
西安饮食股份有限公司

2018年度董事会工作报告

2018年，公司董事会认真履行《公司法》和《公司章程》等法律、法规及规范性文件所赋予的职责，严格执行各次股东大会的决议，充分发挥了董事会的决策作用。全体董事均勤勉尽责，领导公司规范运作，取得了较好的成绩。2018年，董事会主要做了以下几方面的工作：

一、公司全年经营情况

2018年，公司坚持以供给侧结构性改革为指导，坚定不移实施“品牌运营和资本扩张协同发展、餐饮主业和食品工业两轮驱动”发展战略，解放思想转观念、集中精力促发展，广开思路、大胆尝试、精准施策、提质增效，奋力追赶超越，主业经营效益企稳回升，逐步步入良性发展。

2018年，公司主要抓了以下几方面工作：

一是综合施策，餐饮主业稳步发展。抢抓节日消费商机，创新老字号特色产品，开设“深夜食堂”，加快市场拓展步伐，开辟线上外卖市场，扎实推进菜品标准化管理，开展“菜品、服务、卫生”三大质量整治提升，促进餐饮主业稳步发展。

二是调整结构，食品工业稳步发展。积极调整产品结构，强化质量管控，建立系统内部与市场化渠道相结合的营销新路子，进驻大型商超、小型便利连锁店及批发市场，打通兰州、青海等外埠市场，有效扩大了销售。公司食品工业实现销售收入同比增长23.47%。

三是扩张市场，积极布局新的网点。紧跟西安城市发展步伐，探索品牌多元化经营，新开网点26个。其中单体品牌形象店5个，商业综合体店6个，老字号集群店7个，加盟店8个。

四是重点项目稳步推进。公司非公开发行募投项目西安饭庄东大街总店拆除重建已完成地勘、文勘、土地收储、护坡桩施工图设计等工作，并取得勘察报告。功能分布和建审总平已基本确定，并竞得该募投项目所需土地使用权，签订了土地出让合同。下一步，公司将加快推进土地使用权证的办理，并办理建设用地许可等相关手续；积极开展规划报批和施工图

的设计，加快施工总包单位的招标，确保尽快开工建设。

五是品牌营销彰显活力。积极配合市政府主题营销活动，先后举办了“首届中华老字号餐饮发展论坛暨名厨巨匠收徒大典”等文化营销系列活动，借助新媒体大力推广，在微信公众号、微博、抖音、今日头条等网络平台发布营销信息，有效扩大了老字号品牌影响力。

六是精细化管理初显成效。一是扎实推进“三大质量”整治提升工作，根据企业实际，完善服务流程，推出智能服务、人性化服务举措，加强质量监督考核，提升服务质量意识。二是深入推进菜品标准化管理。三是稳步推进薪酬改革试点工作，相继在所属5家分公司推行了薪酬改革工作，充分调动员工的积极性和主动性，激发其工作热情，效果良好。

报告期内，公司实现营业收入496,037,286.92元，同比增长0.45%；归属于上市公司股东的净利润9,469,836.60元，同比增长181.66%；扣非后归属于上市公司股东的净利润-12,200,601.68元，同比增长8.44%；按公司期末总股本计算，基本每股收益0.0190元，同比增长181.90%；总资产1,273,364,983.31元，较年初增加18.35%。

二、积极做好控股股东国有股权无偿划转事项涉及的相关工作及重要节点的信息披露工作

依照西安市人民政府将西旅集团国有股权无偿划转曲江新区管委会的通知精神，积极主动与政府有关部门、监管部门及中介机构进行沟通、协调，全力配合曲江新区管委会、西旅集团做好尽职调查、内幕信息知情人自查、深交所关注函回复、证监会要约收购豁免申请反馈意见回复等相关工作以及该事项进展重要节点的信息披露工作。截至本报告披露日，该股权划转事项涉及的所有手续已全部完成，公司实际控制人由西安市国资委变更为曲江新区管委会。

三、积极做好桃李村饭店拆迁征用补偿，回笼资金用于主业发展。

为了支持西安市政府地铁工程建设，经多方努力磋商，公司积极配合莲湖区建保局对桃李村饭店房屋进行征收并实施拆迁，按期完成了拆迁补偿工作，取得了4600万元补偿款（获得4300多万元的净收益），回笼资金用于主业发展。

四、变更部分募集资金用途，提高募集资金使用效率。

为加快西安饭庄东大街总店拆除重建募投项目建设进程，提高募集资金使用效率，经与监管部门、保荐机构沟通，并通过公司董事会、股东大会审议，将建设用募集资金11000万元变更用途，用于先行购置该项目土地使用权，有效提高了募集资金使用效率。

五、继续实施餐饮原辅材料集中采购，从源头上保障食品卫生安全

为了继续规范公司所属分子公司餐饮原辅材料采购渠道，从源头上保障食品卫生安全，同时发挥集中采购价格优势，降低原辅材料采购成本，董事会审议通过了《关于拟签署〈餐饮原辅材料采购合同〉的议案》，与米禾公司续签了集中采配重大合同。将进一步提升公司所属分（子）公司餐饮原辅材料的采购质量，保护消费者的合法权益，同时可降低原辅材料的采购成本，并从源头上保障食品卫生安全。

六、做好董事会、股东大会的组织、召开及各期定期报告的编制与信息披露工作

2018年，按照董事会的工作部署和相关规定，及时、准确地完成了2017年度股东大会、2018年第一次临时股东大会；第八届董事会第8次至第12次会议、第八届董事会第6次至第9次临时会议的材料准备、会议组织和对外信息披露工作；完成了公司2017年年度报告、2018年一季报、半年报和季报的编制和对外披露工作。

七、做好了投资者关系管理工作

按照年初制定的《2018年度投资者关系管理计划》的有关规定和要求，通过召开投资者说明会、现场接待、电话、投资者关系互动平台等渠道，了解投资者重点关注的问题，及时答复投资者的提问，以多种形式同他们进行沟通与交流，做好了投资者关系管理工作。

八、落实科学发展观，构建和谐社会，积极承担社会责任

报告期内，公司在坚持规范合规经营、稳健持续发展的同时，非常重视公司应尽的社会责任。

（一）维护股东权益。按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规的规定和中国证监会及派出机构、深圳证券交易所的监管要求，公司始终致力

于健全治理制度，完善公司治理结构，在保护股东权益的同时，实现股东价值增长。

（二）关爱员工、扶贫帮困。通过慰问帮扶困难职工、为近千名员工办理互助医疗保险、为困难职工免费体检、为困难职工子女发放爱心助学金、举办庆“三八”活动倾心关怀女职工、进行暑期职工慰问、关心员工业余文娱生活等，解难题、惠民生，关心员工身心健康，使广大职工感受到了企业大家庭的温暖。

（三）节能减排，保护环境。公司始终注重企业与社会、环境的协调可持续发展，积极实施节能减排和环保措施，落实精细化管理，实现公司可持续发展。报告期内，公司实施节能目标责任管理，积极推行水、电、气等节能指标考核。公司所属企业都实施了煤、电、水、汽的环保节能改造，采用了清洁、环保、污染少的天然气作为生产燃料；在废油、废气、油烟和其它废弃物处理上，均严格遵循环保、污染少、有利社会的原则进行。

（四）积极开展公益活动。报告期内，公司所属分公司西安饭庄为西安市儿童福利院捐款 1 万元，为周至县四屯镇辛庄村捐款 2 万元，为陕西省公安民警英烈基金会捐款 0.1 万元；所属子公司常宁宫会议培训中心为长安区王曲爱心超市项目捐款 1 万元。

公司团委组织开展了以“弘扬雷锋精神，奋力追赶超越”为主题的青年志愿者服务活动，组织公司系统各单位团员青年走进退休困难职工家中进行献爱心义务劳动，为老人打扫卫生、帮厨，陪老人聊天拉家常；走上街头规整摆放人行道边乱停乱放的公共共享单车，清扫捡拾乱扔的烟头垃圾；充当交通志愿者，协助维护市民遵守交通法规，并为辛勤的保洁员师傅送上了一杯杯热茶水，让他们感受到浓浓的暖意和关怀；走进西安心心特殊儿童发展中心，为孩子们送去饺子馅、速冻饺子等慰问品，并于师生们一起互动包饺子，向他们传递老字号企业“关爱弱势群体”的社会责任新思想、新风尚，让他们深切地感受到社会的关怀和温暖，为社会奉献爱心，切实履行上市公司的社会责任。

（五）精准扶贫。

2018 年，根据西安市、临潼区脱贫攻坚工作部署和要求，公司选派的驻

村工作队队长、第一书记及联户干部共 4 人组成的扶贫工作组继续“一对一”联户帮扶临潼区张南帮村。扶贫工作组充分结合张南帮村贫困村和贫困户实际，因地制宜，精准施策，扎实工作，使村子的基础设施、贫困户和群众的生产生活条件都发生了很大的变化。具体情况如下：

1、突出产业扶贫，建设美丽经济

继续帮助发展好中蜂养殖产业。在 2017 年帮助贫困户集中养殖的基础上，为克服周边意蜂侵袭和养殖技术短板，2018 年又帮助村委会从相关部门争取了 60 箱中蜂，并和闫良众天蜂业签订带养协议，使每户养殖户能继续收到 1000 元纯收益，保证了产业的持续稳定和养殖户的收益。鼓励 3 户贫困户养羊，其中一户已由当初赠送的 5 只，繁育扩大到 38 只，初具规模，有了持续稳定收益。

对西旅集团投入 24.5 万元购置并免费向全村发放种苗种植的 170 亩油用牡丹，积极协调杨凌金山公司来村做好技术指导和培训，督促群众认真做好田间管理。该产业是全村参与，全村受益，两三年进入盛产期后每亩年收入可达五、六千元。

2、推进基础设施建设，改善生产生活条件

在 2017 年拓宽硬化 5.2 公里通村水泥路的基础上，2018 年又通过积极争取，克服重重困难修建硬化了 3.6 公里通组道路。同时积极争取市、区交通局和街道办的支持，基本确定 2019 年再为村里建设硬化通组道路 9.5 公里，彻底解决三个自然村的道路不畅和张南帮的闭塞问题。在西旅集团大力支持下，又竭尽全力争取到城东客运站的部分资金支持，在张南帮村实施了太阳能路灯安装项目，彻底解决了群众天黑路难行问题。

3、培育发展乡村旅游，解决农产品销售难问题

根据习近平总书记“绿水青山就是金山银山”精神，扶贫工作组积极以“旅游人”的视野发现和挖掘旅游资源，无中生有，有中拉长，挖掘开发“丹霞锦鸡谷、梯田盘山路”，积极探索实践旅游扶贫，培育发展乡村旅游，策划组织了乡村口哨节、登山节、踏春摄影音乐节、槐花节、露营帐篷节等活动，请来了华阴老腔、口哨音乐、歌唱舞蹈等各种演出节目，户外俱乐部、摄影俱乐部、绘画写生班纷至沓来，自驾游、骑行者络绎不绝。通过各种宣传推

广渠道，将“美丽山村张南帮”的名声打了出去，使张南帮村成为了网红村落。游客的持续到来，直接带动了农家餐饮和农产品销售，为张南帮村探索出了一条贫困户脱贫致富、村民普惠增收的帮扶工作新路子。

4、抓美丽党建保障脱贫攻坚，扶志扶智带动美丽乡风

积极协助村党支部加强基层组织建设，充分发挥村党支部的龙头引领和党员的示范带头作用。引导群众树立“要富口袋，先富脑袋”的观念，设立村民大讲堂组织各种技能培训，设立阅览室鼓励读书学习，设立爱心超市、爱心驿站激发村民的内生动力。连续组织孩子们走出大山开眼界，分两批参加了常宁官快乐成长夏令营。通过积极开展扶志扶智各种文化活动，积极引导群众逐步转变思想观念，进一步激发脱贫致富的内生动力。

九、公司未来发展的展望

（一）行业格局和趋势

2019年，餐饮业作为中国服务业重要组成部分，面对更加复杂的国内外发展环境，中国餐饮业势必将迎来更多的困难和挑战。虽然经济下行压力持续增加，消费增长受到一定条件限制，但是餐饮业作为生活刚需，具有较强的抗风险能力，尤其是商务部提出“一促二稳三重点”核心工作思路，全面推出促进消费升级举措，为餐饮业发展提供重要保障。未来餐饮业将继续以高品质发展为核心，以不断创新为抓手，全面加深餐饮业供给侧改革。随着国民消费不断提质升级，新技术、新体验、智慧化、数字化成为餐饮消费发展重心，移动化、自助化、智能化消费体验也成为行业未来重要关注点。

（二）公司发展战略

从国家宏观经济看，随着经济改革的不断深入、国家“一带一路”战略的实施、商务部“一促二稳三重点”重点任务的确立以及国家金融政策、房地产政策的不断调整，国内经济稳中向好为公司提供了难得的发展机遇。从行业发展来看，餐饮业的经济贡献显著增强，强劲拉动社会消费品零售总额增长。从西安经济发展环境看，陕西作为“丝绸之路”的起点，西安作为国家中心城市战略定位，将为大西安的大发展带来前所未有的历史机遇，2019年西旅集团全面纳入曲江新区，资源整合打造“万亿级文化产业主要承载区”，必将推动西安餐饮业快速健康发展。

公司作为一家拥有多个中华老字号品牌的国有控股餐饮企业，担负着弘扬中国饮食文化，擦亮金字招牌、振兴老字号的历史责任，也担负着国有资产保值增值的社会责任。面对宏观调控的不断深化，餐饮企业竞争日趋激烈，公司坚持以资本运营为龙头，以项目发展为抓手，以大众市场为根本，形成餐饮主业、食品工业两轮驱动、良性发展、共同提高的发展模式，全面推进转型升级，以积极适应餐饮市场发展需求，不断迎合广大消费群体的需求。

（三）公司新年度计划及措施

2019年，公司将坚定不移实施“品牌运营与资本扩张协同发展、餐饮主业和食品工业两轮驱动”发展战略，积极抢抓西安旅游集团与曲江文化旅游资源大融合的发展机遇，以“解放思想、主动作为、加快融入、敢于变革、挂图作战、加速发展”为主线，着力推进餐饮主业“品牌化、标准化、科技化、数据化、模式化、外卖化”，全力打造“5+1”经营业态，加快推进“三个建设”，持续完善“四大管理体系”，加快建立“四个中心”，努力实现“三个提升”，全面推进老字号创新发展。

为达到上述目标，2019年公司拟采取以下措施：

1、做强做优主业，打造“5+1”经营业态。

围绕人民日益增长的美好生活向往和消费结构升级的需求，紧跟西安国家中心城市建设步伐，选准与品牌定位相适应的重点区域科学布局。着力抓好“老字号品牌形象店”、“商业综合体时尚店”、“单一品种连锁店”、“社区大众便民店”、“食品工业系列产品”五大传统经营板块的联动促进，积极拓展新兴电商应用及新零售经营模式，形成多品牌、多层次、多类别运营格局，适应现代多元化消费需求，推动老字号快速发展。

（1）老字号品牌形象店。采取“因店制宜，一店一策，一店多策”，对现有老字号品牌形象店，通过细分市场定位、创新特色产品、挖掘提升文化、环境改造提升、“三大质量”综合整治等措施，进行品牌升级。同时，加快恢复“清雅斋饭庄”、“五一鲜包”、“聚丰园饭店”、“新中华甜食店”等老字号品牌，抢救挖掘老字号，发展老字号。

（2）商业综合体时尚店。以老字号品牌为依托，发展投资规模小、

贴近 90、00 后年轻消费群体的消费需求、融入现代时尚元素的“小而美”的特色店。

(3) 单一品种连锁店。在 2018 年尝试恢复中华老字号“白云章饺子馆”的基础上，以白云章的“羊肉水饺”、西安饭庄的“金牌锅贴”，春发生的“葫芦头”、五一饭店的“五一鲜包”、德发长的“德记肉夹馍”等特色产品为主打，大力推进老字号单一品种连锁店，满足百姓“一日三餐”消费需求。

(4) 社区大众便民店。随着中央厨房的建成，以满足家庭日常消费为目标，在居民小区开设老字号便民服务网点，以“便利实惠、新鲜安全、营养健康”为理念，集合外带和零售形式，实现早餐、夜宵线上线下互动，更好地满足广大市民的消费需求，为市民提供正宗老字号特色美食和产品。

(5) 食品工业系列产品。依托老字号品牌特色产品，发挥食品加工基地的作用，聚焦“一吃一喝”方便泡馍和稠酒，做好现有产品质量提升和包装设计，通过引进、联营等形式，打造消费者喜爱的旅游、休闲长线产品，进行规模化发展，逐步形成长线旅游休闲产品为主导、季节性产品为辅助、服务类产品为补充的产品体系。

(6) 线上外卖店。探索“互联网+餐饮”模式，加强与电商服务平台合作，创新经营模式，建立外卖基站，结合社团、家庭、个体不同需求，细分市场，精准营销，提升配套服务，不断适应不同场景下的外卖市场消费需求。

2、扎实推进“六化”，推动老字号创新发展。

(1) 品牌化。一是做好老字号文化挖掘应用。依托传统文化和特色技艺，依托文化营销载体弘扬独特的饮食文化，从店堂装饰、服务员服饰、餐用具等方面突显传统文化，探索互动性、娱乐性、便捷化、网络化的经营模式，让消费者进店品尝菜品的同时，体验“文化之旅”，实现商旅文融合发展。二是加大品牌经营创新创效。针对 90 后、00 后消费群体的消费特点，借助专业品牌策划公司，组织技术顾问对各大品牌特色进行重新定位和包装设计，引进新工艺、新原料、新品种，细化品类，增加仪式感、

参与感和体验感。注重营养健康，推出与各店经营特色相匹配的自制饮品，延长营业时间，积极发展“深夜食堂”，不断扩大经营新领域。三是运用新媒体展现新形象。灵活运用多种媒体渠道、线上线下、饮食文化交流活动等形式进行品牌文化营销和传播，讲好老字号的故事。2019年，计划举办中华老字号餐饮品牌发展论坛、西安饮食老字号美食走全国品牌推广活动等系列活动，做好2019“世界匠人大会”德发长饺子申报上海大世界基尼斯纪录工作，拍摄《千年陕菜》纪录片，扩大老字号品牌影响力。

(2) 标准化。一是推进标准化分级管理。聚焦核心产品、技术和文化，扎实推进产品标准化分类分级营销工作，针对不同经营模式，从产品规格、分量、价格、盛器等方面采取不同的供应方式，实行统一标准下的差异化经营，提高人均消费水平。二是深入开展“饭菜、服务、卫生”三大质量综合整治提升。根据消费新需求，制定标准、加强培训、提升硬件、挖掘文化、严格监督，开展老字号文化讲解特色服务，推进服务标准化向人性化、温情化、特色化服务延伸。扎实推进“五化”（洁化、绿化、美化、亮化、序化）工作，通过最佳实践与持续改善，不断提升老字号品质形象。公司将不定期聘请社会各界人士对所属企业服务质量进行明察暗访，并把结果作为企业年度考核依据，全面提升服务品质。

(3) 科技化。加大现代科技手段的推广应用，积极运用机械化厨房设备、科技化服务手段、智能化服务管理软件，实现“运营数字信息化、品牌营销网络化、服务手段科技化、设施设备节能化”，从而达到降低成本、提高效能。

(4) 数据化。全面推进餐饮管理软件的实施，对现有用友软件进行全面升级，将财务核算与成本管控结合起来，实现即时管控。同时针对不同业态和经营模式，采取分类核算、分类下达，降低企业经营风险与财务风险。

(5) 多样化。紧跟西安国家中心城市建设步伐，科学规划产业布局，以新兴商业综合体、商业集群区为发展阵地，采取多种形式，吸收社会资本，创新发展模式，合理布局老字号网点，加快推进老字号振兴工程，推动老字号规模化发展。

(6) 外卖化。根据各餐饮品牌经营特色，针对不同时段，结合社团、家庭、个体不同需求，量身打造市场需求且不同于堂食的外卖特色品种，提升质量，细分市场，精准营销，强化激励，探索外卖盈利模式和品牌发展新路径。同时，积极探索社会餐饮服务新领域，推出半成品菜肴配送、承接单位员工餐、会展外卖等，寻求新的经营增长点。

3、全面落实“两个责任”，为企业追赶超越保驾护航。

(1) 全面推进从严治党。持之以恒推进全面从严治党各项要求落地落实，继续坚持党政领导“双向进入、交叉任职”领导机制，完善党建联系点工作制度，严格党建党风廉政建设述职及综合考评，并以20%的权重纳入全年综合考核之中，确保党建党风廉政建设与经营工作同部署、同落实、同考核。

(2) 强化教育引导。持续推进“两学一做”学习教育常态化制度化，重点抓好学习贯彻新《党章》、《党支部工作条例》以及习总书记重要讲话精神；严格执行“三会一课”、主题党日等党支部组织生活制度，扎实推进党支部规范化标准化建设。

(3) 深入推进党风廉政建设。进一步落实“一岗双责”，落实主体责任。加强纪委监督责任落实，以整治“四风”问题为重点，通过抓廉政风险点、抓关键人员、关键岗位、关键环节及制度建设，规范权力运行，做到防微杜渐。

(4) 推进党建工作和中心工作深度融合。把打造铁军干部队伍这个根本任务融在日常，抓在经常，广泛开展菜品、服务技能大赛，大兴能力优先之风、技能优先之风，务实敢干之风，聚精会神做好企业改革发展稳定工作，集中优势资源，练好内功，加快发展步伐，全面追赶超越。

(5) 推进关爱职工和落实西旅集团党委扶贫任务。深化职工关怀工作机制，常态化做好“送清凉、爱心助学、送温暖、节庆慰问、困难帮扶及职工宿舍、职工食堂检查评比”等系列活动，不断增强广大员工的幸福感和获得感。

4、加快推进项目建设，推动老字号规模化发展。

(1) 西安饭庄重建项目。以西安饭庄重建项目为契机，打造汇聚西安饮食老字号品牌及国内社会老字号餐饮品牌集聚区。目前，正在聘请专

业设计公司进行市场定位，重新规划功能，将其打造成为中华老字号集群的西安旅游文化名片。

(2) 桃李烹饪学院新校址建设项目。公司正论证在蓝田玉山筹划建设桃李烹饪学院新校址事项。该项目以打造现代化旅游烹饪人才培养基地，兼顾体验式学习的旅游文化功能为目标，涵盖厨师、餐厅服务教育，相关职业培训，管理岗位培训，产学研衔接等功能，兼具社会企业技术人员技能提升培训基地功能，构建一个能满足企业需求的中高级烹饪人才培养平台，打造成为在全国烹饪院校中有重大影响力的专业烹饪院校。同时，其配套的“产学研中心”，将肩负起科研、菜品研发创新、半成品加工配送功能，真正发挥老字号的传承、创新优势。

5、用好用足“一个平台”，实现跨越式发展。

利用上市公司资本运作平台，坚定不移实施“品牌运营与资本扩张协同发展、餐饮主业和食品工业两轮驱动”发展战略，以西安旅游集团整体划转曲江新区管委会为契机，积极寻求与公司主业粘度高、关联度强的上下游行业，实施并购重组，延伸产业链，实现企业跨越式发展。

6、建立健全“四大管理”体系，提升精细化管理水平。

围绕“提升管理效能”目标，扎实推进“预算激励与成本核算”、“营销宣传与品牌提升”、“人力资源保障与激励考核”、“质量保障与标准化”四大管理体系建设，成立与管理体系相适应的“财务核算中心”、“人力资源管理中心”、“品牌运营中心”、“产品研发与集中配送中心”四大中心，明晰公司总部和分（子）公司管理职能，使公司层面成为战略和投资决策管理中心，基层单位为经营和利润中心，实现管理组织扁平化，不断促进企业提质增效。

7、深化薪酬机制改革，激发企业发展活力。

加快推进薪酬机制改革，实行定员定岗定编，实现人力成本的有效控制和人力资源的优化配置。试点股权激励机制，在现有分（子）公司或新拓展经营网点，试点员工入股和薪酬分配改革，对管理人员、技术人员等核心骨干进行股权激励，将经营收入与职工工资收入紧密挂钩，激发管理团队和员工的积极性。

8、加大后备人才培养，为老字号振兴提供人才保障。

以桃李旅游烹饪学院为培训基地，充分发挥大师工作室作用，聘请老师傅担任技术顾问，扎实办好经营管理后备干部培训班和烹饪后备技术骨干培训班，形成专业化人才梯队，为老字号振兴提供人才保障。

（四）公司未来面临的风险

1. 食品安全风险

食品安全是全社会关注的重点问题，餐饮行业 and 食品制造生产链条长、管理环节多，公司无法完全避免因管理疏忽或不可预见原因导致产品质量问题发生，一旦食品安全事件发生，将对公司的品牌和经营产生负面影响，公司面临一定的食品安全风险。对此公司始终把食品安全放在第一位，组织企业主要管理和重要岗位的人员认真学习食品安全相关法律法规，进行针对食品安全宣传教育的培训；严格落实市政府关于食品安全工作的责任追究制和经济处罚制，结合食品安全管理体系，组织开展对食品安全隐患和重点监控部位的调查研究和检查；加强对产品、食品检查力度，公司一如既往地高度重视食品安全问题，采取有力措施，强化食品安全监管，确保食品安全。

2. 人才短缺风险

目前餐饮业普遍面临着用工不足、人才流失率高的现象，给经营门店团队组建带来风险。国内餐饮市场激励的竞争使高级技术人才和管理人员成为众多商家高薪争夺的对象，如果不能吸引到或培养出足够的技术人员和管理人员，公司的发展将面临人员短缺的风险。为此，公司将采取以下措施：进一步加强人力资源招聘和人才的培训开发工作，扩大公司人才的储备。面对高级管理人员和主要技术人员的缺口，通过公司实施管理干部培养选拔“栋梁工程”和技术队伍“人才工程”，加强管理干部、技术人才的培训提升，培养潜在的高级人才队伍，并在内部人才培训的基础上，有效借助市场的力量，适当进行企业急需的市场化人才。

3. 经营风险及投资风险。

受经济环境影响，市场竞争更加充分，餐饮业“四高一低”（高人工成本、高物业租金、高食材成本、高能源资源价格和低利润）的难题短时间不会消失，这些将给企业带来较大的经营风险；开设新的经营网点，可能会存在经

营亏损、投资无法收回的投资风险。为此，公司将逐步改变经营模式，大量使用节能环保设施设备和新型节能产品，降低人员消耗和运营成本；同时，对大宗原材料实行统一采购，建立中央厨房，推行标准化生产和统一配送；降低原材料成本；网点开设前，进行市场调研和经营论证，详细分析周边消费群体和市场消费现状，有针对性的开设新的经营网点，最大程度降低投资风险。

4、商标、标识被侵权风险

公司拥有众多老字号品牌企业，若市场上存在冒用老字号品牌或商誉的违法侵权行为，将给公司的形象及经济效益等诸多方面带来负面影响。为此，公司加强对各分（子）公司商标保护，已于2015年7月17日公司与陕西省工商行政管理局签订了《注册商标专用权保护合作协议》。开展企业内部商标管理和注册商标专用权保护工作，实施商标品牌战略。通过制定商标管理办法，建立商标信息台账、与商标事务所合作等方式严格监管本单位商标正常使用。加大商标品牌保护力度，扩大商标保护范围，与业务紧密相关的商标注册类别进行注册保护，防止他人在其他领域抢注商标。

以上为2018年度董事会工作报告。2019年，公司董事会和管理层将一如既往紧密团结，与时俱进，开拓创新，严格执行股东大会决议，带领公司规范运作、健康发展。

西安饮食股份有限公司董事会

二〇一九年三月十八日