

宁波乐惠国际工程装备股份有限公司

2022 年度董事会工作报告

2022 年宁波乐惠国际工程装备股份有限公司（以下简称“公司”或“乐惠国际”）董事会严格遵守《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规及《公司章程》、《董事会议事规则》的相关规定，规范董事会运作程序，科学审慎履职，紧紧围绕公司总体发展目标制定工作计划，根据行业发展趋势制定未来的企业战略，有序推进公司各项重点工作，确保公司实现稳健发展。现将 2022 年的工作情况报告如下：

一、2022 年度公司经营概述

报告期内，公司实现营业收入 120,420.38 万元，较上年同期增长 21.71%，其中，出口海外营业收入 64,570.49 万元，占全年营业收入比重为 53.62%。

公司实现归属于上市公司股东的净利润为 2,189.47 万元，较上年同期下降 52.66%。

装备板块实现净利润 6,960.30 万元，较上年同期增长 6.96%。如果排除 2022 年度较 2021 年度增加研发投入 1,375.49 万元以及为防范汇率风险公司根据海外订单采取远期汇率锁定操作计提汇兑损失 1,077.65 万元的影响，公司装备板块经营利润将高于上年同期水平。

鲜啤 30 公里精酿板块产生净亏损 4,535.60 万元，主要由于新业务处于起步和投入阶段。2022 年度整体受防疫等影响消费低迷，公司长沙工厂及沈阳工厂均于 10 月份才投产，尚处于初始投产阶段，并未产生收入，增加了账面运营成本。

二、2022 年公司发展战略实施情况

1. 装备板块

公司持续 30 年深耕啤酒装备制造领域，已经成为该领域的全球领军企业。全球化是公司第一主业的核心战略，2022 年公司在多个海外市场取得了重大进展。

2022 年公司装备业务总共获得新增销售订单 18.28 亿元，其中海外订单 7 亿元。截止 2022 年 12 月底，公司在手订单达 26.2 亿元（含税）。2022 年整体新增订单保持稳定增长，总体收入和毛利水平稳中有增。

总体来说公司装备业务增长稳定，并且通过拓展白酒装备等新增领域找到增长点，未来可期。

2. 鲜啤 30 公里精酿板块

2022 年是正式运营“鲜啤 30 公里”品牌的第二年，该业务仍处于投入期和培育期。2022 年该业务板块完成销售收入 5,367.32 万元。

2022 年 11 月，鲜啤 30 公里长沙工厂和沈阳工厂先后投入生产，新增鲜啤产能 1.5 万吨，全年在手产能 2.8 万吨。2022 年完成对武汉工厂投建的前期筹备工作，并于 2023 年 3 月份正式开工建设，产能 2 万吨，将进一步增加精酿鲜啤业务的产能布局。

2022 年开始起步的小酒馆业务和打酒站业务也取得了阶段性的工作成果。全年开设小酒馆数量 36 家。小酒馆已经成为了附近居民休闲相聚的地标性小店，并且成功打造了酒馆的盈利模型。打酒站模型也完成了打磨，确定了以店中店为主要形态，提高原店主坪效为合作切入点的模式，2022 年打酒站开设 40 家。

2022 年公司进入多家著名连锁超市渠道和著名连锁餐饮渠道。

线上业务方面，公司开设了微信“鲜啤 30 公里”小程序商城、京东旗舰店、天猫旗舰店和抖音店铺。

品牌方面，著名咨询公司华与华团队全面参与到公司各个业务的品牌服务，提供专业的支持。

2022 年完成以城市为核心的销售体系搭建完成，目前已完成搭建并开展业务的有上海子公司、长沙子公司、宁波子公司和沈阳子公司，武汉和南京团队也完成组建并开始拓展业务。

三、2022 年度董事会运作情况

（一）董事会会议工作情况

2022 年度，董事会有序运行，共召开 8 次董事会：

序	召开日期	会议名称	会议内容
---	------	------	------

号			
1	2022年3月4	第三届董事会第三次会议	审议通过了《关于变更部分非公开发行股票募集资金投资项目的议案》、《关于投资设立长沙孙公司的议案》、《关于开立、变更募集资金专户并授权管理层办理相关事项的议案》、《关于召开公司2022年第一次临时股东大会的议案》。
2	2022年3月24日	第三届董事会第四次会议	审议通过了《关于投资设立鲜啤30公里沈阳合资公司的议案》。
3	2022年4月28日	第三届董事会第五次会议	审议通过了《公司2021年度董事会工作报告》、《公司2021年度总经理工作报告》、《公司2021年度独立董事述职报告》、《公司审计委员会2021年度履职情况报告》、《公司2021年年度报告及其摘要》、《公司2022年第一季度报告》、《公司2021年度财务决算报告》、《公司2021年度利润分配预案》、《关于续聘公司2022年度审计机构的议案》、《公司2021年度内部控制评价报告》、《公司2021年度募集资金存放和使用情况的专项报告》、《关于公司预计2022年度日常关联交易的议案》、《关于公司为子公司提供担保的议案》、《关于公司及子公司2022年度拟新增银行授信额度的议案》、《公司2021年度社会责任报告》、《关于公司及子公司开展远期结售汇业务的议案》、《关于公司董事2022年薪酬的议案》、《关于公司高级管理人员2022年薪酬的议案》、《关于召开公司2021年年度股东大会的议案》。
4	2022年8月2日	第三届董事会第六次会议	审议通过了《关于投资设立武汉孙公司的议案》。
5	2022年8月29日	第三届董事会第七次会议	审议通过了《公司2022年半年度报告及其摘要》、审议通过了《公司2022年半年度募集资金存放和使用情况的专项报告》、《关于公司及子公司增加向银行申请授信额度的议案》。
6	2022年10月12日	第三届董事会第八次会议	审议通过了《关于变更部分非公开发行股票募集资金投资项目的议案》、《关于开立、变更募集资金专户并授权管理层办理相关事项的议案》、《关于召开公司2022年第二次临时股东大会的议案》。
7	2022年10月28日	第三届董事会第九次会议	审议通过了《公司2022年第三季度报告》。
8	2022年12月7日	第三届董事会第十次会议	审议通过了《关于使用暂时闲置非公开发行股票募集资金购买理财产品的议案》。

2022年度，董事会根据《公司章程》和《董事会议事规则》的规定，召集了2021年年度股东大会和2次临时股东大会。对2022年预计关联交易、对外担保、远期结售汇、变更部分募集资金投资项目等重大事项进行审议和表决，并提交股东大会审议，获得股东大会通过。

（二）董事履职情况

2022年，公司各位董事根据《公司法》、《证券法》、《上海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》的规定和要求，认真履行董事的职责，较好地维护公司和股东的合法权益。

公司第三届董事会董事2022年度参加董事会和股东大会的情况，具体如下：

董事姓名	是否独立董事	参加董事会情况						参加股东大会情况
		本年应参加董事会次数	亲自出席次数	以通讯方式参加次数	委托出席次数	缺席次数	是否连续两次未亲自参加会议	出席股东大会的次数
赖云来	否	8	8	7	0	0	否	3
黄粤宁	否	8	8	8	0	0	否	3
申林	否	8	8	8	0	0	否	2
陈小平	否	8	8	8	0	0	否	2
于化和	否	8	8	6	0	0	否	3
万财飞	否	8	8	7	0	0	否	2
王占龙	是	8	8	8	0	0	否	2
王延才	是	8	8	8	0	0	否	2
许凌	是	8	8	8	0	0	否	2

本年度董事会积极完善了公司治理，董事会的各个专门委员会、独立董事等认真履行了自己的职责，较好地维护公司和股东的合法权益。

（三）信息披露情况

2022年，公司董事会严格遵守信息披露的有关规定，以及公司内部规定的有关要求，不断强化信息披露工作，及时、公平地披露公司重大信息，并确保信息披露的真实、准确、完整。报告期内，公司共发布定期报告4份，临时公告54份，对公司的经营情况及重大决策均按照证监会和交易所的要求予以及时公告和说明，保证了信息披露的及时性、准确性，切实维护了公司股东的合法权益。

2022年，公司在发布2021年年报、2022年一季报、半年报以及三季报之后，通过网络平台，均及时召开了业绩说明会。公司的总经理、独立董事、财务负责人以及董事会秘书出席了业绩说明会，对公司的业绩情况以及经营情况向投资者进行说明解释，并在说明会上与投资者进行交流，就投资者关心的问题进行了逐一解答，使投资者能更全面深入地了解公司经营的具体情况。

为了加强与投资者之间的信息沟通，加深投资者对公司的了解和认同，充分保障中小股东的知情权、参与权和决策权，促进公司诚信自律、规范运作，提升公司的投资价值，董事会授权董事会秘书办公室通过公开电话、微信、邮箱以及上证 E 互动等渠道回复投资者关注的问题。另外，公司积极接待机构投资者和个人投资者的调研活动，通过现场参观、集中展示、交流互动，更加形象生动地向投资者展示了公司的历史发展、企业文化、经营情况和未来的战略方向。

四、公司 2023 年发展战略及工作计划

公司在 2023 年度将继续坚定不移地推进双主业战略，稳固并继续增强在酿酒装备领域的领先地位，拓展更多海外市场，进一步深耕白酒装备等领域，寻找更多新的增长点。

继续投资和布局第二主业精酿鲜啤板块，建设更多的城市酒厂，并且以酒厂城市为核心，建立本地化运营团队，走全渠道销售策略，拓展小酒馆和打酒站等品牌终端，抓住啤酒消费升级的窗口期。

1、装备板块

1.1 布局海外市场

在 2023 年公司抓住了国外疫情结束带来的经济报复性反弹的大好机会，围绕我们优势领域啤酒装备开展更多业务。随着疫情防控结束，过去两年频繁出现的运费大幅波动和订单交付延误等不确定性将大大降低，有利于我们提升订单利润和进一步加速布局海外市场。

我们海外市场布局合理，南美、非洲和亚洲等子公司拥有海外市场和服务优势。

1.2 加快白酒装备领域拓展

经过近 3 年的努力，我们已经成为中国白酒装备行业的龙头企业，在很多专业领域拥有领先的技术。对于国内市场的白酒装备领域，趁热打铁，加大技术创新和产品创新，凭借自身及合作伙伴的多年技术积累，积极开拓市场，获取标杆客户及标杆项目。

1.3 拓展更多非啤酒设备业务

利用我们 30 多年积累的高端卫生型不锈钢容器的制造能力以及项目管理的

体系，抓住机会进入更多非啤酒业务领域，包括但不限于医药、威士忌、新能源相关、原料药等设备产业。

1.4 优化设计流程、提升交付质量

优化整体设计流程，加强标准化工作。首先加快推进包括搭建销售报价软件系统，加强乐惠国际项目管理软件设计等信息化工具建立。其次，强化整体设计过程管控，尤其是在流程图的设计过程中应该博采众长，尽量减少设计层面的失误，提升后续生产的效率。更进一步提升工厂自动化水平，充分利用外部资源协助内部培养更多专业人才。

增加对外部合作商的管控，筛选更多优质合作方并对其质量有更加严格的验收标轴。最终进一步提升交付质量，减少各种质量问题。

1.5 持续推进阿米巴管理模式

阿米巴模式已实施 3 年，其带来的降本增效作用是非常明显的，公司将继续优化阿米巴模式，提升公司业绩。增加项目管理人才储备，提高项目管理成本意识，更加清晰定位国内小组和海外小组的业务范畴，并对验收和回款及时性提出更多要求。

1.6 优化 EHS 管理体系

2023 年公司将进一步优化公司 EHS 管理体系，强化对环境、职业健康及安全事项的重视，制定完善的规章制度及紧急预案，强化企业的社会责任。

2、鲜啤 30 公里精酿板块

2.1 品牌战略定位

随着国内啤酒市场的不断发展，消费者对于啤酒口味和品质的要求也越来越高。“鲜啤 30 公里”品牌的定位啤酒越鲜越好喝，酒厂越近越新鲜，运用自身在啤酒行业三十年的经验，加快“鲜啤 30 公里”品牌的发展。

“鲜啤 30 公里”产品严格执行国标 GB/T-4927 的鲜啤标准，不过滤、不杀菌、内含活酵母。精酿鲜啤产品由于其内含活酵母的产品特点，产品需要全程冷链运输，这对公司的供应链能力提出极高的要求，建立本地供应链闭环，优化产品结构，实现精酿鲜啤的生产和销售优化，降低成本并提高利润。同时，通过在酒厂所在地开设一定规模的小酒馆和打酒站，形成本地广告效应并结合 O2O 等商

业模式进一步影响本地商超、便利店、餐饮等渠道的消费者啤酒购买决策，最终将“鲜啤 30 公里”打造成当地著名的鲜啤品牌。

2023 年，公司将设有酒厂的城市运营团队独立为子公司并全面负责本地化经营的策略，通过战略大客户直营、传统经销、线上销售、小酒馆等四种销售渠道，快速触达消费者。

2.2 数字化建设确保鲜啤口味一致性

2023 年，继续加强对精酿产业数字化建设的投入，加快精酿工厂 MES 系统的研发及部署，加上乐惠国际的模块化设备和技术，突破啤酒行业一直存在的口味一致性的痛点。

2.3 销售规划

2023 年，公司将坚持以城市酒厂为核心的本地化运营的商业逻辑，目前已经搭建的城市子公司有上海、武汉、沈阳、宁波和长沙。

当前，世界处在区域冲突期、技术、消费升级期、供应链重构期多期叠加的特殊阶段，导致不确定性因素影响增加。2023 年，董事会将继续坚持公司的经营战略，全力做好日常工作，发挥内部控制在公司治理中的核心作用，不断完善风险防范机制，加大监督检查力度，强化内控管理；不断提高决策效能，提升公司经营管理水平，从维护全体股东的利益出发，推动公司持续、健康和快速发展。

特此报告！

宁波乐惠国际工程装备股份有限公司

董事会

2023 年 4 月 27 日