

南方黑芝麻集团股份有限公司

2020 年度董事会工作报告

2020 年度，南方黑芝麻集团股份有限公司（以下简称“公司”）董事会严格按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》等相关法律法规的要求和《公司章程》的规定，本着对公司和全体股东认真负责的态度，恪尽职守，积极地行使职权、勤勉尽责地开展各项工作，认真落实股东大会的各项决议，努力推动公司治理水平不断提高，着力推动公司各项经营业务发展，有效地发挥董事会的作用。

现将 2020 年度公司董事会工作报告如下：

一、报告期公司的经营工作回顾

（一）2020 年面对的经营形势

2020 年，是极不平凡的一年。面对复杂多变的国际形势和新冠肺炎疫情的叠加冲击，我国政府科学统筹疫情防控和经济社会发展，扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务，经济运行稳定、恢复好于预期。

据国家统计局发布的数据，2020 年，我国实现生产总值 102 万亿，同比增长 2.3%，是全球少数实现经济正增长的主要经济体，但增速为历年最低；居民人均可支配收入 32,189 元，扣除价格因素同比增长 2.1%，居民消费价格同比上涨 2.5%；社会消费品零售总额 39 万亿，同比下降 3.9%，全年实物商品网上零售额 9.8 万亿，同比增长 14.8%，网上零售占社会消费品零售总额的 24.9%；全社会固定资产投资 53 万亿，同比增长 2.7%；全年货物进出口总额 32 万亿元，同比增长 1.9%。

受到新冠肺炎疫情的严重影响以及复杂的国际经济形势影响，2020 年公司面对的外部经营环境极其严峻，特别是在疫情爆发的第一季度，公司的经营基本停滞，在终端零售市场产品进不去、消费者来不了，对于以传统商超为主力销售渠道的公司来说，产品动销困难重重，因食品产品有保质期限，较大数量的成品、半成品积压在仓库，意味着公司要承受重大的经济损失。

面对严重的疫情和复杂多变的经营形势，公司全体员工迎难而上、共克时艰，在严格疫情防控的前提下，积极复工复产保供应；针对疫情下的市场变化、消费需求和消费

习惯变化而调整优化经营策略，使公司经营自第二季度起逐渐恢复。

（二）2020 年的经营成果

2020 年，公司实现营业收入 38.41 亿元，同比减少 14.18%；实现归属于母公司股东的净利润 911.08 万元，同比下降 73.08%。

报告期公司营业收入同比下降的主要原因：一是受疫情影响第一季度实现的收入锐减，与上年同期比减幅近 50%；二是公司收缩了资金占用量大、而经济效益低的物流业务，2020 年物流业务比上年减少 2.34 亿元，减幅为 87.22%。

报告期公司净利润较大幅度减少的主要原因：一是年度实现的营业收入减少，实现的毛利额也相应减少；二是为应对疫情复工复产，公司增加了疫情临时贷款，财务费用同比增加；三是处理疫情期间的临期产品而造成的损失较大，特别是电商业务代理的牛奶类短保质期产品的临期处理损失，由此电商业务全年实现的净利润大幅减少；四是公司处理资产的损失较上年度有所增加。

（三）2020 年主要经营管理工作

1、精准抓好疫情防控，认真履行社会责任。

一是制订科学、精准、长效的疫情防控方案，由于防控措施到位，公司分布在全国各地几千人的队伍没有任何员工受到疫情感染，很好地保障了员工的健康和平安；二是公司精心部署下属的大米加工企业做好疫情期间的稳定保供工作，虽然公司的大米加工企业处于疫情较为严重的湖北省，但公司响应政府号召，在做好疫情防控的基础上积极复工复产，在国外媒体宣扬中国粮食供应出现问题造成市场恐慌的情况下，为保供稳定市场作出贡献；三是在公司经营较为困难的情况下，积极向武汉等疫区捐赠救援物资，履行社会责任。

2、狠抓“止血减亏增效”工作。

公司下属的硒食品事业部、饮品事业部、出口事业部在 2019 年均出现较大的经营亏损，为扭转这一局面，2020 年公司把“止血减亏增效”作为重点工作予以落实。由于措施到位，硒食品事业部比上年度减亏近 1,000 万元，基本实现盈亏平衡；饮品事业部比上年度减亏约 4,800 万元，实现大幅减亏；出口事业部比上年度减亏 1,270 万元。报告期公司的“止血减亏增效”行动取得较好成效。

3、积极推进经营创新。

一是针对南方黑芝麻糊等产品在一二线市场的占有率高、而三四线市场特别是县镇市场的占有率较低的情况，在销售管理机构上、在销售政策上、从资源配置上支持向县

镇市场倾斜的经营创新；二是针对传统电商业务资源占用高、投入产出低的情况，重点支持进行电商新媒体运营、自有品牌电商产品经营，逐步实现电商业务的转型升级；三是针对公司的饮料产品与饮料巨头正面竞争没有优势的情况，采取重点市场突破的经营方式；四是加强自有产品电商等渠道的销售，不断扩大线上平台店铺规模，加大与头部主播合作力度，加强公司内部主播队伍培养，公司产品在电商渠道的销售占比得到进一步提升。

4、以“用户思维”强化产品研发。

一是依靠与公司建立合作关系的江南大学、中国食品科学技术学会、中国黑色食品研究院等科研机构的研究理念、研发技术加持，指导公司的产品研发；二是公司全方位深入研究消费者的消费需求、同行业新产品开发情况，制订公司的产品研发策略；三是前瞻性的布局公司可持续发展的战略性产品研发。

5、落实整改措施，提升规范运作水平。

2019年，广西证监局对公司进行现场检查后，认为公司在规范运作方面存在部分问题需要整改。对此，公司高度重视，专题研究相关整改措施并落实专人进行整改，至报告期末整改工作取得较好的成效。

6、深入开展管理整顿与深化企业改革。

报告期公司把深入开展内部管理整顿与深化企业改革活动，以此作为落实经营管理目标的抓手，作为提升管理效率的手段。通过深化改革与管理整顿，员工的精神面貌、工作质量与效率均得到较大程度的提升。

7、清理下属经营主体、降低管理成本。

公司的下属公司较多，且有的公司已无经营业务，为减少管理成本降低经营风险，报告期公司共清理注销了五家下属的全资或控股公司。

二、报告期内董事会日常工作情况

（一）董事会会议召开情况

2020年，公司董事会共召开12次会议，其中以现场方式召开的董事会会议为1次，以通讯方式召开的会议为11次。全体董事勤勉尽责，积极出席相关会议，对公司定期报告、业绩补偿及股份回购、利润分配、银行融资与担保等重大事项认真谨慎决策，依法合规进行信息披露，保障了公司及全体股东的利益。

（二）董事会对股东大会决议的执行情况

2020 年度，公司共召开 2 次股东大会，全部由董事会召集。公司严格按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》等相关法律法规和《公司章程》的规定履行股东大会的职权，保证股东能够依法行使职权，重大事项通过股东大会进行决策。公司董事会严格按照股东大会的决议和授权，认真执行了股东大会通过的各项决议，推动了公司长期、稳健、可持续发展。

（三）董事会下设的各专门委员会履职情况

公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，各专门委员会认真履行各自的职责，为董事会决策提出专业化意见及建议，为规范公司运作、提高公司的治理水平发挥积极的作用。

（四）独立董事出席董事会及发表独立意见情况

公司独立董事根据《公司法》、《上市公司治理准则》，《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》《公司章程》以及《公司独立董事工作制度》等相关法律法规的要求，履行义务，行使权力，积极出席相关会议，认真审议董事会的各项议案，在涉及公司重大事项方面均充分发表意见，对有关需要独立董事发表事前认可意见或独立意见的事项均按要求发表了相关意见，充分发挥了独立董事作用，为董事会的科学决策提供了有效保障。

（五）公司法人治理情况

报告期结合相关法律法规的新要求和内部管理要求，积极开展公司治理、内部控制建设工作，进一步完善了公司内部控制制度体系，努力提高规范运作水平、提升风险防范能力，保护投资者的权益和公司利益。

（六）信息披露和内幕信息管理

报告期公司董事会严格执行《重大信息内部报告制度》《信息披露管理制度》《内幕信息知情人登记管理制度》等法律法规的规定，如期披露各期定期报告和相关重大事项的临时公告；报告期内依法登记和报备内幕信息知情人，全体董事、监事和高级管理人员及其他相关知情人员能够严格执行保密义务，未发生内幕信息泄露或内幕信息知情人违规买卖或建议他人买卖公司股票的情形。

（七）投资者关系管理

报告期公司通过包括深圳证券交易所互动易平台、电话热线、现场调研在内的多种形式，加强与投资者特别是社会公众投资者的沟通和交流，解答投资者关心的问题，切

实保障投资者的知情权。

三、2021 年工作计划

1、集中资源聚焦大健康产业发展。

第一是按照既定的战略继续提升冲调类糊类业务、饮品业务、糖果业务和大米业务；第二是加大投入加强力度加快速度研发和经营健康食品新产品，全力打造乌发产品和植物基代餐产品等战略新品，研究特医特膳产品；第三是整合内外部资源聚焦并加速大健康产业的发展，抢占行业先机。

2、创新研发机制，以用户思维开发新产品。

公司将从战略高度贯彻用户思维，继续完善产品开发激励机制。从公司层面主导战略产品的开发，目前正在推动乌发系列产品和植物基代餐产品的开发工作；从事业部层面，调动各经营主体在产品经营方面的自主性和积极性，赋予产品事业部更多的产品开发与经营管理权限。

3、持续推进产品结构调整。

进一步优化产品结构、产品组合，培育多个拳头产品，重点推进适应消费需求、具有较好经济效益的品项产品经营。

4、加强市场网络建设，推进县镇市场的拓展。

为进一步落实销售渠道下沉的经营措施，公司 2020 年对县镇市场的经营机制、经营模式进行了创新试点，试点区域的市场占有率明显提升，取得较好的成果，2021 年将全面铺开，将公司在一二线市场产品销售强、三四线市场产品销售弱的环节补回来，通过新赛道实现销售新增量。

5、实现经营渠道立体覆盖。

在经营渠道上，一是进一步巩固公司的产品在一二线城市、大型商超的强势销售地位；二是弥补三四线城市的销售短板；三是大力发展电商、新零售等渠道销售，其中电商业务将重点推进线上产品创新，加大社区团购、直播带货等电商新零售业态的开发力度，扩大与线上平台的合作，推动电商业务快速发展。

6、完善提升生产要素，提升效率和效益。

一是加快广西容县智能化工厂的建设进度，实现年内竣工投产；二是实现饮料生产基地的生产整合，提升生产效率、降低生产成本，以提高产品的竞争力；三是实现义乌出口生产基地、电商产品生产基地的建设。

7、深化管理改革，提升管理效益。

其一是强化红线管理，明确各经营单位的经营目标红线和总部职能部门的管理红线；其二是强化标准管理，树立敬畏标准的意识，通过标准管理规范日常经营管理工作；其三是明确事业部总经理负责制，强化经营团队的责任；其四是完善激励机制，激发员工的创造性和积极性。

8、筑牢企业安全防线，坚持高质量发展。

公司要继续做好常态化疫情防控工作，保障企业和员工安全；持续提升质量管控水平，保障企业食品安全；严格落实各项内控制度，保障企业经营安全；坚持依法合规治理，保障企业高质量发展。

南方黑芝麻集团股份有限公司

董 事 会

二〇二一年四月二十三日