众华会计师事务所（特殊普通合伙）
关于上海海融食品科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
审核问询函的回复

众华会计师事务所（特殊普通合伙）
关于上海海融食品科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
的审核问询函的回复

深圳证券交易所：

根据贵所于2020年7月15日下发的《关于上海海融食品科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2020〕010054号）（以下简称“问询函”）的要求，众华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“发行人会计师”、“我们”）对贵所提出的问题回复如下：

目录

问询问题 2.关于收入 1

问询问题 3.关于销售客户 17

问询问题 4.关于营业成本 28

问询问题 5.关于发出商品与存货结转 40

问询问题 6. 关于现金流 47

问询问题 2.关于收入。请发行人补充披露以下内容：

（1）招股说明书披露，发行人产品类型包括植脂奶油、巧克力、果酱、香精香料，其中植脂奶油又可分为内销含乳脂植脂奶油、内销不含乳脂植脂奶油、出口植脂奶油、印度植脂奶油。请发行人以表格形式补充披露以上产品销售数量和销售单价的变动对各产品销售收入影响。

（2）请补充披露：①报告期内销含乳脂植脂奶油销售数量增长较快的原因；②内销不含乳脂植脂奶油 2019 年销售数量下降较快的原因；③印度植脂奶油报告期销售数量增长较快、2018 年单价下滑的原因。

（3）招股说明书披露“按《中华人民共和国企业所得税法》的规定……免征出口销售环节的增值税，并对采购环节的增值税额，按规定的退税率计算后予以退还”，请补充披露公司出口退税金额与出口销售金额的匹配关系，说明差异原因及合理性。

（4）2019 年发行人境外销售占营业收入比为 27.65%,境外收入增长金额占当年营业收入增长金额的 50.43%，其中海融科技占 4.72%,海融印度占 45.71%；请充分披露海融印度的生产经营情况，包括但不限于固定资产原值、净值、成新率，主要固定资产内容及金额，产能及产能利用率，各类人员构成、数量、人均工资与当地水平比较情况，新增、退出、持续合作的客户数量及对应收入金额，充分说明并披露海融印度收入增长的合理性、真实性。

（5）请补充披露新冠肺炎疫情对公司 2020 年上年度的经营情况和财务数据的影响。

（6）请结合国际贸易形势及各国新冠疫情等因素，补充披露其对公司出口业务、印度海外业务的影响。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

落实情况：

（1）招股说明书披露，发行人产品类型包括植脂奶油、巧克力、果酱、香精香料，其中植脂奶油又可分为内销含乳脂植脂奶油、内销不含乳脂植脂奶油、出口植脂奶油、印度植脂奶油。请发行人以表格形式补充披露以上产品销售数量和销售单价的变动对各产品销售收入影响。

一、发行人各产品销售数量和销售单价的变动对销售收入的影响

（一）销售数量和销售单价变化对 2018 年和 2017 年销售收入的影响分析

2017 年度至 2018 年度各产品销售情况及产品销售数量和单价的变动对各产品的影响如下：

单位：十吨、万元、元/公斤

项目	2018 年度			2017 年度		
	数量	金额	销售单价	数量	金额	销售单价
	A1	B1	C1=B1/A1	A	B	C=B/A
植脂奶油	4,167.50	48,730.31	11.69	3,730.53	42,859.88	11.49
其中：						
内销含乳脂植脂奶油	2,031.95	28,181.64	13.87	1,723.40	23,318.30	13.53
内销不含乳脂植脂奶油	1,063.31	10,524.21	9.90	1,096.73	10,441.93	9.52
出口植脂奶油	243.25	2,562.67	10.53	228.85	2,393.87	10.46
印度植脂奶油	828.99	7,461.79	9.00	681.55	6,705.78	9.84
巧克力	121.18	2,783.03	22.97	99.53	2,087.52	20.97
果　酱	82.06	1,724.35	21.01	83.61	1,696.04	20.29
香精香料	9.17	477.31	52.05	5.99	322.83	53.90
合　计	**4,379.91**	**53,715.00**		**3,919.65**	**46,966.26**	

1、控制变量法下，以单价、数量的顺序分别进行迭代的情况如下：

2017 年度至 2018 年度各产品销售单价、销售数量的变动对销售收入的影响如下：

单位：十吨、万元、元/公斤

项目	单价变动	单价影响	数量变动	数量影响	合计
	①=C1-C	②=①*A	③=A1-A	④=③*C1	②+④=B1-B
植脂奶油	0.20	760.90	436.98	5,109.54	5,870.43
其中：					
内销含乳脂植脂奶油	0.34	583.93	308.55	4,279.42	4,863.34
内销不含乳脂植脂奶油	0.38	413.11	-33.43	-330.83	82.28
出口植脂奶油	0.07	17.05	14.40	151.75	168.80
印度植脂奶油	-0.84	-571.14	147.44	1,327.14	756.00
巧克力	1.99	198.27	21.65	497.23	695.51
果　酱	0.73	60.76	-1.54	-32.44	28.32
香精香料	-1.85	-11.08	3.18	165.56	154.48
合　计	**0.82**	**690.91**	**460.26**	**6,057.83**	**6,748.74**
影响占比		**10.24%**		**89.76%**	**100.00%**

2、控制变量法下，以数量、单价的顺序分别进行迭代的情况如下：

2017 年度至 2018 年度各产品销售数量、销售单价的变动对销售收入的影响如下：

单位：十吨、万元、元/公斤

项目	数量变动	数量影响	单价变动	单价影响	合计
	①=A1-A	②=①*C	③=C1-C	④=③*A1	②+④=B1-B
植脂奶油	436.98	5,020.41	0.20	850.02	5,870.43
其中：					
内销含乳脂植脂奶油	308.55	4,174.87	0.34	688.47	4,863.34
内销不含乳脂植脂奶油	-33.43	-318.24	0.38	400.52	82.28
出口植脂奶油	14.40	150.68	0.07	18.12	168.80
印度植脂奶油	147.44	1,450.70	-0.84	-694.70	756.00
巧克力	21.65	454.10	1.99	241.40	695.51
果　酱	-1.54	-31.32	0.73	59.63	28.32
香精香料	3.18	171.44	-1.85	-16.96	154.48
合　计	**460.26**	**6,052.23**	**0.82**	**696.50**	**6,748.74**
影响占比		**89.68%**		**10.32%**	**100.00%**

由上述控制变量法下分析可知，2018 年销售收入的增长主要来源于内销含乳脂植脂奶油销售数量的增长。

（二）销售数量和销售单价变化对 **2019** 年和 **2018** 年销售收入的影响分析

2018 年度至 2019 年度各产品销售情况如下：

单位：十吨、万元、元/公斤

项目	2019 年度			2018 年度		
	数量	金额	销售单价	数量	金额	销售单价
	A1	B1	C1=B1/A1	A	B	C=B/A
植脂奶油	4,340.98	52,876.10	12.18	4,167.50	48,730.31	11.69
其中：						
内销含乳脂植脂奶油	2,183.51	32,144.50	14.72	2,031.95	28,181.64	13.87
内销不含乳脂植脂奶油	866.05	8,560.69	9.88	1,063.31	10,524.21	9.90
出口植脂奶油	248.28	2,736.07	11.02	243.25	2,562.67	10.53
印度植脂奶油	1,043.15	9,434.84	9.04	828.99	7,461.79	9.00
巧克力	112.64	2,587.86	22.97	121.18	2,783.03	22.97
果　酱	96.57	2,062.27	21.35	82.06	1,724.35	21.01
香精香料	9.39	488.74	52.07	9.17	477.31	52.05
合　计	**4,559.58**	**58,014.96**		**4,379.91**	**53,715.00**	

1、控制变量法下，以单价、数量的顺序分别进行迭代的情况如下：

2018 年度至 2019 年度各产品销售单价、销售数量的变动对销售收入的影响如下：

单位：十吨、万元、元/公斤

项目	单价变动	单价影响	数量变动	数量影响	合计
	①=C1-C	②=①*A	③=A1-A	④=③*C1	②+④=B1-B
植脂奶油	0.49	2,032.75	173.47	2,113.04	4,145.79
其中：					
内销含乳脂植脂奶油	0.85	1,731.74	151.55	2,231.11	3,962.86
内销不含乳脂植脂奶油	-0.01	-13.66	-197.26	-1,949.85	-1,963.52
出口植脂奶油	0.49	118.06	5.02	55.35	173.40
印度植脂奶油	0.04	36.09	214.16	1,936.96	1,973.05
巧克力	0.01	0.83	-8.53	-196.00	-195.17
果　酱	0.34	28.12	14.51	309.80	337.91
香精香料	0.02	0.15	0.22	11.28	11.43
合　计	**1.73**	**1,901.32**	**179.67**	**2,398.64**	**4,299.96**
影响占比		**44.22%**		**55.78%**	**100.00%**

2、控制变量法下，以数量、单价的顺序分别进行迭代的情况如下：

2018 年度至 2019 年度各产品销售数量、销售单价的变动对销售收入的影响如下：

单位：十吨、万元、元/公斤

项目	数量变动	数量影响	单价变动	单价影响	合计
	①=A1-A	②=①*C	③=C1-C	④=③*A1	②+④=B1-B
植脂奶油	173.47	2,028.42	0.49	2,117.36	4,145.79
其中：					
内销含乳脂植脂奶油	151.55	2,101.95	0.85	1,860.91	3,962.86
内销不含乳脂植脂奶油	-197.26	-1,952.39	-0.01	-11.13	-1,963.52
出口植脂奶油	5.02	52.91	0.49	120.49	173.40
印度植脂奶油	214.16	1,927.63	0.04	45.42	1,973.05
巧克力	-8.53	-195.94	0.01	0.77	-195.17
果　酱	14.51	304.83	0.34	33.09	337.91
香精香料	0.22	11.28	0.02	0.15	11.43
合　计	**179.67**	**2,250.27**	**1.73**	**2,049.69**	**4,299.96**
影响占比		**52.33%**		**47.67%**	**100.00%**

由上述控制变量法下分析可知，2019 年销售收入的增长主要受内销含乳脂植脂奶油销售数量的增加和销售单价的上升，以及印度植脂奶油销售数量的增长，上述增长抵消了内销不含乳脂植脂奶油销售数量下降带来的不利影响。

综上，报告期内，销售收入的增长主要来源于内销含乳脂植脂奶油销售数量的增加和销售单价的上涨，以及印度植脂奶油销售数量的增长。

内销含乳脂植脂奶油的销量增加主要是由于含乳脂植脂奶油能更好的兼具口感及操作性，其市场需求逐年提升，同时，顺应市场需求的变化，公司加强了含乳脂植脂奶油的推广和销售，其销售收入占植脂奶油产品的销售收入比从 2017 年度的 54.41%上涨至 2019 年度的 60.79%。

内销含乳脂植脂奶油销售单价的上涨原因如下：1）受到国内增值税率变动的影响，2017-2019 年度税率逐年下降（2017 年 1 月-2018 年 4 月适用增值税税率为 17%, 2018 年 5 月-2019 年 3 月适用增值税税率为 16%，2019 年 3 月-2019 年 12 月适用增值税税率为 13%），公司的含税销售价格基本未发生变动，增值税率的下降导致各类产品不含税的销售单价逐年增长，2）受到销售单价较高的产品系列占比逐年增长的影响亦带来了销售单价的增长，公司 2018 年 4 季度还推出了销售单价较高的 “飞青花”系列植脂奶油产品，“飞青花”系列植脂奶油产品销售金额占内销含乳植脂奶油的比例由 2018 年度的 1.24%上升至 2019 年度的 12.80% ，2019 年度的平均销售价格为 16.08 元/公斤，而其他系列产品平均价格为 13.88 元/公斤（各系列价格平均数），因此“飞青花”系列植脂奶油产品的销售占比上升也拉高了部分内销含乳脂植脂奶油产品的销售单价。

印度植脂奶油销售数量的增长主要系随着印度居民生活水平的日益提高，并且随着全球化的发展，印度烘焙食品行业进入了一个蓬勃发展期：根据 Euromonitor International（欧睿国际）的调查显示，印度烘焙市场规模由 2014 年 109,107.8 百万印度卢比上升至 2019 年 178,742.8 百万印度卢比，复合增长率达到 10.38%，潜力巨大，蓬勃发展的烘焙市场对烘焙原料市场的发展产生了驱动作用，带动了发行人子公司海融印度销售收入的增长。

（2）请补充披露：①报告期内销含乳脂植脂奶油销售数量增长较快的原因；②内销不含乳脂植脂奶油 2019 年销售数量下降较快的原因；③印度植脂奶油报告期销售数量增长较快、2018 年单价下滑的原因。

一、报告期内销含乳脂植脂奶油销售数量增长较快的原因

报告期内，公司的内销含乳脂植脂奶油的销售数量变动情况如下：

单位：吨

项目	2019 年度	较上年度增减（%）	2018 年度	较上年度增减（%）	2017 年度
内销含乳脂植脂奶油	21,835.08	7.46	20,319.53	17.90	17,233.98

由于含乳脂植脂奶油含有天然乳脂成分，口感顺滑，可以提升终端产品的口感、味道、营养等特性，越来越受到市场的青睐，报告期内，公司的内销含乳脂植脂奶油一直是植脂奶油产品中销售占比最大的产品，其数量呈现逐年上涨的趋势。

2018 年度较 2017 年度含乳脂植脂奶油产品的销售增长了 3,085.55 吨，主要是当年主推含乳脂植脂奶油-丝诺系列产品，2018 年度较 2017 年度该系列产品的销量从 6,493.26 吨增至 9,961.92 吨，大幅增长了 3,468.67 吨，该系列产品由于口感好、可塑性强，受到经销商和下游终端客户的青睐，2019 年度丝诺系列产品的销售继续保持了增长的势头，销售增至 11,163.40 吨，从而导致 2019 年度的内销含乳脂植脂奶油产品在 2018 年度增长的继续上继续保持增长。报告期内，丝诺系列植脂奶油产品的销售数量增长是公司含乳脂植脂奶油产品销售数量增长的主要原因。同时，公司 2018 年 4 季度还推出了“飞青花”系列植脂奶油产品，其在 2019 年度实现了 2,795.44 吨的销售，成为了新的含乳脂植脂奶油销售主打产品之一。

二、内销不含乳脂植脂奶油 2019 年销售数量下降较快的原因

报告期内，公司的内销不含乳脂植脂奶油的销售数量变动情况如下：

单位：吨

项目	2019 年度	较上年度增减（%）	2018 年度	较上年度增减（%）	2017 年度
内销不含乳脂植脂奶油	8,660.50	-18.55	10,633.09	-3.05	10,967.34

报告期内，公司的内销不含乳脂植脂奶油产品呈现下降趋势，2019 年度销售数量较 2018 年度下降了 1,972.59 吨，降幅达到了 18.55%。近年来，公司加

大了新产品的研发，根据产品的受欢迎程度和终端消费者的口感偏好等因素，不断推出含乳脂植脂奶油的新品，逐步减少了不含乳脂系列产品的研发和销售，公司不含乳脂植脂奶油桑爱、季歌、柚歌等系列产品报告期内呈现逐年下降的趋势，2019 年度，内销的桑爱、季歌和柚歌系列产品分别较 2018 年度下降了 780.70 吨、 692.29 吨、258.64 吨，为满足国内市场的消费倾向和需求，国内新品的研发和推广主要以含乳脂植脂奶油为主，逐步由含乳脂植脂奶油替代不含乳脂植脂奶油，因此报告期内，公司内销的不含乳脂植脂奶油产品销售数量下降较快。

三、**2018** 年度印度植脂奶油销售单价下滑的原因

报告期内，印度植脂奶油销售单价变动情况如下：

印度植脂奶油	**2019** 年度	较上年度增减	**2018** 年度	较上年度增减	**2017** 年度
销售单价（人民币 元/公斤）	9.04	0.44%	9.00	-8.54%	9.84
销售单价（印度 卢比/公斤）	94.82	1.98%	92.98	0.60%	92.43

2018 年度，印度植脂奶油销售单价下降主要系受汇率影响。2017 年度印度卢比对人民币平均汇率为 1：0.1038，2018 年度印度卢比对人民币平均汇率为 1：0.0968，下降 6.74%，同期印度植脂奶油销售单价下降 8.54%，因此汇率影响系导致 2018 年度印度植脂奶油销售单价下降的主要因素，报告期内按印度卢比计价的销售单价波动较小。

四、报告期内印度植脂奶油销售情况

报告期内，印度植脂奶油销售数量变动情况如下：

单位：吨

印度植脂奶油	**2019** 年度	较上年度增减	**2018** 年度	较上年度增减	**2017** 年度
销售数量	10,431.46	25.83%	8,289.90	21.63%	6,815.47

报告期内，印度植脂奶油销售数量持续增长，主要源于以下原因：

1、印度经济及烘焙食品原料行业的整体发展

2000 年-2018 年，印度人均 GDP 从 443.31 美元上升至 2,009.98 美元；根据世界银行发布的数据印度的人均 GNI 基于购买力评价从 2000 年的 2,130.00 国

际元上升至 7,680.00 国际元。随着印度居民生活水平的日益提高，并且随着全球化的发展，印度烘焙食品行业进入了一个蓬勃发展期：根据 Euromonitor International（欧睿国际）的调查显示，印度烘焙市场规模由 2014 年 109,107.8 百万印度卢比上升至 2019 年 178,742.8 百万印度卢比，复合增长率达到 10.38%，潜力巨大，蓬勃发展的烘焙市场对烘焙原料市场的发展产生了驱动作用，带动了发行人子公司海融印度销售数量的增长。

2、加大产品售前售后服务力度，拓展销售渠道

发行人子公司海融印度高度重视产品的售前售后服务质量，积极扩展印度市场的销售渠道，并不断加强与经销商的协作，带动销售数量的增长。

3、重视产品品质，客户销售稳定，带动销售收入增长

发行人子公司海融印度高度重视产品品质，在下游烘焙食品加工销售企业中形成良好的口碑，提高最终用户重复购买率，进而带动销售增长。报告期内，海融印度前十大客户的销售金额从 2017 年度的 2,075.50 万元增长至 2019 年度的 3,306.13 万元。

（3）招股说明书披露"按《中华人民共和国企业所得税法》的规定……免征出口销售环节的增值税，并对采购环节的增值税额，按规定的退税率计算后予以退还"，请补充披露公司出口退税金额与出口销售金额的匹配关系，说明差异原因及合理性。

公司报告期内涉及出口业务的企业主要为海融科技、海象食品，主要是销售给海外客户的奶油和境内出口到海融印度的预拌粉（该部分收入在合并报表时抵消），报告期内海融科技、海象食品出口销售金额与出口退税金额关系如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2018 年度	2019 年度
当期出口销售额	3,130.63	3,246.13	3,695.67
其中：适用征收率 17%/退税率 13%的出口销售额	24.64	11.86	0.00
适用征收率 17%/退税率 15%的出口销售额	3,105.99	767.57	0.00
适用征收率 16%/退税率 13%的出口销售额	0.00	12.69	0.00
适用征收率 16%/退税率 15%的出口销售额	0.00	1,849.07	0.00
适用征收率 16%/退税率 16%的出口销售额	0.00	604.94	1,408.75
适用征收率 13%/退税率 13%的出口销售额	0.00	0.00	2,286.92

项目	2017 年度	2018 年度	2019 年度
出口货物销售额乘退税率（a)	469.10	492.48	522.70
上期结转免抵退税额递减额(b)	0.00	0.00	0.00
免抵退税额抵减额(c)	0.00	0.00	0.00
免抵退税额(d)（如 a>b+c,则为 a-b-c,否则为 0）	469.10	492.48	522.70
当期应纳增值税（e)	2,949.77	3,232.09	2,532.84
当期应退税额（如 e≥0,则为 0)	0.00	0.00	0.00

报告期内，由于海融科技及海象食品内销收入占比超过出口收入，海融科技及海象食品每期均需要缴纳增值税，并无期末留抵税额，因此报告期内公司实际未收到出口退税，与公司的当期增值税缴纳情况和出口销售金额相匹配。

（4）2019 年发行人境外销售占营业收入比为 27.65%,境外收入增长金额占当年营业收入增长金额的 50.43%，其中海融科技占 4.72%,海融印度占 45.71%；请充分披露海融印度的生产经营情况，包括但不限于固定资产原值、净值、成新率，主要固定资产内容及金额，产能及产能利用率，各类人员构成、数量、人均工资与当地水平比较情况，新增、退出、持续合作的客户数量及对应收入金额，充分说明并披露海融印度收入增长的合理性、真实性。

一、主要固定资产情况

截至 2019 年 12 月 31 日，海融印度账面原值大于人民币 10 万元的主要固定资产明细情况如下：

单位：万元

序号	分类	名称	原值	净值	成新率
1	房屋建筑物	土地及厂房	674.97	591.41	87.62%
2	机器设备	半封闭式低温水冷却螺杆冷凝机组	350.37	28.27	8.07%
3	机器设备	植脂奶油新生产线	154.36	139.70	90.50%
4	机器设备	发电机（容量：750KVA）	43.12	35.95	83.37%
5	机器设备	新冷藏库制冷设备	49.96	42.05	84.17%
6	机器设备	发电机（容量：500KVA）	24.43	1.22	5.00%
7	机器设备	冷却塔	24.00	22.10	92.08%
8	机器设备	灌装机（型号：CSK-S30）	22.93	22.57	98.42%
9	机器设备	变压器（容量：1600KVA）	22.72	20.74	91.29%
10	机器设备	预混包装机	22.39	17.43	77.83%
11	运输设备	JEEP 指南者汽车	21.99	11.46	52.12%
12	运输设备	丰田 Corolla Altis 汽车	20.81	4.14	19.91%
13	办公设备	办公家具	33.63	2.72	8.10%

序号	分类	名称	原值	净值	成新率
14	运输设备	丰田 Innova Crysta 汽车	18.37	11.85	64.50%
15	机器设备	二级水净化装置	16.91	15.30	90.50%
16	机器设备	发电机（容量：380KVA）	16.61	0.83	5.00%
17	房屋建筑物	碾压混凝土车道	14.37	13.46	93.67%
18	机器设备	灌装机	13.99	6.00	42.85%
19	运输设备	丰田 INNOVA2 汽车	13.58	0.68	5.00%
20	房屋建筑物	冷藏库	22.46	7.31	32.54%
21	运输设备	丰田 Tempo Traveller 汽车	12.04	1.32	10.94%
22	机器设备	冷却装置压气机	10.06	8.07	80.21%
合　计			**1,604.07**	**1,004.56**	**62.63%**

截至 2019 年 12 月 31 日，海融印度的主要固定资产平均成新率为 62.63%，均处于正常使用状态，运行情况稳定。

二、产能及产能利用率情况

报告期内，海融印度的主要产品产能及利用情况如下：

项　目		**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
植脂奶油	产能（吨）	11,000.00	9,000.00	8,400.00
	产量（吨）	10,491.00	8,535.00	6,813.00
	产能利用率	95.37%	94.83%	81.11%
果　酱	产能（吨）	500.00	500.00	500.00
	产量（吨）	292.00	285.00	302.00
	产能利用率	58.40%	57.00%	60.40%

报告期内，海融印度主营产品植脂奶油的产能利用率呈逐年上升趋势，目前已基本处于满负荷生产状态。

三、人员构成及薪酬水平

1、海融印度员工人数及构成

2017 年末、2018 年末及 2019 年末，海融印度员工总数分别为 161 人、166 人及 174 人。

报告期内各期末，海融印度各类人员构成、数量情况如下：

单位：名

专业结构	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
生产人员	48	27.59%	44	26.51%	46	28.58%
研发人员	5	2.87%	3	1.81%	4	2.48%
销售及市场营销人员	78	44.83%	80	48.19%	72	44.72%
财务人员	8	4.60%	8	4.82%	8	4.97%
行政管理人员	35	20.11%	31	18.67%	31	19.25%
合　计	**174**	**100.00%**	**166**	**100.00%**	**161**	**100.00%**

2、海融印度各岗位员工薪酬水平

报告期内，海融印度各类人员人均工资情况如下：

单位：万元/年

类别[注1]	2019 年度	2018 年度	2017 年度
生产人员	3.41	2.95	2.83
研发人员	4.41	4.25	4.03
销售及市场营销人员	6.06	5.66	5.03
财务人员	8.60	8.68	7.01
行政管理人员	3.52	3.69	2.92
合计	**4.90**	**4.61**	**4.10**

注 1：薪酬=工资+奖金，不包括福利、社保公积金等；

平均薪酬=分类别薪酬/月平均人数；

月平均人数=（1 月末人数+2 月末人数+……+12 月末人数）/12

报告期内，海融印度员工的人均年度薪酬呈逐年递增趋势，主要系考虑单位用工成本每年不断增加后给予员工的小幅调薪。报告期内，海融印度平均人工成本与同地区平均薪酬水平如下：

单位：万元/年

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海融印度平均薪酬[注1]	4.90	4.61	4.10
印度最低工资要求[注2]	1.44	1.37	1.33

注 1：薪酬=工资+奖金，不包括福利、社保公积金等；

平均薪酬=分类别薪酬/月平均人数；

月平均人数=（1 月末人数+2 月末人数+……+12 月末人数）/12。

注 2：印度最低工资选自印度哈里亚纳邦政府发布的当年各行业月最低工资要求中的最高工资。

报告期内，海融印度平均人工成本逐年上升，与海融印度业务发展趋势及印度当地的水平发展趋势一致。

四、海融印度客户变动情况

报告期内，海融印度新增、退出、持续合作的经销商数量及销售收入金额情况如下：

单位：万元

期　间	新增家数（家）	新增客户营业收入	退出家数（家）	退出客户上期营业收入	持续合作家数（家）	持续合作客户营业收入
2019 年度	45	380.53	34	147.93	163	9,240.24
2018 年度	54	663.14	36	456.18	143	7,131.66
2017 年度	47	750.76	34	153.54	132	6,244.54

报告期内，海融印度主要客户比较稳定，海融印度收入增长的原因主要系持续收入的经销商营业收入增加，海融印度的收入增长具有合理性、真实性。

五、海融印度收入增长的合理性分析

报告期内，海融印度的营业收入及其增长情况如下：

项　目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	增长率	金额（万元）	增长率	金额（万元）	增长率
营业收入	9,850.55	25.13%	7,872.41	10.37%	7,132.48	32.20%

报告期内，海融印度的营业收入呈现逐年增长的态势，2017 年度、2018 年度和 2019 年度的营业收入分别较上年度增长 32.20%、10.37%和 25.13%。海融印度的业绩稳步增长，主要源于下列原因：

1、印度经济及烘焙食品原料行业的整体发展

2000 年-2018 年，印度人均 GDP 从 443.31 美元上升至 2,009.98 美元；根据世界银行发布的数据印度的人均 GNI 基于购买力评价从 2000 年的 2,130.00 国际元上升至 7,680.00 国际元。随着印度居民生活水平的日益提高，并且随着全球化的发展，印度烘焙食品行业进入了一个蓬勃发展期：根据 Euromonitor International（欧睿国际）的调查显示，印度烘焙市场规模由 2014 年 109,107.80 百万印度卢比上升至 2019 年 178,742.80 百万印度卢比，复合增长率达到 10.38%，潜力巨大，蓬勃发展的烘焙市场对烘焙原料市场的发展产生了驱动作用，带动了发行人子公司海融印度销售收入的增长。

2、加大产品售前售后服务力度，拓展销售渠道

发行人子公司海融印度高度重视产品的售前售后服务质量，积极扩展印度市场的销售渠道，并不断加强与经销商的协作。海融印度产品线涵盖植脂奶油和果酱，产品组合较为合理，不同品类能够产生渠道协同效应，有利于渠道渗透。报告期内，海融印度植脂奶油销售数量由 2017 年度的 6,815 吨增长至 2019 年度的 10,431 吨，从而带动销售收入的增长。

3、重视产品品质，客户销售稳定，带动销售收入增长

发行人子公司海融印度高度重视产品品质，在下游烘焙食品加工销售企业中形成良好的口碑，提高最终用户重复购买率，进而带动销售增长。报告期内，海融印度前十大客户的销售金额从 2017 年度的 2,075.50 万元增长至 2019 年度的 3,306.13 万元。

综上所述，海融印度收入增长具有合理性、真实性。

（5）请补充披露新冠肺炎疫情对公司 2020 年上年度的经营情况和财务数据的影响。

一、生产、研发情况的影响

2020 年 1 月上旬、中旬，公司生产、研发活动基本维持正常。公司于 2020 年 1 月 23 日因春节假期正常停工放假。公司原定于 2020 年 2 月 3 日正常复工，因受疫情影响，复工实际有所推迟。公司按照上海市疫情防控要求提交复工申请，并获得批准于 2020 年 2 月 9 日部分复工。由于部分外地员工返回后尚需一定的自行隔离时间后才能陆续返回工作岗位，公司于 2020 年 2 月 24 日实现全面复工。

二、采购情况的影响

公司生产所需主要原材料有油脂、糖、葡萄糖、糖浆、酪蛋白酸钠、稀奶油、内盒、外箱等，主要原材料供应商均未处于疫情中高风险地区，其中华东地区占绝大部分。随着国内企业逐步复工复产，公路交通运输秩序恢复正常，疫情对公司的原材料采购影响较小。

三、销售、回款情况的影响

发行人的主要产品是植脂奶油、巧克力和果酱等烘焙食品原材料，下游终端客户为烘焙饼店、烘焙类食品生产企业。受疫情影响和根据疫情防控的要求，2020 年上半年消费者减少了出门次数，对蛋糕、面包等烘焙食品的消费减少，导致烘焙饼店、烘焙类食品生产企业销售减少，从而对烘焙食品原材料的

需求下降。国内市场 2-3 月受疫情影响较为严重，4 月份开始缓步复苏；海外市场和印度 4-5 月受疫情影响较为严重，6 月份已开始缓步复苏，因此，新冠肺炎疫情对 2020 年上半年公司的产品销售产生了一定的不利影响。

四、财务情况的影响

公司 2020 年 1-6 月的主要经营情况与去年同期比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	变动比例	2019 年 1-6 月
营业收入	22,792.76	-12.16%	25,948.95
营业利润	3,210.41	24.00%	2,589.08
净利润	2,774.01	31.61%	2,107.80
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	2,579.27	21.73%	2,118.80

注：2020 年 1-6 月数据摘自本所出具的众会字(2020)第 6746 号审阅报告

受到新冠肺炎疫情的对境内业务和境外业务的持续影响，公司 2020 年上半年营业收入同比下降 12.16%，但是综合毛利率较去年同期有所上涨，从 2019 年 1-6 月的 51.93%上涨到 2020 年 1-6 月的 53.03%，同时公司严格控制各项费用的支出，加上疫情期间部分原定的展会取消，销售人员差旅费用较上年同期亦有所减少，导致 2020 年上半年的期间费用较上年同期下降了 17.39%，公司 2020 年 1-6 月实现的净利润同比增长 31.61%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比增长 21.74%。

五、应对疫情的措施

自新冠肺炎疫情发生以来，公司第一时间成立了疫情防控领导小组，严格落实各级政府部门防控要求，并制定防控机制和应急方案，启动实施一系列公司防疫设施配备、防疫物资储备、内部防疫消毒、员工排查跟踪管理、防控宣传、安全生产准备等措施。同时，做好与客户、供应商的沟通。公司全力做好疫情防控与应对工作，力求将本次疫情对公司的不利影响降至最低。

综上所述，新冠肺炎疫情对公司 2020 年上半年的销售产生了一定的不利影响，由于公司严格控制费用支出，公司 2020 年上半年实现的净利润并未随着营业收入的下降而下降，新冠肺炎疫情对发行人持续经营能力及发行条件无重大不利影响。

（6）请结合国际贸易形势及各国新冠疫情等因素，补充披露其对公司出口业务、印度海外业务的影响。

一、国际贸易形势及新冠疫情对公司出口业务的影响

报告期内，公司产品直接出口国家主要为泰国、印尼、马来西亚、越南等东南亚国家，上述国家未对公司出口、销售的相关产品采取贸易救济调查、加增关税等措施。因此各国贸易政策未对公司生产经营造成重大不利影响。

2020 年一季度，东南亚国家未受疫情重大影响，发行人出口业务收入较去年同期增长。随着 2020 年二季度疫情在东南亚国家爆发，各国采取限制经济活动、限制人员流动等防疫措施，发行人出口业务受到较大影响。但随着东南亚国家逐步恢复正常生产生活，发行人出口业务也逐步恢复。

公司 2020 年 1-6 月国内的出口收入与去年同期比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	变动比例	2019 年 1-6 月
国内出口收入	1,375.27	24.97%	1,100.48

注：2020 年 1-6 月相关财务数据未经审计

从上表可以看出，2020 年上半年，新冠疫情并未对发行人的出口业务造成不利影响，出口收入较去年同期有所上涨。

二、新冠疫情及贸易政策对海融印度的影响

2020 年一季度，新冠疫情尚未在印度大规模爆发，海融印度业务正常开展，销售收入与去年同期基本持平。随着疫情在印度爆发，2020 年 3 月 25 日起印度实施全国性封锁措施，海融印度经营受到较大影响。2020 年 5 月，印度政府逐步放开疫情管控措施重启经济，海融印度于 2020 年 5 月 4 日取得恢复生产许可。同时，烘焙食品行业系印度政府允许开放的民生行业，海融印度作为烘焙食品原料生产企业，受到重启政策的支持，在一定程度上有助于恢复正常经营。

公司 2020 年 1-6 月海融印度的营业收入与去年同期比较如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	变动比例	2019 年 1-6 月
营业收入	2,538.06	-38.35%	4,117.03

注：2020 年 1-6 月数据摘自本所出具的众会字(2020)第 6746 号审阅报告

2020 年上半年，海融印度销售收入较去年同比下降 38.35%，受新冠疫情的影响较大，但随着印度政府逐步放开疫情管控措施重启经济，目前海融印度的生产和销售已基本恢复正常。

海融印度在印度 Sonepat（索尼帕）设有生产基地，原材料主要来源为印度本地采购。印度政府未对公司进口、采购的相关原材料采取贸易救济调查、加增关税等措施，因此疫情期间海融印度原材料供应正常。

（7）核查情况及核查结论

针对销售收入和国际贸易形势及各国新冠疫情对发行人经营业务的影响，我们执行了如下核查程序：

1、对报告期内各会计年度销售收入超过 75 万或新增主要客户和海外重要客户实地查看、访谈，询问与发行人的合作情况、交易往来、结算及收款方式、信用政策、产品定价依据、折扣及退换货情况、关联情况，核查发行人的销售政策、实际销售流程是否与合同描述一致等。

2、对发行人收入进行抽凭测试：获取发行人的销售收入明细账，对报告期内的销售收入进行了抽凭测试：针对明细账上记录的销售收入查看相关的记账凭证、发货单、订单、发票，查看相关单位、金额和内容是否一致，核查收入发生的真实性和记录的准确性。

3、取得客户的销售订单，随机抽取相关销售订单，对报告期内的收入进行抽样穿行测试，查看发行人与被选取样本间的《经销协议》、《购销协议》，核查销售订单、发货单发票及银行汇款单。

4、对报告期内各会计年度主要客户的销售收入进行函证，并针对报告期内已发函尚未回函的客户执行了查看相应合同条款、发货运输单及检查期后收款等替代程序，检查主营业务收入的确认条件、方法是否符合企业会计准则，前后期是否一致；关注周期性、偶然性的收入是否符合既定的收入确认原则、方法。对于出口销售，将销售记录与出口报关单、货运提单、销售发票等出口销售单据进行核对。以此确认销售收入真实性、准确性和完整性。

5、访谈了发行人负责境外销售的工作人员，了解出口国对发行人产品主要的监管要求及是否存在贸易摩擦、发行人的应对措施。

6、检索了中国贸易救济信息网（http://cacs.mofcom.gov.cn/）等公开信息，了解出口国对发行人产品主要的监管要求及与主要出口国是否存在贸易摩擦。

7、检索了主要出口国新冠疫情的公开报道，了解主要出口国受新冠疫情影响的情况。

8、取得了发行人出具的说明，核查出口国国际贸易形势对发行人境外销售或生产经营是否存在重大不利影响。

9、查阅了发行人销售收入明细表，了解报告期内发行人出口业务的情况。

经核查，我们认为报告期内海融印度收入增长真实、合理，疫情爆发以来，发行人主要出口国及印度贸易政策未发生重大变化，新冠肺炎疫情虽然对海融印度 2020 年上半年的销售产生了一定的不利影响，较去年同期营业收入有所下降，但总体来说，新冠肺炎疫情对发行人出口业务和海融印度生产经营未造成重大不利影响。

问询问题 **3.**关于销售客户。请发行人补充披露以下内容：

（1）关于发行人与 **Jyoti International** 的合作时间，招股说明书披露为 **2012** 年，而反馈意见回复为 **2014** 年，请补充说明二者差异原因及合理性，请保荐人、申报会计师就公司向 **Jyoti International** 销售收入真实性核查的主要过程及结论意见。

（2）请进一步说明对客户的走访核查情况，包括对境内、境外、经销、直销走访覆盖的比例，走访人员分工及时间安排，走访关注事项、经销商经营情况是否与其向发行人采购规模相匹配、是否存在异常情况。

（3）关于海外客户，进一步补充说明走访程序执行情况，包括但不限于走访人员、走访时间、走访地点、是否系客户实际经营场所、访谈对象及其职位、发行人向其销售占采购比例等，是否存在异常情况及核查结果。

落实情况：

（1）关于发行人与 **Jyoti International** 的合作时间，招股说明书披露为 **2012** 年，而反馈意见回复为 **2014** 年，请补充说明二者差异原因及合理性，请保荐人、申报会计师就公司向 **Jyoti International** 销售收入真实性核查的主要过程及结论意见。

经核查，Jyoti International 于 2014 年起开始与发行人进行合作，发行人在招股说明书中将合作时间误写为 2012 年。目前发行人已对招股说明书中相关内容进行了修正。

（一）核查过程及核查结论

我们执行了如下的核查程序：

1、获取了发行人报告期内与 Jyoti International 公司的相关合同，并对报告期内的交易情况抽查了销售订单、销售发票等交易凭证；

2、对 Jyoti International 公司进行了函证测试，取得了对方的回函及邮件确认；

3、实地走访了 Jyoti International 公司的生产经营场所，询问其与发行人的合作情况、交易往来、结算及收款方式、信用政策、产品定价依据、折扣及退换货情况、关联情况，核查发行人的销售政策、实际销售流程是否与合同描述一致等。

经核查，我们认为，发行人与 Jyoti International 公司的合作情况正常，相关销售收入具备真实性。

（2）请进一步说明对客户的走访核查情况，包括对境内、境外、经销、直销走访覆盖的比例，走访人员分工及时间安排，走访关注事项、经销商经营情况是否与其向发行人采购规模相匹配、是否存在异常情况。

我们自 2015 年 4 月起开始对客户进行走访核查，走访范围涵盖发行人各地区的主要经销商及直销客户。报告期内，对于前期已经走访过，且报告期内收入平稳无重大异常的客户，主要通过函证进行二次确认。

截至本问询函回复出具日，我们履行过核查程序的客户销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
已履行走访或函证程序的客户销售收入	57,699.23	53,981.64	43,338.09
已履行走访程序的客户销售收入	38,415.41	39,338.17	36,133.18
已履行函证程序的客户销售收入	50,735.25	47,838.34	36,771.26
同时履行过走访及函证程序的客户销售收入	31,451.43	33,194.87	29,566.35
销售收入	58,357.18	54,106.35	47,124.49
核查比例（走访或函证）	**98.87%**	**99.77%**	**91.97%**

截至本问询函回复出具日，我们已履行过走访程序的客户函证情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
已履行走访程序的客户销售收入	38,415.41	39,338.17	36,133.18
已履行走访程序的客户发函金额	31,451.43	33,194.87	29,566.35

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
已履行走访程序的客户发函比例	81.87%	84.38%	81.83%
已履行走访程序的客户回函金额	12,441.61	26,412.40	22,964.31
已履行走访程序的客户回函比例	39.56%	79.57%	77.67%

2019 年度销售收入的询证函于 2020 年度 1 季度发出，受国内外新冠疫情的影响，回函比例较低。针对报告期内已发函尚未回函的客户，我们执行了查看相应合同条款、发货运输单及检查期后收款等替代程序，检查主营业务收入的确认条件、方法是否符合企业会计准则，前后期是否一致；关注周期性、偶然性的收入是否符合既定的收入确认原则、方法。对于出口销售，将销售记录与出口报关单、货运提单、销售发票等出口销售单据进行核对。以此确认销售收入真实性、准确性和完整性。

报告期内，针对新增主要客户和海外重要客户，我们进行了实地查看、访谈。在针对发行人客户的走访过程中，我们重点关注了客户与发行人的合作情况、交易往来、结算及收款方式、信用政策、产品定价依据、折扣及退换货情况、关联情况，核查发行人的销售政策、实际销售流程是否与合同描述一致等。具体核查内容如下：

（1）与客户确认发行人历年合作的交易真实、准确、完整，并与客户确认发行人相关产品及服务提供情况，以确认收入的真实、准确性；

（2）了解客户及具体经办人员基本情况、获取走访客户的营业执照、食品流通许可证等；

（3）与客户核实相关业务的定价原则及公允性、付款结算方式以及付款对象等核查确认发行人不存在通过相关方式虚增收入的情况。

（4）与客户核实与发行人或者发行人的关联方是否存在关联关系或潜在关联关系。

截至本问询函回复出具日，我们累计走访 286 家次，其中经销商 235 家次，直销客户 51 家次，已履行走访程序的客户在报告期内的收入及核查占比情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	走访核查收入	主营业务收入	走访核查占比	走访核查收入	主营业务收入	走访核查占比	走访核查收入	主营业务收入	走访核查占比
报告期内销售情况	**38,415.41**	**58,014.96**	**66.22%**	**39,338.17**	**53,715.00**	**73.23%**	**36,133.18**	**46,966.26**	**76.93%**
其中境内经销客户	27,897.63	39,143.00	71.27%	29,537.15	37,859.75	78.02%	25,960.16	31,625.03	82.09%
境内直销客户	4,487.25	6,305.67	71.16%	4,173.20	5,457.59	76.47%	4,474.92	5,853.12	76.45%
境外经销客户（含印度）	5,893.53	12,429.29	47.42%	5,551.43	10,321.27	53.79%	5,483.46	9,273.48	59.13%
境外直销客户（含印度）	137.00	137.00	100.00%	76.39	76.39	100.00%	214.64	214.64	100.00%

中介机构走访核查客户的具体安排如下：

走访时间	走访区域	走访人员	走访家数
2019 年 10 月	西北	保荐机构：霍志诚 律师：孙秉彝 会计师：王超舟	1
	合　计		**1**
2019 年 9 月	华南	保荐机构：陈杨 律师：刘桢一 会计师：张艺峰	1
	西南	保荐机构：霍志诚 律师：刘桢一 会计师：张艺峰	2
	华东	保荐机构：多飞帆 律师：孙秉彝 会计师：徐宁宁	2
	华中	保荐机构：多飞帆 律师：郭晋阳、刘桢一 会计师：陈强	4
	华北	保荐机构：郑雪慧 律师：万莉 会计师：乐意修	1
	华中	保荐机构：郑雪慧 律师：孙秉彝 会计师：徐宁宁	4
	合　计		**14**
2018 年 12 月	华东	保荐机构：谢观 律师：王云涛 会计师：王红婷	3
	印度	保荐机构：于帅 律师：王云涛 会计师：朱宏	8
	印度	保荐机构：霍志诚 律师：陈璐宇 会计师：单小婵、王超舟	11
	合　计		**22**
2018 年 11 月	境外	保荐机构：郑雪慧 律师：陈璐宇 会计师：朱宏	1
	华南	保荐机构：于帅 律师：陈璐宇 会计师：张艺峰	2

	西南	保荐机构：谢观 律师：王云涛 会计师：张艺峰	11
	华中	保荐机构：谢观 律师：王云涛 会计师：李豪	6
	华东	保荐机构：霍志诚 律师：陈璐宇、王云涛 会计师：浦闻捷、李豪	13
	合 计		**33**
2018 年 10 月	西南	保荐机构：于帅 律师：王云涛 会计师：浦闻捷	6
	西北	保荐机构：谢观 律师：王云涛 会计师：张艺峰	4
	华东	保荐机构：霍志诚 律师：陈璐宇 会计师：浦闻捷、唐悦婕	8
	境外	保荐机构：霍志诚 律师：陈璐宇 会计师：朱宏	1
	合 计		**19**
2018 年 9 月	华中	保荐机构：于帅 律师：王云涛 会计师：浦闻捷	7
	东北	保荐机构：霍志诚 律师：陈璐宇 会计师：舒颖菲	6
	华南	保荐机构：钟凌、郑雪慧、谢观 律师：陈璐宇、许张琦 会计师：朱宏、王涛、王超舟	13
	合 计		**26**
2018 年 8 月	华南	保荐机构：钟凌、谢观 律师：许张琦 会计师：王涛	2
	东北	保荐机构：霍志诚 律师：陈璐宇 会计师：唐悦婕	4
	华中	保荐机构：陈杨、于帅 律师：王云涛 会计师：浦闻捷	5
	合 计		**11**
2017 年 11 月	印度	保荐机构：霍志诚 律师：周运 会计师：朱宏	2
		保荐机构：霍志诚 律师：周运 会计师：单小婵	1
	合 计		**3**
2017 年 8 月	西南	保荐机构：陈杨 律师：王驰 会计师：秦璇	3
	合 计		**3**
2017 年 7 月	华东	保荐机构：霍志诚 律师：王驰 会计师：胡双	2
	华中	保荐机构：霍志诚 律师：刘博文 会计师：王涛	4
	合 计		**6**
2017 年 3 月	华东	保荐机构：霍志诚 律师：陈雨虹 会计师：陈恺	6
		保荐机构：陈杨 律师：王月阳 会计师：王超舟	2

		小计	8
	华中	保荐机构：霍志诚 律师：陈雨虹 会计师：陈恺	3
	华南	保荐机构：郑雪慧 律师：连宁宁 会计师：单小婵	1
		保荐机构：霍志诚 律师：陈雨虹 会计师：陈恺	1
		保荐机构：陈杨 律师：王月阳 会计师：王超舟	2
		小计	4
	华北	保荐机构：霍志诚 律师：陈雨虹 会计师：陈恺	2
	合 计		**17**
2016 年 3 月	华东	保荐机构：钟凌 律师：李然 会计师：吴启帆	5
		保荐机构：郑雪慧 律师：李程程 会计师：舒颖菲	9
		保荐机构：张显维 律师：王月阳 会计师：吴启帆	7
		保荐机构：霍志诚 律师：古逸沁、甘甜 会计师：孙昱坤	4
		保荐机构：陈杨 律师：王月阳 会计师：王超舟	1
		小计	26
	华南	保荐机构：周游 律师：连宁宁 会计师：舒颖菲	6
		保荐机构：张显维 律师：周运 会计师：吴启帆	8
		保荐机构：陈杨 律师：周运 会计师：刘凡源	5
		小计	19
	西南	保荐机构：陈杨 律师：周运 会计师：刘凡源	3
	华北	保荐机构：陈杨 律师：彭钰 会计师：刘凡源	9
	东北	保荐机构：郑雪慧 律师：彭钰 会计师：温永至	9
	西北	保荐机构：陈杨 律师：周运 会计师：刘凡源	5
	境外	保荐机构：郑雪慧 律师：彭钰 会计师：舒颖菲	3
	印度	保荐机构：张显维 律师：周运 会计师：温永至	6
	合 计		**80**
2016 年 1 月	华东	保荐机构：郑雪慧 律师：彭钰 会计师：刘凡源	5
2015 年	华东	保荐机构：郑雪慧 律师：连宁宁 会计师：单小婵	4

12 月		保荐机构：张显维 会计师：文涛涛	4
		小计	8
	华中	保荐机构：张显维 会计师：王涛	8
		保荐机构：陈杨 会计师：文涛涛	10
		小计	18
	华南	保荐机构：郑雪慧 律师：连宁宁 会计师：单小婵	5
		保荐机构：陈杨 会计师：文涛涛	1
		小计	6
	西南	保荐机构：钟凌 律师：连宁宁 会计师：朱宏	4
	华北	保荐机构：钟凌 律师：连宁宁 会计师：朱宏	3
		保荐机构：陈杨 会计师：文涛涛	2
		小计	5
	西北	保荐机构：钟凌 律师：连宁宁 会计师：朱宏	2
		保荐机构：陈杨 会计师：文涛涛	1
		小计	3
	合 计		**44**
2015 年 4 月	印度	保荐机构：于力、钟凌、陈杨 律师：石锦娟 会计师：屈侃元	2
总 计			**286**

经核查，发行人报告期内与主要经销商及直销客户的交易真实，销售价格公允，经销商经营情况与其向发行人采购规模相匹配，发行人主要经销商及直销客户不存在异常情况。

（3）关于海外客户，进一步补充说明走访程序执行情况，包括但不限于走访人员、走访时间、走访地点、是否系客户实际经营场所、访谈对象及其职位、发行人向其销售占采购比例等，是否存在异常情况及核查结果。

截至本问询函回复出具日，我们共进行了 35 家次海外走访核查，走访范围涵盖 24 家不同的海外客户，其中境外经销商 23 家，境外直销客户 1 家。具体走访安排情况如下：

序号	走访对象名称	走访时间	走访人员	走访地点	是否系客户实际经营场所	访谈对象姓名	访谈对象职务	客户向发行人采购金额占其同类产品采购总额的比例
1	Shree Nathji Traders-Ghaziabad	2018 年 12 月	保荐机构：于帅、律师：王云涛、会计师：朱宏	印度 Ghaziabad	是	Vineet Aggarwal	实际控制人	-
2	Miskin Foods Pvt. Ltd.-Ahamdabad			印度 Ahamdabad	是	Saluddin Imamuddin Shaikh	经理	-
3	Royal Traders			印度 Koliwad	是	Kamil Navsariwala	实际控制人	-
4	Sai Global Service - Mumbai			印度 Mumbai	是	Bijal Jinesh	实际控制人	-
5	Lutf Foods Pvt. Ltd. (Mogininis)-Pune			印度 Pune	是	Riayat Khan	采购经理	-
6	Cream Land - Hyderabad			印度 Hyderabad	是	Rahim Lalani	实际控制人	-
7	Kismis Food Agency-banglore			印度 Banglore	是	Naremaddepalli Shankarappa Padmaja	实际控制人	-
8	Sri Devi Enterprises - Banglore			印度 Banglore	是	M Jayendra	实际控制人	-

ZHONGHUA 华兴

序号	走访对象名称	走访时间	走访人员	走访地点	是否系客户实际经营场所	访谈对象姓名	访谈对象职务	客户向发行人采购金额占其同类产品采购总额的比例
9	Shruti Enterprises-Gurgaon(Sale From haryana)		保荐机构：霍志诚、律师：陈璐宇、会计师：单小婵、王超舟	印度 Gurgaon	是	Pankaj Gupta	实际控制人	奶油产品占比为100%
10	Gupta Traders-Ambala			印度 Ambala	是	Vikas Gupta	实际控制人	奶油产品占比为100%
11	New Khalsa Departmental Store-Ludhiana			印度 Ludhiana	是	Daljeet Singh	实际控制人	奶油产品占比为100%
12	Satkartar Trading Co.-Jalandhar			印度 Jalandhar	是	Ajit Pal Singh	实际控制人	奶油产品占比为100%
13	Shobha Foods-Amritsar			印度 Amritsar	是	Gaurav Bhardwaj	实际控制人	奶油产品占比为100%
14	Manvi Enterprises - Pathankot			印度 Pathankot	是	Kishore Kumar	实际控制人	奶油产品占比为100%
15	J.P.P.Marketing (India)-Agra			印度 Agra	是	Vinay Agarwal	实际控制人	访谈对象未回答
16	PURVA TRADING CO.-INDORE			印度 Indore	是	Gopal Agrawal	实际控制人	奶油产品占比为100%

ZHONGHUA 华

序号	走访对象名称	走访时间	走访人员	走访地点	是否系客户实际经营场所	访谈对象姓名	访谈对象职务	客户向发行人采购金额占其同类产品采购总额的比例
17	Ambika Enterprises-Nagpur			印度 Nagpur	是	Shyam Sumarmal Ahuja	实际控制人	奶油产品占比为100%
18	Jyoti International-Kolkata			印度 Kolkata	是	Amritesh Agarwal	实际控制人之子	奶油产品占比为100%
19	V V Organics- Ranchi			印度 Ranchi	是	Vineet Kabra	实际控制人	奶油产品占比为100%
20	PT.SUKANDA DJAYA	2018 年 11 月	保荐机构：郑雪慧、律师：陈璐宇、会计师：朱宏	印度尼西亚雅加达	是	Asmarani Eka S.	采购经理	-
21	KCG CORPORATION CO.,LTD	2018 年 10 月	保荐机构：霍志诚、律师：陈璐宇、会计师：朱宏	泰国曼谷	是	Weerayut Kusolsongserm	副总裁	奶油产品占比为100%
22	DUC MY CO., LTD	2016 年 3 月	保荐机构：郑雪慧、律师：彭钰、会计师：舒颖菲	越南胡志明市	是	Nguyen Quang Hien	经理	奶油产品占比为100%

序号	走访对象名称	走访时间	走访人员	走访地点	是否系客户实际经营场所	访谈对象姓名	访谈对象职务	客户向发行人采购金额占其同类产品采购总额的比例
23	Mahavir Enterprises-Guwahati	2016 年 3 月	保荐机构：张显维、律师：周运、会计师：温永至	印度 Guwahati	是	Ajay Singh	分公司经理	-
24	Milan Provisions-Patna			印度 Patna	是	Mr. Kavshik	总经理	-

经核查，发行人报告期内与海外客户的交易真实，交易价格公允，海外客户的经营情况与其向发行人采购规模相匹配，发行人主要海外客户不存在异常情况。

问询问题 4.关于营业成本。

（1）招股说明书披露，发行人植脂奶油产品包括四类，分别为“内销含乳脂植脂奶油、内销不含乳脂植脂奶油、出口植脂奶油、印度植脂奶油”。请补充披露上述四类植脂奶油产品单位成本金额及其明细构成情况，结合各类原材料的成本占比、原材料采购单价，分析四类植脂奶油产品单位成本变动的原因及合理性。

（2）关于四类植脂奶油产品，请补充披露单位产量下各类原材料的投料和产出数量，同一产品原材料投料产出比在报告期内是否发生较大变化。

（3）请补充披露印度植脂奶油 2018 年单位成本下降的原因及合理性。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

落实情况：

（1）招股说明书披露，发行人植脂奶油产品包括四类，分别为“内销含乳脂植脂奶油、内销不含乳脂植脂奶油、出口植脂奶油、印度植脂奶油”。请补充披露上述四类植脂奶油产品单位成本金额及其明细构成情况，结合各类原材料的成本占比、原材料采购单价，分析四类植脂奶油产品单位成本变动的原因及合理性。

一、植脂奶油产品单位成本金额及其明细构成情况

1、报告期内，公司按照产品系列分类的植脂奶油单位成本情况如下：

单位：元/公斤

项目	2019 年度	较上年度增减	2018 年度	较上年度增减	2017 年度
内销含乳脂	5.92	1.20%	5.85	2.63%	5.70
内销不含乳脂	4.94	0.61%	4.91	1.66%	4.83
出口	4.68	-2.70%	4.81	-4.18%	5.02
印度	5.56	1.09%	5.50	-10.71%	6.16

各类植脂奶油的单位成本明细构成如下：

（1）内销含乳脂植脂奶油的单位成本构成

项　目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）
直接原料	5.00	84.44%	5.03	86.01%	4.83	84.85%
直接工资	0.31	5.29%	0.24	4.03%	0.19	3.42%

项　目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）
制造费用	0.61	10.26%	0.58	9.96%	0.67	11.73%
合　计	**5.92**	**100.00%**	**5.85**	**100.00%**	**5.70**	**100.00%**

（2）内销不含乳脂植脂奶油的单位成本构成

项　目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）
直接原料	4.00	80.92%	4.09	83.20%	3.97	82.15%
直接工资	0.32	6.49%	0.24	4.84%	0.19	4.03%
制造费用	0.62	12.59%	0.59	11.96%	0.67	13.82%
合　计	**4.94**	**100.00%**	**4.91**	**100.00%**	**4.83**	**100.00%**

（3）出口植脂奶油的单位成本构成

项　目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）
直接原料	3.75	80.17%	3.96	82.36%	4.11	81.74%
直接工资	0.32	6.75%	0.24	5.09%	0.21	4.12%
制造费用	0.61	13.08%	0.60	12.55%	0.71	14.14%
合　计	**4.68**	**100.00%**	**4.81**	**100.00%**	**5.02**	**100.00%**

（4）印度植脂奶油的单位成本构成

项　目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）
直接原料	4.85	87.14%	4.85	88.04%	5.47	88.73%
直接工资	0.12	2.07%	0.13	2.42%	0.13	2.18%
制造费用	0.60	10.79%	0.52	9.53%	0.56	9.09%
合　计	**5.56**	**100.00%**	**5.50**	**100.00%**	**6.16**	**100.00%**

报告期内，公司植脂奶油各类产品的单位成本中直接原料的占比最高，内销和出口的植脂奶油单位成本中的直接工资在报告期内呈现逐年上涨的趋势，占比亦是逐年增长，印度植脂奶油单位成本中的直接工资波动幅度较小，各类产品单位成本中的制造费用在报告期内小幅波动。

二、各类主要原材料的成本占比情况

报告期内，公司的主要原材料的单位耗用及其在四类植脂奶油营业成本中的占比情况如下：

1、含乳脂植脂奶油

（1）2019 年度

项目	单位耗用（公斤）	采购单价（元/公斤）	耗用单价（元/公斤）	耗用金额（元）	占单位成本的比例
油脂	0.178	8.55	8.56	1.52	25.74%
葡萄糖	0.143	2.73	2.74	0.39	6.62%
糖	0.049	5.30	5.31	0.26	4.40%
糖浆	0.063	2.42	2.43	0.15	2.59%
稀奶油	0.037	24.52	24.47	0.91	15.29%
合　计				**3.23**	**54.63%**

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

（2）2018 年度

项目	单位耗用（公斤）	采购单价（元/公斤）	耗用单价（元/公斤）	耗用金额（元）	占单位成本的比例
油脂	0.176	9.28	9.31	1.64	28.01%
葡萄糖	0.143	2.85	2.84	0.41	6.94%
糖	0.051	5.70	5.72	0.29	4.99%
糖浆	0.063	2.32	2.32	0.15	2.50%
稀奶油	0.035	23.19	23.19	0.81	13.87%
合　计				**3.29**	**56.31%**

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

（3）2017 年度

项目	单位耗用（公斤）	采购单价（元/公斤）	耗用单价（元/公斤）	耗用金额（元）	占单位成本的比例
油脂	0.173	9.76	9.73	1.68	29.53%
葡萄糖	0.146	2.74	2.74	0.40	7.02%
糖	0.051	6.30	6.27	0.32	5.61%

项目	单位耗用（公斤）	采购单价（元/公斤）	耗用单价（元/公斤）	耗用金额（元）	占单位成本的比例
糖浆	0.063	2.26	2.27	0.14	2.51%
稀奶油	0.027	23.07	23.05	0.62	10.92%
合　计				**3.17**	**55.59%**

报告期内，含乳脂植脂奶油产品的主要原材料中葡萄糖、糖和糖浆的单位耗用数量基本维持稳定，随着公司含乳脂植脂奶油的新品推出，油脂和稀奶油的单位耗用数量均有所提升。各类主要原材料在含乳脂植脂奶油产品单位成本中的占比变动较大的主要是稀奶油、油脂和糖，变动情况如下：

①稀奶油的采购单价在报告期内逐年小幅上涨，同时，随着耗用数量的上涨稀奶油在含乳脂植脂奶油产品成本中的占比逐年提升，从 2017 年度的 10.92%上升至 2019 年度的 15.29%。

②由于油脂的采购单价在报告期内逐年下降，且降幅大于耗用数量的涨幅，因此，油脂在含乳脂植脂奶油产品单位成本中的占比逐年下降，从 2017 年度的 29.53%下降到 2019 年度的 25.74%；

③糖的采购单价在报告期内亦是逐年下降，在耗用数量稳定的情况下，其在含乳脂植脂奶油单位成本中的占比亦是逐年下降，从 2017 年度的 5.61%降至 2019 年度的 4.40%；

2、不含乳脂植脂奶油

（1）2019 年度

项目	单位耗用（公斤）	采购单价（元/公斤）	耗用单价（元/公斤）	耗用金额（元）	占单位成本的比例
油脂	0.169	8.55	8.56	1.45	29.28%
葡萄糖	0.157	2.73	2.74	0.43	8.71%
糖	0.054	5.30	5.31	0.29	5.80%
糖浆	0.065	2.42	2.43	0.16	3.20%
合　计				**2.32**	**46.99%**

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价

（2）2018 年度

项目	单位耗用（公斤）	采购单价（元/公斤）	耗用单价（元/公斤）	耗用金额（元）	占单位成本的比例
油脂	0.171	9.28	9.31	1.59	32.42%
葡萄糖	0.156	2.85	2.84	0.44	9.02%
糖	0.054	5.70	5.72	0.31	6.29%
糖浆	0.063	2.32	2.32	0.15	2.98%
合　计				**2.49**	**50.71%**

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

（3）2017 年度

项目	单位耗用（公斤）	采购单价（元/公斤）	耗用单价（元/公斤）	耗用金额（元）	占单位成本的比例
油脂	0.170	9.76	9.73	1.65	34.25%
葡萄糖	0.159	2.74	2.74	0.44	9.02%
糖	0.053	6.30	6.27	0.33	6.88%
糖浆	0.064	2.26	2.27	0.15	3.01%
合　计				**2.57**	**53.15%**

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

报告期内，公司的主要原材料在不含乳脂植脂奶油产品中的耗用数量基本维持稳定，各类原材料在单位成本中的占比变动主要受采购单价的影响较大，报告期内占比变动较大的主要是油脂和糖，变动情况如下：

①主要原材料中油脂的采购单价逐年下降，导致其在不含乳脂植脂奶油单位成本中的占比从 2017 年度的 34.25%降到 2019 年度的 29.28%；

②糖的采购单价在报告期内亦是逐年下降，在耗用数量稳定的情况下，其在不含乳脂植脂奶油单位成本中的占比亦是逐年下降，从 2017 年度的 6.88%降至 2019 年度的 5.80%。

3、出口植脂奶油

（1）2019 年度

项目	单位耗用（公斤）	采购单价（元/公斤）	耗用单价（元/公斤）	耗用金额（元）	占单位成本的比例
油脂	0.167	8.55	8.56	1.43	30.55%
葡萄糖	0.166	2.73	2.74	0.45	9.72%
糖	0.050	5.30	5.31	0.27	5.67%
糖浆	0.070	2.42	2.43	0.17	3.63%
合　计				**2.32**	**49.57%**

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

（2）2018 年度

项目	单位耗用（公斤）	采购单价（元/公斤）	耗用单价（元/公斤）	耗用金额（元）	占单位成本的比例
油脂	0.166	9.28	9.31	1.55	32.13%
葡萄糖	0.161	2.85	2.84	0.46	9.51%
糖	0.052	5.70	5.72	0.30	6.18%
糖浆	0.069	2.32	2.32	0.16	3.33%
合　计				**2.46**	**51.15%**

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

（3）2017 年度

项目	单位耗用（公斤）	采购单价（元/公斤）	耗用单价（元/公斤）	耗用金额（元）	占单位成本的比例
油脂	0.166	9.76	9.73	1.62	32.17%
葡萄糖	0.162	2.74	2.74	0.44	8.84%
糖	0.052	6.30	6.27	0.33	6.49%
糖浆	0.069	2.26	2.27	0.16	3.12%
合　计				**2.54**	**50.63%**

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购单价

报告期内，公司的主要原材料在出口植脂奶油产品中的耗用数量波动较小，各类原材料在单位成本中的占比变动主要受采购单价的影响较大，报告期内占比变动较大的主要是油脂、葡萄糖和糖，变动情况如下：

①主要原材料中油脂的采购单价逐年下降，导致其在出口植脂奶油单位成本中的占比从 2017 年度的 32.17%下降到 2019 年度的 30.55%；

②葡萄糖采购采购单价 2018 年度较 2017 年度有所增长，导致其在出口植脂奶油单位成本中的占比从 2017 年度的 8.84%上升至 2018 年度的 9.51%，2019 年度的耗用数量较 2018 年度有所提升，导致其在出口植脂奶油单位成本中的占比从 2018 年度的 9.51%上升至 2019 年度的 9.72%，报告期内呈现逐年上涨的趋势；

③糖的采购单价在报告期内亦是逐年下降，在耗用数量稳定的情况下，其在出口植脂奶油单位成本中的占比亦是逐年下降，从 2017 年度的 6.49%降至 2019 年度的 5.67%。

4、印度植脂奶油

（1）2019 年度

项目	单位耗用（公斤）	采购单价（元/公斤）	耗用单价（元/公斤）	耗用金额（元）	占单位成本的比例
油脂	0.164	11.06	11.11	1.82	32.77%
葡萄糖	0.110	3.89	3.88	0.43	7.68%
糖	0.106	3.48	3.47	0.37	6.62%
糖浆	0.054	3.14	3.13	0.17	3.04%
合　计				**2.79**	**50.10%**

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为印度的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

（2）2018 年度

项目	单位耗用（公斤）	采购单价（元/公斤）	耗用单价（元/公斤）	耗用金额（元）	占单位成本的比例
油脂	0.165	11.39	11.30	1.86	33.90%
葡萄糖	0.109	3.49	3.49	0.38	6.92%
糖	0.103	3.37	3.43	0.35	6.42%

项目	单位耗用（公斤）	采购单价（元/公斤）	耗用单价（元/公斤）	耗用金额（元）	占单位成本的比例
糖浆	0.056	2.66	2.66	0.15	2.71%
合　计				**2.75**	**49.95%**

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为印度的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

（3）2017 年度

项目	单位耗用（公斤）	采购单价（元/公斤）	耗用单价（元/公斤）	耗用金额（元）	占单位成本的比例
油脂	0.169	12.16	11.65	1.97	31.96%
葡萄糖	0.106	3.61	3.47	0.37	5.97%
糖	0.100	4.17	4.06	0.41	6.59%
糖浆	0.060	2.93	2.95	0.18	2.87%
合　计				**2.92**	**47.40%**

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为印度的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

报告期内，公司的主要原材料在印度植脂奶油产品中的耗用数量波动较小，各类原材料在单位成本中的占比变动主要受采购单价的影响较大，报告期内占比变动较大的主要是油脂和葡萄糖，变动情况如下：

①主要原材料中油脂的采购单价虽然 2018 年度较 2017 年度有所下降，但由于其他原材料采购单价亦有一定的下降，印度植脂奶油产品的单位成本从 2017 年度的 6.16 元下降至 2018 年度的 5.50 元，导致油脂在印度植脂奶油单位成本中的占比从 2017 年度的 31.96%反而升至 2018 年度的 33.90%；2019 年度，随着油脂的采购单价进一步下降，油脂在印度植脂奶油单位成本中的占比从 2018 年度的 33.90%降至 2019 年度的 32.77%；

②葡萄糖的耗用数量在报告期内略有上涨，同时其采购单价亦逐年上涨，因此，葡萄糖在印度植脂奶油单位成本中的占比从 2017 年度的 5.97%上升至 2019 年度的 7.68%。

报告期内，公司的原材料分境内和印度分别进行采购，采购价格存在较大的差异，因此境内销售的植脂奶油的原材料采购价格与印度植脂奶油的原材料采购价格不一致且变动趋势不一致，导致境内生产的植脂奶油产品各类原材料占单位成本比例和印度生产的植脂奶油产品各类原材料占单位成本的比例差异较大。

综上，报告期内，结合公司各类原材料的成本占比、原材料采购单价进行分析，公司四类植脂奶油产品单位成本变动具有合理性。

三、内销不含乳脂植脂奶油和出口植脂奶油的直接材料成本比较分析

报告期内，内销不含乳脂植脂奶油和出口植脂奶油的营业成本中直接材料的变动情况如下：

单位：元/公斤

项目	2019 年度	增减额	2018 年度	增减额	2017 年度
内销不含乳脂	4.00	-0.09	4.09	0.12	3.97
出口	3.75	-0.21	3.96	-0.15	4.11

其中，主要原材料的耗用金额如下：

单位：元/公斤

项目	材料名称	2019 年度	增减额	2018 年度	增减额	2017 年度
内销不含乳植脂奶油	油脂	1.45	-0.14	1.59	-0.06	1.65
	葡萄糖	0.43	-0.01	0.44	-	0.44
	糖	0.29	-0.02	0.31	-0.02	0.33
	糖浆	0.16	0.01	0.15	-	0.15
	合计	**2.32**	**-0.17**	**2.49**	**-0.08**	**2.57**
出口植脂奶油	油脂	1.43	-0.12	1.55	-0.07	1.62
	葡萄糖	0.45	-0.01	0.46	0.02	0.44
	糖	0.27	-0.03	0.3	-0.03	0.33
	糖浆	0.17	0.01	0.16	-	0.16
	合计	**2.32**	**-0.14**	**2.46**	**-0.08**	**2.54**

公司的植脂奶油产品除上述主要原材料外，还有若干其他原材料，包括各类食品添加剂、辅料、包装物等，内销不含乳脂植脂奶油产品和出口植脂奶油产品的单位材料成本差异主要是由于配方差异导致的，两类产品的主要原材料耗用数量差异较小，

但添加的食品添加剂和辅料差异较大，食品添加剂主要包含酪蛋白酸钠、硬脂酰乳酸钠、蔗糖脂肪酸酯等，辅料主要包括奶粉、炼乳等。

报告期内的两种植脂奶油的食品添加剂和辅料的单位成本差异情况如下：

单位：元/公斤

项目	材料名称	2019 年度	增减额	2018 年度	增减额	2017 年度
内销不含乳植脂奶油	食品添加剂	0.80	0.04	0.77	0.09	0.68
	辅料	0.17	0.06	0.12	0.06	0.06
	合计	**0.97**	**0.09**	**0.88**	**0.15**	**0.74**
出口植脂奶油	食品添加剂	0.74	0.05	0.69	0.07	0.62
	辅料	0.03	0.01	0.02	0.00	0.02
	合计	**0.77**	**0.06**	**0.71**	**0.07**	**0.64**

从上表可以看出来，报告期内，内销不含乳脂植脂奶油的食品添加剂和辅料的单位成本耗用金额高于出口植脂奶油产品的耗用金额，同时，内销不含乳脂植脂奶油的耗用金额逐年增长，且增长额大于出口植脂奶油的增长。

除上述因素的影响之外，出口植脂奶油产品的单位成本在报告期内呈现逐年下降的趋势，主要受到出口退税的影响。出口业务中，出口退税率小于货物增值税征收率（当期免抵退税不得免征和抵扣税额）的部份计入当期营业成本，报告期内公司出口奶油出口退税率及征收率变化对公司出口植脂奶油单位成本的影响金额如下：

单位：元/公斤

项目	2019 年度	增减额	2018 年度	增减额	2017 年度
出口退税对单位成本影响	0.00	-0.12	0.12	-0.09	0.21

2017 年度，公司植脂奶油产品的增值税征收率为 17%，出口退税率为 15%，当期免抵退税不得免征和抵扣税额应结转至营业成本，这部分成本对当期出口奶油单位成本影响为 0.21 元/公斤；自 2018 年 5 月开始，公司植脂奶油产品的增值税征收率变更为 16%，出口退税率也调整为 15%，2019 年 4 月公司奶油征收率再次调整为 13%，出口退税率也调整为 13%，故自 2018 年 5 月开始公司出口植脂奶油不存在当期免抵退税不得免征和抵扣税额，因此出口退税对公司出口植脂奶油单位成本影响 2018 年下降为 0.12 元/公斤，2019 年度为 0。

报告期内内销含乳脂植脂奶油和出口植脂奶油的单位材料成本的差异和变动趋势主要原因系：

1、2018 年度，内销不含乳脂植脂奶油单位材料成本上涨 0.12 元/公斤，而出口植脂奶油单位材料成本下降 0.15 元/公斤，两种植脂奶油产品的主要原材料的单位成本降幅基本一致，单位材料成本变动方向不一致的原因主要是出口植脂奶油产品的出口退税影响单位成本下降了 0.09 元/公斤，而含乳脂植脂奶油产品的食品添加剂和辅料的单位成本上涨了 0.15 元/公斤，出口植脂奶油产品的食品添加剂和辅料的单位成本仅上涨了 0.06 元/公斤，小于含乳脂植脂奶油产品的涨幅；

2、2019 年度，内销不含乳脂植脂奶油单位材料成本下降 0.09 元/公斤，而出口植脂奶油单位材料成本下降 0.21 元/公斤，其中，主要原材料的单位成本均有所下降，内销不含乳脂植脂奶油产品下降了 0.17 元/公斤，出口植脂奶油产品下降了 0.14 元/公斤，出口植脂奶油产品的出口退税影响单位成本下降了 0.12 元/公斤，两种植脂奶油产品的食品添加剂和辅料的单位成本均有所上涨，内销含乳脂植脂奶油产品上涨了 0.09 元/公斤，出口植脂奶油产品上涨了 0.06 元/公斤。

综上，报告期内内销含乳脂植脂奶油和出口植脂奶油的单位材料成本的差异和变动趋势是合理的。

（2）关于四类植脂奶油产品，请补充披露单位产量下各类原材料的投料和产出数量，同一产品原材料投料产出比在报告期内是否发生较大变化。

报告期内，公司分系列的植脂奶油产品的单位产量（每公斤）下主要原材料的投料情况如下：

1、内销含乳脂植脂奶油

单位：公斤

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
油脂	0.178	0.176	0.173
葡萄糖	0.143	0.143	0.146
糖	0.049	0.051	0.051
糖浆	0.063	0.063	0.063
稀奶油	0.037	0.035	0.027

2、内销不含乳脂植脂奶油

单位：公斤

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
油脂	0.169	0.171	0.170
葡萄糖	0.157	0.156	0.159
糖	0.054	0.054	0.053
糖浆	0.065	0.063	0.064

3、出口植脂奶油

单位：公斤

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
油脂	0.167	0.166	0.166
葡萄糖	0.166	0.161	0.162
糖	0.050	0.052	0.052
糖浆	0.070	0.069	0.069

4、印度植脂奶油

单位：公斤

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
油脂	0.164	0.165	0.169
葡萄糖	0.110	0.109	0.106
糖	0.106	0.103	0.100
糖浆	0.054	0.056	0.060

报告期内，公司的四类植脂奶油产品的主要原材料的单位投料未发生较大变化，主要原材料油脂的单位投料基本平稳，内销含乳脂植脂奶油产品的油脂单位投料最高，稀奶油仅用于内销的含乳脂植脂奶油，各个系列产品根据终端客户的甜度需求相应调整葡萄糖、糖和糖浆的投料占比，除以上原材料外，植脂奶油产品的其他添加剂种类较多，占比较小，主要根据不同的产品配方进行调整。

（3）请补充披露印度植脂奶油 2018 年单位成本下降的原因及合理性。

报告期内，印度植脂奶油单位成本变动情况如下：

印度植脂奶油	2019 年度	较上年度增减（%）	2018 年度	较上年度增减（%）	2017 年度
单位成本（人民币 元/公斤）	5.56	1.09	5.50	-10.71	6.16
单位成本（印度卢比 卢比/公斤）	56.83	-0.05	56.86	-4.20	59.35

2018 年度印度植脂奶油主要原材料油脂的采购价格为 11.39 元/公斤，较 2017 年度的 12.16 元/公斤下降了 6.33%，同时其他原材料亦有一定幅度的下降，从而导致印度植脂奶油 2018 年度单位成本的下降。

2018 年度，印度植脂奶油单位成本折合人民币金额的下降主要系受汇率影响，2017 年度印度卢比对人民币平均汇率为 1:0.1038，2018 年度印度卢比对人民币平均汇率为 1：0.0968，下降 6.74%，导致同期印度植脂奶油单位成本折合人民币的金额下降了 10.71%。

综上，除受原材料采购单价下降的影响外，汇率变动的影响是导致 2018 年度印度植脂奶油单位成本下降的主要因素。

（4）核查情况及核查结论

我们核查了发行人植脂奶油产品的成本核算方法及过程，执行了成本倒轧测试，对营业成本金额及占比同各产品的营业收入、产销量变动执行分析型复核程序，复核了采购明细表，核查了各类植脂奶油产品的单位投料产出比，结合原材料采购单价，对主要原材料在营业成本中的占比情况进行了核查。

经核查，我们认为：公司四类植脂奶油产品单位成本变动有其合理性，同一产品原材料投料产出比在报告期内未发生较大变化；印度植脂奶油 2018 年单位成本下降主要受汇率变动影响，是合理的。

问询问题 5.关于发出商品与存货结转。请发行人：

（1）分别披露内销含乳植脂奶油、内销不含乳植脂奶油、出口植脂奶油、印度植脂奶油各年末发出商品余额及数量，2019 年末发出商品余额较 2018 年显著增加的原因及合理性，是否存在年末月份发出商品余额较其他月份显著增长的情形及合理性，发出商品是否真实存在。

（2）补充披露四种产品的运输方式，从发货到确认收入时长的差异，四种产品发出商品余额与各自收入规模匹配的合理性。

（3）按照原材料、库存商品、发出商品项下的明细类别，结合其数量和单位成本，补充说明各项存货的采购、流转、结转成本的变动情况，采购单价、存货单位成本、结转的单位营业成本之间是否匹配，是否存在调节各环节数量和单位成本进而调节营业成本的情形。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

落实情况：

（1）分别披露内销含乳植脂奶油、内销不含乳植脂奶油、出口植脂奶油、印度植脂奶油各年末发出商品余额及数量，2019 年末发出商品余额较 2018 年显著增加的原

因及合理性，是否存在年末月份发出商品余额较其他月份显著增长的情形及合理性，发出商品是否真实存在。

一、发出商品合理性分析

1、报告期各期末植脂奶油产品发出商品的情况

报告期内各期末，公司内销含乳植脂奶油、内销不含乳植脂奶油、出口植脂奶油、印度植脂奶油发出商品余额及数量情况如下：

单位：万元、吨

发出商品		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
		金额	数量	金额	数量	金额	数量
内销植脂奶油	含乳脂	999.11	1,690.25	547.26	886.33	388.62	646.91
	不含乳脂	293.24	639.82	169.09	346.58	155.20	304.22
出口植脂奶油		8.21	16.63	-	-	-	-
印度植脂奶油		-	-	-	-	-	-
合计		**1,300.56**	**2,346.70**	**716.35**	**1,232.91**	**543.82**	**951.13**

公司根据实际发货数量，依据月末一次加权平均计价方式将发出的库存商品由库存商品结转至发出商品。2019 年末发出商品余额较 2018 年显著增加的主要原因系发出的尚未验收对账确认收入的商品增加。印度植脂奶油系只在印度海融销售的奶油类别，由于印度海融在部分邦与物流仓储公司有协同合作，印度植脂奶油销售运输半径小，从发货到与客户核对确认收货通常可以在当天完成，所以报告期内各期期末印度植脂奶油没有发出商品。

2019 年末发出商品金额较 2018 年增加的主要原因系受春节假期的影响。2019 年春节法定假期从 2019 年 2 月 4 日开始，2020 年春节法定假期从 2020 年 1 月 24 日开始，2020 年春节法定假期较 2019 年提前了 11 天。考虑到物流企业的停运日期，以及春节前属于物流行业忙季的情况，经销商和客户为了在春节前备足库存，将备货的日期提前，导致公司 2019 年末发出商品余额较 2018 年末显著增加。

2、报告期各月月末发出商品余额情况

报告期各月月平均发出商品金额与当期期末发出商品的余额情况如下：

单位：万元

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
月平均发出商品余额	381.23	318.82	188.31
期末发出商品余额	1,404.48	767.81	658.35

公司报告期各期末发出商品主要为内销植脂奶油。公司每天根据客户订单情况及时安排发货，不存在月末一次性集中发货的情形。公司内销植脂奶油主要销售区域为华东、华中、华南地区，前述地区运输天数主要为 1-5 天，最长不超过 7 天。少数省份如新疆、宁夏、甘肃、内蒙古等销售区域运输天数超过一周。因此，公司大部分内销植脂奶油运输在途时间较短，报告期发出商品余额较小。

报告期内，由于每年第四季度开展促销活动，同时每年年末客户和经销商由于考虑到元旦和春节假期因素的影响，会进行提前备货，导致公司每年年末发出商品余额较当年月平均发出商品余额呈现增长。

（2）补充披露四种产品的运输方式，从发货到确认收入时长的差异，四种产品发出商品余额与各自收入规模匹配的合理性。

一、报告期内，发行人四种产品的运输方式分别如下：

产品名称	运输方式	储藏方式
内销含乳植脂奶油、内销不含乳植脂奶油	公路运输	零下 18 摄氏度冷冻储藏
出口植脂奶油	海运	
印度植脂奶油	公路运输	

公司选取具有冷链运输资质的物流企业进行产品运输，植脂奶油采取全程冷链运输的方式，运输过程始终保持在零下 18 摄氏度冷冻储藏，从而保证植脂奶油产品在运输途中的品质。

二、发行人从发货到确认收入时长的情况

1、内销含乳植脂奶油、内销不含乳植脂奶油

对于内销植脂奶油，公司在国内的产品销售范围和涉及区域较广，覆盖全国大部分省、自治区、直辖市，从发货到与客户核对确认收货通常在 2 周以内，具体从发货到确认收货的时间根据客户所在地的路程远近和物流企业的运力调配情况有所差异。公司内销植脂奶油主要销售区域为华东、华中、华南地区，前述地区运输天数主要为 1-5 天，最长不超过 7 天。少数省份如新疆、宁夏、甘肃、内蒙古等销售区域运输天数超过一周。

公司内销植脂奶油产品分区域的运输在途天数情况如下：

销售区域	运输在途天数（天）
华东	1-4
华中	2-5
华南	4-7

销售区域	运输在途天数（天）
西南	5-7
华北	2-11
东北	3-7
西北	5-10

发出商品从公司发出后，公司会及时跟踪物流状态，了解商品的签收时间，并将信息反馈给财务部门。财务人员对发货数据、客户收货信息进行匹配确认，公司财务部门在确认相关商品由经销商和客户已签收后确认商品销售收入，同时结转发出商品至主营业务成本。

2、出口植脂奶油

发行人在第三方公司完成报关手续，取得报关单以及提单/货代公司收货凭证后，根据报关单和提单/货代公司收货凭证日期所在当月确认收入。公司一般出库当天可进港，次日报关，一至两日后装船取得提单，从发出商品到确认收入平均时长在 3-4 天。

3、印度植脂奶油

印度植脂奶油系只在印度公司销售的奶油类别，由于印度公司在部分邦与物流仓储公司有协同合作，印度植脂奶油销售运输半径小，从发货到与客户核对确认收货通常可以在当天完成，所以报告期内各期期末印度植脂奶油没有发出商品。

三、四种产品发出商品余额与各自收入规模的匹配情况

单位：万元

项　目		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		收入	发出商品余额	收入	发出商品余额	收入	发出商品余额
内销植脂奶油	含乳脂	32,144.50	999.11	28,181.64	547.26	23,318.30	388.62
	不含乳脂	8,560.69	293.24	10,524.21	169.09	10,441.93	155.20
出口植脂奶油		2,736.07	8.21	2,562.67	-	2,393.87	-
印度植脂奶油		9,434.84	-	7,461.79	-	6,705.78	-
合计		**52,876.10**	**1,300.56**	**48,730.31**	**716.35**	**42,859.88**	**543.82**

1、内销含乳脂植脂奶油、内销不含乳脂植脂奶油发出商品余额与收入规模的匹配情况

报告期内，发行人内销植脂奶油发出商品金额随销售收入的增长呈正相关变动，发出商品与销售收入具备匹配性，符合实际经营情况。

2019 年末发出商品金额较 2018 年增加的主要原因系受春节假期的影响。2019 年春节法定假期从 2019 年 2 月 4 日开始，2020 年春节法定假期从 2020 年 1 月 24 日开始，2020 年春节法定假期较 2019 年提前了 11 天。考虑到物流企业的停运日期，以及春节前属于物流行业忙季的情况，经销商和客户为了在春节前备足库存，将备货的日期提前，导致公司 2019 年末发出商品余额较 2018 年末显著增加。

公司每天根据客户订单情况及时安排发货，不存在月末一次性集中发货的情形。公司内销植脂奶油主要销售区域为华东、华中、华南地区，前述地区运输天数主要为 1-5 天，最长不超过 7 天。少数省份如新疆、宁夏、甘肃、内蒙古等销售区域运输天数超过一周。因此，公司大部分内销植脂奶油运输在途时间较短，报告期发出商品余额较小。

2、出口植脂奶油发出商品余额与收入规模的匹配情况

发行人出口植脂奶油采取船运方式，且出口植脂奶油客户和发货批次较少，受客户订单下达时间和船期影响，报告期各期末基本无发出商品。

3、印度植脂奶油与收入规模的匹配情况

印度植脂奶油系只在印度公司销售的奶油类别，由于印度公司在部分邦与物流仓储公司有协同合作，印度植脂奶油销售运输半径小，从发货到与客户核对确认收货通常可以在当天完成，所以报告期内各期期末印度植脂奶油没有发出商品。

综上所述，四种产品发出商品余额与各自收入规模及业务情况相匹配。

（3）按照原材料、库存商品、发出商品项下的明细类别，结合其数量和单位成本，补充说明各项存货的采购、流转、结转成本的变动情况，采购单价、存货单位成本、结转的单位营业成本之间是否匹配，是否存在调节各环节数量和单位成本进而调节营业成本的情形。

一、原材料的变动情况

报告期内，公司主要原材料的采购数量、单价和耗用数量、单价情况如下：

1、2017 年度

项　目	采购情况		生产耗用	
	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）
油脂	6,746.91	10.16	6,797.16	10.06
葡萄糖	5,444.19	2.86	5,367.58	2.84
糖	2,796.06	5.68	2,739.80	5.69
酪蛋白酸钠	179.16	48.79	170.41	48.60

项　目	采购情况		生产耗用	
	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）
糖浆	2,519.06	2.40	2,520.98	2.41
稀奶油	478.01	23.07	480.13	23.05
内盒	3,793.10	0.48	3,866.84	0.48
外箱	317.48	2.70	318.55	2.68

2、2018 年度

项　目	采购情况		生产耗用	
	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）
油脂	7,858.83	9.67	7,849.56	9.67
葡萄糖	6,050.20	2.95	6,051.61	2.95
糖	3,196.86	5.07	3,232.48	5.08
酪蛋白酸钠	184.02	53.95	185.48	53.15
糖浆	2,809.08	2.39	2,801.29	2.39
稀奶油	758.74	23.19	758.85	23.19
内盒	4,496.86	0.48	4,308.94	0.48
外箱	397.86	2.64	386.34	2.66

3、2019 年度

项　目	采购情况		生产耗用	
	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）
油脂	8,302.58	9.12	8,210.45	9.09
葡萄糖	6,079.13	2.95	6,187.08	2.95
糖	3,303.36	4.69	3,386.19	4.69
酪蛋白酸钠	193.61	58.09	194.40	57.95
糖浆	2,940.16	2.59	2,980.03	2.59
稀奶油	843.04	24.52	829.99	24.47
内盒	4,493.57	0.47	4,540.46	0.47
外箱	409.64	2.54	405.37	2.56

报告期内，公司主要原材料的采购和生产耗用单价存在较小差异，主要是由于公司存货成本计量采用月末一次加权平均法，由于每月采购的实际成本不完全一致，导致耗用单价与采购单价存在一定的差异，总体来看，公司的原材料采购和耗用情况是匹配的。

二、库存商品和发出商品的变动情况

每月末，公司根据当月实际消耗的直接材料成本、分摊的直接人工及制造费用成本计算出当月完工产品的总成本，将生产成本结转至库存商品成本；根据实际发货数量依据月末一次加权平均计价方式将发出的库存商品由库存商品结转至发出商品，月末根据客户确认情况在确认销售收入同时将成本由发出商品结转至主营业务成本。

报告期内，公司的主要产品的生产入库情况和销售结转情况如下：

1、2017 年度

项　目	生产入库		销售出库结转	
	数量（吨）	单价（元/公斤）	数量（吨）	单价（元/公斤）
植脂奶油	37,139	5.49	37,305	5.49
巧克力	944	14.22	995	13.28
果酱	867	11.06	836	10.88
香精香料	73.21	44.23	59.89	54.14

注：销售出库结转指已实现销售结转至营业收入的产品，下同

2、2018 年度

项　目	生产入库		销售出库结转	
	数量（吨）	单价（元/公斤）	数量（吨）	单价（元/公斤）
植脂奶油	42,272	5.48	41,675	5.48
巧克力	1,301	15.08	1,212	15.48
果酱	822	11.30	821	12.05
香精香料	93.65	44.97	91.70	45.52

3、2019 年度

项　目	生产入库		销售出库结转	
	数量（吨）	单价（元/公斤）	数量（吨）	单价（元/公斤）
植脂奶油	44,164	5.58	43,410	5.57
巧克力	1,059	14.97	1,126	14.69
果酱	1,018	12.67	966	12.47
香精香料	98.22	42.73	93.87	43.86

报告期内，公司主要原材料的采购、生产耗用的数量是相互匹配的，其采购单价、耗用单价无异常波动情况；公司产成品产量与结转库存商品数量及单价相匹配，公司主要产品报告期内耗用主要原材料数量无异常波动，不存在调节各环节数量和单位成本进而调节营业成本的情形。

（三）核查情况及核查结论

针对发出商品与存货，我们执行了如下核查程序：

（1）了解公司关于产品发出相关的内部控制制度，对涉及产品销售及发出商品管控的环节执行了穿行测试及控制测试，了解及测试公司关于发出商品相关的内部控制的有效性；

（2）取得报告期末发出商品的明细清单，选取一定样本抽查发出商品流转相关的出库单据、运输单据，查验发出商品数据的准确性；

（3）根据整理的分客户的发出商品清单，选取一定样本量客户对发出商品实施函证程序，向客户函证发出商品数量的准确性。

（4）期后对发出商品的收入确认进行测试，抽查了发出商品的签收单和收入凭证查看发出时间、客户签收时间以及公司收入确认时间，确认期末发出商品期后已确认收入。

（5）就存货收发存管理等情况与相关人员进行访谈、进行了实地核查，核查了发行人植脂奶油、果酱、巧克力和香精香料等主要产品的成本核算方法及过程，执行了成本倒轧测试，对营业成本金额及占比同各产品的营业收入、产销量变动执行分析型复核程序，复核了采购明细表，对比公司向供应商采购主要原材料的单价与市场价格，查阅了主要原材料的市场价格波动，分析报告期内发行人原材料、能源价格的变动趋势以市场同期变化的匹配情况。

经核查，我们认为，2019 年末发出商品余额较 2018 年显著增加具有合理的原因，由于发行人年末存在促销活动以及发行人的客户和经销商考虑到元旦和春节的因素提前备货，导致期末发出商品余额与其他月份相比存在增长的情形，发出商品真实存在。发行人收入确认时长合理，客户期末发出商品余额与各自销售收入相匹配。报告期内发行人各项存货的采购、流转、结转成本的变动合理，采购单价、存货单位成本、结转的单位营业成本相匹配，不存在调节各环节数量和单位成本进而调节营业成本的情形。

问询问题 6. 关于现金流。2018 年“销售商品、提供劳务收到的现金”占营业收入的比例较 2017 年有所降低，“购买商品、接受劳务支付的现金”和“支付给职工以及为职工支付的现金”占当年营业成本的比例较 2017 年有所提高，其中“经营性应付项目的增加”较 2017 年差异为 5,293.1 万元；请发行人进一步补充披露，在 2018 年“销售商品、提供劳务收到的现金”占当期收入降低的情形下，2018 年经营活动现金流出显著增加的原因及合理性。

落实情况：

（1）2018 年“销售商品、提供劳务收到的现金”占当期收入降低原因

公司 2018 年及 2017 年销售商品、提供劳务收到的现金占当期收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度
营业收入(A)	54,106.35	47,124.49
销售商品、提供劳务收到的现金 B	58,049.62	55,036.13
销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入（C=B/A）	107.29%	116.79%

公司 2018 年及 2017 年销售商品、提供劳务收到的现金与资产负债表、利润表相关项目的勾稽关系如下：

单位：万元

现金流量表 主要项目	资产负债表/ 利润表相关科目	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金		58,049.63	55,036.13
	营业收入	54,106.35	47,124.49
	应收账款的减少（增加以“-”号填列）	-252.24	-748.57
	预收款项的增加（减少以“-”号填列）	-5,186.46	440.26
	应交税金-销项税额	9,381.97	8,219.94
差异		**0.00**	**0.00**

由于 2017 年末公司存在较大的预收款项，这部分预收款绝大多数都转化为 2018 年度的营业收入，公司 2018 年度对经销商参与促销活动的金额上限根据其日常采购量进行了一定的限制，加上 2018 年第四季度的促销活动早于 2017 年第四季度促销活动的开始日期，因此部分参与活动的经销商提货时点相应提前，两项因素叠加导致 2018 年末的预收款项余额较 2017 年末下降。公司 2018 年末预收款较 2017 年末有所下降，导致 2018 年度销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例有所下降。

二、购买商品、接受劳务支付的现金增加原因

由于公司 2018 年度业务规模扩大，公司销售额提升带来营业成本增加，公司 2018 年及 2017 年购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本的勾稽关系如下：

单位：万元

现金流量表主要项目	资产负债表/利润表相关科目	2018 年度	2017 年度
购买商品、接受劳务支付的现金		28,779.60	24,266.27
	营业成本	26,464.81	23,116.75
	预付款项的增加（减少以“-”号填列）	-70.22	148.13
	存货的增加（减少以“-”号填列）	671.73	258.22
	应付账款的减少（增加以“-”号填列）	-1,442.99	-1,134.48
	应交税费的进项税额（与采购劳务相关）	5,327.61	3,961.68
	营业成本中不计入购买商品、接受劳务支付的现金	-2,171.35	-2,084.03
差异		**0.00**	**0.00**

2018 年度，购买商品、接受劳务支付的现金占营业成本的比例较高主要系原材料采购增加，支付的税金增加。报告期内，报告期内发行人的营业成本、存货等资产负债表、利润表科目变动与公司购买商品、接受劳务支付的现金是相符、匹配的。

三、支付给职工以及为职工支付的现金增加原因

2017 年度和 2018 年度现金流量表中“支付给职工以及为职工支付的现金”的具体明细如下：

单位：万元

项　目	2018 年度	2017 年度
工资、奖金、津贴和补贴	9,078.05	7,330.04
基本养老保险	1,192.69	922.55
医疗保险费	545.95	420.44
住房公积金	373.98	288.81
工会经费和职工教育经费	96.97	143.07
职工福利费	360.91	312.8
生育保险费	56.74	43.52
失业保险费	28.37	21.93
工伤保险费	15.15	22.97
辞退福利	51.30	-
合　计	**11,800.12**	**9,506.13**

报告期内，公司“支付给职工以及为职工支付的现金”主要为支付的工资、奖金、津贴、补贴、基本养老保险、医疗保险费和住房公积金，随着公司经营业绩的提升，员工的薪酬逐年增加，因此，支付给职工以及为职工支付的现金随之逐年增加，与当期支付的职工薪酬一致。报告期内，公司不存在以实物支付薪酬的情况，所有的职工薪酬皆通过货币现金的方式进行支付。

四、“经营性应付项目的增加”较 2017 年差异较大原因

公司 2018 年及 2017 年经营性应付项目的增加具体情况如下：

单位：万元

经营性应付变动	2018 年度	2017 年度	变动
预收款项	-5,186.46	440.26	-5,626.72
应交税费	272.94	521.71	-248.77
应付职工薪酬	86.48	165.14	-78.66
其他应付款	19.80	36.69	-16.89
递延收益	183.00	-	183.00
应付账款	1,604.65	1,109.68	494.97
合计	**-3,019.59**	**2,273.48**	**-5,293.07**

公司 2018 年度经营性应付相较于 2017 年变动差异为 5,293.07 万元，主要受预收款项减少所致，具体原因参见前述回复 1、2018 年“销售商品、提供劳务收到的现金”占当期收入降低原因。

五、2018 年经营活动现金流出显著增加的原因

公司 2018 年及 2017 年经营性现金流出具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年	2017 年	变动金额	变动比率
购买商品、接受劳务支付的现金	28,779.60	24,266.27	4,513.33	18.60%
支付给职工以及为职工支付的现金	11,800.12	9,506.14	2,293.97	24.13%
支付的各项税费	5,264.84	5,045.96	218.88	4.34%
支付其他与经营活动有关的现金	8,956.29	7,630.11	1,326.18	17.38%
经营活动现金流出合计	**54,800.84**	**46,448.49**	**8,352.36**	**17.98%**

公司 2018 年经营性现金流出显著增加主要项目为购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金增加导致。具体原因参见上述分析。

六、核查情况及核查结论

我们对发行人报告期内的现金流情况进行了核查，获取了发行人报告期内的银行账户明细和银行流水，核查了发行人的大额银行流水（单笔发生金额 10 万元以上），获取了每笔收付款的原始凭证，包括采购/销售对应的发票、订单、出（入）库单、付款审批单等，核实大额资金支付或收入的真实性，同时，分析了公司的现金流量表主要项目与资产负债表、利润表相关科目的勾稽关系。

经核查，我们认为：报告期内发行人的应收账款、预收款项、营业收入、营业成本、净利润等主要科目的变动与公司经营活动现金流的变动符合相应的逻辑关系，不存在人为调节经营活动现金流的情况，不存在异常情况。

（本页以下无正文）

【本页无正文，为《众华会计师事务所（特殊普通合伙）关于上海海融食品科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之盖章页】

中国注册会计师

中国注册会计师

众华会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 8 月 10 日



姓名 Full name 陆士敏

性别 Sex 男

出生日期 Date of birth 1973-08-05

工作单位 Working unit 众华会计师事务所（特殊普通合伙）广东分所

身份证号码 Identity card No. 310110197308057011

THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS
中国注册会计师协会

证书编号：No. of Certificate 310000030073

批准注册协会：Authorized Institute of CPAs 广东省注册会计师协会

发证日期：Date of Issuance 1996 年 /y 12 月 /m 31 日 /d

2015年6月换发

4

陆士敏(310000030073)，已通过广东省注册会计师协会2018年任职资格检查。通过文号：粤注协〔2018〕93号。

310000030073

陆士敏(310000030073)
您已通过2019年年检
上海市注册会计师协会
2019年05月31日

年 /y 月 /m 日 /d

7

THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS
中国注册会计师协会

姓　　名　李明
Full name
性　　别　男
Sex
出生日期　1982-08-26
Date of birth
工作单位　众华会计师事务所（特殊普通合伙）
Working unit
身份证号码　310081198208260037
Identity card No.



众华会计师事务所（特殊普通合伙）

证书编号：310000032119
No. of Certificate

批准注册协会：上海市注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期：二〇一五年五月三日
Date of Issuance 05 m 03 d

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

李明(310000032119)
您已通过2019年年检
上海市注册会计师协会
2019年05月31日

李明(310000032119)
您已通过2018年年检
上海市注册会计师协会
2018年04月30日

证书序号：0001311

会计师事务所
执业证书

名　　称：众华会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：孙勇

主任会计师：

经营场所：上海市嘉定工业区叶城路1630号5幢1088室

组织形式：特殊普通合伙制

执业证书编号：31000003

批准执业文号：沪财会〔98〕153号（转制批文 沪财会〔2013〕68号）

批准执业日期：1998年12月23日（转制日期 2013年11月20日）

说　明

1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。

2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。

3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。

4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关：上海市财政局

二〇一八年六月一日

中华人民共和国财政部制

证书序号：000357

会计师事务所
证券、期货相关业务许可证

经财政部、中国证券监督管理委员会审查，批准

众华会计师事务所（特殊普通合伙） 执行证券、期货相关业务。

首席合伙人：孙勇

证书号：35[illegible] 发证时间：二〇[illegible]年十二月十[illegible]日

证书有效期至：二〇二一年十二月十七日

统一社会信用代码

91310114084119251J

营业执照

（副本）

证照编号：14000000202006090329

扫描二维码登录“国家企业信用信息公示系统”了解更多登记、备案、许可、监管信息。

名　　称　众华会计师事务所（特殊普通合伙）

类　　型　特殊普通合伙企业

执行事务合伙人　孙勇，陆士敏

经营范围　审查企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

成立日期　2013年12月02日

合伙期限　2013年12月02日 至 2043年12月01日

主要经营场所　上海市嘉定工业区叶城路1630号5幢1088室

登记机关　上海市嘉定区市场监督管理局

2020 年 06 月 09 日

国家企业信用信息公示系统网址：http://www.gsxt.gov.cn

市场主体应当于每年1月1日至6月30日通过国家企业信用信息公示系统报送公示年度报告。

10-1

国家市场监督管理总局监制