

福建天衡联合律师事务所
关于欢乐家食品集团股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的

补充法律意见书

（三）



福建天衡联合律师事务所

Tenet & Partners

中国福州广达路 108 号世茂国际中心 10 层

福州 · 厦门 · 泉州 · 龙岩 · 上海

[Http://www.tenetlaw.com](http://www.tenetlaw.com)

目 录

引 言	5
一、释义	5
二、律师声明事项	6
正 文	7
一、《第二轮审核问询函》问题 1	7
二、《第二轮审核问询函》问题 2	21
三、《第二轮审核问询函》问题 3	25
附件：发行人报告期内各类型前五大劳务供应商的基本情况	43



福建天衡联合律师事务所
关于欢乐家食品集团股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
补充法律意见书
(三)

(2016) 天衡福非字第 0071-33 号

致：欢乐家食品集团股份有限公司

福建天衡联合律师事务所接受欢乐家食品集团股份有限公司的委托，指派林晖律师、陈璐新律师和李孔焰律师，担任其首次公开发行股票并在创业板上市事项的专项法律顾问，并出具 (2016) 天衡福非字第 0071-19 号《关于欢乐家食品集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的法律意见书》、(2016) 天衡福非字第 0071-20 号《关于为欢乐家食品集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市事项出具法律意见书的律师工作报告》、(2016) 天衡福非字第 0071-26 号《关于欢乐家食品集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书》和 (2016) 天衡福非字第 0071-31 号《关于欢乐家食品集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书 (二)》

根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《创业板首次公开发行股票注册管理办法 (试行)》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》《律师事务所证券法律业务执业规则 (试行)》《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号—公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》等法律、法规和中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，天衡律师现就深圳证券交易所上市审核中心于 2020 年 9 月 30 日出具的审核函 (2020) 010546 号《关于欢乐家食品集团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第二轮审核问询函》及其他相关法律问题，出具本补充法律意见书。

引 言

一、释义

在本补充法律意见书中，除非明确表述或上下文另有定义，下列各项用语具有如下特定的含义：

- | | | |
|----------|----|---|
| 《法律意见书》 | 是指 | 福建天衡联合律师事务所出具的〔2016〕天衡福非字第 0071-19 号《关于欢乐家食品集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的法律意见书》、〔2016〕天衡福非字第 0071-26 号《关于欢乐家食品集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书》和〔2016〕天衡福非字第 0071-31 号《关于欢乐家食品集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（二）》 |
| 《律师工作报告》 | 是指 | 福建天衡联合律师事务所出具的〔2016〕天衡福非字第 0071-20 号《关于为欢乐家食品集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市事项出具法律意见书的律师工作报告》。 |
| 《招股说明书》 | 是指 | 发行人于 2020 年 10 月 19 日签署的《欢乐家食品集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》 |

除上述释义外，《律师工作报告》和《法律意见书》的释义事项适用于本补充法律意见书。

二、律师声明事项

本补充法律意见书为《法律意见书》和《律师工作报告》和不可分割的组成部分，应与《法律意见书》和《律师工作报告》一并使用。《法律意见书》和《律师工作报告》与本补充法律意见书不一致的，以本补充法律意见书为准。

除本补充法律意见书另有明确表述外，《法律意见书》和《律师工作报告》的律师声明事项适用于本补充法律意见书。

本补充法律意见书经本所负责人和经办律师签字并加盖本所印章后生效。

本补充法律意见书一式三份，各份文本具有同等法律效力。

正 文

一、《第二轮审核问询函》问题 1

“根据申报材料及审核问询回复，发行人子公司深圳众兴利华的历史自然人股东部分为发行人主要经销商客户的实际控制人。请发行人：（1）补充披露收购深圳众兴利华 100%股权后，原深圳众兴利华自然人股东去向及业务开展情况，原为发行人员工的是否均转入发行人处任职，未转入发行人的是否设立企业与发行人进行交易，原为经销商的是否设立企业或以个人名义与发行人进行交易。（2）补充披露上述自然人股东与发行人报告期内经销商客户的股权对应关系，上述客户报告期内与发行人交易金额、具体内容、占比及销售排名情况；发行人与前员工、子公司历史股东设立的企业持续进行交易，且属于发行人主要经销商客户的原因及合理性，交易定价依据及公允性。请保荐人、发行人律师结合相关规定，说明上述自然人股东及其设立的经销商企业是否应当按照关联方进行披露，发行人与上述自然人设立的企业间交易是否均应当按关联交易披露，发行人是否已完整认定关联方并完整披露关联交易。”

回复：

针对上述事项，天衡律师进行了如下查验：1、访谈了深圳众兴利华历史自然人股东、相关前员工并取得相关方出具的确认文件；2、取得发行人的销售收入明细；3、查询国家企业信用信息公示系统、企查查等公开信息网站，查询主要经销商的工商登记信息；4、走访主要客户以及访谈发行人高管和业务负责人员；5、通过查询主要经销商目前及历史上的股权结构、董监高情况，并与发行人的董监高、员工名册进行了比对，确认其与发行人是否存在关联关系；6、结合对发行人业务人员、财务人员的访谈，分析发行人与上述经销商的交易价格情况，确认交易定价公允。

（一）补充披露收购深圳众兴利华 100%股权后，原深圳众兴利华自然人股东去向及业务开展情况，原为发行人员工的是否均转入发行人处任职，未转入

发行人的是否设立企业与发行人进行交易，原为经销商的是否设立企业或以个人名义与发行人进行交易。

2016 年 4 月发行人收购深圳众兴利华 100% 股权。深圳众兴利华原有 13 名股东，2 家为合伙企业（即实际控制人控制的家天下投资和星联星投资，除实际控制人李兴和朱文湛外，另有一名合伙人为庞伟兴），自然人股东共 11 名。自然人股东的具体情况如下：

序号	姓 名	与发行人关系	去向及业务开展情况
1	夏仕友	发行人经销商	继续开展食品经销等业务，其投资的经销商在报告期内与发行人存在交易
2	黎利	发行人经销商	继续开展食品经销等业务，其投资的经销商在报告期内与发行人存在交易
3	程松	时任深圳众兴利华总经理	继续在发行人处任职。现任发行人董事、副总经理和董事会秘书，同时担任深圳众兴利华执行董事和总经理、深圳众兴利华湛江分公司负责人
4	苑佰石	发行人经销商	继续开展食品经销等业务，其投资的经销商在报告期内与发行人存在交易
5	余刚	发行人经销商	继续开展食品经销等业务，其投资的经销商在报告期内与发行人存在交易
6	杨岗	时任发行人营销总监	继续在发行人处任职。现任发行人董事、副总经理和营销总监。其报告期外曾持股的经销商与发行人在报告期内存在交易
7	刘燕	发行人经销商	发行人报告期内未与刘燕继续进行合作（刘燕持有黎利控制的北京众合兴贸易有限公司 10% 的出资额，该经销商报告期内与发行人存在交易）
8	卫鑫	时任发行人营销副总监	继续在发行人处任职。现任发行人营销副总监
9	郑致文	发行人经销商	发行人报告期内未与郑致文继续进行合作
10	刘洪波	发行人员工	继续在发行人处任职。原任发行人电商部经理，后已离职。其父亲刘俊杰投资的经销商与发行人报告期内存在交易。其报告期外曾持股的公司与发行人在报告期内存在交易
11	王建华	发行人经销商	继续开展食品经销等业务，其投资的经销商在报告期内与发行人存在交易
12	庞伟兴	发行人经销商	继续开展食品经销等业务，其投资的经销商在报告期内与发行人存在交易

经查验，原深圳众兴利华自然人股东中，原为发行人员工的股东继续在发行人处任职，不存在未转入发行人且设立企业与发行人进行交易的情况，原为经销商的股东部分存在其设立的企业与发行人继续进行交易的情况，该等交易的情况详见本补充法律意见书正文“一、《第二轮审核问询函》问题1”之（二）。

（二）补充披露上述自然人股东与发行人报告期内经销商客户的股权对应关系，上述客户报告期内与发行人交易金额、具体内容、占比及销售排名情况；发行人与前员工、子公司历史股东设立的企业持续进行交易，且属于发行人主要经销商客户的原因及合理性，交易定价依据及公允性

1、上述自然人股东与发行人报告期内经销商客户的股权对应关系，上述客户报告期内与发行人交易金额、具体内容、占比及销售排名情况

上述自然人股东中，在报告期内属于发行人经销商或其直系亲属为发行人经销商的具体情况如下：

序号	自然人股东	对应的报告期内经销商名称 (同一控制合并口径)	具体经销商名称	股权结构/经营者
1	夏仕友	武汉市小雨点贸易有限公司	武汉市小雨点贸易有限公司	夏仕友持股 70%、方念持股 30%
			湖南荣仕贸易	付旋持股 85%、鄂剑持股 15%
			武汉荣仕贸易有限公司	夏仕君持股 85%、方念持股 15%
2	黎利	保定市北方利华糖酒有限公司	保定市北方利华糖酒有限公司	黎利持股 60%、华国荣持股 40%
			北京众合兴贸易有限公司	黎利持股 60%、黎明持股 30%、刘燕持股 10%
			上海欢乐家悦桐贸易有限公司	黎越持股 60%、黎利持股 40%
			宁波悦桐贸易有限公司（已注销）	刘敬伟持股 100%
			杭州桐旺贸易有限公司（已注销）	黎越持股 60%、李洋持股 40%

序号	自然人股东	对应的报告期内经销商名称 (同一控制合并口径)	具体经销商名称	股权结构/经营者
3	苑佰石	吉林市大桥商贸有限责任公司	吉林市大桥商贸有限责任公司	张海玲持股 64%、张海艳持股 12%、苑佰石持股 12%、刁淑珍持股 12%
4	余刚	天津名一家商贸有限公司	天津名一家商贸有限公司	余登和持股 50%、肖燮华持股 50%
5	杨岗	成都牛车水食品	成都牛车水食品	现股东：孙绍必持股 80%、何涛持股 20%。杨岗 2016 年前曾控制其 60%的股权
6	刘燕	无	无	无
7	郑致文	无	无	无
8	刘洪波	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	经营者：解保英
			廊坊市欢乐家食品有限公司	康力平持股 88%、张希刚持股 12%
		重庆牛车水商贸有限公司	重庆牛车水商贸有限公司	现股东：郭玛丽持股 70%、连欣持股 30%。刘洪波 2016 年前曾持有其 51%的股权
9	王建华	南昌市华天食品有限公司	南昌市华天食品有限公司	王建华持股 60%、刘金莲持股 40%
			南昌市洪城大市场隆兴副食品批发部	经营者：王建华
10	庞伟兴	深圳乐满家实业	深圳乐满家实业	庞伟兴持股 52%、张颖玉持股 48%
			广州夏发贸易有限公司	庞伟诗持股 100%
			深圳市龙岗区晋益商行	经营者：黄洪杰

上述股权结构中其他的股东与深圳众兴利华原自然人股东的关联关系如下：（1）夏仕友：方念系其配偶，夏仕君系其兄，付旋系其表兄弟，邬剑系其合伙人；（2）黎利：华国荣系其配偶，黎明系其兄，黎越系其侄子，刘燕、刘敬伟、李洋系其合

伙人，刘燕同时也是深圳众兴利华的原自然人股东之一；（3）苑佰石：张海玲系其配偶，张海艳系其配偶姐妹，刁淑珍系其岳母；（4）余刚：余登和系其父亲，肖燮华系其母亲；（5）刘洪波：刘洪波报告期内曾为发行人电商部经理，其父刘俊杰为经销商霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部、廊坊市欢乐家食品有限公司的实际控制人。解保英、康力平、张希刚为代其父亲持有上述经销商股权；（6）王建华：刘金莲系其配偶；（7）庞伟兴：张颖玉系其配偶，庞伟诗系其妹妹，黄洪杰系其合伙人。此外，重庆牛车水、成都牛车水食品系深圳众兴利华原自然人股东刘洪波、杨岗于报告期外（2016 年以前）曾控制的企业，2016 年发行人为规范员工持股经销商，二人对外转让其控制的股权，现该经销商的股东与刘洪波、杨岗及发行人已不存在关联关系。

上述经销商在报告期内与发行人交易的具体内容均为饮料、罐头产品，交易金额、占发行人主营业务收入比例及销售排名情况如下：

单位：万元

序号	经销商名称	2020 年 1-6 月			2019 年		
		金额	占比	排名	金额	占比	排名
1	武汉市小雨点贸易有限公司	1,075.35	1.80%	3	4,731.12	3.34%	1
2	保定市北方利华糖酒有限公司	1,799.72	3.02%	1	3,356.74	2.37%	2
3	吉林市大桥商贸有限责任公司	4.42	0.01%	1,211	43.65	0.03%	692
4	天津名一家商贸有限公司	212.14	0.36%	37	306.30	0.22%	90
5	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	590.98	0.99%	9	1,249.15	0.88%	7
6	南昌市华天食品有限公司	214.73	0.36%	36	525.31	0.37%	36
7	深圳乐满家实业	642.35	1.08%	8	1,681.62	1.19%	5
8	重庆牛车水	74.08	0.12%	164	494.53	0.35%	38
9	成都牛车水食品	1,776.43	2.98%	2	2,703.03	1.91%	3
	小 计	6,390.20	10.72%	--	15,091.46	10.65%	--
序号	经销商名称	2018 年			2017 年		
		金额	占比	排名	金额	占比	排名

1	武汉市小雨点贸易有限公司	4,688.11	3.48%	1	4,724.21	3.99%	1
2	保定市北方利华糖酒有限公司	4,675.36	3.47%	2	3,259.14	2.75%	2
3	吉林市大桥商贸有限责任公司	93.07	0.07%	367	256.61	0.22%	86
4	天津名一家商贸有限公司	257.35	0.19%	95	174.22	0.15%	154
5	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	1,237.66	0.92%	8	1,282.34	1.08%	7
6	南昌市华天食品有限公司	472.42	0.35%	34	534.20	0.45%	19
7	深圳乐满家实业	1,795.56	1.33%	4	1,823.42	1.54%	3
8	重庆牛车水商贸有限公司	614.54	0.46%	20	434.17	0.37%	31
9	成都牛车水食品有限公司	2,766.33	2.05%	3	1,475.87	1.25%	6
	小 计	16,600.39	12.33%	--	13,964.18	11.78%	--

注：上表中 1-7 项为同一控制合并口径。重庆牛车水、成都牛车水食品在报告期内的实际控制人还控制了达州市众和兴盛商贸有限公司、德阳市明朗商贸有限公司等公司，该等公司与杨岗、刘洪波不存在关联关系，故未予合并，其销售排名按单体销售金额进行模拟。

2、发行人与前员工、子公司历史股东设立的企业持续进行交易，且属于发行人主要经销商客户的原因及合理性，交易定价依据及公允性

（1）与子公司的经销商股东设立的企业持续进行交易的原因及合理性

报告期内发行人与子公司历史股东设立的企业普遍具有长期持续合作的背景，且合作开始时间多数早于深圳众兴利华设立，即不属于该等经销商投资设立深圳众兴利华后，发行人再与相关方进行交易的情形。

深圳众兴利华设立的时间为 2015 年 9 月，发行人与该等经销商开始合作的时间如下：

序号	自然人 股东	深圳众兴利华设立时/设立前合作主体名称	开始合 作时间
1	夏仕友	武汉市小雨点贸易有限公司、湖南荣仕贸易、武汉荣仕贸易有限公司	2002 年
2	黎利	保定市北方利华糖酒有限公司、北京众合兴贸易有限公司、杭州桐旺贸易有限公司、宁波悦桐贸易有限公司、上海欢乐家悦桐贸易有限公司	2001 年
3	苑佰石	吉林市大桥商贸有限责任公司	2001 年
4	余刚	天津名一家商贸有限公司、天津市名家工贸有限公司	2001 年
5	刘燕	北京中金联物资销售有限责任公司	2001 年
6	郑致文	佛山众兴利华食品有限公司	2015 年
7	刘洪波	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部、廊坊市欢乐家食品有限公司、重庆牛车水	2004 年
8	王建华	南昌市华天食品有限公司、南昌市洪城大市场隆兴副食品批发部	2005 年
9	庞伟兴	深圳乐满家实业、广州夏发贸易有限公司	2003 年
注 1：上表中列示的合作主体名称为 2015 年 9 月深圳众兴利华设立时和设立前各经销商与发行人合作的主体名称，与报告期内情况不完全一致：①报告期内余刚不再使用天津市名家工贸有限公司与发行人进行交易；②刘洪波于 2016 年转出其所持有的重庆牛车水的股权，报告期内已不享有其权益；③庞伟兴于 2016 年设立了深圳市龙岗区晋益商行，报告期内发行人新增其为合作主体。 注 2：上述自然人股东中，刘洪波为发行人前员工，报告期内曾任发行人电商部经理，于 2020 年离职。 注 3：除所列主体外，早年该部分自然人股东存在以个人名义或其他主体与发行人进行交易的情形，开始合作时间包含上述期限。			

2015 年，深圳众兴利华成立时，计划通过引入当时合作时间比较长、规模比较大、认可发行人品牌并看好发行人发展前景的部分经销商作为股东，以激发经销商的积极性，促进发行人业务的快速扩张，以深圳众兴利华作为销售公司主体，并在各销售区域设立直营分子公司。通过一段时间的试运行，销售业绩未能达到预期，2016 年，发行人及时调整战略和发展规划，专注于品牌运营和产品生产研发，退出了产品经销业务，注销各地的销售直营公司，并清理经销商、员工持股问题。而当时深圳众兴利华各经销商股东的出资额均未实缴，经协商一致，各经销商及其他自然人股东将其所持有的股权各以 1 元的价格转让予发行人，不再享有深圳众兴利华任何股权权益，2016 年 4 月深圳众兴利华成为发行人的全资子公司。

上述股权收购完成后，发行人与经销商延续此前的正常合作关系。其中报告期内，发行人未与刘燕、郑致文继续进行合作（但刘燕持有黎利控制的北京众合兴贸易有限公司 10%的出资额，该经销商报告期内与发行人存在交易），系经销商因资金和经营状况导致的正常更迭。发行人与子公司历史股东设立的企业持续进行交易具有合理性。

（2）与员工、前员工设立的企业持续进行交易的原因及合理性

报告期内与发行人合作的经销商中，成都牛车水食品、重庆牛车水曾由深圳众兴利华历史股东暨发行人员工杨岗，深圳众兴利华历史股东暨发行人前员工刘洪波，发行人前员工王强等三人持股，具体情况如下：

序号	经销商名称	历史上曾存在的股权关系情况
1	成都牛车水食品	2016 年以前，杨岗、王强曾控制该公司 100%股权，2016 年发行人清理员工持股经销商情形，杨岗、王强的股权代持人分别于 2016 年 11 月、12 月对外转让该公司股权后不再享有其权益
2	重庆牛车水	2016 年以前，刘洪波、王强曾分别持有其 51%和 49%股权，2016 年发行人清理员工持股经销商情形，刘洪波、王强对外转让该公司股权后不再享有其权益

成都牛车水食品 2013 年 5 月由发行人员工杨岗、王强（2019 年 9 月已离职）设立，2016 年 11 月以前该公司股权由此二人及其亲属、代持人持有；重庆牛车水 2015 年 1 月由发行人前员工刘洪波（2020 年 8 月已离职）、王强（2019 年 9 月已离职）设立，至 2016 年 12 月股权转让以前，该公司股权结构均未发生变化。为规范经营，2016 年发行人对员工持股经销商进行了统一清理，2016 年 11 月-12 月，杨岗、王强、刘洪波（包括其代持人）向承接业务的新经销商转让了其所持有的上述公司全部股权。

清理员工持股经销商情形时，成都牛车水食品、重庆牛车水采取的是对外转让股权而不是直接注销的方式，主要原因为考虑到经销商在对接大型商超等渠道时，若变更经营主体，需重新签署合同并产生额外的进场费用，故采用了股权转让的方式，将股权转让予经销商的新经营方，以保留原经营主体，确保经营的持续性。

上述股权转让完成且由新运营方承接业务后，报告期内发行人与成都牛车水食品、重庆牛车水继续进行交易，但其实际控制人已发生变更，杨岗、王强、刘洪波已不再持有其任何权益。

（3）交易定价依据及公允性

发行人与上述经销商的交易定价系根据发行人的价格体系确定，不存在特殊定价规则，定价公允。发行人在市场零售指导价格的基础上根据同行业状况为经销商预留一定的利润空间，确定产品出厂价格；在出厂价的基础上，扣除返利、补贴等商业折扣后形成对经销商的销售价格。

发行人对上述经销商的出厂定价情况如下：

序号	合并经销商名称	饮料产品平均出厂价格（万元/吨）			
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	武汉市小雨点贸易有限公司	0.60	0.61	0.60	0.59
2	保定市北方利华糖酒有限公司	0.62	0.63	0.62	0.61
3	吉林市大桥商贸有限责任公司	0.57	0.65	0.66	0.66
4	天津名一家商贸有限公司	0.61	0.60	0.57	0.61
5	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	0.63	0.63	0.61	0.60
6	南昌市华天食品有限公司	0.61	0.61	0.62	0.62
7	深圳市乐满家实业有限公司	0.62	0.62	0.61	0.63
8	成都牛车水食品有限公司	0.59	0.60	0.58	0.60
9	重庆牛车水商贸有限公司	0.62	0.63	0.58	0.66
上述经销商饮料产品的平均出厂价格		0.61	0.60	0.60	0.61
公司饮料产品平均出厂价格		0.63	0.63	0.61	0.60
序号	合并经销商名称	罐头产品平均出厂价格（万元/吨）			
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	武汉市小雨点贸易有限公司	1.04	1.01	1.08	1.06
2	保定市北方利华糖酒有限公司	1.03	0.99	0.98	0.94
3	吉林市大桥商贸有限责任公司	--	0.87	0.97	1.00
4	天津名一家商贸有限公司	0.92	0.91	0.92	1.00
5	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	1.01	1.02	0.98	0.98
6	南昌市华天食品有限公司	1.11	1.06	1.08	1.07

7	深圳市乐满家实业有限公司	1.04	0.99	0.97	1.04
8	成都牛车水食品有限公司	1.04	1.05	1.04	1.03
9	重庆牛车水商贸有限公司	0.94	0.92	0.93	0.94
上述经销商罐头产品的平均出厂价格		1.02	0.98	1.00	0.99
公司罐头产品平均出厂价格		1.01	0.99	1.02	1.01

由上表可见发行人对上述经销商的出厂价格与发行人整体平均水平较为接近，微小的出厂定价差异主要为具体产品结构和运距不同所致。发行人会在出厂价格的基础上，根据经销商所在销售区域的竞争状况和实施市场活动的情况，灵活给予经销商不同的商业折扣，具体包括随单折扣、批文补贴、年度返利等，形成对各经销商的最终销售价格。

经查验，天衡律师认为，发行人与前员工、子公司历史股东设立的企业具有长期持续合作的背景，报告期内发行人与前员工、子公司历史股东设立的企业持续进行交易具有合理性，交易定价公允。

（三）请保荐人、发行人律师结合相关规定，说明上述自然人股东及其设立的经销商企业是否应当按照关联方进行披露，发行人与上述自然人设立的企业间交易是否均应当按关联交易披露，发行人是否已完整认定关联方并完整披露关联交易

1、上述自然人股东及其设立的经销企业是否构成发行人关联方

序号	自然人股东	对应的报告期内经销商名称	是否构成关联方	构成/不构成关联方主要原因
1	夏仕友	武汉市小雨点贸易有限公司、武汉荣仕贸易有限公司	不构成	夏仕友原仅持有深圳众兴利华 5%的股权，低于 10%，且深圳众兴利华原非发行人子公司，股权收购前相关业务未实际开展
		湖南欢乐家荣仕贸易有限公司	构成	实际控制人李康荣 2016 年 6 月前持有该公司 30%股权

序号	自然人股东	对应的报告期内经销商名称	是否构成关联方	构成/不构成关联方主要原因
2	黎利	保定市北方利华糖酒有限公司等 5 家	不构成	黎利原仅持有深圳众兴利华 4% 的股权，低于 10%，且深圳众兴利华原非发行人子公司，股权收购前相关业务未实际开展
3	苑佰石	吉林市大桥商贸有限责任公司	不构成	苑佰石原仅持有深圳众兴利华 3% 的股权，低于 10%，且深圳众兴利华原非发行人子公司，股权收购前相关业务未实际开展
4	余刚	天津名一家商贸有限公司	不构成	余刚原仅持有深圳众兴利华 3% 的股权，低于 10%，且深圳众兴利华原非发行人子公司，股权收购前相关业务未实际开展
5	杨岗	成都牛车水	不构成	股权收购前任发行人营销总监，不属于发行人董事、监事或高管
6	刘燕	无（报告期其设立的经销商与发行人未再继续合作）	不构成	刘燕原仅持有深圳众兴利华 1% 的股权，低于 10%，且深圳众兴利华原非发行人子公司，股权收购前相关业务未实际开展
7	郑致文	无（报告期其设立的经销商与发行人未再继续合作）	不构成	郑致文原仅持有深圳众兴利华 1% 的股权，低于 10%，且深圳众兴利华原非发行人子公司，股权收购前相关业务未实际开展
8	刘洪波	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部等 3 家	不构成	股权收购前任发行人电商部经理，不属于发行人董事、监事或高管
9	王建华	南昌市华天食品有限公司等 2 家	不构成	王建华原仅持有深圳众兴利华 1% 的股权，低于 10%，且深圳众兴利华原非发行人子公司，股权收购前相关业务未实际开展

序号	自然人股东	对应的报告期内经销商名称	是否构成关联方	构成/不构成关联方主要原因
10	庞伟兴	深圳乐满家实业	构成	实际控制人李康荣 2016 年 12 月前持有该公司 52%股权
		广州夏发贸易有限公司、深圳市龙岗区晋益商行	不构成	庞伟兴原仅持有深圳众兴利华的股东星联星投资 1%的出资额，且深圳众兴利华原非发行人子公司，股权收购前相关业务未实际开展

2、关联方认定相关法规适用分析

（1）相关规则

根据《创业板上市规则》第 7.2.3 条至第 7.2.6 条的规定，构成发行人的关联方的主要情形包括：①发行人的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业；②发行人的董事、监事、高级管理人员，及其控制或担任董事、高管的其他企业；③发行人持股 5%以上的股东；④发行人上述关联自然人关系密切的家庭成员，及其控制或担任董事、高管的其他企业；⑤根据实质重于形式原则认定的其他与公司有特殊关系，可能导致公司利益对其倾斜的相关方；⑥因与公司或者其关联人签署协议或作出安排，在协议或安排生效后，或者在未来十二个月内具有相关关联关系情形的；或过去十二个月内，曾经具有相关关联关系情形的，视同为发行人的关联方。

根据《企业会计准则第 36 号—关联方披露》第四条的规定，构成关联方的情形主要情形包括：①发行人的母子公司；②与发行人受同一母公司控制的其他企业；③对发行人实施共同控制、重大影响的投资方；④发行人的合营企业、联营企业；⑤发行人的主要投资者个人及与其关系密切的家庭成员；⑥发行人或其母公司的关键管理人员及与其关系密切的家庭成员；⑦发行人主要投资者个人、关键管理人员或与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业。

逐一比照上述规则，深圳众兴利华历史上的自然人股东，除杨岗、程松现为发行人董事、高管外，深圳众兴利华历史上的其他自然人股东均不属于发行人的主要投资者、董事、监事、高管及其关系密切的家庭成员等上述规则中应当被认定为关联方的情形。此外，参考《上海证券交易所上市公司关联交易实施指引》对“可能导致上市公司利益对其倾斜的法人或其他组织”的补充规定，持有对上市公司具有

重要影响的控股子公司 10%以上股份的法人或其他组织应属于“根据实质重于形式原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能导致上市公司利益对其倾斜的法人或其他组织”，属于发行人关联方。但 2016 年 4 月收购前，深圳众兴利华系实际控制人控制的其他企业，且尚未实质开展经营业务，因此不属于对发行人具有重要影响的控股子公司，其涉及的自然人股东也均未持有深圳众兴利华 10%以上股份，因此相关自然人股东不属于发行人关联方。

（2）其他具体说明

除根据《公司法》《企业会计准则第 36 号—关联方披露》《创业板上市规则》和《审核问答》等规则逐一比照认定深圳众兴利华原自然人股东及其设立的经销商企业是否构成关联方外，根据上述规则中实质重于形式的认定原则，上述自然人股东及其设立的经销商是否为关联方具体分析如下：

①原系发行人经销商，其设立的经销商企业继续和发行人发生交易

涉及该等情形的原自然人股东为夏仕友、黎利、苑佰石、余刚、王建华，另外自然人股东刘燕、郑致文设立的经销商报告期内与发行人未再继续合作。根据《公司法》《企业会计准则第 36 号—关联方披露》《创业板上市规则》和《审核问答》等监管规则，公司应当根据实质重于形式原则将其他与公司有特殊关系，可能导致公司利益对其倾斜的自然人认定为关联方，包括持有对公司具有重要影响的控股子公司 10%以上股份的自然人，但上述少数股东不属于该等应当被认定为关联方的情形。

首先，深圳众兴利华系由发行人实际控制人和部分员工、经销商共同出资设立，在被发行人全资收购前为发行人实际控制人所控制的企业，不属于发行人的子公司。且上述自然人股东中所持股份均低于上述规则中规定的 10%比例，且未与发行人共同持有股权权益，也不存在代持股权或委托持股的情形。

其次，从实质投资关系而言，虽各方合资设立深圳众兴利华，但该等原为发行人经销商的自然人股东所设立的经销商在此前就已与发行人建立合作关系且长期持续，不存在出资深圳众兴利华在前、交易行为在后的情况，不属于可能造成利益倾斜的情形。各方 2015 年 9 月合资设立深圳众兴利华后，上述经销商股东均未实缴出资，至发行人 2016 年 4 月收购前，深圳众兴利华运作时间较短，尚未实际开展销售业务。发行人完成收购后，各方则延续此前正常的经销合作关系，相关交易合理，定价公允。因此，上述经销商虽为深圳众兴利华的少数股东，但未因合资设立公司的行为与发行人形成实质上的利益安排或利益输送。

综上，上述系发行人经销商的自然人股东均不属于根据《公司法》《企业会计准则第36号—关联方披露》《创业板上市规则》和《审核问答》等监管规则中应当认定为关联方的情形，相关交易不属于关联交易。

此外，庞伟兴现控制的深圳乐满家实业，发行人实际控制人之一李康荣原持有该公司52%股权，后于2016年12月将该等股权全部转让予庞伟兴并辞去任职。夏仕友现控制的湖南荣仕，发行人实际控制人之一李康荣原持有该公司30%股权，后于2016年6月将该等股权全部转让予付旋、邬剑。根据《创业板上市规则》关于过去十二个月具有相关关联关系情形的视同为关联人的规定，深圳乐满家实业为发行人报告期内的关联方，报告期内发行人与其自2017年1月至12月期间的交易为关联交易；湖南荣仕为发行人报告期内的关联方，报告期内发行人与其自2017年1月至6月期间的交易为关联交易。

②原系发行人员工，其设立的企业继续和发行人发生交易

A. 目前仍在发行人处任职的自然人股东为杨岗，相关经销商企业为成都牛车水。

杨岗于2003年与发行人另一员工王强共同设立成都牛车水。2016年11月以前该公司股权由杨岗、王强或其代持人共同持有。为了规范和清理发行人员工持股经销商情形，杨岗、王强的代持人先后于2016年11月和12月向承接业务的经销商李道恩、李开朗父子转让了成都牛车水食品的全部股权。至此，杨岗不再享有成都牛车水任何权益。

上述股权转让系于2016年12月完成，彼时杨岗担任发行人营销总监，王强担任发行人销售部经理（于2019年9月已离职，离职前仍为销售部经理），均非发行人的董事、监事或高级管理人员。其中根据天衡律师对实际控制人李兴、杨岗的访谈，及对2016年至今发行人人事任命资料、销售管理审批流程文件、销售会议记录等资料的查验，2016年至2019年，发行人整体销售业务规划及决策系由实际控制人李兴直接负责主持管理，杨岗任营销总监主要负责具体销售业务的执行。且发行人在销售业务版块分为若干省区管理，并在各省区设置省区总监1-2名，各省区总监直接向李兴汇报工作。杨岗系华西省区总监，主要负责华西省区销售业务，发行人集团销售业务管理上由李兴直接负责，杨岗职位定为营销总监亦是对外沟通联络便利，但在销售业务不享有最终决策权力。因此在发行人整体管理架构中，杨岗在上述期间实质上不属于发行人的高级管理人员。2019年6月，发行人整体改制为股份公司，发行人设立了董事会并聘任了总经理、若干副总经理。为了优化内部

管理结构，杨岗被选举为董事并被聘任为副总经理，分管发行人销售业务并继续保留营销总监职位，至此杨岗成为发行人的关联方。

因此，自 2016 年 12 月杨岗转让成都牛车水股权起算 12 个月至 2017 年 12 月期间，杨岗均未担任发行人的董事、监事、高管人员，其任职的营销总监亦不构成发行人实质上的高管，因此该期间其投资的成都牛车水不构成发行人的关联方，且自 2019 年 6 月杨岗担任发行人董事、高管向前或向后起算 12 个月，杨岗与成都牛车水均已不存在投资或任职上的关联关系。综上，成都牛车水不属于发行人的关联方，相关交易不属于关联交易。

B. 目前已离职的自然人股东为刘洪波，相关经销商企业为重庆牛车水、霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部、廊坊市欢乐家食品有限公司

重庆牛车水系发行人前员工刘洪波、王强于 2015 年 1 月设立的经销商，为了规范和清理发行人员工持股经销商情形，刘洪波、王强于 2016 年 12 月向当时承接业务的经销商官学、李禄秀转让了重庆牛车水食品的全部股权。

上述股权转让系于 2016 年 12 月完成，彼时刘洪波担任发行人电商部经理（于 2020 年 8 月已离职，离职前仍为发行人电商部经理），王强担任发行人销售部经理（于 2019 年 9 月已离职，离职前仍为销售部经理），均非发行人的董事、监事、高级管理人员或核心管理人员。因此刘洪波、王强设立的重庆牛车水不属于发行人的关联方。此外，刘洪波之父刘俊杰设立的经销商霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部、廊坊市欢乐家食品有限公司亦不属于发行人的关联方，上述经销商报告期内与发行人的交易不属于关联交易。

经查验，天衡律师认为，在深圳众兴利华原自然人股东中，杨岗和程松任发行人董事和高级管理人员，系发行人的关联方；实际控制人李康荣 2016 年 12 月前曾持有深圳乐满家实业的股权，深圳乐满家实业系发行人的关联方；深圳众兴利华其他自然人股东及其设立的经销商企业不属于发行人的关联方，相关交易不属于关联交易。发行人已完整认定关联方并完整披露关联交易。

二、《第二轮审核问询函》问题 2

“根据申报材料及审核问询回复，发行人募投项目之一为智慧新零售网络建设项目，计划设置 50,000 台品牌专用自助智能零售终端，作为经销商新增零售网点，

经销商负责向智能零售终端供货，其销售收入归经销商所有，且无需向发行人缴纳使用费。请发行人：（1）补充披露上述自助智能零售终端销售业务模式下对经销商是否存在最低采购额度要求，是否约定采购到达一定数量规模后赠送自助智能零售终端；结合同行业上市公司、拟上市公司自助智能零售终端销售业务模式，披露发行人设立该募投项目业务模式的合理性，发行人目前产能是否可有效覆盖预计投放自助智能零售终端的地区销售，是否存在经销商无力覆盖投放终端销售区域导致大量空置终端的风险。（2）披露发行人对投放的终端的管理、运行、维护等方面计划，投放完毕后每年如何有效盘点该部分资产，如何有效保证该资产的完整性，是否存在无法有效管理该部分资产导致大量终端损坏或灭失的风险。（3）在招股说明书“重大事项提示”中补充披露上述风险提示。请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。”

回复：

针对上述事项，天衡律师进行了如下查验：1、对发行人负责生产、销售部门的高管进行了访谈，了解本次募集资金投资项目的相关规划；2、审查了相关机构出具的关于本次募集资金投资项目的可行性研究报告；3、查阅同行业上市公司募集资金投放使用计划等。

（一）补充披露上述自助智能零售终端销售业务模式下对经销商是否存在最低采购额度要求，是否约定采购到达一定数量规模后赠送自助智能零售终端；结合同行业上市公司、拟上市公司自助智能零售终端销售业务模式，披露发行人设立该募投项目业务模式的合理性，发行人目前产能是否可有效覆盖预计投放自助智能零售终端的地区销售，是否存在经销商无力覆盖投放终端销售区域导致大量空置终端的风险

1、关于自助智能零售终端项目业务模式的说明

自助智能零售终端销售业务对经销商不存在最低采购额度要求，发行人拥有智能零售终端的所有权，不存在到达一定数量规模后将自助零售终端赠送予经销商地安排或计划。发行人设置智能零售终端，主要考虑终端投放的位置，不设置经销商准入门槛。在确定具体投放城市的具体投放地点后，由就近的经销商进行供货。智能零售终端增加了经销商的销货网点，对于存量经销商而言，仅是在其负责的销售

区域内增加了配送的网点数，但同时也有利于其扩大自身销售规模，经销商有动力对其销售网点进行补货并协助发行人进行设备维护。若存在自主配送能力不足的经销商，发行人也可根据实际需要，新开发部分经销商以满足自助智能零售终端的配送要求。因此，零售终端因经销商覆盖能力不足而空置的风险较小。

发行人目前的产能可有效覆盖预计投放自助智能零售终端的地区销售。参考前瞻产业研究院关于自助售货机行业的相关分析数据，结合近年自助售货机零售的增长情况和发行人对经销商的销售价格与终端零售价格的折扣关系，按每台终端实现对经销商日销售额 82 元进行假设（分 70 元、85 元和 100 元三档进行加权平均，分别对应 2 万台、2 万台和 1 万台），全部投放后最高可实现年销售收入约 15 亿元。按 2019 年发行人销售收入与自主产量的对应关系约 0.6 万元/吨进行估算，将新增产量需求约 25 万吨。而 2019 年发行人产能超出自主产量约 37 万吨，能满足未来因投放零售终端而新增的产量需求。发行人目前在建的“年产 13.65 万吨饮料、罐头项目”也将是未来产能的补充。

2、同行业上市公司类似募投项目情况

饮料行业上市公司中，新希望乳业股份有限公司（股票代码 002946）、兰州庄园牧场股份有限公司（股票代码 002910）等公司披露了与自动售卖终端相关的募投项目。

新希望乳业股份有限公司的招股说明书披露，其将投入 12,567.44 万元实施营销网络建设项目，其中 10,053.12 万元用于冰箱投入，2,514.32 万元用于自动售卖机投入。新希望乳业股份有限公司未披露冰箱和自动售卖机的具体业务开展模式。

兰州庄园牧场股份有限公司的招股说明书披露，其将投入 17,090.50 万元实施自助售奶机及配套设施建设项目，其中 8,400 万元用于 2,400 台自助售奶机的购置，其他资金用于冷库、信息系统等配套设施的建设。自助售奶机的所有权属于兰州庄园牧场股份有限公司，该公司对自助售奶机的管理模式按照分销模式进行管理，即由分销商买断产品，然后由分销商对自助售奶机进行产品配送。分销商每天观察自助售奶机的货物数量，缺货时向公司提出订单需求、支付货款，公司收到货款后安排仓库发货，分销商在确认出库数量、品项无误后签署确认单，兰州庄园牧场股份有限公司即完成出库货品的收入确认。兰州庄园牧场股份有限公司的分销商与经销商概念基本一致，仅是在适用销售区域和对下游的销售定价权上略有差异，其招股书说明“分销模式下的送货、收入确认、付款等流程与经销模式保持一致”。

发行人智慧新零售网络建设项目的实施方式与兰州庄园牧场股份有限公司相似，自助零售终端均属于公司资产并采用经销商运作模式，具备合理性。

（二）披露发行人对投放的终端的管理、运行、维护等方面计划，投放完毕后每年如何有效盘点该部分资产，如何有效保证该资产的完整性，是否存在无法有效管理该部分资产导致大量终端损坏或灭失的风险

自助智能零售终端的主要运营计划如下：（1）发行人制定自助智能零售终端的整体投放规划，包括区域规划和投放进度规划，发行人与经销商协商确定零售终端具体的投放地点；（2）设备提供商负责自助智能零售终端设备的运输、安装调试和质保期内的维护费用；（3）经销商负责向零售终端供货，并承担日常管理和维护职责，负担包括货物运输费用、商业租金、质保期外必要的维护费用等；（4）发行人通过各销售区域的销售人员和巡店理货外包人员对投放的终端使用情况进行监督管理和信息反馈，并于报告期各期末由上述人员对零售终端进行盘点。

零售终端的资产完整有赖于经销商、发行人销售人员、劳务外包人员各司其职。发行人将通过与经销商签署资产使用协议、向销售人员和劳务外包人员明确所需履行的职责内容等方式，以防范终端损坏或灭失的风险。

（三）在招股说明书“重大事项提示”中补充披露上述风险提示

发行人在招股说明书“重大事项提示”以及“第四节 风险因素”中，补充披露了以下风险：“（七）募集资金投资项目实施风险……本次募集资金投资项目智慧新零售网络建设项目计划购置 50,000 台自助智能零售终端投放于目标销售市场。该等智能零售终端属于发行人固定资产，募投项目实施后，将由经销商、发行人销售人员以及劳务外包人员共同实施管理。若相关责任人员失责，不排除有自助智能零售终端损坏乃至灭失、造成发行人资产发生损失的风险。”

经查验，天衡律师认为，发行人智慧新零售网络建设项目的业务实施模式与同行业可比公司相近，具有合理性，发行人目前产能可满足该募投项目落地后带来的销售增量，经销商可有效覆盖终端销售区域，因经销商无力覆盖投放终端销售区域导致大量空置终端的风险较小。发行人已制定了较为合理可行的自助智能零售终端

运营计划，并已在招股说明书中补充披露了因设备管理问题可能导致的智能终端损坏或灭失的风险。

三、《第二轮审核问询函》问题 3

“根据申报材料及审核问询回复，报告期内公司劳务采购金额分别为 8,659.43 万元、7,900.44 万元、6,818.91 万元和 2,198.42 万元，主要包括食品罐头加工、产品包装，巡店、推销、促销及产品物料装卸。发行人销售费用中的劳务外包费分别为 2,514.73 万元、2,254.07 万元、1,480.73 万元、1,026.00 万元，2017-2019 年逐年下降，2020 年上半年相比上年同期又快速增长。请发行人：（1）补充披露报告期内各类型劳务采购的金额及占当期采购总额的比重情况、各期变动情况及原因、相关会计处理是否合规，各类型劳务采购的具体职能、涉及人数、人均劳务费用情况，相关人员上岗地点、是否在发行人主要生产场所工作，发行人是否直接与劳务人员结算费用、签订合同、直接管理，是否存在应当计算为劳务派遣用工而未计算的情况，是否存在违法劳务派遣相关规定的情形；（2）补充披露报告期内各类型前五大劳务供应商的基本情况、实际控制人，与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系，采购定价依据及其公允性；（3）结合发行人同行业可比上市公司、拟上市公司相关情况，补充披露发行人巡店、推销、促销采购劳务的必要性及合理性，外包巡店安排与经销商的匹配关系，巡店的具体操作方式，该部分劳务人员的管理模式、上岗地点、地区分布情况，是否存在由经销商进行管理的情形；（4）补充披露在发行人与经销商为买断式销售的情况下，发行人采购外包服务对经销商终端网点进行巡检和协助但费用由发行人承担的合理性；该劳务外包岗位是否属于发行人销售业务中的关键岗位，以劳务外包进行用工的合理性，相关劳务外包提供商是否可替换，发行人对该部分劳务外包是否存在重大依赖；（5）补充披露劳务外包费具体内容、计提标准，与外包服务供应商向其他第三方提供类似服务价格的比较情况，如存在较大差异请分析原因及合理性，量化分析并补充披露劳务外包费在 2017-2019 年下降较多、2020 年上半年又快速增长的原因及合理性，以及报告期内劳务外包费占劳务采购金额比例波动的原因及合理性。（6）补充披露上述各类型劳务人员是否需要获取法定事前审批或培训资格上岗，上述劳务外包提供商是否拥有开展业务所需必要资质；报告期内上述劳务外包提供商是否存

在因食品安全导致的行政处罚，是否导致发行人受到行政处罚，是否影响发行人的持续生产经营。请保荐人、申报会计师、发行人律师核查并发表明确意见。”

回复：

针对上述事项，天衡律师进行了如下查验：1、取得发行人报告期内的劳务采购明细，并取得主要劳务外包供应商提供的劳务人员出勤明细；2、通过采购流程穿行测试，了解劳务外包费用的具体支付对象与劳务外包供应商的匹配情况；3、通过公开网络信息渠道查询了报告期内主要劳务合作方的股东、董监高名单，与发行人的董监高及其关系密切的亲属名单、员工名册进行了比对；4、对主要劳务合作方进行了走访，取得由劳务合作方签署的关于与发行人不存在关联关系或其他利益关系的确认文件；5、按照劳务外包活动涉及的不同环节，结合发行人业务人员、财务人员的访谈，了解定价公允性；6、查阅了同行业上市公司巡店、理货、促销相关的劳务外包的信息披露情况；7、查询国家企业信用信息公示系统、国家市场监督管理总局食品安全抽检公布结果查询系统、中国裁判文书网、人民法院公告网、信用中国、劳务外包提供商所在地市场监督管理部门网站、企查查等公开信息网站，了解主要劳务供应商是否存在因食品安全导致的行政处罚。

（一）补充披露报告期内各类型劳务采购的金额及占当期采购总额的比重情况、各期变动情况及原因、相关会计处理是否合规，各类型劳务采购的具体职能、涉及人数、人均劳务费用情况，相关人员上岗地点、是否在发行人主要生产场所工作，发行人是否直接与劳务人员结算费用、签订合同、直接管理，是否存在应当计算为劳务派遣用工而未计算的情况，是否存在违法劳务派遣相关规定的情形

1、各类型劳务采购的具体职能、上岗地点

发行人劳务采购的具体类别和对应职能如下：①食品罐头加工、产品包装：提供劳务服务的人员主要从事新鲜水果的清洗、削皮、分瓣、分级等水果产品初加工工序，以及产品装箱等包装工序，上岗地点为发行人各工厂车间；②巡店、理货、促销：由劳务外包供应商派出人员对经销商的终端网点进行巡检和信息收集，主要工作内容包括检查终端网点是否销售发行人的产品、发行人产品的摆放位置是否满足基本的销售要求，协助终端网点对发行人产品进行简单的搬运、理货等，上岗地

点为销售区域内的各终端网点处；③产品物料装卸：协助发行人完成产品和物料的搬运、装车、卸车等工作，上岗地点为发行人各地工厂仓库；④其他类别：主要包括发货计件以及保洁、安保等后勤服务，上岗地点为发行人各工厂和办公区域。

发行人劳务外包人员的上岗地点既包括工厂、办公区域等主要生产经营场所，也包括零售终端网点。

2、各类型劳务采购的金额、占比和变动情况

报告期内，发行人各类型劳务采购的金额及其占当期采购总额的比重情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
食品罐头加工、产品包装	1,042.10	4.14%	5,005.00	5.54%	5,304.30	4.71%	5,811.16	5.78%
巡店、理货、促销	1,026.00	4.08%	1,480.73	1.64%	2,254.07	2.00%	2,514.73	2.50%
产品物料装卸	106.79	0.42%	213.89	0.24%	212.87	0.19%	215.06	0.21%
其他劳务采购	23.52	0.09%	119.28	0.13%	129.20	0.11%	118.48	0.12%
合计	2,198.42	8.74%	6,818.91	7.55%	7,900.44	7.01%	8,659.43	8.61%

注：食品罐头加工、产品包装类劳务外包，与去料加工的委外生产成本的区别主要为：①费用性质不同，生产劳务外包仅是人力资源投入，发行人向劳务供应商支付劳务费；委外生产厂商除需安排加工人员外，还需付出水电气等制造费用，向发行人收取的是加工费，进行委外生产成本核算时，还包含了发行人发出的物料成本；②工作地点不同，生产劳务外包人员的上岗地点是在发行人工厂，委外生产是在委外加工厂商的厂区完成；③会计处理方式不同，劳务外包通过生产成本-直接人工核算，委外生产的物料和加工费通过委托加工物资核算。生产劳务外包和委外生产成本金额没有重合范畴。

2017 年至 2020 年上半年，发行人劳务采购的金额分别为 8,659.43 万元、7,900.44 万元、6,818.91 万元和 2,198.42 万元，劳务采购的金额呈现逐年下降的趋势，主要是由于食品罐头加工、产品包装以及巡店、理货、促销劳务采购金额下降所致。

食品罐头加工、产品包装为劳务采购的主要构成部分，报告期各期采购金额分别为 5,811.16 万元、5,304.30 万元、5,005.00 万元和 1,042.10 万元，2017 年至 2019 年占劳务采购比例均超过 65%，2020 年 1-6 月因处于生产淡季且受疫情停工影响，占比较低，略低于当期劳务采购金额的 50%。食品罐头加工和产品包装劳务采购主要涉及水果罐头产品的生产，其与报告期内水果罐头产量的变动趋势相匹配。报告

期内各期，发行人单吨水果罐头产量对应的食品罐头加工、产品包装采购金额分别为 0.09 万元、0.08 万元、0.08 万元和 0.03 万元，2017 年至 2019 年维持稳定，2018 年开始略有下降的原因是 2018 年发行人开始使用橘子剥皮机，减少了对食品罐头初加工的劳务采购需求；2020 年 1-6 月因属于生产淡季，劳务采购需求较少。

巡店、理货、促销类型的劳务采购金额在报告期内呈现下降趋势，各期采购金额分别为 2,514.73 万元、2,254.07 万元、1,480.73 万元和 1,026.00 万元。2018 年，巡店、理货、促销类型的劳务采购金额较上年减少 260.65 万元，主要是因为 2017 年发行人为促进销售，组织集中时间针对重点区域的大规模跨地区巡店理货活动，因其劳务人员存在差旅费用等原因完成工作任务的成本较高，因而发行人支付给劳务公司的费用也较高，而 2018 年未举行大规模跨地区理货活动；2019 年，巡店、理货、促销类型的劳务采购金额较上年减少 773.34 万元，主要原因是 2019 年发行人优化终端投入策略，劳务外包巡店业务从全年均衡投入向销售旺季重点投入转变，提高了巡店理货业务效率，当年 3-8 月份的巡店理货促销劳务采购金额较上年同期减少 773.97 万元；2020 年 1-6 月，发行人巡店、理货、促销类劳务外包金额为 1,026.00 万元，较上年同期增长 117.46%，主要原因是疫情趋于稳定后，为快速恢复市场销售，发行人在 2020 年第二季度开始加大对市场巡店理货业务的投入，鼓励劳务公司组织跨区域巡店，导致劳务外包费用较高。

产品物料装卸类型和其他劳务采购类型的采购金额在报告期内保持稳定。2020 年 1-6 月其他劳务采购类型金额较低，主要是生产淡季和疫情阶段性停工期间发货计件、保洁等劳务采购金额较低。

3、各类型劳务采购的涉及人数、人均劳务费用情况

劳务外包是以工作任务的形式进行发包，劳务外包合同中，不约定具体的外包人数。由于劳务外包的业务模式系由劳务外包供应商对劳务人员进行管理，发行人仅关注规定时间内工作任务是否完成，因此发行人不掌握所有外包人员的数据。出于采购金额合理性和采购价格公允性判断的需求，发行人通过劳务外包供应商取得部分参与生产和巡店业务的人员投入数量情况。该部分采购为发行人劳务采购的主要组成部分，报告期内占发行人劳务采购金额的比例约为 90%。具体情况如下：

项目	2020年1-6月	2019 年	2018 年	2017 年
食品罐头加工、产品包装				
总采购金额（万元）	1,042.10	5,005.00	5,304.30	5,811.16

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
其中：能通过主要劳务外包单位识别人数的采购金额（万元）	967.61	4,812.10	5,034.82	5,155.27
未能识别外包人数的采购金额（万元）	74.49	192.90	269.48	655.88
通过主要劳务外包单位取得的出勤总人次（万人次，每人出勤1天为1人次）	6.65	35.85	37.86	42.12
日平均出勤人数（人/日）	369	996	1,101	1,170
人均劳务支出金额（元/日/人）	145.50	134.23	133.00	122.39
巡店、理货、促销				
总采购金额（万元）	1,026.00	1,480.73	2,254.07	2,514.73
通过劳务外包单位取得的出勤总人次（万人次，每人出勤1天为1人次）	8.03	11.37	21.72	22.37
日平均出勤人数（人/日）	446	316	603	621
人均劳务支出金额（元/日/人）	127.71	130.21	103.77	112.43
上述能识别劳务外包人数的劳务采购金额占劳务总采购金额的比例	90.68%	92.29%	92.26%	88.57%
注1：人均劳务支出金额=采购金额/出勤总人次；注2：日平均出勤人数=出勤总人次/360（2020年1-6月为出勤总人次/180）。由于发行人有明显的生产淡旺季，生产劳务外包人员出勤情况在年内分布不均匀，如山东欢乐家在黄桃产季7-8月较为集中，湖北欢乐家在橘子产季11-12月较为集中，日平均出勤人数仅供直观参考				

未能识别外包人数的食品罐头加工、产品包装劳务采购主要为个人劳务供应商所组织的小规模团队制的水果初加工生产，其参与生产活动的人数相对较少且无固定规律，发行人向其采购金额较小，报告期内发行人也逐年降低了向该类劳务外包商采购劳务的金额；产品物料装卸、其他劳务采购具有较强的任务完成导向，发行人将搬运装卸、发货计件、保洁等任务外包，参与人数与任务总量不存在强线性相关关系，采购金额较小，外包单位未留存完整的参与人员记录。

报告期内，食品罐头加工、产品包装劳务外包的人均日支出处于122元至146元的区间且呈逐年上升趋势，符合兼职类劳动密集型加工行业的报酬标准和用工成本逐年上浮的市场趋势。2018年巡店、理货、促销人均日劳务支出为103.77元，低于其他年份，主要原因是当年未举办大规模跨地区巡店理货活动，劳务外包供应商为外包人员支出的差旅费成本较低，与发行人的结算价格也相对较低。

2019年，因发行人优化终端投入策略，缩减终端网点相对分散、巡店效率低下的区域投入，集中投入终端网点相对集中、巡店效率高的区域；此外，发行人劳务外包巡店业务也从全年均衡投入向销售旺季重点投入转变。2019年全年，巡店理货促销劳务出勤人次从21.72万人次下降至11.37万人次，其中淡季3-8月份的出勤人次较上年减少7.65万人次。

4、合同签订、费用结算和管理情况

（1）合同的主要内容和费用结算情况

经查验，发行人系与劳务供应商签订合同，不存在直接与劳务人员结算费用、签订合同并直接管理的情况。发行人劳务外包的合同条款和执行情况符合相关法律规定，劳务外包的工作内容符合行业特点，不属于劳务派遣。发行人不存在应当计算为劳务派遣用工而未计算的情况，不存在违反劳务派遣相关规定的情形。

发行人与劳务供应商的主要合同约定如下：

内容	合同约定及具体合作方式
合作方式	1、由劳务外包单位安排服务人员到发行人指定的服务场所，利用发行人提供（或部分提供）的工具和设备，按照发行人的标准，为发行人提供相应服务，发行人向劳务外包单位支付服务费用。 2、服务人员的劳动人事、工资福利、社会保险等关系均隶属于劳务外包提供商，发行人对劳务外包提供商的人员不具备人事管理权限。劳务外包提供商应当委派设置专门的管理人员对其服务人员进行人事管理。 3、发行人根据生产计划目标向劳务外包提供商提出工作量需求，劳务外包提供商应满足发行人生产计划目标。
劳务费用的计算	根据实际工作量予以结算外包服务费用

发行人与劳务供应商根据工作内容约定某一期期间的服务单价，如食品罐头加工类约定某一类水果的单吨加工价格、巡店理货约定访店一家的单价、产品物料装卸约定某一类物资的单吨搬运价格等，然后按实际完成的工作量结算劳务外包费用。

（2）劳务外包的具体管理模式

劳务外包的管理模式可具体分为人事管理和业务管理。

人事管理方面由劳务供应商负责，包括与劳务人员签订合同、向劳务人员支付薪酬、对劳务外包人员进行考勤、为承包的劳务工作进行人员安排调度等。劳务供

应商在收到劳务采购需求后，根据劳务工作量和其劳务人员的在手工作情况，向发包方派出劳务人员，以能按时完成工作任务为基本要求，每日派出的具体人员和数量均不固定。

业务管理方面，劳务供应商派出劳务人员后，根据不同的业务类型有不同的业务管理模式。食品罐头加工、产品包装类劳务外包，劳务供应商会派驻现场管理人员，确保劳务人员能按时按质完成发行人外包的各项生产活动；巡店、理货、促销类劳务外包，劳务服务人员接受培训后注册登录发行人的巡店业务信息系统，各区域销售经理在系统中对巡店任务按时间、区域、各渠道巡店数量进行进一步分解，执行整体调度，劳务供应商配合安排具体人员；产品物料装卸类劳务外包的任务执行过程由外包人员的工头进行管理；其他类劳务外包涉及人数较少，由劳务供应商直接指派人员完成工作。

5、不同类型劳务采购的会计处理

根据对发行人财务人员的访谈，不同类型劳务采购的会计处理如下：（1）食品罐头加工、产品包装：计入生产成本。生产环节产生的劳务采购金额按照成本中心归集，初加工环节（例如剥皮分瓣），按照当期涉及加工产品的入库半成品的重量占比，在不同产品的直接人工成本中进行分摊；精加工环节（例如果肉装罐），按照标准工时在不同产品的直接人工成本中进行分摊。（2）巡店、理货、促销：计入销售费用-人工成本费用-劳务外包。（3）产品物料装卸：根据产品物料装卸属于管理活动（如工厂间货物调拨）或是销售活动（如产品装车销售），分别计入管理费用-运输装卸费和销售费用-运输装卸费。（4）其他劳务采购：计入管理费用-人工成本费用、日常办公费用。

经查验，天衡律师认为，发行人未直接与劳务人员结算费用、签订合同或直接管理，不存在应当计算为劳务派遣用工而未计算的情况，不存在违反劳务派遣相关规定的情形。

（二）补充披露报告期内各类型前五大劳务供应商的基本情况、实际控制人，与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系，采购定价依据及其公允性

发行人存在向同一供应商采购不同类型劳务服务的情况。报告期内各类型劳务服务的前五大供应商的基本情况如下：

1、各类型前五大劳务供应商采购金额和占比

(1) 食品罐头加工、产品包装

单位：万元

序号	合并供应商名称	采购金额	占同类劳务采购金额比
2020 年 1-6 月			
1	宜昌千慧劳务有限公司	538.49	51.67%
2	枣庄龙腾人力资源有限公司	348.28	33.42%
3	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	80.84	7.76%
4	枝江市宏盈农产品加工经营部	16.71	1.60%
5	枝江市禹豪康农副产品经营部	10.33	0.99%
合计		994.65	95.45%
2019 年			
1	宜昌千慧劳务有限公司	2,271.52	45.39%
2	枣庄龙腾人力资源有限公司	2,095.58	41.87%
3	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	266.26	5.32%
4	湖北职多多网络科技有限公司	106.89	2.14%
5	湛江市顺欣达劳务有限公司	58.15	1.16%
合计		4,798.41	95.87%
2018 年			
1	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	1,347.60	25.41%
2	枣庄龙腾人力资源有限公司	1,493.85	28.16%
3	宜昌千慧劳务有限公司	911.29	17.18%
4	湛江市顺欣达劳务有限公司	743.90	14.02%
5	湖北职多多网络科技有限公司	482.36	9.09%
合计		4,979.01	93.87%
2017 年			
1	四川省志翔劳务有限公司	2,988.72	51.43%
2	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	1,462.13	25.16%
3	枣庄龙腾人力资源有限公司	376.81	6.48%
4	湛江市顺欣达劳务有限公司	292.75	5.04%
5	蒙阴县凤凰峪水果加工点	83.42	1.44%

序号	合并供应商名称	采购金额	占同类劳务采购金额比
	合计	5,203.82	89.55%

(2) 巡店、理货、促销

单位：万元

序号	合并供应商名称	采购金额	占同类劳务采购金额比
2020 年 1-6 月			
1	四川省志翔劳务有限公司	1,017.60	99.18%
2	湛江市顺欣达劳务有限公司	8.40	0.82%
	合计	1,026.00	100.00%
2019 年			
1	四川省志翔劳务有限公司	1,472.96	99.48%
2	湛江市顺欣达劳务有限公司	7.77	0.52%
	合计	1,480.73	100.00%
2018 年			
1	四川省志翔劳务有限公司	2,253.55	99.98%
2	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	0.53	0.02%
	合计	2,254.07	100.00%
2017 年			
1	四川省志翔劳务有限公司	2,506.08	99.66%
2	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	8.64	0.34%
	合计	2,514.73	100.00%

(3) 产品物料装卸

单位：万元

序号	合并供应商名称	采购金额	占同类劳务采购金额比
2020 年 1-6 月			
1	枣庄龙腾人力资源有限公司	41.95	39.29%
2	汉川市鑫发装卸搬运服务有限公司	34.61	32.41%
3	枝江市灵芝山忠文搬运队	28.29	26.49%
4	枝江市李新国搬运经营部	1.94	1.81%
	合计	106.79	100.00%

序号	合并供应商名称	采购金额	占同类劳务采购金额比
2019 年			
1	汉川市鑫发装卸搬运服务有限公司	112.41	52.56%
2	枣庄龙腾人力资源有限公司	94.37	44.12%
3	湛江市顺欣达劳务有限公司	7.11	3.33%
合计		213.89	100.00%
2018 年			
1	汉川市鑫发装卸搬运服务有限公司	96.67	45.41%
2	枣庄龙腾人力资源有限公司	94.82	44.54%
3	湛江市顺欣达劳务有限公司	20.00	9.40%
4	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	1.39	0.65%
合计		212.87	100.00%
2017 年			
1	四川省志翔劳务有限公司	92.64	43.08%
2	汉川市鑫发装卸搬运服务有限公司	80.24	37.31%
3	枣庄龙腾人力资源有限公司	26.13	12.15%
4	湛江市顺欣达劳务有限公司	16.05	7.46%
合计		215.06	100.00%

(4) 其他劳务采购

单位：万元

序号	合并供应商名称	采购金额	占同类劳务采购金额比
2020 年 1-6 月			
1	蒙阴县永兴保安服务有限公司	11.63	49.44%
2	宜昌千慧劳务有限公司	9.72	41.32%
3	枣庄龙腾人力资源有限公司	2.17	9.24%
合计		23.52	100.00%
2019 年			
1	宜昌千慧劳务有限公司	30.73	25.76%
2	湛江市顺欣达劳务有限公司	27.77	23.28%
3	蒙阴县永兴保安服务有限公司	23.26	19.50%
4	枣庄龙腾人力资源有限公司	17.21	14.42%

序号	合并供应商名称	采购金额	占同类劳务采购金额比
5	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	9.17	7.68%
合计		108.13	90.65%
2018 年			
1	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	39.15	30.30%
2	蒙阴县永兴保安服务有限公司	29.47	22.81%
3	湛江市顺欣达劳务有限公司	26.66	20.63%
4	枣庄龙腾人力资源有限公司	16.02	12.40%
5	湖北职多多网络科技有限公司	7.99	6.19%
合计		119.29	92.33%
2017 年			
1	四川省志翔劳务有限公司	47.99	40.50%
2	蒙阴县永兴保安服务有限公司	28.79	24.30%
3	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	19.25	16.25%
4	湛江市顺欣达劳务有限公司	9.68	8.17%
5	枣庄龙腾人力资源有限公司	9.05	7.64%
合计		114.75	96.85%

发行人劳务采购供应商较为集中，各类型前五大劳务外包供应商的采购比例基本在 90%以上。

2、各类型前五大劳务供应商的基本情况

发行人报告期内各类型前五大劳务供应商的基本情况详见本补充法律意见书附件“发行人报告期内各类型前五大劳务供应商的基本情况”。经查验，上述劳务供应商与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系。

3、采购定价依据及其公允性

发行人与劳务供应商根据同类服务市场供应价格情况，协商确定劳务采购价格：

（1）对于食品罐头加工、产品包装类劳务采购，发行人根据不同水果的初加工工序、包装工序等具体工作内容，与劳务外包供应商协商确定单吨/单件产品或单位工时的加工价格。由于水果罐头的主要鲜果原料种类较多、不同工序加工难度各异，劳务外包供应商和发行人会根据过往加工经验大致匡算熟练工和非熟练工所需耗费

的工时数，劳务外包供应商根据工作量、劳务服务提供人员的合理报酬水平和劳务外包供应商自身的合理利润水平提出报价。（2）对于巡店、理货、促销类的劳务采购，发行人与劳务外包供应商约定某一时间段内巡访终端网点的数量要求，劳务外包供应商根据工作量安排人员，结合劳务服务提供人员的合理报酬水平和劳务外包供应商自身的合理利润水平提出报价。（3）对于产品物料装卸类的劳务采购，劳务外包供应商根据搬运产品物料的具体内容，逐项按单件/单吨/单车等单位提出报价。对于其他劳务采购类型，劳务外包供应商也均按照各劳务内容的工作量提出报价。

由于发行人的劳务外包属于非标业务外包，种类繁多，市场公开信息、同行业上市公司未披露可比的、以单位工作量统计的劳务采购定价标准。为应验采购价格公允性问题，发行人通过主要劳务外包供应商取得其参与生产和巡店业务的人员数量情况，将非标的工作量定价转化为相对可比的人均劳务费用定价，详见本补充法律意见书正文“一、《第二轮审核问询函》问题3”之（一）。

经在招聘网站上查询发行人工厂所在地周边食品类加工厂商的招聘信息，全职类基础加工工人的月薪集中在 3,000 元至 5,000 元的区间，多数未注明月休息天数，日均工作时长 8-12 小时不等，部分标注时薪 14 元/小时。全职类理货员的月薪主要集中在 2,500 元至 3,500 元的区间。发行人报告期内食品罐头加工、产品包装类劳务日均人支出在 122 元至 146 元之间，巡店、理货、促销类劳务日均人支出在 103 元至 131 元之间，与同行业公司的工资水平基本可比。

经查验，天衡律师认为，报告期内各类型前五大劳务供应商与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，采购定价依据合理，价格公允。

（三）结合发行人同行业可比上市公司、拟上市公司相关情况，补充披露发行人巡店、推销、促销采购劳务的必要性及合理性，外包巡店安排与经销商的匹配关系，巡店的具体操作方式，该部分劳务人员的管理模式、上岗地点、地区分布情况，是否存在由经销商进行管理的情形

1、巡店、理货、促销类型劳务的具体内容，采购的必要性和合理性

巡店、理货、促销劳务采购是指由劳务外包供应商派出人员对经销商的终端网点进行巡检和信息收集，主要工作内容包括检查终端网点是否销售发行人的产品、

发行人产品的摆放位置是否满足基本的销售要求，协助终端网点对发行人产品进行简单的搬运、理货等，上岗地点为销售区域内的各终端网点处。

巡店、理货、促销劳务采购存在合理性和必要性。终端网点是经销商实现产品最终销售的重要渠道，只有终端网点动销良好，经销商才能实现库存的良性周转，并持续向发行人采购产品。经销商虽然掌握终端网点资源并承担终端网点销售管理的主要职责，但以其有限的资源投入和精细化管理的程度，未必能满足产品实现最大力度销售的要求。一方面，发行人采购的巡店、理货、促销类型的劳务服务，可作为经销商销售管理体系的有力补充，确保终端网点的陈列、堆头等有利于产品销售；另一方面，巡店、理货、促销劳务人员还可协助发行人了解经销商市场活动的投入情况，确保其能较好地执行发行人的销售政策，也可全面了解市场动态并及时向发行人销售人员反馈市场信息。

2、巡店、理货、促销业务的操作方式和管理模式

巡店、理货、促销劳务服务人员由劳务外包供应商进行管理和发放薪酬。存在巡店业务需求时，发行人各区域销售人员与劳务外包供应商约定巡店业务的执行时间、终端网点的巡店范围、具体的工作内容、成果的提交方式，由劳务外包供应商根据工作量派出劳务人员。劳务服务人员接受培训后注册登录发行人的巡店业务信息系统，各区域销售经理在系统中对巡店任务按时间、区域、各渠道巡店数量进行进一步分解，执行整体调度，劳务供应商配合安排具体人员，工作完成后通过发行人设立的巡店业务信息系统上传终端定位和陈列照片等作为任务成果，发行人对外包劳务完成情况是否符合约定要求进行验收、确认。

巡店、理货、促销劳务服务人员不属于发行人员工，根据发行人发包的任务由劳务供应商安排上岗，每月参与发行人巡店业务的劳务人员数量和参与的活动区域随发行人业务发包的需求呈现较大波动。劳务服务人员不存在由经销商管理的情况，仅能根据其所走访的终端网点的供货方对应到经销商，劳务人员与经销商不存在一对应的关系。

以 2020 年 6 月参与巡店理货外包服务的人员为例，当月共有 842 人参与服务，一共涉及 29 个省、市、自治区，人数排名前三的省份为四川省、湖北省和湖南省，参与人数分别为 87 人、87 人和 86 人；巡店的网点对应的经销商一共有 562 家。

3、同行业可比公司开展巡店、理货、促销类劳务外包活动的情况

外包巡店业务符合快消行业的特点。快消类上市公司亦存在通过劳务外包的形式开展巡店、理货、促销类业务的情况，举例如下：

华致酒行连锁管理股份有限公司（股票代码：300755）招股说明书披露，“2017年底，公司为拓展 KA 卖场渠道业务，开展了大量面向大型商超的促销活动，招聘了一批促销员，并与其签订了短期劳动合同。2018 年上半年，公司考虑到促销人员流动性强，管理难度大的特点，在上述促销员的劳动合同到期后未与其续签劳动合同，转为以劳务外包的形式来为促销活动提供人员支撑，因此 2018 年 6 月末公司员工人数较上一年末减少幅度较大。”

拉芳家化股份有限公司（股票代码：603630）在《关于对拉芳家化股份有限公司 2019 年年度报告的信息披露监管问询函的回复》中披露，“2019 年为应对市场竞争及线上品类冲击，强化线下渠道推广下沉深耕服务，侧重对重点终端及各地三、四线城市、乡镇渠道促销服务推广（超市导购、下乡活动队、临时促销员、理货员、分销员、市场推广培训员等）。公司选取了在劳务外包行业中有竞争地位的企业进行劳务外包合作……”

此外，桃李面包股份有限公司（股票代码：603866）、福建安井食品股份有限公司（股票代码：603345）等公司也在其公开披露的材料中披露了销售费用中有与销售网点相关的促销员外包服务费项目。综上，劳务外包巡店业务符合行业特点。

经查验，天衡律师认为，发行人巡店、推销、促销采购劳务具有必要性和合理性，上述劳务人员不存在由经销商进行管理的情形。

（四）补充披露在发行人与经销商为买断式销售的情况下，发行人采购外包服务对经销商终端网点进行巡检和协助但费用由发行人承担的合理性；该劳务外包岗位是否属于发行人销售业务中的关键岗位，以劳务外包进行用工的合理性，相关劳务外包提供商是否可替换，发行人对该部分劳务外包是否存在重大依赖

1、发行人采购外包服务对经销商终端网点进行巡检和协助但费用由发行人承担的合理性

发行人与经销商虽然为买断式销售，但发行人直接采购外包服务对终端网点进行巡检和协助，有助于增加终端网点销售发行人产品的数量，加速经销商存货周转，进而拉动经销商向发行人的采购额。经销商因资金实力、管理能力有限，销售覆盖区域较小，且通常同时经销多种品牌和产品，单独为发行人产品投入额外费用缺乏经济性，故而不愿承担劳务人员巡检和协助的费用。发行人直接采购巡店理货外包服务类似于促销费用的投入，具有必要性。

2、该劳务外包岗位不属于发行人销售业务中的关键岗位

该劳务外包岗位不属于发行人销售业务中的关键岗位，劳务外包人员的工作内容高度流程化，主要工作内容为终端网点的信息采集，包括了解终端网点信息、检查发行人产品的陈列情况等，仅需接受简单培训即可上岗。发行人在各销售区域设有省区总监、大区经理、城市经理等多层级的销售人员，该部分职位人员均为发行人编内员工，负责市场开拓、销售政策执行、经销商管理等核心业务内容。

3、以劳务外包进行用工的合理性、劳务外包提供商的可替代性

以劳务外包的形式进行用工，主要是考虑到巡店理货人员有流动性强、管理难度大的特点，且发行人可以根据业务需求灵活发包，从而节约成本。上述劳务外包提供商主要负责招聘、培训和管理劳务外包人员，发行人的业务与该等劳务外包商不存在高度绑定的情况，劳务外包提供商可替换，发行人对其不存在重大依赖。

经查验，天衡律师认为，发行人承担对经销商终端网点进行巡检和协助的外包服务费用具有合理性。该劳务外包岗位不属于发行人销售业务中的关键岗位，劳务外包的方式具有合理性。相关劳务外包提供商具有可替换性，发行人对该部分劳务外包供应商不存在重大依赖。

（五）补充披露劳务外包费具体内容、计提标准，与外包服务供应商向其他第三方提供类似服务价格的比较情况，如存在较大差异请分析原因及合理性，量化分析并补充披露劳务外包费在 2017-2019 年下降较多、2020 年上半年又

快速增长的原因及合理性，以及报告期内劳务外包费占劳务采购金额比例波动的原因及合理性

发行人的劳务采购与劳务外包为同等概念，劳务外包具体内容和对应金额详见本补充法律意见书正文“三、《第二轮审核问询函》问题 3”之（一）。劳务外包费用的定价依据详见本补充法律意见书正文“三、《第二轮审核问询函》问题 3”之（二），会计处理详见本补充法律意见书正文“三、《第二轮审核问询函》问题 3”之（一）。

由于劳务外包供应商的劳务服务人员不存在行业专业化分工，发行人主要劳务外包供应商的其他客户广泛分布于建筑、纺织等多个行业，不存在服务于与发行人同行业的其他公司的情况，鉴于服务内容差异较大，故发行人未能获取外包服务供应商向第三方提供可比服务的价格情况。但通过分析外包服务的人均支出并和当地市场招聘的工资水平进行比较，可应验采购价格的公允性，详见本补充法律意见书正文“三、《第二轮审核问询函》问题 3”之（二）。劳务采购费用在 2017-2019 年下降较多、2020 年上半年又快速增长的原因及合理性分析，详见本补充法律意见书正文“三、《第二轮审核问询函》问题 3”之（一）。

（六）补充披露上述各类型劳务人员是否需要获取法定事前审批或培训资格上岗，上述劳务外包提供商是否拥有开展业务所需必要资质；报告期内上述劳务外包提供商是否存在因食品安全导致的行政处罚，是否导致发行人受到行政处罚，是否影响发行人的持续生产经营。

1、各类型劳务人员及劳务外包提供商是否拥有开展业务所需必要资质

报告期内，发行人的劳务外包活动主要涉及：（1）食品罐头初加工、产品包装；（2）巡店、理货、促销；（3）产品物料装卸；（4）其他劳务（保洁、安保等）。

（1）食品罐头初加工

该项外包服务内容系从事新鲜水果的清洗、削皮、分瓣、分级等水果原料的初加工工序，不涉及食品罐头生产的核心及关键工序。该项外包工序是对原料的初级加工，尚未涉及“直接入口的食品”，相关劳务人员无需根据《中华人民共和国食品安全法》的规定取得相关健康证明。根据农业部、食品药品监管总局《关于加强食用农产品质量安全监督管理工作的意见》的规定，对水果进行分拣、去皮、剥壳、粉碎、清洗、切割、冷冻、打蜡、分级、包装等加工形成的产品，属于食用农产品

的范畴，适用《农产品质量安全法》等规定，不属于《中华人民共和国食品安全法》的规制范围，无需取得食品生产、经营等资质、许可。因此，劳务外包供应商从事上述水果原料初级加工服务，不需要取得食品生产、经营等前置资质、许可。

此外，该等原料初级加工完成后，发行人后续还需经过原料入厂检验、高温蒸煮、杀菌等工序，保证最终成品的食品安全。发行人从事上述食品生产加工工序的员工已按照《中华人民共和国食品安全法》的规定取得相关健康证明。

（2）产品包装、巡店、理货、促销、产品物料装卸、保洁等

上述外包服务人员亦未直接接触入口食品，且操作工序简单重复、技术含量相对较低，属于劳动密集性工作，相关操作人员无需取得法定事前审批或特殊培训资格，劳务外包提供商从事该等业务亦不需要相关前置许可资质。

经审核相关劳务外包提供商的营业执照等资料，其登记的经营范围包含有“劳务外包、装卸搬运、水果初加工、保洁服务”等与其从事的外包服务相符的内容，劳务外包提供商提供的相关服务在其依法登记经营范围之内，符合相关法律法规的规定。

2、劳务外包提供商是否存在因食品安全导致的行政处罚，是否导致发行人受到行政处罚，是否影响发行人的持续生产经营

经查询国家企业信用信息公示系统、国家市场监督管理总局食品安全抽检公布结果查询系统、中国裁判文书网、人民法院公告网、信用中国、劳务外包提供商所在地市场监督管理部门网站、企查查等公开信息网站，报告期内，发行人的主要劳务外包提供商不存在因食品安全导致的行政处罚，未导致发行人受到行政处罚，不影响发行人的持续生产经营。

经查验，天衡律师认为，为发行人提供劳务外包服务的上述劳务人员无需获取法定事前审批或培训资格上岗，劳务外包提供商开展上述业务符合有关法律法规的规定，不存在依法应取得资质而未取得的情形。报告期内，上述劳务外包提供商不存在因食品安全导致的行政处罚，亦不存在进而导致发行人受到行政处罚并影响发行人持续生产经营的情形。

（此页系《福建天衡联合律师事务所关于欢乐家食品集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（三）》的签章页，无正文）

福建天衡联合律师事务所

负责人：孙卫星



经办律师：

林 晖

陈璐新

李孔焰

二〇二〇年 十 月十九日

附件：

发行人报告期内各类型前五大劳务供应商的基本情况

序号	合并供应商名称	成立时间	注册资本 (万元)	住所 /经营场所	现股权结构/经营者	实际控制人
1	宜昌千慧劳务有限公司	2015/09/16	200	湖北省宜昌市	张茁成持股 90%、袁华持股 10%	张茁成
2	枣庄龙腾人力资源有限公司	2009/05/13	200	山东省枣庄市	王洪雷持股 92.50%、马广彬持股 2.50%、段成彪持股 2.50%、黄兆文持股 2.50%	王洪雷
3	四川省志翔劳务有限公司	2010/03/16	3,000	四川省成都市	殷健持股 75%、殷伽持股 25%	殷健
4	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	2014/02/25	200	湖北省武汉市	郑星持股 55%、魏锐持股 45%	郑星
5	湖北职多多网络科技有限公司	2018/09/27	200	湖北省汉川市	潘勇持股 100%	潘勇
6	湛江市顺欣达劳务有限公司	2016/01/21	200	广东省湛江市	吴华明持股 28%、梁杰持股 24%、王权妹持股 24%、李倩持股 24%	吴华明
7	蒙阴县凤凰峪水果加工点	2017/07/26	-	山东省临沂市	经营者：刘兴	刘兴
8	汉川市鑫发装卸搬运服务有限公司	2015/06/15	500	湖北省汉川市	付金法持股 60%、肖林平持股 40%	付金法
9	枝江市宏盈农产品加工经营部	2016/10/24	-	湖北省宜昌市	经营者：钱子用	钱子用
10	枝江市禹豪康农副产品经营部	2017/05/16	-	湖北省宜昌市	经营者：李海燕	李海燕
11	枝江市灵芝山忠文搬运队	2012/04/28	-	湖北省宜昌市	经营者：吴忠文	吴忠文

序号	合并供应商名称	成立时间	注册资本 (万元)	住所 /经营场所	现股权结构/经营者	实际控制人
12	枝江市李新国搬运经营部	2018/03/07	-	湖北省宜昌市	经营者：李新国	李新国
13	蒙阴县永兴保安服务有限公司	2013/09/25	100	山东省临沂市	公茂朋持股 100%	公茂朋