

海南椰岛（集团）股份有限公司

2016 年度董事会工作报告

2016 年，海南椰岛（集团）股份有限公司（以下简称“公司”）董事会严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规以及《公司章程》、《董事会议事规则》等相关规定，本着对公司股东负责的精神，勤勉尽责，维护公司利益，认真履行股东大会赋予的职责，规范运作，科学决策，积极推动公司各项业务发展。现将 2016 年度工作情况报告如下：

一、报告期内董事会工作情况

（一）董事会会议情况

序号	会议召开时间	会议届次名称	审议通过的议案
1	2016 年 1 月 4 日	第七届董事会第一次会议	1、《关于选举公司第七届董事会董事长的议案》；2、《关于选举公司第七届董事会专门委员会委员的议案》。
2	2016 年 1 月 15 日	第七届董事会第二次会议	1、《关于聘任雷立先生为公司总经理的议案》；2、《关于公司符合非公开发行股票条件的议案》；3、《关于〈公司非公开发行股票预案（修订稿）〉的议案》；4、审议并通过了《关于本次非公开发行涉及关联交易事项的议案》；5、《关于〈公司本次非公开发行股票摊薄即期回报及填补回报措施〉的议案》；6、《关于召开公司 2016 年第二次临时股东大会的议案》。
3	2016 年 1 月 22 日	第七届董事会第三次会议	1、《关于聘任公司副总经理的议案》；2、《关于聘任公司财务总监的议案》；3、《关于聘任公司董事会秘书的议案》；4、《关于聘任公司证券事务代表的议案》；5、《关于公司日常关联交易的议案》；6、《关于公司 2016 年第二次临时股东大会增加临时提案的议案》。
4	2016 年 4 月 1 日	第七届董事会第四次会议	1、《关于向光大银行申请综合授信业务的议案》。

5	2016 年 4 月 14 日	第七届董事会 第五次会议	1、《公司 2015 年度报告及摘要》；2、《有限公司 2015 年度董事会工作报告》；3、《公司 2015 年度财务决算报告》；4、《公司 2015 年度利润分配预案》；5、《关于续聘中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）为公司 2016 年度年报审计机构及内部控制审计机构的议案》；6、《关于公司 2016 年董事薪酬的议案》；7、《关于公司 2016 年度高级管理人员薪酬的议案》；8、《公司第六届董事会审计委员会 2015 年度履职报告》；9、《公司 2015 年度内部控制审计报告》；10、《公司 2015 年度内部控制自我评价报告》；11、《公司 2016 年度投资者关系管理计划》；12、《关于召开公司 2015 年度股东大会的议案》。
6	2016 年 4 月 26 日	第七届董事会 第六次会议	1、《公司 2016 年第一季度报告全文及正文》。
7	2016 年 5 月 25 日	第七届董事会 第七次会议	1、《关于公司为关联方提供对外担保暨关联交易的议案》；2、《关于召开 2016 年第三次临时股东大会的议案》。
8	2016 年 6 月 2 日	第七届董事会 第八次会议	1、《关于变更公司经营范围及修改〈公司章程〉部分条款的议案》；2、《关于召开公司 2016 年第二次临时股东大会的议案》。
9	2016 年 6 月 27 日	第七届董事会 第九次会议	1、《关于公司符合非公开发行股票条件的议案》；2、《关于调整公司本次非公开发行股票方案的议案》；3、《关于〈公司非公开发行股票预案（第二次修订稿）〉的议案》；4、《关于〈公司本次非公开发行股票募集资金运用的可行性分析报告（修订稿）〉的议案》；5、《关于〈公司本次非公开发行股票摊薄即期回报及填补回报措施（修订稿）〉的议案》；6、《关于提请股东大会调整授权董事会办理本次非公开发行 A 股股票具体事宜有效期的议案》；7、《关于公司与原认购对象签署〈附条件生效的非公开发行股票股份认购协议之解除协议〉的议案》；8、《关于暂缓召开公司股东大会的议案》。
10	2016 年 7 月 28 日	第七届董事会 第十次会议	1、《关于公司全资子公司开展衍生品投资业务的议案》；2、《关于公司使用自有闲置资金投资理财产品的议案》；3、《公司商品衍生

			品交易管理制度》；4、《公司信息披露暂缓与豁免业务内部管理制度》。
11	2016 年 8 月 16 日	第七届董事会第十一次会议	1、《公司 2016 年半年度报告全文及摘要》。
12	2016 年 10 月 27 日	第七届董事会第十二次会议	1、《公司 2016 年第三季度报告全文及正文》；2、《关于向上海浦东发展银行股份有限公司海口分行申请授信业务的议案》。
13	2016 年 12 月 9 日	第七届董事会第十三次会议	1、《关于向海口市农村信用合作联社申请授信的议案》。

(二) 召集召开股东大会情况

序号	会议召开时间	会议届次名称	审议通过的议案
1	2016 年 1 月 4 日	海南椰岛 2016 年第一次临时股东大会	1、《关于选举非独立董事的议案》；2、《关于选举独立董事的议案》；3、《关于选举监事的议案》。
2	2016 年 2 月 1 日	海南椰岛 2016 年第二次临时股东大会	1、《关于公司符合非公开发行股票条件的议案》；2、《关于本次非公开发行股票方案的议案》；3、《关于本次非公开发行股票预案（修订稿）的议案》；4、《关于公司与特定对象签署《附条件生效的非公开发行股票股份认购协议》的议案》；5、《关于本次非公开发行股票募集资金运用的可行性分析的议案》；6、《关于本次非公开发行股票无需编制前次募集资金使用报告的议案》；7、《关于建立非公开发行股票募集资金专项存储账户的议案》；8、《关于本次非公开发行涉及关联交易事项的议案》；9、《关于《公司非公开发行股票摊薄即期回报及填补回报措施》的议案》；10、《关于授权董事会全权办理公司本次非公开发行股票相关事宜的议案》；11、《关于有限公司日常关联交易的议案》。
3	2016 年 5	海南椰岛 2015	1、《公司 2015 年度报告及摘要》；2、《公司 2015 年度董事会工作

	月 5 日	年年度股东大会	报告》；3、《公司 2015 年度监事会工作报告》；4、《公司 2015 年度财务决算报告》；5、《公司 2015 年度利润分配预案》；6、《关于续聘中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）为公司 2016 年度年报审计机构及内部控制审计机构的议案》；7、《关于公司 2016 年董事薪酬的议案》；8、《关于公司 2016 年监事薪酬的议案》。
4	2016 年 6 月 13 日	海南椰岛 2016 年第三次临时股东大会	1、《关于公司为关联方提供对外担保暨关联交易的议案》；2、《关于变更公司经营范围及修改〈公司章程〉部分条款的议案》。

（三）执行公司股东大会各项决议情况

报告期内，公司董事会严格按照《公司法》等法律法规和《公司章程》的有关规定履行职责，本着对全体股东负责的宗旨，全面贯彻执行股东大会通过的各项决议。

二、经营情况讨论与分析

2016 年，公司在充分评估自身实际情况与综合国内外经济形势的基础上，提出专注大健康产业的战略定位和发展规划，报告期内公司各部门及子公司紧密围绕董事会制定的战略方向，依照“转作风、变思路，大破、大立、大发展”的经营方针，对内持续推进管理机制改革创新工作，对外全面开展品牌升级及营销体系优化工作，在大力促进原有主业的创新和发展的同时稳步推进供应链金融产业布局，为公司后续可持续发展奠定坚实基础。报告期内，公司总体经营业绩中主营业务占比有所提升，但因品牌推广费用增加，市场投入效应相对滞后，对公司利润有所影响，共实现营业收入 84,625.01 万元，比上年同期增加 92.94%，归属于上市公司股东的净利润-3,525.01 万元，比上年同期减少 368.71%。

报告期内，公司通过全面梳理现有酒类产品品规，对产品系列重新定位；并从原材料源头对质量进行把关，保证产品质量，强化产品品质；同时加大技术投入，引进农发基金启动保健酒技改工程项目，加速推动现有产品的升级改型及新产品的开发工作。与此同时，公司在品牌推广方面持续发力，立足海南省建设国际旅游岛的先发优势和地域优势，通过高铁、机场、高速公路及其他形象的投放工程对重点消费人群覆盖宣传，迅速提升品牌形象和影响力；在福建、江西、湖

南、江苏等重点销区加大传统媒体投放力度，并通过“拳王争霸赛”、“广场舞大赛”等形式多样的各种主题宣传活动进行渗透式推广；此外公司还结合产品定位，围绕父亲节、中秋节等重点节日积极探索网络新媒体传播形式，取得了较好的效果。市场开拓方面，公司以夯实重点市场为基础，全面拓展新市场，重点突破传统市场内区域空白市场。报告期内公司在原有福建、江西、湖南三大主营销区的基础上扩大了以浙江、江苏、广东为主的长三角、珠三角经济发达地区的市场份额；在海南、广西、江苏三大销区积极开展经营模式改革，全面推进新营销体系建设；在电子商务领域积极拓展电商渠道，成功入驻“天猫商城”、“京东商城”、“苏宁易购”、“飞牛网”等国内主流电商平台，并与国内领先大数据营销平台阿里妈妈开展战略合作，进一步深化“互联网+”推广模式的升级。此外，公司积极推动酒类业务及特色饮料业务营销体系整合，强化渠道协同效应，实现销售系统的统一联动。报告期内，公司酒类板块一举扭转近几年的下滑趋势，共实现销售收入 33,224.33 万元，比上年同期增长 29.21%。饮料板块共实现销售收入 4,103.83 万元，比上年同期下降 15.53%。

报告期内，公司房地产业务以“保绩效、破难题、转方向；拓项目、执行力、调团队”为指导方针，紧密围绕大健康发展战略升级转型，“椰岛小城一期”项目通过搭建社区配套体系、服务体系和营造社团组织等模式形成符合旅居养老客户需求的综合性物业产品，对大健康地产的合理探索取得了政府、客户及业主的初步认可，建立了较好的区域知名度和美誉度，销售均价和销售总额均处于同片区前列；同时，公司集中优势资源开展本土优质项目的储备工作，并通过积极对接战略合作资源，探索旅游、养生项目的开发运营模式，稳步推进房地产业务的专业化转型。2016 年，公司房地产业务共实现收入约 22,632.63 万元，包括销售住宅 44176.03 平方米，别墅 307.81 平方米，车库 226.26 平方米。截至本报告期，椰岛广场累计实现销售收入约 11.39 亿元，已售面积占可售面积的 90%；儋州隆华新村项目累计实现销售收入约 1.32 亿元，已售面积占可售面积的 95%；澄迈椰岛小城一期累计实现销售收入约 2.96 亿元，已售面积占可售面积的 73%。

除原有主要业务板块之外，公司在报告期内积极优化主业布局，结合自身原材料采购需求开展大宗农产品为主的国内、国际贸易业务，业务范围辐射华南、华东和华北市场，利用专业的人才和成熟的现货渠道，在国内油脂贸易市场中站

稳脚跟，并在快速提升公司现货贸易基础的同时逐步推进供应链金融产业布局，以期为公司增添新的利润来源。

在管理机制改革方面，公司以精简、高效为首义开展组织架构重塑，推行扁平化管理，规范审批流程，在对分子公司充分放权的同时加强集团的服务和监管职能，通过财务系统和法务系统的垂直管理方式，有效控制财务与法律风险，提高运营效率。在人才队伍建设方面，公司逐步建立起“能者上，平者让，庸者下”的用人机制以及以业绩为导向的薪酬激励模式，倡导“绿色、阳光、公开”职业理念和价值观念，强化企业文化建设。报告期内公司通过推行架构重塑、人员优化等一系列举措，使得企业活力得到充分释放，各单位机动性和灵活性进一步提高，工作效率、人均产能均得到增强，为公司长远发展奠定了坚实基础。

三、关于公司未来发展的讨论与分析

（一）行业格局和趋势

1、保健酒业务

我国酒类行业经过几年的调整期，目前已经逐渐呈现复苏状态，产量和收入均同比呈增长趋势，而保健酒产业虽然在规模上仍落后于其他酒类，但随着国民健康意识增强及健康生活方式的倡导，其增长速度在酒类中是居于领先的，“喝健康酒、喝保健酒”的理念正在赢得更广泛的市场，“只有中老年人才需要保健”的传统的保健观念也逐步被打破，年轻一代的消费群体正在崛起，保健酒产业的市场规模存在巨大的成长空间，多家知名酒企乃至药企亦纷纷投身保健酒领域争相布局。大众消费的兴起将促使整个保健酒行业的竞争格局、产品结构、渠道模式等发生变化，消费群体、区域、渠道等将越来越细分，产品升级的趋势愈发明显，高附加值产品细分市场亦将愈发受到重视，行业企业构建多元销售渠道成为必然趋势。同时，保健酒由于其产品的自身特性，需要更加注重消费者的使用体验，提升消费者对产品的粘性，才能在未来的竞争中立于不败之地。在这种复杂市场环境下，行业企业需要及时贴近市场需求，在产品品质的改进、营销网络建设等方面进行强有力的、针对性、持续性的投入，这将给在品牌、渠道、品质、研发、资金等方面具有明显优势的企业带来更多的发展空间。

2、饮料业务

公司椰汁产品在分类上属于植物蛋白饮料序列，随着国民生活水平的提高，植物蛋白饮料由于具有营养、健康的特点而逐步为更多大众所接受，根据前瞻产业研究院发布的《2017-2022 年中国植物蛋白饮料行业市场需求与投资规划分析报告》数据显示，2007 年以来各饮料子行业增速最快的是植物蛋白饮料，2016 年植物蛋白饮料行业收入为 1217.2 亿元，2007-2016 年复合增速达 24.5%，在整个饮料行业的占比上升 8.79 个百分点至 18.69%。另一方面，随着植物蛋白饮料受众度越来越高，细分行业呈现整体集中度较低、产品同质化严重的特征，椰汁产品作为植物蛋白饮料细分行业的增长龙头，市场新品牌层出不穷，部分地方品牌在个别区域已呈现出优势品牌的特质，行业竞争将日渐加剧；同时，消费偏好呈年轻化、个性化的趋势发展，亦将快速推动产品的升级与渠道的创新，未来市场竞争将逐步向品牌化、高端化、集中化方向发展。

3、房地产业务

近年来，受益于城市化水平的提升及消费升级趋势，我国房地产行业仍处于发展的较好时期，但房地产行业区域性差异持续加剧，一线城市及二线热点城市的价格与三四线城市分化愈发明显，预计政府对于市场火热的一二线城市的政策环境仍将继续收紧，对于库存量较大的三四线城市将延续宽松的政策，房地产行业区域性、结构性分化将进一步加大。2016 年，结合海南省出台的“两个暂停”政策，海南本地市场的库存产品去化明显，市场出现了价量齐升的良性市场局面，据国家统计局海南调查总队最新发布的《2016 年海南省国民经济和社会发展统计公报》显示，2016 年海南全省房地产销售面积 1508.53 万平方米，同比增长 43.4%；销售额 1490.20 亿元，同比增长 51.6%，两项销售指标均超出全国增速近 1 倍，创下历史新高。而国内主流的一线开发商纷纷进驻亦让本地地产业开发水平有了质的提高，尤其结合海南独特的生态资源和优越的地理优势，具有旅居、养生、养老特性的地产项目更是受到各类资金的青睐，市场发展前景广阔。

4、贸易与供应链板块

近年来，在全球经济温和复苏的大背景下，大宗商品价格和人民币汇率波动加剧，对整体贸易行业的发展产生重大影响，国家亦提出加快落实和完善贸易政策、优化贸易结构、推进贸易便利化及实施更加积极的进口政策等促进贸易创新

发展的多项措施，有利于改善贸易环境，降低运营成本，培养行业发展新动能。与此同时，随着全球经济一体化进程的加速，贸易行业已由传统的第三方买卖服务模式发展成为包含交易、物流、咨询、金融等在内的全产业链条管理服务模式，紧密结合企业自身产业发展，为产业链上下游提供延伸性增值服务，有助于增强企业的核心竞争力。

（二）公司发展战略

未来，公司将专注大健康产业的战略定位和发展规划，以“2.3.2”发展模式布局发展新蓝图，即立足大健康产业和供应链金融“两大板块”；充分发挥原有主业资源优势，做大做强以椰岛鹿龟酒、海王酒为主导产品的保健酒发展平台，以健康休闲、旅游、养生为主的地产发展平台和以椰岛椰汁为主导产品的健康饮品发展平台的“三大平台”；积极寻求产业链与金融领域的投资机会，用好“两个纽带”，即以贸易公司为纽带，通过国内国际贸易做好供应链金融平台，以投资公司作为纽带，设立产业并购基金，为围绕大健康产业上下游的外延式发展提供服务。

（三）经营计划

2017 年是公司依托变革基础，持续深化改革的一年，公司将继续围绕大健康战略完成布局，以破局思路进一步明确椰岛大健康产业的纲领性战略规划，不仅要提高产品品质，坚持创新，增强有效供给能力，而且要更好地结合资本市场向中高端跃进，重业绩、重产能，在 2016 年各项改革发展成果的基础上，最终实现企业内生式和外延式相结合的均衡发展。主要经营计划如下：

1、推动产品升级，完善产品体系。2017 年，公司首先以技术改造项目为起点，强化技术研发力量，确保产品质量安全，推动原有产品的升级转型及新产品的开发工作；进一步建设以椰岛鹿龟酒为主的保健酒体系，根据不同产品的定位和特点，精准对接重度消费群，并根据市场需求开发个性化定制产品；公司椰汁产品亦将从配方、技术、包装等方面全面升级，推出系列新品，以满足不同消费者的需求。

2、提升品牌高度，强化营销创新。2017 年，公司在品牌投入上将遵循三大原则，一是提升品牌高度，在中央级媒体开始实施三年品牌战略规划，全面提升品牌价值 and 形象；二是坚持围绕江西、湖南、福建等核心销区开展精细化营销，

让品牌扎根，建立并巩固利基市场；三是继续加强与消费者的互动，以主题活动为传播主线，整合媒体资源集中传播；四是全面推进体验式营销，通过“七天功能验证”等体验式活动让更多消费者零距离接触产品、感受产品，并将加大互联网营销模式，将厂商、经销商、终端店主、消费者联合统一，信息共享，分享健康。

3、精耕细作与开疆扩土并举。2017年，公司将继续突破传统市场内区域空白市场，对原有核心市场进行“无盲点”开发，精耕细作，协调发展，争取实现传统市场50%以上的收入增长；在此基础上，公司将加大广东、浙江、上海等新晋核心市场的拓展力度，迅速打开市场局面，并逐步建设河南、重庆、山东、云南、贵州等新兴市场。

4、持续推进地产板块升级转型。2017年，公司地产板块将集合优质资源加大通过股权收购、合作开发等多种模式对匹配战略项目的获取力度，立足椰岛小城一期已经基本探索完成的旅居养老的大健康服务模式，通过搭建丰富的社区配套体系、服务体系和营造社团组织，形成符合旅居养老客户需求的综合性物业产品，在物业形态上做到“建筑优良、产品领先、服务到位”以“养生、延寿”综合服务为特色。并以此为基础，积极探索旅游、养生、养老产业的开发与运营，争取在旅居大健康住宅的细分市场上开创“椰岛模式”。

5、产业资本结合，推动企业发展；2017年，公司将以大宗商品贸易为依托，在产业链上下游逐步发展供应链金融服务，整合产业资源，打造国内农产品大宗贸易+金融+服务的共赢生态链，在大宗商品贸易模式趋同的红海中寻找一片适合企业战略发展的蓝海；同时，积极寻求外延式发展机会，探索多种形式进行产业和资本结合，为公司围绕大健康产业的后续发展注入持续活力。

6、为了实现2017年经营目标，公司将深化薪酬改革思路，实行严格的经营责任制，把企业核心经营者的个人收入和公司经营效益挂钩，达到增强核心经营者的经营责任感，强化其所负责任、经营成果和应得利益的一致性。在内部职工管理上，使用目标考核制度，分级考核标准，形成公司内部严谨的工作作风，在考核制度的激励之下，发掘潜力人才，同时大力加强人才引进，尤其对新兴产业的管理人才方面，广开渠道，完成专业化人才队伍组建。

在分子公司管控上面，持续完善集团内控体系，充分支持对子公司的创新发展，尊重分子公司的独立性，挖掘分子公司的发展潜力。同时，集团法务、财务、综管联合对子公司的经营管理开展常态化审计和专项审计，逐步形成良性的公司管控体系。

本年度报告涉及未来计划、发展战略等前瞻性陈述，该等陈述不构成公司对投资者的实质承诺，请投资者注意投资风险。

（四）可能面对的风险

1、市场竞争加剧的风险

公司所属的保健酒行业、食品饮料行业及房地产行业竞争激烈。单就保健酒来讲，目前中国从事保健酒生产的企业数量已达到了 5,000 多家，每年新增数不低于 200 多家。随着我国的经济快速发展，尤其是物联网和互联网+的战略规划下，竞争对手加大了对我国市场的关注和销售力度，市场竞争力度加大，公司面临市场竞争加剧的风险。针对上述风险，公司将采取积极措施，根据自身产业发展规划，整合原酒业销售有限公司、酒业酿造有限公司、技术中心为一体，成立海南椰岛酒业发展有限公司，进一步提升业务模块的运营效率；并在销售体系内充分引入竞争机制，全面变革市场运营模式，重新布局全国销售市场。公司食品饮料产业将根据目前市场形势的变化，进一步提升产品品质，加大市场营销力度，以福建、江西以及湖南为核心目标区域，提升市场销量；大力开发湖北新市场，依靠湖南市场的品牌影响力逐步进行区域渗透；重振江浙市场，在重点区域销量相对稳定的同时，集中优势资源加强江浙市场的管理，使江浙市场的销售逐步有起色。对房地产业务公司将加大营销力度，理顺价格体系，积极推动产业转型，确保公司项目能够按时、高效、有序完工，实现公司长远发展。

2、食品质量风险

食品质量安全关乎公司的品牌和生存。食品质量管控是企业组织机构、人员、管理制度与职责、过程管理、设备设施等诸多要素共同整合的复杂过程，任何一个要素发生问题都会影响所经营食品的质量，引发食品质量风险。针对上述风险，公司将严格按照 GMP 要求，不断贯彻和落实 GMP 管理理念，进一步完善质量风险管理体系，加强对食品生产各环节的风险控制，及时有效发现和控制对质量有重

大影响的关键控制点,采取有效控制措施,从而降低质量管理中的漏洞或者盲点,确保产品质量的稳定。

3、环境保护风险

酒类产品生产过程中会产生一定数量的“三废”,公司严格按照环境保护法规处理、排放三废。随着国家对环保问题的日益重视,环保标准可能更加严格,公司未来仍将面临一定的环境保护风险。针对上述风险,公司持续将加大环保投入,强化生产的过程控制,推行清洁生产,实现生产环境的持续改进,并制定严格的环境保护制度,强化环保意识。

4、产业政策风险

未来随着国家对酒类及食品饮料质量标准体系的不断提升,公司若未严格按照国家制定的标准对产品质量严加控制,均会对公司声誉及经营业绩产生不利影响。因此,酒类行业、植物蛋白饮料行业都存在一定的产业政策风险。针对上述风险,公司将密切关注行业变化,在生产经营过程中,主动适应行业发展新趋势,根据政策变化及时对生产及营销策略进行调整和完善,提高公司管理水平,提高GMP实施水平,以应对行业政策的调整,实现良性健康、稳健可持续发展。

5、新业务开拓风险

在做好原有主业的同时,公司董事会与管理层积极地探索宏观经济发展新常态下跨行业的经营机会,尝试开展国内、国际贸易业务,提升现货贸易基础及整体融资能力,通过相关贸易业务的探索、积累,挖掘供应链金融需求,推进供应链金融产业布局,力争在风险可控的前提下为公司增添新的利润来源。公司在开拓新业务的过程中可能遇到行业认知、市场波动、专业人才储备等方面的门槛,存在不能取得预期回报的风险。针对上述风险,公司将首先做好风险防范,建立完善的经营决策和风险控制机制,从而对新业务的整体经营风险进行控制;其次进一步拓展融资渠道,扩大融资规模,提高资金利用效率;同时积极做好人才储备,引进高端宏观及产业研究人员,对公司经营决策提供依据,探索合适方式进入供应链金融领域。

6、管理能力及人才缺失的风险

随着公司原有业务的快速发展及新业务的逐步开拓,公司资产规模和业务规模都将进一步扩大,这对公司整体的管理协调能力提出更高的要求,同时产业链

高端人才也成为支撑公司高速发展的关键因素。若公司的生产管理、销售管理、质量控制、风险管理等能力不能适应公司规模扩张的要求，人才培养、组织模式和管理制度不能进一步健全和完善，将会引发相应的管理风险。针对上述风险，公司将持续加强管理体系建设，提高风险管控能力，同时优化公司组织架构、薪酬体系，塑造以业绩为导向的企业文化，吸引国内外高端专业人才，为公司的发展输入新鲜的血液。

海南椰岛（集团）股份有限公司董事会

2017 年 4 月 28 日