

天津桂发祥十八街麻花食品股份有限公司

2024 年度董事会工作报告

2024 年度公司董事会严格按照《公司法》《证券法》等法律法规的相关规定，在全体股东的支持下，全面贯彻落实党的二十大精神，严格落实国资监管政策和证券市场监管要求，本着恪尽职守、勤勉尽责的工作态度，规范运作，科学、审慎决策，严格执行股东大会通过的各项决议，积极开展董事会各项工作，不断规范公司法人治理结构，推动公司持续健康发展，切实维护了公司和全体股东的利益。现将 2024 年度董事会工作情况报告如下：

一、2024 年度公司经营情况回顾

（一）主要经营数据

2024 年，公司实现营业总收入 4.96 亿元，同比下降 1.64%，归属于上市公司股东的净利润 2,707.30 万元，同比下降 55.64%。截至 2024 年 12 月 31 日，公司总资产 10.07 亿元，较去年期末下降 4.83%；归属于上市公司股东的所有者权益 9.20 亿元，较去年期末下降 6.31%。

（二）重点经营工作情况

2024 年，公司董事会综合研判外部环境和市场态势，制定战略方案，管理层积极实施并适时调整，全力做好渠道建设、品牌推广，搭建数字化转型基础，较好地推进全国市场战略布局。具体包括：

1. 渠道布局亮点突出，发力全国市场

今年以来，公司按照战略部署优化渠道布局，以直营渠道夯实优势地区传统业务，以电商+经销渠道拓展全国市场，并通过电商新营销、直营店新模式等创新手段，推进全国销售网络的稳步落地：**第一，电商增长突出。**电商渠道完成新平台入驻、覆盖主流电商，开展直播、与达人合作等营销活动，传统平台承接溢出流量，访问量、新客数显著提升，流量转化效果明显，电商渠道整体收入增长近 60%，收入占比同步提升。**第二，直营渠道多业态布局。**全年开设新店 6 家，其中包含北京 1 家，布点再增加；同时，直营渠道门店类型探索“传统销售门店、

老字号集合店、桂香蝶语、祥蕴津彩”四种模式，集合“传统、综合、现代、现制津味小吃”四类店型，延伸形成食品零售多业态布局，老字号集合店及泰达荟新店型市场反应良好。**第三，经销加速拓展全国。**经销渠道着重进行外埠市场的开拓，通过开发不同区域经销商布局不同省市热点商区，与七鲜合作延伸到北京、廊坊门店，与区域经销商合作进入北京稻香村门店、北京高速高铁，以及胖东来渠道，销售网点触达十余个省市；在京津重要交通枢纽、高速服务区、高铁城际进行布局，逐步打开全国市场。

2. 品牌营销焕发活力，提升全国影响力

公司进一步加快品牌年轻化战略布局，融合天津城市文化、深挖品牌价值，深度培养与消费者的情感纽带，打造拥有全国影响力的老字号品牌：**一方面，探索破圈营销**，通过赞助天津电竞冠军队、校园足球赛、企业文化馆研学活动，精准触达年轻消费群体；通过冠名海河游船、品牌广告亮相“天津之眼”，紧抓文旅消费新机遇。**另一方面，持续提升品牌在全国市场影响力**，参加达沃斯、文博会、西班牙马德里中国文化艺术展等国内外知名展会，冠名京津、京沪高铁，赞助全国性宣传活动，针对全国市场提升传播效果。

3. 募投项目顺利结项，奠定发展基础

年内完成首发募投项目建设，达到既定建设目标：**一是夯实产能基础**，空港生产基地新增清真麻花生产线、烤制麻花新品生产线，新建速冻糕点生产线、嘎巴菜生产线、糕点冷库，做好市场拓展的产能准备；**二是拓展提升营销网络**，通过新开直营店、改造提升老旧店铺、购置直营店房产，进一步深化直营渠道优势，通过电商平台建设及品牌推广举措，完善电商渠道、引流促销售，以及数字化管理平台的建设，进一步优化管理效率。同时，**募投项目建设过程中合规、高效地使用了募集资金**，为公司实现战略目标奠定了良好的产能、技术、销售网络和管理基础。

4. “数字化”起步实施，推进转型发展

数字化转型战略是关系公司高质量长远发展的重要举措，**一方面**，结合募投项目建设计划，完成了数字化管理平台基础搭建、协同办公系统上线，以及直营店零售小程序开发完成、并于年底上线，数据分析平台的基础数据采集工作已就绪，逐步实现公司业务、财务、管理一体化。**另一方面**，与领先的数字化系统供

应商 SAP 合作，筹划打造与国际接轨的智慧型生产企业，通过数字化转型，为下一步公司覆盖全国、走向海外，提供有力保障。

5. 优化市值管理，维护资本市场形象

公司持续维护老字号品牌资本市场形象，通过合规信息披露、开展投资者关系管理活动、回报投资者、利用资本市场工具等优化市值管理，维护资本市场形象：一是重视投资者回报、切实履行社会责任，使用现金近五千万元实施股份回购，提振市场信心；二是积极维护投资者关系，主动开展业绩说明会、现场参观调研、组织承办投资者保护教育活动，传播公司价值，展现老字号风采，体现责任担当。

（三）公司治理与规范运作情况

1. 顺利完成董事会换届选举

报告期内，根据《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律法规和《公司章程》的规定，经公司第四届董事会第二十三次会议、2024年第三次临时股东大会审议通过，公司完成了第五届董事会成员选举，并召开第五届董事会第一次会议，完成董事长及董事会专门委员会委员的选举、高级管理人员及其他相关人员的聘任，换届选举工作圆满完成。此次换届为董事会引入了新成员、新思路，保证了公司治理结构的完整性，进一步促进董事会科学决策和公司持续稳健发展。

2. 不断提升公司规范运作水平

2024 年，董事会多次组织公司控股股东、实际控制人及董监高就相关法律法规、交易所相关规定进行培训，相关主题包括上市公司规范治理、财务及内部控制、公司治理、董监高履职专题培训、市值管理、独董履职、分红新规培训、信息披露新政等；及时传达证监局监管信息通报，以邮件形式及时向董监高等相关人员发送相关提醒，对最新的法律法规、监管要求、典型案例等及时传达、深入学习，进一步提高董监高的履职能力、合规意识和风险管理能力，保证公司持续规范运作。

3. 持续提高信息披露质量

2024 年，董事会始终坚持规范、透明、高效的信息披露原则，严格遵循《上市公司信息披露管理办法》及交易所相关规则，切实保障投资者合法权益。报告

期内，按时、及时发布定期报告及各类临时公告，组织相关人员严格审查公告内容，持续提升信息披露的完整性、准确性。优化重大信息内部报送流程，明确各部门主体责任，制定《舆情管理制度》，妥善处理各类舆情，并常态化组织相关人员参加培训，不断提升业务水平，保障信息披露工作合法合规。

4. 持续加强投资者关系管理

报告期内，公司通过举办业绩说明会、线上及现场调研活动等，积极传递公司价值，保持与投资者和研究机构之间的信息沟通，听取投资者对公司运营发展的意见和建议，增进投资者对公司的理解信任，努力促进投资者对公司运营和未来发展战略的认知认同，高比率回复互动易平台问题，并及时发布《投资者关系活动记录表》，保障投资者的知情权，确保公司所有股东公平获取公司经营发展信息。同时，积极响应监管要求，以公司文化馆为阵地，多次推出系列投保活动，配合证监局开展“天津资本市场文化建设调研”活动，面向资本市场展现老字号风采，提升公司资本市场形象。

二、公司董事会日常工作情况

（一）董事会运行情况

2024 年，公司董事会认真履职，严格按照《公司法》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》等法律法规和《公司章程》等的规定审慎行使权力，全年共召开 10 次董事会会议，会议的召集和召开程序符合相关法律、法规的规定，召开具体情况如下：

1. 2024 年 2 月 15 日，公司召开了第四届董事会第十八次会议，审议通过：

- （1）《关于回购股份的方案》；
- （2）《关于提请股东大会授权董事会全权办理回购股份相关事宜的议案》；
- （3）《关于提议召开 2024 年第一次临时股东大会的议案》。

2. 2024 年 4 月 8 日，公司召开了第四届董事会第十九次会议，审议通过：

- （1）《2023 年度总经理工作报告》；
- （2）《2023 年度董事会工作报告》；
- （3）《2023 年度财务决算报告》；
- （4）《2024 年度财务预算报告》；

- (5) 《2023 年度内部控制评价报告》；
- (6) 《2023 年度关于募集资金存放与使用情况的专项报告》；
- (7) 《2023 年度公司控股股东及其他关联方非经营性资金占用及其他关联资金往来、公司对外担保情况说明》；
- (8) 《2023 年度利润分配预案》；
- (9) 《2023 年年度报告及摘要》；
- (10) 《关于制定〈会计师事务所选聘制度〉的议案》；
- (11) 《董事会审计委员会对会计师事务所 2023 年度履职情况评估及履行监督职责情况的报告》；
- (12) 《关于聘请 2024 年度审计机构的议案》；
- (13) 《关于高级管理人员 2024 年度薪酬方案的议案》；
- (14) 《关于使用暂时闲置自有资金购买短期理财产品的议案》；
- (15) 《关于提议召开 2023 年年度股东大会的议案》。

3. 2024 年 4 月 24 日，公司召开了第四届董事会第二十次会议，审议通过《2024 年第一季度报告》。

4. 2024 年 5 月 7 日，公司召开了第四届董事会第二十一次会议，审议通过：

- (1) 《关于聘任公司总经理的议案》；
- (2) 《关于补选第四届董事会非独立董事的议案》；
- (3) 《关于补选第四届董事会战略委员会委员的议案》；
- (4) 《关于提议召开 2024 年第二次临时股东大会的议案》。

5. 2024 年 8 月 8 日，公司召开了第四届董事会第二十二次会议，审议通过：

- (1) 《2024 年半年度报告及摘要》；
- (2) 《2024 年半年度关于募集资金存放与使用情况的专项报告》；
- (3) 《2024 年上半年公司控股股东及其他关联方非经营性资金占用及其他关联资金往来、公司对外担保情况说明》。

6. 2024 年 9 月 3 日，公司召开了第四届董事会第二十三次会议，审议通过：

- (1) 《关于公司换届选举第五届董事会非独立董事的议案》；
- (2) 《关于公司换届选举第五届董事会独立董事的议案》；
- (3) 《关于第五届董事会董事薪酬方案的议案》；

(4) 《关于制定〈舆情管理制度〉的议案》；

(5) 《关于提议召开 2024 年第三次临时股东大会的议案》。

7. 2024 年 9 月 25 日，公司召开了第五届董事会第一次会议，审议通过：

(1) 《关于选举董事长的议案》；

(2) 《关于选举董事会专门委员会委员的议案》；

(3) 《关于聘任公司总经理的议案》；

(4) 《关于聘任公司其他高级管理人员及相关人员的议案》。

8. 2024 年 10 月 8 日，公司召开了第五届董事会第二次会议，审议通过：

(1) 《关于购买控股股东房产、控股股东履行承诺暨关联交易的议案》；

(2) 《关于提议召开 2024 年第四次临时股东大会的议案》。

9. 2024 年 10 月 29 日，公司召开了第五届董事会第三次会议，审议通过《2024 年第三季度报告》。

10. 2024 年 12 月 25 日，公司召开了第五届董事会第四次会议，审议通过《关于募集资金投资项目结项并将节余募集资金永久补充流动资金的议案》。

(二) 董事会组织召开股东大会并执行股东大会决议情况

报告期内，公司共召开 5 次股东大会，审议通过股份回购、董事会监事会换届选举、关联交易、年度报告、利润分配、聘请审计机构等重大事项。董事会严格履行职责，根据《公司法》《证券法》《公司章程》等要求，规范组织召开股东大会，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) 董事会各专门委员会履职情况

公司董事会下设四个专门委员会，分别为战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、审计委员会。各委员会严格依据《公司法》《公司章程》等及各专门委员会工作细则规范运作，就相关事项进行研究、讨论，提出意见和建议，为董事会科学决策提供参考。

1. 战略委员会

公司战略委员会深入贯彻落实党的二十大精神，根据《公司法》《公司章程》《董事会战略委员会工作细则》及其他相关规定，积极履行职责，针对市场环境

的不确定性，系统研究行业发展趋势，结合公司实际情况，对年度发展战略作出规划，从产品、技术、品牌、渠道、管理各个方面，制定一系列积极措施，推动公司高质量发展。

2. 薪酬与考核委员会

2024 年，薪酬与考核委员会积极履职尽责，严格按照《公司法》《公司章程》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》及其他相关规定，对公司董事、高级管理人员的薪酬决策程序、履职情况进行检查与考核，对薪酬方案执行情况进行监督。报告期内，董事会薪酬与考核委员会召开了两次会议，综合考虑行业整体水平和公司实际情况，制定并审议了高级管理人员 2024 年度薪酬方案及第五届董事会董事薪酬方案，并组织完成董事、高级管理人员 2024 年度工作考评，供董事会决策参考。

3. 提名委员会

提名委员会根据《公司法》《公司章程》《董事会提名委员会工作细则》及其他相关规定规范运作。报告期内董事会提名委员会共召开四次会议，对 2023 年度提名委员会工作作出总结，审议补选第四届董事会董事、换届选举董事、聘任公司高级管理人员及相关人员等事项，严格审查候选人任职资格，保证选聘程序合法合规。

4. 审计委员会

审计委员会根据《公司法》《公司章程》《董事会审计委员会工作细则》及其他相关规定勤勉履职。报告期内，董事会审计委员会共召开七次会议，就公司定期报告、募集资金存放及使用情况、续聘审计机构、聘任财务总监及审计部负责人等事项进行了审议；严格按照相关法律法规规定相关要求，对公司财务状况和内控制度执行情况持续监督，每季度听取内审部的工作汇报，保证公司规范运作。年报编制期间，积极做好内、外部审计的沟通和协调，确保审计工作顺利完成。

（四）独立董事履职情况

报告期内，公司独立董事均根据相关法律法规及《公司章程》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》等要求，充分发挥独立董事在上市公司治理中的作用，认真履行职责，积极出席董事会及股东大会，认真审议各项议案，为公司科学决策保驾护航。

此外，独立董事通过召开独立董事专门会议、现场办公等形式，充分行使职权，有效发挥参与决策、监督制衡、专业咨询作用。年度审计工作期间，全体独立董事与公司内审部门、财务部门及会计师事务所就当年审计计划进行充分沟通，并监督年度审计工作的开展；对关联交易事项进行严格审查，提出专业意见，保证交易公允和决策科学，维护公司整体利益，保护中小股东合法权益。

三、未来发展展望

（一）战略愿景及目标

桂发祥将坚持“**坚定主业，守正创新**”的经营理念，专注于“**中华传统特色食品**”的核心定位，运用“传统技艺与现代科技结合、传统文化与时尚元素融合”的核心法宝，立足“品牌文化”“非遗传承”“渠道管控”的核心优势，努力打造领先的特色休闲食品和中华传统食品龙头企业。

未来三年，公司将以“**渠道拓展覆盖广阔市场、数字化转型提升管理效能**”为战略主线，通过线上线下渠道拓展覆盖全国市场、走向海外，通过数字化转型提升管理效能、高质量发展，以新质生产力推进生产技术升级和产品创新、引领细分行业发展，努力实现由“**传统食品现代化制造企业**”向“**传统食品现代化研发、生产和销售平台型企业**”转型的发展目标，走出传统食品企业的特色发展之路，跻身全国优秀食品企业前列，成为中华老字号企业创新发展的典范。

（二）战略举措

1. 做强渠道，覆盖全国走向海外

全力推进线上线下全渠道布局，做深做实天津及周边核心区域直营业务，以直营业务筑牢业绩堡垒，稳中有升；以电商+经销拓展销售覆盖面，占领全国市场并尝试走向海外。

1.1 直营店做强北方优势核心区

直营店目前已覆盖天津重点商区、成为公司业绩的压舱石，下一步在天津大本营向“精细运营”升级、提升单店盈利能力，在京津冀及周边继续布点布局、承担示范标杆作用，北方优势核心区域打响“中华特色食品零售连锁”招牌。

（1）深挖渠道潜力，提升盈利能力

以“顾客体验”为核心升级直营店服务功能，转变直营店单一零售功能的传统思路，通过培训提升店员服务能力、门店小程序增强服务、会员系统精准营销、数字化精细管理优化品类配置，四方面措施深挖直营渠道潜力，提升单店盈利能力。

（2）“新业态+新店型”，拓展北方核心区

通过老字号集合店新业态、桂香蝶语新店型的成功尝试，直营渠道将继续探索“传统、综合、现代、现制津味小吃”四类店型，延伸打造食品零售多业态。一方面依托成熟店型，结合区域位置、功能定位，在北方区域铺设门店，展示品牌、形成示范；另一方面店型持续更新换代、丰富内涵，树立标杆，展现旺盛的品牌生命力。

1.2 电商销售规模快速提升

在前期入驻新平台、搭建电商业务的基础上，下一步将重点挖掘提升公司电商业务的竞争力、充分释放电商平台铺设效益，快速提升电商销售额，成为公司销售渠道新支柱。

一是延伸品牌文化内涵，打造内容营销，在抖音、小红书等平台聚焦消费需求、文化属性等，紧密联系消费者，将“中华特色休闲美食”的品牌标签植入线上平台，传播度和转化率再提升；

二是加大产品创新，形成丰富的产品系统，结合大数据分析精准研究消费者场景化需求，匹配产品组合和营销方案，灵活运用自产及 OEM 方式，提高产品上新频率和销售规模；

三是继续加强线上新兴平台、新渠道的开发和投入，通过“线上多平台联动，线上线下立体融合”，实现全渠道融合营销，共享客流资源。

1.3 经销业务大力拓展覆盖面

经销业务将通过组织调整优化、关键客户开发管理以及团购定制业务开拓三个重点方面，着力在销售覆盖面和覆盖深度上有所提升，实现全国市场布局目标和业绩增长指标。

一是对经销业务团队进行组织优化，根据市场布局和销售目标调整细分销售团队，以匹配全国市场销售布局，聚焦各个渠道客户开发和管理，加大资源投入，提升组织运营效率，更高效地实现销售目标。

二是以“关键客户开发”推动全国市场的拓展，大力开发连锁商超、区域经销商等关键客户，依靠全国连锁型商超在目标区域形成示范效应，跟进区域经销商进一步拓展地区性代表渠道，快速拓展新区域；在现有外埠渠道基础上，重点拓展辽宁、黑龙江、四川、广东、湖北等省份，先以省会级城市为突破点、再横向拓展重点城市。

三是依托公司品牌礼品属性优势，以及外采产品集合能力，开拓终端企业客户团购业务，针对客户需求定制员工福利、节令礼包、商务礼品等多种产品组合，结合公司数字化系统对接生产、物流，形成新的业务优势。

1.4 海外市场尝试布局

近年来，我国许多食品品牌积极布局海外市场，市场机会和品类优势逐步显现；随着市场环境的不不断变化，拓展市场、走向海外、走向国际化，也是企业持续发展的必要选择。公司产品具有浓郁的中华优秀传统文化特色和深厚的品牌文化基础，口味特点符合部分海外市场消费需求，尝试海外市场拓展为公司下阶段的重要举措。

一方面，公司计划通过跨境电商代理模式，与头部营销策划和代理公司加强合作交流，借助专业机构优势资源，打通跨境电商渠道，取得海关 AEO 认证；同时借助连锁超市的海外市场、海外经销商、华人超市等，渗透布局。

另一方面，与专业机构合作，针对目标市场情况，进行出口业务供应链建设，在产品口味、生产配置、物流运输等关键方面进行调整以适应目的地需求，考虑平衡产品品质、市场供应和物流成本等，充分做好前期准备。

2. 实施数字化，提高管理效能

面对消费升级与渠道多元化的复杂挑战，数字化转型是传统企业提升竞争力的必经之路。公司将继续坚持推进数字化，打造数据驱动的智慧型企业，实现全

链条数字化运营，最终构建产业生态圈，集合更多供应商、拓展商业连锁业务，连接更多经销商、拓展销售版图，助力打造生态平台型企业。

2.1 联通生产数字化，夯实基础

着重在生产、研发、采购、物流体系进行数字化建设，以生产为主的空港子公司完成 SAP 系统上线，对接各业务板块端到端高效协同，通过数据集合共享、实时数据的数字化监控、关键环节管理，实现业务执行过程的透明化、高效化、数字化，为适应企业未来发展做好管理准备。

2.2 功能拓展，赋能业务

在前期完成数字化管理平台搭建、门店智能运营开发的基础上，深化大数据和智能体系的应用，在门店进销存、会员管理、营销活动方面深度应用，打通线上线下渠道，为消费者提供便捷购物体验；搭建供应链协同平台，赋能产供销全业务流程信息共享与协同，进行需求预测、库存优化和智能排产；构建用户画像，辅助精准营销和产品创新，提升消费者粘性和研发转化率。

2.3 深化应用，全面数字化转型

全面整合企业数据，进一步深化信息化深度和广度，推进大数据应用分析，提升市场洞察力和决策效率，为消费者带来更加卓越的体验，树立老字号数字化转型的典范。

3. 丰富品类，产品“健康化”“休闲化”

公司继续按照“特色礼品筑牢发展根基、休闲产品开辟全国市场”的产品策略，顺应营养健康、高性价比等市场消费趋势，以“传统特色、健康休闲”为主要定位，匹配渠道拓展需要，不断丰富、优化“麻花、糕点、方便食品、OEM 产品”四大品类产品。

3.1 迎合市场多元化需求，产品“健康化”“休闲化”

深入市场调研，了解多元化消费需求，挖掘消费潜力，着眼于消费潮流中天然、健康、美味等综合元素在传统食品开发中的灵活运用；从口味和产品形式上

进行创新，结合更多流行时尚元素，打造国潮风休闲系列产品，迎合国风零食新潮流，持续创新研发符合消费者需求的新产品。

3.2 传统特色结合时尚元素，开发新市场

津味糕点结合特色文化、时令养生，开发“轻伴手礼”发力线上平台，延伸速冻生产线推进“现制现售”等民生产品；嘎巴菜产品加大推广力度，创新方便食品系列产品，充分释放自动生产线产能。

3.3 OEM 建设产品矩阵，新品上市提速增量

以市场趋势和消费热点为导向，利用 OEM 快速响应市场、轻资产小批量试销试售，匹配渠道需求提升新品上市速度和规模，补充自有产品品类、形成差异化产品组合，打造丰富的桂发祥品牌传统特色休闲食品矩阵。

4. 发展新质生产力，生产、品控双提升

公司将着力在生产、品控方面实现技术创新，以新质生产力作为企业转型升级的重要关键力量，提高生产效率、保障产品质量，增强企业核心竞争力。

4.1 生产自动化及智能化

充分研究食品行业新质生产力的应用趋势和先进技术，积极探索引入智能化生产设备，应用数字化管理，一是进一步提升自动化水平，包括生产线改造、分拣包装自动化等扩大自动化生产的覆盖范围，优化生产流程，提高生产效率；二是构建柔性生产线，实时采集生产数据分析应用，建设智能化生产管理，智能排产、预测，实现多品种、小批量灵活生产，以快速响应市场需求变化。

4.2 提升品控实力

一是智能检测，充分利用募投项目建设的品控实验室，对接数字化管理平台，建立产品内在和外在质量标准化数据模型，能够及时准确提供检测结果信息流转；二是预警机制，在原先预警机制的基础上，继续识别风险管理和检测项目，提前发现潜在风险并及时预警，预警和检测能力提升；三是强化产品溯源与供应商管理，通过检测大数据分析，能够更加及时准确发现批次之间、供应商之间差异，

及时进行调整优化，确保产品质量稳定性、一致性。通过 SAP 系统上线运行，进一步完善供应商评价体系，为产品溯源及质量和效率提升提供了有效保障。

5. 品牌推广联动文旅，融合数字化

公司将继续根植于“中华老字号”和“津味文化”基因，将品牌宣传与数字化深度融合，紧贴市场消费需求，树立特色品牌文化形象，让消费者“认同文化、信任品质、乐享美味”，提升品牌在全国市场和新消费群体的认知度和影响力。

5.1 深挖品牌内涵，紧跟市场需求

充分挖掘市场趋势、消费群体需求与品牌文化的结合点，赋予品牌新时代内涵，提炼核心价值主张，品牌营销活动围绕价值认同、匠心传承、美味放心等进行品牌塑造，线下应用于品牌标识、产品包装、视觉形象，线上打造优质内容营销，利用社交媒体广泛传播。

5.2 融合数字推广，精准触达用户

根据大数据分析构建精准用户画像，在合适的平台、时间、场景进行广告投放，更精准地触达目标客户；利用数据分析工具监测营销活动效果，及时调整策略，更高效地传播品牌价值；线上引流线下体验，线下活动促进线上传播，更深入地与消费者互动。

5.3 联动文旅，面向全国市场

与专业营销团队合作，策划研学、工业游等精品活动，发挥企业文化馆宣传阵地作用；与知名品牌、旅游景区、全国性赛事或展会等跨界合作，推出联名产品、合作活动，持续打造事件热点；与有广泛受众基础的全国性媒体加强合作，扩大品牌传播覆盖面，将品牌推向全国市场。

四、2025 年董事会重点工作

2025 年公司董事会将继续秉持对全体股东负责的原则，严格按照法律法规及规章制度的规定，落实股东大会各项决策，勤勉尽责，推进公司发展战略和经营目标的实现，重点做好以下工作：

1. 引领经营方向，促进高质量发展。公司董事会将按照战略规划方案引领企

业经营发展，督促管理层落实战略举措，通过线上线下渠道拓展覆盖全国市场、走向海外，通过数字化转型提升管理效能、高质量发展，以新质生产力推进生产技术升级和产品创新，拓展规模、提升业绩。

2. 完善治理，规范运作。按照《公司法》及相关法律法规的规定，调整优化公司治理结构，进一步修订完善公司各项规章制度、健全内部控制机制，强化风险管理，坚持依法合规运作，不断提升公司治理水平。

3. 持续优化提升信息披露质量。董事会将继续遵照各项规定做好信息披露，保证公司信息披露内容真实、准确、完整，做到信息披露及时、公平。通过多种途径增强与投资者之间的沟通交流，实现与投资者之间的良好互动。

4. 以投资者为核心加强市值管理。公司将以提升企业内在价值为基础，以更好地回报投资者为核心，充分利用资本市场平台资源和市值管理工具，服务运用于企业实体发展，实现以业绩增长推动市值提升、市值管理助力企业发展的良性循环。

2025 年，董事会将坚持党建引领，严格按照有关法律法规的规定，全面贯彻落实股东大会决策部署，践行“坚定主业，守正创新”的经营理念，不断提升核心竞争力、盈利能力和风险抵御能力，积极履行社会责任，推动公司可持续、高质量发展，以更好的业绩回报广大投资者。

天津桂发祥十八街麻花食品股份有限公司

董事会

二〇二五年三月二十八日