



海欣食品股份有限公司

2016 年度董事会工作报告

2016年，我国经济正在向形态更高级、分工更复杂、结构更合理的阶段演化。消费者需求升级、国家相关部门和消费者对食品安全的意识空前提升。原材料价格和物流配送成本持续攀升。食品加工行业也从高速增长转向中速增长，增长方式从规模速度型粗放增长转向质量效率型集约增长，产品结构从增量扩能为主转向调整存量、做优增量并存的深度调整，高端产品竞争加剧，发展动力从传统增长点转向新的增长点。

2016年行业商业渠道和消费者不断升级、消费者安全意识不断提升。尽管GDP放缓、赚钱越来越难，但国人对吃喝的热情却愈发高涨，尤其是高端食材的需求持续攀升。在此背景下，公司紧紧围绕“利润优先、营收稳增、结构调整”十二字战略方针，在全体海欣人的共同努力下，较好的达成了各项预算目标。冷冻产品方面，公司持续提升“海欣”与“鱼极”品牌及产品核心竞争力，重点布局“鱼极”系列高端产品，并着眼未来进行产品的贮备和开发，尝试多样化的品牌传播及渠道拓展，通过强技术、拓渠道，做强冷冻鱼肉制品核心本业，实现了生产和销售总量、收入、利润的稳步增长。常温休闲食品则通过产品品类丰富化、品牌推广精准化、营销模式差异化、销售渠道多元化，进一步巩固海欣海洋休闲食品的品牌定位，成为公司重要的收入和利润增长点。

一、公司 2016 主要工作成果及 2017 年经营规划和主要举措

（一）经营情况介绍

1、生产情况

报告期内，公司四个生产基地金山分厂、东山腾新、浙江鱼极、舟山腾新合计完成产量7.43万吨，超额完成年初生产计划，各生产基地产量均不同程度增长，与公司销售情况相匹配。

2、销售情况

报告期内，公司实现主营业务收入 91,719.58 万元，同比去年增加 13.11%，主要得益于各品类产品销量的增加和毛利率的增长，具体如下表：

分产品销售收入和毛利率情况：



分产品	2016年1-12月			2015年1-12月			1-12月增减情况	
	销售金额 (万元)	销售占比	毛利率	销售金额 (万元)	销售占比	毛利率	增减金额 (万元)	增减比例
海欣速冻鱼肉制品	54,494.83	59.41%	28.51%	51,208.67	63.15%	28.41%	3,286.15	6.42%
海欣速冻肉制品	18,179.14	19.82%	31.62%	15,335.67	18.91%	30.37%	2,843.47	18.54%
鱼极速冻鱼肉制品	9,247.39	10.08%	49.31%	8,244.91	10.17%	50.63%	1,002.48	12.16%
常温休闲食品	9,780.05	10.66%	22.02%	6,297.54	7.77%	18.76%	3,482.51	55.30%
鱼糜	18.18	0.02%	12.02%				18.18	100.00%
合计	91,719.58	100.00%	30.53%	81,086.79	100.00%	33.07%	10,632.79	13.11%

分产品销售数量与单位售价情况：

分产品	2016年1-12月		2015年1-12月		1-12月增减情况	
	销售数量（吨）	单位售价 (元/吨)	销售数量 (吨)	单位售价 (元/吨)	数量增减 (吨)	单位售价增减 (元/吨)
海欣速冻鱼肉制品	56,119.57	9,710.48	50,593.57	10,121.58	5,526.00	-411.09
海欣速冻肉制品	13,719.17	13,250.90	11,609.49	13,209.59	2,109.68	41.31
鱼极速冻鱼肉制品	2,426.69	38,107.05	2,181.71	37,791.06	244.98	315.99
常温休闲食品	3,533.76	27,676.03	2,367.36	26,601.55	1,166.40	1,074.49
鱼糜	13.00	13,982.30	-		13.00	13,982.30
合计	75,812.19	12,098.26	66,752.13	12,147.45	9,060.06	-49.18

如上述表格所示，公司海欣速冻鱼肉制品和肉制品销售额均止跌回升，鱼极高端系列继续稳步增长，常温休闲系列高速增长且随着规模效益的提高毛利率也有较高的提升。

报告期内，公司对销售团队设置了合理的考核目标，同时匹配考核机制，鼓励多做多得，业绩奖励上不封顶。此外公司实施限制性股票激励计划也有效激发了销售人员潜能，确保了团队的稳定性并调动了工作积极性，从而实现销售超预期达成预算目标。

渠道方面，特通渠道新开发某全国知名连锁高端时尚麻辣烫系统；浙江鱼极新增一出口客户；前述新增渠道随着合作的加深，客户维护和服务的加强，预计未来将带动更多销量的增长。休闲食品2016年新增经销商146家，增长率为85.38%，为休闲食品销量的持续增长奠定了基础。此外休闲食品2015年、2016年主要的销售渠道为流通渠道，2016年底东山腾新成立休闲食品KA管理部，针对公司休闲食品的商超渠道进行进场谈判、包装设计等前期铺垫工作，2017年将完成大型商超的入驻，预计将对休闲食品的销量带来大幅增长。

品项结构方面，2016年度公司的“鱼极”系列已在高端市场享有较高品牌认可度。在低端市场竞争白热化的情况下，公司导入中端精品系列，抢占中低端的市场份额，在实际推动过程中，启动专案样板市场打造及终端打造，引导



精品系列的产品销售，2016 年度精品系列实现 136%的增长。此外休闲食品在 2015 年蟹柳、鱼豆腐等品项基础上，新增蟹黄卷、鱼板烧、溜溜虾球、宝宝虾糕等新品，进一步丰富了产品品项。

组织架构方面，公司 2016 年推出更适合现阶段管理需求的省区制，以省为单位，配合片区的管理模式，对区域资源进行更好的整合，也使得各项政策都能够较好的落地。其中江苏省区成效突出，在基数过亿的情况下，实现了 11% 的增长。

3、新品研发

报告期内，公司着眼于未来行业发展和消费升级趋势，持续开发鱼极新品，2016年新开发了撒尿牛肉丸、儿童鱼丸、蔬彩脆丸等47个新品，此外对现有主力产品进行技术优化升级，重点改进了撒尿肉丸、蟹肉棒、玉米香肠等产品，对相关产品的销量增长发挥了重要作用。

4、品牌传播

2016年，随着互联网技术的深入渗透，人们生活习惯和消费格局已经发生了前所未有的变化，消费需求与产品生产之间的联系越来越依赖于新媒体的推广和传播。鉴于此，公司2016年的品牌传播重心转移到线上和新媒体，通过微信公众号、H5传播、微信红包、微博传播等形式进行有效传播，尤其是6月渔博会，通过“鱼丸博物馆”线上线下结合传播，吸引各厂商和消费者的喜爱，加入现场手工鱼丸制作、快捷菜烹调元素，得到了消费者和观众的欢迎和喜爱，市委领导也莅临参观。

此外，公司休闲产品签约90后著名影星张一山为代言人，在年内通过平面广告和产品包装更新升级打造品牌形象，将目标消费人群进一步锁定80后、90后、00后等年轻时尚一族，并通过专项推广活动，配合渠道和终端铺货，点面线有效结合，促进休闲食品销量提升，提高品牌影响力。

5、电商业务

2016年，公司着眼于打造线上业务管理平台的目标，加强了线上线下业务的融合。在巩固原有零售业务基础上，加大渠道建设，加强与大型电商平台的对接合作。从10月份开始启动与天猫超市和京东的生鲜类目战略合作，成功将撒尿肉丸、福州鱼丸等多只产品打造成爆品。2016年网络渠道整体销量同比增长超过



200%，取得了较好的效果。同时品牌知名度得到提升，蟹柳、鱼丸、鱼极、海欣等关键词搜索排名稳定在前三，单店转化率及三项指标均高过同行。用户群体结构方面，年龄段从25-35岁的白领阶层逐步转化为20-30岁学生+白领为主，与公司整体定位80-90后的目标群体匹配度更高，对公司进一步调整和深化品牌战略方向及路径起到重要作用。

6、投资并购

2016年公司抱着审慎的态度，做了大量投资标的的寻找、考察和论证工作，相关标的在产业协同性、战略匹配性以及估值合理性等方面存在诸多分歧，因此未能形成明确投资方案，后期如有会依照相关法规进行披露。

（二）2017 年度经营规划和主要经营举措

1、内生增长方面

2017 年度公司将以“做大体量、创造效益、优化结构”为方针，继续立足于新海洋、大健康，深耕深海鱼蛋白品类及品牌，升级做大做强百年海欣、高端鱼极系列，积极发展海洋休闲品类。公司 2017 年度财务预算（合并报表口径）：营业收入 10.20 亿元，同比增长 10.32%，利润总额 2,750 万元，同比增长 32.31%，归属于上市公司股东的净利润 2,000 万元，同比增长 53.00%。具体举措：

（1）市场营销

2017年度公司将对2016年度的工作成果进行延续提升，加强各项费用管控，实行每周跟进，每月总结，定期稽核，提出改善举措。在市场营销方面，商超重点打造鱼极品牌，强化系统商超业务、促销员和门店的动销管理；通过延伸开发市、县渠道下沉，提升海欣品牌竞争力。同时针对消费场景，结合创新内容和营销方法进行销售，将线上业务转化为集销售直达、销售扩张、消费场景设计、品牌传播、与线下渠道互动和营销结合的生态链。

（2）品牌推广

2017年规划加大品牌投入实现品牌形象提升带动鱼极和海欣销量的提升，尤其是商超和鱼极战略品类的打造。目标将鱼极品牌打造成品类最高端品牌地位，概念重新提炼，提升品牌关注度和喜好度。海欣将通过快捷菜教育消费者海欣产品多种使用方式增加销售，淡季持续提升海欣品牌的美誉度。

休闲食品则在形象代言人张一山已有的平面广告和包装宣传的基础上，在销



量增长符合预期的前提下，将规划网络推广广告和视频植入广告，进一步吸引消费者目光，提升海欣、鼓山的品牌知名度，打造公司休闲食品健康、营养、快捷、时尚的品牌形象。

（3）组织和人才

2017将紧抓战略落地工作，继续贯彻人人都是CEO和事业合伙人精神，创新引入新的事业合伙人和多元业务模式，助推企业产品销售、品牌推广和产业升级。

2017将延续2016年度的组织结构调整工作，建立强大的营销中心，支持各项业务工作的开展，对区域建立以省区为基本业务经营单元的体系，稳定和补充关键业务骨干人员，精简行政后勤人员，精兵强将。同时将后勤人员与业务挂钩，确定合理的考核业务量基准，实行多劳多得。

此外公司计划2017年引进销售、市场、人资等重要业务模块的专业化职业经理人，提升公司内部管理能力，提高管理效率。

2、外延扩张方面

实施外延并购是增厚公司利润的重要途径。2017 年公司将积极利用上市公司的投融资优势，通过收购、参股、合作、设立产业基金等方式积极推进公司在消费品、大健康等领域的布局，构筑新盈利增长点，实现战略落地和可持续发展。

二、公司的发展战略

公司规划利用3到5年时间实现从海洋食品企业向海洋大消费品、海洋大健康的产业拓展和品牌升级。围绕海洋高值低脂白色蛋白为代表的食品大消费品板块业务，继续夯实大海欣冷冻鱼制品、扩大鱼极高端系列产品和培育海欣休闲常温鱼制品等做大业务和利润体量；坚持以用户和消费者为中心，积极通过产品开发、模式创新、资源整合和产业并购等方式，达成产品创新、品牌升级、品类多元、业务革新和产业拓展的目标，进而构建公司新核心竞争力、形成新利润增长点，实现企业创新发展。

三、董事会日常工作情况

（一）董事会会议召开及审议情况

1、公司于 2016 年 4 月 19 日召开了第四届董事会第十一次会议，审议通过了以下议案：

1) 2015 年度总经理工作报告；



- 2) 2015 年度董事会工作报告；
- 3) 2015 年度财务决算和 2016 年度财务预算报告；
- 4) 关于公司 2015 年度报告及摘要的议案；
- 5) 2015 年度利润分配预案；
- 6) 关于非独立董事、高管薪酬考核情况的议案；
- 7) 关于续聘公司 2016 年度审计机构的议案；
- 8) 2015 年度募集资金存放与使用情况的专项报告；
- 9) 2015 年度内部控制自我评价报告；
- 10) 2015 年度社会责任报告；
- 11) 关于终止部分募投项目的议案；
- 12) 关于使用闲置募集资金进行现金管理的议案；
- 13) 关于使用闲置自有资金进行现金管理的议案；
- 14) 关于预计 2016 年度日常关联交易的议案；
- 15) 关于调整公司组织架构的议案；
- 16) 关于召开 2015 年度股东大会的议案。

2、公司于 2016 年 4 月 29 日召开了第四届董事会第十二次会议，审议通过了以下议案：

- 1) 关于 2016 年第一季度报告的议案。

3、公司于 2016 年 5 月 23 日召开了第四届董事会第十三次会议，审议通过了以下议案：

- 1) 关于参股公司增资扩股暨本公司放弃优先认购权的关联交易议案。

4、公司于 2016 年 6 月 28 日召开了第四届董事会第十四次会议，审议通过了以下议案：

- 1) 关于变更公司经营范围及修改《公司章程》的议案；
- 2) 关于海欣食品股份有限公司《限制性股票激励计划（草案）及其摘要》的议案；
- 3) 关于海欣食品股份有限公司《限制性股票激励计划实施考核管理办法》的议案；
- 4) 关于将滕用雄先生、滕用伟先生、滕用庄先生、滕用严先生作为股权激



励对象的议案；

5) 关于提请股东大会授权董事会办理公司限制性股票激励计划相关事宜的议案；

6) 关于公司召开 2016 年第一次临时股东大会的议案。

5、公司于 2016 年 7 月 7 日召开了第四届董事会第十五次会议，审议通过了以下议案：

1) 关于海欣食品股份有限公司限制性股票激励计划（草案修订稿）及其摘要的议案；

2) 关于增加 2016 年第一次临时股东大会临时提案的议案；

3) 关于取消 2016 年第一次临时股东大会部分议案的议案。

6、公司于 2016 年 8 月 18 日召开了第四届董事会第十六次会议，审议通过了以下议案：

1) 关于 2016 年度半年度报告的议案；

2) 2016 年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告；

3) 关于调整限制性股票激励计划相关事项的议案；

4) 关于向激励对象授予限制性股票的议案。

7、公司于 2016 年 9 月 12 日召开了第四届董事会第十七次会议，审议通过了以下议案：

1) 关于向暂缓授予的激励对象授予限制性股票的议案。

8、公司于 2016 年 10 月 27 日召开第四届董事会第十八次会议，审议通过了以下议案：

1) 关于 2016 年第三季度报告的议案；

2) 关于向银行申请综合授信的议案。

（二）董事会对股东大会决议的执行情况

2016 年公司共召开 2 次股东大会，公司董事会按照《公司法》、《证券法》和《深圳证券交易所股票上市规则》相关要求，结合《公司章程》的规定，本着对股东、公司、员工认真负责的态度，严格执行股东大会决议事项。

根据公司2016年5月12日召开的2015年度股东大会决议，公司2015年度权益分派方案为：鉴于公司2015年度母公司实现净利润为负数，公司2015年度拟不派



发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本，未分配利润结转下年度，用于补充公司营运资金或对潜在标的的收购。

根据公司2016年7月19日召开的2016年第一次临时股东大会决议，公司对经营范围进行了变更，对《公司章程》进行了修改；按照股东大会审议通过的《海欣食品股份有限公司限制性股票激励计划(草案修订稿)》实施了股权激励计划。

（三）各专门委员会的履职情况

1、董事会战略委员会履职情况

报告期内战略委员会共召开了1次会议，审议通过了《2016年度经营规划》，对公司2016年度的经营规划进行了充分的讨论并达成了共识。

2、董事会审计委员会履职情况

报告期内审计委员会共召开了4次会议，审议通过了公司审计部提交的各项内部审计报告，听取了审计部季度工作总结和工作计划安排，指导审计部开展各项工作，围绕年报审计开展各项工作及协助做好内部控制规范实施等相关工作。

3、董事会薪酬与考核委员会履职情况

报告期内薪酬与考核委员会召开了2次会议，分别审议了公司《2015年度总经理工作报告》、《2015年度非独立董事、高管薪酬考核情况的议案》，以及公司《限制性股票激励计划（草案）及其摘要》、《限制性股票激励计划实施考核管理办法》和《关于将滕用雄先生、滕用伟先生、滕用庄先生、滕用严先生作为股权激励对象的议案》。

4、董事会提名委员会履职情况

报告期内提名委员会未召开会议。

三、公司内部控制情况

为规范经营管理，控制风险，保证经营业务活动的正常开展，公司根据《公司法》、《证券法》、《企业内部控制基本规范》等有关法律、法规和规章制度，结合公司的实际情况、自身特点和管理需要，建立了股东大会、董事会、监事会及经理层的治理结构，制定了贯穿于公司经营管理各层面、各环节的内部控制管理制度并不断完善，特别加强对财务报告、关联交易、对外担保、重大决策、控股子公司等重大方面防范控制。公司内部控制建设基本符合《企业内部控制基本规范》等有关法律法规的要求，内部控制体系具备了较好的完整性、合理性和有效



性。

报告期内，公司不存在财务报告和非财务报告内部控制重大缺陷、重要缺陷。

2017年，公司董事会将在全体股东的信任和支持下，有信心有决心以稳健扎实的工作作风，积极主动的工作态度，审慎决策，规范运作，团结全体员工，完成公司2017年的各项工作任务，为广大投资者争取更大的回报。

海欣食品股份有限公司董事会

2017年3月25日