

君禾泵业股份有限公司

2021 年度董事会工作报告

2021 年，君禾泵业股份有限公司（以下简称“公司”）董事会严格按照《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》和《公司章程》等有关法律法规及公司制度的规定，切实履行股东大会赋予的董事会职责，贯彻执行股东大会通过的各项决议；公司全体董事勤勉尽责，积极推进董事会决议的实施，不断规范公司治理，为公司董事会的科学决策和规范运作做了富有成效的工作，保证了公司可持续、健康、稳定发展。现将公司 2021 年度董事会工作情况汇报如下：

一、2021 年度公司经营情况

报告期内，面临全球疫情延宕反复、国际贸易物流供应链不畅、中美贸易摩擦持续、各类原材料价格快速上涨等多重挑战，公司立足主业稳扎稳打，加强公司管理和内部控制，优化公司治理结构，规范各项制度及流程，加快推进工厂自动化升级，引入一流的物流管控系统，生产、研发、销售协同发展，完成了 2021 年的经营目标和重点工作要求，在多重危局中破局前行，实现了收入和利润的稳定增长。

报告期内，公司实现营业收入 97,536.54 万元，同比增长 32.15%；实现归属于母公司所有者的净利润 9,236.67 万元，同比下降-5.08%。全年公司全体员工在董事会领导下，较好完成公司订单生产任务，但受全年大宗原材料价格上涨，汇率升值，募投项目转固，可转债利息拨备及所得税税率调整影响，营业收入实现增长，净利润略有下降。报告期内公司经营活动产生的现金流量净额为-8,874.62 万元，同比下降-165.03%，主要为公司积极应对订单趋势性增长以及大宗物资价格的波动上涨，增加原材料储备。

（一）行业发展韧性彰显，巩固市场龙头地位

报告期内，我国对外贸易量增质升，工业经济持续恢复发展。2021 年我国货物进出口总额 39.1 万亿元，比上年增长 21.4%，机电产品出口额比上年增长 20.4%，制造业增加值增长 9.8%。由于家用水泵的刚需性特点，消费品属性较强，在国外家庭应用普遍，加之近年来全球极端气候频发，全球水泵市场的需求保持旺盛态

势，疫情肆虐导致居家消费增加，给公司家用水泵类产品带来积极需求影响。

公司作为产业链布局完善的家用水泵龙头企业，近年来出口交货值稳居国内行业前三名。在水泵行业全球产业转移的背景下和后疫情时代市场份额向龙头企业集聚的趋势下，公司抓住机遇，巩固了与行业内知名客户的合作，积极承接新的订单，扩大市场份额。除了产业升级蹄疾步稳的推动作用，公司的客户中，一些业内全球知名品牌商和超市客户进一步完善了线上销售渠道，由侧重实体门店运营的销售模式转为了线上线下齐发展，从而覆盖了更广泛的终端客户群体，也带动了公司下游市场份额的集聚，使公司进一步巩固了家用水泵细分市场的龙头地位。

（二）夯实基础提升产能，发展新产品增势良好。

报告期内，公司“125 万台水泵项目”、“375 万台水泵项目”一期的奉化智能产业园建设项目和相关产线设备的安装调试有序进行，于 2021 年 6 月基本实现投产状态，产能得到进一步释放，也顺利解决了公司长久以来的产能瓶颈和产线负荷过高的问题。通过上述项目的建设实施，公司也进一步实现产线优化及产能合理布局，对部分关键生产工序、物流仓储实现智能化，自动化，信息化提升，积极实现数字化工厂建设，提高了生产和物流的自动化程度，为提效降本提供了坚实的基础保障。同时，公司在 2021 年继续加大对新产品的研发和销售推广力度，布局开发锂电直流系列水泵和商用水泵等新产品，进一步改善对现有实验室、耐久跑机室、化学实验室等投入提升。

报告期内，公司水泵生产量为 544.20 万台，较去年同期增长 34.26%。商用水泵部分型号产品完成样品研发，进入实质性销售阶段，2021 年度实现销售出货 21.01 万台，完成销售额 5,527.09 万元，直流智能类产品实现销售额 9,329.74 万元，公司自主品牌实现积极增长，取得历史销售额 1,940.51 万元新高，其中线上销售继续呈现积极态势，实现销售 911.77 万元，同比增长 125.14%。截止报告期末公司在手订单 5.00 亿，较上年同比增长 18.76%。

（三）资本运作助力主业，拓展品类提升竞争力。

公司目前的规模与全球知名水泵制造商相比仍有一定差距。随着创新驱动作用的不断增强，产业升级发展趋势向好，公司扩大有效投资，有潜力、有空间也有动力。

报告期内，公司通过非公开发行股票募得资金 5.17 亿元，用于建设商用专业泵产业化项目，目前该项目已取得用地并进行有序建设。进军商用泵领域，对公司的品牌效应提升和研发技术发展等多方面都有显著的促进作用。商用专业泵产业化项目的推进，也有利于公司通过产业集群发挥规模效应，横向拓展产品品类，挖掘潜在市场空间，获取新的利润增长点。

二、2021 年度董事会工作开展情况

（一）董事会的会议情况及决议内容

2021 年度公司共计召开 6 次董事会会议，具体情况如下：

会议日期	会议届次	会议议案审议情况
2021 年 2 月 8 日	三届二十四次	1. 审议通过了《关于公司董事会换届选举暨提名第四届董事会非独立董事候选人的议案》； 2. 审议通过了《关于公司董事会换届选举暨提名第四届董事会独立董事候选人的议案》； 3. 审议通过了《关于全资子公司宁波君禾电机有限公司变更公司名称和法人、增资并修改其<公司章程>的议案》； 4. 审议通过了《关于全资子公司 SUCCESS WAY LTD. 变更董事的议案》； 5. 审议通过了《关于召开 2021 年第一次临时股东大会的议案》。
2021 年 4 月 26 日	四届一次	1. 审议通过了《关于<公司 2020 年度财务决算报告>的议案》； 2. 审议通过了《关于<公司 2021 年度财务预算报告>的议案》； 3. 审议通过了《关于<公司 2020 年度董事会工作报告>的议案》； 4. 审议通过了《关于<公司 2020 年度董事会审计委员会履职情况报告>的议案》； 5. 审议通过了《关于<公司 2020 年度独立董事述职报告>的议案》 6. 审议通过了《关于<公司 2020 年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》 7. 审议通过了《关于<公司 2020 年度内部控制评价报告>的议案》 8. 审议通过了《关于<公司 2020 年度总经理工作报告>的议案》

	9. 审议通过了《关于〈公司 2020 年年度报告及摘要〉的议案》 10. 审议通过了《关于〈公司 2021 年第一季度报告全文及正文〉的议案》； 11. 审议通过了《关于公司 2020 年度利润分配预案的议案》； 12. 审议通过了《关于续聘会计师事务所的议案》； 13. 审议通过了《关于公司及子公司 2021 年度向银行等金融机构申请综合授信额度的议案》； 14. 审议通过了《关于公司 2021 年度开展远期结售汇及外汇期权业务的议案》； 15. 审议通过了《关于预计公司 2021 年度日常关联交易的议案》； 16. 审议通过了《关于公司 2021 年度对全资子公司提供担保的议案》； 17. 审议通过了《关于公司会计政策变更的议案》； 18. 审议通过了《关于〈公司董事、监事、高级管理人员 2021 年度薪酬津贴计划〉的议案》； 19. 审议通过了《关于修改〈公司章程〉的议案》； 20. 审议通过了《关于开展 2021 年度原材料期货套期保值业务的议案》； 21. 审议通过了《关于核销公司及子公司长期挂账往来款项的议案》； 22. 审议通过了《关于选举公司第四届董事会董事长的议案》； 23. 审议通过了《关于选举公司董事会各专门委员会委员的议案》； 24. 审议通过了《关于聘任公司总经理的议案》； 25. 审议通过了《关于聘任公司副总经理的议案》； 26. 审议通过了《关于聘任公司董事会秘书、财务总监的议案》； 27. 审议通过了《关于聘任公司证券事务代表的议案》； 28. 审议通过了《关于使用闲置募集资金暂时补充流动资金的议案》；
--	---

		29. 审议通过了《关于使用闲置募集资金购买理财产品的议案》； 30. 审议通过了《关于使用闲置自有资金购买理财产品的议案》； 31. 审议通过了《关于提请召开公司 2020 年年度股东大会的议案》。
2021 年 6 月 22 日	四届二次	1. 审议通过了《关于公司 2018 年限制性股票激励计划首次授予部分第三期解锁条件成就的议案》； 2. 审议通过了《关于公司拟购买土地使用权的议案》。
2021 年 8 月 6 日	四届三次	1. 审议通过了《关于<公司 2021 年半年度报告>全文及其摘要议案》； 2. 审议通过了《关于<公司 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》； 3. 审议通过了《关于公司非公开发行股票决议有效期延期的议案》； 4. 审议通过了《关于提请股东大会延长授权董事会全权办理本次非公开发行股票相关事宜有效期的议案》； 5. 审议通过了《关于提请召开公司 2021 年第二次临时股东大会的议案》。
2021 年 10 月 21 日	四届四次	1. 审议通过了《关于<公司 2021 年第三季度报告>的议案》； 2. 审议通过了《关于成立德国全资孙公司的议案》。
2021 年 11 月 25 日	四届五次	1. 审议通过了《关于调整非公开发行股票募集资金投资项目实际募集资金投入金额的议案》； 2. 审议通过了《关于使用银行承兑汇票支付非公开发行股票募投项目所需资金并以募集资金等额置换的议案》； 3. 审议通过了《关于使用闲置募集资金购买理财产品的议案》； 4. 审议通过了《关于使用闲置自有资金购买理财产品的议案》； 5. 审议通过了《关于使用闲置募集资金暂时补充流动资金的议案》； 6. 审议通过了《关于使用非公开发行股票募集资金置换预先投入募投项目自筹资金的议案》。

（二）董事会对股东大会决议的执行情况

2021 年度，公司共计召开了 3 次股东大会，其中 2 次临时股东大会，1 次年度股东大会。公司董事会根据《公司法》、《证券法》等相关法律法规和《公司章程》的要求，严格按照股东大会的决议和授权，认真执行公司股东大会通过的各项决议。

（三）董事会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。严格依据《公司法》、《公司章程》等规章制度设定的职权范围运作，就专业事项进行研究、讨论，提出意见和建议，为董事会的科学决策提供参考和重要意见。

（四）公司治理情况

2021 年，公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》和《上海证券交易所股票上市规则》等相关规则及公司各项治理制度的要求，以及中国证监会、上海证券交易所关于公司治理的有关要求，规范公司三会运作，严格履行信息披露义务，结合公司实际情况，不断完善公司法人治理结构和公司各项内部管理制度，建立了相互独立、权责明确、相互监督的股东大会、董事会、监事会和经理层，组建了较为规范的公司内部组织机构，明确了董事会、监事会、经理层的权责范围和工作程序，公司治理结构规范、完善。

（五）信息披露情况和内幕信息管理

2021 年度，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备案制度》等公司规章制度及相关法律法规的规定，完善信息披露工作机制，认真自觉履行信息披露义务，优化信息披露管理流程，有效的提升了公司对外披露信息的质量和透明度，切实提高公司规范运作水平和透明度。

报告期内，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及其他重大信息的未对外披露的窗口期、敏感期，严格履行保密义务，保证内幕信息知情人登记管理工作的有序开展，有效维护了广大投资者的权益。

三、董事会关于未来发展的讨论与分析

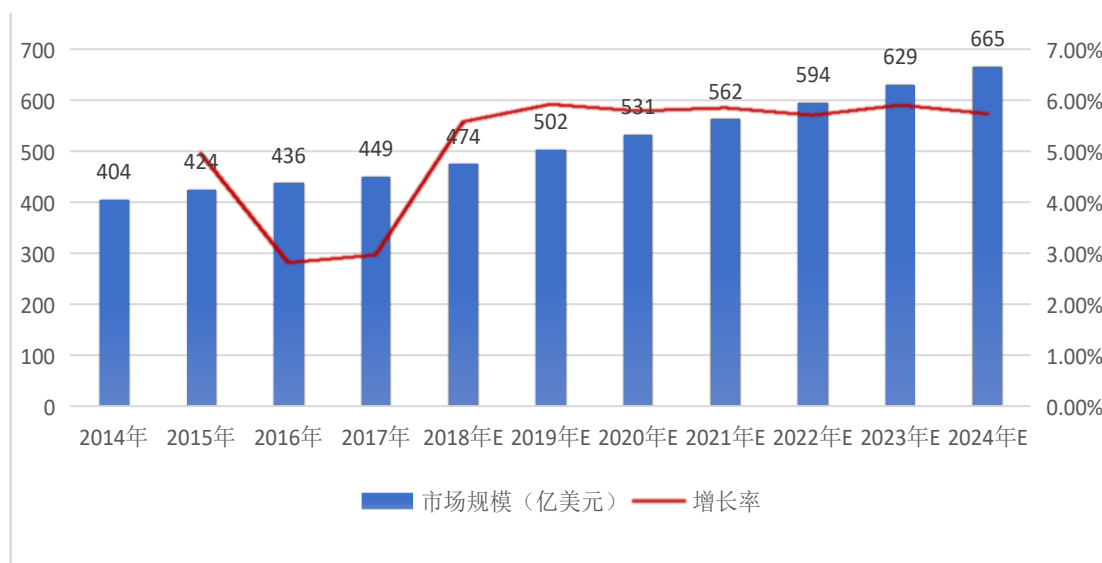
（一）公司所处行业发展情况

泵是一种输送流体介质的设备，广泛应用于家庭供排水、农林灌溉、工业、市政、国防军工等国民经济各部门，是流体装置中不可替代的设备。最常用的水泵产品根据其输送介质的流量和扬程的大小可划分为大中型水泵和小微型水泵，根据使用领域可划分为工业泵和民用泵，大中型水泵主要用于工业用途，而小微型水泵主要应用于家用及小型农业灌溉等民用领域。公司所处行业为水泵行业中小型水泵细分行业。

家用水泵起源于意大利，主要为满足消费者家庭用水需求。随着全球城市化水平的提高、人均可支配收入的增长、水资源匮乏日益加重，环保和节约用水意识的增强，国外家庭深井提水、雨水利用、园林浇灌、生活排污、泳池供排水等对家用水泵的需求进一步提升；国内家用深井提水、生活供水、养殖、农业浇灌等对家用水泵的需求逐步兴起。

1、全球水泵行业发展概况

全球泵产业近年来一直处于增长发展期，市场规模持续扩大，技术水平不断提高。根据 ZionMarketResearch 和 P&SMarketResearch 发布的统计数据：预测 2018-2024 年，全球水泵市场规模增速将达到 5.29%，到 2024 年水泵市场总规模达到 665.1 亿美元。



数据来源：ZionMarketResearch；P&SMarketResearch

图 1 全球水泵行业规模

全球泵行业呈现高度集聚特点，生产销售主要集中在以美国为代表的美洲地区，以德国、意大利为代表的欧洲地区和以中国、东南亚为代表的亚洲地区三大板块。全球知名泵业公司主要聚集在欧美国家，由于行业起步较早，掌握着核心技术，是高端泵产品的主要提供方，同时也是泵产品的重要需求方。根据 McIlvaine 公司《泵业市场资讯》，世界前 10 家泵产品生产厂商的销售额约占世界泵市场总量的 50%。与世界泵业市场相比，我国泵业市场企业数量较多，集中度相对较低，没有市场地位显著突出的综合性泵业集团，产品主要以通用、中低端为主。

公司家用水泵分类上属于小型离心泵，是水泵产品体系的重要组成部分。市场主要集中在欧洲、美洲、大洋洲等发达国家，经过长时间的积累，市场已进入成熟阶段。家用水泵作为家庭必需品被广泛应用于家庭供排水、排污，园林和农业灌溉，居家清洗和美化等领域，普及率很高，客户通常 1-2 年更换一次，新增购买需求和换购需求促使产品销售持续增长，市场需求增长较为稳定。

根据联合国统计司统计的数据，2017 年-2020 年全球离心泵主要进口区域为以美国为代表的北美市场和以德国为代表的欧洲市场，2020 年美国、德国、俄罗斯、法国、加拿大等欧美主要国家进口离心泵贸易额已达 55.45 亿美元，如表 1 所示，根据近 4 年的进口贸易额情况，美国为离心泵最大需求国，欧洲为离心泵的最大需求市场。全球离心水泵需求总体呈现波动上升的增长趋势。

表 1 2017 年-2020 年全球离心泵主要进口国贸易额情况表

单位：亿美元

国家	地区	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	年均进口额	占比
美国	北美洲	13.51	14.55	15.90	14.51	14.62	26.98%
德国	欧洲	9.23	9.96	10.29	10.06	9.88	18.25%
俄罗斯	欧洲	7.05	6.12	6.62	6.32	6.53	12.05%
法国	欧洲	5.33	5.24	4.81	5.10	5.12	9.45%
荷兰	欧洲	2.25	5.35	5.93	6.80	5.08	9.39%
意大利	欧洲	4.84	5.45	4.81	4.70	4.95	9.14%
英国	欧洲	3.27	4.80	4.63	4.35	4.27	7.87%
加拿大	北美洲	3.40	3.69	4.19	3.62	3.73	6.88%
合计		48.89	55.16	57.17	55.45	54.17	100.00%

数据来源：联合国商品贸易统计数据库：<http://comtrade.un.org/db/>

但根据美国、德国这两个国家的进口贸易情况，虽然中国离心泵的贸易量占其进口总量的较高水平，但贸易额却较低，与贸易量并未显著挂钩，可见我国出

口到欧美市场的水泵单值较低，在产品附加值的提升上还有很大的发展空间。从4年间数据来看，这一问题也在逐步改善，虽然受疫情反复、海运迟滞等因素的影响，中国出口到美国、德国的贸易总量占比有所下降，但水泵单值有所提高。

表 2 2017 年-2020 年前两大离心泵进口国贸易情况表

单位：亿美元、万台

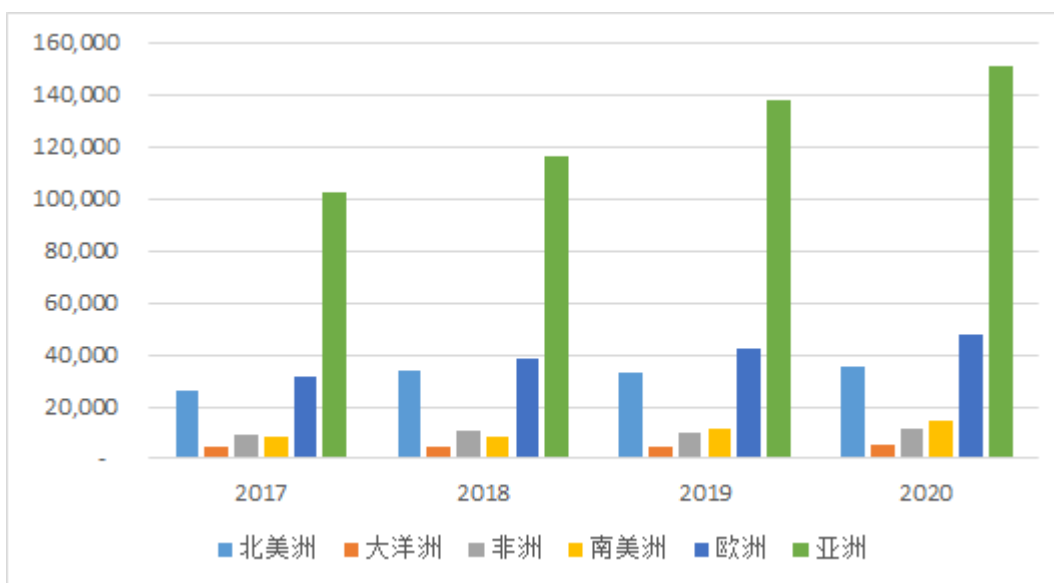
国家	内容	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
美国	自中国进口总额	3.58	3.74	3.61	3.84
	进口总额	13.51	14.55	15.90	14.51
	总额占比	26.51%	25.74%	22.72%	26.45%
	自中国进口总量	2,077.30	2,209.32	2,299.89	2,312.15
	进口总量	3,465.24	3,517.84	3,741.45	4,185.29
	总量占比	59.95%	62.80%	61.47%	55.24%
德国	自中国进口总额	1.22	1.32	1.53	1.68
	进口总额	9.23	9.96	10.29	10.06
	总额占比	13.16%	13.22%	14.90%	16.68%
	自中国进口总量	730.02	713.90	641.42	607.10
	进口总量	1,908.05	1,808.96	1,895.05	2,005.31
	总量占比	38.26%	39.46%	33.85%	30.27%

数据来源：联合国商品贸易统计数据库：<http://comtrade.un.org/db/>

注：口径为数据库中美国、德国为主体对全球和中国的进口数据，与中国为主体对美国、德国的出口数据存在差异。

2017 年-2020 年我国离心泵的出口贸易额分别为 22.90 亿美元、26.63 亿美元、29.60 亿美元和 33.41 亿美元，4 年间出口贸易额复合增长率为 13.42%。图 2 为 2017 年-2020 年我国出口到世界的离心泵区域分布，亚洲、北美洲、欧洲分别为我国出口离心泵的主要市场。其中，亚洲地区出口最多的区域为印度尼西亚、泰国、越南、孟加拉国等东南亚国家，东南亚地区的产品主要为用于农业养殖方面的农用水泵。北美和欧洲地区为家用水泵的主要市场。可见我国民用水泵总体仍处于中低端发展水平，虽然欧美市场的市值远高于其他市场，但我国水泵制造企业想要获得更多红利，仍需不断进行产品升级，提高服务和品质，以更好地打入高端水泵市场。

单位：万美元



数据来源：联合国商品贸易统计数据库：<http://comtrade.un.org/db/>

注：口径为中国为主体的对外出口数据

图 2 2017 年-2020 年中国出口离心泵情况图

上述数据表明，北美和欧洲是小型水泵需求最大的两个市场，需求总体呈现稳定增长态势。目前中国水泵制造企业在欧美市场的贸易总量占比维持在较高水平，但由于产品单值较低，贸易总额占比虽逐年增长，与贸易总量水平仍存在明显不匹配的问题。这也意味着随着全球制造业转移浪潮的推动和中国制造的不断升级，中国水泵制造企业仍有充分的发展空间，来获取家用水泵全球市场更多的份额。

（2）国内水泵行业发展概况

随着国民经济的蓬勃发展，泵产品在中国得到了迅速普及和广泛应用，同时泵的研发、设计、生产也得到迅速发展。越来越多的水泵销售商来到中国采购符合质量要求、成本更加低廉的水泵产品。我国已发展成为全球主要的水泵生产基地，成为重要的泵类产品供应国。我国泵行业产量丰富，根据中国通用机械工业协会统计，我国泵行业产量由 2012 年的 8,502 万台增长至 2020 年的 18,251 万台，期间年复合增长率为 10%。截止 2020 年，我国各类泵制造企业超过 6,000 家，规模以上（年销售规模超过 2,000 万元）泵生产企业企业达 1,255 家，形成了相当大的生产规模，具备了相对完善的技术、生产体系。

我国家用水泵行业属于外向型产业，大部分产品用于出口。制造厂商主要分布在华东地区、华中地区以及华北地区，其中又以温岭最为集中，其次为宁波、

上海地区。虽然我国水泵制造商数量众多，但总体技术水平参差不齐，装备水平差距较大，众多的小型制造厂商以组装为主，缺乏产品设计能力，难以达到国际市场认证标准，主要供应我国农村市场。国内小型水泵行业中规模较大，具有自主研发设计能力，产品质量能够达到欧洲和美国认证水平的企业除了本公司外，还有利欧集团股份有限公司（股票代码：002131）、浙江大元泵业股份有限公司（股票代码：603757）、广东凌霄泵业股份有限公司（股票代码：002884）等。

（3）家用水泵行业未来发展趋势

1）国际制造能力转移的趋势越来越明显

由于运营成本持续上升，欧美发达国家的家用水泵供应商纷纷将生产转向发展中国家，与当地的生产商进行 ODM、OEM 等多种形式的合作，欧洲家用水泵制造已基本转移至中国等发展中国家，需求基本依靠进口，北美家用水泵制造能力正在持续转移中。在这种背景下，发达国家产能逐步向发展中国家转移，为中国企业创造了巨大的市场空间，通过与外资厂商的合作，中国家用水泵制造企业可以大幅提升自身管理水平和研发技术，为企业产品进入国际市场打下基础。

2）技术进步推动产业升级

经过多年的技术引进和消化吸收，国内家用水泵制造商的整体技术水平、生产装备水平得到了明显提升，其中部分优势企业已掌握了产品生产的核心技术，具备了自主研发和技术创新能力，产品档次及附加值不断提高，盈利能力不断增强。通过技术手段降低能源和原材料消耗，降低人工成本，积极采用新型高效工艺技术及设备、新型节能、自动化设备以及信息化技术来提升生产效率，同时加强新产品开发，不断提升品牌附加值，已经成为我国家用水泵制造业实现产业升级的必然选择。

3）人工智能引领行业发展新趋势

人工智能是引领未来的战略性高科技，随着物联网技术与人工智能技术的不断发展和普及，给传统的水泵安装上一个人工智能的“大脑”，使之实现智能化、互联化已成为未来水泵行业发展的新趋势。

4）更加注重产品节能环保和安全性

国内家用水泵产业起步较晚，整体设计能力、生产工艺水平相对较低，因此，家用水泵产品符合环保标准和产品安全标准已成为国内制造商面临的主要技术

壁垒。未来国内企业需要不断提升核心技术，提高产品的节能环保和安全可靠性，积极推进产品的升级换代以满足国际不断更新的环保安全标准。

5) 更加注重产品的外观设计

由于我国家用水泵产品主要销往欧洲和北美地区，产品的设计风格、外观精致程度等各方面需要符合欧美的审美观念及要求，未来产品设计除加强产品性能、功能性研究外，需要符合终端消费者差异化需求，更加注重产品外观设计。

四、董事会 2022 年工作重点

2022 年，结合公司发展战略，公司将积极拟定、执行未来经营计划，为客户提供创新产品和高质服务。按公司内部战略体系上形成三级架构形式，一级以研发销售业务为主的君禾股份，注重业务拓展，产品研发创新；发展自主品牌战略，通过线上线下经销和电商等多种形式，以蓝鳍电商、君禾香港、美国盛世威等销售子公司为辅助依托；二级架构以各产品生产事业部公司为主，以子公司君禾智能、君禾蓝鳍、君禾智控、可利尔电器等，具体形成家用水泵、商用水泵、专业工具、清洗设备，园林工具等，积极拓展衍生产品品类；三级以核心零部件为主的全产业链子公司君禾塑业、君霖塑业（电机铝压铸）、芜湖线缆的全产业链三级君禾特色产业链供应体系。公司将以服务为核心，以多年来坚持的工匠精神和创新思维驱动企业发展，持续提高产品质量、扩大产品品类、增强企业核心竞争力，提升公司在家用水泵制造领域的品牌价值。2022 年公司将着重从以下几个方面开展工作：

1、市场营销及开发计划

公司将以现有业务为中心、着力稳固欧洲成熟市场、拓展增长明显的美洲市场，继续增加为现有客户提供的产品品类和提升各类产品的市场份额，努力扩大公司销售规模，并积极布局亚非拉、一带一路国家及地区。同时辅以国内经销商销售、境内外电子商务销售等模式的情况，积极探讨国内个人消费升级、自主品牌替代进口品牌的未来可能性。

2、技术研发计划

公司持续加大研发投入，通过高端人才引进、博士研究工作站吸收进站等方式，在产品研发、设计、检测等方面的自主创新能力不断提高。积极筹建国家级 CNAS 实验室、国家级研究院等，以产品智能化、模块化、便携化（无绳锂电）、

DIY（个人家庭消费升级）等核心研发理念，公司将不断推陈出新，开发出适合国内外销售的家用水泵类产品，衍生拓展研发商用系列水泵。

3、生产制造水平提升计划

配合募投项目的开展，公司将加快实施智能制造、机器换人战略，通过合理产线布局、优化人员组织、提升设备自动化率等手段，保持企业成本竞争力，逐步形成覆盖主要核心业务的高效生产制造体系，全面提升生产经营效率和市场响应速度，不断减少原材料的损耗和用工成本，提升公司利润水平。

4、企业文化及人力资源计划

公司将继续完善君禾企业文化、各项内部管理制度、人力资源管理体系，完善岗位职责、考核激励、培训教育等体系建设，形成良性竞争机制，营造和谐的用人环境。根据公司快速发展的需求，分层次引进生产、管理、技术、品质、销售等方面的复合型人才，结合股权激励等措施，激发员工创造力，同时使公司的发展成果惠及员工，形成有竞争力和创造力的薪酬体系。

5、募投项目推进落地计划

公司将积极稳妥、保质保量地推进募投项目的实施，并随着募投项目的实施，逐步释放、优化公司的产线产能。契合国家政策导向与公司愿景，公司将着力打造有君禾特色的智能制造、机器换人的生产制造体系，全面提升生产经营效率和市场响应速度，切实有效提升公司市场竞争力。

6、资本市场计划

公司将积极关注国内泵行业及上下游产业链的整合机会，充分利用资本市场的功能，主要通过横向并购、整合等方式，对泵相关制造国内外知名品牌，同一产业链下的家用消费品市场、水系统相关等消费市场的资本市场机会，努力将公司打造为国内家用水泵龙头企业。

最后，感谢各位董事和全体员工为公司发展做出的努力和贡献，祝大家身体健康，工作顺利！

君禾泵业股份有限公司董事会

2022年4月18日