

河南双汇投资发展股份有限公司

2016 年度董事会工作报告

各位股东、各位代表：

下面是 2016 年董事会工作报告，请予以审议。

一、概述

2016年，全球政治形势复杂多变、经济持续低迷，市场消费需求疲软、大宗物资价格分化，生猪价格高位运行、鸡肉价格先低后高，矿产能源价格触底回升，工业经济运行仍然面临较多困难。面对不利形势，公司管理团队精诚团结、攻坚克难、创新求变，坚持推新品、调结构，建网络、拓渠道，抓创新、提效率，控成本、保盈利，在较为困难的经营环境下实现了增量、增收、增利，同比收入实现两位数增长、产销量和利润实现个位数增长。

报告期内，屠宰生猪1,235万头，同比2015年下降0.32%；鲜冻肉及肉制品外销量296.71万吨，同比2015年增长7.68%；实现营业收入518.45亿元，同比2015年增长15.99%；实现利润总额58.62亿元，同比2015年增长3.29%；实现归属于母公司股东的净利润44.05亿元，同比2015年增长3.51%。

二、与上年度相比，公司营业收入及相关数据的变化情况及原因（单位：人民币万元）：

指标	2016年	2015年	增减幅度
营业收入	5,182,237	4,469,667	15.94%
营业成本	4,243,954	3,541,335	19.84%
期间费用	346,056	373,009	-7.23%
营业利润	555,625	540,999	2.70%
归属于母公司股东的净利润	440,506	425,554	3.51%
经营活动产生的现金流量净额	554,600	576,632	-3.82%
现金及现金等价物净增加额	58,115	-48,293	

注：现金及现金等价物净增加额同比上升106,407.36万元，主要原因是本期购买理财产品及支付工程设备款减少。

三、主营业务构成情况（单位：人民币元）

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	毛利率比上年同期 增减
分行业				
肉制品业	22,577,165,714.29	15,530,068,638.24	31.21%	下降 0.15 个百分点
屠宰业	31,710,323,344.07	29,973,037,194.61	5.48%	下降 1.84 个百分点
其他	2,200,699,329.11	1,601,001,676.92	27.25%	上升 5.72 个百分点
减：公司内部行业抵减	4,665,822,425.81	4,664,567,061.76	0.03%	上升 0.32 个百分点
分产品				
高温肉制品	14,043,796,222.17	9,609,075,190.13	31.58%	上升 0.03 个百分点
低温肉制品	8,533,369,492.12	5,920,993,448.10	30.61%	下降 0.44 个百分点
生鲜冻品	31,710,323,344.07	29,973,037,194.61	5.48%	下降 1.84 个百分点
其他	2,200,699,329.11	1,601,001,676.92	27.25%	上升 5.72 个百分点
减：公司内部行业抵减	4,665,822,425.81	4,664,567,061.76	0.03%	上升 0.32 个百分点
分地区				
长江以北地区	36,374,187,018.40	30,299,524,189.05	16.70%	下降 2.18 个百分点
长江以南地区	20,114,001,369.07	16,804,583,320.71	16.45%	下降 2.72 个百分点
减：公司内部行业抵减	4,665,822,425.81	4,664,567,061.76	0.03%	上升 0.32 个百分点

四、核心竞争力分析

1、高附加值产品的产量和所占比重均高于竞争对手

公司冷鲜肉和低温肉制品的产量在行业内领先于主要竞争对手，冷鲜肉和

低温肉制品在同类产品中的比重同样优于行业内主要竞争对手，这些高附加值产品的产量和结构的优势将明显增强本公司的盈利能力。

2、加工基地区域优势明显

公司目前的主要资产经营区域包括河南、湖北、内蒙古、上海、山东、四川、江苏、河北、广东、黑龙江、辽宁、江西、浙江、广西、安徽、云南、陕西等省、自治区和直辖市，这些资产涉及的经营区域为我国屠宰及肉类加工行业的重要地域，生猪资源丰富，肉类消费潜力巨大。公司经营地域分布广泛，有利于统筹利用全国资源，化解区域单个市场的风险。同时，通过在贴近消费市场的区域设置网点，可为冷鲜肉及肉制品的生产创造良好的销售条件，提高企业盈利水平。

3、先进的技术工艺和设备确保生产高质量的产品

冷鲜肉方面，公司采用国际标准的屠宰工艺和完善的检验体系，引进欧美的先进加工设备，采用世界先进的冷分割加工工艺，经过18道检验，胴体加工前先进行快速冷却、再进行缓慢冷却，使肌肉经过自然成熟过程，并在低温环境下进行精细分割，抑制微生物的生长繁殖，延长冷鲜肉的保质期，使产品品质高于大多数同行业企业的同类产品。

肉制品方面，公司坚持从源头控制产品质量，实行统一化、专业化、标准化采购。公司已建立起严格的合格供方评价制度，确保供应商严格按标准生产和供应，保证采购的质量和安全。通过率先在肉类行业引入ISO9001、HACCP和ISO14001等管理体系，公司已建立起综合标准化管理体系，实施全程信息化的供应链管理和食品安全控制，有效追溯产品质量信息，确保产品质量和食品安全。公司实行严格的检验、检疫制度，建设高素质的质检队伍，从严把关生产加工的各个环节。

公司具备成熟的工艺控制能力、熟练的技术工人，同时执行严格的检验、检疫标准，整个生产、运输、配送环节均采用ISO9001和HACCP管理模式，有效确保生产产品的高质量，以供消费者放心食用。

4、管理和人才优势

公司全面实施了ISO9001、ISO14001和HACCP管理体系认证，将信息化引入生猪屠宰和肉制品加工业，利用信息化进行流程再造，整合资金流、物流、

信息流，实现订单采购、订单生产、订单销售，肉类管理水平与世界同步。随着企业规模的扩大，公司按照各产业做大、做强、做专、做精的要求，组建了生鲜品事业部、肉制品事业部、化工包装事业部、农牧事业部、综合事业部和商业连锁公司等，进行事业部制管理，提高了公司专业化运作水平。

本公司的管理层是长期从事屠宰和肉制品加工行业的专家，对肉制品加工行业有着深入的理解和认识，具备丰富的企业管理经验和长远的发展思路。

5、领先的技术实力和突出的产品研发能力

公司拥有国家级的技术研发中心、国家认可实验室和博士后流动站，拥有二百多人的技术开发队伍。公司目前已开发出高、低温肉制品，调理制品、生鲜产品等1000多个品种、规格，每年可以开发新产品100多个品种、规格，每年新产品销量不低于当年肉制品销量的10%。公司强大的综合研发能力确保公司在肉制品加工技术和新产品开发方面始终领先于竞争对手,保持了公司强大的活力和竞争优势。

五、投资状况

1、对外股权投资情况

报告期投资额（元）	上年同期投资额（元）	变动幅度
2,568,917,437.57	651,945,281.11	294.04%

2、委托理财情况

报告期内，公司根据第六届董事会第一次会议决议，利用自有闲置资金，通过购买银行理财产品和信托机构的信托产品进行委托理财业务，本年度累计发生委托理财金额 91.82 亿元，实际收回本金金额 91.82 亿元，预计收益 8,776.81 万元，报告期实际损益金额 7,958.73 万元。

六、公司未来发展的展望

（一）宏观经济形势及公司所处行业的发展趋势与发展机遇

2017年国家经济工作坚持稳中求进的工作总基调，提出宏观经济要稳、产业政策要准、微观政策要活、改革政策要实、社会政策要托底的政策思路，坚持以推进供给侧结构性改革为主线，适度扩大总需求，加强预期引导，深化创新驱动，全面做好稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险各项工作，保持

国内经济运行在合理区间。

2017年，公司将面临以下发展机遇：

一是社会消费保持稳定增长。随着人口的增长、可支配收入的提高和城镇化建设的推进，社会消费需求不断升级，餐饮行业增速较快，有助于肉类消费持续增长；

二是肉类行业集中度持续提升。国家对环保要求日益提高，行业进入门槛的筑高、竞争环境的优化，将加速落后产能的退出，优势企业将通过发挥布局、质量、网络、管理和技术等优势，巩固行业地位，提升行业集中度。

三是质量安全受到普遍关注。消费者对肉食安全问题的认识有了显著提高，为肉类食品产业向中高端升级提供了广泛的社会基础。

四是公司产业布局更加完善。家禽业5000万只肉鸡养殖、屠宰项目实现全面投产，产业链进一步完善；郑州双汇美式工厂和上海双汇西式工厂等项目的竣工投产，实现了品牌升级，顺应了高品质生活的新兴消费的大趋势，将推动肉类行业的结构调整和转型升级；

五是中美协同效应持续向好。进出口贸易规模扩大，协同扩规模、协同降低成本优势不断发挥，具备了行业内其它公司无法企及的跨国协同优势；

六是“世界500强”的品牌价值逐步显现。随着万洲国际进入世界500强，企业影响力、品牌号召力、产品竞争力进一步提升。

（二）公司发展战略

1、在产业选择上，公司将坚持围绕“农”字做文章，围绕肉类加工产业，继续做大做强屠宰和肉制品两大主业，大力发展饲料业和养殖业，完善产业链，提高产业化经营水平。

2、在国内重点围绕公司六大区域发展战略，完成生猪屠宰及肉制品加工基地的全国产业布局，实现养殖和屠宰的就地养殖、就地生产、就地销售及全国大流通销售的产业格局。

3、在产品研发上，完善自主研发和创新体系，围绕消费升级，大力调整产品结构，不断开发新产品，实现屠宰业向鲜销转、向食材转、向调理转、向预制化、定制化转；肉制品业向低温转、向西式转、向中高档转、向食材转、向餐桌转变，实现产销上规模，确保企业的核心竞争优势。

4、经营策略上，围绕“开创中国肉类品牌”，积极实施品牌营销，提升品牌竞争力及产品附加值；围绕低碳经济，加强企业标准化、工业化、自动化和信息化管理，坚持流程创新、提高效率，实现由劳动密集型向技术密集型转变，形成以肉类加工为主的优势产业集群，带动农业产业化。

通过调整产品结构、完善产业链条、优化产业布局、增强创新能力，进一步做大、做强、做精、做专肉类加工业，把公司做成全球最大的动物蛋白运营服务商，做成在世界肉类行业具有显著影响力的企业集团。

（三）新年度经营计划

2017年，面对新的形势、新的要求，公司将继续贯彻“创新转型、开创未来”的指导思想，落实“调结构、扩网络、促转型、上规模”的发展战略，把握机遇、化解风险，2017年争取实现业绩的继续增长。

（四）资金需求及使用计划

2017年公司将通过续建项目、技术改造项目、单台设备投资、股权投资等方面积极推进产品结构调整，预计全年完成投资并支出项目建设资金约10亿元。以上资金需求主要通过公司自有滚存资金加以解决。

（五）风险因素和对策

2017年，公司可能面临的挑战和风险：

一是经济下行压力仍然较大，企业规模提升会面临挑战。经济发展速度放缓，固定资产投资增速下滑、人口红利逐渐减弱，新的经济形势对企业发展提出了更高的要求，销售规模的提升有一定的难度。

二是社会消费需求多元化对产品结构调整提出更高要求。随着经济增长和新生代消费者的崛起，大健康概念主导消费潮流，消费需求更加个性化、多元化。消费结构调整对企业新品研发、产品升级、营销策划、渠道开拓等方面提出了更高的要求；

三是成本上升。为了实现肉类的可持续生产，需要保护环境、节约资源、保障安全，这些都会影响肉类食品的生产成本；能源成本居高不下、货车超限令的出台等因素，都会增加一定的成本。

针对上述风险和挑战，公司将按照“创新转型、开创未来”的指导思想，继续落实“调结构、扩网络、促转型、上规模”的发展战略，在2017年重点抓

好以下几项工作：

1、调结构、促转型。肉制品要贯彻“稳高温 上低温、大力发展美式西式产品、中式产品工业化、休闲产品更休闲、调理食材产品工业化、肉蛋奶菜粮结合大健康道路”的转型战略；生鲜品要落实“由效益型向规模效益型转变”的转型战略，用好大健康理念、大低温结构、大食材形态、大工业优势，合作大客户、构建大网络、突破大城市、打造大外贸、形成大规模、实现大发展。

2、建网络、扩渠道。围绕“大小商超、大小餐饮、学校团购、农贸批发、自建终端、机关食堂、电商平台”七大渠道，建网点、扩渠道。生鲜品事业部要巩固农贸和特约店、快速推进商超包场、大力开发餐饮和特通渠道；肉制品事业部要加快推进机构改革，用专业的机构、专业的队伍开发专业的客户、加强开发新渠道，用新产品对接新消费、用新网络带动新增量、用新渠道实现新突破，为规模增长提供保障。

3、抓采购、控成本。完善行情监测与信息分析机制，严密关注原料行情变化，对行情走势认真分析、精心研判、踏准节奏、严密部署，保持原料成本优势。

4、抓创新、提效率。推动技术创新、深化管理创新、实施流程再造，提升企业专业化、自动化、信息化、智能化水平，提高生产、管理、销售全过程的运营效率，强化企业核心竞争力。

5、做大外贸，发挥中美协同效应。公司将继续深化中美合作，协同降成本、扩规模、调结构。通过充分发挥全球采购优势，系统整合全球资源，扩大国际贸易，实现全球优势资源的互补。

6、推动实业与金融的融合。向实业、金融双轮驱动的经营模式转变，打造更有竞争力的肉类产业链。

7、抓管理、保安全。坚持依法经营、依法核算、依法纳税、依法管理，不断提高产品质量和食品安全的控制水平，确保法律安全、生产安全、食品安全、企业安全，树立良好企业形象，实现企业可持续发展。

七、公司普通股利润分配情况

年度	股利分配预案或方案	资本公积金转增股本预案或方案
2016年	拟以2016年末公司总股本为基数，向全体股东实施每10股派12元现金（含税）的方案。	
2016年半年度	以2015年末公司扣除拟回购股份后的总股本为基数，向全体股东实施每10股派9元现金（含税）的方案。	无
2015年	以2015年末公司扣除拟回购股份后的总股本为基数，向全体股东实施每10股派12.5元现金（含税）的方案。	无
2014年	以2014年底总股本为基数，向全体股东实施每10股派14.2元现金（含税）的方案。	以2014年底总股本为基数，向全体股东实施每10股转增5股的资本公积金转增股本方案。

2、公司近三年（包括本报告期）普通股现金分红情况表

单位：元

分红年度	现金分红金额（含税）	分红年度合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润	占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润的比率
2016 年	6,929,072,396.40	4,405,056,392.24	157.30%
2015 年	4,124,447,855.00	4,255,541,752.84	96.92%
2014 年	3,124,821,396.16	4,039,863,758.01	77.35%