(上接D23版)

④)行业集中度较低

因屠宰及肉类加工行业进入门槛较低,消费需求稳定增长,导致行业内企业数量众多。同时,由于地方保护主义及卫生、环保标准较宽松等原因,优势企业较难淘汰行业内小型、落后企业,行业集中度处于较低水平。

2009年我国屠宰行业中,中小型企业的资产总计、销售收入和利润总额占比分别高达78.9%、88.3%和87.4%,中小型企业在屠宰行业中占据非常重要的地位,大型企业的影响能力有限。

2009年在肉类加工行业中,中小型企业的资产总计、销售收入和利润总额占比分别为66.6%、65.7%和63.4%,中小型企业在肉类加工行业仍然占据相当重要的地位。

行业	企业规模	资产总计	销售收入	利润总额	占比		
		万元	万元	万元	资产总计	销售收入	利润总额
畜禽屠宰	大型	2,440.075	3,417.087	130.867	21.1%	11.7%	12.6%
	中小型	9,104.245	25,824.892	906.155	78.9%	88.3%	87.4%
	合计	11,544.320	29,241.979	1,037.022	100.0%	100.0%	100.0%
肉制品及副产品加工	大型	3,683.579	7,695.433	374.160	33.4%	34.3%	36.6%
	中小型	7,332.311	14,736.332	647.792	66.6%	65.7%	63.4%
	合计	11,015.890	22,431.765	1,021.952	100.0%	100.0%	100.0%

资料来源:《2009年肉类工业发展概况》

根据《2008年中国肉类工业发展概况》,我国肉类行业位列前三位的企业双汇、金锣、雨润年生猪屠宰量合计约3,000万头,仅占全国出栏生猪量的5%左右;其肉制品加工量合计约200万吨,占全国肉制品工业加工量的20%左右。

2、我国屠宰及肉类加工行业发展趋势

我国肉制品消费将向着多样化、营养化、方便化方向发展:

①)冷鲜肉成为未来生肉制品的发展方向

目前,我国主要有热鲜肉、冷冻肉和冷鲜肉三种生肉制品。其中,热鲜肉以其肉品新鲜、瞟白肉红、味道鲜美的优点在城乡消费中仍占据主要地位,但因其没有经过冷却排酸处理,易污染、易腐化变质、露天销售不卫生,这使热鲜肉的销量呈下降趋势。冷冻肉以其肉品安全卫生、便于冷藏运输的优势,受到消费者及肉类加工企业的青睐,但在食用前需要解冻,会导致大量营养物质流失。而冷鲜肉保持了肉品新鲜、质嫩味美、营养价值高的优点,而且按食用特点呈现分割肉状态,满足消费者的多种需求,被誉为集安全、卫生、美味、营养、方便于一体的优质“鲜肉”。随着现代社会人们生活节奏的加快和健康知识的普及,冷鲜肉将成为未来生肉消费的主流。

②)低温肉制品成为肉制品的主要发展方向

低温肉制品具有鲜嫩、脆软、可口、风味佳的特点,且加工技术先进,在品质上明显优于高温肉制品。低温肉制品在西方发达国家已流行了60多年,虽然我国在这方面起步较晚,但其作为一种技术含量很高的营养食品,在我国有着广阔的市场前景。随着人们生活水平的提高及健康饮食观念的强化,低温肉类制品将在肉制品市场上占据主导地位,并从根本上改变肉类产品结构和人们的消费习惯。

随着市场竞争的不断深入,屠宰及肉类加工行业的发展趋势为:

第一、食品安全重视程度促使行业不断规范发展:随着政府和居民对肉类消费安全重视程度的日益提高,我国肉类食品卫生质量保障体系已逐步形成,这将促进我国肉类加工行业更加规范化发展,从而增强了消费者对肉类食品的消费信心。

第二、产品和消费结构不断升级:随着肉类加工行业技术水平的不断进步,产业结构和产品结构的不断完善,以及传统与现代技艺的有机结合,我国肉类加工市场正在不断地生产出满足不同消费水平的种类繁多的高质量肉制品。随着我国城乡居民人均可支配收入的提高,国内肉类食品消费的需求也将从量的满足转向质的提高,低温肉制品、冷鲜肉、小包装肉等中高端肉制品的比重将迅速增加。

第三、通过深加工提高产业附加值:我国屠宰加工企业的深加工产业比例较小、企业产品附加值较低,而屠宰加工行业的毛利率较低,容易受到市场价格波动的影响。随着消费者需求的转变以及猪肉屠宰加工行业的整合,一些规模较大的企业具有实力和技术水平进行猪肉产品的深加工,发展冷鲜肉的生产和冷链配送,通过深加工提高产业附加值。

第四、行业内兼并重组日益增多:随着企业结构调整步伐的不断加快,我国肉类加工行业将进一步向机械化屠宰、加工与冷藏相结合、深度加工以及综合开发利用的方向发展。同时,由于国家产业政策鼓励一体化、规模化经营,因此行业间以名优企业为代表的联合兼并、收购、控股、参股等的重组将日益增多,从而市场上将逐渐涌现出一大批具备较强竞争力的大型优质企业集团。

(五)影响行业发展的有利和不利因素

影响行业发展的有利因素如下:

1、国家政策的大力支持

屠宰及肉类加工业属农副产品加工产业,一直以来得到国家政策的大力扶持,特别是从2004年开始,党中央、国务院连续发布了一系列致力于解决“三农”问题的重要文件,包括七个中央一号文件都提出要大力支持农业产业化的发展。

在产业政策方面,2001年农业部发布的《关于加快畜牧业发展的意见》提出,要重点培育一批规模大、起点高、带动力强的畜产品加工企业,根据市场需求,以肉类和奶类加工为重点,生产方便卫生的肉制品”。2006年发布的《食品工业“十一五”发展纲要》中将肉类加工业确定为“十一五”食品工业发展的八个重点行业之一,并提出,在“十一五”期末,基本建立较为完善的肉类加工业体系,培育一批具有国际竞争力的大型肉类加工企业,企业组织化程度和行业生产集中度明显提高”。2007年发布的《国务院关于促进畜牧业持续健康发展的意见》提出“大力发展产业化经营,鼓励畜产品加工企业通过机制创新,建立基地、树立品牌,向规模化、产业化、集团化、国际化方向发展,提高企业的竞争力,进一步增强带动农民增收的能力”。2009年发布《防止生猪价格过度下跌调控预案(暂行)》,继续坚持实施现行的扶持生猪生产发展政策,并建立生猪生产稳定发展的长效机制。此外,政府也采取了加强监测和统计报告,根据猪粮比价的变动情况,分别或同时启动发布预警信息、增加储备、调整政府补贴、进出口调节等措施,缓解生猪生产和价格的周期性波动。

2、行业发展逐步规范化

2007年1月出台的《国务院关于促进畜牧业持续健康发展的意见》(国发〔2007〕4号)要求加强畜禽屠宰加工环节监管,推行屠宰加工企业分级管理制度,开展畜禽屠宰加工企业资质等级认定工作,扶优扶强,坚决关闭不符合国家法律法规和相关要求的屠宰场(点),严厉打击私屠滥宰及制售注水肉、病害肉等不法行为。2008年国务院和商务部分别发布了新修订的《生猪屠宰管理条例》及《生猪屠宰管理条例实施办法》,进一步强化国家实行生猪定点屠宰、集中检疫制度;未经定点,任何单位和个人不得从事生猪屠宰活动。

随着行业的逐步规范,一些小型、不符合卫生等各方面要求的生猪屠宰及肉类加工企业及私屠滥宰小企业、小作坊、黑窝点的数量大量减少。

3、城镇居民消费升级带动行业升级

随着我国GDP持续稳定增长,人均可支配收入稳步提升,我国居民生活水平不断提高。随着人们生活水平的不断提高和生活节奏的加快,消费者的食品消费观念已经从最初的满足于温饱发展成为追求高品质、方便快捷的消费,因此对营养价值高、食用便利、安全卫生的冷鲜肉及肉制品的需求越来越大。肉类的消费将朝着更加安全、卫生、方便、快捷、营养和制品化的方向演变,肉类制品尤其是低温肉制品、分部位冷鲜肉以及以肉类为原料的方便食品、功能性食品、休闲食品和旅游食品的消费将明显上升。

根据《2009年肉类工业发展概况》,目前我国猪肉制品中,低温肉制品约占60%,低温肉制品的比重已大于高温肉制品。随着未来我国居民生活水平的进一步提高及健康饮食观念的强化,技术先进、营养含量高的低温肉制品,将在我国拥有广阔的市场前景,进一步占据猪肉制品的主导地位,升级我国居民的猪肉消费结构。

4、农村肉类消费市场蕴含广阔增长空间。

目前我国肉类及肉制品,尤其是冷鲜肉、低温肉制品的消费主要集中在大中城市。近年来,从大中城市开始,我国肉类的结构性消费正在升级,并向中小城市和经济发达地区的农村扩展。随着社会主义新农村建设的深入,农民生活水平的提高以及连锁超市的迅速发展和冷藏物流手段的改善,将极大地促进农村市场对肉类及肉制品的需求,为行业发展提供广阔的增长空间。

影响行业发展的不利因素如下:

1、爆发生猪疫情

在我国,部分生猪养殖的饲养环境差,防疫投入不足,饲料质量不达标,这些方面容易导致生猪疫情的爆发,加之目前以农户散养为主,使得生猪疫情难以得到有效防范。

疫情的发生会给行业带来如下影响:首先,生猪疫情爆发减少生猪供给,使行业内企业收购生猪面临困难,屠宰量相应减少;其次,生猪收购价格将出现大幅波动,影响行业内企业经营业绩的稳定;此外,生猪疫情容易引发消费者对猪肉及猪肉制品的心理恐慌,导致产品销量减少,从而对行业内企业的经营业绩产生不利影响。

2、产品卫生质量受到污染

肉类产品的卫生质量控制是一个从饲料供给、畜禽养殖、屠宰加工、精深加工、产品物流直到消费者餐桌的链式过程,每一个环节都有可能发生卫生质量问题。我国畜牧业防疫检疫工作相对薄弱,饲养环节存在着过量使用兽药和催长剂等情况;屠宰加工环节存在着检疫检验水平低,对畜禽疫病漏检面较大的现象;肉制品加工、物流环节中,滥用食品添加剂、环境污染、二次污染等现象较为突出。由此可见,在饲料、养殖、屠宰、精深加工和流通中,产品都存在不同程度受到生物污染和化学污染的可能。

如果肉类行业出现大范围或性质恶劣的污染事件,将显著影响消费者的信心,造成一定程度的心理恐慌,减少购买行为及购买量,导致行业产品的销量减少,从而对行业内企业的经营业绩产生不利影响。

3、环保压力

虽然屠宰及肉类加工行业不属于重污染行业,但在生猪屠宰过程中会产生一些废渣、废水、废气及噪声。随着整个社会环保意识的增强,我国政府逐步颁布实施越来越严格的环保法律法规,行业内企业执行的环保标准也将更加严格,这无疑将增加行业内企业在环保设施、排放治理等方面的支出。

4、优势企业业务开拓受阻碍

屠宰及肉类加工行业涉及卫生、工商、质检等多个部门,而个别地区存在一定程度的地方保护主义和其他一些非市场壁垒,增加了行业内优势企业进行跨地区业务开拓的难度。

(六)进入屠宰及肉制品加工行业的障碍

1、资金门槛:

采购方面:大规模的生猪采购需要充足的资金,已投入资金将经过生产、贮藏、运输和销售等多个环节方可收回。因此,规模越大的企业在采购环节上所需的流转资金量就越大,收回投入资金的时间成本也就越高。

设备方面:由于绝大多数大型肉制品加工企业的冷鲜肉及低温肉制品生产线是从国外引进,因此企业在设备引进及维护环节上均面临较大数额的开支。

销售方面:冷鲜肉和低温肉制品的保存需要持续稳定的低温环境,因此建设和维护可靠的冷链物流体系需要大量的资金支持。

2、品牌门槛:

随着国内居民生活质量的不断提升,品牌消费观念已逐渐成为消费者“放心消费”的行为基础。尤其是在人民日益注重绿色生活的今天,消费者对食品类优质品牌的追求往往更甚于对其他类消费品品牌的追求。塑造和维护一个知名品牌需要企业建立强大的产品研发体系,严格对每一个产品进行质量把控,对产品不断地进行细节完善、更新换代。此外,在品牌建设过程中,企业往往还需定期支付销售网络建设费用及较高的广告费用等。这些都为进入屠宰与肉制品加工行业设立了较高的品牌门槛。

3、产品质量门槛:

2007年以来国家出台了一系列关于食品安全卫生方面的政策法规,并开展了对猪肉质量安全的专项整治工作,使一批不符合国家法律法规和相关标准要求的屠宰场或屠宰点被大量关闭,小作坊、黑窝点的数量大量减少。2008年新修订的《生猪屠宰管理条例》和《生猪屠宰管理条例实施办法》,国家对屠宰行业的不规范行为进一步加大清理力度,2009年6月1日正式实施的《食品安全法》对食品安全提出了更高的要求,且对于损害消费者权益的食品生产企业的处罚力度更大。随着未来食品安全标准体系的完善,产品质量门槛将进一步提高。

(七)行业经营模式和周期性

1、屠宰及肉类加工行业的主要经营模式

①)“公司+基地+农户”模式

行业内的一些大型企业都采取这种生产经营模式。在这种模式下,企业收购生猪的来源为集中养殖基地和散养农户,企业与养殖户签订相关的采购协议,并提供相应的技术指导,生猪育肥后由企业统一上门收购。通过这种方式,企业可以加强对上游猪源以及猪源质量的控制,也能够将人力、物力和财力集中于肉类产品的研发、生产与销售。

②)区域性生产经营模式

行业内一些中小型的屠宰及肉类加工企业往往采取这种模式。由于企业的规模较小,资金及生产规模不足以支撑大规模的生猪采购、屠宰加工与销售,只是局限于对一定区域内的生猪进行收购、而后加工并销售给临近区域,产品大都以热鲜肉为主。采用这种生产经营模式的企业往往生产工艺水平较低,产品附加值很小,因而利润率也较低,而且产品因储运条件及品牌的影响,其销量也不大。

③)纵向一体化经营模式

企业拥有饲料加工、生猪养殖到肉制品销售的完整产业链,生猪供应与质量能够得到保证,从而能防止生猪供给不稳定的情况发生,而且能对肉制品的品质实施有效的控制,最大限度地保证产品品质始终如一。尽管如此,由于生猪养殖的周期长,资金周转慢,且经济效益也不稳定,目前这种方式在国内较少。

2、屠宰及肉类加工行业的周期性

屠宰及肉类加工行业属于一个超长持久行业,由于国人的饮食习惯,在相当长的一个时期内,该行业几乎没有被替代的可能性。该行业具有的超长久性和超低风险性以及其超大规模的顾客群体,是其他行业所不能比拟的,该行业产品价格存在一定的周期性波动,但需求量没有明显的周期性特征。

二、拟注入资产主营业务概况

(一)主要产品及主要销售群体

公司主要从事屠宰及肉类加工业务,主要产品为鲜冻品和肉制品。

鲜冻品主要包括冷鲜肉和冷冻肉,是将生猪通过屠宰、预冷、分割、冷冻等工艺加工而成。肉制品主要包括火腿肠、火腿和灌肠肉制品等,是以鲜或冻畜肉、禽肉等为主要原料,经腌制、搅拌、斩拌、乳化、充填、烘烤、蒸煮等工艺制作而得的肉类制品。

公司产品的主要消费群体包括城市家庭、学生、餐饮消费者及农村消费者,按消费特点可分为餐饮类、休闲类、方便类。

1、餐饮类:主要指冷鲜肉和低温肉制品,消费主体为城市家庭、中高档餐饮场所。该等消费主体对产品的营养价值和产品质量要求较为严格。

2、休闲类:主要指高、低温肉制品,消费主体为学生和游客。该等消费主体消费行为较感性、消费频率高。

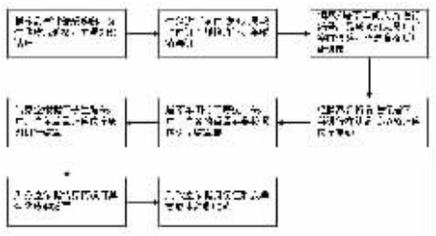
3、方便类:主要指高、低温肉制品,消费主体为农村消费者、游客和商务人士。该等消费主体对食品的营养、方便、健康方面有较高的要求。

(二)主要经营模式

1、采购模式

①)生猪采购模式

生猪采购控制程序主要包括进厂前验证、宰前检验、宰杀、开具发票、付款等环节,具体流程如下图所示:



①生猪来源

公司屠宰厂的生猪收购来源主要有三处,分别列示如下。

Ⅰ自产生猪:为加强对产品质量控制,整合产业链,公司加强了对上游养殖业的投入,分别与国外先进企业合资兴建大型现代化养殖企业,从加拿大引进种猪,消化吸收先进的养殖及管理技术,并用于种猪的繁育及商品猪育肥。公司自建养殖场,管理与防控制度完善,保证产品质量,所出栏的育肥猪全部交送于公司工厂进行屠宰。

报告期内,公司自产生猪头数由2007年的0.73万头增长至2009年的3.72万头,增长率达410%。自产生猪高速增长的原因是公司所属年产能达20万头的叶县双汇于2009年逐步投产。随着叶县双汇逐步达产,公司未来的自产生猪产能将达21万头,自产生猪头数将继续高速增长。

单位:万头	2007年	2008年	2009年	2010年1-10月
生猪产量	0.73	0.79	3.72	14.69

Ⅱ备案养殖场生猪:为稳定生猪供应,确保产品质量,公司从出入境检验检疫局备案的猪场中选择母猪存栏量100头以上,或年出栏商品猪2,000头以上,自繁自养的猪场作为备案养殖场生猪。

Ⅲ养殖户交送生猪:生猪养殖户所交生猪需经过检验检疫,确认无传染病、寄生虫病及其它病症,确认不含违禁药物。

②采购流程

公司各个屠宰厂按照每日产供销情况,制定屠宰量计划。双汇集团生猪采购部按照屠宰量计划,安排生猪业务员进行收购。

生猪送达进厂前,检疫人员核查“两证”(检疫合格证、车辆消毒证)是否齐全。“两证”齐全的生猪,经过动物检疫部门检验检疫且符合质量要求后,方可进入屠宰厂。进入屠宰厂的生猪按到厂时间的先后顺序进行编号,并由饲养车间进行过磅接收、入圈静养。生猪静养后,进入屠宰流程。

③生猪结算方式

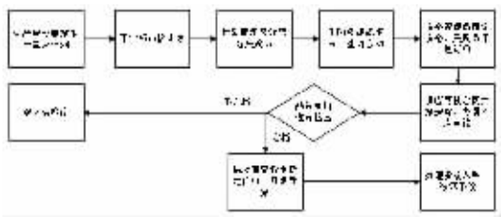
各个屠宰厂均实行“头、皮、肉”过宰的生猪收购模式,即对于交送屠宰的生猪,对屠宰后生猪头、皮、白条重量,瘦肉率级别进行在线测定,并依据质量检验结果,通过ERP系统实现在线采集、在线判级,自动结算价格。

②)原辅料及包装物采购模式

①对供应商的管理

采购部门对供应商实行专业有效的管理。所有供应商成为合格供应商前,均需由专业采购员进行现场考查,并撰写考察报告,考察报告需经采购部门主管领导的签字认可。通过考察合格后的供应商具备参加招标的资格。中标供应商与公司签订合同。对于合作一年以上的供应商,采购人员将进行现场验收并作出年度供货业绩评价。此外,采购人员也需深入供应商生产现场,对供应商进行日常、有针对性的现场指导与生产跟踪。

②采购流程



③结算方式

公司对不同类别的采购物资,实行不同的结算账期。

采购物资的入账流程如下:

采购物资的付款流程如下:

2、生产模式

公司的生产模式为利用自有生产设备对生猪进行屠宰、冷却加工,生产出冷鲜肉及冷冻肉;对原辅料进行加工,生产出高温肉制品、低温肉制品和其他制品。截至2010年10月末,公司屠宰生产线产能为893.76万头/年,低温肉制品产能为50.99万吨/年,高温肉制品产能为55.77万吨/年。

报告期内,公司的产量情况详见下表:

	单位	2010年1-10月	2009年	2008年	2007年
屠宰生猪量	万头	854.68	807.38	524.45	597.77
生产冷鲜肉	万吨	58.07	53.73	33.90	35.13
生产冷冻肉	万吨	22.67	22.08	14.59	16.62
低温肉制品	万吨	29.76	30.99	19.09	14.80
高温肉制品	万吨	28.42	25.41	17.06	16.60

①)屠宰及鲜冻品业务的生产模式

公司鲜冻品的生产分为冷鲜肉和冷冻肉的生产,均采取“以销定产”的模式。其中,冷鲜肉根据市场客户提前72小时的定单预报量,确定生猪采购量,同时采购部门按采购量组织采购,各屠宰厂严格按照客户48小时定单量组织生产、运输。冷冻肉根据市场冻品定单,按供货时间组织生产、运输。

②)肉制品业务的生产模式

肉制品生产也采用“以销定产”的模式生产高、低温肉制品。在收到订单后,公司根据销售计划和所属各工厂的产能,将需求产品的品种、规格分解下达至对应工厂,各工厂根据时间要求制定计划,安排组织生产。生产完毕,由销售部负责发货。

3、销售模式

公司采取“买断式”委托销售的方式委托双汇发展销售。双方签订《委托销售协议》。根据该协议,公司向双汇发展委托销售的产品,是在参照市场类似产品终端销售价格的基础上,扣减一定数额的广告费、销售代理费、运杂费后作为销售价格。

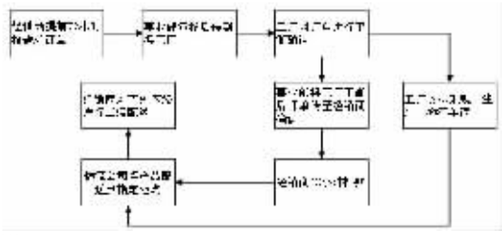
①)鲜冻品的销售模式

按客户类别,鲜冻品的销售模式可分为经销、地销、批发、直营(直营商超、餐饮和加工厂)等多种方式。

①经销

鲜冻品订单实行72小时供应链管理体系,即经销商提前72小时于ERP系统上报需求计划,事业部以ERP系统审核订单后,下达至各工厂,由各工厂产供销系统进行订单平衡,并将平衡后的订单反馈给经销商。经销商在48小时内确认订单,并缴纳足额货款,双汇物流于24小时内将产品配送到相应经销商处。目前10,000多家特约经销店均由经销商负责二级配送至终端。

具体销售流程如下图所示:



②地销

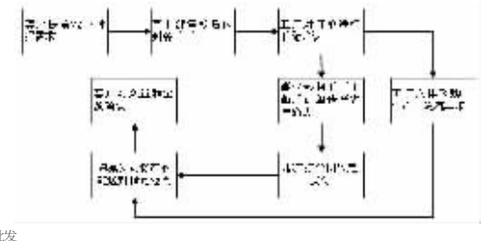
由销售招商委员会对特定产品统一组织招标,与中标客户签订购销协议。协议期间,中标客户按照协议执行价格包销中标产品。地销产品主要为猪皮、猪大肠、猪血等猪副产品,结算方式为先款后货、日清日结。

具体销售流程如下图所示:

③直营

直营是对特定的商场超市、餐饮和加工企业(如沃尔玛、家乐福、大润发等大型卖场,真功夫等餐饮企业,以及三全等食品加工企业)直接运作的终端销售形式。直营方式按照签订协议中约定的帐期结算货款。

具体销售流程如下图所示:



④批发

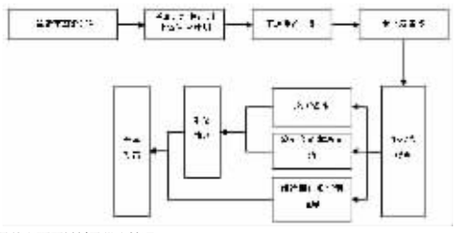
批发是一种针对经营冷冻肉的经销商的销售方式,由经销商购进产品后再进行二级批发销售。办事处根据经销商需求将冷冻肉订单传递到各工厂,各工厂对订单进行预审确认。通过预审后,各工厂将订单传递到鲜冻品事业部,鲜冻品事业部对订单进行审批。审批核准并且经销商缴纳足额货款后,传递订单至各工厂,予以发货。货款结算采取“先款后货”的方式。

具体销售流程如下图所示:

②)制品的销售模式

肉制品销售采用经销商分销模式,即双汇发展每年与经销商签订销售合同,约定销售区域或渠道、销售任务、销售价格、销售激励及考核办法等。在销售中,对经销商限定销售区域,并要求经销商在发货前预付货款。

具体销售流程如下图所示:



(三)产品的主要原材料及供应情况

1、主要原材料供应情况

鲜冻品所需的主要原料为生猪,高、低温肉制品所用原料主要为猪肉、鸡肉等,所需能源为煤、电、水。报告期内,公司的原材料、能源的主要供应来源如下表:

项目		前三名供应厂商
主要原料	生猪	广东华农温氏畜牧股份有限公司
		开平市温氏畜牧有限公司
		刘小月
	原料肉(非猪肉)	山东六和集团有限公司平邑冷藏厂
		大连赵屯成达食品有限公司
		山东仙坛食品有限公司
	其他	梧州神冠蛋白肠衣有限公司
		郑州新生印务有限公司
		秦皇岛金海食品工业有限公司

2008年-2010年5月末,猪肉、鸡肉等主要原材料的价格保持相对稳定。2010年5-10月,猪肉价格出现一定波动,但波动幅度小于猪肉价格2007年至2009年的波动幅度。此外,由于我国政府及时出台一系列稳定物价的政策和措施,目前猪肉价格已趋于稳定。

2、主要原材料占成本的比重情况

报告期内,公司主要原材料占各类产品生产成本的比重如下表所示:

产品	名称	项目	占生产成本的比重			
			2010年1-10月	2009年	2008年	2007年
鲜冻品	原材料	生猪	95.96%	96.13%	97.11%	97.25%
高温肉制品	原材料	原料肉、辅料	72.83%	72.73%	74.22%	75.46%
低温肉制品	原材料	原料肉、辅料	66.15%	64.43%	64.63%	65.64%

3、主要供应商情况

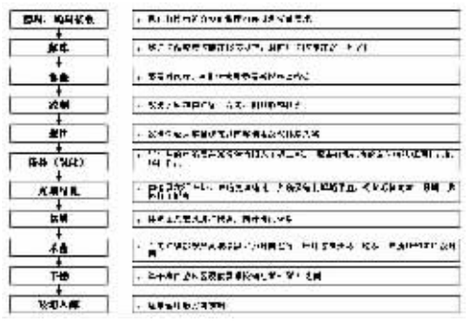
报告期内,公司向前五名供应商的采购情况如下:

项目	2010年1-10月	2009年	2008年
向前5名供应商总采购额(亿元)	5.00	3.67	2.74
占同期存货采购额的比例	3.58%	1.94%	1.84%

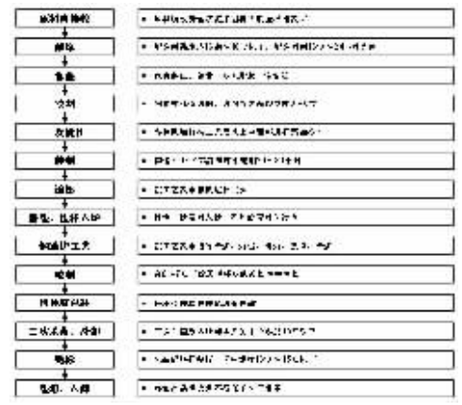
(四)主要产品的工艺流程

1、鲜冻品的工艺流程如下:

2、高温肉制品的工艺流程如下:

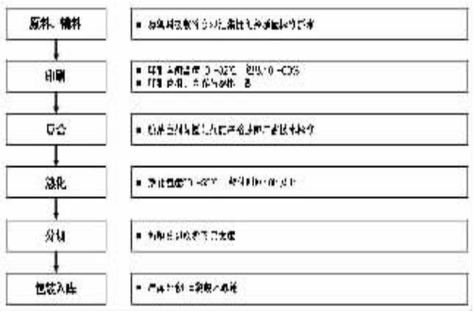


3、低温肉制品的工艺流程如下:



4、PVDC肠衣膜的工艺流程如下:

5、复合膜的工艺流程如下:



(五)安全生产与环保

1、安全生产情况

公司一直把安全生产工作放在重要位置,坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的方针,全面落实安全生产责任制及各项安全管理制度,提高全员安全意识,保障生产安全、持续、稳定发展。

公司制定《安全生产管理规范》、《消防安全管理制度》、《安全检查制度》、《安全教育培训制度》、《事故处理报告制度》、《危险化学品管理制度》、《设备安全操作规程》等安全管理制度,严格规范消防、生产管理、机器设备操作等,消除安全事故隐患。此外,公司还制定了消防疏散应急预案、漏氨事故应急预案、危险化学品泄漏应急预案、锅炉及压力容器爆炸事故应急预案、停电事故应急救援预案、触电事故应急预案、防汛应急救援预案、粉尘爆炸事故应急预案等事故应急预案。在应急预案中,明确应急预案小组成员组成及各成员的具体职责,制定了详细的应急措施,并认真演练。

截至2010年10月末,公司严格遵守国家和地方有关安全生产方面法律法规的规定,生产经营活动符合国家及地方有关安全生产的法律法规的要求和标准,未发生重大生产安全事故。

2、环保情况

公司及双汇集团一直把环境保护工作放在发展的重要位置,并已通过ISO14001环境体系认证。通过不断加强环保管理、加大环保投资,建成并完善环保治理设施,保证环保治理设施正常运行等一系列工作,公司及双汇集团保证了污染物排放达标,最大程度地降低对周边环境的不利影响。

公司设有设备动力部,该部门负责日常环保工作,包括管理环保资料、制定管理制度、运行环保设施等,并定期向当地环保部门汇报环保设施运行状况和废水处理情况。

除下述情况外,截至2010年10月末,公司未发生重大污染事故,环保系统和治污设施运行均符合国家和地方环境保护法律法规的要求。

①)2007年6月4日,阜新双汇因未申请环保设施竣工验收,被辽宁省环境保护局处罚10万元;

②)2008年9月22日,上海双汇因污水排放超标,被上海市金山区水务局罚款1万元;

③)2009年1月12日,广东双汇因生猪焚烧炉未经环评审批擅自投用,被清新县环保和建设局罚款3万元。

(六)质量控制情况

公司始终坚持“产品质量无小事,食品安全大如天”的质量理念,把“消费者的安全与健康高于一切”作为生产的宗旨,诚实守信,依法经营。目前,公司已建立专业的检验检疫和质量管理队伍,并拥有较为完善的生猪疫病检疫及防治措施、严格的冷鲜肉及肉制品卫生检疫和控制标准,在产业链的各个环节,实施标准化检验和控制,建立起源头保证安全、过程控制有力、结果重重把关的安全卫生防护体系。

1、质量控制标准

按照ISO9001:2008、ISO10012:2003、ISO22000:2005和双汇集团技术中心化验室检测体系及企业标准化的要求,公司已建立质量综合管理体系。公司已制定管理手册、程序文件、作业指导书、管理规范及相关记录,明确质量方针和目标,规范各级各部门工作程序和标准,配备充足的人员、资金、物资等资源。公司按照管理体系的要求,监视、测量、检查和改进各个生产环节,确保质量综合管理体系的有效运行和持续改进,切实有效地保证产品质量、提高食品安全管控能力,实现生产管理与国际先进水平接轨。

2、质量控制措施

公司每年对质量管理体系进行内部评审和外部评审,并不断修订、完善,持续改进质量管理体系。根据企业实际情况,对质量计划中的质量指标进行年度修订,并由各事业部负责对指标进行分解,由双汇集团生产运行中心负责对质量指标完成情况进行考核。公司的质量管理体系着重于从源头控制,同时注重产品检测、推行标准化管理、强化售后服务等方面,确保产品安全。

为控制关键环节,加强管理,切实提高食品安全控制力。公司采取以下各项具体保障措施:

①)坚持从源头控制产品质量,实行统一采购,专业化采购,标准化采购。建立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;

②)双汇集团率先在肉类行业引入ISO9001、HACCP、ISO14001和GAP等管理体系,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;

③)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,严格按照《检验检疫标准化》要求进行进厂、生产过程及出厂产品的检验检疫,并把农药、兽药、重金属、过敏源物质、转基因物质、违禁物质、添加剂等指标纳入必检项目。生猪的检验检疫以“有宰必检、有检无漏”为要求;

④)依托双汇集团拥有的国家级企业技术中心,经国家认可的实验室,以及从国外引进的先进检验、检测设备,在采购、生产等各个检验环节,层层把关,批批检测;

⑤)通过各个销售分公司和业务人员,时刻对产品的销售进行监控和管理,按照规范进行储存、运输、上架检查及理货,保证销售过程中的质量安全;

⑥)建立《不合格品、潜在不安全品召回制度》,对产品生产、销售过程中影响食品安全的潜在隐患采取有效措施,充分保护消费者的安全和利益,尽力确保不合格原材料不进厂,不合格半成品不流入下道工序,不合格产品不出厂,不安全的产品不销售,切实保证产品的质量安全。

三、拟注入资产核心竞争力和生产经营情况分析

(一)核心竞争力分析

1、高附加值产品的产量和所占比重均较高

单位:万吨

产量	2009			2008			2007		
	拟注入资产	双汇发展	雨润食品	拟注入资产	双汇发展	雨润食品	拟注入资产	双汇发展	雨润食品
冷鲜肉	53.77	21.81	59.30	33.98	21.30	41.70	35.75	24.59	30.10
冷冻肉	22.08	7.55	23.60	14.59	7.14	19.70	16.62	7.91	22.30
低温肉制品	30.17	20.19	14.00	19.05	20.94	11.60	14.55	18.87	8.90
高温肉制品	25.35	65.58	1.40	17.05	62.46	2.40	16.63	64.60	2.50

注:除特别说明外,双汇发展与拟注入资产于本章中涉及的产量、产能等业务数据,未按股权比例计算。

各产品所占比重	2009			2008			2007		
	拟注入资产	双汇发展	雨润食品	拟注入资产	双汇发展	雨润食品	拟注入资产	双汇发展	雨润食品
冷鲜肉占鲜冻品比重	71%	74%	72%	70%	75%	68%	68%	76%	57%
冷冻肉占鲜冻品比重	29%	26%	28%	30%	25%	32%	32%	24%	43%
低温肉制品占肉制品比重	54%	24%	91%	53%	25%	83%	47%	23%	78%
高温肉制品占肉制品比重	46%	76%	9%	47%	75%	17%	53%	77%	22%

拟注入资产的高附加值产品如冷鲜肉和低温肉制品产量或者比重优于本公司或者雨润食品。2009年,拟注入资产的冷鲜肉产量为53.77万吨,远高于本公司21.81万吨冷鲜肉的产量。重组完成后,本公司冷鲜肉的生产能力将得到大幅提升。以2009年数据计算,重组完成后,本公司冷鲜肉产量将达75.54万吨,较重组前的21.81万吨提升约246%。

2009年,拟注入资产低温肉制品产量为30.17万吨,本公司为20.19万吨,雨润食品为14.00万吨,拟注入资产低温肉制品产量在行业内领先;拟注入资产低温肉制品产量占肉制品的比重为54%,而本公司同期的比重为24%。重组完成后,本公司低温肉制品的生产能力将成为行业内第一;产品结构也将得到明显改善,以2009年数据计算,重组完成后本公司低温肉制品比重将达34%,重组前为24%,低温肉制品在肉制品中的比重有显著提高。重组后高附加值产品产量和产品结构的提升将明显增强本公司的盈利能力。

2、加工基地区域优势明显

本次拟注入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、江西和云南等12个省、直辖市和自治区。拟注入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,其中,2009年拟注入资产所在的12个省市区的合计肉类食品行业销售收入为3,765.3亿元,全国占比达72.9%;合计生猪出栏头数为35,671万头,全国占比达58.5%。

重组完成后,本公司将通过拟注入资产得以巩固在河南、湖北、内蒙古和上海等省、直辖市和自治区的经营实力,其中河南位居2009年我国肉类食品行业销售收入第2位,生猪出栏头数第3位;并得以进入山东、四川、江苏、河北、广东、黑龙江、江西和云南等8个省和自治区,从而在不同的消费市场获得新的增长动力。其中,拟注入资产已进入而本公司尚未进入的山东、四川等区域在我国屠宰及肉类加工行业占据非常重要的地位。2009年,山东位居我国肉类食品行业销售收入第1位,生猪出栏头数第4位;四川位居我国肉类食品行业销售收入第3位,生猪出栏头数第1位。

拟注入资产经营地域分布广泛,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。

	2009年肉类食品行业销售收入		2009年生猪出栏头数	
	单位:亿元	全国排名	单位:万头	全国排名
全国总计	5,167.4	–	61,017	–
山东※	1,314.7	1	3,917	4
河南※	715.9	2	4,848	3
四川※	620.0	3	6,431	1
辽宁	434.6	4	2,493	13
内蒙古※	299.0	5	833	21
吉林	230.6	6	1,272	19
江苏※	212.2	7	2,604	10
河北※	183.7	8	3,231	7
北京	133.1	9	293	26
黑龙江※	131.8	10	1,344	18
安徽	122.8	11	2,527	12
湖南	100.6	12	5,153	2
湖北※	100.2	13	3,498	5
广东※