



高端红枣好想你

好想你健康食品股份有限公司
2022 年度董事会工作报告

二〇二三年四月

目 录

一、行业概述	1
(一) 公司所处的行业	1
(二) 行业政策情况	1
(三) 行业发展趋势	1
(四) 公司行业地位	2
二、报告期内公司整体经营情况	2
三、2022 年董事会日常履职情况	3
(一) 会议召开情况	3
(二) 董事履职情况	3
(三) 董事会各专门委员会的履职情况	3
(四) 2022 年度董事会重点经营工作	4
1、坚持品牌文化为引领，多举措持续提升品牌影响力	4
2、完善健康食品品类布局，以科技创新引领企业高质量发展	5
3、优化各渠道体系建设，实现多元消费场景全覆盖	6
4、优化供应链管理体系，提升产品品质和价值	6
5、深化机制体制改革，提升组织运营效率	7
6、持续发布新标准，引领产业规范化发展	7
四、2023 年度董事会重点经营规划	8
(一) 基本要求	8
(二) 重点工作事项	8
1、优化品牌营销，提升品牌新势能	9
2、坚持产品为王，产品创新引领企业发展	9
3、坚持渠道为先，全方位优化全渠道运营体系	10
4、持续研发创新，深挖企业护城河	11
5、全面提升供应链效能，稳品质，保供应，降成本	11
6、组织优化变革，提高业务协同能力	12
7、推动标准建设，引领健康食品产业发展	12
8、践行 ESG 理念，推动企业绿色高质量发展	12

一、行业概述

（一）公司所处的行业

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》的分类结果显示，公司所属行业为制造业中的农副食品加工业（分类代码：C13）。公司主要专注于红枣和健康锁鲜食品的研发、生产、销售，旗下拥有枣博士、健康情、清菲菲、豆菲菲等产品，因此根据公司主要经营业务来看，公司属于休闲食品行业。

（二）行业政策情况

2016年，中共中央、国务院印发并实施《“健康中国2030”规划纲要》，“健康中国”上升为国家战略。国务院发布的《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。红枣作为食药同源的代​​表，红枣行业将获得更大的发展。

近年来，中国休闲食品行业受到各级政府的高度重视和国家产业政策的重点支持。国家陆续出台了多项政策，鼓励休闲食品行业发展与创新，2022年国务院发布了《“十四五”国民健康规划》、《“十四五”推进农业农村现代化规划》等产业政策，为休闲食品行业的发展提供了明确、广阔的市场前景，为企业提供了良好的生产经营环境。2022年，党的二十大在北京开幕，会议指出“把保障人民健康放在优先发展的战略位置，完善人民健康促进政策”。鲜明地体现了党和国家对人民生命健康的高度重视，也为健康食品产业的发展指明了方向。

（三）行业发展趋势

根据头豹研究院数据显示，2017-2021年，中国休闲食品行业市场规模（按零售总额计）由6,643.0亿元增长至8,435.0亿元，年复合增长率为6.2%。未来五年，在产业升级及消费升级的推动下，中国休闲食品行业有望保持超过6%的年复合增长率持续增长，中国休闲食品行业将成为食品行业的重要市场，未来休闲食品市场发展空间和潜力大。

伴随着中国经济的快速发展和居民可支配收入水平的持续提升，中国居民的消费观念发生了较大改变，对食品的需求逐渐由温饱向个性化、多元化、休

闲化、健康化方向转变。含碳水、含糖量较高的传统食品消费比例下降明显，非油炸食品消费有所提升。新一代的年轻消费者以及中等收入群体愿意为健康的饮食给予更高的溢价，低糖低卡、优质的原材料、健康的加工工艺、健康的功能性等要求，已成为主流需求推动着食品产业向着健康化发展。休闲食品在这一潮流下备受消费者青睐，市场规模不断扩大。

（四）公司行业地位

好想你1992年创立，2011年5月在深交所上市，成为中国红枣行业第一家上市公司。三十多年来，我们牢记初心、坚守主业，坚持一二三产融合发展，经历了从无到有，从小到大，从弱到强，从强到精，实现了好想你就是红枣，红枣就是好想你的市场认知，更是创造了高端红枣好想你的传奇，为红枣产业做出了八大贡献。近年来，公司以冻干锁鲜（FD）技术为核心，以“精、细、深、透、严”的新时代、新工匠精神坚定创新驱动，与国内顶尖科研院所深入合作，围绕“十三大创新”，瞄准健康锁鲜食品赛道，严选地道食材，开发“专、精、特、新”高质量产品，实现了健康锁鲜食品的多元化创新延伸发展。目前，公司是中国红枣行业的龙头企业，是中国健康锁鲜食品产业的领先企业。

二、报告期内公司整体经营情况

2022年是公司成立三十周年。三十年来，公司牢记初心、坚守主业，经受住各种困难和风险考验，将一颗小小红枣做成了一个产业，实现了红枣七十二变，实现了从“有没有”到“好不好”奔向“强不强”的跨越，推动了红枣产业持续稳定健康发展。三十年来，我们守正创新，引领健康食品保鲜方式从“生鲜”、“冷鲜”到“锁鲜”的创新升级，还开创了植物蛋白新时代，带领好想你从单一农产品加工企业成功转型成现代化健康食品工业企业。

2022年度，受各种超预期市场因素冲击，经营难度加大，公司董事会认真分析了公司所面临的市场竞争状况和公司发展阶段，不断优化调整，科学地部署了公司经营计划，通过加大产品研发，优化渠道建设，加强品牌宣传，并积极督促管理层落实，严格检查执行情况，确保了公司持续、健康、稳定发展。

2022年度，公司实现营业收入14.00亿元，同比增长9.32%，实现归属于上市公司

股东的净利润-18,972.05万元。截至2022年12月31日，公司总资产52.30亿元，净资产41.90亿元。

三、2022 年董事会日常履职情况

（一）会议召开情况

报告期内，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》等法律法规、规范性文件以及《公司章程》、《董事会议事规则》等规定，召开董事会会议 5 次，审议通过 54 项议案；董事会作为召集人，共召开股东大会 4 次，其中 1 次年度股东大会，3 次临时股东大会，审议通过 26 项议案。董事会或股东大会审议通过的议案涉及董事任命、制度修订、年度报告、利润分配、注销回购股份等重要事项。

（二）董事履职情况

报告期内，公司全体董事恪尽职守，严格遵循公开做出的承诺，忠实、勤勉地履行所承担的职责，均能够按时出席会议，无连续两次未亲自出席董事会会议或缺席的情况。公司独立董事勤勉尽责，认真行使法律所赋予的权利，对报告期内公司的日常运作情况、制度修订、定期报告、关联交易、续聘审计机构等事项发表了独立、客观、公正的意见，为董事会科学、客观地决策及公司的良性发展起到了积极的作用，切实维护了公司的整体利益，保障了广大中小股东的合法权益不受侵害。

（三）董事会各专门委员会的履职情况

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 4 个专门委员会。各专门委员会委员在报告期内恪尽职守，诚实守信地履行职责，积极参加董事会和股东大会会议，对公司经营管理、品牌建设、内控建设等方面提出了诸多宝贵的建议，发挥了各自的专业特长、技能和经验，切实维护了公司及股东特别是中小投资者的权益。报告期内董事会各专门委员会共召开了 9 次会议，分别就公司内部控制、定期报告、利润分配、关联交易等事项进行了审查和决议。

（四）2022 年度董事会重点经营工作

1、坚持品牌文化为引领，多举措持续提升品牌影响力

公司紧紧围绕“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，以“高品质、高价值、优服务”为核心，坚持“1+N”品牌策略：1（主品牌）高端红枣；N（子品牌）健康滋补，多品牌协同发展，又通过强化品牌内涵、强化品牌宣传、强化品牌价值，持续提升品牌影响力。

报告期内，好想你探索了品牌文化发展的新思路，打造了“菲妮”和“想仔”IP 形象，生动阐述了我国吉祥文化中“好”字的重要性和多样性。千年以前仓颉（jie）造“好”字，千年以后由好想你弘扬“好”字文化。

报告期内，公司整合了线上线下营销资源，借助品牌代言人赵丽颖在热播影视及重要节日（年货节、女王节、端午节、618 大促）期间进行全市场的营销投放，带动了公司多款产品的



销量增长。其次，公司不断开拓了新媒体蓄水矩阵，赋能公司品牌文化和流量转化，打造品牌粉丝群，精细化管理实现精准营销，体验营销触达目标客户人群。报告期内，百度指数“好想你枣”搜索全年同比增长 13%，抖音指数“好想你枣”搜索同比增长 680%。小红书种草在第四季度互动内容量表现超过了 92% 的同类品牌。

报告期内，公司通过开展好想你 30 周年感恩庆典活动，回馈新老客户，提升品牌知名度，提高品牌美誉度。同时，通过打造《好想你健康专家说》栏目以及通过与生命时报全国专家团、“三甲”专家、资深营养专家、垂类达人进行矩阵式合作，围绕红枣健康知识，推广健康食品饮食文化，强化了品牌价值。

根据世界品牌实验室（WorldBrand Lab）权威发布的 2022 年《中国 500 最具价值品牌》分析报告显示，公司品牌价值为 132.31 亿元，较 2021 年提升超 15.96 亿元，且公司连续 4 年荣登中国 500 最具价值品牌榜单。

2、完善健康食品品类布局，以科技创新引领企业高质量发展

好想你不只做好枣，更要成为健康食品的引领者，公司始终坚持做健康事业，推广健康理念，给消费者提供健康食品。什么是健康食品？严选天然、安全、营养，富含优质蛋白、维生素、膳食纤维等成分的食材，科学配比、营养均衡，低糖、低油、低盐、少添加，采用先进生产工艺实现绿色生产，锁住营养、留下健康，这就叫健康食品。

高端红枣



健康锁鲜食品



高端滋补品



报告期内，公司围绕核心目标客户群，坚持做健康食品，产品以枣（枣中贵族）、果（甄选原产）、豆（非转基因）为主，辅以地方特色的优质食材、天然原料、高端滋补品，通过挖掘中国最具特色的农产品，原产地签约、原产地采购，在推广优质特色农产品的同时，让消费者获得“从田间到餐桌”的良好溯源体验。报告期内，公司创新推出了包括拥抱您、豆菲菲、红小派、维C枣等众多爆款产品。报告期内，公司聚焦四大战略单品：豆菲菲、红小派、拥抱您、清菲菲，

建立了“红枣+健康锁鲜食品”的产品矩阵，从而满足不同消费群体的个性化消费需求，助推了公司销售收入的快速提升。

报告期内，公司以红枣深加工工程技术研究中心和特色果蔬食品创新中心为依托，通过院士工作站、中原学者工作站等科研平台与各大专业研发机构进行持续深入的研发合作，又与世界一流大学建设高校、国家“211工程”重点建设高校——郑州大学合作共建营养健康食品研究院，旨在进一步贯通食品营养健康方面最新技术的产学研用。报告期内，公司以国内知名科研院所的最新科研成果为基础，结合现代科学膳食营养理念和中国传统养生配方，进行反复试验论证，能最大限度保证食品的营养价值和美味口感。科学配比、营养均衡，实现以科技创新提升产品力，促进公司在健康食品产业的快速发展。

3、优化各渠道体系建设，实现多元消费场景全覆盖

渠道通过提升消费者对品牌的体验，影响消费者对品牌的偏好。公司始终秉持“高品质、高价值、优服务”的发展理念，高品质，高价值体现在产品上，优服务就体现在渠道上。公司围绕高端红枣好想你的品牌定位，以打造全球最具有价值的红枣为目标，建立了与品牌定位及产品品质相匹配的连锁专卖店销售渠道。公司坚持用户体验至上的原则，持续建设专卖店渠道，让产品走近客户，实现产品的高价值和客户的优服务。近年来，公司在新零售的背景下，坚持全渠道发展战略，增加了电商、商超、出口、流通等销售网络，满足客户需求，为消费者创造线上线下无缝便捷的购物体验。

报告期内，公司线下渠道重点以门店为根，以门店为基，极力打造单店盈利模式。深化连锁专卖管理体系，围绕“六维一体”经营模式提升顾客服务体验，通过门店、品类、人群、场景精细化运营来实现单店盈利目标。通过打造消费者健康体验吧，为消费者提供品尝式、体验式、沉浸式的消费场景，从而为消费者带来极致的线下消费体验。在 ODM 业务方面，与餐饮、食品、医药等行业龙头企业开展深度业务合作，为其提供定制化产品服务，实现业务的增长；在出口业务方面，目前已经覆盖了美国、加拿大、澳大利亚、英国、越南、中国香港、中国台湾等众多国家和地区。

报告期内，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，切入各精准细分市场，满足多场景需求。围绕红枣与健康锁鲜食品两大赛道，坚持高端品牌定位，聚焦用户体验、品质、场景需求，精准营销与体验营销相结合，精细化运营，向存量要增量。围绕年度战略产品，持续开展小红书种草，促进增量产品快速增长。重点围绕抖音、快手为主的短视频直播平台开设新店铺，加快大主播合作+店铺自播+素人口碑传播，加快打造自播间，让短视频及直播助力业绩稳定增长。全面推进线上线下互联互通、同款同价、同品同质的建设，让消费者各网络平台都能买到好想你专卖店的高端红枣及健康食品。

4、优化供应链管理体系，提升产品品质和价值

公司秉承“良心工程、道德产业”的生产管理理念，坚守品质为王，按照医药行业 GMP 标准，建设了绿色工厂、智能车间，实现了食品加工的智能化、规模化和现代

化。报告期内，公司严格落实产品全链路质量管控，把食品安全作为头等大事。通过深入各食材源产地，掌握优质食材生长特性，采购最佳品质原料，通过科学配比，营养均衡，确保产品的高品质；通过优化仓储物流管理制度和体系标准，科学储存，低温锁鲜；在生产环节，通过优化清洗技术、提升全自动去核率，提高全自动光源分选准确率，优化生产工艺，提升产品口感，确保产品高价值；实施精益化管理，降低生产成本；设立设备管理组织，为生产保驾护航。供应链管理体系的优化提升，保障了公司业务健康、稳定的增长。

5、深化机制体制改革，提升组织运营效率

报告期内，公司通过不断优化公司治理结构，明确了“三会一层”职责权限，注重发挥各专门委员会的职责效益，促进了公司在经营管理、品牌建设、内控建设等方面的有效决策。报告期内，公司根据新修订的法律法规以及结合公司治理的实际需要，集中修订了包括公司章程、三会议事规则、各项内控制度等 31 项制度。同时，公司始终注重把加强党的领导和完善公司治理结合起来，把党建工作写进公司章程，通过公司章程和公司制度的全面建设、系统修订，将党的建设和企业发展紧密结合起来，通过党建引领企业高质量发展。

报告期内，为适应市场发展，推动公司战略目标的实现，公司围绕品牌运营、产品创新等动态调整组织架构，并成立了多家子公司和专项项目小组，包括成立了杭州豆菲菲电子商务有限公司、杭州好想你枣礼电子商务有限公司、郑州十三毅文化传媒有限公司等，负责独立业务发展，取得了明显的成效。

人才是第一生产力，所有的竞争全部是人才的竞争。报告期内，公司始终坚持问题导向，保持战略定力，发扬自我批评的革新精神，进一步健全全面从严治企体系。在经营期间，通过有效的机制体制，以绩效考核、审计监察为手段，督促公司全体人员坚持贯彻制定公司战略目标，并形成了工作机制，公司通过机制体制建设确保企业拥有良好的商业模式，从而实现企业持续、稳定、健康高质量的发展。

6、持续发布新标准，引领产业规范化发展

公司为了进一步巩固好、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参与制定了《免洗红枣》、《灰枣》、《骏枣》三项

国家标准和《枣粉》一项行业标准。报告期内，公司起草制定了《免洗夹心香枣制品》、《红枣夹心派制品》等团体标准，经河南省食品科学技术学会标准专业委员会审查通过，批准正式实施。报告期内，公司还发布了多项企业标准。相关标准的制定和实施是公司产品生产的重要依据，是保证产品品质的前提条件，有利于提高公司产品的市场竞争力，提升品牌形象，促进健康食品产业健康持续发展。

四、2023 年度董事会重点经营规划

（一）基本要求

天下之本在国，国之本在家，家之本在身，身之本在健康，健康是人生头等大事。2022 年习总书记在党的二十大报告中提出推进健康中国建设，把保障人民健康放在优先发展的战略位置。党和国家对人民生命健康的高度重视，为健康食品产业的发展指明了方向。无论是红枣主业还是健康锁鲜食品事业，我们一直做的就是保障全民健康饮食、守护全民健康身体的大事，我们还要坚定信念、充满信心的坚持持续地做下去，不断用健康食品高标准引领食品工业的健康发展！

2023 年是时蕴新生之年，布局谋新之年，为了实现 2023 年度公司经营目标，我们要有定力走正确的路，把优秀的经验传承下去，做到坚持“四个引领”不动摇：

- （1）坚持企业文化与科技创新双引擎的思想引领不动摇；
- （2）坚持红枣+健康锁鲜食品的方向引领不动摇；
- （3）坚持高品质、高价值、优服务的行动引领不动摇；
- （4）坚持做精做强主业，实现基业长青的目标引领不动摇。

（二）重点工作事项

2023 年是稳定心思干实业、抢抓机遇谋创新的一年。我们会面临新形势、新机遇，也会遇到新困难、新挑战，围绕 2023 年的重点工作，我们要有新对策、新办法，实现新跨越，达到新目标，下非常之功，用恒久之力，把人做实、把事做实、把企业做实，持续推动企业高质量发展。

主要做好以下几个方面的工作：

1、优化品牌营销，提升品牌新势能

围绕“让懂健康、要健康、愿为健康付诸实际行动的人吃上健康食品”的企业使命以及“高端红枣好想你”的品牌定位，2023年重点在于通过与高势能“国家队”媒体合作，携手《了不起的国货》提升品牌势能；与高品质“国际化”品牌联动触达提升品牌声量；高影响“专家团”垂类平台背书，夯实红枣品类功效，实现消费心智占领；重新定义好想你，持续讲好高端红枣好想你文化故事。其次，公司通过整合全员营销，聘请知名专家、网红达人担当品牌榜样，解读产品爆点，做传播力加持；高端会员体验分享，做引领力种草；实现全员营销，深入影响买买买种子用户，做渗透力转化。多举措加快抖音、小红书、微博、微信等新媒体矩阵的蓄水建设，紧抓流量福利，加深宣传好想你健康理念、健康食品，不断提升品牌知名度和美誉度，为实现“百年品牌”的战略目标积蓄力量。

2、坚持产品为王，产品创新引领企业发展

在存量产品方面：通过“一减二增三升”的行动路径实现存量产品稳定发展。①一减：精减SKU，聚焦核心存量产品；②二增：优化配方、提升工艺效率，降低成本，增加利润；③三升：通过十三大创新对产品升级，提高产品力，打造高品质的产品。

在增量产品方面：开发全渠道产品，打造亿级大单品，开拓第二增长曲线。①“豆菲菲”轻食豆花，开创植物蛋白4.0新时代，做豆花品类创新突破的引领者。②红小派，新一代健康零食，2023年度红小派要打造为公司全渠道的大单品。③“摇一摇”系列，打造新一代的健康休闲饮品，以“纯天然、无添加”的健康理念作为价值锚点，以“冻干锁鲜”为技术背书，以宛如鲜做的风味作为载体，占领消费者心智。

在新产品储备方面：围绕枣（枣中贵族）、果（甄选原产）、豆（非转基因），辅以地方特色的优质食材、天然原料、高端滋补品，**持续开发高品质、高价值健康食品**。在“红枣+食药同源”大健康策略指导下，开发更多红枣制品、冻干锁鲜、健康滋补系列产品；聚焦消费场景，开发更加便捷的休闲零食和代餐食品。通过持续创新，开发更具创新价值的高品质产品，不断构筑产品梯队，持续提升企业核心竞争力，实现企业从食品加工企业向创新型领先企业的转型升级。

3、坚持渠道为先，全方位优化全渠道运营体系

围绕高端红枣好想你品牌定位，以店为根、以店为基，实现产品定位和客户的需求相匹配，渠道建设和客户购物环境相匹配，并加速在新零售渠道赋能的布局和发展，实现各渠道之间既相互依存，又相互赋能。其次，通过管好渠道、管好客户、管好价格、管好秩序，实现市场的可持续健康发展。

线下渠道策略：通过“高品质、高价值、优服务”链接目标消费者，通过超级体验店打造优质服务场景，优化客户消费体验。①专卖店渠道：店面要固基础、稳发展，按照“五统一”即统一门头、统一形象、统一产品、统一价格、统一陈列运营，通过店面关、移、升、开来持续优化，提高店面的客流量。省外店面以加盟商为主，直营店为辅，在北京、上海、杭州等重点城市开设直营专卖店，打造标杆旗舰店。②商超和流通渠道：以红小派、豆菲菲等全渠道大单品为核心，重点拓展符合产品特性、目标客户匹配度、有大体量网点、可控性强的增量经销商，例如：会员超市（麦德龙、山姆、元初、华润、永旺）；优质便利店（7-11、全家、罗森）、零食专营店（零食很忙），成为线下业务增长新引擎；③出口渠道：重点推广红小派及豆菲菲等单品，力争将上述产品销往 10 多个国家和地区，提升好想你红枣国际影响力。④ODM 渠道：要与餐饮、食品、医药等行业龙头企业开展深度业务合作，为其提供定制化产品服务，加深加强跨界合作，实现业务的快速增长。

线上渠道策略：①好想你电商：以天猫、京东为主要的传统电商板块，一要坚持“销售和利润双两位数双增长”目标导向；二要聚焦红枣与健康锁鲜食品两大核心赛道，集中力量打爆红小派、豆菲菲及线下同品同质同价等核心产品；三要大力推进短视频全域种草，加强全渠道直播投入，重点加大自播间投入建设；四要坚持小冻粮、好想你喜枣、醒时光咖啡三大子品牌的持续投入，全面加速布局第二增长曲线。②Miss you：以抖音、快手为新的电商板块，一要实现销售收入和利润高增长；二要围绕红枣类、清菲菲、健康滋补三大系列产品线上直播，短视频宣传，重点打爆清菲菲系列产品；三要加快自播间建设，实现自播高速增长；四要建设私域渠道，用私域自播和达播提高客户复购，实现高利润增长。

4、持续研发创新，深挖企业护城河

以红枣+健康锁鲜食品为主，深入研究开发健康食品的营养价值功能，加强与国内外各科研院所等专业机构的合作研究，重视创新产品科技进步、行业标准等相关奖项的认定和申报，做足、做好、做深、做透产品信任状，持续提升核心产品、战略大单品产品价值属性，不断提升产品内涵高度，增强产品附加值。通过技术创新、研发突破、科研外力支持，筑牢产品护城河。

在红枣制品方面，成立“国际红枣研究院”，进行红枣类基础研究。建立国际上规模最大的灰枣营养元素数据库，为灰枣功能营养型新产品开发奠定坚实基础，创新开发具有显著增强免疫力和助眠功能的红枣精深加工产品。

在健康锁鲜食品方面，以枣、果、豆为主，辅以地方特色美食和传统滋补品，以食药同源理念为指引，以食品工业黑科技冻干锁鲜技术为依托，做精做深做透现有产品，重点推动摇一摇系列产品的创新开发。其次，搜集适合产业化的地方传统美食，不断向多个食品领域渗透，实现冻干锁鲜食品的多元化创新延伸发展。

在高端滋补产品方面，一是做好单品研发，开发适合冻干的系列化高端产品；二是做好组合装产品的研发创新，开发不同食用场景化的新产品；三是做好混合装产品的开发，围绕植物蛋白类、天然维生素类、膳食纤维类开发新产品。

5、全面提升供应链效能，稳品质，保供应，降成本

公司将持续秉承“良心工程、道德产业”的价值观，为消费者提供更优质的产品，同时推动供应链效能的提升实现品质提升、精益化生产，降低生产成本，实现企业和消费者的共赢。具体包括：①品质提升，用精、细、深、透、严的新时代工匠精神，对影响高质量制造的各个环节死磕、硬碰、不断较真、不断探索、不断细化才能生产出高质量产品。②产销协调，建立科学的产销协调机制，建立自动/半自动排产模型，提升产销协调效能，做到供货及时率 100%、供货满足率 100%。③降本增效，通过人、机、料、法的优化与标准的核定，达到各项成本合理化，实现降本增效。④精益生产，以精益生产思维，引入新技术及自动化导入，优化现有工艺流程，实现食品加工规范化、精细化、数据化和自动化。⑤持续创新，持续推动生产工艺的创新、技术装备、自动化管理的创新，提升组织效能，练好自动化生产基本功，为实现精益管理奠定基

础。

6、组织优化变革，提高业务协同能力

公司在原有业务的基础上，设置增长委员会，整合公司资源优势，实现增量业务发展，打造全渠道大单品。产品、品牌、研发、渠道、后勤服务等各部门按照人、财、物，责、权、利打通各要素，相互链接，形成闭环管理，通过协同发展，资源共享，相互赋能，解决企业转型过程中遇到的实际问题，实现企业的经济效益。要充分发挥内部董监高和外部权威专家的作用，加强决策科学性。把外部聘任的优秀职业经理人和内部培养的人才结合起来，相互协同，相互赋能，确保公司战略的落地执行。

在人才管理方面，根据组织管理目标，不断优化人员配置结构，以业务需求为导向，培养人、塑造人，吸收引进 90 后、95 后的优秀人才。同时实现激励方向和业务重点发展的方向相匹配，新增量业务激励力度高于存量业务激励，打造狼性团队。最后，要完善流程制度落地的监督机制，围绕公司流程主架构图，开展对流程的实际运作情况、流程的目标及关键环节指标的完成情况的监督；倒逼流程的负责人、流程的关联上下游、审计监察体系三层防线做好监督监察，保障组织的顺利运行，确保公司战略的落地执行。

7、推动标准建设，引领健康食品产业发展

公司作为主要起草单位已参与制定了《免洗红枣》、《灰枣》、《骏枣》三项国家标准和《枣粉》行业标准，并且入选了“第二批国家级消费品标准化试点项目”。鉴于公司已全面迈进新时代健康锁鲜食品转型发展之路，我们要抓住机遇，围绕公司战略大单品（如红小派、豆菲菲等），继续推动红枣制品的行业及国家标准建设，进一步提高公司在行业中的地位和话语权，紧盯欧美市场、中东市场，向红枣国际化标准发起挑战，提升公司国际竞争力；同时，还要加速制定健康锁鲜食品国家标准、行业标准等，提升公司在健康食品赛道上的话语权和领头羊效应，让我们赢得全速发展的主动权。

8、践行 ESG 理念，推动企业绿色高质量发展

作为上市公司，公司坚持全面贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，

希望在落实“双碳”目标、区域发展、乡村振兴、共同富裕等方面能做出突出贡献，助推经济的高质量发展。未来，公司将全力做好企业 ESG 的发展和企业的的高质量发展，通过提升 ESG 发展促进企业高质量发展，通过企业高质量发展反哺企业 ESG 发展，实现二者并驾齐驱。通过深入践行 ESG 理念，制定更加全面系统的 ESG 战略，完善 ESG 制度和手册，并提高 ESG 信息披露水平。在业务层面将自身的运营管理和社会的可持续发展紧密关联，持续深耕绿色环保、产业创新、产业链赋能、循环经济、质量安全、营养健康等方面，把可持续发展理念根植到整个产业链，在每个环节都创造价值，打造绿色工厂，塑造负责任的企业品牌形象，让消费者认可，让长期投资者认同，让各利益相关方合作共赢，从而引领健康食品产业的长期稳定发展，实现好想你新时代的高质量发展！

好想你健康食品股份有限公司董事会

2023 年 4 月 26 日