

# 标杆

起步于郑州，  
发明中国第一颗速冻  
汤圆、第一个速冻粽子，速  
冻行业首家A股上市公司，主持  
参与制定速冻行业国际、国家和行业  
标准……沐浴着改革开放的春风，三全食  
品股份有限公司走过了31个春秋。  
正观新闻·郑州晚报记者 徐刚领

## 陈南 三全食品股份有限公司董事长 扩产升级 集聚产业核心竞争力

卓越企业家

首届「郑州企业家日」全媒体特刊

### 创新驱动 提高生产效率

三全食品股份有限公司董事长陈南，坚持制度+良心+诚信的质量控制理念，把产品质量作为企业生存发展的根本，全面建立质量安全保证体系，树立“质量求生存”的管理意识，并具体落实到实际工作中。公司是速冻食品行业首家被国家农业部、财政部、国家税务总局等九部委联合认定的“农业产业化国家重点龙头企业”。

陈南深知，要想在食品这一传统行业中赢得市场竞争、迸发新活力，发展的方向在智能，根本的动力在创新。因此，必须加快转型升

级步伐，提升核心竞争力。三全食品通过加强关键技术创新和先进工艺的高端化改造，以及相关流程、产品、模式创新，大幅提高劳动生产率和产品附加值，不断向中高端水平迈进。

近年来，在陈南的带领下，三全食品研发投入持续增加，数字赋能管理创新，智能制造，智能生产，产品创新带来增量空间。

早在2010年，三全食品就成立了火锅事业部，开始探索火锅料领域；2014年，三全试水鲜食业务；2020年8月，三全推出新项目“涮烤汇”，产品包括肉卷、鱼丸、内脏等，涵盖了大多数热门火锅食材；同年，三全针对早餐需求，推出了馅饼、小笼包类的食材；2023年，三全食品推出砖、片、条、粒、丸等系列产品，再次加码牛羊肉行业。

无论是火锅食材、早餐，还是肉制品，确实为三全发展新的增量空间带来更多机遇。2023年以来，三全速冻调制食品板块业绩大增。

今年前三季度，三全实现营业收入54.15亿元，净利润5.52亿元。

### 加速建设 扩大产能布局

“欲致其高，必丰其基。”产能扩张是三全食品业绩提升的重要支撑之一。截至2022年，公司设计产能约81万吨，实际产能71万吨，产能利用率超过85%。由于速冻市场的持续扩容和消费场景的外延扩展，进行速冻米面品类和预制菜等新品类的产能扩张具有前瞻性和必要性。

京津冀、长三角、珠三角、成渝经济圈、中部地区和长江经济带都是人口密集、消费能力较

强、市场潜力较大的区域。近年来，三全积极谋划扩大产能规模，即将建成的武汉生产基地投产后，公司生产基地将覆盖全国最主要的城市群。投资24亿元的航空港工业园区项目正在积极推进中，它是三全公司继郑州、天津、苏州、佛山、成都、武汉工厂之后建设的第八个生产基地。该项目将建设建筑面积20万平方米车间、100万立方米自动化立体冷库及10万多平方米研发中心办公楼等辅助配套设施，建成后年产能达50万吨，将成为公司单体规模最大的生产基地。该项目将建设成速冻及冷鲜食品行业的标杆性“灯塔工厂”。

“我们选择在航空港区投资建设郑州第三工厂，是因为对中国经济未来发展充满信心，对食品产业成长潜力充满信心，对航空港区的蓬勃发展充满信心。”陈南说，秉承高端制造业智能化、绿色化发展的理念，将把航空港工业园区项目打造成为工艺技术最先进、规模效益最优质的具有核心竞争力的食品产业基地。

### 变革经营 适应消费升级

新消费时代，面对商业模式和业态的不断变化，陈南及时改变传统的以高超和大卖场为单一渠道的TOC渠道销售方式，增加向企业销售的TOB渠道和线上销售渠道，更加强调场景化产品研发，以适应和引领消费升级。

增加销售渠道，降低成本促消费。三全利用公司自身优势，专注餐饮业务市场开拓，降低新产品成本，惠及消费者。开展市场调研，对全国各地饮食习惯和餐饮品种进行持续调研，推出适应早餐场景、宴席点心场景的蒸煮类、煎烙类、油炸类、烘焙类等40多个品

项、100多个单品。建立独立的产品研发、设备开发和终端服务体系。针对餐饮市场的口味口感、加工设备环境、产品应用便捷度等要求，成立产品小组，持续性对特定场景进行针对性产品开发与优化。研发能力+机械化生产+全国性生产基地和冷链物流网络，保障三全食品公司及时针对餐饮市场特性满足特定产品需求。

适应市场变化，联手电商促消费。为适应消费市场变化和消费者需求升级，三全食品公司借助京东、天猫、拼多多等传统电商平台，与国内知名直播机构深度合作，为消费者提供消费便利，运用内容营销、直播营销与消费者互动，覆盖310多万消费者。与盒马鲜生、每日优鲜、叮咚买菜、钱大妈等生鲜电商和社区电商深度合作，自建微信官方小程序，增加定制化产品开发和供给业务，与线下业务统筹协调。与抖音、小红书、微博等社交平台 and 知名网红大V长期合作，打造网红产品，促进消费。

开拓多元业态，打造即时消费场景。三全抓住未来短保、即食产品占消费品比重越来越大的发展趋势，牵手世界500强Seven&1控股公司，把业务拓展至便利店即时消费业态，与购物中心、电商等业态一起扩大消费市场。

Wind数据显示，2018年至2022年，三全的销售净利率由1.83%增长至10.78%，盈利能力稳步提升。2023年上半年，其销售净利率进一步提升至11.34%。

未来，三全将坚持脚踏实地，践行新发展理念，在做强做优做大三全食品的过程中，发挥龙头企业的引领作用，积极推动地方经济社会发展，在助推河南高质量发展中展现更大作为！

