

立高食品股份有限公司

(广州市增城石滩镇工业园平岭工业区)



关于立高食品股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市 的审核中心意见落实函的回复

保荐人（主承销商）



中信建投证券股份有限公司
CHINA SECURITIES CO., LTD.

(北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼)

二〇二〇年十月

深圳证券交易所上市审核中心：

贵所于 2020 年 10 月 19 日出具的《关于立高食品股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2020〕010605）（以下简称“落实函”）已收悉。立高食品股份有限公司（以下简称“立高食品”、“发行人”或“公司”）与中信建投证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“保荐人”）、北京国枫律师事务所（以下简称“发行人律师”）、中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就落实函所提问题逐条进行了认真讨论、核查和落实，现回复如下，请予审核。

1、如无特殊说明，本回复中的简称与《招股说明书》中简称具有相同含义。

2、本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

落实函所列问题	黑体（不加粗）
对问题的回答	宋体（不加粗）
对招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）

目录

问题 1:	4
问题 2:	13

问题 1:

关于经销商。公司销售模式以经销为主，经销商销售去向主要为烘焙门店等终端客户。请发行人补充披露主要经销商的下级终端客户情况，包括但不限于数量、类型、销售金额、销售内容等。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对经销商及终端客户走访相关情况，包括但不限于走访时间、形式、对象等，以及营业收入函证金额与回函金额不一致的比例及替代核查措施；对发行人实际控制人及其近亲属报告期内资金流水核查情况，并就产品是否实现最终销售、是否存在向经销商压货情形等事项发表明确核查意见。

【回复】

一、请发行人补充披露主要经销商的下级终端客户情况，包括但不限于数量、类型、销售金额、销售内容等。

报告期内，公司通过经销商销售的终端客户为烘焙门店、餐饮、饮品店、食品加工厂等，终端客户的数量众多且分布广泛。公司的经销商也存在数量众多的特点，截止 2020 年 6 月底，公司经销商数量超过 1,500 家。报告期内，公司前二十大经销商累计为 37 家，占经销商收入比重分别为 23.49%、24.80%、21.60% 和 22.06%。上述经销商对其下级终端客户的销售明细情况如下：

单位：家、万元

序号	经销商名称	终端客户类型	销售内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
				终端客户数量	终端销售金额	终端客户数量	终端销售金额	终端客户数量	终端销售金额	终端客户数量	终端销售金额
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品	1,855	1,379.87	1,850	3,893.76	1,575	3,430.67	1,307	2,469.31
		饮品店	水果制品、酱料	-	-	73	94.82	60	74.67	36	26.02
		酒店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品	22	108.90	18	178.72	-	-	-	-
2	广东嘉怡食品有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品	1,580	1,117.88	1,383	2,459.63	1,265	2,369.69	953	1,549.78
3	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、酱料	1,105	678.79	990	2,086.45	720	1,586.18	547	881.29

		餐饮客 户	冷冻烘焙食品	58	60.85	45	280.30	47	264.54	60	95.25
		食品加 工厂	奶油、水果制品	5	10.26	15	184.44	-	-	-	-
		酒店	冷冻烘焙食品、 奶油	3	10.26	-	-	2	25.45	5	143.80
		便利店	冷冻烘焙食品、 奶油、水果制品	7	9.55	7	24.39	11	42.93	13	35.68
4	苏州闽龙商贸有 限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、 奶油、水果制品、 酱料	1,064	469.89	1,031	1,360.94	977	1,295.98	819	809.62
		餐饮客 户	冷冻烘焙食品、 奶油、酱料	20	15.74	13	37.52	12	32.36	10	23.61
		食品加 工厂	冷冻烘焙食品、 奶油、酱料	22	31.48	13	75.04	17	64.72	11	47.22
		酒店	冷冻烘焙食品、 奶油、酱料	13	12.59	11	30.02	9	25.89	6	18.89
		便利店	冷冻烘焙食品、 奶油、酱料	10	9.44	13	22.51	16	19.41	12	14.17
5	广州市白云区松 洲新世界食品经 营部	烘焙店	冷冻烘焙食品、 奶油、水果制品、 酱料	1,800	550.25	2,000	1,254.95	1,500	506.60	-	-
6	广州市白云区太 和何杰生综合店	烘焙店	冷冻烘焙食品、 奶油、水果制品、 酱料	300	474.18	420	1,263.11	130	1,280.86	100	519.05
7	再博（上海）实业 有限公司	烘焙店	奶油、水果制品、 酱料	210	460.78	150	1,219.25	170	1,250.62	90	467.30
8	深圳市龙岗区平 泰烘焙餐料行	烘焙店	冷冻烘焙食品、 奶油、水果制品、 酱料	65	425.11	58	890.20	52	689.71	40	508.51
9	东莞市常平良心 烘焙原料商行	烘焙店	冷冻烘焙食品、 奶油、酱料	212	435.69	187	1,117.87	154	938.21	110	494.69
10	淮阴区协旺食品 销售中心	烘焙店	奶油、水果制品	230	413.37	190	1,136.26	150	1,039.37	120	552.23
11	漳州市芗城区摩 卡粮油商行	食品加 工厂	酱料	20	396.11	16	361.98	-	-	-	-
12	沈阳市和平区天 富源烘焙器具商 店	烘焙店	冷冻烘焙食品、 奶油、水果制品、 酱料	60	412.80	55	1,043.47	52	928.52	40	596.80
13	广州市花都区新	烘焙店	冷冻烘焙食品、	205	378.15	168	742.67	141	562.11	112	329.15

	华金月副食店		奶油、水果制品、 酱料								
14	琼海嘉积树诚信商行	烘焙店	奶油、水果制品、 酱料	1,000	386.14	954	431.76	-	-	-	-
15	广州麦稻丰贸易有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、 奶油、水果制品、 酱料	189	356.14	155	753.14	138	602.33	114	363.40
16	金阳光（福建）商贸有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、 酱料	250	382.00	225	960.50	200	733.00	200	490.00
17	东莞市南城福一民粮油经营部	烘焙店	冷冻烘焙食品、 酱料	126	351.82	105	640.73	84	442.15	63	289.84
18	湛江市霞山区悦圆食品添加剂商行	烘焙店	冷冻烘焙食品、 水果制品、酱料	710	304.53	674	683.79	638	306.35	341	64.72
		食品加工厂	冷冻烘焙食品、 水果制品、酱料	45	53.48	44	146.33	36	88.38	18	26.44
19	上海浦琪贸易有限公司	烘焙店	奶油、水果制品、 酱料	83	313.29	124	835.17	106	689.35	64	473.72
20	南京友邦食品有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、 奶油、水果制品	260	246.55	245	863.83	268	930.06	156	498.54
		便利店	冷冻烘焙食品	-	-	-	-	1	139.95	-	-
21	深圳市鸿兴业食品有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、 奶油、酱料	221	242.29	256	781.95	232	799.45	213	664.34
		饮品店	冷冻烘焙食品、 奶油	2	4.94	5	32.58	4	33.31	4	27.68
22	济南艺新康利来食品有限公司	烘焙店	奶油、水果制品	200	202.00	170	511.09	150	392.03	150	268.37
		食品加工厂	奶油	10	50.50	10	219.04	10	261.35	10	178.91
23	漳州市向日葵食品有限公司	食品加工厂	酱料	15	160.32	30	527.75	70	1,329.36	10	168.11
24	淮安苏晨电子商务有限公司	饮品店	水果制品	-	-	250	113.30	1,540	867.45	995	527.90
25	深圳市佳兆好贸易有限公司	烘焙店	奶油、水果制品	34	259.18	40	617.78	43	725.41	49	802.78
26	海南树诚食品有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、 奶油、水果制品、 酱料	1,000	92.60	954	540.16	930	757.79	930	435.21
27	佛山市南海区大沥华登穗食品商店	烘焙店	冷冻烘焙食品、 酱料	-	-	351	426.37	420	746.75	336	385.65
28	上海雄昌食品销	烘焙店	奶油、水果制品、	60	57.21	120	340.60	230	534.83	215	563.47

	售有限公司		酱料								
		食品加工厂	奶油、水果制品、酱料	1	3.01	3	37.84	8	133.71	6	99.44
29	东莞市向阳食品有限公司	烘焙店	奶油、水果制品	-	-	40	369.96	45	659.29	30	146.26
30	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、酱料	-	-	50	18.68	250	418.09	400	866.66
31	天山区新华南路百克日食品添加剂商行	烘焙店	奶油	450	70.29	550	381.28	900	431.24	1,000	765.46
32	大连海升粮油经销有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品	60	147.77	58	402.50	50	615.00	50	820.00
33	厦门麦威工贸有限公司	烘焙店	奶油、水果制品、酱料	15	172.44	20	208.88	40	375.39	50	645.99
34	上海昇博实业有限公司	烘焙店	奶油、水果制品	-	-	-	-	1	0.06	85	627.50
35	西安鑫德食品原料有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、酱料	360	294.34	350	678.30	335	469.31	310	634.04
36	徐州圣美湾商贸有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、酱料	160	191.08	150	423.86	140	580.18	120	587.20
37	广东省商业贸易进出口有限公司	海外客户	冷冻烘焙食品	-	1,021.84	-	1,595.54	-	891.57	-	515.77

注 1：上述经销商为同一控制口径下的各期收入总额前二十大经销商客户

注 2：广东省商业贸易进出口有限公司的客户均为海外经销商，不存在下游终端客户，其上述销售金额为向下游的销售金额；

注 3：上述信息来自经销商出具的专项说明。

根据上述前 20 大经销商终端销售明细表，报告期内，公司前 20 大经销商的终端客户结构如下表所示：

2020 年 1-6 月				
客户类型	数量（家）	占比	金额（万元）	占比
烘焙店	13,864	98.21%	11,266.42	92.32%
食品加工厂	118	0.84%	705.16	5.78%
餐饮客户	78	0.55%	76.59	0.63%
酒店	38	0.27%	131.75	1.08%
便利店	17	0.12%	18.99	0.16%

饮品店	2	0.01%	4.94	0.04%
合计	14,117	100.00%	12,203.84	100.00%

2019 年度

客户类型	数量（家）	占比	金额（万元）	占比
烘焙店	14,073	96.13%	29,338.90	92.54%
饮品店	328	2.24%	240.70	0.76%
食品加工厂	131	0.89%	1,552.43	4.90%
餐饮客户	58	0.40%	317.82	1.00%
酒店	29	0.20%	208.73	0.66%
便利店	20	0.14%	46.90	0.15%
合计	14,639	100.00%	31,705.49	100.00%

2018 年度

客户类型	数量（家）	占比	金额（万元）	占比
烘焙店	12,086	86.77%	27,086.58	88.84%
饮品店	1,604	11.52%	975.43	3.20%
食品加工厂	141	1.01%	1,877.51	6.16%
餐饮客户	59	0.42%	296.89	0.97%
便利店	28	0.20%	202.29	0.66%
酒店	11	0.08%	51.34	0.17%
合计	13,929	100.00%	30,490.05	100.00%

2017 年度

客户类型	数量（家）	占比	金额（万元）	占比
烘焙店	9,114	88.40%	19,570.88	93.18%
饮品店	1,035	10.04%	581.60	2.77%
餐饮客户	70	0.68%	118.86	0.57%
便利店	25	0.24%	49.85	0.24%
食品加工厂	55	0.53%	520.12	2.48%
酒店	11	0.11%	162.68	0.77%
合计	10,310	100.00%	21,003.99	100.00%

如上表所示，报告期内，公司主要经销商的终端客户以烘焙店为主，客户数量和销售金额占比均超过 80%。除此之外，公司经销商终端客户还包括食品加工厂、餐饮客户、酒店、便利店和饮品店等多种类型。

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、盈利能力分析”之“（二）营业收入分析”之“3、主营业务收入按销售模式结构分类”之“15）经销商最终销售情况”补充披露上述内容。

二、说明对经销商及终端客户走访相关情况，包括但不限于走访时间、形式、对象等，以及营业收入函证金额与回函金额不一致的比例及替代核查措施。

1、说明对经销商及终端客户走访相关情况，包括但不限于走访时间、形式、对象等

（1）经销商及终端客户走访的原则

基于公司经销商数量众多、分布广泛且大量经销商采购金额较小的情况，保荐人、申报会计师按照走访经销商占经销收入比例不低于 60%、覆盖报告期内主要经销商、覆盖所有销售区域等原则确定经销商走访的样本量。

对于经销商的终端客户，每家经销商下游客户数量较多，且分布较散，保荐人、申报会计师按照覆盖报告期前二十大经销商、其余经销商随机抽样的原则确定终端穿透核查的经销商样本，通过抽查方式走访所抽查经销商的 1-2 家终端客户。

（2）经销商及终端客户走访的过程

保荐人、申报会计师于 2018 年 9 月、2019 年 6-7 月、2019 年 12 月、2020 年 3-4 月、2020 年 8-9 月对经销商及终端客户进行了实地走访、视频走访、电话走访等多种形式的走访。2018-2019 年，保荐人、申报会计师主要对经销商及终端客户进行实地走访；2020 年 3-4 月，受疫情影响，保荐人、申报会计师通过视频走访的形式对新增和变化的经销商及终端客户进行了补充走访，并对前期已经实地走访过的、持续合作的经销商通过电话走访的形式进行二次确认；2020 年 8-9 月，保荐人、申报会计师通过视频走访对 2020 年上半年新增和变化的经销商进行了补充走访。走访的具体情况如下：

走访时间	走访形式	走访客户及数量	访谈对象
2018 年 9 月	实地走访	经销商共 20 家	经销商：主要为老板、总经理、采购人员等 终端客户：主要为老板、店
2019 年 6-7 月	实地走访	经销商共 242 家，终端客户共 187 家	

2019 年 12 月	实地走访	经销商共 53 家，终端客户共 36 家	长，以及少量了解情况的店员
2020 年 3-4 月	视频走访	经销商共 53 家，终端客户共 24 家	
2020 年 4 月	电话走访	经销商共 149 家	
2020 年 8-9 月	视频走访	经销商共 9 家	

（3）经销商及终端客户走访的数量及占报告期经销商收入比重

通过上述走访，保荐人、申报会计师共走访了 351 家经销商（其中现场走访 315 家、视频走访 62 家，现场+视频走访 26 家，现场+电话走访 149 家），占报告期内经销收入的 63.47%、65.42%、61.96%和 60.51%。

对于终端客户，保荐人、申报会计师共抽查了 204 家经销商的下游终端客户进行走访，共走访了 247 家终端客户（其中现场走访 223 家、视频走访 24 家），已抽查终端客户的经销商收入占报告期内经销收入的 48.33%、49.79%、45.13%和 42.21%，覆盖报告期前二十大经销商中除新疆维族地区语言不通、负责海外经销商无下游终端客户而无法走访外的所有经销商。

（4）经销商及终端客户走访的具体内容

保荐人、申报会计师对经销商及终端客户走访的具体内容如下：

①实地走访

对于实地走访的经销商，保荐人和申报会计师了解经销商的基本情况、与公司的合作背景、交易流程、关联关系、是否存在囤货情况，是否支付保证金等内容，向经销商确认采购公司产品当年实现销售的比例，向公司的采购频率，库存周转天数，最终销售情况等。获得的主要证据包括：①经销商访谈记录；②受访者名片或身份证复印件；③与受访者的合影；④经销商营业执照及资质证书；⑤经销商无关联关系声明函；⑥查看经销商仓库、场地的照片。⑦经销商向终端客户销售的交易明细，销售出库单、发票等单据。

对于实地走访的终端客户，经销商的终端客户以烘焙门店为主，保荐人和申报会计师观察其店面位置、大小和设施情况，了解其向上游的采购原因、频次、规模和品种以及销售情况，查看其门店中公司产品的库存情况，核查终端客户采购的合理性与真实性。获得的主要证据包括：①终端客户访谈记录；②受访者名

片或工作证；③与受访者的合影；④终端客户营业执照及资质证书；⑤查看终端客户库存、使用公司产品的照片。

②视频走访

对于视频走访的经销商，保荐人和申报会计师了解经销商基本信息、与公司交易往来数据、与公司的关联关系、产品的最终销售情况、复工情况、疫情对经营的影响等内容。采取全程视频录像的形式，对经销商提问，客户逐项回复。视频过程中，经销商展示其名片或身份证以及营业执照，以验证身份。视频走访结束后，保荐人和申报会计师将对访谈记录形成电子文档寄送至客户处，由客户打印盖章确认，并寄回存档。

对于视频走访的终端客户，保荐人和申报会计师了解终端客户基本信息、与经销商交易情况、以公司产品为原料制作的产品销售情况、疫情对门店销售的影响等内容。采取全程视频录像的形式，对终端客户提问，客户逐项回复。视频过程中，终端客户展示其名片或工作证以及营业执照，以验证身份。视频走访结束后，保荐人和申报会计师将对访谈记录形成纸质文档邮寄至终端客户处，由终端客户盖章确认寄回存档。

③电话走访

对于电话走访的经销商，保荐人和申报会计师了对前次实地走访后与经销商合作的情况进行了二次确认。采取全程录音的形式，对经销商提问，客户逐项回复。电话走访结束后，保荐人和申报会计师将对访谈记录形成电子文档寄送至客户处，由客户打印盖章确认，并寄回存档。

2、营业收入函证金额与回函金额不一致的比例及替代核查措施

报告期内，公司经销商函证情况如下：

单位：家、万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
经销商数量①	1,559	1,707	1,663	1,726
经销商发函数量②	888	1,376	1,210	911
经销商发函数量占比②/①	56.96%	80.61%	72.76%	52.78%
经销商回函数量③	838	1,158	962	698

经销商回函数量占比③/①	53.75%	67.84%	57.85%	40.44%
经销收入④	51,442.39	132,839.67	109,564.35	80,207.71
经销商发函金额⑤	46,298.39	126,852.86	103,498.59	73,544.51
经销商发函金额占比⑤/④	90.00%	95.49%	94.46%	91.69%
经销商回函确认金额⑥	44,305.93	111,606.56	89,243.71	61,537.77
经销商回函金额占比⑥/④	86.13%	84.02%	81.45%	76.72%
经销商回函不一致金额⑦	-	-	-	-

公司经销商收入函证不存在函证金额与回函金额不一致情况。

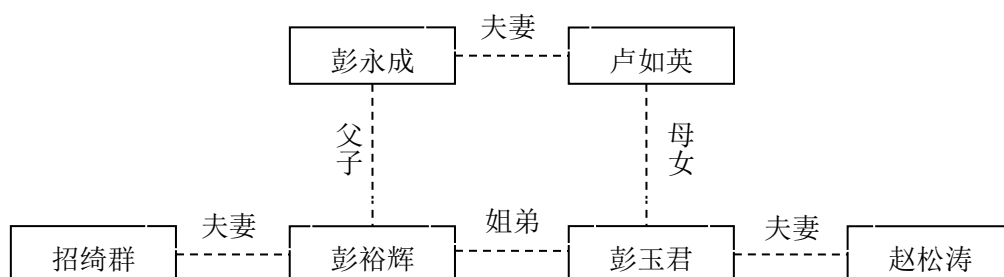
综上，报告期内，保荐人、申报会计师对于经销商收入发函金额占经销收入比例分别为 91.69%、94.46%、95.49%、90.00%，回函金额占经销收入比例为 76.72%、81.45%、84.02%、86.13%，公司经销商收入发函和回函比例较高。报告期内，公司经销商账面确认收入金额准确，收入确认无异常。

三、对发行人实际控制人及其近亲属报告期内资金流水核查情况，并就产品是否实现最终销售、是否存在向经销商压货情形等事项发表明确核查意见。

1、对发行人实际控制人及其近亲属报告期内资金流水核查情况

(1) 核查对象

保荐人、申报会计师核查了实际控制人彭裕辉及其配偶招绮群，赵松涛及其配偶彭玉君，彭永成及其配偶卢如英报告期内的个人资金流水，上述人员存在近亲属关系，具体关系如下图所示：



(2) 核查范围

资金流水核查范围为上述核查对象报告期内所有银行账户的资金流水，核查对象均出具了银行资金流水提供完整的承诺。

(3) 核查手段

保荐人、申报会计师独立打印了核查对象名下报告期内的银行账户资金流水，并逐条核查资金流水中的资金往来，对于超过 3 万元以上的大额往来，核查其交易背景，获取支持性凭证，并由上述核查对象出具相关交易性质的说明以及交易真实性的承诺；核查资金流水中的交易对象，核实上述核查对象与公司、公司的客户及供应商、其他董监高等关联方之间资金往来情况；获取了公司及下属分子公司报告期内所有的银行流水，并重点检查了公司对个人支付超过 1 万元的银行流水。针对个人的大额支付，公司出具了相关资金支付用途的声明与承诺，同时核验公司对个人的大额支付与上述核查对象资金流水是否匹配；获取了董监高、主要股东以及财务部、市场部等主要部门核心人员报告期内的个人银行流水，核查相关人员是否与上述核查对象之间存在资金往来。

经核查，保荐人、申报会计师认为，公司实际控制人及近亲属银行流水完整，资金往来具有真实的交易背景，与公司、公司客户及供应商、其他董监高等关联方之间除领取公司的薪酬与现金股利外，不存在其他的资金往来，不存在股权代持和为公司承担成本费用情形。

2、产品是否实现最终销售、是否存在向经销商压货情形

针对公司对经销商是否实现产品的最终销售以及是否存在向经销商压货的情形，保荐人、申报会计师对经销商及其终端客户进行走访，查验了经销商的经营规模、仓储能力、采购频率等指标与其采购规模相符，所获取经销商专项说明证明经销商期末的产品库存金额较小，未超过全年采购额的 10%，并抽查了其对外销售的有关凭证加以验证，另外，公司经销商期后退换货金额及比例均较小，退换货比例在 0.25% 以内。除此之外，基于公司的产品属于食品的特性，存在保质期的要求，临期食品销售难度较大，经销商囤货会造成较大的存货损失风险。同时，公司的冷冻烘焙食品和奶油等主要产品均需要冷冻储存，仓储成本较高。

基于上述核查过程，结合公司产品及经营特点分析，保荐人、申报会计师认为，公司对经销商均实现了产品的最终销售，亦不存在向经销商压货的情形。

问题 2:

关于食品安全与质量控制。请发行人补充披露：

(1) 食品安全控制制度及措施是否健全并有效执行，是否足够保障发行人的食品安全，报告期内主管部门对发行人食品质量的监督检查情况；

(2) 发行人是否存在因发生食品安全问题被消费者投诉、举报或起诉情形，是否存在关于发行人食品安全问题相关的负面报道，如有，请说明具体情况及整改措施；

(3) 结合发行人奶油产品、冷冻烘焙食品的贮藏、流通环节的环境卫生要求，是否需要全程冷链运输及保存，说明发行人对上述产品保质期内的管控措施及其有效性；

(4) 合作的第三方物流是否具有相关资质，运输问题导致的食品安全问题责任划分情况；

(5) 针对食品安全突发事件，是否建立了有效的应对机制。
请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

【回复】

一、食品安全控制制度及措施是否健全并有效执行，是否足够保障发行人的食品安全，报告期内主管部门对发行人食品质量的监督检查情况

1、食品安全控制制度及措施是否健全并有效执行，是否足够保障发行人的食品安全

公司高度重视食品安全和质量控制，建立了以董事长彭裕辉为总负责人，以质量中心为主体，全员参与的食品安全和质量控制体系。公司制定了《质量和食品安全管理手册》、《食品安全事故处置制度》等食品安全专项管理制度，并制定了覆盖采购、生产、存储运输、销售全流程的食品安全管理体系，具体如下：

环节	内控制度名称
食品质量和安全专项规定	质量和食品安全管理手册
	食品安全事故处置制度
	配方及食品添加剂管理制度
	食品安全自查管理制度
	食品防护计划

	危害分析与 HACCP 计划建立控制程序
	应急响应控制程序
	产品标识和可追溯控制程序
采购环节	立高采购管理规定
	进料检验操作规程
	采购控制程序
	供应商管理控制程序
生产环节	成品留样管理制度
	半成品及成品检测制度
	生产过程控制程序
	不合格品控制程序
仓储及运输环节	仓库部管理规定
	外仓储存保管要求
	自有车辆管理制度
	第三方物流公司管理制度
	冷链管控管理制度
销售环节	产品召回控制程序
	产品质量反馈及退换货流程
	经销商管理制度

公司严格执行上述管理制度，具体质量控制及产品安全管理措施如下：

1) 采购环节

公司在供应商开发、考核、管理等各方面进行严格的质量控制，以保障食品安全。在供应商开发方面，公司对供应商资质进行审查，要求供应商提供小样进行质量测试，随后对供应商进行实地考察，再进行生产试车，确保供应商质量能够达到公司的要求。在供应商考核方面，公司重视质量指标，从进货品质、使用品质、品质改善配合度对供应商产品质量进行定期考核，要求供应商改进相关不足，对于拒绝改进、质量掺假、所供品项产品被国家抽检或媒体曝光有不合格事

件、存在违法违规行为的供应商进行淘汰。

原料采购过程中，公司重视收货时的质量检验。首先，对待检原料进行初步感官检验，索取相应批号的厂家自检报告；其次，对待检原料抽样，进行品质检测，根据公司验收标准做出综合判断；最后，对抽样检测结果进行记录，将检测不合格的货物登记，进行拒收处理，必要时将通知采购部进行处理。

原料存储时，仓库人员负责现场卫生、物料摆放的管理工作，原物料必须标识清楚，按品种、规格分开并挂牌。每天对对仓库环境进行温、湿度检测，保持清洁卫生、干燥等。

对于食品添加剂，公司采购食品添加剂必须按规定进行严格的索证和验收制度。购入食品添加剂时，需索取生产许可证明和产品检验合格证明，并登记台账，详细记录所使用的食品添加剂的名称、使用方法、数量等内容。食品添加剂入库后要专人管理，出入库要做好严格的登记，禁止使用和保存过期的食品添加剂。

2) 生产环节

在生产过程中，公司严格执行“整理、整顿、清扫、清洁、素养和安全”的6S管理制度，对产品加工环境和加工过程进行控制，确保所有环节的生产都在高标准的卫生条件下进行，防止产品受到污染，确保产品符合卫生要求，保证食品安全。

为保障产品质量，公司对生产设备的管理控制和维修保养采取了系列措施。设备的使用必须定人定岗，培训合格后方能上岗；设备制定完善的保养策略，采取日常点检、清洁，定期保养等方式。

公司通过实验室检测检验和现场品质管控的方式保证产品的质量。在检验检测中心，公司从理化检测、微生物检测、功能性测试等多方面对产品进行质量控制。在生产现场，公司通过 ATP 检测仪检测，确保生产前现场卫生状况达标；通过抽检部分产成品进行烘烤或奶油打发测试，确保产品口感和性能达到要求。

3) 流通环节

公司在仓储、物流、经销商等各流通环节中对产品质量及安全进行控制。

在仓储环节，公司要求产成品入仓后，标记清楚，分区摆放，按相应的贮存条件进行贮存。仓库注意清洁及卫生，相关人员定期及不定期的巡视仓库，及时

发现产品存放过程中可能对质量产生损伤的情况并及时处理。对于冷冻仓库，公司建立了实时监控温度系统，并每月按仓储温度达标、仓储温度回传等指标对第三方仓储公司进行考核，淘汰不符合公司要求的冷冻仓库。

在物流环节，公司会在装车前检查车厢卫生，根据产品特性进行合理安排及摆放。对自有车辆，公司确保其性能合格、卫生达标，并定期保养，及时维修。对第三方车辆，公司从资质标准、车型标准、运输业务质量要求等方面对物流公司进行考察，确定备选公司，并报请质量部门审核，最终通过招标的形式与选定的物流公司签订合同。公司每月会根据物流公司实际表现进行月度评估，将结果反馈至物流公司，要求表现欠佳的物流公司进行整改，并在年末根据各月考核结果进行总评估，考核不达标且整改不到位的物流公司将取消次年的合作资格。对于冷链运输车辆，公司设置合格车辆准入清单，要求自有及第三方车辆均具备温度监控系统，进行实时温度监控或运输结束后进行温度回传，保证物流环节的温度达标，以维持产品良好的口感和质量。对于冷冻烘焙食品，由于其对温度的要求十分严苛，公司还自建冷链物流车队，将冷冻烘焙食品由各地仓库自主配送至客户手中，进一步降低产品质量风险。

4) 销售环节

对于经销商，公司考察其资质、仓库、配送能力等指标，确保经销商有一定的质量控制能力，保证公司产品销售至下游终端时的质量及食品安全。公司制定了规范的产品召回流程，对可能发生食品安全危害或存在重大质量缺陷的产品进行快速回收控制，以控制或减少危害，以免对消费者造成伤害。

5) 食品安全可追溯控制

公司建立了食品安全的可追溯控制体系，包括对原辅料、过程产品、成品、生产设备及检验、测量和试验设备进行适当标识，并进行区分，以追溯到产品的来源（原辅料），加工过程（半成品、检验状态、成品）和产品交付后的使用场所，若遇到突发事件时，易对相关问题追踪并进行适当处理。同时，强化各流程各环节相关人员的责任意识，不断完善和优化自身食品安全管理体系，努力将风险降至最低水平。

综上所述，公司已建立了覆盖全业务流程的食品安全管控体系，食品安全控

制制度及措施健全并已得到有效执行，足以保障发行人的食品安全。报告期内，公司未发生过重大食品安全事故，亦不存在因食品安全问题受到行政处罚的情形。

2、报告期内主管部门对发行人食品质量的监督检查情况

（1）生产环节被执法抽检及监督检查的情况

报告期内，公司及其下属分子公司在生产环节被执法抽检及监督检查的情况如下：

	年度	抽检次数 (次)	抽检产品品 规 (种)	抽检结果
佛山分 公司	2020年 1-6月	5	21	合格/通过
	2019年度	7	11	合格/通过
	2018年度	6	11	2018年5月，佛山市食品药品监督管理局至佛山分公司对香橙纤果泥（果酱）进行检验，因标签指标中含量小数点四舍五入计算错误，不符合《预包装食品营养标签通则》的要求，检验结论为不合格；上述情况发生后，公司启动召回机制并加强对相关规定的学习，以避免出现类似问题。根据佛山市三水区食品药品监督管理局的《通告》，“鉴于公司能积极配合调查，对该产品及时启动召回措施，没有造成危害的后果，相关标注错误属于修约错误，不影响食品安全且不会对消费者产生误导，决定对公司不予处罚，责令改正以上违法行为。”除此次抽检不合格外，其余抽检均为合格。
	2017年度	4	8	合格/通过
增城分 公司	年度	抽检次数 (次)	抽检产品种 规 (种)	抽检结果
	2020年 1-6月	9	12	合格/通过
	2019年度	9	21	合格/通过
	2018年度	12	26	合格/通过
	2017年度	14	35	合格/通过

广州奥昆	年度	抽检次数 (次)	抽检产品品 规 (种)	抽检结果
	2020年 1-6月	5	8	合格/通过
	2019年度	8	14	合格/通过
	2018年度	12	21	合格/通过
	2017年度	6	11	合格/通过
广州昊道	年度	抽检次数 (次)	抽检产品品 规 (种)	抽检结果
	2020年 1-6月	6	4	合格/通过
	2019年度	9	7	合格/通过
	2018年度	8	7	合格/通过
	2017年度	4	3	合格/通过
浙江奥昆	年度	抽检次数 (次)	抽检产品品 规 (种)	抽检结果
	2020年 1-6月	3	2	合格/通过
	2019年度	7	4	合格/通过
	2018年度	9	8	合格/通过
	2017年度	2	0	合格/通过
浙江昊道	年度	抽检次数 (次)	抽检产品品 规 (种)	抽检结果
	2020年 1-6月	1	0	通过
	2019年度	2	0	通过
	2018年度	0	0	通过
	2017年度	0	0	通过

注：浙江昊道报告期内未从事食品生产业务，相关检查仅涉及监督检查事项（主要包括对食品安全体系运行情况的检查、日常监督检查及生产许可证现场审核、飞行检查等事项）。

（2）流通环节对发行人产品的执法抽检情况

公司产品的下游及终端客户类型多样，数量众多，超过数万家，且均存在被监管部门执行抽检的可能。监管部门在公司及下游客户的流通环节对公司的产品进行抽检时，仅会将抽查结果为“不合格”的情况通知公司，并进行复检。报告期内，公司存在流通环节中在 4 次抽查中的抽检结果“不合格”的情形，具体情

况如下：

产品名称	抽检日期	检查结果	处理结果
桂花雪梨果酱	2019年4月	公司于2017年12月14日完成股改，公司名称变更为“立高食品股份有限公司”；公司于2018年6月13日生产的桂花雪梨果酱所标示的生产商仍为“广东立高食品有限公司”，使用旧公司名称不符合国家标准。	四川省射洪县市监督局发函至广州市增城区市监局调查，经检查公司提供的相关证明资料，最终确定符合相关要求，公司未被处罚。
欢戴植脂奶油	2018年6月	酸价不合格，被通报	厦门市市监局通知公司相关产品生产工厂所在地佛山市三水区食品药品监督管理局，由佛山市三水区食品药品监督管理局在对同批次产品进行了现场取样检查。现场取样检验结果为合格，公司未被处罚。
立高植脂奶油			
欢戴植脂奶油	2017年10月		
芒果果馅	2017年6月	二氧化硫超标，被通报	上海市浦东新区市监局通知公司相关产品生产工厂所在地佛山市三水区食品药品监督管理局，由佛山市三水区食品药品监督管理局对同批次产品进行了现场取样检查。现场取样检验结果为合格，公司未被处罚。

报告期内，公司虽然存在少数产品抽检不合格之情形，但经过复检为合格及符合相关要求，且公司已针对相关抽查结果进行了整改并加强了产品质量管理，未因此受到主管政府部门的行政处罚。根据食药监部门出具的证明，报告期内，公司不存在因食品质量问题受到有关部门行政处罚的情形。

公司已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“十、发行人质量控制情况”之“（一）全流程的食品安全质量监控措施”、之“（二）报告期内主管部门对发行人食品质量的监督检查情况”补充披露上述内容。

二、发行人是否存在因发生食品安全问题被消费者投诉、举报或起诉情形，是否存在关于发行人食品安全问题相关的负面报道，如有，请说明具体情况及整改措施

1、因发生食品安全问题被消费者投诉、举报或起诉的情形

报告期内，公司不存在因发生食品安全问题被消费者投诉、举报或起诉的情况。

2、相关负面报道中涉及食品安全的情形

报告期内，公司相关负面报道涉及食品安全问题的情形如下：

序号	媒体名称	标题	涉及食品安全问题的报道内容
1	时代在线	食品安全问题突出，立高食品产品多次质检不合格	香橙纤果泥（果酱，规格为 1.6kg/罐）不合格； “立高”植脂奶油、“立高”欢戴脂奶油因酸价（以脂肪计）超标； “新仙尼”芒果果馅（果酱）被检出二氧化硫。
2	环球网	立高食品毛利率较同业明显偏低，报告期内多次产品抽检不合格	2017 年 7 月，立高食品生产的“新仙尼”芒果果馅（果酱）被检出二氧化硫，遭浦东新区市场监管局公示； 2018 年 8 月，立高食品生产的“立高”植脂奶油、“立高”欢戴植脂奶油因酸价（以脂肪计）超标，被厦门市市场监管局列入食品安全监督抽检不合格名单； 2019 年 1 月，佛山市食品药品监督管理局公布的食品抽检结果显示，立高食品佛山分公司生产的立高牌香橙纤果泥（果酱，规格为 1.6kg/罐）不合格。
3	海峡消费报（搜狐平台帐号）	不合格问题食品企业名单	淘宝怡麦烘焙（厦门市思明区怡麦烘焙用品经营部）销售的标称广东立高食品有限公司生产的立高（明示）欢戴植脂奶油（生产日期 2017 年 06 月 25 日），酸价（以脂肪计）超标。
4	中国新闻网	女子吃老婆饼吃出疑似塑料手套物品 官方介入调查	消费者在嘉艺坊海口店销售的标称广州奥昆食品有限公司生产的老婆饼中吃出塑料手套

上述第 1 项负面报告中“香橙纤果泥（果酱，规格为 1.6kg/罐）不合格”，系因标签不符合《预包装食品营养标签通则》的要求，致使检验结论为不合格。上述情况发生后，公司启动召回机制并加强对相关规定的学习，以避免出现类似问题。根据佛山市三水区食品药品监督管理局的《通告》，鉴于公司能积极配合调查，对该产品及时启动召回措施，没有造成危害的后果，相关标注错误属于修约错误，不影响食品安全且不会对消费者产生误导，决定对公司不予处罚，责令

改正以上违法行为。其他 3 类产品为下游客户流通环节抽检结果不合格的情况，经过公司相关产品生产地监管机关复检均为合格。

上述第 2-3 项负面报道中公司产品在下游客户流通环节抽检结果不合格的情况，经过公司相关产品生产地监管机关复检均为合格。

上述第 4 项负面报道中嘉艺坊海口店为公司经销商的终端客户，消费者声称在家中食用公司产品时发现异物。由于事发地不在销售现场，较难追溯异物的由来及责任主体，监管部门未对该事项进行处理定责。事后，公司进一步强化了生产车间防止异物带入规定的执行力度，从源头避免类似事件的发生。

因此，上述负面报道所涉事项不会对公司的生产经营造成重大不利影响。

公司已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“十、发行人质量控制情况”之“（三）消费者投诉、举报或起诉情形及负面报道情况”补充披露上述内容。

三、结合发行人奶油产品、冷冻烘焙食品的贮藏、流通环节的环境卫生要求，是否需要全程冷链运输及保存，说明发行人对上述产品保质期内的管控措施及其有效性

1、发行人奶油产品、冷冻烘焙食品的贮藏、流通环节的环境卫生要求，是否需要全程冷链运输及保存

公司奶油产品、冷冻烘焙食品对环境卫生要求较高，均需冷链运输及保存，其中，稀奶油需采用冷藏保存及运输，其他奶油类产品及冷冻烘焙食品需采用冷冻保存及运输。奶油产品、冷冻烘焙食品在贮藏、流通环节的环境卫生要求如下：

（1）冷冻仓的贮存及出库温度为不高于-18℃，入库温度不高于-12℃；冷藏仓贮存及出库温度为 1℃至 7℃，入库温度为 0℃至 9℃；仓库须每天定时进行温、湿度检测；

（2）对冷冻品运输车辆装卸、运输等环节均制定了温度标准，要求在运输环节全程制冷，冷冻运输车厢内温度达到-18℃以下，冷藏运输车厢内温度达到 2℃至 8℃；

（3）仓库卫生、整洁；运输工具保持清洁卫生，严禁将产品与有毒、化学物品、油腥、海鲜、易污染物品等不适合与食品类产品共同存放的物品混装。

2、发行人对上述产品保质期内的管控措施及其有效性

公司根据《食品安全国家标准食品冷链物流卫生规范》，制定并严格执行《冷链管控管理制度》、《自有车辆管理制度》、《第三方物流公司管理制度》、《仓库部管理规定》、《外仓储存保管要求》等制度，主要管控措施如下：

（1）要求成品与其它类别物资分仓库贮存，同类别品种的物资按产地、批次不同分别摆放，做到整齐、干净。定期打扫仓库，库内要保持清洁卫生、干燥、无污垢、无霉菌、无异味、无杂物等，库内不得有昆虫、鼠类动物进入，不得有蜘蛛网。

（2）要求第三方物流公司的运输工具应保持清洁卫生，应建立清洁卫生消毒记录制度，定期对运输工具清洁或消毒。装载其他物品时应按包装上标识的贮存条件要求进行运输。严禁将产品与有毒、化学物品、油腥、海鲜、易污染物品、走私违禁品、危险品等不适合与食品类产品共同存放的物品混装。否则，由此造成的一切损失由第三方物流公司承担。

（3）建立仓库温度监管体系，当仓库温度低于一定温度时，视情况严重性，分别以信息方式自动推送至仓管员、冷链专员、物流经理、质量中心总监等人员手机，及时处理温度异常问题，并对上述人员的处置及时性进行考核。

（4）产品出库、到货交接时，对产品温度进行抽查。对于出库温度不达标，不得装车；对于到货温度不达标导致客户拒收，物流供应商需及时通知公司且做好客户解释工作。

（5）运输车辆需安装固定式温度控制设备或投放便携式温度检测设备，对运输环节当中的装车、运输、卸货等各个环节的温度进行监控。对于温控不达标的，按照不达标程度的轻重对自有车辆司机及第三方物流公司进行惩罚。

（6）对第三方物流建立评分制度，以月度为单位进行考核，如评分较高，则加大运输量；如评分较低，处以书面整改、减少运输量，直至停止合作等处罚。

（7）涉及第三方仓储、第三方物流公司，则在协议内将相关要求予以明确，如因保存、运输不当导致产品质量或食品安全问题，由第三方仓储、第三方物流公司承担全部损失。

报告期内，公司对上述产品保质期内的管控措施得到有效执行，不存在因贮藏、运输不当而产生的食品安全问题。

公司已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“十、发行人质量控制情况”之“（四）奶油产品、冷冻烘焙食品的贮藏、流通环节的环境卫生要求，发行人对上述产品保质期内的管控措施及其有效性”补充披露上述内容。

四、合作的第三方物流是否具有相关资质，运输问题导致的食品安全问题责任划分情况

根据《中华人民共和国道路运输条例》，与公司合作的物流公司所需的资质为《道路运输经营许可证》。报告期内，公司合作的第三方物流公司均具备《道路运输经营许可证》。

根据公司与第三方物流公司签订的运输协议，第三方物流公司应保持车辆完全符合《食品安全法》以及公司对运输工具的要求，即运输车辆清洁卫生，满足温度、湿度要求，不得与危险品、化学品及有污染性、有刺激性、有毒、有害、有腐蚀性、有异味（如海产品）等物品混装。如因运输问题导致的食品安全问题，由第三方物流公司承担全部损失。报告期内，公司不存在因运输问题导致的食品安全问题。

公司已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“十、发行人质量控制情况”之“（五）合作的第三方物流相关资质，运输问题导致的食品安全问题责任划分情况”补充披露上述内容。

五、针对食品安全突发事件，是否建立了有效的应对机制

在应对食品安全突发事件上，在事前预防、事中监控、事后应对方面，公司建立了有效的应对机制，有效预防、积极应对食品安全突发事件，保障消费者健康与生命安全。具体情况如下：

在事前预防方面，公司已在采购、生产、储存、运输、销售等环节制定了严格的食品安全控制制度，详情参见本回复问题 2 之“一、食品安全控制制度及措施是否健全并有效执行，是否足够保障发行人的食品安全，报告期内主管部门对发行人食品质量的监督检查情况”。

在事中监控方面，公司质量控制部门负责食品安全事故信息收集。一方面，公司通过网络检索等方式，跟踪国家及各地质量监督管理部门的相关制度规定的调整信息，风险提示信息，监控网络上出现的公司产品质量及食品安全相关信息；

另一方面，公司对销售人员进行培训，要求一线销售人员遇到食品安全问题时，及时向质量控制部门反馈。此外，公司制定《食品安全事故处置制度》，要求任何员工有义务在第一时间报告（含越级报告）食品安全事故，任何部门或者个人不得对食品安全事故隐瞒、谎报、缓报。

在事后应对方面，根据国家相关法律法规，公司制定了《应急响应控制程序》、《食品安全突发事件应对机制》、《食品安全事故处置制度》、《产品召回控制程序》等制度文件。当食品安全突发事件发生时，公司采取及时的产品召回程序，通知相关方停止生产，查清原因，提出处理意见，并进行后续赔偿及处置等工作，同时及时与监管部门进行沟通和信息上报，向消费者进行充分的信息发布，并将食品安全突发事件的原因、处理进程、整改方式进行总结，形成纠正与完善措施。

综上，针对食品安全突发事件，公司已建立了有效的应对机制。

公司已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“十、发行人质量控制情况”之“（七）对食品安全突发事件是否已制定完整有效的应对措施及制度”补充披露上述内容。

六、请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见

1、核查过程

保荐人及发行人律师执行了以下核查程序：

（1）与公司质量部门相关人员进行访谈，了解公司食品安全的质量监控措施；

（2）获取公司对食品安全专项制度文件，以及全流程的食品安全管理规定文件；

（3）获取了公司的执法抽检及监督检查统计表，访谈了公司的质量管理人员，并检索国家市场监督管理总局、广东省市监局、广州市市监局、广州市南沙区市监局、佛山市市监局、增城市市监局、浙江省市监局、湖州市市监局、新乡市市监局、信用中国、信用广东、信用广州、信用佛山、信用湖州、信用新乡、信用长兴、广州市增城区人民政府、广州市南沙区人民政府、佛山市三水区人民政府、长兴县人民政府、新乡市人民政府、公示系统等网站有关公示信息；检索国家市场监督管理总局、信用中国网站有关公示信息；

(4) 获取了广州市增城区市场监督管理局、佛山市三水区市场监督管理局、广州市南沙区市场监督管理局、长兴县市场监督管理局出具的相关证明；

(5) 与公司质量部门相关人员进行访谈，查询市场监督管理局和中国裁判文书网等网站，以及通过搜索引擎以网络检索的方式，查询公司被消费者投诉、举报或起诉，以及媒体负面报道的情况；

(6) 访谈了公司物流及仓储部门的相关人员，获取了公司在物流环节的管理制度，获取了公司与物流供应商、仓储供应商签署的合作协议，了解了奶油产品、冷冻烘焙食品的贮藏、流通环节的环境卫生要求，以及对冷链运输及保存的具体要求；

(7) 实地考察了公司的仓库，实地考察了解仓库、物流管理人员的日常管理工作，现场考察了物流温度控制系统的运行状况；

(8) 获取并核查了与公司合作的第三方物流公司的《道路运输许可证》，查阅了公司与第三方物流公司合作协议内关于食品安全问题的相关约定；

(9) 获取了公司关于食品安全突发事件的相关规定，了解了公司对食品安全突发事件的响应机制。

2、核查结论

经核查，保荐人及发行人律师认为：

(1) 食品安全控制制度及措施健全并有效执行，足够保障发行人的食品安全；报告期内，公司及其下属分子公司在生产环节被执法抽检及监督检查 113 次，除一次因标签不符合《预包装食品营养标签通则》的要求，检验结论为不合格外，其余抽检全部为合格或通过，且该次不合格不影响食品安全，亦未受到主管部门处罚；报告期内，公司的相关产品在流通环节在 4 次抽检中结果“不合格”但复检结果合格。报告期内，公司未发生重大食品安全事故，亦不存在因食品质量问题受到有关部门行政处罚的情形；

(2) 报告期内，公司不存在因发生食品安全问题被消费者投诉、举报或起诉的情况；媒体负面报道所涉事项不会对公司的生产经营造成重大不利影响；

(3) 公司奶油产品、冷冻烘焙食品均需冷链运输及保存，对环境卫生要求较高；公司对产品保质期内的管控措施健全，且得到有效执行；

(4) 公司合作的第三方物流均具备《道路运输经营许可证》。如因运输问题导致的食品安全问题，由第三方物流公司承担全部损失；

(5) 针对食品安全突发事件，公司已建立了有效的应对机制。

（本页无正文，为《关于立高食品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之发行人盖章页）



2020年10月21日

发行人董事长声明

本人已认真阅读关于立高食品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复报告的全部内容，本次落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

发行人董事长： 
彭裕辉



立高食品股份有限公司

2020年10月21日

（本页无正文，为中信建投证券股份有限公司《关于立高食品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人：



翁嘉辉



温家明

中信建投证券股份有限公司



2020年10月21日

关于本次落实函回复报告的声明

本人作为立高食品股份有限公司保荐机构中信建投证券股份有限公司的董事长，现就本次落实函回复报告郑重声明如下：

“本人已认真阅读立高食品股份有限公司本次落实函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。”

保荐机构董事长签名：_____

王常青

中信建投证券股份有限公司

