



劲仔食品集团股份有限公司

2021 年度董事会工作报告

2021 年度公司董事会严格按照《公司法》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，认真执行股东大会的各项决议，忠实履行职责，维护公司利益，进一步完善和规范公司运作。现将公司董事会 2021 年度的重点工作及 2022 年度的工作计划报告如下：

一、2021 年度公司经营情况

2021 年是充满挑战的一年。在全球疫情反复、原材料价格不断上行的背景下，公司坚持聚焦卤味零食战略品类，致力品牌驱动，重点发力渠道建设、产品创新以及人才的引进与培养，稳步实施公司战略规划。2021 年上半年，面对消费市场疲软、生产成本上升等多方面的经营压力，公司稳中求进，积极调整。下半年以来，公司渠道改革初显成效，产品结构不断改善，第三季度、第四季度业绩持续发力。报告期公司实现营业收入 11.11 亿元，较上年同比增长 22.21%，鱼制品、豆制品、禽肉制品分别增长 15.94%、14.37%、64.49%。归属于上市公司股东的净利润 8,493.89 万元，归属于上市公司股东的扣非后净利润 7,531.74 万元，同比增长 0.97%。公司资产总额为 10.76 亿元，同比增长 8.03%。

报告期公司主要经营情况及重点工作如下：

（一）持续推进“劲仔”品牌专业化、年轻化发展

1、公司更名为“劲仔食品”，企业与品牌形成合力

2021 年 4 月，公司从上市之初的“华文食品股份有限公司”正式变更名称为“劲仔食品集团股份有限公司”，证券简称变更为“劲仔食品”，证券代码“003000”保持不变，实现了品牌名、企业名、证券简称协同统一，突出公司的主营业务、商标和品牌标识，使企业名与品牌名形成合力，提高公司“劲仔”品牌知名度和市场影响力，同时增加投资者对公司业务情况的理解和投资判断。

2、线上线下相联动，品牌定位与传播更专业化、年轻化

报告期内，公司积极探索品牌定位，聚焦打造销量领先的卤味零食专家品牌形象，培育品类认知，消费者沟通更清晰，劲仔品牌更专业。公司在品牌传播渠道方面，集中优势资源，线上线下联动打通。传播渠道年轻化，线上通过社交媒

体持续种草，以更高效触达消费者，在抖音、快手、小红书等平台与热门主播 KOL 绑定，加大劲仔品牌在年轻消费群里中的曝光率；品牌活动年轻化，紧跟年轻消费群体的关注点，尝试发布贴近 Z 世代群体热衷的活动形式、话题内容。线下同时加以营销活动、线下楼宇电梯、地铁高铁等广告投放以扩大品牌知名度，传播公司卤味零食领导品牌地位，实现品牌影响力的快速提升。

（二）以渠道布建为战略重心，坚持全渠道发展

报告期内，劲仔食品坚持线上线下全渠道发展战略，以渠道布建为公司发展核心，持续提高产品的市场竞争力。

1、线下渠道：完善渠道结构，加强终端建设与市场推广

流通渠道是公司的重点渠道，报告期内公司持续加强经销商开发和管理优化。一方面，公司继续加强经销商网络的管理和建设，稳步发展终端管理型的高质量客户，不断发展壮大经销商队伍，推动更多终端覆盖；另一方面，加强对经销商的培训、指导、管理和维护，提高经销商活跃度，充分发挥现有的渠道优势，与经销商互利共赢，提升服务质量，积极协助经销商客户维护和拓展好对应的渠道产品，保障产品在渠道有更强的竞争力。

现代渠道方面，注重经销商布局，持续开发与拓展全国连锁 KA、CVS 连锁便利系统等以提升现代渠道覆盖率；进驻零食连锁专卖店等新型现代渠道；多方面加强现代渠道陈列打造与推广投入，树立品牌形象和精细化管理的标杆。

在市场终端建设与推广方面，公司增加市场费用投入，针对优势市场开展“万店陈列”打造专案，精选优质门店，优化渠道终端陈列情况，提高终端品牌形象。为了更好地适配渠道的发展，提高单店产出，2021 年，公司重点推出了三大品类的大包装产品，促进产品整盒与整袋销售，报告期内市场反馈良好。

2021 年，公司经销商数量从 1,734 家增加至 1,869 家，增长 7.79%，线下销售营业收入增长 21.96%。

2、线上渠道：加强核心渠道直营，布局新媒体渠道，品牌视觉升级

2021 年，公司调整线上部分核心渠道管理策略，增加直营比重，同时加强线上渠道的深度分销管理。公司重点进行新媒体渠道布局，在抖音、快手等多平台完成店铺搭建，并加大自营直播投入，同时建立了与头部达人、腰部达人稳定直播合作机制，以提升线上销量，助力品牌建设。在社区团购部分，公司已入驻

兴盛优选、美团、橙心优选等热门社区电商平台。

报告期内，公司对线上品牌视觉进行整体升级，与线下产品形成区隔，全新卡通 IP 版包装备受年轻消费者青睐。

根据天猫、淘宝、京东等平台数据统计显示，劲仔小鱼连续多年销量稳居即食鱼类零食行业第一。2021 年，公司线上销售营业收入较上年同期增长 23.32%，其中线上直营销售增长 116.48%。

（三）加大研发投入，三大品类齐发力，产品矩阵持续完善

报告期内，公司加大研发投入，通过对原辅料、工艺、配方等持续研究改良，提升产品的口味口感，满足消费者对产品风味的需求。在细分需求方面，公司通过原料优势、营养元素添加、降脂降盐等工艺，满足消费者对休闲食品消费升级的营养、健康化的需求，报告期研发费用同比增长 141.82%，食品研究院研发团队逐渐壮大，为产品升级、丰富产品矩阵提供了有力保障，也为更多热销产品提供了良好基础。

主要品类方面，公司聚焦鱼制品、豆制品、禽肉制品三大品类，根据消费者需求和渠道拓展需要，2021 年公司重点推出了三大品类大包装（整袋销售、整盒销售）系列，同时还开发了“湖湘劲辣”“热辣火锅”等创新升级口味产品，优化了产品结构。报告期内，鱼制品、豆制品、禽肉制品三大品类稳定增长，分别增长 15.94%、14.37%及 64.49%。

新品方面，报告期内公司推出了短保豆干、素毛肚、鱿鱼、无骨凤爪等新产品，丰富了产品品类，同时还积极研发年节礼盒、线上专售品类、品牌联名产品等创新产品，满足消费者多样化的需求。公司在产品储备、新品开发方面已取得一定成果，未来公司将持续创新，研发上市优质新品，不断完善产品矩阵，给消费者带来更多更新的美食体验。

（四）发挥制造优势，品质为先，工艺标准领跑行业

目前，公司 90%以上的产品均为自主制造。公司主要产品鱼制品年产能达到了 18,000 吨，在建产能 2250 吨，豆制品产能 6000 吨，禽肉制品产能 1600 吨，数十年精耕休闲食品行业，积累了一定的制造优势。2021 年，公司坚持以品质为先，在公司发起和组织下，中国水产流通与加工协会、湖南省食品质量安全技术协会、江南大学、湖南农业大学、湖南省食品安全审评认证中心等 12 家单位

和企业共同编制了全国首个小鱼零食团体标准——《风味熟制小鱼干》团体标准，为行业树立了质量标杆。

（五）信息化升级，提高公司经营管理效率

报告期内，公司在营销数字化转型方面取得进展。通过销售自动化（SFA）实现更有效的管人、更有力地掌控客户资源，通过实时终端门店数据上报，精细化管理销售人员和客户的互动行为，从而做到“工作有目标、执行有标准、核查有参照、考核有依据”；线下渠道市场推广活动管理升级，通过营销费用管理（TPM）构建从预算编制、方案制定、活动申请，活动执行、活动评价和检核、活动结案、费用核销、到活动分析全流程高效管理闭环，保障企业活动流程可管控、活动执行可管理、费用核销有凭据、活动效果可评估。

（六）完成主要经营目标，长效激励机制已见成效

2021年4月，公司推出首期股权激励方案，进一步建立、健全公司长效激励机制，吸引和留住优秀人才，充分调动公司核心团队的积极性，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。在公司管理团队的共同努力下，报告期内，公司完成了2021年主要经营目标，进一步提高了公司管理团队的凝聚力和积极性。

（七）顺利完成换届，管理团队稳定

2021年9月13日，公司召开2021年第一次临时股东大会，公司董事会、监事会顺利完成换届选举。2021年9月16日，新产生的第二届董事会召开第一次会议选举董事长，并选举产生公司第二届董事会各专门委员会成员，同时聘任了公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监、内部审计部门负责人及证券事务代表。第二届监事会召开第一次会议选举产生第二届监事会主席。公司第二届董事监事高管勤勉尽责，严格遵守各项监管制度，积极回报投资者，履行社会责任。

二、2021年董事会日常工作情况

2021年度，公司董事会共召开6次董事会，具体情况如下：

（一）董事会会议召开情况

会议届次	召开日期	审议通过的议案
------	------	---------

会议届次	召开日期	审议通过的议案
第一届董事会第十六次会议	2021年3月30日	1、《关于〈2020年度财务会计报告〉的议案》 2、《关于〈2020年年度报告及摘要〉的议案》 3、《关于〈2020年度董事会工作报告〉的议案》 4、《关于〈2020年度总经理工作报告〉的议案》 5、《关于〈2020年度内部控制自我评价报告〉议案》 6、《关于〈内部控制规则落实自查表〉的议案》 7、《关于〈2020年度募集资金存放与使用情况的专项报告〉的议案》 8、《关于公司2020年度利润分配预案的议案》 9、《关于〈2020年度财务决算报告〉的议案》 10、《关于公司使用闲置自有资金进行委托理财的议案》 11、《关于续聘会计师事务所的议案》 12、《关于公司会计政策变更的议案》 13、《关于拟变更公司名称及证券简称的议案》 14、《关于修订〈公司章程〉及办理工商登记的议案》 15、《关于使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》 16、《关于申请银行综合授信的议案》 17、《关于公司〈2021年限制性股票激励计划(草案)〉及摘要的议案》 18、《关于公司〈2021年限制性股票激励计划实施考核管理办法〉的议案》 19、《关于提请公司股东大会授权董事会办理2021年限制性股票激励计划相关事宜的议案》 20、《关于提请召开公司2020年年度股东大会的议案》
第一届董事会第十七次会议	2021年4月27日	《关于公司〈2021年第一季度报告〉及其正文的议案》
第一届董事会第十八次会议	2021年5月7日	1、《关于调整2021年限制性股票激励计划首次授予数量及授予价格的议案》 2、《关于向激励对象首次授予2021年限制性股票的议案》
第一届董事会第十九次会议	2021年8月19日	1、《关于公司非独立董事换届选举的议案》 2、《关于公司独立董事换届选举的议案》 3、《关于公司〈2021年半年度报告及摘要〉的议案》 4、《关于无偿受让控股股东商标暨关联交易的议案》 5、《关于公司部分募集资金投资项目实施方式变更及延期的议案》 6、《关于〈2021年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告〉的议案》 7、《关于修改〈对外投资管理制度〉的议案》 8、《关于变更公司注册资本、修改公司章程和办理工商变更登记的议案》 9、《关于召开2021年第一次临时股东大会的议案》

会议届次	召开日期	审议通过的议案
第二届董事会第一次会议	2021年9月16日	1、《关于选举公司第二届董事会董事长的议案》 2、《关于选举公司第二届董事会各专门委员会成员的议案》 3、《关于聘任公司总经理的议案》 4、《关于聘任公司副总经理的议案》 (1)《关于聘任刘特元为公司副总经理的议案》 (2)《关于聘任丰文姬为公司副总经理的议案》 (3)《关于聘任康厚峰为公司副总经理的议案》 (4)《关于聘任苏彻辉为公司副总经理的议案》 5、《关于聘任公司董事会秘书的议案》 6、《关于聘任公司财务总监的议案》 7、《关于聘任公司证券事务代表的议案》 8、《关于聘任公司内部审计负责人的议案》 9、《关于公司拟与专业投资机构合作投资暨关联交易的议案》 10、《关于提请召开2021年第二次临时股东大会的议案》
第二届董事会第二次会议	2021年10月22日	《关于公司<2021年第三季度报告>的议案》

(二) 董事会对股东大会决议的执行情况

2021年度，公司董事会共召集召开了1次年度股东大会，2次临时股东大会。董事会严格执行股东大会决议，推动了公司长期、稳健、可持续发展。股东大会审议通过的议案具体情况如下：

会议届次	召开日期	审议通过的议案
2020年度股东大会	2021年4月22日	1、《关于〈2020年度财务会计报告〉的议案》
		2、《关于〈2020年年度报告及摘要〉的议案》
		3、《关于〈2020年度董事会工作报告〉的议案》
		4、《关于〈2020年度内部控制自我评价报告〉议案》
		5、《关于〈内部控制规则落实自查表〉的议案》
		6、《关于〈2020年度募集资金存放与使用情况的专项报告〉的议案》
		7、《关于公司2020年度利润分配预案的议案》
		8、《关于〈2020年度财务决算报告〉的议案》
		9、《关于公司使用闲置自有资金进行委托理财的议案》
		10、《关于续聘会计师事务所的议案》
		11、《关于拟变更公司名称及证券简称的议案》
		12、《关于修订〈公司章程〉及办理工商登记的议案》
		13、《关于使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》
		14、《关于〈2020年度监事会工作报告〉的议案》
		15、《关于公司〈2021年限制性股票激励计划(草案)〉及摘要的议案》
		16、《关于公司〈2021年限制性股票激励计划实施考核管理办法〉的议案》

		17、《关于提请公司股东大会授权董事会办理 2021 年限制性股票激励计划相关事宜的议案》
2021 年第一次 临时股东大会	2021 年 9 月 13 日	1、审议《关于公司非独立董事换届选举的议案》
		1.1 选举周劲松先生为公司第二届董事会非独立董事
		1.2 选举刘特元先生为公司第二届董事会非独立董事
		1.3 选举吴宣立先生为公司第二届董事会非独立董事
		1.4 选举丰文姬女士为公司第二届董事会非独立董事
		2、审议《关于公司独立董事换届选举的议案》
		2.1 选举刘纳新先生为公司第二届董事会独立董事
		2.2 选举陈慧敏女士为公司第二届董事会独立董事
		2.2 选举陈嘉瑶女士为公司第二届董事会独立董事
		3、审议《关于公司非职工代表监事换届选举的议案》
		3.1 选举林锐新先生为公司第二届监事会非职工代表监事
		3.2 选举罗维先生为公司第二届监事会非职工代表监事
		4、审议《关于公司无偿受让控股股东商标暨关联交易的议案》
		5、审议《关于公司部分募集资金投资项目实施方式变更及延期的议案》
2021 年第二次 临时股东大会	2021 年 10 月 22 日	《关于公司拟与专业投资机构合作投资暨关联交易的议案》

（三）董事履职情况

公司全体董事恪尽职守，主动关注公司经营管理信息、财务状况、重大事项等，深入讨论提交董事会审议的各项议案，为公司的经营发展谏言献策，切实增强了董事会决策的科学性，推动公司生产经营各项工作的持续、稳定、健康发展。公司独立董事勤勉尽责，认真行使法律所赋予的权利，积极出席相关会议，认真审议董事会各项议案，对公司相关事项发表独立意见，并对公司的规范运作、经营管理等方面提出积极建议，维护公司和全体股东的利益。

（四）董事会下设的专门委员会的履职情况

董事会下设战略与发展委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会 4 个专门委员会，其中，审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事委员占多数，主任委员均由独立董事担任，审计委员会主任委员由会计专业的独立董事担任。报告期内专业委员会共召开了 8 次会议，分别就公司战略发展、审计、内部控制、财务报告、股权激励、董事聘任等事项进行了审查和决议。委员会委员充分发挥专业职能作用，依照相关工作细则和议事规则忠实、勤勉地履行义务，为董事会决策提供了良好支撑。

（五）公司法人治理规范有效

2021 年度，经过统筹安排、认真组织，公司按照相关法律法规和监管要求以及《公司章程》的规定，完成董事会、各专门委员会换届选举工作。董事会换届选举后，及时完成董事长选举和经营层选聘工作，各项工作有序衔接。报告期内，公司“三会”运作规范，建立的决策程序和议事规则民主、透明。

（六）切实做好信息披露和投资者关系管理

公司董事会严格遵守信息披露的有关规定，认真履行信息披露义务，保证信息披露的及时、真实、准确、完整。报告期内，公司共披露定期报告 4 份，披露临时公告 69 份，挂网文件 140 份。

本年度，公司通过接待投资者现场及电话调研、接听投资者热线电话、回复深交所互动易平台以及投资者邮箱问答等多种途径积极做好投资者关系管理工作，与投资者形成良好的互动互信关系。通过投资者热线电话、深交所互动易回复投资者问答 154 个；同时，公司积极采用投资者交流会、场地现场参观、股东大会等多种方式与来访投资者进行沟通交流，接待了机构调研 5 次，共计接待机构 28 家。2021 年举办了年度网上业绩说明会，公司董事长兼总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监均出席会议，回复投资者问答达 200 个，还参加了湖南辖区上市公司投资者网上集体接待日活动。

（七）现金分红积极回报投资者

报告期内，董事会按照《公司章程》规定，提出 2020 年度利润分配预案（每 10 股派发现金红利 2 元，含税），并经年度股东大会审议通过后实施，共计派发现金红利 8,002 万元，占当年净利润 77%。

（八）严格管理内幕信息

公司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在定期报告未对外披露的窗口期、敏感期，严格执行保密义务，公司未发生内幕信息泄露或内幕信息知情人利用内幕信息违规买卖或建议他人买卖公司股票的情形。

三、2022 年度董事会的主要经营工作计划

（一）总体发展战略

公司以“做中华美食文化传承者”为使命，以诚信经营为立身之本，立足传

统风味休闲食品行业，把握行业快速发展机遇，将自身打造为集传统风味休闲食品研发、生产、销售于一体的现代化食品生产企业，始终为消费者提供安全、美味、便捷的休闲食品。目前卤味零食市场处于快速发展的阶段，细分品类休闲鱼制品、豆制品、禽肉制品均有广阔的市场空间。公司在相关细分赛道尤其是鱼类零食品类已有先发优势，公司将继续专注深耕卤味零食，聚焦深耕休闲鱼制品、豆制品、禽肉制品“三大品类”不断创新，发挥公司自主制造的核心优势，坚持深化营销网络建设，持续品牌经营，优化产品结构，提高智能制造水平，持续推出新品，巩固现有产品品类行业领先地位，以进一步提高公司市场竞争力和持续盈利能力。

（二）经营计划

（1）深化品牌建设

2022年，公司将继续聚焦打造销量领先的卤味零食专家品牌形象，培育品类认知，深化品牌建设。一是注重线上品牌传播，集中优势资源面向年轻消费群体开展品牌策划及传播活动。二是抓好市场终端形象打造，线上与线下结合进行广告投放及品牌曝光，促进品效合一，优化传播效率，实现品牌影响力的快速提升和品类市场规模的快速崛起。

（2）持续渠道精耕

公司销售模式以经销模式为主、直营模式为辅；销售渠道已逐步形成线上线下双轮驱动，均衡发展的格局。公司已建立销售实践丰富的营销团队，2022年，将公司紧跟线上及线下的渠道变化趋势，针对空白市场提速渠道布建，做好广度扩张全力提升铺货率。针对已覆盖渠道加强精细化运营，做好深度精耕以提升产出，进而不断完善公司的线上线下营销网络。

（3）丰富产品矩阵

公司食品研究院的成立为丰富产品矩阵提供了有力保障，也为更多爆款产品的诞生提供了良好基础。2021年，公司对部分核心品类进行了升级，并陆续推出了新品小鱼、短保豆干、鱿鱼等新产品，取得了一定的市场效果。2022年公司将继续通过技术升级和标准化带动核心品类革代和升级，以达成优化产品口感、降低产品成本和提升产品的核心竞争力的目标。同时，公司将积极研发创新，开发创新型鱼制品，新型豆制品、禽肉制品、蛋制品、风味素食等产品，进

一步优化产品结构，满足消费者的多样需求。

(4) 加大信息化投入

公司将继续加大数字化建设投入，助力数字化营销创新。公司将引入“一物一码”项目，为每件商品赋予唯一营销码，帮助品牌实现扫码防伪、扫码溯源、扫码防窜、扫码售后等诉求，利用云平台与大数据结合，稳定市场价盘，保护经销商权益，维护品牌形象。

(5) 提升组织凝聚力

公司上市后陆续引入了营销、研发、管理等模块的核心人才并对关键人才予以股权激励。2022年公司将继续加强组织建设，培养人才梯队，壮大腰部团队，并建立管培生人才培养制度，满足公司快速发展的需求。同时公司进一步完善更加科学的业绩考核方式和激励方案，让组织更有活力，更有竞争意识，更有凝聚力。

(6) 规范治理，投关维护

2022年，将继续提升公司规范运营和治理水平，进一步完善公司相关的规章制度，为公司的发展提供基础保障，建立更加规范、透明、有效的上市公司运作体系。同时，加强内控制度建设，优化内部控制流程，不断完善风险防范机制，保障公司健康、稳定、可持续发展。公司将继续通过投资者互动平台、业绩说明会、投资者调研接待等方式，时刻与投资者及其他市场主体进行有效的沟通，帮助投资者全面、理性地认识公司的价值，并从中采纳投资者的合理化建议，为公司所用。从战略高度推进投资者关系管理工作，进行系统性、长效性的投资者关系管理活动规划。

劲仔食品集团股份有限公司

董 事 会

2022年3月18日