已经有一家实现了上市，还有几家目前正在上市的过程中，投资的资产实现了大幅增值。同时在资金管理方面，公司寻找了适合风险偏好的二级市场金融理财产品，建立起了完善的理财产品筛选、风控、跟踪体系，实行常态化跟踪与评估，实现资金的保值增值。

8、深化非公党建工作，积极践行社会责任

报告期内，公司不断深化非公党建工作，让党建融入企业的生产、运营与发展中，把党员培养成骨干，把骨干发展成党员，通过党建引领企业高质量发展。为迎接建党 100 周年，好想你党建博物馆于 2021 年 7 月落成，以冬、春、夏、秋四季枣园创意贯穿整馆，立意于学习传承延安枣园的红色精神，将非公企业的党建园地打造成在中国精神滋养下，聚力、生发、开花、结果、蓬勃发展的“新时代红色枣园”。

2021 年 7 月，为应对郑州特大暴雨，公司党员干部在公司党委的带领下，身先士卒，承担应急抢险工作，在危机时刻守护公司职工生命和财产安全。公司在积极自救的基础上主动承担社会责任，迅速开展对外援助，捐赠现金和产品价值 1,000 万元，以实际行动彰显了上市公司的担当。

9、开拓产业援疆新篇章，助力乡村振兴

好想你于 1996 年正式进入南疆，开展新疆地区的业务，2003 年，新郑灰枣落户新疆，好想你在南疆累计采购红枣金额约 60 亿元。红枣经济还带动了地方旅游、宾馆服务等产业的发展，带动了南疆多个县市经济的崛起和转型。近几年，公司逐步加大在新疆喀什市麦盖提县采购红枣原材料，带动当地红枣价格上涨，实现枣农脱贫致富，公司多次被麦盖提县授予锦旗。报告期内，公司在南疆采购红枣原材料 5.65 亿元。

公司长期在南疆地区驻派有丰富的红枣种植专家，带领公司枣树管养技术人员深入到若羌县吾塔木乡、铁干里克镇、瓦石峡镇、麦盖提县的田间地头，组织

召开枣树树体管理、肥水管理等丰产实用培训技术。培训乡村干部及当地枣农超过10,000余人，有效提高了当地群众的枣树管理技能，对提高红枣产量、提升红枣品质起到了积极的推动作用，公司通过实际行动助力乡村振兴，实现一二三产融合发展。

三、2022年度发展展望

（一）行业格局和趋势

近年来，国家层面相继发布《“健康中国 2030”规划纲要》、《关于实施健康中国行动的意见》、《健康中国行动（2019-2030年）》等文件，部署实施健康中国战略，不断加大对大健康产业的扶持力度，好想你作为健康食品公司将会有更大的发展空间。

随着“大健康”理念的兴起、全国居民人均可支配收入的增加、消费升级和人口老龄化，叠加突如其来的疫情，不断改变和深化国人的健康观念，由此衍生出巨大的健康市场需求，健康食品行业发展潜力无穷。

（二）公司发展战略与目标

2022年是公司成立30周年，公司第五届董事会是新班子、新气象、新局面、新任务、新挑战，基于对公司发展历史的认识、分析、判断，就公司未来发展战略进行了多次深入研讨，从公司全局、长远角度进行判断、谋划、布局，提出了科学的发展战略，制定了“百亿市值、百亿收入、百年品牌”的中长期战略目标。

公司管理层在第五届董事会制定的战略指导下，制定了公司的发展策略，聚焦红枣主业，传承工匠精神，致力于红枣的开发研究，把红枣做到“一厘米宽、一公里深”，实现“一纵一横”产品规划和布局，将红枣的核心价值发挥到极致，持续引领红枣行业朝着规范化、标准化、品牌化、高端化、健康化发展，推动红枣产业再上新台阶。

面对充满挑战的宏观环境和多变复杂的经济形势，公司管理层提出以“高品质、高价值、优服务”为今年的发展主题，以品牌文化和科技创新为双引擎，引领企业发展，坚持红枣主业不动摇，坚持好想你高端品牌定位，坚守品质根基，持续专注创新，优化客户消费体验，通过多品牌、多品类、全渠道业务发展，推动企业高质量发展。

（三）2022年度重点工作

1、坚持好想你高端品牌定位，多举措持续提升品牌力

公司将紧紧围绕“百亿市值、百亿收入、百年品牌”的战略目标和“高端红枣好想你”的品牌定位，通过强化品牌塑造、强化品牌管理、强化品牌宣传，持续提升品牌力。

在品牌塑造方面，追求“高品质、高价值、优服务”，夯实好想你高端品牌形象。

(1) 高品质。①严选食材，用全球最好的原料，生产世界最优的农产品；②科学配方，合理膳食，营养平衡，让消费者看得见、摸得着、吃着管用，经得起论证、经得起推敲，经得起历史的检验；③科学储存锁鲜技术，能有效保持新鲜食材的色、香、味、形，并最大限度保留食材的营养成分；④严于生产，按照医药行业标准，在十万级净化车间内，通过六重清洗、螺旋暖风烘干、臭氧杀菌、全自动去核、全自动光影分选，生产出高品质的产品。

(2) 高价值。持续专注创新，提升产品价值。围绕“十二大创新”对TOP50存量单品进行优化升级。同时，与高校合作开发红枣功能性产品、红枣生物制品，提高产品附加值。

(3) 优服务。不断创新服务举措，优化客户消费体验。以门店作为连接高品质、高价值的媒介桥梁，以体验店形式打造高端优质服务，为客户提供贴心消费需求。依托现有连锁专卖店，持续深化轻养生活馆的落地工作，以枣为核心，打造枣体验空间、吃枣餐、喝枣茶、品枣点心，为顾客营造场景式、体验式、沉浸式的体验营销。

在品牌管理方面，通过“1+N”品牌策略，实现精准营销；通过建立和完善品牌管理系统，重塑好想你品牌高端形象。1是“好想你”主品牌，主攻高端红枣市场，重点是存量业务；N是“Miss you”、“千年胡杨”、“树上粮仓”、“小冻粮”、“咱家熊孩子”等子品牌，布局各精准的细分市场，满足多场景需求，提升增量业务。

在品牌宣传方面，多管齐下，占领消费者心智资源。(1) 聚焦中秋节、年货节，打造国民品牌，主推健康情、即食枣、枣夹核桃、清菲菲等大单品。(2) 围绕高端红枣七好标准，不断向消费者强化“好想你枣就是高端枣”“好想你枣就是香、甜好吃”“好想你就是健康食品引领者”的认知，输出好想你是《免洗红枣》、《灰枣》、《骏枣》、《枣粉》国标主导制定者，打造好想你的高端品牌属性。(3) 加强与权威媒体合作，提升媒体曝光度。(4) 聚焦内容营销，打造养生文化。线上围绕红枣健

康知识，通过直播、抖音、视频号等进行全域普发；线下组织高端会员举办健康养生知识沙龙。（5）继续结合代言人赵丽颖作为优秀女性代表的标签，配合全年营销节点、大单品及线下体验店推广，精准触达高端女性、精准白领人群。（6）自建短视频团队+MCN 机构双驱动，借势直播短视频风口，打造好想你抖音、快手等自媒体号。（7）通过品牌宣传，让好想你深刻占领消费者心智资源，强化好想你是红枣品类代名词；通过“Miss you”、“千年胡杨”、“树上粮仓”、“小冻粮”、“咱家熊孩子”等子品牌的宣传，向消费者传递好想你多品牌、多品类、全渠道发展的策略，有利于培育更加精准的客户，扩大市场空间。

2、聚焦 TOP50 大单品，以科技创新引领企业高质量发展

公司将根据“二八”法则，集中资源聚焦 TOP50 核心产品，重点打造“健康情”、“即食枣”、“拥抱您”、“清菲菲”四大核心系列产品。围绕“十二大创新”，对现有 TOP50 大单品进行全面优化。

公司借助河南省特色果蔬食品创新中心，通过院士工作站、中原学者工作站、博士后创新实践基地等专业的研发机构合作，借助科技创新加大功能性产品的研发力度，以科技创新引领企业高质量发展。

纵向上，通过科技创新提升产品力，打造企业护城河。公司与江南大学合作，借助其发酵技术研究优势，开发适应市场需求的功能性营养食品，红枣生物制品，如红枣多糖、红枣多肽、红枣发酵产品等。

横向上，通过“红枣+食药同源”拓展产品品类。公司联合中国农业大学、河南中医药大学、河北农业大学、郑州轻工业大学等科研机构进行红枣护肝基础研究与精深加工功能性产品的研究与开发，输出完整的红枣护肝基础研究报告成果等。

2022 年计划开发红枣功能性产品 3-5 种，2022 年研发费用预算 3,522.00 万元，同比增长 3.02%。

3、完善渠道管理体系，提高渠道效能

（1）线下。线下渠道要以门店作为链接高品质、高价值的桥梁，以体验店的形式打造优质服务场景，优化客户消费体验。公司将依托现有连锁专卖店，继续深化好想你轻养生活馆落地工作，打造枣空间、喝枣茶、吃枣餐，通过品尝式、体验式、沉浸式的销售场景，打造红枣产品体验店，通过“六维一体”做服务体验，通过门店、品类、人群、场景精细化运营来提升单店盈利，以新零售平台为载体，深度联

动（线上品牌商城、外卖、社区团），赋能专卖店到店引流，提升单店盈利能力。商超：省内聚焦直营，树标杆，打造样板市场，省外聚焦客营，聚焦全国性重点客户、连锁精品超市等，提升销售收入。特渠：聚焦机场高铁、机关食堂、养老机构等销售渠道。客户定制（ODM）：通过 B2B 的形式，向食品加工企业、餐饮企业、医药企业开发客户定制的产品，满足客户需求。出口：发展进出口项目，拓展红枣出口业务，拓展国际空白区域市场，并且加快拓展深加工坚果类、红枣咖啡类产品的出口。

（2）线上。围绕红枣与冻干两大赛道，持续推进好想你母品牌及 Missyou、树上粮仓、小冻粮、清菲菲、喜枣等子品牌建设及运营，预计 2022 年子品牌销售收入超过 2 亿元；坚持高端品牌定位，聚焦用户体验、品质、场景需求，聚焦 TOP50 产品，精准营销与体验营销相结合，精细化运营，向存量要增量；加速布局新增量，重点布局直播电商板块，围绕抖音、快手为主的短视频直播平台开设布局新店铺，加快大主播合作+店铺自播+素人口碑传播，让短视频及直播助力业绩稳定增长。全面推进线上线下同款同价，让消费者在天猫、京东等网络平台都能买到同质同价的线下专卖产品。

（3）线下、线上。打通线上、线下渠道资源，联动运营，通过门店线上三大业务线（引流到店业务、外卖到家业务、快递到家业务），构建“人货场”多元消费场景——多入口覆盖、互联互通、提供便利的健康生活服务。

4、强化供应链品质管控，提高产能利用率

公司将强化供应链的管控，严格落实产品全链路质量管控，把食品安全作为头等大事，确保产品高品质，做好产销协同，对上下游客户做到 3 个 100%，即：质量合格率 100%、合同订单率 100%、客户满意度 100%。继续实施精益管理，拓展 ODM 业务，为食品加工企业、餐饮企业、医药企业提供定制化产品，打造开放型市场化运营供应链，提高产能利用率，为市场发展提供有力支撑，赢得更多市场发展的主动，为企业创造收益。公司将积极与战略供应商合作，通过更加精细的生产计划和库存管理，在保障产品供应的基础上降低采购成本。

5、建立健全完善的体制机制，加快新业务取得非常规突破

公司将以更加开放、严谨、务实的用人理念，从“引、育、用、留”四个方面建立健全、完善优化用人机制。首先是“精准引进，定点爆破”。根据公司明确的战略发展定位，精准猎挖高端人才。给平台、定机制、敢分钱。满足高端人才需求的

价值实现、财富获取、个人 IP 打造等多方面需求。其次是“育”，企业实现良好发展的一个重要前提，就是“基本盘”一定要稳。打造并拥有一个对企业文化高度认同、技术专业过硬的基础团队必不可少。今年将重点打造供应链基层管理和营销基层人员的“管培生”团队，夯实后备的有生力量。再次是在用人方面，大胆启用新人、能人，使新老衔接、内外优势互补。实行外部专业引进占比 30%，内升占比 70% 的人才结构配比，确保有突破，有发展。在留人方面，实施股权激励计划，充分调动公司高级管理人员、中层管理人员及核心骨干员工的积极性，有效地将股东利益、公司利益和核心团队个人利益结合在一起，使各方共同关注公司的长远发展。

在薪酬结构、福利方面，优化薪酬的固浮比，用赛马理论，激发人性的奋斗动力，实现“基本工资保吃饭，绩效工资凭实干，奖金激励靠贡献”。在月度的过程中管理中，实行“比学赶帮超”激励制度。通过“比业绩、学案例、赶先进、超他人”的机制，打造良好的竞争、学习氛围。

过去的一年中，我们引进了两名博士，两名台湾籍连锁运营行业的专家。两名博士，分别属于研发和金融业务两个板块，是将“科研和科创”完美结合的高端人才，将他们的知识和所学，转化为企业发展的动力。连锁专卖是我们的根本，两位专业人才的引进，将对门店“单店盈利模式”的突破和塑造，起到重要作用。

6、坚持稳健投资理念，助力企业高质量发展

公司将继续密切关注食品行业动态，通过与产业并购基金等专业机构合作，借助专业机构在资本市场上的投融资、并购重组等领域的经验和资源，推进公司在新消费、大健康、食药同源等三大细分领域的投资步伐，向健康食品领域扩张。公司将坚持“稳健投资、控制风险、崇尚价值、追求成长”的理念，对现有资金进行管

理，在有效保障日常经营和业务拓展的基础上实现资产增值，助力公司高质量发展。

7、巩固行业领导地位，推动标准建设

公司将进一步巩固好、发挥好行业龙头的优势，做行业领导者，引领行业高质量发展。公司作为



主要起草单位已参与制定了《免洗红枣》、《灰枣》、《骏枣》三项国家标准。2021年12月,《国家标准化管理委员会关于下达第二批国家级消费品标准化试点项目的通知》正式发布,公司成功入选“第二批国家级消费品标准化试点项目”。在此基础上,公司将抓住机遇,继续推动红枣行业标准化建设,进一步提高公司在行业中的地位和话语权,赢得发展主动权,提升公司核心竞争力。同时,公司也在积极申报核心战略产品的国家标准,带动相关产品实现快速增长。