本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

欢乐家食品集团股份有限公司

HUANLEJIA Food Group Co., Ltd.

（湛江市开发区人民大道中 71 号欢乐家大厦 28 层、29 层、31 层、32 层）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（上会稿）

本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）

中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

（广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座）

声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

本次发行概览

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次公司公开发行新股不超过 9,000 万股，占本次发行后公司总股本的比例不低于 10%，原股东不公开发售老股
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 45,000 万股
保荐人（主承销商）	中信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2020 年【】月【】日

重大事项提示

公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必认真阅读本招股说明书正文内容，并特别关注以下重要事项及公司风险：

一、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险

（一）市场需求变化和新产品销售风险

公司处于食品饮料行业，产品直接面对广大消费者，消费者的需求偏好和购买力会对公司的产品销售产生重要影响。由于食品饮料行业市场环境成熟且行业技术门槛较低，吸引了大量的竞争者进入，消费者有数量众多的品牌厂商和品类繁多的产品可供选择。随着社会进步和人民收入水平不断的提高，消费者对食品饮料偏好变化较快，对产品的口味、质量、功效、消费体验等方面要求也在不断提高，消费需求呈现出多样化、个性化的趋势。因此，能否准确把握食品饮料市场的潮流趋势、及时预测和满足快速变化的市场需求，开发出适销对路的产品，是公司长远发展的关键。

为了满足消费者多元化的需求、丰富公司产品线、增加公司的盈利点、增强公司的抗风险能力，公司近年来不断地研发和推出新产品，如乳酸菌饮料、八宝粥产品等。如果新产品销售不及预期，或者市场需求在短时间内出现重大变化而公司未能进行有效应对，可能会对公司的经营和利润情况产生不利影响。

（二）原材料价格波动风险

公司采购的直接材料主要包括水果、生榨椰肉汁等主材，白糖、添加剂等辅材以及瓶、盖、纸箱等包材。其中，水果、生榨椰肉汁、白糖等农副产品对市场的供需变化较为敏感，市场价格波动幅度较大，如遇气候变化、自然灾害、贸易争端等情况可能导致市场供应紧张、采购单价大幅上升，进而导致公司的生产成本上升。

如果公司未来原材料采购价格出现较大幅度上升，而公司未能通过提高产品销售价格等方式消除其不利影响，公司盈利能力存在下滑风险。

（三）新冠疫情的影响

不可抗力事件的发生，可能会对公司经营产生不利影响。2020 年初，新型冠状病毒感染的肺炎疫情在湖北省爆发并迅速在全国范围内蔓延，为控制疫情传播，全国各地

政府陆续对人员流动、交通管制等方面采取限制性措施，如关闭人员聚集场所、延迟春节假期复工复学时间、加强交通管制及人员监控等，同时广大民众响应号召自主进行居家隔离，上述情况对消费零售行业造成了较大冲击。

湖北省一直为公司的第一销售大省，武汉市小雨点贸易有限公司为公司报告期内的第一大客户；而本次疫情发生的时间，恰处于公司春节销售旺季，湖北省乃至全国市场的产品动销情况均受到不同程度的冲击。公司在湖北地区设有两大生产基地，分别位于湖北省汉川市和枝江市。受本次疫情的影响，公司各生产基地在 2020 年一季度先后暂停了生产活动，根据疫情的区域发展差异，山东欢乐家、湖北欢乐家、武汉欢乐家分别于 2020 年 2 月中旬、3 月中旬和 4 月初恢复生产。虽然公司积极制定疫情应对预案并实施应对措施，但本次疫情预计仍会对公司全年的经营业绩产生不利影响。

（四）产品销售存在季节性特征，销售旺季存在销售遇阻风险

公司饮料、罐头等产品的销售具有季节性特征。由于水果罐头、植物蛋白饮料产品具有一定的礼品属性，在我国春节、中秋节等传统节日期间市场需求较大，对公司而言，节前两个月到节日期间一般为公司产品的销售旺季，呈现节前逐渐升温、节后迅速回落的节日效应，公司的经营业绩有比较明显的季节性波动。随春节到来时间的早晚不同，公司的销售收入会在年际之间呈现不同的分布状态。

在销售旺季，如遭遇恶劣天气，公司的产品销售可能会因为交通受阻、市场需求减少而受到较大影响。此外，在销售淡季，公司在产能分配、员工招聘、市场营销等方面也将面临较大的经营压力。

（五）经销商模式的风险

报告期内，公司产品销售以经销模式为主。2020 年上半年，公司开展合作的签约经销商数量为 1,448 家；报告期内，公司经销收入分别为 116,963.56 万元、132,955.98 万元、138,866.70 万元和 57,068.31 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 98.69%、98.76%、97.98%和 95.73%。通过经销模式，公司借助经销商的网点资源，建立了基本覆盖全国范围的销售网络，提高了公司产品市场渗透率。未来经营中，公司仍将保持以经销模式为主的销售模式。

虽然公司建立了涵盖经销商选择、培训、激励、考核以及淘汰等内容在内的经销商管理制度，能够及时在全国各区县内选择出符合公司发展战略、企业文化和品牌形象的

经销商，但随着公司业务规模和销售区域的不断扩大，若公司对经销商的管理无法与公司的发展相匹配，将会对公司在该地区的销售造成负面影响。

（六）应收账款回收风险

公司对经销商主要采用先款后货的结算模式。近年来，为拓展产品市场、提高销售能力，公司给予有较大增长潜力、尚未开拓的市场以及重点销售区域内的部分经销商一定的信用额度用于加大营销渠道的建设与市场培育。公司根据相关市场的销售情况、经销商的信用等级、合作情况以及资金实力等，灵活调整信用期和信用额度。

2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末，公司的应收账款账面价值分别为 16,104.64 万元、11,653.25 万元、8,118.07 万元和 12,769.40 万元，虽然每年年末呈逐年下降趋势，且 2020 年 6 月末较上年同期也有所下降，但应收账款余额仍然较大。虽然公司已按照会计准则计提了相应坏账准备，但如果未来出现大面积坏账发生的情况，可能会对公司现金流产生负面影响。

（七）募集资金投资项目实施风险

本次募集资金计划用于智慧新零售网络建设项目，年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目，营销网络建设项目，研发检测中心项目，信息系统升级建设项目以及补充流动资金及偿还银行借款。以上项目是基于当前经济形势、市场环境、行业发展趋势及公司实际经营状况做出的。公司成功实施该等项目后，对于提升公司旺季产能、完善营销渠道和提升信息管理效率等具有重要意义，对进一步提高产品市场占有率、提升公司核心竞争力和增强抵御市场风险能力都具有重要意义。

如果公司因自身管理能力不足，或者因市场环境发生不利变化、行业竞争加剧等原因，导致项目不能按照进度实施，或者实施后不能达到预期收益，将对公司经营计划的实现和持续发展产生不利影响。

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。

二、本次发行前滚存利润分配方案

根据公司 2020 年 2 月 29 日召开的 2020 年第二次临时股东大会决议，本次公开发行股票前滚存的未分配利润，由本次公开发行后的全体新老股东按持股比例共享。

三、本次发行后股利分配政策

本次发行后的股利分配政策详见“第十节 投资者保护”之“二、股利分配政策”之“（二）公司本次发行上市后的股利分配政策及上市后三年的利润分配计划”。

目录

声明 2
本次发行概览 3
重大事项提示 4
一、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险 4
二、本次发行前滚存利润分配方案 6
三、本次发行后股利分配政策 7
目录 8
第一节 释义 12
一、基本术语 12
二、专业术语 13
第二节 概览 15
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 15
二、本次发行概况 15
三、发行人报告期内主要财务数据和财务指标 16
四、公司主营业务经营情况 17
五、创新、创造、创意特征以及新旧产业融合情况 18
六、公司选择的具体上市标准 19
七、公司治理特殊安排及其他重要事项 19
八、募集资金用途 19
第三节 本次发行概况 21
一、本次发行的基本情况 21
二、本次发行的有关当事人 22
三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系 24
四、预计发行上市时间表 24
第四节 风险因素 25
一、创新风险 25
二、技术风险 25
三、经营风险 25
四、内控风险 27
五、财务风险 27

六、发行失败风险.....28
七、其他风险.....28
第五节 发行人基本情况.....35
一、公司概况.....35
二、公司改制设立情况.....35
三、发行人报告期内股本变化和重大资产重组情况.....37
四、发行人的股权结构.....58
五、发行人控股子公司、分公司和参股公司情况.....58
六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况.....95
七、发行人股本情况.....99
八、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况.....100
九、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的兼职情况.....103
十、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员与本公司签订的协议及其履行情况.....104
十一、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员变动情况.....104
十二、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的其他对外投资情况.....105
十三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况.....106
十四、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的薪酬情况.....107
十五、公司员工情况.....112
第六节 业务与技术.....118
一、公司主营业务、主营产品及设立以来的变化情况.....118
二、公司所处行业的基本情况.....173
三、公司在行业中的市场地位.....190
四、发行人经营情况.....196
五、发行人主要资产情况.....293
六、特许经营情况.....314
七、发行人核心技术和研发情况.....314
八、境外经营情况.....320
第七节 公司治理与独立性.....321
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度及董事会专门委员会的建立健全及运行情况.....321
二、公司管理层对内部控制的自我评估和注册会计师的鉴证意见.....323

三、公司报告期内的违法违规情况.....324
四、资金占用与对外担保情况.....327
五、独立经营情况.....328
六、同业竞争.....329
七、关联方及关联关系.....338
八、关联交易情况.....342
九、发行人关联交易制度履行情况及独立董事意见.....358
十、减少关联交易的措施.....359
第八节 财务会计信息与管理层分析.....361
一、财务报表和审计意见.....361
二、发行人财务报表的编制基础和合并财务报表范围及变化情况.....375
三、影响未来盈利能力或财务状况的风险.....376
四、影响收入、成本、费用和利润的主要因素以及对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标.....376
五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....378
六、发行人适用的各种税项及税率.....412
七、非经常性损益明细表.....412
八、主要财务指标.....417
九、经营成果分析.....419
十、资产质量分析.....547
十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....607
十二、重大资本性支出与资产业务重组.....627
十三、期后事项、或有事项及其他重要事项.....627
十四、盈利预测.....628
十五、财务内控相关问题.....628
第九节 募集资金运用与未来发展规划.....630
一、募集资金投资概况.....630
二、智慧新零售网络建设项目.....632
三、年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目.....639
四、营销网络建设项目.....643
五、研发检测中心项目.....645
六、信息系统升级建设项目.....650

七、补充流动资金及偿还银行借款项目.....653
八、公司未来发展规划.....654
第十节 投资者保护.....658
一、投资者权益保护情况.....658
二、股利分配政策.....659
三、完善股东投票机制.....662
第十一节 其他重要事项.....664
一、重要合同.....664
二、对外担保情况.....666
三、重大诉讼和仲裁事项.....666
四、关联方的重大诉讼或仲裁事项.....672
五、控股股东、实际控制人的重大违法行为.....673
第十二节 声明.....674
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....674
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....675
三、保荐人（主承销商）声明.....676
四、发行人律师声明.....679
五、会计师事务所声明.....680
六、资产评估机构声明.....681
七、验资机构声明.....682
第十三节 附件.....683
一、备查文件.....683
二、查阅地点.....683
三、查阅时间.....684
四、查阅网址.....684

第一节 释义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称、名称或术语具有如下含义：

一、基本术语

发行人、公司、本公司、股份公司、欢乐家	指	欢乐家食品集团股份有限公司，由湛江市欢乐家食品有限公司整体变更设立
A 股	指	获准在境内证券交易所上市、以人民币标明面值、以人民币认购和进行交易的普通股股票
本次发行	指	公司拟首次发行不超过 9,000 万股人民币普通股（A 股）的行为
招股说明书	指	《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》
欢乐家有限	指	湛江市欢乐家食品有限公司，发行人前身
湛江湛兴旺	指	湛江市湛兴旺食品有限公司，发行人前身
湛江旺多多	指	湛江市旺多多食品有限公司，发行人实际控制人曾控制的企业
湖北欢乐家	指	湖北欢乐家食品有限公司，发行人子公司
山东欢乐家	指	山东欢乐家食品有限公司，发行人子公司
武汉欢乐家	指	武汉欢乐家食品有限公司，发行人子公司
深圳众兴利华	指	深圳市众兴利华供应链有限公司，发行人子公司
湛江欢乐家	指	湛江欢乐家实业有限公司，发行人子公司
豪兴投资	指	广东豪兴投资有限公司，发行人控股股东
荣兴投资	指	湛江荣兴投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
众兴利华湛江分公司	指	深圳市众兴利华供应链有限公司湛江分公司
南粤银行	指	广东南粤银行股份有限公司，发行人参股公司
广东欢乐家投资	指	广东欢乐家投资有限公司，发行人的关联方
湛江兴宝达物流	指	湛江兴宝达物流有限公司，发行人的关联方
广东湛兴车城	指	广东湛兴车城经营管理有限公司，发行人的关联方
湛江誉兴置业	指	湛江誉兴置业有限公司，发行人的关联方
湛江华泉建材	指	湛江华泉建材有限公司，发行人的关联方
湛江佳烨置业	指	湛江市佳烨置业有限公司，发行人的关联方
湛江希朋酒店	指	湛江市希朋酒店管理有限公司，发行人的关联方
湛江御家物业	指	湛江市御家物业管理有限公司，发行人的关联方
湖南荣仕贸易	指	湖南欢乐家荣仕贸易有限公司，曾为发行人的关联方
深圳乐满家实业	指	深圳市乐满家实业有限公司，曾为发行人的关联方
临沂晋益塑料	指	临沂晋益塑料包装材料有限公司，发行人的供应商

品悦轩餐饮店	指	湛江开发区品悦轩餐饮店，发行人的关联方
湛江凯利佳	指	湛江市凯利佳房地产开发有限公司，发行人的关联方
广东康琦赛投资	指	广东康琦赛投资有限公司，发行人的关联方
成都牛车水食品	指	成都牛车水食品有限公司，发行人的客户
中山维嘉思食品	指	中山市维嘉思食品饮料有限公司，发行人的委外加工商
湛江华煌食品	指	湛江市华煌食品有限公司，发行人的委外加工商
深圳耀达	指	深圳耀达商业服务有限公司，发行人承租房产的出租方
浙江椰雅饮品	指	浙江椰雅饮品有限公司
家天下投资	指	深圳市家天下投资企业（有限合伙）
星联星投资	指	深圳市星联星投资企业（有限合伙）
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐机构、主承销商、中信证券	指	中信证券股份有限公司
发行人律师、天衡律师	指	福建天衡联合律师事务所
审计机构、发行人会计师、致同会计师	指	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
评估机构、中水致远	指	中水致远资产评估有限公司
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《欢乐家食品集团股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	经发行人股东大会通过的、按照《公司法》和《上市公司章程指引》等中国相关法律法规制定的发行人《公司章程（草案）》
报告期、最近三年一期	指	2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月
元、万元	指	人民币元、人民币万元
股东大会	指	本公司股东大会
董事会	指	本公司董事会
监事会	指	本公司监事会
《股东大会议事规则》	指	《欢乐家食品集团股份有限公司股东大会议事规则》
《董事会议事规则》	指	《欢乐家食品集团股份有限公司董事会议事规则》
《监事会议事规则》	指	《欢乐家食品集团股份有限公司监事会议事规则》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则》

二、专业术语

PE	指	Polyethylene（聚乙烯），是乙烯经聚合制得的一种热塑性树脂。无臭、无毒、透明度较低，化学稳定性好，具有优良的耐低温性能，但耐热性较差，常用于后杀菌饮料的灌装。
PET	指	Polyethylene Terephthalate（聚对苯二甲酸乙二醇酯），是热塑

		性聚酯中最主要的品种，俗称涤纶树脂。PET 瓶具质轻、透明度高、耐冲击不易碎裂等特性，保存性佳，逐渐发展成为饮料包装瓶的主流材质，常用于无菌冷灌饮料包装。
OEM	指	Original Equipment Manufacturer 的简称，是受托厂商按来样厂商之需求与授权，按照厂家特定的条件而生产
生榨椰肉汁	指	将椰子肉磨碎压榨处理得到的液体，是生产椰子汁的主要原材料
HACCP	指	Hazard Analysis Critical Control Point（危害分析的临界控制点）。HACCP 体系是国际上共同认可和接受的食品安全保证体系，主要是对食品中微生物、化学和物理危害进行安全控制
商业无菌	指	不含危害公共健康的致病菌和毒素，不含任何在产品储存、运输及销售期间能繁殖的微生物，在产品有效期内保持质量稳定和良好的商业价值
无菌冷灌	指	无菌冷灌装技术，指在无菌条件下对产品进行冷（常温）灌装，这是相对于通常采用在一般条件下进行的高温热灌装方式而言的。其定义为，常温下（≤30℃）在无菌的环境下将无菌的产品灌装到无菌的包装容器中，然后进行密封。由于 PET 材质的耐热性较差，在传统热灌装条件下难以采用
去料加工	指	委托方提供原材料、辅料、零部件、元器件、配套件和包装物料，必要时提供设备，由被委托方按委托方的要求进行加工生产，成品交委托方销售，被委托方收取加工费的生产方式
经销模式	指	公司与经销商签订销售合同，经销商向公司买断产品后销售给下游的销售模式
直营模式	指	公司直接向最终消费者销售产品的销售模式
代销模式	指	公司与代销商签订代销协议由其代理销售公司产品的销售模式
法国西得乐	指	Société Industrielle Des Emballages Légers（Sidel），于 1965 年创办于法国，是 PET、易拉罐、玻璃瓶及其他材料包装设备、服务和整线解决方案全球领先提供商
养元饮品	指	河北养元智汇饮品股份有限公司，上海证券交易所上市公司（证券代码：603156）
承德露露	指	河北承德露露股份有限公司，深圳证券交易所上市公司（证券代码：000848）
林家铺子	指	大连林家铺子食品股份有限公司，全国中小企业股份转让系统挂牌公司（证券代码：871930）
凯欣股份	指	山东凯欣绿色农业发展股份有限公司，全国中小企业股份转让系统挂牌公司（证券代码：835850）

本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能存在差异，这些差异是由四舍五入造成的。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人中文名称	欢乐家食品集团股份有限公司	**有限公司成立日期**	2001 年 12 月 12 日
发行人英文名称	HUANLEJIA Food Group Co., Ltd.	**股份公司成立日期**	2019 年 6 月 4 日
注册资本	36,000 万元	**法定代表人**	李兴
注册地址	湛江市开发区人民大道中 71 号欢乐家大厦 28 层、29 层、31 层、32 层	**主要生产经营地址**	湛江市开发区人民大道中 71 号欢乐家大厦 28 层、29 层、31 层、32 层
控股股东	广东豪兴投资有限公司	**实际控制人**	李兴、朱文湛、李康荣
行业分类	C15 酒、饮料和精制茶制造业	**在其他交易场所（申请）挂牌或上市情况**	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	中信证券股份有限公司	**主承销商**	中信证券股份有限公司
发行人律师	福建天衡联合律师事务所	**其他承销机构**	无
审计机构	致同会计师事务所（特殊普通合伙）	**评估机构**	中水致远资产评估有限公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不超过 9,000 万股	**占发行后总股本比例**	不低于 10%
其中：发行新股数量	不超过 9,000 万股	**占发行后总股本比例**	不低于 10%
股东公开发售股份数量	本次发行不涉及老股转让	**占发行后总股本比例**	-
发行后总股本	不超过 45,000 万股		
每股发行价格	【】元 通过向询价对象询价或符合中国证监会规定的其他方式确定发行价格		
发行市盈率	【】倍（每股收益按【】年经审计的、扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	1.81 元（按经审计的截至 2020	**发行前每股收益**	0.24

	年 6 月 30 日归属于母公司股东的净资产除以发行前总股本计算）	**（元/股）**	
发行后每股净资产	【】元（按本次发行后归属于母公司股东的净资产除以发行后总股本计算，其中，发行后归属于母公司股东的净资产按经审计的截至【】年【】月【】日归属于母公司股东的净资产和本次募集资金净额之和计算）	**发行后每股收益（元/股）**	**【】**
发行市净率	【】倍（按每股发行价除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	本次发行将采取网下向网下投资者询价配售与网上按市值申购定价发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他发行方式		
发行对象	符合资格的网下投资者和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（中国法律、行政法规、所适用的其他规范性文件及公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外）或中国证监会规定的其他对象		
承销方式	主承销商余额包销		
拟公开发售股份股东名称	无		
发行费用的分摊原则	不适用		
募集资金总额	**【】**		
募集资金净额	**【】**		
募集资金投资项目	智慧新零售网络建设项目		
	年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目		
	营销网络建设项目		
	研发检测中心项目		
	信息系统升级建设项目		
	补充流动资金及偿还银行借款项目		
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，包括：保荐承销费【】万元，审计及验资费用【】万元，评估费用【】万元，律师费用【】万元，信息披露费用【】万元，股份登记费用【】万元，发行手续费用【】万元；其他费用【】万元		
（二）本次发行上市的重要日期			
刊登发行公告日期	**【】**年**【】**月**【】**日		
开始询价推介日期	**【】**年**【】**月**【】**日		
刊登定价公告日期	**【】**年**【】**月**【】**日		
申购日期和缴款日期	**【】**年**【】**月**【】**日		
股票上市日期	**【】**年**【】**月**【】**日		

三、发行人报告期内主要财务数据和财务指标

致同会计师已对发行人最近三年一期的财务报告出具了无保留意见的审计报告，主要财务数据如下：

项目	2020 年 1-6 月 /2020-06-30	2019 年度/ 2019-12-31	2018 年度/ 2018-12-31	2017 年度/ 2017-12-31
资产总额（万元）	125,392.90	141,066.71	138,725.31	130,947.53
归属于母公司的所有者权益（万元）	65,315.79	61,866.19	46,542.81	34,770.56
资产负债率（母公司）	22.00%	29.28%	36.41%	47.11%
营业收入（万元）	59,796.56	142,413.07	135,478.35	119,474.79
净利润（万元）	8,479.18	20,678.28	16,097.41	8,339.18
归属于母公司所有者的净利润（万元）	8,479.18	20,678.28	16,097.41	8,339.18
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	8,208.80	20,137.38	12,222.86	9,306.76
基本每股收益（元）	0.24	0.57	-	-
稀释每股收益（元）	0.24	0.57	-	-
加权平均净资产收益率（%）	12.73%	36.14%	37.59%	53.33%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	7,192.21	23,513.52	27,816.45	-3,320.15
现金分红（万元）	-	8,000.00	8,500.00	-
研发投入占营业收入比例（%）	0.09%	0.05%	0.22%	0.07%

四、公司主营业务经营情况

（一）主营业务产品

公司自成立以来，一直致力于水果罐头、植物蛋白饮料、果汁饮料、乳酸菌饮料等食品饮料产品的研发、生产和销售。

公司的产品主要分为两大类：第一类是椰子汁植物蛋白饮料、果汁饮料、乳酸菌饮料等饮料产品；第二类是水果罐头、八宝粥罐头等罐头食品。公司产品面向的消费群体是全体个人消费者。

（二）经营模式

公司采购业务包括采购原材料、包装材料、设备、劳务、能源等。原材料分为主材（主要包括水果、果类加工品等）和辅材（主要包括白糖和食品添加剂等），包装材料主要包括瓶、盖、纸箱和商标等。公司采购部门采取集团化平台式组织架构，集团在湖北汉川设立采购中心，统筹管理供应商系统，各个生产工厂按照自身需求在平台上采购

下单。

公司以自主生产为主，委外生产为辅。公司大部分产品采用自主生产的生产模式，部分新产品在面市初期选择委外加工，形成稳定销量后再转为自主生产；同时部分产品的非核心工序也选择为委外加工。

公司销售模式以经销为主，少量通过直营和代销方式进行销售。公司设立了销售全资子公司深圳众兴利华，所有客户均与其签署销售合同，各生产子公司生产的产品均由深圳众兴利华统一实现对外销售。

（三）行业竞争地位

国内食品制造行业集中度不高，且产品种类较多。在植物蛋白饮料行业和罐头食品行业，公司核心产品欢乐家水果罐头（尤以橘子罐头和黄桃罐头为代表）及欢乐家椰子汁市场占有率较高，拥有较高的市场知名度。

公司现为中国罐头工业协会副理事长单位，中国饮料工业协会理事单位。根据中国罐头工业协会的行业调查结果，“欢乐家”品牌水果罐头从 2017 年到 2019 年连续三年的国内市场销售量和销售额，位居全行业前三名。公司 2016 年荣获中国罐头工业协会颁发的“中国罐头十强企业（内销）”称号；2018 年、2019 年度，连续获得中国罐头工业协会颁发的“中国罐藏食品领先品牌”称号；2018 年荣获中国食品安全健康产业论坛“中国安全食品（行业）十大消费者满意品牌”称号；2018 年、2019 年荣膺中国品牌影响力发展论坛“中国品牌影响力 100 强”称号。公司多年来坚持以食品安全为基本，以市场为导向，已形成水果罐头和椰子汁为双驱动的发展战略。

五、创新、创造、创意特征以及新旧产业融合情况

公司的创新、创造、创意特征以及新旧产业的融合情况，集中体现于先进生产设备的使用和改造、与生产紧密相关的生产工艺及核心技术的研发和运用。

在改良椰子汁（果肉型）植物蛋白饮料在传统的高温长时间灭菌工艺的基础上，克服安全性与过度受热造成影响口感的矛盾，2018 年公司与世界一流的 PET 无菌冷灌装设备生产商法国西得乐共同研究设计采用双线法的方式将果肉与椰子汁分开处理，定制化的瞬时高温处理工艺在确保品质安全的前提下最大化的保留了内容物的新鲜度及营养价值，同时独特的输送装置兼顾果粒的完整性和均匀性，节能环保，结合国际一流的

装备系统，成功实现了在中性植物蛋白饮料中添加果粒成分的工艺创新，增加内容物的附加值。用 PET 瓶无菌冷灌装线生产带果肉的中性植物蛋白饮料，属国内首创。

公司积累了丰富的产品设计制造经验，通过独立研发取得了一系列独特的工艺流程及装置设备，公司核心技术包括无菌冷灌装条件下的果粒添加技术、橘子罐头自动剥皮技术、黄桃罐头自动劈桃挖核技术、椰子汁二次均质技术、黄桃果肉抽空技术等。公司的各项核心技术在提高工效和产品质量方面均起到了良好的作用，并不易被竞争对手仿制。公司的装置设备及工艺方法制造的产品达到了业内技术领先水平。

六、公司选择的具体上市标准

根据《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》，公司选择的创业板上市标准为第（一）项标准：“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元”。

公司 2018 年、2019 年两年归属于母公司股东的净利润分别为 16,097.41 万元和 20,678.28 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 12,222.86 万元和 20,137.38 万元，扣除非经常性损益前后孰低的净利润均为正且累计不低于人民币 5,000 万元，符合上述标准。

七、公司治理特殊安排及其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在公司治理特殊安排。

八、募集资金用途

经 2020 年 2 月 14 日召开的公司第一届董事会第七次会议、2020 年 5 月 30 日召开的公司第一届董事会第十一次会议以及 2020 年 2 月 29 日召开的 2020 年第二次临时股东大会、2020 年 6 月 14 日召开的 2020 年第六次临时股东大会审议通过，公司公开发行新股的募集资金扣除发行费用后，将按照轻重缓急顺序投资以下项目：

单位：万元

项目名称	项目总投资	募集资金使用金额	建设期	项目备案编号	项目环评批复/备案
智慧新零售网络建设项目	65,000.00	65,000.00	36 个月	2020-440804-72-03-041751	备案号：2020440804000000025
年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目	25,848.00	25,848.00	24 个月	2018-440804-14-03-809544	湛环坡建[2020]1 号

营销网络建设项目	20,000.00	20,000.00	24 个月	2020-440804-72-03-002506	备案号：2020440804000000004
研发检测中心项目	2,279.00	2,279.00	24 个月	2019-440800-73-03-083016	湛环坡建[2020]4 号
信息系统升级建设项目	1,100.00	1,100.00	12 个月	2019-440800-65-03-085218	备案号：20204408000100000001
补充流动资金及偿还银行借款项目	15,000.00	15,000.00	-	-	-
合计	**129,227.00**	**129,227.00**			

注：上述募集资金运用计划仅是对拟投资项目的整体安排，其实际投入时间将按募集资金的实际到位时间和项目的进展情况作适当调整。

若公司募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将通过自筹资金解决。若公司所募集资金超过拟投资项目的资金需求，超过部分将按照国家法律、法规及中国证监会的相关规定履行法定程序后做出适当使用。本次公开发行募集资金到位之前，若公司已根据项目的实际进度以自筹资金先行投入的，在募集资金到位之后将予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

1、股票种类：人民币普通股（A 股）；

2、每股面值：人民币 1.00 元；

3、发行股数：本次公司公开发行新股不超过 9,000 万股，占本次发行后公司总股本的比例不低于 10%，原股东不公开发售老股；

4、每股发行价格：通过向网下投资者询价，由发行人与主承销商协商确定发行价格或监管部门认可的其他方式确定发行价格；

5、发行人高级管理人员、员工拟参与战略配售情况：发行人后续将进一步明确高管、员工参与战略配售的具体方案；

6、保荐人相关子公司拟参与战略配售情况：保荐机构及其相关子公司后续将进一步明确参与本次发行战略配售的具体方案；

7、发行市盈率：【】倍（按每股发行价格除以发行后每股收益计算，发行后每股收益按照发行前一年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润除以本次发行后总股本计算）；

8、发行前每股净资产：1.81 元/股（以截至 2020 年 6 月 30 日经审计的归属于母公司所有者权益除以本次发行前总股本计算）；

9、发行后每股净资产：【】元/股（以【】年【】月【】日经审计的归属于母公司所有者权益加上本次发行募集资金净额除以发行后总股本计算）；

10、市净率：【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产确定）；

11、发行方式：采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或监管部门认可的其他方式；

12、发行对象：符合资格的网下投资者和在深圳证券交易所开设 A 股股票账户的符合条件的投资者（中华人民共和国法律或法规禁止者除外）或监管部门认可的其他投资者；

13、承销方式：余额包销；

14、本次发行费用概算：本次发行费用总额为【】万元，其中承销及保荐费用【】万元，律师费用【】万元，审计及验资费用【】万元，用于本次发行的信息披露费用【】万元，发行手续费用等其他费用【】万元（上述费用均为不含增值税费用）。

二、本次发行的有关当事人

（一）保荐人（主承销商）

名称：中信证券股份有限公司

法定代表人：张佑君

住所：广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

联系地址：北京市朝阳区亮马桥路 48 号中信证券大厦 23 层

电话：010-60833989

传真：010-60833955

保荐代表人：李建、曾劲松

项目协办人：陈双双

其他经办人：方羚、鲍奕旻、张洋

（二）律师事务所

名称：福建天衡联合律师事务所

负责人：孙卫星

住所：厦门市思明区厦禾路 666 号海翼大厦 A 栋 16 层、17 层

电话：0591-83810300

传真：0591-83810301

经办律师：林晖、陈璐新、李孔焰

（三）会计师事务所（审计、验资及验资复核机构）

名称：致同会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：徐华

住所：北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场 5 层

电话：010-85665858

传真：010-85665120

经办注册会计师：李洋、郗贝贝

（四）资产评估机构

名称：中水致远资产评估有限公司

法定代表人：肖力

住所：北京市海淀区上园村 3 号知行大厦七层 737 室

电话：010-62156966

传真：010-62196466

经办注册资产评估师：刘英敏、李媛媛

（五）股票登记机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所：深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼

电话：0755-21899999

传真：0755-21899000

（六）收款银行

名称：中信银行北京瑞城中心支行

户名：中信证券股份有限公司

（七）上市的证券交易所

名称：深圳证券交易所

地址：深圳市福田区深南大道 2012 号

电话：0755-88668888

传真：0755-82083295

三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系

公司与上述和本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、预计发行上市时间表

刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

一、创新风险

尽管公司所处食品饮料行业不属于技术密集型行业，但为了保持较高的市场份额，保持公司在行业中具有较强的竞争力，公司始终将产品研发放在发展首位，从产品品种、口味、包装及销售管理等方面不断创新。但由于新产品研发、推广存在一定的不确定性，公司可能面临新产品研发失败或市场推广未达预期的风险。

二、技术风险

公司存在生产工艺、产品配方失密及人才流失的风险。公司在罐头食品和饮料行业深耕多年，在生产工艺、产品配方上具有独到见解；当前市场竞争日趋激烈，使得行业内人才流动情况较为普遍，不排除核心人员流失的可能性。若公司核心人员发生流失，可能对公司经营产生不利影响。

三、经营风险

（一）市场需求变化和新产品销售风险

公司处于食品饮料行业，产品直接面对广大消费者，消费者的需求偏好和购买力会对公司的产品销售产生重要影响。由于食品饮料行业市场环境成熟且行业技术门槛较低，吸引了大量的竞争者进入，消费者有数量众多的品牌厂商和品类繁多的产品可供选择。随着社会进步和人民收入水平不断的提高，消费者对食品饮料偏好变化较快，对产品的口味、质量、功效、消费体验等方面要求也在不断提高，消费需求呈现出多样化、个性化的趋势。因此，能否准确把握食品饮料市场的潮流趋势、及时预测和满足快速变化的市场需求，开发出适销对路的产品，是公司长远发展的关键。

为了满足消费者多元化的需求、丰富公司产品线、增加公司的盈利点、增强公司的抗风险能力，公司近年来不断地研发和推出新产品，如乳酸菌饮料、八宝粥产品等。如果新产品销售不及预期，或者市场需求在短时间内出现重大变化而公司未能进行有效应对，可能会对公司的经营和利润情况产生不利影响。

（二）原材料价格波动风险

公司采购的直接材料主要包括水果、生榨椰肉汁等主材，白糖、添加剂等辅材以及瓶、盖、纸箱等包材。其中，水果、生榨椰肉汁、白糖等农副产品对市场的供需变化较为敏感，市场价格波动幅度较大，如遇气候变化、自然灾害、贸易争端等情况可能导致市场供应紧张、采购单价大幅上升，进而导致公司的生产成本上升。

如果公司未来原材料采购价格出现较大幅度上升，而公司未能通过提高产品销售价格等方式消除其不利影响，公司盈利能力存在下滑风险。

（三）产品销售存在季节性特征，销售旺季存在销售遇阻风险

公司饮料、罐头等产品的销售具有季节性特征。由于水果罐头、植物蛋白饮料产品具有一定的礼品属性，在我国春节、中秋节等传统节日期间市场需求较大，对公司而言，节前两个月到节日期间一般为公司产品的销售旺季，呈现节前逐渐升温、节后迅速回落的节日效应，公司的经营业绩有比较明显的季节性波动。随春节到来时间的早晚不同，公司的销售收入会在年际之间呈现不同的分布状态。

在销售旺季，如遭遇恶劣天气，公司的产品销售可能会因为交通受阻、市场需求减少而受到较大影响。此外，在销售淡季，公司在产能分配、员工招聘、市场营销等方面也将面临较大的经营压力。

（四）经销商模式的风险

报告期内，公司产品销售以经销模式为主。2020 年上半年，公司开展合作的签约经销商数量为 1,448 家，报告期内，公司经销收入分别为 116,963.56 万元、132,955.98 万元、138,866.70 万元和 57,068.31 万元，占当年主营业务收入的比例分别为 98.69%、98.76%、97.98%和 95.73%。通过经销模式，公司借助经销商的网点资源，建立了基本覆盖全国范围的销售网络，提高了公司产品市场渗透率。未来经营中，公司仍将保持以经销模式为主的销售模式。

虽然公司建立了涵盖经销商选择、培训、激励、考核以及淘汰等内容在内的经销商管理制度，能够及时在全国各区县内选择出符合公司发展战略、企业文化和品牌形象的经销商，但随着公司业务规模和销售区域的不断扩大，若公司对经销商的管理无法与公司的发展相匹配，将会对公司在该地区的销售造成负面影响。

（五）食品安全风险

随着消费者以及监管机构对食品安全问题的关注和重视程度日渐提高，食品生产企业应更加重视公司产品的食品安全问题，如果产品出现相关问题，将对公司的发展带来严重的负面影响。

如果公司在原材料采购、运输、储存、生产等环节未能严格执行相关法律法规、规范性文件规定的以及公司制定的质量标准，未能及时发现原材料及产品生产过程中存在的质量或安全问题，进而导致不合格产品面世甚至发生食品安全事故，将对公司品牌形象以及生产经营造成极其严重的负面影响。

四、内控风险

本次发行前，本公司实际控制人李兴、朱文湛、李康荣直接持有和间接控制的股份合计占公司股本总额的 93.19%，预计本次发行后，公司的控制权、治理结构、生产经营不会发生重大变化，实际控制人将仍处于控股地位。虽然公司已建立了相对完善的法人治理结构，但实际控制人仍有可能利用其对本公司的控制地位，通过选举董事、行使表决权等方式对公司管理和决策实施重大影响，如果控制不当将可能会给公司及中小股东带来一定的风险。

五、财务风险

（一）应收账款回收风险

公司对经销商主要采用先款后货的结算模式。近年来，为拓展产品市场，提高销售能力，公司给予有较大增长潜力、尚未开拓的市场以及重点销售区域内的部分经销商一定的信用额度用于加大营销渠道的建设与市场培育。公司根据相关市场的销售情况、经销商的信用等级、合作情况以及资金实力等，灵活调整信用期和信用额度。

2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末，公司的应收账款账面价值分别为 16,104.64 万元、11,653.25 万元、8,118.07 万元和 12,769.40 万元，虽然每年年末呈逐年下降趋势，且 2020 年 6 月末较上年同期也有所下降，但应收账款余额仍然较大。虽然公司已按照会计准则计提了相应坏账准备，但如果未来出现大面积坏账发生的情况，可能会对公司现金流产生负面影响。

（二）存货管理风险

公司的存货主要为原材料、库存商品等。2017 年末至 2020 年 6 月末，公司的存货净额分别为 27,788.76 万元、27,211.88 万元、22,218.09 万元和 8,451.23 万元，其中库存商品占存货余额比例较大，主要是由于罐头产品季产年销的特点导致库存商品中罐头产品较多。库存商品占存货比例较大的特点与可比罐头生产企业相近，但较大的存货数量对公司的管理能力提出了较高要求。同时，如果下游市场的需求发生了较大变化，则公司将面临存货滞销和跌价风险。

六、发行失败风险

本次发行的发行结果将受证券市场整体情况、发行人经营业绩、投资者对本次发行的认可程度等多种内外部因素的影响。若投资者认购不足，发行人将面临发行失败的风险。

七、其他风险

（一）募集资金投资项目实施风险

本次募集资金计划用于智慧新零售网络建设项目，年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目，营销网络建设项目，研发检测中心项目，信息系统升级建设项目以及补充流动资金及偿还银行借款。以上项目是基于当前经济形势、市场环境、行业发展趋势及公司实际经营状况做出的。公司成功实施该等项目后，对于提升公司旺季产能、完善营销渠道和提升信息管理效率等具有重要意义，对进一步提高产品市场占有率、提升公司核心竞争力和增强抵御市场风险能力都具有重要意义。

如果公司因自身管理能力不足，或者因市场环境发生不利变化、行业竞争加剧等原因，导致项目不能按照进度实施，或者实施后不能达到预期收益，将对公司经营计划的实现和持续发展产生不利影响。

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。

（二）净资产收益率被摊薄的风险

公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度以及 2020 年 1-6 月分别实现净利润 8,339.18 万元、16,097.41 万元、20,678.28 万元及 8,479.18 万元，加权平均净资产收益率分别为 53.33%、37.59%、36.14%、12.73%。本次发行完成后，公司净资产预计将比发行前大幅增加。由于募集资金投资项目的实施需要一定时间，短期内公司的净利润的增长速度可能低于净资产的增长速度，同时募集资金的投入会使固定资产折旧金额增加，因此，短期内公司将面临净资产收益率下降的风险。

（三）新冠肺炎疫情对公司业绩产生影响的风险

1、新冠肺炎疫情对公司生产经营的影响

不可抗力事件的发生，可能会对公司经营产生不利影响。2020 年初，新型冠状病毒感染的肺炎疫情在湖北省爆发并迅速在全国范围内蔓延，为控制疫情传播，全国各地政府陆续对人员流动、交通管制等方面采取限制性措施，如关闭人员聚集场所、延迟春节假期复工复学时间、加强交通管制及人员监控等，同时广大民众响应号召自主进行居家隔离，上述情况对消费零售行业造成了较大冲击。

湖北省一直为公司的第一销售大省，武汉市小雨点贸易有限公司为公司报告期内的第一大客户；而本次疫情发生的时间，恰处于公司春节销售旺季，湖北省乃至全国市场的产品动销情况均受到不同程度的冲击。公司在湖北地区设有两大生产基地，分别位于湖北省汉川市和枝江市。受本次疫情的影响，公司各生产基地在 2020 年一季度先后暂停了生产活动，根据疫情的区域发展差异，山东欢乐家、湖北欢乐家、武汉欢乐家分别于 2020 年 2 月中旬、3 月中旬和 4 月初恢复生产。虽然公司积极制定疫情应对预案并实施应对措施，但本次疫情预计仍会对公司全年的经营业绩产生不利影响。

2、新冠肺炎疫情影响下 2020 年上半年的经营业绩与 2019 年同期的比较情况

（1）产能、产量、销量情况

2020 年上半年，发行人产能、产量、销量情况以及和去年同期的对比情况如下：

单位：吨

项目	产品	2020 年上半年	2019 年上半年	变动
产能	罐头产品	44,574.00	44,574.00	-
	饮料产品	231,801.00	231,801.00	-

产量	**罐头产品**	34,544.77	33,574.05	2.89%
	饮料产品	56,879.19	66,725.92	-14.76%
销量	**罐头产品**	33,820.62	36,869.41	-8.27%
	饮料产品	59,052.94	78,129.77	-24.42%

（2）营业收入、扣非前后净利润等主要财务数据情况

单位：万元

项目	2020 年上半年	2019 年上半年	同比变动
营业收入	59,796.56	70,040.33	-14.63%
扣非前归属于母公司股东的净利润	8,479.18	9,558.71	-11.29%
扣非后归属于母公司股东的净利润	8,208.80	9,215.86	-10.93%

受疫情影响，2020 年上半年，发行人的收入和利润情况均较上年同期有所下滑。发行人一季度业绩受疫情影响较大，但随着国内疫情形势得到良好控制，流通、餐饮等渠道消费复苏，发行人二季度收入快速反弹，上半年收入和利润较上年同期未发生重大变化。

（3）主要财务指标

项目	2020-06-30/ 2020 年 1-6 月	2019-06-30/ 2019 年度
流动比率	0.67	0.62
速动比率	0.52	0.37
资产负债率（合并报表）	47.91%	58.86%
应收账款周转率（次/年）	11.45	9.16
存货周转率（次/年）	4.74	4.13

由于 2019 年下半年至 2020 年上半年发行人持续实现盈利，2020 年上半年发行人的偿债能力指标较上年同期有所优化；由于发行人报告期内持续加大应收账款的催收力度，提升存货周转效率，2020 年上半年应收账款周转率和存货周转率均有所提高。

（4）主要客户

序号	客户名称	销售金额	占主营业务收入比例
2020 年 1-6 月			
1	保定市北方利华糖酒有限公司	1,799.72	3.02%

序号	客户名称	销售金额	占主营业务收入比例
2	成都牛车水食品有限公司	1,766.43	2.98%
3	武汉市小雨点贸易有限公司	1,075.35	1.80%
4	溧阳市海潮商贸有限公司	974.44	1.63%
5	北京京东世纪贸易有限公司	923.59	1.55%
合计		**6,388.46**	**10.99%**
2019 年 1-6 月			
1	武汉市小雨点贸易有限公司	2,250.92	3.17%
2	保定市北方利华糖酒有限公司	1,960.86	2.76%
3	成都牛车水食品有限公司	1,460.62	2.06%
4	溧阳市海潮商贸有限公司	1,309.74	1.84%
5	深圳市乐满家实业有限公司	927.43	1.31%
合计		**7,909.57**	**11.14%**

受疫情影响，2020 年上半年发行人前五大客户的销售金额及销售占比较上年同期略有所降低，主要是疫情较为严重的武汉地区经销商武汉市小雨点贸易有限公司的销售收入有所下滑。保定市北方利华糖酒有限公司、成都牛车水食品有限公司、武汉市小雨点贸易有限公司和溧阳市海潮商贸有限公司同为2020年上半年及2019年上半年前五大客户。疫情影响拉动了线上消费，2020 年上半年北京京东世纪贸易有限公司销售金额及销售占比增加，其 2019 年上半年的销售金额为 418.94 万元，销售占比为 0.59%。2020 年上半年深圳市乐满家实业有限公司销售金额为 642.35 万元，销售占比为 0.36%，排名第 7。

综上，2020 年上半年的前五大客户较上年同期基本稳定。

（5）主要供应商

序号	供应商名称	类别	采购金额	占采购总额比例
2020 年 1-6 月				
1	金华美之源商贸有限公司	原材料	1,873.08	7.45%
2	广东伟恒建筑工程有限公司	工程设备	1,395.67	5.55%
3	武汉紫江企业有限公司	包装材料	1,303.61	5.18%
4	厦门唯康食品科技有限公司	原材料	1,045.73	4.16%

序号	供应商名称	类别	采购金额	占采购总额比例
5	四川省志翔劳务有限公司	劳务	1,017.60	4.05%
合计			**6,635.70**	**26.38%**
2019 年 1-6 月				
1	佛山市三水区隐雪食品有限公司	产成品	2,169.31	6.23%
2	中山市利民塑料有限公司	原材料	1,892.06	5.43%
3	武汉紫江企业有限公司	原材料	1,541.92	4.43%
4	金华美之源商贸有限公司	原材料	1,290.05	3.70%
5	上海格信商贸有限公司	原材料	1,067.20	3.06%
合计			**7,960.53**	**22.85%**

2020 年上半年发行人前五大供应商及其采购金额、采购占比较上年同期变动较小，基本稳定。

（6）收入结构

2020 年上半年及 2019 年上半年，发行人的主营业务收入按产品品类构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月	
	金额	比例	金额	比例
饮料产品	30,890.94	51.82%	40,007.08	57.22%
椰子汁	22,129.88	37.12%	27,063.69	38.71%
果汁饮料	3,112.55	5.22%	5,227.08	7.48%
乳酸菌饮料	5,585.77	9.37%	5,806.17	8.30%
其他饮料	62.74	0.11%	1,910.14	2.73%
罐头产品	28,720.88	48.18%	29,908.67	42.78%
水果罐头	27,386.24	45.94%	27,717.79	39.64%
——橘子罐头	7,374.21	12.37%	8,523.45	12.19%
——黄桃罐头	9,676.01	16.23%	8,241.25	11.79%
——其他水果罐头	10,336.03	17.34%	10,953.09	15.67%
其他罐头	1,334.64	2.24%	2,190.88	3.13%
合计	**59,611.82**	**100.00%**	**69,915.75**	**100.00%**

注：上表中饮料产品中的其他饮料包括功能饮料、茶饮料等；罐头产品中的其他罐头包括八宝粥、鱼类罐头及蛋类罐头。

2020 年上半年发行人的收入结构与上年同期相比不存在重大变化，但受疫情影响，

餐饮行业景气度下降，导致饮料产品的销售占比较上年同期下降。

（7）发行人管理层对市场和经营情况的评估及依据

基于发行人上半年的业绩情况和国内疫情的发展情况，发行人管理层认为，目前疫情因素对发行人业绩的不利影响基本已消除，2020 年发行人业绩与上年度相比大幅下滑的风险较小。

3、经营业绩变动趋势与同行业可比公司的比较情况

2020 年上半年，发行人与同行业可比公司经营业绩的变动情况如下：

单位：万元

项目	项目	2020 年上半年	2019 年上半年	同比变动
养元饮品	营业收入	178,357.31	345,663.20	-48.40%
	归属于母公司股东的净利润	70,744.95	126,838.17	-44.22%
承德露露	营业收入	99,688.20	125,692.72	-20.69%
	归属于母公司股东的净利润	20,323.99	26,227.34	-22.51%
林家铺子	营业收入	29,632.83	16,906.12	75.28%
	归属于母公司股东的净利润	1,522.97	726.54	109.62%
凯欣股份	营业收入	15,155.30	13,187.30	14.92%
	归属于母公司股东的净利润	1,375.80	1,299.11	5.90%
公司	营业收入	59,796.56	70,040.33	-14.63%
	其中：主营-饮料产品收入	30,890.94	40,007.08	-22.79%
	主营-罐头产品收入	28,720.88	29,908.67	-3.97%
	归属于母公司股东的净利润	8,479.18	9,558.71	-11.29%

新冠疫情下，同行业上市公司经营业绩与上年同期变动的趋势各不相同，但总体而言，饮料行业上市公司受疫情影响的情况较罐头行业公司大。可比公司中，饮料行业上市公司业绩下滑，其中养元饮品业绩下滑幅度较大；罐头食品行业上市公司业绩有所增长，其中林家铺子业绩增长幅度较大。

养元饮品半年报披露其业绩下降的原因为 2020 年春节时间较早以及新冠疫情的影响；承德露露半年报披露其业绩下降的原因为疫情影响；林家铺子半年报披露其业绩增长“主要原因为报告期内公司线上业务迅猛发展导致销售额大幅增长”；凯欣股份半年报披露，“因公司新增塑杯果蔬等新的生产项目，新升级产品受到市场的热烈欢迎，适应了市场的消费升级需要，同时增加了新的客户群体，导致收入比上年同期增幅较大。”

发行人 2020 年 1-6 月营业收入较上年同期下降 14.63%，其中饮料产品收入下降 22.79%，变动趋势与承德露露基本一致，优于养元饮品；罐头产品收入较上年同期下降 3.97%，业绩表现不及同行业公司。总体上发行人饮料产品销售收入受疫情影响较罐头产品大，与同行业上市公司所表现的趋势一致。

第五节 发行人基本情况

一、公司概况

公司名称：欢乐家食品集团股份有限公司

英文名称：HUANLEJIA Food Group Co., Ltd.

统一社会信用代码：9144080073412036XR

注册资本：36,000 万元

法定代表人：李兴

有限公司成立日期：2001 年 12 月 12 日

股份公司成立日期：2019 年 6 月 4 日

公司住所：湛江市开发区人民大道中 71 号欢乐家大厦 28 层、29 层、31 层、32 层

邮政编码：524026

电话：0759-2268808

传真：0759-2728990

互联网网址：http://www.gdhlj.com

电子邮箱：hljir@gdhlj.com

负责信息披露和投资者关系的部门：证券部

联系人：程松，联系电话：0759-2268808

二、公司改制设立情况

发行人是由欢乐家有限整体变更设立的股份有限公司。

（一）欢乐家有限设立情况

2001 年 11 月 19 日，湛江市工商行政管理局出具（湛）名称预核私字〔2001〕第 304 号《企业名称预先核准通知书》，预先核准湛江湛兴旺使用“湛江市湛兴旺食品有限公司”名称。

2001 年 11 月 20 日，股东周月芳和朱文湛签署《湛江市湛兴旺食品有限公司章程》。

2001 年 12 月 10 日，湛江市信达会计师事务所有限公司出具湛信达会验〔2001〕342 号《验资报告》，经其审验，截至 2001 年 12 月 7 日，湛江湛兴旺收到朱文湛和周月芳认缴的注册资本合计 50 万元，均为货币出资。

2001 年 12 月 12 日，湛江湛兴旺在湛江市工商行政管理局注册成立，领取注册号为 4408012001106 的《企业法人营业执照》：公司名称为“湛江市湛兴旺食品有限公司”，住所地为湛江市麻章区后湾工业区内，法定代表人为周月芳，企业类型为有限责任公司，注册资本和实收资本均为 50 万元，经营期限自 2001 年 12 月 12 日至长期，经营范围为“生产、销售：罐头、糖果、饼干、副食、干果、非酒精饮料；收购：农副产品（除烟叶、棉花、蚕茧、粮食）”。湛江湛兴旺执行董事为周月芳，监事为李兴，经理为朱文湛。

湛江湛兴旺成立时工商登记的股权结构如下：

序号	股东	实缴出资额（万元）	出资比例
1	朱文湛	42.50	85.00%
2	周月芳	7.50	15.00%
合计		**50.00**	**100.00%**

注：朱文湛系李兴之配偶，周月芳系李兴之母。

湛江湛兴旺设立时，朱文湛与李兴为夫妻关系，周月芳系代李兴夫妇持有湛江湛兴旺的股权。

2002 年 4 月 12 日，经湛江市工商行政管理局核准，湛江湛兴旺更名为“湛江市欢乐家食品有限公司”。

（二）股份公司设立情况

2018 年 12 月 6 日，湛江市市场监督管理局核发〔国〕名称变核内字〔2018〕第 12189 号《企业名称变更核准通知书》，预先核准欢乐家有限名称变更为“欢乐家食品集团股份有限公司”。

2019 年 5 月 19 日，致同会计师出具了致同审字（2019）第 110ZB7878 号《审计报告》，经其审验，截至 2019 年 2 月 28 日，欢乐家有限净资产为 43,629.59 万元。

2019 年 5 月 20 日，中水致远资产评估有限公司出具了中水致远评报字[2019]第 010084 号《湛江市欢乐家食品有限公司拟由有限责任公司整体改制为股份公司所涉及

的湛江市欢乐家食品有限公司账面净资产价值资产评估报告》，经其评估，截至 2019 年 2 月 28 日，公司净资产评估价值为 64,910.81 万元。

2019 年 5 月 20 日，欢乐家有限召开股东会并作出决议，同意欢乐家有限按原账面净资产值折股整体变更为股份公司。同日，欢乐家有限全体股东暨股份公司全体发起人签订《发起人协议》。

2019 年 6 月 4 日，致同会计师出具致同验字（2019）第 110ZC0080 号《验资报告》，经其审验，截至 2019 年 6 月 4 日，全体发起人均已缴足股本。

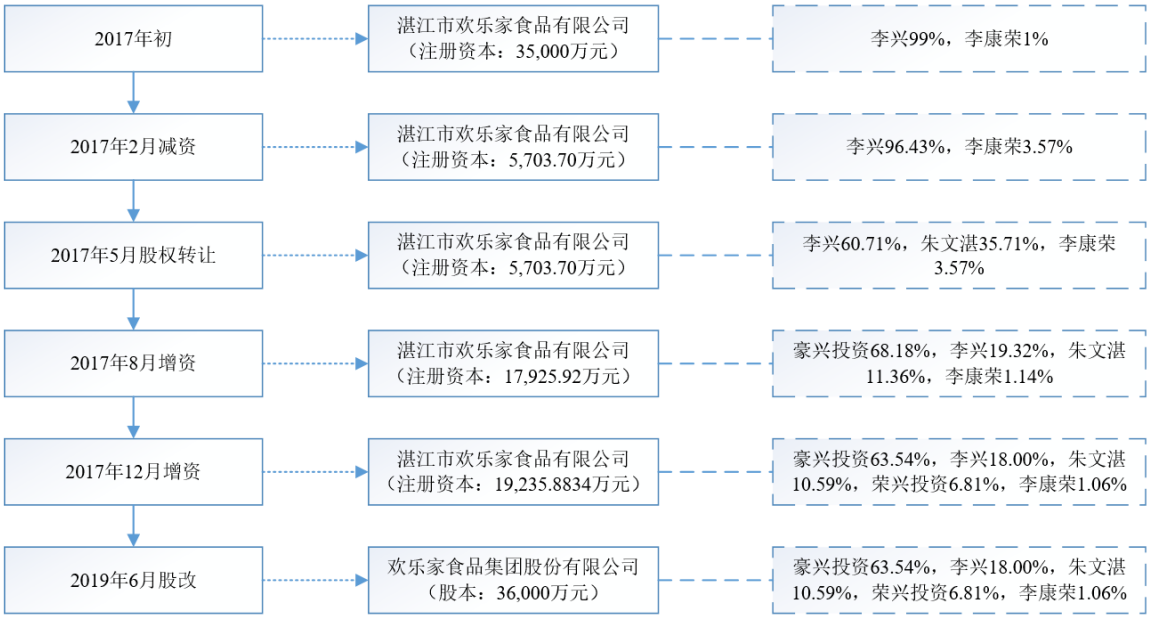
2019 年 6 月 4 日，股份公司召开创立大会暨首次股东大会，审议通过了《关于湛江市欢乐家食品有限公司整体变更为股份有限公司的议案》等各项议案。

2019 年 6 月 4 日，经湛江市市场监督管理局核准，欢乐家有限整体变更为股份公司，领取统一社会信用代码为 91440800734120 36XR 的《营业执照》：股份公司名称为“欢乐家食品集团股份有限公司”，住所为湛江市开发区人民大道中 71 号欢乐家大厦 28、29、31、32 层，法定代表人为李兴，注册资本为 36,000 万元，股份总数为 36,000 万股，类型为其他股份有限公司（非上市），营业期限为长期，经营范围为“生产（限分支机构经营）销售：食品；制罐；品牌管理；收购农畜产品（除烟草批发）。（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。）”整体变更完成后，股份公司的股本结构如下：

序号	股东	实缴股本额（元）	占股本比例
1	豪兴投资	228,739,128	63.54%
2	李兴	64,809,376	18.00%
3	朱文湛	38,123,251	10.59%
4	荣兴投资	24,515,995	6.81%
5	李康荣	3,812,250	1.06%
合计		**360,000,000**	**100.00%**

三、发行人报告期内股本变化和重大资产重组情况

（一）发行人报告期内股本和股东变化情况



（二）发行人报告期内重大资产重组情况

公司报告期内未发生重大资产重组。

（三）关于欢乐家历史沿革的有关说明

1、欢乐家有限设立后于 2009 年 12 月进行股权转让的原因、合理性及定价

欢乐家有限设立时的实际出资人为李兴、朱文湛夫妻，周月芳（李兴之母）代持了部分股权。在 2009 年 12 月的股权变动前，李兴、朱文湛夫妻已计划移民加拿大。由于公司日常经营涉及的许多对外文件和手续（包括股东会决议、银行贷款及担保、工商登记备案等）需要由登记股东本人签署和办理，出于方便日后境内文件签署及手续办理等考虑，经各方协商，决定由李日荣（李兴之父）和李观如（李兴之堂兄）代持全部股权，并于 2009 年 12 月以股权转让的方式，将欢乐家有限的全部股权变更登记至代持方李日荣和李观如名下。

在提交工商变更登记的股权转让合同中，股权转让价款系直接按照注册资本填写，而基于代持安排，各方真实意思表示则为零对价过户，受让方（名义股东）无须支付任何股权转让价款，相关各方亦确认不存在代持费用或权益分配等约定或类似安排。该等定价安排系各方的真实意思表示，符合股权代持的实质和逻辑，具有合理性。

2、设立发行人前身的出资来源

发行人前身设立时的注册资本为 50 万元，实际出资人为李兴、朱文湛夫妻。上述出资主要来源于李兴、朱文湛夫妻的家庭经营积累、日常薪酬所得等，出资来源合法。

3、欢乐家有限历史代持的原因及具体情况

（1）设立时的股权代持

欢乐家有限设立时的实际出资人为李兴、朱文湛夫妻，周月芳（李兴之母）代持了部分股权。根据国家工商管理总局《公司登记管理若干问题的规定》（1998 年 2 月 1 日生效，2006 年 6 月 23 日废止）第二十三条的规定：“家庭成员共同出资设立有限责任公司……登记时需提交财产分割的书面证明或者协议。”因此出于简化登记手续等考虑，李兴、朱文湛夫妻决定由李兴之母周月芳为名义股东，代持部分股权。本次代持安排未签署书面协议。

（2）2009 年 12 月股权转让后的代持

在 2009 年 12 月的股权变动前，李兴、朱文湛夫妻已计划移民加拿大。由于公司日常经营涉及的许多对外文件和手续（包括股东会决议、银行贷款及担保、工商登记备案等）需要由登记股东本人签署和办理，出于方便日后境内文件签署及手续办理等考虑，经各方协商，决定由李日荣和李观如代持全部股权。李日荣为李兴之父。李观如为李兴之堂兄，双方有长期的商业合作关系。基于亲属关系和长期商业交往产生的稳固信赖关系，本次代持安排未签署书面协议。

（3）被代持方不存在无法成为股东的情况

自 2001 年 12 月欢乐家有限设立至 2015 年 10 月股权代持解除期间，欢乐家有限实际出资人均为李兴、朱文湛夫妻，两人均为中国公民，无相关违法犯罪记录，未在国家机关、事业单位、国有企业或集体企业任职或兼职，没有公务员、现役军人、国有企业领导人员、党政机关干部、退休干部等身份，不存在《国有企业领导人员廉洁从业若干规定》（中办发〔2009〕26 号）、《关于严禁党政机关和党政干部经商、办企业的决定》（中发〔1984〕27 号）以及《关于进一步制止党政机关和党政干部经商、办企业的规定》（中发〔1986〕6 号）等规定的不得参与营利性活动的情形。欢乐家有限亦未涉及外商投资或证券投资基金、保险等特殊行业，不存在通过股权代持安排规避相关法律监管的情形。

在上述期间，李兴、朱文湛存在在其他企业（主要包括广东欢乐家投资有限公司、湛江兴宝达物流有限公司、广东康琦赛投资有限公司、广东湛兴车城经营管理有限公司等）的任职情况，主要担任执行董事或监事等职务。上述企业均为李兴、朱文湛投资的企业，该等企业未从事与欢乐家有限业务相竞争的业务，李兴、朱文湛也未与该等企业签署竞业禁止协议或类似法律文件，李兴、朱文湛投资欢乐家有限不存在受竞业禁止限制的情况。

4、发行人不存在对赌协议、其他利益输送安排或影响发行条件的情形

发行人自设立以来的股东或实际出资人主要为李兴、朱文湛、李康荣等近亲属及其控制的法人股东豪兴投资，除员工持股平台荣兴投资外，不存在其他外部投资者。自设立以来，发行人及其控股股东、实际控制人及其他股东之间未签订对赌协议，不存在利益输送安排或其他影响发行条件的情形。

5、发行人不存在股权诉讼或纠纷

欢乐家有限历史上存在股权代持，该等股权代持有其合理的背景和原因，并在报告期前已全部有效解除，各方从未因此发生争议，亦不存在潜在的纠纷。截至本招股说明书签署日，发行人亦不存在其他股权诉讼或纠纷。

2020 年 2 月 29 日，股权代持所涉各方李兴、朱文湛、李日荣、周月芳和李观如分别出具《确认书》：“一、为了相关手续办理，相关股权转让合同均参照当时的注册资本填写股权转让价款。该等合同仅用于办理工商变更登记之目的，转让各方的真实意思表示实为零对价转让，受让方不须支付任何股权转让价款。该等事实亦为欢乐家有限当时的其他股东所知悉并认可。二、相关股权在 2015 年 10 月完成工商变更登记后即已完成向实际出资人股权交割，股权代持关系均已完全解除，所涉股权的权属清晰明确，亦不存在与此相关的任何未结清的债权债务，不存在任何法律争议或潜在纠纷。三、本人不可撤销地承诺，如现在或将来就该股权代持、股权转让或与此相关的任何事项在法律上享有请求权或其他任何权利（包括但不限于优先受让、返还、给付、撤销或解除等，下同），本人均无条件地放弃。四、对于欢乐家股份现有的股份登记暨权属归属情况，本人不持有任何异议、不存在任何权利主张。五、如本人违反上述确认或承诺事项，将无条件地承担由此给欢乐家股份及其实际控制人或其他股东造成的一切经济损失，包括但不限于可得利益在内的间接损失。”

6、发行人历史上不存在货币出资以外的其他出资情形，不存在出资不实或其他出资瑕疵情形

发行人自设立以来注册资本及实缴出资具体情况如下：

单位：元

注册资本变更时间	变更事项	变更后注册资本	变更后实缴出资	出资形式	验资报告
2001/12	公司设立	500,000	500,000	货币出资	湛信达会验〔2001〕342号《验资报告》
2005/06	增加注册资本	5,000,000	5,000,000	货币出资	湛信达会验〔2005〕223号《验资报告》
2012/03	增加注册资本	55,000,000	55,000,000	货币出资	中安信验字〔2012〕081号《验资报告》
2015/12	增加注册资本	350,000,000	57,037,000	货币出资	闽华兴所（2016）验字H-006号《验资报告》
2017/02	减少注册资本	57,037,000	57,037,000	货币出资	（不适用）
2017/08	增加注册资本	179,259,200	179,259,200	货币出资	闽华兴所（2017）验字H-006号/007号《验资报告》
2017/12	增加注册资本	192,358,834	192,358,834	货币出资	闽华兴所（2017）验字H-020号《验资报告》
2019/06	整体变更	360,000,000	360,000,000	净资产折股	致同验字（2019）第110ZC0080号《验资报告》

除2019年6月发行人按原账面净资产值折股整体变更为股份公司外，发行人历次出资均为货币出资，注册资本已依法足额缴纳，各股东已根据公司章程的规定全面履行出资义务，不存在抽逃出资、出资不实等出资瑕疵情形。发行人历史上均由自然人直接或间接持股，不涉及国有企业、集体企业改制问题，不存在挂靠集体组织经营的情况。

除2019年6月欢乐家有限按原账面净资产值折股整体变更为股份公司外，发行人历次增资均为货币出资，不存在其他出资情形，发行人不存在出资不实或其他出资瑕疵情形。

7、2017年2月减资的产生原因、过程，履行程序的完整合规性

（1）2017年2月减资的原因

本次减资前，欢乐家有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	认缴出资额	占注册资本的比例	实缴出资额
1	李兴	34,650	99%	5,500.00
2	李康荣	350	1%	203.70
	合　计	**35,000**	**100%**	**5,703.70**

欢乐家有限的股东及管理层认为，该等股权结构存在可优化之处，主要包括：一是欢乐家有限尚余近 3 亿元的注册资本待实缴，而根据发展规划，在一定时期内尚不需要股东投入该等资本金；其次，另一位实际控制人朱文湛虽然历史上曾经持股，由于家庭内部安排以及夫妻财产法定共有等原因，并未直接登记为股东；再者，实际控制人李兴、朱文湛夫妻所持股权均为自然人直接持股，可作部分间接持股安排，优化持股方式；最后，欢乐家有限为实际控制人家族 100%持股，可进行股权激励、优化治理结构。

据此，欢乐家有限分四个步骤对股权结构进行调整：一是减资，减少的注册资本即为尚未实缴出资的部分，夯实出资，并为实际控制人间接持股和员工持股留出股本空间；二是股权转让，李兴将登记在其名下的部分股权转让予其配偶朱文湛，夫妻二人共同地直接持有发行人股权；三是将实际控制人部分股权的持股方式调整为间接持有，由李兴、朱文湛夫妻共同出资设立豪兴投资，认缴发行人新增注册资本；四是设立员工持股平台荣兴投资，相关员工通过荣兴投资认缴发行人新增注册资本，实现员工股权激励。

基于上述安排，发行人于 2016 年 11 月启动上述第一步骤，即减少欢乐家有限的注册资本。

（2）本次减资的具体过程

2016 年 11 月 27 日，欢乐家有限召开股东会，股东一致同意将注册资本由 35,000 万元减少至 5,703.70 万元，其中李兴减少出资 29,150 万元，李康荣减少出资 146.30 万元，即将注册资本减少至已实缴的出资额 5,703.70 万元。

2016 年 12 月 3 日，欢乐家有限就本次减资事项编制资产负债表及财产清单。

欢乐家有限根据《公司法》和章程的规定，于减资决议作出后 10 日内通知主要债权人，并于 2016 年 11 月 29 日，欢乐家有限在《湛江日报》上刊登减资公告。上述通知和公告均说明了所有债务由股东进行担保。

2017 年 2 月 8 日，经湛江市工商局核准，欢乐家有限办理了上述减资事项的变更登记。本次变更完成后，欢乐家有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	实缴出资额	占注册资本的比例
1	李兴	5,500.00	96.43%
2	李康荣	203.70	3.57%
	合　计	**5,703.70**	**100.00%**

本次减资过程中的债权人通知未覆盖欢乐家有限当时全部的已知债权人。欢乐家有限减资时的债务主要为日常生产经营中产生的客户预付款、供应商往来等，涉及债权人数量较多，逐一通知全体已知债权人在实际操作方面确实存在一定的困难。虽然账面上存在对相关债权人的负债金额，但是该等负债尚在正常履行周期内，不属于到期未清偿的债务，相关合同义务的履行亦未出现异常。本次减资减少的注册资本均为未实缴的出资，股东未收回投资，实缴出资未减少，未对欢乐家有限届时的实际偿债能力产生不利影响。在减资完成后，欢乐家有限已经按照相关合同约定履行了给付义务，未因减资给债务履行造成影响，未与债权人产生任何争议或纠纷。自发出减资通知和公告后，没有任何债权人提出提前清偿债务或提供相应担保的请求。截至本招股说明书签署日，发行人未因本次减资与任何债权人发生过诉讼或纠纷。

发行人实际控制人已经就前述减资事项出具了承诺：“欢乐家有限前述减资过程中已经履行了相应的减资程序，未损害债权人、欢乐家有限及股东的利益。欢乐家有限不存在出资不实或抽逃注册资本的情况，不存在违反《公司法》及《公司章程》规定的股东出资义务的情况。如任何第三方就前述减资事项与发行人产生纠纷或争议，或使发行人受到相关行政处罚，导致发行人遭受损失的，本人将进行全额补偿，以确保发行人不因此遭受任何经济损失。”

欢乐家有限 2017 年 2 月减资是为了夯实出资、优化股本结构。在减资过程中，欢乐家有限依法在报纸上刊发了公告，但相关通知仅送达主要债权人，存在程序瑕疵。本次减少的注册资本均为未实缴的出资，股东未收回投资，实缴出资未减少，未对欢乐家有限的实际偿债能力以及相关合同或负债的履行产生负面影响，未实际损害债权人或第三方的利益，未因此产生纠纷、争议或行政处罚，不构成本次发行上市的法律障碍。除债权人通知瑕疵外，本次减资履行了完整的内部决策和公告等程序，并完成了工商变更登记，符合有关法律法规的规定，不存在损害股东或其他第三方的情况，不存在纠纷或潜在纠纷。

8、豪兴投资、荣兴投资的历史沿革、股权结构、入股发行人的原因、定价公允性和出资合法性；豪兴投资、荣兴投资入股发行人时持有人的任职情况，持有人离职及持有份额转让情况

（1）豪兴投资的历史沿革和股权结构

2016 年 12 月 30 日，湛江市工商局出具粤名称预核内冠字〔2016〕第 1600092868 号《企业名称预先核准通知书》，预先核准豪兴投资使用“广东豪兴投资有限公司”的名称。

2017 年 1 月 10 日，李兴和朱文湛签署《广东豪兴投资有限公司章程》。

2017 年 1 月 19 日，豪兴投资在湛江市工商局注册成立，领取注册号为 91440800MA4W6AL748 的《营业执照》：公司名称为“广东豪兴投资有限公司”，住所为湛江开发区人民大道中 45 号祺祥大厦 2103 室，法定代表人为李兴，类型为有限责任公司，注册资本为 13,000 万元，营业期限自 2017 年 1 月 19 日至长期，经营范围为“股权投资、工程项目投资、实业投资、创业投资、房地产投资、投资咨询服务”。设立时豪兴投资执行董事为李兴，监事为朱文湛，经理为李兴（2018 年 9 月已变更为武超）。豪兴投资成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	认缴出资额	占注册资本的比例
1	李兴	7,800	60%
2	朱文湛	5,200	40%
	合　计	**13,000**	**100%**

截至本招股说明书签署日，豪兴投资设立时的股权结构未发生变动。

（2）荣兴投资的历史沿革和股权结构

①2017 年 12 月荣兴投资成立

2017 年 12 月 20 日，湛江市工商局出具开发区内名预核〔2017〕第 1700231314 号《企业名称预先核准通知书》，预先核准荣兴投资使用“湛江荣兴投资合伙企业（有限合伙）”的名称。

2017 年 12 月 20 日，荣兴投资全体合伙人签署《湛江荣兴投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》。

2017 年 12 月 20 日，荣兴投资在湛江市工商局注册成立，领取注册号为 91440800MA515K6P1R 的《营业执照》：名称为“湛江荣兴投资合伙企业（有限合伙）”，主要经营场所为湛江开发区人民大道中 45 号祺祥大厦 2101 室之一，执行事务合伙人为李康荣，类型为有限合伙企业，合伙期限自 2017 年 12 月 20 日至长期，经营范围为“项目投资”。荣兴投资成立时的出资结构如下：

单位：万元

序号	出资人姓名	合伙人类型	认缴出资额	出资比例
1	李康荣	普通合伙人	700	14.68%
2	杨岗	有限合伙人	1,400	29.37%
3	程松	有限合伙人	840	17.62%
4	李中玖	有限合伙人	336	7.05%
5	卫鑫	有限合伙人	280	5.87%
6	庞土贵	有限合伙人	210	4.41%
7	杨榕华	有限合伙人	175	3.67%
8	曾繁尊	有限合伙人	168	3.52%
9	李健	有限合伙人	168	3.52%
10	曾昭开	有限合伙人	105	2.20%
11	翁苏闽	有限合伙人	105	2.20%
12	肖东顺	有限合伙人	70	1.47%
13	刘辉	有限合伙人	70	1.47%
14	吴兴海	有限合伙人	70	1.47%
15	梅丙军	有限合伙人	70	1.47%
合 计			**4,767**	**100.00%**

②2018 年 5 月第一次财产份额转让

2018 年 4 月 12 日，荣兴投资全体合伙人召开合伙人会议，一致同意有限合伙人吴兴海、刘辉退伙，即吴兴海将其所持有的荣兴投资全部 1.47%财产份额，以 70 万元的价格转让给普通合伙人李康荣；刘辉将其所持有的荣兴投资全部 1.47%财产份额，以 70 万元的价格转让给普通合伙人李康荣。同日，李康荣和吴兴海、刘辉分别签署《湛江荣兴投资合伙企业（有限合伙）出资财产份额转让合同》。同日，其余合伙人重新签署《湛江荣兴投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》。

2018 年 5 月 18 日，经湛江市工商局核准，荣兴投资办理了上述事项的变更登记。

本次变更完成后，荣兴投资的出资结构如下：

单位：万元

序号	出资人姓名	合伙人类型	认缴出资额	出资比例
1	李康荣	普通合伙人	840	17.62%
2	杨岗	有限合伙人	1,400	29.37%
3	程松	有限合伙人	840	17.62%
4	李中玖	有限合伙人	336	7.05%
5	卫鑫	有限合伙人	280	5.87%
6	庞土贵	有限合伙人	210	4.41%
7	杨榕华	有限合伙人	175	3.67%
8	曾繁尊	有限合伙人	168	3.52%
9	李健	有限合伙人	168	3.52%
10	曾昭开	有限合伙人	105	2.20%
11	翁苏闽	有限合伙人	105	2.20%
12	肖东顺	有限合伙人	70	1.47%
13	梅丙军	有限合伙人	70	1.47%
合 计			**4,767**	**100.00%**

③2018 年 7 月第二次财产份额转让

2018 年 7 月 6 日，荣兴投资全体合伙人召开合伙人会议，一致同意有限合伙人梅丙军退伙，即梅丙军将其所持有的荣兴投资全部 1.47%财产份额，以 70 万元的价格转让给普通合伙人李康荣。同日，李康荣和梅丙军签署《湛江荣兴投资合伙企业（有限合伙）出资财产份额转让合同》。同日，其余合伙人重新签署《湛江荣兴投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》。

2018 年 7 月 17 日，经湛江市工商局核准，荣兴投资办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，荣兴投资的出资结构如下：

单位：万元

序号	出资人姓名	合伙人类型	认缴出资额	出资比例
1	李康荣	普通合伙人	910	19.09%
2	杨岗	有限合伙人	1,400	29.37%
3	程松	有限合伙人	840	17.62%
4	李中玖	有限合伙人	336	7.05%

5	卫鑫	有限合伙人	280	5.87%
6	庞土贵	有限合伙人	210	4.41%
7	杨榕华	有限合伙人	175	3.67%
8	曾繁尊	有限合伙人	168	3.52%
9	李健	有限合伙人	168	3.52%
10	曾昭开	有限合伙人	105	2.20%
11	翁苏闽	有限合伙人	105	2.20%
12	肖东顺	有限合伙人	70	1.47%
合 计			**4,767**	**100.00%**

④2019 年 9 月变更普通合伙人暨执行事务合伙人

为优化发行人法人治理结构，2019 年 9 月 25 日，荣兴投资全体合伙人召开合伙人会议，一致同意普通合伙人由李康荣变更为程松，同时程松担任执行事务合伙人。同日，全体合伙人重新签署《湛江荣兴投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》。

2019 年 9 月 27 日，经湛江市工商局核准，荣兴投资办理了上述事项的变更登记。自本次变更完成至本招股说明书签署日，荣兴投资的出资结构未变更，具体如下：

单位：万元

序号	出资人姓名	合伙人类型	认缴出资额	出资比例
1	程松	普通合伙人	840	17.62%
2	杨岗	有限合伙人	1,400	29.37%
3	李康荣	有限合伙人	910	19.09%
4	李中玖	有限合伙人	336	7.05%
5	卫鑫	有限合伙人	280	5.87%
6	庞土贵	有限合伙人	210	4.41%
7	杨榕华	有限合伙人	175	3.67%
8	曾繁尊	有限合伙人	168	3.52%
9	李健	有限合伙人	168	3.52%
10	曾昭开	有限合伙人	105	2.20%
11	翁苏闽	有限合伙人	105	2.20%
12	肖东顺	有限合伙人	70	1.47%
合 计			**4,767**	**100.00%**

（3）豪兴投资、荣兴投资入股发行人的原因、定价和资金来源

①豪兴投资、荣兴投资入股发行人的原因

如前述，从 2016 年下半年起，欢乐家有限分四个步骤对股权结构进行优化：第一是减资，减少的注册资本即为尚未实缴出资的部分，夯实出资，并为实际控制人间接持股和员工持股留出股本空间；第二是股权转让，李兴将登记在其名下的部分股权转让予其配偶朱文湛，夫妻二人共同地直接持有发行人股权；第三是由李兴、朱文湛夫妻共同出资设立豪兴投资，认缴发行人新增注册资本，将实际控制人部分股权的持股方式调整为间接持有；第四是设立员工持股平台荣兴投资，相关员工通过荣兴投资认缴发行人新增注册资本，实现员工股权激励。

基于上述一揽子安排，李兴、朱文湛夫妻于 2017 年 1 月出资成立豪兴投资，并于当年 8 月入股发行人，相关员工于 2017 年 12 月出资成立荣兴投资，并于当月入股发行人。

②豪兴投资入股发行人的定价和资金来源

2017 年 8 月 8 日，欢乐家有限股东会决议将注册资本由 5,703.70 万元增加至 17,925.92 万元，新增注册资本 12,222.22 万元全部由新股东豪兴投资认缴。

在此前欢乐家有限 2017 年 2 月的减资中，所减少的注册资本高于本次增加的注册资本，本次增资前，发行人股东为李兴、朱文湛和李康荣三位实际控制人，不存在其他股东。本次增资入股的新股东豪兴投资为实际控制人投资设立的公司。经全体股东一致同意，本次增资的价格为 1 元/注册资本，即平价增资未作溢价安排，定价公允。本次增资后，三位实际控制人整体持有的发行人股份仍为 100%，未发生变化，不适用股份支付。豪兴投资的出资主要来源于李兴、朱文湛夫妻的多年家庭经营积累、薪酬所得、其他投资所得等，资金来源合法。

③荣兴投资入股发行人的定价和资金来源

2017 年 12 月 22 日，欢乐家有限股东会决议将注册资本由 179,259,200 元增加至 192,358,834 元，新增注册资本 13,099,634 元全部由员工持股平台荣兴投资认缴。

荣兴投资本次入股价格约为 3.64 元/注册资本，为溢价增资，增资金额 4,767 万元，其中 13,099,634 元计入实收资本，34,570,366 元计入资本公积。以 2017 年 11 月 30 日

为基准日，本次增资定价估值高于净资产账面值（34,770.56 万元），低于净资产评估值（74,373.63 万元），该评估值系依据中水致远评咨字〔2019〕第 010001 号《湛江市欢乐家食品有限公司因向职工实施股份支付所涉及的湛江市欢乐家食品有限公司股东全部权益价值估值报告》），发行人已作了股份支付会计处理。按 2017 年发行人的净利润计算，本次增资的投后市盈率为 8.39 倍。

荣兴投资的合伙人入股时均为发行人员工，部分员工离职后已出让其全部财产份额。截至本招股说明书签署日，荣兴投资现共有合伙人 12 名，均为发行人在职员工，经核查，该等人员的出资来源均为自筹，包括薪酬积累、家庭经营积累、投资所得、个人借款等，资金来源合法。

（4）豪兴投资、荣兴投资入股发行人时是否全部持有人均在发行人处任职，持有人离职及持有份额转让情况

①豪兴投资相关情况

豪兴投资为实际控制人李兴、朱文湛夫妻设立的持股平台，2017 年 8 月入股发行人时，豪兴投资的股东为李兴、朱文湛，至今其股权结构未发生变化。李兴时任发行人执行董事、现任发行人董事长和总经理；朱文湛时任发行人行政总监，2019 年 1 月起不再发行人处任职。

②荣兴投资相关情况

2017 年 12 月入股发行人时，荣兴投资的合伙人为发行人管理人员，均在发行人处任职，具体情况如下：

序号	姓名	入职时间	时任职务
1	程松	2016 年	深圳众兴利华总经理
2	杨岗	2002 年	营销总监
3	李康荣	2001 年	采购总监
4	李中玖	2001 年	营销副总监
5	卫鑫	2005 年	营销副总监
6	庞土贵	2003 年	生产总监助理
7	杨榕华	2016 年	财务总监
8	曾繁尊	2004 年	采购副总监
9	李健	2001 年	采购副总监

10	曾昭开	2003 年	研发及质量管理总监
11	翁苏闽	2016 年	财务副总监
12	肖东顺	2001 年	罐头车间主任
13	梅丙军	2017 年	生产总监
14	刘辉	2017 年	执行董事助理
15	吴兴海	2017 年	执行董事助理

荣兴投资入股发行人后，先后有 3 名合伙人因个人原因从发行人处离职，离职时已按照合伙协议的约定将其持有的财产份额转让予当时的普通合伙人李康荣，情况如下：

时间	离职人	转让的财产份额情况	转让价格	受让人
2018/05	吴兴海	1.47%（认缴出资额 70 万元）	70 万元	李康荣
2018/05	刘辉	1.47%（认缴出资额 70 万元）	70 万元	李康荣
2018/07	梅丙军	1.47%（认缴出资额 70 万元）	70 万元	李康荣

上述离职人自 2017 年 12 月持有荣兴投资份额后至 2018 年 5 月至 7 月离职时的时间较短，经各方协商一致，按照其入股时的原价出让其财产份额，定价依据合理、公允。根据上述转让各方的银行支付凭证、相关方出具的收款收据等资料，上述离职人员涉及的合伙企业财产份额转让相关价款已全部支付完毕，不存在纠纷和潜在纠纷。

豪兴投资、荣兴投资入股发行人的定价合理，资金来源合法。豪兴投资、荣兴投资入股发行人时其全部持有人均在发行人处任职。其中荣兴投资存在部分持有人离职及持有份额转让情况，所涉交易已全部交割完毕，不存在纠纷和潜在纠纷。

9、除上述外其他股权变动的原因，出资来源及合法性，定价公允性

除上述其他股权变动情况外，发行人其他股权变动的情况如下：

时间	发行人增资或股权转让情况	原因及合理性	价格	定价依据及公允性	出资来源
2001 年 12 月欢乐家有限设立	不涉及				
2003 年 7 月吸收合并湛江旺多多	详见本节“三、发行人报告期内股本变化和重大资产重组情况”之“（三）”之“13、历史上吸收合并湛江旺多多事宜”				
2005 年 6 月第一次增资	注册资本由 50 万元增加至 500 万元，新增注册资本由朱文湛、周月芳认缴（实际出资人为	欢乐家有限设立后，经前期建设发展，需投入资金扩大生产经营	1 元/注册资本	股东协商确定	李兴、朱文湛夫妻的家庭经营积累、薪酬所得等

	李兴、朱文湛夫妻）				
2009 年 12 月第一次股权转让	详见本节“三、发行人报告期内股本变化和重大资产重组情况”之“（三）”之“1、欢乐家有限设立后于 2009 年 12 月进行股权转让的原因、合理性及定价”				
2012 年 3 月第二次增资	注册资本由 500 万元增加至 5,500 万元，新增注册资本李日荣、李观如认缴（实际出资人为李兴、朱文湛夫妻）	原注册资本已与实际经营规模不匹配，需投入资金扩大生产经营	1 元/注册资本	股东协商确定	李兴、朱文湛夫妻的家庭经营积累、薪酬所得等
2015 年 10 月第二次股权转让	李日荣将其持有的 85%股权、共计 4,675 万元出资额转让给李兴；李观如将其持有的 15%股权、共计 825 万元出资额，转让给李兴。	股权代持还原登记，代持股东李日荣、李观如将股权全部还原登记至李兴名下	0 元	股权代持还原登记，各方协商确定	不涉及
2015 年 12 月第三次增资	注册资本由 5,500 万元增加至 35,000 万元，新增注册资本由李兴认缴，但未实缴	原注册资本已与实际经营规模不匹配，需投入资金扩大生产经营	1 元/注册资本（未实缴）	股东协商确定	不涉及
2016 年 3 月第三次股权转让	李兴将其持有的 1%股权、共计 350 万元的出资额（均未实缴），0 元转让给其弟李康荣	李兴之弟李康荣参与发行人经营管理多年，协商决定入股发行人	0 元	转让涉及的出资额未实缴，经双方协商确定	本次股权转让后实缴资金 203.7 万元来源于李康荣家庭经营积累、薪酬所得等
2017 年 2 月减资	详见本节“三、发行人报告期内股本变化和重大资产重组情况”之“（三）”之“7、2017 年 2 月减资的产生原因、过程，履行程序的完整合规性”				
2017 年 5 月第四次股权转让	李兴将其持有的 35.71%股权、共计 2,037.04 万元出资额转让给其配偶朱文湛	李兴配偶朱文湛虽然历史上曾持股，但当时未登记为股东，此次转为其个人直接持股	0 元	转让双方系夫妻关系	不涉及
2017 年 8 月第四次增资	详见本节“三、发行人报告期内股本变化和重大资产重组情况”之“（三）关于欢乐家历史沿革的有关说明”之“8、豪兴投资、荣兴投资的历史沿革、股权结构、入股发行人的原因、定价公允性和出资合法性；豪兴投资、荣兴投资入股发行人时持有人的任职情况，持有人离职及持有份额转让情况”				
2017 年 12 月第五次增资	详见本节“三、发行人报告期内股本变化和重大资产重组情况”之“（三）关于欢乐家历史沿革的有关说明”之“8、豪兴投资、荣兴投资的历史沿革、股权结构、入股发行人的原因、定价公允性和出资合法性；豪兴投资、荣兴投资入股发行人时持有人的任职情况，持有人离职及持有份额转让情况”				
2019 年 6 月整体变更为股份公司	不涉及				

发行人上述股权变动具有合理原因，相关出资来源合法，定价公允。

10、历次股权变动、整体变更、利润分配过程中各股东的纳税情况

（1）发行人历次股权变动的纳税情况

发行人历史上存在数次股权变更，主要是发生在有限公司阶段的股权转让。历次股权转让所涉各股东已完成纳税申报义务，缴清了相关个人所得税和印花税，未因此受到过行政处罚。具体情况如下：

转让时间	转让方	受让方	转让股权对应的出资额	转让价款	个人所得税	印花税
2009/12	朱文湛	李日荣	425 万元	0 元（股权代持）	朱文湛 10.25 万元	转让双方各 2,125 元
	周月芳	李观如	75 万元	0 元（股权代持）	周月芳 1.81 万元	转让双方各 375 元
2015/10	李日荣	李兴	4,675 万元	0 元（解除代持）	转让双方系父子，未产生个税	转让双方各 23,375 元
	李观如	李兴	825 万元	0 元（解除代持）	李观如 10.69 万元	转让双方各 4,125 元
2016/03	李兴	李康荣	350 万元	0 元	转让双方系兄弟，未产生个税	转让双方各 1,750 元
2017/05	李兴	朱文湛	2,037.04 万元	0 元	转让双方系夫妻，未产生个税	转让双方各 10,185.2 元

上述 2009 年 12 月和 2015 年 10 月的股权转让，是分别基于股权代持和解除代持而进行的工商变更登记，不构成实质意义上的股权交易，实际也未产生任何股权转让价款，相关方也未因此取得任何转让所得，在当时并未进行股权转让的缴税申报。在报告期初，为规范历史股权变动的纳税情况，相关方于 2017 年 9 月进行了纳税申报，缴纳了相关税款和滞纳金，未因此受到行政处罚。

（2）整体变更的纳税情况

2019 年 6 月 4 日欢乐家有限按原账面净资产值折股整体变更为股份公司，注册资本由 192,358,834 元变更为 360,000,000 元。根据《国家税务总局关于股权奖励和转增股本个人所得税征管问题的公告》（国家税务总局公告 2015 年第 80 号）等相关规定，涉及以未分配利润、盈余公积、资本公积向个人股东转增股本的，应当依法征收个人所得税。

法人股东豪兴投资不涉及该项税收，自然人股东李兴、朱文湛、李康荣按照 20%税率缴纳了个人所得税；合伙企业股东荣兴投资合伙人均为自然人，该等合伙人按照 20%税率缴纳了个人所得税。2019 年 7 月，上述各方就本次整体变更向国家税务总局湛江经济技术开发区税务局进行了纳税申报，并缴纳了相关税款，具体如下：

单位：万元

纳税义务人	转增股本金	个税金额	纳税凭证号
李兴	3,017.98	603.60	（2019）0710 记录 00005151
朱文湛	1,775.29	355.06	（2019）0710 记录 00005172
李康荣	177.53	35.51	（2019）0806 记录 00006509
荣兴投资合伙人	1,141.64	228.33	NO.344085190700014619

（3）发行人历次利润分配的纳税情况

发行人的股东共 5 名，其中豪兴投资为有限责任公司，荣兴投资为有限合伙企业，其余 3 名为境内自然人。发行人共进行了 4 次利润分配，发行人已代扣代缴自然人股东的个人所得税，荣兴投资已代扣代缴其合伙人的个人所得税，具体情况如下：

单位：万元

决议时间	利润分配总额	股东姓名或名称	利润分配金额	个人所得税
2018/12	4,500	豪兴投资	2,859.24	（不涉及）
		李兴	810.12	162.02
		朱文湛	476.54	95.31
		李康荣	47.65	9.53
		荣兴投资合伙人	306.45	61.29
		合　计	**4,500.00**	**328.15**
2019/02	4,000	豪兴投资	2,541.55	（不涉及）
		李兴	720.10	144.02
		朱文湛	423.59	84.72
		李康荣	42.36	8.47
		荣兴投资合伙人	272.40	54.48
		合　计	**4,000.00**	**291.69**
2019/10	2,000	豪兴投资	1,270.77	（不涉及）
		李兴	360.05	72.01
		朱文湛	211.80	42.36
		李康荣	21.18	4.24
		荣兴投资合伙人	136.20	27.24
		合　计	**2,000.00**	**145.85**
2020/03	6,000	豪兴投资	3,812.32	（不涉及）
		李兴	1,080.16	216.03
		朱文湛	635.39	127.08

		李康荣	63.54	12.71
		荣兴投资合伙人	408.60	81.72
		合　计	**6,000.00**	**437.54**

根据《中华人民共和国企业所得税法》第二十六条的规定，符合条件的居民企业之间的股息、红利等权益性投资收益为免税收入，发行人法人股东豪兴投资不涉及相关纳税义务。根据《关于合伙企业合伙人所得税问题的通知》《关于个人独资企业和合伙企业投资者征收个人所得税的规定》和《国家税务总局〈关于个人独资企业和合伙企业投资者征收个人所得税的规定〉执行口径的通知》等规定，合伙企业对外投资分回的利息或者股息、红利，不并入企业的收入，而应单独作为投资者个人取得的利息、股息、红利所得，按“利息、股息、红利所得”应税项目计算缴纳个人所得税，即合伙企业以每一个合伙人为纳税义务人，发行人不承担代扣代缴义务。针对上述纳税义务，荣兴投资已就发行人报告期内历次利润分配所涉的合伙人个税进行了代扣代缴。根据《中华人民共和国个人所得税法》《国家税务总局关于利息、股息、红利所得征税问题的通知》（国税函〔1997〕656 号）等规定，自然人股东取得利息、股息、红利所得，应当缴纳个人所得税，发行人作为扣缴义务人已代扣代缴个人应缴纳的个人所得税。

在整体变更和历次利润分配过程中，各股东均依法履行了纳税申报义务，不存在违法违规情形，未受到相关行政处罚。在历次股权变动过程中，欢乐家有限 2009 年 12 月和 2015 年 10 月的股权变动，是基于股权代持和解除代持而进行的工商变更登记，不构成实质意义上的股权权属交易，也未产生股权转让价款，相关方也未取得转让所得，当时并未进行纳税申报。在报告期初，相关方进行了纳税补充申报，足额缴纳了相关税款和滞纳金，未因此受到行政处罚。除此之外，各股东均依法履行了纳税申报义务，不存在违法违规情形。各股东因历次股权变动而产生的税款均已足额缴纳，未受到行政处罚。

11、发行人目前所有股东的股东适格性

（1）发行人股东的适格性

发行人现有股东共 5 名，其中股东豪兴投资为李兴、朱文湛夫妻共同持股的有限责任公司，股东荣兴投资为相关员工出资设立的有限合伙企业，其余 3 名为自然人股东。

经穿透计算，直接和间接持有发行人股份的人数合计未超过 200 人。该等自然人均

为居住于中国境内的中国公民，具有完全民事权利能力和民事行为能力，未在国家机关、事业单位、国有企业或集体企业任职或兼职，没有公务员、现役军人、国有企业领导人员、党政机关干部、退休干部等身份，不存在《国有企业领导人员廉洁从业若干规定》（中办发〔2009〕26 号）、《关于严禁党政机关和党政干部经商、办企业的决定》（中发〔1984〕27 号）以及《关于进一步制止党政机关和党政干部经商、办企业的规定》（中发〔1986〕6 号）等规定的不得参与营利性活动的情形。

豪兴投资和荣兴投资均依法成立并合法存续，截至本招股说明书签署日，豪兴投资和荣兴投资未出现有关法律、法规和规范性文件以及其章程或合伙人协议规定的导致主体终止的情形。

豪兴投资和荣兴投资均不存在向投资者募集资金、资产由基金管理人管理的情形，未担任私募投资基金管理人，亦没有相关计划或安排。截至本招股说明书签署日，除持有发行人股份外，豪兴投资和荣兴投资未投资其他企业、未持有其他实体的权益。豪兴投资和荣兴投资不属于《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等规定所规范的私募投资基金管理人或私募投资基金，无须向中国证券投资基金业协会申请登记或办理基金备案手续。

（2）发行人股东的关联关系

股东李兴与朱文湛系夫妻关系，李兴与李康荣系兄弟关系，豪兴投资系李兴、朱文湛夫妻持有 100%股权的公司，李康荣持有荣兴投资 19.09%财产份额，在 2019 年 9 月前曾任其执行事务合伙人。除此之外，发行人各股东与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员不存在其他关联关系。

（3）股份代持和对赌情况

发行人股东历史上存在代持情形，在报告期前均已有效解除。发行人股东均不存在委托持股、信托持股或其他特殊安排，亦不存在关于发行人股权的任何对赌协议、安排或承诺，也不存在任何其他实质性构成或可能被认定构成对赌的相关约定或安排。

12、发行人各股东、控股股东、实际控制人及其近亲属、发行人董事、监事、高管人员及其近亲属均已按照相关规定进行股份锁定承诺事项

发行人各股东、控股股东、实际控制人、董事、监事和高管人员已就发行人本次发行上市所涉股份锁定出具了《股份流通限制及自愿锁定的承诺函》，发行人持股 5%以

上的股东已就发行人本次发行上市所涉减持事宜出具了《主要股东持股意向及减持意向的承诺函》。该等股份锁定承诺事项符合《公司法》、《证券法》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（证监会公告〔2013〕42 号）、《创业板股票上市规则》等相关法律、法规和规范性文件的规定，真实、合法、有效。

除三名实际控制人李兴、朱文湛和李康荣系近亲属关系外，发行人各股东、控股股东、实际控制人的其他近亲属，发行人其他董事、监事、高管人员的近亲属均未直接或间接持有发行人股份。

13、历史上吸收合并湛江旺多多事宜

（1）湛江旺多多的历史沿革

1999 年 6 月 14 日，湛江旺多多在湛江市工商局注册成立，并领取注册号为 4408012000574 的《企业法人营业执照》。公司名称“湛江市旺多多食品有限公司”，住所为湛江市赤坎区海滨五路 3 号，法定代表人为李日荣，公司类型为有限责任公司，注册资本和实收资本均为 50 万元，经营范围为“生产速食糊类制品；销售速食糊类制品、干果品、糖果、罐头、非酒精饮料、副食品”。经营期限自 1999 年 6 月 14 日至 2003 年 6 月 13 日。李日荣担任该公司执行董事和经理，朱文湛任监事。上述实收资本经湛江市鑫泉会计师事务所以 1999 年 6 月 11 日湛鑫会验字〔1999〕027 号《验资报告》验证。湛江旺多多成立时，其工商登记的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	实缴出资额	占注册资本的比例
1	朱文湛	42.50	85%
2	李日荣	7.50	15%
合 计		**50.00**	**100%**

湛江旺多多实际由李兴、朱文湛夫妻共同出资设立。由于工商登记主管部门要求夫妻共同设立公司时需提交财产分割等证明文件，为了简化手续，李兴、朱文湛夫妻决定由李兴之父李日荣为名义股东，代持有部分股权。

2003 年 7 月 4 日，经湛江市工商局核准，湛江旺多多注销登记，公司终止。自成立至注销登记，湛江旺多多股权结构未发生变动。

（2）湛江旺多多的业务情况及主要财务数据

湛江旺多多实际由李兴、朱文湛夫妻共同出资设立，系发行人的关联方。根据对湛江旺多多实际控制人李兴、朱文湛的访谈，湛江旺多多 1999 年成立后至 2003 年 7 月 4 日注销前，主要从事的速食糊类食品制品的生产和销售。发行人系于 2001 年 12 月成立，成立初期主要从事水果罐头的生产与销售，报告期内与湛江旺多多无交易往来。湛江旺多多主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2002 年度/年末	2003 年 1-3 月/3 月末
总资产	383.52	370.91
净资产	344.71	333.24
营业收入	61.59	188.66
营业利润	-54.86	-13.23

（3）发行人吸收合并湛江旺多多的原因及合理性

根据对相关当事方的访谈及工商档案等资料，湛江旺多多自 1999 年 6 月成立后，以“旺多多”品牌开展芝麻糊等食品的生产和销售。2001 年 10 月“旺多多”品牌被其他市场主体抢先注册商标，注册类别覆盖了湛江旺多多的主要产品，湛江旺多多业务发展受到制约。股东和实际出资人经研究决定另行开发“欢乐家”取代原品牌经营，同时开拓水果罐头市场，并于 2001 年 12 月注册成立了欢乐家有限。

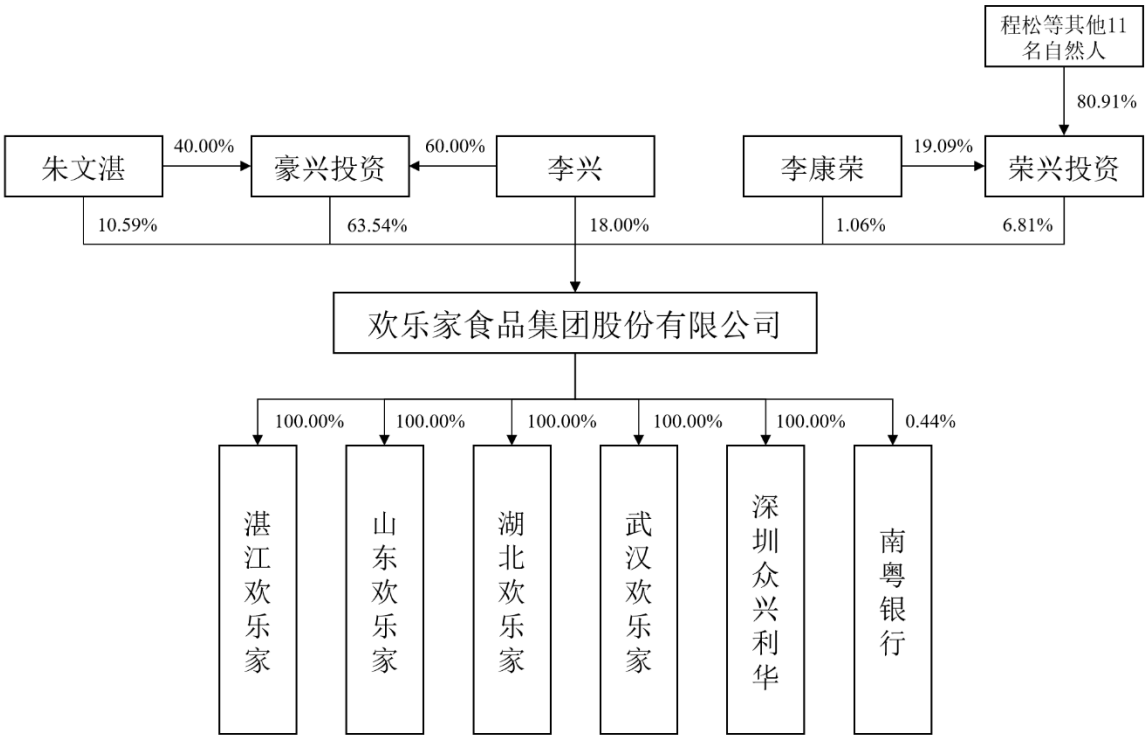
为更简便合并湛江旺多多的相关业务、人员和其他资产，同时降低税收等成本和提高效率，决定采取吸收合并的方式，即由欢乐家有限吸收合并湛江旺多多。

（4）相关资产及人员的处置情况

根据湛江旺多多清算组于 2003 年 4 月 15 日作出《清算事项报告》及所附的损益表及资产负债表，湛江旺多多应收账款账面余额为 0 元，应付账款及其他应付账款合计 376.75 万元，应付福利费账面余额 1.04 万元，均由欢乐家有限承担。注销前湛江旺多多的资产规模较小，主要资产包括固定资产、原料、库存商品等也转入欢乐家有限。注销前湛江旺多多已无正式在职员工，因此不存在需要处置的相关人员。吸收合并完成后，湛江旺多多相关资产、人员均处置完毕，未发生诉讼或纠纷。

四、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构图如下：



五、发行人控股子公司、分公司和参股公司情况

（一）发行人控股子公司的情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有湖北欢乐家、山东欢乐家、武汉欢乐家、深圳众兴利华、湛江欢乐家 5 家全资子公司。湖北欢乐家、山东欢乐家、武汉欢乐家分别为公司位于湖北枝江、山东临沂和湖北汉川的生产基地，湛江欢乐家为公司位于广东湛江的在建生产基地，深圳众兴利华为公司的销售子公司。

各子公司的基本情况如下：

1、湖北欢乐家

企业名称	湖北欢乐家食品有限公司
住所	湖北省宜昌市枝江安福寺果蔬工业园之字溪大道 9 号
主要生产经营地	湖北省宜昌市枝江安福寺果蔬工业园之字溪大道 9 号
法定代表人	张茂林

注册资本	3,500 万元			
实收资本	3,500 万元			
股东构成	欢乐家 100%			
统一社会信用代码	91420583559709192T			
成立日期	2010 年 08 月 09 日			
经营范围	罐头（果蔬罐头）生产、销售；饮料（其他果味饮料）制造、销售。（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。）			
主营业务	罐头产品生产			
财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2019.12.31/ 2019 年度	17,363.24	4,644.74	2,533.00
	2020.06.30/ 2020 年 1-6 月	13,729.13	6,148.27	1,503.52

注：上述财务数据已经致同会计师审计

湖北欢乐家历史沿革如下：

（1）2010 年 8 月湖北欢乐家成立

2010 年 7 月 1 日，湖北省工商局出具（鄂工商）登记内名预核字〔2010〕第 05391 号《企业名称预先核准通知书》，预先核准湖北欢乐家使用“湖北欢乐家食品有限公司”名称。

2010 年 8 月 4 日，李日荣和李康荣签署《湖北欢乐家食品有限公司章程》。

2010 年 8 月 6 日，宜昌天成会计师事务所有限公司出具宜天成资字〔2010〕第 225 号《验资报告》，经其审验，截至 2010 年 8 月 6 日，湖北欢乐家收到全体股东缴纳的注册资本合计 300 万元，均为货币出资。

2010 年 8 月 9 日，湖北欢乐家在枝江市工商局注册成立，并领取注册号为 420583000011958 的《企业法人营业执照》：公司名称为“湖北欢乐家食品有限公司”，住所为枝江市安福寺工业园之字溪大道，法定代表人为曾繁尊，企业类型为有限责任公司（自然人投资或控股），注册资本和实收资本为 300 万元，经营范围为“食品加工项目筹建（筹建期间至 2011 年 2 月、筹建期间不得开展生产经营活动）”，经营期限自 2010 年 8 月 9 日至 2011 年 2 月 8 日止。湖北欢乐家成立时，工商登记的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	实缴出资额	占注册资本比例
1	李日荣	255	85%

2	李康荣	45	15%
合 计		**300**	**100%**

经审查工商登记档案资料以及相关方的确认和对相关方的访谈，经查验，湖北欢乐家的实际出资人为李兴、朱文湛夫妻，李日荣和李康荣为名义股东，代持相应股权。基于亲属关系产生的稳固信赖关系，本次代持安排未签署书面协议。

（2）2015 年 10 月第一次股权转让（解除股权代持）

2015 年 10 月 21 日，湖北欢乐家召开股东会，一致同意李日荣将其持有的 85%的股权、共计 255 万元出资额，以 255 万元的价格转让给李兴；同意李康荣将其持有的 14%的股权、共计 42 万元出资额，以 42 万元的价格转让给李兴。同日，李日荣和李康荣分别与李兴签订了《股权转让协议》。

2015 年 10 月 26 日，经枝江市工商局核准，湖北欢乐家办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，湖北欢乐家工商登记的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	实缴出资额	占注册资本比例
1	李兴	297	99%
2	李康荣	3	1%
合 计		**300**	**100%**

李兴与李日荣、李康荣分别为父子、兄弟关系，根据《股权转让个税办法》，本次股权转让未产生个人所得税。根据枝江市地方税务局于 2015 年 10 月 26 日出具的（1404）鄂地证 032547107、（1404）鄂地证 032547078、（1404）鄂地证 032547086 和（1404）鄂地证 032547094《税收完税证明》，本次股权转让的印花税已缴清。

经查验，本次股权转让实为解除股权代持关系，还原实际出资人的股权登记，不存在股权交易对价，实际也未发生股权转让款的支付。

（3）2015 年 12 月第二次股权转让（成为发行人的控股子公司）

2015 年 12 月 18 日，湖北欢乐家召开股东会，一致同意李兴将其持有的 99%的股权、共计 297 万元出资额，以 297 万元的价格转让给发行人。同日，李兴与发行人签订了《股权转让协议》。

2015 年 12 月 24 日，经枝江市工商局核准，湖北欢乐家办理了上述事项的变更登

记。本次变更完成后，湖北欢乐家工商登记的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名或名称	实缴出资额	占注册资本比例
1	发行人	297	99%
2	李康荣	3	1%
合 计		**300**	**100%**

根据枝江市地方税务局于 2015 年 12 月 24 日出具的（1409）鄂地证 043380226 和（1409）鄂地证 043380234，以及于 2016 年 1 月 20 日出具的（1409）鄂地证 043385836《税收完税证明》，李兴已就本次股权转让缴清个人所得税合计 31.64 万元，本次股权转让的印花税已缴清。

（4）2015 年 12 月第一次增资（注册资本增至 3,500 万元）

2015 年 12 月 18 日，湖北欢乐家召开股东会，决议将注册资本由 300 万元增加至 3,500 万元，新增注册资本均由发行人认缴。

2015 年 12 月 24 日，经枝江市工商局核准，湖北欢乐家办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，湖北欢乐家工商登记的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称或姓名	认缴出资额	占注册资本比例	实缴出资额
1	发行人	3,497	99.91%	297
2	李康荣	3	0.09%	3
合 计		**3,500**	**100.00%**	**300**

（5）2016 年 3 月第三次股权转让（成为发行人的全资子公司）

2016 年 3 月 15 日，湖北欢乐家召开股东会，一致同意李康荣将其持有的 0.09%的股权、共计 3 万元出资额，以 3 万元的价格转让给发行人。同日，李康荣与发行人签订了《股权转让协议》。

2016 年 3 月 15 日，经枝江市工商局核准，湖北欢乐家办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，湖北欢乐家成为发行人的全资子公司。

根据枝江市地方税务局于 2016 年 3 月 15 日出具的（1409）鄂地证 043527494《税收完税证明》，以及麻章地方税务局于 2017 年 10 月 24 日出具的（171）粤地证 00126798《税收完税证明》，李康荣已缴清因本次股权转让产生的个人所得税 0.06 万元，本次

股权转让的印花税已缴清。

2017 年 9 月 11 日，华兴会计师事务所出具闽华兴所（2017）验字 H-013 号《验资报告》，经其审验：截至 2017 年 9 月 11 日，湖北欢乐家收到发行人缴纳的注册资本 2,200 万元，均为货币出资；会计师对发行人于 2015 年 12 月转入湖北欢乐家的 1,000 万元新增实收资本实施了复核程序，确认发行人于 2015 年 12 月转入湖北欢乐家的 1,000 万元已到账；综上，截至 2017 年 9 月 11 日，湖北欢乐家的注册资本 3,500 万元已全部实缴。

2、山东欢乐家

企业名称	山东欢乐家食品有限公司			
住所	山东省临沂市蒙阴县孟良崮工业园			
主要生产经营地	山东省临沂市蒙阴县孟良崮工业园			
法定代表人	李健			
注册资本	8,000 万元			
实收资本	8,000 万元			
股权结构	欢乐家 100%			
统一社会信用代码	913713285845468828			
成立日期	2011 年 11 月 01 日			
经营范围	罐头、饮料生产、销售（按食品生产许可证副页核准的范围经营，有效期以许可证为准）；聚酯（PET）无汽饮料瓶生产、销售；农副产品（不含专营）、果品购销；经营企业产品及技术进出口业务。（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。）			
主营业务	罐头和饮料产品生产			
财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2019.12.31/ 2019 年度	35,435.42	9,971.57	3,860.39
	2020.06.30/ 2020 年 1-6 月	28,850.79	12,063.67	2,092.10

注：上述财务数据已经致同会计师审计

山东欢乐家历史沿革如下：

（1）2011 年 11 月山东欢乐家成立

2011 年 10 月 20 日，蒙阴县工商局出具（鲁）登记私名预核字〔2011〕第 6776 号《企业名称预先核准通知书》，预先核准使用“山东欢乐家食品有限公司”名称。

2011 年 10 月 31 日，李日荣和李康荣签署《山东欢乐家食品有限公司章程》。

2011 年 11 月 1 日，山东大华会计师事务所有限公司出具鲁大华会验字〔2011〕第 41062 号《验资报告》，经其审验，截至 2011 年 11 月 1 日，山东欢乐家收到李日荣和李康荣缴纳的注册资本合计 200 万元，均为货币出资。

2011 年 11 月 1 日，山东欢乐家在蒙阴县工商局注册成立，并领取注册号为 371328200005402《企业法人营业执照》：公司名称为“山东欢乐家食品有限公司”，住所为蒙阴县孟良崮工业园，法定代表人为李健，公司类型为有限责任公司（自然人投资或控股），注册资本为 1,000 万元，实收资本为 200 万元，经营范围为“前置许可经营项目：罐头（果蔬罐头）生产、销售（筹建期为一年，筹建期间不得开展经营活动）。”经营期限自 2011 年 11 月 1 日至 2012 年 11 月 1 日。山东欢乐家成立时，工商登记的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	认缴出资额	占注册资本比例	实缴出资额
1	李日荣	750	75%	150
2	李康荣	250	25%	50
合　计		**1,000**	**100%**	**200**

2011 年 11 月 14 日，山东欢乐家召开股东会，决议将山东欢乐家实收资本由 200 万元增加至 1,000 万元。

2011 年 11 月 18 日，山东大华会计师事务所有限公司出具鲁大华会验字〔2011〕第 41433 号《验资报告》，经其审验，截至 2011 年 11 月 18 日，山东欢乐家收到李日荣和李康荣缴纳的注册资本合计 800 万元，均为货币出资。

2011 年 11 月 18 日，经蒙阴县工商局核准，山东欢乐家办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，山东欢乐家工商登记的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	实缴出资额	占注册资本比例
1	李日荣	750	75%
2	李康荣	250	25%
合　计		**1,000**	**100%**

经审查工商登记档案资料以及相关方的确认和对相关方的访谈，经查验，山东欢乐家的实际出资人为李兴、朱文湛夫妻，李日荣和李康荣为名义股东，代持相应股权。基于亲属关系产生的稳固信赖关系，本次代持安排未签署书面协议。

（2）2015 年 11 月第一次股权转让（解除股权代持）

2015 年 10 月 20 日，山东欢乐家召开股东会，一致同意李日荣将其持有的 75%的股权、共计 750 万元的出资额转让给李兴；同意李康荣将其持有的 24%的股权、共计 240 万元的出资额转让给李兴。2015 年 11 月 2 日，李日荣和李康荣分别与李兴签订了《股权转让协议》。

2015 年 11 月 2 日，经蒙阴县工商局核准，山东欢乐家办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，山东欢乐家工商登记的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	实缴出资额	占注册资本比例
1	李兴	990	99%
2	李康荣	10	1%
合　计		**1,000**	**100%**

根据蒙阴县地方税务局于 2015 年 11 月 2 日出具的（151）鲁地现 00529430、（151）鲁地现 00529429 和（151）鲁地现 00529431《税收缴款书（税务收现专用）》，李日荣和李康荣已就本次股权转让分别缴清个人所得税 7.50 万元和 2.40 万元，本次股权转让的印花税已缴清。

经查验，本次股权转让实为解除股权代持关系，还原实际出资人的股权登记，不存在股权交易对价，实际也未发生股权转让款的支付。

（3）2015 年 12 月第二次股权转让（成为发行人的控股子公司）

2015 年 12 月 21 日，山东欢乐家召开股东会，一致同意李兴将其持有的 99%的股权、共计 990 万元的出资额，以 990 万元的价格转让给发行人。同日，李兴和发行人签订了《股权转让合同》。

2015 年 12 月 25 日，经蒙阴县工商局核准，山东欢乐家办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，山东欢乐家工商登记的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名或名称	实缴出资额	占注册资本比例
1	发行人	990	99%
2	李康荣	10	1%
合　计		**1,000**	**100%**

根据蒙阴县地方税务局于 2016 年 1 月 6 日出具的（151）鲁地现 00529469 和（151）鲁地现 00529468《税收缴款书（税务收现专用）》，李兴已就本次股权转让缴清个人所得税 13.07 万元，本次股权转让的印花税已缴清。

（4）2015 年 12 月第一次增资（注册资本增至 8,000 万元）

2015 年 12 月 21 日，山东欢乐家召开股东会，决议将注册资本由 1,000 万元增加至 8,000 万元，新增注册资本 7,000 万元均由发行人认缴。

2015 年 12 月 25 日，经蒙阴县工商局核准，山东欢乐家办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，山东欢乐家工商登记的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名或名称	认缴出资额	占注册资本比例	实缴出资额
1	发行人	7,990	99.88%	990
2	李康荣	10	0.13%	10
合　计		**8,000**	**100.00%**	**1,000**

（5）2016 年 4 月第三次股权转让（成为发行人的全资子公司）

2016 年 4 月 8 日，山东欢乐家召开股东会，一致同意李康荣将其持有的 0.13%股权、共计 10 万元出资额转让给发行人。同日，李康荣和发行人签订了《股权转让协议》。

2016 年 4 月 8 日，经蒙阴县工商局核准，山东欢乐家办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，山东欢乐家成为发行人的全资子公司。

根据蒙阴县地方税务局于 2016 年 4 月 8 日出具的（151）鲁地现 00850855 和（151）鲁地现 00850854《税收缴款书（税务收现专用）》，李康荣已就本次股权转让缴清个人所得税 0.10 万元，本次股权转让的印花税已缴清。

2017 年 9 月 28 日，华兴会计师事务所出具闽华兴所（2017）验字 H-014 号《验资报告》，经其审验，截至 2017 年 9 月 28 日，山东欢乐家已收到发行人缴纳的注册资本 4,800 万元，均为货币出资。2017 年 10 月 26 日，华兴会计师事务所出具闽华兴所（2017）验字 H-016 号《验资报告》，经其审验，截至 2017 年 10 月 26 日，山东欢乐家已收到发行人缴纳的注册资本 2,200 万元，均为货币出资。至此，山东欢乐家的实收资本已全部到位。

3、武汉欢乐家

企业名称	武汉欢乐家食品有限公司			
住所	湖北省汉川市经济开发区福星街 9 号			
主要生产经营地	湖北省汉川市经济开发区福星街 9 号			
法定代表人	曾繁尊			
注册资本	7,800 万元			
实收资本	7,800 万元			
股权结构	欢乐家 100%			
统一社会信用代码	91420984052646970M			
成立日期	2012 年 10 月 09 日			
经营范围	凭有效食品生产许可审批从事罐头（果蔬罐头、其他罐头）、饮料（果汁和蔬菜汁类、蛋白饮料类、茶饮料类、其它饮料类）、食品用塑料包装、容器、工具等制品的生产销售，经营企业产品及技术进出口业务（国家限制或禁止的除外）。（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营。）			
主营业务	罐头和饮料产品生产			
财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2019.12.31/ 2019 年度	36,109.45	10,826.60	8,503.94
	2020.06.30/ 2020 年 1-6 月	32,264.00	13,226.24	2,399.64

注：上述财务数据已经致同会计师审计

武汉欢乐家历史沿革如下：

（1）2012 年 10 月武汉欢乐家成立

2012 年 8 月 9 日，孝感市工商局登记注册分局出具（鄂武）名预核内字〔2012〕第 2752 号《企业名称预先核准通知书》，预先核准武汉欢乐家使用“武汉欢乐家食品有限公司”名称。

2012 年 10 月 8 日，李日荣和李康荣签署《武汉欢乐家食品有限公司章程》。

2012 年 10 月 9 日，汉川市智盛会计师事务所出具川智盛验字〔2012〕226 号《验资报告》，经其审验，截至 2012 年 10 月 8 日，武汉欢乐家收到李日荣和李康荣缴纳的注册资本合计 300 万元，均为货币出资。

2012 年 10 月 9 日，武汉欢乐家在汉川市工商局注册成立，并领取注册号为 420984000014824 的《企业法人营业执照》：公司名称为“武汉欢乐家食品有限公司”，

住所为湖北省汉川市分水镇工业园，法定代表人为李日荣，公司类型为有限责任公司（自然人投资或控股），注册资本和实收资本为 300 万元，经营范围为“罐头项目的筹建。（筹建期为半年，筹建期间不得从事生产经营活动）”，经营期限自 2012 年 10 月 9 日至 2013 年 4 月 9 日。武汉欢乐家成立时，工商登记的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	实缴出资额	占注册资本的比例
1	李日荣	255	85%
2	李康荣	45	15%
合　计		**300**	**100%**

经审查工商登记档案资料以及相关方的确认和对相关方的访谈，经查验，武汉欢乐家的实际出资人为李兴、朱文湛夫妻，李日荣和李康荣为名义股东，代持相应股权。基于亲属关系产生的稳固信赖关系，本次代持安排未签署书面协议。

（2）2012 年 10 月第一次增资（注册资本增至 1,000 万元）

2012 年 10 月 11 日，武汉欢乐家召开两次股东会并形成决议，根据上述决议，武汉欢乐家注册资本由 300 万元分次增加至 1,000 万元，新增注册资本合计 700 万元，其中，李日荣认缴 595 万元，李康荣认缴 105 万元。

2012 年 10 月 11 日，汉川市智盛会计师事务所出具川智盛验字〔2012〕230 号《验资报告》。经其审验，截至 2012 年 10 月 11 日，武汉欢乐家已收到新增注册资本合计 350 万元，均为货币出资。

2012 年 10 月 15 日，汉川市智盛会计师事务所出具川智盛验字〔2012〕235 号《验资报告》。经其审验，截至 2012 年 10 月 15 日，武汉欢乐家已收到新增注册资本 350 万元，均为货币出资。

2012 年 10 月 11 日及 10 月 15 日，经汉川市工商局核准，武汉欢乐家分别办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，武汉欢乐家工商登记的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	实缴出资额	占注册资本比例
1	李日荣	850	85%
2	李康荣	150	15%
合　计		**1,000**	**100%**

经审查工商登记档案资料以及相关方的确认和对相关方的访谈，经查验，本次增资的实际出资人亦为李兴、朱文湛夫妻。

（3）2015 年 10 月第一次股权转让（解除股权代持）

2015 年 10 月 18 日，武汉欢乐家召开股东会，一致同意李日荣将其持有的 85%的股权、共计 850 万元的出资额转让给李兴；李康荣将其持有的 14%的股权、共计 140 万元的出资额转让给李兴。同日，李日荣和李康荣分别与李兴签订了《股权转让协议》。

2015 年 10 月 29 日，经汉川市工商局核准，武汉欢乐家办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，武汉欢乐家工商登记的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	实缴出资额	占注册资本比例
1	李兴	990	99%
2	李康荣	10	1%
合 计		**1,000**	**100%**

李兴与李日荣、李康荣分别为父子、兄弟关系，根据《股权转让个税办法》，本次股权转让未产生个人所得税。根据汉川市地方税务局于 2017 年 9 月 19 日出具的（173）鄂地证 031789534、（173）鄂地证 031789542 和（173）鄂地证 031789550《税收完税证明》，本次股权转让的印花税已缴清。

经查验，本次股权转让实为解除股权代持关系，还原实际出资人的股权登记，不存在股权交易对价，实际也未发生股权转让款的支付。

（4）2015 年 12 月第二次股权转让（成为发行人的控股子公司）

2015 年 12 月 21 日，武汉欢乐家召开股东会，一致同意李兴将其持有的 99%股权、共计 990 万元出资额，以 990 万元的价格转让给发行人。同日，李兴和发行人签订了《股权转让协议》。

2015 年 12 月 24 日，经汉川市工商局核准，武汉欢乐家办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，武汉欢乐家工商登记的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称或姓名	实缴出资额	占注册资本比例
1	发行人	990	99%

序号	股东名称或姓名	实缴出资额	占注册资本比例
2	李康荣	10	1%
合 计		**1,000**	**100%**

根据汉川市地方税务局于 2017 年 9 月 19 日出具的（173）鄂地证 031789550、（171）粤地证 00126798《税收完税证明》，李兴已缴清因本次股权转让产生的个人所得税 5.17 万元，本次股权转让的印花税已缴清。

（5）2015 年 12 月第二次增资（注册资本增至 7,800 万元）

2015 年 12 月 21 日，武汉欢乐家召开股东会，决议将注册资本由 1,000 万元增加至 7,800 万元，新增注册资本均由发行人认缴。

2015 年 12 月 24 日，经汉川市工商局核准，武汉欢乐家办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，武汉欢乐家工商登记的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称或姓名	认缴出资额	占注册资本比例	实缴出资额
1	发行人	7,790	99.87%	990
2	李康荣	10	0.13%	10
合 计		**7,800**	**100.00%**	**1,000**

（6）2016 年 3 月第三次股权转让（成为发行人的全资子公司）

2016 年 3 月 17 日，武汉欢乐家召开股东会，一致同意李康荣将其持有的 0.13%的股权、共计 10 万元的出资额，以 10 万元的价格转让给发行人。同日，李康荣和发行人签订了《股权转让协议》。

2016 年 3 月 18 日，经汉川市工商局核准，武汉欢乐家办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，武汉欢乐家成为发行人的全资子公司。

根据汉川市地方税务局于 2017 年 9 月 19 日出具的（173）鄂地证 031789542《税收完税证明》和麻章地方税务局于 2017 年 10 月 24 日出具的（171）粤地证 00126798《税收完税证明》，李康荣已就本次股权转让缴清个人所得税 0.11 万元，本次股权转让的印花税已缴清。

2017 年 9 月 8 日，华兴会计师事务所出具闽华兴所（2017）验字 H-012 号《验资报告》。经其审验，截至 2017 年 9 月 8 日，武汉欢乐家已收到股东发行人缴纳的新增

注册资本 4,600 万元，均为货币出资。2017 年 9 月 29 日，华兴会计师事务所出具闽华兴所（2017）验字 H-015 号《验资报告》。经其审验，截至 2017 年 9 月 29 日，武汉欢乐家已收到发行人缴纳的注册资本 2,200 万元，均为货币出资。至此，武汉欢乐家的实收资本已全部到位。

4、深圳众兴利华

企业名称	深圳市众兴利华供应链有限公司			
住所	深圳市前海深港合作区南山街道兴海大道 3044 号信利康大厦 14G-1			
主要生产经营地	深圳市前海深港合作区南山街道兴海大道 3044 号信利康大厦 14G-1			
法定代表人	程松			
注册资本	10,000 万元			
实收资本	10,000 万元			
股权结构	欢乐家 100%			
统一社会信用代码	91440300350035684W			
成立日期	2015 年 09 月 06 日			
经营范围	一般经营项目是：供应链管理；企业管理咨询；计算机软硬件开发；化妆品的购销；数码产品、电子产品及其周边产品、服装、日用品、家用电器、皮具的销售；计算机软硬件的技术开发及销售；供应链渠道设计；经济信息咨询；金融软件的技术开发；接受金融机构委托从事金融业务流程外包业务、接受金融机构委托从事金融信息技术市场外包业务、金融信息咨询、提供金融中介服务（根据法律、行政法规、国务院规定等规定需要审批的，依法取得相关审批文件后方可经营）；依托互联网等技术手段，提供金融中介服务（根据国家规定需要审批的，获得审批后方可经营）。（以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营。），许可经营项目是：预包装食品；食品饮料酒类的批发与销售			
主营业务	罐头和饮料产品销售			
财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2019.12.31/ 2019 年度	38,598.78	10,513.40	3,585.59
	2020.06.30/ 2020 年 1-6 月	31,901.58	12,033.16	1,546.86

注：上述财务数据已经致同会计师审计

深圳众兴利华历史沿革如下：

（1）2015 年 9 月深圳众兴利华成立

2015 年 9 月 6 日，深圳众兴利华在深圳市工商局注册成立，并领取统一社会信用代码为 91440300350035684W 的《营业执照》：公司名称为“深圳市众兴利华供应链股

份有限公司”，住所为深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司），法定代表人为程松，企业类型为股份有限公司，注册资本为 10,000 万元，经营期限为永续经营，经营范围为“国内商业、企业管理咨询、计算机软硬件开发、化妆品的进出口及购销、网上贸易、供应链管理、数码产品、电子产品及其周边产品、服装、日用品、家用电器、皮具的销售、计算机软硬件的技术开发及销售、供应链渠道设计、经济信息咨询、受金融机构的合法委托从事金融信息技术业务外包服务、金融软件的技术开发、依托互联网等技术手段、提供金融中介服务、信息中介及金融服务平台、接受金融机构委托从事金融业务流程外包业务、国内贸易、经营进出口业务。”深圳众兴利华成立时的股本结构如下：

单位：万元

序号	发起人姓名或名称	认缴股本额	占股本总额比例	实收股本额
1	家天下投资	4,300	43%	-
2	星联星投资	3,200	32%	-
3	夏仕友	500	5%	-
4	黎利	400	4%	-
5	程松	300	3%	-
6	苑佰石	300	3%	-
7	佘刚	300	3%	-
8	杨岗	200	2%	-
9	刘燕	100	1%	-
10	卫鑫	100	1%	-
11	郑致文	100	1%	-
12	刘洪波	100	1%	-
13	王建华	100	1%	-
	合　计	**10,000**	**100%**	**-**

深圳众兴利华此时的主要股东家天下投资和星联星投资，为发行人实际控制人李兴、朱文湛夫妻控制的企业。在 2016 年 3 月出让所持有的深圳众兴利华的全部股权后，家天下投资和星联星投资分别于 2017 年 6 月和 12 月注销登记。

（2）2015 年 10 月变更为有限责任公司

2015 年 10 月 13 日，深圳众兴利华召开股东大会，审议通过了将公司类型由股份公司变更为有限公司的议案。

2015 年 10 月 14 日，经深圳市工商局核准，深圳众兴利华完成公司类型的变更。

2015 年 11 月 17 日，深圳中兴信会计师事务所出具中兴信验证〔2015〕B121 号《验资报告》，经其审验，截至 2015 年 11 月 17 日，深圳众兴利华已收到星联星投资缴纳的注册资本 400 万元，均为货币出资。

2015 年 12 月 30 日，深圳中兴信会计师事务所出具中兴信验证〔2015〕B122 号《验资报告》，经其审验，截至 2015 年 12 月 30 日，深圳众兴利华已收到星联星投资缴纳的注册资本 400 万元，均为货币出资。

2016 年 1 月 15 日，深圳中兴信会计师事务所出具中兴信验证〔2016〕A326 号《验资报告》，经其审验，截至 2016 年 1 月 15 日，深圳众兴利华已收到星联星投资缴纳的注册资本 250 万元，均为货币出资。

2016 年 2 月 19 日，深圳中兴信会计师事务所出具中兴信验证〔2016〕B117 号《验资报告》，经其审验，截至 2016 年 2 月 19 日，深圳众兴利华已收到星联星投资缴纳的注册资本 400 万元，均为货币出资。

上述实缴出资完成后，深圳众兴利华的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名或名称	认缴出资额	占注册资本的比例	实缴出资额
1	家天下投资	4,300	43%	-
2	星联星投资	3,200	32%	1,450
3	夏仕友	500	5%	-
4	黎利	400	4%	-
5	程松	300	3%	-
6	苑佰石	300	3%	-
7	佘刚	300	3%	-
8	杨岗	200	2%	-
9	刘燕	100	1%	-
10	卫鑫	100	1%	-
11	郑致文	100	1%	-
12	刘洪波	100	1%	-
13	王建华	100	1%	-
合　计		**10,000**	**100%**	**1,450**

（3）2016 年 3 月股权转让（成为发行人的全资子公司）

2016 年 3 月 28 日，深圳众兴利华召开股东会，一致同意全体股东将所持全部股权转让予发行人。

2016 年 4 月 14 日，经深圳市工商局核准，深圳众兴利华办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，深圳众兴利华成为发行人的全资子公司，注册资本为 1 亿元，实收资本为 1,450 万元。

根据原全体股东和发行人于 2016 年 3 月 31 日签订的《股权转让协议书》和于 2017 年 5 月 20 日签订的《股权转让协议书之补充协议》以及交易各方出具的确认文件，本次股权转让的具体情况如下：

单位：元

序号	转让方	实缴出资额	受让方	转让价格
1	家天下投资	-	发行人	1
2	星联星投资	14,500,000		9,000,000
3	夏仕友	-		1
4	黎利	-		1
5	程松	-		1
6	苑佰石	-		1
7	佘刚	-		1
8	杨岗	-		1
9	刘燕	-		1
10	卫鑫	-		1
11	郑致文	-		1
12	刘洪波	-		1
13	王建华	-		1
合 计		**14,500,000**		**9,000,012**

根据深圳市前海税务局于 2019 年 7 月 17 日出具的编号为 344035190700079338 的《税收完税证明》，深圳众兴利华已代扣代缴因本次股权转让产生的相应的个人所得税及印花税。

2017 年 12 月 28 日，华兴会计师事务所出具闽华兴所〔2017〕验字 H-021 号《验资报告》，经其审验，截至 2017 年 12 月 27 日止，深圳众兴利华已收到发行人缴纳的

注册资本 4,550 万元，均为货币出资。

2019 年 1 月 3 日，致同会计师事务所出具致同验字（2019）第 110ZC0044 号《验资报告》，经其审验，截至 2019 年 1 月 3 日，深圳众兴利华已收到发行人缴纳的注册资本 4,000 万元，均为货币出资。至此，深圳众兴利华的实收资本已全部到位。

5、湛江欢乐家

企业名称	湛江欢乐家实业有限公司			
住所	湛江市坡头区灯塔路 18 号坡头区财政局办公楼副楼 202 房			
主要生产经营地	湛江市坡头区灯塔路 18 号坡头区财政局办公楼副楼 202 房			
法定代表人	李兴			
注册资本	6,000 万元			
实收资本	6,000 万元			
股权结构	欢乐家 100%			
统一社会信用代码	91440804MA4X10NP05			
成立日期	2017 年 08 月 18 日			
经营范围	生产（限分支机构经营）、销售：食品；收购农畜产品；普通货物运输；劳务咨询；信息技术开发、技术咨询服务；机电设备（除特种设备）安装。（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）			
主营业务	罐头和饮料产品生产			
财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2019.12.31/ 2019 年度	8,118.13	5,666.85	-113.63
	2020.06.30/ 2020 年 1-6 月	9,671.45	5,594.60	-72.25

注：上述财务数据已经致同会计师审计

湛江欢乐家自设立以来，股权情况未发生变化。

6、发行人收购四家公司的过程、合理性及交易对手基本情况

（1）对湖北欢乐家、山东欢乐家和武汉欢乐家的收购

①收购过程及合理性

湖北欢乐家、山东欢乐家和武汉欢乐家分别成立于 2010 年至 2012 年间，实际出资人为李兴、朱文湛夫妻。设立时并未与发行人之间作母子公司的股权设置安排，而是由自然人股东直接投资入股。由于当时李兴、朱文湛夫妻已计划移民加拿大，出于方便日后境内文件签署和手续办理等考虑，在设立时对这三家公司作了股权代持安排，分别以

李日荣（李兴之父）和李康荣（李兴之弟）为名义股东，代持相应股权：

公司名称	成立时间	注册资本	代持股权情况
湖北欢乐家	2010 年 08 月	300 万元	李日荣 85%，李康荣 15%
山东欢乐家	2011 年 11 月	1,000 万元	李日荣 75%，李康荣 25%
武汉欢乐家	2012 年 10 月	300 万元	李日荣 85%，李康荣 15%

基于对国内经济形势的信心，2015 年李兴、朱文湛夫妻决定放弃境外移民计划、专注于发行人的事业发展，并着手梳理和整合同一控制下相关同业公司的股权，分步骤地清理上述三家公司的股权代持情况，及最终由发行人完成控股收购。

首先，2015 年 10 月至 11 月间，这三家子公司的大部分股权先还原登记至实际控制人李兴名下。具体如下：

公司名称	变更登记时间	注册资本	变更后的股权结构
湖北欢乐家	2015 年 10 月	300 万元	李兴持股 99%，李康荣代持 1%
山东欢乐家	2015 年 11 月	1,000 万元	李兴持股 99%，李康荣代持 1%
武汉欢乐家	2015 年 10 月	1,000 万元	李兴持股 99%，李康荣代持 1%

上述股权变动在工商登记上体现为股权转让，实质则为实际出资人的股权还原登记，是对股权代持关系的解除。为了方便办理工商变更登记手续，股权转让合同的作价是参照注册资本填写，各方真实意思表示则为零对价过户，不存在股权交易对价款，实际也未发生股权转让款的支付。

其次，2015 年 12 月发行人先后完成对实际控制人李兴所持股权的收购，三家公司成为发行人的控股子公司。具体如下：

公司名称	变更登记时间	注册资本	变更后的股权结构
湖北欢乐家	2015 年 12 月	300 万元	发行人持股 99%，李康荣代持 1%
山东欢乐家	2015 年 12 月	1,000 万元	发行人持股 99%，李康荣代持 1%
武汉欢乐家	2015 年 12 月	1,000 万元	发行人持股 99%，李康荣代持 1%

再者，2016 年 3 月至 4 月发行人先后完成对李康荣所持少数股权的收购，至此发行人完成对湖北欢乐家、山东欢乐家和武汉欢乐家的全资收购。具体如下：

公司名称	变更登记时间	注册资本	变更后的股权结构
湖北欢乐家	2016 年 3 月	3,500 万元	发行人持股 100%

山东欢乐家	2016 年 4 月	8,000 万元	发行人持股 100%
武汉欢乐家	2016 年 3 月	7,800 万元	发行人持股 100%

至此，发行人完成对湖北欢乐家、山东欢乐家和武汉欢乐家的全资收购。

②交易对手方的基本情况及定价依据、公允性

发行人收购湖北欢乐家、山东欢乐家和武汉欢乐家的交易对手方为发行人实际控制人李兴、李康荣，该等交易为关联交易。

上述股权转让按注册资本平价转让，属于同一控制下股权转让，仅为持股形式调整，股权转让后实际控制人未发生变化，因此相关资产未进行评估，系以原始出资额作为定价依据，具有合理性，不存在代垫费用或利益输送情形。

（2）对深圳众兴利华的收购

①收购过程及合理性

本次收购前，深圳众兴利华彼时的主要股东家天下投资和星联星投资，两者合计持有 75%股权，其中：家天下投资为发行人实际控制人李兴、朱文湛夫妻控制的企业，星联星投资为李兴持有 99%出资额的企业。其余股东为发行人员工或长期合作的经销商，合计持有 25%股权。

为梳理和整合同一控制下相关同业公司的股权、清理经销商和员工持股等问题，2016 年 3 月 31 日发行人和深圳众兴利华全体股东签订《股权转让协议书》，由发行人收购深圳众兴利华的全部股权。根据《股权转让协议书》《股权转让协议书之补充协议》以及交易各方出具的确认文件，本次股权转让的具体情况如下：

单位：元

序号	转让方	实缴出资额	受让方	转让价格
1	家天下投资	-	发行人	1
2	星联星投资	14,500,000		9,000,000
3	夏仕友	-		1
4	黎利	-		1
5	程松	-		1
6	苑佰石	-		1
7	佘刚	-		1
8	杨岗	-		1

序号	转让方	实缴出资额	受让方	转让价格
9	刘燕	-		1
10	卫鑫	-		1
11	郑致文	-		1
12	刘洪波	-		1
13	王建华	-		1
合 计		**14,500,000**		**9,000,012**

2016 年 4 月 14 日，经深圳市工商局核准，深圳众兴利华办理了上述事项的变更登记。本次变更完成后，深圳众兴利华成为发行人的全资子公司。

②交易对手方的基本情况

A、家天下投资

企业全称	**深圳市家天下投资企业（有限合伙）**			
执行事务合伙人	李兴	**出资总额**	1,000 万元	
成立日期	2015/08/31	**统一社会信用代码**	914403003564277509	
主要经营场所	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）			
经营范围	**投**资兴办实业（具体项目另行申报）；投资管理（不得从事信托、金融资产管理、证券资产管理及其他限制项目）；股权投资、创业投资业务			
出资结构	**出资人姓名**	**认缴出资额**	**合伙人类型**	**出资比例**
	李兴	50 万元	普通合伙人	1%
	朱文湛	4,950 万元	有限合伙人	99%
	合 计	**5,000 万元**	**-**	**100%**

B、星联星投资

企业全称	**深圳市星联星投资企业（有限合伙）**			
执行事务合伙人	庞伟兴	**出资总额**	1,000 万元	
成立日期	2015/08/20	**统一社会信用代码**	91440300349900503D	
主要经营场所	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）			
经营范围	受托管理股权投资基金（不得从事证券投资活动，不得以公开方式募集资金开展投资活动；不得从事公开募集基金管理业务）；创业投资业务；投资管理（不含限制项目）；投资兴办实业（具体项目另行申报）			
出资结构	**出资人姓名**	**认缴出资额**	**合伙人类型**	**出资比例**
	庞伟兴	10 万元	普通合伙人	1%
	李兴	990 万元	有限合伙人	99%

	合 计	**1,000 万元**	**-**	**100%**

注：庞伟兴为发行人经销商深圳市乐满家实业有限公司的实际控制人

在 2016 年 3 月出让所持有的深圳众兴利华的全部股权后，家天下投资和星联星投资分别于次年 6 月和 12 月注销登记。

C、其他股东

除家天下投资和星联星投资外，本次交易其他对手方为发行人长期合作的经销商、发行人员工等，本次收购完成后，上述人员不再享有深圳众兴利华任何股权权益。具体如下：

序号	交易对手方	与发行人的关联关系
1	家天下投资	李兴、朱文湛控制的企业
2	星联星投资	李兴、朱文湛控制的企业
3	夏仕友	发行人经销商
4	黎利	发行人经销商
5	程松	时任深圳众兴利华总经理
6	苑佰石	发行人经销商
7	佘刚	发行人经销商
8	杨岗	时任发行人营销总监
9	刘燕	发行人经销商
10	卫鑫	时任发行人营销副总监
11	郑致文	发行人经销商
12	刘洪波	发行人员工
13	王建华	发行人经销商

③本次收购的定价依据和公允性

根据深圳众兴利华原全体股东和发行人于 2016 年 3 月 31 日签订的《股权转让协议书》和于 2017 年 5 月 20 日签订的《股权转让协议书之补充协议》，本次股权转让未进行资产评估，转让对价系参照各股东的实缴出资情况及截至 2016 年 2 月深圳众兴利华的净资产，经各方协商确定。星联星投资和发行人之间股权转让的对价为 900 万元，其他股东由于未实缴任何出资，均以 1 元的象征性价格转让所持有的股权。截至 2017 年 12 月，上述股权转让款已全部支付完毕。

深圳众兴利华上述股权转让的交易定价系参考深圳众兴利华截至 2016 年 2 月末的

净资产的基础上，结合各股东的实缴出资情况协商定价。本次股权转让是同一控制下的股权交易，转让定价依据合理。

（3）收购深圳众兴利华后，相关自然人股东去向及业务开展情况

①相关自然人股东的去向

发行人于 2016 年 4 月收购深圳众兴利华 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	原深圳众兴利华自然人股东	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，其投资的经销商与发行人报告期内存在交易
2	黎利	发行人经销商	继续开展食品经销等业务，其投资的经销商与发行人报告期内存在交易
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，其投资的经销商与发行人报告期内存在交易
5	佘刚	发行人经销商	继续开展食品经销等业务，其投资的经销商与发行人报告期内存在交易
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公司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（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）
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，报告期内曾任发行人电商部经理，后已离职。其父亲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，其投资的经销商与发行人报告期内存在交易
12	庞伟兴（星联星投资合伙人）	发行人经销商	继续开展食品经销等业务，其投资的经销商与发行人报告期内存在交易

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节“②发行人与相关自然人

及其直系亲属存在股权关系的经销商的交易情况”。

②发行人与相关自然人及其直系亲属存在股权关系的经销商的交易情况

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 70%、方念 30%
			湖南欢乐家荣仕贸易有限公司	付旋 85%、邬剑 15%
			武汉荣仕贸易有限公司	夏仕君 85%、方念 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 60%、华国荣 40%
			北京众合兴贸易有限公司	黎利 60%、黎明 30%、刘燕 10%
			上海欢乐家悦桐贸易有限公司	黎越 60%、黎利 40%
			宁波悦桐贸易有限公司（已注销）	刘敬伟 100%
			杭州桐旺贸易有限公司（已注销）	黎越 60%、李洋 40%
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 64%、张海艳 12%、苑佰石 12%、刁淑珍 12%
4	佘刚	天津名一家商贸有限公司	天津名一家商贸有限公司	佘登和 50%、肖燮华 50%
5	刘燕	无	无	无
6	郑致文	无	无	无
7	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 88%、张希刚 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 70%、连欣 30%；刘洪波 2016 年以前曾持有其 51%的股权
8	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 60%、刘金莲 40%
			南昌市洪城大市场隆兴副食品批发部	经营者：王建华
9	庞伟兴	深圳市乐满家实业有限公司	深圳市乐满家实业有限公司	庞伟兴 52%、张颖玉 48%
			广州夏发贸易有限公司	庞伟诗 100%
			深圳市龙岗区晋益商行	经营者：黄洪杰
10	杨岗	成都牛车水食品有限公司	成都牛车水食品有限公司	现股东：孙绍必 80%、何涛 20%；杨岗 2016 年以前曾控制其 60%的股权

注 1：上述股权结构中出现的持股人与原深圳众兴利华自然人股东的关系如下：（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）佘刚：佘登和系其父亲，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

注 2：重庆牛车水商贸有限公司、成都牛车水食品有限公司系原深圳众兴利华自然人股东刘洪波、杨岗于报告期外（2016 年以前）曾控制的企业，2016 年发行人规范员工经销商，二人对外转让其控制的股权，现经销商股东与此二人不存在关联关系

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	深圳市乐满家实业有限公司	642.35	1.08%	8	1,681.62	1.19%	5
8	重庆牛车水商贸有限公司	74.08	0.12%	164	494.53	0.35%	38
9	成都牛车水食品有限公司	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	深圳市乐满家实业有限公司	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。重庆牛车水商贸有限公司、成都牛车水食品有限公司在报告期内的实控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

A、与子公司的经销商历史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时间。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、湖南欢乐家荣仕贸易有限公司、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	佘刚	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、重庆牛车水商贸有限公司	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	深圳市乐满家实业有限公司、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报告期内佘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商贸有限公司的股权，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，报告期内新增其为合作主体

注 2：上述自然人股东中，刘洪波同时也为发行人前员工，报告期内曾任发行人电商部经理，现已离职

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况，开始合作时间包含上述期限

2015 年，深圳众兴利华时成立时，各股东计划以深圳众兴利华作为销售主体和未来的上市主体，由深圳众兴利华在各销售区域设立直营分子公司，并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，促进欢乐家业务的快速扩张。通过一段时间的试运行，深圳众兴利华在各地设立的直营公司的销售业绩未能达到预期，2016 年，发行人及时调整了战略和发展规划，退而专注于品牌运营和产品生产研发，退出了产品经销业务，注

销了各地的销售直营公司，并清理经销商持股问题。而发行人调整发展战略规划之时，深圳众兴利华各经销商股东认缴的出资额均尚未实缴，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。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。因此，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。

B、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，成都牛车水食品有限公司、重庆牛车水商贸有限公司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	成都牛车水食品有限公司	2016 年以前，杨岗、王强曾控制该公司 100%股权，因发行人清理员工经销商，杨岗、王强的股权代持人分别于 2016 年 11 月、12 月对外转让股权后不再享有其权益
2	重庆牛车水商贸有限公司	2016 年以前，刘洪波、王强曾分别持有其 51%和 49%股权，因发行人清理员工经销商，2016 年 12 月刘洪波、王强对外转让股权后不再享有其权益

成都牛车水食品有限公司 2013 年 5 月由发行人员工杨岗（时任营销总监，非高管）、王强（2019 年离职）设立，2016 年 11 月以前股权由此二人及其亲属、代持人持有；重庆牛车水商贸有限公司 2015 年 1 月由发行人员工刘洪波（2020 年离职）、王强（2019 年离职）设立，2016 年 12 月股权转让以前，股权结构未发生变化。为规范公司运营，2016 年，发行人对员工经销商进行了统一清理，2016 年 11 月-12 月之间杨岗、王强、刘洪波（包括其代持人）对承接业务的新经销商转让了其所持有的股权。

清理员工经销商时，成都牛车水食品有限公司、重庆牛车水商贸有限公司采取的是对外转让股权而不是注销的方式，主要原因为经销商在产品首次进驻大型商超等渠道时，需支付进场费（俗称“条码费”），若新经销商以其他主体进行运营，需与商超重新签署合同并另行支付费用，因此，部分经销商倾向于以股权受让的形式承接原有业务。

因此，股权转让后，报告期内发行人与成都牛车水食品有限公司、重庆牛车水商贸

有限公司仍存在持续交易，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。

C、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公司的价格体系确定，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**

可见发行人对上述经销商的出厂价格与公司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。

7、四家子公司股份代持的具体情况

在上述四家子公司中，湖北欢乐家、山东欢乐家和武汉欢乐家三家公司历史上存在股权代持情况。

湖北欢乐家、山东欢乐家和武汉欢乐家分别成立于 2010 年至 2012 年，实际出资人为李兴、朱文湛夫妻。由于当时已计划移民加拿大，出于方便日后境内文件签署和手续办理等考虑，李兴、朱文湛夫妻在设立时对这三家公司作了股权代持安排，分别以李日荣和李康荣为名义股东代持全部股权。其中，李日荣为发行人实际控制人李兴之父，李康荣为李兴之弟，现为发行人的共同控制人。基于亲属和长期商业交往形成的稳固信赖关系，各方未就股权代持及相关事宜签署任何书面协议。发行人于 2016 年 4 月完成对上述三家公司的股权代持清理以及全资收购，相关价款已处理完毕，相关各方不存在法律争议或潜在纠纷。

8、发行人生产子公司的管理模式、业务经营情况

发行人合并范围内共有 6 家主体，母公司欢乐家食品集团股份有限公司为控股主体，湖北欢乐家、山东欢乐家、武汉欢乐家、湛江欢乐家为生产主体，深圳众兴利华为销售主体。生产子公司各自管理所辖工厂，生产的罐头和饮料产品通过销售子公司深圳众兴利华实现对外销售。各生产子公司的生产经营和利润情况如下：

公司名称	简介	2019 年净利润（万元）
湖北欢乐家	公司位于湖北省枝江市的生产基地，于 2010 年建成投产，靠近橘子产区，主要生产罐头产品，由于建设时间较早，规模小于临沂和汉川生产基地，但其地理位置优良，可覆盖西南腹地。	2,533.00
山东欢乐家	公司位于山东省临沂市的生产基地，于 2012 年建成投产，靠近黄桃产区，以生产罐头为主，同时生产部分饮料。	3,860.39
武汉欢乐家	公司位于湖北省汉川市的生产基地，于 2015 年建成投产，毗邻	8,503.94

公司名称	简介	2019 年净利润（万元）
	武汉，地理位置优越，交通便捷，目前承担生产中心、采购中心、研发中心等职能。该生产基地以生产饮料为主，同时生产部分橘子罐头。	
湛江欢乐家	公司位于广东省湛江市的在建生产基地，目前已完成备案、环评等相关手续，计划生产罐头和饮料产品。	-113.63

截至本招股说明书签署日，发行人自主生产的产品均通过湖北欢乐家、山东欢乐家和武汉欢乐家的工厂进行生产。

除上述生产子公司管辖的工厂以外，报告期内母公司在湛江市麻章区曾拥有以生产鱼罐头为主及以生产热带水果罐头和粒粒橙饮料为主的两个厂区。麻章老厂区始建于 2002 年，规模较小、建成投产时间较长，已无法满足业务发展需求，发行人管理层经评估后分别于 2017 年和 2019 年关闭两个厂区，另新设全资子公司湛江欢乐家并在湛江市坡头区建设新厂区。

麻章老厂区生产的鱼罐头不属于发行人的主要产品，报告期内各期鱼罐头销售收入占发行人收入的比例分别为 1.96%、1.31%、0.45%和 0.01%，呈逐年下降趋势，2020 年下半年发行人已不再销售鱼罐头产品；麻章鱼罐头厂关闭后，发行人通过委外加工的形式实现停产至停售时期的过渡。麻章老厂区的菠萝、荔枝、龙眼等热带水果罐头生产线以及粒粒橙饮料生产线在关厂后分别搬迁至枝江工厂和汉川工厂，生产线产能对应发行人水果罐头和饮料的产能比例分别为 2%和 10%，其他水果罐头订单亦转由其他工厂生产，麻章老厂区停产对发行人生产经营情况未造成不利影响。

除湛江麻章老厂区关闭、坡头新厂区在建外，发行人报告期内不存在其他工厂关厂的情况，生产经营稳定。

（二）发行人分公司情况

截至本招股说明书签署日，深圳众兴利华设有湛江分公司，除此以外，发行人及其他控股子公司未设置分支机构。众兴利华湛江分公司具体情况如下：

公司名称	深圳市众兴利华供应链有限公司湛江分公司
住所	湛江市坡头区灯塔路 79 号办公室 106 房
负责人	程松
成立日期	2018 年 02 月 07 日
经营范围	供应链管理；企业管理咨询；计算机软硬件开发；化妆品的购销；数码产品、电子产品及其周边产品、服装、日用品、家用电器、皮具的销售；供应链渠道设计；经

	济信息咨询；金融软件的技术开发；预包装食品；食品饮料酒类的批发与销售。（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。）
主营业务	罐头和饮料产品销售

（三）发行人参股公司的情况

截至本招股说明书签署日，发行人拥有一家参股公司南粤银行，持有其 0.44%的股权，具体情况如下：

企业名称	广东南粤银行股份有限公司			
住所	湛江经济技术开发区乐山大道 60 号			
主要生产经营地	湛江经济技术开发区乐山大道 60 号			
法定代表人	蒋丹			
注册资本	787,747.6009 万元			
实收资本	787,747.6009 万元			
股权结构	湛江晨鸣浆纸有限公司 16.62%，新光控股集团有限公司 16.50%，深圳市金立通信设备有限公司 8.88%，广东大华糖业有限公司 7.05%，香江集团有限公司 6.95%，广东恒兴集团有限公司 6.40%，其他股东合计 37.60%			
发行人出资金额	5,600 万元			
发行人入股时间	2012 年 6 月			
统一社会信用代码	9144080019441821X1			
成立日期	1997 年 12 月 31 日			
经营范围	吸收公众存款，发放短期、中期和长期贷款，办理国内结算，办理票据贴现，发行金融债券，代理发行、代理兑付、承销政府债券，买卖政府债券，从事同业拆借，提供担保，代理收付款项，代理保险业务，提供保管箱业务，办理地方财政信用周期使用资金的委托存贷款业务，经中国人民银行批准的其他业务，从事基金销售业务，开办银行承兑汇票业务，外汇存款，外汇贷款，外汇汇款，外汇兑换，国际结算，同业外汇拆借，外汇票据的承兑和贴现，外汇借款，外汇担保，结汇、售汇，自营外汇买卖或者代客外汇买卖，资信调查、咨询、见证业务，经中国银行业监督管理委员会批准的其他外汇业务。（经营中国银行业监督管理委员会依照有关法律、行政法规和其他规定批准的业务，经营范围以批准文件所列为准）（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）			
主营业务	公司银行业务、零售银行业务等			
财务数据（亿元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2019.12.31/ 2019 年度	2,062.68	169.42	16.44
	2020.06.30/ 2020 年 1-6 月	2,259.27	180.47	7.46

注：2019 年度财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计，2020 年 1-6 月财务数据未经审计

（四）报告期内注销的控股子公司及分支机构的情况

2016 年和 2017 年，发行人对深圳众兴利华合计 24 家控股子公司、分公司进行了注销，具体情况如下：

序号	企业名称	注册地址	法定代表人/负责人	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	成立时间	注销时间	注销时股东情况
报告期内（2017 年）注销的主体：13 家控股子公司、2 家分公司								
1	东莞市裕合食品贸易有限公司	东莞市厚街镇三屯村上屯滘路 24 号高鑫工业园 A 栋一楼 B 铺	刘彩锋	100	-	2015/12/24	2017/1/5	深圳众兴利华持有 100%股权
2	深圳市众兴利华供应链有限公司南京分公司	南京市江宁区东山街道市井路 6 号	史云凯	-	-	2016/1/25	2017/1/12	-
3	杭州悦兴贸易有限公司	杭州经济技术开发区财通中心 1128 室	刘敬伟	500	70.56	2016/1/7	2017/1/22	深圳众兴利华持有 100%股权
4	重庆市万州区众兴利华祺源商贸有限公司	重庆市万州区永佳路 339 号	熊建	200	14.12	2016/3/3	2017/2/22	深圳众兴利华持有 51%股权，熊建持有 49%股权
5	汉川汇聚源商贸有限公司	汉川市汈东街道办事处欧亚达商贸城 1-262 号	谢志龙	100	10	2015/8/12	2017/3/13	深圳众兴利华持有 100%股权
6	辽宁欢乐家日升贸易有限公司	沈阳市和平区光荣街 39 号（1-12-E）	李铸	500	50	2015/4/29	2017/3/23	深圳众兴利华持有 51%股权，李铸持有 29%股权，李欣持有 20%股权
7	重庆市众兴利华商贸有限公司	重庆市南岸区茶园新区同景路 16 号 4 幢 6-4	熊建	200	102	2015/11/16	2017/4/7	深圳众兴利华持有 51%股权，熊建持有 49%股权
8	江阴众兴利华贸易有限公司	江阴市澄江街道斜泾路 33 号	陈忠月	200	162	2015/11/25	2017/4/11	深圳众兴利华持有 100%股权
9	湛江市坡头区众兴利华贸易有限公司	湛江市坡头区南调路 891 号	周田生	500	-	2015/9/21	2017/6/21	深圳众兴利华持有 100%股权
10	深圳市众兴利华贸易有限公司	深圳市龙岗区龙岗街道新生社区低山村龙山二路 7 号	庞华宇	300	200	2015/11/4	2017/8/2	深圳众兴利华持有 100%股权
11	深圳市众兴利华供应链有限公司黑山分公司	辽宁省锦州市黑山县十街东关村石凤明等 6 户开发楼门市东 2 户	杨猛	-	-	2016/2/29	2017/8/16	-

序号	企业名称	注册地址	法定代表人/负责人	认缴出资额（万元））	实缴出资额（万元）	成立时间	注销时间	注销时股东情况
12	灵山县乐满家贸易有限公司	灵山县灵城镇江滨一路 30 号（湘桂盛世名城一期 A 区龙盛苑第 7 幢 502 号）	戴重斌	200	84.5	2015/12/8	2017/9/18	深圳众兴利华持有 100%股权
13	乐山亨利通商贸有限公司	乐山市市中区牟子镇桃源路 640 号 2 楼 1 号	王术芬	200	-	2015/9/16	2017/10/25	深圳众兴利华持有 100%股权
14	桂林市欢乐家贸易有限公司	桂林市叠彩区中山北路 106 号 1 栋 1-13-7 号房	覃英	200	110.57	2015/11/13	2017/10/30	深圳众兴利华持有 100%股权
15	贵港市众兴利华贸易有限公司	贵港市港北区西江产业园西区（西八路与西三路交汇处西北角）	徐茂利	200	40.74	2015/12/28	2017/11/28	深圳众兴利华持有 100%股权
报告期外（2016 年）注销的主体：7 家控股子公司、2 家分公司								
16	新宁县众兴利华贸易有限公司	湖南省邵阳市新宁县金石镇观瀑村（外贸仓库下侧）	李焕建	200	-	2016/01/07	2016/08/18	深圳众兴利华持有 100%股权
17	扬州牛车水贸易有限公司	扬州市江都区城北工业园双汇路 15 号	陈忠月	200	-	2015/11/26	2016/08/25	深圳众兴利华持有 100%股权
18	深圳市众兴利华供应链有限公司镇江分公司	镇江市润州区民营开发凤凰山路锦普工艺 9 幢	史云凯	-	-	2016/02/06	2016/09/01	-
19	宜昌凡奇食品贸易有限公司	宜昌市伍家岗区八一路 6 号 1 单元 010712 室	杨小利	30	30	2013/10/16	2016/09/13	深圳众兴利华持有 100%股权
20	常州乐满家贸易有限公司	常州市武进区牛塘镇卢家巷春秋路 72 号	陈忠月	200	-	2015/11/17	2016/10/26	深圳众兴利华持有 100%股权
21	宜宾市力高商贸有限公司	宜宾市翠屏区旧州组团 E-12-01\E-12-02 地块书香府第 9 幢 1 单元 9 层 3 号	贺小丹	100	-	2015/08/31	2016/10/26	深圳众兴利华持有 100%股权
22	深圳市众兴利华供应链有限公司常熟分公司	常熟东南经济开发区黄山路 97 号 2 幢	史云凯	-	-	2016/02/24	2016/10/31	-
23	绵阳牛车水商贸有限公司	绵阳市涪城区御中路 219 号（天泰剑南国际食品城）	李春蓉	100	100	2014/12/12	2016/11/02	深圳众兴利华持有 100%股权

序号	企业名称	注册地址	法定代表人/负责人	认缴出资额（万元））	实缴出资额（万元）	成立时间	注销时间	注销时股东情况
24	茂名市众兴利华贸易有限公司	茂名市电白区七迳镇尼乔下岭莲村	周田生	500	-	2015/09/25	2016/11/23	深圳众兴利华持有51%股权，周田生持有49%股权

1、注销 24 家公司及分支机构的原因及必要性

（1）注销 24 家公司及分支机构的原因及必要性

深圳众兴利华原计划在各区域建立直营公司开展销售业务，但大多尚未实际经营。后发行人调整战略发展规划，专注于品牌运营和产品生产研发，决定收购深圳众兴利华等四家子公司，并关闭上述销售直营公司。2016 年至 2017 年，深圳众兴利华完成了对 20 家控股子公司及 4 家分公司的注销登记。

（2）注销公司及分支机构的程序和合规性问题

深圳众兴利华注销的 24 家控股子公司及分支机构不存在破产清算或被吊销而注销清算的情况，均系自主清算注销，履行了税务、工商等注销登记流程，相关程序完整合规。

深圳众兴利华注销的 24 家控股子公司及分支机构成立时间较短，在注销前不存在行政处罚或重大违法违规的情形。

2、注销的 24 家控股子公司中发行人员工或前员工投资、代持或实际控制的情况

深圳众兴利华注销的 24 家控股子公司及分支机构中，有 4 家控股子公司的股权并非由深圳众兴利华 100%持有，具体情况如下：

序号	公司名称	成立时间	注销时间	股东情况
1	重庆市万州区众兴利华祺源商贸有限公司	2016/03/03	2017/02/22	深圳众兴利华持股 51% 熊建持股 49%
2	重庆市众兴利华商贸有限公司	2015/11/16	2017/04/07	深圳众兴利华持股 51% 熊建持股 49%
3	辽宁欢乐家日升贸易有限公司	2015/04/29	2017/03/23	深圳众兴利华持股 51% 李铸持股 29% 李欣持股 20%
4	茂名市众兴利华贸易有限公司	2015/09/25	2016/11/23	深圳众兴利华持股 51% 周田生持股 49%

少数股东共涉及熊建、李铸、李欣和周田生，四人均非发行人员工或前员工。其中，周田生为发行人实际控制人李兴的亲属，熊建为李兴的朋友，李铸、李欣当时为发行人经销商沈阳一品先贸易有限公司的控股股东。因此，上述 24 家公司及分支机构均不存在由发行人员工或前员工投资、代持或实际控制的情形。

3、主营业务、主要财务数据及对发行人利润的贡献情况

上述公司及分支机构为深圳众兴利华在各区域的销售直营公司，主营业务为预包装食品销售，销售的食品为发行人生产的罐头、饮料等。上述公司及分支机构设立时间较短，多无实际经营，尚未实现盈利，对发行人利润的影响较小，其主要财务数据如下：

单位：万元

2017 年注销的公司及分支机构					
序号	公司名称	2016 年 12 月 31 日		2016 年 1-12 月	
		总资产	净资产	营业收入	净利润
1	东莞市裕合食品贸易有限公司	0.02	-11.98	-	-11.98
2	杭州悦兴贸易有限公司	48.66	48.64	60.09	-21.92
3	重庆市万州区众兴利华祺源商贸有限公司	-	-14.12	18.13	-14.12
4	汉川汇聚源商贸有限公司	7.94	7.93	-	-1.90
5	辽宁欢乐家日升贸易有限公司	0.35	-4.07	11.54	-53.21
6	重庆市众兴利华商贸有限公司	56.71	6.63	13.90	-79.96
7	江阴众兴利华贸易有限公司	94.95	94.95	2.95	-62.68
8	湛江市坡头区众兴利华贸易有限公司	-	-24.53	-	-23.18
9	深圳市众兴利华贸易有限公司	176.40	176.40	-	-14.10
10	灵山县乐满家贸易有限公司	10.66	10.66	-	-73.84
11	乐山亨利通商贸有限公司	32.71	-46.59	111.11	-28.08
12	桂林市欢乐家贸易有限公司	79.38	55.13	57.94	-51.57
13	贵港市众兴利华贸易有限公司	7.08	6.01	-	-34.72
14	深圳众兴利华南京分公司	-	-46.54	-	-46.54
15	深圳众兴利华黑山分公司	72.37	-91.35	-	-127.77
2016 年注销的公司及分支机构					
序号	公司名称	2015 年 12 月 31 日		2015 年 1-12 月	
		总资产	净资产	营业收入	净利润
1	宜昌凡奇食品贸易有限公司	27.36	27.36	216.96	-0.05
2	绵阳牛车水商贸有限公司	105.95	105.91	24.19	5.91
3	宜宾市力高商贸有限公司	81.67	19.25	10.13	-11.92
4	茂名市众兴利华贸易有限公司	-	-	-	-
5	常州乐满家贸易有限公司	64.48	-0.96	-	-0.96
6	扬州牛车水贸易有限公司	50.09	-0.60	-	-0.60

2016 年内成立并注销的公司及分支机构					
序号	公司名称	2016 年 6 月 30 日		2016 年 1-6 月	
		总资产	净资产	营业收入	净利润
1	新宁县众兴利华贸易有限公司	-	-	-	-2.05
2	深圳众兴利华镇江分公司	31.38	-25.26	-	-25.26
3	深圳众兴利华常熟分公司	47.41	-56.83	-	-56.83

注：以上财务数据未经审计

4、上述 24 家企业注销后房屋、土地、商标、专利、人员等资产的处置情况

（1）房屋、土地、商标、专利的处置情况

根据国家知识产权局官网、企查查等公开信息平台查询，相关财务报告、清算报告等资料以及相关方的确认和说明，经查验，上述 24 家公司和分支机构为深圳众兴利华下设的销售直营公司，主要销售发行人的罐头、饮料等。该等主体名下不存在房屋、土地、商标或专利资产。

（2）人员及其他资产的处置

根据发行人提供的清算报告、财务报表、员工名册等资料，上述公司及分支机构注销后的资产主要为货币资金、应收款等，上述资产均依法分配给股东，不存在关联出售给关联方或出售给发行人主要客户、供应商的情形，不存在代垫费用或利益输送情形。上述公司及分支机构注销前已无实际经营，注销前共有员工 12 人，均已与上述公司解除合同，不存在劳动仲裁或诉讼纠纷。

5、上述被注销部分企业与发行人主要客户商号存在重合的原因及合理性

（1）商号重合的原因及合理性

发行人主要客户中，深圳乐满家实业、成都牛车水食品、重庆牛车水商贸有限公司等与深圳众兴利华注销的控股子公司扬州牛车水贸易有限公司、绵阳牛车水商贸有限公司、常州乐满家贸易有限公司、灵山县乐满家贸易有限公司，存在商号重合的情况。

深圳、成都、重庆等一线城市或省会城市市场竞争激烈，大型商超渠道经销商需投入的费用较大，在该等地区市场的开拓前期，为了提升合作经销商的信心、增强其资金实力，发行人采取了股权合作的形式，并以合作方实际运营为主，而“乐满家”、“牛车水”为发行人在此过程中常用的商号。深圳乐满家实业、成都牛车水食品、重庆牛车

水商贸有限公司即属于该情形，历史上该三家公司也曾由发行人实际控制人或员工持股。后在建立各区域销售直营公司时，继续沿用了上述商号，故存在商号重合的情形。

2016 年发行人调整了战略和发展规划，专注于品牌运营和产品生产研发，退出产品经销业务，并注销各地的销售直营公司，同时清理员工持股经销商等情况。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主要经营方，以保留原经营主体，确保经营的持续性。因此，深圳乐满家实业、成都牛车水食品、重庆牛车水商贸有限公司则继续保留原商号名称继续经营。

发行人另有一家客户锡林浩特市乐满家批发部该亦使用“乐满家”商号，主要是为扩大其在当地市场的影响力，故而使用了与欢乐家公司相对较为统一的商号。

（2）是否存在关联方或客户、供应商为上述重合商号的实际持有人情形

根据《企业名称登记管理规定》第六条的规定，企业商号的保护在法律上存在区域限制。深圳众兴利华注销的公司与发行人部分经销商客户虽然使用的商号相同，由于其分属于不同的公司登记机关的辖区且已经核准登记，上述公司分别使用“乐满家”“牛车水”商号不违反相关法律法规。

2016 年至 2017 年，深圳众兴利华注销了包括上述商号重合公司在内的 24 家销售直营公司及分支机构，发行人现已不再使用“乐满家”、“牛车水”商号。此外，深圳乐满家实业、成都牛车水食品与发行人已不存在关联关系，其商号经公司登记机关核准登记，继续使用不违反相关法律法规，亦不存在利益输送的情形。

上述重合商号及其相关注销子公司均不存在由发行人关联方、客户、供应商实际持有的情况。

六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东

公司的控股股东为豪兴投资，持有公司 228,739,128 股股份，占公司股本总额的 63.54%。豪兴投资的基本情况如下：

企业名称	广东豪兴投资有限公司
住所	湛江开发区人民大道中 71 号欢乐家大厦 2703

法定代表人	李兴			
注册资本	13,000 万元			
实收资本	12,222.22 万元			
股权结构	李兴 60%，朱文湛 40%			
统一社会信用代码	91440800MA4W6AL748			
成立日期	2017 年 1 月 19 日			
经营范围	企业股权投资、工程项目投资、实业投资、创业投资、房地产投资、投资咨询服务（除证券和期货投资咨询及其它涉及前置审批和专营专控的咨询业务）（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）			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	股权投资，与发行人主营业务无关系			
财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2019.12.31/ 2019 年度	21,417.88	21,415.01	3,448.33
	2020.06.30/ 2020 年 1-6 月	25,214.72	25,212.57	3,797.56

注：2019 年度财务数据已经大华会计师事务所（特殊普通合伙）福建分所审计，2020 年 1-6 月财务数据未经审计

（二）实际控制人

公司的实际控制人为李兴、朱文湛、李康荣。

李兴、朱文湛系夫妻关系，李康荣系李兴之弟。李兴、朱文湛、李康荣合计直接持有公司 29.65%的股权，李兴、朱文湛通过其控制的豪兴投资持有公司 63.54%的股权，李康荣持有发行人股东荣兴投资 19.09%的出资额，间接享有公司 1.30%的权益。李兴、朱文湛、李康荣合计直接持有和间接控制的股份占公司股本总额的 93.19%。实际控制人的身份信息如下：

李兴，男，1971 年 7 月出生，中国国籍，住址为湛江市赤坎区，公民身份号码为 44080419710701****，拥有香港非永久性居民身份证和冈比亚共和国永久居留权。

朱文湛，女，1972 年 3 月出生，中国国籍，住址为湛江市赤坎区，公民身份号码为 44080219720321****，拥有香港非永久性居民身份证和冈比亚共和国永久居留权。

李康荣，男，1977 年 11 月出生，中国国籍，住址为湛江市赤坎区，公民身份号码为 44132119771102****，拥有香港非永久性居民身份证和冈比亚共和国永久居留权。

（三）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东

持有发行人 5%以上股份的其他股东为荣兴投资。荣兴投资系欢乐家的员工持股平

台，基本情况如下：

企业名称	湛江荣兴投资合伙企业（有限合伙）			
住所	湛江开发区人民大道中 71 号欢乐家大厦 2706 室			
执行事务合伙人	程松			
认缴出资额	4,767.00 万元			
实缴出资额	4,767.00 万元			
统一社会信用代码	91440800MA515K6P1R			
成立日期	2017 年 12 月 20 日			
经营范围	项目投资（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）			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	股权投资，与发行人主营业务无关系			
财务数据（万元）	项目	总资产	净资产	净利润
	2019.12.31/ 2019 年度	4,780.65	4,774.94	401.87
	2020.06.30/ 2020 年 1-6 月	4,776.98	4,771.26	404.92

注：上述财务数据未经审计

截至本招股说明书签署日，荣兴投资的出资结构情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	合伙人现任职务	实缴出资额（万元）	出资比例
1	程松	普通合伙人	董事、副总经理、董事会秘书	840.00	17.62%
2	杨岗	有限合伙人	董事、副总经理、营销总监	1,400.00	29.37%
3	李康荣	有限合伙人	副总经理、采购总监	910.00	19.09%
4	李中玖	有限合伙人	营销副总监	336.00	7.05%
5	卫鑫	有限合伙人	营销副总监	280.00	5.87%
6	庞土贵	有限合伙人	监事、生产总监助理	210.00	4.41%
7	杨榕华	有限合伙人	副总经理、财务总监	175.00	3.67%
8	曾繁尊	有限合伙人	采购副总监	168.00	3.52%
9	李健	有限合伙人	采购副总监	168.00	3.52%
10	曾昭开	有限合伙人	监事会主席、研发及质量管理总监	105.00	2.20%
11	翁苏闽	有限合伙人	财务副总监	105.00	2.20%
12	肖东顺	有限合伙人	罐头车间主任	70.00	1.47%
合计				**4,767.00**	**100.00%**

（四）控股股东及实际控制人控制的其他企业

公司的控股股东为豪兴投资，持有公司 63.54%的股权。除欢乐家以外，豪兴投资未控制其他企业。

公司实际控制人为李兴、朱文湛、李康荣。除持有公司和豪兴投资的股份外，实际控制人控制的其他企业如下：

1、广东欢乐家投资有限公司

企业名称	广东欢乐家投资有限公司
住所	湛江市开发区人民大道中 71 号欢乐家大厦 2702
法定代表人	李兴
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
股权结构	李兴 50%、朱文湛 50%
统一社会信用代码	91440800398049284E
成立日期	2014 年 05 月 16 日
经营范围	食品项目投资；室内外装修工程；自有物业租赁。（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）

2、湛江华泉建材有限公司

企业名称	湛江华泉建材有限公司
住所	湛江市坡头区官渡镇 325 国道旁灯盏窝岭
法定代表人	陈建伟
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
股权结构	李康荣 50%、郑真华 50%
统一社会信用代码	9144080406511800XB
成立日期	2013 年 03 月 27 日
经营范围	生产、销售：水泥砖、水泥轻质砖、水泥环保砖、建筑材料（除实心粘土砖及危险化学品）、预拌干混沙浆、预拌商品混凝土；批发兼零售：机械设备、五金、电子产品。（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）
主营业务	建筑材料的生产和销售

3、廉江市恒泰石场有限公司

企业名称	廉江市恒泰石场有限公司

住所	廉江市良垌镇新华崇山村委会
法定代表人	张德健
注册资本	30.00 万元
实收资本	30.00 万元
股权结构	李康荣 33%、招晓艺 20%、张德健 15%、黎毅艺 12%、许斯静 10%、吴鑫 10%
统一社会信用代码	914408816715590329
成立日期	2017 年 08 月 31 日
经营范围	露天开采、加工、销售：建筑用花岗石。（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）
主营业务	建筑用花岗石的生产和销售

（五）控股股东和实际控制人持有本公司的股份是否存在质押或者其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，控股股东和实际控制人持有本公司的股份不存在质押或者其他有争议的情况。

七、发行人股本情况

（一）本次拟发行的股份及发行前后股本变化

本次发行前，公司总股本 36,000 万股。本次拟申请发行人民币普通股（A 股）不超过 9,000 万股，占本次发行后发行人总股本的比例不低于 10%。假设公司本次发行股数为 9,000 万股，则发行前后本公司的股本结构如下：

股东姓名（名称）	发行前		发行后	
	股数（股）	比例	股数（股）	比例
豪兴投资	228,739,128	63.54%	228,739,128	50.83%
李兴	64,809,376	18.00%	64,809,376	14.40%
朱文湛	38,123,251	10.59%	38,123,251	8.47%
荣兴投资	24,515,995	6.81%	24,515,995	5.45%
李康荣	3,812,250	1.06%	3,812,250	0.85%
社会公众股	-	-	90,000,000	20.00%
合计	**360,000,000**	**100.00%**	**450,000,000**	**100.00%**

（二）前十名股东持股情况、前十名自然人股东在发行人单位任职情况

截至本招股说明书签署日，公司共有五名股东，股东持股情况、自然人股东在发行人单位任职情况如下表所示：

股东姓名（名称）	股份（股）	持股比例	在公司任职情况（自然人股东适用）
豪兴投资	228,739,128	63.54%	-
李兴	64,809,376	18.00%	董事长、总经理
朱文湛	38,123,251	10.59%	未任职
荣兴投资	24,515,995	6.81%	-
李康荣	3,812,250	1.06%	副总经理、采购总监

（三）国有股份或外资股份情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在国有股份或外资股份。

（四）发行人最近一年新增股东情况

截至本招股说明书签署日，公司最近一年无新增股东。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的持股情况

公司股东李兴、朱文湛系夫妻关系，李兴与李康荣系兄弟关系，李兴、朱文湛、李康荣分别直接持有公司 18.00%、10.59%和 1.06%的股权。

公司股东豪兴投资由李兴、朱文湛控制，李兴和朱文湛分别持有豪兴投资 60%和40%的股权。

公司股东荣兴投资系公司员工持股平台，李康荣持有荣兴投资 19.09%的出资额。

除此以外，公司股东之间不存在其他关联关系。

（六）发行人股东公开发售股份情况

本次发行中，公司原股东不公开发售股份。

八、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况

（一）董事会成员

公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名。公司现任董事的基本情况如下：

姓名	在本公司任职	提名人	任职期间
李兴	董事长	荣兴投资	2019年6月4日至2022年6月3日
杨岗	董事	李兴、朱文湛	2019年6月4日至2022年6月3日
程松	董事	豪兴投资	2019年6月4日至2022年6月3日

姓名	在本公司任职	提名人	任职期间
徐坚	董事	荣兴投资	2019年6月4日至2022年6月3日
陈浩然	独立董事	李兴、朱文湛、李康荣	2019年6月4日至2022年6月3日
高彦祥	独立董事	董事会	2019年10月9日至2022年6月3日
吴玉光	独立董事	董事会	2020年5月29日至2022年6月3日

上述董事简历如下：

李兴先生：中国国籍，拥有香港非永久性居民身份证和冈比亚共和国永久居留权，1971 年 7 月出生，大专学历。曾任湛江旺多多总经理，2001 年创办公司，现任公司董事长、总经理。

杨岗先生：中国国籍，无境外永久居留权，1971 年 7 月出生，大专学历。曾任四川德阳耐火材料总公司工人、四川国群食品有限公司经理、湛江旺多多食品有限公司业务经理，2002 年加入公司从事销售业务，现任公司董事、副总经理、营销总监。

程松先生：中国国籍，无境外永久居留权，1975 年 1 月出生，大专学历。曾任成都鹏程食品有限公司执行董事及总经理、四川二十四城文化发展有限责任公司执行董事及总经理。2016 年加入公司，现任公司董事、副总经理、董事会秘书，深圳众兴利华执行董事、总经理。

徐坚先生：中国国籍，无境外永久居留权，1963 年 3 月出生，本科学历，高级工程师。曾任国家经委食品工业办公室主任科员、中国食品工业协会科教部工程师、中国凯利实业有限公司技术引进处副处长、中国食品工业协会食品服务部主任及综合业务部主任，2019 年至今任中国食品工业协会副秘书长，现任公司董事。

陈浩然先生：中国国籍，无境外永久居留权，1973 年 12 月出生，硕士研究生学历。曾任大连亿达集团有限公司法律顾问、日本富士亨达国际投资有限公司投资顾问部主任、辽宁恒信律师事务所律师，2014 年至今任辽宁恒信（上海）律师事务所合伙人，现任公司独立董事。

高彦祥先生：中国国籍，无境外永久居留权，1961 年 12 月出生，博士研究生学历。曾任天津科技大学副教授、康师傅控股有限公司饮品研发副理、中国汇源果汁集团研发副总裁，2001 年至 2019 年历任中国农业大学副教授、教授，现任公司独立董事。

吴玉光先生：中国国籍，无境外永久居留权，1964 年 5 月出生，本科学历，注册

会计师。曾任国营豫新机械厂审计处审计员、岳华会计师事务所有限责任公司高级经理、中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）授薪合伙人，2013 年至今任中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）北京分所合伙人，现任公司独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名。公司现任监事的基本情况如下：

姓名	在本公司任职	提名人	任职期间
曾昭开	监事会主席	李兴、朱文湛、李康荣	2019年6月4日至2022年6月3日
庞土贵	监事	豪兴投资、荣兴投资	2019年6月4日至2022年6月3日
黄永珍	职工代表监事	职工代表大会	2019年6月4日至2022年6月3日

上述监事简历如下：

曾昭开先生：中国国籍，无境外永久居留权，1951 年 2 月出生，大专学历。曾任桂林市罐头食品厂干部，2003 年加入公司，现任公司监事会主席、研发及质量管理总监。

庞土贵先生：中国国籍，无境外永久居留权，1970 年 7 月出生，中专学历。2003 年加入公司，现任公司监事、生产总监助理。

黄永珍女士：中国国籍，无境外永久居留权，1980 年 5 月出生，高中学历。曾任湛江市赤坎区必立电脑打字服务部文员、湛江市金紫荆假日旅游社有限公司计调，2005 年加入公司，现任公司职工代表监事、销售订单组主管。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员由总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书组成。公司现任高级管理人员共 5 名，基本情况如下：

姓名	在本公司任职	任职期间
李兴	总经理	2019年6月4日至2022年6月3日
李康荣	副总经理	2019年6月4日至2022年6月3日
杨岗	副总经理	2019年6月4日至2022年6月3日
程松	副总经理、董事会秘书	2019年6月4日至2022年6月3日
杨榕华	副总经理、财务总监	2019年6月4日至2022年6月3日

上述高级管理人员简历如下：

李兴先生：简历详见本节之“八、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

李康荣先生：中国国籍，拥有香港非永久性居民身份证和冈比亚共和国永久居留权，1977 年 11 月出生，大专学历。2001 年加入公司，现任公司副总经理、采购总监。

杨岗先生：简历详见本节之“八、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

程松先生：简历详见本节之“八、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

杨榕华先生：中国国籍，无境外永久居留权，1978 年 11 月出生，大专学历，中级会计师。曾任福建武夷会计师事务所审计师、华闽南配集团股份有限公司集团财务部长助理、福建龙能粉煤灰综合利用有限公司集团财务总监。2016 年加入公司，现任公司副总经理、财务总监。

（四）其他核心人员

公司其他核心人员为核心技术人员曾昭开先生，简历详见本节之“八、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”之“（二）监事会成员”。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间的亲属关系

公司董事长、总经理李兴与公司副总经理李康荣系兄弟关系，除此以外，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员之间不存在其他亲属关系。

九、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的主要兼职情况如下：

姓名	在本公司任职	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关联关系（除本人兼职引起的关系外）
李兴	董事长、总经理	豪兴投资	执行董事	公司控股股东
		广东欢乐家投资有限公司	执行董事	无

		湛江兴宝达物流有限公司	监事	无
徐坚	董事	中国食品工业协会	副秘书长	无
陈浩然	独立董事	辽宁恒信（上海）律师事务所	合伙人	无
高彦祥	独立董事	中国农业大学	教授	无
		安徽康创健康产业运营有限公司	执行董事	无
		天津穗博科技发展有限公司	董事	无
		北京金润世纪食品有限公司	监事	无
吴玉光	独立董事	中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）北京分所合伙人	合伙人	无
		北京开成咨询有限公司	监事	无

截至本招股说明书签署日，除上述情况外，公司其他董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均未在其他单位兼职。

十、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员与本公司签订的协议及其履行情况

公司与上述人员签订了有关劳动合同或聘用合同、保密协议、竞业禁止协议等协议。截至本招股说明书签署日，上述协议均履行正常，不存在违约情形。

十一、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员变动情况

（一）报告期内董事变化情况

2015 年 10 月 23 日，欢乐家有限召开股东会，决议由李兴担任欢乐家有限执行董事。

2019 年 6 月 4 日，公司召开创立大会暨首次股东大会，选举李兴、杨岗、程松、徐坚、刘杰生、宋全厚、陈浩然为股份公司第一届董事会董事，其中刘杰生、宋全厚和陈浩然为独立董事。

由于公司独立董事宋全厚因个人原因提出辞呈，2019 年 10 月 9 日，股份公司召开 2019 年第四次临时股东大会，选举高彦祥为公司独立董事。

由于公司独立董事刘杰生因个人原因提出辞呈，2020 年 5 月 29 日，股份公司召开 2020 年第五次临时股东大会，选举吴玉光为公司独立董事。

（二）报告期内监事变化情况

2016 年 12 月 29 日，欢乐家有限召开股东会，决议由林土何担任欢乐家有限监事。

2019 年 5 月 19 日，欢乐家有限召开职工代表大会，选举黄永珍担任股份公司职工代表监事。

2019 年 6 月 4 日，公司召开创立大会暨首次股东大会，选举曾昭开、庞土贵为股份公司第一届监事会非职工代表监事，与职工代表大会选举的职工代表监事黄永珍共同组成第一届监事会。

（三）报告期内高级管理人员变化情况

2016 年 12 月 29 日，欢乐家有限召开股东会，决议选举李康荣担任欢乐家有限经理。

2019 年 6 月 4 日，股份公司召开第一届董事会第一次会议，决议聘任李兴为股份公司总经理、李康荣和杨岗为股份公司副总经理、程松为股份公司董事会秘书、杨榕华为股份公司财务总监。

2019 年 9 月 24 日，股份公司召开第一届董事会第五次会议，决议聘任程松、杨榕华为股份公司副总经理。

（四）报告期内其他核心人员变化情况

报告期内，公司其他核心人员为核心技术人员曾昭开先生，未发生变动。

最近两年内，公司董事和高级管理人员未发生重大变化，董事、监事、高级管理人员的上述变动履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和公司章程的规定。

十二、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员未持有任何与公司业务相关或存在利益冲突的对外投资。除前述持有发行人及其股东的股权外，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员其他主要对外投资情况如下：

姓名	在本公司任职	对外投资单位名称	持股比例
李兴	董事长、总经理	豪兴投资	60.00%
		广东欢乐家投资有限公司	50.00%

		湛江兴宝达物流有限公司	47.98%
		湛江市凯利佳房地产开发有限公司	32.01%
		广东康琦赛投资有限公司	25.00%
		广东湛兴车城经营管理有限公司	23.00%
		湛江市保利汽车贸易有限公司	20.00%
李康荣	副总经理	湛江华泉建材有限公司	50.00%
		廉江市恒泰石场有限公司	33.00%
陈浩然	独立董事	爱亚（北京）声学科技有限公司	2.00%
高彦祥	独立董事	上海企桥企业管理有限公司	43.00%
		厦门翊馨进出口有限公司	40.00%
		天津穗博科技发展有限公司	30.00%
		北京金润世纪食品有限公司	20.00%
吴玉光	独立董事	北京开成咨询有限公司	55.56%
		众环（北京）管理股份有限公司	1.70%
		中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）	0.82%

十三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况

（一）直接或间接持有发行人股份的情况

截至本招股说明书签署日，董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况如下：

姓名	在本公司任职	直接持股公司股份数	直接持股比例	间接持股主体	间接持有公司股权比例	直接和间接持股比例小计
李兴	董事长、总经理	64,809,376	18.00%	豪兴投资	38.12%	56.13%
朱文湛	无	38,123,251	10.59%	豪兴投资	25.42%	36.01%
李康荣	副总经理、采购总监	3,812,250	1.06%	荣兴投资	1.30%	2.36%
杨岗	董事、副总经理、营销总监	-	-	荣兴投资	2.00%	2.00%
程松	董事、副总经理、董事会秘书	-	-	荣兴投资	1.20%	1.20%
杨榕华	副总经理、财务总监	-	-	荣兴投资	0.25%	0.25%
曾昭开	监事会主席、研发及质量管理总监	-	-	荣兴投资	0.15%	0.15%

姓名	在本公司任职	直接持股公司股份数	直接持股比例	间接持股主体	间接持有公司股权比例	直接和间接持股比例小计
庞土贵	监事、生产总监助理	-	-	荣兴投资	0.30%	0.30%
合计		**106,744,877**	**29.65%**		**68.74%**	**98.39%**

注：间接持有公司股权比例=间接持股主体持有公司股权比例*股东持有间接持股主体的出资比例

除上述情况外，其他董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属不存在直接、间接持有本公司股份的情况。

（二）所持股份的质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属所持股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

十四、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的薪酬情况

（一）薪酬组成、确定依据和所履行的程序

除外部董事和独立董事以外的公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的薪酬主要由基本薪酬、绩效薪酬和补助构成，其中基本薪酬和补助系根据人员的岗位、资历、学历、技能等因素确定发放，绩效薪酬是以个人绩效目标为基础，根据个人完成工作目标的情况进行综合考核后获得的薪酬。外部董事、独立董事的薪酬为董事津贴。

为了规范公司的薪酬管理、充分发挥薪酬的激励作用，公司制定了科学、合理的薪酬管理体系。2019 年 6 月 4 日，公司第一届董事会第一次会议审议通过了《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，董事会薪酬与考核委员会根据该工作细则及《公司章程》等公司治理制度，制定了薪酬计划和方案，同时负责审查董事、监事、高级管理人员履行职责的情况，并对公司薪酬制度执行情况进行监督。

（二）最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况

2019 年度，公司现任董事、监事、高级管理人员和其他核心人员在本公司（含子公司）领取的税前薪酬或津贴情况如下：

序号	姓名	担任本公司职务	2019 年薪酬或津贴（万元）
1	李兴	董事长、总经理	120.01
2	杨岗	董事、副总经理、营销总监	115.20

序号	姓名	担任本公司职务	2019 年薪酬或津贴（万元）
3	程松	董事、副总经理、董事会秘书	60.00
4	徐坚	董事	5.00
5	陈浩然	独立董事	5.00
6	高彦祥	独立董事	2.50
7	吴玉光	独立董事	-
8	曾昭开	监事会主席、研发及质量管理总监	39.60
9	庞土贵	监事、生产总监助理	74.92
10	黄永珍	职工代表监事、销售订单组主管	15.25
11	李康荣	副总经理、采购总监	69.61
12	杨榕华	副总经理、财务总监	80.00

注：徐坚、陈浩然 2019 年 6 月起担任公司董事/独立董事，高彦祥 2019 年 10 月起担任公司独立董事，吴玉光 2020 年 5 月起担任公司独立董事。上表中其他人员的薪酬均为 2019 年全年税前薪酬，不仅限于其 2019 年担任董监高期间的薪酬。

除外部董事和独立董事外，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员未在公司关联企业领取薪酬。

（三）报告期内薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员领取薪酬的情况及占同期利润总额的比例情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
董事、监事、高级管理人员、其他核心人员薪酬总额（万元）	287.36	442.51	198.53	199.80
各期末对应人员数量（人）	12	12	3	3
公司利润总额（万元）	11,374.09	27,815.08	21,877.82	11,691.01
占比	2.53%	1.59%	0.91%	1.71%

注：上表中的薪酬总额为对应人员担任董事、监事、高级管理人员期间的工资总额

（四）其他待遇和退休金计划

根据公司创立大会暨首次股东大会决议，公司给予外部董事徐坚以及三位独立董事每年税前 10 万元职务津贴。上述四位董事除领取董事津贴外，不享有其他待遇。

在公司任职领薪的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员按国家有关规定享受社会保险保障。除此之外，上述人员未在公司享受其他待遇和退休金计划。

（五）股权激励及相关安排

1、本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及其他制度安排

截至本招股说明书签署日，发行人不存在正在执行的员工持股计划、限制性股票、股票期权等股权激励及其他制度安排。

报告期内，公司存在以荣兴投资作为员工持股平台方式持有发行人股票实施股权激励的情形。2017 年 12 月，荣兴投资以货币出资 4,767 万元认缴欢乐家有限 1,309.9634 万元注册资本，欢乐家有限注册资本由 17,925.92 万元增加至 19,235.8834 万元。荣兴投资的具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东”。

2、股权激励对公司经营状况、财务状况、控制权等方面的影响

通过实施股权激励，公司建立、健全了激励机制，充分调动了公司中高层管理人员及骨干员工的工作积极性。

为公允地反映股权激励对公司财务状况的影响，公司就股权激励相关事项确认了股份支付。2017 年，公司确认的股份支付金额 667.96 万元，未对公司财务状况造成重大影响。

股权激励实施前后，公司控制权未发生变化。

3、股份支付成本确认的依据及合理性

报告期内，发行人通过增资方式，以荣兴投资作为员工持股平台实施一次股权激励，共授予员工 1,309.9634 万股，荣兴投资的合伙人包括公司员工及高级管理人员。

权益工具公允价值参考中水致远资产评估有限公司出具的中水致远评咨字[2019]第 010001 号《估值报告》，经评估 2017 年 11 月 30 日发行人全部权益价值为 74,373.63 万元，每股净资产公允价值 4.1489 元，根据荣兴投资增资持股份额计算的公允价值为 5,434.96 万元，增资款 4,767.00 万元低于公允价值的部分 667.96 万元计入股份支付费用。

报告期内，股份支付费用计算过程如下：

项目	2017 年
股份授予每股公允价格（元）①	4.1489
股份授予数量（万股）②	1,309.9634

项目	2017 年
股份授予公允价值（万元）③=①*②	5,434.96
增资款（万元）④	4,767.00
股份支付费用（万元）⑤=③-④	667.96

发行人对股份增资方式实施的员工股权激励未设置分期解锁的条件，而是一次性授予给员工，发行人据此将股份支付费用在实施股权激励完成当期一次性确认，并将该股份支付费用确认为非经常性损益。股份支付成本确认的处理符合《企业会计准则》的规定。

4、报告期内历次股权变动情况是否涉及股份支付的说明

报告期内，公司共发生五次股权变动，分别为 2017 年 2 月注册资本由 35,000.00 万元减少至 5,703.70 万元、2017 年 5 月李兴将其持有的 35.71%股权转让给朱文湛、2017 年 9 月注册资本增至 17,925.92 万元、2017 年 12 月注册资本增资至 19,235.8834 万元、2019 年 5 月股份改制。历次股权变动具体情况如下：

（1）2017 年 2 月注册资本由 35,000.00 万元减少至 5,703.70 万元

本次减资前后的股权情况：

单位：万元

股东名称	认缴注册资本				
	变更前		减资额	变更后	
	金额	出资比例		金额	出资比例
李兴	34,650.00	99.00%	29,150.00	5,500.00	96.43%
李康荣	350.00	1.00%	146.30	203.70	3.57%
合计	**35,000.00**	**100.00%**	**29,296.30**	**5,703.70**	**100.00%**

报告期内，发行人认定李兴、朱文湛、李康荣为实际控制人，李兴与李康荣系兄弟关系，减资后股权比例虽然发生变化，但家族整体持有发行人的股权比例仍为 100%。此次减资能够夯实出资、优化股权结构，减少的注册资本为发行人尚未实缴出资部分，不适用股份支付。

（2）2017 年 5 月李兴将其持有的 35.71%股权转让给朱文湛

本次转让前后的股权情况：

单位：万元

股东名称	认缴注册资本				
	变更前		增资额	变更后	
	金额	出资比例		金额	出资比例
李兴	5,500.00	96.43%	-2,037.04	3,462.96	60.72%
朱文湛	-	-	2,037.04	2,037.04	35.71%
李康荣	203.70	3.57%	-	203.70	3.57%
合计	**5,703.70**	**100.00%**	**-**	**5,703.70**	**100.00%**

报告期内，发行人认定李兴、朱文湛、李康荣为实际控制人，李兴与朱文湛系夫妻关系，因家庭内部安排以及夫妻财产法定共有等原因，不适用股份支付。

（3）2017 年 9 月发行人增资至 17,925.92 万元

本次增资前后的股权情况：

单位：万元

股东名称	认缴注册资本				
	变更前		增资额	变更后	
	金额	出资比例		金额	出资比例
李兴	3,462.96	60.72%	-	3,462.96	19.32%
朱文湛	2,037.04	35.71%	-	2,037.04	11.36%
李康荣	203.70	3.57%	-	203.70	1.14%
豪兴投资	-	-	12,222.22	12,222.22	68.18%
合计	**5,703.70**	**100.00%**	**12,222.22**	**17,925.92**	**100.00%**

豪兴投资由李兴、朱文湛共同控制，合计持股 100%，除三位实际控制人以外，豪兴投资增资时不存在其他股东，李康荣的持股比例在本次增资后虽然比例有所下降，但家族整体持有发行人的股权比例仍为 100%，本次增资非以激励为目的，主要为增加资本投入以满足公司生产经营所需，不适用股份支付。

（4）2017 年 12 月发行人增资至 19,235.8834 万元

本次增资前后的股权情况：

单位：万元

股东名称	认缴注册资本				
	变更前		增资额	变更后	
	金额	出资比例		金额	出资比例
李兴	3,462.96	19.32%	-	3,462.96	18.00%

股东名称	认缴注册资本				
	变更前		增资额	变更后	
	金额	出资比例		金额	出资比例
朱文湛	2,037.04	11.36%	-	2,037.04	10.59%
李康荣	203.70	1.14%	-	203.70	1.06%
豪兴投资	12,222.22	68.18%	-	12,222.22	63.54%
荣兴投资	-	-	1,309.9634	1,309.9634	6.81%
合计	**17,925.92**	**100.00%**	**1,309.9634**	**19,235.8834**	**100.00%**

荣兴投资作为员工持股平台通过增资方式实施股权激励，共授予员工 1,309.9634 万股，荣兴投资的合伙人包括公司员工及高级管理人员。本次增资使用股份支付，详见“3、股份支付成本确认的依据及合理性”。

（5）2019 年 5 月股份改制

2019 年 5 月，经欢乐家有限股东会决议，以欢乐家有限截至 2019 年 2 月 28 日经审计的净资产为基础折股并整体变更为欢乐家食品集团股份有限公司，经审计的净资产折股 36,000.00 万股，其余转为资本公积。

本次股改前后的股权情况：

单位：万元

股东名称	认缴注册资本				
	变更前		增资额	变更后	
	金额	出资比例		金额	出资比例
李兴	3,462.96	18.00%	3,017.98	6,480.94	18.00%
朱文湛	2,037.04	10.59%	1,775.29	3,812.33	10.59%
李康荣	203.70	1.06%	177.53	381.23	1.06%
豪兴投资	12,222.22	63.54%	10,651.69	22,873.91	63.54%
荣兴投资	1,309.96	6.81%	1,141.64	2,451.60	6.81%
合计	**19,235.88**	**100.00%**	**16,764.12**	**36,000.00**	**100.00%**

所有股东均按各自原持股比例获得新增股份，增资前后股权比例未发生变化，因此不适用股份支付。

十五、公司员工情况

（一）员工情况

1、员工人数及变化情况

报告期各期末公司及其子公司员工人数及变化如下表所示：

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
员工人数	1,127	1,424	1,480	1,449

2020 年 6 月末，公司员工人数较 2019 年末减少 297 人，其中生产人员减少 316 人是人数变动的主要原因。由于各年末处于公司的生产旺季，公司除使用劳务外包作为劳动力补充以外，各生产子公司会招聘周边部分灵活就业人员为编内生产人员，从事包括饮料生产线的溶糖溶浆作业、叉车作业等基础岗位工作，而生产淡季在人员自然流失的情况下未进行补充招聘，导致年中生产人员数量较年末有较大幅度减少。

2019 年 6 月末，公司员工人数为 1,118 人，其中研发生产人员为 688 人，而 2020 年 6 月末员工人数为 1,127 人，其中研发生产人员 637 人，与上年同期的人员数量和人员结构相仿。

基于发行人生产存在季节性的特点，发行人结合具体的生产计划确定员工招聘需求。根据《中华人民共和国劳动合同法》的相关规定，劳动合同的期限可由劳动者和用工单位协商后签订固定期限劳动合同、无固定期限劳动合同和以完成一定工作任务为期限的劳动合同。因此发行人在招聘员工时，向求职人员说明了用工需求情况，并结合实际需求签订长期、短期或以完成一定工作任务为期限的劳动合同。其中因季节性生产导致的短期用工需求结束后，发行人依照劳动合同的约定或员工自行提出的离职申请，与该部分员工终止劳动合同。根据离职员工签署的离职文件等资料，确认与发行人不存在劳动争议。根据相关主管部门证明并经查询，报告期内，发行人不存在劳动监管方面的行政处罚。

2、专业结构分布

截至 2020 年 6 月 30 日，公司及子公司员工专业结构情况如下：

专业结构	人数	占比
销售人员	304	26.98%
管理人员	186	16.50%
研发生产人员	637	56.52%
合计	**1,127**	**100.00%**

3、员工受教育程度

截至 2020 年 6 月 30 日，公司及子公司员工受教育程度情况如下表所示：

学历类别	人数	占比
本科及以上	85	7.54%
大专	277	24.58%
高中、中专及以下	765	67.88%
合计	**1,127**	**100.00%**

4、员工年龄分布

截至 2020 年 6 月 30 日，公司及子公司员工年龄分布情况如下表所示：

年龄区间	人数	占比
30 岁以下	209	18.54%
31-40 岁	512	45.43%
41-50 岁	316	28.04%
51 岁以上	90	7.99%
合计	**1,127**	**100.00%**

（二）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

公司已按照《中华人民共和国劳动法》和国家及地方政府的有关规定，与员工签订劳动合同，员工按照与公司签订的劳动合同享受权利和承担义务。公司及控股子公司已建立了社会保险和住房公积金制度，依照国家和地方的相关规定缴纳了社会保险和住房公积金。

1、社会保险缴纳人数情况

截至 2020 年 6 月 30 日：

项　　目	养老保险	失业保险	工伤保险	生育保险	医疗保险
员工总人数	1,127				
其中：应缴社保人数	1,105				
已到退休年龄人数	22				
已缴纳的员工人数	1,092	1,092	1,092	1,092	1,094
未缴纳的员工人数	14	14	14	14	13
其中：正在办理	13	13	13	13	13

个人不愿缴纳或自办	1	1	1	1	-

注：①“员工总人数”指与发行人及其控股子公司签订劳动合同或劳务协议的员工人数，不包括实习学生和劳务外包人员；②上述“已缴纳的员工人数”中含个别已到退休年龄员工。下同

截至 2019 年 12 月 31 日：

项　　目	养老保险	失业保险	工伤保险	生育保险	医疗保险
员工总人数	1,424				
其中：应缴社保人数	1,346				
已到退休年龄人数	78				
已缴纳的员工人数	1,334	1,334	1,334	1,334	1,335
未缴纳的员工人数	13	13	13	13	13
其中：正在办理	13	13	13	13	13
个人不愿缴纳或自办	-	-	-	-	-

截至 2018 年 12 月 31 日：

项　　目	养老保险	失业保险	工伤保险	生育保险	医疗保险
员工总人数	1,480				
其中：应缴社保人数	1,428				
已到退休年龄人数	52				
已缴纳的员工人数	1,308	1,310	1,310	1,310	1,310
未缴纳的员工人数	120	118	118	118	118
其中：正在办理	97	97	97	97	97
个人不愿缴纳或自办	23	21	21	21	21

截至 2017 年 12 月 31 日：

项　　目	养老保险	失业保险	工伤保险	生育保险	医疗保险
员工总人数	1,449				
其中：应缴社保人数	1,336				
已到退休年龄人数	113				
已缴纳的员工人数	1,209	1,209	1,209	1,209	1,209
未缴纳的员工人数	127	127	127	127	127
其中：正在办理	71	71	71	71	71
个人不愿缴纳或自办	56	56	56	56	56

2、住房公积金缴纳人数情况

报告期内，发行人住房公积金缴纳情况如下：

项　　目	2020/06/30	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
员工总人数	1,127	1,424	1,480	1,449
其中：应缴纳公积金人数	1,105	1,346	1,428	1,336
已到退休年龄人数	22	78	52	113
已缴纳的员工人数	1,092	1,332	1,308	1,214
未缴纳的员工人数	13	15	120	123
其中：正在办理	13	15	100	72
个人不愿缴纳或自办	-	-	20	51

3、发行人缴纳社保和公积金的未缴纳人数及占比

报告期内，发行人社保和公积金的未缴纳人数及占比情况如下：

时间	应缴社保和公积金人数	未缴纳社保人数	占比	未缴纳公积金人数	占比
2020/06/30	1,105	14	1.27%	13	1.18%
2019/12/31	1,346	13	0.97%	15	1.11%
2018/12/31	1,428	120	8.40%	120	8.40%
2017/12/31	1,336	127	9.51%	123	9.21%

4、未缴纳的原因及合理性

经查验，报告期内，发行人及其控股子公司未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的相关情况和主要原因如下：

（1）已到退休年龄：2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1 至 6 月，发行人存在已达退休年龄的员工，依法无需为其缴纳社会保险和住房公积金。

（2）正在办理：由于入职时间较短等原因而正在办理相关手续。截至本招股说明书签署日，上述正在办理人员且目前仍然在职的人员已办理完毕社会保险和住房公积金手续；

（3）个人不愿缴纳或自办：员工因个人原因不愿缴纳或因在其他单位已办理等原因未由发行人缴纳社会保险及住房公积金。

5、发行人不存在因违反劳动和社会保障方面的法律法规而受到行政处罚的情况

发行人及其控股子公司所在地人力资源和社会保障主管部门均出具证明，确认报告期内发行人及其控股子公司没有因违反劳动和社会保障方面的法律、行政法规和规范性

文件而受到劳动和社会保障行政主管部门的行政处罚。

发行人及其控股子公司所在地住房公积金主管部门出具证明，确认报告期内发行人及其控股子公司没有因违反住房公积金方面的法律、行政法规和规范性文件而受到住房公积金行政主管部门的处罚。

6、未缴纳社保、公积金情况不构成重大违法违规，不构成本次发行的法律障碍

发行人在报告期内存在未足额缴纳社会保险和住房公积金的情形，存在被追缴的风险。但该等金额及未缴人数相对较少，且确系存在员工不愿意缴纳等客观情形。报告期内发行人已逐步规范上述情形，截至报告期末，除少量统计时点属于新入职尚在办理手续的情形外，发行人为其余应缴员工均缴纳了社会保险和住房公积金。发行人及其控股子公司所在地的人力资源和社会保障、住房公积金管理的主管部门均已出具证明，确认报告期内发行人及其控股子公司没有因违反劳动和社会保障、住房公积金管理方面的法律、行政法规和规范性文件而受到劳动和社会保障行政主管部门和住房公积金管理部门的行政处罚。

为了进一步保障发行人及其员工的利益，发行人的实际控制人李兴、朱文湛、李康荣共同出具《承诺函》，承诺：“若发行人及其控股子公司因首次公开发行股票并上市前执行社会保险和住房公积金政策事宜，应有权部门要求或决定，需要为员工补缴社保、住房公积金或因未缴纳社保、住房公积金而承担罚款或损失，本人不可撤销地承诺无条件代发行人及其控股子公司承担上述所有补缴金额、承担任何相关罚款或损失赔偿的责任，保证发行人及其控股子公司不因此受到损失。”

第六节 业务与技术

一、公司主营业务、主营产品及设立以来的变化情况

（一）主营业务的基本情况

公司自成立以来，一直致力于水果罐头、植物蛋白饮料、果汁饮料、乳酸菌饮料等食品饮料产品的研发、生产和销售。

公司设立于 2001 年，成立之初，公司依靠地区资源优势，专业生产经营水果罐头、海产品罐头及鹌鹑蛋罐头，经过近 20 年的品牌沉淀，形成了以橘子和黄桃罐头为核心、兼顾多品类罐头产品的特点，并将长期坚持打造中国水果罐头生产企业的旗舰品牌。公司不断探索消费者的需求，于 2014 年进入植物蛋白饮料市场，依靠总部位居岭南的区域优势，推出“欢乐家生榨系列”产品，其中椰子汁上市后，迅速成为公司的支柱产品，公司以此为契机逐步推出果汁饮料、乳酸菌饮料等饮料产品，丰富了公司的产品线，增强了公司市场竞争力，同时提高了欢乐家的品牌价值。

（二）主要产品

1、发行人主要产品

公司的产品主要分为两大类：第一类是椰子汁植物蛋白饮料、果汁饮料、乳酸菌饮料等饮料产品；第二类是水果罐头、八宝粥罐头等罐头食品。公司产品面向的消费群体是全体个人消费者。主要产品示例如下：

产品类别	图片示例			
饮料类	椰子汁（245g）	椰子汁（1.25kg）	椰子汁（500g）	椰子汁（500g）

产品类别	图片示例			
产品				
	乳酸菌（108mL）	乳酸菌（1.25kg）	芒果汁	蓝莓汁
				
罐头类产品	黄桃罐头	橘子罐头	杨梅罐头	雪梨罐头
				
	什锦水果罐头	久宝桃罐头	杏罐头	菠萝罐头
				
	鹌鹑蛋罐头	鱼罐头	鱼罐头	八宝粥

产品类别	图片示例			
				

2、主营业务收入的主要构成

公司主营业务收入主要来自饮料及罐头产品的销售收入，2017 年至 2020 年 1-6 月，公司主营业务收入分别为 118,519.40 万元、134,630.38 万元、141,735.34 万元和 59,611.82 万元，报告期内，主营业务收入占比均在 99%以上。不同类别产品的销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
饮料产品	**30,890.94**	**51.82%**	**85,470.59**	**60.30%**	**78,929.02**	**58.63%**	**65,399.84**	**55.18%**
椰子汁	22,129.88	37.12%	61,723.74	43.55%	58,123.92	43.17%	52,280.29	44.11%
果汁饮料	3,112.55	5.22%	10,633.52	7.50%	14,113.02	10.48%	12,148.01	10.25%
乳酸菌饮料	5,585.77	9.37%	10,951.71	7.73%	5,316.11	3.95%	347.60	0.29%
其他饮料	62.74	0.11%	2,161.62	1.53%	1,375.98	1.02%	623.95	0.53%
罐头产品	**28,720.88**	**48.18%**	**56,264.75**	**39.70%**	**55,701.36**	**41.37%**	**53,119.56**	**44.82%**
水果罐头	27,386.24	45.94%	50,846.42	35.87%	53,344.79	39.62%	50,399.92	42.52%
——橘子罐头	7,374.21	12.37%	16,377.71	11.56%	16,292.81	12.10%	15,581.26	13.15%
——黄桃罐头	9,676.01	16.23%	15,075.49	10.64%	15,067.09	11.19%	14,377.99	12.13%
——其他水果罐头	10,336.03	17.34%	19,393.22	13.68%	21,984.89	16.33%	20,440.68	17.25%
其他罐头	1,334.64	2.24%	5,418.32	3.82%	2,356.57	1.75%	2,719.64	2.29%
合计	**59,611.82**	**100.00%**	**141,735.34**	**100.00%**	**134,630.38**	**100.00%**	**118,519.40**	**100.00%**

注：上表中饮料产品中的其他饮料包括功能饮料、茶饮料等；罐头产品中的其他罐头包括鱼类罐头、蛋类罐头及八宝粥。

（三）公司主要经营模式

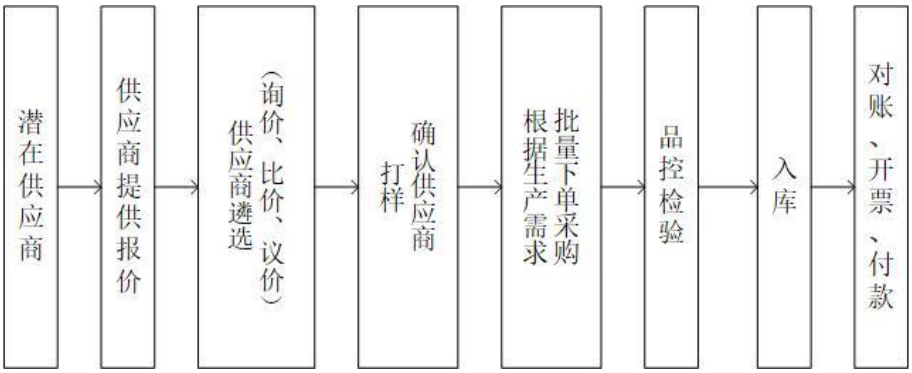
1、采购模式

（1）采购内容和主要采购流程

按照采购产品和服务的类型划分，公司采购业务包括采购原材料、包装材料、设备、劳务、能源等。原材料分为主材（主要包括水果、果类加工品等）和辅材（主要包括白糖和食品添加剂等），包装材料主要包括瓶、盖、纸箱和商标等。

公司与供应商的合作方式分为两种，一是与长期合作的供应商签订《采购合同框架协议》，一年一签，实际供货时以采购订单为准；另一种是与非长期合作的供应商或临时采购的商品签订《采购单》进行采购。

公司的主要采购流程如下：



（2）供应商体系的建立

①新供应商的选择

由采购中心根据供应商开发需求，通过各种渠道寻找供应商，来源包括公司内部人员推荐、各种采购指南、网络搜索、同行业或供应商介绍、公开征询、供应商主动联络等。

供应商提供相关资质文件（包括但不限于：营业执照、税务登记证、组织机构代码证、ISO 证书（若有）、进出口许可证（若有）及相关第三方质量检测证明（若有）等），并填写《供应商基本资料表》。

②样品测试

采购部收到样品后交由质量部进行试样，质量部对小样进行合格性判断，并出具检测结果报告，并将《样品确认单》交质量部负责人与生产部负责人签字后转交采购部相关采购员（椰果及封口膜需要进行质量部中试）。样品测试合格的供应商由相应的采购员发起供应商准入的流程。

（3）供应商选择标准

①供应商准入标准

由采购员根据不同的采购商品，按要求填写并向采购部提交《供应商准入审批表》、《比价分析表》（附供应商报价单）、《样品确认单》（附检测结果报告）、《新供应商评鉴综合报告》及相关材料等，经集团原料采购主管，采购总监考核审批后，经分管采购副总裁审批签字后完成新供应商准入流程。

②供应商定期评审

完成准入审批的供应商，进入公司《合格供应商目录》。

公司每年年末由集团采购部组织采购中心、质量部、生产部对供应商进行年度评审，主要审核对象为当年交易额较大的合格供应商。考核通过品质、交期、价格、服务及其他五个方面进行，各部门负责完成《供应商评核清单》，集团采购主管完成《供应商评核结果汇总表》，最终由采购总监和分管采购副总监审核和审批。供应商定期评审信息录入 NC 系统，系统根据供应商得分自动将其分成 A、B、C、D 四个等级。

公司在采购时，以供应商定期考评结果作为选择依据，A 级优先，A 级供应商无法满足要求，则再从 B 级选择，以此类推。

（4）每年采购量的确定方法

公司目前采用“以产定购”的采购模式可以将原材料采购过程与产品生产过程进行有效结合，以达到降低库存、控制成本和提高产品质量的效果。

工厂在各产季之前召开生产组织动员会，采购部门参加会议，根据会议结果编制生产计划，再根据生产计划编制原料及辅料需求计划，计划表交工厂厂长、工厂总经理审批后，提交采购部。

采购部根据工厂的需求计划召开采购专项会议，完成各类采购工作的《采购计划安排表》，经审批后完成《物料申购单》并提交给工厂进行复核，复核无误后签字留档。生产过程中，工厂依据实际生产情况向采购部提交《请购单》，采购部并依此办理相关采购工作。

公司现有的采购模式分为两种，一是与长期合作的供应商签订《采购合同框架协议》，一年一签，实际供货时以采购订单为准；另一种是与非长期合作的供应商或临时采购的商品签订《采购单》进行采购。

（5）采购品种的定价方式及主要原材料的市场价格情况

公司采用“以产定购”的采购模式进行采购，各类品种的采购数量根据当年饮料及罐头的生产安排确定并分批进行采购。采购价格由合格供应商名录中的供应商根据具体的采购品种与采购数量向公司报价，公司对比多家报价后选择供应商，最终的采购价格由双方协商确定。

报告期内，公司采购的主要原材料如水果、生榨椰肉汁等均存在充分竞争的市场，市场价格公开透明，但因为采购种类繁多，且部分原材料如水果类的采购存在区域市场，完整、精确的统计数据较难以获取。发行人的部分主要原材料如生榨椰肉汁以及包装材料等，可通过公开渠道取得市场价格，并将其与发行人的采购价格进行比较，整体价格变动趋势一致。详见本节“四、发行人经营情况”之“（二）公司报告期内采购情况和主要供应商”之“8、主要原材料、包装材料的市场价格及同行业可比采购情况”。

2、生产模式

公司以自主生产为主，委外生产为辅。公司大部分产品采用自主生产的生产模式，部分新产品在面市初期选择委外加工，形成稳定销量后再转为自主生产；同时部分产品的非核心工序也选择为委外加工。

报告期内自主生产和委外生产的生产成本情况如下：

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

自主生产	23,696.37	94.50%	82,157.40	90.32%	93,274.57	91.75%	82,164.38	90.78%
委外生产	1,380.08	5.50%	8,809.83	9.68%	8,388.44	8.25%	8,347.92	9.22%
总生产成本	**25,076.44**	**100.00%**	**90,967.23**	**100.00%**	**101,663.01**	**100.00%**	**90,512.29**	**100.00%**

注：委外生产成本包括外购半成品、成品的成本，也包括去料加工的原材料和加工费等成本。

2018 年，公司委外生产成本占比下降，主要原因是当年公司引进自动剥橘机，减少了橘瓣委外加工的需求。2019 年，由于公司推出八宝粥、功能饮料等新品，在产品上市初期，公司主要通过委外方式进行生产，所以委外生产成本占比较高。

（1）自主生产

公司的自主生产采用“以销定产”的生产模式，与行业普遍采用的方式相同。该生产模式根据市场需求和公司产品安全库存制定生产计划，以降低产成品库存，提高公司营运效率、提高存货周转效率。

公司的年生产计划由总部与各个工厂共同制定。公司每年年初根据前一年的整体销售情况，结合本年的市场环境，制定本年度销售计划，再而根据销售计划制定本年度生产计划。公司全年生产具有一定的季节性，产量主要集中在下半年，与销售旺季相匹配。

公司目前主要产品包括饮料与水果罐头，其中，饮料的生产自动化程度较高，生产工人相对较少，随着无菌冷灌 PET 生产线的投入使用，未来将逐步淘汰 PE 生产线，产品口感、质量及饮用便捷性将得到提升。罐头生产工艺相对简单，由于水果品类、形状、大小差异较大，行业中目前多采用传统的生产设备，部分工序如剥皮、分级等依赖人工，属于劳动密集型产业，因此，自主生产高峰期需采用劳务外包的生产模式。公司现有湖北枝江、湖北汉川、山东临沂三处生产基地，在建广东湛江生产基地，具体情况如下：

公司名称	生产基地简介
湖北欢乐家	公司位于湖北省枝江市的生产基地，于 2010 年建成投产，靠近橘子产区，主要生产罐头产品，由于建设时间较早，规模小于临沂和汉川生产基地，但其地理位置优良，可覆盖西南腹地。
山东欢乐家	公司位于山东省临沂市的生产基地，于 2012 年建成投产，靠近黄桃产区，以生产罐头为主，同时生产部分饮料。
武汉欢乐家	公司位于湖北省汉川市的生产基地，于 2015 年建成投产，毗邻武汉，地理位置优越，交通便捷，目前承担生产中心、采购中心、研

公司名称	生产基地简介
	发中心等职能。该生产基地以生产饮料为主，同时生产部分橘子罐头。
湛江欢乐家	公司位于广东省湛江市的在建生产基地，目前已完成备案、环评等相关手续，计划生产罐头和饮料产品。

发行人及其控股子公司均已取得生产经营所需的认证和资质。在生产过程中，公司实施全面质量管理，通过对原辅材料供应商的资质评估、现场随机抽检、原辅材料到货检验以及生产过程各工段的产品检验，全面把控产品质量。

（2）委外生产

①委外生产的原因和必要性

发行人现有湖北枝江、湖北汉川、山东临沂三处生产基地，具备独立生产各类主要饮料和罐头产品的能力。发行人选择将部分产品或非核心工序进行委外加工，具体原因如下：

A、发行人部分新产品在面市初期选择委外加工。由于部分新品所需要的生产线与发行人目前已有的生产线设备不兼容，如自产需要改造甚至是新采购生产线，在新产品市场销量预期尚不明朗的情况下，选择采用委外生产的模式可以减少不必要的产能浪费，减少新设备购置后闲置的风险。待产品形成稳定销量后，发行人再转为自主生产。报告期内，发行人外购乳酸菌饮料、功能饮料、椰子牛奶、八宝粥罐头等产成品均属于该情形。此外，发行人有部分销售金额较小的非核心产品（如鹌鹑蛋罐头），为减少产能浪费，采用的是外购半成品的生产方式。

B、发行人将部分产品的非核心工序进行委外生产。该等工序附加值低，通过委外生产有利于发行人提高生产效率或降低生产成本。报告期内，发行人直接采购半成品水果果瓣，以及将水果初加工工序（如橘子剥皮）进行委托加工属于该等情形。

C、2017 年和 2018 年，发行人为缓解部分品相的产品阶段性包装产能不足的问题，采用了外购产成品的生产模式。报告期内发行人采购果汁饮料产成品（大口玻璃瓶包装、方盒包装）属于该情形。

因此，发行人进行委外生产具有一定的必要性。

②委外生产的具体内容、涉及金额及占比情况

发行人委外生产成本统计的是与自主生产成本相对的生产成本范畴，即将不属于公司自主采购基础原材料、自主完成生产全流程的成本纳入委外生产成本。为与存货结转的营业成本相对应，发行人采购产成品、半成品的成本以及去料加工的物料成本均统计为委外生产成本，而不仅仅包括狭义上的委外加工费。

公司委外生产具体可分为以下三类：外购产成品（直接采购达到可销售状态的产品）、外购半成品（主要为直接采购果瓣，以及部分半成品罐头）以及去料加工（委托加工物资，主要为委托加工果瓣），涉及金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外购产成品	**-**	**-**	**3,760.65**	**42.69%**	**2,117.58**	**25.24%**	**2,372.91**	**28.43%**
其中：乳酸菌饮料	-	-	997.36	11.32%	1,755.71	20.93%	295.70	3.54%
果汁饮料	-	-	-	-	361.86	4.31%	1,174.11	14.06%
椰子牛奶	-	-	-	-	-	-	593.04	7.10%
功能饮料	-	-	838.36	9.52%	-	-	-	-
八宝粥	-	-	1,634.82	18.56%	-	-	-	-
其他饮料	-	-	0.27	0.00%	-	-	310.06	3.71%
其他罐头	-	-	289.84	3.29%	-	-	-	-
外购半成品	**915.91**	**66.37%**	**3,990.42**	**45.30%**	**3,040.87**	**36.25%**	**1,467.72**	**17.58%**
其中：水果果瓣	507.05	36.74%	3,512.89	39.87%	2,742.83	32.70%	1,179.98	14.14%
鹌鹑蛋罐头半成品	408.86	29.63%	475.82	5.40%	287.80	3.43%	267.92	3.21%
水果罐头半成品	-	-	-	-	-	-	18.51	0.22%
其他	-	-	1.70	0.02%	10.24	0.12%	1.31	0.02%
委托加工物资	**464.17**	**33.63%**	**1,058.76**	**12.02%**	**3,230.00**	**38.51%**	**4,507.29**	**53.99%**
其中：加工费	117.92	8.54%	214.79	2.44%	709.27	8.46%	712.31	8.53%
物料及其他	346.25	25.09%	843.97	9.58%	2,520.73	30.05%	3,794.98	45.46%
合计	**1,380.08**	**100.00%**	**8,809.83**	**100.00%**	**8,388.44**	**100.00%**	**8,347.92**	**100.00%**

③主要委外加工商的具体情况

A、发行人前五大委外加工商采购金额和占比情况

报告期内，发行人前五大委外加工商的采购金额和占比情况如下：

单位：万元

序号	合并委外加工商名称	具体采购内容	采购金额	占委外采购比
2020 年 1-6 月				
1	山东鑫嘉萌食品有限公司	鹌鹑蛋罐头（半成品）	408.86	39.55%
2	莱阳源元食品有限公司	果瓣	263.99	25.54%
3	河东区晨阳果蔬种植专业合作社	果瓣	190.73	18.45%
4	临沂瑞泽食品有限公司	果瓣	44.33	4.29%
5	枝江市金鑫农产品加工经营部	水果加工费	27.18	2.63%
合计			**935.10**	**90.45%**
2019 年				
1	佛山市三水区隐雪食品有限公司	八宝粥、功能饮料	2,473.18	31.05%
2	中山市爱儿乐食品有限公司	乳酸菌饮料	863.68	10.84%
3	临沂瑞泽食品有限公司	果瓣	480.85	6.04%
4	山东鑫嘉萌食品有限公司	鹌鹑蛋罐头（半成品）	475.82	5.97%
5	河东区晨阳果蔬种植专业合作社	果瓣	385.98	4.85%
合计			**4,679.52**	**58.74%**
2018 年				
1	中山市爱儿乐食品有限公司	乳酸菌饮料	1,755.71	29.92%
2	河东区晨阳果蔬种植专业合作社	果瓣	702.18	11.97%
3	山东华达进出口有限公司	果瓣	528.25	9.00%
4	临沂市河东区越泽果蔬种植专业合作社	果瓣	373.74	6.37%
5	中山市花皇食品饮料有限公司	果汁饮料	364.69	6.22%
合计			**3,724.57**	**63.48%**
2017 年				
1	中山市花皇食品饮料有限公司	果汁饮料、椰子牛奶	872.25	19.16%
2	中山市维嘉思食品饮料有限公司	果汁饮料	783.13	17.20%
3	河东区晨阳果蔬种植专业合作社	果瓣	640.61	14.07%
4	山东华达进出口有限公司	果瓣	413.16	9.07%
5	中山市爱儿乐食品有限公司	乳酸菌	295.70	6.49%
合计			**3,004.85**	**66.00%**

B、前五大委外加工商的基本情况、其向发行人提供服务金额占自身营业收入比重情况、委外生产定价依据和公允性

发行人根据公开市场的报价情况，与符合发行人加工标准和要求的委外加工厂商协商确定委外生产价格。发行人的委外加工商主要为食品、饮料的代工企业，以及提供农产品初加工服务的农村合作社或加工企业，市场参与者较多、竞争充分，按照公允价格采购产品或服务不存在实质障碍。

报告期内，发行人前五大委外加工商的基本情况如下：

序号	合并委外加工商名称	委外加工商名称	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	主营业务	与发行人交易金额占其自身收入比例
1	佛山市三水区隐雪食品有限公司	佛山市三水区隐雪食品有限公司	2001-08-31	1,000	广东省佛山市	广东隐雪集团有限公司 50%、丘敬华 26%、丘子安 12%、丘子平 12%	丘敬华	罐头食品、饮料生产、销售	20%-50%
2	中山市爱儿乐食品有限公司	中山市爱儿乐食品有限公司	2003-04-24	50	广东省中山市	周日东 40%、郭建新 40%、郭建明 20%	周日东、郭建新	饮料生产、销售	20%-50%
3	临沂瑞泽食品有限公司	临沂瑞泽食品有限公司	2016-06-17	200	山东省临沂市	王凤习 100%	王凤习	水果加工、销售	20%-50%
4	山东鑫嘉萌食品有限公司	山东鑫嘉萌食品有限公司	2006-03-01	1,680	山东省济宁市	孔令军 90%、孔德笑 10%	孔令军	罐头食品生产销售	20%-50%
5	河东区晨阳果蔬种植专业合作社	河东区晨阳果蔬种植专业合作社	2010-03-29	100	山东省临沂市	成员为王学鹏等 5 人	王学鹏	果蔬种植、销售	50%-80%
		临沂春兴食品有限公司	2016-10-28	50	山东省临沂市	李世三 100%		果蔬、肉类制品加工、销售	50%-80%
6	山东华达进出口有限公司	山东华达进出口有限公司	2002-04-26	500	山东省临沂市	蒋中轩 88%、许京伟 8%、刘少山 4%	蒋中轩	果蔬、农副产品加工、销售；进出口业务	20%-50%
7	临沂市河东区越泽果蔬种植专业合作社	临沂市河东区越泽果蔬种植专业合作社	2017-11-01	500	山东省临沂市	成员为高磊等 5 人	高磊	果蔬种植、销售	20%-50%
8	中山市花皇食品饮料有限公司	中山市花皇食品饮料有限公司	2005-06-30	200	广东省中山市	邓家伟 50%、邓永福 50%	邓家伟、邓永福	食品生产、销售	50%-80%

序号	合并委外加工商名称	委外加工商名称	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	主营业务	与发行人交易金额占其自身收入比例
9	中山市维嘉思食品饮料有限公司	中山市维嘉思食品饮料有限公司	1998-01-16	60	广东省中山市	钟品超 50%、侯佳伦 50%	钟品超、侯佳伦	食品生产、销售	20%以下
10	莱阳源元食品有限公司	莱阳源元食品有限公司	2018-02-09	600	山东省莱阳市	李文 50%、吕凯章 49.1667%、吕军锋 0.8333%	李文	食品生产销售	20%以下
11	枝江市金鑫农产品加工经营部	枝江市金鑫农产品加工经营部	2019-05-23	-	湖北省枝江市	经营者：杜本喜	杜本喜	农产品初加工及销售	50%-80%

④按采购产成品、采购半成品、去料加工三种方式列示的前五大委外加工厂商情况

报告期内，委外生产中采购产成品、采购半成品、去料加工三种方式的采购金额具体如下：

单位：万元

委外生产方式	采购金额			
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
采购产成品	-	3,760.65	2,117.58	2,372.91
采购半成品	915.91	3,990.42	3,040.87	1,467.72
去料加工-加工费	117.92	214.79	709.27	712.31
合计	**1,033.83**	**7,965.86**	**5,867.71**	**4,552.94**

注：上表中委外采购金额小于公司委外生产成本金额，两者的差额为去料加工的物料成本。由于该部分物料成本不属于向委外加工厂商的采购，故未纳入委外采购金额核算。去料加工模式下的物料成本和加工费通过存货-委托加工物资科目核算

A、采购产成品

报告期内，提供产成品的主要委外生产厂家情况如下：

单位：万元

委外加工厂商名称	采购产品	采购金额			
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
佛山市三水区隐雪食品有限公司	八宝粥、功能饮料	-	2,473.18	-	-
中山市爱儿乐食品有限公司	乳酸菌饮料	-	863.68	1,755.71	295.70
广东鹰金钱海宝食品有限公司	鱼罐头	-	219.43	-	-
中山市花皇食品饮料有限公司	果汁饮料、椰子牛奶	-	-	364.69	872.25
中山市维嘉思食品饮料有限公司	果汁饮料	-	-	-	783.13
其他	乳酸菌饮料、果汁饮料、鸡尾酒饮料等	-	204.36	-2.82	421.83
合计		**-**	**3,760.65**	**2,117.58**	**2,372.91**

B、采购半成品

报告期内，提供半成品的主要委外生产厂家情况如下：

单位：万元

合并委外加工厂商名称	采购产品	采购金额			
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
临沂瑞泽食品有限公司	白桃瓣、黄桃瓣、草莓肉	44.33	480.85	27.71	135.84
山东华达进出口有限公司	白桃瓣、黄桃瓣	-	198.22	528.25	403.53
山东鑫嘉萌食品有限公司	鹌鹑蛋罐头（半成品）	408.86	475.82	287.80	267.92
河东区晨阳果蔬种植专业合作社	白桃瓣、黄桃瓣、草莓肉	190.73	612.79	702.18	640.61
临沂市河东区越泽果蔬种植专业合作社	草莓肉	-	281.53	373.74	-
其他	白桃瓣、黄桃瓣、草莓肉、杏瓣、桔瓣等	271.99	2,327.18	1,121.18	19.82
合计		**915.91**	**3,990.42**	**3,040.87**	**1,467.72**

C、去料加工

报告期内，公司去料加工的主要委外生产厂家情况如下：

单位：万元

公司名称	代工产品	采购金额			
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
蒙阴县唐龙江水果加工点	枇杷瓣、杨梅肉、葡萄肉、黄桃瓣、白桃瓣等	-	42.02	71.49	0.19
汉川市广源劳务服务有限公司	橘瓣	-	-	50.64	59.35
汉川博诚劳务有限公司	橘瓣	-	-	23.27	82.20
雷州市松竹镇雪花水果初级加工点	荔枝肉	-	-	103.95	-
蒙阴县树利百货商店	雪梨瓣、草莓肉、杨梅肉、葡萄肉等	-	38.42	56.44	3.60
其他	杨梅肉、葡萄肉、雪梨瓣、桔瓣、荔枝肉等	117.92	134.35	403.48	566.97
合计		**117.92**	**214.79**	**709.27**	**712.31**

⑤委外加工生产商与发行人及关联自然人的关联关系

上述委外加工商与发行人、发行人股东、控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高管人员不存在关联关系，不存在代垫费用或利益输送情形。

⑥委外生产的工序及独立性情况

A、委外生产的工序情况

发行人委外生产按照生产的产品状态可分为两大类，第一类为达到或接近可出售状态的产品（贴牌成品和未贴牌半成品），第二类为果瓣（直接采购的果瓣和去料加工完成后入库的果瓣）。

对于第一类产品，发行人主要委外加工产品中不包括椰子汁植物蛋白饮料、水果罐头等具备核心生产技术的产品。委外加工厂商完成了除配料以外的全部或大部分生产工序，在生产工艺和流程方面与发行人自主进行生产不存在显著差异；发行人掌握委外生产产品的配方，通过提供完成配比的核心物料来保证配方的保密性，并通过协议条款明确委外加工厂商的保密义务。由于饮料和罐头产品的生产工艺已较为成熟，且发行人委外加工的主要产品非具有核心技术的产品，该委外加工服务具有可替代性。

对于第二类产品，委外加工厂商仅完成水果剥皮、分瓣等基础加工环节，不涉及发行人生产的核心环节，该委外加工服务具有较强的可替代性。

综上，发行人对委外生产商不存在重大依赖。

B、发行人核心技术、无形资产与委外生产商的独立性情况

发行人的核心技术主要为椰子汁和水果罐头的生产技术，其对应产品不属于发行人委外加工的主要品种。发行人的无形资产主要为土地使用权、商标、专利等，委外生产过程中，发行人将知识产权授权予委外加工厂商，知识产权仍归发行人所有。

发行人的核心技术、无形资产与委外生产商不存在重合的情况，委外生产对发行人的业务独立性不构成重大不利影响。

⑦委外加工厂商的资质情况

发行人的委外加工商主要分为两种类别，发行人向第一类委外加工商采购的产品为达到或接近可出售状态的产品（贴牌成品和未贴牌半成品）；发行人向第二类委外加工商采购的产品为果瓣（直接采购的果瓣和去料加工完成后入库的果瓣）。

A、第一类委外加工商

报告期内，发行人第一类委外产品加工商共有 16 家。根据《食品生产许可管理办法》的规定，该等委外加工商应当取得《食品生产许可证》，其基本信息及食品生产许可情况如下：

序号	公司名称	委外产品	合作年度	食品生产许可证		
				证书编号	有效期	类别
1	山东鑫嘉萌食品有限公司	鹌鹑蛋罐头（半成品）	2017-2020	SC11137082900168	2018/08/31-2023/08/30	罐头、速冻食品
				QS370809013844	2015/08/31-2018/08/30	罐头
2	湖北丰岛食品有限公司	黄桃罐头（半成品）	2016-2017	SC10942058104674	2017/12/25-2022/12/24	罐头
				QS420509010004	2015/06/09-2018/06/08	
3	熙可食品（安徽）有限公司	黄桃罐头（半成品）	2017	SC10934132105334	2016/06/12-2021/06/11	罐头
4	佛山维力饮品有限公司	鸡尾酒	2017	QS4406150500001	2014/07/24-2017/07/23	其他酒（配制酒）
5	广东嘉能可食品有限公司	果汁饮料	2017-2018	SC10644098200390	2016/06/02-2021/06/01	酒类、饮料
6	中山市爱儿乐食品有限公司	乳酸菌饮料	2017-2019	SC10644200000442	2016/03/15-2021/03/14	饮料
7	中山市花皇食品饮料有限公司	果汁饮料、椰子牛奶饮料	2017-2018	SC10644200000784	2016/11/18-2021/04/24	饮料
8	中山市维嘉思食品饮料有限公司	果汁饮料、苹果醋饮料等	2017	SC10644200002063	2016/08/31-2021/08/30	饮料
9	中山市伊之伴食品饮料有限公司	果汁饮料、杂粮饮料等	2017	SC10644200000805	2016/04/26-2021/04/25	酒类、饮料
10	佛山市三水区隐雪食品有限公司	八宝粥、功能饮料	2019	SC10644060700161	2016/12/16-2021/12/15	罐头、饮料
11	临海市桔花罐头饮料厂	枇杷罐头	2019	SC10933108200339	2017/11/06-2022/11/05	罐头
12	台州市黄岩永兴食品有限公司	枇杷罐头	2019	SC10633100300264	2017/07/06-2022/07/05	罐头
13	广东鹰金钱海宝食品有限公司	鱼罐头	2019	SC10944090400479	2019/01/11-2021/06/14	罐头
					2016/06/15-2021/06/14	

14	中山金旺福饮料有限公司	乳酸菌饮料	2019	SC10644200002959	2018/01/02-2022/01/03	饮料
15	湛江市华煌食品有限公司	荔枝罐头、菠萝罐头	2020	SC11744082500449	2019/05/13-2024/05/12	罐头、速冻食品、水果制品、糕点
16	雷州市神龙罐头饮料有限公司	荔枝罐头	2020	SC10944088200141	2019/06/15-2021/10/23	调味品、饮料、罐头

B、第二类委外加工商

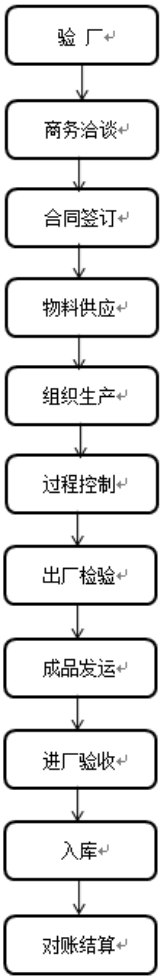
该类委外提供商采购的产品为果瓣。根据《农业部、食品药品监管总局关于加强食用农产品质量安全监督管理工作的意见》的规定，对水果进行分拣、去皮、剥壳、粉碎、清洗、切割、冷冻、打蜡、分级、包装等加工形成的产品，属于食用农产品的范畴。食用农产品在进入批发、零售市场或生产加工企业前应遵守《农产品质量安全法》等规定，但不属于《中华人民共和国食品安全法》的规制范围，无需取得食品生产、经营等资质、许可。发行人第二类委外产品加工商为发行人提供的果瓣产品，属于食用农产品，其从事食用农产品的生产经营，不需要取得食品生产、经营等前置资质、许可。经审核相关委外加工商的营业执照等资料，其登记的经营范围均包含有“水果初加工”等与其从事的委外加工相符的内容，委外加工商在其依法登记经营范围之内从事水果加工服务，符合相关法律法规的规定，无需取得食品生产、经营等资质、许可。

C、相关生产设备及人员

发行人报告期内的委外加工商已取得满足从事食品生产或水果初加工服务的相关资质、证照，经相关食品监管部门所履行的食品生产许可资质核准程序的核验及发行人对委外加工商的现场验厂，上述从事食品生产的委外加工商拥有满足相关卫生等级要求的生产设备及食品安全专业技术人员、食品安全管理人员。

⑧委外加工商的要求、筛选及控制措施

发行人建立和完善了委外加工商遴选标准和制度，制定了《委托外加工产品作业指导书》《采购管理制度》等制度以保证委外产品满足卫生要求及食品安全要求。相关的过程及标准如下表所示：



拟委托加工厂商的选择标准包括：A、有效期内的营业执照、食品生产许可证等证照能满足公司所委托加工的产品需求；B、配备规范的厂房库房，现场设备设施满足公司产品的需求；C、实验设施及产品检测仪器可以满足该产品的来料验收、过程控制、出厂检测需求；D、人员配置及设备产能可以满足发行人订单需求；E、工厂有效运行相关质量管理体系并取得证书，相关质量管理体系证书均在有效期内，并按时通过年审等。

发行人保障委外加工产品质量和食品安全性的措施和制度如下：A、筛选外协厂商：发行人通过验厂环节对外协厂商进行初步考察，主要通过现场审核的形式对外协厂商的硬件和软件两方面进行核查，根据现场核查的考察结果，对外加工厂的符合性做出最终评价，并形成书面的《加工厂现场考察记录表》。通过商务洽谈环节，对外协厂商的设备设施进行完善，使之达到符合发行人要求的生产标准。B、外协加工质量管理制度：双方通过《委外加工协议》细化责任与义务，并制定追溯机制及追偿条款，对委外加工产品的工艺、配方、添加剂进行约束，

并对产品品质及验收标准进行约定。生产过程中，发行人对生产物料的供应也有严格规定，物料供应分为被委托方自行采购到厂、委托方采购送至被委托方工厂这两种形式。被委托方自行采购的，则要求其提供供应商相关资质材料给委托方，有些物料则需要提供样板给委托方确认合格后才可使用。发行人对委外工厂的生产有严格的过程管控制度，委外加工负责人员对加工厂家的质量管理进行监督核查，同时跟踪整个过程中出现的问题。C、出厂检验及进场验收工作保证产品质量：被委托方需严格执行出厂检验制度，对标准中规定的出厂检验项目进行检测，合格后才可出厂。同时双方约定出厂检验仅作为整批产品的抽样性检测放行手段，如因产品自身问题在市场上遭到客诉，被委托方仍需对产品质量负全部责任。发行人质管部对委外生产产品进行验收，需要收集并核对加工厂出具的出厂检验报告单，同时按进厂验收要求规定对来货进行抽样检测。进厂检验合格的，质管部出具检验合格单据给仓储部。

⑨报告期内委外加工厂商的食品安全事故情况

报告期内，发行人的委外加工商存在 2 起因食品安全导致的行政处罚：

A、2018 年 3 月 28 日，中山市食药监局出具食行罚〔2018〕514 号《行政处罚决定书》，中山维嘉思食品因违法生产经营添加药品的“咔哇沙”γ-氨基丁酸饮料，被处以吊销食品生产许可证等处罚。

B、2020 年 7 月 20 日，徐闻县市场监督局出具徐市监桥处字〔2020〕025 号《行政处罚决定书》，湛江华煌食品因其生产的蓝莓果肉馅超范围使用食品添加剂，被处以 50,100 元罚款并销毁该批次产品的处罚。

根据发行人与上述委外加工商签订的合同、产品入库记录、产品检测报告等资料，并经查验，委外加工商的上述两起行政处罚均不涉及发行人委托其生产的产品，与发行人的生产经营业务不相关，不会对发行人产品的食品安全产生影响：

A、上述行政处罚涉案产品并不涉及发行人委托其生产的产品。发行人委托中山维嘉思食品生产的产品为果汁饮料、苹果醋饮料等，并不涉及涉案的“咔哇沙”γ-氨基丁酸饮料产品。发行人委托湛江华煌食品生产的产品为荔枝罐头、菠萝罐头，并不涉及涉案的蓝莓果肉馅产品。发行人委托中山维嘉思食品、湛江

华煌食品生产的产品均未发生食品安全事故，发行人亦不存在因此受到行政处罚的情况。

B、中山维嘉思食品的行政处罚发生于 2018 年 3 月，发行人于 2017 年 12 月后已未委托中山维嘉思食品进行产品加工。湛江华煌食品的行政处罚发生于 2020 年 7 月，根据对委外加工商相关管理制度，发行人已于 2020 年 8 月发出《终止合作通知书》并与对方签署了《终止合作协议》，终止与该委外加工商的合作关系。

C、发行人建立了委外加工质量管理制度，委外加工商需严格按照发行人提供的产品配方和技术资料进行生产，并执行产品检查、出厂检验、产品验收制度。由发行人质管部门对委外生产进行监督，收集并核对加工厂出具的出厂检验报告单，并按规定对委外生产产品进行抽样检测。根据湛江市质量计量监督检测所等机构出具的检验报告等资料，发行人委托中山维嘉思食品、湛江华煌食品生产的产品均检测合格，不存在食品安全问题。

除上述行政处罚外，个别委外加工商还存在因产品外包装标注文字内容不符合标准、产品标签标示的营养成分存在误差等原因受到行政处罚或产生诉讼纠纷的情况，但均非因其违规添加食品添加剂或产品中的致病性微生物、农药残留、重金属等其他危害人体健康物质超标所致，不直接影响产品的食用安全，且相关产品均非发行人委托生产的产品，时间多发生在与发行人合作的期间外，不会对发行人食品安全造成重大不利影响。

3、销售模式

（1）销售模式概况

公司销售模式以经销为主，少量通过直营和代销方式进行销售。经销模式下，公司与经销商之间的交易为买断式销售，经销商通过分销商和零售终端网点将产品最终销售给个人消费者；消费者购买产品的终端网点包括流通、商超和餐饮等渠道。直营模式下，公司通过在京东、天猫平台上开设官方旗舰店进行产品销售。代销模式下，公司通过京东自营等渠道进行产品销售。

公司设立了销售全资子公司深圳众兴利华，所有客户均与其签署销售合同，各生产子公司生产的产品均由深圳众兴利华统一实现对外销售。

（2）不同销售模式的定价方式、结算方式，以及收入确认相关的会计核算过程、相关内部控制的关键环节

公司的销售模式有经销、直营和代销。经销模式下，公司的产品通过买断方式直接销售给经销商，再由经销商销售给分销商或零售终端，最后由零售终端销售给消费者。直营模式下，公司主要通过京东旗舰店、天猫旗舰店等电商直营平台进行产品销售。代销模式下，公司主要通过京东自营等渠道进行产品销售。

上述三种销售模式的定价方式、结算方式、收入确认相关的会计核算过程、相关内部控制的关键环节具体情况如下：

①经销模式

A、定价方式：公司采用反向定价法确定产品市场零售指导价格，即综合成本、同类或类似产品价格、利润等方面的情况，首先确定产品的市场零售指导价格，然后在此基础上根据同行业状况为经销商预留一定的利润空间，最终确定产品出厂价格。

B、结算方式：以先款后货为主，给予少部分经销商一定的循环信用额度或临时信用额度。

C、收入确认相关的会计核算过程：

a、公司在收到经销商货款时，相关的会计分录如下：

借：银行存款

贷：预收账款/应收账款

b、公司在商品已经发出并通过经销商验收时确认收入，相关的会计分录如下：

借：预收账款/应收账款

贷：主营业务收入

应交税费—应交增值税（销项税额）

借：主营业务成本

贷：库存商品

D、相关内部控制的关键环节

经销模式下，涉及到的内部控制环节主要有：

内控节点	描述	相关单据
合同签订	销售管理部将合同发送给区域经理，由区域经理和经销商签订合同，合同签订完区域经理初审无误后回寄给公司销管综合组，综合组复查合同及客户资料是否符合要求，核对无误后在系统 OA 中走合同协议审批	销售合同
信用额度	根据合作年限、诚信情况、所辖经销区域等授予部分客户循环信用额度或临时信用额度	销售授信额度申请表
合同保管	盖章后的合同及台账由行政部保管、登记	合同原件、合同台账
订单生成	客户将采购需求订单直接发送到发行人订单组，订单组在 NC 系统中录入订单后，下推至财务部，财务部核对该客户是否有账款余额。若有余额，由订单组在 NC 系统中下推订单至仓库，由仓库安排发货；若无余额则订单组通知区域经理，要求该客户汇款	销售订单
出库单生成	工厂发货组在 NC 系统中录入出货单，并核对出库数量及费用，核对后无误后发货组通知发货	出库单、运输单
商业折扣	根据订单情况确定运费、批文补贴和随单折扣等商业折扣	市场费用/特价申请表
确认收入金额	发货组在发货时将清单发给客户，客户确认收货时盖章签字后回发给发货组。公司根据发货单将已收到客户确认回执的部分确认收入，未收到回执仅发货的确认发出商品	签收单
开具发票	每月末财务根据发货情况与经销商确认无误后开具相应发票	增值税普通发票/增值税专用发票
核算财务经理复核	核算财务经理复核	记账凭证
确认收款	财务部根据订单客户的银行账户确认销售回款，收到的货款进行应收及预收账款的账务处理	记账凭证、银行回单
定期对账	每月末财务根据本月交易事项与经销商进行对账	对账单

②直营模式

在直营模式下，发行人主要通过直营电商平台进行销售。

A、定价方式：公司采用反向定价法确定产品市场零售指导价格，即综合成本、同类或类似产品价格、利润等方面的情况，首先确定产品的市场零售指导价格，然后在此基础上根据各电商平台不同活动力度等因素，确定最终销售价格。

B、结算方式：消费者向电商平台支付货款，电商平台待消费者签收后向公司付款

C、收入确认相关的会计核算过程：

a、对于天猫平台

公司在商品已经发出且客户在电商平台点验收货时确认收入，客户不点验收货的以电商平台规定的验收截止日确认收入，具体会计分录如下：

借：其他货币资金—支付宝

贷：主营业务收入

应交税费-应交增值税（销项税额）

借：主营业务成本

贷：库存商品

b、对于京东等其他电商平台

公司在商品已经发出且客户在电商平台点验收货时确认收入，客户不点验收货的以电商平台规定的验收截止日确认收入，具体会计分录如下：

借：应收账款—电商平台

贷：主营业务收入

应交税费-应交增值税（销项税额）

借：主营业务成本

贷：库存商品

D、相关内部控制的关键环节：

直营模式下，涉及到电商直营的内部控制环节主要有：

内控节点	描述	相关单据
合同签订	由电商部总监主动寻找市场上用户数较多的平台，指定负责人，由负责人在网上搜寻该平台的入驻条件，根据条件在平台网站申请开店，平台会向公司发送电子合同，平台负责人根据要求进行线上/线下签署	销售合同
合同保管	盖章后的合同及台账由行政部保管、登记	合同原件、合同台账
订单生成	电商部专员根据最终消费者在电商平台上的订单在 NC 系统上录入订单	销售订单
出库单生成	工厂发货组在 NC 系统中录入出货单，并核对出库数量及费用，核对后无误后发货组通知发货	出库单
确认收入金额	财务人员每月末在直营电商平台端导出货款明细，将客户已点验收货或已到验收截止日的明细订单确认收入	电商平台客户销售表
开具发票	终端消费者需要开具发票时，由代运营公司（武汉易臣）的客服部向财务部提交开票信息登记表，财务部在收到后 3 日内开具发票	结算单、发票
核算财务经理复核	核算财务经理复核	记账凭证
消费者付款	最终消费者在平台确认收货，公司即可收到款项，财务定期将平台收入转入银行账户	电商平台的货款到账证明

③代销模式

A、定价方式：公司采用反向定价法确定产品市场零售指导价格，即综合成本、同类或类似产品价格、利润等方面的情况，首先确定产品的市场零售指导价格，然后在此基础上根据代销平台销售情况为代销商预留固定的利润空间，最终确定产品销售给代销商的价格。

B、结算方式：先货后款

C、收入确认相关的会计核算过程：

a、发行人将商品发至代销商时，相关的会计分录如下：

借：发出商品

贷：库存商品

b、发行人在取得代销商结算清单时确认收入，相关的会计分录如下：

借：应收账款

贷：主营业务收入

应交税费—应交增值税（销项税额）

借：主营业务成本

贷：发出商品

D、相关内部控制的关键环节：

代销模式下，涉及到的内部控制环节主要有：

内控节点	描述	相关单据
合同签订	公司与代销商签订合同，双方核对无误后在系统 OA 中走合同协议审批	代销合同
合同保管	盖章后的合同及台账由行政部保管、登记	合同原件、合同台账
订单生成	根据代销商出具的采购单据在 NC 系统中下订单	销售订单
出库单生成	工厂发货组在 NC 系统中录入出货单，并核对出库数量及费用，核对后无误后发货组通知发货	出库单
确认收入金额	代销商每月向公司发送结算清单，财务部根据结算清单的金额开具发票，并确认收入	结算清单
开具发票	财务部对代销商结算单中结算单金额进行核对后，开具增值税专用发票	结算单、发票
核算财务经理复核	核算财务经理复核	记账凭证
代销商付款	代销商将结算单发给企业，企业开票后寄给代销商，代销商确认无误后打款	银行回单

（3）不同销售模式下取得重要客户订单的方式、与主要客户或平台的具体合作方式和主要合同条款

①经销模式

在经销模式下，经销商根据自身的销售需求通过邮件等方式向发行人下订单，以“买断式销售”为合作方式。

公司与经销商签署的经销合同（以下发行人子公司深圳众兴利华或深圳众兴利华湛江分公司称为“甲方”，经销商称为“乙方”）系由发行人提供的格式化合同样本，公司报告期内每年均以格式化的框架合同形式，与经销商签署经销合同，经销商适用的主要合同条款一致。主要合同条款如下表所示：

约定款项	条款内容
销售区域、渠道和品项	1、乙方只能在销售区域范围内销售欢乐家产品 2、乙方只能按照约定的销售渠道销售欢乐家产品 3、交易的具体产品及产品数量以甲乙双方确认且实际履行的订单或

约定款项	条款内容
	送货单为准
价格	1、按照《供货基准价》的价格标准买卖欢乐家产品 2、甲乙双方可在供货基准价的基础上进行调整并以甲乙双方确认且实际履行的订单或送货单确定实际供货价格
产品订单	1、乙方按照甲方要求填写订单，并由指定订货人确认并加盖乙方公章或合同专用章 2、甲方根据有效订单订购的产品品类，自主选择发货工厂
交付	1、甲方出卖给乙方的欢乐家产品的交付地点为乙方收货地点，在合同中已约定好收货地点及乙方指定收货人 2、乙方应当在承运方将产品运达交付地点后立即对产品进行检验，乙方确认收货即视为产品完全交货，产品所有权自交付时起从甲方转移至乙方
运输	1、乙方全权委托甲方代为办理乙方向甲方所购买产品的运输事宜 2、甲方的代理行为为无偿代理，一切代理行为的法律后果均由乙方承担。运费由乙方向承运方支付，承运方向乙方开具相应运费发票
退换货	对于已交付的产品，原则上除存在质量问题外，甲方不接受乙方退货或换货
产品质量问题责任划分	1、甲方提供符合国家食品安全标准及国家卫生检疫标准的产品 2、乙方在销售欢乐家产品过程中，如发现产品存在质量问题的，乙方应及时通报给甲方质量监管部门，由甲方给出处理意见，甲乙双方协商处理解决
目标管理	1、乙方销售区域各类型销售通路或销售网点的欢乐家产品铺市率必须符合甲方对该市场及该通路的铺市标准要求 2、甲方有权对乙方月度、季度、半年度等阶段的销售额进行综合评估，若乙方未达到甲方确定的评定标准，甲方有权另行确定其他销售商或重新划分经销商销售区域或切分产品品项

除上述约定条款外，经销合同还对知识产权、企业名称保护及保密条款、违约责任、冲货管理、市场支持等方面进行了约定。

公司以经销为主的销售模式符合行业惯例。

②直营模式

在直营模式下，发行人在各电商平台上销售产品，终端消费者根据自身需求在“京东旗舰店”、“天猫旗舰店”等直营电商平台上下订单。各电商平台方向发行人提供销售平台、数据及技术支持等服务，发行人根据相关合同条款对该等服务支付佣金费用等，发行人与京东、天猫等电商平台的主要合同条款如下：

A、京东旗舰店

公司与京东签订的《“京东 JD.COM”开放平台在线服务协议》（以下“京东 JD.COM”的所有者“北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司”称为“甲

方”、京东网站技术服务提供者“江苏京东旭科信息技术有限公司”称为“乙方”、以独立第三方经营者身份设立店铺进行经营的法律实体称为“商家”或“丙方”）主要具体条款如下：

约定款项	条款内容
服务内容	1、京东向商家提供“京东平台”上相应的网络空间、技术支持和系统维护，以及同意向商家提供的各项附属功能、增值服务等 2、商家获得“商家后台管理系统”使用权限后，可独立开展店铺经营，同时可参与“京东 JD.COM”相关活动及接受其他有偿服务
资格要求	商家申请及开展店铺经营活动应已依照中华人民共和国法律注册并领取合法有效的营业执照及取得其他经营许可
费用标准及费用类型	商家同意按照“京东”公示文件中明示的标准以及后续更新的标准或补充协议中确定的标准向“京东”支付保证金及技术服务费等费用： 1、保证金： ①商家向京东缴纳相应金额的保证金，作为履行本协议尤其是消费者权益保障义务的保证 ②在商家违反某些情形时，京东有权根据具体情况直接扣除部分或全部保证金 2、技术服务费： ①商家在申请入驻及经营过程中，京东提供相关的系统维护和支持服务，而向商家收取的技术服务费 ②具体的技术服务费包括：固定技术服务费、按比例计收的服务费、增值服务费
费用结算	1、商家同意京东将引入第三方支付机构（以下简称“付款机构”）提供货款结算等服务，商家应按要求与第三方支付机构签署可能存在的相关协议，办理开通手续 2、结算方式：京东系统在每个自然日对已完成订单相应款项自动生成结算单，付款机构在获得满足结算条件及商户结算请求指令时，将货款支付至商家京东钱包账户，并从商家京东钱包账户中扣除技术服务费、豆服务费及其他费用

B、天猫旗舰店

公司与天猫签订的《天猫商户服务协议》（以下发行人子公司深圳众兴利华称为“甲方、商户”、阿里巴巴（深圳）技术有限公司称为“乙方”、浙江天猫技术有限公司称为“丙方”、浙江天猫网络有限公司称为“丁方”）主要具体条款如下：

约定款项	条款内容
保证金	1、商户同意通过支付宝主动缴纳或授权扣款的方式，支付于其支付宝账户内或缴存至浙江网商银行股份有限公司指定账户的一定金额，用以商户自主担保/作为网商银行为商户提供履约担保的反担保，最终保障商户对本协议履行和遵守的担保方式 2、缴存数额、缴存方式依照天猫入驻标准确定

约定款项	条款内容
服务与费用	1、乙方提供的与互联网信息服务相关的软件服务及收费 ①乙方提供的服务主要为搜索商品、生成订单、管理交易和完成支付等服务的软件系统 ①乙方向商户收取的软件服务费由年费和实时划扣部分两部分组成，年费的具体金额及缴纳方式以天猫平台公示的对应年度年费缴纳标准为准；实时划扣部分以商品支付宝交易额为基数，以天猫公示的对应年度软件服务费费率实时划扣 2、丙方提供的与积分系统相关的软件服务及收费 商户同意以通过该软件向消费者发放的各类型积分数量或额度为计费基数，按一定费率比例向丙方指定的支付宝账户支付相关费用 3、丁方提供的服务及收费 ①丁方提供的主要服务为互联网信息服务、二级域名服务、其他服务等 ②上述相关服务暂不向商户收取费用
入驻条件	1、商户须符合当前的天猫入驻标准，具备合法的权利能力和行为能力缔结本协议并使用天猫相关服务 2、商户有义务依据相关法律法规、协议、规则及入驻标准向天猫提供真实、合法、准确、有效的信息和资料
店铺信息发布及管理	1、商户承诺在使用服务的过程中遵守诚实信用原则，不在交易过程中采取不正当竞争行为 2、商户有权自行决定商品及/或服务的推广方式 3、天猫会根据市场需求及商户经营情况等不时发起营销活动，并根据各活动的整体策略确定开放报名的商户范围及活动商户的优选维度 4、商户有义务按照买家就其天猫店铺交易实际支付的金额为买家开具合规的发票，及就其天猫店铺实际交易额依法及时足额地向主管税务机关申报纳税

③代销模式

在代销模式下，代销商在其代销平台或门店上销售发行人产品，终端消费者根据自身需求在代销商平台及门店上购买发行人产品。

公司与京东自营签署的代销合同（以下北京京东世纪信息技术有限公司称为“甲方”，发行人子公司深圳众兴利华称为“乙方”）系由京东提供的格式化合同样本。具体主要合同条款如下：

约定款项	条款内容
产品订购、运输及收货	1、甲方进货必须向乙方下达正式订单，具体订单数据以甲方订单系统记录为准 2、乙方负责将订单列明的产品，通过甲方仓储预约系统按照约定的时间、运输方式足量保质送至甲方指定地点，、 3、产品所有权自甲方验收入库后转移甲方，产品在交付甲方验收入库前的一切费用及风险责任由乙方承担
残次品、滞销品、退货	1、残次品：甲方收货后发现残次品，乙方承诺每月清理。乙方同意甲方货款结算时直接扣减残次品金额后付款

约定款项	条款内容
	2、滞销品： ①乙方应定期向甲方了解产品库存情况，对接近滞销期的产品予以及时处理，乙方承诺应在自确认为滞销品之日起 30 日内处理完毕 ②如产品保质期到期日的时限已少于该产品保质期总期限的三分之一而仍未销售成功的产品，甲方有权要求乙方进行退货、换货 ③乙方同意甲方货款结算时直接扣减滞销品金额后付款 3、退货： ①乙方接受甲方任何原因的退货，乙方接受甲方库存过剩或滞销品、残次品、质量问题及冷静期退货，乙方接受甲方所有产品质量问题及冷静期退货 ②乙方同意甲方货款结算时直接扣减退货产品金额后以付款，乙方办理红票
结算条款	1、结算方式 ①甲方从乙方购进产品，货款结算按实销实结的方式执行。账期为 30-45 天，每个自然月为一个结算频次，结算金额为账期内实际已销售产品相应的销售成本金额 ②甲方于结算单核定付款日起 7 个工作日付款 2、结算条件 进入结算期的可结算金额为：以甲方已到结算期的应付款扣除乙方逾期未付的降价款、退货款、商业折扣款、退残款以及其它乙方应支付的款项后的余额为准 3、支付方式 货款支付方式为电汇、网银在线企业账户
售后服务条款	1、甲方终端客户收到产品之日起，乙方开始售后服务工作 2、甲方须承担较高售后服务义务的，乙方承诺配合甲方完成上述义务，并保证承担甲方因此造成的直接损失

（4）经销商管理体系

2020 年上半年，与公司开展合作的经销商合计 1,448 家，销售区域已覆盖除香港、澳门和台湾外的全国 31 个省、市、自治区。公司设有负责主管销售业务的副总经理，同时按照业务量和经销商数量及规模在每个省、市、自治区设有省级总监 1-2 名、区域经理若干名，负责开发、维护当地客户。

公司采取“扁平化”和“下沉式”的管理模式，减少经销层级，部分销售区域细分至县域市场甚至建制镇。通过该模式，公司能够精耕市场、纵深终端，快速接收市场信息，掌握动销态势，大大增强了公司的市场反应能力。

公司对经销商主要采用先款后货的结算模式。近年来，为拓展产品市场，提高销售能力，公司给予有较大增长潜力、尚未开拓的市场以及重点销售区域内的部分经销商一定的信用额度用于加大营销渠道的建设与市场培育。公司根据相关

市场的销售情况、经销商的信用等级、合作情况以及资金实力等，灵活调整信用期和信用额度。

①经销商划分情况

发行人的经销商按照区域、渠道、品类等几个维度进行划分。同一个区域可能存在多家经销商，但该等经销商的销售渠道、品类不能重叠。

在发行人与经销商签订的《经销商合同》中，对各经销商的经销区域、渠道、品类进行了如下约定：

“……

1.1 乙方的销售区域为____省（直辖市、自治区）____市____县（市、区）乡（镇、街道）____（其他）。乙方只能在销售区域范围内销售欢乐家产品，不得在销售区域范围外销售欢乐家产品。

1.2 乙方销售欢乐家产品的渠道为：□现代渠道、□传统渠道、□特殊渠道、□餐饮渠道、□批发商渠道或其他指定渠道。乙方只能按照本款约定的渠道销售欢乐家产品，不得在约定的销售渠道范围外销售欢乐家产品。

1.3 乙方可以向甲方购买并对外销售的欢乐家产品品项为：□罐头、□椰汁饮料、□乳酸菌饮料、其他饮料、□其他产品_____。

……”

②经销商选取标准

报告期内，发行人对于经销商选取的标准如下：

相关标准	具体要求
性质	经销商需为企业或个体工商户，且需开立银行对公账户
资质许可	经销商需现持有合法有效的营业执照及食品经营许可证
经营品牌	经销商需经营相关食品饮料品牌的产品，有相关经销经验
配套设施	经销商应配备相应的仓库、车辆、人员

发行人各省的销售人员根据各自区域情况对拟经销商进行考察确认。在拟经销商满足上述相关要求时，需提供营业执照、食品经营许可证、开户登记表并填

写《欢乐家经销商开户申请表》。在相关资料提供完备并经核验后，该等经销商成为发行人正式经销商，与发行人签订《经销商合同》。

③发行人向经销商销售产品的定价情况

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。

发行人对不同经销商销售产品的定价存在一定差异，主要体现为商业折扣的差异。对于同一产品，发行人在考虑运距因素后统一制定出厂定价标准，同一区域的出厂价差异小；发行人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，发行人通过建立较为完善的折扣审批规则，对经销商的折扣率和产品的最终销售价格进行管控。

（5）发行人采用经销模式的合理性、与同行业企业销售模式的对比情况

①采用经销模式的合理性

发行人的主营业务为饮料和罐头产品的销售。由于饮料及罐头产品属于日常消费食品，其消费人群非常广泛，需要有健全的密集型销售网络来满足人们的便利性购买要求。而经销商深耕当地市场多年，掌握了当地市场各类销售渠道，能够有效实现产品快速投放市场的目的。同时，经销渠道能够使公司快速接收这些直面终端的经销商反馈回来的市场信息和产品趋势，并快速调整公司的销售政策和产品战略等，大大增强了公司的市场反应能力和灵活性。该等优势促使经销模式成为快消品企业的主要销售模式。

经过多年的努力，公司已探索出能够深度挖掘市场潜力的经销模式，建立起网点众多、覆盖面广、渗透力强的销售网络。未来经营中，公司仍将保持以经销模式为主的销售模式。

②与同行业企业销售模式对比情况

与发行人同行业的可比上市公司普遍采用经销模式进行销售，其中养元饮品披露了其经销收入情况，具体如下：

经销收入占主营收入比	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
养元饮品	/	96.77%	97.68%	98.36%
发行人	95.73%	97.98%	98.76%	98.69%

注：养元饮品 2020 年半年报未披露经销模式下的收入情况

承德露露未披露其报告期内经销收入占比，但其前五大客户均为经销商，其亦在年度报告中披露了经销收入的确认方法，将“完善经销网络”作为营销工作重点。

凯欣股份未披露其报告期内经销收入占比，但在年度报告中披露“果蔬制品的销售主要以经销方式为主”。

林家铺子未披露其报告期内经销收入占比，但在年度报告中披露“销售渠道分为线下和线上两种，线下销售模式为主要渠道，历史悠久。首先由公司营销人员挖掘开发客户，与经销商建立合作关系，并辅助进行网点开发和宣传。”

综上，发行人的销售模式与同行业的一般情况相符。

4、物流模式

（1）销售物流模式、物流风险权利义务划分情况

发行人在与经销商签订的经销合同中，约定运费由经销商承担，根据实际发生的运输费用在发货单中给予对应的商业折扣。

根据经销合同中运输相关条款，经销商全权委托发行人代为办理经销商向发行人购买产品的运输事宜，委托范围包括由发行人依自身的经验及判断自行选择承运方、与承运方就运费及运输合同条款等事项进行磋商，并以发行人的名义与承运方签订运输合同等。

发行人有权独立决定与运输相关的事项，并在运输合同中向承运方披露发行人与经销商双方的代理关系，运输合同实质仅约束经销商和承运方，如经销商与承运方之间就运输合同发生任何纠纷及争议，经销商可另行书面委托发行人代为处理解决。

发行人的代理行为为无偿代理，一切代理行为的法律后果均由经销商承担。运费由经销商向承运方支付，承运方向经销商开具相应运费发票。

（2）主要物流提供商的基本情况及采购情况

由于发行人仅为经销商代理销售物流事宜，物流提供商不与发行人之间直接发生交易。报告期内，发行人的物流提供商主要为发行人不同子公司之间货物调拨提供服务。

①发行人向前五大物流提供商的采购情况

单位：万元

序号	合并物流提供商名称	采购金额	占同类采购比
2020 年 1-6 月			
1	临沭县金路达货物运输有限公司	70.23	49.50%
2	湖北百地达物流有限责任公司	27.85	19.63%
3	荆州市鑫玮货物运输有限公司	22.29	15.71%
4	枝江市龙顺货物运输服务部	18.00	12.69%
5	枝江市李超货运部	2.54	1.79%
合计		**140.91**	**99.33%**
2019 年			
1	临沭县金路达货物运输有限公司	182.71	37.41%
2	湖北百地达物流有限责任公司	93.42	19.13%
3	荆州市鑫玮货物运输有限公司	62.02	12.70%
4	江西诺誉物流有限公司	50.35	10.31%
5	湛江市赤坎区令象货运经营部	49.58	10.15%
合计		**438.08**	**89.71%**
2018 年			
1	江西诺誉物流有限公司	78.49	17.23%
2	山东万发国际物流有限公司	78.44	17.22%
3	湖北旷远物流有限公司	68.21	14.98%
4	临沭县金路达货物运输有限公司	40.23	8.83%
5	湖北百地达物流有限责任公司	38.13	8.37%
合计		**303.50**	**66.64%**
2017 年			
1	山东万发国际物流有限公司	76.87	19.95%

序号	合并物流提供商名称	采购金额	占同类采购比
2	湖北旷远物流有限公司	63.92	16.59%
3	广东速航物流有限公司	19.05	4.94%
4	荆州市华鑫汽车运输有限公司	18.24	4.73%
5	湖北华美物流有限公司	16.85	4.37%
合计		**194.93**	**50.58%**

②前五大物流提供商的基本情况、其向发行人提供服务金额占自身营业收入比重情况

序号	物流提供商名称	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	与发行人交易金额占其自身收入比例
1	山东万发国际物流有限公司	2016-11-17	300	山东省临沂市	经营者：张在忠	张在忠	20%以下
2	湖北旷远物流有限公司	2013-04-11	108	湖北省孝感市	经营者：张春艳	张春艳	20%-50%
3	广东速航物流有限公司	2012-02-14	1,000	广东省湛江市	黄康金 99%、林昌江 1%	黄康金	20%以下
4	荆州市华鑫汽车运输有限公司	2007-05-09	500	湖北省荆州市	胡斌 52%、郭后林 48%	胡斌	20%以下
5	湖北华美物流有限公司	2017-07-04	500	湖北省孝感市	王华六 100%	王华六	20%以下
6	江西诺誉物流有限公司	2017-03-30	500	江西省南昌市	白国利 60%、王红霞 40%	白国利	20%以下
7	临沭县金路达货物运输有限公司	2011-08-23	200	山东省临沂市	闵现彩 100%	闵现彩	20%-50%
8	湖北百地达物流有限责任公司	2012-09-03	210	湖北省咸宁市	柯军 60%、钟乔 40%	柯军	20%-50%
9	荆州市鑫玮货物运输有限公司	2017-05-18	100	湖北省荆州市	许涛 60%、张红 40%	许涛	20%以下
10	湛江市赤坎区令象货运经营部	2010-04-21	-	广东省湛江市	经营者：梁华波	梁华波	20%-50%
11	枝江市龙顺货物运输服务部	2017-06-02	-	湖北省枝江市	经营者：王明	王明	20%以下
12	枝江市李超货运部	2019-08-02	-	湖北省枝江市	经营者：李超	李超	20%以下

（3）物流定价依据及公允性

发行人通过物流招标模式确保物流定价的公允性，具体如下：

①采用物流招标模式进行公开招标，确保招标过程公平、公正；

②竞标价格采取价优且符合其他各项竞标条件者中标；

③发行人实时参考市场价格，以确保物流价格不脱离市场规律，避免恶意竞标行为。

（4）发行人是否存在对部分物流提供商重大依赖的情况

发行人的饮料及罐头产品为预包装食品，不存在对运输条件的苛刻要求，除常规的《道路运输经营许可证》以外，物流供应商也无需有特殊资质，具备运输发行人产品条件的物流供应商数量众多，有充分竞争的公开市场，因此，发行人对物流提供商不存在重大依赖。

（5）物流提供商的资质情况

发行人的物流提供商主要为发行人提供普通货物运输服务。根据《中华人民共和国道路运输条例》的规定，从事货运经营的，应当取得《道路运输经营许可证》，报告期各期发行人前五大物流提供商基本信息及其取得的《道路运输经营许可证》情况如下：

序号	公司名称	合作年度	道路运输经营许可证		
			证书编号	有效期	许可类别
1	山东万发国际物流有限公司	2017-2019	货运代理公司，不涉及		
2	湖北旷远物流有限公司	2017-2018	鄂交运管许可货字420984301875	2017/07-2018/07	道路货物普通运输
3	广东速航物流有限公司	2017-2018	粤交运管许可湛字440800046151	2016/09-2020/09	普通货运，货物专用运输（集装箱）
4	荆州市华鑫汽车运输有限公司	2017	鄂交运管许可货字421003303152	2017/08-2021/07	道路货物普通运输
5	湖北华美物流有限公司	2017	鄂交运管许可货字420923100314	2017/08-2018/08	道路货物普通运输等
6	江西诺誉物流有限公司	2018-2019	赣交运管许可字360122204775	2018/09-2019/09	道路货物普通运输
7	临沭县金路达货物运输有限公司	2018-2020	鲁交运管许可临字371329283469	2019/07-2023/07	道路货物普通运输等

8	湖北百地达物流有限责任公司	2018-2020	鄂交运管许可货字421202306826	2016/07-2020/07	道路货物普通运输
9	荆州市鑫玮货物运输有限公司	2018-2020	鄂交运管许可荆州字421003101414	2017/10-2021/10	道路货物普通运输
10	湛江市赤坎区令象货运经营部（承运人吴亚海、李想）	2018-2019	粤交运管许可字湛字440800050694	2017/12-2021/12	普通货运
			粤交运管许可字湛字440800050140	2017/10-2021/10	普通货运
11	枝江市龙顺货物运输服务部（承运人刘长荣、杜道荣、杜强强、樊雨）	2020	鄂交运管许可货字420583304644	2020/07-2021/07	道路货物普通运输
			鄂交运管许可货字420583307704	2018/06-2021/05	道路货物普通运输
			鄂交运管许可货字420583308009	2017/07-2020/07	道路货物普通运输
			鄂交运管许可货字420583307545	2020/06-2021/06	道路货物普通运输
12	枝江市李超货运部	2019-2020	鄂交运管许可宜昌字420505100571	2019/08-2023/08	道路货物普通运输

经查验，报告期内发行人主要的物流提供商合法持有开展道路运输业务所需资质，该等资质的时间覆盖其与发行人开展业务合作的期间。

（6）物流提供商的要求、筛选及控制措施

发行人的物流提供商主要为发行人不同子公司之间货物调拨提供服务，主要包括产品、原材料等，均为普通货物，不存在对运输条件的特种要求，但需具备《道路运输经营许可证》。根据《供应商管理制度》，发行人根据各子公司的需求在当地寻找符合条件的物流提供商。主要包括：采用物流招标模式进行公开招标，确保招标过程公平、公正。竞标价格采取价优且符合其他各项竞标条件者中标。

对于物流提供商的管理，主要包括：①签署相关运输协议，明晰关于货物运输风险分配；②建立供应商档案管理，包括营业执照、运输资质、驾驶员证照等；③货物出厂前进行现场清点，并查看车辆外观情况；④货物送达后现场验收，检查货物是否受损等。

（7）物流供应商涉及的食品安全事故情况

报告期内，发行人的主要物流供应商不存在因食品安全导致的行政处罚情况。

5、上述客户、供应商、物流提供商与发行人及关联自然人的关联关系情况

上述客户、供应商、物流提供商中，在报告期内与发行人存在关联关系的为客户湖南欢乐家荣仕贸易有限公司、深圳市乐满家实业有限公司，以及供应商湛江市佳烨置业有限公司。

湖南欢乐家荣仕贸易有限公司、深圳市乐满家实业有限公司与发行人的关联关系情况如下：

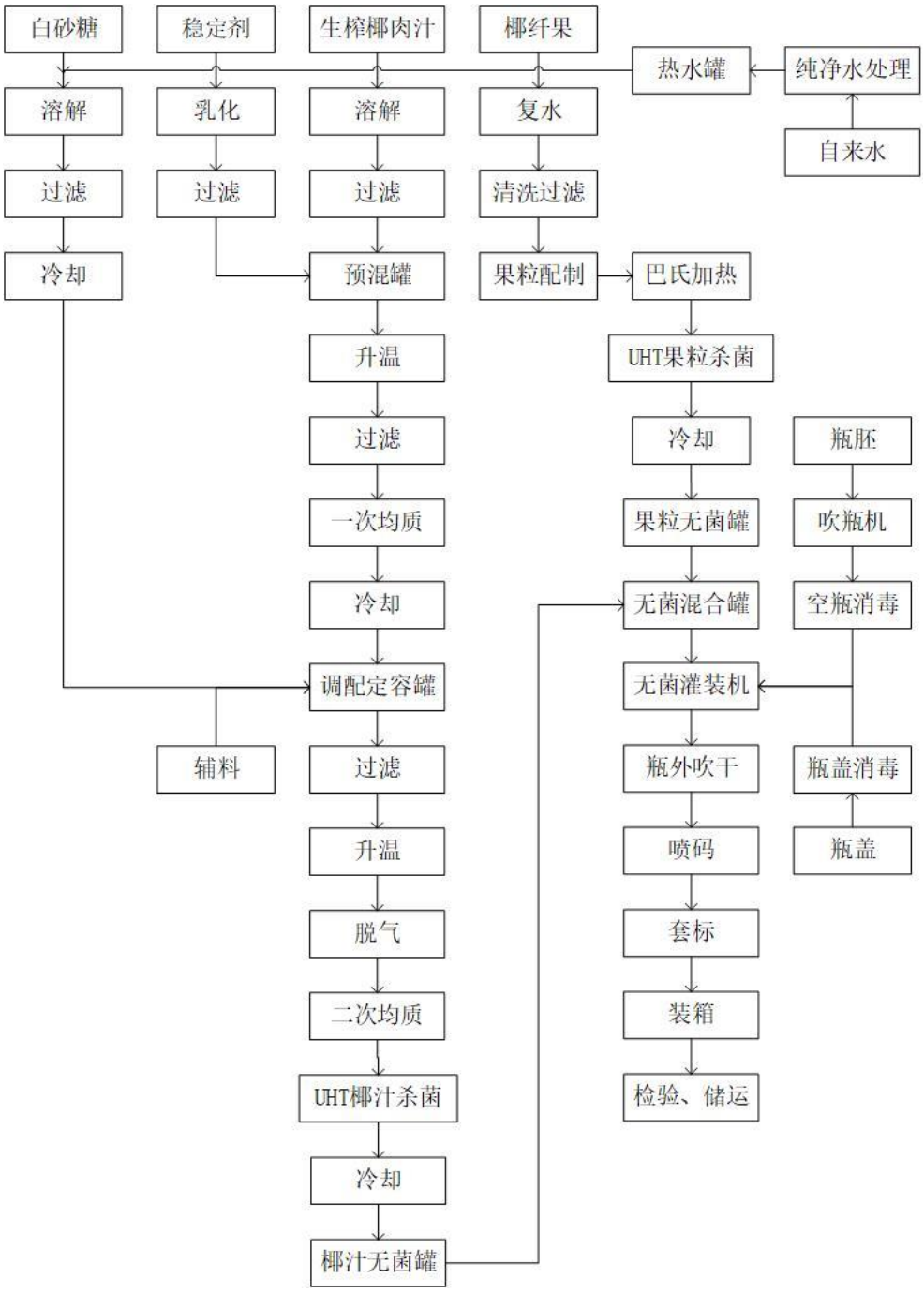
序号	单位名称	关联关系
1	湖南欢乐家荣仕贸易有限公司	湖南欢乐家荣仕贸易有限公司于 2014 年 10 月 31 日设立。2016 年 6 月 8 日，李康荣将其持有的湖南欢乐家荣仕贸易有限公司 25%的认缴出资额转让予付旋，将 5%的认缴出资额转让予邬剑，此后不再享有其权益。
2	深圳市乐满家实业有限公司	深圳市乐满家实业有限公司于 2003 年 7 月 2 日设立。2016 年 12 月 26 日，李康荣将其持有的深圳市乐满家实业有限公司 52%的股权转让予庞伟兴，股权转让完成后，庞伟兴、张颖玉夫妇分别持有深圳市乐满家实业有限公司 52%和 48%的股权，李康荣不再享有其权益。

供应商湛江市佳烨置业有限公司为发行人实际控制人李兴之父李日荣控制并担任执行董事的关联法人。2018 年，发行人向湛江市佳烨置业有限公司购买其坐落于湛江经济技术开发区人民大道中 71 号的欢乐家大厦 28、29、31、32 层作为办公场地使用，交易金额为 6,190.48 万元，湛江市佳烨置业有限公司成为发行人 2018 年的第二大供应商。

除此以外，上述客户、供应商、物流提供商与发行人、发行人股东、控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高管人员不存在关联关系。发行人与上述客户、供应商、物流提供商之间不存在代垫费用或利益输送情形。

（四）主要产品生产制造流程

1、饮料类产品（以含果粒椰子汁为例）：



2、罐头类产品（以橘子罐头为例）：



（五）公司环境保护情况

1、公司环境保护的基本情况

根据环境保护部颁布的《环境保护综合名录》（2017 年版），公司的产品未被列入高污染、高环境风险产品名录。

公司生产过程中产生的污染较少，主要为少量废气、废水等。发行人主要的环保措施为污水池，生产基地污水池年处理废水的能力合计超过 500 万吨；发行人产生的 SO_2、NO_X、烟尘等废气污染物主要采用无组织废气排放，排放总量满足排污许可证总量控制要求，不存在超标排放情形。

报告期内，公司主要生产工厂建设项目均已根据我国环境保护相关法律、法规要求获取环境影响审查批复，公司生产工厂配备的环保设施运行正常，取得了

当地的排放污染物许可证，污染物达标排放，能够有效满足生产经营的需要，达到保护环境的目的；没有重大污染事故发生，也不存在因环境保护问题受到行政处罚的情况。

2、公司主要污染物及排放情况

2019 年至 2020 年初，湛江天和环保有限公司（具有环境影响评价乙级资质）对发行人及其控股子公司的环保合规情况进行持续核查，并于 2019 年 1 月、2019 年 4 月和 2020 年 1 月分别出具了相关核查报告。根据上述核查报告及发行人提供的日常污染物排放记录等资料，报告期内发行人及其控股子公司的主要污染物排放情况如下：

（1）主要污染物排放量及达标情况

①发行人

发行人位于湛江市麻章区分别有生产鱼罐头为主及以生产水果罐头、饮料为主的两个厂区。其中鱼罐头厂区于 2018 年 1 月迁址，迁址后旧厂区不再继续生产。水果罐头、饮料厂区（2018 年 1 月鱼罐头生产线并入该厂区）因发行人将该厂区土地房产出售给湛江誉兴置业，于 2019 年 3 月全部停产。上述厂区报告期内的主要污染物排放情况如下：

A、发行人鱼罐头厂区（2017 年 1 月至 2017 年 12 月）

类别	控制项目	主要污染物排放总量限值（t/a）	2017 年	是否符合
			实际排放量（t/a）	
废水	COD	12.6	3.72	是
	氨氮	1.4	0.76	是
废气	SO2	0.3	0.10	是

B、发行人果罐头、饮料厂区（2017 年 1 月至 2019 年 3 月）

类别	控制项目	主要污染物排放总量限值（t/a）	2017 年	2018 年	2019 年 1-3 月	是否符合
			实际排放量（t/a）			
废水	COD	2.6	2.31	2.56	0.62	是
	氨氮	0.29	0.06	0.16	0.01	是

废气	SO2	0.3	0.16	0.16	0.11	是

②湖北欢乐家

类别	控制项目	主要污染物排放总量限值（t/a）	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 1-6 月	是否符合
			实际排放量（t/a）				
废水	COD	29.84	28.2	28.4	27.9	16.59	是
	氨氮	0.72	0.71	0.70	0.71	0.16	是
废气	SO2	8.94	-	-	-	-	是
	NOx	7.26	-	-	-	-	是
	烟尘	1.68	-	-	-	-	是

③山东欢乐家

类别	控制项目	主要污染物排放总量限值（t/a）	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 1-6 月	是否符合
			实际排放量（t/a）				
废水	COD	75	7.4	8.3	13.39	2.41	是
	氨氮	7.5	0.125	0.212	0.283	0.089	是
废气	NOx	5.25	不适用	不适用	不适用	-	是

④武汉欢乐家

类别	控制项目	主要污染物排放总量限值（t/a）	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年 1-6 月	是否符合
			实际排放量（t/a）				
废水	COD	163.39	14.33	22.8	10.94	2.07	是
	氨氮	12.71	0.33	0.61	0.86	0.04	是

（2）主要污染物排放及处理措施

主要污染物类别	主要污染源	主要处理工艺或设施	
废气	燃气锅炉产生的废气、污水处理站恶臭、浸酸车间产生的酸雾等	主要通过：排气筒高空排放；油烟净化系统净化后排放。同时对于污水处理设施的厌氧池加盖密闭处理，污泥及时清运；加强车间通风等。目前湖北欢乐家、山东欢乐家、武汉欢乐家主要采取园区集中供热，不再使用自备锅炉，废气污染较小	
废水	生产废水、生活污水、食堂废水、冷却水等	发行人	生产废水经生化处理后达标排放，主要采取“调节池兼预曝气+水解酸化+两级好氧生化”工艺，外排废水达到广东省地方标准《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段一级标准后排放

主要污染物类别	主要污染源	主要处理工艺或设施	
		湖北欢乐家	废水的主要处理设施为污水处理池及配套设施，主要采取“调节池+厌氧反应器+水解酸化+活性污泥池”工艺，目前厂区污水处理站的处理能力为 5000m³/d，满足厂区日常需求，经厂区污水处理站后达到《污水综合排放标准》（GB8978-1993）中三级标准后接入枝江市安福寺污水处理厂深度处理
		山东欢乐家	废水的主要处理设施为污水处理池及配套设施，主要采取“厌氧+缺氧+好氧 A/A/O”工艺，目前厂区污水处理站的处理能力为 5000m³/d，满足厂区日常需求，生活污水和清洗废水经厂内污水处理站处理后，达到《流域水污染物综合排放标准第 2 部分：沂沭河流域》（DB37/3416.2-2018）表 2 标准限值要求后排放；纯水制备废水属清净下水，排入雨水管网
		武汉欢乐家	废水的主要处理设施为污水处理池及配套设施，主要采取“调节池+水解酸化池+好氧池+一沉池+二沉池”工艺，目前厂区污水处理站的处理能力为 5000m³/d，满足厂区日常需求，废水经厂内污水处理站处理后，达到《污水综合排放标准》（GB8978-1996）中一级标准，其中总磷、总氮参照执行《城镇污水处理厂污染物排放标准》（GB18918-2002）中一级 A 标准，随后经洪西渠排入涵闸河
噪声	噪声源为空压机、灌装机和污水处理设施	基础减振，建筑物隔声	
固体废弃物	一般固废	主要采取外售给有关单位综合利用及环卫部门清运后集中处理的处置措施	
	危险废弃物	1、按规定设置专用的危废贮存场所，存放地面硬化并作防腐防渗处理。2、危险固废分类收集，集中管理，委托有资质的单位处置或回收利用。遵从《危险废物转移联单管理办法》及其他有关规定的要求，以便管理部门对危险废物的流向进行有效控制，防止在转移过程中将危险废物排放至环境中	

（3）排污许可证

发行人控股子公司湖北欢乐家、山东欢乐家、武汉欢乐家主要从事水果罐头、饮料产品的生产，上述公司目前均合法持有有效的排污许可证，具体情况如下：

主体	证照名称	证照编号	排放主要污染物种类	有效期至
湖北欢乐家	固定污染源排污登记回执	91420583559709192T001Y	-	2025/05/06
山东欢乐家	排污许可证	913713285845468828001Q	二氧化硫、颗粒物、氮氧化物、化学需氧量、氨氮等	2023/07/19
武汉欢乐家	排污许可证	91420984052646970M001Z	化学需氧量、氨氮、总氮、总磷、PH 值、硫化氢、氨（氨气）、臭气浓度	2022/10/13

在报告期内，发行人及其控股子公司主要污染物及特征污染物排放达标、主要污染物总量控制执行情况符合总量控制指标要求、不存在超排情况。

3、报告期内发行人环保设备投入及运行情况

（1）发行人的主要环保设施及运行情况

①鱼罐头厂区（2017 年 1 月至 2017 年 12 月）

类别	设施名称	套	处理工艺	处理能力	实际运行时间（h/a）	运行情况
废气处理设施	18m 排气筒	1	高空排放	-	-	正常
	油烟净化系统	2	静电	20000-26000Nm^3/h	-	正常
废水处理设施	污水处理设施	1	格栅，调节池，提升泵，A 段缺氧生化池，O 段好氧生化池，二沉池	500m^3/d	8,760	正常
	三级化粪池	1	厌氧消化	-	-	正常

②水果罐头、饮料厂区（2017 年 1 月至 2019 年 3 月）

类别	设施名称	套	处理工艺	处理能力	实际运行时间（h/a）	运行情况
废气处理设施	14m 排气筒	1	高空排放	-	-	正常
	油烟净化系统	2	静电	20000-26000 Nm^3/h	-	正常
	油烟净化器	1	静电	-	800	正常
废水处理设施	污水处理设施	1	调节池兼预曝气+水解酸化+两级好氧生化	2,000m^3/d	4,500	正常

（2）湖北欢乐家的主要环保设施及运行情况

类别	设施名称	套	处理工艺	处理能力	实际运行时间（h/a）	运行情况
废气处理设施	-	-	加强通风，厌氧池加盖密闭处理，污泥及时清运	-	-	正常
废水处理设施	污水处理设施	1	调节池+厌氧反应器+水解酸化+活性污泥池	5,000m^3/d	7,200	正常

（3）山东欢乐家的主要环保设施及运行情况

类别	设施名称	套	处理工艺	处理能力	实际运行时间（h/a）	运行情况
废气处理设施	-	-	密闭措施、设置隔离带、车间通风	-	-	正常
废水处理设施	污水处理设施	1	厌氧+缺氧+好氧 A/A/O 工艺	5,000m3/d	7,920	正常

（4）武汉欢乐家的主要环保设施及运行情况

类别	设施名称	套	处理工艺	处理能力	实际运行时间（h/a）	运行情况
废气处理设施	-	-	活性炭吸附、加强车间通风	-	-	正常
废水处理设施	污水处理设施	1	调节池+水解酸化池+好氧池+一沉池+二沉池	5,000m^3/d	8,280	正常

4、报告期内环保支出情况

（1）发行人报告期内环保投入

单位：万元

费用名称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度
污水处理费	23.38	171.18	203.02
水电费	0.88	11.89	24.28
物料消耗费	-	3.57	16.41
折旧费	14.42	47.87	29.61
清运费用	11.41	12.97	11.70
其他日常运营维护费用	2.60	11.03	12.96
合　计	**52.69**	**258.51**	**297.98**

（2）湖北欢乐家报告期内环保投入

单位：万元

费用名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
污水处理费	15.95	73.77	76.24	39.68
水电费	6.51	39	41.14	53.22
物料消耗费	2.61	68.66	117.74	123.44
折旧费	40.61	82.13	75.94	74.11
清运费用	5.36	53.81	30.81	14.67
其他日常运营维护费用	8.37	36.94	47.4	11.55
合　计	**79.41**	**354.31**	**389.27**	**316.67**

（3）山东欢乐家报告期内环保投入

单位：万元

费用名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
水电费	15.86	71.69	56.07	100.53

物料消耗费	5.34	79.66	51.25	57.38
折旧费	40.77	78.01	68.82	63.78
清运费用	1.99	19.64	5.65	9.37
其他日常运营维护费用	15.24	39.41	31.89	20.16
合　计	**79.2**	**288.41**	**213.68**	**251.22**

（4）武汉欢乐家报告期内环保投入

单位：万元

费用名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
水电费	8.67	34.92	27.16	27.06
物料消耗费	6.88	40.31	63.52	64.77
折旧费	37.02	74.14	69.56	65.09
清运费用	0.55	1.18	4.67	12.73
其他日常运营维护费用	20.44	65.38	95.2	47.91
合　计	**73.56**	**215.93**	**260.11**	**217.56**

（5）综合费用情况

单位：万元

主体	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发行人	-	52.69	258.51	297.98
湖北欢乐家	79.41	354.31	389.27	316.67
山东欢乐家	79.2	288.41	213.68	251.22
武汉欢乐家	73.56	215.93	260.11	217.56
合　计	**232.17**	**911.34**	**1,121.57**	**1,083.43**

5、环保处罚情况

就发行人及其控股子公司近三年的环保合规情况，湛江市环境局麻章分局于 2019 年 5 月 30 日出具《证明》、宜昌市环境局枝江分局于 2020 年 1 月 14 日、2020 年 7 月 31 日出具《证明》、临沂市环境局蒙阴县分局于 2020 年 1 月 9 日、2020 年 7 月 31 日出具《证明》、孝感市环境局汉川分局于 2020 年 1 月 6 日、2020 年 7 月 1 日出具《证明》，湛江市环境局坡头分局于 2020 年 1 月 16 日出具《证明》，确认发行人及其控股子公司报告期内不存在环境保护方面的重大违法违规行为，未受到环保主管部门的行政处罚。

（六）发行人与主营业务及产品相关的资质、许可证情况

1、发行人及其子公司获得的资质、许可证

发行人及其控股子公司报告期内持有的与主营业务及产品相关的资质、许可证具体如下：

主体	证照名称	证照编号	核发机关	许可内容/范围	有效期
发行人	食品生产许可证	SC10944081100151	湛江市食药监局	饮料、罐头、糖果制品	2016/10/18-2017/06/01
	食品生产许可证	SC10944081100151	湛江市食药监局	饮料、罐头、糖果制品	2017/05/11-2022/05/10
	食品流通许可证	SP4408001410300410	湛江市食药监局	批发：预包装食品，乳制品（不含婴幼儿配方乳粉），酒精饮料	2014/12/18-2017/12/17
	食品经营许可证	JY14408110011534	湛江市麻章区食药监局	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售	2017/12/05-2022/12/04
	食品经营许可证	JY14408010026758	湛江经济技术开发区食药监局	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）	2019/06/21-2024/06/20
湖北欢乐家	食品生产许可证	SC10942058301967	宜昌市食药监局	罐头	2016/10/18-2021/10/17
	食品生产许可证	SC10942058301967	宜昌市食药监局	罐头、饮料	2018/12/26-2021/10/17
	食品生产许可证	SC10942058301967	宜昌市市场监督局	罐头、饮料	2019/05/24-2021/10/17
	食品经营许可证	JY14205830036325	枝江市市场监督局	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	2019/09/06-2024/09/05
山东欢乐家	食品生产许可证	SC10637132809674	蒙阴县食药监局	罐头、饮料	2016/11/14-2017/08/26
	食品生产许可证	SC10637132809674	蒙阴县食药监局	罐头、饮料	2017/05/25-2022/05/24
	全国工业产品生产许可证	鲁XK16-204-03053	山东省质量技术监督局	食品用塑料包装容器工具等制品	2018/03/20-2023/03/19
	食品经营许可证	JY33713280007316	蒙阴县行政审批服务局	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	2019/09/18-2021/12/01
武汉欢乐家	食品生产许可证	SC10642098400061	孝感市食药监局	饮料、罐头	2016/12/20-2021/12/19
	食品生产许可证	SC10642098400061	孝感市食药监局	饮料、罐头	2018/05/14-2021/12/19
	食品生产许可证	SC10642098400061	孝感市食药监局	饮料、罐头	2019/02/27-2021/12/19
	全国工业产品生产许可证	鄂XK16-204-00522	湖北省质量技术监督管理局	食品用塑料包装、容器、工具等制品	2018/07/12-2021/03/30
	食品经营许可证	JY14209840024188	汉川市市场监督局	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	2019/09/29-2024/09/28

深圳众兴利华	食品经营许可证	JY14403050000044	深圳市食药监局	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	2016/04/25-2021/04/24
	食品经营许可证	JY14403050218038	深圳市食药监局	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	2018/03/05-2023/03/04
	食品经营许可证	JY14403050448339	深圳市市场监督局	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	2020/04/24-2025/04/23
深圳众兴利华湛江分公司	食品经营许可证	JY14408040011216	湛江市坡头区食药监局	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	2018/02/23-2023/02/22

2、发行人的资质和许可文件能完整覆盖发行人主营业务及所有产品的类型、范围及经营时间

发行人的主营业务为食品、饮料产品的研发、生产和销售。发行人的产品主要分为两大类：第一类是椰子汁植物蛋白饮料、果汁饮料、乳酸菌饮料等饮料产品；第二类是水果罐头、八宝粥罐头等罐头食品。

根据发行人及其控股子公司的工商登记档案及其持有的《全国工业产品生产许可证》《食品生产许可证》《食品流通许可证》《食品经营许可证》、相关业务合同、生产及销售记录等资料，报告期内发行人及其控股子公司持有的资质、许可证能够完整覆盖发行人的主营业务及所有产品的类型、范围及经营时间。

3、发行人依法取得生产经营的事前许可，无需取得特许经营许可

发行人目前主要从事食品、饮料产品的研发、生产和销售。根据证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年版），发行人饮料产品所处行业属于大类“C 制造业”中的子类“C15 酒、饮料和精制茶制造业”；发行人罐头产品所处行业属于大类“C 制造业”中的子类“C14 食品制造业”。发行人所在行业不属于特许经营行业，无需取得特许经营许可。

根据《中华人民共和国食品安全法》等相关法律法规，国家对食品生产经营实行许可制度，从事食品生产、食品销售应当依法取得许可。因此，发行人进行生产经营需要履行事前审批程序，依法取得食品生产、食品销售许可。报告期内发行人及其控股子公司在进行生产经营前已取得相关食品生产、食品销售许可。根据相关法律法规，发行人业务不属于特许经营行业，无需取得特许经营许可。

4、发行人历史上不存在无资质经营或超越资质范围经营的情形

发行人及其控股子公司湖北欢乐家、山东欢乐家、武汉欢乐家为发行人位于湛江麻章、湖北枝江、山东临沂、湖北汉川的罐头、饮料生产的经营主体。深圳众兴利华系发行人的销售公司，统一对外销售发行人及其控股子公司生产的产品。湛江欢乐家尚未实际开展经营，系发行人年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目的实施主体。发行人及其控股子公司自设立以来依法办理了企业经营范围的登记，具体情况如下：

主体名称	登记时间	经营范围
发行人	2001 年 12 月（设立）	生产、销售：罐头、糖果、饼干、副食、干果、非酒精饮料；收购：农副产品（除烟叶、棉花、蚕茧、粮食）
	2008 年 5 月	果蔬罐头、饮料、鱼类罐头生产、销售，蜜饯分装、销售（有效期至 2011 年 7 月 17 日）；收购农副产品（除烟叶、棉花、蚕茧、粮食）
	2011 年 3 月	生产、销售：罐头（畜禽水产罐头、果蔬罐头，有效期至 2013 年 12 月 27 日）、饮料（果汁及蔬菜汁类、其他饮料类，有效期至 2011 年 6 月 1 日），果冻（有效期至 2013 年 11 月 28 日）；收购农畜产品（除烟叶、蚕茧、粮食、棉花、种子、种苗）
	2011 年 5 月	生产、销售：罐头（畜禽水产罐头、果蔬罐头、其他罐头，有效期至 2013 年 12 月 27 日）、饮料（果汁及蔬菜汁类、其他饮料类，有效期至 2014 年 6 月 1 日），果冻（有效期至 2013 年 11 月 28 日）；收购农畜产品（除烟叶、蚕茧、粮食、棉花、种子、种苗、种禽畜）
	2013 年 9 月	生产、销售：罐头（畜禽水产罐头、果蔬罐头、其他罐头，有效期至 2016 年 12 月 27 日）、饮料（果汁及蔬菜汁类、其他饮料类，有效期至 2014 年 6 月 1 日），果冻（有效期至 2016 年 11 月 28 日）；收购农畜产品（除烟叶、蚕茧、粮食、棉花、种子、种苗、种禽畜）
	2014 年 3 月	生产、销售：罐头（畜禽水产罐头、果蔬罐头、其他罐头，有效期至 2016 年 12 月 27 日）、饮料（果汁及蔬菜汁类、其他饮料类，有效期至 2017 年 6 月 1 日），果冻（有效期至 2016 年 11 月 28 日）；收购农畜产品（除烟叶、蚕茧、粮食、棉花、种子、种苗、种禽畜）
	2016 年 11 月	生产、销售：饮料、罐头、糖果制品（有效期至 2017 年 6 月 1 日），制罐，收购农畜产品（除烟叶、蚕茧、粮食、棉花、种子、种苗、种禽畜）
	2017 年 5 月	生产、销售：食品、制罐、收购农畜产品
	2017 年 12 月	生产、销售：食品、制罐、收购农畜产品（除烟草批发）
	2018 年 11 月	生产、销售：食品、制罐、品牌管理、收购农畜产品（除烟草批发）
	2019 年 5 月	生产（限分支机构经营）销售：食品、制罐、品牌管理、收购农畜产品（除烟草批发）
湖北欢乐家	2010 年 8 月（设立）	食品加工项目筹建（筹建期间至 2011 年 2 月、筹建期间不得开展生产经营活动）
	2011 年 1 月	罐头（果蔬罐头）生产、销售（《全国工业产品生产许可证》有效期至 2013 年 12 月 22 日）
	2014 年 6 月	罐头（果蔬罐头）生产、销售（《全国工业产品生产许可证》有效

主体名称	登记时间	经营范围
		期至 2016 年 12 月 22 日）
	2015 年 10 月	罐头（果蔬罐头）生产、销售（按许可证或批准文件核定内容经营，未取得相关有效许可或批准文件的，不得经营）
	2018 年 12 月	罐头（果蔬罐头）生产、销售饮料（其他果味饮料）制造、销售（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）
山东欢乐家	2011 年 11 月（设立）	罐头（果蔬罐头）生产、销售（筹建期为一年，筹建期间不得开展经营活动）
	2012 年 9 月	果蔬罐头生产、销售（按食品生产许可证副页核准的经营范围经营，许可证期限至 2015 年 9 月 9 日）
	2014 年 9 月	果蔬罐头、饮料生产、销售（按食品生产许可证副页核准的范围经营，有效期限以许可证为准）。农副产品（不含专营）、果品购销。
	2017 年 5 月	果蔬罐头、饮料生产、销售（按食品生产许可证副页核准的范围经营，有效期限以许可证为准）。农副产品（不含专营）、果品购销。经营企业产品及技术进出口业务。
	2018 年 3 月	果蔬罐头、饮料生产、销售（按食品生产许可证副页核准的范围经营，有效期限以许可证为准）；聚酯（PET）无汽饮料瓶生产、销售；农副产品（不含专营）、果品购销；经营企业产品及技术进出口业务。
	2019 年 8 月	罐头、饮料生产、销售（按食品生产许可证副页核准的范围经营，有效期限以许可证为准）；聚酯（PET）无汽饮料瓶生产、销售；农副产品（不含专营）、果品购销；经营企业产品及技术进出口业务。
武汉欢乐家	2012 年 10 月（设立）	罐头项目的筹建。（筹建期为半年，筹建期间不得从事生产经营活动）
	2015 年 3 月	罐头和饮料项目的筹建。（筹建期为半年，筹建期间不得从事生产经营活动）
	2015 年 4 月	凭有效食品生产许可审批从事罐头（果蔬罐头）、饮料（蛋白饮料类）的生产销售。
	2015 年 9 月	凭有效食品生产许可审批从事罐头（果蔬罐头）、饮料（果汁和蔬菜汁类、蛋白饮料类）、食品用塑料包装、容器、工具等制品的生产销售。
	2017 年 5 月	凭有效食品生产许可审批从事罐头（果蔬罐头）、饮料（果汁和蔬菜汁类、蛋白饮料类）、食品用塑料包装、容器、工具等制品的生产销售，经营企业产品及技术进出口业务（国家限制或禁止的除外）。
	2018 年 5 月	凭有效食品生产许可审批从事罐头（果蔬罐头）、饮料（果汁和蔬菜汁类、蛋白饮料类、茶饮料类、其它饮料类）、食品用塑料包装、容器、工具等制品的生产销售，经营企业产品及技术进出口业务（国家限制或禁止的除外）。
	2019 年 8 月	凭有效食品生产许可审批从事罐头（果蔬罐头、其他罐头）、饮料（果汁和蔬菜汁类、蛋白饮料类、茶饮料类、其它饮料类）、食品用塑料包装、容器、工具等制品的生产销售，经营企业产品及技术进出口业务（国家限制或禁止的除外）。
深圳众兴利华	2015 年 9 月（设立）	一般经营项目是：供应链管理；企业管理咨询；计算机软硬件开发；化妆品的购销；数码产品、电子产品及其周边产品、服装、日用品、家用电器、皮具的销售；计算机软硬件的技术开发及销售；供应链渠道设计；经济信息咨询；金融软件的技术开发；接受金融机构委托从事金融业务流程外包业务、接受金融机构委托从事金融信息技术市场外包业务、金融信息咨询、提供金融中介服务（根据法律、

主体名称	登记时间	经营范围
		行政法规、国务院规定等规定需要审批的，依法取得相关审批文件后方可经营）；依托互联网等技术手段，提供金融中介服务（根据国家规定需要审批的，获得审批后方可经营）。（以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营），许可经营项目是：预包装食品；食品饮料酒类的批发与销售。
深圳众兴利华湛江分公司	2018 年 2 月（设立）	供应链管理；企业管理咨询；计算机软硬件开发；化妆品的购销；数码产品、电子产品及其周边产品、服装、日用品、家用电器、皮具的销售；供应链渠道设计；经济信息咨询；金融软件的技术开发；预包装食品；食品饮料酒类的批发与销售。

发行人及其控股子公司住所地的行政主管部门湛江市麻章区市场监督局、枝江市市场监督局、汉川市市场监督局、蒙阴县市场监督局、深圳市市场监督局分别于 2020 年 8 月 11 日、7 月 28 日、7 月 28 日、7 月 20 日、7 月 13 日出具守法证明，确认发行人及其控股子公司自设立以来，不存在无资质经营或超越资质范围经营的情形，未因此受到行政处罚。

经审核发行人及其控股子公司自设立以来的与生产经营相关的《卫生许可证》《全国工业产品生产许可证》《食品生产许可证》《食品流通许可证》《食品经营许可证》等资料，查询了国家企业信用信息公示系统、发行人及其控股子公司所在地市场监督管理部门网站、企查查等公开信息网站，并向相关行政主管部门查证确认，发行人及其控股子公司自设立以来，取得了相关食品生产、销售许可，不存在因无资质经营或超越资质范围经营的而受到行政处罚的情况。

5、发行人历史上未发生食品安全事故

发行人及其控股子公司自设立以来所生产、销售的产品未发生造成一定范围内人员中毒、死亡或产生其他严重健康损害后果的食物中毒、食源性疾病、食品污染等食品安全事故。

发行人及其控股子公司住所地行政主管机关湛江市麻章区市场监督局、枝江市市场监督局、汉川市市场监督局、蒙阴县市场监督局、深圳市市场监督局分别于 2020 年 8 月 11 日、7 月 28 日、7 月 28 日、7 月 20 日、7 月 13 日出具证明，确认发行人及其控股子公司报告期内未发生食品安全事故，未因此受到行政处罚。

6、发行人罐头产品使用食品添加剂、防腐剂的情况

（1）发行人罐头产品使用食品添加剂的情况

食品添加剂在食品工业有着重要作用，适当地添加食品添加剂可以起到保持营养、增加风味等作用，在食品工艺中十分常见。发行人在罐头产品中也使用了部分食品添加剂，以达到调节风味、抗氧化等作用。报告期内，发行人主要产品使用的食品添加剂种类如下：

主要添加剂名称	涉及到的主要产品	食品添加剂功能类别	最大限制使用量（GB2760-2014）
柠檬酸	黄桃罐头、橘子罐头、梨罐头、草莓罐头、杨梅罐头、苹果罐头等水果罐头	酸度调节剂	按生产需要适量使用
D-异抗坏血酸钠	黄桃罐头、橘子罐头、梨罐头、苹果罐头、什锦水果罐头（北果）等水果罐头	抗氧化剂	按生产需要适量使用
乳酸钙	黄桃罐头、草莓罐头、葡萄罐头等	凝固剂	按生产需要适量使用
乙酰磺胺酸钾、三氯蔗糖、阿斯巴甜、甜蜜素、木糖醇	黄桃罐头、橘子罐头、梨罐头、草莓罐头、杨梅罐头、苹果罐头、椰果罐头等水果罐头和低糖莲子八宝粥等	甜味剂	乙酰磺胺酸钾：0.3g/kg 三氯蔗糖：0.25g/kg 阿斯巴甜：1.0g/kg 甜蜜素：0.65g/kg 木糖醇：按生产需要适量使用
羧甲基纤维素钠、黄原胶	橘子罐头、桂圆八宝粥罐头、低糖莲子八宝粥罐头、紫薯紫米八宝粥罐头等	增稠剂	按生产需要适量使用
胭脂红、红花黄	草莓罐头、杨梅罐头、山楂罐头、菠萝罐头等	着色剂	胭脂红：0.1g/kg 红花黄：0.2g/kg
食用香精	椰果罐头、什锦水果罐头（北果）、菠萝罐头、桂圆莲子八宝粥罐头等	香精	按生产需要适量使用
蔗糖脂肪酸酯、单硬脂酸甘油酯	桂圆莲子八宝粥罐头、低糖莲子八宝粥罐头、桂圆八宝粥罐头、紫薯紫米八宝粥罐头等	乳化剂	蔗糖脂肪酸酯：1.5g/kg 单硬脂酸甘油酯：按生产需要适量使用
三聚磷酸钠、乙二胺四乙酸二钠	桂圆莲子八宝粥罐头、紫薯紫米八宝粥罐头、薏仁红豆八宝粥等	稳定剂	三聚磷酸钠：1.5g/kg 乙二胺四乙酸二钠：0.25g/kg
谷氨酸钠	豆豉鲮鱼罐头等鱼罐头	增味剂	按生产需要适量使用

根据《中华人民共和国食品安全法》《食品添加剂使用标准（GB2760-2014）》《卫生部办公厅关于<食品添加剂使用标准>（GB2760-2011）有关问题的复函》等法律法规和规范性文件，发行人使用的上述食品添加剂中，不存在相关法律法规、国家或行业标准禁止添加的范围，根据发行人提供的食品质量检测报告，相关食品添加剂用量亦符合相关法律法规及国家或行业标准中规定的限额，符合国

家相关食品安全质量标准。

（2）发行人罐头产品未使用防腐剂

根据国家工业和信息化部发布的《QB/T 5218-2018 罐藏食品工业术语》等相关国家和行业标准，罐藏食品（罐头食品）是指“食品原料经加工处理，装罐或灌装入金属罐、玻璃瓶、半刚性容器或包装容器，采用密封、杀菌方式或杀菌、密封方式达到商业无菌要求的食品”，其保藏原理是通过良好的容器密封与合适的热力杀菌，在杀灭了产品自身带有的微生物的同时，密封包装使得外界微生物无法进入产品内部。容器的密封达到容器内的物料与外界完全隔离，杀菌达到罐头内容物商业无菌状态，商业无菌是指“食品经适度的热杀菌以后，不含有致病的微生物，也不含有在通常温度下能在其中繁殖的非致病性微生物。”因此上述罐头产品中普遍采用的两种工艺相结合可以达到了产品长期保存的目的。

发行人在生产过程中同样采取了上述先密封再杀菌的工艺，使得罐头产品满足商业无菌的要求。发行人的罐头生产工艺基本流程包括：原料验收—清洗—预处理—装罐—加汤汁—密封—杀菌—冷却等。罐头产品在生产加工过程中，原料及容器本身会带有初始细菌，但罐内的微生物要经过一定强度合理的热力杀菌后可以达到杀死罐内细菌的目的，另外容器具有良好的密封隔离性能，可以有效阻止外部的微生物进入产品内部，以此达到产品长时间常温保存的作用。因此发行人在罐头生产过程中无需添加人工防腐剂即可实现较长时间常温保存的效果。

7、报告期内发行人各产品是否存在主动召回或被政府部门要求召回情形

报告期内发行人未发生重大食品质量问题和食品安全事故，不存在因食品质量问题主动召回或被政府部门要求召回情形。发行人生产工艺及内部控制制度能否有效保证发行人生产产品的食品安全。

发行人以自主生产为主，委外生产为辅。自主生产模式下，报告期内发行人及其控制子公司持有持续有效的《食品生产许可证》《食品流通许可证》等资质证照，具备开展食品生产、经营相关的资质、许可。同时发行人已通过 ISO9001 国际质量管理体系认证和 ISO22000 食品安全管理体系认证，并建立了 HACCP 体系，建立了从在原材料采购、生产及添加剂添加、储存、运输、保管等生产经营各个环节的产品质量及食品安全的内部控制制度。具体包括：

生产环节	主要内控制度
原料采购环节	《供应商管理制度》《采购控制程序》《水果原料质量要求及验收标准规范》《原辅料、化学品质量要求及验收标准》《包装物料质量要求及验收标准》《原材料验收及质量异常处理流程》等
生产环节	《橘子罐头作业指导书》《生榨椰子汁作业指导书》等覆盖所有产品类别的具体作业指导书、《生产设备控制程序》《标识与可追溯性控制程序》《不合格品控制程序》《工艺标准管理制度》等
储存、运输、保管环节	《产品装车发运管理规定》《物料储存管理制度》《储运管理制度》《车辆运输检查管理制度》《装卸管理制度》等
产品检测、质量事故、应急管理等	《管理手册》《应急准备和相应控制程序》《产品召回控制程序》《质量事故处理标准》《产品留样和货架期管理制度》《产品质量信息反馈与处理指引》等

（1）原料采购环节

发行人采购业务包括采购原材料、包装材料、设备、劳务、能源等。发行人采购部门采取集团化平台式组织架构，集团在湖北汉川设立采购中心，统筹管理供应商系统，各个生产工厂按照自身需求在平台上采购下单。发行人的采购以保证食品安全为导向，制订了供应商的选择、考核、管理及淘汰制度，设置严格的准入程序，包括对供应商的资格和质量保证能力的审核，如索取其《营业执照》《食品生产许可证》等核心资质并进行定期评审，建立了合格供应商体系。同时通过《水果原料质量要求及验收标准规范》《原辅料、化学品质量要求及验收标准》《包装物料质量要求及验收标准》等内部管理制度，在原料验收环节进行质量控制。

（2）生产环节

发行人以自主生产为主，委外生产为辅。发行人生产过程的产品质量控制由生产中心和研发及质量管理中心共同负责。生产中心依据各个产品的作业标准或作业指导书实现各工序的标准作业，保证操作规程的规范性，并由车间主管负责对生产现场的监督检查，严格按照工艺规范和卫生标准进行操作和监控。研发及质量管理中心负责生产环境的静态、动态监测验证。发行人车间生产过程中涉及的各个工艺环节、生产步骤中使用的原辅材料、添加剂均需保留完整的过程性记录，以确保了产品生产按照既定工序与配方有序、规范展开，并保证了产品生产过程的可追溯性。同时按照食品检测流程对于成品进行检测合格后方可出厂销售。

就委外生产的部分，发行人建立和完善了委外加工商遴选标准和制度，制定

了《委托外加工产品作业指导书》《采购管理制度》等制度以保证委外产品满足卫生要求及食品安全要求。同时通过筛选外协厂商、生产过程监控、出厂检验及进场验收等关键节点控制来保证产品质量。

（3）储存、运输、保管环节

发行人制定了《物料储存管理制度》，分别从仓库的功能分区、环境的卫生要求、虫鼠害的防治、物料的码放分类等方面进行规范，保证产品贮存在洁净、阴凉、干燥、避光的环境，不与有毒、有害、有异味、易挥发、易腐蚀等物品同库存放等。同时为保证产品装卸与运输过程规范化运行，发行人制定了《储运管理制度》《车辆运输检查管理制度》以及《装卸管理制度》等制度，选择具备相应资质的物流供应商，由储运部等部门抽调专门人员负责安排发货计划、运输管理、承运车辆检查与登记，监督装卸的全过程。

根据发行人及子公司所在地的湛江市工商局、枝江市工商局、蒙阴县工商局、汉川市工商局出具的证明，以及根据中国政府网食品安全抽检公布结果查询、中国质量新闻网、发行人及其控股子公司住所地市场监督管理部门网站、裁判文书网、人民法院公告网、企查查、相关媒体报道等公开信息网站的查询结果，发行人报告期内未发生重大食品安全事故，没有因违反有关食品安全、产品质量方面的法律法规而受到行政处罚。发行人生产工艺及内部控制制度能够有效保证发行人生产产品的食品安全。

二、公司所处行业的基本情况

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年版），公司饮料产品所处行业属于大类“C 制造业”中的子类“C15 酒、饮料和精制茶制造业”；根据《国民经济行业分类》国家标准（GB/T 4754-2011），属于“C15 酒、饮料和精制茶制造业”中的“C152 饮料制造”。

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年版），公司罐头产品所处行业属于大类“C 制造业”中的子类“C14 食品制造业”；根据《国民经济行业分类》国家标准（GB/T 4754-2011），公司所处行业属于“C14 食品制造业”中的子类“C145 罐头食品制造”。

（一）行业监管体制及相关法律法规

1、行业管理体制及主管部门

从行业管理角度看，饮料、罐头属于食品范畴。根据我国《食品安全法》的定义，“食品，指各种供人食用或者饮用的成品和原料以及按照传统既是食品又是中药材的物品，但是不包括以治疗为目的的物品”。

公司所处行业受到国家行政体制监管和行业自律相结合的管理，主要行政主管部门包括国家发改委、国家工业和信息化部、国家市场监督管理总局、商务部及各级商务主管部门。国家发改委与国家工业和信息化部负责制定行业发展规划；国家市场监督管理总局负责市场综合监督管理，统一登记市场主体并建立信息公示和共享机制，组织市场监管综合执法工作，承担反垄断统一执法，规范和维护市场秩序，组织实施质量强国战略，负责工业产品质量安全、食品安全、特种设备安全监管，统一管理计量标准、检验检测、认证认可工作等；商务部及各级商务主管部门的主要职责是推进食品流通产业结构调整，指导食品流通企业改革、商贸服务业和社区商业发展，推动物流配送、电子商务等现代流通方式的发展等。

公司行业的自律组织主要包括中国食品工业协会、中国饮料工业协会、中国罐头工业协会。行业自律性组织主要职责是面向公司涉及到的行业进行开展服务、协调、自律、监督工作，并参与制定、修订食品行业有关标准，促进产品质量水平的提高，并推动建立公平、公正、健康的市场秩序。

2、行业主要法律、法规

序号	法律法规	实施时间	发布单位	主要内容
1	《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》	2005.09.01	国家质量监督检验检疫总局	要求从事以销售为目的的食品生产加工经营活动，必须遵守细则的相关规定，食品的进出口管理依照法律、行政法规和国家有关规定执行
2	《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》	2007.07.26	国务院	规定食品等产品的生产经营者应当对其生产、销售的产品安全负责，不得生产、销售不符合法定要求的产品
3	《食品标识管理规定》（2009 年修订）	2009.10.22	国家质量监督检验检疫总局	规范及监督管理粘贴、印刷、标记在食品或者其包装上，用以表示食品名称、质量等级、商品量、食用或者使用方法、生产者或者销售者等相关信

序号	法律法规	实施时间	发布单位	主要内容
				息的文字、符号、数字、图案以及其他说明，防止质量欺诈，保护企业和消费者合法权益
4	《国家食品安全事故应急预案》（2011 年修订）	2011.10.05	国务院	建立健全应对食品安全事故运行机制，有效预防、积极应对食品安全事故，高效组织应急处置工作，最大限度地减少食品安全事故的危害
5	《关于加强食品安全工作的决定》	2012.06.23	国务院	坚持集中治理整顿与严格日常监管相结合，严厉惩处食品安全违法犯罪行为，规范食品生产经营秩序，强化执法力量和技术支撑，切实提高食品安全监管水平。坚持加强政府监管与落实企业主体责任相结合
6	《食品召回管理办法》	2015.09.01	国家食品药品监督管理总局	对不安全食品的停止生产经营、召回和处置及其监督管理等相关事项进行了说明。食品生产经营者发现其生产经营的食品属于不安全食品的，应当立即停止生产经营，采取通知或者公告的方式告知相关食品生产经营者停止生产经营、消费者停止食用，并采取必要的措施防控食品安全风险
7	《中华人民共和国食品安全法实施条例》（2009 年发布，2019 年修订）	2019.12.01	国务院	食品生产经营者应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动，建立健全食品安全管理制度，采取有效管理措施，保证食品安全。食品生产经营者应当依法取得相应的食品生产经营许可
8	《食品生产经营日常监督检查管理办法》	2016.05.01	国家食品药品监督管理总局	对食品生产经营活动的日常监督检查，落实食品生产经营者主体责任作出了相关规定。食品生产经营者及其从业人员应当配合食品药品监督管理部门实施食品生产经营日常监督检查，保障监督检查人员依法履行职责
9	《食品生产许可审查通则》	2016.10.01	国家食品药品监督管理总局	一是严格划分了许可审查的方式、二是优化了现场核查要求、三是完善了许可审查机制、四是提出了行政许可方便服务机制
10	《网络食品安全违法行为查处办法》	2016.10.01	国家食品药品监督管理总局	对境内网络食品交易第三方平台提供者以及通过第三方平台或者自建的网站进行交易的食品生产经营者（入网食品生产经营）的行为进行规范。入网食品生产经营者应当依法取得许可，入网食品生产者应当按照许可的类别范围销售食品，入网食品经营者应当按照许可的经营项目范围从事食品经营

序号	法律法规	实施时间	发布单位	主要内容
11	《食品生产许可管理办法》（2017 修正）	2017.11.17	国家食品药品监督管理总局	规范食品、食品添加剂生产许可活动，加强食品生产监督管理，保障食品安全。从事食品生产活动，应当依法取得食品生产许可。 食品生产许可的申请、受理、审查、决定及其监督检查
12	《食品经营许可管理办法》（2017 修正）	2017.11.17	国家食品药品监督管理总局	规范食品经营许可活动，加强食品经营监督管理，保障食品安全
13	《中华人民共和国食品安全法》（2018 修正）	2018.12.29	全国人大常委会	详细说明了食品安全工作的标准、检测、评估及管理。食品生产经营者对其生产经营食品的安全负责，应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动
14	《食品安全抽样检验管理办法》	2019.10.01	国家市场监督管理总局	规范食品安全抽样检验工作，加强食品安全监督管理。市场监督管理部门组织实施的食品安全监督抽检和风险监测的抽样检验工作

3、行业主要产业政策

序号	产业政策	实施时间	发布单位	主要内容
1	《中国罐头工业“十三五”发展规划》	2016.05.12	中国罐头工业协会	“十三五”时期，罐头行业要解决发展中的问题，开启潜力巨大的国际和国内市场，全行业要从低端的原料加工、OEM 生产向更高价值链转移和深度调整，促进产业向更高的价值链区段延伸，实现罐头产业结构调整、转型升级，努力打造一批“十亿企业”和“十强企业”，打造罐头产业的“行业航母”，加快我国罐头产业由劳动密集型向技术、资本密集型转变
2	《关于促进食品工业健康发展的指导意见》	2017.01.05	国家发展改革委、工业和信息化部	该指导意见明确了进一步健全标准体系，推动食品添加剂等标准与国际标准接轨，引导企业建立食品安全可追溯制度，严格落实国家“去产能”有关政策，依法加快淘汰污染严重、能耗水耗超标的落后产能，提高冷链物流效率和水平等食品工业的发展方向
3	《“十三五”国家食品安全规划》	2017.02.14	国务院	到 2020 年，食品安全治理能力、食品安全水平、食品产业发展水平和人民群众满意度明显提升。逐步实现：食品安全抽检覆盖全部食品类别、品种，农业源头污染得到有效治理，食品安全现场检查全面加强，食品安全

序号	产业政策	实施时间	发布单位	主要内容
				标准更加完善，食品安全监管和技术支撑能力得到明显提升
4	《产业结构调整指导目录（2019 年本）》	2020.01.01	国家发改委	植物蛋白饮料列于“第一类 鼓励类”之“十九、轻工”之“26、热带果汁、浆果果汁、谷物饮料、本草饮料、茶浓缩液、茶粉、植物蛋白饮料等高附加价值植物饮料的开发生产与加工原料基地建设

报告期初以来，行业新制定及修订的法律法规包括《食品生产许可管理办法》（2017 修正）、《食品经营许可管理办法》（2017 修正）、《中华人民共和国食品安全法》（2018 修正）以及《食品安全抽样检验管理办法》；新制定及修订的行业政策包括《关于促进食品工业健康发展的指导意见》、《“十三五”国家食品安全规划》以及《产业结构调整指导目录（2019 年本）》。

行业法律法规及行业政策的不断更新，说明整个行业更加注重食品生产安全，监管部门将进一步完善监督管理，保障食品安全。食品生产经营者需对生产经营食品的安全负责，并应依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动。同时，食品生产行业将进一步向工业化方向发展，行业准入门槛会不断提高，集中度也将进一步提升。《产业结构调整指导目录（2019 年本）》中将植物蛋白饮料列为鼓励类饮料，发行人生产的椰子汁饮料属于高附加值植物蛋白饮料，未来的竞争优势会进一步凸显。

（二）行业发展特点

1、行业竞争格局和市场化程度

国内食品饮料行业集中度不高，且产品种类较多，属于完全竞争行业。该行业的行业竞争格局主要有以下两个特点：

（1）生产集中度提升与生产企业“小、弱、散”并存

由于食品制造行业进入门槛较低，我国食品制造企业数量众多，行业存在生产集中度提升与生产制造企业“小、弱、散”并存的现状。

食品制造行业的现状主要是由于我国食品制造企业生产规模小、技术装备落后、整体技术水平不高以及产品标准和质量控制体系不完善等原因导致。同时，

大量小微生产企业进行低水平生产，造成了行业产品结构不合理、食品安全存在隐患等潜在危机。我国食品制造行业工业化水平和经营规模均处于较低程度，小微企业市场竞争激烈，规模化企业呈现有序竞争态势。

（2）品牌价值凸显与自主品牌培育不足并存

我国食品工业是支撑我国经济的重要支柱，也是居民饮食生活的基本保障。我国食品工业产业链不断延伸拓展，产品结构向多元化、品质化、功能化方向发展，产品细分程度加深，精深加工产品比例逐年上升，从过去对量的追求渐变为对质的注重。

目前我国的龙头食品工业企业已具有较高的品牌价值，并在不断提升其品牌影响力，但市场上仍有较多生产技术水平较弱、品牌知名度较低的企业。未来的行业发展中，差异化竞争将是众多生产企业赖以生存的重要策略之一。

2、进入行业的主要壁垒

（1）质量控制及食品安全壁垒

近年来，国家对食品安全的重视程度明显提高，先后颁布了《中华人民共和国食品安全法》（2018 修正）、《中华人民共和国食品安全法实施条例》（2009 年发布，2019 年修订）、《食品生产加工企业质量安全监督管理办法》、《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》、《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》等一系列政策法规，随着消费者消费理念的不断提升，食品安全意识越来越强，食品行业准入标准在不断提高。

食品行业的产品质量取决于原材料采购、生产工艺和仓储流通等多环节的严格控制，一般企业和行业新进入者较难在短时间内达到较高的质量标准。随着国家相关部门监管力度的加强，对食品生产企业的工作环境、加工过程、质量检测等方面提出了更高的标准，对食品添加剂、防腐剂的使用做出了更严格的限制。日趋严格的食品安全及品质管理要求，对行业新进入者提出了更高的要求，需要经过长时间的技术、经验积累，才能通过职能管理部门严格的验证管理程序。因此，食品安全及质量控制要求的提升为新进入者设置了更高的壁垒。

（2）生产技术和产品开发壁垒

食品饮料的口感是决定产品竞争力的根本元素，消费水平的提升则促使企业进一步开发功能型、健康营养型以及享受型等高端产品。这要求企业的生产、研发人员不但要对消费者不断变化的需求偏好有着深入准确的识别，还要对产品设计、材料配方及生产工艺进行不断的调整、改良和测试。特别是高端产品加工涉及的营养功效成分分离、纯化、配比和添加等工艺方面，更需要先进生物技术的支撑，对行业新进入者构成了较高的壁垒。

同时，业内的龙头企业通过多年的发展，建立起了本企业独有的生产技术，在新品研发、产品检测、生产工艺等多方面均积累了丰富的技术经验，能够保证产品的安全性和稳定性，新进入企业需要花费较长时间成本和经济成本来完成技术的积累。

（3）市场和品牌壁垒

对于食品工业企业而言，行业的市场壁垒体现在品牌塑造和渠道建设方面。这要求企业在产品开发、生产和质量控制等各方面均具备较强的综合实力。一方面，产品的品类丰富程度需要满足市场中各类消费者的一站式采购需求，适应全国各地消费者的消费习惯及消费趋势；另一方面，企业品牌的建立依托生产企业在生产过程中的精细化管理和品质控制方面的严格要求。

饮料及罐头等休闲食品的主要功能是在人们闲暇之余提升其对于生活的满足感和愉悦感。品牌影响力对消费者的选择具有决定性作用，消费者往往会习惯性消费自己认知和信任的品牌，消费者与品牌之间的粘性在市场中形成了一定程度的品牌壁垒。

（4）营销及销售壁垒

营销网络建设是食品行业企业抢占市场、获取竞争优势的重要方法，销售渠道的成熟度和稳定性直接影响食品企业的行业地位。我国食品行业的传统销售渠道以批发、零售为主，现在逐步向大型商超、电商等新兴渠道转型。无论是传统渠道还是新兴渠道，都需要营销渠道的管理体系做到覆盖范围广、物流效率高和

信息化程度高，这不仅需要投入大量的管理及维护费用，还需要建设拥有高素质人才的管理团队，因此新进企业很难在短时间内获得营销及渠道优势。

（5）资金壁垒

资金实力是保证规模化生产的首要资本，也是企业持续经营的关键因素。随着国家及消费者对食品行业安全要求的重视和提高，食品生产企业需要购置高端设备对食品安全进行检测和管理。此外，产地建设、产能提升、设备改进、工艺升级、物流配套、产品推广、营销渠道构建、信息系统优化等都需要投入大量的资金，对于缺乏资金实力的新进企业而言，在食品行业竞争存在较大的困难。

3、市场供求状况及变动因素

（1）市场需求情况

作为全世界人口最多的国家，我国居民对食品饮料等消费品的需求潜力巨大。根据国家统计局数据，2019 年，全国居民人均消费支出 21,559 元，比上年增长 8.6%，食品烟酒支出为 6,084 元/人，占比 28.20%，在各项消费支出中位居第一。在消费品领域，2019 年全年社会消费品零售总额约 41.2 万亿元，比上年增长 8.0%。在限额以上单位消费品零售额中，粮油、食品类零售额较 2018 年增长 10.2%，饮料类增长 10.4%。

另外，随着我国经济快速发展，居民人均可支配收入呈现持续快速增长的态势。根据国家统计局数据，2019 年全国居民人均可支配收入 30,733 元，较 2018 年增长 8.9%。未来，随着我国居民收入水平的持续提升、消费结构的不断升级，我国食品饮料行业的市场需求仍有较为可观的增长空间。

从罐头消费市场来看，我国罐头人均消费量远低于美国、欧洲、日本等地，庞大的内需市场尚未打开。根据食品科技网的数据，美国人均罐头年消费量在 90 公斤左右，西欧约 50 公斤，日本为 23 公斤，而我国仅为 1 公斤，与发达国家相比市场尚有较大空间，加之我国罐头食品出口量一直保持较高水平，预计未来罐头行业仍将保持较为良好的发展态势。

随着人们对生活品质的追求不断提高，对健康的诉求越来越强，体现在饮食方面，除了注重美味的体验，将更重视饮食所带来的营养健康功效，由此，近年来低脂肪、无胆固醇的植物蛋白饮料逐渐受到人们的青睐。

（2）市场供给情况

食品饮料作为居民日常消费的重要组成部分，居民收入水平的提升以及消费升级进一步推动食品饮料行业的精细化发展。根据中国产业信息网数据，我国植物蛋白饮料制造业市场规模从 2007 年的 169 亿元增长至 2016 年的 1,217 亿元，复合增长率达 24.5%。2016 年植物蛋白饮料市场规模在整个饮料行业中的占比达到 18.7%，成为了饮料制造业中最重要的细分品类之一。预计到 2020 年，植物蛋白饮料市场规模将进一步提升至 2,583 亿元，占饮料制造业市场总规模的 24.2%。

我国罐头产品是最先进入国际市场的食品品类之一，产品品质较早与国际接轨，是较为典型的出口型产业。罐头食品安全、营养、便捷的特性也越来越受到消费者的青睐。根据工信部消费品工业司发布的数据，2019 年，我国规模以上罐头制造企业营业收入 1,282.1 亿元，同比下降 3%；利润总额 78.70 亿元，同比增长 10.5%；规模以上罐头制造企业产量累计达到 919.1 万吨。

4、行业利润水平的变动趋势及变动原因

根据中国食品工业协会发布的《2019 年中国食品工业经济运行报告》，2019 年行业质量效益持续改善提高，全国规模以上食品工业企业实现利润总额 6,697.10 亿元，同比增长 6.8%，主营业务收入利润率为 7.3%，同比提高 0.2 个百分点。从农副食品加工业，食品制造业，酒饮料和精制茶制造业，烟草制品业 4 大行业来看，利润均保持增长，同比分别增长 3.9%、9.1%、10.2%、1.3%。

报告期内行业利润水平的变动原因主要是原材料采购价格、企业生产经营效率、技术水平及成本控制能力等因素。

5、行业发展前景与鲜果市场竞争情况

（1）消费者认知具有局限性，水果罐头产品具有新鲜水果所不具备的竞争优势

近年来，消费者健康意识逐渐增强，对食品安全和营养健康要求日渐提高。在普通消费者尤其是国内消费者的观念中，普遍存在一种新鲜水果营养价值更高、水果罐头添加防腐剂才能长期储存的认知，而这一消费观念确实对水果罐头企业的发展造成了一定制约。事实上，因为成熟的密封和杀菌工艺的规模化运用，以及水果罐头中的无氧环境不适合微生物生长，水果罐头不需要添加防腐剂即可实现长期贮存，且能最大限度保持水果的营养成分，在食品安全和健康问题上不存在明显劣于新鲜水果的情况。根据食品科技网的数据，美国人均罐头年消费量在 90 公斤左右，西欧约 50 公斤，日本为 23 公斤，而我国仅为 1 公斤，与发达国家相比市场有较大差距，一方面是因为我国拥有良好的农业基础和发达的销售配送网络，新鲜肉禽果蔬产品易得，另一方面是因为饮食文化和消费观念与发达国家存在差异。因此，水果罐头产品在国内进一步打开市场，还有赖于罐头行业的产品宣传和消费者教育。

虽然现阶段水果罐头行业的产销量在短时间内可能难以实现爆发式增长，但近年来水果罐头的市场规模总体趋稳，说明市场对于水果罐头保持长期稳定需求；水果罐头使用新鲜水果作为主要原材料，其与新鲜水果在满足消费者需求方面存在一定的可替代关系，但不会构成完全替代，主要原因是水果罐头具有新鲜水果不具备的竞争优势，具体包括：

A、食用口感。以公司销售收入规模最大的两类水果罐头为例，黄桃鲜食的产季较短，加工成为水果罐头可以四季食用且口感更佳；橘子在加工成罐头过程中，需经过剥皮、分瓣、去囊衣等工序，消费者食用的为不含囊衣的果瓣，消费体验更佳。此外，水果罐头生产过程中加入了白砂糖，糖水能平衡水果的酸度，满足部分嗜甜的消费者的需求。

B、易贮存。鲜果产品的消费受产地、产季影响较大，非产地、非应季的水果供给和消费受到限制，且鲜果从采摘、储存及运输过程附加的物流成本，导致鲜食价格相对昂贵。而水果罐头在水果产季将新鲜水果进行加工、储藏，可以将口感风味相当产品在较低的物流成本下搬运到各地销售，全时全地为消费者提供

水果。

C、便捷性和安全性。水果罐头无需去皮、清洗即可直接食用，较为便利，适合长途公路运输等消费场景的需求。另外，新鲜水果表皮可能有农药残留，水果罐头通过去皮以及杀菌工艺，能保证食用安全。

（2）新鲜水果及水果罐头类产品的一般市场价格、市场定位、市场规模、销售地域覆盖、运输半径等各方面情况

市场规模和市场定位方面，新鲜水果在水果产品中占据绝对主导的地位，水果罐头产品是新鲜水果市场的重要补充，具体体现为区域补充（如南方市场的黄桃罐头和北方市场的菠萝罐头）、季节性补充（如冬季的荔枝罐头和秋季的草莓罐头）。

销售地域覆盖和运输半径方面，新鲜水果和水果罐头类产品均基本能覆盖全国各级市场，但由于水果罐头类产品更易于贮存，在配送能力上更具有优势，运输半径更长。以黄桃鲜果为例，成熟采摘后在常温下无法长时间存放，一般 4-5 天就会变软，更无法长途运输，而黄桃的主要产地在山东，因此，西南山区的消费者难以购买到新鲜的黄桃产品，而公司的黄桃罐头产品在该等区域较为畅销。

市场价格方面，鲜果和水果罐头在终端零售价格上整体较为接近，鲜果价格更易受气候、季节、需求等因素影响而波动。如截至本回复报告出具日，黄桃鲜果的零售价格约为 16-24 元/千克，黄桃罐头终端零售价格（含糖水）约为约 14-20 元/千克；橘子鲜果的零售价格约为 12-16 元/千克，橘子罐头终端零售价格（含糖水）约为 14-16 元/千克。水果罐头固形物含量约为 55%，因此若换算为鲜果重量，水果罐头的价格高于鲜果，主要是因为水果罐头中的水果不含皮、核，转化率约为正常水果的 70%，且水果罐头的生产过程中会产生人工、制造费用等多种成本。由于水果罐头生产企业主要在产季、在产地大批量采购鲜果，原材料成本较低，而鲜果的流通过程存在层层加价的情况，因此，除去加工损耗二者的价格不存在显著差异。

项目（终端零售价格）	黄桃	橘子
鲜果价格	约 16-24 元/千克	约 12-16 元/千克
水果罐头价格（含糖水）	约 14-20 元/千克	约 14-16 元/千克

项目（终端零售价格）	黄桃	橘子
水果罐头换算价格	约 17.8- 25.5 元/千克	约 17.8- 20.4 元/千克

注：水果罐头换算价格=水果罐头价格（含糖水）/固形物含量（55%）*转化率（70%），数据来源为终端市场尽调

（3）市场消费者是否普遍接受水果罐头产品，水果罐头产品是否面临鲜果市场激烈竞争，是否被迫采用低价竞争策略，是否存在销量下滑风险

鉴于水果罐头产品具有上述竞争优势，市场上存在大量接受和喜爱水果罐头产品的消费者，既包括发行人主要目标市场即广大的三四线城市和乡镇市场的消费者，也包括城市中对水果罐头有口味偏好的消费者。总体而言新鲜水果对水果罐头构成一定的竞争，但二者之间更多是互补关系，水果罐头是鲜果市场的重要补充，鲜果市场的定价情况不会对水果罐头市场造成重大冲击。报告期内，发行人鲜果原材料价格受自然条件和供需影响波动较大，但发行人主要水果罐头产品销售单价稳中有升，销量保持平稳，说明鲜果价格下降不会导致发行人被迫采用低价竞争策略，因鲜果价格下降导致的销量下降风险较小。

报告期内，发行人主要水果罐头（黄桃和橘子罐头）的销售价格和其对应鲜果原材料的采购价格情况如下：

单位：元/千克

产品名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
橘子罐头	9.06	8.82	8.49	8.13
黄桃罐头	8.45	8.01	7.65	7.31
原材料名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
橘子	2.18	1.82	1.57	1.98
黄桃	1.90	1.32	2.14	1.56

注：上表中橘子、黄桃为发行人在产地批量采购原材料的价格，不同于终端零售市场价格

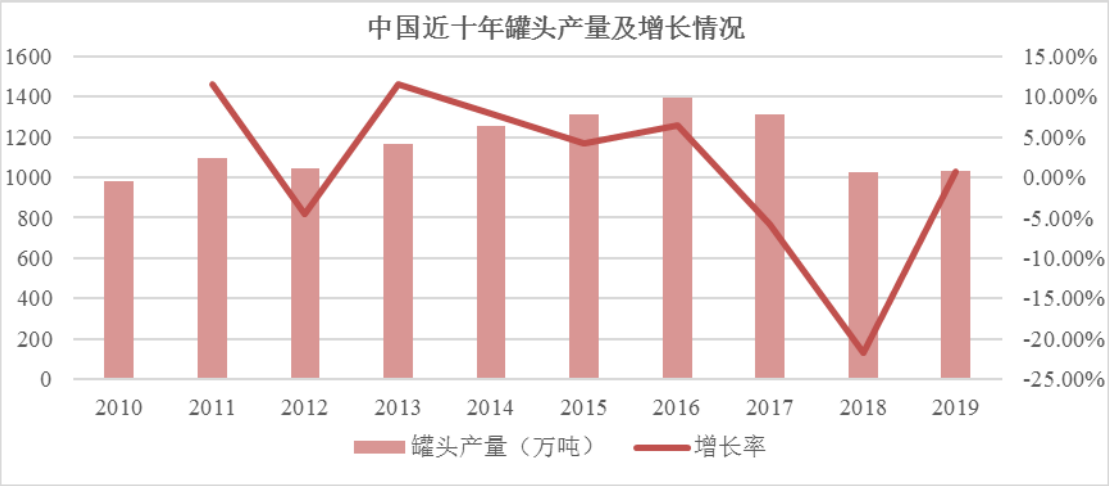
（4）报告期内水果罐头销售金额及占比均持续保持较高水平的原因及合理性

水果罐头销售金额及占比持续保持较高水平，主要原因为罐头食品行业销售规模近年保持平稳增长趋势，而发行人是中国罐头工业协会认证的水果罐头行业的销售额排名前三的企业。

根据国家统计局的数据，全国罐头行业的总产量从 2012 年的 971.50 万吨增

长至 2017 年的 1,314.31 万吨，累计增幅为 26.01%；2018 年和 2019 年，受贸易摩擦影响，罐头行业出口受到影响，总产量略有下滑。

单位：万吨



数据来源：国家统计局、Wind 资讯

另根据中国罐头工业协会提供的数据，水果罐头 2017 年至 2019 年的产量分别为 292 万吨、283 万吨和 290 万吨，保持平稳。

根据中国罐头工业协会的行业调查结果，“欢乐家”品牌水果罐头从 2017 年到 2019 年连续三年的国内市场销售量和销售额，位居全行业前三名。公司现为中国罐头工业协会副理事长单位，中国饮料工业协会理事单位；公司 2016 年荣获中国罐头工业协会颁发的“中国罐头十强企业（内销）”称号；2018 年、2019 年度，连续获得中国罐头工业协会颁发的“中国罐藏食品领先品牌”称号。作为水果罐头行业的龙头企业，在市场规模平稳的环境下，发行人水果罐头销售收入稳定在较高水平具有合理性。

（5）水果罐头的市场发展前景

未来水果罐头的市场发展前景和空间，主要体现为：

A、消费场景和产品类型的多样化。水果罐头可广泛运用于烘培业、自助餐、家庭消费等多种消费场景，且随着时代可发展衍生出更多品类，如水果酸奶罐头、水果沙拉代餐罐头等。水果罐头逐步向休闲食品转变，可以满足消费者对水果多样性、功能性的需求。此外，随着未来发行人资本实力的增强，可以增加对水果

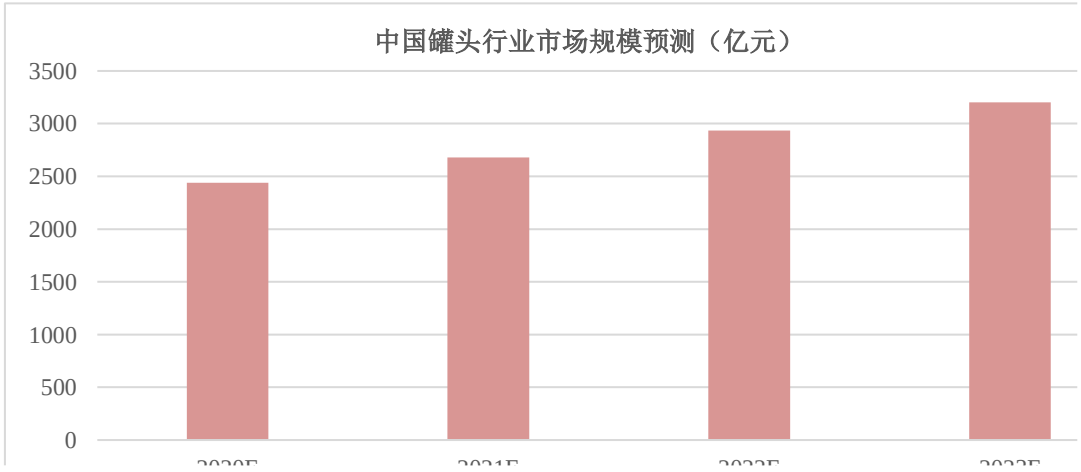
罐头产品的外观设计投入和广告宣传，纠正消费者对罐头食品的认识误区，水果罐头行业仍有一定的市场发展潜力。

B、日常节奏的加快和年轻消费群体的消费观念的变化。随着日常节奏的加快，年轻的消费群体中消费观念更加的明确，美味、方便、安全食品被更多的推崇。同时工业化、标准化的食品安全更可靠越来越被人接受。公司罐头产品正好契合了该种变化。

C、疫情期间罐头食品得到有力宣传。新冠疫情期间，消费者以居家饮食为主，家庭囤聚食品现象较为普遍，罐头作为较易于储存且安全美味的食品，在为居民提供方便的同时，销量将得以补充。同时罐头食品在疫情期间作为食物储备，销量增长的同时也得以宣传和科普，吸引到了部分新的消费群体。

D、线上购物的发展。蓬勃发展的线上购物将成为不可逆转的消费模式，公司结合当前新线上直播带货销售，食品工业化、标准化大生产日渐被广大消费者认可的趋势，满足食品方便化、速食化、口味稳定的要求，培育新一代罐头食品消费者，使公司产品进一步为消费者所接受。

根据前瞻产业研究院的预测，预计到 2023 年，我国罐头行业销售收入有望突破 3,200 亿元。



数据来源：前瞻产业研究院

综上所述，水果罐头类产品因有其独特的市场需求和竞争优势，未来仍有良好的市场前景，被鲜果产品或其他替代类产品挤占市场空间的风险较小。

（三）影响行业发展趋势的因素

1、有利因素

（1）国家产业政策提供制度支持和保障

食品工业是我国重要民生产业和传统优势产业。改革开放以来，我国食品工业总体上保持平稳健康发展，形成了覆盖面广、结构相对完整的食品工业体系，基本保障和满足了人民群众不断增长的消费需求，对稳增长、促改革、调结构、惠民生发挥了重要作用。

2017 年国务院办公厅提出“中国消费品工业三品战略”，主要目标是到 2020 年，消费品工业传统优势得到巩固提升，新兴产业不断壮大，市场环境进一步优化，主要任务包括“增品种”、“提品质”、“创品牌”。

（2）营养健康的饮食习惯成为食品消费趋势

国内消费者越来越关注食物品质。根据《中国食品工业年鉴 2018》，人们在选择饮食时最首要的三个因素是“健康”、“多样化”以及“均衡”，健康合理的饮食习惯已经成为目前的食品消费趋势。

随着人们健康意识的提高，饮料消费呈现出安全、营养、健康化的发展趋势。人们对饮料的消费不再仅仅满足于产品的口味，同时追求产品的营养价值。植物蛋白饮料作为饮料产业中具备营养、健康属性的品类，日益受到消费者的认可和推崇。植物蛋白饮料中的椰子汁、核桃露、杏仁露、花生露、豆奶等均为广大消费者所接受，较少受地域及不同消费群体的限制。

随着生活水平提高和工作节奏的加快，罐头食品的关注点也逐渐发生了变化，由起初只注重食品的便捷性、可保存性逐步发展为同时注重食品的安全性、营养性。罐头食品采用密封和低温杀菌技术，食品安全能得到充分保证，符合国内消费潮流。

（3）技术的进步与信息化的运用加快了行业的升级

随着饮料行业的不断向前发展，更多的新技术、新设备运用到生产过程中，自动化水平显著提高，不仅提高了生产效率，减少了人工成本，还提高了产品的

质量，使产品呈现出更佳的色、香、味。同时，信息化的大量运用使产品销售过程更加清晰透明，有助于公司将产品的生产与销售紧密结合，根据销售情况制定生产计划，根据生产状态完善销售计划，实现生产资源与社会资源的合理分配与利用，加快行业的升级。

2、不利因素

（1）市场竞争秩序尚待规范，同时部分饮料产能过剩，同质化现象突出

市场竞争秩序的规范程度会对整个行业的发展产生影响。目前，众多资金少、规模小、生产水平低的企业加入到食品饮料行业竞争中。中小型企业研发能力较低，创新意识匮乏，主要通过跟风模仿进行生产，对于口味、营养等其他深层次的功能缺乏重视，导致市场上产品同质化现象严重，产品质量参差不齐，影响了消费者对食品饮料产品的消费体验。

（2）果蔬类罐头产品受消费习惯制约，阻碍国内市场的拓展

果蔬类罐头属于典型的“季产年销”产品，在果蔬采收期加工制作成罐头，然后储存销售至次年果蔬采收期。每年罐头行业都需消耗大量当季难以储存的各种新鲜果蔬，在缺乏新鲜果蔬的季节或地区，就能够发挥补充膳食作用。罐头产品由于其严谨的杀菌工艺和包装，使产品能够在常温下长期贮存而不影响质量，在正常储运条件下，一般产品保质期均不低于 12 个月。然而目前仓储保鲜技术较以往有了明显改善，大棚种植、冷库保鲜等生产存储技术的大面积使用，使得消费者可以购买到非产季水果。在普通消费者尤其是国内消费者的普遍观念中，始终认为较罐头产品而言，新鲜水果更具有营养价值、食用口感更好，而忽略了仓储技术对新鲜水果品质的影响，这一消费观念对果蔬罐头企业的发展造成了一定制约。

（3）农产品加工用果蔬原料品种有待进一步改良升级

果蔬类罐头产品的质量主要取决于原料的品质。由于农产品改良需要投入大量的人力、物力、财力且需耗费大量时间，品种改良困难重重。国内黄桃罐头加工所用桃原料与南非、希腊等国所用品种相比，在品质上有一定差距，导致我国

国产黄桃罐头产品国际竞争力不足。若能引进优质新品种原料供给，将进一步提高我国罐头产品的质量。

（四）发行人创新、创造、创意特征

1、产品创新

公司自成立，依靠地区资源优势，专业生产经营水果罐头、海产品罐头及鹌鹑蛋罐头，经过近 20 年的品牌沉淀，形成了以橘子和黄桃罐头为核心、兼顾多品类罐头产品的特点，并将长期坚持打造中国水果罐头生产企业的旗舰品牌。公司不断探索消费者的需求，于 2014 年进入植物蛋白饮料市场，依靠总部位居岭南的区域优势，推出“欢乐家生榨系列”产品，其中椰子汁上市后，迅速成为公司的支柱产品。多年来，公司在产品种类上的不断创新，增强了公司市场竞争力，同时提高了欢乐家的品牌价值。

2、工艺创新

在改良椰子汁（果肉型）植物蛋白饮料在传统的高温长时间灭菌工艺的基础上，克服安全性与过度受热造成影响口感的矛盾，2018 年公司与世界一流的 PET 无菌冷灌装设备生产商法国西得乐共同研究设计采用双线法的方式将果肉与椰子汁分开处理，定制化的瞬时高温处理工艺在确保品质安全的前提下最大化的保留了内容物的新鲜度及营养价值，同时独特的输送装置兼顾果粒的完整性和均匀性，节能环保，结合国际一流的装备系统，成功实现了在中性植物蛋白饮料中添加果粒成分的工艺创新，增加内容物的附加值。用 PET 瓶无菌冷灌装线生产带果肉的中性植物蛋白饮料，属国内首创。

3、技术创新

公司积累了丰富的产品设计制造经验，通过独立研发取得了一系列独特的工艺流程及装置设备，公司核心技术包括无菌冷灌装条件下的果粒添加技术、橘子罐头自动剥皮技术、黄桃罐头自动劈桃挖核技术、椰子汁二次均质技术、黄桃果肉抽空技术等。公司的各项核心技术在提高工效和产品质量方面均起到了良好的作用，并不易被竞争对手仿制。公司的装置设备及工艺方法制造的产品达到了业内技术领先水平。

三、公司在行业中的市场地位

（一）行业竞争地位

国内食品制造行业集中度不高，且产品种类较多。在植物蛋白饮料行业和罐头食品行业，公司核心产品欢乐家水果罐头（尤以橘子罐头和黄桃罐头为代表）及欢乐家椰子汁市场占有率较高，拥有较高的市场知名度。

公司现为中国罐头工业协会副理事长单位，中国饮料工业协会理事单位。根据中国罐头工业协会的行业调查结果，“欢乐家”品牌水果罐头从 2017 年到 2019 年连续三年的国内市场销售量和销售额，位居全行业前三名。公司 2016 年荣获中国罐头工业协会颁发的“中国罐头十强企业（内销）”称号；2018 年、2019 年度，连续获得中国罐头工业协会颁发的“中国罐藏食品领先品牌”称号；2018 年荣获中国食品安全健康产业论坛“中国安全食品（行业）十大消费者满意品牌”称号；2018 年、2019 年荣膺中国品牌影响力发展论坛“中国品牌影响力 100 强”称号。公司多年来坚持以食品安全为基本，以市场为导向，已形成水果罐头和椰子汁为双驱动的发展战略。

（二）行业技术特征与经营特征

1、行业技术特征与技术水平

植物蛋白饮料的生产技术主要应用于解决饮料的口味、色泽以及包装问题。主要的生产步骤分为原材料预处理、解冻制浆、配料、均质、罐装、杀菌、包装，其中配料及均质环节需使用各生产企业的核心技术和配方，其余生产环节基本可采用通用机器设备完成，自动化程度较高，生产工人较少，生产技术相对公开。

罐头产品是以水果、蔬菜、食用菌、肉或水产品等为原料，经过加工、罐装、密封、杀菌等工序制作而成。罐头食品的核心工艺技术为密封和杀菌，只有罐头产品满足商业无菌的要求，其产品才能保证在常温下保存较长的时间。

2、行业经营模式

食品制造业通常具有高度类似的经营模式，均具备产、供、销一体的完整经营模式。

在采购方面，目前食品制造行业的多数企业通常采取“以产定购”的采购模式，根据生产计划制定采购数量的方法可以有效降低采购成本，并保证生产所需。

在生产方面，食品制造行业一般生产模式分为自主生产、代工生产以及自主和代工相结合的生产模式。各种生产模式一般都是“以销定产”，此方式有利于公司控制库存，确保产品新鲜度。

在销售方面，食品制造行业传统销售模式有经销、直营、代销，部分企业也采取电商模式进行销售。

3、行业经营特征

（1）周期性

饮料产品与罐头食品均属于大众日常快消品，受经济周期的影响相对较小，无明显周期性。

（2）区域性

饮料产品具有质量大、单价低的特点，因此饮料行业的运输费用相对较高。受运输条件和配送能力影响，行业中的生产企业一般会选择多生产基地的布局，以保证产品可以及时供应到更广泛的区域内。消费者在产品选择方面不具有明显的地区差异。

罐头生产企业为保证水果原料的新鲜度、节约运输成本，一般将生产基地分别设在水果产地周边地区，以方便鲜果的运输与储存，而产品销售方面不存在地域限制。但消费者在产品选择及消费量上存在一定的地区差异，主要是因为不同地域的消费者对不同种类的新鲜水果的采购难度不同，对罐头产品的认可程度和消费观念也存在差异；其次，部分地区的消费者对特定的水果罐头有消费传统。例如，盛产多种新鲜水果的华南地区罐头消费量较小，而华中地区消费者有在节假日期间向亲友赠送橘子罐头的习惯等。

（3）季节性

以即饮解渴为主要消费场景的饮料产品如饮用水、碳酸饮料，夏季为销售旺季；而具备一定礼品属性的植物蛋白饮料，如椰子汁、核桃乳、杏仁露，以春节、

中秋节为代表的传统节日为销售旺季。销售旺季前的经销商备货期通常为饮料生产企业销售收入占比最高的时期。

罐头产品由于生产原材料鲜果、水产等具有自然生长周期，产季相对集中，导致公司罐头产品存在季产年销的特点。同时，农历春节、中秋节也是罐头产品销售的旺季，与植物蛋白饮料产品的销售特征一致。

（三）主要竞争对手

1、植物蛋白饮品

国内上市公司中主营植物蛋白饮料的包括承德露露（000848.SZ）和养元饮品（603156.SH），非上市公司中主营椰子汁饮品的主要是椰树集团有限公司，具体情况如下：

承德露露（000848.SZ）：以生产露露系列天然饮料为主业，是全国最大的杏仁露生产企业。公司主营业务是饮料的生产和销售，主导产品是植物蛋白饮料——“露露”牌杏仁露。

养元饮品（603156.SH）：公司是中国目前最大的核桃饮品生产基地，六个核桃是企业代表性产品，是目前国内最大的植物蛋白饮料企业。

椰树集团有限公司：椰树集团是中国最大的天然植物蛋白饮料生产企业之一，代表性产品为“椰树牌”椰汁。

2、罐头食品

国内尚无主营罐头产品的 A 股上市公司，公司的主要竞争对手包括新三板挂牌公司林家铺子和凯欣股份，非上市公司厦门古龙食品有限公司，具体情况如下：

大连林家铺子食品股份有限公司（871930.OC）：成立于 1996 年，是专业罐头制造商，中国罐头工业协会理事单位，为农业产业化国家重点龙头企业，主营水果罐头、肉罐头和鱼罐头。

山东凯欣绿色农业发展股份有限公司（835850.OC）：成立于 2007 年，是一家集农副产品种植、收购、生产加工和销售于一体的现代化食品生产供应商，主

要向国内外销售各类水果罐头，主要包括：桃罐头、梨罐头、草莓罐头、杏罐头、什锦罐头等；以及销售自产农产品黄桃、苹果。

厦门古龙食品有限公司：是厦门轻工集团有限公司的全资子公司、核心企业，位于罐头生产科研基地古龙工业园。“古龙”牌罐头创立于 1994 年，同时经营肉类、水产品、果蔬罐头等。

（四）公司竞争优势

1、严格的质量管理及先进的技术和生产设备

公司已通过 ISO9001 国际质量管理体系认证和 ISO22000 食品安全管理体系认证，并建立了 HACCP 体系。水果罐头产品均在较短时间内完成所有生产工序，杜绝农药残留，最大化保持水果的新鲜度和营养成分，做到原汁原味、绿色营养。通过运用密封和杀菌等核心工艺技术，罐头产品能满足商业无菌的要求，保证在常温下保存较长的时间，无需添加任何防腐剂。

在改良椰子汁（果肉型）植物蛋白饮料在传统的高温长时间灭菌工艺的基础上，克服安全性与过度受热造成影响口感的矛盾，2018 年公司与世界一流的 PET 无菌冷灌装设备生产商法国西得乐共同研究设计采用双线法的方式将果肉与椰子汁分开处理，定制化的瞬时高温处理工艺在确保品质安全的前提下最大化的保留了内容物的新鲜度及营养价值，同时独特的输送装置兼顾果粒的完整性和均匀性，节能环保，结合国际一流的装备系统，成功实现了在中性植物蛋白饮料中添加果粒成分的工艺创新，增加内容物的附加值。用 PET 瓶无菌冷灌装线生产带果肉的中性植物蛋白饮料，属国内首创。

2、作为主要单位参与制定罐头标准文件，具有系统、有效的产品安全控制体系

公司作为主要单位参与制定了国家标准《食品安全标准罐头食品生产卫生规范》（GB 8950-2016）、行业标准《水果饮料罐头》（QB/T 5261-2018）、行业标准《罐藏食品工业术语》（QBT 5218-2018）等多项标准文件，这些标准文件提高了罐头食品生产过程中的基本要求和管理准则，净化了罐头产品市场，维护了消费

者权益。公司自成立以来从未发生过产品安全、质量事故，也未出现过因产品安全、质量引发的重大纠纷。

3、已探索出能够深度挖掘市场潜力的经销模式和建立起覆盖广泛的销售网络

经过多年的努力，公司已探索出能够深度挖掘市场潜力的经销模式，建立起网点众多、覆盖面广、渗透力强的销售网络。2020 年上半年，与公司开展合作的经销商合计 1,448 家，销售区域已覆盖除香港、澳门和台湾外的全国 31 个省、市、自治区，销售网络持续扩大是公司市场竞争力的集中体现。

4、在全国已布局多个生产基地，及时满足不断扩大的市场需求

公司现有湖北枝江、湖北汉川、山东临沂三处生产基地，在建广东湛江生产基地，总占地面积 1,000 余亩。2019 年，公司罐头产品销量为 7.01 万吨，饮料产品销量为 16.75 万吨。

公司生产基地在全国范围内多点布局可以降低产品物流成本，提高产品供应的及时和稳定性，以更好满足市场需求。

（五）公司竞争劣势

1、融资渠道较单一，资金实力不足

公司目前融资主要以银行借款为主，融资渠道较为单一，整体资金实力较弱。食品饮料行业资金需求量大，对生产规模的要求较高，单一的融资渠道可能会对公司扩大规模造成障碍。

同时，食品制造行业集中度较低，行业内多数企业规模较小，公司经过 20 年的发展，目前已成为行业中规模较大的龙头企业，在未来的发展中，公司需要大规模的资金用于扩充产能、完善销售渠道、加大品牌宣传等。尽管公司已具备一定竞争优势，但资金实力不足可能将制约公司未来发展。

2、品牌宣传力度较弱，产品知名度有待提高

公司的主要产品椰子汁及水果罐头具有一定的市场知名度，但相比其他植物蛋白饮料企业如养元饮品、椰树集团等，公司的品牌宣传力度仍显不足，产品知

名度仍有提升空间。近年来公司已通过聘请品牌代言人等方式对公司产品进行宣传，但整体投入与资金实力雄厚的上市公司相比仍有较大差距。目前消费者品牌意识日益增强，公司未来需进一步加大宣传投入，提升产品知名度。

（六）与同行业的比较情况

发行人与同行业可比公司在经营情况、主营业务、市场地位、核心产品等方面的比较情况如下：

可比公司	经营情况	主营业务	市场地位	核心产品
养元饮品	截至 2020 年上半年末，公司合作的经销商数量为 1,900 多家；2019 年销售收入为 745,929.07 万元；2020 年上半年销售收入为 178,357.31 万元	公司致力于主要以核桃仁为原料的植物蛋白饮料的研发、生产和销售。除核桃乳外，公司产品结构中还包括植物蛋白饮料核桃发酵乳、核桃咖啡乳、核桃花生露和核桃杏仁露等	“养元·六个核桃”核桃乳是我国核桃乳产销量最大的企业和品牌，“YANGYUAN及图”和“六个核桃”商标为“中国驰名商标”	主要产品为“六个核桃”牌植物蛋白饮料核桃乳
承德露露	截至 2019 年末，公司建立了 6 个销售大区，65 个办事处，209 个区块小组和 110 个独立区块，销售网络覆盖东北、华北、中原和西北地区 43 个地级以上城市；2019 年销售收入为 225,539.41 万元；2020 年上半年销售收入为 99,688.20 万元	公司的主营业务是饮料的生产和销售，属饮料食品行业，主要产品是杏仁露	公司是全国最具价值民营品牌百强、全国最具价值饮料品牌五强，中国饮料工业十强企业，是河北轻工业 50 强企业，国家农业产业化重点龙头企业	主要产品为“露露”牌植物蛋白饮料杏仁露
凯欣股份	截至 2019 年末，公司已与一批国内外大型食品经销商建立长期、稳定合作关系，通过其将产品销售给大型食品批发商或大型商业超市集团；2019 年销售收入为 27,883.84 万元；2020 年上半年销售收入为 15,155.30 万元	公司是一家集农副产品种植、收购、生产加工和销售于一体的现代化食品生产供应商，主要向国内外销售各类水果罐头，主要包括：桃罐头、梨罐头、草莓罐头、杏罐头、什锦罐头等	在罐头食品细分行业内，公司具有较高知名度和较强竞争地位，为国内领先的罐头食品生产商	主要产品包括：桃罐头、梨罐头、草莓罐头、杏罐头、什锦罐头等
林家铺子	截至 2019 年末，公司与经销商建立了	公司的主营业务是水果类、水产类、肉	公司是中国罐头工业协会理	产品主要包括：桃罐头，

可比公司	经营情况	主营业务	市场地位	核心产品
	稳定的合作关系，同时线上销售发展迅速；2019 年销售收入为 45,251.94 万元；2020 年上半年销售收入为 29,632.83 万元	类等常温无菌储藏食品的研发、生产和销售	事单位、中国罐头十强企业	梨罐头，草莓罐头、橘子罐头、什锦罐头、鱼罐头、午餐肉罐头等
欢乐家	2020 年上半年，公司开展合作的签约经销商数量为 1,448 家，建立了基本覆盖全国范围的销售网络；2019 年销售收入为 142,413.07 万元，2020 年上半年的销售收入为 59,796.56 万元	公司致力于水果罐头、植物蛋白饮料、果汁饮料、乳酸菌饮料等食品饮料产品的研发、生产和销售	公司现为中国罐头工业协会副理事长单位，中国饮料工业协会理事单位	公司的产品主要分为两大类：第一类是椰子汁植物蛋白饮料、果汁饮料、乳酸菌饮料等饮料产品；第二类是水果罐头、八宝粥罐头等罐头食品

数据来源：Wind、同行业可比公司年度报告、公开转让说明书

四、发行人经营情况

（一）公司报告期内主要产品的生产销售情况

1、公司产能、产量与销量情况

报告期内，公司主要产品产能、产量及销量情况如下：

罐头产品		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
年产能（吨）		131,336.00	131,336.00	107,576.00	107,576.00
产量（吨）	自产产量（吨）	34,544.77	67,162.74	68,026.20	66,226.30
	外购数量（吨）	111.29	3,943.43	-	-
销量（吨）		33,820.62	70,091.59	67,812.68	66,565.26
产销率		97.59%	98.57%	99.69%	100.51%
产能利用率	年产能利用率	52.61%	51.14%	63.24%	61.56%
	旺季产能利用率	63.17%	81.55%	72.84%	70.10%
饮料产品		**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
年产能（吨）		463,602.00	463,602.00	422,987.00	406,815.00
产量	自产产量（吨）	56,879.19	155,953.85	159,520.16	127,081.17
	外购数量（吨）	160.90	5,318.43	5,396.47	5,750.35
销量（吨）		59,052.94	167,530.59	160,091.76	135,006.15

产销率		103.53%	103.88%	97.07%	101.64%
产能利用率	年产能利用率	24.54%	33.64%	37.71%	31.24%
	旺季产能利用率	45.12%	69.46%	72.91%	51.73%

注 1：产销率=销量/（自产产量+外购数量）；
年产能利用率=自产产量/年产能；
旺季产能利用率=当年产量最高的月度产量/月产能
注 2：2020 年 1-6 月产销率、产能利用率已年化处理

公司年产能利用率与水果罐头产品季产年销的特点、饮料产品旺季集中生产的特点相适应。罐头的主要原料每年产季时间仅有数月，为保证用于生产罐头的水果的新鲜度以及为降低生产成本，公司在水果产季集中生产水果罐头产品，在非水果产季可能存在一定的产能闲置；饮料和罐头产品的销售旺季均在每年春节、中秋，因此公司相应地在节前进行集中生产备货。

公司产能利用率符合行业一般情况。罐头和饮料行业生产、销售淡季产能利用率较低，可能存在部分产能闲置的情况；但为了保证销售旺季的市场供应，企业应以旺季的需求配置足够产能。

2019 年，公司新增八宝粥生产线，罐头产品产能增加 23,760 吨，而八宝粥产品为新产品，销量释放尚需时间，故而当年罐头产品的产能利用率整体下降。

2、主要产品销售收入与销售价格

报告期内销售收入占总销售收入前五名的产品分别为椰子汁、果汁饮料、乳酸菌饮料、橘子罐头与黄桃罐头。报告期内，主要产品的销售收入、销售量及单位价格如下：

产品名称	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
椰子汁	销售收入（万元）	22,129.88	61,723.74	58,123.92	52,280.29
	销售数量（吨）	41,491.74	116,075.14	110,006.33	101,213.12
	单位销售价格（万元/吨）	0.53	0.53	0.53	0.52
果汁饮料	销售收入（万元）	3,112.55	10,633.52	14,113.02	12,148.01
	销售数量（吨）	8,462.87	27,952.46	36,733.48	32,263.40
	单位销售价格（万元/吨）	0.37	0.38	0.38	0.38
乳酸菌	销售收入（万元）	5,585.77	10,951.71	5,316.11	347.60

产品名称	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
饮料	销售数量（吨）	8,912.98	17,975.18	8,972.00	622.07
	单位销售价格（万元/吨）	0.63	0.61	0.59	0.56
橘子罐头	销售收入（万元）	7,374.21	16,377.71	16,292.81	15,581.26
	销售数量（吨）	8,138.57	18,569.38	19,200.26	19,161.89
	单位销售价格（万元/吨）	0.91	0.88	0.85	0.81
黄桃罐头	销售收入（万元）	9,676.01	15,075.49	15,067.09	14,377.99
	销售数量（吨）	11,444.65	18,823.92	19,683.99	19,658.42
	单位销售价格（万元/吨）	0.85	0.80	0.77	0.73

报告期内乳酸菌饮料、橘子罐头和黄桃罐头的销售单价略有上涨，主要是由于报告期内公司提高部分产品的出厂价所致。

3、不同销售模式下的销售情况

报告期内，公司的销售模式以经销为主，直营和代销为辅。经销模式下，公司与经销商之间的交易为买断式销售，直营模式主要为公司在天猫、京东平台上开设官方旗舰店进行产品销售，代销模式为公司通过京东自营渠道、商超等代销商销售商品。

报告期内，公司主营业务收入中各销售模式销售情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
经销模式	57,068.31	95.73%	138,866.70	97.98%	132,955.98	98.76%	116,963.56	98.69%
直营模式	1,619.92	2.72%	1,742.70	1.23%	1,056.35	0.78%	585.25	0.49%
代销模式	923.59	1.55%	1,125.94	0.79%	618.05	0.46%	970.58	0.82%
合计	**59,611.82**	**100.00%**	**141,735.34**	**100.00%**	**134,630.38**	**100.00%**	**118,519.40**	**100.00%**

报告期内公司经销模式销售收入占比分别为 98.69%、98.76%、97.98%和95.73%，占绝对主导地位。

4、公司前五名客户的销售情况

（1）公司前五名客户的整体销售情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司已建立覆盖全国各省、市、自治区的经销商网络，销售情况良好。公司与主要经销商合作多年，合作关系较为稳定。

报告期内，公司前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占主营业务收入比例
2020 年 1-6 月			
1	保定市北方利华糖酒有限公司	1,799.72	3.02%
2	成都牛车水食品有限公司	1,766.43	2.98%
3	武汉市小雨点贸易有限公司	1,075.35	1.80%
4	溧阳市海潮商贸有限公司	974.44	1.63%
5	北京京东世纪贸易有限公司	923.59	1.55%
合计		**6,388.46**	**10.99%**
2019 年			
1	武汉市小雨点贸易有限公司	4,731.12	3.34%
2	保定市北方利华糖酒有限公司	3,356.74	2.37%
3	成都牛车水食品有限公司	2,703.03	1.91%
4	溧阳市海潮商贸有限公司	2,083.71	1.47%
5	深圳市乐满家实业有限公司	1,681.62	1.19%
合计		**14,556.22**	**10.27%**
2018 年			
1	武汉市小雨点贸易有限公司	4,688.11	3.48%
2	保定市北方利华糖酒有限公司	4,675.36	3.47%
3	成都牛车水食品有限公司	2,871.53	2.13%
4	深圳市乐满家实业有限公司	1,795.56	1.33%
5	溧阳市海潮商贸有限公司	1,760.98	1.31%
合计		**15,791.52**	**11.73%**
2017 年			
1	武汉市小雨点贸易有限公司	4,724.21	3.99%
2	保定市北方利华糖酒有限公司	3,259.14	2.75%

序号	客户名称	销售金额	占主营业务收入比例
3	深圳市乐满家实业有限公司	1,823.42	1.54%
4	溧阳市海潮商贸有限公司	1,802.94	1.52%
5	天津市合适佳商贸有限公司	1,614.07	1.36%
合计		**13,223.78**	**11.16%**

注：（1）武汉市小雨点贸易有限公司包括同一控制下的湖南欢乐家荣仕贸易有限公司、武汉荣仕贸易有限公司；（2）保定市北方利华糖酒有限公司包括同一控制下的北京众合兴贸易有限公司、上海欢乐家悦桐贸易有限公司、宁波悦桐贸易有限公司、杭州桐旺贸易有限公司；（3）成都牛车水食品有限公司于 2018 年 6 月以前与德阳市明朗商贸有限公司为同一控制，2018 年 6 月股权变更后，2018 年下半年与 2019 年全年销售收入不再合并计算；（4）深圳市乐满家实业有限公司包括同一控制下的深圳市龙岗区晋益商行、广州夏发贸易有限公司；（5）天津市合适佳商贸有限公司包括同一控制下的朝阳合适佳商贸有限公司、张家口龙鑫铭玖商贸有限公司

2017 年至 2020 年上半年，公司客户较为分散，前五大客户占公司销售额的比例不到 20%。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东在上述客户中未占有权益。

（2）前五大客户中商号与发行人已注销公司存在类似的情况

①前五大客户与发行人注销的子公司之间是否存在关联关系，彼此共用商号的原因

“乐满家”、“牛车水”等为早年发行人在经营过程中常用的商号，历史上深圳市乐满家实业有限公司、成都牛车水食品有限公司曾存在由发行人实际控制人或员工控制的情况。控制权转让后，为节约更名导致的与当地商超合作而额外产生的经济和时间成本，该两家公司未进行更名，因此存在与发行人注销的子公司共用商号的情况。

深圳市乐满家实业有限公司自 2003 年设立以来一直从事食品饮料的经营业务，主要负责深圳地区欢乐家产品的经销。发行人在早期市场开拓时，为了增强当地合作经销商（庞伟兴）的信心，增强经销商的资金实力，故采用了公司实控人入股、实际经营全权交由庞伟兴的形式。为规范经销商管理，避免、减少和规范关联交易，2016 年 12 月，李康荣将其持有的深圳市乐满家实业有限公司 52 万元的注册资本、对应 52%的股权作价 104 万元转让予庞伟兴。股权转让后 12

个月内，发行人将深圳市乐满家实业有限公司认定为关联方，招股说明书中，发行人与其相关交易均作为关联交易披露。

成都牛车水食品有限公司系现任欢乐家董事、副总经理、营销总监的杨岗与发行人前员工王强于 2013 年设立的经销商，2016 年 11 月以前股权由杨岗、王强或其代持人持有。为了规范和清理发行人存在的员工经销商，杨岗、王强的代持人先后于 2016 年 11 月和 12 月向李道恩、李开朗父子转让了成都牛车水食品有限公司的全部股权。由于股权转让时间在报告期外，且杨岗、王强当时不属于发行人的高管，因此发行人未将成都牛车水食品有限公司作为关联方进行披露。保荐人已在 2020 年 6 月 18 日签署的发行保荐工作报告中对成都牛车水食品有限公司历史上的股权变化情况进行了说明。

②发行人注销相关控股子公司的原因

相关控股子公司主要系 2015 年至 2016 年期间通过新设或股权收购形式成为深圳众兴利华控股子公司或分公司，其主营业务均为食品饮料的销售。当时公司计划在各销售区域设立直营公司，随后公司战略和发展规划进行了调整，专注进行品牌运营和产品生产研发，故决定关闭上述主体并实施注销。

③发行人其他客户与注销的子公司之间是否存在类似情况

除上述客户外，报告期内与发行人已注销子公司共用“牛车水”、“乐满家”商号的客户还有重庆牛车水商贸有限公司、锡林浩特市乐满家批发部。

重庆牛车水商贸有限公司于 2015 年 1 月设立，从事重庆地区欢乐家产品的经销业务。股权设置上采用的是有经验的经销商与欢乐家公司员工合资的形式，刘洪波持股 51%、王强持股 49%，刘洪波系公司客户霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部的实际控制人刘俊杰之子、欢乐家电商部员工（现已离职）。2016 年 12 月，公司清理员工经销商，要求王强、刘洪波不再持有经销商股权，将重庆地区经销业务交由官学经营。保荐人已在 2020 年 6 月 18 日签署的发行保荐工作报告中对重庆牛车水商贸有限公司历史上的股权变化情况进行了说明。

锡林浩特市乐满家批发部成立于 2012 年 6 月，经营者为徐云。锡林浩特市乐满家批发部与发行人、发行人实际控制人及其他关联自然人不存在关联关系。

该企业使用“乐满家”商号主要是为扩大其在当地市场的影响力，故而使用了与欢乐家公司相对较为统一的商号。

5、经销模式的相关情况

（1）经销商与发行人关联关系的情况

根据《公司法》《企业会计准则》及《上市规则》等法律、法规及规范性文件的有关规定，报告期内与发行人存在关联关系的经销商为：湖南欢乐家荣仕贸易有限公司、深圳市乐满家实业有限公司。具体关联关系情况如下：

序号	单位名称	关联关系
1	湖南欢乐家荣仕贸易有限公司	湖南欢乐家荣仕贸易有限公司于 2014 年 10 月 31 日设立。2016 年 6 月 8 日，李康荣将其持有的湖南欢乐家荣仕贸易有限公司 25%的认缴出资额转让予付旋，将 5%的认缴出资额转让予邬剑，此后不再享有其权益。
2	深圳市乐满家实业有限公司	深圳市乐满家实业有限公司于 2003 年 7 月 2 日设立。2016 年 12 月 26 日，李康荣将其持有的深圳市乐满家实业有限公司 52%的股权转让予庞伟兴，股权转让完成后，庞伟兴、张颖玉夫妇分别持有深圳市乐满家实业有限公司 52%和 48%的股权，李康荣不再享有其权益。

（2）经销商分类情况

2017 年至 2019 年与公司开展合作的经销商单体数量分别为 1,692 家、2,132 家和 1,788 家。

①各区域经销商数量及限制情况

报告期各期，发行人合作的经销商按照各省区的分部情况如下：

区域	省区	2019 年度	2018 年度	2017 年度
华中地区	湖南	123	130	110
	湖北	122	134	92
	河南	115	144	115
	江西	114	131	103
	小计	474	539	420
华东地区	安徽	119	129	112
	江苏	106	114	117
	山东	94	118	98

区域	省区	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	浙江	53	69	55
	福建	27	33	21
	上海	4	9	11
	小计	403	472	414
西南地区	云南	122	149	112
	四川	100	110	99
	贵州	60	69	48
	重庆	32	38	27
	西藏	2	2	2
	小计	316	368	288
华北地区	河北	63	88	65
	山西	58	72	65
	内蒙古	47	60	48
	北京	30	32	27
	天津	2	2	2
	小计	200	254	207
西北地区	甘肃	63	63	43
	新疆	57	74	49
	陕西	39	54	49
	宁夏	22	24	18
	青海	11	17	11
	小计	192	232	170
东北地区	黑龙江	84	110	85
	吉林	38	41	27
	辽宁	25	41	24
	小计	147	192	136
华南地区	广东	31	45	30
	广西	23	27	25
	海南	2	3	3
	小计	56	75	58
合计		1,788	2,132	1,693

公司采取“扁平化”和“下沉式”的管理模式，减少经销层级，部分销售区

域细分至县域市场甚至建制镇。由上表可知，不同省区的经销商数量不同，这主要是由于各省区的自然地域环境、经济环境、品类竞争不同而导致的发行人市场开拓情况不同。

发行人未对各地经销商数量进行限制，经销商的数量主要依据市场开拓情况而定。

②按销售金额分类

2017 年至 2019 年与公司合作的经销商规模分级情况如下：

年份	年销售额	数量（家）	数量占比	销售金额（万元）	销售占比
2017 年	1000 万以上（含 1000 万）	8	0.47%	13,156.97	11.25%
	500 万至 1000 万（含 500 万）	13	0.77%	8,012.39	6.85%
	100 万至 500 万（含 100 万）	300	17.73%	58,360.36	49.90%
	50 万至 100 万（含 50 万）	258	15.25%	18,389.33	15.72%
	50 万以下	1,113	65.78%	19,044.51	16.28%
	合计	**1,692**	**100.00%**	**116,963.56**	**100.00%**
2018 年	1000 万以上（含 1000 万）	11	0.52%	18,623.85	14.01%
	500 万至 1000 万（含 500 万）	16	0.75%	9,894.40	7.44%
	100 万至 500 万（含 100 万）	304	14.26%	60,885.07	45.79%
	50 万至 100 万（含 50 万）	294	13.79%	20,980.00	15.78%
	50 万以下	1,507	70.68%	22,572.67	16.98%
	合计	**2,132**	**100.00%**	**132,955.98**	**100.00%**
2019 年	1000 万以上（含 1000 万）	7	0.39%	13,077.74	9.42%
	500 万至 1000 万（含 500 万）	25	1.40%	17,673.68	12.73%
	100 万至 500 万（含 100 万）	329	18.40%	66,842.27	48.13%
	50 万至 100 万（含 50 万）	304	17.00%	22,016.60	15.85%
	50 万以下	1,123	62.81%	19,256.41	13.87%
	合计	**1,788**	**100.00%**	**138,866.70**	**100.00%**

从经销商数量上看，年销售额在 50 万元以下的经销商数量占比最高，2017 年至 2019 年占公司经销商数量的比例均在 60%以上。因销售额 100 万元至 500 万元类别统计的区间跨度大于 50 万元至 100 万元类别，落入该销售额区间内的经销商数量相较后者略高，除此以外，公司经销商分布整体呈现销售金额越高、

区间内数量越小的趋势。2019 年，年销售额在 1,000 万元以上规模的经销商数量从上年的 11 家减少至 7 家，主要原因是 2018 年销售收入在 1,000 万元至 1,500 万元的部分经销商因区域市场竞争因素在 2019 年收入略有下滑（如南京金荣百货有限公司），或因经销商年中更迭而收入分散所致（如新化县王记诚信商行）。由于 2019 年年销售收入在 500 万元至 1,000 万元的经销商数量从上年的 16 家增加到 25 家，总体公司 500 万元以上规模的经销商数量仍保持增长趋势。

从销售金额占比上看，公司销售收入主要集中于年销售额在 100 万元至 500 万元之间的经销商，2017 年至 2019 年公司对该部分经销商的销售收入占比在 45%-50%之间，是公司收入的主要来源。该部分经销商数量每年在 300 家以上，且平均销售金额在 200 万元左右，高于公司整体经销商的平均销售收入水平，导致该类别经销商销售收入占比较高。其他各销售区间的经销商销售收入占比均未超过 20%，主要原因为单家平均销售金额较小或区间内经销商数量较少。

综上，公司按销售金额分类的经销商数量和销售收入分布情况符合统计学的正常特征。报告期内公司销售收入逐年增长，主要体现为年销售额在 100 万元至 1,000 万元的经销商数量增加，该部分经销商为公司重点发展和维护的客户。2019 年开始，公司根据市场发展情况，适当减少了 50 万元以下小规模客户的数量，未来预计也将把更多的销售资源向 100 万元以上销售规模的重要经销商倾斜。

③按法人及非法人分类

2017 年至 2019 年与公司合作的经销商均为公司制企业、合伙企业及个体工商户。公司制企业为法人客户，合伙企业及个体工商户为非法人客户。按法人及非法人分类情况如下：

年份	类别	数量（家）	数量占比	销售金额（万元）	销售占比
2017 年	法人客户	719	42.49%	56,723.25	48.50%
	非法人客户	973	57.51%	60,240.32	51.50%
	合计	**1,692**	**100.00%**	**116,963.56**	**100.00%**
2018 年	法人客户	913	42.82%	65,215.38	49.05%
	非法人客户	1,219	57.18%	67,740.60	50.95%
	合计	**2,132**	**100.00%**	**132,955.98**	**100.00%**

2019 年	法人客户	739	41.33%	65,341.72	47.05%
	非法人客户	1,049	58.67%	73,524.98	52.95%
	合计	**1,788**	**100.00%**	**138,866.70**	**100.00%**

2017 年至 2019 年，公司法人客户、非法人客户分类的数量占比和销售金额占比均较为稳定，其中法人客户的数量占比在 41%至 43%之间，销售金额占比在 47%至 50%之间。由于以法人主体进行交易的经销商销售规模一般较个体工商户等非法人主体大，因此法人客户的销售金额占比高于其数量占比。公司非法人客户的数量和销售金额占比较大，符合快速消费品的行业特征。

（3）经销模式下运输费用的承担方式、保证金、退换货、财务支持、信用政策等情况

①运输费用承担方式

公司在与经销商签订的经销合同中，约定运费由经销商承担，根据实际发生的运输费用在发货单中给予对应的商业折扣。

②经销商保证金的缴纳情况

根据公司与经销商签订的《经销合同》，报告期内，与公司合作的经销商无需缴纳保证金。

③发行人与经销商的退换货政策以及报告期内退换货情况

对于退换货，公司和经销商在《经销合同》上已进行明确约定，经销商确认收货后，商品的风险报酬即发生转移，原则上除存在产品质量问题外，公司不接受经销商退货或换货。但经销商在销售公司产品过程中，如果发现公司产品在保质期内有涨盖、涨罐、异物等产品质量问题的，经销商应及时通报给公司，由双方协商处理。

对于经销商在销售欢乐家产品的过程中，如发现产品质量问题的，由经销商处理后续发生的消费者退换货事宜。对于不再合作的经销商，其未销售的商品由该区域新的经销商承接，如该市场无新承接经销商的情况，剩余库存由不再合作的经销商继续将剩余的货物销售完成。对于过期产品由原有经销商自行处置，不存在退货的情况。

报告期内，公司的退换货情况如下表所示：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退换货金额（万元）	24.78	26.02	138.16	109.82
占当期销售收入比例	0.04%	0.02%	0.10%	0.09%

报告期内，公司退换货金额分别为 109.82 万元、138.16 万元、26.02 万元和 24.78 万元，占公司主营业务收入比例分别为 0.09%、0.10%、0.02%和 0.04%，退货占比很低，不存在销售后大额退回的情况。

④发行人对经销商的财务支持（如借款）情况

报告期内，发行人未对经销商提供财务支持。

⑤经销商是否专门销售发行人产品

对于食品饮料类的经销商而言，其往往经销多种品牌的商品，以便满足下游终端消费者各类需求。公司经销商不存在专门销售发行人产品的情形。

⑥发行人给予经销商的信用政策与其他销售模式下信用政策的差异

经销模式下，公司结算政策一般为先款后货，公司为拓展潜力市场、重点销售市场同时缓解经销商阶段性的资金压力，给予部分经销商一定的循环信用额度或临时信用额度。公司结合经销商在合作期间的销售额、合作年限、财力情况给予其一定的信用额度，故应收账款集中于合作期限长、销售额大、财力状况较好的经销商。

直营模式下，发行人直接销售产品给最终消费者，不存在信用政策的情形；代销模式下，发行人除了与代销商的常规对账付款周期以外，不存在给予代销商信用政策的情形。

⑦商业贿赂情况

发行人的产品属于快速消费品，主要客户为饮料和罐头产品经销商，最终消费群体为广大消费者。发行人的主要客户中不存在政府部门或企事业单位客户，发行人不存在直接进行或通过经销商进行商业贿赂的情况。

根据《国家工商行政管理局关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》第十条的规

定，商业贿赂行为由县级以上工商行政管理机关监督检查。根据发行人及其控制子公司工商主管部门出具的守法证明，以及在国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国执行信息公开网、中国裁判文书网、中国法院网等公开信息网站的查询结果，报告期内发行人及其控股子公司不存在因商业贿赂行为而被工商行政管理部门进行处罚的违法记录，不存在因该等情形而产生的诉讼记录。此外，报告期内发行人亦未收到公安机关、检察院有关商业贿赂的立案通知、刑事处罚。

（4）报告期内前十大经销商的基本情况

报告期内，前十大经销商在同一控制合并下共计 13 家，单体共计 31 家。根据发行人与该等经销商签订的《经销商合同》的约定内容，下述经销商销售的产品均为饮料、罐头的欢乐家全品类产品。同时经向各经销商确认，其基本信息如下：

序号	公司名称	交易主体	成立时间	注册资本（万元）	最终销售渠道	分销商及零售终端数量	股权结构	开始合作时间
1	武汉市小雨点贸易有限公司	湖南欢乐家荣仕贸易有限公司	2014-10-31	1,000.00	流通、餐饮、商超、批发	2,474	付旋（85%）；邬剑（15%）	2002 年
		武汉荣仕贸易有限公司	2010-08-5	1,000.00	流通、餐饮、商超、批发	3,155	夏仕君（85%）；方念（15%）	
		武汉市小雨点贸易有限公司	2002-04-12	1,100.00	流通、餐饮、商超、批发	7,818	夏仕友（70%）；方念（30%）	
2	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	2001-02-23	50.00	流通、餐饮、商超、批发	2,653	华国荣（40%）；黎利（60%）	2001 年
		北京众合兴贸易有限公司	2015-08-10	5,000.00	流通、餐饮、商超、批发	1,215	黎利（60%）；黎明（30%）；刘燕（10%）	
		杭州桐旺贸易有限公司	2016-11-20	500.00	流通、餐饮、批发	36	黎越（60%）；李洋（40%）	
		宁波悦桐贸易有限公司	2016-02-15	500.00	流通、餐饮、批发	363	刘敬伟（100%）	
		上海欢乐家悦桐贸易有限公司	2014-09-12	1,000.00	流通、餐饮、商超、批发	1,309	黎越（60%）；黎利（40%）	
3	成都牛车水食品有限公司	成都牛车水食品有限公司	2013-05-28	200.00	流通、餐饮、商超、批发	63	孙绍必（80%）；何涛（20%）	2005 年
		德阳市明朗商贸有限公司	2015-02-03	50.00	流通、商超、批发	1,210	李道恩（40%）；林兴明（30%）；李开朗（30%）	
4	深圳市乐满家实业有限公司	广州夏发贸易有限公司	2015-08-20	500.00	流通、餐饮、商超、批发	965	庞伟诗（100%）	2003 年
		深圳市乐满家实业有限公司	2003-07-02	100.00	流通、餐饮、商超、批发	2,300	庞伟兴（52%）；张颖玉（48%）	
		深圳市龙岗区晋	2016-08-23	不适用	流通、餐饮、商超、批	3,820	经营者：黄洪杰	

序号	公司名称	交易主体	成立时间	注册资本（万元）	最终销售渠道	分销商及零售终端数量	股权结构	开始合作时间
		益商行			发			
5	溧阳市海潮商贸有限公司	溧阳市海潮商贸有限公司	2016-05-18	1,500.00	流通、餐饮、商超、批发	6,265	姜震花（51%）；戴春光（49%）	2004 年
6	天津市合适佳商贸有限公司	朝阳合适佳商贸有限公司	2016-08-23	50.00	流通、餐饮、批发	169	付金龙（100%）	2002 年
		天津市合适佳商贸有限公司	2002-08-15	500.00	流通、餐饮、商超、批发	2,436	王洪杰（70%）；付金龙（30%）	
		张家口龙鑫铭玖商贸有限公司	2011-06-22	50.00	流通、餐饮、商超	377	许强（97%）；董开明（3%）	
7	南京金荣百货有限公司	南京金荣百货有限公司	2000-01-10	160.00	商超	1,200	郭桐（87.5%）；刘桂瑶（12.5%）	2007 年
8	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	2016-08-09	不适用	流通、餐饮、批发	1,416	经营者：解保英	2001 年
		廊坊市欢乐家食品有限公司	2007-04-11	105.00	流通、餐饮、商超、批发	261	康力平（88%）；张希刚（12%）	
9	郑州天丰食品有限公司	郑州市管城区恒丰食品商行	2018-04-13	不适用	流通、餐饮、商超、批发	860	经营者：高建超	2002 年
		郑州市惠济区调味食品城天丰副食批发部	2002-05-22	不适用	流通、餐饮、商超、批发	860	经营者：王惠娟	
		郑州天丰食品有限公司	2000-03-08	81.00	流通、餐饮、商超、批发	740	郭新年（50.62%）；郭杰英（37.04%）；黄惠霞（12.35%）	

序号	公司名称	交易主体	成立时间	注册资本（万元）	最终销售渠道	分销商及零售终端数量	股权结构	开始合作时间
10	达州市众和兴盛商贸有限公司	达州市众和兴盛商贸有限公司	2016-08-02	60.00	流通、餐饮、商超、批发	1,403	黄娟（100%）	2015 年
		重庆牛车水商贸有限公司	2015-01-13	100.00	流通、餐饮、商超、批发	503	郭玛丽（70%）；连欣（30%）	
11	昆明市石牛岭商贸有限公司	昆明明姿瑞商贸有限公司	2012-08-17	50.00	流通、餐饮、批发	578	伍姿（80%）；成吉庚（20%）	2009 年
		昆明市官渡区成明副食经营部	2011-07-15	不适用	流通、餐饮、批发	290	经营者：伍丽	
		昆明市石牛岭商贸有限公司	2009-05-25	100.00	流通	700	成明（60%）；伍姿（40%）	
12	溆浦欢乐家食品商行	溆浦欢乐家食品商行	2016-07-28	不适用	流通、餐饮、批发	1,426	周美红（100%）	2018 年
13	衡水华驰商贸有限公司	衡水华驰商贸有限公司	2012-10-15	50.00	商超	110	赵立华（60%）；赵立红（40%）	2015 年
		故城县郑口润航副食批发部	2016-04-18	不适用	流通、商超、餐饮	3,000	经营者：李国强	

注 1：武汉市小雨点贸易有限公司、保定市北方利华糖酒有限公司、成都牛车水食品有限公司、深圳市乐满家实业有限公司、天津市合适佳商贸有限公司、郑州天丰食品有限公司、达州市众和兴盛商贸有限公司、昆明市石牛岭商贸有限公司、衡水华驰商贸有限公司项下的交易主体均由相关实际控制人出具同一控制的声明函

注 2：霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部、郑州市管城区恒丰食品商行、郑州市惠济区调味食品城天丰副食批发部、昆明市官渡区成明副食经营部、溆浦欢乐家食品商行、故城县郑口润航副食批发部为个体工商户，故无注册资本数据

注 3：杭州桐旺贸易有限公司、宁波悦桐贸易有限公司、朝阳合适佳商贸有限公司、昆明市官渡区成明副食经营部、溆浦欢乐家食品商行已注销

注 4：2018 年 6 月以前，德阳市明朗商贸有限公司与成都牛车水食品有限公司为同一控制，2018 年 6 月德阳市明朗商贸股权变更后，不受同一控制

注 5：2019 年 11 月以前，重庆牛车水商贸有限公司与达州市众和兴盛商贸有限公司为同一控制，2019 年 11 月重庆牛车水商贸有限公司股权变更后，不受同一控制

注 6：上表中部分经销商的合作时间早于各交易主体的成立时间，系发行人与其同一控制下其他主体交易所致，该等主体报告期内已不再与发行人发生交易

注 7：上表中的“最终销售渠道”对应《经销商合同》中的各类渠道为：流通渠道包括平价商场、便利店、食品杂货店、街道摊贩等传统渠道，以及各类单位食堂、宾馆酒店等特殊渠道；餐饮渠道主要为酒楼、饭庄、大排档等；商超渠道为大型卖场、大型连锁超市及百货商场等现代渠道；批发渠道为辐射周边乡、镇、村的批发商的批发商渠道

注 8：上述在同一控制下的各单体经销商存在共用分销商及零售终端的情况

经销商的销售去向为分销商或零售终端，产品的最终去向为个人消费者。上述 13 家前十大经销商报告期各期末库存金额、当期采购金额及期末库存金额占当期采购金额占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月/ 2020-06-30	2019 年度/ 2019-12-31	2018 年度/ 2018-12-31	2017 年度/ 2017-12-31
采购金额	9,363.77	21,058.52	23,632.24	21,196.70
库存金额	921.00	3,308.00	3,978.00	3,205.00
占比	**9.84%**	**15.71%**	**16.83%**	**15.12%**

由上表可知，报告期内主要经销商各期末库存金额占当期采购金额均在 17%以下，比例符合正常的产品流转，期末库存水平合理，进销存情况良好。

（5）新增和退出经销商情况

①整体新增和退出经销商的情况

2017 年至 2019 年，公司单体经销商进入、退出数量情况如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	增加或减少数量占比	数量	增加或减少数量占比	数量	增加或减少数量占比
上期数量（家）	2,132	-	1,692	-	2,247	-
本期增加（家）	389	21.76%	847	39.73%	538	31.80%
本期减少（家）	733	34.38%	407	24.05%	1,093	48.64%
本期数量（家）	1,788	-	2,132	-	1,692	-

注：本期增加的数量占比为占本期数量的比例，本期减少的数量占比为占上期数量的比例

2017 年至 2019 年，每年经销商存在一定数量的增加及减少的情况。增加经销商数量占当期经销商数量比例分别为 31.80%、39.73%和 21.76%，减少经销商数量占上期经销商数量比例分别为 48.64%、24.05%和 34.38%。增加及减少的数量比例均低于 50%。

该种增减变动主要由于：①发行人根据考核结果对经销商进行优胜劣汰，主动开发空白市场、渠道；②经销商由于自身因素主动与发行人开展或终止合作，包括但不限于更换同一控制下的合作主体等。

报告期各年度新增、减少经销商的销售金额，毛利率，新增、减少经销商对当年及上年收入、毛利润的影响情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
本期增加经销商当年销售收入	12,992.51	18,036.75	13,949.12
占当年经销收入比例	9.36%	13.57%	11.93%
本期增加经销商当年销售毛利润	4,817.12	5,593.00	4,685.79
占当年经销毛利润比例	9.53%	13.25%	12.66%
本期增加经销商毛利率	37.08%	31.01%	33.59%
本期减少经销商上年销售收入	10,089.25	6,101.30	16,269.28
占上年经销收入比例	7.59%	5.22%	16.52%
本期减少经销商上年销售毛利润	3,582.83	2,107.73	5,597.41
占上年经销毛利润比例	8.49%	5.70%	21.00%
本期减少经销商毛利率	35.51%	34.55%	34.40%

从销售收入来看，新增经销商销售收入占当年经销收入比例在 15%以内，减少经销商销售收入占比上一年经销收入在 17%以内，且 2018 年和 2019 年减少的经销商收入比例及毛利润比例低于新增的经销商收入比例及毛利润比例，与报告期内发行人收入增长的趋势相匹配。

发行人 2017 年至 2019 年增加及减少的经销商对于发行人的营业收入影响较小，具体情况如下：

A、对于各期减少的经销商

2017 年至 2019 年各期减少的经销商销售收入情况如下：

年份	年销售额	数量（家）	数量占比	销售金额（万元）	占上一年整体经销收入比例
2017 年	1000 万以上（含 1000 万）	-	-	-	-
	500 万至 1000 万（含 500 万）	2	0.18%	1,323.02	1.34%
	100 万至 500 万（含 100 万）	12	1.10%	1,909.27	1.94%
	50 万至 100 万（含 50 万）	30	2.74%	2,056.82	2.09%
	50 万以下	1,049	95.97%	10,980.17	11.15%
	合计	1,093	100.00%	16,269.28	16.52%

年份	年销售额	数量（家）	数量占比	销售金额（万元）	占上一年整体经销收入比例
2018 年	1000 万以上（含 1000 万）	-	-	-	-
	500 万至 1000 万（含 500 万）	-	-	-	-
	100 万至 500 万（含 100 万）	9	2.21%	1,393.80	1.19%
	50 万至 100 万（含 50 万）	15	3.69%	971.64	0.83%
	50 万以下	383	94.10%	3,735.87	3.19%
	合计	407	100.00%	6,101.30	5.22%
2019 年	1000 万以上（含 1000 万）	-	-	-	-
	500 万至 1000 万（含 500 万）	-	-	-	-
	100 万至 500 万（含 100 万）	10	1.36%	2,141.54	1.61%
	50 万至 100 万（含 50 万）	28	3.82%	1,826.18	1.37%
	50 万以下	695	94.82%	6,121.64	4.60%
	合计	733	100.00%	10,089.25	7.59%

注：本期减少的数量及销售收入占比为占上期数量及销售收入的比例

由上表可知，2017 年至 2019 年发行人减少的经销商规模主要集中在销售金额在 50 万以下，占各年度的减少经销商数量比例在 90%以上。该等经销商经营规模小，流动性较大。

B、对于各期增加的经销商

2017 年至 2019 年各期增加的经销商销售收入情况如下：

年份	年销售额	数量（家）	数量占比	销售金额（万元）	占当年整体经销收入比例
2017 年	1000 万以上（含 1000 万）	-	-	-	-
	500 万至 1000 万（含 500 万）	1	0.19%	598.95	0.51%
	100 万至 500 万（含 100 万）	20	3.72%	3,614.94	3.09%
	50 万至 100 万（含 50 万）	41	7.62%	2,800.03	2.39%
	50 万以下	476	88.48%	6,935.20	5.93%
	合计	538	100.00%	13,949.12	11.93%
2018 年	1000 万以上（含 1000 万）	-	-	-	-
	500 万至 1000 万（含 500 万）	-	-	-	-
	100 万至 500 万（含 100 万）	22	2.60%	3,753.18	2.82%
	50 万至 100 万（含 50 万）	65	7.67%	4,358.58	3.28%

年份	年销售额	数量（家）	数量占比	销售金额（万元）	占当年整体经销收入比例
	50 万以下	760	89.73%	9,925.00	7.46%
	合计	847	100.00%	18,036.75	13.57%
2019 年	1000 万以上（含 1000 万）	-	-	-	-
	500 万至 1000 万（含 500 万）	2	0.51%	1,241.27	0.89%
	100 万至 500 万（含 100 万）	22	5.66%	4,413.96	3.18%
	50 万至 100 万（含 50 万）	35	9.00%	2,549.47	1.84%
	50 万以下	330	84.83%	4,787.81	3.45%
	合计	389	100.00%	12,992.51	9.36%

注：本期增加的数量及销售收入占比为占本期数量及销售收入的比例

由上表可知，2017 年至 2019 年发行人增加的经销商的销售规模主要集中在销售金额 50 万元以下，占各年度的增加经销商数量比例在 80%以上。部分地区存在经销商退出情况的，发行人积极开拓该等地区的新经销商以维护在相关地区的营销网络。该等经销商经营规模小，流动性较大。

C、同行业对比情况

经对比养元饮品、华文食品、甘源食品等食品饮料行业上市公司披露的经销商的增减变动情况，发行人的经销商变动情况符合行业的整体情况。

②2017 年至 2019 年新增及退出经销商单体前十大情况

由上文可知，对于经销模式为主要销售模式的食品饮料企业，其经销商呈现“数量多、规模小”的特点，报告期各期新增及退出的经销商数量众多，故选取了 2017 年至 2019 年各期新增及退出的单体前十大经销商的情况进行披露。

A、2018 年较 2017 年退出的经销商情况

单位：万元

序号	客户名称	2017 年销售收入	占 2017 年经销收入比例	2017 年毛利润	占 2017 年经销毛利润比例	毛利率	退出原因
1	仙桃市明轩商贸有限公司	240.56	0.21%	91.17	0.25%	37.90%	2018 年该经销商的实际控制人以其他交易主体与发行人进行合作
2	乐山市市中区飞马食品经营部	230.36	0.20%	72.38	0.20%	31.42%	该经销商经营者不再从事食品经销，合作终止
3	新化县上梅镇欢乐家商贸营销中心	201.93	0.17%	38.73	0.10%	19.18%	当年未完成考核指标，故终止合作
4	新化县李家乐商贸批发部	170.80	0.15%	46.29	0.13%	27.10%	当年未完成考核指标，故终止合作
5	杭州桐旺贸易有限公司	135.13	0.12%	39.77	0.11%	29.43%	当年未完成考核指标，故终止合作
6	宜黄县迁平商店	109.65	0.09%	48.99	0.13%	44.68%	2018 年该经销商未提货，但 2017 年、2019 年均有合作
7	常州市新佳美食品商行	102.58	0.09%	38.14	0.10%	37.18%	发行人为精耕市场，对该区域经销商进行调整，故终止合作
8	宜宾凯联商贸有限公司	102.57	0.09%	25.46	0.07%	24.82%	发行人为精耕市场，对该区域经销商进行调整，故终止合作
9	桃源县漳江镇新利群商行	100.21	0.09%	36.13	0.10%	36.05%	该经销商经营者不再从事食品经销，合作终止

10	海城市海州区同仁副食品批发部	83.33	0.07%	21.16	0.06%	25.39%	2018 年该经销商的实际控制人以其他交易主体与发行人进行合作
合计		**1,477.13**	**1.26%**	**458.21**	**1.24%**	**-**	**-**

2017 年度，经销模式的毛利率为 31.64%。上述经销商毛利率不同主要系各自销售的产品结构不同所致，不同产品毛利率不同。新化县上梅镇欢乐家商贸营销中心 2017 年的毛利率较低，主要系其以销售罐头产品为主，罐头产品的毛利率较低。

B、2018 年较 2017 年新增的经销商情况

单位：万元

序号	客户名称	2018 年销售收入	占 2018 年经销收入比例	2018 年毛利润	占 2018 年经销毛利润比例	毛利率	新增原因
1	溆浦贵华园副食经营部	438.65	0.33%	100.58	0.24%	22.93%	业务员主动开发
2	汉川市俊锐副食商行	405.97	0.31%	136.08	0.32%	33.52%	业务员主动开发
3	南京惟囡食品商贸有限公司	228.25	0.17%	61.77	0.15%	27.06%	业务员主动开发
4	京山嘉运商贸有限公司	214.55	0.16%	66.46	0.16%	30.98%	原有经销商以该新主体与发行人合作
5	北京华岭兴旺商贸有限公司	212.93	0.16%	72.91	0.17%	34.24%	原有经销商以该新主体与发行人合作
6	富锦市源丰食品商行	212.80	0.16%	34.88	0.08%	16.39%	业务员主动开发
7	湖北迎窖酒业有限公司	172.06	0.13%	43.70	0.10%	25.40%	业务员主动开发
8	凉山州源泰商贸有限公司	160.91	0.12%	52.17	0.12%	32.42%	业务员主动开发
9	大冶市大箕铺茹轩商行	154.09	0.12%	64.68	0.15%	41.98%	业务员主动开发
10	新化县开拓商行	132.50	0.10%	23.84	0.06%	17.99%	业务员主动开发

合计	**2,332.70**	**1.75%**	**657.07**	**1.56%**	**-**	

2018 年，经销模式的毛利率为 31.75%。2018 年，溆浦贵华园副食经营部毛利率较低主要系公司为开拓当地市场给予该经销商较高的商业折扣，整体产品毛利较低；富锦市源丰食品商行毛利率较低主要系公司开拓当地市场给予该经销商较高的商业折扣，同时该经销商以销售罐头产品为主，毛利率较低；大冶市大箕铺茹轩商行毛利率较高，主要系该公司以销售毛利率较高的椰子汁产品为主。

C、2019 年较 2018 年退出的经销商情况

单位：万元

序号	客户名称	2018 年销售收入	占 2018 年经销收入比例	2018 年毛利润	占 2018 年经销毛利润比例	毛利率	退出原因
1	芦淞区平平食品商行	316.33	0.24%	114.36	0.27%	36.15%	2019 年该经销商的实际控制人以其他交易主体与发行人进行合作
2	溆浦欢乐家食品商行	293.66	0.22%	88.61	0.21%	30.17%	该经销商经营者不再从事食品经销，合作终止
3	郫县鑫罐源副食经营部	278.12	0.21%	61.04	0.14%	21.95%	该经销商资金紧张，当年未完成考核指标，故终止合作
4	黄石市新旺工贸有限责任公司	258.34	0.19%	121.54	0.29%	47.05%	2019 年该经销商的实际控制人以其他交易主体与发行人进行合作
5	南京惟囿食品商贸有限公司	228.25	0.17%	61.77	0.15%	27.06%	该经销商资金紧张，当年未完成考核指标，故终止合作
6	襄阳黄大帅商贸有限公司	196.22	0.15%	95.10	0.23%	48.46%	2019 年该经销商的实际控制人以其他交易主体与发行人进行合作
7	大冶市吴杰副食商行	140.94	0.11%	65.16	0.15%	46.23%	该经销商资金紧张，当年未完成考核指标，故终止合作
8	汉川市俊龙商行	137.66	0.10%	34.90	0.08%	25.35%	该经销商资金紧张，当年未完成考核指标，故终止合作

9	正阳县鑫秀实业有限公司	131.86	0.10%	47.70	0.11%	36.17%	2019 年该经销商的实际控制人以其他交易主体与发行人进行合作
10	京山县嘉运批发部	96.97	0.07%	32.75	0.08%	33.77%	2019 年该经销商的实际控制人以其他交易主体与发行人进行合作
合计		**2,078.35**	**1.56%**	**722.93**	**1.71%**	**-**	

2018 年，经销模式的毛利率为 31.75%。上述经销商毛利率差异较大主要系各自销售的产品结构不同所致，以销售罐头产品为主的经销商，其毛利率较低；而以销售饮料产品，特别是椰子汁产品为主的经销商毛利率较高。

D、2019 年较 2018 年新增的经销商情况

单位：万元

序号	客户名称	2019 年销售收入	占 2019 年经销收入比例	2019 年毛利润	占 2019 年经销毛利润比例	毛利率	新增原因
1	新化县乐嘉商贸有限责任公司	696.21	0.50%	192.96	0.38%	27.72%	业务员主动开发
2	郑州市管城区恒丰食品商行	545.06	0.39%	120.63	0.24%	22.13%	原有经销商以该新主体与发行人合作
3	仙桃市明轩商贸有限公司	429.34	0.31%	134.16	0.27%	31.25%	原有经销商以该新主体与发行人合作
4	成都二娥茶马商贸有限公司	344.70	0.25%	159.16	0.31%	46.17%	业务员主动开发
5	丰城市邑泽商贸有限公司	321.99	0.23%	132.86	0.26%	41.26%	原有经销商以该新主体与发行人合作
6	云梦县东升商行	265.42	0.19%	108.24	0.21%	40.78%	原有经销商以该新主体与发行人合作
7	利川市利福源副食批发部	221.92	0.16%	89.19	0.18%	40.19%	原有经销商以该新主体与发行人合作
8	潜江市众利合食品商行	206.54	0.15%	74.06	0.15%	35.86%	原有经销商以该新主体与发行人合作
9	东台市哈伊商贸有限公司	204.40	0.15%	58.59	0.12%	28.66%	业务员主动开发

10	北京鑫伟龙经贸有限公司	203.51	0.15%	76.59	0.15%	37.64%	原有经销商以该新主体与发行人合作
合计		**3,439.09**	**2.48%**	**1,146.44**	**2.27%**	**-**	

2019 年，经销模式的毛利率为 36.41%。上述经销商毛利率差异较大主要系各自销售的产品结构不同所致，以销售罐头产品为主的经销商，其毛利率较低；而以销售饮料产品，特别是椰子汁产品为主的经销商毛利率较高。

（6）近三年持续与发行人存在业务往来的经销商情况

2017 年至 2019 年持续与发行人进行业务往来的单体经销商数量为 876 家，其在 2017 年至 2019 年各年的销售金额情况、毛利率、期末应收账款金额如下：

单位：万元

项目	2019 年度 /2019-12-31	2018 年度 /2018-12-31	2017 年度 /2017-12-31
销售收入	100,955.45	107,888.00	94,727.18
占当年经销收入比例	72.70%	81.15%	80.99%
毛利率	36.11%	31.59%	30.90%
期末应收账款余额	8,440.56	11,659.71	14,966.23
占当年末应收账款余额比例	97.63%	94.58%	84.44%

2017 年至 2019 年，持续与发行人进行业务往来的经销商整体毛利率逐年提升，毛利率较为稳定且略有上升，与经销渠道的整体毛利率变动一致。毛利率提升一方面是由于公司产品的销售结构调整，毛利率高的产品销售占比提升，另一方面是由于原材料采购价格下降以及技术的提升，导致单位成本下降。其中 2019 年毛利率较 2018 年增长较大主要系高毛利的饮料产品销售占比提升，以及椰子汁、罐头鲜果等原材料采购价格下降。

由于2017年至2019年持续合作的经销商数量较多，且大部分经销商经营规模较小，故列示 2017 年至 2019 年与发行人存在持续往来的前二十大单体经销商。该等经销商各期销售收入占存在持续往来的经销商总销售收入比例分别为26.59%、28.27%和26.99%，各期期末应收账款余额占存在持续往来的经销商总期末应收账款余额比例分别为74.18%、82.88%和85.33%。

其中，2017 年至 2019 年与发行人存在持续往来的前二十大单体经销商具体明细如下：

单位：万元

序号	客户名称	2019 年度/2019-12-31			2018 年度/2018-12-31			2017 年度/2017-12-31		
		销售收入	毛利率	应收账款余额	销售收入	毛利率	应收账款余额	销售收入	毛利率	应收账款余额
1	武汉市小雨点贸易有限公司	3,203.82	35.56%	672.29	3,417.45	33.09%	526.75	3,870.03	33.86%	708.88
2	成都牛车水食品	2,703.03	31.54%	486.92	2,766.33	30.69%	1,150.60	1,475.87	12.14%	882.76

序号	客户名称	2019 年度/2019-12-31			2018 年度/2018-12-31			2017 年度/2017-12-31		
		销售收入	毛利率	应收账款余额	销售收入	毛利率	应收账款余额	销售收入	毛利率	应收账款余额
	有限公司									
3	溧阳市海潮商贸有限公司	2,083.71	31.48%	1,071.17	1,760.98	31.42%	1,521.39	1,802.94	25.06%	1,962.28
4	上海欢乐家悦桐贸易有限公司	1,577.95	32.99%	1,228.29	2,201.30	26.53%	1,685.56	1,152.09	-21.65%	2,305.02
5	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	1,249.15	32.32%	-	1,237.66	29.32%	-	1,248.99	30.76%	88.26
6	武汉荣仕贸易有限公司	1,224.57	37.29%	850.74	843.69	34.42%	826.63	331.01	35.98%	458.74
7	天津市合适佳商贸有限公司	1,035.51	36.58%	534.27	1,480.77	36.82%	814.74	1,377.35	25.98%	983.94
8	北京众合兴贸易有限公司	921.33	32.90%	731.09	1,027.42	29.69%	660.36	880.94	24.53%	787.14
9	深圳市乐满家实业有限公司	876.33	35.72%	699.20	1,084.19	33.67%	951.85	632.68	18.24%	892.75
10	保定市北方利华糖酒有限公司	857.45	9.06%	157.68	1,367.50	20.23%	56.10	1,042.73	23.44%	33.82
11	萍乡市发安商行	840.46	36.47%	-	590.52	34.62%	-	521.08	34.10%	-
12	隆回县石坚商行	811.30	27.59%	-	454.28	28.79%	-	288.44	23.64%	-
13	南京金荣百货有限公司	807.83	23.93%	-	1,269.89	30.28%	-	1,186.97	31.99%	-
14	海城德润隆商贸有限公司	763.55	29.40%	-	456.11	23.88%	-	301.38	30.22%	-
15	孝昌县昌盛商行	704.57	37.94%	-	430.97	23.74%	-	264.65	24.55%	-
16	蔚县暖泉志斌副食经销部	700.00	25.98%	-	424.57	19.38%	-	435.22	21.45%	-
17	武穴市利民经营部	697.98	40.22%	-	537.44	31.34%	-	524.40	33.46%	4.29
18	平定县娘子关阳光超市	661.69	42.76%	-	678.85	39.53%	-	494.07	44.30%	-
19	北京正美惠丰商贸有限公司	654.25	31.64%	-	494.20	25.80%	-	392.39	30.42%	-
20	深圳市龙岗区晋益商行	636.05	35.54%	275.99	492.97	35.99%	472.71	946.93	32.84%	594.05
21	洪湖市新堤开明商行	619.30	39.13%	-	684.98	28.80%	-	439.38	29.18%	-
22	故城县郑口润航	613.80	30.99%	-	398.62	25.19%	-	499.93	31.68%	1.85

序号	客户名称	2019 年度/2019-12-31			2018 年度/2018-12-31			2017 年度/2017-12-31		
		销售收入	毛利率	应收账款余额	销售收入	毛利率	应收账款余额	销售收入	毛利率	应收账款余额
	副食批发部									
23	邵阳市北塔区时利和商贸	590.48	44.61%	-	558.71	43.60%	-	585.95	37.42%	-
24	重庆牛车水商贸有限公司	494.53	31.27%	-	614.54	27.96%	707.82	434.17	4.74%	720.68
25	西宁世峰商贸有限公司	445.99	31.89%	-	630.87	24.64%	-	408.13	27.40%	-
26	德州博顺食品有限公司	415.17	29.28%	-	516.72	20.88%	-	575.49	29.75%	-
27	丰城市华文食品商行	374.17	47.25%	-	805.20	41.31%	-	491.37	30.86%	-
28	湖南欢乐家荣仕贸易有限公司	302.74	44.82%	494.82	426.97	37.53%	288.75	523.17	27.40%	677.45
29	新化县王记诚信商行	258.36	31.14%	-	1,010.38	24.11%	-	301.34	22.12%	-
30	郑州市惠济区调味食品城天丰副食批发部	74.02	35.05%	-	737.56	21.52%	-	608.90	20.35%	-
31	昆明市官渡区成明副食经营部	26.70	32.59%	-	502.31	26.58%	-	598.95	27.82%	-
32	鄱阳县鑫桥商行	23.44	67.80%	-	592.24	33.57%	-	547.11	34.38%	-
合计		**27,249.22**	**33.22%**	**7,202.45**	**30,496.16**	**30.24%**	**9,663.25**	**25,184.04**	**25.72%**	**11,101.90**

2017 年部分经销商毛利率较低或者为负，主要系公司为支持经销商更好地拓展当地市场，使公司产品进驻大型商超等有助于提高品牌形象的渠道，对该等经销商投入商超的进店费用或者其他的促销费用以批文补贴的形式提供了补贴。

北京众合兴贸易有限公司和保定市北方利华糖酒有限公司属于同一控制下的经销商，2019 年前者毛利率较高而后者较低，系当年后者回款金额较大，发行人给予的回款返利较多所致。

郑州市惠济区调味食品城天丰副食批发部、昆明市官渡区成明副食经营部和鄱阳县鑫桥商行 2019 年销售收入较前年度销售收入大幅降低，主要系该等经销商经营者当年主要通过其同一控制下的其他主体与发行人合作所致。

（7）离职、在职员工及亲属与经销商的关联关系情况

①公司离职、在职员工及亲属在经销商投资、任职情况

截至本招股说明书签署日，公司经销商娄底市娄星区点点利食品商行由公司销售管理支持部经理宋飘之妹宋甜经营（已于 2020 年 1 月终止合作），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由公司已离职的电商部经理刘洪波之父刘俊杰实际经营，公司已离职的销售部经理王强在成都牛车水食品有限公司任销售经理，除此之外，公司的经销商不存在离职、在职员工及亲属在经销商处投资、任职的情况。

此外，公司的部分经销商在历史上，存在曾由发行人董监高或员工持有股权的情况，具体情况如下：

客户名称	历史上投资、任职情况
湖南欢乐家荣仕贸易有限公司	发行人实际控制人之一李康荣曾持有该经销商股权，该股权于 2016 年 6 月转出
成都牛车水食品有限公司	发行人董事、副总经理杨岗及离职员工王强曾持有该经销商股权，分别于 2016 年 11 月及 2016 年 12 月转出
深圳市乐满家实业有限公司	发行人实际控制人之一李兴、李康荣曾持有该经销商股权，分别于 2009 年 6 月及 2016 年 12 月转出
重庆牛车水商贸有限公司	发行人离职员工王强、刘洪波曾持有该经销商股权，该股权于 2016 年 11 月转出

上述娄底市娄星区点点利食品商行、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、成都牛车水食品有限公司、湖南欢乐家荣仕贸易有限公司、深圳市乐满家实业有限公司及重庆牛车水商贸有限公司在报告期内的销售金额、销售占比及毛利率情况如下：

单位：万元

公司名称	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	金额	占营业收入比例	毛利率	金额	占营业收入比例	毛利率	金额	占营业收入比例	毛利率	金额	占营业收入比例	毛利率
娄底市娄星区点点利食品商行	7.48	0.01%	68.50%	53.75	0.04%	32.80%	-	-		-	-	
霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	590.98	0.99%	37.67%	1,249.15	0.88%	32.32%	1,237.66	0.92%	29.32%	1,248.99	1.05%	30.76%
廊坊市欢乐家食品有限公司	-	-		-	-		-	-		33.36	0.03%	31.82%
成都牛车水食品有限公司	1,776.43	2.98%	39.23%	2,703.03	1.91%	31.54%	2,766.33	2.05%	30.69%	1,475.87	1.25%	12.14%
湖南欢乐家荣仕贸易有限公司	4.04	0.01%	47.53%	302.74	0.21%	44.82%	426.97	0.32%	37.53%	523.17	0.44%	27.40%
深圳市乐满家实业有限公司	223.56	0.38%	38.21%	876.33	0.62%	35.72%	1,084.19	0.81%	33.67%	632.68	0.53%	18.24%
重庆牛车水商贸有限公司	74.08	0.12%	33.14%	494.53	0.35%	31.27%	614.54	0.46%	27.96%	434.17	0.37%	4.74%

公司名称	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	金额	占营业收入比例	毛利率	金额	占营业收入比例	毛利率	金额	占营业收入比例	毛利率	金额	占营业收入比例	毛利率
合计	2,676.57	4.49%	-	5,679.52	4.01%	-	6,129.69	4.55%	-	4,348.22	3.67%	-

报告期内，公司向上述经销商销售商品的价格系根据公司的价格体系确定，定价公允，且占公司营业收入的比例较小，不会对公司财务状况和经营成果造成重大影响，不存在通过交易损害公司和其他股东利益的情形。

2017 年成都牛车水食品有限公司、重庆牛车水商贸有限公司毛利率较低，主要系公司为支持经销商更好地拓展当地市场，使公司产品进驻大型商超等有助于提高品牌形象的渠道，对该等经销商投入商超的进店费用或者其他的促销费用以批文补贴的形式提供了补贴。2020 年上半年娄底市娄星区点点利食品商行毛利率较高主要由于该经销商于 2020 年 1 月与公司终止合作，该次交易为最后一笔交易，公司未对该次交易给予价格折扣或补贴。

②公司和经销商共同进行推广的情况

报告期内，公司不存在与经销商共同进行推广的情况。

（8）经销商返利情况

发行人与前五大经销商之间的返利均为实物返利，不存在现金返利的情况；发行人的返利都在开具的发票上体现为商业折扣。

发行人具有返利性质的商业折扣具体可分为两类，分别为批文补贴和年度返利。批文补贴是公司根据经销商渠道拓展需要及不同时期和不同地区的市场特点，事前批准经销商实施具体的经销活动，并经审核经销商实施情况后给予批文补贴支持，具体包括对经销商在其市场区域的营销过程中产生的其自身的促销费、陈列费、进店费等提供支持；年度返利是经销商在达成公司合同约定的年度经销任务的条件下，按照公司的返利标准以商业折扣的形式予以发放。

返利的具体金额、会计处理等情况详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”。

（9）发行人对经销商不存在重大依赖

由于公司的主要产品为饮料及罐头，所处行业成熟，市场化程度较高，属于充分竞

争市场，行业整体销售情况较为分散，可供选择的经销商较多。此外，由于饮料罐头产品的日常快消的产品特性，流通类及餐饮类的终端网点占比较大，该类终端网点进入门槛低、数量多、可替代性强，不存在某一类终端网点被某一经销商垄断的情况。

报告期内，发行人对前五大经销商的销售收入占主营业务收入的比例在 10%左右，占比较低。

因此，发行人对经销商不存在重大依赖。

（10）报告期内销售退换货情况

发行人在报告期内与经销商之间存在少量退换货情形，其产生的背景、客户方情况、出现次数等情况如下：

2017 年度				
产生背景	**是否属于产品瑕疵退换货**	**产品类别**	**客户方情况**	**出现次数**
经销商下错订单等原因，协商退换货	否	黄桃罐头、山楂罐头、蓝莓汁饮料	哈尔滨市鹤琦商贸经销处、青州市元丰贸易商行、袁州区城东益嘉好贸易商行	3
产品包装存在瑕疵	是	水果沙拉饮品	深圳乐满家实业	1
仓储不当，未采取避光存放等措施，导致产品色泽、品相不佳，协商退换货	是	椰汁牛奶、芒果汁、猕猴桃汁、椰子汁、山楂汁	崇仁县江贸批发部、黄石港区康辉食品商行等 37 家经销商	39
产品果肉口感不佳，协商退换货	是	黄桃罐头	延安市宝塔区越洋商贸有限公司、依安县永鑫副食品商店	2
2018 年度				
产生背景	**是否属于产品瑕疵退换货**	**产品类别**	**客户方情况**	**出现次数**
经销商下错订单等原因，协商退换货	否	乳酸菌饮料、粒粒橙、黄桃罐头、椰子汁等	保定市北方利华糖酒有限公司等 8 家经销商	13
产品包装存在瑕疵	是	黄桃罐头、椰子汁、芒果汁、蓝莓汁等	宿松县五花八门商行等 9 家经销商	10
仓储不当，未采取避光存放等措施，导致产品色泽、品相瑕疵	是	橘子罐头、荔枝罐头、苹果醋、芒果汁等	株洲市永兴食品有限公司、阿克苏灏元商贸有限公司等 20 家经销商	38
产品果肉口感不佳	是	黄桃罐头、久宝桃罐头、梨罐头	沧州市新华区利顺食品门市部等 7 家经销商	7
2019 年度				
产生背景	**是否属于产品瑕疵退换货**	**产品类别**	**客户方情况**	**出现次数**

经销商下错订单等原因，协商退换货	否	猕猴桃汁饮料、椰子汁、乳酸菌饮料	合肥惠香商贸有限公司、雅安市雨城区鼎睿商行	2
仓储不当，未采取避光存放等措施，导致产品色泽、品相不佳	是	橘子罐头、粒粒橙、椰子汁	嘉鱼铭扬商贸有限公司、南部县全心副食经营部、益阳市资阳区鑫鑫副食商行、应城市恒信平价超市	4
2020 年 1-6 月				
产生背景	**是否属于产品瑕疵退换货**	**产品类别**	**客户方情况**	**出现次数**
经销商下错订单等原因，协商退换货	否	黄桃罐头、什锦水果罐头、椰子汁礼盒包装	蚌埠市淮上区孙鑫食品商行、广水市和致祥商贸有限公司	3

报告期内，发行人产品退换货涉及产品数量、金额情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退换货金额（万元）	24.78	26.02	138.16	109.82
占当期销售收入比例	0.04%	0.02%	0.10%	0.09%
退换货数量（万件）	0.87	0.79	4.30	2.72
占当期销售数量比例	0.05%	0.02%	0.11%	0.08%

报告期内，发行人的产品发生退换货的原因主要分为两种类别，第一类为订单内容错误导致的非产品瑕疵退换货，第二类为产品包装、色泽、品相等原因导致的产品瑕疵退换货，均不涉及食品安全问题。在客户提出退换货要求后，针对不同的退换货原因，发行人与客户进行友好协商，并采取了相应的处理方式，具体情况如下：

退换货原因	处理过程及结果
非产品瑕疵原因	经销商订单内容错误等原因的退换货，主要系经销商下单过程中的操作失误所致，由双方协商退换货。
产品瑕疵原因	因产品包装存在瑕疵，产品色泽、品相瑕疵或个别产品口感不佳产生的退换货，由发行人质管部负责现场核查产品情况，进行产品质量检测并出具报告，认定属于产品瑕疵问题后，进行退换货处理。瑕疵产品退回后进行报废处理。

发行人报告期内存在少量因产品瑕疵导致的退换货情况，该等产品瑕疵系产品外包装、产品色泽、产品品相、产品口感的瑕疵，并非违规添加食品添加剂或产品中的致病性微生物、农药残留、重金属等其他危害人体健康物质超标，该等瑕疵均不涉及食品安全问题，未导致食品安全诉讼纠纷或行政处罚。

除上述在经销渠道发生的退换货情形外，对于终端消费者的投诉，发行人设有全国统一的 400 客服电话处理消费者的各类诉求。报告期内消费者的投诉内容主要有产品异

物、包装破损等瑕疵。发行人接到相应投诉后，依照《客服部投诉管理制度》予以处理，对于确系为产品自身瑕疵，发行人通过对应销售区域的经销商予以退换货或经济赔偿。

根据发行人及子公司所在地的湛江市工商局、枝江市工商局、蒙阴县工商局、汉川市工商局及枝江市消费者协会、蒙阴县市场监督管理局消费者投诉中心出具的证明，报告期内发行人经消费者协会或市场监督管理部门处理的消费者投诉均调解处理结案，该等消费者投诉不涉及重大食品质量问题及食品安全事故。根据中国政府网食品安全抽检公布结果查询、中国质量新闻网、发行人及其控股子公司住所地市场监督管理部门网站、裁判文书网、人民法院公告网、企查查、相关媒体报道等公开信息网站，发行人报告期内未发生重大食品安全事故，没有因违反有关食品安全、产品质量方面的法律法规而受到行政处罚。

（11）报告期内经销商的串货情况

串货是指经销商向其销售区域之外的地区供货以及经销商向公司以外的自然人或机构购买欢乐家产品的情况。

发行人在与经销商签订的《经销商合同》中的《深圳市众兴利华供应链有限公司经销商手册》明确规定了冲货（经销商向其销售区域之外的地区供货）管理的相关情况：

“……

11 经销商不得发生任何冲货行为，应对自身销售行为严格管理，严格遵守公司关于冲货行为的管理制度。

12 经销商若被举报存在冲货行为，应主动配合举报方或者公司进行核查，不得私自破坏、隐匿相关证据。

13 经销商若被认定存在冲货行为，由公司进行处罚，具体处罚规定如下：

13.1 一般处罚（见下表），公司将直接在货款余额中扣除处罚金额，货款余额不足的，责令经销商在 3 个工作日内将货款余额补足；

对象	第一次冲货	第二次冲货	第三次冲货

	500 箱以下（不含本数）	500 箱（含本数）-1000 箱（含本数）	1000 箱以上（不含本数）	500 箱以下（不含本数）	500 箱（含本数）-1000 箱（含本数）	1000 箱以上（不含本数）	不论数量多少
经销商	5,000-10,000 元	10,000 元-30,000 元	30,000-100,000 元	10,000-30,000 元	30,000-100,000 元	取消经销权	取消经销权

……”

报告期内，发行人经销商之间存在少量串货的情况。发行人对存在串货行为的经销商进行罚款，冲减其批文费用。报告期内，存在串货行为的经销商及罚款金额情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
串货罚款（含税，万元）	19.50	146.78	53.30	28.70
存在串货的经销商数量	12	64	39	25
串货经销商占当期经销商数量比例	0.83%	3.58%	1.83%	1.48%

报告期内，涉及到串货的经销商数量较少，占各期经销商数量比例低于 5%。2017 年至 2019 年，存在串货的经销商数量及串货罚款逐年增加主要系近几年随着“欢乐家”品牌的知名度提升，各地经销商为稳定各自销售区域的产品货源供给，更积极地对串货情况进行举报，同时公司加大对串货情况的核查力度所致。

（二）公司报告期内采购情况和主要供应商

报告期内，发行人向各类供应商采购原材料、包装材料、能源、劳务等主要产品或服务的情况如下：

单位：万元

采购类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
原材料	9,269.86	33,893.26	36,719.98	37,593.44
包装材料	8,766.04	31,058.24	36,009.40	30,865.55
劳务采购	2,198.42	6,818.91	7,900.44	8,659.43
能源	1,252.11	4,313.16	4,564.70	3,512.21

1、主要原材料采购情况

（1）原材料整体采购情况

公司原材料采购主要包括主材和辅材两部分，主材包括生产罐头产品使用的水果、果瓣与生产饮料产品使用的生榨椰肉汁、浓缩果汁等果类加工品；辅材主要包括糖、食品添加剂与其他。

采购品种	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	采购金额（万元）	采购量（万千克）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	采购量（万千克）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	采购量（万千克）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	采购量（万千克）	采购单价（元/千克）
主材	**4,767.03**	**1,051.33**	**4.53**	**19,061.41**	**6,726.14**	**2.83**	**21,745.37**	**7,827.54**	**2.78**	**23,029.91**	**8,657.19**	**2.66**
水果	895.15	381.58	2.35	7,577.56	4,194.32	1.81	10,577.65	5,533.44	1.91	13,197.10	7,035.81	1.88
果类加工品	2,835.07	513.41	5.52	6,519.41	1,458.20	4.47	7,403.46	1,343.65	5.51	8,086.88	1,156.08	7.00
果瓣	507.05	124.36	4.08	3,512.89	930.08	3.78	2,742.83	816.49	3.36	1,179.98	325.23	3.63
奶粉	436.89	19.98	21.87	787.23	37.15	21.19	433.38	22.95	18.88	28.10	1.17	23.96
其他类别	92.87	12.00	7.74	664.32	106.39	6.24	588.05	111.02	5.30	537.85	138.89	3.87
辅材	**4,502.83**	**501.71**	**8.97**	**14,831.85**	**1,834.50**	**8.08**	**14,974.61**	**1,863.65**	**8.04**	**14,563.54**	**1,766.20**	**8.25**
糖类	2,271.71	444.80	5.11	8,105.55	1,640.66	4.94	8,123.35	1,647.72	4.93	9,028.81	1,550.13	5.82
食品添加剂	2,228.73	55.39	40.24	6,643.68	179.07	37.10	6,591.22	173.32	38.03	5,038.61	138.44	36.40
其他类别	2.38	1.52	1.57	82.63	14.77	5.59	260.04	42.61	6.10	496.12	77.63	6.39
总计	**9,269.86**	**1,553.04**	**5.97**	**33,893.26**	**8,560.64**	**3.96**	**36,719.98**	**9,691.21**	**3.79**	**37,593.44**	**10,423.39**	**3.61**

注：主材中其他类别包括鱼类、蛋类及干货，主要用于生产鱼类罐头、蛋类罐头及八宝粥产品；辅料中的其他类别包括豆豉、食用盐、豆油等，主要用于生产鱼类罐头、蛋类罐头等。

（2）水果、果瓣、生榨椰肉汁、浓缩果汁、糖等主要原材料采购情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
黄桃	150.70	1.63%	2,240.30	6.61%	3,098.51	8.44%	2,841.73	7.56%
黄桃果瓣	406.23	4.38%	1,233.42	3.64%	1,057.57	2.88%	1,118.99	2.98%
黄桃类小计	**556.93**	**6.01%**	**3,473.72**	**10.25%**	**4,156.08**	**11.32%**	**3,960.72**	**10.54%**
橘子	7.31	0.08%	1,561.02	4.61%	3,103.43	8.45%	5,482.66	14.58%
橘子果瓣	3.10	0.03%	1,467.30	4.33%	921.90	2.51%	-	-
橘子类小计	**10.41**	**0.11%**	**3,028.32**	**8.94%**	**4,025.33**	**10.96%**	**5,482.66**	**14.58%**
生榨椰肉汁	2,263.69	24.42%	4,422.06	13.05%	4,827.47	13.15%	6,142.42	16.34%
浓缩果汁	181.02	1.95%	969.18	2.86%	1,586.32	4.32%	944.60	2.51%
奶粉	436.89	4.71%	787.23	2.32%	433.38	1.18%	28.10	0.07%
糖类	2,271.71	24.51%	8,105.55	23.91%	8,123.35	22.12%	9,028.81	24.02%
小计	**5,153.31**	**55.59%**	**14,284.02**	**42.14%**	**14,970.52**	**40.77%**	**16,143.93**	**42.94%**
其他水果	834.86	9.01%	4,588.41	13.54%	5,139.07	14.00%	4,933.70	13.12%
其他原材料	2,714.35	29.28%	8,518.79	25.13%	8,428.98	22.95%	7,072.44	18.81%
合计	**9,269.86**	**100.00%**	**33,893.26**	**100.00%**	**36,719.98**	**100.00%**	**37,593.44**	**100.00%**

报告期内，主要水果、果瓣、生榨椰肉汁、浓缩果汁、奶粉、糖等采购金额合计占原材料总采购金额的比例分别为 68.06%、63.05%、61.33%、61.71%，采购数量及单价情况具体如下：

单位：吨、元/公斤

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
黄桃	791.73	1.90	16,991.95	1.32	14,501.98	2.14	18,250.29	1.56
黄桃果瓣	1,054.85	3.85	2,526.82	4.88	2,446.75	4.32	3,094.25	3.62
橘子	33.51	2.18	8,560.66	1.82	19,743.97	1.57	27,711.52	1.98
橘子果瓣	10.74	2.88	5,681.17	2.58	4,496.54	2.05	-	-
生榨椰肉汁	1,981.24	11.43	5,580.80	7.92	5,243.87	9.21	4,630.70	13.26
浓缩果汁	184.53	9.81	918.86	10.55	1,620.84	9.79	922.36	10.24
奶粉	199.78	21.87	371.45	21.19	229.50	18.88	11.73	23.96
糖类	4,448.05	5.11	16,406.62	4.94	16,477.21	4.93	15,501.33	5.82

报告期内，各期原材料的采购价格受采购时间、水果产量和供需关系影响，出现一定波动。

公司黄桃水果主要由山东临沂地区采购，当地黄桃产季为 6 月下旬至 9 月上旬；橘子水果主要由湖南常德、湖南沅江采购，当地橘子产季为上年 11 月至次年 1 月。2020 年 1-6 月为非产季采购，故采购均价高于 2017-2019 年的产季价格。

受黄桃、橘子产地产季雨水、冰雹等自然灾害影响，黄桃 2018 产季、橘子 2019 产季的采购价格略高于其他年度。黄桃果瓣、橘子果瓣为“削皮去核”后的净果肉价格，各期采购价格对应上一产季的水果价格。

公司椰汁饮料的原料生榨椰肉汁主要产自越南、菲律宾等东南亚地区的椰子水果，2016 年越南及周边国家发生海水倒灌导致 2017 年椰子产量较低，由此 2017 年生榨椰肉汁的价格较高；2018、2019 年随着椰子产量恢复提高，生榨椰肉汁采购价格持续下降；2019 年 10 月开始，泰国大量采购椰子加工椰果罐头，椰子市场行情迅速攀升，导致 2020 年 1-6 月生榨椰肉汁的价格大幅增加。

2、主要包装材料采购情况

报告期内，发行人主要包装材料包括瓶、盖、耗材、商标及纸箱，采购金额、采购数量及采购单价如下：

采购品种	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	采购金额（万元）	采购量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	采购量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	采购量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	采购量（万个）	采购单价（元/个）
盖	**980.43**	**10,485.84**	**0.09**	**3,487.57**	**31,922.10**	**0.11**	**3,873.87**	**35,523.58**	**0.11**	**3,687.04**	**32,790.44**	**0.11**
罐头盖	461.13	3,351.20	0.14	2,178.46	14,674.53	0.15	2,402.64	15,202.54	0.16	2,614.09	16,837.01	0.16
饮料盖	519.30	7,134.65	0.07	1,309.11	17,247.56	0.08	1,471.23	20,321.04	0.07	1,072.96	15,953.44	0.07
瓶	**4,006.87**	**14,056.48**	**0.29**	**17,947.21**	**44,626.82**	**0.40**	**21,567.50**	**42,802.68**	**0.50**	**18,523.37**	**37,610.94**	**0.49**
罐头瓶	1,147.48	2,410.73	0.48	6,770.13	15,650.75	0.43	6,965.82	16,224.51	0.43	7,079.04	17,375.76	0.41
饮料瓶	2,859.39	11,645.75	0.25	11,177.08	28,976.07	0.39	14,601.68	26,578.17	0.55	11,444.33	20,235.18	0.57
商标	**840.73**	**21,549.60**	**0.04**	**2,018.91**	**40,930.65**	**0.05**	**2,055.21**	**41,097.31**	**0.05**	**1,780.51**	**38,624.30**	**0.05**
罐头商标	252.30	9,308.60	0.03	495.51	18,575.35	0.03	511.13	19,275.53	0.03	591.69	24,490.29	0.02
饮料商标	588.43	12,241.00	0.05	1,523.40	22,355.30	0.07	1,544.08	21,821.78	0.07	1,188.83	14,134.00	0.08
纸箱	**2,002.29**	**1,522.30**	**1.32**	**5,479.64**	**3,936.31**	**1.39**	**6,448.66**	**4,073.21**	**1.58**	**5,428.68**	**3,531.51**	**1.54**
罐头纸箱	871.44	678.48	1.28	2,014.12	1,488.58	1.35	2,267.50	1,453.72	1.56	2,072.31	1,408.54	1.47
饮料纸箱	1,130.86	843.82	1.34	3,465.52	2,447.73	1.42	4,181.16	2,619.49	1.60	3,356.37	2,122.98	1.58
包装耗材	**935.71**	**10,651.27**	**/**	**2,124.91**	**22,828.93**	**/**	**2,064.16**	**17,268.38**	**/**	**1,445.95**	**12,727.15**	**/**
合计	**8,766.04**	**58,265.49**	**/**	**31,058.24**	**144,244.81**	**/**	**36,009.40**	**140,765.16**	**/**	**30,865.55**	**125,284.34**	**/**

其中，报告期内瓶、盖、纸箱等采购金额合计占包装物的比例分别为 89.55%、88.56%、86.66%、79.73%，瓶和盖的明细采购数量及单价情况具体如下：

单位：万只、元/只

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
瓶	**14,056.48**	**0.29**	**44,626.82**	**0.40**	**42,802.68**	**0.50**	**37,610.94**	**0.49**
其中：饮料 PET 瓶坯	4,093.88	0.32	10,582.10	0.39	4,634.03	0.26	619.80	0.25
饮料 PE 瓶	6,159.20	0.16	10,772.03	0.28	12,563.29	0.66	10,977.65	0.66
水果罐头瓶	2,082.86	0.46	13,486.30	0.42	15,409.60	0.42	16,646.83	0.39
其他瓶	1,720.54	0.45	9,786.39	0.52	10,195.77	0.54	9,366.66	0.49
盖	**10,485.84**	**0.09**	**31,922.10**	**0.11**	**35,523.58**	**0.11**	**32,790.44**	**0.11**
其中：水果罐头盖	2,545.03	0.16	12,797.71	0.16	14,057.00	0.16	16,254.67	0.15
饮料 PET 盖	4,983.25	0.07	10,161.29	0.07	4,347.75	0.07	397.00	0.08
饮料 PE 盖	887.87	0.09	4,324.78	0.09	12,184.65	0.06	11,547.22	0.06
其他	2,069.70	0.08	4,638.32	0.09	4,934.19	0.12	4,591.55	0.12

公司饮料产品使用的包装瓶包括 PE 瓶和 PET 瓶。2018 年 PET 无菌冷灌生产线投产后，公司部分产品生产时采用外购价格较低的 PET 瓶胚自行吹制饮料瓶的方式替代原有的 PE 瓶直接采购，导致 2019 年包装瓶整体采购均价下降。

报告期内，PE 瓶和 PET 瓶采购单价变动主要是因为瓶子规格差异导致。2018 年，公司采购的 PET 瓶胚主要用于 380mL 椰子汁和果汁饮料产品的生产；2019 年开始，公司 1.25kg 椰子汁等大规格产品改用 PET 瓶胚吹制饮料瓶，不再使用 PE 瓶，由于大规格包装瓶克重较大、单价较高，因此 2019 年 PE 瓶采购均价下降、PET 瓶胚采购均价上升。2020 年 1-6 月，PE 瓶、PET 瓶胚的乙烯原料价格下降，导致包装瓶的采购均价进一步下降。

纸箱采购价格主要受市场行情影响。报告期内，受国内瓦楞箱产销供给变化影响，纸箱的采购均价持续下降。

公司采购的主要直接生产原料均存在价格公开的充分竞争市场，相关原料的供应商高度分散，公司对单一供应商不存在依赖。

3、主要能源的消耗情况

能源项目	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	用量	金额	单价	用量	金额	单价	用量	金额	单价	用量	金额	单价
电力（万度、万元、元/度）	870.00	592.89	0.68	2,534.38	1,792.94	0.71	2,515.67	1,825.35	0.73	2,068.54	1,342.74	0.65
水（万吨、万元、元/吨）	61.86	93.26	1.51	250.50	336.50	1.34	261.21	380.40	1.46	272.53	348.24	1.28
天然气（万立方米、万元、元/立方米）	2.00	6.06	3.03	40.08	129.64	3.23	258.27	786.00	3.04	234.97	660.05	2.81
蒸汽（万立方米、万元、元/立方米）	2.96	559.90	189.00	10.80	2,054.08	190.19	7.84	1,417.95	180.88	4.19	675.84	161.16
煤（万千克、万元、元/千克）	-	-	-	-	-	-	225.57	154.99	0.69	688.83	485.33	0.70

公司采购的主要生产资源和能源（包括电力、水、天然气等）主要系向工厂所在地的市政供水企业、热电厂、燃气公司采购，相关定价均由当地物价管理部门正式规定；此类供应在各地均属于市政相关服务，公司按照政府指导价或公开市场价进行采购。

4、劳务采购情况

（1）劳务采购的基本情况

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：由劳务外包公司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。

发行人大部分劳务外包为食品罐头加工、产品包装。发行人所从事的水果罐头生产业务由于涉及水果品类繁多，同类水果大小、形状各异，实现高度自动化生产的难度较大，具有劳动密集的特点。每到鲜果产季，新鲜水果的清洗、削皮、分瓣、分级等水果产品初加工工序需要大批一线作业工人。发行人将该等简单工序进行劳务外包，符合行业惯例。

2017 年至 2020 年上半年，公司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。劳务采购的金额和占比持续下降，主要是因为：①2018 年公司开始使用橘子剥皮机，减少了对生产类劳务外包业务的需求；②2019 年公司优化终端投入策略，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，提高巡店业务效率，减少全年劳务外包采购金额；

③2020 年上半年受新冠肺炎疫情影响，公司一季度各工厂阶段性停工停产，对生产类型的劳务外包的业务需求减少。

（2）报告期各期各类型劳务采购的情况

①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，公司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，公司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 年公司开始使用橘子剥皮机，减少了对食品罐头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，劳务公司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 年公司优化终端投入策略，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，公司巡店、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，公司在 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。

②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公司对劳务人员进行管理，公司仅关注规定时间内工作任务是否完成，因此公司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，发行人通过劳务提供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
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	39.65	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	126.98	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加工生产，其参与生产活动的人数相对较少且无固定规律，公司向其采购金额较小，报告期内公司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，公司将搬运装卸、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，劳务外包公司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，因公司优化终端投入策略，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，公司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。

③各类型劳务人员及劳务外包提供商相关资质及其处罚情况

A、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，劳务提供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。

B、产品包装、巡店、推销、促销、产品物料装卸

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，属于劳动密集性工作、技术含量相对较低，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”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。

C、相关处罚情况

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。

④巡店、理货、促销类型劳务的相关情况

A、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公司派出人员对经销商的终端网点进行巡检和协助，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，以及协助终端网点在缺货时向经销商下订单等，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公司的销售政策，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。

B、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供应商进行管理和发放薪酬。存在巡店业务需求时，公司各区域销售人员与劳务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，由劳务外包公司根据工

作量派出劳务人员。劳务服务人员接受培训后注册登录公司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，公司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公司员工，根据公司发包的任务由劳务服务商安排上岗，每月参与公司巡店业务的劳务人员数量和参与的活动区域随公司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。

C、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、安井食品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。

D、巡店、理货、促销业务的其他情况

a、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，故而不会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，只要费用投入能带来超过费用本身的回报，对发行人而言即存在投入的必要性。

b、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、检查公司产品的陈列情况等，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公司编内员工，负责市场开拓、销售政策执行、经销商管理等核心业务内容。

c、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，且公司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。

（3）报告期各期劳务采购金额占营业成本的比例、采购价格的公允性，劳务采购的会计处理及分摊到各类产品成本的具体方式

①各期劳务采购金额及占营业成本比例情况

劳务采购的金额最终通过生产成本、销售费用、管理费用等科目核算，其中与生产活动相关的劳务采购归集为生产成本并通过存货结转至营业成本。劳务采购金额与营业成本的比例关系如下：

单位：万元

年份	采购金额	其中：与生产成本相关的劳务采购金额	营业成本	生产相关劳务采购金额占营业成本的比例
2020 年 1-6 月	2,198.42	1,042.10	36,352.04	2.87%
2019 年	6,818.91	5,005.00	89,975.76	5.56%
2018 年	7,900.44	5,304.30	92,061.96	5.76%
2017 年	8,659.43	5,811.16	81,272.99	7.15%

②劳务采购定价依据及公允性分析

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：

A、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，与劳务外包公司协商确定单吨/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，劳务外包公司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，劳务外包公司根据工作量、劳务服务提供人员的合理报酬水平和劳务外包公司自身的合理利润水平提出报价。

B、对于巡店、理货、促销类的劳务采购，发行人与劳务外包公司约定某一时间段内巡访终端网点的数量要求，劳务外包公司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公司自身的合理利润水平提出报价。

C、对于产品物料装卸类的劳务采购，劳务提供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，种类繁杂，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公司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，详见本招股说明书本小节之“（2）报告期各期各类型劳务采购的情况”之“②各类型劳务采购的涉及人数、人均劳务费用情况”。

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酬集中在 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。

综上，发行人劳务采购定价公允。

③劳务采购的会计处理及分摊到各类产品成本的具体方式

A、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。

B、巡店、理货、促销：计入销售费用-人工成本费用-劳务外包。

C、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。

D、其他劳务采购：计入管理费用-人工成本费用、日常办公费用。

④发行人的劳务外包不属于劳务派遣

劳务外包和劳务派遣的主要区别如下：

A、适用法律不同：劳务外包适用《合同法》，劳务派遣适用《劳动合同法》；

B、服务性质不同：对用工单位而言，劳务派遣公司提供的是派遣工；而劳务外包提供的却是针对某个相对独立项目的全部劳务服务；

C、用工需求不同：对劳务派遣而言，用工单位需要的是派遣公司为自己提供约定数量的“派遣工”，派遣工完成的工作量与派遣公司不相关；对劳务外包而言，发包单位需要的是外包公司为自己完成约定的“工作量”，承包方使用的劳动力多少与发包单位无实质关系；

D、结算标准不同：劳务派遣服务的结算标准是“劳动力”，是“员工数”；劳务外包服务的结算标准是“工作量”，是“项目数”；

E、管理角色不同：劳务派遣单位员工接受的是用工单位的管理，即便某个管理人员本身也是派遣员工，但他代表和行使的仍然是用工单位的管理职能。劳务承包单位员工接受承包单位的管理，发包企业并不参与对承包单位员工的直接管理；

F、服务主体不同：劳务派遣单位必须是严格按照劳动合同法和公司法相关规定设立，注册资本不得少于五十万元的法人实体。劳务外包中的承包方可以是法人或其他实体，也可以是个人。

具体的劳务合作类型和工作内容没有直接关系，主要看合同关系的约定、报酬的结算方式。

⑤发行人的劳务外包合同签订、费用结算和管理情况

A、合同的主要内容和费用结算情况

发行人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，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。

公司与劳务外包公司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公司指定的服务场所，利用公司提供（或部分提供）的工具和设备，按照公司的标准，为公司提供相应服务，公司向劳务外包单位支付服务费用。

内容	合同约定及具体合作方式
	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公司，公司对劳务外包单位人员不具备人事管理权限。劳务外包单位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、公司根据生产计划目标向劳务外包公司提出工作量需求，劳务外包公司应满足公司生产计划目标。
劳务费用的的计算	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。

B、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公司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。

综上，公司劳务外包的合同条款和执行情况符合劳务外包的法律定义和法律形式，劳务外包的工作内容符合行业特点，不属于劳务派遣。

5、公司前五名供应商的采购情况

（1）前五大供应商的采购情况

报告期内，前五大供应商情况如下：

序号	供应商名称	类别	采购金额（万元）	占采购总额比例
2020 年 1-6 月				
1	金华美之源商贸有限公司	原材料	1,873.08	7.45%
2	广东伟恒建筑工程有限公司	工程设备	1,395.67	5.55%
3	武汉紫江企业有限公司	包装材料	1,303.61	5.18%
4	厦门唯康食品科技有限公司	原材料	1,045.73	4.16%
5	四川省志翔劳务有限公司	劳务	1,017.60	4.05%
合计			**6,635.70**	**26.38%**
2019 年				
1	武汉紫江企业有限公司	包装材料	4,130.13	4.58%
2	中粮糖业有限公司	原材料	3,865.34	4.28%
3	金华美之源商贸有限公司	原材料	3,499.88	3.88%
4	中山市利民塑料有限公司	包装材料	3,019.13	3.34%
5	厦门唯康食品科技有限公司	原材料	2,729.69	3.02%
合计			**17,244.16**	**19.10%**
2018 年				
1	中山市利民塑料有限公司	包装材料	8,343.49	7.40%
2	湛江市佳烨置业有限公司	房产	6,190.48	5.49%
3	苏美达国际技术贸易有限公司	工程设备	3,430.23	3.04%
4	西得乐机械（北京）有限公司	工程设备	2,938.93	2.61%
5	广东华兴玻璃股份有限公司	包装材料	2,547.91	2.26%
合计			**23,451.04**	**20.80%**
2017 年				
1	中山市利民塑料有限公司	包装材料	7,258.05	7.21%
2	四川省志翔劳务有限公司	劳务	5,635.43	5.60%
3	苏美达国际技术贸易有限公司	工程设备	3,554.11	3.53%
4	西得乐机械（北京）有限公司	工程设备	2,219.66	2.21%

序号	供应商名称	类别	采购金额（万元）	占采购总额比例
5	江苏鲁糖贸易有限公司	原材料	2,189.29	2.18%
合计			**20,856.54**	**20.73%**

注：中山市利民塑料有限公司包括同一控制下的湖北华塑包装材料有限公司、临沂晋益塑料包装材料有限公司、湛江市湛利塑料有限公司；广东华兴玻璃股份有限公司包括同一控制下的福建华兴玻璃有限公司、大冶市华兴玻璃有限公司、湖南华兴玻璃有限公司

前五大供应商中，工程设备采购为非经常性采购项目，公司于 2017、2018 年购置两条无菌冷灌生产线，导致工程设备当年采购金额较高。公司采购工程设备均与供应商签订了合作协议，采购价格通过询价及谈判确定。

2017 年至 2020 年上半年，公司供应商较为分散，向前五大供应商的采购额合计占采购总额的 20%-30%左右。除湛江市佳烨置业有限公司是公司关联方以外，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东在上述供应商中未占有权益。

（2）前五大供应商变化情况

报告期各期前五大供应商相比上期新增的前五大供应商及单个供应商采购金额占比情况如下：

序号	供应商名称	采购金额（万元）	占采购总额比例
2020 年上半年较 2019 年新增的前五大供应商			
1	广东伟恒建筑工程有限公司	1,395.67	5.55%
2	四川省志翔劳务有限公司	1,017.60	4.05%
合计		**2,413.27**	**9.59%**
2019 年较 2018 年新增的前五大供应商			
1	武汉紫江企业有限公司	4,130.13	4.58%
2	中粮糖业有限公司	3,865.34	4.28%
3	金华美之源商贸有限公司	3,499.88	3.88%
4	厦门唯康食品科技有限公司	2,729.69	3.02%
合计		**14,225.04**	**15.76%**
2018 年较 2017 年新增的前五大供应商			
1	湛江市佳烨置业有限公司	6,190.48	5.49%
2	广东华兴玻璃股份有限公司	2,547.91	2.26%

序号	供应商名称	采购金额（万元）	占采购总额比例
合计		**8,738.39**	**7.75%**

①2020 年 1-6 月较 2019 年新增的前五大供应商变化原因

A、广东伟恒建筑工程有限公司

新增广东伟恒建筑工程有限公司的原因是 2020 年新增年产 13.65 万吨饮料、罐头项目的工业厂房建设。

B、四川省志翔劳务有限公司

报告期内四川省志翔劳务有限公司一直为发行人重要的劳务服务提供商，发行人报告期内持续对其进行劳务采购。

②2019 年较 2018 年新增的前五大供应商变化原因

A、武汉紫江企业有限公司

新增武汉紫江企业有限公司的原因是 2018 年发行人新采购了 2 台西得乐无菌生产设备，该设备可自行吹制 PET 瓶，启用需购大量瓶胚，而无菌中性蛋白饮料对瓶胚质量稳定性、气密性要求都非常高，通过价格对比、质量保障和供货能力等多方面综合评估，发行人选择武汉紫江企业有限公司作为供应商。

B、中粮糖业有限公司

中粮糖业有限公司为白砂糖供应商，白砂糖作为大宗商品，其价格较为透明，发行人选择供应商时一般关注价格和供货服务。每次订单时，寻三家以上白糖供应商报价，同时对比网上白糖期货价格走势，并对比其他工厂同期价格比较，选择报价较低的供应商，因此报告期内，白糖供应商变化较多，但其采购总量未发生明显变化。2018 年起，各生产工厂的白砂糖采购业务统一由集团与中粮糖业合作，中粮糖业除白糖价格有优势以外，信用额度高。

C、金华美之源商贸有限公司

金华美之源商贸有限公司为发行人提供进口生榨椰肉汁的供应商。生榨椰肉汁供应商在不同时间会在报关费用、船运费等方面有差异，发行人根据各合格供应商的报价高低及运途时间长短来选择合作量。2019 年因金华美之源所供应的

生榨椰肉汁价格更具有竞争性，因此其采购金额大幅度上升。

D、厦门唯康食品科技有限公司

厦门唯康食品科技有限公司为发行人供应复配乳化剂等原材料辅料，其产品主要用于公司椰子汁饮料、乳酸菌等产品。厦门唯康食品科技有限公司是国内专业研发、生产、销售复配乳化增稠剂的高科技企业。现形成了植物蛋白饮料系列、谷物饮料系列、酸性乳饮料系列、中性乳制品、果蔬汁饮料系列等 5 大类产品，20 多个品种的完善产品体系。同时，唯康食品与国内多个高校和科研机构合作，并引进美国乳制品稳定技术建立了基础实验室，应用研发室等，形成了自身的产品研发优势。欢乐家自生产植物蛋白饮料以来，一直与厦门唯康进行合作，因饮料产品的产量逐年增加，所以采购量逐年增大，并成为发行人前五大供应商。

③2018 年较 2017 年新增的前五大供应商变化原因

A、湛江市佳烨置业有限公司

2018 年 4 月 13 日，发行人与湛江市佳烨置业有限公司签订了《商品房买卖合同（预售）》，约定由公司向其购买其坐落于湛江经济技术开发区人民大道中 71 号的欢乐家大厦 28、29、31、32 层作为办公场地使用，商品房规划用途均为办公，因此湛江市佳烨置业有限公司成为新增前五大供应商之一。

B、广东华兴玻璃股份有限公司

广东华兴玻璃股份有限公司 2018 年采购金额及采购占比较 2017 年明显增加，主要系该公司为目前全国玻璃行业领先的包装企业，规模较大且质量较有保证，为提高欢乐家玻璃瓶产品的质量，发行人根据性价比对比，将其他供应商的份额集中分配到该公司，以获取更多的价格优惠折扣。

（3）报告期各期前五大供应商及新增主要供应商的基本情况

报告期内各期前五大供应商及相比上期新增的前十大供应商的基本情况如下：

序号	合并供应商名称	单体供应商名称	股权结构	实际控制人	注册时间	注册资本（万元）	实收资本（万元）	经营范围	首次合作时间
1	金华美之源商贸有限公司	金华美之源商贸有限公司	陈艳 70%、吴卢俊 30%	陈艳	2015-05-27	100	-	许可项目：食品经营；货物进出口；技术进出口；进出口代理。一般项目：食品添加剂销售；化妆品批发；化妆品零售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；劳动保护用品销售；五金产品批发；五金产品零售；金属材料销售；礼品花卉销售；汽车零配件批发；汽车零配件零售；自行车及零配件批发；自行车及零配件零售；摩托车及零配件批发；摩托车及零配件零售；机械设备销售；仪器仪表销售；电子专用设备销售；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机软硬件及辅助设备批发；通讯设备销售；玩具销售；橡胶制品销售；办公用品销售；体育用品及器材批发；体育用品及器材零售；服装服饰批发；服装服饰零售；针纺织品销售；纸制品销售；家用电器销售；厨具卫具及日用杂品批发；厨具卫具及日用杂品零售	2018
2	广东伟恒建筑工程有限公司	广东伟恒建筑工程有限公司	叶美卿 70%、尹武参 30%	叶美卿	1985-03-15	16,038	3,108	房屋建筑工程施工总承包，市政公用工程施工总承包，水利水电工程施工总承包，公路工程施工总承包，地基基础工程，钢结构工程，建筑装修装饰工程，城市及道路照明工程，环保工程，土石方工程，施工劳务，城市园林绿化，航道疏浚施工；广告设计，制作、发布；销售：建筑材料，装饰材料；房地产开发经营	2019
3	武汉紫江企业有限公司	武汉紫江企业有限公司	上海紫江企业集团股份有限公司 100%	沈雯	2002-06-25	12,800.0767	12,800.0767	生产销售高阻隔、高耐热、高强度工程塑料、塑料合金、食品用塑料包装容器及相关产品；仓储服务（不含化学危险品）	2018
4	厦门唯康食品科技有限公司	厦门唯康食品科技有限公司	陈晓莹 45%、邹烨 22.5%、肖春梅 22.5%、卢华 10%	陈晓莹	2012-02-28	2,000	500	工程和技术研究和试验发展；食品添加剂制造；其他预包装食品批发；食品添加剂批发；其他未列明批发业（不含需经许可审批的经营项目）；谷物、豆及薯类批发；其他农牧产品批发；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国	2015

序号	合并供应商名称	单体供应商名称	股权结构	实际控制人	注册时间	注册资本（万元）	实收资本（万元）	经营范围	首次合作时间
								家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；其他机械设备及电子产品批发；其他农产品仓储	
5	四川省志翔劳务有限公司	四川省志翔劳务有限公司	殷健 75%、殷伽 25%	殷健	2010-03-16	3,000	200	建筑劳务分包；房屋建筑工程、通信工程、建筑装修装饰工程；土石方工程服务、园林绿化工程、市政公用工程；公路路面工程；公路路基工程；公路交通工程；机械设备租赁；商务服务业；装卸搬运；仓储业	2016
6	中粮糖业有限公司	中粮糖业有限公司	中粮屯河糖业股份有限公司 100%	中粮集团	2012-07-03	15,000	5,000	销售食品；货物进出口、技术进出口、代理进出口；经济贸易咨询	2018
		中粮糖业（天津）有限公司	中粮屯河糖业股份有限公司 100%	中粮集团	2018-09-27	10,000	-	食品销售；农副产品、初级农产品、食品添加剂、种子、饲料、化肥、木制品、包装材料、机械设备及配件、钢材、环保设备、塑料制品、五金交电批发兼零售；食品生产加工（限分支机构经营）；仓储；自营和代理货物及技术的进出口；贸易经纪与代理；国内货运代理；海上、陆路、航空国际货物运输代理（含多式联运代理）；装卸搬倒；清洁服务；道路货物运输；租赁业务；贸易咨询服务	
7	中山市利民塑料有限公司	中山市利民塑料有限公司	邓培福 40%、邓永福 30%、卢钜兴 30%	邓培福	2006-03-16	50	50	生产、销售：塑料制品（不含废旧塑料加工）	2007
		湖北华塑包装材料有限公司	梁金棠 90%、覃勇 10%		2016-11-09	110	-	塑料制品、包装材料生产及销售（不含危化品）	
		临沂晋益塑料包装材料有限公司	梁金棠 70%、孔祥业 30%		2015-12-18	100	-	塑料制品、包装材料生产、销售	

序号	合并供应商名称	单体供应商名称	股权结构	实际控制人	注册时间	注册资本（万元）	实收资本（万元）	经营范围	首次合作时间
		湛江市湛利塑料有限公司	蔡春农 100%		2015-12-16	50	-	生产、销售：塑料制品	
8	湛江市佳烨置业有限公司	湛江市佳烨置业有限公司	广东高地实业有限公司 60%、李日荣 40%	李日荣	2007-11-21	2,000	2,000	房地产开发经营；物业管理；商铺出租；室内外装饰工程	2018
9	苏美达国际技术贸易有限公司	苏美达国际技术贸易有限公司	江苏苏美达集团有限公司工会 65%、江苏苏美达集团有限公司 35%	中国机械工业集团有限公司	1999-03-12	41,100	41,100	自营和代理各类商品及技术的进出口业务，工程招标代理、咨询，工程监理，工程造价预算。经营进料加工和“三来一补”业务，经营对外贸易和转口贸易，金属材料、矿产品、煤炭、建筑材料、纺织原料、化工产品及原料、沥青、燃料油及润滑油的批发和销售（不含危险化学品）、初级农产品的批发和销售。技术推广和科技交流服务，商务商品信息咨询，仓储，实物租赁，境内劳务派遣，医疗器械的经营，危险化学品批发（按许可证所列范围经营）。成品油批发；成品油零售；第二类增值电信业务；互联网销售（除销售需要许可的商品）	2017
10	西得乐机械（北京）有限公司	西得乐机械（北京）有限公司	法国西得乐集团有限公司 100%	法国西得乐集团有限公司	2005-11-07	1,670 万美元	1,670 万美元	生产饮料、啤酒、乳制品、日用化学、制药工业专用机械设备；饮料、啤酒、乳制品、日用化学、制药工业专用机械设备的开发、批发、佣金代理（拍卖除外）；技术培训、技术服务；货物进出口（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）；自产设备租赁。	2017
11	上海格信商贸有限公司	上海格信商贸有限公司	上海格信食品科技有限公司 51%、杨东 49%	陈炳棠	2012-03-15	500	291	食品流通，食品添加剂、机械设备及配件、餐饮用具、食用农产品、化妆品、化工产品及原料（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、光学产品、电子产品及配件、金属材料、电线电缆、建材、塑料制品、五金交电、眼镜及配件、纺织品、通讯产品、汽车零配件的销售，光学、	2015

序号	合并供应商名称	单体供应商名称	股权结构	实际控制人	注册时间	注册资本（万元）	实收资本（万元）	经营范围	首次合作时间
								电子及食品领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），市场营销策划，会务会展服务，电脑图文设计、制作，从事货物和技术的进出口业务，自有设备租赁	
		苏州二龙贸易有限公司	陈炳棠 70%、陈炳新 30%		2006-06-16	500	500	批发：预包装食品，乳制品（含婴幼儿配方乳粉）。国内贸易；商品信息咨询；食品生产技术研究；销售：食品添加剂、大米；自营和代理各类商品和技术的进出口业务	
		上海格信健康科技有限公司	陈炳棠 51%、阮海虹 49%		2004-04-15	1,000	1,000	日用化妆品、化工原料、食品专业领域内从事技术转让、技术咨询、技术开发、技术服务；饲料添加剂、化工原料（除危险品及专项规定）、日用化妆品、食品添加剂、预包装食品（含冷冻冷藏，不含熟食卤味）、散装食品（非直接入口食品）、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）销售；从事货物及技术的进出口业务	
12	江苏鲁糖贸易有限公司	江苏鲁糖贸易有限公司	孟祥云 100%	孟祥云	2016-07-13	1,000	1,000	预包装食品销售	2016
13	广东华兴玻璃股份有限公司	大冶市华兴玻璃有限公司	广东华兴玻璃股份有限公司 100%	李深华	2003-02-25	16,000	16,000	制造、销售日用玻璃制品、塑料制品、金属制品；经营本企业自产产品及技术的出口业务；经营本企业生产所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进口业务，企业管理咨询、财务管理咨询	2001
		福建华兴玻璃有限公司	广东华兴玻璃股份有限公司 100%		2006-11-28	8,000	8,000	生产销售日用玻璃制品；经营本企业自产产品及技术的出口业务；经营本企业生产所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进口业务	
		广东华兴玻璃股份有限公司	李深华 45.3688%、李智校		2001-02-19	45,651.5591	45,651.5591	制造、销售：日用玻璃制品，塑料制品，金属制品；经营本企业自产产品及技术的出口业务；经营本企业生产所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进口业务，企业管	

序号	合并供应商名称	单体供应商名称	股权结构	实际控制人	注册时间	注册资本（万元）	实收资本（万元）	经营范围	首次合作时间
			24.6312%、李江华 17.2817%、李志昌 12.7183%					理咨询、财务管理咨询	
		河北华兴玻璃有限公司	广东华兴玻璃股份有限公司 100%		2007-08-20	5,500	5,500	制造销售日用制造销售日用玻璃制品；经营本企业自产产品及技术的出口业务；经营本企业所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进出口业务玻璃制品	
		湖南华兴玻璃有限公司	广东华兴玻璃股份有限公司 100%		2011-06-28	5,000	5,000	日用玻璃制品、塑料制品、金属制品的制造和销售；经营本企业自产产品及技术的出口业务；经营本企业生产所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进出口业务	
		江苏华兴玻璃有限公司	广东华兴玻璃股份有限公司 100%		2006-06-20	11,000	11,000	日用玻璃制品、塑料制品、金属制品制造、销售，经营本企业生产所需要的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进出口业务，自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或者进出口的商品和技术除外），货物装卸及搬运，不动产租赁	
		浙江华兴玻璃有限公司	广东华兴玻璃股份有限公司 100%		2006-07-21	10,000	10,000	玻璃制品（不含医疗器械）、塑料制品（不含废旧塑料加工）制造、加工、销售；货物进出口和技术进出口	
		河南华兴玻璃有限公司	广东华兴玻璃股份有限公司 100%		2006-09-07	7,500	7,500	制造与销售日用玻璃制品、塑料制品；货物进出口、技术进出口	
14	宜昌千慧劳务有限公司	宜昌千慧劳务有限公司	张茁成 90%、袁华 10%	张茁成	2015-09-16	200	-	搬运装卸（不含港埠作业）；保洁服务（不含生活垃圾清扫及清运处理服务）；水果加工；仓储服务（不含石油、成品油、危险爆炸及国家限制经营品种仓储服务）；绿化维护；建筑设施、道路维护；停车服务；工程设备租赁；劳保用品、建材、管件阀门销售；机械设备（不含特种设备）、管道（不含压力管道）安	2018

序号	合并供应商名称	单体供应商名称	股权结构	实际控制人	注册时间	注册资本（万元）	实收资本（万元）	经营范围	首次合作时间
								装；水电安装（不含电力设施承装承修）；钢结构设计、制作、安装	
15	湖北华艺包装印刷科技有限公司	湖北华艺包装印刷科技有限公司	武汉华艺柔印环保科技有限公司 100%	许晓光	2014-12-15	2,000	-	包装制品研发、设计、制造、销售；包装装潢印刷品印刷；包装印刷材料及设备销售；自营、代理企业产品及技术进出口业务（国家限制或禁止的除外）；塑料制品销售；普通货运；房屋、厂房出租；仓储服务（不含危化品）；印刷技术研发、推广	2015
		新乡合兴环保科技有限公司	郑州合兴包装有限公司 100%		2014-03-10	3,000	1,000	包装制品的研发、设计、生产、销售；包装制品、包装装潢印刷；印刷技术研发、咨询服务；仓储物流	
16	湖北吉源印铁制罐有限公司	湖北吉源印铁制罐有限公司	厦门吉源企业有限公司 75%、GREEN LEAF HOLDINGS LIMITED 25%	GREEN LEAF HOLDINGS LIMITED	2009-09-21	6,300	6,300	从事马口铁及纸器、瓶器、塑料的彩印加工和生产、加工各种饮料、食品的配套制罐、制箱	2015
		安徽吉源印铁有限公司	GREEN LEAF HOLDINGS LIMITED 100%		2011-11-11	1,550 万美元	499.999 万美元	生产和加工、销售马口铁及纸器、瓶器、塑料的彩印（凭许可证在有效期内经营）、各种饮料、食品的配套制罐、制箱；自有厂房租赁	
17	佛山市三水区隐雪食品有限公司	佛山市三水区隐雪食品有限公司	广东隐雪集团有限公司 50%、丘敬华 26%、丘子安 12%、丘子平 12%	丘敬安	2001-8-31	1,000	1,000	生产、经营：罐头食品、饮料；文化活动组织、策划、交流服务；收购与其经营范围相关的红豆，苡仁，糯米及其他生产用原料；经营和代理各类商品及技术的进出口业务	2019
18	无锡华鹏瓶盖	无锡华鹏瓶盖有限	中粮包装美特（香港）有限	中粮包装美特	1991-10-21	2,500 万美元	2,500 万美元	生产各种瓶盖和封盖机械。金属包装物品的照相制版及印刷	2001

序号	合并供应商名称	单体供应商名称	股权结构	实际控制人	注册时间	注册资本（万元）	实收资本（万元）	经营范围	首次合作时间
	有限公司	公司	公司 84.48%、无锡瓶盖总厂 15.52%	（香港）有限公司					
19	海南绿邦食品贸易有限公司	海南绿邦食品贸易有限公司	符斌 50%、周清 50%	符斌	2015-05-27	100	-	农副产品、茶叶、保健食品、饮料、罐头食品的生产加工与销售，生榨椰肉汁及销售	2017
20	山东福贞金属包装有限公司	山东福贞金属包装有限公司	英属维尔京群岛福天控股有限公司 100%	庄素贞	2007-08-10	5,800 万美元	1,800 万美元	设计、制造各类金属包装容器，包装装潢印刷品印刷（有效期以印刷经营许可证为准)，销售本公司生产的产品；提供相关技术服务、技术咨询	2015
		湖北福贞金属包装有限公司	Joubert Holdings Limited 100%		2013-04-08	1,000 万美元	680.213 万美元	马口铁空罐及金属包装制品（厚度 0.3 毫米以下）的制造与加工（包括制品的内外印涂加工）；提供机械安装技术转移	

注：实收资本系根据企业信用信息系统查询，部分企业可能存在实缴注册资本变化但未及时在工商登记备案的情况

（4）报告期内主要供应商变动较为频繁的原因及合理性

行业特点决定了发行人存在向不同供应商采购相同或相似产品的情况。其中，发行人采购的主要原材料、包装材料等生产资料均存在充分竞争的公开市场，能满足发行人采购需求的合格供应商数量较多，发行人综合供应商的产品质量、服务质量、供货能力等因素择优选择供应商，发行人在报告期内更换供应商，不会对发行人采购和经营产生重大影响。报告期内主要供应商的变动具有一定的合理性，也符合行业的整体情况。

6、不同采购类别前五大供应商情况

（1）不同采购类别前五大供应商采购具体内容、金额及占比情况

发行人采购的主要物资包括原材料、包装材料、劳务、能源和工程设备等。

按同一控制合并口径，不同采购类别的前五大供应商的采购金额和占比情况如下：

①原材料

单位：万元

序号	合并供应商名称	具体采购内容	采购金额	占同类采购比
2020 年 1-6 月				
1	金华美之源商贸有限公司	生榨椰肉汁	1,873.08	20.21%
2	厦门唯康食品科技有限公司	添加剂	1,045.73	11.28%
3	上海格信商贸有限公司	添加剂	763.54	8.24%
4	路易达孚（中国）贸易有限责任公司	糖类	377.41	4.07%
5	山东新星集团有限公司	糖类	343.17	3.70%
合计			**4,402.93**	**47.50%**
2019 年				
1	中粮糖业有限公司	糖类	3,865.34	11.40%
2	金华美之源商贸有限公司	生榨椰肉汁	3,499.88	10.33%
3	厦门唯康食品科技有限公司	添加剂	2,729.69	8.05%
4	上海格信商贸有限公司	添加剂	2,551.28	7.53%
5	山东新星集团有限公司	糖类	1,235.10	3.64%

序号	合并供应商名称	具体采购内容	采购金额	占同类采购比
合计			**13,881.29**	**40.96%**
2018 年				
1	上海格信商贸有限公司	添加剂	2,545.52	6.93%
2	厦门唯康食品科技有限公司	添加剂	2,000.52	5.45%
3	海南绿邦食品贸易有限公司	生榨椰肉汁	1,922.74	5.24%
4	广州市瑞得沣进出口贸易有限公司	生榨椰肉汁	1,703.18	4.64%
5	武汉雅逸丰行商贸有限公司	糖类	1,506.12	4.10%
合计			**9,678.09**	**26.36%**
2017 年				
1	江苏鲁糖贸易有限公司	糖类	2,189.29	5.82%
2	海南绿邦食品贸易有限公司	生榨椰肉汁	1,900.43	5.06%
3	临沂奇伟罐头食品有限公司	水果	1,601.36	4.26%
4	上海格信商贸有限公司	添加剂	1,445.61	3.85%
5	文昌壮苗食品有限公司	生榨椰肉汁	1,418.15	3.77%
合计			**8,554.85**	**22.76%**

②包装材料

单位：万元

序号	合并供应商名称	具体采购内容	采购金额	占同类采购比
2020 年 1-6 月				
1	武汉紫江企业有限公司	饮料瓶	1,303.61	14.87%
2	中山市利民塑料有限公司	饮料瓶	984.51	11.23%
3	广东华兴玻璃股份有限公司	罐头瓶/饮料瓶	740.56	8.45%
4	湖北华艺包装印刷科技有限公司	纸箱	520.84	5.94%
5	湖北吉源印铁制罐有限公司	饮料瓶/盖、八宝粥罐	488.90	5.58%
合计			**4,038.43**	**46.07%**
2019 年				
1	武汉紫江企业有限公司	饮料瓶	4,130.13	13.30%
2	中山市利民塑料有限公司	饮料瓶	3,019.13	9.72%
3	湖北吉源印铁制罐有限公司	饮料瓶/盖	2,644.29	8.51%

序号	合并供应商名称	具体采购内容	采购金额	占同类采购比
4	广东华兴玻璃股份有限公司	罐头瓶/饮料瓶	2,230.91	7.18%
5	无锡华鹏瓶盖有限公司	罐头盖/饮料盖	2,025.67	6.52%
合计			**14,050.11**	**45.24%**
2018 年				
1	中山市利民塑料有限公司	饮料瓶	8,343.49	23.17%
2	广东华兴玻璃股份有限公司	罐头瓶/饮料瓶	2,547.91	7.08%
3	无锡华鹏瓶盖有限公司	罐头盖/饮料盖	1,977.00	5.49%
4	山东福贞金属包装有限公司	饮料瓶/盖	1,849.40	5.14%
5	湖北吉源印铁制罐有限公司	饮料瓶/盖	1,759.19	4.89%
合计			**16,477.00**	**45.76%**
2017 年				
1	中山市利民塑料有限公司	饮料瓶	7,258.05	23.52%
2	山东福贞金属包装有限公司	饮料瓶/盖	1,662.79	5.39%
3	湖北吉源印铁制罐有限公司	饮料瓶/盖	1,453.34	4.71%
4	湖北华艺包装印刷科技有限公司	纸箱	1,300.86	4.21%
5	山东华升玻璃有限公司	罐头瓶	1,129.56	3.66%
合计			**12,804.60**	**41.49%**

③劳务

单位：万元

序号	合并供应商名称	具体采购内容	采购金额	占同类采购比
2020 年 1-6 月				
1	四川省志翔劳务有限公司	巡店、理货、促销	1,017.60	46.29%
2	宜昌千慧劳务有限公司	生产、搬运装卸	548.21	24.94%
3	枣庄龙腾人力资源有限公司	生产、搬运装卸	392.40	17.85%
4	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	生产、搬运装卸	80.84	3.68%
5	汉川市鑫发装卸搬运服务有限公司	搬运装卸	34.61	1.57%
合计			**2,073.67**	**94.33%**
2019 年				
1	宜昌千慧劳务有限公司	生产、搬运装卸	2,302.25	33.76%

序号	合并供应商名称	具体采购内容	采购金额	占同类采购比
2	枣庄龙腾人力资源有限公司	生产、搬运装卸	2,207.16	32.37%
3	四川省志翔劳务有限公司	理货、促销	1,478.00	21.68%
4	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	生产、搬运装卸	275.43	4.04%
5	湖北职多多网络科技有限公司	生产	112.56	1.65%
合计			**6,375.40**	**93.50%**
2018 年				
1	四川省志翔劳务有限公司	巡店、理货、促销	2,256.82	28.57%
2	枣庄龙腾人力资源有限公司	生产、搬运装卸	1,604.69	20.31%
3	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	生产、搬运装卸	1,388.67	17.58%
4	宜昌千慧劳务有限公司	生产、搬运装卸	915.73	11.59%
5	湛江市顺欣达劳务有限公司	生产、搬运装卸	790.56	10.01%
合计			**6,956.47**	**88.05%**
2017 年				
1	四川省志翔劳务有限公司	生产、巡店、理货、促销、搬运装卸	5,635.43	65.08%
2	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	生产、搬运装卸	1,490.02	17.21%
3	枣庄龙腾人力资源有限公司	生产、搬运装卸	411.99	4.76%
4	湛江市顺欣达劳务有限公司	生产、搬运装卸	318.48	3.68%
5	蒙阴县凤凰峪水果加工点	加工	83.42	0.96%
合计			**7,939.34**	**91.68%**

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：

A、各类型前五大劳务供应商采购金额和占比

a、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%

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

b、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

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%**

c、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%**
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%

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		**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%**

d、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%
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			

序号	合并供应商名称	采购金额	占同类劳务采购金额比
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，各类型前五大劳务供应商的采购比例基本在 90%以上。

B 、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 90%、袁华 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 92.50%、马广彬 2.50%、 段成彪 2.50%、黄兆文 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 75%、殷伽 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 55%、魏锐 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 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 28%、梁杰 24%、王权妹 24%、李倩 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 60%、肖林平 40%	付金法

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
9	枝江市宏盈农产品加工经营部	2016-10-24	-	湖北省宜昌市	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	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	吴忠文	吴忠文
12	枝江市李新国搬运经营部	2018-03-07	-	湖北省宜昌市	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 100%	公茂朋

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。

④能源

单位：万元

序号	供应商名称	具体采购内容	采购金额	占同类采购比
2020 年 1-6 月				
1	国网湖北省电力有限公司汉川市供电公司	电	333.33	26.62%
2	蒙阴百通宏达热力有限公司	蒸汽	240.92	19.24%
3	国电长源汉川第一发电有限公司	蒸汽	230.06	18.37%
4	国网山东省电力公司蒙阴县供电公司	电	220.94	17.65%
5	宜昌佳裕环保能源科技有限公司	蒸汽	88.92	7.10%
合计			**1,114.16**	**88.98%**
2019 年				
1	国网湖北省电力有限公司汉川市供电公司	电	1,024.93	23.76%
2	蒙阴百通宏达热力有限公司	蒸汽	844.66	19.58%
3	国电长源汉川第一发电有限公司	蒸汽	785.60	18.21%
4	国网山东省电力公司蒙阴县供电公司	电	586.06	13.59%
5	宜昌佳裕环保能源科技有限公司	蒸汽	426.43	9.89%
合计			**3,667.68**	**85.03%**
2018 年				
1	国网湖北省电力有限公司汉川市供电公司	电	877.29	19.22%

序号	供应商名称	具体采购内容	采购金额	占同类采购比
2	国电长源汉川第一发电有限公司	蒸汽	822.43	18.02%
3	国网山东省电力公司蒙阴县供电公司	电	673.95	14.76%
4	山东奥德燃气有限公司蒙阴分公司	天然气	406.81	8.91%
5	宜昌佳裕环保能源科技有限公司	蒸汽	350.65	7.68%
合计			**3,131.13**	**68.59%**
2017 年				
1	国电长源汉川第一发电有限公司	蒸汽	675.84	19.24%
2	国网湖北省电力有限公司汉川市供电公司	电	586.33	16.69%
3	国网山东省电力公司蒙阴县供电公司	电	475.36	13.53%
4	湛江新奥燃气有限公司	天然气	335.13	9.54%
5	枝江市天然气有限责任公司	天然气	324.92	9.25%
合计			**2,397.57**	**68.26%**

注：为更清晰体现发行人不同生产子公司采购能源的情况，上表未对国家电网的下属主体进行同一控制下的合并披露

⑤工程设备

单位：万元

序号	合并供应商名称	具体采购内容	采购金额	占同类采购比
2020 年 1-6 月				
1	广东伟恒建筑工程有限公司	工程	1,395.67	73.78%
2	西得乐机械（北京）有限公司	设备	107.96	5.71%
3	湛江市土木建筑工程公司南油分公司	工程	72.23	3.82%
4	利乐包装（昆山）有限公司	设备	38.73	2.05%
5	临沂天翔五金机电有限公司	设备	26.13	1.38%
合计			**1,640.72**	**86.74%**
2019 年				
1	广东伟恒建筑工程有限公司	工程	1,147.91	17.44%
2	湖北中煤地新奥建设有限公司	工程	735.35	11.17%
3	湖北凌峰建筑工程有限公司	工程	460.21	6.99%
4	泉州市鲤中食品机械有限公司	设备	368.14	5.59%

序号	合并供应商名称	具体采购内容	采购金额	占同类采购比
5	西得乐机械（北京）有限公司	设备	225.61	3.43%
合计			**2,937.22**	**44.63%**
2018 年				
1	湛江市佳烨置业有限公司	房产	6,190.48	28.41%
2	苏美达国际技术贸易有限公司	设备	3,430.23	15.74%
3	西得乐机械（北京）有限公司	设备	2,938.93	13.49%
4	上海普丽盛三环食品设备工程有限公司	设备	772.05	3.54%
5	湖北中煤地新奥建设有限公司	工程	731.90	3.36%
合计			**14,063.59**	**64.55%**
2017 年				
1	苏美达国际技术贸易有限公司	设备	3,554.11	25.37%
2	西得乐机械（北京）有限公司	设备	2,219.66	15.84%
3	山东蒙阴建业有限公司	工程	1,536.92	10.97%
4	湖北中煤地新奥建设有限公司	工程	1,010.96	7.22%
5	江苏新美星包装机械股份有限公司	设备	938.46	6.70%
合计			**9,260.11**	**66.10%**

（2）不同采购类别下发行人与前五大供应商的合作背景、与发行人交易金额占其自身主营收入比重情况

序号	合并供应商名称	合作背景	与发行人交易金额占其自身收入比例
原材料供应商			
1	中粮糖业有限公司	供应商主动联系	20%以下
2	金华美之源商贸有限公司	采购人员开发	20%-50%
3	厦门唯康食品科技有限公司	供应商主动联系	20%-50%
4	上海格信商贸有限公司	采购人员开发	20%以下
5	山东新星集团有限公司	供应商主动联系	20%以下
6	海南绿邦食品贸易有限公司	采购人员开发	20%-50%
7	广州市瑞得沣进出口贸易有限公司	供应商主动联系	20%以下
8	武汉雅逸丰行商贸有限公司	供应商主动联系	20%-50%
9	江苏鲁糖贸易有限公司	供应商主动联系	20%-50%

10	临沂奇伟罐头食品有限公司	供应商主动联系	20%以下
11	文昌壮苗食品有限公司	采购人员开发	20%-50%
12	路易达孚（中国）贸易有限责任公司	供应商主动联系	20%以下
包材供应商			
1	武汉紫江企业有限公司	采购人员开发	20%以下
2	中山市利民塑料有限公司	供应商主动联系	50%-80%
3	湖北吉源印铁制罐有限公司	供应商主动联系	20%以下
4	广东华兴玻璃股份有限公司	供应商主动联系	20%以下
5	无锡华鹏瓶盖有限公司	展销会洽谈	20%以下
6	山东福贞金属包装有限公司	采购人员开发	20%以下
7	湖北华艺包装印刷科技有限公司	供应商联系	20%以下
8	山东华升玻璃有限公司	供应商主动联系	80%以上
劳务供应商			
1	宜昌千慧劳务有限公司	采购人员开发	20%-50%
2	枣庄龙腾人力资源有限公司	供应商主动联系	20%以下
3	四川省志翔劳务有限公司	行政部人员开发	20%-50%
4	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	供应商主动联系	20%-50%
5	湖北职多多网络科技有限公司	行政部人员开发	20%以下
6	湛江市顺欣达劳务有限公司	供应商主动联系	20%-50%
7	蒙阴县凤凰峪水果加工点	采购人员开发	20%-50%
8	汉川市鑫发装卸搬运服务有限公司	供应商主动联系	20%-50%
能源供应商			
1	国网湖北省电力有限公司汉川市供电公司	设备部联系	20%以下
2	蒙阴百通宏达热力有限公司	设备部联系	20%以下
3	国电长源汉川第一发电有限公司	设备部联系	20%以下
4	国网山东省电力公司蒙阴县供电公司	设备部联系	20%以下
5	宜昌佳裕环保能源科技有限公司	设备部联系	20%以下
6	山东奥德燃气有限公司蒙阴分公司	设备部联系	20%以下
7	湛江新奥燃气有限公司	设备部联系	20%以下
8	枝江市天然气有限责任公司	设备部联系	20%以下
工程设备供应商			
1	广东伟恒建筑工程有限公司	招投标	20%以下
2	湖北中煤地新奥建设有限公司	招投标	20%以下
3	湖北凌峰建筑工程有限公司	供应商主动联系	20%以下

4	泉州市鲤中食品机械有限公司	招投标	20%以下
5	西得乐机械（北京）有限公司	供应商主动联系	20%以下
6	湛江市佳烨置业有限公司	关联方	20%以下
7	苏美达国际技术贸易有限公司	供应商主动联系	20%以下
8	上海普丽盛三环食品设备工程有限公司	采购人员开发	20%以下
9	山东蒙阴建业有限公司	招投标	80%以上
10	江苏新美星包装机械股份有限公司	供应商主动联系	20%以下
11	湛江市土木建筑工程公司南油分公司	采购人员开发	20%以下
12	利乐包装（昆山）有限公司	供应商主动联系	20%以下
13	临沂天翔五金机电有限公司	采购人员开发	20%-50%

（3）不同类别前五大供应商的股权结构，实际控制人等基本情况

序号	合并供应商名称	单体供应商名称	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
原材料供应商							
1	中粮糖业有限公司	中粮糖业有限公司	2012-07-03	15,000	北京市	中粮屯河糖业股份有限公司 100%	中粮集团
		中粮糖业（天津）有限公司	2018-09-27	10,000	天津市	中粮屯河糖业股份有限公司 100%	
2	金华美之源商贸有限公司	金华美之源商贸有限公司	2015-05-27	100	浙江省金华市	陈艳 70%、吴卢俊 30%	陈艳
3	厦门唯康食品科技有限公司	厦门唯康食品科技有限公司	2012-02-28	2,000	福建省厦门市	陈晓莹 45%、邹烨 22.5%、肖春梅 22.5%、卢华 10%	陈晓莹
4	上海格信商贸有限公司	上海格信商贸有限公司	2012-03-15	500	上海市	上海格信食品科技有限公司 51%、杨东 49%	陈炳棠
		苏州二龙贸易有限公司	2006-06-16	500	江苏省苏州市	陈炳棠 70%、陈炳新 30%	
		上海格信健康科技有限公司	2004-04-15	1,000	上海市	陈炳棠 51%、阮海虹 49%	
5	山东新星集团有限公司	山东新星集团有限公司	1990-10-10	12,000	山东省淄博市	魏心东 47%、叶艳丽 19.125%、其他自然人股东 14 人合计 33.875%	魏心东
6	海南绿邦食品贸易有限公司	海南绿邦食品贸易有限公司	2015-05-27	100	海南省文昌市	符斌 50%、周清 50%	符斌、周清
7	广州市瑞得沣进出口贸易有限公司	广州市瑞得沣进出口贸易有限公司	2010-04-21	200	广东省广州市	钟宏亮 100%	谢祯基
		凭祥市广通贸易有限公司	2015-01-14	50	广西省凭祥市	黄素英 60%、黄素连 40%	
		广州懿骏贸易有限公司	2018-03-30	100	广东省广州市	蓝嘉祺 100%	
8	武汉雅逸丰行商贸有限公司	武汉雅逸丰行商贸有限公司	2017-08-11	300	湖北省武汉市	危茜 90%、刘璇 10%	危茜

序号	合并供应商名称	单体供应商名称	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
9	江苏鲁糖贸易有限公司	江苏鲁糖贸易有限公司	2016-07-13	1,000	江苏省连云港市	孟祥云 100%	孟祥云
10	临沂奇伟罐头食品有限公司	临沂奇伟罐头食品有限公司	2000-08-22	3,500	山东省临沂市	高伟 71.4286%、李秀芹 28.5714%	高伟
		海南椰玉源食品有限公司第二分厂	2015-06-11	-	海南省海口市	杨玉龙 50%、李亚琼 50%	杨玉龙
		平邑县融信果蔬种植专业合作社	2013-07-01	1,000	山东省临沂市	成员为杨玉龙等 9 人，杨玉龙为法定代表人	
		山东椰海源食品有限公司	2016-02-23	300	山东省临沂市	杨玉龙 35%、杨虎 25%、李波 20%、唐宽才 20%	
		赵县文军梨果种植专业合作社	2016-11-02	351	河北省石家庄市	成员为郑文军等 49 人，郑文军为法定代表人	
11	文昌壮苗食品有限公司	文昌壮苗食品有限公司	2015-10-15	600	海南省文昌市	陈伟 50%、郑爱仙 25%、陈壮 25%	陈伟
12	路易达孚（中国）贸易有限责任公司	路易达孚（中国）贸易有限责任公司	2005-08-15	5,000 万美元	北京市	路易达孚亚洲私人有限公司 100%	路易达孚亚洲私人有限公司
包材供应商							
1	武汉紫江企业有限公司	武汉紫江企业有限公司	2002-06-25	12,800.0767	湖北省武汉市	上海紫江企业集团股份有限公司 100%	沈雯
2	中山市利民塑料有限公司	中山市利民塑料有限公司	2006-03-16	50	广东省中山市	邓培福 40%、邓永福 30%、卢钜兴 30%	邓培福
		湖北华塑包装材料有限公司	2016-11-09	110	湖北省汉川市	梁金棠 90%、覃勇 10%	
		临沂晋益塑料包装材料有限公司	2015-12-18	100	山东省临沂市	梁金棠 70%、孔祥业 30%	

序号	合并供应商名称	单体供应商名称	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
		湛江市湛利塑料有限公司	2015-12-16	50	广东省湛江市	蔡春农 100%	
3	湖北吉源印铁制罐有限公司	湖北吉源印铁制罐有限公司	2009-09-21	6,300	湖北省汉川市	厦门吉源企业有限公司 75%、GREEN LEAF HOLDINGS LIMITED 25%	GREEN LEAF HOLDINGS LIMITED
		安徽吉源印铁有限公司	2011-11-11	1,550 万美元	安徽省滁州市	GREEN LEAF HOLDINGS LIMITED 100%	
4	广东华兴玻璃股份有限公司	大冶市华兴玻璃有限公司	2003-02-25	16,000	湖北省大冶市	广东华兴玻璃股份有限公司 100%	李深华
		福建华兴玻璃有限公司	2006-11-28	8,000	福建省莆田市	广东华兴玻璃股份有限公司 100%	
		广东华兴玻璃股份有限公司	2001-02-19	45,651.5591	广东省佛山市	李深华 45.3688%、李智校 24.6312%、李江华 17.2817%、李志昌 12.7183%	
		河北华兴玻璃有限公司	2007-08-20	5,500	河北省廊坊市	广东华兴玻璃股份有限公司 100%	
		湖南华兴玻璃有限公司	2011-06-28	5,000	湖南省益阳市	广东华兴玻璃股份有限公司 100%	
		江苏华兴玻璃有限公司	2006-06-20	11,000	江苏省宿迁市	广东华兴玻璃股份有限公司 100%	
		浙江华兴玻璃有限公司	2006-07-21	10,000	浙江省嘉兴市	广东华兴玻璃股份有限公司 100%	
		河南华兴玻璃有限公司	2006-09-07	7,500	河南省郑州市	广东华兴玻璃股份有限公司 100%	
5	无锡华鹏瓶盖有限公司	无锡华鹏瓶盖有限公司	1991-10-21	2,500 万美元	江苏省无锡市	中粮包装美特（香港）有限公司 84.48%、无锡瓶盖总厂 15.52%	中粮集团

序号	合并供应商名称	单体供应商名称	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
6	山东福贞金属包装有限公司	山东福贞金属包装有限公司	2007-08-10	5,800 万美元	山东省章丘市	英属维尔京群岛福天控股有限公司 100%	庄素贞
		湖北福贞金属包装有限公司	2013-04-08	1,000 万美元	湖北省鄂州市	Joubert Holdings Limited 100%	
7	湖北华艺包装印刷科技有限公司	湖北华艺包装印刷科技有限公司	2014-12-15	2,000	湖北省汉川市	武汉华艺柔印环保科技有限公司 100%	吕秀英
		新乡合兴环保科技有限公司	2014-03-10	3,000	河南省卫辉市	郑州合兴包装有限公司 100%	
8	山东华升玻璃有限公司	山东华升玻璃有限公司	2010-08-11	1,000	山东省菏泽市	赵建华 90%、赵秀兰 10%	赵建华
劳务供应商							
1	宜昌千慧劳务有限公司	宜昌千慧劳务有限公司	2015-09-16	200	湖北省宜昌市	张茁成 90%、袁华 10%	张茁成
2	枣庄龙腾人力资源有限公司	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 92.50%、马广彬 2.50%、 段成彪 2.50%、黄兆文 2.50%	王洪雷
3	四川省志翔劳务有限公司	四川省志翔劳务有限公司	2010-03-16	3,000	四川省成都市	殷健 75%、殷伽 25%	殷健
4	武汉鑫瑞宏人力资源有限公司	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 55%、魏锐 45%	郑星
5	湖北职多多网络科技有限公司	湖北职多多网络科技有限公司	2018-09-27	200	湖北省汉川市	武汉职多多网络科技有限公司 100%	闫伟
6	湛江市顺欣达劳务有限公司	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 28%、梁杰 24%、王权妹 24%、李倩 24%	吴华明
7	蒙阴县凤凰峪水果加工点	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

序号	合并供应商名称	单体供应商名称	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
8	汉川市鑫发装卸搬运服务有限公司	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 60%、肖林平 40%	付金法
能源供应商							
1	-	国网湖北省电力有限公司汉川市供电公司	2000-04-12	-	湖北省汉川市	总公司：国网湖北省电力有限公司	国家电网有限公司
2	-	蒙阴百通宏达热力有限公司	2017-11-27	3,000	山东省临沂市	江西百通能源股份有限公司 100%	张春龙
3	-	国电长源汉川第一发电有限公司	1998-12-29	8,616.48	湖北省武汉市	国电长源电力股份有限公司 100%	国家能源投资集团有限责任公司
4	-	国网山东省电力公司蒙阴县供电公司	2015-11-25	-	山东省临沂市	总公司：国网山东省电力公司	国家电网有限公司
5	-	宜昌佳裕环保能源科技有限公司	2017-05-04	500	湖北省枝江市	武汉合佳环境工程有限公司 100%	罗红梅
6	-	奥德集团有限公司蒙阴分公司	2008-04-07	-	山东省临沂市	总公司：奥德集团有限公司	林凡连
7	-	湛江新奥燃气有限公司	2004-07-14	8,500	广东省湛江市	新奥（中国）燃气投资有限公司 90%、湛江市腾盛资产经营管理有限公司 10%	新奥能源控股有限公司
8	-	枝江市天然气有限责任公司	1999-11-16	5,000	湖北省枝江市	重庆华源投资有限责任公司 70%、枝江市金润源水务有限公司 30%	胡华琼
工程设备							
1	广东伟恒建筑工程有限公司	广东伟恒建筑工程有限公司	1985-03-15	16,038	广东省湛江市	叶美卿 70%、尹武参 30%	叶美卿

序号	合并供应商名称	单体供应商名称	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
2	湖北中煤地新奥建设有限公司	湖北中煤地新奥建设有限公司	2001-10-18	5,108.90	湖北省宜昌市	罗爱明 33.5943%、王成 33.2028%、王文元 33.2028%	罗爱明
3	湖北凌峰建筑工程有限公司	湖北凌峰建筑工程有限公司	2006-09-15	10,000	湖北省汉川市	吴诗云 54.40%、吴诗雄 18.80%、陈艳爽 10.80%、王引方 8%、孙强 8%	吴诗云
4	泉州市鲤中食品机械有限公司	泉州市鲤中食品机械有限公司	2000-03-07	1,200	福建省泉州市	杨式培 86.6667%、杨智远 13.3333%	杨式培
5	西得乐机械（北京）有限公司	西得乐机械（北京）有限公司	2005-11-07	1,670 万美元	北京市	法国西得乐集团有限公司 100%	法国西得乐集团有限公司
6	湛江市佳烨置业有限公司	湛江市佳烨置业有限公司	2007-11-21	2,000	广东省湛江市	广东高地实业有限公司 60%、李日荣 40%	李日荣
7	苏美达国际技术贸易有限公司	苏美达国际技术贸易有限公司	1999-03-12	41,100	江苏省南京市	江苏苏美达集团有限公司工会 65%、江苏苏美达集团有限公司 35%	中国机械工业集团有限公司
8	上海普丽盛三环食品设备工程有限公司	上海普丽盛三环食品设备工程有限公司	2008-03-03	1,500	上海市	上海普丽盛包装股份有限公司 100%	姜晓伟
9	山东蒙阴建业有限公司	山东蒙阴建业有限公司	1998-09-07	2,100	山东省临沂市	王东伦 17.5024%、其他 23 名自然人合计持股 82.4976%	王东伦
10	江苏新美星包装机械股份有限公司	江苏新美星包装机械股份有限公司	2003-10-28	22,800	江苏省苏州市	何德平 32.53%、何云涛 25.87%，其他股东 41.60%	何德平
11	湛江市土木建筑工程公司南油分	湛江市土木建筑工程公司南油分公司	1993-04-29	-	广东省湛江市	总公司：湛江市土木建筑工程公司	湛江市坡头区财政局

序号	合并供应商名称	单体供应商名称	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
	公司						
12	利乐包装（昆山）有限公司	利乐包装（昆山）有限公司	1994-04-20	4,510 万美元	江苏省昆山市	利乐包亚洲有限公司（TETRA PAK ASIA PTE LTD.）100%	利乐包亚洲有限公司
13	临沂天翔五金机电有限公司	临沂天翔五金机电有限公司	1999-05-27	1,000	山东省临沂市	张晓琳 53%、彭作磊 45.5%、彭作芝 0.5%、张晓玲 0.5%、张继华 0.5%	张晓琳

（4）发行人对上述供应商不存在重大依赖

发行人采购的主要原材料、包装材料等生产资料均存在充分竞争的公开市场，能满足发行人采购需求的合格供应商数量较多，发行人综合供应商的产品质量、服务质量、供货能力等因素择优选择供应商，发行人对单一供应商不存在依赖情况，更换任一供应商均不会对发行人采购和经营产生重大影响。

发行人采购的主要生产资源和能源（包括电力、水、天然气等）主要系向工厂所在地的市政企业或其他具有资质的公司采购，发行人虽较难选择供应商，但按照政府指导价或公开市场价进行采购不存在障碍。

发行人采购的工程设备和外包劳务，均与供应商签订了合作协议。其中工程设备为非日常性采购项目，发行人会审核供应商的资质，与符合条件的供应商谈判并确定施工方或设备提供方。发行人采购外包劳务主要是生产旺季时部分生产工序如水果剥皮、分级等需要劳动力补充，市场上有数量众多的劳务外包服务提供商，发行人按区域就近及服务从优的原则选定供应商。

综上，公司对上述供应商不存在重大依赖。

7、主要原材料和主要包装材料前五大供应商采购情况

（1）主要原材料前五大供应商情况

发行人原材料采购主要包括主材和辅材两部分，主材包括生产罐头产品使用的水果、果瓣与生产饮料产品使用的生榨椰肉汁、浓缩果汁等果类加工品；辅材主要包括糖、食品添加剂与其他。报告期内，前五大主要原材料供应商情况如下：

序号	供应商名称	采购内容	采购数量（万千克）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占原材料采购总额比例
2020 年 1-6 月						
1	金华美之源商贸有限公司	生榨椰肉汁	164.07	11.42	1,873.08	20.21%
2	厦门唯康食品科技有限公司	添加剂	23.85	43.84	1,045.73	11.28%
3	上海格信商贸有限公司	添加剂	13.50	56.56	763.54	8.24%
4	路易达孚（中国）贸易有限责任公司	糖类	73.77	5.12	377.41	4.07%
5	山东新星集团有限公	糖类	65.90	5.21	343.17	3.70%

序号	供应商名称	采购内容	采购数量（万千克）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占原材料采购总额比例
	司					
合计					**4,402.93**	**47.50%**
2019 年						
1	中粮糖业有限公司	糖类	767.07	5.04	3,865.34	11.40%
2	金华美之源商贸有限公司	生榨椰肉汁	451.11	7.76	3,499.88	10.33%
3	厦门唯康食品科技有限公司	添加剂	72.36	37.72	2,729.69	8.05%
4	上海格信商贸有限公司	添加剂	55.33	46.11	2,551.28	7.53%
5	山东新星集团有限公司	糖类	246.26	5.02	1,235.10	3.64%
合计					**13,881.29**	**40.96%**
2018 年						
1	上海格信商贸有限公司	添加剂	50.41	50.50	2,545.52	6.93%
2	厦门唯康食品科技有限公司	添加剂	57.60	34.73	2,000.52	5.45%
3	海南绿邦食品贸易有限公司	生榨椰肉汁	215.69	8.91	1,922.74	5.24%
4	广州市瑞得沣进出口贸易有限公司	生榨椰肉汁	172.48	9.87	1,703.18	4.64%
5	武汉雅逸丰行商贸有限公司	糖类	284.53	5.29	1,506.12	4.10%
合计					**9,678.09**	**26.36%**
2017 年						
1	江苏鲁糖贸易有限公司	糖类	373.61	5.86	2,189.29	5.82%
2	海南绿邦食品贸易有限公司	生榨椰肉汁	144.95	13.11	1,900.43	5.06%
3	临沂奇伟罐头食品有限公司	水果	1,074.99	1.49	1,601.36	4.26%
4	上海格信商贸有限公司	添加剂	25.49	56.71	1,445.61	3.85%
5	文昌壮苗食品有限公司	生榨椰肉汁	106.19	13.35	1,418.15	3.77%
合计					**8,554.85**	**22.76%**

（2）主要包装材料前五大供应商情况

发行人主要包装材料包括瓶、盖、耗材、商标及纸箱等，报告期内，发行人前五大包装材料供应商情况如下：

序号	供应商名称	采购内容	采购数量（万只/个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	占包装材料采购总额比例
2020 年 1-6 月						
1	武汉紫江企业有限公司	饮料瓶	4,093.88	0.32	1,303.61	14.87%
2	中山市利民塑料有限公司	饮料瓶	6,159.20	0.16	984.51	11.23%
3	广东华兴玻璃股份有限公司	罐头瓶/饮料瓶	1,684.91	0.44	740.56	8.45%
4	湖北华艺包装印刷科技有限公司	纸箱	409.37	1.27	520.84	5.94%
5	湖北吉源印铁制罐有限公司	饮料瓶/盖/罐头瓶	1,577.32	0.31	488.90	5.58%
合计					**4,038.43**	**46.07%**
2019 年						
1	武汉紫江企业有限公司	饮料瓶	10,582.10	0.39	4,130.13	13.30%
2	中山市利民塑料有限公司	饮料瓶/盖	10,822.66	0.28	3,019.13	9.72%
3	湖北吉源印铁制罐有限公司	罐头瓶/饮料瓶/盖	5,391.51	0.49	2,644.29	8.51%
4	广东华兴玻璃股份有限公司	罐头瓶/饮料瓶	5,702.09	0.39	2,230.91	7.18%
5	无锡华鹏瓶盖有限公司	罐头盖/饮料盖	12,737.76	0.16	2,025.67	6.52%
合计					**14,050.11**	**45.24%**
2018 年						
1	中山市利民塑料有限公司	饮料瓶	12,563.29	0.66	8,343.49	23.17%
2	广东华兴玻璃股份有限公司	罐头瓶/饮料瓶	5,544.56	0.46	2,547.91	7.08%
3	无锡华鹏瓶盖有限公司	罐头盖	12,190.75	0.16	1,977.00	5.49%
4	山东福贞金属包装有限公司	饮料瓶/盖	6,189.69	0.30	1,849.40	5.14%
5	湖北吉源印铁制罐有限公司	饮料瓶	3,691.88	0.48	1,759.19	4.89%
合计					**16,477.00**	**45.76%**
2017 年						
1	中山市利民塑料有限公司	饮料瓶	10,977.65	0.66	7,258.05	23.52%
2	山东福贞金属包装有限公司	饮料瓶/盖	6,431.16	0.26	1,662.79	5.39%
3	湖北吉源印铁制罐有限公司	饮料瓶	3,099.42	0.47	1,453.34	4.71%
4	湖北华艺包装印刷科技有限公司	纸箱	961.70	1.35	1,300.86	4.21%

序号	供应商名称	采购内容	采购数量（万只/个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	占包装材料采购总额比例
5	广东华兴玻璃股份有限公司	罐头瓶/饮料瓶	2,633.00	0.47	1,228.51	3.98%
合计					**12,903.55**	**41.81%**

（3）向不同供应商采购相同物料的价格是否存在差异以及差异的原因

①主要原材料

报告期内，发行人采购的原材料包括糖类、水果、食品添加剂、果类加工品、奶粉及干货等。发行人向不同供应商采购同类产品单价存在差异的主要原因为采购的产品细分品类不同。以生榨椰肉汁、黄桃、硫化糖和添加剂酪朊酸钠为代表，发行人向上述供应商采购的单价对比情况如下：

单位：元/千克

合并供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
生榨椰肉汁采购单价				
金华美之源商贸有限公司	11.42	7.76	5.87	/
文昌壮苗食品有限公司	11.55	9.57	9.01	13.40
海南绿邦食品贸易有限公司	/	7.14	8.91	13.17
广州市瑞得沣进出口贸易有限公司	/	7.05	9.87	13.60
黄桃采购单价				
临沂奇伟罐头食品有限公司	/	1.21	2.06	1.52
平邑县荣吉果蔬种植专业合作社	/	1.20	2.19	1.63
硫化糖采购单价				
路易达孚（中国）贸易有限责任公司	5.12	5.04	/	/
山东新星集团有限公司	5.21	5.00	4.86	5.77
中粮糖业有限公司	5.42	5.03	4.78	/
武汉雅逸丰行商贸有限公司	/	4.75	5.29	5.78
江苏鲁糖贸易有限公司	/	4.86	5.11	5.84
添加剂酪朊酸钠采购单价				
上海格信商贸有限公司	64.26	57.14	55.95	58.26
厦门唯康食品科技有限公司	65.55	59.29	/	/

注：平邑县荣吉果蔬种植专业合作社为报告期内发行人黄桃的第一大供应商，列示以作比较

可见同种物料的采购价，不同供应商之间的采购单价较为接近，差异原因主要是由

于采购的具体时间、批次、批量、质量等因素导致。2018 年金华美之源商贸有限公司生榨椰肉汁的采购单价较低，主要原因为其从越南进口椰子，越南椰子原料价格低，代理费及运输费也较低；2019 年文昌壮苗食品有限公司生榨椰肉汁的采购单价较高，主要原因是 2019 年 10 月份起原料椰子的价格受产地供求关系的影响迅速上涨，发行人此时期主要向文昌壮苗食品有限公司采购有比较价格优势的印尼进口椰子制成的生榨椰肉汁，采购单价较同年其他供应商高是受采购时市场行情影响。

②主要包装材料

报告期内，发行人采购的包装材料包括饮料瓶、饮料瓶盖、饮料纸箱、饮料商标及罐头瓶、罐头盖、罐头纸箱、罐头商标与包装耗材等。采购单价不同的主要原因是采购的细分产品不同。以罐头瓶-256g 玻璃瓶和饮料瓶-245mL 蓝罐为代表，发行人向上述供应商采购的单价对比情况如下：

单位：元/个

合并供应商名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
罐头瓶-256g 玻璃瓶采购单价				
广东华兴玻璃股份有限公司	0.31	0.31	0.31	0.27
山东华升玻璃有限公司	0.30	0.30	0.29	0.28
饮料瓶-245mL 蓝罐采购单价				
湖北吉源印铁制罐有限公司	0.40	0.47	0.48	0.47
山东福贞金属包装有限公司	0.30	0.42	0.42	0.41

饮料瓶-245mL 蓝罐的单价湖北吉源印铁制罐有限公司较山东福贞金属包装有限公司高，主要原因是湖北吉源印铁制罐有限公司提供的铁罐含拉环，而山东福贞金属包装有限公司提供的铁罐不含拉环。

8、主要原材料、包装材料的市场价格及同行业可比采购情况

（1）市场价格情况

①黄桃

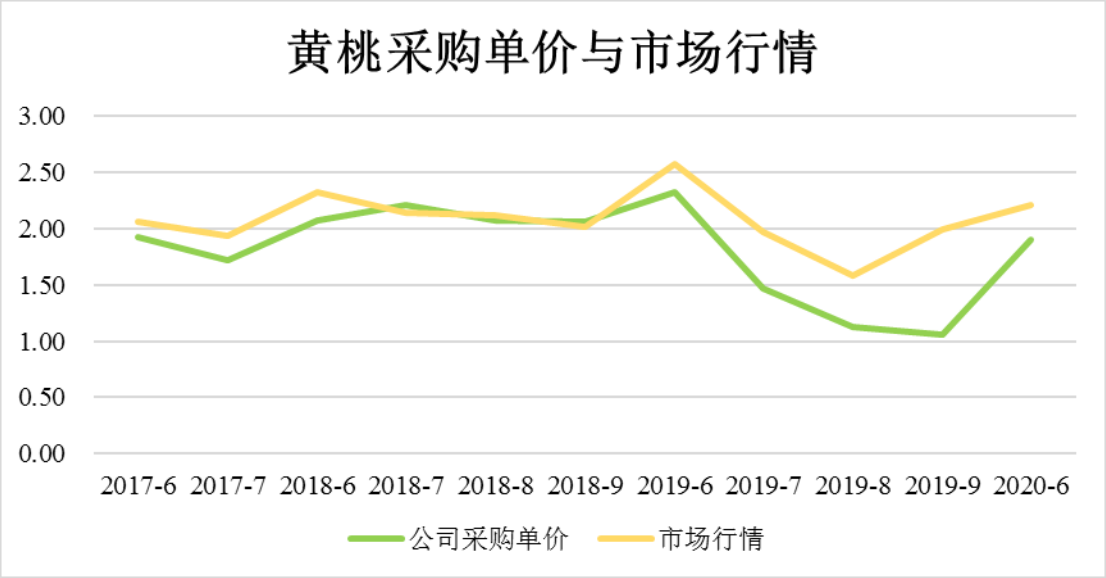
黄桃在常温下无法长时间存放，故公司的黄桃水果主要由山东欢乐家在临沂产区就近采购，该产区的黄桃产季为 6 月下旬至 9 月上旬，查询惠农网临沂产区黄桃的产季价格，具体如下：

单位：吨、元/公斤

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	平均单价	数量	平均单价	数量	平均单价	数量	平均单价
黄桃	791.73	1.90	16,991.95	1.32	14,501.98	2.14	18,250.29	1.56
市场价格	-	2.20	-	1.84	-	2.17	-	2.00

注：上述市场价格取自惠农网临沂产区黄桃的产季价格

单位：元/公斤



报告期内，发行人原材料之一黄桃的市场价格分别为 2.00 元/公斤、2.17 元/公斤、1.84 元/公斤、2.20 元/公斤，发行人采购价格分别为 1.56 元/公斤、2.14 元/公斤、1.32 元/公斤、1.90 元/公斤，各期采购价格分别低于市场价格 22.00%、1.38%、28.26%、13.64%，其中，2017 年度、2019 年度的采购价格与市场价格差异较大。

发行人黄桃鲜果采购的价格低于从惠农网取得的同期市场价格，主要原因是黄桃鲜果的市场价格统计数据同时包括了鲜食水果批发商的采购价格和加工企业的大宗采购价格，而罐头加工企业进行大宗收购具有价格优势。

A、市场价格的收集具有局限性，包含了采购单价较高的鲜食流通价格

黄桃鲜果采摘后，部分作为鲜食水果流通、部分加工为罐头产品，据访谈惠农网工作人员时了解到，其收集到的市场价格同时包括上述两种采购价格，且罐头产品加工用途的黄桃水果通常采购量大、价格较低。由于黄桃鲜果成熟采摘后在常温下无法长时间存放，一般 4-5 天就会变软，更无法长途运输，部分果农为了降低流通环节的损失，直接将鲜果送到加工企业，该部分大宗交易的数量和价格难以掌握，导致收集到的市场价

格以鲜食流通价格为主，可能偏离实际均价。

B、2017、2019 年产季临沂产区的黄桃丰收，罐头加工企业大宗收购更具有价格优势

发行人黄桃水果主要由山东欢乐家在临沂产区就近采购。2017、2019 年产季，临沂产区的黄桃 83 等品种丰收，加剧了产地的供需关系，相对于鲜食水果批发商贩零散收购，罐头加工企业大宗收购价格更低于市场平均价格。

②橘子

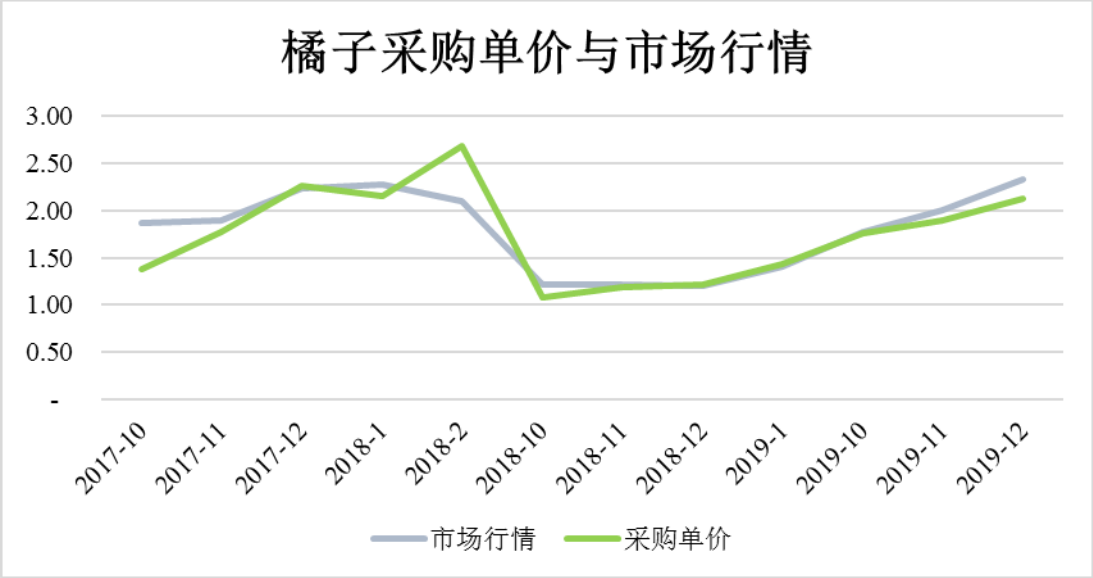
公司橘子水果主要由湖南常德、湖南沅江地区采购，该产区的产季为当年 11 月至次年 1 月，查询惠农网相应产区橘子的产季价格，具体如下：

单位：吨、元/公斤

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	平均单价	数量	平均单价	数量	平均单价	数量	平均单价
橘子	33.51	2.18	8,560.66	1.82	19,743.97	1.57	27,711.52	1.98
市场价格	-	-	-	1.81	-	1.33	-	1.99

报告期内，公司收购橘子的价格与产地当期市场行情的变动趋势基本一致。

单位：元/公斤



③生榨椰肉汁

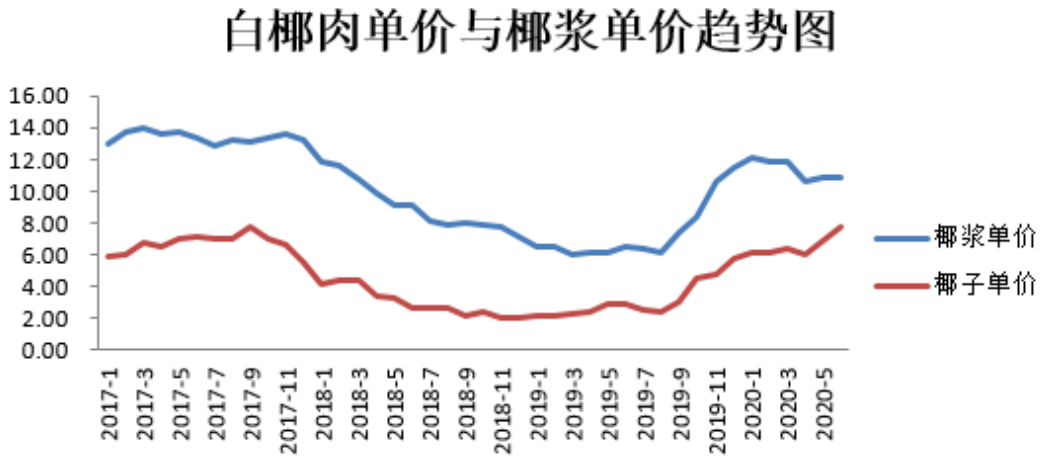
单位：万公斤、元/公斤

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	平均单价	数量	平均单价	数量	平均单价	数量	平均单价
生榨椰肉汁	198.12	11.43	558.08	7.92	524.39	9.21	463.07	13.26
椰子	-	6.52	-	3.12	-	2.98	-	6.67

报告期内，公司椰汁饮料原料-生榨椰肉汁的采购均价分别为 13.26 元/公斤、9.21 元/公斤、7.92 元/公斤、11.43 元/公斤，采购价格 2017 年至 2019 年逐年下降，2020 年 1-6 月有所上升。生榨椰肉汁由椰子的椰肉生榨制成，椰子的原产地主要为越南、泰国等东南亚国家，采购价格主要受当地供需关系影响。

经查询越南椰子行业协会网站，椰子采购价格的趋势变动，与公司生榨椰肉汁采购价格的趋势基本一致。趋势如下图：

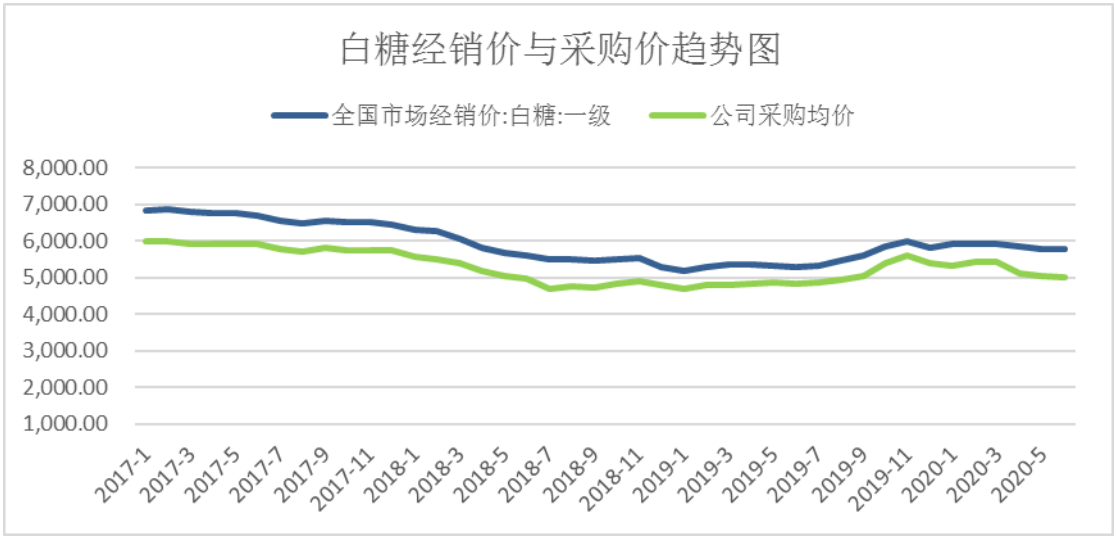
单位：元/公斤



越南白椰肉数据来源：http://hiephoiduabentre.com.vn/index.php?Module=Content&Action=view&id=11749&Itemid=207，相关价格按照越南盾兑人民币汇率，换算成人民币计价

④白糖

单位：元/吨



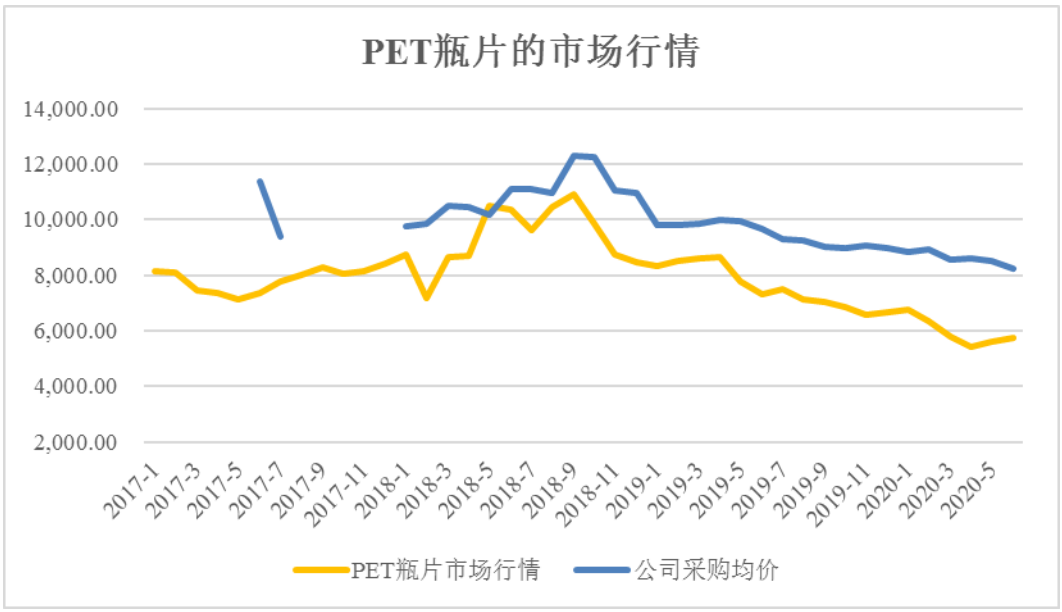
数据来源：wind 资讯网

2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月，公司白糖原料的采购均价分别为 5.84 元/公斤、5.02 元/公斤、5.02 元/公斤、5.18 元/公斤，经查询白糖全国市场一级经销的市场行情，与公司采购均价趋势一致。

公司白糖主要由广西、云南等糖原地采购，故采购均价略低于全国市场行情。

⑤PET 瓶胚

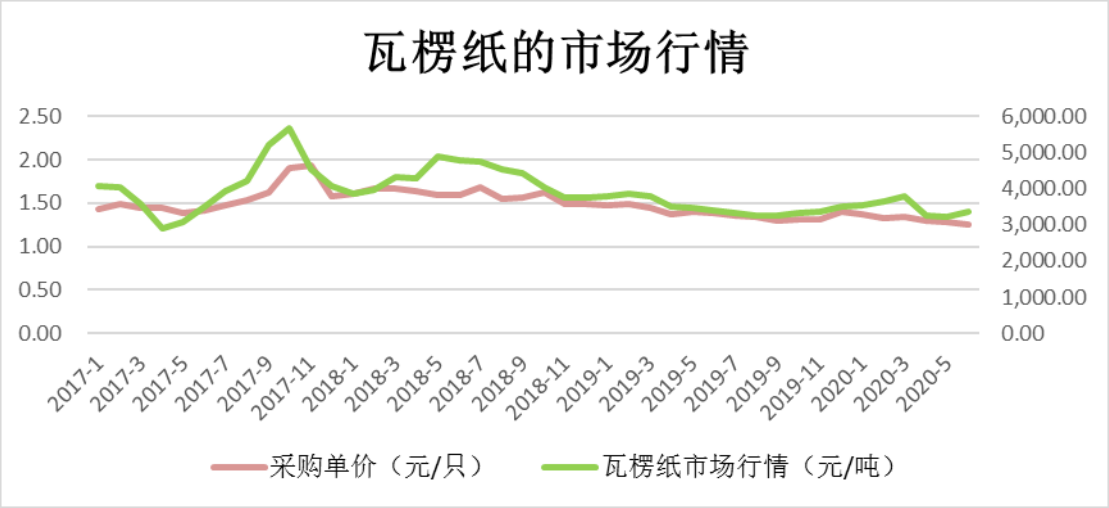
单位：元/吨



注：PET 瓶片数据来源于 Wind 资讯网，公司采购各类瓶胚按照规格重量折吨后与市场行情对比

公司采购的 PET 瓶坯为 21-56g 范围内的不同规格，由整幅瓶片切割为不同规格的单个瓶胚。报告期内，对比 PET 瓶片的市场行情与公司各期 PET 瓶胚采购价格，变动趋势基本一致。

⑥纸箱



公司采购的包装纸箱为 130*140*130、200*120*140、300*140*140 等规格的瓦楞纸箱，采购价格内包含里纸、瓦楞纸、面纸及加工费。报告期内，对比瓦楞纸的市场行情与公司各期纸箱采购价格，变动趋势基本一致。

（2）同行业可比公司情况

①原材料

养元饮品主营核桃乳饮料、承德露露主营杏仁露饮料，与公司椰子汁的原料不同；椰树集团为国内最大的椰子汁企业，但无公开信息。

林家铺子主营水果类罐头、水产类罐头以及肉类罐头，凯欣股份主营保鲜果蔬、果蔬罐头，但公开信息均未披露原材料的采购价格。

②辅助材料及包装材料

根据同行业饮料公司东鹏饮料的《招股说明书》，其饮料产品的辅料、包材与公司类别基本相同，对比情况具体如下：

单位：万元

材料名称	公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
白砂糖（元/公斤）	东鹏饮料	5.05	5.19	6.00
	公司	5.02	5.02	5.84
PET 瓶胚（元/个）	东鹏饮料	0.19	0.20	0.15
	公司	0.39	0.26	0.25

纸箱（元/个）	东鹏饮料	1.38	1.49	1.28
	公司	1.39	1.58	1.54
PET 瓶盖（元/个）	东鹏饮料	0.05	0.06	0.06
	公司	0.07	0.07	0.08

2017-2019 年度，公司各类材料采购均价的波动趋势与东鹏饮料基本相同。东鹏饮料的产品主要为 250mL、500mL 等规格，公司 2018 年及以前使用 PET 瓶胚的产品规格主要为 380mL 和 500mL，2019 年以后新增 1.25L 规格，由于大规格产品的包装瓶克重较高，因此公司的 PET 瓶胚采购单价高于东鹏饮料，且公司 2019 年 PET 瓶胚采购均价有所提高。

（三）既是客户又是供应商的情况

1、既是客户又是供应商的交易情况汇总

报告期内，既是发行人客户又是供应商的情况如下：

序号	客户/供应商名称	交易类型	交易内容及交易金额	定价方式
1	湛江市佳烨置业有限公司	资产购买	2018 年：发行人向其购买房屋所有权 6,190.48 万元	评估值基础上协商定价
		销售产品	2017 年：发行人向其销售产品 11.86 万元	滞销产品折价出售
2	湛江誉兴置业有限公司	租赁房产	2019 年：发行人向其租赁房产 100.67 万元	参考市场价
		出售资产	2018 年：发行人向其出售土地使用权和房屋所有权 5,497.26 万元	评估值基础上协商定价
3	山东新星集团有限公司	采购原材料	报告期内各期，发行人向其采购糖类 750.79 万元、431.86 万元、1,235.10 万元和 343.17 万元	市场化采购定价
		销售产品	报告期内各期，发行人向其销售产品 49.68 万元、36.17 万元、7.49 万元和 3.48 万元	经销商采购价
4	湖北华艺包装印刷科技有限公司	采购包材	报告期内各期，发行人向其采购包材 1,273.96 万元、899.73 万元、1,144.34 万元和 386.85 万元	市场化采购定价
		销售产品	2017 年发行人向其销售产品 1.28 万元	产品出厂价
5	山东兴安彩印有限公司	采购包材	2017 年、2018 年和 2020 年 1-6 月，发行人向其采购包材 344.09 万元、51.75 万元和 107.55 万元	市场化采购定价
		销售产品	2017 年发行人向其销售产品 0.71 万元	产品出厂价
6	裕高（上海）文化传播有限公司/龙炎（上海）国际贸易有限公司	采购广告服务	2019 年、2020 年 1-6 月摊销广告费 795.81 万元、278.45 万元	市场化采购定价
		销售产品	2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，发行人向其销售产品 247.43 万元、692.69 万元和 133.78 万元	滞销产品特通渠道定价
7	中视亚瑟国际传媒广告（北京）有限公司	采购广告服务	2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月摊销广告费 7.08 万元、84.91 万元和 42.45 万元	市场化采购定价
		销售产品	2018 年至 2019 年，发行人向其销售产品 60.51 万	滞销产品特通

			元、17.11 万元	渠道定价

注：裕高（上海）文化传播有限公司、龙炎（上海）国际贸易有限公司为同一实际控制的公司，交易金额合并计算

2、交易背景原因、合作模式、定价方式、结算方式、价格公允性说明

湛江市佳烨置业有限公司、湛江誉兴置业有限公司系发行人关联方。发行人向湛江市佳烨置业有限公司购买房屋所有权、向湛江誉兴置业有限公司出售土地使用权和房屋所有权、向湛江誉兴置业有限公司租赁房产，系发行人报告期内厂区搬迁所引致的关联交易，资产交易和租赁价格均参考评估值或周边同类型房产租赁市场价格确定，定价公允。

发行人 2017 年向湛江市佳烨置业有限公司销售产品 11.86 万元，系湛江市佳烨置业有限公司作为房地产开发商，有采购部分饮料产品在楼盘开盘等场合免费发放的需求，采购滞销产品成本较低。该交易属于关联交易，金额较小且已进行了信息披露，发行人在未来将尽量避免同类交易的发生。

山东新星集团有限公司是发行人原材料白砂糖的主要供应商之一。山东新星集团有限公司系一家贸易公司，除糖类贸易外，其亦销售各类预包装食品、散装食品等。报告期内山东新星集团有限公司按发行人经销商的进货价向发行人采购产品，定价公允。

报告期内，发行人存在向包材供应商湖北华艺包装印刷科技有限公司、山东兴安彩印有限公司销售少量产品的情况，主要系上述包材供应商因与发行人存在合作关系，于 2017 年向发行人以出厂价直接购买了部分产品用于员工福利发放，交易金额较小。

裕高（上海）文化传播有限公司、中视亚瑟国际传媒广告（北京）有限公司系广告供应商，兼营贸易活动。裕高（上海）文化传播有限公司工商登记的经营范围显示，其从事“设计制作发布代理各类广告”，亦从事“食品销售”，龙炎（上海）国际贸易有限公司为其同一控制下从事食品销售业务的企业；中视亚瑟国际传媒广告（北京）有限公司通过同一控制下的其他主体从事食品销售活动。报告期内，上述两家公司向发行人提供广告服务，同时为发行人提供大型工厂食堂等特殊的封闭渠道销路（即“特通渠道”）。发行人滞销的产品，折价后向上述公司销售，由其通过特通渠道实现最终销售。发行人销售取得的货款，折为广告采购款，未取得相应广告服务的差额部分计入预付账款，用以支付未来的广告费。

上述交易中，裕高（上海）文化传播有限公司、中视亚瑟国际传媒广告（北京）有限公司的交易系以产品换服务的互换交易，价款差额以现金结算或者作为往来科目挂账；其他交易均以银行转账的形式进行支付，根据不同交易类型，以先款后货或以先完成交易后短时间内支付款项的方式进行结算，相关产品和服务的定价公允。

五、发行人主要资产情况

（一）主要固定资产情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下表所示：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋及建筑物	37,367.48	7,645.51	29,721.97	79.54%
机器设备	33,419.49	9,792.12	22,982.45	68.77%
运输设备	2,010.03	1,313,05	696.98	34.68%
电子设备及其他	1,075.38	540.87	534.51	49.70%
合计	**73,872.37**	**19,291.55**	**53,935.90**	**73.01%**

1、房屋及建筑物

（1）发行人及其控股子公司拥有的房屋

截至本招股说明书签署日，发行人及其控股子公司已取得房屋所有权证书的房屋情况如下：

序号	权利人	权属证书	房屋坐落	批准用途	建筑面积（m^2）	他项权利
1	发行人	粤（2019）湛江市不动产权第 0039998 号	湛江经济技术开发区体育南路 5 号之 14.15 号（厂房）	工业	935.55	无
2		粤（2020）湛江市不动产权第 0005637 号	湛江经济技术开发区体育南路 5 号之 14.15 号（锅炉房）	工业	294.45	无
3		粤（2019）湛江开发区不动产权第 0015267 号	湛江经济技术开发区人民大道中 71 号城市高地花园欢乐家大厦 28 层办公室	办公	1,460.49	抵押
4		粤（2019）湛江开发区不动产权第 0015270 号	湛江经济技术开发区人民大道中 71 号城市高地花园欢乐家大厦 29 层办公室	办公	1,460.68	抵押
5		粤（2019）湛江开发区不动产权第 0015271 号	湛江经济技术开发区人民大道中 71 号城市高地花园欢乐家大厦 31 层办公室	办公	1,459.42	抵押
6		粤（2019）湛江开发区不动产权第 0015268 号	湛江经济技术开发区人民大道中 71 号城市高地花园欢乐家大厦 32 层办公室	办公	1,460.23	抵押
7	湖北欢乐家	鄂（2020）枝江市不动产权第 0002794 号	枝江市安福寺镇之字溪大道 9 号	仓储、车间、集体宿舍、工业	51,791.92	抵押
8	武汉欢乐家	鄂（2017）汉川市不动产权第 0006568 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	工业	10,845.95	抵押
9		鄂（2019）汉川市不动产权第 0004316 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	工业	11,946.83	抵押
10		鄂（2019）汉川市不动产权第 0008487 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	工业	16,512.73	无
11		鄂（2019）汉川市不动产权第 0010806 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	工业	3,443.94	抵押
12		鄂（2019）汉川市不动产权第 0010807 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	工业	4,366.73	抵押
13		鄂（2019）汉川市不动产权第 0011044 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	工业	10,803.01	抵押

序号	权利人	权属证书	房屋坐落	批准用途	建筑面积（m^2）	他项权利
14		鄂（2019）汉川市不动产权第 0011045 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	工业	24,728.86	抵押
15		鄂（2019）汉川市不动产权第 0011046 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	工业	6,460.44	抵押
16		鄂（2019）汉川市不动产权第 0011665 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	集体宿舍	8,050.11	抵押
17	山东欢乐家	鲁（2016）蒙阴县不动产权第 0000114 号	蒙阴县城区孟良崮西大街 218 号 3 号楼 101 等 3 处	工业	8,176.00	无
18		鲁（2016）蒙阴县不动产权第 0001095 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 6 号楼 66-101 等 2 处	工业	11,674.11	无
19		鲁（2016）蒙阴县不动产权第 0001104 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 8 号楼 88-101	工业	11,180.62	无
20		鲁（2016）蒙阴县不动产权第 0001108 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 7 号楼 77-101	工业	11,059.00	无
21		鲁（2017）蒙阴县不动产权第 0001570 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 4 号楼 101	工业	19,401.01	无
22		鲁（2017）蒙阴县不动产权第 0001571 号	蒙阴县城区孟良崮西大街 218-1 号 1 号楼 101	工业	15,241.12	无
23		鲁（2018）蒙阴县不动产权第 0006732 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 16 号楼 101 等 4 处	工业	1,488.41	无
24		鲁（2018）蒙阴县不动产权第 0006733 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 9 号楼 101	工业	18,237.42	无
25		鲁（2018）蒙阴县不动产权第 0006848 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 11 号楼 101	工业	1,307.70	无
26		鲁（2019）蒙阴县不动产权第 0001612 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 15 号楼 101 等 4 处	工业	2,142.35	无

序号	权利人	权属证书	房屋坐落	批准用途	建筑面积（m^2）	他项权利
27		鲁（2019）蒙阴县不动产权第0001613号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街218号12号楼101	工业	968.94	无
28		鲁（2019）蒙阴县不动产权第0001614号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街218号24号楼101	工业	182.12	无
29		鲁（2019）蒙阴县不动产权第0001617号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街218号21号楼101等5处	工业	1,721.99	无
30		鲁（2019）蒙阴县不动产权第0002235号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街218号27号楼101	工业	433.50	无
31		鲁（2019）蒙阴县不动产权第0002236号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街218号25号楼101	工业	742.20	无
32		鲁（2019）蒙阴县不动产权第0002237号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街218号28号楼101	工业	26.12	无

截至本招股说明书签署日，公司的房屋建筑物均已取得房屋所有权证书。

蒙阴县住房和城乡建设局、汉川市住房和城乡建设局、枝江市住房和建设局分别于2020年1月6日和13日出具证明，确认山东欢乐家、武汉欢乐家和湖北欢乐家自2017年1月1日至证明出具日，在工程建设和消防方面不存在重大违法违规行为，未受到行政处罚。

（2）发行人及其控股子公司租赁的房屋

截至本招股说明书签署日，发行人及其控股子公司租赁房屋的具体情况如下：

承租方	出租方	租赁地点	租赁期限	用途	房屋权属证明
深圳众兴利华	深圳耀达商业服务有限公司	深圳市南山区兴海大道信利康大厦14G-1	2020/04/03至2021/04/02	办公	粤（2018）深圳市不动产权第0190304号

发行人子公司深圳众兴利华向深圳耀达租赁的房产，位于深圳市前海深港合作区妈湾十九单位03街坊信利康大厦14G-1单元，房屋面积32m2，租金为6,500元/月，租赁期限自2020年4月3日至2021年4月2日。深圳众兴利华租用上述房屋用于日常行政办公，同时也是工商登记的住所地。上述租赁房产为发行人子公司的日常行政办公场所，面积较小，占发行人自有房屋面积比重仅为0.01%，不属于发行人的主要生产经营用房。

上述房屋租金是基于房屋用途、面积并参考当地市场租金情况，由租赁双方协商确定，双方已签署书面租赁合同并办理了租赁备案登记，具有公允性。

深圳耀达的基本情况如下：

公司名称	深圳耀达商业服务有限公司		
法定代表人	郑国裕	公司类型	有限责任公司（台港澳法人独资）
注册资本	10万元	成立日期	2018/01/15
营业期限	长期	统一社会信用代码	91440300MA5EYDH084
公司住所	深圳市前海深港合作区妈湾十九单位03街坊信利康大厦14G		
经营范围	商务信息咨询、企业管理咨询、经济信息咨询（以上均不含限制项目）；自有物业租赁；供应链管理及相关配套服务；供应链方案设计；供应链渠道设计与管理		
董监高人员	郑国裕（执行董事兼总经理）、曾苑茵（监事）		
实际控制人	郑国裕		
股权结构	香港耀达有限公司持有其100%股权		

根据深圳耀达出具的说明并经核查，深圳耀达及其股东、实际控制人、执行董事、总经理和监事，与发行人、发行人股东、控股股东、实际控制人、董事、监事和高管人员之间不存在关联关系。

2、主要生产设备

截至 2020 年 6 月 30 日，公司正在使用或已购置的原值在 100 万元以上的主要生产设备情况如下表所示：

单位：万元/台、套

序号	设备名称	数量	原值	净值	成新率
1	灌装机	1	2,488.81	1,976.00	79.40%
2	灌装机	1	2,464.86	1,916.11	77.74%
3	前处理设备	1	1,081.48	841.75	77.83%
4	吹瓶机	1	1,023.58	812.67	79.39%
5	吹瓶机	1	1,013.89	788.17	77.74%
6	椰汁前处理生产线	1	768.17	597.84	77.83%
7	杀菌机（果粒杀菌）	1	500.00	460.42	92.08%
8	西得乐生产线	1	535.73	425.46	79.42%
9	八宝粥杀菌锅	1	385.58	352.01	91.29%
10	含颗粒杀菌机、无菌添加系统、无菌罐系统及安装生产线	1	386.72	340.80	88.13%
11	传送带	1	342.19	266.34	77.83%
12	果粒阀改造设备	1	304.36	263.40	86.54%
13	套标机	1	308.40	240.04	77.83%
14	无菌灌装机果粒阀改造部件	1	282.05	232.93	82.58%
15	能源管道	1	291.47	226.86	77.83%
16	污水处理池设备	1	334.46	223.25	66.75%
17	能源及分配管道	1	265.86	211.14	79.42%
18	传送带	1	258.18	205.04	79.42%
19	灭菌机（清汁杀菌机）	1	319.36	196.38	61.49%
20	纸包机	1	248.35	193.30	77.83%
21	电脑全自动水浴加蒸气杀菌釜（及配件）	18	362.15	184.40	50.92%
22	配电工程	1	237.12	188.32	79.42%
23	套标机	2	232.69	184.79	79.41%
24	灌装封口机 GFR40-40	2	178.45	151.61	84.96%

序号	设备名称	数量	原值	净值	成新率
25	废水改造工程	1	273.50	145.76	53.29%
26	纸包机	1	187.38	148.81	79.42%
27	一级反渗透水处理生产线	1	177.48	138.14	77.83%
28	喷淋杀菌隧道	2	160.60	136.45	84.96%
29	350/1250 乳酸菌模具及换型件	1	155.17	129.38	83.38%
30	水处理系统	1	146.64	116.46	79.42%
31	桔子自动剥皮线	1	137.25	115.52	84.17%
32	溶浆、溶糖、溶粉、溶胶系统其它设备	1	131.25	104.23	79.41%
33	无菌灌装线净化正压设备	1	131.55	102.43	77.86%
34	全自动水浴（蒸汽）式杀菌锅	1	205.13	97.95	47.75%
35	砖型无菌灌装机	1	159.77	97.48	61.01%
36	冲瓶灌装旋盖机	1	149.32	96.12	64.37%
37	砖型无菌灌装机	1	134.31	94.97	70.71%
38	桔子自动剥皮机	12	113.79	95.78	84.17%
39	无菌线变压器设备	1	116.19	90.43	77.83%
40	输送线	8	166.79	84.92	50.91%
41	码垛机	1	102.73	81.56	79.39%
42	码垛机	1	103.90	80.77	77.74%
43	空压机	1	102.61	79.86	77.83%
44	下沉式裹包机	3	143.47	73.05	50.92%
45	无菌罐	1	105.49	74.59	70.71%
46	桔片酸碱处理槽	1	100.00	74.67	74.67%
47	酸碱流槽生产线	1	132.82	67.63	50.92%
48	进口灌装机	1	132.09	67.26	50.92%
49	连接输送线	1	101.92	51.89	50.91%
50	PE 车间调配系统共用设备	1	107.73	47.18	43.79%

（二）主要无形资产情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司无形资产情况如下：

单位：万元

类别	原值	累计摊销	净值	成新率
土地使用权	18,159.31	1,791.00	16,368.31	90.14%

类别	原值	累计摊销	净值	成新率
外购软件	249.40	109.91	139.49	55.93%
合计	**18,408.71**	**1,900.91**	**16,507.80**	**89.67%**

1、土地使用权

（1）发行人及其控股子公司已取得权属证书的土地

截至本招股说明书签署日，发行人及其控股子公司已取得土地使用权证书的土地情况如下：

序号	权利人	权属证书	土地坐落	性质	用途	使用期限至	宗地面积（m^2）	他项权利
1	发行人	粤（2019）湛江市不动产权第 0039998 号 粤（2020）湛江市不动产权第 0005637 号	湛江经济技术开发区体育南路 5 号之 14.15 号	出让	工业	2044/05/08	1,228.70	无
2	湛江欢乐家	粤（2017）湛江市不动产权第 0060563 号	湛江市坡头区龙头镇　田岭廉坡公路西侧	出让	工业	2067/10/17	72,332.02	抵押
3		粤（2017）湛江市不动产权第 0060565 号	湛江市坡头区龙头镇　田岭廉坡公路西侧	出让	工业	2067/10/17	124,304.85	抵押
4	湖北欢乐家	鄂（2020）枝江市不动产权第 0002794 号	枝江市安福寺镇之字溪大道 9 号	出让	工业	2061/12/29	115,439.51	抵押
5	武汉欢乐家	鄂（2017）汉川市不动产权第 0006568 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	出让	工业	2064/06/05	14,976.18	抵押
6		鄂（2018）汉川市不动产权第 0006829 号	汉川市仙女山街道办事处七里村省一级公路以南、福星路以北	出让	工业	2068/08/27	30,979.00	抵押
7		鄂（2019）汉川市不动产权第 0004316 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	出让	工业	2064/06/05	29,767.97	抵押
8		鄂（2019）汉川市不动产权第 0008487 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	出让	工业	2064/06/05	21,483.59	无
9		鄂（2019）汉川市不动产权第 0010806 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	出让	工业	2064/06/05	8,234.34	抵押

序号	权利人	权属证书	土地坐落	性质	用途	使用期限至	宗地面积（m^2）	他项权利
10		鄂（2019）汉川市不动产权第 0010807 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	出让	工业	2064/06/05	11,531.80	抵押
11		鄂（2019）汉川市不动产权第 0011044 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	出让	工业	2064/06/05	17,045.70	抵押
12		鄂（2019）汉川市不动产权第 0011045 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	出让	工业	2064/06/05	26,489.90	抵押
13		鄂（2019）汉川市不动产权第 0011046 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	出让	工业	2064/06/05	10,355.00	抵押
14		鄂（2019）汉川市不动产权第 0011665 号	汉川市经济技术开发区福星街 9 号	出让	工业	2064/06/05	8,386.40	抵押
15	山东欢乐家	鲁（2016）蒙阴县不动产权第 0000114 号	蒙阴县城区孟良崮西大街 218 号 3 号楼 101 等 3 处	出让	工业	2062/07/09	26,763.00	无
		鲁（2019）蒙阴县不动产权第 0002236 号						
16		鲁（2016）蒙阴县不动产权第 0001095 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 6 号楼 66-101 等 2 处	出让	工业	2065/11/19	23,333.09	无
		鲁（2018）蒙阴县不动产权第 0006848 号						无
17		鲁（2016）蒙阴县不动产权第 0001097 号	蒙阴县垛庄镇垛庄居委及华兴村土地范围内	出让	工业	2066/04/10	15,724.00	无

序号	权利人	权属证书	土地坐落	性质	用途	使用期限至	宗地面积（m^2）	他项权利
18		鲁（2016）蒙阴县不动产权第 0001101 号	蒙阴县垛庄镇垛庄居委及华兴村土地范围内	出让	工业	2066/01/30	26,744.00	无
19		鲁（2016）蒙阴县不动产权第 0001104 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 8 号楼 88-101	出让	工业	2066/04/10	9,423.00	无
20		鲁（2016）蒙阴县不动产权第 0001108 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 7 号楼 77-101	出让	工业	2066/01/30	13,199.00	无
21		鲁（2017）蒙阴县不动产权第 0001570 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 4 号楼 101	出让	工业	2062/10/26	21,537.00	无
		鲁（2017）蒙阴县不动产权第 0001571 号						
		鲁（2019）蒙阴县不动产权第 0001613 号						
22		鲁（2018）蒙阴县不动产权第 0006732 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 16 号楼 101 等 4 处	出让	工业	2067/01/19	39,911.00	无
		鲁（2018）蒙阴县不动产权第 0006733 号						无
		鲁（2019）蒙阴县不动产权第 0002235 号						无
23		鲁（2019）蒙阴县不动产权第 0001612 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 15 号楼 101 等 4 处	出让	工业	2063/05/10	19,812.00	无

序号	权利人	权属证书	土地坐落	性质	用途	使用期限至	宗地面积（m^2）	他项权利
		鲁（2019）蒙阴县不动产权第 0002237 号						
24		鲁（2019）蒙阴县不动产权第 0001614 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 24 号楼 101	出让	工业	2063/05/10	6,854.00	无
25		鲁（2019）蒙阴县不动产权第 0001617 号	蒙阴县垛庄镇孟良崮西大街 218 号 21 号楼 101 等 5 处	出让	工业	2063/05/10	20,064.00	无
26		鲁（2019）蒙阴县不动产权第 0002222 号	垛庄镇孟良崮工业园	出让	工业	2059/05/21	2,278.00	无

（2）发行人及其控股子公司未取得权属证书的土地

发行人未办理完毕产权证书的 1 处土地系位于湛江市麻章区疏港大道东侧、面积为 5 亩的土地，该土地系发行人于 2001 年认购所得，并相继取得立项、规划、环保等有关批复手续，但后期由于未能及时申请办理确权手续，加之历史间隔时间较长，相关证书办理信息无法核验，对办理产权证书构成一定障碍。

该土地面积为 3,333.30 m^2，占报告期末发行人全部土地面积的比例为 0.46%。由于土地面积较小，土地价款金额相对发行人的资产总额占比较低，发行人自取得该土地以来一直未开发使用，并且后续仍没有针对性的建设使用计划或安排。因此，该土地不是发行人主要生产经营用所，未办理完毕产权证书不会影响发行人正常生产经营，不会构成本次发行的实质性障碍。

2、商标

截至本招股说明书签署日，公司及其控股子公司拥有的主要商标专用权如下：

序号	商标	注册人	注册号	核定使用类别	注册公告日	有效期限至	取得方式	权利限制
1		发行人	26755623	第 29 类	2019/03/07	2029/03/06	原始取得	无
2		发行人	26755622	第 30 类	2019/03/07	2029/03/06	原始取得	无
3		发行人	26755621	第 32 类	2018/09/21	2028/09/20	原始取得	无
4		发行人	18041932	第 29 类	2017/01/21	2027/01/20	原始取得	无
5		发行人	18041928	第 30 类	2017/01/21	2027/01/20	原始取得	无
6		发行人	18041929	第 32 类	2016/11/21	2026/11/20	原始取得	无
7		发行人	10184953	第 30 类	2015/04/07	2025/04/06	原始取得	无
8		发行人	15309520	第 29 类	2017/11/28	2027/11/27	原始取得	无
9		发行人	10182198	第 29 类	2013/01/14	2023/01/13	原始取得	无
10		发行人	26268061	第 29 类	2019/01/21	2029/01/20	原始取得	无
11		发行人	15309521	第 30 类	2016/07/28	2026/07/27	原始取得	无
12		发行人	26412971	第 30 类	2019/02/14	2029/02/13	原始取得	无
13		发行人	15309523	第 32 类	2015/12/14	2025/12/13	原始取得	无
14		发行人	10182204	第 32 类	2015/03/28	2025/03/27	原始取得	无
15		发行人	12769124	第 32 类	2014/11/28	2024/11/27	原始取得	无
16		发行人	32722965	第 30 类	2019/07/28	2029/07/27	原始取得	无
17		深圳众兴利华	18126878	第 29 类	2017/02/14	2027/02/13	原始取得	无
18		深圳众兴利华	18126617	第 30 类	2017/02/14	2027/02/13	原始取得	无
19		深圳众兴利华	18126619	第 32 类	2017/02/14	2027/02/13	原始取得	无

序号	商标	注册人	注册号	核定使用类别	注册公告日	有效期限至	取得方式	权利限制
20	Unionlife	深圳众兴利华	18126652	第 29 类	2016/11/28	2026/11/27	原始取得	无
21		深圳众兴利华	18126653	第 30 类	2016/11/28	2026/11/27	原始取得	无
22		深圳众兴利华	18126655	第 32 类	2016/11/28	2026/11/27	原始取得	无
23	众兴利华	深圳众兴利华	17876252	第 29 类	2016/10/21	2026/10/20	原始取得	无
24		深圳众兴利华	17876174	第 30 类	2016/10/21	2026/10/20	原始取得	无
25	ZXLH 众兴利华	深圳众兴利华	17876172	第 32 类	2016/10/21	2026/10/20	原始取得	无
26	ZXLH	深圳众兴利华	17876175	第 29 类	2016/10/21	2026/10/20	原始取得	无
27		深圳众兴利华	17876251	第 30 类	2016/10/21	2026/10/20	原始取得	无

发行人完整合法持有该等商标，不存在与他人共用的情况，不存在权利瑕疵，不存在权利终止、被第三方提起异议或无效宣告等异常情况。

3、专利权

（1）主要专利权情况

截至本招股说明书签署日，公司及其控股子公司拥有的主要专利权如下：

序号	专利名称	专利权人	专利号	类型	专利申请日	权利期限	取得方式	权利限制
1	饮料瓶（乳酸菌）	发行人	ZL201430534982.3	外观设计	2014/12/18	10 年	受让取得	无
2	饮料瓶（宴席装）	发行人	ZL201530228554.2	外观设计	2015/07/01	10 年	受让取得	无
3	包装瓶（果肉型椰子汁）	发行人	ZL201530242007.X	外观设计	2015/07/08	10 年	受让取得	无

序号	专利名称	专利权人	专利号	类型	专利申请日	权利期限	取得方式	权利限制
4	包装瓶（椰子汁）	发行人	ZL201530443388.8	外观设计	2015/11/09	10 年	受让取得	无
5	包装箱（喜宴）	发行人	ZL201530443237.2	外观设计	2015/11/09	10 年	受让取得	无
6	包装套件（泰式）	发行人	ZL201530443229.8	外观设计	2015/11/09	10 年	受让取得	无
7	饮料罐（椰子汁）	发行人	ZL201530443399.6	外观设计	2015/11/09	10 年	受让取得	无
8	包装箱（椰子汁）	发行人	ZL201530443446.7	外观设计	2015/11/09	10 年	受让取得	无
9	手提袋（喜宴）	发行人	ZL201530443377.X	外观设计	2015/11/09	10 年	受让取得	无
10	饮料罐（喜宴）	发行人	ZL201630078609.0	外观设计	2015/11/09	10 年	受让取得	无
11	包装纸箱（椰子汁）	发行人	ZL201530445132.0	外观设计	2015/11/10	10 年	受让取得	无
12	饮料瓶（苹果汁方瓶）	发行人	ZL201630077372.4	外观设计	2016/03/17	10 年	原始取得	无
13	饮料瓶（水蜜桃方瓶）	发行人	ZL201630077374.3	外观设计	2016/03/17	10 年	原始取得	无
14	饮料罐（欢乐家椰子汁）	发行人	ZL201630198568.9	外观设计	2016/05/24	10 年	原始取得	无
15	饮料瓶（芒果汁 1000 克）	发行人	ZL201630247051.4	外观设计	2016/06/15	10 年	原始取得	无
16	饮料瓶（蓝莓汁 1000 克）	发行人	ZL201630241141.2	外观设计	2016/06/15	10 年	原始取得	无
17	饮料罐（冰糖椰晶）	发行人	ZL201630247011.X	外观设计	2016/06/15	10 年	受让取得	无
18	饮料瓶（苹果醋 1000 克）	发行人	ZL201630241177.0	外观设计	2016/06/15	10 年	受让取得	无
19	饮料瓶（猕猴桃汁 1000 克）	发行人	ZL201630241778.1	外观设计	2016/06/15	10 年	受让取得	无
20	包装箱（冰糖椰晶）	发行人	ZL201630241107.5	外观设计	2016/06/15	10 年	受让取得	无
21	饮料罐（245 克生榨椰子汁）	发行人	ZL201630307079.2	外观设计	2016/07/07	10 年	原始取得	无
22	饮料瓶（1 千克生榨椰子汁）	发行人	ZL201630375996.4	外观设计	2016/08/09	10 年	原始取得	无
23	饮料罐（黄桃果肉 200 克）	发行人	ZL201630501383.0	外观设计	2016/10/13	10 年	原始取得	无
24	饮料罐（橘子果肉 200 克）	发行人	ZL201630501379.4	外观设计	2016/10/13	10 年	原始取得	无

序号	专利名称	专利权人	专利号	类型	专利申请日	权利期限	取得方式	权利限制
25	罐头内容物分散装置及罐头杀菌系统	发行人	ZL201621462466.4	实用新型	2016/12/29	10 年	原始取得	无
26	罐头瓶清洗系统	发行人	ZL201720107323.X	实用新型	2017/01/25	10 年	原始取得	无
27	连续式清洗沥水设备	发行人	ZL201720101629.4	实用新型	2017/01/25	10 年	原始取得	无
28	果肉分散输送装置	发行人	ZL201720108916.8	实用新型	2017/01/25	10 年	原始取得	无
29	果肉分散输送系统	发行人	ZL201720105681.7	实用新型	2017/01/25	10 年	原始取得	无
30	连续式清洗沥水设备及清洗沥水方法	发行人	ZL201710061011.4	发明	2017/01/25	20 年	原始取得	无
31	饮料瓶	发行人	ZL201830079053.6	外观设计	2018/03/02	10 年	原始取得	无
32	包装箱（380ml 椰子汁）	发行人	ZL201830080039.8	外观设计	2018/03/02	10 年	原始取得	无
33	饮料瓶（380ml 椰子汁）	发行人	ZL201830080038.3	外观设计	2018/03/02	10 年	原始取得	无
34	饮料瓶（201803）	发行人	ZL201830083725.0	外观设计	2018/03/06	10 年	原始取得	无
35	包装箱（201803）	发行人	ZL201830082993.0	外观设计	2018/03/06	10 年	原始取得	无
36	饮料包装（山楂汁套装系列）	发行人	ZL201830106747.4	外观设计	2018/03/21	10 年	原始取得	无
37	饮料包装（芒果汁套装系列）	发行人	ZL201830106749.3	外观设计	2018/03/21	10 年	原始取得	无
38	饮料瓶	发行人	ZL201830131654.7	外观设计	2018/03/30	10 年	原始取得	无
39	一种用于挠性板材冲压的自动送料式冲压设备	发行人	ZL201821162187.5	实用新型	2018/07/20	10 年	原始取得	无
40	一种水果分级设备	发行人	ZL201821154795.1	实用新型	2018/07/20	10 年	原始取得	无
41	饮料瓶（乳酸菌）	发行人	ZL201830409161.5	外观设计	2018/07/27	10 年	原始取得	无
42	一种果肉连续振动筛分装置	发行人	ZL201821347331.2	实用新型	2018/08/20	10 年	原始取得	无
43	用于罐头杀菌的节能型高压杀菌系	发行人	ZL201821347407.1	实用新型	2018/08/20	10 年	原始取得	无

序号	专利名称	专利权人	专利号	类型	专利申请日	权利期限	取得方式	权利限制
	统							
44	一种拉环连续筛分送料振动盘	发行人	ZL201821407029.1	实用新型	2018/08/28	10 年	原始取得	无
45	一种用于将拉环铆合至罐盖的连续进料冲压铆合装置	发行人	ZL201821407327.0	实用新型	2018/08/28	10 年	原始取得	无
46	包装箱（椰子汁）	发行人	ZL201830549646.4	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
47	包装瓶（果汁）	发行人	ZL201830549645.X	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
48	包装箱（水果茶）	发行人	ZL201830548874.X	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
49	饮料瓶（椰子汁）	发行人	ZL201830548890.9	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
50	包装瓶（果汁）	发行人	ZL201830548886.2	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
51	包装箱（水果杯）	发行人	ZL201830548889.6	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
52	饮料盒（椰子汁）	发行人	ZL201830548891.3	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
53	包装罐（金罐）	发行人	ZL201830549651.5	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
54	包装瓶（果汁）	发行人	ZL201830549644.5	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
55	包装箱（苏打水）	发行人	ZL201830549643.0	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
56	包装瓶（果汁）	发行人	ZL201830549650.0	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
57	包装盒（果汁）	发行人	ZL201830549648.3	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
58	包装瓶（乳酸菌）	发行人	ZL201830548894.7	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
59	包装箱（椰子汁）	发行人	ZL201830548892.8	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
60	饮料盒（果汁）	发行人	ZL201830548888.1	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
61	饮料瓶（椰子汁）	发行人	ZL201830548880.5	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
62	饮料瓶（山楂汁）	发行人	ZL201830548887.7	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无

序号	专利名称	专利权人	专利号	类型	专利申请日	权利期限	取得方式	权利限制
63	包装瓶（苏打水）	发行人	ZL201830548875.4	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
64	罐头瓶（水果罐头）	发行人	ZL201830549652.X	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
65	果杯（无盖）	发行人	ZL201830549654.9	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
66	包装杯（水果罐头）	发行人	ZL201830548896.6	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
67	包装瓶（果汁）	发行人	ZL201830548877.3	外观设计	2018/09/28	10 年	原始取得	无
68	卷筒标签喷码系统	发行人	ZL201821637255.9	实用新型	2018/10/09	10 年	原始取得	无
69	水果切丁机	发行人	ZL201821637556.1	实用新型	2018/10/09	10 年	原始取得	无
70	罐身修边机	发行人	ZL201821640040.2	实用新型	2018/10/09	10 年	原始取得	无

发行人完整合法持有该等专利，不存在与他人共用的情况，不存在权利瑕疵，不存在权利终止、被第三方提起异议或无效宣告等异常情况。

（2）部分专利的受让背景及原因，以及与生产经营核心技术的对应关系

发行人现有主要专利中受让取得专利共计 15 项，均受让自李康荣，具体情况如下：

序号	专利名称	专利号	专利类型	受让时间
1	饮料瓶（乳酸菌）	ZL201430534982.3	外观设计	2016/09/06
2	饮料瓶（宴席装）	ZL201530228554.2	外观设计	2016/09/06
3	包装瓶（果肉型椰子汁）	ZL201530242007.X	外观设计	2016/09/11
4	包装瓶（椰子汁）	ZL201530443388.8	外观设计	2016/09/06
5	包装箱（喜宴）	ZL201530443237.2	外观设计	2018/04/23
6	包装套件（泰式）	ZL201530443229.8	外观设计	2016/09/06
7	饮料罐（椰子汁）	ZL201530443399.6	外观设计	2016/09/07
8	包装箱（椰子汁）	ZL201530443446.7	外观设计	2018/04/26
9	手提袋（喜宴）	ZL201530443377.X	外观设计	2018/04/23
10	饮料罐（喜宴）	ZL201630078609.0	外观设计	2016/09/06
11	包装纸箱（椰子汁）	ZL201530445132.0	外观设计	2016/09/06
12	饮料罐（冰糖椰晶）	ZL201630247011.X	外观设计	2016/09/08
13	饮料瓶（苹果醋 1000 克）	ZL201630241177.0	外观设计	2016/09/11
14	饮料瓶（猕猴桃汁 1000 克）	ZL201630241778.1	外观设计	2016/09/06
15	包装箱（冰糖椰晶）	ZL201630241107.5	外观设计	2018/04/26

该部分受让专利为李康荣基于在发行人的本职工作、负责研发而形成的职务发明。2016 年以前，由于发行人独立性和财产权属意识较为薄弱，将实际归属于发行人的上述专利登记在李康荣名下。后因生产经营需要以及知识产权规范意识提高，发行人陆续收回了该部分专利。

该部分受让专利的类型均系外观设计，主要用于产品包装，不属于发行人生产经营核心技术。

（3）出让方情况，以及转让定价依据及公允性

出让方李康荣为发行人实际控制人之一，现任发行人副总经理、采购总监，系发行人关联方。上述专利系李康荣在发行人工作期间的职务发明，发行人为真正权利人，故无偿将上述专利转让于发行人，相关定价公允。

（三）部分房产、土地抵押的具体情况

截至本招股说明书签署日，发行人部分房产、土地存在抵押情况，均系为自身银行贷款提供抵押担保，具体如下：

单位：万元

序号	不动产权证书号	债权人/授信人	借款人/受信人	借款/授信用途	借款金额/授信额度	借款期限
1	粤（2019）湛江开发区不动产权第0015267号	中国民生银行股份有限公司广州分行	发行人	日常经营周转和置换他行融资	15,000	2020/07/21-2021/07/20
2	粤（2019）湛江开发区不动产权第0015270号					
3	粤（2019）湛江开发区不动产权第0015271号					
4	粤（2019）湛江开发区不动产权第0015268号					
5	鄂（2020）枝江市不动产权第0002794号	湖北枝江农村商业银行股份有限公司	湖北欢乐家	贷款、商业汇票承兑及银行认可的其他信用业务	5,000	2020/01/08-2023/01/07
6	鄂（2017）汉川市不动产权第0006568号	汉川农商行	武汉欢乐家	购买原材料	2,800	2020/04/13-2021/04/13
7	鄂（2019）汉川市不动产权第0010806号					
8	鄂（2019）汉川市不动产权第0010807号					
9	鄂（2018）汉川市不动产权第0006829号	湖北银行股份有限公司汉川支行	武汉欢乐家	用于新冠肺炎疫情防控所需的医用物品和生活物资的生产、运输和销售	2,000	2020/06/16-2021/06/16
10	鄂（2019）汉川市不动产权第0004316号					
11	鄂（2019）汉川市不动产权第0011665号					
12	鄂（2019）汉川市不动产权第0011044号	交通银行股份有限公司孝感	武汉欢乐家	购买原材料	2,950	2020/08/17-2021/08/21

序号	不动产权证书号	债权人/授信人	借款人/受信人	借款/授信用途	借款金额/授信额度	借款期限
13	鄂（2019）汉川市不动产权第 0011045 号	分行				
14	鄂（2019）汉川市不动产权第 0011046 号					
15	粤（2017）湛江市不动产权第 0060563 号	兴业银行股份有限公司湛江分行	湛江欢乐家	年产 13.65 万吨饮料、罐头项目的工业厂房建设	7,500	2020/08/05-2027/08/04
16	粤（2017）湛江市不动产权第 0060565 号					

注：上述合同中，发行人与中国民生银行股份有限公司广州分行、湖北欢乐家与湖北枝江农村商业银行股份有限公司签订的是授信合同，现已使用授信额度分别为 3,650 万元、2,700 万元；湛江欢乐家与兴业银行股份有限公司湛江分行签订的是分次放款的固定资产借款合同，现已借款 320 万元

发行人最近三年营业收入和净利润稳步增长。截至 2020 年 6 月 30 日，发行人资产负债率（合并）为 47.91%，流动比率和速动比率分别为 0.67 和 0.52，货币资金余额为 15,661.71 万元，货币资金充足，偿债风险可控。

发行人生产经营正常，具有较强的偿债能力，不存在无法还款导致该部分房产、土地被强制执行的风险，不会对发行人资产完整性构成重大不利影响。

六、特许经营情况

截至本招股说明书签署日，公司业务不涉及特许经营内容，无特许经营权。

七、发行人核心技术和研发情况

（一）研发机构设置及人员构成

1、研发机构设置

发行人自成立以来，一直秉承以工艺创新为先导，通过技术研发和工艺创新不断地对罐头、饮料等产品进行改良，同时不断推进新品的研发与研发成果的转化。

发行人设有独立的研发及质量管理中心，下设研发部与质量管理部，其中研发部作为发行人新产品研究开发的主导部门，负责根据公司战略目标制定研发计划，主导研发过程的进行，确保研发过程按时有序完成，并保障研发成果的有效转化。

研发部主要的科室及职能设置如下：

科室	主要职能
办公室	负责各职能部门的协调、沟通和联系，以及项目跟踪，落实考核，开展费用预算工作等
研发室	负责实施工艺研究、产品开发以及生产流程、指标、标准的设计和制订，撰写新品产业化可行性研究报告
检验室	负责原料、半成品、成品的检验，数据收集和产品抽检，协助中试、配方设计，配合产业化以及生产流程、指标、标准的设计和制订
技术部	负责产品中试、技改、产业化应用；生产指导；人员、技术培训；配合产业化以及生产流程、指标、标准的设计和制订
信息部	负责技术资料整理、收集、归档；市场、技术信息调查、收集、整理；知识产权申报、维护以及协助成果转化

2、人员构成

发行人积极倡导全体员工树立创新意识，支持员工积极参与行业技术交流，不定期地组织研发技术人员与客户、供应商、经销商进行积极的交流和互访，深入产品上下游，获取更多的反馈意见、建议，把握产品需求，从而拓宽创新思维，实时了解市场需求动态，以研发出更迎合市场口味和需求的产品。

同时，发行人也高度重视相关人才的引进和培育。发行人通过与高校、科研机构等在技术研发、应用等领域的深度合作，加强对员工的培训和技术交流，全方位提高员工素质。同时，发行人也会根据市场的变化以及产业发展战略调整，积极地完善技术人员结构，以满足公司快速发展的技术研发需求。

公司实行产、研一体的研发模式，生产人员在线配合研发工作。目前，公司专职从事研发工作的人员共 4 人，占 2020 年上半年末员工总数的 0.35%。核心技术人员为曾昭开，具体情况如下：

序号	姓名	职务	学历	开始从业时间	欢乐家任职时间
1	曾昭开	研发及质量管理总监	大专	1970年	2003年10月
2	李海宾	研发及质量管理副总监	本科	2008年	2019年11月
3	蒋道林	研发员	大专	2001年	2004年10月
4	黄振巢	研发员	中专	1999年	2010年8月

报告期内，发行人核心技术人员未发生变化，核心技术人员稳定，未对发行人的经营造成重大影响。

3、在研项目情况

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人在研项目及进展情况如下表所示：

单位：万元

项目	研发阶段	研发目标	研发人员	已投入经费	技术先进性
椰子蛋白发酵的酸奶产品的研究与开发	立项	利用椰子中富含的蛋白质，采用新型发酵技术，开发出一款健康新颖的酸奶制品	曾昭开、蒋道林、李海宾	22.69	行业领先
橘子罐头的口感脆度提升的研究	小试	通过对原料贮藏、工艺流程、配方升级、设备改良等方法，结合现场精细化管理，提升橘子罐头果肉爽脆感	黄振巢、蒋道林	14.26	行业先进水平
橘子去囊衣技术	立项	采用新型技术进行橘子囊衣的去除，替代目前采用食品级酸碱处理技术，达到提升处理效率、改善产品质量的目的	曾昭开、蒋道林	8.68	行业领先
八宝粥罐头中添加健康水果的研究与开发	小试	选取营养健康的新鲜水果原料，与各种谷物进行搭配，开发健康、新颖的八宝粥罐头制品	李海宾、蒋道林	12.81	行业领先
透明包装食品在常温贮存条件下色泽保持的技术研究	小试	解决使用透明包装材料的食品在外部光照情况下容易变色的问题	曾昭开、蒋道林、黄振巢	14.68	行业先进水平

4、研发费用情况

报告期内，公司研发费用构成及其占当期主营业务收入的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
研发费用	**55.19**	**75.82**	**292.63**	**86.47**
其中：人工费	51.45	50.56	109.44	65.70
材料费	1.76	20.34	94.11	8.48
折旧费	1.30	3.93	17.75	4.62
水电燃气费	0.10	0.63	64.24	0.27
日常办公费用	0.57	0.36	7.08	7.40
主营业务收入	**59,611.82**	**141,735.34**	**134,630.38**	**118,519.40**
研发费用占主营业务收入比例	**0.09%**	**0.05%**	**0.22%**	**0.07%**

食品饮料行业的研发主要为配方研发和在线工艺改进，对资本投入的需求较小，报告期内公司研发费用占主营业务收入的比例较低。

2018 年公司研发费用较高，主要系公司在 PET 无菌冷灌生产线上进行无菌冷灌装条件下的果粒添加技术的试验，相关的研发人工、研发领料、水电气增加所致。

（二）主要研发成果及研发情况

公司坚持自主研发与创新，针对不同的产品要求和产品特点进行模具优化和工艺技术创新，并取得了显著的成就。

公司积累了丰富的产品设计制造经验，通过独立研发取得了一系列独特的工艺流程及装置设备，公司核心技术包括无菌冷灌装条件下的果粒添加技术、橘子罐头自动剥皮技术、黄桃罐头自动劈桃挖核技术、椰子汁二次均质技术、黄桃果肉抽空技术等。公司的各项核心技术在提高工效和产品质量方面均起到了良好的作用，并不易被竞争对手仿制。公司的装置设备及工艺方法制造的产品达到了业内技术领先水平。

截至本招股说明书签署日，发行人拥有的核心技术的情况如下：

序号	技术名称	技术来源	技术概况
1	无菌冷灌装条件下的果粒添加技术	自主研发	在改良椰子汁（果肉型）植物蛋白饮料在传统的高温长时间灭菌工艺的基础上，克服安全性与过度受热造成影响口感的矛盾，2018年公司与世界一流的PET无菌冷灌装设备生产商法国西得乐共同研究设计采用双线法的方式将果肉与椰子汁分开处理，定制化的瞬时高温处理工艺在确保品质安全的前提下最大化的保留了内容物的新鲜度及营养价值，同时独特的输送装置兼顾果粒的完整性和均匀性，节能环保，结合国际一流的装备系统，成功实现了在中性植物蛋白饮料中添加果粒成分的工艺创新，增加内容物的附加值。用PET瓶无菌冷灌装线生产带果肉的中性植物蛋白饮料，属国内首创
2	橘子罐头自动剥皮技术	自主研发	目前国内同类企业主要以手工剥皮加工为主，公司根据原料大小对其进行自动分级，在橘皮热烫软化后，通过刀具及毛辊设备将橘皮剥离。该自动剥皮技术可有效解决人为操作带来的伤果质量问题，节约了人工成本，达到节能降耗的效果
3	黄桃罐头自动劈桃挖核技术	自主研发	黄桃原料经自动分级机分级后，自动进入相对应级别的劈桃挖核机，完成劈桃挖核作业。相比传统加工工序，该技术节约了人工成本、缩短了生产加工流程
4	椰汁二次均质技术	自主研发	椰子汁原料富含脂肪及蛋白质成分，均质工序先通过40-45MPa的高压对椰肉汁原料、乳化剂进行一次均质，然后再将调配定容后的料液通过20-25MPa进行二次均质。通过采用先高后低两次均质技术，可以保证椰子汁植物蛋白饮料产品的货架期稳定性，使脂肪上浮及蛋白质沉淀等问题得到很好的解决
5	黄桃果肉抽空技术	自主研发	黄桃果肉在保质期内易出现果肉发软变色现象，主要由于果肉中胶体物质的析出及残留氧气的作用所致。公司通过对加工流程增加热抽空技术，将食品钙成分与果肉中的空气进行充分置换，提高了产品的抗氧化特性，同时在钙离子的作用下，果肉保持了较好的硬度

以上核心技术主要应用于椰汁饮料、黄桃罐头以及橘子罐头的生产经营中，其产生的营业收入占报告期各期的营业收入的 60%左右。

（三）技术创新机制和安排

公司一贯重视技术创新工作，本着中长期规划和近期目标相结合、前瞻性研究和应用开发相结合的原则，确定了以市场为导向，以产品质量为根本的技术创新战略，积极健全和完善技术创新机制，从人、财、物和管理机制等方面确保公司的持续创新能力。

1、完善用人机制，创造良好的研发条件

公司根据自身业务和技术发展的需要，不断采取有效措施，吸引市场优秀人才，强化科研队伍的人才队伍建设。同时公司为技术研发人员创造了一流的研发条件，为公司的技术创新提供了良好的基础条件。

2、提供资金保障，实际激励机制

为确保公司的创新能力和技术优势，公司逐年加强研发工作力度，以满足公司在技术创新及研发项目上的需要。同时，公司制定并实施了对研发成果完成人和为推动成果转化做出突出贡献的人员给予奖励的各类措施，提高了研发人员技术创新的积极性。

3、建立技术合作机制，加强国内国际技术交流

本着技术创新与技术引进相结合的原则，公司在产品外观设计及生产工艺优化创新领域不断与专业机构进行交流与合作，积累了丰富的加工制造经验。

（四）发行人核心技术与关联方、专利的对应关系，以及收入占比情况

发行人核心技术均为自身业务发展过程中自主研发与技术积累形成，独立于关联方。该等核心技术属于非专利核心技术，未申请专利保护。核心技术产品收入占营业收入的比例如下：

序号	核心技术	核心技术产品	核心技术产品收入占营业收入的比例			
			2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	无菌冷灌装条件下的果粒添加技术	PET 椰汁产品	30.11%	25.97%	-	-
2	椰汁二次均质技术	全部椰汁产品	37.12%	43.55%	43.17%	44.11%
3	橘子罐头自动剥皮技术	橘子罐头	16.23%	11.56%	12.10%	13.15%

4	黄桃罐头自动劈桃挖核技术	黄桃罐头	12.37%	10.64%	11.19%	12.13%
5	黄桃果肉抽空技术					

（五）发行人专利、核心技术不涉及董事、监事、高管人员、核心技术人员在曾任职单位职务成果

发行人专利、核心技术均为发行人员工在发行人工作期间，执行发行人的工作任务并利用发行人的物质技术条件而形成的职务成果。除独立董事和外部董事徐坚外，发行人其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员均长期在发行人任职，该等专利、核心技术不涉及董事、监事、高管人员、核心技术人员在此前任职单位的职务成果。

（六）发行人董事、监事、高管人员、核心技术人员不存在违反竞业禁止协议的情况

发行人董事、监事、高管人员、核心技术人员任职及兼职情况如下：

姓名	在发行人的任职	入职时间	除发行人外其他兼职情形
李兴	董事长、总经理	2001 年	豪兴投资执行董事、广东欢乐家投资执行董事、湛江兴宝达物流监事
杨岗	董事、副总经理	2002 年	无
程松	董事、副总经理、董事会秘书	2016 年	无
徐坚	董事	2019 年	中国食品工业协会副秘书长
吴玉光	独立董事	2020 年	中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）北京分所合伙人，同时担任北京开成咨询有限公司监事
高彦祥	独立董事	2019 年	中国饮料工业协会标准化委员会委员、中国食品添加剂和配料协会副监事长、安徽康创健康产业运营有限公司执行董事，天津穗博科技发展有限公司董事，北京金润世纪食品有限公司监事
陈浩然	独立董事	2019 年	辽宁恒信（上海）律师事务所合伙人、律师
曾昭开	监事会主席、核心技术人员	2003 年	无
庞土贵	监事	2003 年	无
黄永珍	职工代表监事	2005 年	无
李康荣	副总经理	2001 年	无
杨榕华	副总经理、财务总监	2016 年	无

如上表所示，截至本招股说明书签署日，除外部董事徐坚、三名独立董事外，发行人其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员在发行人处任职均已超过 2 年，即已

超过法定最长的竞业限制期限，上述人员均已确认在发行人处任职不存在违反竞业限制的情形。其中，李兴其他的兼职单位为其控制或投资的企业，亦不存在违反竞业限制的情形。

此外，发行人外部董事徐坚、独立董事吴玉光、高彦祥、陈浩然担任发行人董事前，其原任职单位与发行人不存在生产或者经营同类产品、从事同类业务的有竞争关系的情形，其在发行人处任职不存在违反现任职单位竞业限制的情形。

（七）知识产权纠纷或潜在纠纷情况

在报告期内，发行人发生过 2 件知识产权诉讼，2 件与知识产权相关的不正当竞争诉讼。该等诉讼均已结案，相关给付义务已履行完毕，相关应收款项正在追讨中，具体如下：

结案时间	原告	被告	案由	诉讼结果
2018/04	杭州快版科技有限公司	发行人	侵害作品信息网络传播权	杭州快版科技有限公司撤诉，双方和解，发行人支付和解款 3,000 元
2018/08	上海巴克斯酒业有限公司	发行人	不正当竞争	双方庭内和解，发行人停止生产“DID 鸡尾酒”，并支付和解款 260 万元
2020/06	发行人	安徽欢乐家饮品有限公司	不正当竞争	法院判令安徽欢乐家饮品有限公司停止侵权行为，赔偿发行人 2.20 万元，并限期变更企业名称
2020/08	浙江椰雅饮品	发行人、山东欢乐家、武汉欢乐家	侵害商标权	因浙江椰雅饮品被授权的商标被宣告无效，浙江椰雅饮品撤诉。详见本招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼和仲裁事项”之“（二）浙江椰雅饮品有限公司商标诉讼案件的具体情况”

截至本招股说明书签署日，上述诉讼纠纷均已结案，发行人不存在其他知识产权纠纷或潜在纠纷。

八、境外经营情况

公司目前未在中华人民共和国境外进行生产经营。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度及董事会专门委员会的建立健全及运行情况

（一）公司治理存在的缺陷及改进情况

报告期内，公司根据《公司法》《证券法》等相关法律法规及规范性文件的要求，逐步建立健全了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的公司治理框架，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。

公司股东大会由全体股东组成。公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名，董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会及薪酬和考核委员会。公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名，监事会主席 1 名。公司高级管理人员包括总经理、副总经理、董事会秘书和财务总监。

为了更好地维护股东权益，确保股东、董事、监事职权的有效履行，公司制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》《董事会秘书工作细则》《总经理工作细则》《内部审计制度》《关联交易管理制度》《对外担保制度》《投融资管理制度》等制度，为公司法人治理的规范化运行提供了进一步的制度保证。

公司管理层认为，报告期内公司在公司治理方面不存在重大缺陷。

（二）股东大会的实际运行情况

公司已根据《公司法》等相关法律、法规和规范性文件制定了《公司章程》及《股东大会议事规则》，健全了股东大会制度，股东依法履行股东义务、行使股东权利，股东大会的召集、召开及表决程序合法，决议合法有效。自整体变更设立股份公司以来，公司共召开 14 次股东大会。

（三）董事会的实际运行情况

公司董事会按照《公司法》等有关法律法规、《公司章程》及《董事会议事

规则》等相关制度进行规范运作，董事会会议的召集、召开和决议内容合法有效，不存在违反相关法律、法规行使职权的行为。自整体变更设立股份公司以来，公司共召开 14 次董事会。

（四）监事会的实际运行情况

公司监事会按照《公司法》有关法律法规、《公司章程》及《监事会议事规则》等相关制度进行规范运作，监事会会议的召集、召开和决议内容合法有效。自整体变更设立股份公司以来，公司共召开 12 次监事会。

（五）独立董事的履职情况

公司有独立董事三名，分别为吴玉光、陈浩然和高彦祥，达到董事会总人数的三分之一，其中吴玉光为会计专业人士，符合《公司法》《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》《公司章程》的规定。

公司建立独立董事制度以来，公司三名独立董事自聘任以来均能严格按照法律、行政法规、规范性文件及《公司章程》的规定认真履行独立董事职责，在规范公司运作、加强风险管理、完善内部控制、保障中小股东利益、提高董事会决策水平等方面起到了积极的作用。公司独立董事不存在曾对公司有关事项提出异议的情况。

（六）董事会秘书的履职情况

公司设董事会秘书，由程松先生担任。董事会秘书是公司高级管理人员，对董事会负责。自任职以来，公司董事会秘书按照法律、法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定，勤勉尽职地履行了职责。

（七）董事会专门委员会的构成及运行情况

2019 年 6 月 4 日，公司第一届董事会第一次会议审议通过了设立董事会专门委员会并选举专门委员会成员的议案，并审议通过了相应专门委员会的工作细则。

截至本招股说明书签署日，董事会共下设四个专门委员会，分别为战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬和考核委员会。各委员会的设置和运行情况如下：

1、战略委员会

战略委员会主要负责组织开展公司长期发展战略规划的研究并提出建议。公司战略委员会由李兴、杨岗、程松、徐坚、高彦祥组成，其中李兴担任召集人。截至本招股说明书签署日，公司战略委员会共召开了 1 次会议。

2、提名委员会

提名委员会主要负责研究董事、高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议。公司提名委员会由高彦祥、吴玉光、程松组成，其中高彦祥担任召集人。截至本招股说明书签署日，公司提名委员会共召开了 2 次会议。

3、审计委员会

审计委员会主要负责监督及评估外部审计机构工作，指导内部审计工作，审阅公司的财务报告并对其发表意见。公司审计委员会由吴玉光、高彦祥、陈浩然组成，其中吴玉光担任召集人。截至本招股说明书签署日，公司审计委员会共召开了 6 次会议。

4、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会主要负责制定薪酬计划或方案，审查公司董事和高级管理人员履行职责的情况并对其进行绩效考评。公司薪酬与考核委员会由陈浩然、吴玉光、程松组成，其中陈浩然担任召集人。截至本招股说明书签署日，公司薪酬与考核委员会共召开了 2 次会议。

二、公司管理层对内部控制的自我评估和注册会计师的鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制的自我评估意见

公司管理层在对公司截至 2020 年 6 月 30 日的内部控制有效性进行了评估后认为：“公司按照《中华人民共和国公司法》、《企业内部控制基本规范》等相关法律法规及规章的要求，结合自身的经营特点，建立、健全了一系列内部控制制度，并得到了有效的执行，能够适应公司现行管理的要求和发展的需要，能够对公司各项业务的健康运行及公司经营风险的控制提供有利保障。从整体上看，公司的内部控制是完整、合理、有效的，不存在重大缺陷，在公司经营管理各过

程、各个关键环节发挥了较好的管理控制作用，保障了财务信息的准确和公司资产的安全完整，为公司能够长期稳定发展以及为股东创造最大利益奠定了可靠的制度保证。”

（二）注册会计师对公司内部控制制度评价的意见

致同会计师对公司内部控制制度进行了审核，并出具了致同专（2020）第110ZA07849 号《内部控制鉴证报告》，结论如下：“欢乐家公司于 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面有效地保持了按照《企业内部控制基本规范》建立的与财务报表相关的内部控制。”

三、公司报告期内的违法违规情况

（一）2014 年武汉欢乐家国土处罚

2012 年 2 月 1 日，发行人与汉川市分水镇人民政府就招商引资事宜签订合同书，发行人在当地投资兴建罐头食品项目，政府分期出让相应的国有建设用地。其中，一期土地 248 亩应于当年 3 月底前交付使用，并在一年内交付土地使用权证。发行人则应在土地交付后进场施工，按期完成项目投资。

2012 年 10 月 9 日，武汉欢乐家注册成立，并作为该项目的实施主体。

2013 年 6 月 21 日，武汉欢乐家取得汉川市城乡规划局颁发的地字第 2013-49 号《建设用地规划许可证》，用地面积为 252.02 亩。

2013 年 8 月，在已取得建设用地规划许可，但未能依约取得土地使用权证的情况下，为了保证招商合同规定的建设进度，武汉欢乐家即在相关地块上开工建设。

2014 年 6 月 23 日，汉川市国土资源局出具川土资罚〔2014〕160 号《行政处罚决定书》，认定武汉欢乐家为未经批准占用土地 86.61 亩（该地块 38.08 亩属建设预留区，48.53 亩属一般农田区）用于厂房建设，责令退还非法占用的土地，拆除部分新建建筑物和设施，恢复土地原状、没收部分新建建筑物和设施，并处罚款 288,670 元。

上述处罚所涉地块为相关招商引资合同中汉川市分水镇人民政府承诺应交

付至武汉欢乐家投资开发使用的地块。在收到上述行政处罚后，武汉欢乐家即积极配合进行规范整改，包括与相关政府部门配合，完成相关农用地转用和补办土地使用权批准手续等。2014 年 9 月武汉欢乐家即办理了处罚所涉地块的使用权批准手续，办理了国有建设用地使用权证，消除了违法情形。2017 年 5 月，武汉欢乐家缴清全部罚款。鉴于武汉欢乐家已经取得所涉土地的使用批准手续并完成产权登记，违法情形已全部消除，因此主管部门未再要求武汉欢乐家拆除地上相关建筑物并没收新建建筑物和设施等。2020 年 1 月 6 日，汉川市自然资源和规划局出具证明，确认武汉欢乐家“违法情形已全部消除，行政处罚亦全部执行完毕”。

2017 年 5 月 19 日，汉川市国土资源局出具《证明》：“该公司上述行为系由于对本地招商引资政策及建设用地审批法律法规未充分了解的情况下，为保证建设进度提前开工建设。经查，该公司收到上述处罚决定书后，立即停止了违法行为，并积极配合整改。由于我局对本辖区内的建设用地规划进行了调整，目前该公司已经消除违法用地的情形、取得了我局的相关批准手续，公司相关用地已全部合法合规。同时，该公司已按时足额缴纳相应的罚款。我局认为，该公司上述违法行为已经纠正，不存在非法占用土地的情形，未造成重大不良后果，不构成重大违法违规行为。”

武汉欢乐家未正式取得用地批准即进行投资项目建设，违反了《中华人民共和国土地管理法》等规定。该行为系对当地招商引资政策和相关法律法规的认识偏差所致，主观恶性程度较轻。该行为未造成环境污染、人员伤亡或恶劣社会影响，不存在严重损害投资者合法权益和社会公共利益的情形。根据《湖北省国土资源行政处罚自由裁量权适用规范（试行）》的规定，该行为属“一般”情节，有权机关已确认其不属于重大违法行为。武汉欢乐家已足额缴纳罚款，并进行了规范和整改，办理了用地、规划和施工等批准手续，完成了产权登记。处罚所涉地块面积为 86.61 亩，占武汉欢乐家全部土地使用权面积的比例 32.21%，该地块已完成开发建设，地上相关房屋建筑物亦办理了产权登记，相关批准手续已完善，违法情形已消除，不会影响发行人未来正常生产经营。综上，目前该地块该项行政处罚不构成本次发行上市的法律障碍。

（二）2017 年武汉欢乐家消防处罚

2016 年 12 月 1 日，武汉欢乐家罐头车间发生一起机械致 1 人死亡的事故。事故发生后，武汉欢乐家及时向政府主管部门报告，配合相关调查。2016 年 12 月 6 日，武汉欢乐家与死者家属在汉川市分水镇人民调解委员会的调解下，签订《人民调解协议书》，双方就本次事故赔偿达成一致，由武汉欢乐家向死者第一顺序法定继承人支付丧葬补助金、一次性工亡补助金、被扶养人生活费等合计 790,000 元。当月 12 日，武汉欢乐家支付完毕全部赔偿款，已妥善处理工伤赔偿等善后事宜，未引发诉讼或其他纠纷。

根据政府调查组作出的《事故调查报告》，本次事故为责任事故，直接原因系死者违规操作以及码垛机存在安全缺陷，死者系本次事故的直接责任人，间接原因为武汉欢乐家存在安全培训、安全管理等方面不到位的情形。

2017 年 6 月 12 日，汉川市安全生产监督管理局作出（川）安监罚〔2017〕5 号《行政处罚决定书》，对武汉欢乐家处罚款 20 万元，对主要责任人肖东顺处罚款 2 万元。

在收到上述行政处罚后，武汉欢乐家按时缴纳了罚款，积极落实整改，包括完善安全生产管理制度、开展安全生产培训、就存在隐患的设备进行改造等。

2017 年 6 月 23 日，汉川市安全生产监督管理局出具《关于武汉欢乐家食品有限公司“12.1”机械致人死亡一般事故的说明》，确认“本次事故社会危害性和违法性较轻，不构成重大生产安全事故。武汉欢乐家食品有限公司在本次事故中的违法情节较轻，不构成重大违法违规行为。”

武汉欢乐家的上述行为违反了《安全生产法》等规定。武汉欢乐家行为系造成本次事故的间接原因，未造成重大人员伤亡或恶劣社会影响，情节相对较轻，不存在严重损害投资者合法权益和社会公共利益的情形。根据《安全生产法》《生产安全事故报告和调查处理条例》，该事故属于“一般事故”，有权机关亦确认上述行为不构成重大违法行为。武汉欢乐家已及时足额缴纳罚款并完成整改，不会影响发行人未来正常生产经营。该项行政处罚不构成本次发行上市的法律障碍。

（三）2017 年 6 月武汉欢乐家安全生产处罚

武汉欢乐家部分建筑工程于 2013 年完成相关消防设计，并于 2016 年 8 月申请消防验收。由于原设计所依据的《建筑设计防火规范》于 2015 年 5 月被修订，相关消防设计需根据新规范进行修改。在变更消防设计并进行相应改造后，湖北省孝感市公安消防支队于 2017 年 7 月 18 日作出孝公验字〔2017〕第 104 号《建设工程消防验收意见书》，该建筑工程通过消防验收。

但在尚未完成消防验收期间，为加快投产，武汉欢乐家将建筑工程先行投入使用。

2017 年 8 月 10 日，湖北省孝感市公安消防支队作出孝公（消）行罚决字〔2017〕第 0016 号《公安行政处罚决定书》，认定武汉欢乐家建设工程存在未经消防验收擅自投入使用的情形，处罚款 12 万元。在收到上述行政处罚后，武汉欢乐家按时足额缴纳了罚款并积极整改，消除了相关违法情形。

2018 年 4 月 4 日，湖北省孝感市公安消防支队出具《证明》，确认武汉欢乐家“在收到我支队相关法律文书后，已采取有效措施将存在的问题整改到位，并已经我支队验收合格，未造成重大不良后果，未发生火灾事故，该公司的上述行为不构成重大违法违规行为。”

武汉欢乐家将未经消防验收的建设工程先行投入使用，违反了《中华人民共和国消防法》等规定。该事件存在建筑设计防火规范在期间被修订等客观原因，其行为的主观恶性程度较轻，未造成消防事故、人员伤亡或恶劣社会影响，不存在严重损害投资者合法权益和社会公共利益的情形。根据《消防行政处罚裁量导则》的规定，该行政处罚属于“一般”阶次，有权机关亦确认其不构成重大违法行为。武汉欢乐家已及时足额缴纳罚款并进行整改，违法情形已消除，不会影响发行人未来正常生产经营。上述行政处罚不构成本次发行上市的法律障碍。

除上述行政处罚外，报告期内发行人及其控股子公司不存在其他行政处罚。

四、资金占用与对外担保情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，也不存在公司为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

五、独立经营情况

公司自成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》和《公司章程》及其他法律法规和规章制度的要求规范运作，具有独立完整的业务体系及面向市场独立经营的能力，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

（一）资产独立

公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。

（二）人员独立

公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，也未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司的财务人员未在控股股东、实际控制人控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

公司已建立独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；公司未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

（四）机构独立

公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权、管理团队稳定

公司主营业务、控制权、管理团队稳定，最近二年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近二年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）不存在对发行人持续经营的有重大影响的事项

公司不存在主要资产、核心技术以及商标的重大权属纠纷。公司不存在重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，以及经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

六、同业竞争

（一）同业竞争情况

公司的控股股东为豪兴投资，持有公司 228,739,128 股股份，占发行人股本总额的 63.54%。除欢乐家以外，豪兴投资未控制其他企业。

公司实际控制人为李兴、朱文湛、李康荣。除发行人以外，实际控制人及其近亲属还存在控制的或存在重大影响的其他企业。

1、实际控制人及其近亲属控制或存在重大影响的企业的基本情况和股权结构

序号	企业名称	成立时间	注册资本（万元）	住所	法定代表人/执行事务合伙人	现股权结构/出资结构
1	广东豪兴投资有限公司	2017-01-19	13,000	广东省湛江市	李兴	李兴 60%、朱文湛 40%
2	广东欢乐家投资有限公司	2014-05-16	1,000	广东省湛江市	李兴	李兴 50%、朱文湛 50%
3	湛江兴宝达物流有限公司	2015-05-12	1,042	广东省湛江市	李观如	李日荣 52.02%、李兴 47.98%
4	湛江市凯利佳房地产开发有限公司	2003-07-02	1,200	广东省湛江市	陈翥	陈翥 35.49%、徐伟雄 32.50%、李兴 32.01%
5	广东康琦赛投资有限公司	2009-09-09	1,000	广东省湛江市	肖焕	徐伟雄 25%、肖焕 25%、郑真旺 25%、李兴 25%
6	广东湛兴车城经营管理有限公司	2015-05-13	2,175	广东省湛江市	肖焕	郑真旺 27%、徐伟雄 25%、肖焕 25%、李兴 23%
7	湛江市保利汽车贸易有限公司	2010-04-22	500	广东省湛江市	肖焕	肖焕 80%、李兴 20%
8	湛江华泉建材有限公司	2013-03-27	1,000	广东省湛江市	陈建伟	李康荣 50%、郑真华 50%
9	廉江市恒泰石场有限公司	2007-08-31	30	广东省湛江市	张德健	李康荣 33%、招晓艺 20%、张德健 15%、黎毅艺 12%、许斯静 10%、吴鑫 10%
10	湛江市希朋酒店管理有限公司	2018-03-07	300	广东省湛江市	李日荣	李日荣 99%、周东云 1%
11	湛江市御家物业管理有限公司	2018-03-08	300	广东省湛江市	李日荣	李日荣 99%、周东云 1%
12	广东粤豪投资发展有限公司	2020-04-14	5,000	广东省湛江市	李日荣	李日荣 99%、黄文俊 1%
13	广东家豪置业有限公司	2020-04-14	5,000	广东省湛江市	李日荣	李日荣 99%、陈锦川 1%
14	广东志豪投资置业有限公司	2020-04-16	5,000	广东省湛江市	李日荣	李日荣 99%、黄文俊 1%
15	广东达智投资置业有限公司	2020-04-14	50,000	广东省湛江市	黄文俊	广东家豪置业有限公司 34%、广东粤豪投资发展公司 33%、湛江博达贸易有限公司 33%
16	广东粤豪物流有限公司	2020-07-13	5,000	广东省湛江市	黄文俊	广东家豪置业有限公司 34%、广东粤豪投资发展公司 33%、湛江博达贸易有限公司 33%

序号	企业名称	成立时间	注册资本（万元）	住所	法定代表人/执行事务合伙人	现股权结构/出资结构
17	广东高地实业有限公司	2018-10-17	5,000	广东省湛江市	李日荣	李日荣 99%、李观如 1%
18	湛江誉兴置业有限公司	2018-05-31	1,000	广东省湛江市	李观如	李日荣 99%、李观如 1%
19	湛江市麻章区合德工贸有限公司	2011-01-12	50	广东省湛江市	李日荣	李日荣 80%、郑彪 20%
20	湛江兴旺置业有限公司	2013-08-02	300	广东省湛江市	李日荣	李日荣 50%、陈小娟 50%
21	湛江市真旺贸易有限公司	2004-03-05	1,000	广东省湛江市	郑真旺	李日荣 50%、郑真旺 50%
22	湛江市广汇印业有限公司	2003-03-21	155	广东省湛江市	郑真华	郑真华 50%、李日荣 50%
23	湛江市佳烨置业有限公司	2007-11-21	2,000	广东省湛江市	李日荣	广东高地实业有限公司 60%、李日荣 40%
24	湛江华泉干混砂浆有限公司	2015-08-11	100	广东省湛江市	陈建伟	湛江华泉建材有限公司 50%、李日荣 25%、郑真华 25%
25	湛江市慧臻房地产开发有限公司	2010-05-10	100	广东省湛江市	朱文杰	唐宏连 25%、朱文杰 25%、黄亚海 25%、黄林 25%
26	广东海王湾游艇俱乐部有限公司（2020 年 1 月注销）	2011-12-09	1,000	广东省湛江市	梁友富	梁友富 40%、谢从玲 40%、朱文杰 20%
27	深圳市家天下投资企业（有限合伙）（2017 年 6 月注销）	2015-08-31	1,000	广东省深圳市	李兴	普通合伙人李兴 1%、有限合伙人朱文湛 99%
28	深圳市星联星投资企业（有限合伙）（2017 年 12 月注销）	2015-08-20	1,000	广东省深圳市	庞伟兴	普通合伙人庞伟兴 1%、有限合伙人李兴 99%

2、主要财务数据

单位：万元

序号	企业名称	2020-06-30	2020 年 1-6 月	2019-12-31	2019 年

		总资产	净资产	营业收入	净利润	总资产	净资产	营业收入	净利润
1	广东豪兴投资有限公司	25,214.72	25,212.57	-	3,797.56	21,417.88	21,415.01	-	3,448.33
2	广东欢乐家投资有限公司	1,221.10	743.13	-	-23.90	1,636.59	766.57	-	-32.76
3	湛江兴宝达物流有限公司	3,585.60	41.93	-	-0.07	60.31	42.00	-	-
4	湛江市凯利佳房地产开发有限公司	82,048.26	-3,079.76	-	-1,920.43	22,468.52	-1,152.29	-	-1,073.97
5	广东康琦赛投资有限公司	1,717.65	-366.25	461.33	135.45	1,557.21	-501.70	567.05	177.70
6	广东湛兴车城经营管理有限公司	4,607.33	1,320.79	28.60	-55.79	4,804.87	1,376.58	63.21	-169.03
7	湛江市保利汽车贸易有限公司	1,951.24	237.53	853.61	-40.96	1,946.34	309.01	3,975.66	-1.63
8	湛江华泉建材有限公司	3,311.92	586.88	6,298.79	73.22	2,270.90	513.66	8,714.85	126.53
9	廉江市恒泰石场有限公司	409.93	23.92	-	-12.90	401.97	36.65	-	-26.93
10	湛江市希朋酒店管理有限公司	10,662.41	-399.30	536.75	-184.03	639.40	-209.01	1,907.75	-120.21
11	湛江市御家物业管理有限公司	814.17	-32.99	564.55	-14.68	322.04	-20.46	307.80	-20.16
12	广东粤豪投资发展有限公司	5,101.90	4,883.90	-	-0.10	尚未成立，不适用			
13	广东家豪置业有限公司	100.00	-	-	-	尚未成立，不适用			
14	广东志豪投资置业有限公司	1.88	-0.12	-	-0.12	尚未成立，不适用			
15	广东达智投资置业有限公司	5,305.93	4,999.93	-	-0.07	尚未成立，不适用			
16	广东粤豪物流有限公司	尚未成立，不适用				尚未成立，不适用			
17	广东高地实业有限公司	10,645.76	-5.44	-	-1.45	10,650.00	-4.00	-	-3.96
18	湛江誉兴置业有限公司	6,937.59	772.86	120.53	33.30	6768.33	739.56	317.01	34.50
19	湛江市麻章区合德工贸有限公司	9,434.67	48.59	-	-1.41	84.59	50.00	-	-

序号	企业名称	2020-06-30		2020 年 1-6 月		2019-12-31		2019 年	
		总资产	净资产	营业收入	净利润	总资产	净资产	营业收入	净利润
20	湛江兴旺置业有限公司	300.00	300.00	-	-	300.00	300.00	-	-
21	湛江市真旺贸易有限公司	9,321.30	-414.72	-	-172.66	6,899.13	-242.06	-	-372.96
22	湛江市广汇印业有限公司	2,531.40	-867.97	197.55	-69.34	2,534.72	-798.63	-	-112.19
23	湛江市佳烨置业有限公司	32,797.14	7,090.25	97.81	-1,412.19	34,368.09	11,095.30	12,125.67	409.19
24	湛江华泉干混砂浆有限公司	1,103.86	-114.59	130.93	-22.68	976.59	-91.91	588.00	-39.11
25	湛江市慧臻房地产开发有限公司	1,462.17	100.00	-	-	1,462.17	100.00	-	-
26	广东海王湾游艇俱乐部有限公司（2020 年注销）	2020 年 1 月 7 日已注销，注销前已停业多年							
27	深圳市家天下投资企业（有限合伙）（2017 年注销）	2017 年 6 月 23 日已注销，注销前仅持有深圳众兴利华股权，未有其他经营活动							
28	深圳市星联星投资企业（有限合伙）（2017 年注销）	2017 年 12 月 26 日已注销，注销前仅持有深圳众兴利华股权，未有其他经营活动							

3、主营业务及客户、供应商情况

序号	企业名称	主营业务	主要产品	主要销售模式	主要客户	主要供应商
1	广东豪兴投资有限公司	项目投资	为项目投资公司，自设立以来仅持有发行人股份			
2	广东欢乐家投资有限公司	项目投资	为项目投资公司，自设立以来尚未实际经营			
3	湛江兴宝达物流有限公司	货物运输代理，仓储服务	货运代理服务	直销	自设立至今尚未实际经营	
4	湛江市凯利佳房地产开发有限公	房地产开发经营	商品房	直销	个人购房者	广东承熙电梯服务有限公司、

序号	企业名称	主营业务	主要产品	主要销售模式	主要客户	主要供应商
	司					湛江市第一建筑工程公司、湛江韦达管桩有限公司等
5	广东康琦赛投资有限公司	物业租赁、旅游项目投资	旅游项目管理、房产物业	直销	湛江市众智汽车贸易有限公司、湛江市喜悦汽车服务有限公司、湛江正联丰田汽车销售服务有限公司等	主要为自有物业出租
6	广东湛兴车城经营管理有限公司	物业租赁、销售汽车及汽车配件	物业服务、汽车、汽车配件	直销	湛江市众智汽车贸易有限公司、湛江市喜悦汽车服务有限公司、湛江正联丰田汽车销售服务有限公司等	湛江市麻章区供电局等
7	湛江市保利汽车贸易有限公司	汽车及零配件销售	汽车、汽车配件	直销	个人购车者	东风启辰汽车销售有限公司、湛江市瑞高贸易有限公司、广州景丰销售有限公司
8	湛江华泉建材有限公司	建筑材料的生产和销售	建筑石材、混凝土	直销	中南建设集团有限公司、广东大城建设集团有限公司、湛江凯利佳等	湛江市雄宇投资有限公司、湛江百兴贸易有限公司、湛江市坡头区金垌石料有限公司等
9	廉江市恒泰石场有限公司	建筑用花岗石的生产和销售	建筑石材	直销	已停业多年	
10	湛江市希朋酒店管理有限公司	酒店管理，住宿，餐饮服务	酒店住宿、餐饮服务	线上线下销售	携程网、希尔顿 OTA 后台、发行人、湛江日昇文化传播有限公司等	锦江国际酒店采购平台、湛江市霞山区周建珍蔬菜商行、湛江市麻章区悦丽洗涤服务部等
11	湛江市御家物业管理有限公司	物业管理，自有物业租赁	物业服务	直销	平安银行股份有限公司广州分行、湛江市希朋酒店管理有限公司、发行人、	湛江佳烨置业等

序号	企业名称	主营业务	主要产品	主要销售模式	主要客户	主要供应商
					广东壹号食品股份有限公司等	
12	广东粤豪投资发展有限公司	房地产开发项目投资	2020 年 4 月成立，尚未开展实际经营			
13	广东家豪置业有限公司	房地产开发项目投资	2020 年 4 月成立，尚未开展实际经营			
14	广东志豪投资置业有限公司	房地产开发项目投资	2020 年 4 月成立，尚未开展实际经营			
15	广东达智投资置业有限公司	房地产开发项目投资	2020 年 4 月成立，尚未开展实际经营			
16	广东粤豪物流有限公司	货物运输代理；仓储服务	2020 年 7 月成立，尚未开展实际经营			
17	广东高地实业有限公司	房地产项目投资，房地产开发经营	2018 年 10 月成立至今尚未实际经营			
18	湛江誉兴置业有限公司	房地产开发经营，物业管理	物业租赁服务	直销	湛江市裕信包装印业有限公司、发行人等	主要为自有物业出租
19	湛江市麻章区合德工贸有限公司	建筑材料的生产和销售	建筑材料	直销	已停业多年	
20	湛江兴旺置业有限公司	房地产开发经营、房屋租赁	房产物业	直销	已停业多年	
21	湛江市真旺贸易有限公司	销售建筑材料、钢材、装饰材料	建筑材料	直销	个人采购者等	湛江市第一建筑工程公司、湛江申能电力技术有限公司、湛江市永信电梯有限公司等
22	湛江市广汇印业有限公司	包装装潢印刷品、其他印刷品印刷	包装、印刷服务	直销	广东众星电器有限公司、湛江环球水产有限公司、湛江市富强食品有限公司等	湛江市南方纸业有限公司、湛江市建兴印刷物资有限公司、湛江市美森纸业有限公司等

序号	企业名称	主营业务	主要产品	主要销售模式	主要客户	主要供应商
23	湛江市佳烨置业有限公司	房地产开发经营；物业管理	商品房	直销	个人购房者等	广东承熙电梯服务有限公司、湛江市第一建筑工程公司、景森设计股份有限公司等
24	湛江华泉干混砂浆有限公司	预拌干混砂浆、预拌商品混凝土的生产和销售	混凝土	直销	中南建设集团有限公司、广东大城建设集团有限公司、湛江凯利佳等	湛江市雄宇投资有限公司、湛江百兴贸易有限公司、湛江市金垌石料有限公司等
25	湛江市慧臻房地产开发有限公司	房地产开发经营	商品房	直销	已停业多年	
26	广东海王湾游艇俱乐部有限公司（2020 年注销）	游艇服务	游艇服务	直销	已停业多年	
27	深圳市家天下投资企业（有限合伙）（2017 年注销）	项目投资	自设立以来，仅持有深圳众兴利华股权，于 2017 年 6 月 23 日注销			
28	深圳市星联星投资企业（有限合伙）（2017 年注销）	项目投资	自设立以来，仅持有深圳众兴利华股权，于 2017 年 12 月 26 日注销			

4、对发行人是否构成重大不利影响的同业竞争的分析

上述主体的主营业务、产品或服务的定位与发行人有实质性差异，不存在竞争关系：

（1）发行人自成立以来一直从事水果罐头、饮料等食品的生产和销售，而上述关联企业主要从事房地产开发经营、酒店服务、物业租赁与管理、建材生产销售等业务，均未从事与发行人相同或相近的业务，亦无相关生产能力。

（2）发行人目前的生产基地位于湖北省和山东省，产品面向全国销售。发行人与上述关联企业虽在经营地域上有重合，但分属完全不同的行业，不会因地域重合产生直接利益冲突。

（3）发行人与上述关联企业在历史沿革、资产、人员、业务、技术和财务等方面相互独立，报告期内不存在非经营性资金往来，在销售渠道、主要客户及供应商方面无重叠。

（二）避免同业竞争的承诺

为维护公司及股东的合法权益，在遵守有关法律、法规及《公司章程》规定的前提下，公司控股股东豪兴投资，实际控制人李兴、朱文湛、李康荣出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“一、承诺方将尽职、勤勉地履行《公司法》等法律、法规和相关规范性文件以及《公司章程》规定的控股股东的职责，不利用股份公司的控股股东/实际控制人地位或身份损害股份公司及股份公司其他股东、债权人的合法权益。

二、截止本承诺函签署之日，承诺方或承诺方控制的其他企业均未从事与股份公司构成竞争或可能构成竞争的业务。

三、自本承诺函签署之日起，在作为股份公司的控股股东/实际控制人期间，承诺方或承诺方控制的其他企业将不从事与股份公司构成竞争或可能构成竞争的业务。

四、自本承诺函签署之日起，在作为股份公司的控股股东/实际控制人期间：

（一）如承诺方或承诺方控制的其他企业拓展业务范围，所拓展的业务不与股份公司构成竞争或可能构成竞争；

（二）如股份公司将来拓展的业务范围与承诺方或承诺方控制的其他企业构成竞争或可能构成竞争，则承诺方或承诺方控制的其他企业将停止从事该等业务，或将该等业

务纳入股份公司，或将该等业务转让给无关联的第三方；

（三）如承诺方或承诺方控制的其他企业获得与股份公司构成竞争或可能构成竞争的商业机会，则将该商业机会让予股份公司。

五、如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，承诺方将向股份公司赔偿由此造成的一切直接和间接损失，并承担相应的法律责任。

六、本承诺函自承诺方签字之日即行生效，在股份公司存续且依照《公司法》等法律、法规或者中国证监会和证券交易所的相关规定承诺方被认定为股份公司的控股股东/实际控制人期间持续有效且不可撤销。”

七、关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》及《上市规则》等法律、法规及规范性文件的有关规定，截至本招股说明书签署日，公司关联方及关联关系如下：

（一）持有发行人 5%以上股份的股东

发行人持股比例在 5%以上的股东共 4 名，分别为豪兴投资、李兴、朱文湛和荣兴投资。详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。

（二）董事、监事和高级管理人员

发行人董事、监事、高级管理人员包括：

董事：李兴、杨岗、程松、徐坚、陈浩然、高彦祥、吴玉光

监事：曾昭开、庞土贵、黄永珍

高级管理人员：李兴、杨岗、程松、李康荣、杨榕华

详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”。

（三）发行人控制的子公司

发行人控制的子公司包括湖北欢乐家、山东欢乐家、武汉欢乐家、深圳众兴利华和湛江欢乐家，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人控股子公司、分公司和参股公司情况”。

（四）实际控制人控制的其他法人

实际控制人控制的其他法人包括广东欢乐家投资有限公司、湛江华泉建材有限公司和廉江市恒泰石场有限公司，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（四）控股股东及实际控制人控制的其他企业”。

（五）报告期内发生交易的曾经的关联法人

序号	单位名称	关联关系
1	湖南欢乐家荣仕贸易有限公司	湖南欢乐家荣仕贸易有限公司于 2014 年 10 月 31 日设立。2016 年 6 月 8 日，李康荣将其持有的湖南欢乐家荣仕贸易有限公司 25%的认缴出资额转让予付旋，将 5%的认缴出资额转让予邬剑，此后不再享有其权益。
2	深圳市乐满家实业有限公司	深圳市乐满家实业有限公司于 2003 年 7 月 2 日设立。2016 年 12 月 26 日，李康荣将其持有的深圳市乐满家实业有限公司 52%的股权转让予庞伟兴，股权转让完成后，庞伟兴、张颖玉夫妇分别持有深圳市乐满家实业有限公司 52%和 48%的股权，李康荣不再享有其权益。

（六）其他关联自然人

其他关联自然人包括控股股东豪兴投资的董事（李兴）、监事（朱文湛）、高级管理人员（武超），以及李兴、朱文湛、李康荣及其他公司董监高关系密切的家庭成员，包括配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母。

（七）其他关联企业

发行人的关联方还包括关联自然人控制或者实施重大影响力的其他关联企业，具体情况如下：

序号	单位名称	关联关系
1	湛江兴宝达物流有限公司	发行人实际控制人李兴持有该公司 47.98%的股权并担任监事，其父亲李日荣持有 52.02%的股权
2	湛江市凯利佳房地产开发有限公司	发行人实际控制人李兴持有该公司 32.01%的股权
3	广东康琦赛投资有限公司	发行人实际控制人李兴持有该公司 25%的股权
4	广东湛兴车城经营管理有限公司	发行人实际控制人李兴持有该公司 23%的股权
5	湛江市保利汽车贸易有限公司	发行人实际控制人李兴持有该公司 20%的股权
6	湛江市希朋酒店管理有限公司	发行人实际控制人李兴之父李日荣持有该公司

序号	单位名称	关联关系
		99%的股权并担任执行董事和经理
7	湛江市御家物业管理有限公司	发行人实际控制人李兴之父李日荣持有该公司99%的股权并担任执行董事和经理
8	广东粤豪投资发展有限公司	发行人实际控制人李兴之父李日荣持有该公司99%的股权并担任执行董事和经理
9	广东家豪置业有限公司	发行人实际控制人李兴之父李日荣持有该公司99%的股权并担任执行董事和经理
10	广东志豪投资置业有限公司	发行人实际控制人李兴之父李日荣持有该公司99%的股权并担任执行董事和经理
11	广东高地实业有限公司	发行人实际控制人李兴之父李日荣持有该公司99%的股权并担任执行董事
12	湛江誉兴置业有限公司	发行人实际控制人李兴之父李日荣持有该公司99%的股权并担任监事
13	湛江市麻章区合德工贸有限公司	发行人实际控制人李兴之父李日荣持有该公司80%的股权并担任执行董事
14	湛江兴旺置业有限公司	发行人实际控制人李兴之父李日荣持有该公司50%的股权并担任执行董事
15	湛江市真旺贸易有限公司	发行人实际控制人李兴之父李日荣持有该公司50%的股权
16	湛江市广汇印业有限公司	发行人实际控制人李兴之父李日荣持有该公司50%的股权并担任监事
17	湛江市佳烨置业有限公司	发行人实际控制人李兴之父李日荣持有该公司40%的股权并担任执行董事；广东高地实业有限公司持有该公司 60%的股权
18	湛江华泉干混砂浆有限公司	发行人实际控制人李兴之父李日荣持有该公司25%的股权并担任监事；湛江华泉建材有限公司持有该公司 50%的股权
19	广东达智投资置业有限公司	发行人实际控制人李兴之父李日荣控制的广东家豪置业有限公司持有该公司 34%的股权，李日荣控制的广东粤豪投资发展有限公司持有该公司 33%的股权
20	广东粤豪物流有限公司	发行人实际控制人李兴之父李日荣控制的广东家豪置业有限公司持有该公司 34%的股权，李日荣控制的广东粤豪投资发展有限公司持有该公司 33%的股权
21	湛江万家汇投资有限公司	发行人实际控制人李兴之女李芷莹其配偶之父林华庚持有该公司 59.04%股权并担任执行董事、经理
22	广东合三投资有限公司	发行人实际控制人李兴之女李芷莹其配偶之父林华庚持有该公司 45%股权并担任董事长
23	湛江港盛工业气体有限公司	发行人实际控制人李兴之女李芷莹其配偶之父林华庚控制的湛江万家汇投资有限公司持有该公司 100%股权
24	广东万家汇置业有限公司	发行人实际控制人李兴之女李芷莹其配偶之父林华庚持有该公司 45%股权
25	湛江广恒房地产开发有限公司	发行人实际控制人李兴之女李芷莹其配偶之父林华庚持有该公司 33%股权并担任经理

序号	单位名称	关联关系
26	湛江港盛投资有限公司	发行人实际控制人李兴之女李芷莹其配偶之父林华庚控制的湛江万家汇投资有限公司持有该公司 47%股权，林华庚担任董事
27	湛江市万嘉建筑劳务有限公司	发行人实际控制人李兴之女李芷莹其配偶之父林华庚担任该公司副总经理
28	湛江市慧臻房地产开发有限公司	发行人实际控制人朱文湛之兄朱文杰持有该公司 25%股权并担任执行董事
29	上海企桥企业管理有限公司	独立董事高彦祥持有该公司 43%的股权
30	安徽康创健康产业运营有限公司	独立董事高彦祥控制的上海企桥企业管理有限公司持有该公司 75%的股权，高彦祥担任其执行董事
31	厦门翊馨进出口有限公司	独立董事高彦祥持有该公司 40%的股权
32	天津穗博科技发展有限公司	独立董事高彦祥持有该公司 30%的股权并担任董事，其妻陈淑珍持有该公司 50%的股权并担任董事长
33	北京金润世纪食品有限公司	独立董事高彦祥持有该公司 20%的股权并担任监事
34	北京开成咨询有限公司	独立董事吴玉光持有该公司 55.56%的股权并担任监事，其妻邹梅持有该公司 44.44%的股权并担任执行董事、经理
35	湛江开发区品悦轩餐饮店	发行人控股股东豪兴投资经理武超为主要经营者

（八）报告期内关联方的变化情况

除上述已披露的截至本招股说明书签署日存在的关联方以外，发行人报告期内曾经的关联方包括曾担任发行人董事、监事、高级管理人员的关联自然人，以及报告期内发行人的关联自然人曾控制/施加重大影响的或曾担任董事、高级管理人员的关联企业等。其中，与发行人在报告期内发生交易的曾经的关联方情况如下：

序号	关联方名称	与公司曾经存在的关联关系	股权处置情况
1	湖南欢乐家荣仕贸易有限公司	公司实际控制人李康荣曾持有该公司 30%股权	2016 年 6 月 8 日，李康荣将其持有的湖南欢乐家荣仕贸易有限公司 25%的认缴出资额转让予付旋，将 5%的认缴出资额转让予邬剑，此后不再享有其权益
2	深圳市乐满家实业有限公司	公司实际控制人李康荣曾持有该公司 52%股权	2016 年 12 月 26 日，李康荣将其持有的深圳市乐满家实业有限公司 52%的股权转让予庞伟兴，此后不再享有其权益

发行人与上述曾经的关联方后续交易情况如下：

湖南欢乐家荣仕贸易有限公司自 2017 年 6 月（股权转让后 12 个月）变为非关联方

后，2017 年 7-12 月、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月发行人向其销售产品，销售金额分别为 273.63 万元、426.97 万元、302.74 万元和 4.04 万元。

深圳市乐满家实业有限公司自 2017 年 12 月（股权转让后 12 个月）变为非关联方后，2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月发行人向其销售产品，销售金额分别为 1,084.19 万元、876.33 万元和 223.56 万元。

八、关联交易情况

根据企业会计准则的规定，公司与包括在公司合并财务报表合并范围内的各企业之间的交易不予披露。

（一）报告期内关联交易简要汇总表

报告期内，公司发生的关联交易简要汇总表如下：

交易类型	关联方	交易内容	是否持续
经常性关联交易	湛江市希朋酒店管理有限公司	向发行人提供住宿服务	是
	湛江开发区品悦轩餐饮店	向发行人提供餐饮服务	是
	湛江市御家物业管理有限公司	向发行人提供物业管理服务	是
	董事、监事、高级管理人员	发行人向其支付薪酬	是
偶发性关联交易	湛江誉兴置业有限公司	发行人向其租赁厂房及仓库、出售土地使用权及房屋所有权	否
	深圳市乐满家实业有限公司	发行人向其销售商品	见注
	湖南欢乐家荣仕贸易有限公司	发行人向其销售商品	见注
	湛江市佳烨置业有限公司	发行人向其销售商品、购买房屋所有权	否
	广东湛兴车城经营管理有限公司	发行人向其销售商品	否
	湛江华泉建材有限公司	发行人向其销售商品	否
	李兴、朱文湛、李康荣、豪兴投资	为发行人提供担保	否
	李兴	向发行人拆出资金	否
	李康荣	向发行人转让外观设计专利	否

注：深圳市乐满家实业有限公司、湖南欢乐家荣仕贸易有限公司报告期外曾由李康荣持股，2016 年李康荣陆续转出股权，按股权转出后 12 个月内进行认定，其在 2017 年阶段性为发行人关联方。与该两家公司的交易在报告期内仍然持续。

（二）经常性关联交易情况

1、采购商品、接受劳务

报告期内，公司采购商品、接受劳务的关联交易情况如下：

单位：万元

关联方	交易内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占营业成本比例	金额	占营业成本比例	金额	占营业成本比例	金额	占营业成本比例
湛江市希朋酒店管理有限公司	接受住宿服务	74.66	0.21%	179.90	0.20%	-	-	-	-
湛江市御家物业管理有限公司	接受物业管理服务	20.12	0.06%	49.08	0.05%	-	-	-	-
湛江开发区品悦轩餐饮店	接受餐饮服务	11.07	0.03%	30.58	0.03%	-	-	-	-
合计		**105.85**	**0.29%**	**259.56**	**0.29%**	-	-	-	-

湛江市希朋酒店管理有限公司为公司实际控制人李兴之父李日荣所控制的公司。2019 年度及 2020 年 1-6 月，众兴利华湛江分公司及欢乐家向湛江市希朋酒店管理有限公司采购酒店服务金额合计 179.90 万元及 74.66 万元，占营业成本比例为 0.20%及 0.21%。上述交易的价格根据希尔顿酒店集团价格体系确定，定价公允。

湛江市御家物业管理有限公司为公司实际控制人李兴之父李日荣所控制的公司。2019 年度及 2020 年 1-6 月，公司向湛江市御家物业管理有限公司采购物业管理服务金额合计 49.08 万元及 20.12 万元，占营业成本比例为 0.05%及 0.06%。上述交易价格系参考市场行情经双方协商确定，定价公允。

湛江开发区品悦轩餐饮店为公司控股股东豪兴投资的经理武超所经营的个体工商户。2019 年度及 2020 年 1-6 月，众兴利华湛江分公司及深圳众兴利华向湛江开发区品悦轩餐饮店采购餐饮服务金额合计 30.58 万元及 11.07 万元，占营业成本比例为 0.03%及 0.03%。上述交易的价格系参考市场行情经双方协商确定，定价公允。

2、关键管理人员薪酬

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
关键管理人员薪酬	287.36	442.51	198.53	199.80

（三）偶发性关联交易情况

1、租赁房产

报告期内，公司作为承租人的关联租赁情况如下：

单位：万元

出租方名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
湛江誉兴置业有限公司	2.14	100.67	-	-
合计	**2.14**	**100.67**	**-**	**-**

2018 年，公司将其位于湛江市麻章区相关土地使用权及房屋所有权转让给湛江誉兴置业有限公司后，由于设备搬离和库存消化需一定过渡期，2019 年 1 月 1 日，公司和湛江誉兴置业有限公司签订《厂房租赁合同》，约定湛江誉兴置业有限公司将其位于湛江市麻章区的部分厂房及仓库出租给公司，租赁面积为 16,617.31 平方米，租赁期限自 2019 年 1 月至 4 月，每月租金为 249,250 元（含税）。2019 年 5 月 1 日，双方再次签订《厂房租赁合同》，约定延长租赁期限至 2019 年 10 月，租赁面积调整为 500 平方米，每月租金为 7,500 元（含税）。后续双方继续签订《补充协议》，租赁期限延至 2020 年 3 月 31 日，租赁面积和租金价格不变。租赁期满后，公司不再续租该等房产。

上述交易的价格系以周边同类型房产租赁市场价格为基础，综合考虑房屋状况由双方协商确定，定价公允。

2、销售商品

报告期内，公司向关联方销售商品的情况如下：

单位：万元

关联方	交易内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
深圳市乐满家实业有限公司	销售公司产品	-	-	-	-	-	-	632.68	0.53%
湖南欢乐家荣仕贸易有限公司	销售公司产品	-	-	-	-	-	-	249.53	0.21%
湛江市佳烨置业有限公司	销售公司产品	-	-	-	-	-	-	11.86	0.01%
广东湛兴车城经营管理有限公司	销售公司产品	-	-	-	-	-	-	0.77	0.00%

关联方	交易内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
湛江华泉建材有限公司	销售公司产品	-	-	-	-	-	-	0.62	0.00%
合计			-	-	-	-	-	**895.46**	**0.75%**

公司实际控制人李康荣于2016年12月份转让其所持有的深圳市乐满家实业有限公司52%的股份，故深圳市乐满家实业有限公司2017年为公司关联方，该期间内其与发行人的交易为关联交易。2017年1月1日，深圳众兴利华与深圳市乐满家实业有限公司签订了《销售合同》，约定深圳众兴利华向其销售“欢乐家”品牌系列产品，合同期限自2017年1月1日至2017年12月31日。深圳众兴利华2017年度向深圳市乐满家实业有限公司出售商品金额为632.68万元，占营业收入比例为0.53%。

公司实际控制人李康荣于2016年6月转让其所持有的湖南欢乐家荣仕贸易有限公司25%的股份，故湖南欢乐家荣仕贸易有限公司2017年1月至6月为公司关联方，该期间内其与发行人的交易为关联交易。2017年1月1日，深圳众兴利华与湖南欢乐家荣仕贸易有限公司签订了《销售合同》，约定深圳众兴利华向其销售“欢乐家”品牌系列产品，合同期限自2017年1月1日至2017年12月31日。深圳众兴利华2017年1月至2017年6月向湖南欢乐家荣仕贸易有限公司出售商品金额为249.53万元，占营业收入比例为0.21%。

报告期内，公司向关联方销售商品的价格系根据公司的价格体系确定，定价公允，且占公司营业收入的比例较小，不会对公司财务状况和经营成果造成重大影响，不存在通过交易损害公司和其他股东利益的情形。

3、关联担保

报告期内，公司存在关联方为公司及子公司银行借款、授信等提供担保的偶发性关联交易，具体情况如下：

担保方	被担保方	担保金额（万元）	担保起始日	担保终止日	截至2020年6月30日，担保对应的借款是否已偿还
李兴、朱文湛	欢乐家有限	10,000.00	2018-1-1	主债务履行期届满之次日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛	武汉欢乐家	8,000.00	2019-8-30	借款期限届满之	否

担保方	被担保方	担保金额（万元）	担保起始日	担保终止日	截至 2020 年 6 月 30 日，担保对应的借款是否已偿还
				次日起三年	
李兴	欢乐家有限	7,700.00	2016-6-22	借款期限届满之日起两年	是
李康荣	欢乐家有限	7,700.00	2016-6-22	借款期限届满之日起两年	是
朱文湛	欢乐家有限	7,700.00	2016-6-22	借款期限届满之日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、曾繁尊	武汉欢乐家	7,000.00	2018-1-30	借款期限届满之次日起两年	是
广东豪兴投资有限公司	武汉欢乐家	7,000.00	2018-1-30	借款期限届满之次日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	5,400.00	2017-7-26	决算期届至之日起两年	是
李兴、朱文湛	欢乐家有限	5,000.00	2017-10-11	主债务履行期届满之日起两年	否
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	4,200.00	2017-11-10	决算期届至之日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	3,000.00	2019-1-25	决算期届至之日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	2,925.00	2018-7-25	决算期届至之日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	2,475.00	2018-7-26	决算期届至之日起两年	是
李兴、朱文湛	欢乐家	2,400.00	2020-6-4	主债务履行期限届满之日起两年	否
李兴、朱文湛、李康荣、李健	山东欢乐家	2,380.00	2020-3-18	主债务履行期限届满之日起三年	否
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	2,250.00	2018-1-26	决算期届至之日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	2,000.00	2019-4-29	借款到期日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	1,900.00	2019-6-27	债务履行期限届满之日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	1,683.00	2019-5-28	借款到期日起两年	是
李兴、朱文湛、李康荣、李健	山东欢乐家	1,625.00	2020-5-6	主债务履行期限届满之日起三年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	1,370.00	2018-9-12	借款到期日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	1,370.00	2017-9-5	借款到期日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	1,350.00	2019-3-29	债务履行期限届满之日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	1,317.00	2019-8-30	借款到期日起两年	是

担保方	被担保方	担保金额（万元）	担保起始日	担保终止日	截至 2020 年 6 月 30 日，担保对应的借款是否已偿还
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	1,210.00	2018-10-12	借款到期日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	1,130.00	2017-10-9	借款到期日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	1,073.00	2018-11-6	借款到期日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	1,000.00	2018-9-18	借款到期日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	1,000.00	2017-9-13	借款到期日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	780.00	2017-9-20	借款到期日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	350.00	2018-1-26	债务履行期限届满之日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	350.00	2018-6-27	债务履行期限届满之日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	347.00	2018-10-19	借款到期日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	347.00	2017-10-26	借款到期日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	293.00	2017-11-7	借款到期日起两年	是
李兴、李康荣、朱文湛、李健	山东欢乐家	80.00	2017-10-30	借款到期日起两年	是

4、资金拆借

报告期内，发行人及山东欢乐家存在向实际控制人李兴拆借资金的情况，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初金额	-	-	4,224.19	4,201.19
当期拆入	-	-	1,200.00	11,500.00
当期归还	-	-	5,424.19	11,477.00
期末余额	-	-	-	4,224.19

因业务开展需要，李兴分多笔资金拆借给公司及子公司。报告期内的上述关联方资金拆借均按照银行同期贷款基准利率计提资金使用费，2017 年及 2018 年资金使用费分别为 353.41 万元和 174.85 万元。截至 2018 年末，公司已全部清偿拆入借款。

5、资产交易

（1）购买房屋所有权

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
湛江市佳烨置业有限公司	房屋交易	-	-	6,190.48	-

湛江市佳烨置业有限公司为公司实际控制人李兴之父李日荣有重大影响的公司。2018 年 4 月 13 日，公司与湛江市佳烨置业有限公司签订了 4 份《商品房买卖合同（预售）》，约定由公司向其购买其坐落于湛江经济技术开发区人民大道中 71 号的欢乐家大厦 28、29、31、32 层作为办公场地使用，商品房规划用途均为办公，合同总金额为 6,500 万元（含税）。

本次房屋买卖的价格系参考深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司出具的鹏信房估字〔2018〕第 YZJ201 号《房地产市场价值估价报告》所确定的上述房屋市场价值，并经双方协商一致后确定。根据该《房地产市场价值估价报告》，截至 2018 年 4 月 3 日，上述房屋的市场价值为 6,539.63 万元，与本次房屋买卖的价格无重大差异，本次交易定价公允。

（2）出售土地使用权及房屋所有权

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
湛江誉兴置业有限公司	土地使用权及房屋所有权	-	-	5,497.26	-

湛江誉兴置业有限公司为公司实际控制人李兴之父李日荣所控制的公司。2018 年 7 月至 2018 年 8 月期间，公司与湛江誉兴置业有限公司签订了 14 份《房地产买卖合同》以及 5 份《国有建设用地使用权转让合同》，约定由公司将其位于湛江市麻章区相关土地使用权及房屋所有权转让给湛江誉兴置业，出售金额合计 6,160.77 万元（含税）。

该次交易定价系参考国众联资产评估土地房地产估价有限公司出具的国众联评（2018）-1-1076 号《房地产估价报告》，并经双方协商确定。根据该《房地产估价报告》，截至 2018 年 7 月 31 日，公司麻章区旧厂的土地使用权和房屋所有权的评估总价为 6,160.78 万元，与本次交易的价格无重大差异，本次交易定价公允。

（3）受让李康荣的外观设计专利

2018 年 4 月、5 月，李康荣将欢乐家生榨椰子汁包装袋等 11 项外观设计专利权无偿转让给公司，该等外观设计专利系职务发明，原登记于李康荣名下，为规范公司知识产权管理，由李康荣无偿转让予公司。具体转让专利情况如下：

序号	专利名称	专利号	类型	授权公告日
1	包装瓶（5）	ZL201330255194.6	外观设计	2013/11/20
2	瓶	ZL201430061545.4	外观设计	2014/10/08
3	瓶	ZL201430063732.6	外观设计	2014/08/27
4	手提袋	ZL201430275434.3	外观设计	2015/01/28
5	酒瓶（鸡尾酒）	ZL201430282112.1	外观设计	2015/01/07
6	包装袋（欢乐家生榨椰子汁）	ZL201430282101.3	外观设计	2015/01/07
7	罐头包装盒（金枪鱼）	ZL201530002331.4	外观设计	2015/06/17
8	包装箱（椰子汁）	ZL201530443446.7	外观设计	2016/04/20
9	手提袋（喜宴）	ZL201530443377.X	外观设计	2016/04/20
10	包装箱（喜宴）	ZL201530443237.2	外观设计	2016/03/30
11	包装箱（冰糖椰晶）	ZL201630241107.5	外观设计	2016/10/05

（四）关联方往来情况

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
预付账款：				
湛江开发区品悦轩餐饮店	-	1.19	-	-
应付账款：				
湛江市御家物业管理有限公司	5.47	49.08	-	-
湛江市希朋酒店管理有限公司	7.73	5.95	-	-
湛江开发区品悦轩餐饮店	3.06			
其他应付款：				
李兴		-	-	4,224.19
合计	**16.27**	**56.21**	**-**	**4,224.19**

2017 年末其他应付款系公司及山东欢乐家因业务开展需要向李兴拆借所致。除上表所示情况以外，报告期各期末公司与关联方之间不存在其他往来情况。

（五）关联采购、销售的具体情况

1、关联采购、销售的原因和必要性

（1）向湛江希朋酒店采购酒店住宿服务

商品及劳务的内容	采购酒店住宿服务
交易原因及必要性	湛江希朋酒店系希尔顿欢朋品牌酒店，口碑良好，且其经营地址距离发行人办公场所较近，可以满足发行人日常商务接待中位置便捷性的需求
是否持续发生及其合理性	发行人与湛江希朋酒店的采购交易具有持续性，主要系发行人日常经营中具有经常性商务接待的需求，具有合理性
定价依据及公允性	湛江希朋酒店系希尔顿欢朋品牌酒店，交易的价格根据希尔顿酒店集团价格体系确定的市场化协议价格，定价公允

（2）向湛江御家物业采购物业管理服务

商品及劳务的内容	采购物业管理服务
交易原因及必要性	发行人办公场地所在的欢乐家大厦的物业管理方为湛江御家物业，因此发行人亦向其采购物业管理服务，具有必要性
是否持续发生及其合理性	发行人将持续使用欢乐家大厦办公室场地，因此持续采购物业管理服务具有合理性
定价依据及公允性	发行人按照每月 4.8 元/m^2 的价格缴纳物业费，该定价是按照其办公场地所在的欢乐家大厦的物业管理服务收费统一标准执行，发行人与同区域非关联方定价保持一致，不存在倾斜性定价，价格公允。

（3）向品悦轩餐饮店采购餐饮服务

商品及劳务的内容	采购餐饮服务
交易原因及必要性	品悦轩餐饮店距离发行人办公场所较近，可以满足发行人日常商务接待需求
是否持续发生及其合理性	发行人与品悦轩餐饮店的采购交易具有持续性，主要系发行人日常经营中具有经常性商务接待的需求，具有合理性
定价依据及公允性	交易价格依据本地区平均市场行情定价，价格公允

（4）向湛江华泉建材、广东湛兴车城、湛江佳烨置业销售商品

商品及劳务的内容	销售“欢乐家”品牌产品
交易原因及必要性	上述三家公司主要系因宴请、员工福利及举办推广活动等需求，直接向发行人采购商品，金额较小，为正常的产品购销行为
是否持续发生及其合理性	该等交易为零星偶发性交易，不具有持续性
定价依据及公允性	交易价格系参照发行人该销售区域统一销售价格，同时结合产品临期折价等具体情况定价

（5）向湖南荣仕贸易销售商品

商品及劳务的内容	销售“欢乐家”品牌产品
交易原因及必要性	湖南荣仕贸易为发行人的经销商，与发行人长期合作，存在持续的购销交易。发行人在早期市场开拓上，为了增强当地合作经销商的信心，建立良好的合作关系，故采用了公司高管入股的形式。因此关联方李康荣

	在历史上曾持有其股权并任职。为规范经销商管理，避免、减少和规范关联交易，李康荣于 2016 年 6 月退出该公司全部股权并辞去任职。根据相关监管规则，在 2017 年 6 月后该公司不再是发行人的关联方。 因此，报告期内 2017 年 1-6 月，深圳众兴利华与湖南荣仕贸易的交易认定为关联交易
是否持续发生及其合理性	湖南荣仕贸易为发行人长期合作的经销商，双方的交易具有持续性，符合发行人业务经营的需求，具有合理性
定价依据及公允性	根据发行人向经销商的销售定价体系公允定价

（6）向深圳乐满家实业销售商品

商品及劳务的内容	销售“欢乐家”品牌产品
交易原因及必要性	深圳乐满家实业为发行人的经销商，与发行人长期合作，存在持续的购销交易。发行人在早期市场开拓上，为了增强当地合作经销商的信心，建立良好的合作关系，故采用了公司高管入股的形式。因此关联方李康荣在历史上曾持有其股权并任职。为规范经销商管理，避免、减少和规范关联交易，李康荣于 2016 年 12 月退出该公司全部股权并辞去任职。根据相关监管规则，在 2017 年 12 月后该公司不再是发行人的关联方。 因此，报告期内 2017 年 1-12 月，深圳众兴利华与深圳乐满家实业的交易认定为关联交易
是否持续发生及其合理性	深圳乐满家实业为发行人长期合作的经销商，双方的交易具有持续性，符合发行人业务经营的需求，具有合理性
定价依据及公允性	根据发行人向经销商的销售定价体系公允定价

2、所涉关联方的具体情况

（1）品悦轩餐饮店

名称	湛江开发区品悦轩餐饮店		
主要经营者	武超	**类型**	个体工商户
注册日期	2019/04/22	**统一社会信用代码**	92440800MA535MRU3G
经营场所	湛江开发区人民大道中 71 号欢乐家大厦 2603 室		
经营范围	餐饮服务		
主营业务及产品	提供餐饮服务		
主要财务数据	**2020-06-30**	总资产	9.13 万元
		净资产	-13.49 万元
	2020 年 1-6 月	营业收入	16.25 万元
		净利润	0.44 万元
	2019-12-31	总资产	10.86 万元
		净资产	-13.93 万元
	2019 年 1 月-12 月	营业收入	51.38 万元
		净利润	-13.93 万元

（2）湖南荣仕贸易

公司名称	湖南欢乐家荣仕贸易有限公司		
法定代表人	付旋	**注册资本**	1,000 万元
公司类型	有限责任公司	**成立日期**	2014/10/31
营业期限	至 2064/10/30	**统一社会信用代码**	91430111320560568T
公司住所	长沙市雨花区韶山北路 298 号汇富中心第 1 幢 1017 号房		
经营范围	食品、金属材料的销售；食品流通；国内货运代理；其他日用品零售；企业管理咨询服务；国产酒类批发；企业营销策划；仓储代理服务；普通货物运输		
主营业务及产品	主要从事预包装食品的销售。主要产品包括罐头食品、饮料等		
董监高人员	付旋（执行董事、经理）、邬剑（监事）		
股权结构	**股东姓名**	**认缴出资额**	**占注册资本的比例**
	付旋	850 万元	85%
	邬剑	150 万元	15%
	合　计	1,000 万元	100%
主要财务数据	**2017 年 12 月 31 日**	总资产	825.15 万元
		净资产	-37.59 万元
	2017 年 1 月-12 月	营业收入	1,473.36 万元
		净利润	-345.42 万元
注：2016 年 6 月，李康荣将其持有的湖南荣仕贸易 30%股权全部出让，该等主体与发行人之间现已不存在关联关系。			

（3）深圳乐满家实业

公司名称	深圳市乐满家实业有限公司		
法定代表人	庞伟兴	**注册资本**	1,000 万元
公司类型	有限责任公司	**成立日期**	2003/07/02
营业期限	长期	**统一社会信用代码**	9144030075049661 56
公司住所	深圳市宝安区福永街道福永社区福海工业区二区 15 号 303		
经营范围	兴办实业（具体项目另行申报）；国内贸易。普通货运。从事道路客运、货运经营（含道路危险货物运输）、出租小汽车营运业务		
主营业务及产品	主要从事预包装食品的销售。主要产品包括罐头食品、饮料等		
董监高人员	庞伟兴（执行董事兼经理）、张颖玉（监事）		
股权结构	**股东姓名**	**认缴出资额**	**占注册资本的比例**
	庞伟兴	520 万元	52%
	张颖玉	480 万元	48%
	合　计	**1,000 万元**	**100%**

主要财务数据	**2017 年 12 月 31 日**	总资产	2,735.30 万元
		净资产	465.74 万元
	2017 年 1 月-12 月	营业收入	1,907.39 万元
		净利润	3.33 万元
注：2016 年 12 月，李康荣将其持有的深圳乐满家实业 52%股权全部出让，该等主体与发行人之间现已不存在关联关系。			

除上述关联方外，其他关联方的基本情况、股权结构、主营业务及产品，主要财务数据等具体情况，详见本节“六、同业竞争”之“（一）同业竞争情况”。

上述关联方与发行人的关联关系如下：

企业名称	与发行人的关联关系
湛江希朋酒店	发行人实际控制人李兴之父李日荣控制的企业
湛江御家物业	发行人实际控制人李兴之父李日荣控制的企业
品悦轩餐饮店	控股股东豪兴投资经理武超经营的个体工商户
湛江华泉建材	发行人实际控制人李康荣投资的企业
广东湛兴车城	发行人实际控制人李兴投资的企业
湛江佳烨置业	发行人实际控制人李兴之父李日荣控制的企业
湖南荣仕贸易	发行人实际控制人李康荣曾投资并任职的企业
深圳乐满家实业	发行人实际控制人李康荣曾投资并任职的企业

3、上述相关企业与发行人的独立性情况

报告期内，上述相关企业与发行人产生关联采购、销售，均为企业自主经营行为，除与发行人存在该购销交易外，其自身亦正常从事其他经营活动。该等企业与发行人关联交易金额占其营业收入比重较小，不存在专为服务发行人而设立的情况，。交易金额及占发行人关联交易对手方营业收入的比例情况具体如下：

单位：万元

主体	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
湛江希朋酒店	74.66	<15%	179.90	<10%	未有交易			
湛江御家物业	20.12	<5%	49.08	<20%	未有交易			
品悦轩餐饮店	11.07	<70%	30.58	<60%	未有交易			
湛江华泉建材	未有交易						0.62	<1%
广东湛兴车城	未有交易						0.77	注 1

湛江佳烨置业	未有交易				6,190.48	<10%	11.86	注 2
湛江誉兴置业	2.14	<5%	100.67	<35%	5,497.26	注 3	未有交易	
湖南荣仕贸易	不属于关联交易（注 4、5）						249.53	<20%
深圳乐满家实业	不属于关联交易（注 4）						632.68	<35%

注 1：广东湛兴车城 2017 年未有收入，系宴请、员工福利等需求向发行人零星采购；
注 2：湛江佳烨置业主要从事房地产开发经营，2017 年在建楼盘尚未销售，未有收入形成，系举办活动需求向发行人零星采购商品；
注 3：湛江誉兴置业主要从事物业租赁，2018 年尚未有收入形成；
注 4：湖南荣仕贸易、深圳乐满家实业收入占比口径是单体口径；
注 5：发行人对湖南荣仕贸易 2017 年 7-12 月的销售收入不属于关联交易，2017 年 1-6 月的关联交易金额为 249.53 万元

发行人与上述企业发生交易符合日常经营需求，并按照一般商业原则进行，如前所述，该等交易价格合理、公允，不存在为发行人承担成本费用、转移定价或其他利益安排等利益输送情形。

（六）向关联方租赁房产的具体情况

1、发行人向湛江誉兴置业租赁房产的情况

由于发行人麻章老厂区已建成投产 10 年以上，已无法满足业务发展需求，2017 年 10 月发行人由新设全资子公司湛江欢乐家在湛江市坡头区取得国有建设用地建设新厂区，并于 2018 年 7 月至 8 月间向湛江誉兴置业出售麻章老厂区的土地厂房。麻章老厂区土地厂房出售后，由于发行人在湛江当地并无其他厂房且新厂区尚未建成，麻章老厂区的部分设备搬离和库存消化尚需一定时间，需继续使用部分厂房和仓库，故向湛江誉兴置业租赁部分厂房用作仓库使用，具有合理性和必要性。

该项房屋租赁的价格系以周边同类型房产的租赁市场价格为参照，根据租赁面积和用途，经双方协商一致后确定，定价公允。相关租金比较情况如下：

房产名称	租赁面积（m^2）	租金（元/月）	交易单价（元/m^2）
湛江誉兴置业厂房	16,617.31	249,250	15.02
	500	7,500	15.00
	500	7,500	15.00
	500	7,500	15.00
参考房产	**租赁面积（m2）**	**地理位置**	**交易单价（元/m2）**
湛江市麻章区智新电器厂厂房	2,850	距租赁房产 0.2 公里	17.5

湛江市麻章区金康中路厂房	150	距租赁房产 2.8 公里	13.2
湛江市麻章区捷美印业东南门厂房	3,800	距租赁房产 659 米	12.0

2、湛江誉兴置业的相关情况

湛江誉兴置业的基本情况、主要财务数据、股权结构，详见本节“六、同业竞争”之“（一）同业竞争情况”。该项房产租赁金额占湛江誉兴置业自身收入比重如下：

单位：万元

主体	2019 年		2020 年 1-6 月	
	金额	占比	金额	占比
湛江誉兴置业	100.67	<35%	2.14	<5%

3、租赁房产的用途、租赁可持续性和相关面积比重情况

发行人租赁该等房产是用于存放部分待搬离的设备及部分未销售完毕的库存商品。2020 年 3 月，存放的设备及商品已全部搬离完毕，该租赁合同即届满终止，发行人不再续租上述房产。该项租赁面积占发行人总租赁面积、自有房屋面积比重情况如下：

合同期间	租赁面积（㎡）	占当年度发行人总租赁面积比重	占当年度发行人自有房屋面积比重
2019/01-2019/04	16,617.31	68.58%	6.65%
2019/05-2019/12	500	6.16%	0.20%
2020/01-2020/03	500	11.07%	0.19%

上述租赁房产不是发行人的主要生产经营用房，不会对发行人的独立性造成重大不利影响，不构成本次发行上市的法律障碍。

（七）与关联方进行房产、土地交易的具体情况

1、进行房产、土地交易的原因及必要性，定价依据及公允性

（1）交易原因和必要性

发行人麻章老厂区已建成投产 10 年以上，已无法满足生产和办公需求。在完成对湖北欢乐家、武汉欢乐家、山东欢乐家和深圳众兴利华四家公司的全资收购后，股东和管理层决定，整体出售麻章老厂区的土地厂房，在市区购置全新的现代化办公用房，并全资设立湛江欢乐家在湛江市坡头区购置建设用地、投建新厂区。

湛江誉兴置业主要从事物业租赁业务，发行人对其业务和资信情况有充分的了解。考虑到交易的便捷和安全以及双方需求的吻合，经协商一致，发行人决定将麻章老厂区

的土地厂房按照公允价格向湛江誉兴置业出售。

湛江佳烨置业开发建设了位于湛江市开发区的欢乐家大厦，该房产符合发行人现代化办公用房的需求。经协商一致，发行人决定购置其中 4 层用作新的集团总部办公用房。

上述交易均符合发行人实际经营发展需求，具有合理性和必要性。

（2）向湛江誉兴置业出售房产、土地的定价依据及公允性

2018 年 7 月至 8 月间发行人向湛江誉兴置业出售相关房产土地的价格为 6,160.77 万元。该价格系依据国众联资产评估土地房地产估价有限公司出具的国众联评（2018）-1-1076 号《房地产估价报告》，由双方协商确定。根据上述估价报告，截至 2018 年 7 月 31 日，上述土地房产的评估总价为 6,160.78 万元。本次交易定价与估价报告确认的估值相当，定价公允。

根据湛江市公共资源交易中心网站查询的湛江市同期相关土地交易情况，此次交易价格在当地市场同类交易价格区间内。具体如下：

权属证书编号或地块编号	位置	土地性质	面积（m^2）	成交价（万元）	单价（元/m^2）
湛国用（2004）第 50017 号	湛江市麻章区麻章镇后湾村平茶公路南侧、青年运河东侧	工业用地	16,586.66	680.05	410.00
湛国用（2004）第 50018 号	湛江市麻章区麻章镇后湾村平茶公路南侧、青年运河东侧	工业用地	5,731.90	235.00	410.00
湛国用（2005）第 50025 号	湛江市麻章区疏港大道东侧	工业用地	5,600.00	246.40	440.00
湛国用（2005）第 50026 号	湛江市麻章区政通西路	工业用地	6,000.00	264.00	440.00
同期周边土地成交情况					
WGC2018012	湛江市霞山区临港工业园内、宝河路以东	工业用地	18,155.83	1,000.00	550.79
WGC2018016	湛江市麻章区金康西路以南、新快路以东、振和路以北	工业用地	29,568.83	1,198.00	405.16
SWGC2018004	遂溪县岭北工业园〈二期〉P 号地	工业用地（含绿色项目）	66,666.66	1,984.50	297.68

（3）向湛江佳烨置业购买房产的定价依据及公允性

2018 年 4 月发行人向湛江佳烨置业购买房产的总价为 6,500 万元。该价格系依据深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司出具的鹏信房估字〔2018〕第 YZJ201 号《关

于关于湛江市开发区人民大道中 71 号城市高地第 28、29、31、32 层写字楼之房地产市场价值估价报告书》，由双方协商确定。根据该估价报告，截至 2018 年 4 月 3 日，上述房屋的市场价值为 6,539.63 万元。本次交易定价与估价报告确认的估值相当，定价公允。

同时，经对比了欢乐家大厦周边其他办公场所出售价格，此次交易价格在当地市场同类交易公开价格区间内。具体情况如下：

楼盘名称	交易价格（元）	面积（m2）	交易单价（元/m2）
欢乐家大厦	65,000,000	5,838.98	11,132.08
参考楼盘	**地理位置**		**交易单价（元/m2）**
华都汇国际中心	距欢乐家大厦 2.2 公里		12,000.00
财富汇	距欢乐家大厦 1.9 公里		13,000.00
恒福 时代中心	距欢乐家大厦 2.5 公里		10,500.00

2、湛江佳烨置业的基本情况、主要财务数据、股权结构

湛江佳烨置业系发行人实际控制人李兴之父李日荣控制并担任执行董事的关联企业。该公司基本情况、主要财务数据和股权结构等情况，详见本节“六、同业竞争”之“（一）同业竞争情况”。

3、相关房产用途、面积占比和产权登记情况

（1）相关房产的基本情况

发行人向湛江佳烨置业购置了湛江市开发区欢乐家大厦的 4 层房产，建筑面积合计 5,840.82m^2，占发行人报告期末自有房产面积的比例为 2.25%。该房产系发行人集团总部主要办事机构所在地，是发行人进行日常管理、销售的主要经营用所。

2019 年 10 月 14 日，发行人取得了湛江市自然资源局颁发的粤（2019）湛江开发区不动产权第 0015267、0015268、0015270、0015271 号《不动产权证书》，该等房产已完整合法登记至发行人名下。

（2）相关房产交易的影响

发行人与湛江佳烨置业、湛江誉兴置业进行的房产、土地交易相关价款已全部支付完毕，并办妥所涉全部产权交割手续，不存在诉讼纠纷，不存在影响发行人持续经营的事项，相关交易价格定价公允，不存在利益输送的情形。

（八）与关联方资金拆借的具体情况

随着发行人业务规模的快速发展，营运资金需求增大。为支持发行人的经营发展、解决资金需求，实际控制人向发行人提供借款，具有合理性和必要性。

拆入资金已按照同期银行贷款基准利率，计取资金使用费，定价公允。实际控制人李兴未实际收取该等费用，该项费用已计入发行人资本公积。具体如下：

单位：万元

关联方	资金使用费	起始日	到期日
李兴	174.85	2018/1/1	2018/12/31
	353.41	2017/1/1	2017/12/31

截至 2018 年末，发行人已全部清偿该等拆入资金。报告期内，发行人和山东欢乐家向实际控制人李兴拆借资金及归还情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初金额	-	-	4,224.19	4,201.19
当期拆入	-	-	1,200.00	11,500.00
当期归还	-	-	5,424.19	11,477.00
期末余额	-	-	-	4,224.19

九、发行人关联交易制度履行情况及独立董事意见

公司分别于 2020 年 3 月 1 日和 2020 年 3 月 16 日召开第一届董事会第八次会议及 2020 年第三次临时股东大会，对报告期内的关联交易情况进行审议，通过了《关于确认公司最近三年关联交易的议案》。

公司股改后发生的关联交易履行了公司章程规定的程序。独立董事认为：“公司在报告期（2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日）内发生的关联交易均遵循了自愿、公平、等价有偿和诚实信用的原则，上述关联交易均具有合理性和必要性，程序合法，定价公平合理，未偏离市场公允价格，不存在损害公司及其他股东利益的情形，公司独立董事一致同意确认公司报告期内发生的关联交易。”

2020 年 3 月 22 日，发行人召开 2019 年年度股东大会，审议通过了《关于预计 2020 年度日常关联交易的议案》，就 2020 年度预计发生的关联交易进行了审议。

十、减少关联交易的措施

公司在日常经营活动中将尽量减少关联交易，使关联交易的数量和对经营成果的影响降至最小程度。为减少和规范关联交易，公司采取的措施如下：

1、公司根据《公司法》、《上市规则》等法律法规的规定，建立了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》等制度，明确了关联交易的决策权力和程序，有利于公司规范和减少关联交易；

2、公司聘任了 3 名独立董事并建立了《独立董事工作制度》，发挥独立董事在关联交易决策中的监督作用；

3、对于不可避免的关联交易，本公司将严格执行关联交易基本原则、决策程序、回避制度以及信息披露制度，遵循公平、公正、公开以及等价有偿的基本商业原则，切实履行信息披露的有关规定，避免关联交易损害本公司及股东（尤其是中小股东）利益；

4、为了减少和规范未来可能与发行人发生的关联交易，保护投资者的权益，公司实际控制人李兴、朱文湛、李康荣和控股股东豪兴投资以及持有公司 5%以上股份主要股东荣兴投资均出具了《关于规范关联交易的承诺函》。

李兴、朱文湛、李康荣承诺：

“一、本人将尽可能的避免和减少本人或本人控制的其他公司、企业或其他组织、机构（以下简称“本人控制的其他企业”）与股份公司之间的关联交易。

二、对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本人或本人控制的其他企业将根据有关法律、法规和规范性文件以及《欢乐家食品集团股份有限公司章程》的规定，遵循平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，与股份公司签订关联交易协议，确保关联交易的价格原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并严格遵守《欢乐家食品集团股份有限公司章程》及相关规章制度规定的关联交易的审批权限和程序，以维护股份公司及其他股东的利益。

三、本人保证不利用在股份公司中的地位和影响，通过关联交易损害股份公司及其他股东的合法权益。本人或本人控制的其他企业保证不利用本人在股份公司中的地位和影响，违规占用或转移公司的资金、资产及其他资源，或要求股份公司违规提供担保。

四、本承诺函自本人签章之日即行生效，并在股份公司存续且依照中国证监会或证

券交易所相关规定本人被认定为股份公司关联人期间持续有效且不可撤销。”

豪兴投资、荣兴投资承诺：

“一、本企业将尽可能的避免和减少本企业或本企业控制的其他公司、企业或其他组织、机构（以下简称“本企业控制的其他企业”）与股份公司之间的关联交易。

二、对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本企业或本企业控制的其他企业将根据有关法律、法规和规范性文件以及《欢乐家食品集团股份有限公司章程》的规定，遵循平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，与股份公司签订关联交易协议，确保关联交易的价格原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并严格遵守《欢乐家食品集团股份有限公司章程》及相关规章制度规定的关联交易的审批权限和程序，以维护股份公司及其他股东的利益。

三、本企业保证不利用在股份公司中的地位和影响，通过关联交易损害股份公司及其他股东的合法权益。本企业或本企业控制的其他企业保证不利用本企业在股份公司中的地位和影响，违规占用或转移公司的资金、资产及其他资源，或要求股份公司违规提供担保。

四、本承诺函自本企业签章之日即行生效，并在股份公司存续且依照中国证监会或证券交易所相关规定本企业被认定为股份公司关联人期间持续有效且不可撤销。”

第八节 财务会计信息与管理层分析

一、财务报表和审计意见

（一）发行人财务报表审计意见

致同会计师接受公司的委托，对公司报告期内的财务报表进行了审计，包括 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表，以及财务报表附注。

致同会计师出具了“致同审字（2020）第 110ZA10983 号”无保留意见的审计报告，发表意见如下：“我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了欢乐家公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 6 月 30 日的合并及公司财务状况以及 2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月的合并及公司的经营成果和现金流量”。

投资者欲对本公司的财务状况、经营成果、现金流量及会计政策进行更详细的了解，请仔细阅读本公司的财务报告和审计报告全文。

（二）发行人会计报表

1、合并资产负债表

单位：元

项　目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
流动资产：				
货币资金	156,617,093.30	155,493,800.46	112,742,091.49	73,184,163.03
交易性金融资产	-	65,042,328.77	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
应收票据	17,480.00	-	250,000.00	2,778,960.20
应收账款	127,694,036.24	81,180,653.57	116,532,523.21	161,046,432.58
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	4,125,458.70	10,251,347.35	6,445,235.80	5,609,626.36
其他应收款	1,384,262.57	1,795,492.36	2,897,693.43	955,545.99

项　目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
存货	84,512,341.13	222,180,912.37	272,118,848.29	277,887,647.24
合同资产	-	-	-	-
持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	11,172,725.87	13,477,164.13	32,322,968.29	26,021,902.85
流动资产合计	**385,523,397.81**	**549,421,699.01**	**543,309,360.51**	**547,484,278.25**
非流动资产：				
债权投资	-	-	-	-
可供出售金融资产			56,000,000.00	56,000,000.00
其他债权投资	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-
其他权益工具投资	78,400,000.00	65,100,000.00	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-	-
投资性房地产	51,376.54	52,993.60	116,695.12	75,387.95
固定资产	539,359,030.13	565,430,731.34	493,038,426.65	324,342,079.27
在建工程	36,454,235.88	20,954,852.98	91,636,164.47	107,560,583.05
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	165,078,006.64	166,682,673.12	168,815,855.88	166,744,925.22
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	15,248,680.79	3,017,295.61	7,194,253.17	10,623,031.29
递延所得税资产	15,806,000.20	21,922,618.28	23,448,845.09	31,611,804.86
其他非流动资产	18,008,300.00	18,084,245.58	3,693,471.75	65,033,235.67
非流动资产合计	**868,405,630.18**	**861,245,410.51**	**843,943,712.13**	**761,991,047.31**
资产总计	**1,253,929,027.99**	**1,410,667,109.52**	**1,387,253,072.64**	**1,309,475,325.56**
流动负债：				
短期借款	137,246,140.25	161,290,149.05	147,800,000.00	164,100,000.00
交易性金融负债	-	-	-	-

项　目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
应付票据	26,970,000.00	43,196,400.00	2,100,000.00	-
应付账款	233,258,574.53	273,599,690.82	319,600,687.22	306,179,886.70
预收款项	70,599,954.01	130,703,919.02	246,372,341.98	250,323,313.59
合同负债	-	-	-	-
应付职工薪酬	14,011,111.76	23,977,021.55	25,965,939.79	23,378,907.95
应交税费	30,558,072.85	45,961,078.44	49,710,572.63	31,604,085.82
其他应付款	5,337,152.97	3,545,478.55	20,433,949.43	46,927,676.47
其中：应付利息	-	-	868,387.18	414,947.13
应付股利	-	-	15,000,000.00	-
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	37,565,625.70	40,077,778.61	5,000,000.00	-
其他流动负债	19,216,632.20	45,774,302.03	44,478,190.15	71,944,781.42
流动负债合计	**574,763,264.27**	**768,125,818.07**	**861,461,681.20**	**894,458,651.95**
非流动负债：				
长期借款	-	-	40,000,000.00	50,000,000.00
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	79,358.00
递延收益	20,344,903.97	21,593,784.31	20,363,296.12	16,842,022.20
递延所得税负债	5,663,004.83	2,285,582.20	-	389,716.62
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	**26,007,908.80**	**23,879,366.51**	**60,363,296.12**	**67,311,096.82**
负债合计	**600,771,173.07**	**792,005,184.58**	**921,824,977.32**	**961,769,748.77**
股东权益：				
股本	360,000,000.00	360,000,000.00	192,358,834.00	192,358,834.00
资本公积	57,492,373.87	57,492,373.87	52,137,036.32	50,388,573.12
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	16,800,000.00	6,825,000.00	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	14,422,326.57	14,422,326.57	21,188,232.49	1,031,604.79

项　目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
未分配利润	204,443,154.48	179,922,224.50	199,743,992.51	103,926,564.88
归属于母公司股东权益合计	653,157,854.92	618,661,924.94	465,428,095.32	347,705,576.79
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	**653,157,854.92**	**618,661,924.94**	**465,428,095.32**	**347,705,576.79**
负债和股东权益总计	**1,253,929,027.99**	**1,410,667,109.52**	**1,387,253,072.64**	**1,309,475,325.56**

2、合并利润表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	**597,965,550.43**	**1,424,130,670.84**	**1,354,783,529.15**	**1,194,747,943.14**
减：营业成本	363,520,399.78	899,757,615.25	920,619,613.95	812,729,904.76
税金及附加	6,519,490.35	13,274,249.41	13,577,579.87	13,764,407.29
销售费用	59,921,039.09	126,074,853.56	133,122,765.55	123,704,553.76
管理费用	42,536,260.34	94,199,282.15	88,787,644.19	89,267,669.42
研发费用	551,871.15	758,203.32	2,926,260.18	864,665.79
财务费用	3,666,060.34	14,824,333.47	18,780,814.54	12,731,841.33
其中：利息费用	4,220,936.81	15,099,477.02	18,632,769.50	12,707,013.59
利息收入	646,854.99	430,138.82	91,453.53	180,076.10
加：其他收益	4,685,903.88	9,645,669.20	8,705,049.07	2,540,887.08
投资收益(损失以“-”号填列)	378,641.50	1,836,146.20	2,100,000.00	2,105,414.83
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
净敞口套期收益(损失以“-”号填列)	-	-	-	-
公允价值变动收益(损失以“-”号填列)	-	42,328.77	-	-
信用减值损失(损失以“-”号填列)	-7,591,014.34	-2,091,120.06	-	-
资产减值损失(损失以“-”号填列)	-3,913,300.72	-4,146,323.29	-12,174,246.41	-24,255,670.93
资产处置收益(损失以“-”号填列)	357,790.46	-2,656,963.81	43,124,631.14	41,312.90
二、营业利润(损失以“-”号填列)	**115,168,450.16**	**277,871,870.69**	**218,724,284.67**	**122,116,844.67**

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
加：营业外收入	336,148.04	1,075,337.58	953,632.52	447,931.69
减：营业外支出	1,763,663.89	796,445.73	899,682.26	5,654,668.84
三、利润总额(损失以“-”号填列)	**113,740,934.31**	**278,150,762.54**	**218,778,234.93**	**116,910,107.52**
减：所得税费用	28,949,119.40	71,367,967.19	57,804,179.60	33,518,305.90
四、净利润(损失以“-”号填列)	**84,791,814.91**	**206,782,795.35**	**160,974,055.33**	**83,391,801.62**
（一）按经营持续性分类：				
其中：持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	**84,791,814.91**	**206,782,795.35**	**160,974,055.33**	**83,391,801.62**
终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类：				
其中：归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	84,791,814.91	206,782,795.35	160,974,055.33	83,391,801.62
少数股东损益（净亏损以“—”填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	**9,975,000.00**	**6,825,000.00**	-	-
（一）归属于母公司股东的其他综合收益的税后净额	9,975,000.00	6,825,000.00	-	-
1、不能重分类进损益的其他综合收益	9,975,000.00	6,825,000.00	-	-
（1）其他权益工具投资公允价值变动	9,975,000.00	6,825,000.00	-	-
（2）企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-
2、将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（1）其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-
（2）金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-
（二）归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	**94,766,814.91**	**213,607,795.35**	**160,974,055.33**	**83,391,801.62**
归属于母公司股东的综合收益总额	94,766,814.91	213,607,795.35	160,974,055.33	83,391,801.62
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
七、每股收益				
（一）基本每股收益	0.24	0.57	-	-
（二）稀释每股收益	0.24	0.57	-	-

注：公司于 2019 年 6 月完成股份制改制，因此 2017 年度、2018 年度不列报每股收益

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	523,127,237.55	1,509,883,840.35	1,539,233,943.91	1,157,640,314.60
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	15,297,096.64	17,602,735.03	21,898,112.01	13,235,888.86
经营活动现金流入小计	**538,424,334.19**	**1,527,486,575.38**	**1,561,132,055.92**	**1,170,876,203.46**
购买商品、接受劳务支付的现金	252,609,917.60	807,676,628.42	856,170,281.98	760,174,822.69
支付给职工以及为职工支付的现金	83,250,408.90	194,676,139.08	222,103,482.64	205,833,443.10
支付的各项税费	77,303,599.22	142,626,319.83	108,462,416.86	135,230,150.08
支付其他与经营活动有关的现金	53,338,299.45	147,372,308.98	96,231,345.77	102,839,337.57
经营活动现金流出小计	**466,502,225.17**	**1,292,351,396.31**	**1,282,967,527.25**	**1,204,077,753.44**
经营活动产生的现金流量净额	**71,922,109.02**	**235,135,179.07**	**278,164,528.67**	**-33,201,549.98**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	65,000,000.00	-	-	15,000,000.00
取得投资收益收到的现金	442,864.95	1,841,099.64	2,100,000.00	2,105,739.72
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	557,987.33	4,760,142.60	65,907,706.10	4,905,490.47
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	**66,000,852.28**	**6,601,242.24**	**68,007,706.10**	**22,011,230.19**
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	25,747,566.17	75,901,094.53	192,729,643.23	272,551,074.23
投资支付的现金	-	65,000,000.00	-	24,000,012.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	**25,747,566.17**	**140,901,094.53**	**192,729,643.23**	**296,551,086.23**
投资活动产生的现金流量净额	**40,253,286.11**	**-134,299,852.29**	**-124,721,937.13**	**-274,539,856.04**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	169,892,200.00
其中：子公司吸收少数股东权益性投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	110,050,000.00	279,750,000.00	226,100,000.00	254,000,000.81

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	12,000,000.00	110,000,000.00
筹资活动现金流入小计	**110,050,000.00**	**279,750,000.00**	**238,100,000.00**	**533,892,200.81**
偿还债务支付的现金	136,500,000.00	271,550,000.00	247,400,000.00	169,350,000.81
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	64,327,098.52	92,379,017.81	44,651,784.98	8,902,031.51
其中：子公司支付少数股东的现金股利	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	4,056,603.77	-	54,241,878.10	109,770,000.00
其中：子公司减资支付给少数股东的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	**204,883,702.29**	**363,929,017.81**	**346,293,663.08**	**288,022,032.32**
筹资活动产生的现金流量净额	**-94,833,702.29**	**-84,179,017.81**	**-108,193,663.08**	**245,870,168.49**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**17,341,692.84**	**16,656,308.97**	**45,248,928.46**	**-61,871,237.53**
加：期初现金及现金等价物余额	127,247,400.46	110,591,091.49	65,342,163.03	127,213,400.56
六、期末现金及现金等价物余额	**144,589,093.30**	**127,247,400.46**	**110,591,091.49**	**65,342,163.03**

4、母公司资产负债表

单位：元

项　　目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
流动资产：				
货币资金	123,541,034.84	118,076,089.60	21,348,482.80	621,885.07
交易性金融资产	-	50,023,835.62	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	-	2,315,473.86	-	44,103,550.20
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	157,719.41	142,120.91	830,865.63	901,094.18
其他应收款	31,812,007.12	127,807,911.22	147,898,567.09	125,330.44
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	110,000,000.00	137,000,000.00	-
存货	-	-	11,766,937.02	18,905,824.85
合同资产	-	-	-	-

项　目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	4,056,603.77	-	1,419,286.69	349,332.45
流动资产合计	**159,567,365.14**	**298,365,431.21**	**183,264,139.23**	**65,007,017.19**
非流动资产：				
债权投资	-	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	56,000,000.00	56,000,000.00
其他债权投资	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	361,869,919.00	361,869,919.00	321,869,919.00	321,869,919.00
其他权益工具投资	78,400,000.00	65,100,000.00	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	60,467.43	75,387.95
固定资产	71,779,989.70	74,052,296.02	6,372,442.98	22,933,091.03
在建工程	-	-	70,919,257.52	320,256.41
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	1,127,273.82	1,224,106.77	449,845.35	4,000,225.92
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-	6,891.28
递延所得税资产	1,277,426.20	1,578,407.92	2,077,207.12	1,192,330.65
其他非流动资产	-	60,000.00	139,371.35	145,243.59
非流动资产合计	**514,454,608.72**	**503,884,729.71**	**457,888,510.75**	**406,543,345.83**
资产总计	**674,021,973.86**	**802,250,160.92**	**641,152,649.98**	**471,550,363.02**
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	7,137,675.12	12,028,319.27	30,132,353.11	28,428,961.05

项　目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
预收款项	9,985.00	9,985.00	9,985.00	-
合同负债	-	-	-	-
应付职工薪酬	661,938.53	1,179,383.32	2,082,568.96	3,527,786.55
应交税费	2,918,372.95	2,485,708.44	14,153,016.13	1,030,415.40
其他应付款	94,412,388.73	176,843,816.84	142,074,043.64	139,177,257.08
其中：应付利息	-	-	587,500.95	97,223.27
应付股利	-	-	15,000,000.00	-
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	37,565,625.70	40,077,778.61	5,000,000.00	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	**142,705,986.03**	**232,624,991.48**	**193,451,966.84**	**172,164,420.08**
非流动负债：				
长期借款	-	-	40,000,000.00	50,000,000.00
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	-	-	-	-
递延所得税负债	5,600,000.00	2,280,958.91	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	**5,600,000.00**	**2,280,958.91**	**40,000,000.00**	**50,000,000.00**
负债合计	**148,305,986.03**	**234,905,950.39**	**233,451,966.84**	**222,164,420.08**
股东权益：				
股本	360,000,000.00	360,000,000.00	192,358,834.00	192,358,834.00
资本公积	66,257,772.04	66,257,772.04	60,902,434.49	59,153,971.29
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	16,800,000.00	6,825,000.00	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	14,422,326.57	14,422,326.57	21,188,232.49	1,031,604.79
未分配利润	68,235,889.22	119,839,111.92	133,251,182.16	-3,158,467.14
股东权益合计	**525,715,987.83**	**567,344,210.53**	**407,700,683.14**	**249,385,942.94**
负债和股东权益总计	**674,021,973.86**	**802,250,160.92**	**641,152,649.98**	**471,550,363.02**

5、母公司利润表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	**29,445,306.94**	**141,759,382.81**	**166,275,596.46**	**158,981,712.55**
减：营业成本	7,828,903.47	79,134,869.05	121,813,419.76	120,767,988.68
税金及附加	460,219.77	1,058,351.16	1,669,049.75	1,444,258.46
销售费用	167,200.91	1,536,041.11	4,567,519.12	7,912,942.66
管理费用	8,529,539.52	28,518,160.02	26,821,726.53	28,894,608.54
研发费用	278,962.38	-	-	112,463.98
财务费用	1,348,494.70	3,683,993.52	5,855,787.10	8,044,808.67
其中：利息费用	1,385,698.70	3,677,210.06	5,756,078.27	8,036,830.29
利息收入	56,834.67	9,910.32	7,859.38	14,532.58
加：其他收益	330,928.50	172,120.79	135,347.55	-
投资收益(损失以“-”号填列)	156,572.76	191,750,000.00	172,100,000.00	2,100,000.00
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
净敞口套期收益(损失以“-”号填列)	-	-	-	-
公允价值变动收益(损失以“-”号填列)	-	23,835.62	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	56.05	4,084.02	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-22,149.62	-8,604,496.12	-1,461,446.66
资产处置收益(损失以“-”号填列)	357,790.46	339,275.37	43,056,162.50	-60,608.65
二、营业利润(损失以“-”号填列)	**11,677,333.96**	**220,095,134.13**	**212,235,108.13**	**-7,617,413.75**
加：营业外收入	10,900.58	165,967.38	638,659.90	83,712.55
减：营业外支出	352,838.25	274,259.59	545,736.30	3,699,171.43
三、利润总额(损失以“-”号填列)	**11,335,396.29**	**219,986,841.92**	**212,328,031.73**	**-11,232,872.63**
减：所得税费用	2,938,618.99	7,168,314.53	10,761,754.73	-494,120.08
四、净利润(损失以“-”号填列)	**8,396,777.30**	**212,818,527.39**	**201,566,277.00**	**-10,738,752.55**
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	8,396,777.30	212,818,527.39	201,566,277.00	-10,738,752.55
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	**9,975,000.00**	**6,825,000.00**	**-**	**-**

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1、不能重分类进损益的其他综合收益	9,975,000.00	6,825,000.00	-	-
（1）其他权益工具投资公允价值变动	9,975,000.00	6,825,000.00	-	-
（2）企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-
2、将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（1）其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-
（2）金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-
六、综合收益总额	**18,371,777.30**	**219,643,527.39**	**201,566,277.00**	**-10,738,752.55**
归属于母公司股东的综合收益总额	18,371,777.30	219,643,527.39	201,566,277.00	-10,738,752.55
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
七、每股收益	-	-	-	-
（一）基本每股收益	-	-	-	-
（二）稀释每股收益	-	-	-	-

6、母公司现金流量表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	34,076,513.78	156,706,059.30	227,628,048.49	71,091,476.11
收到的税费返还		-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	419,118.34	42,319,489.26	30,449,364.90	190,992,758.70
经营活动现金流入小计	**34,495,632.12**	**199,025,548.56**	**258,077,413.39**	**262,084,234.81**
购买商品、接受劳务支付的现金	12,680,252.89	93,025,074.07	109,185,258.38	114,031,501.29
支付给职工以及为职工支付的现金	4,995,671.72	15,181,678.28	31,913,409.52	33,260,527.87
支付的各项税费	3,630,063.63	20,158,249.82	14,729,394.51	9,503,488.07
支付其他与经营活动有关的现金	99,808,377.74	14,227,410.28	24,548,382.22	16,980,253.35
经营活动现金流出小计	**121,114,365.98**	**142,592,412.45**	**180,376,444.63**	**173,775,770.58**
经营活动产生的现金流量净额	**-86,618,733.86**	**56,433,136.11**	**77,700,968.76**	**88,308,464.23**
二、投资活动产生的现金流				

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
量：				
收回投资收到的现金	50,000,000.00	-	-	-
取得投资收益收到的现金	110,191,232.88	218,750,000.00	35,100,000.00	2,100,000.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	542,215.72	3,143,700.08	65,420,061.27	25,541.65
处置子公司及其他营业单位收回的现金净额		-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金		-	-	-
投资活动现金流入小计	**160,733,448.60**	**221,893,700.08**	**100,520,061.27**	**2,125,541.65**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	703,314.12	5,633,215.72	78,514,298.08	6,047,763.33
投资支付的现金		90,000,000.00	-	274,500,012.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金		-	-	-
投资活动现金流出小计	**703,314.12**	**95,633,215.72**	**78,514,298.08**	**280,547,775.33**
投资活动产生的现金流量净额	**160,030,134.48**	**126,260,484.36**	**22,005,763.19**	**-278,422,233.68**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金		-	-	169,892,200.00
其中：子公司吸收少数股东权益性投资收到的现金		-	-	-
取得借款所收到的现金		15,000,000.00	10,800,000.00	71,000,000.00
发行债券收到的现金		-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金		-	12,000,000.00	110,000,000.00
筹资活动现金流入小计		**15,000,000.00**	**22,800,000.00**	**350,892,200.00**
偿还债务所支付的现金	-	20,000,000.00	15,800,000.00	79,550,000.00
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	63,897,851.61	80,966,013.67	31,738,256.12	4,535,661.71
支付其他与筹资活动有关的现金	4,056,603.77	-	54,241,878.10	109,770,000.00
筹资活动现金流出小计	**67,954,455.38**	**100,966,013.67**	**101,780,134.22**	**193,855,661.71**
筹资活动产生的现金流量净额	**-67,954,455.38**	**-85,966,013.67**	**-78,980,134.22**	**157,036,538.29**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响		-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**5,456,945.24**	**96,727,606.80**	**20,726,597.73**	**-33,077,231.16**

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
加：期初现金及现金等价物余额	118,076,089.60	21,348,482.80	621,885.07	33,699,116.23
六、期末现金及现金等价物余额	**123,533,034.84**	**118,076,089.60**	**21,348,482.80**	**621,885.07**

（三）关键审计事项

1、收入确认

（1）事项描述

发行人的营业收入主要来源于罐头、饮料的生产与销售，2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月的营业收入分别为 119,474.79 万元、135,478.35 万元、142,413.07 万元和 59,796.56 万元。

发行人主要采取经销模式销售产品且在全国市场的经销商数量众多，根据发行人经销模式的收入确认政策，在商品已经发出并通过经销商验收时确认收入，存在收入计入不正确会计期间的风险。由于收入对财务报表影响重大，会计师将收入确认作为关键审计事项。

（2）审计应对

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月的财务报表审计中，会计师对收入确认实施的审计程序主要包括：

①了解、评价并测试与收入确认相关的关键内部控制设计和运行的有效性，复核相关会计政策是否正确且一贯地运用；

②选取样本，检查与收入确认相关的支持性文件，包括：销售订单、产品发货单、客户签收单等，关注资产负债表日前后的销售收入是否计入正确的会计期间；

③选取样本，检查与销售折扣相关的支持性文件，包括销售折扣政策、折扣审批文件、折扣兑现文件等，关注资产负债表日前后的销售折扣是否计入正确的会计期间；

④结合产品类型对收入与毛利率情况进行分析性复核，判断本期收入金额是否出现异常波动的情况；

⑤根据生产消耗的主要原料与产品配方推算完工产品的产量，对销量的整体合理性

进行分析性复核；

⑥选取样本，函证主要客户的销售金额、销售回款及未结算余额是否相符、检查合同客户与销售回款情况是否一致。函证过程中，关注客户注册地址与回函地址是否一致。

⑦选取样本，走访主要客户，实地观察、访谈核查主要客户的仓储情况及经销欢乐家公司产品的情况，以证实欢乐家公司的收入真实性。

2、存货核算

（1）事项描述

发行人 2017 年末、2018 年末、2019 年末、2020 年上半年末存货账面价值 27,788.76 万元、27,211.88 万元、22,218.09 万元、8,451.23 万元，存货占资产总额比例分别为 21.22%、19.62%、15.75%、6.74%，原材料采购与领用、产成品计价与分摊及销售成本的结转，对财务报表的影响较大。因此，会计师将存货计价及成本结转等存货核算确认作为关键审计事项。

（2）审计应对

①了解及评价原料采购与领用、产品入库与销售的相关内部控制设计的有效性，并测试关键控制执行的有效性。

②抽取样本，检查采购合同、入库单据及发票等支持性文件，对原材料、包装物、制造费用等主要存货项目进行计价测试；检查成本计算单，对主要产品的成本归集和分配进行测试；编制成本倒扎表，评估存货计价的整体合理性。

③取得生榨椰肉汁、主要鲜果、包材等主要原料的市场行情，评估主要原料采购价格波动的原因；取得主要产品的生产配方，评估原料投入与产品产出的整体合理性。

④针对资产负债表日前后的采购入库、成本结转核对至发票、入库单、出库单等支持性文件，以评估存货入库、结转成本是否在恰当的期间确认。

⑤了解计提存货跌价准备的流程并评价其内部控制；取得各类存货项目的可变现净值重新计算存货跌价准备的结果。

⑥抽取样本，对期末存货进行监盘，并关注有否残次或过期的存货。

（四）与财务会计信息相关的重要性水平的判断标准

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。在判断项目性质的重要性时，公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断项目金额大小的重要性时，公司按照扣除非经常性损益后税前利润的 5%作为财务报表整体的重要性水平。

二、发行人财务报表的编制基础和合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础及遵循会计准则的声明

公司财务报表以持续经营为基础列报。公司会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具外，财务报表均以历史成本为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

公司按照财政部颁布的企业会计准则及其应用指南、解释及其他有关规定（统称“企业会计准则”）编制。此外，公司还按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2014 年修订）披露有关财务信息。

公司承诺编制的报告期各财务报表符合《企业会计准则》及其相关规定的要求，真实、完整地反映了公司报告期间的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、合并报表范围

截止 2020 年 6 月 30 日，公司合并报表范围如下：

报告期内纳入合并范围的主体	注册地	持股比例		业务性质
		直接	间接	
欢乐家食品集团股份有限公司	广东省湛江市	-	-	果蔬罐头、饮料生产与销售
湖北欢乐家食品有限公司	湖北省宜昌市	100%	-	果蔬罐头、饮料生产与销售
山东欢乐家食品有限公司	山东省临沂市	100%	-	果蔬罐头、饮料生产与销售
武汉欢乐家食品有限公司	湖北省汉川市	100%	-	果蔬罐头、饮料生产与销售
深圳市众兴利华供应链有限公司	广东省深圳市	100%	-	果蔬罐头、饮料销售

报告期内纳入合并范围的主体	注册地	持股比例		业务性质
		直接	间接	
湛江欢乐家实业有限公司	广东省湛江市	100%	-	果蔬罐头、饮料生产与销售

2、报告期内合并报表范围发生变更的内容和原因

公司全资子公司湛江欢乐家实业有限公司于 2017 年 8 月 18 日成立，主营业务为果蔬罐头、饮料生产与销售，该公司自成立之日纳入合并报表范围。

2017 年，深圳众兴利华陆续清算其下属杭州悦兴贸易有限公司等 13 家子公司、2 家分公司，从 2017 年开始不再纳入合并范围。

除此之外，报告期内公司合并财务报表范围未发生变化。

三、影响未来盈利能力或财务状况的风险

公司最近一期财务报告审计截止日为 2020 年 6 月 30 日。财务报告审计截止日至本招股说明书签署之日，公司的采购、生产及销售模式、核心业务、税收政策等方面均未发生重大不利变化；影响公司经营状况的风险因素，详见本招股说明书“第四节 风险因素”。

四、影响收入、成本、费用和利润的主要因素以及对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响公司收入的主要因素

（1）饮料及罐头产品作为终端消费品，宏观经济景气度、消费者可支配收入状况等因素直接影响其消费需求，进而影响本行业产品的销售和未来的发展状况。此外，消费者对食品饮料偏好变化较快，对产品的口味、品质、消费体验等方面要求也在不断提高，因此，能否准确把握食品饮料市场的潮流趋势，开发出适销对路的产品，是影响公司收入的重要因素。

（2）报告期内，公司产品销售以经销模式为主，2017 年至 2020 年 1-6 月，公司经销收入占当年主营业务收入的比例分别为 98.69%、98.76%、97.98%和 95.73%。随着公

司业务规模的不断扩大，公司对经销商的管理精细程度、对行业内其他品牌市场竞争的应对措施、对销售终端市场政策的投入力度，都将影响公司未来的收入水平。

（3）公司水果罐头、椰子汁产品具有一定的礼品属性，在我国春节、中秋节等传统节日期间市场需求较大，一般而言，公司节前两个月到节日期间为公司产品的销售旺季，其中春节旺季对公司而言尤为关键。春节时间的早晚会影响春节旺季收入在各个会计年度的分布。

2、影响公司成本的主要因素

影响公司营业成本的因素主要为直接材料成本。公司产品的直接材料包括生榨椰肉汁、鲜果等主要原材料，白砂糖等辅助原材料，以及瓶、盖、纸箱等各类包装材料。其中，生榨椰肉汁、鲜果等主要原材料受当年产季的自然天气、市场供求等因素影响较大；白砂糖的价格受大宗商品交易价格影响；而各类包装材料采购价格的主要影响因素为市场供求情况。报告期内，公司直接材料成本占主营业务成本比例分别为 80.80%、79.55%、78.01%和 76.78%，对公司成本有重要影响。

3、影响公司期间费用的主要因素

报告期内期间费用合计占营业收入的比重分别为 18.96%、17.98%、16.56%和 17.84%，其中销售费用及管理费用的占比较高。报告期内，公司期间费用呈下降趋势，主要由于近几年公司严格控制节约费用，此外销售策略优化及人员结构调整，使得销售费用率、管理费用率下降。

销售费用率及管理费用率变动分析详见本节“九、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”。

4、影响公司利润的主要因素

报告期内，影响公司利润的因素主要为主营业务毛利和期间费用，影响毛利的主要因素为主营业务收入规模和毛利率水平，详见本节“九、经营成果分析”。

（二）对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

1、营业收入增长率

营业收入增长率代表公司业务发展的速度，2017 年至 2019 年，公司营业收入年均复合增长率为 9.18%，该营业收入增长率反映了公司业务处于稳定发展阶段。

2、毛利率及净利润

毛利率及净利润代表了公司的盈利能力和综合管理能力。2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月，公司综合毛利率分别为 31.97%、32.05%、36.82%和 39.21%，总体呈上升趋势。这一方面是由于报告期内公司产品的销售结构调整，毛利率高的产品销售占比提升，另一方面是由于原材料采购价格下降以及技术的提升，导致单位成本下降。

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月，公司净利润分别为 8,339.18 万元、16,097.41 万元、20,678.28 万元和 8,479.18 万元，净利率分别为 6.98%、11.88%、14.52%、14.18%。随着公司销售规模的进一步扩大，以及对费用的管控能力不断加强，报告期内公司净利润及净利率逐年增长。

报告期内公司经营情况良好，具有持续发展能力，预计在未来经营环境未发生重大变化的前提下，公司仍将具有较强持续盈利能力与市场竞争力。

五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）收入确认及计量的具体方法

公司的销售模式有经销、直营和代销。经销模式下，公司的产品通过买断方式直接销售给经销商，再由经销商销售给分销商或零售终端，最后由零售终端销售给消费者。直营模式为公司主要通过京东旗舰店、天猫旗舰店等电商直营平台进行产品销售。代销模式为公司主要通过京东自营等渠道进行产品销售。

1、经销模式、直营模式及代销模式销售收入确认原则

（1）2020 年 1 月 1 日之前

①经销模式、直营模式及代销模式销售收入的确认方法

当下列条件同时满足时，确认商品销售收入：1）公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；2）公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施控制；3）收入的金额能够可靠地计量；4）相关的经济利益很可

能流入企业；5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

②经销模式、直营模式及代销模式销售收入确认的时点

1）经销模式下，公司在商品已经发出并通过经销商验收时确认收入。

2）直营模式下，电商提供平台，由公司在平台上开设自营管理的网店销售产品。公司在商品已经发出且客户在电商平台点验收货时确认收入，客户不点验收货的以电商平台规定的验收截止日确认收入。

3）代销模式下，公司在商品已经发出并取得代销商结算清单时确认收入。

③经销模式、直营模式及代销模式销售收入确认的依据

1）经销模式下，销售收入确认的依据为客户签收单。

2）直营模式下，销售收入确认的依据为电商平台内的客户收货信息。

3）代销模式下，销售收入确认的依据为代销结算清单。

（2）2020 年 1 月 1 日之后

①收入确认的一般原则

公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务的控制权时确认收入。合同中包含两项或多项履约义务的，公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

满足下列条件之一时，公司属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

1）客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益。

2）客户能够控制公司履约过程中在建的商品。

3）公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履

约进度不能合理确定时，公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，公司会考虑下列迹象：

1）公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务。

2）公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

3）公司已将该商品的实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

4）公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

5）客户已接受该商品或服务。

6）其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

公司已向客户转让商品或服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产，合同资产以预期信用损失为基础计提减值。公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项列示。公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务作为合同负债。

同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示，净额为借方余额的，根据其流动性在“合同资产”或“其他非流动资产”项目中列示；净额为贷方余额的，根据其流动性在“合同负债”或“其他非流动负债”项目中列示。

②收入确认具体方法

1）经销模式下，公司在商品已经发出并通过经销商验收时确认收入。

2）直营模式下，电商提供平台，由公司在平台上开设自营管理的网店销售产品。公司在商品已经发出且客户在电商平台点验收货时确认收入，客户不点验收货的以电商平台规定的验收截止日确认收入。

3）代销模式下，公司在商品已经发出并取得代销商结算清单时确认收入。

对于产品质量问题附有销售退回条款，收入确认以累计已确认收入极可能不会发生

重大转回的金额为限，按照预期退还金额确认负债；同时按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额计入其他流动资产。

2、返利和补贴情况

（1）返利和补贴政策

公司为鼓励销售，根据经销商完成销售目标情况，给予价格折扣。公司对经销渠道的销售返利类型主要包括年度返利和批文补贴等。

（2）会计核算

公司对符合条件的经销商确认返利和补贴时，冲减当期营业收入，同时确认其他流动负债，实际兑现时再冲减其他流动负债余额。

（二）金融工具

金融工具是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。

1、金融工具的确认和终止确认

公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的，终止确认：

（1）收取该金融资产现金流量的合同权利终止；

（2）该金融资产已转移，且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。公司（债务人）与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。

2、金融资产分类和计量（2019 年 1 月 1 日以前）

公司的金融资产于初始确认时分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，包括交易性金融资产和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

（2）持有至到期投资

持有至到期投资，是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。持有至到期投资采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其终止确认、发生减值或摊销产生的利得或损失，均计入当期损益。

（3）应收款项

应收款项，是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产，包括应收票据、应收账款和其他应收款等。应收款项采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

可供出售金融资产，是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除上述金融资产类别以外的金融资产。可供出售金融资产采用公允价值进行后续计量，其折溢价采用实际利率法摊销并确认为利息收入。除减值损失及外币货币性金融资产的汇兑差额确认为当期损益外，可供出售金融资产的公允价值变动确认为其他综合收益，在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。与可供出售金融资产相关的股利或利息收入，计入当期损益。

对于在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按成本计量。

3、金融资产分类和计量（2019 年 1 月 1 日以后）

公司在初始确认时根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产分为以下三类：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

（1）以摊余成本计量的金融资产

公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，分类为以摊余成本计量的金融资产：

①公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；

②该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

初始确认后，对于该类金融资产采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：

①公司管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标；

②该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

（3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

除上述以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，公司将其余所有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在初始确认时，为消除或显著减少会计错配，公司将部分本应以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

但是，对于非交易性权益工具投资，公司在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。该指定在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行方的角度符合权益工具的定义。

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。满足条件的股利收入计入损益，其他利得或损失及公允价值变动计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

管理金融资产的业务模式，是指公司如何管理金融资产以产生现金流量。业务模式决定公司所管理金融资产现金流量的来源是收取合同现金流量、出售金融资产还是两者兼有。公司以客观事实为依据、以关键管理人员决定的对金融资产进行管理的特定业务目标为基础，确定管理金融资产的业务模式。

公司对金融资产的合同现金流量特征进行评估，以确定相关金融资产在特定日期产生的合同现金流量是否仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。其中，本金是指金融资产在初始确认时的公允价值；利息包括对货币时间价值、与特定时期未偿付本金金额相关的信用风险、以及其他基本借贷风险、成本和利润的对价。此外，公司对可能导致金融资产合同现金流量的时间分布或金额发生变更的合同条款进行评估，以确定其是否满足上述合同现金流量特征的要求。

仅在公司改变管理金融资产的业务模式时，所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，否则金融资产在初始确认后不得进行重分类。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产，相关交易费用计入初始确认金额。因销售产品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收账款，公司按照预期有权收取的对价金额作为初始确认金额。

4、金融负债分类和计量（2019 年 1 月 1 日以前）

公司的金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债。对于未划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的，相关交易费用计入其初始确认金额。

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

（2）其他金融负债

与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本进行后续计量。其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

5、金融负债分类和计量（2019 年 1 月 1 日以后）

公司的金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、以摊余成本计量的金融负债。对于未划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的，相关交易费用计入其初始确认金额。

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

（2）以摊余成本计量的金融负债

其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

6、金融工具的公允价值

金融资产和金融负债的公允价值确定方法见本节“（三）公允价值计量”。

7、金融资产减值（2019 年 1 月 1 日以前）

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，公司于资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。表明金融资产发生减值的客观证据，是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且企业能够对该影响进行可靠计量的事项。

金融资产发生减值的客观证据，包括下列可观察到的情形：

①发行方或债务人发生严重财务困难；

②债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；

③公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

④债务人很可能倒闭或者进行其他财务重组；

⑤因发行方发生重大财务困难，导致金融资产无法在活跃市场继续交易；

⑥无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量，包括：

-该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化；

-债务人所在国家或地区经济出现了可能导致该组金融资产无法支付的状况；

⑦债务人经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；

⑧权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，如权益工具投资于资产负债

表日的公允价值低于其初始投资成本超过 50%（含 50%）或低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）。

低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）是指，权益工具投资公允价值月度均值连续 12 个月均低于其初始投资成本。

⑨其他表明金融资产发生减值的客观证据。

（1）以摊余成本计量的金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，则将该金融资产的账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记金额计入当期损益。预计未来现金流量现值，按照该金融资产原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，确认减值损失，计入当期损益。对单项金额不重大的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

公司对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

（2）可供出售金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失，予以转出，计入当期损益。该转出的累计损失，为可供出售金融资产的初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

（3）以成本计量的金融资产

在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生减值时，将该金融资产的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。发生的减值损失一经确认，不得转回。

8、金融资产减值（2019 年 1 月 1 日以后）

公司以预期信用损失为基础，对下列项目进行减值会计处理并确认损失准备：

①以摊余成本计量的金融资产；

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收款项和债权投资；

③租赁应收款；

④财务担保合同（以公允价值计量且其变动计入当期损益、金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的除外）。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。

公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融工具的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

在计量预期信用损失时，公司需考虑的最长期限为企业面临信用风险的最长合同期限（包括考虑续约选择权）。

公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

①对于应收票据和应收账款，无论是否存在重大融资成分，公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据信用风险特征对应收票据和应收账款划分组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

A、应收票据

-应收票据组合 1：银行承兑汇票

-应收票据组合 2：商业承兑汇票

B、应收账款

-应收账款组合 1：账龄组合

-应收账款组合 2：应收关联方

对于划分为组合的应收票据，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

对于划分为组合的应收账款，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄/逾期天数与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

②其他应收款

当单项其他应收款无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据信用风险特征将其他应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

-其他应收款组合 1：应收押金和保证金

-其他应收款组合 2：应收备用金及其他款项

③债权投资、其他债权投资

对于债权投资和其他债权投资，公司按照投资的性质，根据交易对手和风险敞口的各种类型，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

④信用风险显著增加的评估

公司通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，公司考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。公司考虑的信息包括：

A、债务人未能按合同到期日支付本金和利息的情况；

B、已发生的或预期的金融工具的外部或内部信用评级（如有）的严重恶化；

C、已发生的或预期的债务人经营成果的严重恶化；

D、现存的或预期的技术、市场、经济或法律环境变化，并将对债务人对公司的还款能力产生重大不利影响。

根据金融工具的性质，公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估信用风险是否显著增加。以金融工具组合为基础进行评估时，公司可基于共同信用风险特征对金融工具进行分类，例如逾期信息和信用风险评级。

如果逾期超过 30 日，公司确定金融工具的信用风险已经显著增加。

⑤已发生信用减值的金融资产

公司在资产负债表日评估以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资是否已发生信用减值。当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

A、发行方或债务人发生重大财务困难；

B、债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；

C、公司出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；

D、债务人很可能破产或进行其他财务重组；

E、发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失。

⑥预期信用损失准备的列报

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

⑦核销

如果公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。这种情况通常发生在公司确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以偿还将被减记的金额。但是，按照公司收回到期款项的程序，被减记的金融资产仍可能受到执行活动的影响。

已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

9、金融资产和金融负债的抵销

当公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权

利，同时公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

（三）公允价值计量

公允价值是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。

公司以公允价值计量相关资产或负债，假定出售资产或者转移负债的有序交易在相关资产或负债的主要市场进行；不存在主要市场的，公司假定该交易在相关资产或负债的最有利市场进行。主要市场（或最有利市场）是公司在计量日能够进入的交易市场。公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

存在活跃市场的金融资产或金融负债，公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。金融工具不存在活跃市场的，公司采用估值技术确定其公允价值。

以公允价值计量非金融资产的，考虑市场参与者将该资产用于最佳用途产生经济利益的能力，或者将该资产出售给能够用于最佳用途的其他市场参与者产生经济利益的能力。

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，优先使用相关可观察输入值，只有在可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

在财务报表中以公允价值计量或披露的资产和负债，根据对公允价值计量整体而言具有重要意义的最低层次输入值，确定所属的公允价值层次：第一层次输入值，是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；第二层次输入值，是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值；第三层次输入值，是相关资产或负债的不可观察输入值。

每个资产负债表日，公司对在财务报表中确认的持续以公允价值计量的资产和负债进行重新评估，以确定是否在公允价值计量层次之间发生转换。

（四）应收款项

应收款项包括：应收票据、应收账款、其他应收款等。

1、2019 年 1 月 1 日以前

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	期末余额达到 300 万元（含 300 万元）以上的应收账款、其他应收款
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，①有客观证据表明发生了减值，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备；②单项金额重大经单独测试未发生减值的应收款项，再按组合计提坏账准备

（2）单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	涉诉款项、客户信用状况恶化的应收款项
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

（3）按组合计提坏账准备的应收款项

经单独测试后未减值的应收款项（包括单项金额重大和不重大的应收款项）以及未单独测试的单项金额不重大的应收款项，按以下信用风险特征组合计提坏账准备：

组合类型	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	账龄状态	账龄分析法
纳入合并范围的关联方组合	关联方关系	不存在减值迹象的，不计提坏账准备；存在减值迹象的，根据其未来现金流量现值低于账面价值的差额，计提坏账准备

其中，对账龄组合，采用账龄分析法计提坏账准备的比例如下：

账龄	应收账款计提标准(%)	其他应收账款计提标准（%）
1 年以内（含 1 年）	5	5
1-2 年（含 2 年）	15	10
2-3 年（含 3 年）	50	30
3 年以上	100	100

2、2019 年 1 月 1 日以后

2019 年 1 月 1 日起应收账款适用的方法见本节“（二）、8、金融资产减值（2019 年 1 月 1 日以后）”。

（五）存货

1、存货分类

存货分类为：原材料、委托加工物资、发出商品、库存商品、低值易耗品等。

2、发出存货的计价方法

公司存货取得时按实际成本计价。原材料、库存商品、发出商品等发出时采用加权平均法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

资产负债表日，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。公司通常按照单个存货项目计提存货跌价准备，资产负债表日，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

4、存货的盘存制度

公司存货盘存制度采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

公司低值易耗品领用时采用一次转销法摊销。

（六）长期股权投资

1、长期股权投资的分类

长期股权投资包括对子公司、合营企业和联营企业的权益性投资。公司能够对被投资单位施加重大影响的，为公司的联营企业。

2、初始投资成本确定

（1）形成企业合并的长期股权投资：同一控制下企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额作为投资成本；非同一控制下企业合并取得的长期股权投资，按照合并成本作为长期股权投资的投资成本。

（2）对于其他方式取得的长期股权投资：支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本；发行权益性证券取得的长期股权投资，以发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

公司对子公司的投资，采用成本法核算，除非投资符合持有待售的条件；对联营企业和合营企业的投资，采用权益法核算。

（1）采用成本法核算的长期股权投资，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为投资收益计入当期损益。

（2）采用权益法核算的长期股权投资，初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，对长期股权投资的账面价值进行调整，差额计入投资当期的损益。

采用权益法核算时，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积（其他资本公积）。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。

因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，在转换日，按照原股权的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原股权于转换日的公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入改按权益法核算的当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权在丧失共同控制或重大影响之日改按《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》进行会计处理，公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资

因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；原股权投资相关的其他所有者权益变动转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。

因其他投资方增资而导致公司持股比例下降、从而丧失控制权但能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，按照新的持股比例确认公司应享有的被投资单位因增资扩股而增加净资产的份额，与应结转持股比例下降部分所对应的长期股权投资原账面价值之间的差额计入当期损益；然后，按照新的持股比例视同自取得投资时即采用权益法核算进行调整。

公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照持股比例计算归属于公司的部分，在抵销基础上确认投资损益。但公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。

4、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。在判断是否存在共同控制时，首先判断是否由所有参与方或参与方组合集体控制该安排，其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排；如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不构成共同控制。判断是否存在共同控制时，不考虑享有的保护性权利。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被

投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。

当公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含 20%）以上但低于 50%的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，不形成重大影响；公司拥有被投资单位 20%（不含）以下的表决权股份时，一般不认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下能够参与被投资单位的生产经营决策，形成重大影响。

5、减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资，公司计提资产减值的方法见本节“（十）资产减值的确定方法”。

（七）固定资产

1、固定资产确认条件

公司固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，并且该固定资产的成本能够可靠地计量时，固定资产才能予以确认。

公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

2、各类固定资产的折旧方法

公司采用年限平均法计提折旧。固定资产自达到预定可使用状态时开始计提折旧，终止确认时或划分为持有待售非流动资产时停止计提折旧。在不考虑减值准备的情况下，按固定资产类别、预计使用寿命和预计残值，公司确定各类固定资产的年折旧率如下：

类别	使用年限	残值率(%)	年折旧率（%）
房屋及建筑物	20	5	4.75
运输设备	5	5	19
机器设备	10	5	9.5
电子设备及其他	5	5	19

其中，已计提减值准备的固定资产，还应扣除已计提的固定资产减值准备累计金额计算确定折旧率。

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法见本节“（十）资产减值的确定方法”。

4、每年年度终了，公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核

使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

5、大修理费用

公司对固定资产进行定期检查发生的大修理费用，有确凿证据表明符合固定资产确认条件的部分，计入固定资产成本，不符合固定资产确认条件的计入当期损益。固定资产在定期大修理间隔期间，照提折旧。

（八）在建工程

公司在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项必要工程支出、工程达到预定可使用状态前的应予资本化的借款费用以及其他相关费用等。在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产。

在建工程计提资产减值方法见本节“（十）资产减值的确定方法”。

（九）无形资产

公司无形资产包括土地使用权、外购软件等。

无形资产按照成本进行初始计量，并于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命为有限的，自无形资产可供使用时起，采用能反映与该资产有关的经济利益的预期实现方式的摊销方法，在预计使用年限内摊销；无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销；使用寿命不确定的无形资产，不作摊销。

使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

无形资产类别	使用寿命	摊销方法
土地使用权	50 年	直线法
外购软件	5 年	直线法

公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

资产负债表日预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

无形资产计提资产减值方法见本节“（十）资产减值的确定方法”。

（十）资产减值的确定方法

对子公司、联营企业的长期股权投资、固定资产、在建工程、无形资产（存货、递延所得税资产、金融资产除外）的资产减值，按以下方法确定：

于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，公司将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

就商誉的减值测试而言，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合，且不大于公司确定的报告分部。

减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，首先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，确认商誉的减值损失。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（十一）股份支付及权益工具

1、股份支付的种类

公司股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、权益工具公允价值的确定方法

公司对于授予的存在活跃市场的期权等权益工具，按照活跃市场中的报价确定其公允价值。对于授予的不存在活跃市场的期权等权益工具，采用期权定价模型等确定其公允价值。选用的期权定价模型考虑以下因素：A、期权的行权价格；B、期权的有效期；C、标的股份的现行价格；D、股价预计波动率；E、股份的预计股利；F、期权有效期内的无风险利率。

3、确认可行权权益工具最佳估计的依据

等待期内每个资产负债表日，公司根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。在可行权日，最终预计可行权权益工具的数量应当与实际可行权数量一致。

4、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

以权益结算的股份支付，按授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。

以现金结算的股份支付，按照公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日以公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

公司对股份支付计划进行修改时，若修改增加了所授予权益工具的公允价值，按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；若修改增加了所授予权益工具的数量，则将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加。权益工具公允价值的增加是指修改前后的权益工具在修改日的公允价值之间的差额。若修改减少了股份支付公允价值总额或采用了其他不利于职工的方式修改股份支付计划的条款和条件，则仍继续对取得的服务进行会计处理，视同该变更从未发生，除非公司取消了部分或全部已授予的权益工具。

在等待期内，如果取消了授予的权益工具（因未满足可行权条件的非市场条件而被取消的除外），公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，公司将其作为授予权益工具的取消处理。

（十二）政府补助

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。

对于货币性资产的政府补助，按照收到或应收的金额计量。对于非货币性资产的政府补助，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额 1 元计量。

与资产相关的政府补助，是指公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助；除此之外，作为与收益相关的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以区分的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益在相关资产使用期限内按照合理、系统的方法分期计入损益。与收益相关的政府补助，用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，计入当期损益；用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，则计入递延收益，于相关成本费用或损失确认期间计入当期损益或冲减相关成本。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。公司对相同或类似的政府补助业务，采用一致的方法处理。

与日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

已确认的政府补助需要返还时，初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；属于其他情况的，直接计入当期损益。

取得的政策性优惠贷款贴息，如果财政将贴息资金拨付给贷款银行，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和政策性优惠利率计算借款费用。如果财政将贴息资金直接拨付给公司，贴息冲减借款费用。

（十三）递延所得税资产及递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉，或与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的递延所得税计入所有者权益外，均作为所得税费用计入当期损益。

公司根据资产、负债于资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税。

各项应纳税暂时性差异均确认相关的递延所得税负债，除非该应纳税暂时性差异是在以下交易中产生的：

1、商誉的初始确认，或者具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

2、对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认由此产生的递延所得税资产，除非该可抵扣暂时性差异是在以下交易中产生的：

1、该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

2、对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

于资产负债表日，公司对递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量，并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

于资产负债表日，公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

（十四）报告期重要会计政策、会计估计变更

1、重要会计政策变更

（1）2017 年度会计政策变更

公司于 2017 年 5 月 28 日开始采用财政部于 2017 年颁布的《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》；于 2017 年 6 月 12 日开始采用财政部于 2017 年修订的《企业会计准则第 16 号——政府补助》；财务报表按照财政部 2017 年 12 月 25 日颁布的《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会[2017]30 号）编制。

①《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》对于 2017 年 5 月 28 日之后持有待售的非流动资产或处置组的分类、计量和列报，以及终止经营的列报等进行了规定，并采用未来适用法进行处理；在合并利润表和个别利润表中分别列示持续经营损益和终止经营损益等；对于当期列报的终止经营，原来作为持续经营损益列报的信息重新在比较报表中作为终止经营损益列报。

公司在 2017 年 5 月 28 日到本财务报表截止日期间不存在持有待售的非流动资产、处置组和终止经营。采用该准则对公司财务状况和经营成果没有重大影响。

②根据《企业会计准则第 16 号——政府补助》（2017），政府补助的会计处理方法从总额法改为允许采用净额法，将与资产相关的政府补助相关递延收益的摊销方式从在相关资产使用寿命内平均分配改为按照合理、系统的方法分配，并修改了政府补助的列报项目。对 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助采用未来适用法处理，对 2017 年 1 月 1 日至该准则施行日之间新增的政府补助根据修订后的准则进行调整。对新的披露要求不需提供比较信息，不对比较报表中其他收益的列报进行相应调整。

采用该准则对公司 2017 年度财务状况和经营成果产生的影响为：其他收益增加 2,536,730.69 元，营业外收入减少 2,536,730.69 元。

③根据《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会[2017]30 号），在利润表中新增“资产处置收益”项目，反映企业出售划分为持有待售的非流动资产（金融工具、长期股权投资和投资性房地产除外）或处置组时确认的处置利得或损失，处置未划分为持有待售的固定资产、在建工程、生产性生物资产及无形资产而产生的处置利得或损失，以及债务重组中因处置非流动资产产生的利得或损失和非货币性资产交换产生的利得或损失。

相应的删除“营业外收入”和“营业外支出”项下的“其中：非流动资产处置利得”和“其中：非流动资产处置损失”项目，修订后的营业外收支反映企业发生的营业利润以外的收益，主要包括债务重组利得或损失、与企业日常活动无关的政府补助、公益性捐赠支出、非常损失、盘盈利得或损失、捐赠利得、非流动资产毁损报废损失等。

采用该准则对公司 2017 年度财务状况和经营成果产生的影响为：资产处置收益增加 41,312.90 元，营业外收入减少 546,374.55 元，营业外支出减少 505,061.65 元。

（2）2018 年度会计政策变更

①根据财政部《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号），公司对财务报表格式进行了以下修订：

A、资产负债表

将原“应收票据”及“应收账款”行项目整合为“应收票据及应收账款”；将原“应收利息”及“应收股利”行项目归并至“其他应收款”；将原“固定资产清理”行项目归并至“固定资产”；将原“工程物资”行项目归并至“在建工程”；将原“应付票据”及“应付账款”行项目整合为“应付票据及应付账款”项目；将原“应付利息”及“应付股利”行项目归并至“其他应付款”；将原“专项应付款”行项目归并至“长期应付款”。

B、利润表

从原“管理费用”中分拆出“研发费用”；在“财务费用”行项目下分别列示“利息费用”和“利息收入”明细项目；

公司对可比期间的比较数据按照财会[2018]15 号文进行调整。财务报表格式的修订对公司财务状况和经营成果无重大影响。

②根据财政部《关于 2018 年度一般企业财务报表格式有关问题的解读》，公司作为个人所得税的扣缴义务人，根据《中华人民共和国个人所得税法》收到的扣缴税款手续费在“其他收益”中填列，对可比期间的比较数据进行调整，调增 2017 年度其他收益 4,156.39 元，调减 2017 年度营业外收入 4,156.39 元。

公司实际收到的政府补助，无论是与资产相关还是与收益相关，在编制现金流量表时均作为经营活动产生的现金流量列报，2017 年收到的政府补助已作为经营活动产生从现金流核算，无需对可比期间的比较数据进行调整。

（3）2019 年度会计政策变更

①财政部于 2019 年 4 月发布了《财政部关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号），2018 年 6 月发布的《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号）同时废止；财政部于 2019 年 9 月发布了《财政部关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会[2019]16 号），《财政部关于修订印发 2018 年度合并财务报表格式的通知》（财会[2019]1 号）同时废止。根据财会[2019]6 号和财会[2019]16 号，公司对财务报表格式进行了以下修订：

资产负债表，将“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”及“应收账款”；将“应付票据及应付账款”行项目拆分为“应付票据”及“应付账款”。

公司对可比期间的比较数据按照财会[2019]6 号文进行调整。财务报表格式的修订对公司的资产总额、负债总额、净利润、其他综合收益等无影响。

②新金融工具准则

财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（修订）》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（修订）》、《企业会计准则第 24 号——套期会计（修订）》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（修订）》（统称“新金融工具准则”），公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，经公司第一届董事会第三次会议审议变更相关会计政策内容，变更后的会计政策参见本节“（二）金融

工具”。

新金融工具准则要求根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产划分为以下三类：（1）以摊余成本计量的金融资产；（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；（3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。混合合同包含的主合同属于金融资产的，不应从该混合合同中分拆嵌入衍生工具，而应当将该混合合同作为一个整体适用金融资产分类的相关规定。

采用新金融工具准则对公司金融负债的会计政策并无重大影响。

2019 年 1 月 1 日，公司没有将任何金融资产或金融负债指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，也没有撤销之前的指定。

新金融工具准则以“预期信用损失法”替代了原金融工具准则规定的、根据实际已发生减值损失确认减值准备的方法。“预期信用损失法”模型要求持续评估金融资产的信用风险，因此在新金融工具准则下，公司信用损失的确认时点早于原金融工具准则。

公司以预期信用损失为基础，对下列项目进行减值会计处理并确认损失准备：以摊余成本计量的应收款项，包括：应收票据、应收账款、其他应收款；

公司按照新金融工具准则的规定，除某些特定情形外，对金融工具的分类和计量（含减值）进行追溯调整，将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日（即 2019 年 1 月 1 日）的新账面价值之间的差额计入 2019 年年初留存收益或其他综合收益。同时，公司未对比较财务报表数据进行调整。

2019 年 1 月 1 日，金融资产按照原金融工具准则和新金融工具准则的规定进行分类和计量的结果对比如下：

原金融工具准则			新金融工具准则		
项目	类别	账面价值（元）	项目	类别	账面价值（元）
可供出售金融资产	以成本计量（权益工具）	56,000,000.00	其他非流动金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	-
			其他权益工具投资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	65,100,000.00
应收票据	摊余成本	250,000.00	应收票据	摊余成本	250,000.00
			应收款项融资	以公允价值计量且	-

原金融工具准则			新金融工具准则		
项目	类别	账面价值（元）	项目	类别	账面价值（元）
				其变动计入其他综合收益	
应收账款	摊余成本	116,532,523.21	应收账款	摊余成本	116,039,902.24
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	-
其他应收款	摊余成本	2,897,693.43	其他流动资产	摊余成本	-
			其他应收款	摊余成本	2,891,693.43

2019 年 1 月 1 日，执行新金融工具准则时金融工具分类和账面价值调节表如下：

单位：元

项目	调整前账面金额（2018-12-31）	重分类	重新计量	调整后账面金额（2019-1-1）
资产：				
应收账款	116,532,523.21	-	-492,620.97	116,039,902.24
其他应收款	2,897,693.43	-	-6,000.00	2,891,693.43
可供出售金融资产	56,000,000.00	-	-56,000,000.00	--
其他权益工具投资	--	-	65,100,000.00	65,100,000.00
递延所得税资产	23,448,845.09	-	124,655.24	23,573,500.33
负债：				
短期借款	147,800,000.00	280,886.23	-	148,080,886.23
其他应付款	20,433,949.43	-368,387.18	-	20,065,562.25
其中：应付利息	868,387.18	-368,387.18	-	500,000.00
一年内到期的非流动负债	5,000,000.00	87,500.95	-	5,087,500.95
递延所得税负债	-	-	2,275,000.00	2,275,000.00
股东权益：				
其他综合收益	-	-	6,825,000.00	6,825,000.00
未分配利润	199,743,992.51	-	-373,965.73	199,370,026.78

公司将根据原金融工具准则计量的 2018 年年末损失准备与根据新金融工具准则确定的 2019 年年初损失准备之间的调节表列示如下：

单位：元

计量类别	调整前账面金额（2018-12-31）	重分类	重新计量	调整后账面金额（2019-1-1）

计量类别	调整前账面金额（2018-12-31）	重分类	重新计量	调整后账面金额（2019-1-1）
应收账款减值准备	6,743,645.15	-	492,620.97	7,236,266.12
其他应收款减值准备	212,804.91	-	6,000.00	218,804.91

（4）2020 年度会计政策变更

财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 14 号——收入（修订）》（以下简称“新收入准则”），公司经第一届董事会第三次决议自 2020 年 1 月 1 日起执行该准则，对会计政策相关内容进行了调整。

公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务的控制权时，确认收入。在满足一定条件时，公司属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务。合同中包含两项或多项履约义务的，公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

公司依据新收入准则有关特定事项或交易的具体规定调整了相关会计政策，针对附有退回条款的销售，收入确认以累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额为限，按照预期退还金额确认负债；同时按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额计入其他流动资产。

公司根据首次执行新收入准则的累积影响数，调整本公司 2020 年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，未对比较财务报表数据进行调整。公司仅对在 2020 年 1 月 1 日尚未完成的合同的累积影响数调整本公司 2020 年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额。

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	影响金额（元）2020 年 1 月 1 日
因执行新收入准则，公司针对附有退回条款的销售，收入确认以累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额为限，按照预期退还金额确认负债；同时按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额计入其他流动资产。	其他流动资产	624,634.66
	递延所得税资产	246,453.64
	其他流动负债	985,814.56
	递延所得税负债	156,158.67
	未分配利润	-270,884.93

与原收入准则相比，执行新收入准则对 2020 年 1-6 月财务报表相关项目的影响如

下：

受影响的资产负债表项目	影响金额（元） 2020 年 6 月 30 日
其他流动资产	252,019.31
递延所得税资产	103,555.43
其他流动负债	414,221.71
递延所得税负债	63,004.83
未分配利润	-121,651.80
受影响的利润表项目	**影响金额（元） 2020 年 1-6 月**
营业收入	-414,221.71
营业成本	-252,019.31
所得税费用	-40,550.60
净利润	-121,651.80
其中：归属于母公司股东权益	-121,651.80
少数股东权益	-

2、重要会计估计变更

报告期内，公司主要会计估计未发生变更。

（十五）新收入准则实施前后的差异及影响

1、公司 2017 年至 2019 年执行的收入确认政策

报告期内，公司执行的收入确认政策详见本节“（一）收入确认及计量的具体方法”。

2、假设自 2017 年 1 月 1 日全面执行《企业会计准则第 14 号——收入（2017）》的收入确认政策

（1）一般原则

公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务的控制权时确认收入。

合同中包含两项或多项履约义务的，公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

判断客户是否已取得商品或服务控制权时，公司会考虑下列迹象：

①公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务。

②公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

③公司已将该商品的实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

④公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

⑤客户已接受该商品或服务。

公司已向客户转让商品或服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产，合同资产以预期信用损失为基础计提减值（详见本节“（二）金融工具”之“金融资产减值”）；公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项列示；公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务作为合同负债。

同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示，净额为借方余额的，根据其流动性在“合同资产”或“其他非流动资产”项目中列示；净额为贷方余额的，根据其流动性在“合同负债”或“其他非流动负债”项目中列示。

（2）具体方法

①经销模式下的收入确认方法

公司在经销商签收商品并完成验收后确认收入。

②直营模式下的收入确认方法

直营模式下，电商提供平台，由公司在平台上开设自营管理的网店销售自己产品。公司在商品已经发出且客户在电商平台点验收货时确认收入，客户不点验收货的以电商平台规定的验收截止日确认收入。

③代销模式下的收入确认方法

公司在商品已经发出并取得代销商结算清单时确认收入。

经销模式，对于产品质量问题附有销售退回条款，收入确认以累计已确认收入极可

能不会发生重大转回的金额为限，按照预期退还金额确认负债；同时按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额计入发出商品。

3、收入确认政策的主要差异

（1）列报差异

该项无差异。

（2）主要业务收入确认政策差异

原收入确认政策未预计销售退回，新收入确认政策针对经销模式预计销售退回。预计销售退回金额冲减收入并计入预计负债；同时按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额计入发出商品。

4、主要影响

假定自 2017 年 1 月 1 日开始全面执行新收入准则，报告期各期末营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额、归属于公司普通股股东的净资产的影响程度如下：

单位：万元

年度	项目	资产总额	归属于公司普通股股东的净资产	营业收入	归属于公司普通股股东的净利润
2017-12-31/ 2017 年度	调整前	130,947.53	34,770.56	119,474.79	8,339.18
	调整后	131,003.72	34,750.87	119,461.71	8,333.53
	调整净额	56.19	-19.68	-13.08	-5.65
	影响比例	0.04%	-0.06%	-0.01%	-0.07%
2018-12-31/ 2018 年度	调整前	138,725.31	46,542.81	135,478.35	16,097.41
	调整后	138,789.11	46,520.43	135,467.15	16,094.71
	调整净额	63.80	-22.38	-11.21	-2.69
	影响比例	0.05%	-0.05%	-0.01%	-0.02%
2019-12-31/ 2019 年度	调整前	141,066.71	61,866.19	142,413.07	20,678.28
	调整后	141,129.17	61,839.10	142,408.13	20,673.57
	调整净额	62.46	-27.09	-4.94	-4.71

	影响比例	0.04%	-0.04%	0.00%	-0.02%

六、发行人适用的各种税项及税率

（一）公司主要税种和税率

报告期内，公司适用主要税种为增值税和企业所得税，具体税率如下表：

税项	计税基础	税率
增值税	应税收入	3%、5%、6%、9%、10%、11%、13%、16%、17%
城市维护建设税	应纳流转税额	5%、7%
教育费附加	应纳流转税额	3%
地方教育附加	应纳流转税额	1.5%、2%
企业所得税	应纳税所得额	25%

欢乐家、武汉欢乐家、湖北欢乐家采购农产品进项税额采用核定扣除办法，根据《财政部国家税务总局关于在部分行业试行农产品增值税进项税额核定扣除办法的通知》（财税[2012]38 号），公司以购进农产品为原料生产货物的，农产品增值税进项税额适用投入产出法核定，按照税务机关核定单耗率计算应抵扣的农产品进项税额，扣除率为销售货物的适用税率，在报告期内分别为 17%、16%和 13%。

根据财政部、国家税务总局《关于调整增值税税率的通知》（财税[2018]32 号），自 2018 年 5 月 1 日起，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 17%和 11%税率的，税率分别调整为 16%、10%。

根据财政部、国家税务总局及海关总署《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告 2019 年第 39 号），自 2019 年 4 月 1 日起，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16%税率的，税率调整为 13%；原适用 10%税率的，税率调整为 9%。

（二）税收优惠及批文

报告期内，公司不享受税收优惠。

七、非经常性损益明细表

（一）非经常性损益项目及金额

根据致同会计师出具的“致同专字（2020）第 110ZA07852 号”专项审核报告，报告期内公司的非经常性损益项目及金额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动性资产处置损益	33.54	-294.06	4,256.66	-76.45
计入当期损益的政府补助	429.69	1,017.47	868.23	279.04
委托他人投资或管理资产的损益	37.86	8.61	-	0.54
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动损益	-	4.23	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-140.51	-9.74	38.20	-465.47
因股份支付确认的费用	-	-	-	-667.96
非经常性损益总额	**360.58**	**726.51**	**5,163.09**	**-930.29**
减：非经常性损益的所得税影响数	90.20	185.61	1,288.54	37.28
非经常性损益净额	**270.38**	**540.90**	**3,874.55**	**-967.58**
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）	-	-	-	-
归属于公司普通股股东的非经常性损益	**270.38**	**540.90**	**3,874.55**	**-967.58**
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	**8,208.80**	**20,137.38**	**12,222.86**	**9,306.76**

（二）非经常损益项目中非流动性资产处置损益情况

1、非流动资产处置损益内容和对应金额

报告期内，发行人非流动资产处置损益为固定资产、无形资产处置和报废形成，具体金额如下：

单位：万元

会计科目	项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
资产处置收益	固定资产/无形资产处置利得	35.78	-265.70	4,312.46	4.13
营业外收入	非流动资产报废利得	-	1.34	-	-
营业外支出	非流动资产毁损报废损失	2.24	29.70	55.80	80.58
合计		**33.54**	**-294.06**	**4,256.66**	**-76.45**

发行人非流动资产处置损益对应的内容如下：

单位：万元

年度	资产类别	资产净值	处置、报废利得
2020 年 1-6 月	机器设备	141.53	33.60
	电子设备及其他	0.06	-0.06
	合计	**141.59**	**33.54**
2019 年度	房屋及建筑物	2.08	-0.98
	机器设备	909.28	-324.11
	运输设备	103.86	32.25
	电子设备及其他	22.86	-1.22
	合计	**1,038.08**	**-294.06**
2018 年度	房屋及建筑物	850.53	2,773.92
	机器设备	352.56	-60.54
	运输设备	27.60	16.54
	电子设备及其他	2.20	-1.12
	小计	**1,232.89**	**2,728.80**
	土地	344.95	1,527.86
	合计	**1,577.84**	**4,256.66**
2017 年度	机器设备	690.59	-26.42
	运输设备	154.61	-40.18
	电子设备及其他	32.03	-9.85
	合计	**877.23**	**-76.45**

2018 年，由于湛江老厂规模较小且产能落后，且因场地限制不存在扩建和技改的空间，公司决定关闭老厂，处置了相关的厂房、生产设备及土地从而获得处置收益，对应金额较大。

2、报告期内，发行人非流动资产处置损益对业绩的影响

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
营业收入	59,796.56	142,413.07	135,478.35	119,474.79
净利润	8,479.18	20,678.28	16,097.41	8,339.18
非流动资产处置损益	33.54	-294.06	4,256.66	-76.45
非流动资产处置损益占营业收入比	0.06%	-0.21%	3.14%	-0.06%
非流动资产处置损益占净利润比	0.40%	-1.42%	26.44%	-0.92%

报告期内，公司各期非流动资产处置损益占营业收入比分别为-0.06%、3.14%、-0.21%、0.06%，占各期净利润的比例分别为-0.92%、26.44%、-1.42%、0.40%，对公司经营状况和盈利水平不构成重大影响。

（三）非经常损益项目中政府补助情况

1、非经常性损益项目中政府补助情况

报告期内，发行人各期政府补助全部计入非经常性损益：

单位：万元

会计科目	项目	2020年1-6月	2019年度	2018度	2017年度
其他收益	政府补助	429.69	951.47	845.23	253.67
营业外收入	政府补助	-	66.00	23.00	25.37
合计		**429.69**	**1,017.47**	**868.23**	**279.04**

非经常性损益政府补助具体项目如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	列报项目	与资产相关/与收益相关
武汉欢乐家产业发展扶持资金	66.82	207.02	153.35	53.45	其他收益	与资产相关
山东欢乐家罐头车间、饮料车间基础设施建设补助款	31.34	62.93	62.80	169.72	其他收益	与资产相关
山东欢乐家污水处理厂补助款	10.92	21.80	21.83	21.80	其他收益	与资产相关
湖北欢乐家 1 万吨水果罐头加工扩建项目补助资金	10.86	21.74	30.03	-	其他收益	与资产相关
武汉欢乐家产业改造升级专项资金	4.95	17.46	-	-	其他收益	与资产相关
山东欢乐家燃煤锅炉超低排放改造项目补助款	-	-	15.33	1.67	其他收益	与资产相关
武汉欢乐家产业发展扶持资金	224.78	580.61	209.25	-	其他收益	与收益相关
武汉欢乐家疫情专项奖补资金	30.00	-	-	-	其他收益	与收益相关
湖北欢乐家产业发展扶持资金	19.27	-	144.78	-	其他收益	与收益相关
山东欢乐家“两新”组织党组织活动场所建设补助款	2.00	-	-	-	其他收益	与收益相关
欢乐家食品专利资助款	0.87	0.88	-	-	其他收益	与收益相关
山东欢乐家扶贫车间吸纳贫	0.70	-	-	-	其他收益	与收益相关

困人员就业补助款						
湖北欢乐家食品药品认证奖励	-	10.00	-	-	其他收益	与收益相关
欢乐家食品 2018 年实施技术标准战略专项经费	-	10.00	-	-	其他收益	与收益相关
欢乐家食品民营经济工作奖励金	-	3.00	-	-	其他收益	与收益相关
欢乐家食品清洁生产企业奖励金	-	3.00	-	-	其他收益	与收益相关
山东欢乐家食品项目研发资金	-	-	180.00	-	其他收益	与收益相关
欢乐家食品湛江市科学技术局外观设计款	-	-	6.25	-	其他收益	与收益相关
湖北欢乐家调度资金担保费用返还	-	-	1.77	-	其他收益	与收益相关
湖北欢乐家残疾人联合会安残奖励款	-	-	0.50	-	其他收益	与收益相关
湖北欢乐家党支部活动经费补助	-	-	0.10	-	其他收益	与收益相关
山东欢乐家扶贫车间奖补资金	-	-	-	2.00	其他收益	与收益相关
稳岗补贴	27.18	13.03	19.24	5.02	其他收益	与收益相关
山东欢乐家燃煤锅炉淘汰奖励金	-	66.00	-	-	营业外收入	与收益相关
欢乐家食品燃煤锅炉淘汰奖励金	-	-	15.00	-	营业外收入	与收益相关
湖北欢乐家煤改气补贴款	-	-	5.00	-	营业外收入	与收益相关
湖北欢乐家湖北名牌产品奖励	-	-	3.00	-	营业外收入	与收益相关
湖北欢乐家安福寺财政所灾后补助	-	-	-	5.00	营业外收入	与收益相关
湖北欢乐家关闭燃煤锅炉奖补资金款	-	-	-	12.00	营业外收入	与收益相关
欢乐家食品提前淘汰黄标车奖励资金	-	-	-	2.60	营业外收入	与收益相关
欢乐家食品区级预算民营企业扶持资金中解决民营经济工作奖励	-	-	-	5.00	营业外收入	与收益相关
其他	-	-	-	0.77	营业外收入	与收益相关
合计	**429.69**	**1,017.47**	**868.23**	**279.04**	**--**	

2、非经常性损益政府补助对业绩的影响

报告期内，发行人非经常性损益政府补助对业绩的影响如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018度	2017年度
营业收入	59,796.56	142,413.07	135,478.35	119,474.79
净利润	8,479.18	20,678.28	16,097.41	8,339.18
非经常性损益政府补助	429.69	1,017.47	868.23	279.04
政府补助占营业收入比	0.72%	0.71%	0.64%	0.23%
政府补助占净利润比	5.07%	4.92%	5.39%	3.35%

报告期内，公司各期非流动资产处置损益占营业收入比分别为 0.23%、0.64%、0.71%、0.72%，占各期净利润的比例分别为 3.35%、5.39%、4.92%、5.07%，对公司经营状况和盈利水平不构成重大影响。

八、主要财务指标

（一）基本财务指标

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
流动比率	0.67	0.72	0.63	0.61
速动比率	0.52	0.43	0.31	0.30
资产负债率（母公司）	22.00%	29.28%	36.41%	47.11%
资产负债率（合并报表）	47.91%	56.14%	66.45%	73.45%
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	1.81	1.72	2.42	1.81
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.21%	0.19%	0.13%	0.25%
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
应收账款周转率（次/年）	11.45	14.41	9.76	7.45
存货周转率（次/年）	4.74	3.64	3.35	3.15
息税折旧摊销前利润（万元）	15,087.94	35,439.44	28,903.51	16,676.55
利息保障倍数（倍）	27.95	19.42	12.74	10.20
研发投入占营业收入的比例	0.09%	0.05%	0.22%	0.07%
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.20	0.65	1.45	-0.17
每股净现金流量（元/股）	0.05	0.05	0.24	-0.32
归属于发行人股东的净利润（万元）	8,479.18	20,678.28	16,097.41	8,339.18
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	**8,208.80**	**20,137.38**	**12,222.86**	**9,306.76**

注：上述财务指标计算公式如下：

1、流动比率＝流动资产÷流动负债

2、速动比率＝（流动资产 - 存货）÷流动负债

3、资产负债率＝总负债÷总资产

4、归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于母公司所有者权益/期末股本总额

5、无形资产（扣除土地使用权后）占净资产比例＝无形资产（扣除土地使用权后）÷期末净资产

6、应收账款周转率＝营业收入÷应收账款平均净额，2020 年上半年数据进行年化处理

7、存货周转率＝营业成本÷存货平均净额，2020 年上半年数据进行年化处理

8、息税折旧摊销前利润＝净利润 + 所得税 + 利息支出 + 折旧 + 摊销

9、利息保障倍数＝（利润总额 + 利息支出）÷利息支出

10、每股经营活动产生的现金流量＝经营活动产生的现金流量净额÷期末股本总额

11、每股净现金流量＝当期现金及现金等价物净增加额÷期末股本总额

12、归属于发行人股东的净利润＝净利润－少数股东损益

13、归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润＝净利润－少数股东损益－税后非经常性损益

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号－净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》，公司净资产收益率和每股收益计算结果如下：

期间	项目	净资产收益率	每股收益（元）	
		加权平均	基本	稀释
2020 年 1-6 月	归属于公司普通股股东的净利润	12.73%	0.24	0.24
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	12.32%	0.23	0.23
2019 年度	归属于公司普通股股东的净利润	36.14%	0.57	0.57
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	35.19%	0.56	0.56
2018 年度	归属于公司普通股股东的净利润	37.59%	/	/
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	28.55%	/	/
2017 年度	归属于公司普通股股东的净利润	53.33%	/	/
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	59.52%	/	/

注 1：公司于 2019 年 6 月完成股改，故 2017 年度和 2018 年度不列示每股收益；

注 2：上述财务指标计算公式如下：

（1）加权平均净资产收益率＝P0/(E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0–Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0)

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

（2）基本每股收益＝P0÷S

S＝S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0-Sk

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

（3）稀释每股收益= P1/(S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0–Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

九、经营成果分析

随着公司市场销售规模的扩大及品牌口碑的树立，2017 年至 2019 年营业收入平稳增长。报告期内公司经营成果主要指标如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一、营业总收入	**59,796.56**	**100.00%**	**142,413.07**	**100.00%**	**135,478.35**	**100.00%**	**119,474.79**	**100.00%**
减：营业成本	36,352.04	60.79%	89,975.76	63.18%	92,061.96	67.95%	81,272.99	68.03%
税金及附加	651.95	1.09%	1,327.42	0.93%	1,357.76	1.00%	1,376.44	1.15%
销售费用	5,992.10	10.02%	12,607.49	8.85%	13,312.28	9.83%	12,370.46	10.35%
管理费用	4,253.63	7.11%	9,419.93	6.61%	8,878.76	6.55%	8,926.77	7.47%
研发费用	55.19	0.09%	75.82	0.05%	292.63	0.22%	86.47	0.07%
财务费用	366.61	0.61%	1,482.43	1.04%	1,878.08	1.39%	1,273.18	1.07%
加：其他收益	468.59	0.78%	964.57	0.68%	870.50	0.64%	254.09	0.21%
投资收益	37.86	0.06%	183.61	0.13%	210.00	0.16%	210.54	0.18%
公允价值变动收益	0.00	0.00%	4.23	0.00%	-	-	-	-

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用减值损失	-759.10	-1.27%	-209.11	-0.15%	-	-	-	-
资产减值损失	-391.33	-0.65%	-414.63	-0.29%	-1,217.42	-0.90%	-2,425.57	-2.03%
资产处置收益	35.78	0.06%	-265.70	-0.19%	4,312.46	3.18%	4.13	0.00%
二、营业利润	**11,516.85**	**19.26%**	**27,787.19**	**19.51%**	**21,872.43**	**16.14%**	**12,211.68**	**10.22%**
加：营业外收入	33.61	0.06%	107.53	0.08%	95.36	0.07%	44.79	0.04%
减：营业外支出	176.37	0.29%	79.64	0.06%	89.97	0.07%	565.47	0.47%
三、利润总额	**11,374.09**	**19.02%**	**27,815.08**	**19.53%**	**21,877.82**	**16.15%**	**11,691.01**	**9.79%**
减：所得税费用	**2,894.91**	**4.84%**	7,136.80	5.01%	5,780.42	4.27%	3,351.83	2.81%
四、净利润	**8,479.18**	**14.18%**	**20,678.28**	**14.52%**	**16,097.41**	**11.88%**	**8,339.18**	**6.98%**

（一）营业收入分析

报告期内，公司的收入主要来源于饮料及罐头产品的销售业务，2017 年至 2019 年收入总规模呈逐年增长趋势。营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	59,611.82	99.69%	141,735.34	99.52%	134,630.38	99.37%	118,519.40	99.20%
其他业务收入	184.73	0.31%	677.73	0.48%	847.98	0.63%	955.40	0.80%
合计	**59,796.56**	**100.00%**	**142,413.07**	**100.00%**	**135,478.35**	**100.00%**	**119,474.79**	**100.00%**

报告期内，公司饮料及罐头产品的销售收入占比均在 99%以上，其他业务收入主要为销售橘皮、桃核等产生的收入。

公司自成立以来，一直专注于饮料及罐头产品的生产及销售，始终注重饮料及罐头生产环节的研发与技术进步，着力销售市场的开发与拓展，持续推进“欢乐家”品牌建设。经过多年发展，公司随着市场销售规模的扩大及品牌口碑的树立已逐渐成为市场知名的饮料、罐头类生产销售企业。

2017 年至 2019 年，公司主营业务收入持续增长。2018 年度公司主营业务收入较 2017 年度增加 16,110.98 万元，增幅为 13.59%；2019 年度公司主营业务收入较 2018 年度增加 7,104.96 万元，增幅为 5.28%。公司主营业务收入持续增长的原因在于：①随着

国民收入水平的增加及消费结构的升级，具有较高营养价值的植物蛋白饮料市场需求不断上升，同时罐头产品市场平稳发展，需求稳定；②报告期内，公司持续进行新品类产品的研发、生产及市场开拓，乳酸菌饮料、八宝粥等新品成为公司新的营收增长点；③饮料和罐头产品作为大众快速消费品，主要通过经销渠道抵达最终消费者。公司借助经销商已有渠道及其对当地市场的深耕，将产品快速投放市场，实现销售。报告期内，公司对经销商销售网络保持了较强的开拓和建设力度，积极推进品牌建设和市场开发，销售渠道不断完善，销售区域持续拓展。

2020 年 1-6 月由于受新冠肺炎疫情影响，发行人的主营业务收入较上一年同期的 69,915.75 万元下降 14.74%。

1、主营业务收入产品构成分析

（1）主营业务产品构成分类收入情况

公司的产品可以分为饮料和罐头两大类。其中，饮料产品可细分为椰子汁、果汁饮料、乳酸菌饮料及其他饮料；罐头产品可细分为水果罐头和其他罐头，水果罐头中橘子和黄桃罐头占比最大。2017 年至 2019 年，饮料产品的销售收入占主营业务收入的比重逐年提升。各产品品类的收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
饮料产品	**30,890.94**	**51.82%**	**85,470.59**	**60.30%**	**78,929.02**	**58.63%**	**65,399.84**	**55.18%**
椰子汁	22,129.88	37.12%	61,723.74	43.55%	58,123.92	43.17%	52,280.29	44.11%
果汁饮料	3,112.55	5.22%	10,633.52	7.50%	14,113.02	10.48%	12,148.01	10.25%
乳酸菌饮料	5,585.77	9.37%	10,951.71	7.73%	5,316.11	3.95%	347.60	0.29%
其他饮料	62.74	0.11%	2,161.62	1.53%	1,375.98	1.02%	623.95	0.53%
罐头产品	**28,720.88**	**48.18%**	**56,264.75**	**39.70%**	**55,701.36**	**41.37%**	**53,119.56**	**44.82%**
水果罐头	27,386.24	45.94%	50,846.42	35.87%	53,344.79	39.62%	50,399.92	42.52%
——橘子罐头	7,374.21	12.37%	16,377.71	11.56%	16,292.81	12.10%	15,581.26	13.15%
——黄桃罐头	9,676.01	16.23%	15,075.49	10.64%	15,067.09	11.19%	14,377.99	12.13%
——其他水果罐头	10,336.03	17.34%	19,393.22	13.68%	21,984.89	16.33%	20,440.68	17.25%
其他罐头	1,334.64	2.24%	5,418.32	3.82%	2,356.57	1.75%	2,719.64	2.29%
合计	**59,611.82**	**100.00%**	**141,735.34**	**100.00%**	**134,630.38**	**100.00%**	**118,519.40**	**100.00%**

注：上表中饮料产品中的其他饮料包括功能饮料、茶饮料等；罐头产品中的其他罐头包括八宝粥、鱼类罐头及蛋类罐头。

2017 年至 2019 年公司饮料产品和罐头产品销售收入均逐年增长，其中饮料产品销售收入占比逐年提升，从 2017 年的 55.18%上升至 2019 年的 60.30%，主要原因为：①近几年来，随着消费者对于健康、美味饮料产品的需求日益提升，植物蛋白饮料逐渐获得消费者青睐，公司椰子汁产品的销售规模增速较快；②为满足消费者多样化的需求，公司不断研发推出新产品，以乳酸菌饮料为代表的新品带动了饮料产品销售收入的增长；③公司罐头产品较为传统，公司近年的经营重点主要在于原有渠道和生产工艺改进，市场发展较为平稳，故销售收入增速较平稳。

（2）分产品类型的前五大客户情况

①报告期各期分产品类型的前五大客户名称、销售金额及占比、数量、毛利率情况

按同一控制合并口径，不同产品类型的前五大客户销售金额情况如下：

A、椰子汁前五大客户

单位：万元、吨

序号	合并客户名称	销售金额	占同类产品收入比	销量	毛利率
2020 年 1-6 月					
1	成都牛车水食品有限公司	1,262.80	5.71%	2,648.93	40.97%
2	武汉市小雨点贸易有限公司	742.63	3.36%	1,454.91	47.97%
3	保定市北方利华糖酒有限公司	504.48	2.28%	955.69	45.37%
4	深圳市乐满家实业有限公司	447.84	2.02%	884.18	48.85%
5	北京京东世纪贸易有限公司	325.36	1.47%	555.43	45.20%
合计		**3,283.12**	**14.84%**	**6,499.14**	**44.72%**
2019 年					
1	武汉市小雨点贸易有限公司	2,943.25	4.77%	6,279.90	42.93%
2	成都牛车水食品有限公司	1,601.94	2.60%	3,441.93	38.24%
3	深圳市乐满家实业有限公司	1,009.76	1.64%	2,171.81	43.06%
4	保定市北方利华糖酒有限公司	952.73	1.54%	1,911.61	41.15%
5	溧阳市海潮商贸有限公司	758.29	1.23%	1,377.51	42.17%
合计		**7,265.97**	**11.77%**	**15,182.77**	**41.60%**

序号	合并客户名称	销售金额	占同类产品收入比	销量	毛利率
2018 年					
1	武汉市小雨点贸易有限公司	2,837.90	4.88%	5,814.91	40.66%
2	成都牛车水食品有限公司	1,844.23	3.17%	3,827.50	38.10%
3	深圳市乐满家实业有限公司	1,153.22	1.98%	2,349.09	43.15%
4	保定市北方利华糖酒有限公司	1,085.97	1.87%	2,122.10	42.26%
5	天津市合适佳商贸有限公司	746.12	1.28%	1,471.51	44.51%
合计		**7,667.44**	**13.19%**	**15,585.11**	**41.02%**
2017 年					
1	武汉市小雨点贸易有限公司	3,080.06	5.89%	6,467.92	35.21%
2	深圳市乐满家实业有限公司	1,266.62	2.42%	2,969.59	25.88%
3	成都牛车水食品有限公司	1,081.44	2.07%	2,760.98	17.18%
4	南京金荣百货有限公司	672.37	1.29%	1,420.23	34.08%
5	溧阳市海潮商贸有限公司	637.74	1.22%	1,295.14	27.79%
合计		**6,738.24**	**12.89%**	**14,913.87**	**29.75%**

2017 年，成都牛车水椰子汁产品的毛利率相对较低，主要原因是 2017 年公司为方便管理，对部分渠道进行了整合，成都牛车水在其原有的成都市中心渠道的基础上整合了成都下属郊县市场，在拓展初期为利于铺货，以及为促使公司产品进驻大型商超等有助于提高品牌形象的渠道，给予了较高额的促销补贴。

B、果汁饮料前五大客户

单位：万元、吨

序号	合并客户名称	销售金额	占同类产品收入比	销量	毛利率
2020 年 1-6 月					
1	平定县娘子关阳光超市	106.31	3.42%	215.56	39.89%
2	溧阳市海潮商贸有限公司	86.84	2.79%	169.24	37.13%
3	隆林香香百杂批零部	60.25	1.94%	301.78	26.45%
4	郑州天丰食品有限公司	42.69	1.37%	120.18	23.08%
5	郓城县河东商贸有限公司	40.88	1.31%	93.06	15.04%
合计		**336.96**	**10.83%**	**899.82**	**31.63%**

序号	合并客户名称	销售金额	占同类产品收入比	销量	毛利率
2019 年					
1	平定县娘子关阳光超市	338.97	3.19%	680.21	46.24%
2	溧阳市海潮商贸有限公司	288.80	2.72%	647.11	26.17%
3	武汉市小雨点贸易有限公司	172.10	1.62%	451.93	19.83%
4	环县润嘉商贸有限责任公司	171.36	1.61%	214.70	26.65%
5	南京金荣百货有限公司	168.66	1.59%	420.09	17.69%
合计		**1,139.88**	**10.72%**	**2,414.04**	**30.00%**
2018 年					
1	平定县娘子关阳光超市	437.98	3.10%	942.05	41.31%
2	溧阳市海潮商贸有限公司	374.81	2.66%	766.97	30.15%
3	南京金荣百货有限公司	328.93	2.33%	707.49	28.48%
4	武汉市小雨点贸易有限公司	243.34	1.72%	605.49	21.92%
5	隆林香香百杂批零部	198.61	1.41%	869.10	26.58%
合计		**1,583.68**	**11.22%**	**3,891.10**	**31.18%**
2017 年					
1	溧阳市海潮商贸有限公司	484.59	3.99%	1,033.71	29.89%
2	平定县娘子关阳光超市	352.39	2.90%	744.83	47.80%
3	南京金荣百货有限公司	205.42	1.69%	401.87	36.44%
4	隆林香香百杂批零部	204.60	1.68%	991.18	15.03%
5	天津市合适佳商贸有限公司	188.15	1.55%	456.62	35.55%
合计		**1,435.15**	**11.81%**	**3,628.20**	**33.85%**

郓城县河东商贸有限公司 2020 年上半年果汁饮料毛利率较低主要由于该经销商销售给特通渠道，以较低的价格采购距离生产日期时间相对较长的果汁产品。同时，在疫情后为缓解其库存压力，在其特通渠道做了一档低价促销活动，公司给予其批文补贴。

南京金荣百货有限公司 2019 年果汁饮料毛利较低主要系其在苏果商超以果汁产品做了一档低价促销活动，公司对该次促销活动给予了批文补贴。

2017 年隆林香香百杂批零部的果汁饮料毛利率较低，主要原因是该客户主要经营公司规格 1.5kg 和 2kg 果肉类的果汁饮料类产品，该类规格产品属果汁饮料类毛利较低的产品。

报告期内平定县娘子关阳光超市果汁饮料的毛利率较高，主要原因是该客户主要经营公司规格 1.25kg 果汁饮料类产品，该类规格产品属果汁饮料类毛利较高的产品，导致果汁饮料毛利率较高。

C、乳酸菌饮料前五大客户

单位：万元、吨

序号	合并客户名称	销售金额	占同类产品收入比	销量	毛利率
2020 年 1-6 月					
1	溆浦贵华园副食经营部	199.63	3.57%	326.33	37.21%
2	利辛县金亿丰商贸有限公司	100.16	1.79%	149.63	39.68%
3	都昌县昌华贸易商行	75.02	1.34%	110.83	45.46%
4	邵阳县鑫联批发行	74.21	1.33%	121.49	47.49%
5	南城县永强商行	71.06	1.27%	96.34	53.54%
合计		**520.07**	**9.31%**	**804.63**	**42.58%**
2019 年					
1	溆浦贵华园副食经营部	313.02	2.86%	487.48	28.87%
2	南城县永强商行	208.82	1.91%	360.98	42.96%
3	萍乡市发安商行	180.76	1.65%	297.57	28.74%
4	武汉市小雨点贸易有限公司	157.37	1.44%	279.17	42.95%
5	溧阳市海潮商贸有限公司	150.61	1.38%	294.66	41.50%
合计		**1,010.59**	**9.23%**	**1,719.85**	**35.83%**
2018 年					
1	武汉市小雨点贸易有限公司	113.90	2.14%	196.99	24.15%
2	成都牛车水食品有限公司	103.95	1.96%	205.28	21.03%
3	衡阳县华联商贸	82.59	1.55%	151.11	9.34%
4	溆浦贵华园副食经营部	80.53	1.51%	134.62	9.34%
5	湛江市坡头区食康商行	74.70	1.41%	140.67	11.76%
合计		**455.67**	**8.57%**	**828.66**	**16.11%**
2017 年					
1	湖北兴罗商贸有限公司	31.28	9.00%	51.29	17.71%
2	大冶市陈敬钊商行	22.38	6.44%	42.34	9.84%

序号	合并客户名称	销售金额	占同类产品收入比	销量	毛利率
3	浏阳市沿溪镇大众商行	21.01	6.04%	36.29	13.27%
4	衡阳县华联商贸	19.89	5.72%	37.56	9.21%
5	涟源市红旺湘贸易商行	18.71	5.38%	31.10	16.98%
合计		**113.26**	**32.58%**	**198.58**	**13.72%**

2017 年和 2018 年乳酸菌产品毛利率较低且客户之间的毛利率差异较大，主要原因是 2017 年发行人推出乳酸菌新品，乳酸菌相关产品通过外购产成品贴牌后进行销售，为提高经销商销售乳酸菌的积极性，乳酸菌产品以较低的价格销售。发行人根据各地区产品需求不同，定制了差异化的补贴政策。

报告期内乳酸菌品类毛利率提升，一方面单位销售价格上升是由于受疫情影响经销商的市场推广活动减少，申请的批文补贴减少；另一方面单位成本下降是由于奶粉、食品添加剂、包材的采购价格下降导致直接材料降低。

乳酸菌产品整体上 2020 年上半年的毛利率 43.15%，较上一年度增加，乳酸菌前五大客户毛利率提升与该类产品毛利率变动趋势相符。

D、水果罐头前五大客户

单位：万元、吨

序号	合并客户名称	销售金额	占同类产品收入比	销量	毛利率
2020 年 1-6 月					
1	保定市北方利华糖酒有限公司	1,238.91	4.52%	1,415.29	35.93%
2	溧阳市海潮商贸有限公司	606.89	2.22%	753.20	35.97%
3	北京京东世纪贸易有限公司	590.57	2.16%	634.43	38.84%
4	成都牛车水食品有限公司	477.29	1.74%	569.92	34.84%
5	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	452.45	1.65%	539.59	35.12%
合计		**3,366.12**	**12.29%**	**3,912.43**	**36.19%**
2019 年					
1	保定市北方利华糖酒有限公司	2,128.37	4.19%	2,898.74	20.95%
2	武汉市小雨点贸易有限公司	1,295.94	2.55%	1,560.39	26.78%
3	成都牛车水食品有限公司	786.62	1.55%	998.48	18.80%

序号	合并客户名称	销售金额	占同类产品收入比	销量	毛利率
4	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	725.76	1.43%	930.36	24.18%
5	溧阳市海潮商贸有限公司	684.37	1.35%	941.75	23.49%
合计		**5,621.06**	**11.05%**	**7,329.72**	**22.72%**
2018 年					
1	保定市北方利华糖酒有限公司	3,266.36	6.12%	4,260.73	21.87%
2	武汉市小雨点贸易有限公司	1,419.88	2.66%	1,640.45	23.49%
3	新化县王记商贸中心	868.54	1.63%	1,200.26	22.88%
4	天津市合适佳商贸有限公司	728.46	1.37%	933.63	27.67%
5	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	724.30	1.36%	951.98	21.27%
合计		**7,007.55**	**13.14%**	**8,987.04**	**22.86%**
2017 年					
1	保定市北方利华糖酒有限公司	2,441.38	4.84%	4,182.57	9.05%
2	武汉市小雨点贸易有限公司	1,424.81	2.83%	1,718.49	29.96%
3	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	779.10	1.55%	1,031.65	27.69%
4	天津市合适佳商贸有限公司	746.09	1.48%	1,115.68	21.72%
5	溧阳市海潮商贸有限公司	664.26	1.32%	1,028.29	19.10%
合计		**6,055.64**	**12.02%**	**9,076.67**	**19.03%**

水果罐头品类的毛利率 2020 年上半年为 34.82%，较 2019 年增加，故前五大客户的毛利率也上升。同时 2020 年上半年由于疫情因素影响，经销商推广活动较少，公司给予经销商补贴较少，毛利率较高。

2017 年保定市北方利华糖酒有限公司水果罐头的销售毛利率较低，是因为该客户为公司重点发展的客户，为了提高其市场竞争力，公司对其商业折扣支持力度大，而该客户主要经营公司水果罐头类产品，导致该类产品毛利低。

2019 年成都牛车水毛利率低是因为 2019 年的草莓采购成本较高，而牛车水水果罐头的销售量中草莓罐头相对其他客户占比较高导致。

E、八宝粥罐头前五大客户

单位：万元、吨

序号	合并客户名称	销售金额	占同类产品收入比	销量	毛利率

序号	合并客户名称	销售金额	占同类产品收入比	销量	毛利率
2020 年 1-6 月					
1	南京金荣百货有限公司	35.72	4.31%	68.06	15.29%
2	宣威市荣兴食品批发部	22.59	2.73%	48.58	5.44%
3	衡水华驰商贸有限公司	19.66	2.37%	38.45	11.49%
4	黔西县生业百货经营部	17.95	2.17%	32.76	22.44%
5	溧阳市海潮商贸有限公司	15.01	1.81%	28.93	16.78%
合计		**110.93**	**13.40%**	**216.78**	**13.97%**
2019 年					
1	武汉市小雨点贸易有限公司	116.81	2.82%	251.75	5.70%
2	溧阳市海潮商贸有限公司	106.44	2.57%	225.46	9.60%
3	南京金荣百货有限公司	81.98	1.98%	181.54	2.96%
4	郓城县河东商贸有限公司	60.95	1.47%	111.89	19.85%
5	海城德润隆商贸有限公司	50.92	1.23%	113.43	1.15%
合计		**417.09**	**10.08%**	**884.06**	**7.67%**

注：发行人 2017 年、2018 年未销售八宝粥罐头产品

2019 年八宝粥产品毛利率较低且不同客户之间毛利率差异较大，原因为八宝粥为发行人 2019 年推出的新品，产品推出初期以较低的价格进行销售。发行人在市场推广过程中对不同区域的经销商制定了差异化的补贴政策。其中，发行人对郓城县河东商贸有限公司销售的八宝粥产品毛利率高，主要原因是该客户主要经营公司规格 1*8 和 1*10 八宝粥，该类规格八宝粥产品出厂定价较高，导致八宝粥毛利率较高。2020 年上半年，八宝粥产品的毛利率整体上升，宣威市荣兴食品批发部的毛利率较低主要原因是该客户主要经营公司规格 1*12 八宝粥，该类规格八宝粥产品出厂定价较低，导致八宝粥毛利率较低。

发行人对郓城县河东商贸有限公司销售的八宝粥产品毛利率高于其他经销商，主要原因是其他前五大经销商批文补贴较多，整体毛利率较低，同时郓城县河东商贸有限公司主要经营公司规格 1*8 和 1*10 八宝粥，该类规格八宝粥产品出厂定价较高，导致八宝粥毛利率较高。

②信用期限、期末欠款金额、期后还款金额

发行人给予经销商的信用额度可分为循环信用额度及临时信用额度。A、循环信用

额度是指公司为发展潜力市场和重点销售区域市场而给予部分经销商的一种信用政策，循环信用额度仅约定最高赊销的额度，未约定固定的回款时间，经销商提货额达到信用额度后不能提货，偿还部分货款后可以就偿还部分的额度继续提货。对于循环额度，公司按照同一控制下的经销商统一审批，一年一批，可循环使用，故无逾期的概念，发行人主要通过账龄监控及季度余额监控进行控制和管理。B、临时信用额度是公司为缓解部分潜力经销商的临时性资金压力给予的信用政策，公司与该部分经销商约定某一期间的赊销金额并明确回款时间，临时额度使用后恢复为先款后货。对于临时额度，公司根据该经销商临时铺货资金缺口、销售情况等因素给予不超过半年的信用额度。

发行人对上述客户的信用政策、期末欠款金额和期后还款情况如下：

单位：万元

序号	合并客户名称	信用政策	期末欠款金额				回款比例
			2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末	
1	武汉市小雨点贸易有限公司	循环授信	2,651.61	2,017.84	1,642.13	1,845.06	15.16%
2	成都牛车水食品有限公司	循环授信	1,975.60	486.92	1,150.60	882.76	85.23%
3	溧阳市海潮商贸有限公司	循环授信	1,761.09	1,071.17	1,521.39	1,962.28	33.33%
4	保定市北方利华糖酒有限公司	循环授信	3,403.58	2,117.06	2,402.02	3,329.26	25.06%
5	深圳市乐满家实业有限公司	循环授信	1,177.00	1,025.07	1,424.56	2,099.69	42.05%
6	南京金荣百货有限公司	临时额度	-	-	-	-	-
7	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	循环额度	-	-	-	88.26	-
8	天津市合适佳商贸有限公司	循环额度	1,137.72	746.52	978.99	1,506.37	43.09%
9	新化县王记商贸中心	无	-	-	-	-	-
10	大冶市陈敬钊商行	无	-	-	-	-	-
11	海城德润隆商贸有限公司	循环额度	70.67	47.87	110.38	110.38	100.00%
12	衡阳县华联商贸	无	-	-	-	-	-
13	湖北兴罗商贸有限公司	无	-	-	-	-	-
14	环县润嘉商贸有限责任公司	无	-	-	-	-	-
15	涟源市红旺湘贸易商行	无	-	-	-	-	-
16	浏阳市沿溪镇大众商行	无	-	-	0.02	-	-
17	隆林香香百杂批零部	无	-	-	-	-	-
18	南城县永强商行	无	-	-	-	-	-
19	平定县娘子关阳光超市	无	-	-	-	-	-

20	萍乡市发安商行	无	-	-	-	-	-
21	溆浦贵华园副食经营部	临时额度	-	-	-	-	-
22	郓城县河东商贸有限公司	无	-	-	-	-	-
23	湛江市坡头区食康商行	循环额度	3.99	-	410.29	779.90	-
24	北京京东世纪贸易有限公司	见结算单后15天	172.21	90.07	78.16	138.05	100%
25	郑州天丰食品有限公司	无	-	-	-	-	-
26	利辛县金亿丰商贸有限公司	无	-	-	0.13	-	-
27	都昌县昌华贸易商行	无	-	-	-	-	-
28	邵阳县鑫联批发行	无	-	-	-	-	-
29	宣威市荣兴食品批发部	无	-	-	-	-	-
30	衡水华驰商贸有限公司	无	-	-	-	1.85	-
31	黔西县生业百货经营部	无	-	-	-	-	-

注：上表中的回款比例为截至 2020 年 7 月 31 日，2019 年末各经销商的应收账款的回款比例

③不同产品类型前五大客户合作背景、销售模式、销售具体内容

按同一控制合并口径，发行人报告期内椰子汁、果汁饮料、乳酸菌饮料、水果罐头、八宝粥等各类产品的前五大客户共有 31 家，均为发行人从事食品饮料行业以来通过市场开拓等方式积累的客户资源。发行人对其的销售模式、销售具体内容以及其与发行人交易金额占其自身采购比例情况如下：

序号	合并客户名称	合作背景	销售模式	销售具体内容	与发行人交易金额占其自身采购比例
1	武汉市小雨点贸易有限公司	客户介绍	买断式经销	罐头、饮料	50%-80%
2	成都牛车水食品有限公司	欢乐家员工早年设立的经销商，后转让	买断式经销	罐头、饮料	80%以上
3	溧阳市海潮商贸有限公司	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	20%-50%
4	保定市北方利华糖酒有限公司	糖酒会/招商会接洽	买断式经销	罐头、饮料	50%-80%
5	深圳市乐满家实业有限公司	欢乐家实际控制人早年设立的经销商，后转让	买断式经销	罐头、饮料	50%-80%
6	南京金荣百货有限公司	糖酒会/招商会接洽	买断式经销	罐头、饮料	20%-50%
7	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	糖酒会/招商会接洽	买断式经销	罐头、饮料	80%以上
8	天津市合适佳商贸有限公司	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	50%-80%

9	新化县王记商贸中心	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	20%-50%
10	大冶市陈敬钊商行	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	20%以下
11	海城德润隆商贸有限公司	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	20%-50%
12	衡阳县华联商贸	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	50%-80%
13	湖北兴罗商贸有限公司	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	20%-50%
14	环县润嘉商贸有限责任公司	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	20%以下
15	涟源市红旺湘贸易商行	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	20%-50%
16	浏阳市沿溪镇大众商行	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	20%-50%
17	隆林香香百杂批零部	客户主动联系	买断式经销	罐头、饮料	50%-80%
18	南城县永强商行	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	20%以下
19	平定县娘子关阳光超市	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	50%-80%
20	萍乡市发安商行	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	20%-50%
21	溆浦贵华园副食经营部	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	50%-80%
22	郓城县河东商贸有限公司	糖酒会/招商会接洽	买断式经销	罐头、饮料	80%以上
23	湛江市坡头区食康商行	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	80%以上
24	北京京东世纪贸易有限公司	业务员主动开发	代销	罐头、饮料	20%以下
25	郑州天丰食品有限公司	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	20%以下
26	利辛县金亿丰商贸有限公司	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	80%以上
27	都昌县昌华贸易商行	客户主动联系	买断式经销	罐头、饮料	20%-50%
28	邵阳县鑫联批发行	客户主动联系	买断式经销	罐头、饮料	80%以上
29	宣威市荣兴食品批发部	业务员主动开发	买断式经销	罐头、饮料	20%-50%
30	衡水华驰商贸有限公司	糖酒会/招商会接洽	买断式经销	罐头、饮料	20%-50%
31	黔西县生业百货经营部	客户主动联系	买断式经销	罐头、饮料	50%-80%

注：与发行人交易金额占其自身采购比例在 80%以上的客户均未达到 100%，非专营发行人产品

④不同产品类型前五大客户的股权结构、实际控制人等基本情况

序号	合并客户名称	单体客户名称	成立时间	注册资本（万元）	住所/经营场所	现股权结构/主要经营者	实际控制人
1	武汉市小雨点贸易有限公司	武汉市小雨点贸易有限公司	2002-04-12	1,100	湖北省武汉市	夏仕友 70%、方念 30%	夏仕友
		湖南欢乐家荣仕贸易有限公司	2014-10-31	1,000	湖南省长沙市	付旋 85%、邬剑 15%	
		武汉荣仕贸易有限公司	2010-08-05	1,000	湖北省武汉市	夏仕君 85%、方念 15%	
2	成都牛车水食品有限公司[注]	成都牛车水食品有限公司	2013-05-28	200	四川省成都市	孙绍必 80%、何涛 20%	孙绍必
		德阳市明朗商贸有限公司	2015-02-03	50	四川省德阳市	李道恩 40%、李开朗 30%、林兴明 30%	李道恩、李开朗；孙绍必
3	溧阳市海潮商贸有限公司	溧阳市海潮商贸有限公司	2016-05-18	1,500	江苏省溧阳市	姜震花 51%、戴春光 49%	姜震花、戴春光
4	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	2001-02-23	50	河北省保定市	黎利 60%、华国荣 40%	黎利
		北京众合兴贸易有限公司	2015-08-10	5,000	北京市	黎利 60%、黎明 30%、刘燕 10%	
		上海欢乐家悦桐贸易有限公司	2014-09-12	1,000	上海市	黎越 60%、黎利 40%	
		宁波悦桐贸易有限公司	2016-02-15	500	浙江省宁波市	刘敬伟 100%	
		杭州桐旺贸易有限公司	2016-11-10	500	浙江省杭州市	黎越 60%、李洋 40%	
5	深圳市乐满家实业有限公司	深圳市乐满家实业有限公司	2003/07/02	1,000	广东省深圳市	庞伟兴 52%、张颖玉 48%	庞伟兴、张颖玉
		广州夏发贸易有限公司	2015-08-20	500	广东省广州市	庞伟诗 100%	
		深圳市龙岗区晋益商行	2016-08-23	10	广东省深圳市	经营者：黄洪杰	
6	南京金荣百货有限公司	南京金荣百货有限公司	2000-01-10	160	江苏省南京市	郭桐 87.5%、刘桂瑶 12.5%	郭桐

序号	合并客户名称	单体客户名称	成立时间	注册资本（万元）	住所/经营场所	现股权结构/主要经营者	实际控制人
7	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	2016-08-09	-	河北省廊坊市	经营者：解保英	刘俊杰
		廊坊市欢乐家食品有限公司	2007-04-11	105	河北省廊坊市	康力平 88%、张希刚 12%	
8	天津市合适佳商贸有限公司	天津市合适佳商贸有限公司	2002-08-15	500	天津市	王洪杰 70%、付金龙 30%	付金龙
		张家口龙鑫铭玖商贸有限公司	2011-06-22	50	河北省张家口市	许强 97%、董开明 3%	
		朝阳合适佳商贸有限公司	2016-08-23	50	辽宁省朝阳市	付金龙 100%	
9	新化县王记商贸中心	新化县王记商贸中心	2018-03-07	-	湖南省娄底市	经营者：王升伟	王升伟
		新化县王记诚信商行	2015-07-07	-	湖南省娄底市	经营者：王升伟	
10	大冶市陈敬钊商行	大冶市陈敬钊商行	2016-05-06	-	湖北省大冶市	经营者：陈敬钊	陈敬钊
11	海城德润隆商贸有限公司	海城德润隆商贸有限公司	2013-06-03	50	辽宁省鞍山市	孙朝波 60%、王军 40%	孙朝波
		大石桥德润兴商贸有限公司	2016-04-15	50	辽宁省营口市	孙朝波 70%、谢飞 30%	
		海城市海州区同仁副食品批发部	2004-03-12	-	辽宁省鞍山市	经营者：孙朝波	
12	衡阳县华联商贸	衡阳县华联商贸	2018-09-21	-	湖南省衡阳市	经营者：胡志亮	胡志亮
		衡阳县西渡镇华联副食商行	2015-11-11	-	湖南省衡阳市	经营者：邓利英	
13	湖北兴罗商贸有限公司	湖北兴罗商贸有限公司	2005-09-09	100	湖北省黄冈市	刘玉龙 100%	刘玉龙
14	环县润嘉商贸有限责任公司	环县润嘉商贸有限责任公司	2017-01-09	300	甘肃省庆阳市	窦健恭 100%	窦健恭
		环县许三炒货厂	2008-07-31	-	甘肃省庆阳市	经营者：许怀琪	
15	涟源市红旺湘贸易商行	涟源市红旺湘贸易商行	2014-08-01	-	湖南省娄底市	经营者：王佩政	王佩政

序号	合并客户名称	单体客户名称	成立时间	注册资本（万元）	住所/经营场所	现股权结构/主要经营者	实际控制人
16	浏阳市沿溪镇大众商行	浏阳市沿溪镇大众商行	2011-08-23	-	湖南省浏阳市	经营者：宋小春	宋小春
17	隆林香香百杂批零部	隆林香香百杂批零部	2011-04-27	-	广西省百色市	经营者：罗彩香	罗彩香
18	南城县永强商行	南城县永强商行	2010-12-06	-	江西省抚州市	经营者：李勇	李勇
19	平定县娘子关阳光超市	平定县娘子关阳光超市	2004-06-24	-	山西省阳泉市	经营者：杜晓飞	杜晓飞
		阳泉市百利阳光商贸有限公司	2013-04-23	50	山西省阳泉市	杜晓飞 95%、耿丽英 5%	
20	萍乡市发安商行	萍乡市发安商行	2009-06-02	-	江西省萍乡市	经营者：李海莲	李海莲
		上栗县发安食品贸易商行	2017-12-01	-	江西省萍乡市	经营者：李海莲	
21	溆浦贵华园副食经营部	溆浦贵华园副食经营部	2007-03-26	-	湖南省怀化市	经营者：贺显贵	贺显贵
22	郓城县河东商贸有限公司	郓城县河东商贸有限公司	2014-12-23	50	山东省菏泽市	刘兰香 100%	刘兰香
23	湛江市坡头区食康商行	湛江市坡头区食康商行	2016-08-11	-	广东省湛江市	经营者：朱观有	朱观有
		廉江市石城骏兴贸易商行	2016-07-20	-	广东省湛江市	经营者：吴海燕	
24	北京京东世纪贸易有限公司	北京京东世纪贸易有限公司	2007-04-20	139,798.5564 万美元	北京市	京东香港国际有限公司 100%	刘强东
25	郑州天丰食品有限公司	郑州天丰食品有限公司	2000-03-08	81	河南省郑州市	郭新年 50.6173%、郭杰英 37.0370%、黄惠霞 12.3457%	郭新年
		郑州市管城区恒丰食品商行	2018-04-13	-	河南省郑州市	经营者：高建超	
		郑州市惠济区调味食品城天丰副食批发部	2002-05-22	-	河南省郑州市	经营者：王惠娟	

序号	合并客户名称	单体客户名称	成立时间	注册资本（万元）	住所/经营场所	现股权结构/主要经营者	实际控制人
26	利辛县金亿丰商贸有限公司	利辛县金亿丰商贸有限公司	2018-10-23	100	安徽省亳州市	木芳 100%	木芳、赵刚
		利辛县西城福鑫食品经营部	2011-01-05	-	安徽省亳州市	经营者：赵刚	
27	都昌县昌华贸易商行	都昌县昌华贸易商行	2009-03-17	-	江西省九江市	柳华平 100%	柳华平
28	邵阳县鑫联批发行	邵阳县鑫联批发行	2014-04-10	-	湖南省邵阳市	经营者：李建文	李建文
29	宣威市荣兴食品批发部	宣威市荣兴食品批发部	2017-09-26	-	云南省宣威市	经营者：王荣花	王荣花
30	衡水华驰商贸有限公司	衡水华驰商贸有限公司	2012-10-15	50	河北省衡水市	赵立华 60%、赵立红 40%	赵立华、李国强
		故城县郑口润航副食批发部	2016-04-18	-	河北省衡水市	经营者：李国强	
31	黔西县生业百货经营部	黔西县生业百货经营部	2009-04-13	-	贵州省毕节市	经营者：刘刚慧	刘刚慧

注：2018 年 6 月，李道恩、李开朗将成都牛车水食品有限公司的控制权转予孙绍必，故 2017 年 1 月至 2018 年 6 月成都牛车水食品有限公司和德阳市明朗商贸有限公司属于同一实际控制下的经销商

⑤发行人对上述客户不存在重大依赖

报告期内，发行人各类产品的前五大客户的销售收入占该类产品的比例整体较低，除乳酸菌饮料因 2017 年处于市场开拓初期、客户数量较少导致前五大客户销售占比相对集中以外，其他品类产品的前五大客户收入占比均未超过 15%。发行人对上述客户不存在重大依赖。

2、主营业务收入销售模式构成分析

（1）不同销售模式的销售收入情况

报告期内，公司的销售模式以经销为主，直营和代销为辅。经销模式下，公司与经销商之间的交易为买断式销售，直营模式主要为公司在天猫、京东平台上开设官方旗舰店进行产品销售，代销模式为公司通过京东自营渠道、商超等代销商销售商品。

报告期内，公司主营业务收入中各销售模式销售情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
经销模式	57,068.31	95.73%	138,866.70	97.98%	132,955.98	98.76%	116,963.56	98.69%
直营模式	1,619.92	2.72%	1,742.70	1.23%	1,056.35	0.78%	585.25	0.49%
代销模式	923.59	1.55%	1,125.94	0.79%	618.05	0.46%	970.58	0.82%
合计	**59,611.82**	**100.00%**	**141,735.34**	**100.00%**	**134,630.38**	**100.00%**	**118,519.40**	**100.00%**

①经销模式销售收入及占比变动分析

由于饮料及罐头产品属于日常消费食品，其消费人群广泛，需要有健全的密集型销售网络来满足人们的便利性购买要求，故公司销售模式以经销为主。

2017 年至 2019 年公司经销模式销售收入占比分别为 98.69%、98.76%、97.98%，占绝对主导地位，占比较为稳定。2020 年 1-6 月经销模式销售收入占主营业务收入比例略有下降，主要系受疫情影响下游销售物流受限，同时电商平台销售情况向好，增加导致公司直营、代销模式下的销售收入增加。

2017 年至 2019 年，随着公司市场销售规模的扩大及市场知名度的提高，经

销模式下的销售金额逐年增加，经销模式销售收入增长主要原因为：

A、随着我国居民收入水平的持续提升、消费结构的不断升级，植物蛋白饮料及罐头食品满足消费者需求

随着我国经济快速发展，居民人均可支配收入呈现持续快速增长的态势。人们对生活品质的追求不断提高，对健康的诉求越来越强，体现在饮食方面，除了注重美味的体验，将更重视饮食所带来的营养健康功效，由此，近年来低脂肪、无胆固醇的植物蛋白饮料以及安全、营养、便捷的罐头食品也越来越受到消费者的青睐。

B、经销模式的不断完善，公司已建立起覆盖面广、渗透力强的经销网络，“欢乐家”品牌市场知名度逐渐提升

经过多年的努力，公司已探索出能够深度挖掘市场潜力的经销模式，建立起网点众多、覆盖面广、渗透力强的销售网络。从数量上来看，2019 年公司已与 1,788 家经销商建立了合作关系，销售区域已覆盖除香港、澳门和台湾外的全国 31 个省、市、自治区；从经销网络的深度而言，公司采取“扁平化”和“下沉式”的管理模式，减少经销层级，部分销售区域细分至县域市场甚至建制镇。

公司已建立的完善的经销商管理体系，通过该种模式，公司能够精耕市场、纵深终端，快速接收市场信息，掌握动销态势，大大增强了公司的市场反应能力。同时公司在坚持健康、美味产品品质的前提下，还通过聘请杨幂为代言人、与李佳琪、李湘等网红直播间进行合作等方式，进一步提升“欢乐家”品牌知名度。

C、公司注重产品创新、及时了解消费者需求，以椰子汁、乳酸菌饮料为代表的饮料产品销量增长，销售结构进一步改善，导致经销模式下的销售收入增加

报告期内，在经销模式下公司产品的销售结构如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
饮料产品	**30,258.24**	**53.02%**	**84,835.60**	**61.09%**	**78,307.62**	**58.90%**	**64,412.65**	**55.07%**
椰子汁	21,521.75	37.71%	61,139.11	44.03%	57,530.47	43.27%	51,386.06	43.93%
果汁饮料	3,091.77	5.42%	10,614.30	7.64%	14,088.44	10.60%	12,055.30	10.31%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
乳酸菌饮料	5,582.30	9.78%	10,926.65	7.87%	5,315.83	4.00%	347.60	0.30%
其他饮料	62.42	0.11%	2,155.55	1.55%	1,372.88	1.03%	623.68	0.53%
罐头产品	**26,810.08**	**46.98%**	**54,031.10**	**38.91%**	**54,648.37**	**41.10%**	**52,550.91**	**44.93%**
水果罐头	25,478.24	44.65%	48,617.78	35.01%	52,305.93	39.34%	49,889.93	42.65%
——橘子罐头	7,167.41	12.56%	15,851.60	11.41%	15,941.89	11.99%	15,381.16	13.15%
——黄桃罐头	8,349.29	14.63%	13,945.37	10.04%	14,718.46	11.07%	14,201.88	12.14%
——其他水果罐头	9,961.54	17.46%	18,820.81	13.55%	21,645.58	16.28%	20,306.88	17.36%
其他罐头	1,331.84	2.33%	5,413.32	3.90%	2,342.43	1.76%	2,660.98	2.28%
合计	**57,068.31**	**100.00%**	**138,866.70**	**100.00%**	**132,955.98**	**100.00%**	**116,963.56**	**100.00%**

由上表可以看出，2017 年至 2019 年经销模式销售收入的增长主要受益于饮料类产品的销售收入增长。同时在各类产品价格基本平稳的前提下，价格因素对销售收入变动的影响较小，销售收入变动的主要因素为销量的变动。

2018 年经销模式下的销售收入较 2017 年增加 15,992.42 万元，主要由于饮料产品的销售收入较上一年度增加 13,894.97 万元，其中，公司针对消费者对饮料产品品质的新需求，通过无菌灌装生产线的陆续投产，不断改进工艺，同时加强饮料产品的市场推广，2018 年椰子汁产品销售收入较上一年度增长 6,144.40 万元；乳酸菌饮料销售收入较上一年度增长 4,968.24 万元。

2019 年经销模式下的销售收入较 2018 年增加 5,910.72 万元，主要由于饮料产品的销售收入较上一年度增加 6,527.99 万元，其中随着公司进一步加大市场推广，椰子汁产品销售收入增长 3,608.64 万元；同时公司新增开发生产 350ml 及 1.25L 品类的乳酸菌饮料产品，完善了乳酸菌饮料的各类产品规格，其销售收入增长 5,610.81 万元。

②直营模式销售收入及占比变动分析

2017 年至 2019 年，公司直营模式的销售金额逐年增加，占比也呈现上升趋势，这主要是由于公司增加在直营电商平台上的投入，以及公司“欢乐家”品牌逐渐在市场上树立了良好的口碑，消费者熟知度提升带动了公司在天猫旗舰店、京东旗舰店等电商平台的销售。

2020 年 1-6 月，由于疫情影响，消费者在直营电商平台购买增加，导致 2020 年上半年直营模式销售收入增加，销售占比提高。

③代销模式销售收入及占比变动分析

报告期内，公司代销模式的销售金额及占比呈现波动趋势，这主要是由于：①2017 年公司不仅通过京东自营代销产品，同时还通过华润万家、大润发等商超进行代销，代销模式的平台较多，但由于商超结算存在一定的账期以及出于配送便利性等方面的考虑，公司自 2017 年后不再经营商超代销渠道，故 2018 年及 2019 年的代销仅通过京东自营平台；②2018 年公司为了增加在京东自营平台上的店铺流量及人气，对部分产品以较低的价格销售，销量增加但销售收入降低。

（2）不同销售模式下相同产品的定价标准、售价情况，报告期内各类产品的销售收入、单价、成本、单位成本、毛利率情况及其变化的原因

①不同销售模式下相同产品的定价标准及售价情况

公司产品价格体系由三个价格组成：一是公司出厂价格，即公司产品销售给经销商的价格；二是经销商出货价格，即经销商向零售终端商的销售价格；三是终端零售价格，即零售终端商向最终消费者销售的价格。对于公司出厂价，公司统一制订，考虑地理区位及销售区域竞争情况，对各经销商的出厂价格略有差异。

报告期内，由于各销售模式下的销售对象不同，相同产品的定价标准及销售价格不一致，具体如下：

销售模式	销售对象	定价标准
经销模式	经销商	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，最终确定产品出厂价格；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结算价格
直营模式	最终消费者	在市场零售指导价格的基础上根据各电商平台不同活动力度等因素，确定最终销售价格
代销模式	代销平台	在市场零售指导价格的基础上根据代销平台销售情况为代销商预留固定的利润空间，最终确定产品销售给代销商的价格

②在不同销售模式下，报告期内各类产品的销售收入、单价、成本、单位成本、毛利率情况变化的原因

报告期内，公司以经销模式为主。各类产品在各销售模式下的金额占比情况如下：

产品类别	销售模式	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
椰子汁	经销模式	97.25%	99.05%	98.98%	98.29%
	直营模式	1.28%	0.18%	0.22%	0.31%
	代销模式	1.47%	0.77%	0.80%	1.40%
果汁饮料	经销模式	99.33%	99.82%	99.83%	99.24%
	直营模式	0.42%	0.17%	0.16%	0.17%
	代销模式	0.25%	0.01%	0.02%	0.59%
乳酸菌	经销模式	99.94%	99.77%	99.99%	100.00%
	直营模式	0.06%	0.09%	0.01%	-
	代销模式	-	0.14%	-	-
水果罐头	经销模式	93.03%	95.62%	98.05%	98.99%
	直营模式	4.81%	3.13%	1.67%	0.71%
	代销模式	2.16%	1.25%	0.28%	0.30%

各类产品在不同销售模式下的具体情况如下：

A、椰子汁

报告期内，椰子汁产品在三种销售模式下的销售情况如下：

销售模式（销售占比）	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销模式（97.25%-99.05%）	销售收入（万元）	21,521.75	61,139.11	57,530.47	51,386.06
	单位价格（万元/吨）	0.53	0.53	0.53	0.51
	销售成本（万元）	11,622.62	33,056.73	33,291.07	32,697.75
	单位成本（万元/吨）	0.29	0.29	0.31	0.33
	毛利率	46.00%	45.93%	42.13%	36.37%
直营模式（0.18%-1.28%）	销售收入（万元）	282.77	110.84	129.37	163.22
	单位价格（万元/吨）	0.79	0.71	0.50	0.42
	销售成本（万元）	141.12	53.45	98.26	159.86
	单位成本（万元/吨）	0.39	0.34	0.38	0.41
	毛利率	50.10%	51.78%	24.05%	2.06%
代销模式（0.77%-1.47%）	销售收入（万元）	325.36	473.79	464.08	731.00
	单位价格（万元/吨）	0.59	0.63	0.55	0.71

销售模式（销售占比）	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	销售成本（万元）	178.29	231.44	342.53	258.68
	单位成本（万元/吨）	0.32	0.31	0.41	0.25
	毛利率	45.20%	51.15%	26.19%	64.61%

相较于经销模式，直营模式主要通过电商平台直接销售给最终消费者，代销模式通过代销商将产品销售给最终消费者，该两种销售模式销售层级较少，单位价格一般高于在经销模式，但公司不定期在直营、代销的电商平台特价促销部分滞销商品，导致个别期间单位价格较低；由于各期直营、代销的收入金额较小，不同产品结构容易导致两种模式的单位成本高于或低于经销模式。

各销售模式下椰子汁相关数据变动分析如下：

a、报告期内，椰子汁在经销模式下的销售收入占比分别为 98.29%、98.98%、99.05%和 97.25%，占绝对主要地位。在经销模式下，随着报告期内销售规模的扩大，椰子汁的销售收入呈上升趋势。由于椰子汁产品市场竞争较为激烈，产品定价策略主要考虑市场竞品价格，报告期内单位价格略有增加但基本稳定，报告期内经销模式下椰子汁产品毛利率增加主要系单位成本减少所致。椰子汁产品单位成本降低主要由于：①原材料市场价格下降，如：生榨椰肉汁单位采购单价（不含少量冰冻生榨椰肉汁）由 13.32 元/千克降至 9.20 元/千克，白砂糖单位采购价格从 2017 年的 5.84 元/千克下降为 5.02 元/千克等；②大部分椰子汁产品 PE 瓶替换为单价更低的 PET 瓶使得包材成本降低，2019 年 PET 瓶胚的平均采购单价为 0.39 元/个，低于 PE 瓶的平均采购单价 0.68 元/个。

b、报告期内，椰子汁在直营模式下的销售收入占比分别为 0.31%、0.22%、0.18%和 1.28%，占比很小，由于该模式下的销售金额很小，故细分品类的销售情况的微小变动会导致各单项指标较大的波动。

Ⅰ、2017 年椰子汁产品毛利率低主要是通过电商平台不定期特价销售部分滞销产品。具体来看，2017 年公司以低于成本的价格在电商平台销售“椰子汁植物蛋白饮料（金罐清爽）”、“椰子汁植物蛋白饮料（喜宴果肉）”，该等产品销售收入占直营模式下椰子汁整体销售收入的比例合计为 46.91%，由于其包材均为铁罐，且量少尚未形成规模效应，单位成本较高为 0.47 万元/吨，高于其

单位价格 0.36 万元/吨，故导致 2017 年的直营模式下的单位价格较低、单位成本较高且毛利率低。

Ⅱ、2018 年以低于成本价出售的产品的情况依旧存在，但其销售占比减少，导致 2018 年毛利率虽有提升但低于整体毛利率水平，如：“椰子汁植物蛋白饮料(无菌纸包)1kg*12”、“椰子汁植物蛋白饮料(PET 瓶)380ml*15”的销售占比为 19.48%，公司为处理该等产品以低于单位成本的价格在电商平台上销售。

Ⅲ、2019 年及之后，公司通过直营电商平台特价销售滞销产品的情况减少，直营模式下的椰子汁产品毛利率回升至正常水平，由于直营模式销售层级较少，单位价格较高。

c、报告期内，椰子汁在代销模式下的销售收入占比分别为 1.40%、0.80%、0.77%和 1.47%，占比很小，由于该模式下的销售金额很小，故细分品类的销售情况的微小变动会导致各单项指标较大的波动。同时自 2018 年开始公司不再经营商超代销渠道。

Ⅰ、2017 年椰子汁产品的毛利率较高主要由于当年公司刚开始与京东自营合作，相关的供货价格参考商超代销渠道，供货价格较高，导致单位价格较高，同时电商专供版的产品较其同品类产品的毛利率更高，如：在代销模式的销售占比为 17.79%的“椰子汁植物蛋白饮料(蓝彩果肉)1kg*6”，在京东自营平台上为电商专供版本，其销售单价为 0.60 万元/吨，高于该品类在经销模式下的销售单价 0.55 万元/吨，且其单位成本为 0.20 万元/吨，低于该品类在经销模式下的单位成本 0.32 万元/吨。

Ⅱ、2018 年公司停止商超的代销渠道后代销收入较 2017 年有所下降，为了提升京东自营平台的流量及人气，以较低的价格销售了一批椰子汁作为引流品，如：销售占比合计为 22.00%的“椰子汁植物蛋白饮料(蓝彩果肉)1kg*12(三连扣电商版)”及“椰子汁植物蛋白饮料(蓝彩果肉)1.25kg*6”在 2018 年的销售单价分别为 0.66 万元/吨和 0.52 万元/吨，相较于 2017 年的 0.70 万元/吨和 0.88 万元/吨大幅下降，但其单位成本较 2017 年变动较小；同时 2018 年在京东自营平台上新增销售“椰子汁植物蛋白饮料(无菌线)500g*15”，推广期初单位价格较低为 0.45 万元/吨，但由于该品类产品为无菌产线生产，单位成本较高，其销售占比

为 13.17%，故导致 2018 年单位价格下降、单位成本提升、毛利率较低。

B、果汁饮料

报告期内，果汁饮料产品在三种销售模式下的销售情况如下：

销售模式（销售占比）	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销模式（99.24%-99.83%）	销售收入（万元）	3,091.77	10,614.30	14,088.44	12,055.30
	单位价格（万元/吨）	0.37	0.38	0.38	0.38
	销售成本（万元）	2,058.26	7,487.51	10,300.37	8,396.08
	单位成本（万元/吨）	0.25	0.27	0.28	0.26
	毛利率	33.43%	29.46%	26.89%	30.35%
直营模式（0.16%-0.42%）	销售收入（万元）	13.12	18.24	22.13	21.05
	单位价格（万元/吨）	0.19	0.35	0.34	0.30
	销售成本（万元）	16.06	9.69	20.60	7.60
	单位成本（万元/吨）	0.23	0.18	0.32	0.11
	毛利率	-22.36%	46.85%	6.90%	63.91%
代销模式（0.01%-0.59%）	销售收入（万元）	7.65	0.99	2.45	71.65
	单位价格（万元/吨）	0.64	1.05	0.60	0.62
	销售成本（万元）	3.14	0.59	1.49	33.01
	单位成本（万元/吨）	0.26	0.63	0.36	0.28
	毛利率	58.98%	40.33%	39.05%	53.93%

报告期内，公司的果汁饮料产品包含蓝莓果汁、芒果果汁、猕猴桃果汁等多种水果果汁，果汁种类多样。由于各类销售模式下面对的客户群体不同，产品流转路径不同，产品的单位价格略有不同。产品的单位成本差异主要系产品规格及包装物不同所致。

各销售模式下果汁饮料相关数据变动分析如下：

a、报告期内，果汁饮料在经销模式下的销售收入占比分别为 99.24%、99.83%、99.82%和 99.33%，占绝对主要地位。在经销模式下，报告期内果汁饮料的毛利率呈现波动趋势，主要是由于 2018 年玻璃瓶价格上涨，大口玻璃瓶 2017 年其采购单价为 0.95 元/个，2018 年上涨至 1.26 元/个，包材采购成本上升使得单位成本增加，2018 年毛利率下降。

b、报告期内，果汁饮料在直营模式下的销售收入占比分别为 0.17%、0.16%、0.17%和 0.42%，占比很小，由于该模式下的销售金额很小，故细分品类的销售情况的微小变动会导致各单项指标较大的波动。

Ⅰ、2017 年，由于部分销售占比较高的电商渠道特供的芒果饮料单位成本较低，拉低了整体直营渠道的单位成本，使得毛利率高，如：2017 年“芒果汁饮料 1kg*6(电商快递箱版)”销售收入占果汁饮料销售比例为 29.79%，其毛利率高达 84.33%，拉低了整体果汁饮料的单位成本，拉高了整体果汁饮料的毛利率水平。

Ⅱ、2018 年，单位成本高的果汁饮料在直营模式下的销售占比提升导致毛利率下降。具体来看：单位成本低的“芒果汁饮料 1kg*6(电商快递箱版)”2018 年未有在直营模式下销售，但新增销售了新品项，如：“芒果汁饮料 230g*15”、“芒果汁饮料(PET 瓶)380ml*15”，该等产品的单位成本分别为 0.48 万元/吨和 0.40 万元/吨，销售占比为 42.70%的芒果饮料整体单位成本从 2017 年的 0.10 万元/吨提升至 2018 年的 0.33 万元/吨，同时山楂饮料销售占比从 2017 年的 0.66%提升至 20.69%，但其单位成本从 2017 年的 0.11 万元/吨提升至 2018 年的 0.26 万元/吨。

Ⅲ、2019 年，由于单位成本较低的单品类果汁饮料销售情况良好，直营模式下果汁饮料单位成本下降，毛利率提升，如芒果饮料，其销售金额占果汁饮料比例为 50.08%，单位成本较 2017 年度下降 14.76%。

Ⅳ、2020 年 1-6 月果汁饮料毛利率大幅下降主要由于受疫情影响，为保证饮料库存的正常流转，公司以低于成本的价格处理了芒果汁饮料（PET 乳酸菌瓶型）、菠萝爽果粒果味饮品、山楂汁饮料(PET 瓶)1.25kg*6、蓝莓汁饮料 500g*15、蓝莓汁饮料(大口玻璃瓶)1kg*6 等产品，前述产品的单位价格分别为 0.18 万元/吨、0.13 万元/吨、0.18 万元/吨、0.12 万元/吨和 0.15 万元/吨，对应的单位成本分别为 0.26 万元/吨、0.24 万元/吨、0.22 万元/吨、0.19 万元/吨和 0.29 万元/吨，该等产品销售金额占果汁饮料销售收入比例为 49.02%。

c、报告期内，果汁饮料在代销模式下的销售收入占比分别为 0.59%、0.02%、0.01%和 0.25%，占比很小，由于该模式下的销售金额很小，故细分品类的销售

情况的微小变动会导致各单项指标较大的波动。在代销模式下，2017 年的销售收入较 2018 年及 2019 年较多，主要系 2017 年的代销平台同时存在京东自营及多家商超，而 2018 年、2019 年公司的代销平台仅有京东自营，销售平台减少导致销售收入减少。在电商平台上销售的产品主要为电商专供产品，毛利率较高，报告期内单位价格、单位成本及毛利率变动主要系代销渠道果汁饮料具体产品销售结构变化所致，不同果汁饮料产品毛利率不同。

Ⅰ、在代销渠道下，2017 年销售的果汁饮料基本上为芒果饮料产品，销售金额占整体果汁饮料销售金额比例为 95.17%，单位价格为 0.63 万元/吨，单位成本为 0.28 万元/吨；而 2018 年该渠道销售的果汁饮料产品结构发生改变，基本上为果粒果肉饮料（冰糖椰晶果果粒饮料 200g*12），该产品的单位价格为 0.60 万元/吨，单位成本较高为 0.36 万元/吨，拉高了代销渠道果汁饮料的单位成本，毛利率降低；

Ⅱ、2019 年代销渠道仅销售了“冰糖椰晶果果粒饮料 200g*12”，其单位价格为 1.05 万元/吨，单位成本为 0.63 万元/吨，由于公司将该类产品变更新包装，采用了质量较好的包材导致该产品单位价格及单位成本上升；2020 年上半年，代销渠道仅销售芒果饮料（芒果汁饮料(PET 乳酸菌瓶型)1.25kg），该产品的单位价格为 0.64 万元/吨，单位成本为 0.26 万元/吨。

C、乳酸菌饮料

报告期内，乳酸菌饮料产品在三种销售模式下的销售情况如下：

销售模式（销售占比）	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销模式（99.77%-100%）	销售收入（万元）	5,582.30	10,926.65	5,315.83	347.60
	单位价格（万元/吨）	0.63	0.61	0.59	0.56
	销售成本（万元）	3,171.45	6,733.60	4,061.48	301.05
	单位成本（万元/吨）	0.36	0.38	0.45	0.48
	毛利率	43.19%	38.37%	23.60%	13.39%
直营模式（0.00%-0.09%）	销售收入（万元）	3.47	10.18	0.28	-
	单位价格（万元/吨）	0.45	0.70	0.72	-
	销售成本（万元）	4.25	5.24	0.16	-
	单位成本（万元/吨）	0.55	0.36	0.42	-

销售模式（销售占比）	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	毛利率	-22.66%	48.57%	41.57%	-
代销模式（0.00%-0.14%）	销售收入（万元）	-	14.89	-	-
	单位价格（万元/吨）	-	0.96	-	-
	销售成本（万元）	-	5.96	-	-
	单位成本（万元/吨）	-	0.39	-	-
	毛利率	-	59.99%	-	-

报告期内，乳酸菌饮料产品主要销售模式为经销模式，其在经销模式下的销售占比分别为 100.00%、99.99%、99.77%和 99.94%，而直营模式、代销模式下的乳酸菌饮料销售占比很小。如上文所述，在直营模式及代销模式下，产品的单位价格一般高于在经销模式下的产品单位价格。

公司自 2017 年开始在经销渠道上试营乳酸菌饮料产品，随着低价投放市场后市场反应良好，故将乳酸菌饮料产品逐渐提高售价并由外购贴牌转为自主生产，产销量增加导致规模效应，进而单位制造费用逐年下降，导致报告期内代销模式下的乳酸菌饮料整体毛利率处于逐年提升的趋势。

在直营模式下，2020 年 1-6 月乳酸菌饮料毛利率大幅下降主要由于受疫情影响，公司以低于成本的价格处理了部分代工的乳酸菌饮品，如：乳酸菌 200ml，其销售占比为 47.79%，该产品为代工产品，单位成本较高为 0.63 万元/吨，但其单位价格仅为 0.31 万元/吨。

D、水果罐头

报告期内，水果罐头产品在三种销售模式下的销售情况如下：

销售模式（销售占比）	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销模式（93.03%-98.99%）	销售收入（万元）	25,478.24	48,617.78	52,305.93	49,889.93
	单位价格（万元/吨）	0.85	0.83	0.80	0.77
	销售成本（万元）	16,839.67	34,692.18	39,775.33	35,765.53
	单位成本（万元/吨）	0.56	0.59	0.61	0.55
	毛利率	33.91%	28.64%	23.96%	28.31%
直营模式	销售收入（万元）	1,317.43	1,592.37	888.49	357.80

销售模式（销售占比）	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
（0.71%-4.81%）	单位价格（万元/吨）	1.25	1.26	1.23	1.17
	销售成本（万元）	648.45	755.25	408.53	208.87
	单位成本（万元/吨）	0.62	0.60	0.56	0.68
	毛利率	50.78%	52.57%	54.02%	41.62%
代销模式（0.28%-2.16%）	销售收入（万元）	590.57	636.28	150.36	152.19
	单位价格（万元/吨）	0.93	0.89	0.71	0.96
	销售成本（万元）	361.20	431.25	109.14	114.58
	单位成本（万元/吨）	0.57	0.61	0.52	0.72
	毛利率	38.84%	32.22%	27.42%	24.71%

各销售模式下水果罐头相关数据变动分析如下：

a、报告期内，水果罐头在经销模式下的销售收入占比分别为 98.99%、98.05%、95.62%和 93.03%。销售收入和销售成本随着公司销售规模的扩大而增加。2018 年的橘子罐头及黄桃罐头毛利率较低主要由于其鲜果产季因天气原因而欠收，鲜果采购价格上升，导致成本增加。具体来看，2018 年销售的大部分橘子罐头生产采用的橘子鲜果为 2017 年 11 月至 2018 年 1 月产季的橘子鲜果，由于当年产季雨水天气较多，橘子欠收，该产季的采购单价为 1.98 元/公斤，相较于上一产季的采购单价 1.33 元/公斤增幅较大；黄桃产季为每年的 7 月至 9 月，2018 年产季受冰雹等自然天气影响，黄桃欠产，2018 年鲜果的平均采购单价从上一年度的 1.56 元/公斤上升到 2.14 元/公斤。

b、报告期内，水果罐头在直营模式下的销售收入占比分别为 0.71%、1.67%、3.13%和 4.81%，占比很低，由于该模式下的销售金额很小，故细分品类的销售情况的微小变动会导致各单项指标较大的波动。随着天猫旗舰店的销售额增长以及新增直营电商平台，报告期内，销售收入和销售成本增加。

对于毛利率变动而言，2018 年毛利率较 2017 年增加主要由于：①组合装水果罐头销售占比从 2017 年的 1.35%提升至 2018 年的 6.71%，该等组合装水果罐头毛利率维持在 60%以上；②因荔枝鲜果采购价格低导致荔枝罐头的单位成本从 2017 年的 1.10 万元/吨下降至 2018 年的 0.69 万元/吨，导致其毛利率从 2017 年的 27.25%大幅提高至 2018 年的 59.56%，同时其销售占比从 2017 年的 2.45%增

加至 2018 年的 5.97%。2019 年至 2020 年上半年，直营模式下的水果罐头毛利率略有下降但基本稳定。

c、报告期内，水果罐头在代销模式下的销售收入占比分别为 0.30%、0.28%、1.25%和 2.16%，占比很低，由于该模式下的销售金额很小，故细分品类的销售情况的微小变动会导致各单项指标较大的波动。2019 年销售金额及销售成本增加主要系公司在京东自营平台上黄桃罐头、什锦罐头销售大幅上升所致。

（3）分销售模式的前五大客户情况

①经销模式下的前五大客户情况

A、前五大客户名称、销售金额及占比、数量、产品种类、毛利率情况

报告期内发行人经销模式下的前五大客户与发行人前五大客户基本重合，发行人对其销售的产品均为饮料和罐头产品，具体情况如下：

单位：万元、吨

序号	客户名称	销售金额	占比	销量	毛利率
2020 年 1-6 月					
1	保定市北方利华糖酒有限公司	1,799.72	3.02%	2,469.90	38.65%
2	成都牛车水食品有限公司	1,776.43	2.98%	3,315.36	39.23%
3	武汉市小雨点贸易有限公司	1,075.35	1.80%	1,888.08	44.69%
4	溧阳市海潮商贸有限公司	974.44	1.63%	1,412.90	38.92%
5	天津市合适佳商贸有限公司	712.53	1.20%	1,093.14	40.53%
合计		**6,338.46**	**10.63%**	**10,179.38**	**40.09%**
2019 年					
1	武汉市小雨点贸易有限公司	4,731.12	3.34%	8,936.32	36.60%
2	保定市北方利华糖酒有限公司	3,356.74	2.37%	5,406.20	26.85%
3	成都牛车水食品有限公司	2,703.03	1.91%	5,280.74	31.54%
4	溧阳市海潮商贸有限公司	2,083.71	1.47%	3,685.00	31.48%
5	深圳市乐满家实业有限公司	1,681.62	1.19%	3,099.06	36.00%
合计		**14,556.22**	**10.27%**	**26,407.32**	**32.61%**
2018 年					

序号	客户名称	销售金额	占比	销量	毛利率
1	武汉市小雨点贸易有限公司	4,688.11	3.48%	8,436.63	33.73%
2	保定市北方利华糖酒有限公司	4,675.36	3.47%	6,936.29	26.51%
3	成都牛车水食品有限公司	2,871.53	2.13%	5,680.45	30.83%
4	深圳市乐满家实业有限公司	1,795.56	1.33%	3,254.13	35.06%
5	溧阳市海潮商贸有限公司	1,760.98	1.31%	3,033.99	31.42%
合计		**15,791.52**	**11.73%**	**27,341.48**	**30.96%**
2017 年					
1	武汉市小雨点贸易有限公司	4,724.21	3.99%	8,678.97	33.29%
2	保定市北方利华糖酒有限公司	3,259.14	2.75%	6,367.51	7.42%
3	深圳市乐满家实业有限公司	1,823.42	1.54%	3,807.54	23.96%
4	溧阳市海潮商贸有限公司	1,802.94	1.52%	3,391.94	25.06%
5	天津市合适佳商贸有限公司	1,614.07	1.36%	3,032.56	25.73%
合计		**13,223.78**	**11.16%**	**25,278.53**	**23.58%**

B、信用期限、期末欠款金额、期后还款金额

发行人对上述客户的信用政策、期末欠款金额和期后还款情况如下：

单位：万元

序号	合并客户名称	信用政策	期末欠款金额				回款比例
			2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末	
1	武汉市小雨点贸易有限公司	循环授信	2,651.61	2,017.84	1,642.13	1,845.06	15.16%
2	成都牛车水食品有限公司	循环授信	1,975.60	486.92	1,150.60	882.76	85.23%
3	溧阳市海潮商贸有限公司	循环授信	1,761.09	1,071.17	1,521.39	1,962.28	33.33%
4	保定市北方利华糖酒有限公司	循环授信	3,403.58	2,117.06	2,402.02	3,329.26	25.06%
5	深圳市乐满家实业有限公司	循环授信	1,177.00	1,025.07	1,424.56	2,099.69	42.05%
6	天津市合适佳商贸有限公司	循环授信	1,137.72	746.52	978.99	1,506.37	43.09%

注：上表中的回款比例为截至 2020 年 7 月 31 日，2019 年末各经销商的应收账款的回款比例

C、前五大客户的基本情况，包括合作背景、合作历史、获得订单的方式、定价政策等

a、前五大客户的基本情况

序号	合并客户名称	单体客户名称	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	武汉市小雨点贸易有限公司	武汉市小雨点贸易有限公司	2002-04-12	1,100	湖北省武汉市	夏仕友 70%、方念 30%	夏仕友
		湖南欢乐家荣仕贸易有限公司	2014-10-31	1,000	湖南省长沙市	付旋 85%、邬剑 15%	
		武汉荣仕贸易有限公司	2010-08-05	1,000	湖北省武汉市	夏仕君 85%、方念 15%	
2	成都牛车水食品有限公司[注]	成都牛车水食品有限公司	2013-05-28	200	四川省成都市	孙绍必 80%、何涛 20%	孙绍必
		德阳市明朗商贸有限公司	2015-02-03	50	四川省德阳市	李道恩 40%、李开朗 30%、林兴明 30%	李道恩、李开朗；孙绍必
3	溧阳市海潮商贸有限公司	溧阳市海潮商贸有限公司	2016-05-18	1,500	江苏省溧阳市	姜震花 51%、戴春光 49%	姜震花、戴春光
4	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	2001-02-23	50	河北省保定市	黎利 60%、华国荣 40%	黎利
		北京众合兴贸易有限公司	2015-08-10	5,000	北京市	黎利 60%、黎明 30%、刘燕 10%	
		上海欢乐家悦桐贸易有限公司	2014-09-12	1,000	上海市	黎越 60%、黎利 40%	
		宁波悦桐贸易有限公司	2016-02-15	500	浙江省宁波市	刘敬伟 100%	
		杭州桐旺贸易有限公司	2016-11-10	500	浙江省杭州市	黎越 60%、李洋 40%	
5	深圳市乐满家实业有限公司	深圳市乐满家实业有限公司	2003/07/02	1,000	广东省深圳市	庞伟兴 52%、张颖玉 48%	庞伟兴、张颖玉
		广州夏发贸易有限公司	2015-08-20	500	广东省广州市	庞伟诗 100%	
		深圳市龙岗区晋益商行	2016-08-23	10	广东省深圳市	经营者：黄洪杰	

序号	合并客户名称	单体客户名称	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
6	天津市合适佳商贸有限公司	天津市合适佳商贸有限公司	2002-08-15	500	天津市	王洪杰 70%、付金龙 30%	付金龙
		张家口龙鑫铭玖商贸有限公司	2011-06-22	50	河北省张家口市	许强 97%、董开明 3%	
		朝阳合适佳商贸有限公司	2016-08-23	50	辽宁省朝阳市	付金龙 100%	

注：2018 年 6 月，李道恩、李开朗将成都牛车水食品有限公司的控制权转予孙绍必，故 2017 年 1 月至 2018 年 6 月成都牛车水食品有限公司和德阳市明朗商贸有限公司属于同一实际控制下的经销商

b、合作背景、合作历史、获得订单的方式、定价政策

序号	合并客户名称	合作背景	开始合作时间	获取订单方式	定价政策
1	武汉市小雨点贸易有限公司	客户介绍	2002 年	经销商根据自身销售需求向发行人下订单	结合市场上竞品的价格及发行人自身的成本、收益率等因素，确定产品的市场零售指导价格，在市场零售指导价格基础上考虑经销商的利润空间，以统一的折扣销售给经销商
2	成都牛车水食品有限公司	欢乐家员工早年设立的经销商，后转让	2005 年		
3	溧阳市海潮商贸有限公司	业务员主动开发	2004 年		
4	保定市北方利华糖酒有限公司	糖酒会/招商会接洽	2001 年		
5	深圳市乐满家实业有限公司	欢乐家实际控制人早年设立的经销商，后转让	2003 年		
6	天津市合适佳商贸有限公司	业务员主动开发	2002 年		

②直营模式下的前五大客户情况

直营模式下，公司主要通过天猫旗舰店、京东旗舰店等电商渠道销售产品。报告期内，发行人直营模式的销售收入分别为 585.25 万元、1,056.35 万元、1,742.70 万元和 1,619.92 万元，其中天猫旗舰店和京东旗舰店的收入占比分别为 67.84%、89.18%、72.29%和 37.21%。由于不同平台之间客户数据的源格式不同、客户 ID 不同，无法识别是否属于同一客户，故发行人通过天猫和京东平台取得旗舰店的销售收入明细，统计前五大客户如下：

A、天猫旗舰店

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占比
2020 年 1-6 月			
1	**锋(180****65)	1.25	0.23%
2	**慧(186****39)	0.62	0.11%
3	**丽(709***@qq.com)	0.49	0.09%
4	**云(131****16)	0.45	0.08%
5	**阳(189****05)	0.44	0.08%
合计		**3.25**	**0.60%**
2019 年			
1	**华(130****76)	1.10	0.11%
2	**阳(189****05)	0.98	0.10%
3	**婕(130****62)	0.62	0.06%
4	**茜(516***@qq.com)	0.60	0.06%
5	**雄(150****73)	0.59	0.06%
合计		**3.88**	**0.38%**
2018 年			
1	**清(104***@qq.com)	1.68	0.21%
2	**芸(137****93)	1.16	0.14%
3	**平(130****33)	0.69	0.08%
4	**可(132****79)	0.66	0.08%
5	**阳(155****28)	0.56	0.07%

序号	客户名称	销售金额	占比
合计		**4.75**	**0.59%**
2017 年			
1	**雄(616***@qq.com)	0.60	0.18%
2	**游(189****66)	0.50	0.15%
3	**周(186****85)	0.41	0.12%
4	**雄(332***@qq.com)	0.41	0.12%
5	**莲(185****18)	0.32	0.10%
合计		**2.24**	**0.68%**

B、京东旗舰店

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占比
2020 年 1-6 月			
1	Jd****e8	0.22	0.36%
2	YY****07	0.20	0.33%
3	ye****io	0.07	0.11%
4	jd****4a	0.05	0.09%
5	18****_p	0.05	0.09%
合计		**0.59**	**0.98%**
2019 年			
1	15****_p	2.21	0.94%
2	海棠****07	1.85	0.79%
3	jd****1b	1.39	0.59%
4	jd****0b	1.11	0.47%
5	jd****gh	0.80	0.34%
合计		**7.36**	**3.14%**
2018 年			
1	ve****糖	0.20	0.15%
2	jd****a7	0.19	0.14%
3	挥****风	0.17	0.12%
4	jd****0c	0.16	0.12%

序号	客户名称	销售金额	占比
5	su****22	0.15	0.11%
合计		**0.87**	**0.64%**
2017 年			
1	13****_p	0.26	0.39%
2	苏****95	0.15	0.22%
3	ry****92	0.13	0.19%
4	jd****b1	0.11	0.16%
5	31****新	0.10	0.16%
合计		**0.74**	**1.11%**

发行人获取上述客户订单的方式系终端消费者根据其自身需求在天猫旗舰店、京东旗舰店等直营电商平台上下订单。发行人的定价方式是结合市场上竞品的价格以及发行人自身的成本、收益率等因素，确定产品的市场零售指导价格，并基于不同电商平台客户群体、活动力度等因素，确定在该等平台上的销售价格。

直营电商模式下，个人客户购买货物时，向电商平台支付货款，发行人与消费者之间不存在信用政策，不存在应收账款。对于天猫旗舰店的销售，在达到收入确认条件时，发行人支付宝账号收到对应货款，借记其他货币资金；对于京东旗舰店的销售，京东平台与发行人未及时结算和支付的款项，记入发行人的应收账款。报告期各期末，因京东旗舰店销售产生的应收账款余额分别为 2.00 万元、7.19 万元、0.32 万元和 0 万元，金额较小。

③代销模式下的前五大客户情况

发行人代销模式主要是通过京东自营平台销售，2017 年发行人除京东自营以外还有少量商超代销客户，2018 年、2019 年和 2020 年上半年仅有京东自营一个代销客户。

A、前五大客户名称、销售金额及占比、数量、产品种类、毛利率情况

单位：万元、吨

序号	客户名称	销售金额	占比	销量	毛利率
2020 年 1-6 月					

序号	客户名称	销售金额	占比	销量	毛利率
1	北京京东世纪贸易有限公司	923.59	100.00%	1,201.83	41.25%
合计		**923.59**	**100.00%**	**1,201.83**	**41.25%**
2019 年					
1	北京京东世纪贸易有限公司	1,125.94	100.00%	1,480.58	40.56%
合计		**1,125.94**	**100.00%**	**1,480.58**	**40.56%**
2018 年					
1	北京京东世纪贸易有限公司	618.05	100.00%	1,056.36	11.53%
合计		**618.05**	**100.00%**	**1,056.36**	**11.53%**
2017 年					
1	北京京东世纪贸易有限公司	717.98	73.97%	1,015.18	57.77%
2	华润万家有限公司	139.62	14.39%	141.25	66.25%
3	康成投资（中国）有限公司	38.04	3.92%	64.78	30.67%
4	湖南佳惠百货有限责任公司怀化分公司	20.68	2.13%	24.12	31.19%
5	重庆重客隆超市连锁有限责任公司	15.19	1.56%	21.30	36.43%
合计		**931.50**	**95.97%**	**1,266.62**	**56.99%**

2018 年京东自营毛利率低，主要原因是 2018 年公司为了提升京东自营平台的流量及人气，以较低的价格销售了一批椰子汁作为引流品，故 2018 年毛利率较低。

2017 年华润万家有限公司的毛利率较高，主要原因是合作末期发行人减少在其商超的活动投入，商业折扣较少。

B、信用期限、期末欠款金额、期后还款金额

单位：万元

序号	客户名称	信用期限	期末欠款金额				回款比例
			2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末	
1	北京京东世纪贸易有限公司	见结算单后 15 天	172.21	90.07	78.16	138.05	100.00%
2	华润万家有限公司	见结算单后 75 天	-	-	-	163.35	100.00%
3	康成投资（中国）有限公司	见结算单后 75 天	-	-	-	3.40	100.00%

序号	客户名称	信用期限	期末欠款金额				回款比例
			2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末	
4	湖南佳惠百货有限责任公司怀化分公司	见结算单后 75 天	-	-	-	0.64	100.00%
5	重庆重客隆超市连锁有限责任公司	无	-	-	-	-	-

注：上表中的回款比例为截至 2020 年 7 月 31 日时，2019 年末各客户的应收账款的回款比例

C、前五大客户的基本情况，包括合作背景、合作历史、获得订单的方式、定价政策等

a、前五大客户的基本情况

序号	客户名称	成立时间	注册资本（万元）	住所	现股权结构	实际控制人
1	北京京东世纪贸易有限公司	2007-04-20	139,798.5564 万美元	北京市	京东香港国际有限公司 100%	刘强东
2	华润万家有限公司	1991-06-18	368,108.149839	广东省深圳市	华润万家（香港）有限公司 65%、致力投资有限公司 35%	华润集团
3	康成投资（中国）有限公司	2005-03-23	24,831.3183 万美元	上海市	大润发控股有限公司 92.8291%、华宝信托有限责任公司 7.1709%	黄明端
4	湖南佳惠百货有限责任公司怀化分公司	2009-12-29	-	湖南省怀化市	总公司：湖南佳惠百货有限责任公司	汤爱华、李小红
5	重庆重客隆超市连锁有限责任公司	2004-01-05	1,852.4895	重庆市	重庆重客隆商贸有限公司 94.6564%，其他股东 5.3436%	重庆市国资委

b、合作背景、合作历史、获得订单的方式、定价政策

序号	客户名称	合作背景	开始合作时间
1	北京京东世纪贸易有限公司	主动联系平台合作	2017 年
2	华润万家有限公司	业务员主动开发	2015 年
3	康成投资（中国）有限公司	业务员主动开发	2015 年
4	湖南佳惠百货有限责任公司怀化分公司	业务员主动开发	2015 年
5	重庆重客隆超市连锁有限责任公司	业务员主动开发	2015 年

在代销模式下，终端消费者根据自身需求在代销商平台及门店上购买公司产

品。发行人结合市场上竞品的价格以及自身的成本、收益率等因素，确定产品的市场零售指导价格，代销商基于市场零售指导价格与发行人协商，确定在代销网点的销售价格。

（4）分销售模式的前五大客户变化及毛利率差异的原因

①不同销售模式下前五大客户变化的原因以及同一客户不同年度内收入、毛利率变动的原因

A、经销模式下的前五大客户变化及其销售占比变化的原因

经销模式下，发行人前五大客户销售金额及占比较为稳定，各期占发行人收入的比例在 10%左右，且报告期内各期前五大合计仅有 6 家客户，均为报告期内与发行人持续交易的客户，不存在异常变动的情况。具体变化原因如下：

单位：万元

序号	合并客户名称	2020 年 1-6 月			2019 年			2018 年			2017 年			变动原因
		销售额	占比	排名	销售额	占比	排名	销售额	占比	排名	销售额	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	4,688.11	3.48%	1	4,724.21	3.99%	1	报告期内销售额较为稳定，销售占比变动主要系发行人整体销售额变动所致。2020 年上半年受湖北地区疫情影响，销售排名下滑
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	4,675.36	3.47%	2	3,259.14	2.75%	2	2018 年销售额及占比较高主要原因是当年该经销商扩大了产品销售区域范围； 2019 年销售额下降主要系市场竞争激烈及局部市场需求变化所致
3	成都牛车水食品有限公司	1,776.43	2.98%	2	2,703.03	1.91%	3	2,871.53	2.13%	3	1,823.42	1.54%	6	2018 年销售额及占比增加主要系一方面欢乐家为统筹经销区域管理，将该经销商销售区域周边的 9 个县城经销商统一归为成都牛车水管辖，销售区域扩大，销售基础网点增多；另一方面成都牛车水开拓了餐饮销售渠道，该新增销售渠道销售情况较好所致
4	溧阳市海潮商贸有限公司	974.44	1.63%	4	2,083.71	1.47%	4	1,795.56	1.33%	5	1,802.94	1.52%	4	报告期内销售额较为稳定

序号	合并客户名称	2020 年 1-6 月			2019 年			2018 年			2017 年			变动原因
		销售额	占比	排名	销售额	占比	排名	销售额	占比	排名	销售额	占比	排名	
5	深圳市乐满家实业有限公司	642.35	1.08%	6	1,681.62	1.19%	5	1,760.98	1.31%	4	1,614.07	1.36%	3	报告期内销售额较为稳定
6	天津市合适佳商贸有限公司	712.53	1.20%	5	1,249.52	0.88%	6	1,637.35	1.21%	6	1,611.79	1.35%	5	2019 年销售额下降，主要原因为公司为精耕市场，对该市场进行细分，收缩该客户的销售区域所致

B、直营模式下前五大客户变化及其销售占比变化的原因

发行人直营模式下的主要客户为电商渠道的个人消费者，对前五大客户的销售金额占发行人收入比例极低。个人消费者根据其自身需求购买发行人产品，前五大客户变动属于正常情况。

C、代销模式下前五大客户变化及其销售占比变化的原因

发行人代销模式客户主要为京东自营。2017 年，发行人少量存在通过商超客户代销的情况，因商超结算存在一定的账期以及出于配送便利性等方面的考虑，公司自 2017 年后不再经营商超代销渠道，商超渠道转由所在区域的经销商供货。

②同一产品不同客户之间毛利率存在差异的原因

发行人的客户主要为经销商。对于同一产品，发行人对不同经销商的出厂价格较为接近，毛利率差异主要是由商业折扣不同引起的。

发行人根据各个地区市场竞争情况的不同以及当地渠道、促销活动的开展需要，给予了经销商不同的商业折扣；此外，发行人给予经销商的运费补贴，也根据经销商的运距远近而有所差异，从而导致同一产品最终体现的毛利率在不同客户之间有所差异。

（5）不同销售模式下前五大客户向发行人的采购占其采购总额的比例

经销模式下，发行人以订单的形式向发行人进行采购，其中前五大客户采购额占其采购总额的比例情况如下：

序号	合并客户名称	与发行人交易金额占其自身采购比例
1	武汉市小雨点贸易有限公司	50%-80%
2	保定市北方利华糖酒有限公司	50%-80%
3	成都牛车水食品有限公司	80%以上
4	溧阳市海潮商贸有限公司	20%-50%
5	深圳市乐满家实业有限公司	50%-80%
6	天津市合适佳商贸有限公司	50%-80%

直营模式下，发行人的客户为个人消费者，不适用采购总额概念。代销模式下，发行人的主要客户为京东自营及部分大型连锁商超，其向发行人采购的金额占其采购总额的比例极低。

武汉市小雨点贸易有限公司同一控制下的湖南欢乐家荣仕贸易有限公司、深圳市乐满家实业有限公司在 2016 年曾存在由发行人实际控制人控制或施加重大影响的情况，发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“七、关联方及关联关系”进行了披露。此外，成都牛车水食品有限公司在 2016 年曾由发行人员工控制，不属于发行人关联方，已在保荐工作报告中进行了说明。

上述控股、参股客户情况及去关联化情况均发生在报告期以外。除上述情况外，发行人经销模式下前五大客户与发行人不存在其他关联关系或利益安排。发行人报告期内对上述客户与其他经销商采用统一的定价策略，具体的交易价格因补贴和返利的情况不同而略有差异，交易价格公允。

3、主营业务收入区域构成分析

（1）不同区域的销售收入情况

报告期内，公司主营业务收入按地区列示如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华中地区	18,323.58	30.74%	54,050.59	38.13%	48,313.45	35.89%	41,586.60	35.09%
西南地区	10,992.83	18.44%	21,601.29	15.24%	18,722.87	13.91%	15,646.66	13.20%
华东地区	10,354.67	17.37%	24,908.92	17.57%	27,859.59	20.69%	26,027.82	21.96%
华北地区	8,277.33	13.89%	17,137.09	12.09%	16,686.31	12.39%	14,847.23	12.53%
西北地区	4,611.91	7.74%	9,305.55	6.57%	9,864.71	7.33%	8,525.13	7.19%
东北地区	3,003.71	5.04%	8,486.59	5.99%	7,398.08	5.50%	6,528.42	5.51%
华南地区	1,502.01	2.52%	3,435.75	2.42%	4,175.93	3.10%	4,191.35	3.54%
电商	2,545.77	4.27%	2,809.55	1.98%	1,609.45	1.20%	1,166.18	0.98%
合计	**59,611.82**	**100.00%**	**141,735.34**	**100.00%**	**134,630.38**	**100.00%**	**118,519.40**	**100.00%**

公司立足全国市场，销售区域范围广、区域间发展较为均衡。公司在全国范围内进行广告宣传和营销推广，在全国范围内提升了品牌知名度；客户分布广泛，且在营销网络方面拥有较强的竞争力。报告期内，公司产品在各地区的销售收入整体上较为稳定，其中华中地区、华东地区、西南地区占比较高。

2019 年华东地区及华南地区销售收入下降主要系该等区域市场竞争较为激烈，公

司加大了对其他销售区域的投入。华东地区及华南地区经济发达，消费者可供选择的日常消费食品种类繁多，市场竞争较大，如：在华东地区，特种兵椰子汁等当地品牌具有本土市场优势、元气森林气泡水等新锐品牌在华东地区增长较快，同时海外巨头饮料品牌也以长三角地区作为生产经营活动的主要区域，各品牌竞争激烈；在华南地区，椰树牌椰子汁、天地壹号苹果醋等品牌在南方市场占有率及品牌影响力较大。基于此，公司为合理利用资源，采取了差异化的区域投入策略，对华中、西南等竞争稍弱的地区市场加大投入，以期在该等区域建立品牌优势。

（2）主营业务收入按区域划分的依据及相关金额的准确性

报告期内，公司按照经销商经营所在省区划分销售收入。由于发行人在经销合同中约定了各经销商根据其所在地确定的经销区域，各经销商按照所划定的区域进行商品的销售活动，故按照销商经营所在省区划分销售区域收入及相关金额具有准确性。

我国区域划分为七大区域，具体划分情况如下：

地域划分	省区构成
华中地区	河南省、湖北省、湖南省
华东地区	上海市、江苏省、浙江省、安徽省、江西省、山东省、福建省，以及台湾省
西南地区	重庆市、四川省、贵州省、云南省、西藏自治区
华北地区	河北省、山西省、北京市、天津市和内蒙古自治区
西北地区	陕西省、甘肃省、青海省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区
东北地区	黑龙江省、吉林省、辽宁省
华南地区	广东省、广西壮族自治区、海南省，以及香港特别行政区、澳门特别行政区

同时，将电商单独列示主要由于最终消费者通过线上电商平台进行产品的购买，最终消费者分布广泛，故对电商部分予以单独列示。

综上，主营业务收入按区域划分具有相关依据，且相关金额准确。

4、主营业务收入季节性分析

（1）主营业务收入分季节收入情况

报告期内，公司主营业务收入分季节列示如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	25,219.38	42.31%	43,687.85	30.82%	42,346.57	31.45%	39,946.02	33.70%
第二季度	34,392.44	57.69%	26,227.90	18.50%	24,556.74	18.24%	24,574.07	20.73%
第三季度	-	-	30,470.06	21.50%	30,407.14	22.59%	29,721.92	25.08%
第四季度	-	-	41,349.53	29.17%	37,319.92	27.72%	24,277.38	20.48%
合计	**59,611.82**	**100.00%**	**141,735.34**	**100.00%**	**134,630.38**	**100.00%**	**118,519.40**	**100.00%**

公司销售收入具有较明显的季节性特征。在我国传统节日中秋节、春节等节日临近及期间，居民探亲访友，亲朋外出就餐，家庭聚餐活动频繁，公司产品消费集中释放，会出现销售高峰，公司销售收入存在节前逐渐升温、节日后迅速回落的节日效应。因此，从季度上看，一、四季度销售收入占全年的比重较大。

客户为了春节档期一般提前 2 个月进行备货，随着报告期各期末与次年春节间隔呈逐年缩短（2020 年春节在 1 月 25 日，2019 年春节在 2 月 5 日，2018 年春节在 2 月 16 日），当年第四季度的销售额与销售占比逐年提升，而次年一季度的销售占比逐年下降。具体情况如下：

①2017 年公司第一季度的销售占比最高，主要由于 2017 年的春节为 1 月 27 日，经销商在春节前积极备货，2017 年 1 月份的销售金额为 20,223.42 万元；同时由于次年 2018 年的春节在 2 月份中下旬，与 2017 年第四季度的时间间隔较久，2017 年第四季度经销商尚未开始备货，故 2017 年第四季度三个月份的销售收入仅为 7,365.55 万元、6,125.83 万元和 10,786.01 万元，整体第四季度销售金额较少，占比偏低。

②2018 年公司第一季度的销售收入较上一年增加但占比略有下降，主要由于 2018 年春节在 2 月 16 日，经销商在 1 月份积极备货，1 月份的销售收入为 21,557.03 万元，较上年同期增加；此外由于次年 2019 年的春节在 2 月初，与 2018 年四季度的时间间隔较去年同期缩短，2018 年第四季度的销售额较去年同期增加且占比提升，导致 2018 年第一季度占比下降。

③2019 年公司第一季度的销售收入较 2018 年增加但占比下降，主要由于 2019 年的春节在 2 月 5 日，经销商在 1 月份积极备货，1 月份的销售收入为 27,895.37 万元，较上年同期增加；同时由 2020 年春节在 1 月 25 日，经销商在 2019 年年末需提前备货，故 2019 年 12 月的销售金额为 25,552.45 万元，高于 2017 年及 2018 年同期，2019 年第

四季度的销售额较去年同期增加且占比提升，导致 2019 年第一季度占比下降。

④2020 年第一季度由于受疫情影响导致该季度销售金额较去年同期销售金额下降，2020 年第二季度销售金额增加是由于随着疫情在 5、6 月份得到有效控制后，市场消费出现短期反弹式增长，经销商提货增多。

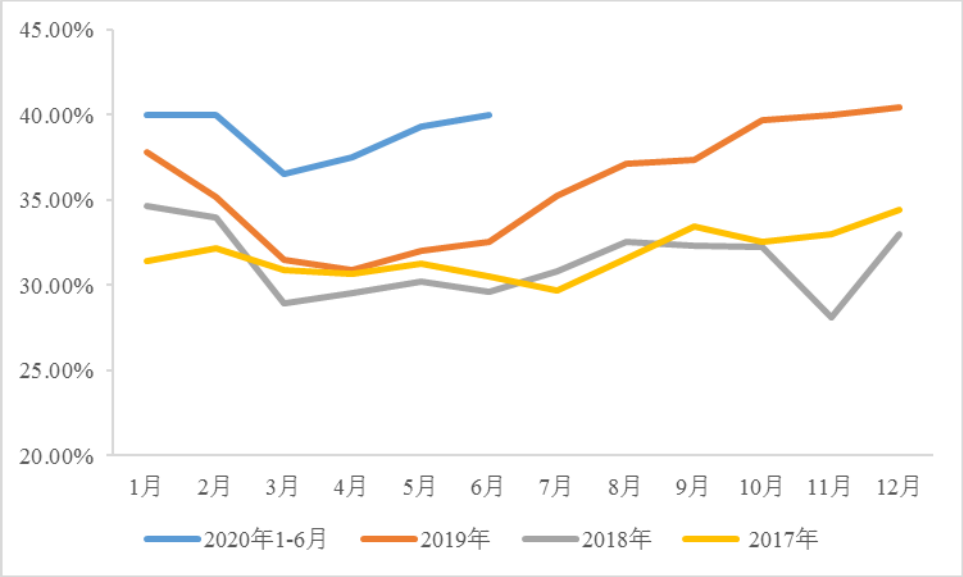
（2）报告期内各月的销售收入金额及毛利率情况

报告期内，按照各月份的主营业务收入及毛利率情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
1 月	17,489.94	40.00%	27,895.37	37.81%	21,557.03	34.61%	20,223.42	31.41%
2 月	1,563.06	40.01%	7,285.08	35.22%	9,535.23	33.94%	9,523.39	32.18%
3 月	6,166.37	36.53%	8,507.39	31.50%	11,254.31	28.95%	10,199.22	30.86%
4 月	8,404.61	37.50%	9,757.38	30.86%	8,132.14	29.33%	9,072.25	30.68%
5 月	10,511.92	39.28%	8,324.93	32.01%	8,159.51	29.96%	8,303.67	31.27%
6 月	15,475.92	39.97%	8,145.59	32.55%	8,265.09	29.37%	7,198.15	30.55%
7 月	--	--	9,056.06	35.26%	8,497.17	30.50%	8,735.79	29.68%
8 月	--	--	9,957.77	37.13%	10,147.97	32.19%	8,710.66	31.60%
9 月	--	--	11,456.23	37.39%	11,762.00	32.62%	12,275.46	33.47%
10 月	--	--	7,554.81	39.69%	8,558.71	32.59%	7,365.55	32.54%
11 月	--	--	8,242.27	40.02%	7,393.00	28.68%	6,125.83	33.02%
12 月	--	--	25,552.45	40.46%	21,368.22	33.12%	10,786.01	34.44%
合计	**59,611.82**	**39.15%**	**141,735.34**	**36.64%**	**134,630.38**	**31.86%**	**118,519.40**	**31.84%**

报告期内，发行人各月度销售毛利率走势情况如下图所示：



报告期内，各月毛利率波动主要系各月销售的产品结构不同所致。从各月度的毛利率变动情况来看，报告期内在每年的 3 月份左右，发行人的月度毛利率呈现明显下浮，主要系公司上半年罐头产品销售较多同时由于淡季饮料生产开机不足导致单位成本略微上涨，之后随着下半年饮料销售占比增加，月度毛利率在平稳中略有升高。

2018 年 11 月，由于公司以低价处理了一批椰子汁产品，导致当月的毛利率降低。

2019 年下半年毛利率较高，主要是受夏秋季饮料产品相对畅销影响，下半年饮料销售收入占比一般较高，2019 年下半年饮料销售占比为 63.12%，高于全年平均水平 60.21%，亦高于 2017 年和 2018 年下半年的 57.46%和 61.86%，而饮料的毛利率高于罐头的毛利率；此外，2019 年主要饮料产品包装瓶改用成本较低的 PET 瓶胚自行吹制，单位成本下降，该因素进一步提高了 2019 年下半年饮料产品毛利率。

2020 年 1-6 月，毛利率高的原因为由于受到疫情影响，经销商市场推广减少，相应的市场费用补贴减少，导致毛利率上升。

5、商业折扣情况

公司的商业折扣分为年度返利、批文补贴和随单折扣三大类，均以价格折扣形式开具发票向经销商兑现，但各类折扣的兑现时间、兑现要求有所不同，各类商业折扣的具体含义、政策和金额情况如下：

（1）含义、区别及金额情况

年度返利和批文补贴均属于返利性质的商业折扣，两者发放的要求有所不同。随单折扣是一种出厂价格优惠性质折扣，其发放时间点与返利性质的商业折扣不同。

①年度返利是经销商在达成公司合同约定的年度经销任务的条件下，按照公司的返利标准确认的一种价格折扣，在年底根据当年的销售情况计提，冲减当年营业收入，计提的返利金额在以后年度可作为货款进行兑现；

②批文补贴是公司根据经销商渠道拓展需要及不同时期和不同地区的市场特点，达到规定销售额情况下批准经销商实施具体的经销活动，并经审核经销商实施情况后给予的一种价格折扣，具体包括对经销商在其市场区域的营销过程中产生的促销费、陈列费、进店费等，也包括经批文审批同意的汇款返利，补贴金额在批文审核通过后计提，冲减当年营业收入，补贴金额作为货款在经销商以后提货时兑现；

③随单折扣是指发行人根据市场情况在产品出厂时给予经销商的一种价格折扣，如单品特价、整单特价等，也包括运费补贴折扣，发行人按照折扣后的销售金额直接确认销售收入，在销售发票上体现为商业折扣。

批文补贴、随单折扣均为公司为促进产品销售而给予经销商的价格折扣。相比于以直接降低出厂价的方式给予经销商更高的毛利空间，批文补贴和随单折扣的价格折让形式更有利于对经销商的具体经销活动进行差异化和精细化管理，更有利于调动经销商的积极性，促进产品实现最终销售。

（2）具体政策和执行标准

①年度返利政策

报告期内，公司根据经销商的年度销售回款金额划分不同的坎级，给予销售回款金额 1%-3%的返利。公司年度返利的主要政策情况如下：

A、2017 年的返利政策

公司根据经销商年度“回款金额+运费补贴金额”，确定经销商适用的标准返点比例，两者相乘计算得经销商的返利金额。对于业绩增长的经销商，公司根据其增长比例酌情提高返点比例。

坎级	回款金额	标准返点
一档	30 万（含）以上-250 万以下	1.0%
二档	250 万（含）以上-400 万以下	1.5%
三档	400 万（含）以上-600 万以下	2.0%
四档	600 万（含）以上及重点客户	3.0%

B、2018 年的返利政策

公司根据经销商年度“回款金额+运费补贴金额”（鱼罐头除外），确定经销商适用的标准返点比例，两者相乘计算得经销商的返利金额。对于业绩增长的经销商，公司根据其增长比例酌情提高返点比例。

坎级	回款金额	标准返点
一档	30 万（含）以上-250 万以下	1.0%
二档	250 万（含）以上-400 万以下	1.5%
三档	400 万（含）以上-600 万以下	2.0%
四档	600 万（含）以上-1,000 万以下	3.0%
五档	1,000 万（含）以上	3.0%

C、2019 年及 2020 年的返利政策

公司对于回款金额高于上年的经销商，根据“回款金额+运费补贴金额”（鱼罐头除外）获取对应坎级的标准返点比例，两者相乘计算得经销商的返利金额。

坎级	回款金额	标准返点
一档	150 万（含）以上-250 万以下	1.0%
二档	250 万（含）以上-400 万以下	1.5%
三档	400 万（含）以上-600 万以下	2.0%
四档	600 万（含）以上-1,000 万以下	2.5%
五档	1,000 万（含）以上	3.0%

②批文补贴政策

公司的批文补贴为“一户一策”、“一时一策”，根据不同时期和不同地区经销商的促销需求以及其具体实施的经销活动进行逐单审批，无统一执行标准。公司为每单批文设置了阶段销售任务作为补贴发放的前提条件，并通过销售督查人员、外包巡店人员检查批文补贴申请活动的具体执行效果，确保不存在经销商未完成销售活动而领取批文补

贴的情况。

③随单折扣政策

公司的运费补贴金额根据实际发生的运费执行；特价折扣根据不同时期和对不同经销商的促销需求确定，无统一执行标准。

公司通过控制经销商批文补贴、随单折扣和年度返利的合计额占发货额的比例对经销商享受的价格折扣情况进行管理，原则上单个经销商的上述折扣比例控制在 15-25%之间。

（3）商业折扣金额及会计处理

年度返利、批文补贴和随单折扣在 2017-2019 年变动情况及与营业收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占折扣前销售收入比例	金额	占折扣前销售收入比例	金额	占折扣前销售收入比例
随单折扣	23,982.88	13.70%	22,340.73	13.42%	17,826.79	12.01%
批文补贴	8,439.46	4.82%	8,402.36	5.05%	10,678.38	7.20%
年度返利	888.56	0.51%	1,078.79	0.65%	1,371.81	0.92%
合计	33,310.90	19.03%	31,821.88	19.12%	29,876.98	20.13%

注：占折扣前销售收入比例=各折扣项目/（随单折扣+批文补贴+年度返利+主营业务收入）

2017 年至 2019 年，公司的商业折扣占收入比例相对稳定，但各年度之间折扣结构略有不同。

2018 年，批文补贴和年度返利占比较 2017 年下降，主要原因包括：①2018 年，公司对商业折扣的发放策略有所调整，随单折扣的金额占比上升，导致批文补贴占比有所降低；②2018 年，由于部分大经销商未能完成年度任务，公司未发放相应的年度返利，年度返利金额减少 293.02 万元，占比也有所下降；③2017 年公司为支持产品进驻重点市场大型商超，对经销商投入商超的进店费用以批文补贴的形式予以支持，2018 年成功进驻商超后补贴力度有所减弱，2018 年进店费补贴较 2017 年减少 1,247.46 万元。

2019 年，各类型的商业折扣项目金额占比维持稳定。

2020 年 1-6 月，批文补贴金额较少，占主营业务收入比例较低主要由于：①受疫情

因素影响，经销商的市场推广活动减少，故批文补贴减少；②由于节假日主要集中在下半年，经销商下半年的市场推广活动较多，批文补贴主要集中在下半年。

公司对于年度返利、批文补贴、随单折扣的会计处理方式如下：

①批文补贴：公司经审核经销商经销活动实施情况后给予批文补贴支持，公司在批文审批通过后冲减当期营业收入。

②年度返利：公司根据当年对经销商的销售情况和返利政策确认当年经销商可享受的年度返利金额并冲减当期营业收入。

期末已考核未兑现的批文补贴和年度返利属于当期销售业务的价格折扣，根据权责发生制原则应当冲减当期收入，具体会计处理为：

借：主营业务收入

贷：其他流动负债

③随单折扣：按照折扣后的销售金额确认营业收入。

上述会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

（4）批文补贴、随单折扣的具体情况

①具体内容

A、批文补贴

批文补贴的具体分类如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
促销费补贴	5,698.55	3,832.09	5,764.99
陈列费补贴	971.32	2,027.01	1,702.98
汇款返利	1,569.49	2,059.12	1,270.22
进店费补贴	255.89	414.74	1,662.20
其他补贴	73.76	115.28	302.52
串货罚款	-129.55	-45.88	-24.53
合计	**8,439.46**	**8,402.36**	**10,678.38**

①促销费主要是指经销商为拉动终端网点进货、促进消费者消费而开展的一系列促

销活动所产生的费用，公司对该部分费用予以补贴支持。促销活动包括针对终端网点进货奖励旅游名额、赠送礼品，针对消费者举办买赠活动，举办订货会等。②陈列费主要为经销商在大型商超、连锁超市等终端网点进行的地堆、货架陈列所产生的费用，公司对该部分予以补贴支持。③汇款返利主要为发行人为鼓励经销商在一定时期内预付货款而给经销商一定比例的销售返利。④进店费主要为经销商首次向大型商超供应欢乐家产品，商超收取的产品条码费，公司对该部分费用予以补贴支持。⑤其他补贴包括宣传物料补贴、客诉质赔补贴等；⑥公司对存在串货行为的经销商实行处罚，罚款金额冲减其批文补贴金额。

B、随单折扣

随单折扣的具体分类如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	2017 年度
运费补贴	7,208.20	6,930.61	6,030.49
特价折扣	16,774.68	15,410.12	11,796.30
合计	**23,982.88**	**22,340.73**	**17,826.79**

运费补贴是指公司向经销商销售产品发生的运费约定由经销商承担的情况下，公司按照实际发生的运费金额给予经销商的一种价格折扣。

特价折扣主要为经销商与竞品经销商争夺终端市场时，需给予终端销售折扣，为提高品牌的终端市场占用率，发行人在出厂价的基础上给予经销商一定的折扣，具体表现形式为整单特价等。

不同类型的补贴金额和随单折扣金额在报告期内存在一定波动，与当年经销商申请的具体补贴项目有关，公司主要通过对随单折扣、批文补贴和年度返利的总额和占比进行管理控制。2018 年，公司商业折扣中批文补贴金额减少，但随单折扣金额增加。各种类型的价格折扣与公司收入的匹配关系详见本小节之“（3）商业折扣金额及会计处理”的相关内容。

②内部决策程序

A、批文补贴

公司批文补贴决策流程分为批文申请和执行效果审核两个阶段，经销商在提出批文

申请并经公司审批同意后方可实施约定的销售活动，批文活动执行效果审核通过后公司方以价格折扣的形式向经销商发放批文补贴。每个阶段需履行的内部审批程序如下：

批文流程	内部审批程序
批文补贴申请	①区域经理提报标准的《市场费用提报表》至大区经理审核 ②提交销管部审核后，拍照/扫描上传 OA 系统，发起批文申请审批流程 ③财务部应收会计审核批文内容描述是否清晰、计算费用比率 ④财务部应收主管计算批文涉及经销商总体费用比率 ⑤大区经理审核批文补贴必要性及可行性 ⑥省区总监审核批文补贴是否与省区市场费用投入预算相符 ⑦营销副总裁审核批文补贴是否与营销中心市场费用投入预算相符 ⑧财务总监审核批补贴是否与公司市场费用投入预算相符 ⑨如超出预算范围费用由总裁审批。 ⑩OA 系统流程结束，销管部打印《市场费用申请审批表》，交至财务部盖章生效
批文活动执行效果审核	①经销商按公司核销要求提供批文补贴涉及市场费用的支出凭证、活动证明文件等交由销管部于 OA 系统填写《市场费用核销审批表》 ②督查部对批文补贴所涉及市场费用进行现场稽核并上传督查报告 ③财务部应收会计审核批文补贴涉及市场费用投入的支出凭证、活动证明等相关资料，审核经销商发货/汇款达成情况、批文内容执行情况等 ④大区经理审批，结合经销商发货/汇款达成情况、批文内容执行情况，出具核销意见 ⑤财务部应收主管通过电话抽样检查批文执行情况的真实性，出具核销意见 ⑥营销副总裁结合经销商发货/汇款达成情况、批文内容执行情况，区域市场具体情况，出具核销意见 ⑦财务总监结合经销商发货/汇款达成情况、批文内容执行情况，区域市场具体情况，出具核销意见 ⑧特殊情况由总裁审批 ⑨OA 核销流程结束，财务部打印盖章，费用核销入账

B、随单折扣

公司运费补贴折扣、特价折扣的审批程序如下：

折扣类型	内部审批程序
运费补贴折扣	①物流部联络物流公司，根据运距确定运输价格，签订三方协议 ②财务部结算组检查协议运费单价及发货重量，审核运输费用无误后在发货单中给予价格折扣 ③经销商验收后直接与物流公司结算运费
特价折扣	①区域经理提报标准的《销售特价提报表》至大区经理审核 ②提交销管部审核后，拍照/扫描上传 OA 系统，发起特价批文申请审批流程 ③财务部应收会计审核特价申请内容描述是否清晰、计算特价比率 ④财务部应收主管计算批文涉及经销商总体费用比率 ⑤大区经理审核特价申请的必要性 ⑥省区总监审核特价申请的必要性 ⑦营销副总裁审核特价申请是否符合营销中心预算规划 ⑧财务总监审核特价申请是否符合公司整体预算规划 ⑨如特殊情况应由总裁审批。 ⑩OA 系统流程结束，销管部打印《特价申请审批表》，交至财务部盖章生效

③涉及经销商数量

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
批文补贴涉及经销商数量（家）	1,118	1,243	1,160
占当期公司经销商数量的比例	62.53%	58.30%	68.56%
随单折扣涉及经销商数量（家）	1,710	2,042	1,651
占当期公司经销商数量的比例	95.64%	95.78%	97.58%

④报告期内发行人对主要经销商各主要产品的批文补贴金额、随单折扣金额，分析变动情况及原因

报告期内，发行人的经销商经销公司各类产品。批文补贴主要针对经销商实际发生的市场推广活动、产品促销等合理市场费用；随单折扣中的运费补贴是根据实际发生运费给予补贴，特价折扣通常不依据具体产品而是根据整个订单金额给予一定的折扣比例。体现上述价格折扣金额的订单可能同时对应多种产品，因此批文补贴和随单折扣金额无法实现对具体产品的一一对应，只能实现对具体客户的一一对应。公司分季度进行分产品收入核算时，将折扣金额在同一客户不同产品之间按其出厂销售额进行分摊，因此，同一客户在同一核算周期内的不同类型产品折扣比例相等。

2017 年-2019 年各期合并口径前十大经销商批文补贴金额、随单折扣金额及占折扣前销售收入比例情况如下：

A、2019 年度情况

单位：万元

序号	公司名称	2019 年度						
		销售收入	批文补贴	占比①	随单折扣	占比②	批文、随单合计	占比③
1	武汉市小雨点贸易有限公司	4,731.12	381.07	6.14%	946.87	15.27%	1,327.93	21.41%
2	保定市北方利华糖酒有限公司	3,356.74	207.12	4.63%	824.38	18.44%	1,031.50	23.08%
3	成都牛车水食品有限公司	2,815.27	205.81	5.46%	664.12	17.61%	869.93	23.07%
4	溧阳市海潮商贸有限公司	2,083.71	117.78	4.39%	425.79	15.88%	543.57	20.27%
5	深圳市乐满家实业有限公司	1,681.62	108.04	4.86%	391.64	17.61%	499.68	22.47%
6	天津市合适佳商贸有限公司	1,249.52	66.68	4.20%	241.60	15.23%	308.28	19.43%
7	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	1,249.15	58.65	3.60%	282.54	17.33%	341.19	20.93%
8	南京金荣百货有限公司	807.83	178.92	14.84%	219.19	18.18%	398.11	33.01%

序号	公司名称	2019 年度						
		销售收入	批文补贴	占比①	随单折扣	占比②	批文、随单合计	占比③
9	郑州天丰食品有限公司	870.03	39.34	3.38%	215.97	18.55%	255.31	21.93%
10	达州市众和兴盛商贸有限公司	926.82	46.34	3.77%	251.14	20.43%	297.47	24.20%

注 1：销售收入为折扣后收入；
注 2：占比为各项折扣金额/折扣前销售收入，即：占比①=批文补贴/（销售收入+批文补贴+随单折扣+年度返利），占比②=随单折扣/（销售收入+批文补贴+随单折扣+年度返利），占比③=（批文补贴+随单折扣）/（销售收入+批文补贴+随单折扣+年度返利），下同

南京金荣百货有限公司主要销售渠道为苏果商超，2019 年批文折扣占比较高，主要系其在苏果商超以果汁产品进行了低价促销活动，公司对该次促销活动给予了批文补贴所致，2019 年公司核准南京金荣百货有限公司促销类批文补贴 70.67 万元，同时 2019 年 12 月，运动饮料、花生牛奶、八宝粥系列 10 个条码进店苏果超市和苏果乐购所产生的进店费补贴 74.38 万元，该等批文补贴占其当年折扣前销售收入比例为 12.03%。

B、2018 年度情况

单位：万元

序号	公司名称	2018 年度						
		销售收入	批文补贴	占比①	随单折扣	占比②	批文、随单合计	占比③
1	武汉市小雨点贸易有限公司	4,688.11	221.09	3.79%	927.11	15.89%	1,148.20	19.67%
2	保定市北方利华糖酒有限公司	4,675.36	112.47	1.92%	1,059.46	18.12%	1,171.93	20.04%
3	成都牛车水食品有限公司	2,948.16	92.76	2.45%	741.35	19.58%	834.11	22.03%
4	深圳市乐满家实业有限公司	1,795.56	1.60	0.07%	436.02	19.52%	437.62	19.60%
5	溧阳市海潮商贸有限公司	1,760.98	89.58	4.05%	363.81	16.43%	453.39	20.47%
6	天津市合适佳商贸有限公司	1,639.89	14.66	0.75%	305.50	15.59%	320.16	16.33%
7	南京金荣百货有限公司	1,269.89	110.25	6.41%	302.38	17.57%	412.63	23.97%
8	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	1,237.66	83.19	5.21%	275.55	17.26%	358.74	22.47%
9	郑州天丰食品有限公司	1,098.08	55.77	4.00%	240.50	17.25%	296.28	21.25%
10	达州市众和兴盛商贸有限公司	1,026.26	30.08	2.31%	246.99	18.95%	277.07	21.26%

C、2017 年度情况

单位：万元

序号	公司名称	2017 年度						
		销售收入	批文补贴	占比①	随单折扣	占比②	批文、随单合计	占比③

1	武汉市小雨点贸易有限公司	4,724.21	166.89	2.80%	914.36	15.36%	1,081.25	18.16%
2	保定市北方利华糖酒有限公司	3,259.14	1,030.98	19.50%	872.34	16.50%	1,903.32	36.00%
3	深圳市乐满家实业有限公司	1,823.42	254.77	9.63%	505.76	19.12%	760.54	28.75%
4	溧阳市海潮商贸有限公司	1,802.94	276.92	10.93%	406.05	16.03%	682.97	26.96%
5	天津市合适佳商贸有限公司	1,614.07	200.68	9.07%	349.57	15.80%	550.25	24.87%
6	成都牛车水食品有限公司	1,602.97	402.39	15.85%	483.33	19.04%	885.72	34.89%
7	霸州市胜芳镇鑫厚源食品经营部	1,282.34	37.33	2.25%	298.20	17.98%	335.53	20.23%
8	南京金荣百货有限公司	1,186.97	66.71	4.23%	288.73	18.30%	355.44	22.53%
9	昆明市石牛岭商贸有限公司	970.94	84.99	6.56%	220.17	17.01%	305.16	23.57%
10	郑州天丰食品有限公司	958.62	49.95	4.01%	203.58	16.34%	253.53	20.35%

2017 年保定市北方利华糖酒有限公司批文和随单折扣占比较高，是因为该客户为公司重点发展的客户，为了提高其市场竞争力，特别是上海市场商超渠道的开拓，公司对其商业折扣支持力度大，2017 年公司核准其进店费补贴 785.31 万元，该部分补贴占保定市北方利华糖酒有限公司 2017 年折扣前销售收入比例为 14.86%。

2017 年深圳市乐满家实业有限公司批文和随单折扣占比较高，主要是因为该经销商开拓商超渠道（如：家乐福、人人乐等），一次性支付商超进场费，公司核准进店费补贴 184.79 万元，该部分补贴占深圳市乐满家实业有限公司 2017 年折扣前销售收入比例为 6.99%。

2017 年成都牛车水食品有限公司折扣补贴占比较高，主要原因是 2017 年公司为方便管理，对部分渠道进行了整合，成都牛车水食品有限公司在其原有的成都市中心渠道的基础上整合了成都下属郊县市场，在拓展初期为利于铺货，以及为促使公司产品进驻大型商超等有助于提高品牌形象的渠道，给予了较高额的促销补贴，2017 年公司核准其促销类批文补贴 180.18 万元，商超进店费 55.17 万元，该部分批文补贴占成都牛车水食品有限公司当期折扣前销售收入比例为 9.27%。

6、现金交易的情况

（1）现金收款

报告期内，公司现金收款具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	59,796.56	142,413.07	135,478.35	119,474.79
现金收入金额	36.05	77.16	167.42	338.50
占当期营业收入比例	0.06%	0.05%	0.12%	0.28%

注：现金收入金额为含税金额

报告期内，存在少量的现金收款现象，主要系零散销售收取的现金所致，现金收款占报告期各期的营业收入比例很小，具备商业合理性。

（2）现金支付

报告期内，公司现金支付具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业成本	36,352.04	89,975.76	92,061.96	81,272.99
现金支付	-	18.36	12.10	6.80
占当期营业成本比例	-	0.02%	0.01%	0.01%

注：现金支付金额为含税金额

报告期内，公司现金支付主要为公司零星费用支出，金额很小。

7、第三方回款的情况

公司制定了严格的收款制度，销售回款基本为合同签订方客户的账户回款，仅在 2018 年出现了金额为 504.78 万元的第三方回款。具体情况如下：

单位：万元

回款类型	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占含税主营业务收入比例	金额	占含税主营业务收入比例	金额	占含税主营业务收入比例	金额	占含税主营业务收入比例
非合同签订方回款金额	-	-	-	-	654.08	0.41%	-	-
其中：个体工商户经营者回款	-	-	-	-	149.30	0.09%	-	-
第三方回款金额	-	-	-	-	504.78	0.32%	-	-

2018 年第三方回款具体情况如下：

单位：万元

合同签订方	付款人与合同签订方关系	金额	占主营业务收入（含税）比例

成都二娥茶马商贸有限公司	法定代表人	400.00	0.25%
临沂腾驰商贸有限公司	财务负责人	99.15	0.06%
拜泉县红刚食品超市	其他受托付款人	5.63	0.01%
合计	-	**504.78**	**0.32%**

2018 年发行人存在合同签订结算方与款项支付方不一致情况，这主要由于客户款项支付受到了限制等其自身原因，客户通过其股东或其员工向发行人支付款项所致，具有商业合理性。

（二）营业成本构成及变动分析

报告期内，公司营业成本构成如下表：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	36,271.30	99.78%	89,806.75	99.81%	91,734.14	99.64%	80,787.02	99.40%
其他业务成本	80.74	0.22%	169.01	0.19%	327.82	0.36%	485.97	0.60%
合计	**36,352.04**	**100.00%**	**89,975.76**	**100.00%**	**92,061.96**	**100.00%**	**81,272.99**	**100.00%**

报告期内，公司营业成本分别为 81,272.99 万元、92,061.96 万元、89,975.76 万元和 36,352.04 万元。2018 年公司营业成本较 2017 年增长 13.27%，与销售收入的增速基本一致；2019 年公司营业成本较 2018 年降低 2.27%，这主要系：①随着公司采购的西得乐 PET 无菌冷灌生产线投入生产，2019 年公司将部分椰子汁（如 1.25L 蓝彩椰子汁、500mL 蓝彩椰子汁）包装材料由原有的 PE 瓶替换为 PET 瓶，而 PET 瓶胚的平均采购单价为 0.39 元/个，低于 PE 瓶的平均采购单价 0.68 元/个，故而成本降低；②受自然因素及市场环境影响，公司主要产品的原材料生榨椰肉汁、黄桃 2019 年采购单价下降。

1、主营业务成本产品构成分析

报告期内，公司主营业务成本按产品类别构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
饮料产品	**17,236.20**	**47.52%**	**49,089.20**	**54.66%**	**49,225.27**	**53.66%**	**42,270.63**	**52.32%**
椰子汁	11,942.03	32.92%	33,341.61	37.13%	33,731.86	36.77%	33,116.28	40.99%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
果汁饮料	2,077.46	5.73%	7,497.79	8.35%	10,322.46	11.25%	8,436.68	10.44%
乳酸菌饮料	3,175.70	8.76%	6,744.79	7.51%	4,061.64	4.43%	301.05	0.37%
其他饮料	41.01	0.11%	1,505.00	1.68%	1,109.31	1.21%	416.61	0.52%
罐头产品	**19,035.10**	**52.48%**	**40,717.55**	**45.34%**	**42,508.88**	**46.34%**	**38,516.39**	**47.68%**
水果罐头	17,849.32	49.21%	35,878.68	39.95%	40,293.00	43.92%	36,088.98	44.67%
——橘子罐头	4,941.71	13.62%	11,280.61	12.56%	12,875.86	14.04%	10,626.99	13.15%
——黄桃罐头	5,613.47	15.48%	10,279.12	11.45%	10,760.86	11.73%	9,897.17	12.25%
——其他水果罐头	7,294.14	20.11%	14,318.95	15.94%	16,656.28	18.16%	15,564.82	19.27%
其他罐头	1,185.77	3.27%	4,838.87	5.39%	2,215.88	2.42%	2,427.41	3.00%
合计	**36,271.30**	**100.00%**	**89,806.75**	**100.00%**	**91,734.14**	**100.00%**	**80,787.02**	**100.00%**

2、主营业务成本类别构成分析

报告期内，公司主营业务成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主要原材料（主材）	**9,460.98**	**26.08%**	**21,108.31**	**23.50%**	**22,785.19**	**24.84%**	**21,311.09**	**26.38%**
其中：黄桃及果瓣	1,340.23	3.70%	3,231.07	3.60%	3,565.90	3.89%	3,250.16	4.02%
橘子及果瓣	1,579.43	4.35%	3,488.89	3.88%	4,666.61	5.09%	3,215.20	3.98%
生榨椰肉汁	2,367.57	6.53%	4,585.09	5.11%	4,943.85	5.39%	6,301.09	7.80%
浓缩果汁	410.24	1.13%	1,505.91	1.68%	2,066.48	2.25%	1,718.66	2.13%
奶粉	477.78	1.32%	981.07	1.09%	470.09	0.51%	41.31	0.05%
主要原材料（辅材）	**6,114.19**	**16.86%**	**15,801.19**	**17.59%**	**15,560.73**	**16.96%**	**14,477.80**	**17.92%**
其中：糖	3,454.08	9.52%	8,513.04	9.48%	8,709.85	9.49%	8,874.32	10.98%
包装材料	**12,272.23**	**33.83%**	**33,150.54**	**36.91%**	**34,629.00**	**37.75%**	**29,486.58**	**36.50%**
其中：瓶	7,041.46	19.41%	19,470.62	21.68%	21,932.74	23.91%	18,900.34	23.40%
盖	1,725.63	4.76%	3,921.08	4.37%	3,825.68	4.17%	3,493.54	4.32%
纸箱	2,021.79	5.57%	5,877.46	6.54%	6,148.86	6.70%	4,919.65	6.09%
直接人工	**4,122.91**	**11.37%**	**9,215.97**	**10.26%**	**9,580.75**	**10.44%**	**8,324.87**	**10.30%**
制造费用	**4,300.99**	**11.86%**	**10,530.74**	**11.73%**	**9,178.47**	**10.01%**	**7,186.68**	**8.90%**
主营业务成本	**36,271.30**	**100.00%**	**89,806.75**	**100.00%**	**91,734.14**	**100.00%**	**80,787.02**	**100.00%**

报告期内，公司直接材料占营业成本的比重分别为 80.80%、79.55%、78.01%、76.78%，主要原因为：①公司 2018 年 PET 生产线投产转固，折旧费用大幅增长，制造费用金额和占成本比例增加，导致直接材料占比相对下降；②报告期内原材料和包装材料采购价格下降，导致直接材料的占比呈下降趋势。

3、各类主要原材料、包装材料占相关产品营业成本的比重

（1）黄桃罐头

报告期内，公司黄桃罐头产品的直接材料成本占比分别为 77.32%、75.38%、74.23%和 72.18%。其中，各类主要原材料、包装材料成本占黄桃罐头的营业成本比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料（主材）-黄桃及果瓣	1,340.23	23.88%	3,231.07	31.43%	3,565.90	33.14%	3,250.16	32.84%
原材料（辅材）-糖	590.72	10.52%	916.95	8.92%	1,163.02	10.81%	1,117.77	11.29%
包装材料-瓶	1,169.69	20.84%	1,862.20	18.12%	1,790.56	16.64%	1,760.08	17.78%
包装材料-盖	404.70	7.21%	666.26	6.48%	611.85	5.69%	641.81	6.48%
包装材料-纸箱	240.53	4.28%	450.25	4.38%	555.73	5.16%	457.61	4.62%

由于水果罐头产品季产年销的特点，黄桃的产季为每年 6 月下旬至 9 月上旬，当期主材成本同时受上个产季和当个产季水果采购价格影响，略滞后于当期水果原材料的平均单价，故各期直接材料占比与上期主要水果采购单价的波动趋势一致。2020 年 1-6 月主材占比较低，主要是由于 2019 年产季的黄桃采购单价较低所致。

（2）橘子罐头

报告期内，公司橘子罐头产品的直接材料成本占比分别为 72.99%、74.07%、73.44%和 71.96%。其中，各类主要原材料、包装材料成本占橘子罐头的营业成本比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料（主材）-橘子及果瓣	1,579.43	31.96%	3,488.89	30.93%	4,666.61	36.24%	3,215.20	30.26%
原材料（辅材）-糖	296.10	5.99%	690.50	6.12%	773.17	6.00%	713.19	6.71%
包装材料-瓶	864.47	17.49%	1,889.39	16.75%	2,034.57	15.80%	1,979.04	18.62%

包装材料-盖	368.37	7.45%	814.17	7.22%	857.32	6.66%	776.77	7.31%
包装材料-纸箱	256.64	5.19%	856.88	7.60%	754.79	5.86%	628.58	5.91%

橘子的产季为每年 11 月到次年 1 月，橘子罐头主材成本主要受上个产季水果采购价格的影响。2018 年橘子罐头主材成本占比较高，主要原因是 2017 年-2018 年产季的橘子质量较差，产出率低，耗用量较高。

（3）椰子汁

报告期内，公司椰子汁产品的直接材料成本占比分别为 86.73%、87.08%、81.18%和 82.32%。其中，各类主要原材料、包装材料成本占椰子汁的营业成本比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料（主材）-生榨椰肉汁	2,367.57	19.83%	4,585.09	13.75%	4,943.85	14.66%	6,301.09	19.03%
原材料（辅材）-糖	1,459.88	12.22%	4,021.24	12.06%	3,785.21	11.22%	4,099.88	12.38%
包装材料-瓶	2,162.58	18.11%	8,033.16	24.09%	10,723.22	31.79%	9,419.30	28.44%
包装材料-盖	442.48	3.71%	951.80	2.85%	888.70	2.63%	793.69	2.40%
包装材料-纸箱	810.62	6.79%	2,474.96	7.42%	2,724.63	8.08%	2,467.10	7.45%

报告期内生榨椰肉汁的成本占比 2017 年、2020 年 1-6 月较高，2018 年和 2019 年较低，与生榨椰肉汁的采购单价变动趋势一致。公司 PET 无菌线投产后，2019 年部分饮料产品的包装瓶由外购 PE 瓶改为外购瓶胚自行吹制 PET 瓶，而 PET 瓶胚的平均采购单价为 0.39 元/个，低于 PE 瓶的平均采购单价 0.68 元/个，包装瓶成本及其占比显著下降。

（4）果汁饮料

报告期内，公司果汁饮料直接材料占比分别为 84.75%、82.64%、78.14%、75.08%，2019 年直接材料占比下降主要是 PET 无菌线投产导致的制造费用占比增加所致。其中，各类主要原材料、包装材料成本占果汁饮料的营业成本比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料（主材）-浓缩果汁	410.24	19.75%	1,505.91	20.08%	2,066.48	20.02%	1,718.66	20.37%

原材料（辅材）-糖	171.20	8.24%	601.80	8.03%	999.34	9.68%	905.11	10.73%
包装材料-瓶	529.80	25.50%	2,048.75	27.32%	2,949.35	28.57%	2,468.59	29.26%
包装材料-盖	106.23	5.11%	325.41	4.34%	443.92	4.30%	288.90	3.42%
包装材料-纸箱	149.56	7.20%	646.26	8.62%	1,024.84	9.93%	854.94	10.13%

公司果汁饮料产品直接材料成本占比较为稳定。

（5）乳酸菌饮料

2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司乳酸菌饮料直接材料占比分别为 67.67%、82.08%和 81.28%。2017 年，公司乳酸菌饮料为委外贴牌生产；2018 年 10 月，公司 PET 生产线开始生产乳酸菌产品，2018 年 11、12 月折旧费用全部计入乳酸菌产品的制造费用，该因素导致 2018 年度制造费用占比较高、直接材料占比相应下降。

各类主要原材料、包装材料成本占乳酸菌饮料的营业成本比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料（主材）-奶粉	477.78	15.04%	981.07	14.55%	470.09	11.57%
原材料（辅材）-糖	285.60	8.99%	574.84	8.52%	288.98	7.11%
包装材料-瓶	779.43	24.54%	1,603.25	23.77%	755.11	18.59%
包装材料-盖	38.35	1.21%	115.68	1.72%	91.26	2.25%
包装材料-纸箱	202.31	6.37%	566.40	8.40%	320.72	7.90%

4、主要原材料和包装材料的投入产出分析

（1）主要原材料投入产出分析

①黄桃罐头-黄桃及果瓣

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购生产数据				
黄桃及果瓣采购量（吨）	2,277.43	20,550.85	17,829.21	22,599.44
黄桃及果瓣投料量（吨）	1,629.77	20,425.06	17,808.39	22,229.68
黄桃罐头产量（吨）	1,825.07	22,576.46	17,866.48	22,344.06
投入单吨原材料对应产品产出量（吨）	1.12	1.11	1.00	1.01

销售数据				
黄桃罐头销量（吨）	11,444.65	18,823.92	19,683.99	19,658.42
产销率	627.08%	83.38%	110.17%	87.98%
黄桃罐头销售收入（万元）	9,676.01	15,075.49	15,067.09	14,377.99

注 1：黄桃果瓣的采购量和投料量按照加工转换率的经验数据换算为黄桃的投入量（约 0.7:1 左右，各产季略有差异）；产出取黄桃罐头半成品的产量
注 2：因水果罐头季产年销的特点，2020 年上半年产销率较高

按照国家标准，水果罐头的固形物含量不低于 55%，公司按照 55%-60%的配方进行投料。扣除桃核、桃皮重量及加工损耗等因素，黄桃加工成装罐桃肉的转化率约为 60%-65%左右，按此比例进行换算，投入单吨黄桃鲜果产出黄桃罐头的产量约在 1.00 至 1.18 吨之间，与公司实际投入产出比相符。

②橘子罐头-橘子及果瓣

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购生产数据				
橘子及果瓣采购量（吨）	48.22	16,319.83	26,023.19	27,711.52
橘子及果瓣投料量（吨）	1,316.41	13,170.60	25,956.13	29,324.79
橘子罐头产量（吨）	1,121.22	11,182.33	19,882.37	22,274.87
投入单吨原材料对应产品产出量（吨）	0.85	0.85	0.77	0.76
销售数据				
橘子罐头销量（吨）	8,138.57	18,569.38	19,200.26	19,161.89
产销率	725.87%	166.06%	96.57%	86.02%
橘子罐头销售收入（万元）	7,374.21	16,377.71	16,292.81	15,581.26

注 1：橘子果瓣的采购量和投料量按照加工转换率的经验数据换算为橘子的投入量（约 0.7：1 左右，各产季略有差异）；产出取橘子罐头半成品的产量
注 2：2020 年上半年主要采用库存橘子进行生产，因此采购量和投料量差异较大；因水果罐头季产年销的特点，2020 年上半年产销率较高

按照国家标准，水果罐头的固形物含量不低于 55%，公司按照 55%-60%的配方进行投料。扣除橘皮、囊衣、碎瓣损耗等因素，橘子加工成装罐橘肉的转化率约为 50%-55%左右，按此比例进行换算，投入单吨橘子鲜果产出橘子罐头的产量约在 0.83 至 1.00 吨之间。

2017 年和 2018 年橘子的投入产出比较低，主要原因是 2017 年-2018 年产季的橘子质量较差，产出率低，耗用量较高，旺季生产人工不足增加委外加工导致碎瓣损耗增加。

③椰子汁-生榨椰肉汁

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购生产数据				
生榨椰肉汁采购量（吨）	1,981.24	5,580.80	5,243.87	4,630.70
生榨椰肉汁投料量（吨）	1,970.32	5,532.46	5,264.22	4,523.85
椰子汁产量（吨）	39,865.22	111,287.93	111,284.80	97,284.89
投入单吨原材料对应产品产出量（吨）	20.23	20.12	21.14	21.50
销售数据				
椰子汁销量（吨）	41,491.74	116,075.14	110,006.33	101,213.12
产销率	104.08%	104.30%	98.85%	104.04%
椰子汁销售收入（万元）	22,129.88	61,723.74	58,123.92	52,280.29

公司按照椰子汁的配方投料，各期投入单吨生榨椰肉汁产出椰子汁的数量约为 20 吨，较为稳定。

④果汁饮料-浓缩果汁

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购生产数据				
浓缩果汁采购量（吨）	184.53	918.86	1,620.84	922.36
浓缩果汁投料量（吨）	222.37	903.72	1,480.79	851.32
按浓缩比例调整后浓缩果汁投料量（吨）	394.71	1,522.23	2,295.17	1,678.93
果汁饮料产量（吨）	3,883.45	15,128.63	22,770.24	15,178.88
投入单吨原材料对应产品产出量（吨）	9.84	9.94	9.92	9.04
销售数据				
果汁饮料销量（吨）	4,130.86	15,767.85	22,812.25	17,533.19
产销率	106.37%	104.23%	100.18%	115.51%
果汁饮料销售收入（万元）	3,112.55	10,633.52	14,113.02	12,148.01

注 1：公司采购的浓缩果汁有 1 倍浓缩至 6 倍浓缩不等，按浓缩倍数调整为 1 倍浓缩的投料量，即“按浓缩比例调整后浓缩果汁投料量（吨）”

注 2：公司果汁饮料的分类中包括粒粒橙、果粒饮料等产品，该部分饮料的浓缩果汁投料量没有国家标准，因此上表中仅分析严格意义上的果汁饮料，产销量和收入数据低于招股说明书“果汁饮料”项下披露的数据

注 3：因部分果汁饮料采用委外加工生产模式，故而产销率高于 100%

按照国家标准，果汁饮料的浓缩汁含量不低于 10%。公司投入单吨浓缩果汁产出果

汁饮料的数量略低于 10 吨，符合国家标准。

⑤乳酸菌饮料-奶粉

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购生产数据				
奶粉采购量（吨）	199.78	371.45	229.50	11.73
奶粉投料量（吨）	217.49	374.10	157.02	-
乳酸菌饮料产量（吨）	8,970.42	15,927.75	6,479.82	-
投入单吨原材料对应产品产出量（吨）	41.25	42.58	41.27	-
销售数据				
乳酸菌饮料销量（吨）	8,912.98	16,916.39	5,584.33	-
产销率	99.36%	106.21%	86.18%	-
乳酸菌饮料销售收入（万元）	5,585.77	10,951.71	5,316.11	347.60

注：公司报告期内部分乳酸菌饮料采用委外加工生产的方式，上表中乳酸菌产品的销量不包含外购直销销量，故略低于乳酸菌产品的总销量。

报告期内，使用奶粉生产乳酸菌饮料的投入产出比较为稳定。

（2）包装材料投入产出分析

包装瓶为占公司营业成本比例最高的包装材料，且与以瓶为计量单位的产量存在一一对应的明确比例关系，故以下分析包装瓶与产品的投入产出情况。

①罐头产品投入产出分析

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购生产数据				
罐头瓶采购量（万只）	2,410.73	15,650.75	16,224.51	17,375.76
罐头瓶领用量（万只）	2,388.19	15,876.19	16,331.56	17,371.05
罐头产品产量（万瓶）	2,319.42	15,817.84	16,149.62	17,238.80
领用单个瓶子对应产品产出量（瓶）	0.97	1.00	0.99	0.99
销售数据				
罐头产品销量（万瓶）	8,236.84	18,304.26	17,152.10	16,632.97
产销率	355.12%	115.72%	106.21%	96.49%
罐头产品销售收入（万元）	28,720.88	56,264.75	55,701.36	53,119.56

②饮料产品投入产出分析

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购生产数据				
饮料瓶采购量（万只）	11,645.75	28,976.07	26,578.17	20,235.18
饮料瓶领用量（万只）	12,652.65	28,485.43	25,442.68	18,990.64
饮料产品产量（万瓶）	12,636.73	28,359.60	25,203.92	18,954.83
领用单个瓶子对应产品产出量（瓶）	1.00	1.00	0.99	1.00
销售数据				
饮料产品销量（万瓶）	12,883.22	31,799.69	27,784.88	20,836.69
产销率	101.95%	112.13%	110.16%	109.93%
饮料产品销售收入（万元）	30,890.94	85,470.59	78,929.02	65,399.84

罐头产品和饮料产品的包装瓶领用量与产品产量的比例非常接近于 1，投入产出比合理。

5、直接人工情况

报告期内，公司各期直接人工由公司生产人员的工资和生产类劳务外包支出构成，具体如下：

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
生产人员工资	2,020.15	49.00%	3,482.78	37.79%	4,028.70	42.05%	2,696.99	32.40%
生产劳务外包	2,102.76	51.00%	5,733.19	62.21%	5,552.05	57.95%	5,627.88	67.60%
合计	4,122.91	100.00%	9,215.97	100.00%	9,580.75	100.00%	8,324.87	100.00%

生产类劳务外包支出主要为罐头产品生产过程中简单加工工序的业务外包，涉及新鲜水果的清洗、削皮、分瓣、分级等水果产品初加工工序。直接人工中生产劳务外包金额与生产类劳务外包采购金额存在一定差异，主要原因为劳务采购反映生产成本口径，此处按营业成本口径进行归集，劳务采购/产品生产时点与存货结转成本时点存在时间差。

报告期各期，公司直接人工占营业成本的比例分别为 10.30%、10.44%、10.26%和 11.37%，占比较为稳定。公司结合当年水果产季的用工情况、外购水果类半成品的数量情况、水果罐头的产销量情况，根据实际生产需求采购生产劳务外包服务，生产劳务外

包支出与自有生产人员工资比例略有波动。

6、制造费用情况

报告期内，公司各期制造费用主要为燃动费、折旧，明细情况具体如下：

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
燃动费	1,589.01	36.95%	4,138.04	39.29%	3,756.19	40.92%	2,909.95	40.49%
折旧	1,447.80	33.66%	3,183.84	30.23%	2,110.06	22.99%	1,388.87	19.33%
污水处理费	390.00	9.07%	892.56	8.48%	863.72	9.41%	740.00	10.30%
职工薪酬	211.67	4.92%	512.97	4.87%	709.58	7.73%	405.23	5.64%
其他	662.51	15.40%	1,803.33	17.12%	1,738.92	18.95%	1,742.63	24.25%
合计	**4,300.99**	**100.00%**	**10,530.74**	**100.00%**	**9,178.47**	**100.00%**	**7,186.68**	**100.00%**

2018 年，公司 PET 生产线投产转固，折旧费用大幅增长；此外，公司增加车间生产平台组织架构及管理人员，导致职工薪酬占比增加。2019 年，PET 生产线折旧费用进一步增加，折旧费用占比提高。

7、营业成本的核算及结转情况

（1）营业成本的核算及结转

发行人在确认营业收入的同时结转营业成本；发行人与产品生产相关的成本包括：直接材料、直接人工、制造费用，其中制造费用包括：折旧费、水电气能源费用、生产管理人员工资、污水处理费等；发行人发生的其他与产品生产不相关的费用，包括产品销售、售后服务或者管理职能等目的支出，计入期间费用。

（2）主营业务成本与采购、存货的勾稽关系

主营业务成本由库存商品及其他项目结转，报告期内发行人主营业务成本的结转情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
主营业务成本	**36,271.30**	**89,806.75**	**91,734.14**	**80,787.02**
其中：库存商品结转	37,099.50	91,200.75	93,599.40	82,136.73

其他结转	-828.21	-1,394.00	-1,865.26	-1,349.70

注：其他结转包括季节性停产损失、农产品核定扣除税金、转销存货跌价等。

报告期内，各期库存商品的增减变动情况，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
期初余额	16,325.69	21,920.44	23,154.79	18,607.39
本期增加	24,624.85	85,823.05	92,813.75	86,770.53
本期减少	36,792.03	91,417.79	94,048.10	82,223.14
其中：销售出库	36,537.25	91,148.84	93,598.26	82,098.89
报废出库	53.03	182.15	154.17	13.11
其他出库	201.75	86.80	295.67	111.14
期末余额	4,158.51	16,325.69	21,920.44	23,154.79

注：主营业务成本库存商品结转=本期销售出库+发出商品期初余额本期确认成本-发出商品期末本期未确认成本

具体的勾稽关系为：主营业务成本库存商品结转=本期销售出库+发出商品期初余额本期确认成本-发出商品期末本期未确认成本，计算过程如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
库存商品销售出库	36,537.25	91,148.84	93,598.26	82,098.89
加：发出商品期初余额	1,506.87	1,558.79	1,559.93	1,597.76
减：发出商品期末余额	944.62	1,506.87	1,558.79	1,559.93
等于：库存商品结转成本	37,099.50	91,200.75	93,599.40	82,136.73

库存商品中包含产成品、半成品、促销品，发行人在确认销售收入的同时按配比性原则将相应的发出商品结转营业成本。

（3）成本核算的过程和关键环节

发行人的生产成本由直接材料、直接人工和制造费用构成。

其中①原材料按实际成本核算，材料发出按加权平均法计价。生产部门按经批准的生产计划组织生产和领用材料，原材料领用时按成本中心（产品种类）归集，月末按照入库产品标准材料耗用比例分配材料成本。②制造费用按成本中心归集，月末以入库产品净重比例分配。③人工成本按照成本中心归集，月末以产品耗用工时为依据按比例分配。产品完工并验收入库后由生产成本结转库存商品。

产品发出时，按照加权计价法确认发出商品的入账成本，确认销售收入的同时按配比性原则将相应的发出商品结转营业成本。

报告期内，公司建立了良好的财务内控制度，并严格按照相关内控程序执行。公司将与生产产品相关的成本计入生产成本，其他成本计入期间费用，发行人在确认营业收入的同时结转营业成本，收入和成本的计算依据充分，符合《企业会计准则》的相关规定。

综上，公司成本核算、成本结转的会计处理方法符合《企业会计准则》的相关规定，成本核算规范、准确。

8、报告期内其他业务成本构成及波动情况

报告期内其他业务成本构成及波动情况如下：

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
销售水电	79.64	98.64%	167.90	99.34%	289.70	88.37%	243.64	50.13%
销售材料	-	-	-	-	-	-100.00%	214.45	44.13%
出租成本	0.32	0.40%	1.11	0.66%	1.82	0.55%	0.88	0.18%
其他	0.78	0.96%	-	-	36.30	11.07%	26.99	5.55%
合计	**80.74**	**100.00%**	**169.01**	**100.00%**	**327.82**	**100.00%**	**485.97**	**100.00%**

2018 年其他业务成本为 327.82 万元，较 2017 年下降 32.54%，主要为销售材料较少所致；2019 年其他业务成本为 169.01 万元，较 2018 年下降 48.44%，主要为销售水电下降所致。2018 年公司 PET 生产线投产后水电耗用量增加减少外销水电用量。

（三）毛利及毛利率变动分析

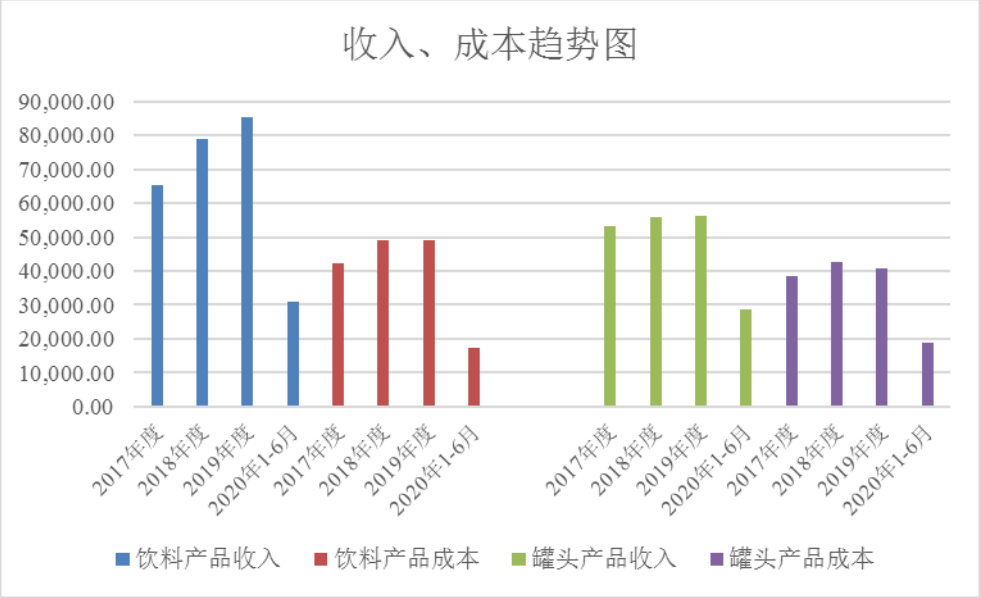
1、营业收入和营业成本的波动趋势

（1）分产品营业收入和营业成本的趋势情况

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
饮料产品	营业收入	30,890.94	85,470.59	78,929.02	65,399.84
	营业成本	17,236.20	49,089.20	49,225.27	42,270.63
罐头产品	营业收入	28,720.88	56,264.75	55,701.36	53,119.56

	营业成本	19,035.10	40,717.55	42,508.88	38,516.39
总计	**营业收入**	59,611.82	141,735.34	134,630.38	118,519.40
	营业成本	36,271.30	89,806.75	91,734.15	80,787.02

具体产品收入、成本趋势图，具体如下：



报告期内，饮料产品收入分别为 65,399.84 万元、78,929.02 万元、85,470.59 万元、30,890.94 万元，同期变动趋势分别为 20.69%、8.29%、-22.79%；饮料产品成本分别为 42,270.63 万元、49,225.27 万元、49,089.20 万元、17,236.20 万元，同期变动趋势分别为 16.45%、-0.28%、-26.08%。饮料产品 2019 年度收入同比增加 8.29%但成本下降 0.28%，波动趋势不一致的原因主要为 2019 年椰子汁、乳酸菌产品直接材料成本下降所致。

2019 年，生榨椰肉汁、白砂糖等原材料采购价格较上年同期下降；部分椰子汁产品（如 1.25L 椰子汁、500mL 椰子汁）包装瓶由原有的 PE 瓶替换为 PET 瓶，虽然 PET 生产线转固导致制造费用上升，但饮料产品上述原材料、包装材料采购价格下降导致饮料产品的直接材料成本较同期下降。

报告期内，罐头产品收入分别为 53,119.56 万元、55,701.36 万元、56,264.75 万元、28,720.88 万元，同期变动趋势分别为 4.86%、1.01%、-3.97%；饮料产品成本分别为 38,516.39 万元、42,508.88 万元、40,717.55 万元、19,035.10 万元，同期变动趋势分别为 10.37%、-4.21%、-15.31%。2019 年度收入增加 1.01%但成本下降 4.21%，主要系橘子罐头 2019 年生产使用的 2018 年 11 月至 2019 年 1 月产季的橘子鲜果采购价格从上一产

季的 1.98 元/公斤下降至 1.20 元/公斤，原材料成本下降，且橘子剥皮机的使用减少了人工成本。

（2）同行业公司情况

报告期内，同行业可比公司的收入、成本波动趋势情况，具体如下：

单位：万元

项目	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
养元饮品	营业收入	178,357.31	745,929.07	814,424.39	774,058.40
	营业成本	87,190.60	351,822.95	407,501.39	403,652.03
承德露露	营业收入	99,688.20	225,539.41	212,196.66	211,187.33
	营业成本	45,606.69	106,870.66	104,490.81	111,396.53
林家铺子	营业收入	29,632.83	45,251.94	24,715.94	19,445.97
	营业成本	22,248.90	34,544.69	19,807.06	15,628.10
凯欣股份	营业收入	15,155.30	27,883.84	20,517.18	22,832.12
	营业成本	12,683.43	22,150.30	16,275.98	18,487.47
公司	**营业收入**	59,611.82	141,735.34	134,630.38	118,519.40
	营业成本	36,271.30	89,806.75	91,734.15	80,787.02

报告期内，养元饮品、林家铺子、凯欣股份的收入与成本的波动趋势一致；承德露露 2018 年收入增加但成本下降，收入与成本的波动趋势不完全一致。

报告期内，公司营业收入和营业成本的变动趋势与同行业可比公司不存在显著差异。

2、主营业务毛利产品构成分析

报告期内，公司主营业务毛利分产品构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
饮料产品	**13,654.74**	**58.50%**	**36,381.39**	**70.06%**	**29,703.75**	**69.25%**	**23,129.21**	**61.30%**
椰子汁	10,187.85	43.65%	28,382.12	54.66%	24,392.06	56.86%	19,164.00	50.79%
果汁饮料	1,035.09	4.43%	3,135.73	6.04%	3,790.55	8.84%	3,711.32	9.84%
乳酸菌饮料	2,410.06	10.33%	4,206.92	8.10%	1,254.47	2.92%	46.54	0.12%
其他饮料	21.73	0.09%	656.62	1.26%	266.67	0.62%	207.34	0.55%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
罐头产品	**9,685.79**	**41.50%**	**15,547.19**	**29.94%**	**13,192.48**	**30.75%**	**14,603.17**	**38.70%**
水果罐头	9,536.92	40.86%	14,967.74	28.82%	13,051.79	30.43%	14,310.94	37.93%
——橘子罐头	2,432.50	10.42%	5,097.10	9.82%	3,416.94	7.97%	4,954.27	13.13%
——黄桃罐头	4,062.54	17.41%	4,796.37	9.24%	4,306.22	10.04%	4,480.81	11.88%
——其他水果罐头	3,041.89	13.03%	5,074.27	9.77%	5,328.61	12.42%	4,875.85	12.92%
其他罐头	148.87	0.64%	579.45	1.12%	140.69	0.33%	292.23	0.77%
合计	**23,340.52**	**100.00%**	**51,928.58**	**100.00%**	**42,896.23**	**100.00%**	**37,732.37**	**100.00%**

2017 年至 2019 年，随着饮料产品的销售收入占比逐年提升，其贡献的毛利占毛利总额的比例也逐年提升。2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，饮料产品在餐饮渠道的销售情况下降，故饮料产品的毛利比例下降。

3、毛利率分析

（1）综合毛利率及主营业务毛利率变动分析

报告期内，公司毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
主营业务毛利率	39.15%	36.64%	31.86%	31.84%
综合毛利率	39.21%	36.82%	32.05%	31.97%
其中：饮料产品毛利率	44.20%	42.57%	37.63%	35.37%
罐头产品毛利率	33.72%	27.63%	23.68%	27.49%

报告期内发行人综合毛利率呈逐步上升趋势，主要原因如下：

①报告期内公司产品的销售结构调整，毛利率较高的饮料产品销售占比提升

2017 年至 2019 年，公司产品销售结构发生了调整，饮料类产品收入占比从 2017 年的 55.18%上升至 2019 年的 60.30%，而罐头类产品收入占比从 2017 年的 44.82%下降至 2019 年的 39.70%。由于饮料产品的毛利率显著高于罐头产品且在报告期内呈逐年上升趋势，拉动了 2017 年至 2019 年主营业务毛利率的提升。2020 年 1-6 月，虽然公司饮料产品销售占比下降，但饮料产品的毛利率稳中有升，同时罐头产品毛利率提高，导致公司主营业务毛利率进一步提升。

②受生榨椰肉汁、白砂糖、黄桃鲜果等原材料采购价格下降影响，产品单位成本下降

2017 年至 2019 年，公司主要原材料生榨椰肉汁、白砂糖等的采购价格呈下降趋势。报告期内，公司椰子汁饮料的主要原材料生榨椰肉汁的采购均价分别为 13.26 元/公斤、9.21 元/公斤、7.92 元/公斤、11.43 元/公斤，采购价格 2017 年至 2019 年逐年下降，2020 年有所回升；白砂糖的采购均价分别为 5.84 元/公斤、5.02 元/公斤、5.02 元/公斤、5.18 元/公斤，2018 年和 2019 年处于较低位。

2020 年 1-6 月，由于当期销售的黄桃罐头产品生产使用的黄桃鲜果为 2019 年丰收产季水果，当年产季黄桃采购均价仅为 1.32 元/公斤，而 2017 年和 2018 年的产季采购均价为 1.56 元/公斤和 2.14 元/公斤，故 2020 年黄桃罐头的毛利率较高。

③2019 年公司 PET 无菌冷灌生产线投入使用，包材成本下降

2019 年，随着 PET 无菌冷灌生产线投产，公司将部分饮料的包装材料由原有的 PE 瓶替换为 PET 瓶，而 PET 瓶胚的平均采购单价为 0.39 元/个，低于 PE 瓶的平均采购单价 0.68 元/个，直接材料成本降低，导致毛利率上升。

对发行人报告期内主营业务毛利率影响较大的产品为：①2018 年主营业务毛利增长 0.02 个百分点，其中椰子汁产品的毛利率和销售占比变化导致毛利率增加 5.24 个百分点，橘子罐头和黄桃罐头的毛利率和销售占比变化分别导致毛利率减少 2.50 和 0.83 个百分点；②2019 年主营业务毛利率增长 4.78 个百分点，其中乳酸菌、椰子汁的毛利率和销售占比变化分别导致毛利率增加 2.42 和 1.27 个百分点；③2020 年 1-6 月主营业务毛利率增长 2.51 个百分点，其中黄桃罐头和乳酸菌的毛利率和销售占比变化分别导致毛利率增加 4.37 和 1.35 个百分点，椰子汁的毛利率和销售收入占比导致毛利率减少 5.04 个百分点。详见下文对饮料类和罐头类产品毛利率的具体分析。

公司毛利率主要与产品结构、销售市场情况、原材料价格、包装材料价格等因素相关，在前述因素较为稳定的情况下，预计未来公司毛利率走势较为平稳，符合行业的基本情况。

（2）主营业务分产品毛利率分析

公司主营业务分产品类型的毛利率情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
饮料产品	**44.20%**	**1.64%**	**42.57%**	**4.93%**	**37.63%**	**2.27%**	**35.37%**
椰子汁	46.04%	0.05%	45.98%	4.02%	41.97%	5.31%	36.66%
果汁饮料	33.26%	3.77%	29.49%	2.63%	26.86%	-3.69%	30.55%
乳酸菌饮料	43.15%	4.73%	38.41%	14.82%	23.60%	10.21%	13.39%
其他饮料	34.64%	4.26%	30.38%	10.99%	19.38%	-13.85%	33.23%
罐头产品	**33.72%**	**6.09%**	**27.63%**	**3.95%**	**23.68%**	**-3.81%**	**27.49%**
水果罐头	34.82%	5.39%	29.44%	4.97%	24.47%	-3.93%	28.39%
——橘子罐头	32.99%	1.86%	31.12%	10.15%	20.97%	-10.82%	31.80%
——黄桃罐头	41.99%	10.17%	31.82%	3.24%	28.58%	-2.58%	31.16%
——其他水果罐头	29.43%	3.26%	26.17%	1.93%	24.24%	0.38%	23.85%
其他罐头	11.15%	0.46%	10.69%	4.72%	5.97%	-4.77%	10.75%
主营业务毛利率	**39.15%**	**2.52%**	**36.64%**	**4.78%**	**31.86%**	**0.03%**	**31.84%**

2017 年至 2019 年，公司产品销售结构发生了调整，饮料类产品收入占比从 2017 年的 55.18%上升至 2019 年的 60.30%，而罐头类产品收入占比从 2017 年的 44.82%下降至 2019 年的 39.70%。由于饮料产品的毛利率显著高于罐头产品且在报告期内呈逐年上升趋势，拉动了 2017 年至 2019 年主营业务毛利率的提升。2020 年 1-6 月，虽然公司饮料产品销售占比下降，但饮料产品的毛利率稳中有升，同时罐头产品销售占比提升且毛利率提高，导致公司主营业务毛利率进一步提升。

就饮料及罐头两类产品而言，其毛利率变动具体分析如下：

①饮料类产品：报告期内毛利率逐年上升

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	毛利率	饮料销售收入占比	毛利率贡献	毛利率	饮料销售收入占比	毛利率贡献
椰子汁	46.04%	71.64%	32.98%	45.98%	72.22%	33.21%
果汁饮料	33.26%	10.08%	3.35%	29.49%	12.44%	3.67%
乳酸菌饮料	43.15%	18.08%	7.80%	38.41%	12.81%	4.92%
其他饮料	34.64%	0.20%	0.07%	30.38%	2.53%	0.77%
饮料产品	44.20%	100.00%	44.20%	42.57%	100.00%	42.57%
项目	**2018 年度**			**2017 年度**		

	毛利率	饮料销售收入占比	毛利率贡献	毛利率	饮料销售收入占比	毛利率贡献
椰子汁	41.97%	73.64%	30.91%	36.66%	79.94%	29.31%
果汁饮料	26.86%	17.88%	4.80%	30.55%	18.57%	5.67%
乳酸菌饮料	23.60%	6.74%	1.59%	13.39%	0.53%	0.07%
其他饮料	19.38%	1.74%	0.34%	33.23%	0.95%	0.32%
饮料产品	37.63%	100.00%	37.63%	35.37%	100.00%	35.37%

注：毛利率贡献=单品类产品毛利率*其收入占比

报告期内，公司的饮料产品毛利率分别为 35.37%、37.63%、42.57%和 44.20%，呈逐年上升趋势，主要原因为：①乳酸菌饮料毛利率从 13.39%提升至 43.15%，同时该产品在饮料类产品销售占比从 0.53%提升至 18.08%；②饮料类销售收入占比最高的椰子汁毛利率呈上升趋势，从 2017 年的 36.66%上升至 2020 年 1-6 月的 46.04%。

2018 年饮料产品的毛利率较 2017 年增加 2.27 个百分点，主要原因为：①乳酸菌饮料为公司 2017 年新推出的产品，由于该产品市场反响较好，公司将其作为 2018 年主推产品，其在饮料产品中的销售占比从 0.53%上升至 6.74%；此外，2018 年公司将乳酸菌产品由外购产成品转为自主生产，成本降低，使得毛利率从 13.39%提升至 23.60%。乳酸菌饮料毛利率提升及销售占比的提升使饮料类产品的毛利率提升了 1.52 个百分点；②此外，虽然椰子汁的销售占比略有下降，但是由于原材料价格下降，椰子汁的毛利率提升至 41.97%，该种变化导致饮料类毛利率提升了 1.60 个百分点。

2019 年饮料产品的毛利率较 2018 年增加 4.93 个百分点，主要是由于乳酸菌饮料及椰子汁毛利率提升：①2019 年，乳酸菌饮料毛利率上升，主要原因是乳酸菌饮料新增 350ml 及 1.25L 规格，产品线日益完善，产销量增加导致规模效应；同时，PET 线投入使用，乳酸菌饮料生产成本降低；此外，该产品推出初期促销力度较大，随着产品逐步实现正常销售，价格逐步回归正常。乳酸菌饮料毛利率提升及销售占比提高使得饮料类产品毛利率提升了 3.33 个百分点。②同时，由于椰子汁将原有的 PE 包材替换成了采购单价较低的 PET 包材，以及生榨椰肉汁采购成本进一步下降，使得公司椰子汁产品的毛利率上升至 45.98%，该种变化导致饮料类毛利率提升了 2.30 个百分点。

2020 年 1-6 月饮料产品的毛利率较 2019 年增加 1.64 个百分点，主要是由于乳酸菌产品销售占比由 2019 年的 12.81%提升至 18.08%及毛利率进一步提升至 43.15%所致，该种变化使得饮料类毛利率提升了 2.88 个百分点。

从销售单价、单位成本的角度进行分析，具体情况如下：

单位：元/吨

饮料类产品	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度
	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额
销售单价	5,231.06	2.53%	1.42%	5,101.79	3.48%	2.10%	4,930.24	1.78%	1.13%	4,844.21
单位成本	2,918.77	-0.39%	0.22%	2,930.16	-4.70%	2.84%	3,074.82	-1.79%	1.14%	3,131.02
毛利率			44.20%			42.57%			37.63%	35.37%
毛利率变动百分点			**1.63%**			**4.94%**			**2.26%**	**-**

注：以上分析方法采用因素替代分析法，下同

报告期内，公司饮料类产品的销售单价逐年提高，而单位成本逐年降低，导致公司的饮料产品毛利率呈逐年上升趋势。公司饮料类产品主要为椰子汁、果汁饮料和乳酸菌饮料，该等细分品类的毛利率分析情况如下：

A、椰子汁毛利率变动分析

报告期内，公司椰子汁产品的毛利率及其变动、销售单价、单位成本及其影响毛利率变动的情况如下表所示：

单位：元/吨

椰子汁	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度
	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额
销售单价	5,333.56	0.30%	0.16%	5,317.57	0.64%	0.37%	5,283.69	2.29%	1.42%	5,165.37
单位成本	2,878.17	0.20%	-0.11%	2,872.42	-6.32%	3.65%	3,066.36	-6.28%	3.89%	3,271.94
毛利率			46.04%			45.98%			41.97%	36.66%
毛利率变动百分点			**0.06%**			**4.01%**			**5.31%**	**-**

由上表所示，报告期内公司椰子汁产品的毛利率分别为 36.66%、41.97%、45.98%和 46.04%，逐年上升。

市面上椰子汁产品种类多样，市场竞争较为激烈，公司参考主要竞争对手（如：椰树等）的价格进行定价，报告期内，公司椰子汁产品的销售单价较为平稳。

2017 年至 2019 年，椰子汁毛利率逐年上升主要由于单位成本降低所致，2018 年单位成本降低主要由于：①椰子汁的主要原材料为生榨椰肉汁、白砂糖等，2018 年生榨椰肉汁市场价格下降，采购单价（不含少量冰冻生榨椰肉汁）由 13.32 元/千克降至 9.20

元/千克；②同时白砂糖市场价格下降，单位价格从 2017 年的 5.84 元/千克下降为 5.02 元/千克。2019 年椰子汁单位成本进一步降低，主要由于：①生榨椰肉汁市场价格进一步下降，公司的采购价格下降至 7.92 元/千克；②随着 PET 无菌冷灌生产线投产，公司将部分椰子汁（如 1.25L 蓝彩椰子汁、500mL 蓝彩椰子汁）包装材料由原有的 PE 瓶替换为 PET 瓶，而 PET 瓶胚的平均采购单价为 0.39 元/个，低于 PE 瓶的平均采购单价 0.68 元/个，直接材料成本降低。

2020 年 1-6 月，椰子汁毛利率较 2019 年略有提升，但基本稳定。虽然受椰子水果市场行情影响生榨椰肉汁 2020 年的采购价格较 2019 年有较大幅度提高，从 7.92 元/公斤上升到 11.43 元/公斤，但是 2020 年上半年塑料市场价格下降，PET 及 PE 瓶采购价格下降，使得整体椰子汁单位成本变动不大。

B、果汁饮料毛利率变动分析

报告期内，公司果汁饮料产品的毛利率及其变动、销售单价、单位成本及其影响毛利率变动的情况如下表所示：

单位：元/吨

果汁	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度
	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额
销售单价	3,677.89	-3.32%	-2.42%	3,804.15	-0.99%	-0.73%	3,842.00	2.04%	1.39%	3,765.26
单位成本	2,454.79	-8.48%	6.19%	2,682.34	-4.55%	3.36%	2,810.10	7.46%	-5.08%	2,614.94
毛利率			33.26%			29.49%			26.86%	30.55%
毛利率变动百分点			**3.77%**			**2.63%**			**-3.69%**	**-**

由上表所示，报告期内公司果汁产品的毛利率分别为 30.55%、26.86%、29.49%和 33.26%。

我国的果汁市场成熟，市场参与者众多，竞争激烈，公司参考主要竞争对手的价格进行定价，单位销售价格对毛利率的影响有限。2020 年 1-6 月，果汁饮料的销售单价下降主要系受疫情影响，公司以低于成本的价格处理了芒果汁饮料（PET 瓶型）、菠萝爽果粒果味饮品等滞销产品。

报告期内，公司果汁产品的毛利率变动主要受单位成本变动所影响。2018 年单位成本增加主要由于：①果汁主要玻璃瓶用材为大口玻璃瓶，2017 年其采购单价为 0.95

元/个，2018 年上涨至 1.26 元/个；②部分果汁生产线技改完成后折旧费增加以及当年水费及电费单价上升使得单位制造费用上升。2019 年单位成本降低，主要原因为食品添加剂的平均采购价格从 2018 年的 38.03 元/千克降低至 2019 年的 37.10 元/千克，包材的采购成本降低使得直接材料成本降低（如：饮料瓶的平均采购单价从 2018 年的 0.55 元/个下降至 2019 年的 0.39 元/个，饮料纸箱的平均采购单价从 2018 年的 1.60 元/个下降至 2019 年的 1.42 元/个）。2020 年 1-6 月单位成本进一步降低系直接材料成本降低所致，这是由于塑料、纸箱的市场价格下降使得包材的采购成本下降，如饮料瓶的平均采购单价继续下降至 0.25 元/个，饮料纸箱的平均采购单价继续下降至 1.34 元/个。

C、乳酸菌饮料毛利率变动分析

报告期内，公司乳酸菌饮料产品的毛利率及其变动、销售单价、单位成本及其影响毛利率变动的情况如下表所示：

单位：元/吨

乳酸菌	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度
	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额
销售单价	6,267.00	2.86%	1.71%	6,092.69	2.83%	2.10%	5,925.22	6.04%	4.93%	5,587.77
单位成本	3,563.01	-5.04%	3.02%	3,752.28	-17.11%	12.72%	4,527.02	-6.46%	5.28%	4,839.60
毛利率			43.15%			38.41%			23.60%	13.39%
毛利率变动百分点			**4.74%**			**14.81%**			**10.21%**	-

对于乳酸菌饮料而言，2017 年公司未实现自产，该类产品均为委外贴牌生产；2018 年 11 月底公司将乳酸菌产品列为主推产品之一，转为自产。

由上表所示，报告期内公司乳酸菌产品的毛利率分别为 13.39%、23.60%、38.41%和 43.15%，逐年上升。毛利率上升主要由于生产及销售策略变化而导致单位销售价格上升及单位成本下降，具体分析如下：

2018 年乳酸菌饮料产品毛利率相较于 2017 年大幅上升，主要由于①2017 年公司新推出乳酸菌饮料产品，乳酸菌相关产品均通过外购产成品贴牌后进行销售，为提高经销商销售乳酸菌的积极性，乳酸菌产品以较低的价格销售，当年销售金额较小，仅为 347.60 万元，毛利率也较低；2018 年，乳酸菌产品在经过一定时间的市场投放后取得较好的市场反响，销售收入增长，产品的促销力度随之有所减弱。②2018 年 11 月底武汉欢乐家的 PET 无菌冷灌生产线投入使用后，公司开始自主生产乳酸菌产品，同时产量提高

带来规模效应，使得毛利率提高。

2019 年乳酸菌饮料毛利率较 2018 年进一步上升。单位销售价格上升是由于：①公司乳酸菌饮料产品经过前两年的市场推广，逐步得到市场认可，2019 年公司该类产品逐步回归正常的价格；②公司新增开发生产 350ml 及 1.25L 品类的乳酸菌饮料产品，该两类产品均在 PET 无菌冷灌生产线上进行，生产工艺为无菌冷灌，相较于原有品类产品的灌装后热杀菌工艺，生产的产品品质更优，定价较高。单位成本下降是由于：①2018 年 11 月底武汉欢乐家的 PET 无菌冷灌生产线投入使用后，该年度仅生产乳酸菌产品，导致 2018 年 PET 无菌线相关设备折旧全部计入乳酸菌产品的制造费用中，而自 2019 年开始 PET 无菌线开始生产多种饮料产品，各类产品分担了生产设备的折旧费，单位制造费用下降；②2019 年公司新增了 350ml 及 1.25L 品类，乳酸菌饮料产品线日益完善，经销商及市场对产品的认可度高，乳酸菌产品销量从 2018 年 8,972.00 吨提升至 2019 年的 17,975.18 吨，产量从 2018 年的 6,479.82 吨提升至 2019 年的 15,927.75 吨，产销量增加导致规模效应，导致单位制造费用下降。

2020 年 1-6 月乳酸菌饮料毛利率较 2019 年进一步上升。单位销售价格上升是由于受疫情影响经销商的市场推广活动减少，申请的批文补贴减少。单位成本下降是由于包材（如：PET 瓶胚、铝箔金、膜等）、应用于乳酸菌饮料的食品添加剂（如：复配增稠稳定剂等）的采购价格下降导致直接材料成本降低。

②罐头类产品：报告期内毛利率呈现小幅波动

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	毛利率	罐头销售收入占比	毛利率贡献	毛利率	罐头销售收入占比	毛利率贡献
水果罐头	34.82%	95.35%	33.20%	29.44%	90.37%	26.60%
——橘子罐头	32.99%	25.68%	8.47%	31.12%	29.11%	9.06%
——黄桃罐头	41.99%	33.69%	14.15%	31.82%	26.79%	8.52%
——其他水果罐头	29.43%	35.99%	10.59%	26.17%	34.47%	9.02%
其他罐头	11.15%	4.65%	0.52%	10.69%	9.63%	1.03%
罐头产品	**33.72%**	**100.00%**	**33.72%**	**27.63%**	**100.00%**	**27.63%**
项目	2018 年度			2017 年度		
	毛利率	罐头销售收入占比	毛利率贡献	毛利率	罐头销售收入占比	毛利率贡献
水果罐头	24.47%	95.77%	23.43%	28.39%	94.88%	26.94%

——橘子罐头	20.97%	29.25%	6.13%	31.80%	29.33%	9.33%
——黄桃罐头	28.58%	27.05%	7.73%	31.16%	27.07%	8.44%
——其他水果罐头	24.24%	39.47%	9.57%	23.85%	38.48%	9.18%
其他罐头	5.97%	4.23%	0.25%	10.75%	5.12%	0.55%
罐头产品	**23.68%**	**100.00%**	**23.68%**	**27.49%**	**100.00%**	**27.49%**

注：毛利率贡献=单品类产品毛利率*其收入占比

报告期内，公司的罐头产品毛利率分别为 27.49%、23.68%、27.63%和 33.72%。

2018 年罐头产品毛利率较 2017 年下降了 3.81 个百分点，主要系橘子鲜果采购成本大幅上涨以及生产工人薪酬提升，使得橘子罐头的毛利率下降了 10.82 个百分点，该情况拉低罐头类产品毛利率 3.19 个百分点。

2019 年罐头产品毛利率较 2018 年上升了 3.95 个百分点，主要由于 2019 年销售的橘子罐头生产采用的橘子鲜果采购价格较上一产季下浮明显，同时白砂糖的采购单价下降，橘子剥皮机的使用减少了人工成本，橘子罐头的毛利率提升了 10.15 个百分点，导致罐头产品整体毛利率上升了 2.92 个百分点。

2020 年 1-6 月罐头产品毛利率较 2019 年上升了 6.09 个百分点，主要由于 2020 年上半年销售的黄桃罐头生产采用的黄桃鲜果为 2019 年产季的黄桃，该产季黄桃丰收，采购价格低，2020 年上半年黄桃罐头的毛利率较上一年度提升了 10.17 个百分点，导致罐头产品整体毛利率提升了 5.62 个百分点。

其他罐头包括八宝粥、鱼类罐头及蛋类罐头。报告期内，其他罐头的销售收入分别为 2,719.64 万元、2,356.57 万元、5,418.32 万元和 1,334.64 万元，占主营业务收入比例分别为 2.29%、1.75%、3.82%和 2.24%，占比较小。其他罐头毛利率 2018 年较 2017 年下滑，主要系蛋类罐头 2018 年由委外生产转为自主生产所致，由于公司自主生产蛋类罐头产品产量较小，单位生产成本较大，导致毛利率降低。考虑到蛋类罐头自主生产不经济且 2018 年底湛江老厂关闭，2019 年公司的蛋类罐头依旧采用委外生产，蛋类罐头毛利率回升。同时，2019 年新推出八宝粥产品，其毛利率为 11.80%，这也使得 2019 年其他罐头整体的毛利率有所提升。2020 年 1-6 月其他罐头的毛利率较 2019 年基本稳定。

从销售单价、单位成本的角度进行分析，具体情况如下：

单位：元/吨

饮料类产品	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度
	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额
销售单价	8,492.12	5.79%	3.96%	8,027.32	-2.27%	-1.77%	8,214.00	2.93%	2.07%	7,980.07
单位成本	5,628.25	-3.11%	2.13%	5,809.19	-7.33%	5.72%	6,268.57	8.34%	-5.87%	5,786.26
毛利率			33.72%			27.63%			23.68%	27.49%
毛利率变动百分点			**6.09%**			**3.95%**			**-3.81%**	**-**

报告期内，公司罐头类产品的销售单价和单位成本呈现波动，导致毛利率呈现波动趋势。公司罐头类产品主要为橘子罐头、黄桃罐头，该等细分品类的毛利率分析情况如下：

A、橘子罐头毛利率变动分析

报告期内，公司橘子罐头产品的毛利率及其变动、销售单价、单位成本及其影响毛利率变动的情况如下表所示：

单位：元/吨

橘子罐头	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度
	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额
销售单价	9,060.81	2.73%	1.83%	8,819.74	3.94%	2.99%	8,485.72	4.36%	2.85%	8,131.38
单位成本	6,071.97	-0.05%	0.03%	6,074.85	-9.41%	7.16%	6,706.09	20.92%	-13.67%	5,545.90
毛利率			32.99%			31.12%			20.97%	31.80%
毛利率变动百分点			**1.87%**			**10.15%**			**-10.83%**	**-**

报告期内公司橘子罐头产品的毛利率分别为 31.80%、20.97%、31.12%和 32.99%，呈现波动趋势。2020 年 1-6 月的毛利率较 2019 年的变动较小。

对于罐头类产品，公司的销售定价策略一方面考虑生产时鲜果的采购价格，另一方面由于市场上罐头产品种类较多，参与者竞争充分，故公司也会参考同类竞品的价格。报告期内，橘子罐头的销售单价略有提升主要系公司提高了部分规格产品（如 256g*10 规格的橘子罐头）的出厂价格所致。

2017 年至 2019 年，橘子罐头毛利率波动主要受单位成本波动影响。2018 年产品单位成本较上一年度上升主要由于：橘子鲜果的产季为每年的 11 月至次年的 1 月，2018

年销售的大部分橘子罐头生产采用的橘子鲜果为 2017 年 11 月至 2018 年 1 月产季的橘子鲜果，由于当年产季雨水天气较多，橘子欠收，该产季的采购单价为 1.98 元/公斤，相较于上一产季的采购单价 1.33 元/公斤增幅较大，故导致产品单位直接材料成本上升。2019 年产品单位成本下降，主要原因为①2018 年 11 月至 2019 年 1 月产季的橘子鲜果采购价格为 1.20 元/公斤，原材料成本下降；②橘子剥皮机的投入使用减少了人工成本。

B、黄桃罐头毛利率变动分析

报告期内，公司黄桃罐头产品的毛利率及其变动、销售单价、单位成本及其影响毛利率变动的情况如下表所示：

单位：元/吨

黄桃罐头	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度
	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额	变动情况	对毛利率的影响	金额
销售单价	8,454.61	5.57%	3.60%	8,008.69	4.63%	3.16%	7,654.49	4.66%	3.06%	7,313.91
单位成本	4,904.88	-10.18%	6.57%	5,460.67	-0.11%	0.08%	5,466.81	8.59%	-5.65%	5,034.57
毛利率			41.99%			31.82%			28.58%	31.16%
毛利率变动百分点			**10.17%**			**3.24%**			**-2.58%**	-

报告期内公司黄桃罐头产品的毛利率分别为 31.16%、28.58%、31.82%和 41.99%，呈波动趋势。报告期内，黄桃罐头产品的毛利率变动受单位销售价格及单位成本共同影响所致。

单位销售价格逐年上升，主要原因为公司的销售定价策略主要考虑鲜果的采购价格及竞品价格，由于公司罐头产品在市场上有较高的市场占有率及客户粘性，公司在报告期内提高了黄桃罐头的出厂价格。此外，2020 年 1-6 月受疫情影响经销商的市场推广活动减少，其申请的批文补贴减少，导致黄桃罐头单位销售价格上升。

2018 年单位成本较上一年度上升，主要由于黄桃产季为每年的 7 月至 9 月，2018 年产季受冰雹等自然天气影响，黄桃欠产，2018 年鲜果的平均采购单价从上一年度的 1.56 元/公斤上升到 2.14 元/公斤，导致单位直接材料成本上升。2020 年 1-6 月单位成本下降主要由于 2020 年上半年销售的黄桃鲜果为 2019 年 7 月至 9 月产季的鲜果，2019 年产季为丰收产季，采购价格仅为 1.32 元/公斤，采购价格低导致直接材料成本下降。

C、其他水果罐头毛利率分析

a、其他水果罐头构成情况

报告期内，发行人其他水果罐头具体构成及详细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月					2019 年度				
	销售收入	销售占比	单位价格	单位成本	毛利率	销售收入	销售占比	单位价格	单位成本	毛利率
雪梨罐头	2,164.60	20.94%	0.86	0.57	34.28%	3,531.14	18.21%	0.83	0.63	24.91%
杨梅罐头	1,789.92	17.32%	0.80	0.55	31.02%	3,748.81	19.33%	0.78	0.55	29.62%
什锦罐头	1,752.07	16.95%	0.83	0.58	30.02%	3,054.40	15.75%	0.81	0.58	28.22%
山楂罐头	718.42	6.95%	0.83	0.57	31.53%	1,292.64	6.67%	0.79	0.53	32.59%
葡萄罐头	701.09	6.78%	0.85	0.68	19.69%	1,343.47	6.93%	0.82	0.68	17.42%
荔枝罐头	669.98	6.48%	1.03	0.82	20.85%	532.66	2.75%	1.24	0.96	22.30%
草莓罐头	603.29	5.84%	0.93	0.74	20.55%	979.70	5.05%	0.90	0.89	0.46%
椰果罐头	477.68	4.62%	0.89	0.49	44.68%	800.02	4.13%	0.84	0.43	48.77%
菠萝罐头	386.05	3.73%	0.90	0.80	10.55%	995.21	5.13%	0.85	0.75	12.28%
其他	1,072.93	10.38%	0.95	0.65	31.35%	3,115.17	16.06%	0.92	0.65	29.90%
总计	**10,336.03**	**100.00%**	**0.87**	**0.61**	**29.43%**	**19,393.22**	**100.00%**	**0.84**	**0.62**	**26.17%**
项目	**2018 年度**					**2017 年度**				

	销售收入	销售占比	单位价格	单位成本	毛利率	销售收入	销售占比	单位价格	单位成本	毛利率
雪梨罐头	3,625.87	16.49%	0.80	0.60	25.18%	3,876.38	18.96%	0.78	0.57	26.86%
杨梅罐头	3,377.12	15.36%	0.76	0.54	28.29%	2,890.29	14.14%	0.76	0.55	27.00%
什锦罐头	3,106.45	14.13%	0.77	0.58	24.54%	3,283.21	16.06%	0.75	0.55	26.81%
山楂罐头	1,319.01	6.00%	0.76	0.49	35.51%	1,199.49	5.87%	0.74	0.45	38.88%
葡萄罐头	1,511.65	6.88%	0.79	0.63	19.72%	1,408.82	6.89%	0.79	0.60	23.92%
荔枝罐头	2,190.86	9.97%	0.94	0.68	27.68%	1,594.82	7.80%	0.93	0.81	12.65%
草莓罐头	1,306.11	5.94%	0.82	0.78	4.75%	1,455.52	7.12%	0.79	0.72	9.56%
椰果罐头	738.39	3.36%	0.80	0.45	44.01%	810.87	3.97%	0.78	0.46	40.91%
菠萝罐头	1,053.68	4.79%	0.82	0.64	21.61%	1,137.80	5.57%	0.79	0.65	18.44%
其他	3,755.76	17.08%	0.85	0.69	18.91%	2,783.47	13.62%	0.79	0.65	17.54%
总计	**21,984.89**	**100.00%**	**0.81**	**0.61**	**24.24%**	**20,440.68**	**100.00%**	**0.78**	**0.60**	**23.85%**

注：其他主要包括占比较小的休闲罐头、组合罐头、久宝桃罐头、杏罐头、苹果罐头、枇杷罐头、桂圆珍宝罐头、龙眼罐头和芦荟罐头

报告期内，发行人“其他水果罐头”主要包括雪梨罐头、杨梅罐头、什锦罐头、山楂罐头、葡萄罐头、荔枝罐头、椰果罐头及菠萝罐头，该等水果罐头占发行人整体的其他水果罐头比例分别为 86.38%、82.92%、83.94%和 89.62%。

报告期内，发行人其他水果罐头销售占比、毛利率及毛利率变动数据如下：

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度	
	销售占比	毛利率	毛利率变动贡献	销售占比	毛利率	毛利率变动贡献	销售占比	毛利率	毛利率变动贡献	销售占比	毛利率
雪梨罐头	20.94%	34.28%	2.64%	18.21%	24.91%	0.38%	16.49%	25.18%	-0.94%	18.96%	26.86%
杨梅罐头	17.32%	31.02%	-0.35%	19.33%	29.62%	1.38%	15.36%	28.29%	0.53%	14.14%	27.00%
什锦罐头	16.95%	30.02%	0.60%	15.75%	28.22%	0.98%	14.13%	24.54%	-0.84%	16.06%	26.81%
山楂罐头	6.95%	31.53%	0.02%	6.67%	32.59%	0.04%	6.00%	35.51%	-0.15%	5.87%	38.88%
葡萄罐头	6.78%	19.69%	0.13%	6.93%	17.42%	-0.15%	6.88%	19.72%	-0.29%	6.89%	23.92%
荔枝罐头	6.48%	20.85%	0.74%	2.75%	22.30%	-2.15%	9.97%	27.68%	1.77%	7.80%	12.65%
草莓罐头	5.84%	20.55%	1.18%	5.05%	0.46%	-0.26%	5.94%	4.75%	-0.40%	7.12%	9.56%
椰果罐头	4.62%	44.68%	0.05%	4.13%	48.77%	0.53%	3.36%	44.01%	-0.14%	3.97%	40.91%
菠萝罐头	3.73%	10.55%	-0.24%	5.13%	12.28%	-0.41%	4.79%	21.61%	0.01%	5.57%	18.44%
其他	10.38%	31.35%	-1.55%	16.06%	29.90%	1.57%	17.08%	18.91%	0.84%	13.62%	17.54%
总计	**100.00%**	**29.43%**	**3.26%**	**100.00%**	**26.17%**	**1.93%**	**100.00%**	**24.24%**	**0.38%**	**100.00%**	**23.85%**

注：上表中的毛利率变动贡献=当期销售占比×当期毛利率-上期销售占比×上期毛利率

报告期内，发行人“其他水果罐头”毛利率逐年上升主要由于①其他水果罐头的销售结构调整，毛利率较高的水果罐头占比提升；②由于鲜果等原材料的采购价格变动导致单位成本下降以及销售单价调整导致单位销售价格提升，使得具体细分品类的水果罐头毛利率提升。

2018 年其他水果罐头毛利率较 2017 年增加 0.38 个百分点，略有提升。该种变化主要系 2018 年为荔枝鲜果的丰产季，其采购价格从 2017 年的 3.44 元/KG 下降至 2018 年的 1.79 元/KG，导致其单位成本从 2017 年的 0.81 万元/吨下降至 2018 年的 0.68 万元/吨，荔枝罐头的毛利率从 2017 年的 12.65%提升至 2018 年的 27.68%，同时荔枝罐头的销售占比从 2017 年的 7.80%提升至 2018 年的 9.97%，单项产品的毛利率提升以及销售占比的提高导致其他水果罐头毛利率提升 1.77 个百分点；同时销量最好的雪梨罐头销售占比由 2017 年的 18.96%下降至 16.49%，毛利率从 26.86%下降至 25.18%，该种情况使得其他水果罐头毛利率下降了 0.94 个百分点。

2019 年其他水果罐头毛利率较 2018 年增加 1.93 个百分点，主要由于杨梅罐头的销售占比从 2018 年的 15.36%提升至 2019 年的 19.33%，该种变化主要系发行人加大了对杨梅罐头的推广力度所致，同时杨梅罐头毛利率较为稳定为 28%-29%左右，高毛利率

水果罐头的销售占比提升导致整体毛利率提高。

2020 年上半年其他水果罐头毛利率较 2019 年增加 3.26 个百分点，主要由于①雪梨罐头由于鲜果采购单价下降，导致其单位成本由上一年度的 0.83 万元/吨下降至 0.57 万元/吨，从而其毛利率从 24.91%增加至 34.28%；同时其销售占比也略有上升，从 2019 年的 18.21%提升至 2020 年上半年的 20.94%，雪梨罐头毛利率的提升以及销售占比的提高使得整体其他水果罐头的毛利率提升了 2.64 个百分点；②由于当期鲜果草莓采购价格由上一年度的 8.36 元/KG 下降至 2020 年的 5.06 元/KG，其单位成本从上一年度的 0.89 万元/吨下降至 0.74 万元/吨，草莓罐头的毛利率从 2019 年的 0.46%提升至 20.55%，该种变动使得整体其他水果罐头的毛利率提升了 1.18 个百分点。

综上，发行人报告期内“其他水果罐头”毛利率逐年上升具有合理性。

b、同行业对比情况

上市公司中暂无以经营水果罐头为主业的公司。目前选取的两家新三板挂牌的罐头生产企业林家铺子、凯欣股份，除了生产水果罐头，还同时生产经营水产罐头、肉类罐头等其他种类的罐头产品。同时，鉴于新三板公司信息披露的有限性，目前林家铺子、凯欣股份并未披露报告期各期不同产品品类的毛利率情况。故目前暂无法获得同行业可比公司对于单独水果罐头的毛利率情况。

公司其他水果罐头类产品毛利率与同行业上市可比公司对比情况如下表所示：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
凯欣股份	16.31%	20.56%	20.67%	19.03%
林家铺子	24.92%	23.66%	19.86%	19.63%
平均值	20.61%	22.11%	20.27%	19.33%
欢乐家其他水果罐头产品	29.43%	26.17%	24.24%	23.85%

数据来源：wind 及相关上市公司年报、半年报，凯欣股份、林家铺子并未公开其各品类产品的毛利率，故上表列示的为其综合毛利率情况

凯欣股份主要产品为果蔬罐头及保鲜果蔬，无法具体获取水果类罐头产品的相关数据；而林家铺子水果类罐头销售占比在 80%左右，相对具有可比性。

报告期内，林家铺子各项产品收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
水果类	21,690.24	74.30%	37,570.40	83.02%	19,839.82	80.27%	15,448.26	79.44%
水产类	4,154.45	14.23%	5,116.92	11.31%	3,128.46	12.66%	2,633.50	13.54%
肉类罐头及其他	3,347.96	11.47%	2,564.62	5.67%	1,747.65	7.07%	1,364.21	7.02%
合计	29,192.66	100.00%	45,251.94	100.00%	24,715.94	100.00%	19,445.97	100.00%

数据来源：wind 及相关上市公司年报、半年报

由上表可知，林家铺子水果类罐头销售占比在 80%左右，而水产类、肉类罐头及其他占比在 20%左右。鉴于林家铺子为新三板挂牌公司，通过公开渠道获取的财务数据有限，无法获取其在报告期内的各产品毛利率情况。通过查询林家铺子的《公开转让说明书》，2015 年及 2016 年各类产品的毛利率水平如下：

项目	2016 年度	2015 年度
水果类	22.57%	25.39%

数据来源：公开转让说明书

对于水果类罐头，林家铺子的毛利率与欢乐家水果罐头产品的毛利率相差不大。同时由于水果罐头的成本受当季鲜果价格影响较大，且不同种类水果的采购价格也有所不同，故水果罐头毛利率存在一定的差异。

（3）主营业务分渠道毛利率分析

报告期内，公司主营业务分销售模式收入占主营业务收入比例及毛利率情况如下：

类别	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
经销模式	95.73%	38.82%	97.98%	36.41%	98.76%	31.75%	98.69%	31.64%
直营模式	2.72%	49.84%	1.23%	52.29%	0.78%	49.50%	0.49%	30.25%
代销模式	1.55%	41.25%	0.79%	40.56%	0.46%	26.58%	0.82%	56.76%
主营业务毛利率	**100.00%**	**39.15%**	**100.00%**	**36.64%**	**100.00%**	**31.86%**	**100.00%**	**31.84%**

①经销渠道毛利率的变动情况

报告期内，经销渠道下不同产品类型的毛利率及销售占比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

	毛利率	占经销收入比例	毛利率	占经销收入比例	毛利率	占经销收入比例	毛利率	占经销收入比例
饮料产品	**44.17%**	**53.02%**	**42.50%**	**61.09%**	**37.73%**	**58.90%**	**35.09%**	**55.07%**
椰子汁	46.00%	37.71%	45.93%	44.03%	42.13%	43.27%	36.37%	43.93%
果汁饮料	33.43%	5.42%	29.46%	7.64%	26.89%	10.60%	30.35%	10.31%
乳酸菌饮料	43.19%	9.78%	38.37%	7.87%	23.60%	4.00%	13.39%	0.30%
其他饮料	34.94%	0.11%	30.40%	1.55%	19.33%	1.03%	33.23%	0.53%
罐头产品	**32.77%**	**46.98%**	**26.84%**	**38.91%**	**23.17%**	**41.10%**	**27.41%**	**44.93%**
水果罐头	33.91%	44.65%	28.64%	35.01%	23.96%	39.34%	28.31%	42.65%
——橘子罐头	32.64%	12.56%	30.84%	11.41%	20.44%	11.99%	31.71%	13.15%
——黄桃罐头	40.97%	14.63%	30.95%	10.04%	28.32%	11.07%	31.19%	12.14%
——其他水果罐头	28.89%	17.46%	25.08%	13.55%	23.58%	16.28%	23.72%	17.36%
其他罐头	11.13%	2.33%	10.67%	3.90%	5.60%	1.76%	10.47%	2.28%
合计	**38.82%**	**100.00%**	**36.41%**	**100.00%**	**31.75%**	**100.00%**	**31.64%**	**100.00%**

报告期内，经销商渠道的毛利率较为稳定且略有上升，主要有两方面原因：①由于报告期内公司产品的销售结构调整，毛利率高的产品销售占比提升，如乳酸菌饮料占经销收入的比例从 2017 年的 0.30%上升到 2020 年 1-6 月的 9.78%，且乳酸菌饮料因在报告期内从委外加工转为自产，单位成本逐年下降，经销毛利率从 2017 年的 13.39%上升到 2020 年 1-6 月的 43.19%，并在 2018 年已超过罐头产品的平均毛利率水平；②由于原材料采购价格下降以及技术的提升，导致单位成本下降，如椰子汁的主要原材料生榨椰肉汁和白砂糖在 2017 年-2019 年期间的采购价格处于下行通道，无菌冷灌生产线投产后，椰子汁大部分产品的包装瓶从 2019 年开始使用单位成本更低的 PET 瓶胚吹制，取代了原有的 PE 瓶，单位成本下降导致椰子汁毛利率上升，椰子汁经销毛利率从 2017 年的 36.37%提升到 2020 年 1-6 月的 46.00%；黄桃罐头 2020 年 1-6 月产品生产使用的 2019 年产季黄桃鲜果价格较低，导致黄桃罐头经销毛利率从 2019 年的 30.95%上升到 2020 年的 40.97%。

由于公司经销渠道销售占比在 95%以上，经销渠道销售占比高，其毛利率变动趋势与发行人整体主营业务的毛利率变动趋势基本一致，可见下文关于公司主营业务毛利率和分品类产品毛利率的相关分析。

②直营渠道毛利率的变动情况

2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司直营模式毛利率分别为 30.25%、49.50%、52.29%和 49.84%，高于经销渠道及代销渠道的毛利率，符合正常的商业逻辑。各年度直营渠道毛利率变动分析如下：

A、2017 年直营渠道的毛利率仅为 30.25%，主要系当年通过直营渠道特价销售部分滞销产品。具体来看，2017 年公司低价销售“椰子汁植物蛋白饮料（金罐清爽）”、“椰子汁植物蛋白饮料（喜宴果肉）”等椰子汁产品，椰子汁产品销售金额占比为 27.89%，但由于特价销售，椰子汁的毛利率仅为 2.06%，拉低了直营渠道 2017 年的整体毛利率水平。

B、2018 年直营渠道的毛利率提升至 49.50%，较 2017 年增加 19.25 个百分点，这主要系当年毛利率较高的水果罐头在直营渠道下销售占比提升所致。2018 年直营渠道的水果罐头销售占比为 84.11%，较 2017 年的 61.14%所有提升，同时由于部分鲜果采购价格下降，使得水果罐头成本降低，毛利率提升，水果罐头毛利率从 2017 年的 41.62%提升至 2018 年的 54.02%。水果罐头毛利率提升且销售占比增加导致直营渠道的毛利率增加了 19.99 百分点。

C、2019 年直营渠道的毛利率为 52.29%，较 2018 年增加 2.79 个百分点，这主要由于水果罐头销售占比提升所致。直营渠道下水果罐头毛利率较高，其销售占比从 2018 年的 84.11%提升至 2019 年的 91.37%，该种情况导致直营渠道的毛利率增加了 2.60 个百分点。

D、2020 年 1-6 月直营渠道毛利率为 49.84%，较 2019 年降低 2.44 个百分点。这一方面由于水果罐头销售占比下降至 81.33%，同时水果罐头毛利率下降至 50.78%，水果罐头该种变化导致直营渠道毛利率降低 6.74 个百分点；另一方面由于 2019 年及之后，公司通过直营电商平台特价销售滞销产品的情况减少，直营模式下的椰子汁产品毛利率回升至正常水平，2020 年上半年直营渠道下的椰子汁产品毛利率为 50.10%，其销售占比提升至 17.46%，椰子汁产品的该种变化导致直营渠道毛利率提升 4.36 个百分点。

③代销渠道毛利率的变动情况

代销模式下，报告期内公司的销售收入分别为 970.58 万元、618.05 万元、1,125.94 万元和 923.59 万元，占主营业务收入比例不足 2%。

具体代销渠道的毛利率及销售占比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率	占比
京东自营	41.25%	100.00%	40.56%	100.00%	26.58%	100.00%	57.77%	73.97%
商超	-	-	-	-	-	-	53.92%	26.03%
合计	**41.25%**	**100.00%**	**40.56%**	**100.00%**	**26.58%**	**100.00%**	**56.76%**	**100.00%**

A、2017 年公司通过华润万家、大润发等商超代销产品，同时开始与京东自营合作，相关的供货价格参考商超代销渠道，供货价格较高，导致 2017 年代销渠道毛利率较高。其中，2017 年椰子汁的销售占比为 75.32%，由于供货价格较高，导致椰子汁在该渠道的毛利率高达 64.61%，如：“椰子汁植物蛋白饮料(蓝彩果肉)1kg*6”，在京东自营平台上为电商专供版本，其销售单价为 0.60 万元/吨，高于该品类在经销模式下的销售单价 0.55 万元/吨。

鉴于代销方不承担货物滞销风险，按照实际实现最终销售的产品数量与公司进行结算，此外考虑到公司需另行支付各超市网点服务商运营费、进场费等费用，公司供货给商超代销渠道的供货价格一般较高，毛利率较高。由于商超结算存在一定的账期以及出于配送便利性等方面的考虑，公司自 2017 年后不再经营商超代销渠道，商超渠道转由所在区域的经销商供货。

B、2018 年公司代销渠道的毛利率为 26.58%，较上一年度下降 30.18 个百分点。自公司停止商超的代销渠道后，2018 年的代销渠道仅为京东自营平台，代销渠道的销售收入较 2017 年有所下降，为了提升京东自营平台的流量及人气，公司以较低的价格销售了一批椰子汁作为引流品，如：“椰子汁植物蛋白饮料(蓝彩果肉)1kg*12(三连扣电商版)”、“椰子汁植物蛋白饮料(蓝彩果肉)1.25kg*6”等产品，前述产品的销售单价分别为 0.66 万元/吨和 0.52 万元/吨，相较于 2017 年的 0.70 万元/吨和 0.88 万元/吨大幅下降。该种情况导致椰子汁产品的毛利率下降至 26.19%，使得代销渠道毛利率下降 29 个百分点。

C、2019 年公司代销渠道的毛利率为 40.56%，较上一年度提升 13.98 个百分点。这主要由于在京东自营平台上的水果罐头毛利率增加且销售占比提升所致。具体来看，在京东自营平台上的橘子罐头、黄桃罐头占比销售提升，两者的销售占比从 2018 年的 20.25%提升至 41.54%，同时由于当期产季的橘子鲜果及黄桃鲜果为丰产年份，采购价

格较低，代销渠道下的橘子罐头毛利率从 2018 年的 24.07%提升至 2019 年的 31.14%，黄桃罐头毛利率从 2018 年的 24.39%提升至 2019 年的 35.60%。

D、2020 年 1-6 月，京东自营的毛利率较上一年度基本平稳。

4、与同行业可比公司盈利指标的比较

（1）同行业可比公司的选择原因及相关业务的可比程度

公司的产品主要分为两大类：第一类是椰子汁植物蛋白饮料、果汁饮料、乳酸菌饮料等饮料产品；第二类是水果罐头、八宝粥罐头等罐头食品。对于同行业可比上市公司的选取，综合考虑细分产品类型、销售模式、数据公开程度等因素，选取了养元饮品、承德露露、凯欣股份和林家铺子 4 家企业。选取的同行业可比公司基本情况如下：

序号	公司名称	主营业务	可比产品与发行人产品和业务的关系
1	养元饮品（603156.SH）	饮料的生产和销售	该企业的主要饮料产品为“六个核桃”核桃乳，与公司主要的饮料产品椰子汁均为植物蛋白饮料
2	承德露露（000848.SZ）	饮料的生产和销售	该企业的主要饮料产品为“露露”杏仁露，与公司主要的饮料产品椰子汁均为植物蛋白饮料
3	凯欣股份（835850.OC）	罐头的生产和销售	该企业主要销售各类水果罐头，与公司主要罐头产品种类相似
4	林家铺子（871930.OC）	罐头的生产和销售	该企业为罐头制造商，主营水果罐头、鱼罐头，与公司主要罐头产品种类相似

（2）与同行业可比公司盈利指标的比较情况

报告期内公司销售毛利率与同行业公司比较情况如下：

项目	销售毛利率				销售净利率			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
养元饮品	51.11%	52.83%	49.96%	47.85%	39.66%	36.13%	34.83%	29.84%
承德露露	54.25%	52.62%	50.76%	47.25%	20.57%	20.66%	19.45%	19.80%
凯欣股份	16.31%	20.56%	20.67%	19.03%	9.08%	9.23%	9.69%	9.76%
林家铺子	24.92%	23.66%	19.86%	19.63%	5.14%	5.84%	1.77%	0.80%
平均值	**36.65%**	**37.42%**	**35.31%**	**33.44%**	**18.61%**	**17.97%**	**16.44%**	**15.05%**
公司	**39.21%**	**36.82%**	**32.05%**	**31.97%**	**14.18%**	**14.70%**	**11.88%**	**6.98%**

数据来源：wind 及相关上市公司年报、半年报

选取的上市公司分属于饮料行业和罐头行业，由于产品原料、售价等方面的不同，其两类企业的盈利指标差异较大。为实现可比性及合理性，将公司饮料类及罐头类的盈

利指标分别与对应板块的同行业可比上市公司进行比较。

企业行业类别	公司名称	销售毛利率			
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
饮料类公司	养元饮品	51.11%	52.83%	49.96%	47.85%
	承德露露	54.25%	52.62%	50.76%	47.25%
欢乐家饮料产品		**44.20%**	**42.57%**	**37.63%**	**35.37%**
罐头类公司	凯欣股份	16.31%	20.56%	20.67%	19.03%
	林家铺子	24.92%	23.66%	19.86%	19.63%
欢乐家罐头产品		**33.72%**	**27.63%**	**23.68%**	**27.49%**

数据来源：wind 及相关上市公司年报、半年报

①饮料类产品的同行业对比分析

从毛利率变动趋势来看，2017 年至 2019 年，养元饮品、承德露露的毛利率均呈上升趋势，该变动趋势与公司饮料类产品毛利率的变动趋势一致。养元饮品在其招股说明书中指出，“植物蛋白饮料行业主要企业的利润水平较高，特别是报告期，受主要原材料价格下降的影响，行业主要企业的毛利率稳中有升”。养元饮品及承德露露的产品销售结构稳定，其毛利率上升主要由于原材料价格下降，导致生产成本降低所致；而欢乐家除了饮料产品的原材料价格下降外，产品销售结构的调整也使得饮料产品毛利率上升。

从毛利率数值来看，公司饮料产品毛利率低于养元饮品、承德露露及行业平均值，主要是由于：①公司除了生产销售植物蛋白类的椰子汁外，还生产销售乳酸菌、果汁等毛利率略低的饮料产品，而养元饮品及承德露露饮料品类较为单一，主要为植物蛋白类的核桃乳和杏仁露；②养元饮品及承德露露销售规模及生产规模较大，规模效应使其毛利率较高；③欢乐家与经销商约定销售运输费用等由经销商承担，公司以随单折扣的形式予以支持，与同行业上市公司相比，在收入和费用结构上体现为“低价少费”，故而毛利率较低。

饮料产品的毛利率差异具体分析如下：

A、从产品结构来看，养元饮品及承德露露饮料类别较为单一，且毛利较高；而欢乐家饮料类别多样，各细分饮料产品毛利率差异较大

报告期内，养元饮品及承德露露高毛利的植物蛋白饮料产品占比 95%以上，而欢乐

家毛利率最高的椰子汁销售金额占公司饮料类产品的销售比例逐年降低，维持在 70%水平。

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
养元饮品—核桃乳	/	/	52.96%	98.95%	50.06%	98.49%	47.93%	98.43%
承德露露—杏仁露及其他	/	/	52.64%	99.91%	51.40%	97.81%	47.31%	99.83%
欢乐家—椰子汁	46.04%	71.64%	45.98%	72.22%	41.97%	73.64%	36.66%	79.94%

注 1：养元饮品、承德露露上表中的比例为核桃乳、杏仁露及其他的销售收入占其营业收入比例，欢乐家椰子汁销售比例为其占饮料类产品销售收入比例
注 2：养元饮品、承德露露在其 2020 年半年报中未披露各品类产品的销售数据

由上表可知，养元饮品及承德露露毛利率最高的饮料类产品分别为核桃乳、杏仁露，毛利率在 50%左右；且报告期内该两种产品的销售占比均在 95%以上，销售占比高而且保持稳定。

而欢乐家毛利率最高的饮料产品为椰子汁，椰子汁饮料的毛利率仅为 40%左右，低于核桃乳及杏仁露，此外欢乐家还生产销售毛利率较低的果汁饮料、乳酸菌饮料等其他饮料，因此饮料产品毛利率低于可比公司。

B、从销售单价、单位成本来看，养元饮品的核桃乳及承德露露的杏仁露销售单价及单位成本高于欢乐家椰子汁，但单位成本的差距远低于销售单价的差距

报告期内，三家公司的销售单价、单位成本对比数据如下所示：

公司	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
养元饮品-核桃乳	销量（吨）	/	765,171.47	856,767.83	829,189.68
	销售收入（万元）	/	737,805.37	802,083.47	761,869.15
	销售成本（万元）	/	347,037.61	400,571.38	396,667.53
	销售单价（元/吨）	/	9,642.35	9,361.74	9,188.12
	单位成本（元/吨）	/	4,535.42	4,675.38	4,783.80
承德露露-杏仁露及其他	销量（吨）	/	223,560.66	213,342.51	241,636.76
	销售收入（万元）	/	225,337.34	207,541.36	210,836.02
	销售成本（万元）	/	106,713.47	100,869.25	111,084.81
	销售单价（元/吨）	/	10,079.47	9,728.08	8,725.33
	单位成本（元/吨）	/	4,773.36	4,728.04	4,597.18

公司	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
欢乐家-椰子汁	销量（吨）	41,491.74	116,075.14	110,006.33	101,213.12
	销售收入（万元）	22,129.88	61,723.74	58,123.92	52,280.29
	销售成本（万元）	11,942.03	33,341.61	33,731.86	33,116.28
	销售单价（元/吨）	5,333.56	5,317.57	5,283.69	5,165.37
	单位成本（元/吨）	2,878.17	2,872.42	3,066.36	3,271.94

数据来源：Wind 及相关公司年报。养元饮品、承德露露在其 2020 年半年报中未披露各品类产品的销售数据

a、由于产品规格的差异，导致养元饮品和承德露露的销售单价和单位成本均高于发行人。一般而言，考虑到产品的包材成本，小包装产品的单吨销售价格和销售成本均会高于大包装产品，例如 500mL 规格产品的销售单价和成本一般不高于 250mL 规格产品的 2 倍。养元饮品在其招股说明书中披露“公司产品的单听规格有 180mL、240mL、310mL、480mL，以 240mL 为主”，根据承德露露的官网信息，承德露露产品的单听规格有 145mL、240mL 和 1L，以 240mL 为主。而欢乐家的椰子汁产品以 1.25L 为主，报告期内销售收入占比超过 50%，故而单吨销售价格和成本均低于同行业可比公司。

b、从单位成本比较来看，大规模的生产易形成规模效应，降低了核桃乳及杏仁露的单位成本。

养元饮品、承德露露的产品生产量高于欢乐家的椰子汁，大规模的生产容易形成规模效应，降低单位生产成本，从而降低销售单位成本。报告期内，三家公司的饮料产品生产量情况如下：

单位：吨

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
养元饮品	/	774,825.82	872,408.56	840,221.65
承德露露	/	237,342.94	212,699.22	248,958.35
欢乐家	56,879.19	155,953.85	159,520.16	127,081.17

数据来源：Wind 及相关公司年报。养元饮品、承德露露在其 2020 年半年报中未披露各品类产品的产量数据

C、欢乐家与经销商约定销售运输费用等由经销商承担，公司以随单折扣的形式予以支持，与同行业上市公司相比，在收入和费用结构上体现为“低价少费”，故而毛利率较低。

饮料类同行业上市可比公司中仅有养元饮品在其招股说明书中披露了其 2014 年至

2017 年 1-6 月份以价格折扣方式实现的商业折扣额度，其当期增加的商业折扣占营业收入与商业折扣之和的比例情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
履约奖励	1,027.05	2,204.45	1,703.70	3,028.50
考核奖励	29,950.56	43,108.36	33,833.59	48,320.47
搭赠品成本	27,062.19	79,114.82	68,293.22	58,815.72
营业收入	366,647.22	890,034.90	911,725.35	826,175.38
商业折扣占（营业收入+商业折扣）比例	13.67%	12.27%	10.22%	11.77%

报告期内，欢乐家经销商当期增加的商业折扣情况及其占营业收入与商业折扣之和的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
商业折扣	11,731.71	33,310.90	31,821.88	29,876.98
营业收入	59,796.56	142,413.07	135,478.35	119,474.79
商业折扣占（营业收入+商业折扣）比例	16.40%	18.96%	19.02%	20.00%

受公开数据限制，养元饮品及欢乐家商业折扣数据为不同年份数据。从整体情况来看，相较于养元饮品，欢乐家给予经销商较高比例的商业折扣，故公司毛利率较低。

综上，发行人饮料类产品的毛利率略低于同行业上市可比公司具有合理性。

②罐头类产品的同行业对比分析

公司罐头产品毛利率高于凯欣股份、林家铺子及行业平均值主要由于：A、罐头细分产品结构不同，不同细分罐头产品的毛利率存在一定差异；B、罐头销售的区域不同，下游客户的议价能力不同。

罐头类产品的毛利率差异具体分析如下：

A、凯欣股份

凯欣股份主要产品为果蔬罐头及保鲜果蔬，该等产品在报告期内的收入、占比及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
果蔬罐头	9,335.30	61.60%	10,084.67	36.17%	11,756.48	57.30%	13,607.02	59.60%
保鲜果蔬	5,819.99	38.40%	17,799.17	63.83%	8,760.70	42.70%	9,225.11	40.40%
合计	**15,155.30**	**100.00%**	**27,883.84**	**100.00%**	**20,517.18**	**100.00%**	**22,832.12**	**100.00%**

数据来源：wind 及相关上市公司年报、半年报

由于凯欣股份为新三板挂牌公司，通过公开渠道获取的财务数据有限，无法获取其在报告期内的各产品毛利率情况。通过查阅其 2015 年《公开转让说明书》中的罐头业务及果蔬业务毛利率情况作为参考，大致了解各产品的毛利率水平，罐头产品具体毛利率情况如下：

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度
罐头（内销）	8.64%	5.41%	7.59%
罐头（外销）	9.31%	7.89%	7.34%

数据来源：公开转让说明书

报告期内，凯欣股份毛利率较低的原因可能包括：①凯欣股份水果罐头的生产规模较小，未产生规模效应。除生产罐头类产品以外，凯欣股份的产品还包括速冻类蔬菜和水果产品；2017 年-2019 年，凯欣股份罐头产品的销售收入分别为 13,607.02 万元、11,756.48 万元和 10,084.67 万元，呈逐年下降趋势，而发行人每年罐头产品的销售收入均超过 5 亿元，销售规模大使得发行人能发挥规模化生产的优势，减少多品类水果罐头产品在生产线上频繁切换增加的额外成本；②凯欣股份的罐头产品出口比例较高，海外的经销商有较高的议价权，且伴随着近几年的贸易摩擦，导致出口罐头的毛利率较低。

B、林家铺子

报告期内，林家铺子各项产品收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
水果类	21,690.24	74.30%	37,570.40	83.02%	19,839.82	80.27%	15,448.26	79.44%
水产类	4,154.45	14.23%	5,116.92	11.31%	3,128.46	12.66%	2,633.50	13.54%
肉类罐头及其他	3,347.96	11.47%	2,564.62	5.67%	1,747.65	7.07%	1,364.21	7.02%

合计	**29,192.66**	**100.00%**	**45,251.94**	**100.00%**	**24,715.94**	**100.00%**	**19,445.97**	**100.00%**

数据来源：wind 及相关上市公司年报、半年报

由上表可知，林家铺子水果类罐头销售占比在 70%-80%左右，而水产类、肉类罐头及其他占比在 20%左右。鉴于林家铺子为新三板挂牌公司，通过公开渠道获取的财务数据有限，无法获取其在报告期内的各产品毛利率情况。通过查询林家铺子的《公开转让说明书》，2015 年及 2016 年各类产品的毛利率水平如下：

项目	2016 年度	2015 年度
水果类	22.57%	25.39%
水产类	20.39%	28.49%
肉类罐头及其他	5.81%	18.66%

数据来源：公开转让说明书

可见林家铺子水果类罐头的毛利率与欢乐家差异较小，且水果类罐头产品毛利率高于肉类罐头及其他产品的毛利率。报告期内欢乐家水果罐头产品占整体罐头比例在 95%以上，高于林家铺子的水果罐头占比，罐头产品种类的差异使得欢乐家罐头整体毛利率高于林家铺子。

林家铺子水果类罐头产品的毛利率略低于欢乐家，可能的原因为其销售规模较小，规模效应不及发行人。2017 年-2019 年，林家铺子水果类罐头的销售收入分别为 15,448.26 万元、19,839.82 万元和 37,570.40 万元，规模介于凯欣股份和欢乐家之间，毛利率亦介于两者之间；2019 年，林家铺子的水果类罐头销售收入增长较快，其综合毛利率也从 2018 年的 19.86%上升到 2019 年的 23.66%，与发行人水果罐头的毛利率水平趋近。

综上，发行人罐头类产品的毛利率略高于同行业上市可比公司具有合理性。

（四）期间费用分析

报告期内，公司的期间费用情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	5,992.10	10.02%	12,607.49	8.85%	13,312.28	9.83%	12,370.46	10.35%

管理费用	4,253.63	7.11%	9,419.93	6.61%	8,878.76	6.55%	8,926.77	7.47%
研发费用	55.19	0.09%	75.82	0.05%	292.63	0.22%	86.47	0.07%
财务费用	366.61	0.61%	1,482.43	1.04%	1,878.08	1.39%	1,273.18	1.07%
合计	**10,667.52**	**17.84%**	**23,585.67**	**16.56%**	**24,361.75**	**17.98%**	**22,656.87**	**18.96%**

报告期各期，公司期间费用率分别为 18.96%、17.98%、16.56%和 17.84%，期间费用中销售费用及管理费用的占比较高。2017 年至 2019 年，公司期间费用占营业收入比例呈下降趋势，主要由于近几年公司严格控制费用支出，同时调整销售策略及人员结构、裁汰冗员，使得销售费用率、管理费用率下降。2020 年 1-6 月公司期间费用占营业收入比例较 2019 年上升，主要系受疫情影响营业收入下降所致。

1、销售费用

（1）销售费用构成情况

报告期内，公司销售费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工成本费用	3,235.67	54.00%	6,539.12	51.87%	7,978.35	59.93%	7,219.87	58.36%
业务宣传费	1,103.52	18.42%	2,176.97	17.27%	1,748.86	13.14%	1,742.42	14.09%
交通差旅费	735.24	12.27%	1,640.25	13.01%	1,930.60	14.50%	1,919.02	15.51%
促销费用	651.06	10.87%	960.52	7.62%	566.90	4.26%	77.05	0.62%
运输装卸费	193.88	3.24%	661.25	5.24%	606.84	4.56%	487.15	3.94%
日常办公费用	72.74	1.21%	629.38	4.99%	480.74	3.61%	642.46	5.19%
股份支付	-	-	-	-	-	-	282.49	2.28%
合计	**5,992.10**	**100.00%**	**12,607.49**	**100.00%**	**13,312.28**	**100.00%**	**12,370.46**	**100.00%**

报告期各期，公司销售费用分别为 12,370.46 万元、13,312.28 万元、12,607.49 万元和 5,992.10 万元，销售费用率分别为 10.35%、9.83%、8.85%和 10.02%。

2017 年计入销售费用的股份支付费用为 282.49 万元，主要系公司根据股权激励授予对象的性质，将授予对象为销售人员的股份支付费用计入销售费用所致。

2019 年人工费用及其占销售收入比例较 2017 年及 2018 年减少主要由于：①2019 年销售部门优化人员结构调整，裁减冗员；②2019 年公司优化终端投入策略，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，提高巡店业务效率，减少全年劳务外包采购金额。

2020 年 1-6 月公司的人工成本费用较 2019 年同期相比增加，主要系为减少疫情期间对销售造成的影响，快速恢复市场销售，公司在 2020 年第二季度开始加大对市场巡店人员的人数投入以及鼓励跨区域巡店导致劳务外包费用大幅增加。

（2）促销费用情况

①销售费用中促销费的主要内容及用途、与业务宣传费的区别

销售费用中促销费主要为公司支付电商渠道的推广、服务费用以及商超收取的管理服务费用，而销售费用中业务宣传费主要包括广告费、宣传物料费用等。

报告期内，公司促销费用以电商费用为主，具体包括电商平台收取的各类佣金、手续费、服务费，直通车、京准通、钻石展位等用以提高产品曝光度的电商推广费，以及为公司提供电商订单管理、发货、售后等服务的电商代运营公司收取的代运营服务费。具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电商费用	**651.06**	**100.00%**	**960.52**	**100.00%**	**541.01**	**95.43%**	**27.87**	**36.17%**
其中：代运营服务费	469.60	72.13%	681.19	70.92%	340.42	60.05%	-	-
电商推广费	137.84	21.17%	240.61	25.05%	164.78	29.07%	6.04	7.84%
佣金服务费	43.61	6.70%	38.71	4.03%	35.81	6.32%	21.83	28.34%
商超费用	-	-	-	-	**25.88**	**4.57%**	**49.18**	**63.83%**
合计	**651.06**	**100.00%**	**960.52**	**100.00%**	**566.90**	**100.00%**	**77.05**	**100.00%**

②2017 年促销费较少、2018 年和 2019 年迅速上升的原因及合理性

报告期内，促销费与收入占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
主营业务收入	**59,611.82**	**141,735.34**	**134,630.38**	**118,519.40**
其中：电商收入	2,545.77	2,809.55	1,609.45	1,166.18
电商收入占主营业务收入比	4.27%	1.98%	1.20%	0.98%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
促销费	**651.06**	**960.52**	**566.90**	**77.05**
其中：促销费-电商费用	651.06	960.52	541.01	27.87
电商促销费占电商收入比	25.57%	34.19%	33.61%	2.39%
其中：代运营服务费占比	18.45%	24.25%	21.15%	-
电商推广费占比	5.41%	8.56%	10.24%	0.52%
佣金服务费占比	1.71%	1.38%	2.22%	1.87%

2017 年，公司促销费较少，主要是由于公司电商业务在发展初期，销售收入较小，公司未与代运营商开展合作，而是自行管理订单、发货等，未发生代运营费用；公司采购电商平台的推广服务也相对较少。随着公司电商业务的发展，公司内部电商部门的团队配置已不能满足迅速增长的电商业务量的需求，2018 年开始，公司与从事电商代运营服务的武汉易臣商贸有限公司和武汉妍宝仓储有限公司开展合作，由其提供订单管理、仓储物流、售后服务等专业服务，管理水平的提升助力公司电商业务进入快速发展阶段；2018 年和 2019 年，公司电商促销费占电商收入的比例相近，费用金额随电商销售收入增长。2020 年上半年，受疫情期间消费者消费场景变化的影响，公司在未大幅增加电商费用投入的情况下，电商业务收入快速增长，2020 年上半年已接近上年全年水平，电商服务费用率略有降低。

（3）运输装卸费情况

①销售费用中运输装卸费的主要构成

报告期内，销售费用中运输装卸费包括工厂间调拨产生的运输费和产品销售发货前产生的装卸费用，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
运输费	108.04	55.73%	420.28	63.56%	392.51	64.68%	396.17	81.32%
装卸费	85.84	44.27%	240.97	36.44%	214.33	35.32%	90.97	18.67%
合计	**193.88**	**100.00%**	**661.25**	**100.00%**	**606.84**	**100.00%**	**487.15**	**100.00%**

②费用承担方式及报告期内的变化情况

工厂间调拨产生的运输费和产品销售发货前产生的装卸费用，均由发行人承担。对

于发货产生的运输费用，发行人在与经销商签订的经销合同中，约定由经销商承担，发行人根据实际发生的运输费用在发货单中给予对应的价格折扣。

与产品销售相关的运输装卸费用的承担方式在报告期内未发生变化。

③运费承担方式是否符合行业惯例

其他消费行业的上市公司中，也存在由客户承担运费、厂商以商业折扣的形式进行补贴的案例，公司的运费承担方式符合行业惯例。

（4）销售费用中其他主要类别的构成及波动原因

报告期内，销售费用中除人工成本费用、促销费用、运输装卸费外，其他项目包括业务宣传费、交通差旅费、日常办公费、股份支付费用，各期金额分别为 4,586.39 万元、4,160.20 万元、4,446.60 万元、1,911.49 万元，占销售费用总额比例分别为 37.08%、31.25%、35.27%、31.90%，该部分费用金额与销售收入不存在直接线性相关关系，具体构成及波动原因如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
业务宣传费	1,103.52	2,176.97	1,748.86	1,742.42
交通差旅费	735.24	1,640.25	1,930.60	1,919.02
日常办公费用	72.74	629.38	480.74	642.46
股份支付	-	-	-	282.49
其他项目合计	1,911.49	4,446.60	4,160.20	4,586.39

2018 年，其他类别销售费用较上年减少 9.29%，主要系 2018 年公司日常办公费用减少 161.72 万元，以及 2017 年计提股份支付费 282.49 万元所致。

2019 年，其他类别销售费用较上年增加 6.88%，主要系 2019 年公司业务宣传费增加 428.11 万元所致。

①业务宣传费

公司业务宣传费主要包括广告费和宣传物料费，明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

广告费	738.44	1,562.76	735.76	839.04
宣传物料	347.66	610.76	974.10	892.39
其他	17.41	3.45	39.00	11.00
合计	**1,103.52**	**2,176.97**	**1,748.86**	**1,742.42**

2017 年和 2018 年，公司业务宣传费金额较为稳定。2019 年，公司业务宣传费较上年增加 428.11 万元，增幅 24.48%，主要是因为公司当年增加高铁站、商业综合体等区域的平面和视频广告投入，广告费增加 827.01 万元所致。

②交通差旅费

2017 年和 2018 年，公司交通差旅费金额较为稳定。2019 年，公司交通差旅费较上年减少 290.35 万元，主要是由于当年公司优化销售团队，销售人员减少导致差旅支出减少，此外公司实行降本增效的经营政策，2019 年 4 月开始各级别销售人员出差补贴及报销额度略有下调。

③日常办公费用

2020 年 1-6 月，公司日常办公费用较低，主要是受新冠疫情影响，公司员工在疫情期间居家办公，会务费等日常办公费用减少。

（5）销售费用在报告期内波动的原因，与公司营业收入的匹配性

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
人工成本费用	3,235.67	5.41%	6,539.12	4.59%	7,978.35	5.89%	7,219.87	6.04%
业务宣传费	1,103.52	1.85%	2,176.97	1.53%	1,748.86	1.29%	1,742.42	1.46%
交通差旅费	735.24	1.23%	1,640.25	1.15%	1,930.60	1.43%	1,919.02	1.61%
促销费用	651.06	1.09%	960.52	0.67%	566.90	0.42%	77.05	0.06%
运输装卸费	193.88	0.32%	661.25	0.46%	606.84	0.45%	487.15	0.41%
日常办公费用	72.74	0.12%	629.38	0.44%	480.74	0.35%	642.46	0.54%
股份支付	-	-	-	-	-	-	282.49	0.24%
合计	**5,992.10**	**10.02%**	**12,607.49**	**8.85%**	**13,312.28**	**9.83%**	**12,370.46**	**10.35%**

报告期内，公司销售费用率及主要费用项目占营业收入的比例整体较为稳定，与营业收入的变化情况较为匹配。

2018 年，公司销售费用率较上年降低 0.52 个百分点，主要原因是 2017 年股份支付费用影响销售费用率 0.24 个百分点，以及公司 2018 年实行降本增效的经营策略，控制交通差旅费、日常办公费用的支出，合计影响销售费用率 0.36 个百分点。

2019 年，公司销售费用率较上年降低 0.98 个百分点，主要原因是 2019 年公司对销售业绩不佳的销售团队人员进行优化，导致当年销售人工成本费用占比降低 1.30 个百分点。

2020 年 1-6 月，受新冠疫情影响，公司营业收入较上年同期下滑 14.63%，但人工成本等各项费用未同比例减少，为实现市场销售的迅速恢复公司还加大对销售巡店、理货外包业务的投入，导致人工成本费用中的劳务外包费用较上年同期增加，故销售费用率略有回升。

2、管理费用

（1）管理费用构成情况

报告期内，公司管理费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工成本费用	1,677.01	39.43%	3,967.99	42.12%	4,248.78	47.85%	3,812.68	42.71%
资产折旧摊销	761.71	17.91%	1,406.56	14.93%	1,268.99	14.29%	1,183.70	13.26%
停工损失	477.76	11.23%	-	-	-	-	-	-
日常办公费用	456.84	10.74%	1,353.36	14.37%	1,041.80	11.73%	694.84	7.78%
修理费	250.12	5.88%	881.30	9.36%	852.06	9.60%	872.84	9.78%
业务招待费	226.30	5.32%	471.12	5.00%	453.15	5.10%	646.48	7.24%
房租及物业维护费	159.18	3.74%	361.71	3.84%	158.95	1.79%	362.38	4.06%
咨询及服务费	108.51	2.55%	616.68	6.55%	535.79	6.03%	489.17	5.48%
交通差旅费	92.30	2.17%	242.62	2.58%	226.28	2.55%	336.70	3.77%
运输装卸费	43.90	1.03%	118.59	1.26%	92.97	1.05%	142.49	1.60%
股份支付	-	-	-	-	-	-	385.48	4.32%
合计	**4,253.63**	**100.00%**	**9,419.93**	**100.00%**	**8,878.76**	**100.00%**	**8,926.77**	**100.00%**

报告期各期，公司管理费用分别为 8,926.77 万元、8,878.76 万元、9,419.93 万元和 4,253.63 万元，管理费用率分别为 7.47%、6.55%和 6.61%和 7.11%。

2018 年管理费用较 2017 年略有减少，且 2018 年管理费用率较 2017 年降低，一方面由于公司销售规模扩大，营业收入增加；另一方面由于公司严格控制管理费用支出，业务招待费、交通差旅费等费用支出减少。2019 年管理费用较 2018 年增加 541.16 万元，管理费用率较 2018 年增加 0.06 个百分点，主要由于固定资产增加导致资产折旧增加，此外报废物料增多使得日常办公费用增加。由于湛江老厂关闭，部分管理人员离职，2019 年公司人工成本费用下降。

2020 年 1-6 月受新冠肺炎疫情影响而产生的停工损失为 477.76 万元计入管理费用。

（2）管理费用中其他主要类别的构成及波动原因

报告期内，管理费用除人工成本费用外，其他项目包括资产折旧摊销、日常办公费用、修理费及业务招待费等，报告期内，各期金额分别为 5,114.09 万元、4,629.99 万元、5,451.94 万元、2,576.62 万元，占管理费用总额比例分别为 57.29%、52.15%、57.88%、60.57%。具体构成及波动原因情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
资产折旧摊销	761.71	1,406.56	1,268.99	1,183.70
停工损失	477.76	-	-	-
日常办公费用	456.84	1,353.36	1,041.80	694.84
修理费	250.12	881.30	852.06	872.84
业务招待费	226.30	471.12	453.15	646.48
房租及物业维护费	159.18	361.71	158.95	362.38
咨询及服务费	108.51	616.68	535.79	489.17
交通差旅费	92.30	242.62	226.28	336.70
运输装卸费	43.90	118.59	92.97	142.49
股份支付	-	-	-	385.48
其他项目合计	**2,576.62**	**5,451.94**	**4,629.99**	**5,114.09**

2018 年，其他类别管理费用较上年减少 9.47%，主要系 2017 年公司计提股份支付费用 385.48 万元所致。

2019 年，其他类别管理费用较上年增加 17.75%，主要系房租及物业维护费增加 202.76 万元，以及日常办公费用增加 311.56 万元所致。

2020 年 1-6 月，由于新冠疫情期间停工损失 477.76 万元记入管理费用，当期其他类别管理费用较上年同期增加 30.56%。

①日常办公费用

公司管理费用中的日常办公费用主要包括存货日常报废支出以及水电费等仓库管理或日常办公支出的费用。2018 年，公司日常办公费用较上年增加 346.96 万元，主要系当年公司因部分规格产品如金罐和喜宴 245mL 椰子汁发生滞销情况，导致存货产成品、包材等报废支出增加 287.88 万元；2019 年，公司日常办公费用较上年增加 311.57 万元，主要系当年公司部分滞销的产品如 380mL 规格的椰子汁产品及其包材、包材存在质量问题的部分 245mL 规格椰子汁产品、停产的鱼罐头产品对应包材等增加报废支出金额 403.97 万元。

②资产折旧摊销

报告期内，公司管理费用中的资产折旧摊销费用分别为 1,183.70 万元、1,268.99 万元、1,406.56 万元和 761.71 万元。随着欢乐家大厦新办公楼层的投入使用及其装修工程的转固，公司固定资产规模增大，管理费用中的折旧摊销费用呈增长趋势。

③修理费

修理费为公司生产设备的维修费用。2020 年 1-6 月公司修理费用较低，但与上年同期基本持平，主要系公司上半年非饮料、罐头产品的生产旺季，生产机器故障维修较少所致。

（3）管理费用报告期内波动的原因，与公司营业收入的匹配性

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
人工成本费用	1,677.01	2.80%	3,967.99	2.79%	4,248.78	3.14%	3,812.68	3.19%
资产折旧摊销	761.71	1.27%	1,406.56	0.99%	1,268.99	0.94%	1,183.70	0.99%
停工损失	477.76	0.80%	-	-	-	-	-	-
日常办公费用	456.84	0.76%	1,353.36	0.95%	1,041.80	0.77%	694.84	0.58%
修理费	250.12	0.42%	881.30	0.62%	852.06	0.63%	872.84	0.73%
业务招待费	226.30	0.38%	471.12	0.33%	453.15	0.33%	646.48	0.54%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
房租及物业维护费	159.18	0.27%	361.71	0.25%	158.95	0.12%	362.38	0.30%
咨询及服务费	108.51	0.18%	616.68	0.43%	535.79	0.40%	489.17	0.41%
交通差旅费	92.30	0.15%	242.62	0.17%	226.28	0.17%	336.70	0.28%
运输装卸费	43.90	0.07%	118.59	0.08%	92.97	0.07%	142.49	0.12%
股份支付	-	-	-	-	-	-	385.48	0.32%
合计	**4,253.63**	**7.11%**	**9,419.93**	**6.61%**	**8,878.76**	**6.55%**	**8,926.77**	**7.47%**

报告期内，公司管理费用率及主要费用项目占营业收入的比例整体较为稳定，与营业收入的变化情况较为匹配。

2018 年，公司管理费用率降低 0.92 个百分点，主要原因是：①2017 年股份支付费用影响管理费用率 0.32 个百分点；②公司 2018 年实行降本增效的经营策略，交通差旅费、日常办公费用、业务招待费的支出总额略有增加但占收入比减少，合计影响管理费用率 0.13 个百分点；③公司 2018 年终止深圳子公司闲置物业的租赁，房租及物业维护费影响管理费用率 0.18 个百分点。

2019 年，公司管理费用率与 2018 年基本持平，各费用科目占收入的比例稳定。

2020 年 1-6 月，公司管理费用率提高 0.50 个百分点，主要原因是新冠疫情期间的停工损失影响管理费用率 0.80 个百分点。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工费	51.45	93.23%	50.56	66.69%	109.44	37.40%	65.70	75.98%
材料费	1.76	3.19%	20.34	26.83%	94.11	32.16%	8.48	9.81%
折旧费	1.30	2.36%	3.93	5.18%	17.75	6.07%	4.62	5.34%
水电燃气费	0.10	0.19%	0.63	0.84%	64.24	21.95%	0.27	0.31%
日常办公费用	0.57	1.03%	0.36	0.47%	7.08	2.42%	7.40	8.55%
合计	**55.19**	**100.00%**	**75.82**	**100.00%**	**292.63**	**100.00%**	**86.47**	**100.00%**

由于食品饮料行业的研发不需要大量的资本投入，报告期内公司研发费用的金额和占销售收入的比例较低。

2018 年公司研发费用较高，主要系公司在 PET 无菌冷灌生产线上进行无菌冷灌装条件下的果粒添加技术的试验，相关的研发人工、研发领料、水电气增加所致。

报告期内，公司研发项目的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	研发预算	研发进度
PET 产品测试	-	-	-	86.47	100.00	已完成
PET 吹瓶技术试验	-	-	10.85	-	10.00	已完成
果粒饮料产品生产试验	-	9.76	-	-	10.00	已完成
乳酸菌饮料产品试验	-	11.11	70.62	-	85.00	已完成
无菌冷灌装条件下的果粒添加技术	-	17.54	177.89	-	200.00	已完成
椰汁二次均质技术	-	19.50	33.25	-	60.00	已完成
椰子蛋白发酵的酸奶产品的研究与开发	18.13	4.56	-	-	30.00	立项
橘子罐头的口感脆度提升的研究	10.72	3.54	-	-	25.00	小试
橘子去囊衣技术	8.28	0.40	-	-	10.00	立项
八宝粥罐头中添加健康水果的研究与开发	8.96	3.85	-	-	10.00	小试
透明包装食品在常温贮存条件下色泽保持的技术研究	9.09	5.59	-	-	20.00	小试
合计	**55.19**	**75.82**	**292.63**	**86.47**	-	-

4、财务费用

报告期内，公司财务费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
利息支出	422.09	115.14%	1,509.95	101.86%	1,863.28	99.21%	1,270.70	99.80%
减：利息收入	64.69	17.64%	43.01	2.90%	9.15	0.49%	18.01	1.41%
手续费及其他	9.20	2.51%	15.50	1.05%	23.95	1.28%	20.49	1.61%
合计	**366.61**	**100.00%**	**1,482.43**	**100.00%**	**1,878.08**	**100.00%**	**1,273.18**	**100.00%**

2018 年财务费用较 2017 年增加 604.90 万元，增加 47.51%，主要是系当年公司支付给银行的贷款利息增加所致。2019 年财务费用较 2018 年减少 395.65 万元，减少 21.07%，主要系公司归还了部分借款导致利息支出减少所致。

2020 年 1-6 月财务费用较 2019 年同期减少 41.06%，主要为疫情期间减少银行借款、利率降低所致。

5、与同行业可比公司期间费用比较

公司与同行上市公司相比，期间费用情况如下所示：

项目	公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期间费率（%）	养元饮品	18.58	15.15	12.47	14.68
	承德露露	24.79	23.71	23.86	19.99
	凯欣股份	7.00	9.44	10.85	7.95
	林家铺子	17.63	15.93	17.08	17.16
	平均值	**17.00**	**16.06**	**16.07**	**14.95**
	欢乐家	**17.84**	**16.56**	**17.98**	**18.96**
销售费用率（%）	养元饮品	15.89	14.40	12.67	13.86
	承德露露	23.47	21.22	22.53	17.88
	凯欣股份	1.99	2.26	3.23	1.96
	林家铺子	13.20	11.59	9.47	7.74
	平均值	**13.64**	**12.36**	**11.98**	**10.36**
	欢乐家	**10.02**	**8.85**	**9.83**	**10.35**
管理费用率（%）	养元饮品	2.97	0.86	0.85	0.70
	承德露露	2.53	2.85	2.04	2.47
	凯欣股份	1.47	1.45	2.53	1.11
	林家铺子	3.54	3.00	5.03	6.38
	平均值	**2.90**	**2.04**	**2.61**	**2.67**
	欢乐家	**7.11**	**6.61**	**6.55**	**7.47**

数据来源：wind 及相关上市公司年报、半年报

整体来看，公司期间费用率和同行业可比上市公司水平基本一致。但销售费用率低于行业平均水平，管理费用率高于行业平均水平。

（1）销售费用率

报告期内，公司的销售费用率低于养元饮品及承德露露，高于凯欣股份；2017 年及 2018 年高于林家铺子，2019 年及 2020 年上半年低于林家铺子。

报告期内，公司的销售费用率明显低于养元饮品及承德露露，主要由于：①养元饮品及承德露露广告费投入较多，其在电视、互联网、广播电台、公交车体的渠道均进行了大规模的广告投放，而欢乐家作为非上市公司，受限于融资渠道和资金实力，广告投放主要以高铁站、公交站牌等地面广告为主，广告费支出少；②养元饮品及承德露露由上市公司承担销售运费，而欢乐家约定由经销商承担销售运费，后续给予经销商一定比例的补贴。

报告期内，公司的销售费用率高于凯欣股份，2017 年及 2018 年高于林家铺子，主要系公司人工费用占收入比例较高所致。2019 年及 2020 年上半年林家铺子销售费用率较上一年度提高主要系其线上销售产生的推广等销售费用较高，导致销售费用增加。

销售费用类别中占比较高的主要为人工成本、业务宣传费、运输费用等，而发行人销售费用率低于可比公司养元饮品和承德露露主要受业务宣传费、运输费因素影响。销售费用主要项目占比情况如下：

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
		占比	占比	占比	占比
发行人	人工成本	54.00%	51.87%	59.93%	58.36%
	业务宣传费	18.42%	17.27%	13.14%	14.09%
	运输装卸费	3.24%	5.24%	4.56%	3.94%
	小计	**75.65%**	**74.38%**	**77.63%**	**76.39%**
	其他项目合计	24.35%	25.62%	22.37%	23.61%
	总计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
养元饮品	人工成本	16.02%	11.38%	9.89%	7.82%
	业务宣传费	53.43%	54.02%	44.21%	47.13%
	运输装卸费	13.72%	13.40%	15.01%	13.94%

	小计	**83.16%**	**78.80%**	**69.11%**	**68.90%**
	其他项目合计	16.84%	21.20%	30.89%	31.10%
	总计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
承德露露	人工成本	28.04%	32.58%	30.36%	26.83%
	业务宣传费	57.88%	43.45%	49.18%	39.96%
	运输装卸费	9.13%	16.10%	13.35%	22.85%
	小计	**95.06%**	**92.13%**	**92.89%**	**89.64%**
	其他项目合计	4.94%	7.87%	7.11%	10.36%
	总计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

注：其他项目主要包括日常办公费用、交通差旅费等

公司人工成本、业务宣传费、运输费与同行业可比公司各期对比情况如下：

①人工成本对比情况

项目		**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
发行人	人工费用	3,235.67	6,539.12	7,978.35	7,219.87
	占营业收入比	5.41%	4.59%	5.89%	6.04%
养元饮品	职工薪酬	4,541.10	12,221.36	10,203.24	8,392.98
	占营业收入比	2.55%	1.64%	1.25%	1.08%
承德露露	工资薪酬	6,561.64	15,589.28	14,514.46	10,130.56
	占营业收入比	6.58%	6.91%	6.84%	4.80%

报告期内，公司人工成本占营业收入比处于养元饮品和承德露露的水平之间，与承德露露较为接近。养元饮品因其员工持股范围较广，分红也是员工收入的重要来源，导致其以工资和奖金形式体现的收入较少。

②业务宣传费对比情况

单位：万元

项目		**2020 年 1-6 月**	**2019 年**	**2018 年**	**2017 年**
发行人	业务宣传费	1,103.52	2,176.97	1,748.86	1,742.42
	占营业收入比	1.85%	1.53%	1.29%	1.46%
养元饮品	广告费和市场推广费合计	15,145.91	58,015.49	45,634.05	50,578.44
	占营业收入比	8.49%	7.78%	5.60%	6.53%
承德露露	广告宣传费	13,543.82	20,790.90	23,514.75	15,091.48

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
	占营业收入比	13.59%	9.22%	11.08%	7.15%

②运输费对比情况

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
发行人	运输装卸费	193.88	661.25	606.84	487.15
	占营业收入比	0.32%	0.46%	0.45%	0.41%
养元饮品	运输费用	3,888.04	14,390.10	15,494.33	14,962.87
	占营业收入比	2.18%	1.93%	1.90%	1.93%
承德露露	物流费	2,137.43	7,699.51	6,384.99	8,630.36
	占营业收入比	2.14%	3.41%	3.01%	4.09%

（2）管理费用率

报告期内，发行人管理费用率高于同行业可比上市公司，主要受人工成本费用、差旅费、业务招待费及办公费用影响，各期对比情况如下：

①人工成本费用占营业收入比对比情况

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
发行人	人工成本费用	1,677.01	3,967.99	4,248.78	3,812.68
	占营业收入比	2.80%	2.79%	3.14%	3.19%
养元饮品	职工薪酬	1,877.65	2,983.55	3,286.09	2,562.43
	占营业收入比	1.05%	0.40%	0.40%	0.33%
承德露露	工资薪酬	197.10	3,423.96	1,460.25	1,678.72
	占营业收入比	0.20%	1.52%	0.69%	0.79%
林家铺子	职工薪酬	547.67	594.14	640.14	600.28
	占营业收入比	1.85%	1.31%	2.59%	3.09%
凯欣股份	职工薪酬	36.19	169.45	118.49	104.25
	占营业收入比	0.24%	0.61%	0.58%	0.46%

报告期内，发行人管理费用中人工成本费用较同行业可比公司高，主要是由于管理人员人数差异及管理人员领取薪酬方式不同，使得计入管理费用的职工薪酬水平不同。养元饮品的职工薪酬占营业收入比较低主要系因骨干管理人员持有公司股份，分红是公司骨干管理人员收入的主要来源，以工资和奖金形式体现的收入较少；而承德露露、凯

欣股份、林家铺子的职工薪酬较低主要系其管理人员数量较少所致。

②交通差旅费、业务招待费及日常办公费合计占营业收入比对比情况

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发行人	交通差旅费、业务招待费招待费及日常办公费用合计	775.44	2,067.11	1,721.23	1,678.02
	占营业收入比	1.30%	1.45%	1.27%	1.40%
养元饮品	交通差旅费、日常办公费用合计	719.54	1,437.24	1,445.96	1,446.95
	占营业收入比	0.40%	0.19%	0.18%	0.19%
承德露露	办公费、差旅费等日常费用合计	117.87	621.28	432.90	658.06
	占营业收入比	0.12%	0.28%	0.20%	0.31%
林家铺子	差旅费、业务招待费及办公费合计	203.29	231.77	181.23	159.75
	占营业收入比	0.69%	0.51%	0.73%	0.82%
凯欣股份	办公费用	85.23	71.20	141.68	49.29
	占营业收入比	0.56%	0.26%	0.69%	0.22%

报告期内，发行人管理费用中的交通差旅费、业务招待费及日常办公费与同行业可比公司高，其中发行人该项费用低于养元饮品和承德露露、高于林家铺子和凯欣股份，在可比公司的费用区间内，与发行人业务规模相匹配。

综上导致公司的管理费用率高于可比上市公司平均值。

（3）研发费用率

报告期内，公司与同行业上市公司相比，研发费用率情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	研发费用率	金额	研发费用率	金额	研发费用率	金额	研发费用率
养元饮品	1,009.63	0.57%	5,660.09	0.76%	2,146.31	0.26%	1,110.30	0.14%
承德露露	509.14	0.51%	1,368.68	0.61%	1,135.65	0.54%	1,147.16	0.54%
凯欣股份	292.97	1.93%	1,064.51	3.82%	615.95	3.00%	733.89	3.21%
林家铺子	--	--	--	--	--	--	--	--
均值	**603.91**	**1.00%**	**2,697.76**	**1.73%**	**1,299.31**	**1.27%**	**748.22**	**1.30%**

发行人	**55.19**	**0.09%**	**75.82**	**0.05%**	**292.63**	**0.22%**	**86.47**	**0.07%**

食品饮料行业的研发主要为配方研发和在线工艺改进，对资本投入的需求较小，因此，同行业可比公司研发费用率较低，报告期内销售规模较大的养元饮品、承德露露的研发费用率均未超过 1%，而林家铺子未单独归集研发费用。公司研发费用率低与同行业公司情况基本相符。

报告期内，公司的研发费用包括研发人员的薪酬、研发物料费、研发活动归集的折旧、能源和办公费用等。公司的研发活动主要发生在生产环节，公司员工在在线生产过程中进行生产工艺改进，而专职研发人员数量较少，因此研发费用率比可比公司低。募集资金到位后，公司将建设研发检测中心项目，以进一步提高研发水平。

报告期内，发行人不存在研发支出资本化的情况。

6、员工人数变动与期间费用人工成本的匹配情况

（1）销售人员、管理人员、研发人员人数变动情况

单位：人

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	人数	变动	人数	变动	人数	变动	人数
销售人员	343	32	311	-60	371	66	305
管理人员	326	-21	347	-65	412	24	388
研发人员	4	2	2	-1	3	-	3

注：员工人数=期间计提工资总人次/对应月份

本部分员工人数的统计口径与招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十五、公司员工情况”存在差异。本部分的管理人员人数为根据企业会计准则，在管理费用科目核算人工成本费用所对应的人员数量，包括了仓管、设备动力部门人员，而“十五、公司员工情况”中的管理人员人数系人资部门根据业务线分类汇总的人数，该等部门人员归入生产人员。此外，“十五、公司员工情况”中的员工数量为期末数，为体现人员与费用的配比关系，本部分采用了期间平均人数进行统计分析。

①销售人员

销售人员 2020 年 1-6 月员工人数较 2019 年人数增加 32 人，主要系公司为降低新冠疫情对公司业绩产生影响，在疫情相对稳定的二季度加大对市场销售人员投入所致。

2018、2019 年销售人员变动主要原因为，2018 年公司加大在华南市场的投入，引入了新的销售团队，但经评估未实现预期效益，2019 年对该团队进行了裁撤。

②管理人员

2019 年、2020 年 1-6 月份管理人员减少，主要为麻章老厂区规模较小、建成投产时间较长，已无法满足业务发展需求，发行人于 2019 年上半年关闭老厂，而新厂区目前尚在建设过程中，导致管理人员有所减少。

2018 年度管理人员较 2017 年度增长，主要为公司生产系统引进新的管理团队，导致人数增加。

③研发人员

报告期内，发行人研发人员维持在 2-4 人，各期变动较小。

（2）不同类别员工平均工资变动情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	人均薪酬	变动率	人均薪酬	人均薪酬	变动率	人均薪酬	变动率	人均薪酬
销售人员	4.68	-17.49%	5.67	15.34	4.87%	14.63	0.41%	14.57
管理人员	4.40	-1.35%	4.47	9.28	7.79%	8.61	7.58%	8.00
研发人员	12.51	6.78%	11.71	21.86	9.93%	19.89	-3.54%	20.62

注：人均薪酬=对应年度薪酬总额/员工人数

2017-2019 年度不同类别员工平均工资变动率较小；随着公司经营业绩持续向好，人员工资水平逐年上升，变动合理。2020 年 1-6 月公司人均薪酬较上年同期下降，主要系受新冠疫情影响，全国各地停工停产、民众居家隔离，公司在停产情况下员工薪酬按基本工资发放，导致各类别人员工资出现不同程度下降；研发人员人均薪酬上涨主要为研发部门增加了高级别岗位人员，拉高了人均薪资。

（3）量化说明销售费用、管理费用、研发费用中人工成本波动的原因及合理性

①销售费用

报告期内，销售费用人工成本费用除在职员工外，还包括销售巡店、理货业务等劳务外包产生的劳务费，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
在职员工人工成本	2,209.67	2,214.11	5,058.38	5,724.27	4,705.14
变动率	-0.20%	--	-11.63%	21.66%	--
劳务外包	1,026.00	471.81	1,480.73	2,254.07	2,514.73
变动率	117.46%	--	-34.31%	-10.37%	--

2017、2018 年度在职员工人工成本费用变动主要系 2018 年度公司为进一步拓展市场引入新的销售团队，主要针对华东、华南市场开拓客户，相对于 2017 年度累计增加人工成本 800 余万元（按聘用、解聘期间的月薪累计）。2018 年末公司对该销售团队进行综合考核，由于团队所辖市场及客户的收入增幅不大，但销售人工大幅增加，故公司决定优化销售团队结构、裁撤相关人员，导致 2019 年销售人工成本费用下降。

劳务外包费用 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月增长 117.46%，主要系 2020 年二季度为缓解疫情对业绩造成的影响，实现市场销售的迅速恢复，公司加大对销售巡店、理货外包业务的投入，导致劳务外包费用大幅增加；劳务外包费用 2019 年较 2018 年下降 34.31%，主要为公司优化终端投入策略，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，从而提高巡店业务效率，减少全年劳务外包采购金额；2017 年，劳务外包费用较 2018 年高，主要为 2017 年公司为促进销售举办“红旗行动”，劳务人员进行跨地区理货活动，导致劳务外包费用较高。

综上，销售费用人工成本费用与公司销售策略相匹配，变动具有合理性。

②管理费用

报告期内，管理费用各期人工成本变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
在职员工人工成本	1,654.25	1,936.57	3,851.81	4,118.04	3,701.91
变动率	-14.58%	--	-6.46%	11.24%	--
劳务外包	22.76	76.30	116.17	130.74	110.76
变动率	-70.17%	--	-11.14%	18.04%	--

2019 年、2020 年 1-6 月在职人员工人工成本费用下降，主要为公司湛江工厂 2019 年 4 月开始停产，人员减少所致；2018 年度在职员工人工成本费用较 2017 年度增长

11.24%，主要为公司集团生产系统引进新的管理团队，聘任新的生产中心副总裁，管理人员人数及薪酬增加所致。

2020 年 1-6 月劳务外包费用减少主要为湛江工厂停产导致劳务外包费用减少；2019 年劳务外包费用减少主要为武汉欢乐家逐步减少保安与保洁外包业务所致；2018 年劳务外包费用增长主要为增加了部分厂区内叉车装运业务外包所致。

③研发费用

报告期内，研发费用各期变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
人工成本费用	51.45	29.55	50.56	109.44	65.70
变动率	74.10%	--	-53.80%	66.58%	--

研发人工成本费用 2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月增长 74.10%，主要为 2020 年新增 2 名研发人员所致。

2018 年度、2019 年度研发人工费用大幅波动，主要为 2018 年山东欢乐家和武汉欢乐家新建无菌灌装生产线进行研究调试阶段，部分生产人员参与研发新生产线调试导致 2018 年研发人工费用增加，2019 年正式投产，相应研发人工成本归集减少。

（4）各级别、各岗位员工的薪酬水平及增长情况

报告期内，公司各级别、各岗位员工的薪酬水平及增长情况如下：

单位：万元

项目	分类	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月
		人均薪酬	变动率	人均薪酬
员工级别	高层员工	20.17	-13.88%	23.42
	中层员工	4.95	-10.00%	5.50
	普通员工	2.08	-2.35%	2.13
人员岗位	生产人员	2.12	-4.46%	2.22
	销售人员	4.68	-17.49%	5.67
	管理人员	4.40	-1.35%	4.47
	研发人员	12.51	6.78%	11.71
平均薪资		**3.47**	**-5.36%**	**3.66**

注：2020 年上半年人均薪酬未进行年化处理

（续）

项目	分类	2019 年度		2018 年度		2017 年度
		人均薪酬	变动率	人均薪酬	变动率	人均薪酬
员工级别	高层员工	54.45	-5.16%	57.41	-0.05%	57.44
	中层员工	13.94	8.31%	12.87	-2.79%	13.24
	普通员工	4.49	8.98%	4.12	12.88%	3.65
人员岗位	生产人员	4.60	8.86%	4.23	14.35%	3.70
	销售人员	15.34	4.87%	14.63	0.41%	14.57
	管理人员	9.28	7.79%	8.61	7.58%	8.00
	研发人员	21.86	9.93%	19.89	-3.54%	20.62
平均薪资		**8.31**	**11.11%**	**7.48**	**5.88%**	**7.06**

注：人均薪酬=对应年度薪酬总额/期间内各类别平均人数

2020 年 1-6 月份较上年同期对比人均薪酬下降，主要受新冠肺炎疫情影响，公司员工在实行居家隔离期间工资比照基本工资发放，导致各级别各岗位工资出现不同程度下降；研发人员人均薪酬上涨主要为研发部门增加高级别人员，拉高了人均薪资。

2019 年公司对薪酬水平进行调整，公司整体的人均薪酬提升。高层员工的人均薪酬较 2018 年有所下降主要系公司对销售部门人员优化调整，部分销售高层员工离职所致。

2018 年公司新投入两条无菌灌装生产线，相应增加了生产人员，由于该生产线较普通生产线对操作人员技术要求较高，相应生产人员和普通人员薪资水平较 2017 年有所增加。

（5）与行业水平、当地平均水平的比较情况

①公司平均工资水平与同行业可比公司对比情况

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
可比上市公司年均工资水平	养元饮品	--	9.19	7.85	6.63
	承德露露	--	11.02	9.46	9.79
	林家铺子	2.65	3.09	3.82	4.25
	凯欣股份	9.30	25.95	17.25	26.41

	平均值	**5.98**	**12.31**	**9.60**	**11.77**
发行人年平均工资水平		**3.47**	**8.31**	**7.48**	**7.06**

注 1：可比上市公司年均工资=短期职工薪酬工资及奖金发生额/（期初和期末员工数的均值），与发行人口径一致，相关数据来源于公司公告。
注 2：截至本招股说明书签署日，养元饮品、承德露露半年报未披露员工人数，故无法计算其平均工资水平。

2017 年至 2019 年，发行人年均工资水平分别为 7.06 万元、7.48 万元和 8.31 万元，同行业可比公司年均工资平均值分别为 11.77 万元、9.60 万元和 12.31 万元。凯欣股份的人均工资显著高于同行业，不具可比性，剔除后 2017 年至 2019 年行业人均工资平均值为 6.89 万、7.04 万元和 7.77 万元，与发行人年平均工资水平基本一致。

员工结构不同导致同行业可比公司薪资水平存在一定差异：一般而言，销售人员薪酬较高，生产人员薪酬较低，销售人员占比较高的公司其人均薪酬较高。养元饮品与发行人平均年工资较为接近；承德露露 2017-2019 年销售人员占比均在 40%以上，2019 年其销售人均薪酬达 31.30 万元（按销售费用中工资薪酬口径），显著高于其所有员工的平均薪酬，而同期发行人销售人员占比在 16-20%之间，由于销售人员薪酬较高且占比较高，导致承德露露的人均工资水平较高；林家铺子 2017-2019 年生产人员占比在 64%-82%之间，销售人员占比在 8%-17%之间，而发行人生产人员占比在 60%左右，由于林家铺子生产人员占比较高而销售人员占比较低，故人均工资水平低于发行人。

综上，发行人薪资水平与同行业总体水平基本一致。

②公司平均工资水平与当地平均工资对比情况

单位：万元

区域		**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
山东临沂	城镇私营单位就业人员平均工资	--	4.89	4.51
	发行人平均薪资	4.68	4.60	3.93
湖北枝江	城镇私营单位就业人员平均工资	--	4.74	4.32
	发行人平均薪资	5.79	4.16	4.29
湖北汉川	城镇私营单位就业人员平均工资	--	5.35	4.75
	发行人平均薪资	5.49	5.59	4.70
广东湛江	城镇私营单位就业人员平均工资	6.25	5.83	5.33
	发行人平均薪资	18.19	17.75	17.90

注 1：临沂、枝江、汉川：①2017-2018 年度，临沂城镇私营单位就业人员平均工资取自山东省统计局公布的统计年鉴中临沂市制造业的平均工资，枝江取自湖北省统计局公布的统计年鉴中宜昌市制

造业平均工资，汉川取自湖北省统计局公布的统计年鉴中汉川市的制造业平均工资。②2019 年度，上述地区统计局尚未公布统计年鉴。
注 2：广东湛江：2017-2019 年度广东湛江平均工资取自当地人民政府公布的城镇在岗人员平均工资。

山东临沂、湖北枝江、湖北汉川三个地区，2017-2018 年公司员工平均薪资与当地制造业平均工资差异较小。

广东湛江为公司总部及销售团队所在地，中高层管理人员及销售人员工资水平普遍较高，所以报告期内广东湛江员工平均薪资明显高于当地城镇职工平均工资。

（6）报告期内各年度的人工成本总额与相关资产、成本、费用项目之间的关系

报告期内，发行人各年度的人工成本主要分布在直接人工、销售费用、管理费用和研发费用。公司按照人员从事工作的内容将其工资归集到不同科目中。其中，列入主营业务成本的人员包括从事车间生产人员，列入销售费用的人员主要包括从事客户拓展、市场营销等工作的销售人员，列入管理费用的人员主要包括公司管理人员、财务人员、行政人员、后勤人员等；列入研发费用的人员主要为从事研发活动的人员。

报告期内，发行人的人工成本总额列入成本、费用项目的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接人工	2,339.12	32.03%	8,711.05	45.21%	10,132.48	45.09%	8,854.58	44.38%
销售费用中的人工成本	3,235.67	44.30%	6,539.12	33.94%	7,978.35	35.51%	7,219.87	36.18%
管理费用中的人工成本	1,677.01	22.96%	3,967.99	20.59%	4,248.78	18.91%	3,812.68	19.11%
研发费用中的人工成本	51.45	0.71%	50.56	0.26%	109.44	0.49%	65.70	0.33%
合计	**7,303.25**	**100.00%**	**19,268.72**	**100.00%**	**22,469.05**	**100.00%**	**19,952.83**	**100.00%**

报告期内，2017 年至 2019 年人工成本分配直接人工及费用占比比较稳定；2020 年 1-6 月主要受新冠疫情影响，全国各地实行居家隔离，停工期间生产人员人工成本记入管理费用（停工损失），造成直接人工占比降低、管理费用人工成本占比增加；销售费用人工成本占比增加主要为 2020 年二季度为缓解疫情期间对销售造成的影响，快速恢复市场销售，公司加大对市场巡店人员的人数投入导致劳务外包费用增加。

（五）利润表其他项目分析

1、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
坏账损失	-	-	-105.07	678.67
存货跌价损失	391.33	386.25	576.77	1,112.69
固定资产减值损失	-	28.38	745.73	634.22
合计	**391.33**	**414.63**	**1,217.42**	**2,425.57**

2017 年度，公司资产减值损失发生额较大，主要由于①公司当年主推的喜宴餐饮的椰子汁植物蛋白饮料（金罐清爽）245g、椰子汁植物蛋白饮料（喜宴果肉）245g 的市场销售情况低于预期，该系列相关的产成品及包材计提的存货跌价准备金额较大；②公司直接采购生榨椰肉汁，原有的开椰机闲置，计提固定资产减值准备。

2018 年度，公司固定资产减值损失金额较大，主要由于湛江老厂关闭导致污水处理设备、生产设备等固定资产计提减值准备；此外出于环保因素考虑山东欢乐家将燃煤锅炉替换为燃气锅炉，闲置的燃煤锅炉计提固定资产减值准备。

2019 年度，公司资产减值损失发生额较 2018 年减少，主要由于根据 2019 年 1 月 1 日起执行的财政部修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》的相关规定，2019 年应收款项预期信用损失重分类至“信用减值损失”所致。2019 年的信用减值损失发生额为 209.11 万元。2020 年 1-6 月的信用减值损失发生额为 759.10 万元，其中主要为应收账款计提坏账准备 746.32 万元。

2020 年 1-6 月，公司资产减值损失发生额较 2019 年同期增加 245.53%，主要系 2020 年 6 月末部分罐头产品计提减值增加所致。

2、其他收益

根据财政部对《企业会计准则第 16 号——政府补助》的修订，从 2017 年起，与公司日常活动相关的政府补助，计入其他收益，不再计入营业外收入。报告期内，公司其他收益如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	与资产相关/与收益相关
一、与日常活动相关的政府补助					
递延收益转入	124.89	330.95	283.35	246.65	与资产相关
武汉欢乐家产业发展扶持资金	224.78	580.61	209.25	-	与收益相关
湖北欢乐家食品药品认证奖励	-	10.00	-	-	与收益相关
欢乐家 2018 年实施技术标准战略专项经费	-	10.00	-	-	与收益相关
欢乐家民营经济工作奖励金	-	3.00	-	-	与收益相关
欢乐家清洁奖励金	-	3.00	-	-	与收益相关
欢乐家专利资助款	0.87	0.88	-	-	与收益相关
山东欢乐家食品项目研发资金	-	-	180.00	-	与收益相关
湖北欢乐家产业发展扶持资金	19.27	-	144.78	-	与收益相关
欢乐家湛江市科学技术局外观设计款	-	-	6.25	-	与收益相关
湖北欢乐家调度资金担保费用返还	-	-	1.77	-	与收益相关
湖北欢乐家残疾人联合会安残奖励款	-	-	0.50	-	与收益相关
湖北欢乐家党支部活动经费补助	-	-	0.10	-	与收益相关
山东欢乐家扶贫车间奖补资金	-	-	-	2.00	与收益相关
稳岗补贴	27.18	13.03	19.24	5.02	与收益相关
武汉欢乐家疫情专项奖补资金	30.00	-	-	-	与收益相关
山东欢乐家“两新”组织党组织活动场所建设补助款	2.00	-	-	-	与收益相关
山东欢乐家扶贫车间吸纳贫困人员就业补助款	0.70	-	-	-	与收益相关
政府补助合计	**429.69**	**951.47**	**845.23**	**253.67**	-
二、其他					
扣缴税款手续费返还款	38.90	13.10	25.27	0.42	-
合计	**468.59**	**964.57**	**870.50**	**254.09**	-

3、投资收益

报告期内，公司投资收益情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
银行理财产品	37.86	8.61	-	0.54
可供出售金融资产持有期间取得的投资收益	-	-	210.00	210.00

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
其他权益工具投资的股利收入	-	175.00	-	-
合计	**37.86**	**183.61**	**210.00**	**210.54**

2017 年至 2019 年，公司可供出售金融资产持有期间取得的投资收益及其他权益工具投资的股利收入为持有 3,500 万股南粤银行股份的分红款。

4、资产处置收益

报告期内，具体明细情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
固定资产处置利得	35.78	-265.70	2,784.60	4.13
无形资产处置利得	-	-	1,527.86	-
合计	**35.78**	**-265.70**	**4,312.46**	**4.13**

2018 年，由于湛江老厂规模较小且产能落后，且因场地限制不存在扩建和技改的空间，公司决定关闭老厂，处置了相关的厂房、生产设备及土地从而获得处置收益。2019 年，公司的固定资产处置利得为负，主要系 PET 无菌冷灌生产线 2018 年底投产后，公司将部分原有的 PE 生产线落后的生产设备以低于账面价值的价格进行处理所致。

5、营业外收入及营业外支出

（1）营业外收入

报告期内，公司营业外收入明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
政府补助	-	66.00	23.00	25.37
赔偿收入	26.02	13.65	45.74	10.44
罚款收入	1.45	18.74	13.59	8.97
其他	6.15	7.80	13.04	0.02
非流动资产报废利得	-	1.34	-	-
合计	**33.61**	**107.53**	**95.36**	**44.79**

报告期内，公司营业外收入分别为 44.79 万元、95.36 万元、107.53 万元和 33.61 万元。2018 年营业外收入增加，主要是 2017 年包装装潢外观专利诉讼案件公司根据和

解结果冲回的诉讼保证金 40 万元所致。2019 年营业外收入增加主要系政府补助增加所致。2020 年 1-6 月营业外收入发生额为 33.61 万元，较 2019 年 1-6 月减少 61.15%，主要为本期收到非日常经营活动相关政府补助减少所致。

报告期内，公司计入营业外收入的政府补助明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
燃煤锅炉淘汰奖励金	-	66.00	15.00	12.00
湖北欢乐家煤改气补贴款	-	-	5.00	-
湖北欢乐家湖北名牌产品奖励	-	-	3.00	-
欢乐家提前淘汰黄标车奖励资金	-	-	-	2.60
欢乐家区级预算民营企业扶持资金中解决民营经济工作奖励	-	-	-	5.00
湖北欢乐家安福寺财政所灾后补助	-	-	-	5.00
其他	-	-	-	0.77
合计	-	**66.00**	**23.00**	**25.37**

（2）营业外支出

报告期各期，公司营业外支出明细情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产毁损报废损失	2.24	29.70	55.80	80.58
捐赠支出	156.28	23.10	16.09	113.46
诉讼赔偿	-	19.20	12.84	324.41
违约金	-	-	3.00	13.27
其他	17.85	7.64	2.24	33.75
合计	**176.37**	**79.64**	**89.97**	**565.47**

2017 年公司营业外支出较大，主要包括捐赠支出和诉讼赔偿。其中，捐赠支出主要为扶贫济困的捐款，诉讼赔偿金额较大主要系 2017 年包装装潢外观专利诉讼案件公司预提赔偿金 300 万元所致。

公司于 2017 年 10 月收到济南市中级人民法院的传票（案号：（2017）鲁 01 民初 1648 号），上海巴克斯酒业有限公司起诉公司、佛山维力饮品有限公司、济南心连心超市有限公司侵害原告 RIO 鸡尾酒包装装潢外观专利。公司根据诉讼请求及财产保全金额，遵循谨慎性原则，于 2017 年末提取预计负债 300 万元并计入营业外支出。2018 年 8 月 21 日，公司与上海巴克斯酒业有限公司协调签署《和解协议》，经友好协商，公司从已支付给济南市中级人民法院的保证金 300 万元中一次性支付其 260 万元作为和解款。2018 年 9 月 4 日，公司收到退回的保证金 40 万元。

2020 年 1-6 月营业外支出发生额为 176.37 万元，主要为本期新冠肺炎疫情公益性捐赠增加所致。

2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司营业外收支净额分别为-520.68 万元、5.39 万元、27.89 万元和-142.75 万元，对公司净利润的影响较小，公司经营与盈利情况对营业外收入不构成依赖。

（六）净利润分析

报告期内，公司营业利润、利润总额及净利润金额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业利润	11,516.85	27,787.19	21,872.43	12,211.68
利润总额	11,374.09	27,815.08	21,877.82	11,691.01
净利润	**8,479.18**	20,678.28	16,097.41	8,339.18

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月公司的净利润分别为 8,339.18 万元、16,097.41 万元、20,678.28 万元及 8,479.18 万元。报告期各期营业利润占利润总额的比例分别为 104.45%、99.98%、99.90%及 101.26%，公司主营业务盈利能力的不断加强，营业利润占利润总额的比例整体较高，主营业务是公司盈利的主要来源。

报告期内，对公司净利润产生主要影响的损益科目如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业收入	**59,796.56**	**100.00%**	**142,413.07**	**100.00%**	**135,478.35**	**100.00%**	**119,474.79**	**100.00%**

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业成本	36,352.04	60.79%	89,975.76	63.18%	92,061.96	67.95%	81,272.99	68.03%
销售费用	5,992.10	10.02%	12,607.49	8.85%	13,312.28	9.83%	12,370.46	10.35%
管理费用	4,253.63	7.11%	9,419.93	6.61%	8,878.76	6.55%	8,926.77	7.47%
研发费用	55.19	0.09%	75.82	0.05%	292.63	0.22%	86.47	0.07%
财务费用	366.61	0.61%	1,482.43	1.04%	1,878.08	1.39%	1,273.18	1.07%
营业利润	**11,516.85**	**19.26%**	**27,787.19**	**19.51%**	**21,872.43**	**16.14%**	**12,211.68**	**10.22%**
营业外收入	33.61	0.06%	107.53	0.08%	95.36	0.07%	44.79	0.04%
营业外支出	176.37	0.29%	79.64	0.06%	89.97	0.07%	565.47	0.47%
利润总额	**11,374.09**	**19.02%**	**27,815.08**	**19.53%**	**21,877.82**	**16.15%**	**11,691.01**	**9.79%**
净利润	**8,479.18**	**14.18%**	**20,678.28**	**14.52%**	**16,097.41**	**11.88%**	**8,339.18**	**6.98%**

2017 年至 2019 年，公司净利润逐年增加，一方面系公司销售规模扩大，营业收入增加，另一方面系公司控制成本及期间费用所致。

（七）报告期内非经常性损益情况

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司非经常性损益分别为-967.58 万元、3,874.55 万元、540.90 万元和 270.38 万元，占各年度净利润的比例分别为-11.60%、24.07%、2.62%和 3.19%，对公司经营状况和盈利水平不构成重大影响。非经常性损益的构成明细详见本节“七、非经常性损益明细表”。

1、扣非后归母净利润增速显著快于收入增速的原因及合理性

将发行人利润表相关科目扣除非经常性损益的影响后，变动情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度			2018 年度			2017 年度
	金额	较上一年度变动金额	增速	金额	较上一年度变动金额	增速	金额
一、营业总收入	**142,413.07**	**6,934.71**	**5.12%**	**135,478.35**	**16,003.56**	**13.39%**	**119,474.79**
减：营业成本	89,975.76	-2,086.20	-2.27%	92,061.96	10,788.97	13.27%	81,272.99
税金及附加	1,327.42	-30.33	-2.23%	1,357.76	-18.68	-1.36%	1,376.44
销售费用	12,607.49	-704.79	-5.29%	13,312.28	1,224.31	10.13%	12,087.97
管理费用	9,419.93	541.16	6.10%	8,878.76	337.47	3.95%	8,541.29

项目	2019 年度			2018 年度			2017 年度
	金额	较上一年度变动金额	增速	金额	较上一年度变动金额	增速	金额
研发费用	75.82	-216.81	-74.09%	292.63	206.16	238.43%	86.47
财务费用	1,482.43	-395.65	-21.07%	1,878.08	604.90	47.51%	1,273.18
加：其他收益	13.10	-12.17	-48.17%	25.27	24.86	5980.58%	0.42
投资收益	175.00	-35.00	-16.67%	210.00	0.00	0.00%	210.00
公允价值变动收益(损失以“-”号填列）	-	-	-	-	-	-	-
信用减值损失(损失以“-”号填列）	-209.11	-209.11	-100.00%	-	-	-	-
资产减值损失(损失以“-”号填列）	-414.63	802.79	-65.94%	-1,217.42	1,208.14	-49.81%	-2,425.57
资产处置收益(损失以“-”号填列）	-	-	-	-	-	-	-
二、营业利润	**27,088.57**	**10,373.84**	**62.06%**	**16,714.73**	**4,093.43**	**32.43%**	**12,621.30**
加：营业外收入	-	-	-	-	-	-	-
减：营业外支出	-	-	-	-	-	-	-
三、利润总额	**27,088.57**	**10,373.84**	**62.06%**	**16,714.73**	**4,093.43**	**32.43%**	**12,621.30**
减：所得税费用	6,951.19	2,459.32	54.75%	4,491.87	1,177.33	35.52%	3,314.55
四、净利润	**20,137.38**	**7,914.52**	**64.75%**	**12,222.86**	**2,916.10**	**31.33%**	**9,306.76**

扣非后归母净利润增速高于营业收入增速，主要由于：①毛利率提升，导致营业收入增速大于营业成本；②营业收入增速大于期间费用的增速；③资产减值损失减少。

在扣除非经常性损益的影响后，各年度的扣非后归母净利润与营业收入增速差异具体分析如下：

（1）扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较上一年度增长 2,916.10 万元，增速为 31.33%，主要原因为：①2018 年发行人资产减值损失较上一年度减少了 1,208.15 万元，变动幅度为-49.81%，这主要由于 2018 年发行人加大了对应收账款的催收力度，2018 年末应收账款余额较 2017 年末减少 4,451.39 万元，发行人按账龄组合计提的坏账损失，2018 年坏账损失较 2017 年减少 783.74 万元；此外，2018 年存货跌价损失较 2017 年减少 535.92 万元，主要原因为 2017 年发行人椰子汁植物蛋白饮料（金罐清爽）245g、椰子汁植物蛋白饮料（喜宴果肉）245g 的市场销售情况低于预期，该系列相关的产成品及包材计提存货跌价准备金额 236.28 万元，以及草莓罐头市场预估出现偏差，导致 2017 年末草莓罐头临期产品较多，对临期产品计提跌价约 197.34 万元，

上述原因导致 2017 年存货跌价准备计提较多；②随着销售规模的扩大，在扣除股份支付的影响后，2018 年的期间费用较上一年度增加 2,372.84 万元，增幅 10.79%，小于收入增幅。由于管理费用主要包括管理人员的人工成本费用、资产折旧摊销等，与销售收入不存在线性关系，2018 年管理费用仅增加了 337.47 万元，增幅 3.95%，小于收入增幅。

（2）2019 年度公司扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较上一年度增长 7,914.52 万元，增速为 64.75%，主要原因为：①由于公司产品的销售结构发生变化，毛利率较高的饮料产品销售占比提升，以及部分原材料采购价格下降导致产品单位成本下降，同时 2019 年公司 PET 无菌冷灌生产线投入使用，包材成本下降，该等因素导致发行人 2019 年综合毛利率较上一年度增加了 4.77 个百分点，在营业收入同比增长 5.12%的情况下，营业成本同比减少了 2.27%，以 2019 年度的营业收入进行测算，对毛利的影响金额为 6,798.56 万元；②公司严格控制费用支出，同时调整销售策略及人员结构、裁汰冗员，使得销售费用率、管理费用率下降，2019 年发行人期间费用较上年同期减少 776.08 万元，减幅为 3.19%；③由于 2018 年发行人固定资产减值损失金额较大，导致 2019 年发行人资产减值损失和信用减值损失合计较上年减少 593.68 万元。

综上，2017 年至 2019 年，发行人扣非后归母净利润增速显著快于收入增速具有合理性。

2、2017 年至 2019 年同行业可比公司收入和净利润变化情况

2017 年至 2019 年，同行业上市可比公司相关营业收入、扣非后净利润及其增速情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
		金额	增速	金额	增速	金额
养元饮品	营业收入	745,929.07	-8.41%	814,424.39	5.21%	774,058.40
	扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	223,952.06	-6.54%	239,627.27	26.67%	189,168.07
承德露露	营业收入	225,539.41	6.29%	212,196.66	0.48%	211,187.33
	扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	46,532.98	12.59%	41,330.11	-0.13%	41,385.63

公司名称	项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
		金额	增速	金额	增速	金额
凯欣股份	营业收入	27,883.84	35.90%	20,517.18	-10.14%	22,832.12
	扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	2,499.61	24.06%	2,014.78	-9.06%	2,215.47
林家铺子	营业收入	45,251.94	83.09%	24,715.94	27.10%	19,445.97
	扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	2,635.40	593.53%	380.00	2100.31%	17.27

由上表可知，2017 年至 2019 年同行业上市可比公司经营情况各不相同，但对于业绩增长的年份，基本上呈现扣非后净利润增速高于营业收入增速的情况。故发行人相关经营业绩指标变动符合行业整体情况。

（八）主要税种纳税情况

1、企业所得税

报告期内，公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
当期所得税费用	2,268.98	6,970.65	5,003.09	2,847.01
递延所得税费用	625.93	166.15	777.32	504.82
所得税费用合计	**2,894.91**	**7,136.80**	**5,780.42**	**3,351.83**

报告期内，公司企业所得税率为 25%。报告期内，公司遵守国家及地方的税收法律、法规，依法缴纳各种税金，执行的税种、税率均符合相关税收法律、法规的规定。

报告期内，公司企业所得税与会计利润的具体关系如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利润总额	**11,374.09**	**27,815.08**	**21,877.82**	**11,691.01**
按法定（或适用）税率计算的所得税费用	2,843.52	6,953.77	5,469.46	2,922.75
无须纳税的收入	-	-43.75	-52.50	-52.50
不可抵扣的成本、费用和损失	33.33	198.88	321.26	481.58
未确认可抵扣亏损和可抵扣暂时性差异的纳税影响	18.06	27.90	42.21	-

所得税费用	**2,894.91**	**7,136.80**	**5,780.42**	**3,351.83**

2、其他税种

报告期内，公司其他税种的计提情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
房产税	179.74	356.08	295.78	255.66
城市维护建设税	175.32	356.04	386.45	425.52
教育费附加	140.73	262.22	277.01	325.84
土地使用税	115.07	243.11	294.27	243.59
印花税	35.34	98.42	90.56	107.24
车船使用税	1.79	2.37	1.89	2.68
其他	3.95	9.18	11.80	15.92
合计	**651.95**	**1,327.42**	**1,357.76**	**1,376.44**

3、主要税种的应缴与实缴情况

报告期内，公司企业所得税、增值税的应缴与实缴情况如下：

单位：万元

期间	项目	企业所得税	增值税
2020 年 1-6 月	本期应缴数	2,268.98	3,955.12
	本期实缴数	3,851.02	3,240.67
2019 年度	本期应缴数	6,970.65	7,629.73
	本期实缴数	7,835.99	5,060.09
2018 年度	本期应缴数	5,003.09	5,043.16
	本期实缴数	2,868.19	6,161.18
2017 年度	本期应缴数	2,847.01	5,046.44
	本期实缴数	4,981.28	7,047.94

报告期内，税收政策未发生重大变化，发行人不享受税收优惠。

十、资产质量分析

（一）资产的主要结构分析

报告期内，公司资产构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	38,552.34	30.75%	54,942.17	38.95%	54,330.94	39.16%	54,748.43	41.81%
非流动资产	86,840.56	69.25%	86,124.54	61.05%	84,394.37	60.84%	76,199.10	58.19%
资产总计	**125,392.90**	**100.00%**	**141,066.71**	**100.00%**	**138,725.31**	**100.00%**	**130,947.53**	**100.00%**

随着公司业务持续稳健发展，公司的资产总额从 2017 年末的 130,947.53 万元增长至 2019 年末的 141,066.71 万元。2017 年末至 2019 年末，公司流动资产占比下降而非流动资产占比上升，主要系公司加大固定资产、在建工程等非流动资产投入所致。2020 年上半年末，流动资产金额及占资产总额比例下降主要系存货减少所致。

1、流动资产

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	15,661.71	40.62%	15,549.38	28.30%	11,274.21	20.75%	7,318.42	13.37%
交易性金融资产	-	-	6,504.23	11.84%	-	-	-	-
应收票据	1.75	0.00%	-	-	25.00	0.05%	277.90	0.51%
应收账款	12,769.40	33.12%	8,118.07	14.78%	11,653.25	21.45%	16,104.64	29.42%
预付款项	412.55	1.07%	1,025.13	1.87%	644.52	1.19%	560.96	1.02%
其他应收款	138.43	0.36%	179.55	0.33%	289.77	0.53%	95.55	0.17%
存货	8,451.23	21.92%	22,218.09	40.44%	27,211.88	50.09%	27,788.76	50.76%
其他流动资产	1,117.27	2.90%	1,347.72	2.45%	3,232.30	5.95%	2,602.19	4.75%
流动资产合计	**38,552.34**	**100.00%**	**54,942.17**	**100.00%**	**54,330.94**	**100.00%**	**54,748.43**	**100.00%**

报告期各期末，公司的流动资产主要包括存货、应收账款、货币资金及交易性金融资产，上述资产合计占流动资产的比例分别为 93.54%、92.29%、95.35%和 95.67%。2017 年末至 2019 年末，公司的流动资产金额和构成基本稳定；2020 年上半年末因年中备货减少及尚未达到主要水果产季导致存货金额及占比下降。

（1）货币资金

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	-	-	-	-	1.80	0.02%	1.58	0.02%
银行存款	13,983.67	89.29%	12,627.29	81.21%	11,040.20	97.92%	6,507.79	88.92%
其他货币资金	1,678.04	10.71%	2,922.09	18.79%	232.21	2.06%	809.05	11.05%
合计	**15,661.71**	**100.00%**	**15,549.38**	**100.00%**	**11,274.21**	**100.00%**	**7,318.42**	**100.00%**

公司的货币资金主要包括银行存款及其他货币资金，其中其他货币资金主要为公司开具银行承兑汇票的保证金存款、电商平台的收款账户资金。

2018 年末，公司银行存款较 2017 年末增加 4,532.41 万元，主要系 2018 年销售规模的扩大及应收账款催收力度加大，经销商回款增加以及应收账款减少所致；其他货币资金 2017 年末余额较高，主要系 2017 年因采购 PET 无菌冷灌生产线，以保函的方式向西得乐机械（北京）有限公司支付部分机器设备款 779.10 万元。

2019 年末，公司货币资金较上一年度末增加 4,275.17 万元，主要由于销售规模进一步扩大导致回款增加，同时长期资产支出减少。公司其他货币资金较 2018 年末增加 2,689.89 万元，主要系公司增加银行承兑汇票付款结算业务，承兑汇票保证金增加所致。

2020 年上半年末，公司银行存款较 2019 年末增加 1,356.39 万元，主要由于上半年受疫情影响公司采购规模减少，支出降低；其他货币资金较 2019 年末减少 1,244.05 万元，主要系公司使用银行承兑汇票结算减少，承兑汇票保证金减少所致。

（2）交易性金融资产

公司交易性金融资产均为债务工具投资。2019 年末，公司债务工具投资余额为 6,504.23 万元，系按照公允价值计量的保本浮动收益型银行理财产品，本金为 6,500 万元。截至 2020 年上半年末，公司已将该保本浮动收益型银行理财产品赎回。

（3）应收票据

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
银行承兑汇票	1.75	-	25.00	277.90
合计	**1.75**	**-**	**25.00**	**277.90**

报告期内，公司的应收票据均为银行承兑汇票，应收票据余额较小。公司银行承兑

汇票主要为收取客户货款而回笼的银行承兑汇票，公司及时将票据进行背书转让，用于支付供应商货款。2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年上半年末，公司已背书但尚未到期的应收票据金额分别为 3,610.00 万元、1,638.88 万元、1,217.19 万元及 738.79 万元。

（4）应收账款

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
应收账款账面余额	14,047.36	8,645.61	12,327.62	17,724.72
坏账准备	1,277.96	527.55	674.36	1,620.08
账面价值	12,769.40	8,118.07	11,653.25	16,104.64
应收账款周转率（次）	11.45	14.41	9.76	7.45

注：2020 年上半年应收账款周转率已进行年化处理

① 变动情况分析

2017 年末、2018 年末、2019 年末，公司应收账款账面价值分别为 16,104.64 万元、11,653.25 万元、8,118.07 万元，占各期末流动资产比例分别为 29.42%、21.45%、14.78%，均呈逐年下降趋势。2020 年上半年末，公司应收账款账面价值为 12,769.40 万元，占期末流动资产比例为 33.12%，金额及占比较年末增加主要系公司一般在各年末加强应收账款的催收力度以及客户回款主要集中在第四季度所致。

经销模式下，公司结算政策一般为先款后货，但为拓展潜力市场、重点销售市场同时缓解经销商阶段性的资金压力，公司给予部分经销商一定的循环信用额度或临时信用额度，导致报告期末公司应收账款余额较大。近年来，随着欢乐家品牌影响力的增强，公司为控制应收账款的回收风险，逐步加强对信用额度的审批管理，并逐期加大对应收账款的催收力度，2017 年末至 2019 年末应收账款余额逐年下降。

② 账龄结构分析

单位：万元

账龄结构	2020-06-30			
	余额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	12,088.87	86.06%	710.83	11,378.05
1-2 年	1,910.33	13.60%	528.97	1,381.36

2-3 年	48.16	0.34%	38.16	10.00
合计	**14,047.36**	**100.00%**	**1,277.96**	**12,769.40**
账龄结构	**2019-12-31**			
	余额	**比例**	**坏账准备**	**净额**
1 年以内	8,277.31	95.74%	413.87	7,863.45
1-2 年	357.66	4.14%	107.30	250.36
2-3 年	10.64	0.12%	6.39	4.26
合计	**8,645.61**	**100.00%**	**527.55**	**8,118.07**
账龄结构	**2018-12-31**			
	余额	**比例**	**坏账准备**	**净额**
1 年以内	11,976.39	97.16%	598.82	11,377.57
1-2 年	293.71	2.38%	44.06	249.66
2-3 年	52.05	0.42%	26.03	26.03
3 年以上	5.46	0.04%	5.46	-
合计	**12,327.62**	**100.00%**	**674.36**	**11,653.25**
账龄结构	**2017-12-31**			
	余额	**比例**	**坏账准备**	**净额**
1 年以内	14,489.99	82.62%	733.86	13,756.13
1-2 年	2,356.45	13.44%	353.47	2,002.98
2-3 年	691.07	3.94%	345.53	345.53
合计	**17,537.51**	**100.00%**	**1,432.86**	**16,104.64**

注 1：公司于 2019 年 1 月 1 日执行新金融工具准则，2019 年末及 2020 年上半年末应收账款坏账按照整个存续期预期信用损失计量

注 2：2017 年按账龄组合计提坏账准备的应收账款未包含单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款 187.22 万元

报告期各期末公司应收账款账龄主要集中在1年以内，占比分别为82.62%、97.16%、95.74%和 86.06%。

③ 应收账款回款情况

截至 2020 年 7 月 31 日，报告期各期末应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
各期末应收账款余额	14,047.36	8,645.61	12,327.62	17,724.72
期后回款金额	115.04	2,783.75	11,802.64	16,710.89

期后回款金额占期末应收账款余额比例	0.82%	32.20%	95.74%	94.28%

④前十大应收账款情况

A、前十大应收账款客户期末应收账款原值情况

报告期内各期公司前十大应收账款客户的情况如下：

单位：万元

客户名称	应收账款原值			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
保定市北方利华糖酒有限公司	3,403.58	2,117.06	2,402.02	3,329.26
武汉市小雨点贸易有限公司	2,651.61	2,017.84	1,642.13	1,845.06
成都牛车水食品有限公司	1,975.60	486.92	1,150.60	882.76
溧阳市海潮商贸有限公司	1,761.09	1,071.17	1,521.39	1,962.28
深圳市乐满家实业有限公司	1,177.00	1,025.07	1,424.56	2,099.69
天津市合适佳商贸有限公司	1,137.72	746.52	978.99	1,506.37
达州市众和兴盛商贸有限公司	621.25	391.29	1,132.08	1,403.37
北京市雄纪祥贸易有限责任公司	192.47	-	148.82	217.67
温州越同贸易有限公司	184.70	184.97	180.15	191.03
桂林市通乾贸易有限公司	132.14	128.30	117.20	230.76
石家庄良博商贸有限公司	123.91	130.06	115.60	109.28
湛江市坡头区食康商行	3.99	2.14	410.29	779.9
贵港市港北区锦鹏食品商行	-	-	193.98	249.94
沈阳一品先贸易有限公司	-	-	-	344.43
佛山众兴利华食品有限公司	-	-	-	471.94
小计	**13,365.06**	**8,301.34**	**11,417.81**	**15,623.74**
公司应收账款余额	**14,047.36**	**8,645.61**	**12,327.62**	**17,724.72**

报告期内，上述客户的应收账款余额占公司应收账款原值的比例分别为 88.15%、92.62%、96.02%和 95.14%，应收账款的客户分布较为集中。

2017 年末至 2019 年末，公司应收账款余额呈逐年下降趋势，主要原因为随着欢乐家品牌影响力的增强，公司为控制应收账款的回收风险，逐步加强对信用额度的审批管

理，并逐期加大对应收账款的催收力度。从前十大应收账款客户各期期末余额上看，应收款余额较高的客户普遍呈现下降趋势，公司应收款余额下降非因极个别重点客户大额回款所致。

2020 年 6 月末，公司应收账款余额较 2019 年末回升，与公司于每年年末春节旺季集中发货和回款的经营特点相适应。2020 年 6 月末应收账款原值较上年同期减少 31.69%，也呈现下降趋势。

B、应收账款前十大客户当期收入金额、期末应收账款余额、账龄、占比、是否超过合同约定付款时间、超期未回款的原因

由于公司应收账款前十大客户均为循环授信客户，公司与该等客户未在合同中约定明确的付款时间，公司通过订单情况、季度回款情况实时了解客户的回款能力。各期前十大应收账款客户详细情况如下：

a、2017 年前十大应收账款客户

2017 年度，前十大应收账款客户销售收入 16,453.82 万元，收入占比为 13.77%；期末应收账款余额 14,625.06 万元，应收账款占比为 82.51%。具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	应收账款			
		期末原值	账龄		
			1 年以内	1-2 年	2-3 年
保定市北方利华糖酒有限公司	3,259.14	3,329.26	2,872.56	416.97	39.73
深圳市乐满家实业有限公司	1,823.42	2,099.69	1,684.97	414.72	-
溧阳市海潮商贸有限公司	1,802.94	1,962.28	1,962.28	-	-
武汉市小雨点贸易有限公司	4,724.21	1,845.06	1,532.44	312.62	-
天津市合适佳商贸有限公司	1,614.07	1,506.37	1,248.72	79.12	178.53
达州市众和兴盛商贸有限公司	855.53	1,403.37	1,151.11	252.26	-
成都牛车水食品有限公司	1,602.97	882.76	882.76	-	-
湛江市坡头区食康商行	480.06	779.90	431.72	347.43	0.75
佛山众兴利华食品有限公司	-	471.94	-	60.89	411.05
沈阳一品先贸易有限公司	291.48	344.43	344.43	-	-
前十大合计	**16,453.82**	**14,625.06**	**12,110.99**	**1,884.01**	**630.06**

2017 年末，佛山众兴利华食品有限公司应收账款原值 471.94 万元，该部分应收账款由报告期外的销售形成。2017 年末，公司计提坏账准备 214.66 万元。2017 年停止合作后，公司于 2018 年将应收账款全额进行了核销。

b、2018 年前十大应收账款客户

2018 年度，前十大应收账款客户销售收入 19,177.27 万元，收入占比为 14.16%；期末应收账款余额 11,036.19 万元，应收账款占比为 89.52%。具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	应收账款			
		期末原值	账龄		
			1 年以内	1-2 年	2-3 年
保定市北方利华糖酒有限公司	4,675.36	2,402.02	2,402.02	-	-
武汉市小雨点贸易有限公司	4,688.11	1,642.13	1,642.13	-	-
溧阳市海潮商贸有限公司	1,760.98	1,521.39	1,521.39	-	-
深圳市乐满家实业有限公司	1,795.56	1,424.56	1,424.56	-	-
成都牛车水食品有限公司	2,871.53	1,150.60	1,150.60	-	-
达州市众和兴盛商贸有限公司	1,026.26	1,132.08	1,117.29	14.79	-
天津市合适佳商贸有限公司	1,639.89	978.99	978.99	-	-
湛江市坡头区食康商行	390.84	410.29	410.29	-	-
贵港市港北区锦鹏食品商行	207.95	193.98	193.98	-	-
温州越同贸易有限公司	120.79	180.15	132.84	47.31	-
前十大合计	**19,177.27**	**11,036.19**	**10,974.09**	**62.10**	**-**

2018 年末，温州越同贸易有限公司应收账款原值 180.15 万元，年末计提坏账准备 13.74 万元。

c、2019 年前十大应收账款客户

2019 年度，前十大应收账款客户销售收入 16,988.88 万元，收入占比为 11.93%；期末应收账款余额 8,299.20 万元，应收账款占比为 95.99%，具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	应收账款			
		期末原值	账龄		
			1 年以内	1-2 年	2-3 年

客户名称	销售收入	应收账款			
		期末原值	账龄		
			1 年以内	1-2 年	2-3 年
保定市北方利华糖酒有限公司	3,356.74	2,117.06	2,117.06	-	-
武汉市小雨点贸易有限公司	4,731.12	2,017.84	1,859.09	158.75	-
溧阳市海潮商贸有限公司	2,083.71	1,071.17	1,071.17	-	-
深圳市乐满家实业有限公司	1,681.62	1,025.07	1,025.07	-	-
天津市合适佳商贸有限公司	1,249.52	746.52	746.52	-	-
成都牛车水食品有限公司	2,703.03	486.92	486.92	-	-
达州市众和兴盛商贸有限公司	922.78	391.29	391.29	-	-
温州越同贸易有限公司	72.70	184.97	81.57	103.40	-
石家庄良博商贸有限公司	144.88	130.06	130.06	-	-
桂林市通乾贸易有限公司	42.78	128.30	63.17	65.13	-
前十大合计	**16,988.88**	**8,299.20**	**7,971.92**	**327.28**	**-**

注：重庆牛车水商贸有限公司于 2019 年 11 月以前与达州市众和兴盛商贸有限公司为同一控制，2019 年 11 月股权变更后，2019 年 12 月销售收入不再合并计算。

2019 年末，温州越同贸易有限公司应收账款原值 184.97 万元，该客户仍在合作且陆续回款，2019 年末计提坏账准备 35.10 万元。桂林市通乾贸易有限公司应收账款原值 128.30 万元，该客户仍在持续合作，2019 年末计提坏账准备 22.70 万元。

d、2020 年 1-6 月前十大应收账款客户

2020 年 1-6 月，前十大应收账款客户销售收入 7,481.56 万元，收入占比为 12.51%；期末应收账款余额 13,237.16 万元，应收账款占比为 94.23%，具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	应收账款			
		期末原值	账龄		
			1 年以内	1-2 年	2-3 年
保定市北方利华糖酒有限公司	1,799.72	3,403.58	2,967.57	436.01	-
武汉市小雨点贸易有限公司	1,075.35	2,651.61	1,743.75	907.86	-
成都牛车水食品有限公司	1,776.43	1,975.60	1,975.60	-	-
溧阳市海潮商贸有限公司	974.44	1,761.09	1,761.09	-	-
深圳市乐满家实业有限公司	642.35	1,177.00	1,139.52	37.48	-
天津市合适佳商贸有限公司	712.53	1,137.72	1,058.69	79.03	-

客户名称	销售收入	应收账款			
		期末原值	账龄		
			1 年以内	1-2 年	2-3 年
达州市众和兴盛商贸有限公司	321.29	621.25	512.44	108.81	-
北京市雄纪祥贸易有限责任公司	170.16	192.47	192.47	-	-
温州越同贸易有限公司	5.89	184.70	39.49	105.64	39.57
桂林市通乾贸易有限公司	3.40	132.14	13.49	115.98	2.67
前十大合计	**7,481.56**	**13,237.16**	**11,404.11**	**1,790.81**	**42.24**

2020 年 6 月末，温州越同贸易有限公司应收账款原值 184.70 万元，该客户仍在持续合作，2020 年 6 月末计提坏账准备 62.93 万元；桂林市通乾贸易有限公司应收账款原值 132.14 万元，该客户仍在持续合作，期末计提坏账准备 35.02 万元。

⑤报告期各期末应收账款存在较大幅度下降，且与收入增长趋势不匹配的原因及合理性

报告期内，发行人应收账款与收入的趋势变动情况，具体如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
销售收入	59,796.56	142,413.07	135,478.35	119,474.79
收入变幅	-14.47%	5.12%	13.39%	19.14%
应收账款原值	14,047.36	8,645.61	12,327.62	17,724.72
应收变幅	-31.69%	-29.87%	-30.45%	3.58%

注：2020 年 1-6 月销售收入较 2019 年 1-6 月同比下降 14.47%，2020 年 6 月 30 日应收账款原值较 2019 年 6 月 30 日同比下降 31.69%

2017 年至 2019 年，公司收入逐年增长，但 2017 年至 2019 年各年末应收账款逐年下降，主要系公司为控制应收账款的回收风险，加强对信用额度的审批管理以及加大对应收账款的催收力度所致。发行人未按照全年销售金额的一定比例或者按照订单金额给予客户赊销额度，故而应收账款与收入不存在匹配关系。

⑥不同销售模式下的信用政策

A、经销、直销、代销模式下客户的信用政策

a、经销模式

公司对经销商主要采用先款后货的结算模式。近年来，为拓展产品市场、提高销售能力，公司给予有较大增长潜力、尚未开拓的市场以及重点销售区域内的部分经销商一定的信用额度用于加大营销渠道的建设与市场培育，具体分为循环信用额度和临时信用额度。

b、直营模式

直营模式下公司与直营电商平台之间存在少量的应收账款，主要是公司通过电商平台上开设的直营店铺实现销售后，电商平台未及时向公司转付货款所致。该部分金额占公司应收账款的比例极低。

c、代销模式

代销模式下公司的应收账款为报告期内对京东自营的应收款以及 2017 年对部分商超的应收款，公司与上述主体签署代销合同，约定结算周期和付款周期。报告期内，公司代销客户的应收账款以京东自营为主，各期末公司对京东自营的应收账款余额分别为 138.05 万元、78.16 万元、90.07 万元和 172.21 万元。京东自营于结算单核定付款日起 7 个工作日付款，综合考虑结算后的核定时间、结算单出具时间以及付款时间，平均账期约为 30-45 天。

B、相关政策在报告期内的变化和执行情况

a、直营模式、代销模式

直营模式和代销模式下，公司的信用政策在报告期内未发生变化，应收账款产生的原因为公司根据商业惯例与大型电商平台和商超之间约定了常规的结算条款，均得到严格执行。

b、经销模式

经销模式下，公司在报告期内一贯采用以先款后货为主、同时给予部分客户循环信用或临时信用额度的信用政策，仅根据公司业务发展情况和应收款风险管理需要，对享受信用政策的客户及其信用额度进行了适当调整，信用政策未发生重大变化。

为充分了解和掌握客户的信誉、资信状况，规范企业客户信用管理工作，公司制定了《客户信用管理制度》，该制度对于信用政策及信用等级、客户信用等级分类、授信额度审批手续、客户信用调查管理、授信额度控制等方面进行了约定。

报告期内，公司授信额度的变化情况具体如下：

单位：万元

类型	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
循环信用额度	20,045.00	23,355.00	26,000.00	29,500.00
其中：前十大应收款客户	19,205.00	22,455.00	24,600.00	27,600.00
临时信用额度	1,382.00	2,326.00	780.10	1,600.00
合计	**21,427.00**	**25,681.00**	**26,780.10**	**31,100.00**

公司通过季度监控、积极催收、控制发货等有效手段控制应收账款的回收风险，报告期各期末，应收账款账龄主要集中于 1 年以内。

综上，公司给予经销商客户的信用政策得到严格执行。

⑦报告期内逾期支付情况

A、各期逾期支付情况，包括销售产品类型、收入金额、信用期、实际支付时间、逾期原因、逾期金额占比

a、循环信用额度

报告期内，公司循环授信客户的应收账款账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
1 年以内	11,832.88	8,086.65	11,500.69	13,488.45
1 至 2 年	1,858.08	342.85	152.97	1,931.75
2 至 3 年	42.24	-	41.33	219.02
3 年以上	-	-	4.96	-
小计	**13,733.20**	**8,429.49**	**11,699.94**	**15,639.22**
其中：一年以上	1,900.33	342.85	199.25	2,016.52

公司针对部分客户的循环信用额度，没有固定付款期限，故账龄超过 1 年并不意味逾期；报告期各期末，公司循环授信客户中应收账款账龄在 1 年以上的金额较小，说明公司的循环授信应收账款较为良性。

b、临时信用额度

报告期内，公司临时授信客户的应收账款账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
1 年以内	41.83	33.90	80.31	620.00
1 至 2 年	-	-	-	312.75
2 至 3 年	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-
小计	**41.83**	**33.90**	**80.31**	**932.75**
其中：一年以上	-	-	-	312.75

公司针对个别客户给予临时信用额度，最长授信时间不超过 6 个月，授信客户超过授信期间仍未还款视为逾期。报告期各期末授信客户逾期支付情况具体如下：

单位：万元

期间	产品类型	逾期客户数量	逾期金额	逾期占应收款比例	期后回款金额	期后核销金额
2017 年末	饮料、罐头	7	932.75	5.26%	599.83	332.92
2018 年末	饮料、罐头	8	78.99	0.64%	40.65	37.38
2019 年末	饮料、罐头	3	14.53	0.17%	2.15	8.08
2020 年 6 月末	饮料、罐头	2	41.83	0.30%	1.59	-

注：期后回款和核销金额的截止时间为 2020 年 7 月 31 日

报告期内逾期的经销商，均为账龄 1 年以上的客户，报告期内逾期经销商户数分别为 7 户、8 户、3 户、2 户，逾期金额分别为 932.75 万元、78.99 万元、14.53 万元、41.83 万元，逾期金额占各期末应收账款比例分别为 5.26%、0.64%、0.17%和 0.30%，其中 2017 年末和 2018 年末的逾期应收账款期后已基本回款或核销。逾期的应收账款主要集中在规模较小的经销商，大部分逾期客户已经终止合作，公司已将无法收回的款项公司核销坏账。

B、是否利用放宽信用政策来维持业务

公司应收账款主要为循环授信客户的欠款余额，报告期内公司逐年降低信用额度，在各年末应收账款余额逐年下降的情况下保持收入持续增长，不存在利用放宽信用政策来维持业务的情形。

C、对于逾期应收账款公司具体应对方法及执行效果

逾期经销商期后部分回款，部分催收无果后由公司终止合作，欠款基本无法收回，公司逐期将无法回收的逾期款项核销坏账损失。

D、与同行业可比公司的比较情况

公司的信用政策分为循环授信和临时授信两种，其中临时授信额度有约定账期，属于市场上普遍采用的信用政策。同行业公司根据自身业务开展的需要，灵活确定本公司适用的临时授信额度和信用期。

公司的应收账款政策与列为同行业可比公司的养元饮品、承德露露存在差异。养元饮品、承德露露等同行业规模较大的植物蛋白饮料企业为上市公司，具有较强的品牌影响力，为了快速缩小与上述企业之间的差距，公司早期给予潜力性市场、竞争性市场的部分经销商一定的循环信用额度，扶持其快速将公司产品投放市场；同时，缓解部分潜力经销商在中秋、春节等销售旺季的临时性资金压力，提高公司产品的铺市率，公司给予该类经销商一定的临时信用额度，导致报告期初应收账款余额较大。随着欢乐家品牌影响力的增强，客户经营积累逐年增加且其市场趋于稳定，公司降低对其扶持力度并逐年降低信用额度，应收账款余额逐年下降。

E、对销售业务及销售回款的影响

报告期内，循环授信客户和临时授信客户的销售收入及回款情况具体如下：

单位：万元

期间	循环授信客户			临时授信客户		
	销售收入	收入占比	销售回款	销售收入	收入占比	销售回款
2020年1-6月	9,069.70	15.17%	3,886.48	2,812.59	4.70%	2,855.53
2019 年度	21,157.72	14.86%	28,300.40	7,573.55	5.32%	8,438.65
2018 年度	22,348.77	16.50%	27,859.85	2,793.93	2.06%	3,180.92
2017 年度	20,047.13	16.78%	22,636.56	888.31	0.74%	892.15

报告期内公司整体销售收入保持增长，其中循环授信客户的销售收入较为稳定，临时授信客户的销售收入逐年增长；2017 年度至 2019 年度，有信用额度的客户销售回款金额整体超过含税销售收入金额。以上情况说明，公司的信用政策对促进销售起到了积极作用，同时公司对应收账款的风险管理取得了良好成效。

⑧报告期内各季度应收账款余额及占当期营业收入比重

单位：万元

项目		2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
一季度	销售收入	25,219.38	43,687.85	42,346.57	39,946.02
	季末应收余额	12,096.00	18,386.70	21,465.72	20,382.64
	占比	**47.96%**	**42.09%**	**50.69%**	**51.03%**
二季度	销售收入	34,577.18	26,227.90	24,556.74	24,574.07
	季末应收余额	14,047.36	20,562.80	19,221.53	18,983.68
	占比	**40.63%**	**78.40%**	**78.27%**	**77.25%**
三季度	销售收入	--	30,470.06	30,407.14	29,721.92
	季末应收余额	--	21,715.21	19,694.33	20,216.46
	占比	--	**71.27%**	**64.77%**	**68.02%**
四季度	销售收入	--	42,027.26	38,167.90	25,232.78
	季末应收余额	--	8,645.61	12,327.62	17,724.72
	占比	--	**20.57%**	**32.30%**	**70.24%**

公司销售收入具有较明显的季节性特征，当年四季度、次年一季度为春节旺季，三季度为中秋节、国庆旺季，二季度销售淡季收入占同年的收入比例较低，导致二季度末应收账款余额占当期营业收入比重高于其他季度。受疫情影响，2020 年一季度收入下降，二季度疫情逐步得到控制，消费复苏后收入快速反弹，导致二季度应收账款余额占当期营业收入比重低于各年同期。

为控制应收账款回收风险，公司于每年四季度加大应收账款的催收力度，各年末应收账款余额逐年下降，导致四季末应收账款余额占当期营业收入比重逐年下降。

其中，报告期各期第四季度回款情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	17,759.63	--	37,162.71	24.25%	33,894.30	21.45%	32,821.01	26.79%
二季度	35,104.99	--	19,526.79	12.74%	31,435.07	19.90%	20,035.95	16.36%
三季度			29,796.67	19.44%	32,052.78	20.29%	27,076.61	22.10%
四季度			66,760.96	43.56%	60,614.03	38.36%	42,567.89	34.75%
合计	**52,864.62**	**100.00%**	**153,247.13**	**100.00%**	**157,996.18**	**100.00%**	**122,501.46**	**100.00%**

注：上述应收账款回款包含银行承兑汇票结算的金额。

报告期内，公司各季度销售回款占比情况波动情况不大。当年四季度、次年一季度属于春节市场，经销商备货增加导致公司销售回款显著高于其他季度，各季度销售回款符合公司销售季节特征。

报告期内，公司各季末应收账款余额占当期营业收入比重呈下降趋势，各季度销售回款符合公司销售季节特征，第四季度销售回款显著高于前三季度，各期不存在提前确认收入的情形。

⑨各期末应收账款金额至 2020 年 7 月末的回款金额及比例

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收账款	14,047.36	8,645.61	12,327.62	17,724.72
期后回款金额	115.04	2,783.75	11,802.64	16,710.89
期后核销金额	-	-	345.45	1,013.83
回款比例	**0.82%**	**32.20%**	**95.74%**	**94.28%**

注：期后回款时间为截至 2020 年 7 月 31 日

截止 2020 年 7 月 31 日，各期末应收账款期后回款金额分别为 16,710.89 万元、11,802.64 万元、2,783.75 万元、115.04 万元，期后回款占期末欠款的比例分别为 94.28%、95.74%、32.20%、0.82%。各期二季度属于公司销售淡季，循环信用额度客户回款放缓，导致 2019 年末、2020 年 6 月末的回款金额和回款比例低于 2017 年末和 2018 年末。

逾期情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
逾期应收账款	41.83	14.53	78.99	932.75
逾期比例	0.30%	0.17%	0.64%	5.26%
期后回款金额	1.59	2.15	40.65	599.83

报告期各期末逾期的应收账款余额占比分别为 5.26%、0.64%、0.17%和 0.30%，逾期经销商户数分别为 7 户、8 户、3 户、2 户，主要集中在规模较小的经销商。逾期经销商期后部分回款，部分催收无果后由公司终止合作，欠款基本无法收回，公司逐期将无法回收的逾期款项核销坏账损失。

⑩应收账款抵销、核销情况

A、应收账款抵销情况

报告期内，公司应收账款抵消的情况存在于发行人向裕高（上海）文化传播有限公司（含其同一控制下的龙炎（上海）国际贸易有限公司）、中视亚瑟国际传媒广告（北京）有限公司的采购和销售交易中。上述公司为发行人提供广告服务，同时亦从事食品销售业务，是发行人的客户，为发行人提供大型工厂食堂等特殊的封闭渠道销路。发行人对其销售产品取得的货款折为广告采购款，故在结算时存在应收账款抵消的情况，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
与裕高（上海）文化传播有限公司/龙炎（上海）国际贸易有限公司的交易				
采购金额	-	795.81	-	-
销售金额	133.78	692.69	247.43	-
应收账款抵销金额	144.43	784.76	209.51	-
与中视亚瑟国际传媒广告（北京）有限公司的交易				
采购金额	42.45	84.91	7.08	-
销售金额	-	17.11	60.51	-
应收账款抵销金额	-	19.80	70.20	-

注：上述应收账款抵销金额为含税销售额

B、应收账款核销情况

报告期内，公司应收账款核销情况如下：

单位：万元

期间	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款核销户数	**-**	**229**	**10**	**138**
应收账款核销金额	**-**	**398.32**	**826.69**	**240.94**
按账龄：1-2 年	-	203.36	291.04	23.33
2-3 年	-	129.83	65.84	212.55
3 年以上	-	11.23	469.81	-

其中，各年度核销金额在 50 万元以上的客户核销明细情况及无法偿还货款的具体原因如下：

单位：万元

核销会计年度	客户名称	应收账款原值	账龄	核销金额
2018 年	佛山众兴利华食品有限公司	471.94	3 年以上	471.94
2018 年	新化县上梅镇欢乐家商贸营销中心	197.07	1-2 年、2-3 年	197.07
2019 年	宜昌繁景食品贸易有限公司	119.36	2-3 年	119.36

a、佛山众兴利华食品有限公司

2015 年 12 月，发行人与佛山众兴利华食品有限公司开始合作，其主要市场区域为广东省佛山市，属于公司空白市场，该地区为竞品竞争激烈市场，经销商需要向终端投入较多进场进店费用，故发行人给予其循环信用额度，但其销售未达到预期导致经营亏损，导致无力偿还公司欠款。

b、新化县上梅镇欢乐家商贸营销中心

2016 年 7 月，发行人与新化县上梅镇欢乐家商贸营销中心开始合作，其主要市场区域为湖南省娄底市新化县，前期该客户经营情况良好，后因股东之间纠纷并撤资，导致无力偿还公司欠款。

c、宜昌繁景食品贸易有限公司

2016 年 8 月，发行人与宜昌繁景食品贸易有限公司开始合作，其主要市场区域为湖北省宜昌市，属于公司空白市场，需投入大量市场费用，故发行人给予其循环授信额度。后其由于经营不善，销量未达到预期，造成亏损，无力偿还公司欠款。

报告期内，各期核销的坏账金额主要为欠款长期无法收回，由公司终止合作的中小经销商客户。核销金额超过 50 万元的客户的应收账款为报告期外形成，因客户资信情况发生变化，报告期内确定其无法收回后，对应收账款予以核销。

⑪应收账款坏账准备计提政策及与同行业可比公司对比情况

2019 年 1 月 1 日之前，公司及可比公司坏账准备计提政策如下：

项目	公司	养元饮品	承德露露	凯欣股份	林家铺子
1 年以内	5%	5%	5%	5%	3%
1 至 2 年	15%	10%	10%	10%	10%
2 至 3 年	50%	30%	20%	20%	15%
3 年以上	100%	100%	30%	50%-100%	50%-100%

注：凯欣股份、林家铺子 3 年以上包括 3 至 4 年、4 至 5 年

2019 年 1 月 1 日，执行新金融工具准则，采用“预期损失法”对应收款项计提坏账准备，公司及可比公司坏账准备计提政策具体如下：

项目	公司	养元饮品	承德露露	凯欣股份	林家铺子
1 年以内	5-5.88%	5.7%	5%-10%	5%	3%
1 至 2 年	27.69-30%	54.22%	10%-20%	10%	10%
2 至 3 年	60-79.24%	82.92%	30%-50%	20%	15%
3 年以上	100%	100%	100%	50%-100%	50%-100%

报告期内，公司坏账计提政策与同行业可比公司一致，计提比例略高于可比公司的平均水平，坏账准备计提政策谨慎。

⑫应收账款与应收票据之间转换的情况

报告期内，公司票据结算类型为信用等级较高的银行承兑汇票，不存在商业承兑汇票，不存在应收票据到期未收回转为应收账款的情况，不存在应收票据到期无法兑付的情况。

报告期内，公司不存在应收账款与应收票据之间相互转换的情形。

（5）预付款项

①预付款项的基本情况

公司的预付款主要为预付广告费、能源采购款以及原材料款等，其中，能源费（电、燃气）为预交费用，故各期末存在预付款项；广告代言费和原材料预付款主要为合同中的预付条款安排，发行人报告期各期末预付款项存在一定的必要性和合理性。

2017 年末、2018 年末及 2019 年末，公司预付款项余额分别为 560.96 万元、644.52 万元、1,025.13 万元和 412.55 万元，占流动资产的比例分别为 1.02%、1.19%、1.87%和 1.07%。

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	395.97	95.98%	987.48	96.33%	618.71	95.99%	476.18	84.89%

1 至 2 年	7.78	1.88%	28.86	2.82%	9.38	1.46%	84.78	15.11%
2 至 3 年	8.80	2.13%	8.80	0.86%	16.44	2.55%	-	-
合计	**412.55**	**100.00%**	**1,025.13**	**100.00%**	**644.52**	**100.00%**	**560.96**	**100.00%**

公司的预付款项账龄大部分集中在一年以内，报告期各期末，公司一年以内的预付款项占比分别为 84.89%、95.99%、96.33%和 95.98%。2019 年末，公司预付账款余额较 2018 年末增加，主要系 2019 年末公司与嘉行星光（重庆）影视传媒有限公司开展合作，预付公司新代言人杨幂广告代言费 420 万元款项所致。2020 年上半年末，公司预付账款余额较上一年末减少，主要系 2019 年 12 月预付的产品代言费开始摊销结转长期待摊费用所致。

②报告期内预付款项的对方单位、金额、内容及性质

选取报告期各期末预付款项余额在 10 万以上的对方单位、金额、内容及性质进行列示。

A、2020 年 6 月末预付款项余额主要构成

单位：万元

单位名称	金额	核算内容	款项性质	占期末预付账款余额比例
国网湖北省电力有限公司汉川市供电公司	106.76	电费	能源费	57.03%
国电长源汉川第一发电有限公司	72.75	蒸汽费	能源费	
蒙阴百通宏达热力有限公司	25.48	蒸汽费	能源费	
奥德集团有限公司蒙阴分公司	12.02	天然气费	能源费	
国网山东省电力公司蒙阴县供电公司	10.03	电费	能源费	
国网湖北省电力公司宜昌供电公司	8.22	电费	能源费	
北京豆可伊文化传播有限公司	73.52	微博宣传费	广告费	17.82%
湛江市海森钢结构工程有限公司	10.27	押金、运费等	服务费	2.49%
合计	**319.06**	-	-	**77.34%**

B、2019 年末预付款项余额主要构成

单位：万元

单位名称	金额	核算内容	款项性质	占期末预付账款余额比例

嘉行星光（重庆）影视传媒有限公司	420.00	代言费	广告费	56.81%
裕高（上海）文化传播有限公司	150.72	广告费	广告费	
泉州市正再广告策划有限公司	11.66	广告策划费	广告费	
国网湖北省电力有限公司汉川市供电公司	101.18	电费	能源费	17.12%
蒙阴百通宏达热力有限公司	28.11	蒸汽费	能源费	
国网山东省电力公司蒙阴县供电公司	27.21	电费	能源费	
国电长源汉川第一发电有限公司	18.98	蒸汽费	能源费	
路易达孚（中国）贸易有限责任公司	60.98	货款	原材料	10.88%
金华美之源商贸有限公司	35.08	货款	原材料	
滕州市盈成商贸有限公司	15.50	货款	原材料	
重庆京东海嘉电子商务有限公司	29.02	推广费	服务费	4.17%
湛江市海森钢结构工程有限公司	13.73	押金、运费等	服务费	
合计	**912.17**	-	-	**88.98%**

C、2018 年末预付款项余额主要构成

单位：万元

单位名称	金额	核算内容	款项性质	占期末预付账款余额比例
裕高（上海）文化传播有限公司	209.51	广告费	广告费	32.51%
国网湖北省电力有限公司汉川市供电公司	113.53	电费	能源费	48.63%
国网山东省电力公司蒙阴县供电公司	52.77	电费	能源费	
广东电网有限责任公司湛江供电局	50.17	电费	能源费	
国电长源汉川第一发电有限公司	47.95	蒸汽费	能源费	
蒙阴百通宏达热力有限公司	30.65	蒸汽费	能源费	
湛江新奥燃气有限公司	18.39	天然气费	能源费	
湛江市海森钢结构工程有限公司	22.18	押金、运费等	服务费	3.44%
三亚鑫越海农副产品销售有限公司	16.42	货款	原材料	4.66%
山东鑫嘉萌食品有限公司	13.63	货款	原材料	
合计	**575.20**	-	-	**89.24%**

D、2017 年末预付款项余额主要构成

单位：万元

单位名称	金额	核算内容	款项性质	占期末预付账款余额比例

山东华达进出口有限公司	172.85	货款	原材料	65.01%
临沂春兴食品有限公司	109.15	货款	原材料	
海口可可达进出口贸易有限公司	52.80	货款	原材料	
三亚鑫越海农副产品销售有限公司	29.88	货款	原材料	
广东电网有限责任公司湛江供电局	51.48	电费	能源费	22.15%
国电长源汉川第一发电有限公司	50.72	蒸汽费	能源费	
湛江新奥燃气有限公司	22.08	天然气费	能源费	
合计	**488.95**	-	-	**87.16%**

（6）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款的主要包括支付给能源公司及电商平台等的保证金及押金、员工备用金等。报告期各期末，公司其他应收账款账面价值分别为 95.55 万元、289.77 万元、179.55 万元和 138.43 万元，占公司流动资产比例分别为 0.17%、0.53%、0.33%和 0.36%。按款项性质划分，其账面价值构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30			
	账面余额	比例	坏账准备	账面价值
押金及保证金	140.44	78.09%	39.45	101.00
备用金及其他	39.40	21.91%	1.97	37.43
合计	**179.84**	**100.00%**	**41.42**	**138.43**
项目	**2019-12-31**			
	账面余额	**比例**	**坏账准备**	**账面价值**
押金及保证金	162.60	78.06%	26.46	136.14
备用金及其他	45.70	21.94%	2.28	43.41
合计	**208.30**	**100.00%**	**28.75**	**179.55**
项目	**2018-12-31**			
	账面余额	**比例**	**坏账准备**	**账面价值**
押金及保证金	276.68	88.95%	19.56	257.12
备用金及其他	34.37	11.05%	1.72	32.65
合计	**311.05**	**100.00%**	**21.28**	**289.77**
项目	**2017-12-31**			
	账面余额	**比例**	**坏账准备**	**账面价值**
押金及保证金	39.82	38.70%	4.17	35.65

备用金及其他	63.06	61.30%	3.15	59.91
合计	**102.88**	**100.00%**	**7.32**	**95.55**

2018 年末，公司其他应收款较 2017 年末增加，主要原因为公司新增与蒙阴百通宏达热力有限公司的合作，支付 200 万元燃气保证金。该燃气保证金于 2019 年收回。

公司于 2019 年 1 月 1 日执行新金融工具准则，2019 年末其他应收款及 2020 年上半年末的备用金及其他的信用风险自初始确认后未发生显著增加，为处于第一阶段的金融工具，其坏账按照未来 12 个月内的预期信用损失计量；2020 年上半年末押金及保证金自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值，处于第二阶段，其坏账准备按照整个存续期的预期信用损失计量，具体情况如下：

单位：万元

2020-06-30				
类别	**账面余额**	**未来 12 个月内/整个存续期的预期信用损失率**	**坏账准备**	**账面价值**
押金及保证金	140.44	28.09%	39.45	101.00
备用金及其他	39.40	5.00%	1.97	37.43
合计	**179.84**	**23.03%**	**41.42**	**138.43**
2019-12-31				
类别	**账面余额**	**未来 12 个月内的预期信用损失率**	**坏账准备**	**账面价值**
押金及保证金	162.60	16.28%	26.46	136.14
备用金及其他	45.70	5.00%	2.28	43.41
合计	**208.30**	**13.80%**	**28.75**	**179.55**

2017 年及 2018 年公司其他应收款不存在单独计提坏账准备的情况，均按账龄组合计提坏账准备。公司其他应收款账龄的分布和坏账准备计提情况如下：

单位：万元

账龄结构	**2018-12-31**			
	账面余额	**比例**	**坏账准备**	**账面价值**
1 年以内	282.01	90.66%	14.10	267.91
1-2 年	12.00	3.86%	1.20	10.80
2-3 年	15.80	5.08%	4.74	11.06
3 年以上	1.24	0.40%	1.24	-

合计	311.05	100.00%	21.28	289.77
账龄结构	2017-12-31			
	账面余额	比例	坏账准备	账面价值
1 年以内	79.73	77.50%	3.99	75.74
1-2 年	21.86	21.24%	2.19	19.67
2-3 年	0.20	0.19%	0.06	0.14
3 年以上	1.09	1.06%	1.09	-
合计	102.88	100.00%	7.32	95.55

截至 2020 年 6 月 30 日，公司其他应收款余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	余额	账龄	占其他应收款余额比例	性质或内容
广东伟恒建筑工程有限公司	100.00	1-2 年	55.60%	押金及保证金
湖北华塑包装材料有限公司	10.00	1-2 年	5.56%	押金及保证金
枝江市天然气有限责任公司	10.00	3 年以上	5.56%	押金及保证金
北京京东世纪贸易有限公司	5.00	3 年以上	2.78%	押金及保证金
江苏京东旭科信息技术有限公司	5.00	3 年以上	2.78%	押金及保证金
合计	130.00	-	72.28%	-

（7）存货

①存货构成情况

公司的存货主要为原材料、库存商品等。报告期各期末，公司存货金额分别为 27,788.76 万元、27,211.88 万元、22,218.09 万元和 8,451.23 万元，占公司流动资产比例分别为 50.76%、50.09%、40.44%和 21.92%。报告期各期末，公司存货构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30			
	账面余额	占比	跌价准备	账面价值
原材料	3,390.77	39.03%	97.19	3,293.58
库存商品	4,158.51	47.86%	140.01	4,018.50
发出商品	944.62	10.87%	-	944.62
委托加工物资	72.02	0.83%	-	72.02
低值易耗品	122.52	1.41%	-	122.52
合计	8,688.43	100.00%	237.20	8,451.23

项目	2020-06-30			
	账面余额	占比	跌价准备	账面价值
原材料	4,528.36	20.10%	56.39	4,471.97
库存商品	16,325.69	72.47%	253.40	16,072.29
发出商品	1,506.87	6.69%	-	1,506.87
委托加工物资	18.55	0.08%	-	18.55
低值易耗品	148.41	0.66%	-	148.41
合计	**22,527.88**	**100.00%**	**309.79**	**22,218.09**
项目	**2018-12-31**			
	账面余额	**占比**	**跌价准备**	**账面价值**
原材料	4,216.34	15.17%	245.63	3,970.72
库存商品	21,920.44	78.88%	331.36	21,589.08
发出商品	1,558.79	5.61%	-	1,558.79
委托加工物资	8.89	0.03%	-	8.89
低值易耗品	84.41	0.30%	-	84.41
合计	**27,788.87**	**100.00%**	**576.99**	**27,211.88**
项目	**2017-12-31**			
	账面余额	**占比**	**跌价准备**	**账面价值**
原材料	3,926.18	13.58%	533.72	3,392.46
库存商品	23,154.79	80.12%	578.97	22,575.82
发出商品	1,559.93	5.40%	-	1,559.93
委托加工物资	166.64	0.58%	-	166.64
低值易耗品	93.92	0.32%	-	93.92
合计	**28,901.45**	**100.00%**	**1,112.69**	**27,788.76**

原材料主要为采购自供应商的主辅料及包装材料；库存商品主要为罐头、饮料等成品；发出商品为公司已经发货但未达收入确认条件的产成品，委托加工物资为公司存放于委托加工厂商的原材料。

2017 年末至 2019 年末，公司存货规模逐年下降，主要系：①公司加强了对库存商品的管理控制，加快存货周转；②期末存货主要为春节档期备货，春节间隔越短，则客户在各年末提货量越多，由于报告期各期期末与次年春节间隔呈缩短趋势，故公司存货规模下降。

2020 年上半年末，公司存货规模较上一年度末大幅下降，主要由于年末为春节备货增加产量，存货整体高于上半年末；此外主要水果的产季为下半年，年末水果罐头的原料、库存商品高于上半年末。

公司期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低计提跌价准备。2017 年末及 2018 年末公司计提的存货跌价准备较多，主要为公司在 2017 年主推喜宴餐饮的椰子汁植物蛋白饮料（金罐清爽）245g、椰子汁植物蛋白饮料（喜宴果肉）245g 的市场销售情况低于预期，对该系列相关的产成品及包材计提跌价准备所致。报告期内，公司存货跌价准备计提合理，存货的积压风险可控。

从存货结构上看，报告期各期末，公司的库存商品占比较高，其中罐头产品占比较高，主要原因为公司主要罐头生产原材料橘子和黄桃的产季均在下半年，公司需在水果产季集中生产罐头产品并为来年销售进行备货，即罐头产品有“季产年销”的特点，故而年末罐头库存商品一般金额较高。罐头行业可比公司凯欣股份、林家铺子的存货构成情况与公司相近，库存商品均为其期末主要存货品类，2019 年末，凯欣股份和林家铺子库存商品账面价值占存货金额的比例分别为 95.67%和 79.97%；2020 年上半年末，凯欣股份和林家铺子库存商品账面价值占存货金额的比例分别为 95.60%和 74.76%。

②存货库龄情况

报告期各期末公司的存货规模呈下降趋势，主要是库存商品金额下降所致。存货的库龄情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	1 年以内	1 年以上	1 年以内	1 年以上	1 年以内	1 年以上	1 年以内	1 年以上
原材料	3,122.02	268.74	4,247.36	281.00	3,885.91	330.44	3,683.23	242.94
库存商品	3,919.44	239.07	15,892.08	433.62	21,218.38	702.07	22,626.80	527.99
发出商品	944.62	-	1,506.87	-	1,558.79	-	1,559.93	-
委托加工物资	72.02	-	18.55	-	8.89	-	166.64	-
低值易耗品	106.73	15.79	143.79	4.62	81.38	3.03	91.95	1.97
合计	**8,164.83**	**523.60**	**21,808.65**	**719.24**	**26,753.33**	**1,035.54**	**28,128.55**	**772.91**
库龄占比	**93.97%**	**6.03%**	**96.81%**	**3.19%**	**96.27%**	**3.73%**	**97.33%**	**2.67%**

由上表可知，报告期各期末，原材料、库存商品和发出商品的合计占存货的比例分别为 99.10%、99.66%、99.26%、97.76%，为存货的主要构成部分。此外，公司的存货库龄以一年以内为主。

③原材料构成情况

单位：万千克、万只、万个、万元

明细项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
主材	/	**828.92**	/	**1,282.16**	/	**439.41**	/	**519.72**
水果	195.55	381.73	325.73	638.21	6.59	8.00	3.39	8.25
果类加工品	110.13	317.03	104.42	406.83	53.76	289.74	61.70	415.31
果瓣	0.10	0.41	3.00	16.60	-	-	13.22	53.61
奶粉	2.92	64.07	4.72	106.42	7.23	139.56	-	-
其他类别	8.37	65.69	16.03	114.10	0.06	2.11	4.37	42.56
辅材	/	**699.46**	/	**1,040.62**	/	**1,129.99**	/	**725.29**
糖类	35.89	179.85	50.49	262.93	34.23	157.07	32.50	183.76
食品添加剂	13.33	517.71	21.57	774.77	23.37	947.28	15.34	520.14
其他类别	0.44	1.90	0.36	2.92	4.09	25.64	3.41	21.40
包材	/	**1,479.11**	/	**1,983.96**	/	**2,588.47**	/	**2,513.89**
瓶	1,426.68	516.80	2,609.47	972.31	2,691.20	1,062.50	1,881.96	881.01
盖	2,848.10	281.01	2,408.82	202.91	3,104.83	327.89	3,049.43	386.12
商标	4,005.36	180.19	4,049.86	196.15	7,894.24	334.69	7,016.98	312.46
纸箱	229.46	309.22	287.89	393.93	366.83	576.61	485.18	728.80
包装耗材	1,425.58	191.89	2,658.72	218.65	2,239.50	286.78	2,005.98	205.51
其他原材料	/	**383.27**	/	**221.62**	/	**58.47**	/	**167.27**
合计	**10,305.28**	**3,390.77**	**12,543.58**	**4,528.36**	**16,427.48**	**4,216.34**	**14,764.86**	**3,926.18**

注 1：主材中其他类别包括鱼类、干货，主要用于生产鱼类罐头、八宝粥产品；辅料中的其他类别包括豆豉、食用盐、豆油等，主要用于生产鱼类罐头、蛋类罐头等；其他原材料包括五金配件等物料

注 2：鉴于原材料种类多样，计量单位不同，故主材、辅材、包材、其他原材料数量无法汇总

注 3：上表中主材、辅材的数量单位为万千克；包装材料的数量单位为万只或万个，下同

注 4：2019 年末水果库存数量较前两年末有较大增长，主要原因是自 2019 年公司开始尝试储存水果原料，以减少水果罐头的库存时间

报告期各期末，公司原材料余额分别为 3,926.18 万元、4,216.34 万元、4,528.36 万元和 3,390.77 万元，整体波动较小。

2018 年末，公司原材料余额较上年末增加 290.16 万元，其中食品添加剂增加 427.14 万元，主要是随公司椰子汁产品产销量增长，生产椰子汁所需的复配乳化剂备货量增加所致。2019 年末，公司原材料余额较上年末增加 312.02 万元，其中水果增加 630.21 万元，果类加工品增加 117.09 万元，主要是 2019 年公司采购了一批冷冻橘瓣作为橘子罐头的生产材料，以及生产椰子汁产品所需的生榨椰肉汁和椰果粒备货增加所致。2020 年 6 月末，公司原材料余额较上年末减少 1,137.59 万元，主材、辅材、包材余额均有所减少，主要原因是每年年末处于公司的生产销售旺季，原材料备货较充分，半年末原材料生产备货相对较少，余额较低。

④库存商品构成情况

单位：万瓶、万元

明细项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
饮料产品	**643.66**	**875.92**	**758.56**	**1,131.72**	**1,766.47**	**2,988.77**	**1,387.45**	**2,399.75**
椰子汁	361.90	521.76	452.24	730.58	1,191.53	1,975.29	1,098.38	1,822.29
果汁饮料	103.20	235.74	136.91	247.45	290.13	606.68	285.45	575.31
乳酸菌饮料	173.23	109.23	134.06	107.13	133.13	189.42	3.46	1.97
其他饮料	5.33	9.18	35.35	46.55	151.68	217.38	0.17	0.18
罐头产品	**1,122.66**	**3,159.15**	**6,968.91**	**14,894.33**	**8,510.65**	**18,539.60**	**9,305.18**	**20,654.02**
水果罐头	978.78	2,943.20	6,810.70	14,663.28	8,469.06	18,378.97	9,196.84	20,164.65
——橘子罐头	54.17	135.80	2,195.27	4,069.75	4,399.12	8,160.46	4,509.48	9,191.08
——黄桃罐头	224.96	757.70	2,052.95	4,732.58	1,633.67	4,480.07	1,937.60	5,066.72
——其他水果罐头	699.66	2,049.69	2,562.47	5,860.95	2,436.27	5,738.44	2,749.77	5,906.85
其他罐头	143.87	215.95	158.21	231.05	41.59	160.62	108.34	489.38
广宣物料	**157.39**	**123.44**	**399.83**	**299.65**	**584.23**	**392.08**	**145.23**	**101.01**
合计	**1,923.71**	**4,158.51**	**8,127.30**	**16,325.69**	**10,861.36**	**21,920.44**	**10,837.86**	**23,154.79**

注：上表中饮料产品中的其他饮料包括奶制品饮料、茶饮料、水饮料、鸡尾酒饮料等；罐头产品中的其他罐头包括蛋类罐头、鱼类罐头及八宝粥等

报告期各期末公司库存商品金额呈逐期下降趋势，主要受春节市场和罐头产品水果产季因素影响，具体如下：

A、春节市场影响

公司春节市场包括当年 12 月至次年 1 月，销售收入占全年比重为 30-40%，是全年销售最集中的销售旺季。春节市场前，经销商一般提前 2 个月进行备货，12 月下旬开始提货数量显著增加。各年末距离次年春节的间隔天数不同，导致各年末库存商品波动。距离次年春节间隔天数越短，12 月发货越多、次年 1 月发货越少，年末存货金额越小，反之亦然。报告期内，2018 年春节为 2 月 16 日、2019 年春节为 2 月 5 日、2020 年春节为 1 月 25 日，各年末与次年春节间隔逐年缩短，导致 2017 年末至 2019 年末库存商品逐年下降，库存商品余额分别为 23,154.79 万元、21,920.44 万元、16,325.69 万元。

B、罐头产品水果产季影响

报告期各期末，罐头类库存商品余额的构成情况，具体如下：

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
橘子罐头	135.80	4,069.75	8,160.46	9,191.08
黄桃罐头	757.70	4,732.58	4,480.07	5,066.72
杨梅罐头	1,060.28	1,406.89	1,337.34	925.30
草莓罐头	17.89	454.18	102.53	562.91
荔枝罐头	69.00	106.89	80.36	-
其他罐头	1,118.47	4,124.04	4,378.83	4,908.02
合计	**3,159.15**	**14,894.33**	**18,539.60**	**20,654.02**

公司主要水果罐头的鲜果产季集中在下半年，如黄桃的产季为6月下旬至9月上旬、橘子的产季为 11 月至次年 1 月，由于水果罐头产品季产年销，在产季收购后生产完工，故年末的库存商品金额显著高于年中库存商品金额。

⑤发出商品构成情况

单位：万瓶、万个、万只、万元

明细项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
饮料产品	**220.30**	**306.96**	**416.20**	**765.55**	**704.70**	**1,069.71**	**531.99**	**1,003.01**
椰子汁	114.16	229.15	308.44	601.55	399.27	705.96	490.13	881.18
果汁饮料	11.35	29.52	32.35	122.54	76.55	209.41	41.86	121.83
乳酸菌饮料	94.79	48.29	75.41	41.46	228.88	154.34	-	-
罐头产品	**273.22**	**636.70**	**311.56**	**735.48**	**198.73**	**479.20**	**209.30**	**545.23**

明细项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
水果罐头	264.57	614.19	267.49	647.31	184.84	404.13	193.68	460.42
——橘子罐头	40.26	95.35	39.05	99.02	59.11	105.20	55.94	147.54
——黄桃罐头	153.22	347.64	155.35	349.33	47.92	119.59	46.77	107.36
——其他水果罐头	71.09	171.20	73.10	198.96	77.81	179.34	90.98	205.51
其他罐头	8.65	22.51	44.07	88.18	13.89	75.07	15.62	84.81
纸箱	**0.06**	**0.02**	**0.19**	**0.26**	**0.20**	**0.35**	**1.21**	**2.11**
包装耗材	**15.58**	**0.94**	**5.06**	**5.58**	**4.28**	**9.53**	**5.20**	**9.57**
合计	**509.16**	**944.62**	**733.00**	**1,506.87**	**907.92**	**1,558.79**	**747.69**	**1,559.93**

注 1：上表中罐头产品中的其他罐头包括蛋类罐头、鱼类罐头及八宝粥等
注 2：纸箱、包装耗材为经销商随单订购的包材

报告期各期末，公司发出商品余额分别为 1,559.93 万元、1,558.79 万元、1,506.87 万元和 509.16 万元。2017 年至 2019 年末发出商品余额较为稳定，2020 年 6 月末较 2019 年末大幅下降，主要是受公司产品产销淡旺季影响。由于各年末临近次年春节市场，发货量大，导致发出商品余额高于 6 月末的淡季市场。

⑥存货核算、成本结转的会计处理方法

公司按照品种法核算各类产品成本，按照产品类别设置成本对象，生产成本包括：直接材料、直接人工、制造费用、劳务费，由于产品生产周期较短，期末不核算在产品，存货核算及成本结转的流程及会计处理方法，具体如下：

直接材料按照生产订单领料，即按照入库产品 BOM 表直接材料用料作为分配系数，分配到对应成本对象；直接人工按照工时工价系数分配到成本对象，其中包装车间采用工价分配，非包装车间采用工时分配；制造费用按照产品入库净重比例分配到成本对象；劳务费按照实际结算的各产品劳务费直接归集至各成本对象，完工入库后各成本项目按照品种分别结转产成品入库；销售产成品，按照收入确认数量结转当期的营业成本，已发货但未经客户签收的产品由“库存商品”结转“发出商品”；各类存货发出时，采用加权平均法计价。

⑦代销模式下存货确认方法

报告期内，公司代销模式主要为通过京东自营渠道销售产品。公司发货至代销商不确认收入，由“库存商品”结转“发出商品”；公司取得代销商结算清单时确认收入并结转成本，由“发出商品”结转“主营业务成本”、“其他业务成本”等损益类科目。

⑧同行业可比公司的比较情况

报告期各期末，同行业可比公司的存货情况具体如下：

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
养元饮品	63,680.54	73,483.20	75,652.87	88,684.76
承德露露	5,242.10	31,380.37	28,463.77	25,899.34
林家铺子	10,928.37	11,333.79	12,845.95	12,787.05
凯欣股份	10,890.23	10,146.12	7,622.43	2,843.53
公司	8,688.43	22,527.88	27,788.87	28,901.45

2017 年末至 2020 年 6 月末，养元饮品存货余额分别为 88,684.76 万元、75,652.87 万元、73,483.20 万元及 63,680.54 万元；林家铺子存货余额分别为 12,787.05 万元、12,845.95 万元、11,333.79 万元及 10,928.37 万元，均呈逐期下降趋势，与公司存货的波动趋势一致。

2017 年末至 2019 年末，承德露露存货余额分别为 25,899.34 万元、28,463.77 万元、31,380.37 万元，呈逐年上升趋势。这主要是由于 2020 年春节时间较上年提前 10 天，承德露露提前备货，但 2019 年第四季度销售情况较 2018 年同期下降，导致 2019 年末库存商品增加。2020 年 6 月末承德露露存货余额为 5,242.10 万元，主要为 2020 年 1-6 月承德露露销售 2019 年第四季度春节备货库存所致。2020 年 6 月末凯欣股份存货余额分别为 2,843.53 万元、7,622.43 万元、10,146.12 万元、10,890.23 万元，呈逐期上升趋势。凯欣股份持续拓展海外市场，出口收入占比 30-40%，国内市场的产销情况与同行业公司存在较大差异。

各期存货跌价准备计提金额占存货余额比例与同行业可比公司对比情况如下：

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
养元饮品	-	-	-	-
承德露露	0.85%	0.14%	0.52%	0.26%
林家铺子	2.19%	2.02%	1.60%	1.38%

凯欣股份	-	-	-	-
同行业平均数	0.76%	0.54%	0.53%	0.41%
发行人	2.73%	1.38%	2.08%	3.85%

发行人存货跌价准备计提金额占存货余额比例高于同行业可比公司，主要系发行人与可比公司的存货结构差异所致。

报告期内，养元饮品主营核桃乳饮料，毛利率分别为 47.85%、49.96%、52.83%、51.11%；承德露露主营杏仁露饮料，毛利率分别为 47.25%、50.76%、52.62%、54.25%；发行人的饮料产品毛利率分别为 35.37%、37.63%、42.57%、44.20%，养元饮品、承德露露各期末的库存商品主要为饮料产品且其毛利率较高，故未计提存货跌价准备或计提比例较低。发行人各期末库存商品包括饮料、罐头两类产品且其毛利率均低于养元饮品、承德露露，故存货跌价准备的计提占比显著高于二者。

林家铺子主营水果罐头、水产罐头、肉类罐头及其他，毛利率分别为 19.63%、19.86%、23.66%、24.92%；凯欣股份主营保鲜果蔬、果蔬罐头，毛利率分别为 19.03%、20.67%、20.56%、16.31%；发行人罐头产品的毛利率分别 27.49%、23.67%、27.63%、33.72%，林家铺子、凯欣股份各期末的库存商品主要为罐头产品且其毛利率略低于发行人，但发行人存货跌价准备的计提占比整体高于二者，说明发行人各期末计提的存货跌价准备更加充分。

⑨存货中库存商品占比较高、原材料和发出商品占比较低的原因及合理性，以及存货周转率与交货周期的匹配性

A、存货中库存商品占比较高、原材料和发出商品占比较低的原因及合理性

2017 年末至 2019 年末，公司各年末库存商品占比较高、原材料和发出商品占比较低，主要系黄桃、橘子罐头产品“季产年销”所致。黄桃、橘子水果的产季分别为 6 月下旬至 9 月上旬、11 月至次年 1 月，公司在水果产季集中收购水果并进行生产，各年末水果罐头相关存货主要以库存商品的形式存在，以供全年销售，故库存商品占比较高。

B、公司存货周转率与交货周期的匹配性

报告期内，公司存货周转率情况如下表：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
存货周转率（次）	4.74	3.64	3.35	3.15
存货周转天数（天）	76	99	107	114

注：2020 年 1-6 月财务指标已年化处理

公司饮料、罐头产品为快消品，具有消费频率高、产品使用周期短等特点，除了春节、中秋等销售旺季提前备货以及主要罐头产品在水果产季提前备货以外，一般以销定产。饮料、罐头产品生产周期较短，在原料备货充足的情况下，生产周期约为 1 天，产品交货周期约为 10 至 15 天。

由于各年末临近次年春节旺季，公司根据市场销售的预计情况提前备货，导致年末存货余额较高，由此计算的存货周转率较低、周转天数较长，故而公司存货周转天数远高于产品交货周期。

⑩发出商品期后实现销售情况，在产品、库存商品是否均有合同（订单）支持，如有请说明客户构成、期后发出、结算及实现收入的情况

A、发出商品期后实现销售情况

截至 2020 年 7 月 31 日，报告期各期末发出商品的期后实现销售情况，具体如下：

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
发出商品余额	944.62	1,506.87	1,558.79	1,559.93
期后实现销售金额	652.94	1,506.13	1,557.72	1,556.59
实现比例	69.12%	100.00%	100.00%	100.00%

由上表可知，截至 2020 年 7 月 31 日，2017 年末、2018 年末、2019 年末的发出商品期后已全部实现销售收入，2020 年上半年末发出商品期后实现销售 69.12%，未实现销售的发出商品主要为代销模式下京东自营等渠道的余额。

B、在产品、库存商品是否均有合同（订单）支持，如有请说明客户构成、期后发出、结算及实现收入的情况

公司产品备货主要有以下三种情况：一是在销售旺季如春节、中秋，提前根据预计的市场销售情况进行生产备货；二是在水果罐头原材料的产季，集中生产备货；三是在非旺季的日常销售中，以销定产。各年末因处于春节备货和销售的旺季，也处于橘子罐

头原料水果的产季，公司需进行大量生产备货，因此各期末在产品、库存商品与订单不存在明确的一一对应关系。

食品饮料企业不同于传统工业制造业，订单金额小、频率高，交易较为灵活，公司与客户之间一般签署年度框架合同以确立合作意向，合同上不明确全年交易的具体金额，实际交易以订单为准。

⑪存货跌价准备的测试方法和计提金额

A、存货减值测试的方法及过程

资产负债表日，公司各项存货按照成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。

存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

资产负债表日，公司通常按照单个存货项目计提存货跌价准备，资产负债表日，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

B、报告期各期末存货跌价准备金额

报告期各期末，存货跌价准备的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	原值	跌价准备	原值	跌价准备	原值	跌价准备	原值	跌价准备
原材料	3,390.77	97.19	4,528.36	56.39	4,216.34	245.63	3,926.18	533.72
库存商品	4,158.51	140.01	16,325.69	253.40	21,920.44	331.36	23,154.79	578.97

报告期内，公司根据市场变化不断研发并推进新品，但部分新品在推出后市场销售情况低于预期，滞销、临期产品降价处理，导致各年末库存商品及包材的成本高于预计售价计提较大金额存货跌价准备。

2017 年末计提的存货跌价准备主要为：①公司推出的喜宴餐饮的椰子汁植物蛋白饮料（金罐清爽）245g、椰子汁植物蛋白饮料（喜宴果肉）245g，市场销售情况低于预期，产品滞销降价处理导致期末库存商品和包材分别计提存货跌价准备约 88.90 万元、

147.38 万元；②草莓罐头市场预估出现偏差，导致 2017 年末草莓罐头临期产品较多，对临期产品计提跌价约 197.34 万元；③2017 年度公司小口玻璃瓶产品系列市场销量低于预期，后续停产，对淘汰产品余料计提跌价准备约 70.32 万元；外加工 PET 瓶瓶胚 350ml、瓶盖 38 口（乳白色）为委外加工剩余包材，后续不再生产，计提存货跌价准备金额约 50.91 万元；公司原材料计提跌价另一个因素系公司为了适应市场需求，对纸箱和瓶子更换版本所致。

2018 年末计提的存货跌价准备主要为：①部分产品（如椰子汁、芒果汁、山楂汁饮料、柠檬茶等）产品滞销，对相关库存商品及原材料计提存货跌价准备；②由于新旧包装更替，对不再使用的老包装计提存货跌价准备。

2019 年末计提的存货跌价准备主要为对部分临期产品（如 277 系列罐头）及滞销品（柠檬茶）等计提的存货跌价准备。

2020 年 6 月末计提的存货跌价准备主要 227 系列罐头临近质保期 6 个月内，计提 62 万跌价准备以及部分淘汰产品对应包材、原材料全额计提跌价准备等。

C、报告期内，公司存货跌价准备的计提政策及方法符合《企业会计准则》的规定，各期末存货跌价准备计提充分。

⑫存货结转金额及比例，报告期内存货跌价准备、存货报废的变动情况及勾稽关系

A、截至 2020 年 7 月 31 日存货结转金额及比例

截止 2020 年 7 月 31 日，公司主要存货结转金额及比例情况如下：

单位：万元

日期	项目	期末结存	结转金额	期后结转率
2020-06-30	原材料	3,390.77	2,336.64	68.91%
	库存商品	4,158.51	1,862.95	44.80%
	发出商品	944.62	652.94	69.12%
2019-12-31	原材料	4,528.36	4,150.33	91.65%
	库存商品	16,325.69	15,947.79	97.69%
	发出商品	1,506.87	1,506.87	100.00%
2018-12-31	原材料	4,216.34	4,216.34	100.00%

日期	项目	期末结存	结转金额	期后结转率
	库存商品	21,920.44	21,920.44	100.00%
	发出商品	1,558.79	1,558.79	100.00%
2017-12-31	原材料	3,926.18	3,926.18	100.00%
	库存商品	23,154.79	23,154.79	100.00%
	发出商品	1,559.93	1,559.93	100.00%

截至 2020 年 7 月 31 日，2017 年末及 2018 年末的各类存货均已结转完毕，2019 年末存货结转比例较高，尚未结转的存货主要为库存商品中水果罐头产品以及部分包装材料、五金材料等。

截至 2020 年 7 月 31 日，2020 年上半年末公司存货结转比例不高，主要原因为统计截止日距离报告期末时间较近。库存商品中未结转部分主要为水果罐头产品，仍处于正常销售周期内，与罐头产品季产年销的特点相适应。此外，发出商品未结转金额为 291.68 万元，期后结转率 69.12%，主要为代销模式下京东自营等渠道的余额。

B、报告期内存货跌价准备、存货报废的变动情况及勾稽关系

a、各期存货跌价准备的变动情况

单位：万元

期间	期初余额	本期计提	本期转销	期末余额
2020 年 1-6 月	309.79	391.33	463.93	237.20
2019 年度	576.99	386.25	653.45	309.79
2018 年度	1,112.69	576.77	1,112.47	576.99
2017 年度	231.93	1,112.69	231.93	1,112.69

报告期内，公司各年末计提跌价准备的存货项目已于次年全部销售或报废。2019 年 2 月股改基准日计提存货跌价准备 115 万已于当年全部销售，故 2019 年度转销金额大于期初余额。

报告期内，发行人根据市场变化不断研发并推广新品，如 2017 年推出乳酸菌、2019 年推出八宝粥等新品，但部分新品在推出后市场销售情况低于预期，报告期各期末存在临期、滞销库存产品及相关包材，发行人根据预期降价或报废处理将期末库存商品的成本高于预计售价的部分计提存货跌价准备，各期末存货跌价准备与存货原值的变动情况，具体如下：

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
存货原值	8,688.43	22,527.88	27,788.87	28,901.45
存货跌价准备	237.20	309.79	576.99	1,112.69
跌价准备占原值的比例	2.73%	1.38%	2.08%	3.85%

报告期各期末，存货跌价准备占存货原值的比例分别为 3.85%、2.08%、1.38%、2.73%，2017 年至 2019 年逐年降低的原因主要是发行人加强临期、滞销产品及相关包材的日常报废处理所致；2020 年 6 月末增加的原因主要是日常报废损失减少和存货原值大幅下降所致。

报告期内，发行人加强临期、滞销产品及相关包材的日常报废处理，2017-2019 年度，存货日常报废的损失金额逐年增加，导致各年末计提的存货跌价准备逐期下降，2020 年 2-4 月，生产经营活动受疫情影响报废损失相对较少；2020 年 6 月末产销淡季导致存货大幅下降。各期日常报废损失与各期末跌价准备的对比情况，具体如下：

单位：万元

项目	期末跌价准备	日常报废损失	小计	存货原值	跌价与报废合计占存货原值比例
2020 年 1-6 月	237.20	232.19	469.39	8,920.62	5.26%
2019 年度	309.79	788.89	1,098.68	23,316.77	4.71%
2018 年度	576.99	356.16	933.15	28,145.03	3.32%
2017 年度	1,112.69	31.98	1,144.67	28,933.43	3.96%

注：存货报废时直接减少存货原值，考虑二者合计占存货原值比例时将报废损失还原。

报告期内，发行人存货的日常报废金额分别为 31.98 万元、356.16 万元、788.89 万元、232.19 万元。存货的日常报废损失计入管理费用、存货跌价准备计提计入资产减值损失，各期存货的日常报废增加导致各期末跌价准备计提下降，但二者的合计占存货原值的比例呈上升趋势，与存货余额的匹配关系合理。

b、各期存货报废的情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
存货报废金额	232.19	788.89	356.16	31.98

报告期内，各年度日常存在对过期存货、滞销包材进行直接报废处理情况，各期报废存货通过管理费用核算，与各期末存货跌价准备没有直接勾稽关系。

c、公司存货盘点情况

发行人制定了盘点相应制度等，对存货盘点时间、盘点范围、盘点负责部门及人员，盘点结果汇总、盘盈盘亏的处理流程及其会计处理作了相应的规定。公司一般于 12 月初制定当年的年度盘点计划，规定负责初盘、复盘的部门、人员，盘点的时间、区域，盘点的具体操作程序，生产部的停产安排，盘点的结果汇总等方面。

Ⅰ、盘点范围

存货盘点范围包括：原材料（主材、辅材、包材）、低值易耗品、五金配件、半成品、成品等。成品每月必须组织全盘，原材料月度盘点可按照比例进行抽盘，半年度和年终盘点均为全盘，不可进行抽盘。

Ⅱ、盘点人员安排

公司执行定期盘点和不定期盘点。定期盘点：月度盘点、季度盘点、年终盘点，定期盘点由财务部主导复盘，仓储部自盘。不定期盘点：针对特定物料（存货）盘点，抽查，盘点部门可由财务，仓储自行组织进行。仓储部根据需要组织日常盘点，财务部不需要参与。

Ⅲ、盘点要求及目的

需要充分的事前准备工作，财务部在制定定期盘点计划时，需要发布盘点通知，明确盘点时间，盘点范围，盘点方式，人员安排等内容。仓库盘点前，财务部发布 NC 供应链关账时间节点，以便仓储部完成单据操作和生产备料。仓储部在盘点前自行做好仓库单据，及时录入 NC 系统，确保账实一致。仓储部做好库存物料的标识，将物料名称、规格，单位、数量、入库时间标识清楚。

采购部合理做好供应商送货时间，如果供应商送货上门，因进行盘点未办理手续，不属于本公司物料，所有权归属供应商，必须与公司物料分开，避免混淆。

盘点过程中，记录实盘数量并与账载数量核对，查明各项存货是否有因管理不善造成的损失浪费、霉料变质、损坏、丢失等；盘点后编制盘点报告，及时处理盘点发现的

盘盈盘亏情况，针对存在问题及时采取措施，提高管理水平，确保各项存货安全完整，加强仓储库存管理，同时了解不同存货管理现状，库存商品的周转情况，准确的库存数据可以为生产计划制定备料需求，安全库存管理。

（8）其他流动资产

报告期各期末，发行人其他流动资产主要为进项税额、预缴所得税和股份发行期间费用等，其他流动资产各期末余额分别为 2,602.19 万元、3,232.30 万元、1,347.72 万元、1,117.27 万元。

报告期各期末，其他流动资产余额的具体构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31
	账面余额	变动率	账面余额	变动率	账面余额	变动率	账面余额
进项税额	347.91	-68.88%	1,118.10	-65.39%	3,230.98	30.05%	2,484.41
预缴所得税	338.50	47.42%	229.62	100.00%	-	-100.00%	117.77
股份发行期间费用	405.66	100.00%	-	-	-	-	-
其他	25.20	100.00%	-	-100.00%	1.32	13,100.00%	0.01
合计	**1,117.27**	**-17.10%**	**1,347.72**	**-58.30%**	**3,232.30**	**24.21%**	**2,602.19**

①2020 年 6 月末其他流动资产余额末较 2019 年末减少 17.10%，其中进项税额较 2019 年末减少 68.88%，主要为山东欢乐家 2019 年末无菌灌装生产线项目进项税 644.23 万元在 2020 年抵扣所致；股份发行期间费用较 2019 年末增加 100%，主要为 2020 年 1-6 月支付股份发行期间中介机构服务费所致。

②2019 年末其他流动资产余额较 2018 年末减少 58.30%，主要为武汉欢乐家无菌 PET 生产线项目 2018 年进项税余额 839.40 万元、山东欢乐家无菌灌装生产线项目 2018 年末进项税余额 1,366.23 万元在 2019 年抵扣 722.00 万元所致。

③2018 年末其他流动资产余额较 2017 年末增加 24.21%，主要为 2018 年山东欢乐家无菌灌装生产线项目、武汉欢乐家无菌 PET 生产线项目投入增加，导致期末未抵扣进项税额增加。

2、非流动资产

报告期各期末，公司非流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
可供出售金融资产	-	-	-	-	5,600.00	6.64%	5,600.00	7.35%
其他权益工具投资	7,840.00	9.03%	6,510.00	7.56%	-	-	-	-
投资性房地产	5.14	0.01%	5.30	0.01%	11.67	0.01%	7.54	0.01%
固定资产	53,935.90	62.11%	56,543.07	65.65%	49,303.84	58.42%	32,434.21	42.57%
在建工程	3,645.42	4.20%	2,095.49	2.43%	9,163.62	10.86%	10,756.06	14.12%
无形资产	16,507.80	19.01%	16,668.27	19.35%	16,881.59	20.00%	16,674.49	21.88%
长期待摊费用	1,524.87	1.76%	301.73	0.35%	719.43	0.85%	1,062.30	1.39%
递延所得税资产	1,580.60	1.82%	2,192.26	2.55%	2,344.88	2.78%	3,161.18	4.15%
其他非流动资产	1,800.83	2.07%	1,808.42	2.10%	369.35	0.44%	6,503.32	8.53%
非流动资产合计	**86,840.56**	**100.00%**	**86,124.54**	**100.00%**	**84,394.37**	**100.00%**	**76,199.10**	**100.00%**

报告期各期末，公司的非流动资产主要包括固定资产、无形资产、可供出售金额资产、其他权益工具投资、在建工程和其他非流动资产，上述资产合计占非流动资产的比例分别为 94.45%、96.36%、97.10%和 96.42%。

2018 年末公司的非流动资产较 2017 年末增加 8,195.27 万元，主要系公司固定资产增加 16,869.63 万元、其他非流动资产减少 6,133.98 万元及在建工程减少 1,592.44 万元所致。2018 年，山东欢乐家三期无菌工程、武汉欢乐家饮料无菌 PET 生产线及武汉欢乐家饮料 PE 瓶车间设备安装工程等在建工程项目完工转入固定资产，使得固定资产增加；而其他非流动资产减少主要由于预付工程设备款减少所致。

2019 年末公司的非流动资产较 2018 年末增加 1,730.17 万元，主要由于：①公司存入定期存单 1,500.00 万元，使得其他非流动资产增加；②可供出售金融资产重分类至其他权益工具投资科目，期末采用公允价值计量，账面价值较于上一年度增加 910.00 万元。

2020 年上半年末公司的非流动资产变动较 2019 年末基本稳定。

（1）可供出售金融资产

公司可供出售金融资产系公司入股南粤银行而形成的股权投资，2017 年末和 2018 年末账面价值均为 5,600.00 万元。

根据 2019 年 1 月 1 日起执行的财政部修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》的相关规定，将前述可供出售金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，在其他权益工具投资列示，2019 年末公司其他权益工具投资余额为 6,510.00 万元，2020 年上半年末公司其他权益工具投资余额为 7,840.00 万元。

（2）固定资产

①固定资产基本情况

公司固定资产主要包括房屋建筑物、机器设备、运输设备和电子设备及其他。报告期各期末，公司固定资产分别为 32,434.21 万元、49,303.84 万元、56,543.07 万元和 53,935.90 万元，占非流动资产的比例分别为 42.57%、58.42%、65.65%和 62.11%，其中房屋及建筑物、机器设备占固定资产净值的 95%以上。

报告期各期末，公司固定资产的具体分类情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋及建筑物	29,721.97	55.11%	30,639.87	54.19%	23,150.01	46.95%	20,737.67	63.94%
机器设备	22,982.45	42.61%	24,489.00	43.31%	24,952.97	50.61%	10,683.56	32.94%
运输设备	696.98	1.29%	786.87	1.39%	642.68	1.30%	748.12	2.31%
电子设备及其他	534.51	0.99%	627.33	1.11%	558.18	1.13%	264.86	0.82%
合计	**53,935.90**	**100.00%**	**56,543.07**	**100.00%**	**49,303.84**	**100.00%**	**32,434.21**	**100.00%**

2017 年末至 2019 年末，公司固定资产金额逐年增加，主要由于公司报告期内对固定资产持续投入，在建工程逐渐转固所致。2020 年上半年末固定资产金额较 2019 年末减少主要系累计折旧所致。

报告期内，公司与同行业公司固定资产折旧均采用年限平均法，折旧年限对比情况如下：

项目	发行人	养元饮品	承德露露	凯欣股份	林家铺子
房屋及建筑物	20 年	20-30 年	40 年	40 年	10-20 年
机器设备	10 年	10 年	14 年	4-10 年	5-10 年
运输设备	5 年	4 年	6 年	-	5 年
电子设备及其他	5 年	3-5 年	5 年	3 年	3 年

数据来源：wind 及相关上市公司年报

公司的固定资产折旧年限与同行业相比更为严谨，固定资产折旧年限合理，固定资产折旧计提充分、合理，同时公司整体经营状况良好，固定资产均处于正常使用状态，不存在重大减值迹象。

②固定资产变动情况

报告期各期末，固定资产账面价值变动情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31
	账面价值	变动率	账面价值	变动率	账面价值	变动率	账面价值
房屋及建筑物	29,721.97	-3.00%	30,639.87	32.35%	23,150.01	11.63%	20,737.67
机器设备	22,982.45	-6.15%	24,489.00	-1.86%	24,952.97	133.56%	10,683.56
运输设备	696.98	-11.42%	786.87	22.44%	642.68	-14.09%	748.12
电子设备及其他	534.51	-14.80%	627.33	12.39%	558.18	110.74%	264.86
合计	**53,935.90**	**-4.61%**	**56,543.07**	**14.68%**	**49,303.84**	**52.01%**	**32,434.21**

报告期各期末，公司固定资产主要构成为房屋及建筑物和机器设备，2018 年末机器设备和 2019 年末房屋及建筑物均出现大幅增长。具体变动原因如下：

A、2018 年末固定资产账面价值较上期末增加 52.01%，主要为 2018 年度武汉欢乐家饮料无菌 PET 生产线、山东欢乐家无菌灌装生产线等项目逐步转固，导致 2018 年末固定资产大幅增加。

B、2019 年末固定资产账面价值较上期增加 14.68%，主要为发行人新办公楼欢乐家大厦（28、29、31、32 楼层）、山东欢乐家八宝粥生产线、湖北欢乐家新增 2 号仓库工程等在建工程转固，导致 2019 年末固定资产大幅增加。

C、2020 年 6 月末固定资产账面价值较上期末减少 4.61%，主要为固定资产累计折旧增加所致。

③固定资产和公司当期产能的匹配性

公司各项固定资产中，与产能相关的固定资产主要为饮料生产线及其配套设施、罐头生产线及其配套设施。

报告期各期末，固定资产中机器设备原值与产能情况，具体如下：

固定资产	2020-06-30/ 2020 年 1-6 月	2019-12-31/ 2019 年度	2018-12-31/ 2018 年度	2017-12-31/ 2017 年度
机器设备（万元）	**33,419.49**	**33,659.92**	**32,242.27**	**15,188.08**
其中：饮料设备（万元）	25,030.28	25,011.01	23,988.86	7,441.50
罐头设备（万元）	8,389.21	8,648.91	8,253.41	7,746.57
设计产能（万吨）	**59.49**	**59.49**	**53.06**	**51.44**
其中：饮料产能（万吨）	46.36	46.36	42.30	40.68
罐头产能（万吨）	13.13	13.13	10.76	10.76

报告期内，公司饮料及罐头产品的单位产能对应设备原值情况如下：

单位：万元/万吨

项目	2020-06-30/ 2020 年 1-6 月	2019-12-31/ 2019 年度	2018-12-31/ 2018 年度	2017-12-31/ 2017 年度
单位饮料产能对应设备原值	539.91	539.50	567.11	182.93
单位罐头产能对应设备原值	638.93	658.71	767.05	719.94

截至 2020 年 6 月 30 日，公司共有 37 条生产线，其中饮料生产线 14 条、罐头生产线 23 条。2018 年，公司向苏美达国际技术贸易有限公司、西得乐机械（北京）有限公司购置两条 PET 无菌冷灌生产线，导致 2018 年末资产价值大幅增长，单位饮料产能对应的设备原值增长。

④各期末固定资产闲置情况

报告期内，由于公司新增两条 PET 无菌冷灌生产线以及处置湛江老厂，对部分机器设备进行淘汰，导致报告期内存在闲置机器设备。报告期各期末，公司已对闲置资产进行减值测试，合理评估可收回金额，可收回金额低于其账面价值的，将账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为固定资产减值损失并按规定计提固定资产减值准备。

各期末固定资产闲置情况如下：

单位：万元

时间	类别	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
2020-06-30	机器设备	923.31	232.23	644.92	46.17
2019-12-31	机器设备	1,172.22	348.31	765.30	58.61
2018-12-31	机器设备	1,821.95	550.14	1,180.72	91.10
2017-12-31	机器设备	1,053.04	368.48	634.22	50.35

各期闲置资产及减值准备计提情况如下：

单位：万元

时间	类别	当期闲置资产账面原值	累计折旧	预计可收回金额	计提减值准备
2020 年 1-6 月	机器设备	-	-	-	-
2019 年	机器设备	53.87	22.80	2.69	28.38
2018 年	机器设备	1,111.24	309.95	55.56	745.73
2017 年	机器设备	1,053.04	368.48	50.35	634.22

⑤同行业可比公司同类资产的折旧方法

报告期内，公司与可比上市公司均采用年限平均法计提固定资产折旧，折旧年限对比情况如下：

项目	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	电子设备及其他
养元饮品	20-30 年	10 年	4 年	3-5 年
承德露露	40 年	14 年	6 年	5 年
凯欣股份	40 年	4-10 年	-	3 年
林家铺子	10-20 年	5-10 年	5 年	3 年
发行人	20 年	10 年	5 年	5 年

数据来源：wind 及相关上市公司年报

经比较可知，发行人固定资产折旧计提方法和计提年限与可比上市公司较为趋同，固定资产折旧年限合理，固定资产折旧计提充分、合理。

⑥公司固定资产的减值测试过程及结果

报告期内，公司在每期末判断固定资产是否存在可能发生减值的迹象。固定资产存在减值迹象的，估计其可收回金额。可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。可收回金额低于其账面价值的，将账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为固定资产减值损失，计入当期损

益，同时计提相应的固定资产减值准备。固定资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

报告期各期末，固定资产减值准备变动情况如下表所示：

单位：万元

报告期	期初余额	本期计提	本期减少	期末余额	本期减少产生处置损益
2020 年 1-6 月	765.30	-	120.39	644.92	30.24
2019 年	1,180.72	28.38	443.79	765.30	1.64
2018 年	634.22	745.73	199.22	1,180.72	4.32
2017 年	-	634.22	-	634.22	-

上表中的“本期减少产生处置损益”为实际处置减值设备的处置价格与预计可收回金额的差异。如上表所示，报告期内，本期减少产生处置损益金额较小，说明预计可收回金额估计合理，固定资产资产减值准备计提充分。

⑦匡算折旧费用计提是否充分，分配是否合理

A、根据固定资产原值、年折旧率匡算各期折旧费用

单位：万元

项目	2017 年/2017.12.31			
	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	电子设备及其他
平均原值	25,215.33	14,244.91	1,961.59	429.98
平均减值准备	-	634.22	-	-
年折旧率（%）	4.75	9.50	19.00	19.00
匡算折旧金额	1,197.73	1,293.02	292.39	81.70
本期计提折旧	1,215.72	1,372.63	276.62	70.71
匡算差异金额	-17.99	-79.62	15.78	10.99
匡算差异比例（%）	-1.48	-5.80	5.70	15.54

注：2016 年 12 月，运输设备原值 422.68 万元已提足折旧，从平均原值内扣除。

单位：万元

项目	2018 年/2018.12.31			
	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	电子设备及其他
平均原值	26,783.21	23,715.17	1,893.45	661.51
平均减值准备	-	907.47	-	-
年折旧率（%）	4.75	9.50	19.00	19.00

匡算折旧金额	1,272.20	2,219.51	306.28	125.69
本期计提折旧	1,385.70	2,492.07	280.91	108.02
匡算差异金额	-113.49	-272.56	25.37	17.67
匡算差异比例（%）	-8.19	-10.94	9.03	16.36

注：2017 年 12 月运输设备原值 281.46 万元已提足折旧，从平均原值内扣除。2018 年 2 月公司山东欢乐家三期无菌工程机器设备转固，2018 年 4 月增加武汉欢乐家饮料无菌 PET 生产线转固，修正机械设备原值，在 2018 年 12 月 31 日原值基础上扣减 6 个月新增设备折旧额。

单位：万元

项目	2019 年/2019.12.31			
	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	电子设备及其他
平均原值	32,755.63	32,951.09	1,959.02	972.00
平均减值准备	-	973.01	-	-
年折旧率（%）	4.75	9.50	19.00	19.00
匡算折旧金额	1,774.96	3,037.92	237.33	184.68
本期计提折旧	1,737.26	3,014.18	224.26	160.82
匡算差异金额	37.69	23.73	13.06	23.86
匡算差异比例（%）	2.17	0.79	5.83	14.84

注：2019 年 1 月，房屋及建筑物原值增加 7,341.69 万，修正平均原值，取 2019 年末房屋及建筑物原值匡算，2018 年 12 月及 2019 年 3 月运输设备原值 709.93 万元已提足折旧，从平均原值内扣除。

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月/2020.6.30			
	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	电子设备及其他
平均原值	37,367.48	33,539.70	2,010.03	1,078.76
平均减值准备	-	705.11	-	-
年折旧率（%）	4.75	9.50	19.00	19.00
匡算折旧金额	887.48	1,559.64	107.44	102.48
本期计提折旧	919.49	1,541.94	89.89	90.86
匡算差异金额	-32.01	17.70	17.55	11.62
匡算差异比例（%）	-3.48	1.15	19.52	12.79

注：2019 年 12 月，运输设备原值 879.04 万元已提足折旧，从平均原值内扣除。

报告期内，各期匡算的折旧费用与实际折旧费用的差异较小，公司固定资产折旧费用计提充分。

B、分配是否合理

公司的折旧费用在制造费用、管理费用、销售费用、研发支出等项目中进行分配，具体情况如下：

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
制造费用	1,865.42	70.64%	3,683.63	71.71%	3,089.04	72.40%	1,727.15	58.83%
管理费用	627.14	23.75%	1,129.40	21.99%	886.45	20.78%	901.53	30.71%
生产成本	132.91	5.03%	277.25	5.40%	266.81	6.25%	287.23	9.78%
销售费用	1.59	0.06%	4.31	0.08%	4.55	0.11%	4.45	0.15%
研发支出	1.30	0.05%	3.93	0.08%	17.75	0.42%	4.62	0.16%
其他	12.23	0.46%	38.01	0.74%	2.10	0.05%	10.70	0.36%
合计	**2,640.59**	**100.00%**	**5,136.53**	**100.00%**	**4,266.70**	**100.00%**	**2,935.68**	**100.00%**

2018 年，公司 PET 生产线投产增加折旧费用，导致制造费用折旧费占计提折旧金额的比例增加；2019 年，公司总部办公楼转固增加折旧费用，导致管理费用折旧费在当期计提折旧金额的占比增加。除此以外，其他各项折旧费用金额在各期计提折旧金额的占比情况波动较小，折旧费用的分配基本合理。

（3）在建工程

①在建工程的具体情况和目前进度

报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 10,756.06 万元、9,163.62 万元、2,095.49 万元和 3,645.42 万元，占非流动资产的比例分别为 14.12%、10.86%、2.43%和 4.20%，具体情况如下：

单位：万元

项目名称	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
在建工程：	**3,645.42**	**2,095.49**	**9,163.62**	**10,756.06**
欢乐家大厦（28、29、31、32 楼层）	-	-	7,091.93	-
武汉欢乐家饮料无菌 PET 生产线	-	-	484.89	1,199.65
山东欢乐家三期无菌工程	-	-	478.15	9,470.22
欢乐家实业年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目	3,522.07	1,975.34	550.62	37.39
山东欢乐家水处理改造项目	-	-	273.72	-
武汉欢乐家饮料车间设备改造工程	-	-	185.78	-
武汉欢乐家二期土地建设工程	101.74	101.74	55.18	-
武汉欢乐家二期土地建设工程	4.16			

其他零星工程	17.45	18.40	43.35	48.80
工程物资：	-	-	-	-
合计	**3,645.42**	**2,095.49**	**9,163.62**	**10,756.06**

报告期各期末，在建工程变动情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31	
	变动金额	变动比率	变动金额	变动比率	变动金额	变动比率
在建工程	1,549.93	73.97%	-7,068.13	-77.13%	-1,592.44	-14.81%

2018 年末在建工程余额较 2017 年末减少 14.81%，主要为武汉欢乐家饮料无菌 PET 生产线、山东欢乐家三期无菌工程灌装生产线项目等逐步转固，但同时公司增加新办公楼欢乐家大厦（28、29、31、32 楼层）等在建工程项目。

2019 年末在建工程余额较 2018 年末减少 77.13%，减少幅度较大，系发行人当期金额较大的在建工程项目转固所致，主要为欢乐家大厦（28、29、31、32 楼层）项目 2019 年转入固定资产 7,362.01 万元。

2020 年上半年末公司在建工程金额增加主要系年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目投入增加所致。

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人在建工程项目主要有欢乐家实业年产 13.65 万吨饮料及罐头建设项目、研发检测中心以及武汉欢乐家二期土地建设工程等尚在筹建期，各项目完工进度情况如下：

单位：万元

工程名称	账面金额（不含税）	预算金额（含税）	工程累计投入占预算比例	工程进度
欢乐家实业年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目	3,522.07	26,055.73	11.18%	15.50%
武汉欢乐家二期土地建设工程	101.74	158.73	63.87%	69.87%
欢乐家实业研发检测中心项目	4.16	2,279.00	0.19%	0.19%

注 1：工程累计投入占预算比例=工程累计投入金额/预算金额
注 2：工程进度=实际工程完成金额/预算金额

②建设进度与建设支出的匹配情况

报告期各期末，主要在建工程项目的建设进度与建设支出情况如下：

工程名称	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	工程进度	工程累计投入占预算比例	工程进度	工程累计投入占预算比例	工程进度	工程累计投入占预算比例	工程进度	工程累计投入占预算比例
欢乐家实业年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目	15.50%	11.18%	8.54%	9.05%	2.11%	2.13%	0.14%	0.14%
欢乐家大厦（28、29、31、32 楼层）	-	-	100.00%	100.06%	96.60%	97.41%	-	-
山东欢乐家三期无菌工程	-	-	100.00%	89.06%	94.00%	88.19%	90.00%	86.45%
山东欢乐家水处理改造项目	-	-	100.00%	90.04%	89.00%	88.15%	-	-
山东欢乐家 PE 饮料线八宝粥生产线	-	-	100.00%	83.85%	-	-	-	-
山东欢乐家 108 乳酸菌生产线	-	-	100.00%	87.86%	-	-	-	-
武汉欢乐家饮料无菌 PET 生产线	-	-	100.00%	94.13%	96.00%	94.07%	13.19%	12.14%
武汉欢乐家饮料 PE 瓶车间设备安装工程	-	-	100.00%	99.73%	99.00%	95.68%	-	-
武汉欢乐家无菌纸包生产线	-	-	-	-	-	-	100.00%	98.73%
武汉欢乐家仓储房工程	-	-	100.00%	100.00%	-	-	-	-
湖北欢乐家新增 2 号仓库工程	-	-	100.00%	100.00%	-	-	-	-
欢乐家食品污水处理工程	-	-	-	-	100.00%	102.89%	100.00%	93.94%

由上表可知，报告期内各期末，主要在建工程项目累计投入比例与完工进度较为匹配。

③在建工程的减值情况以及是否存在提前或推迟结转固定资产的情形

报告期各期末，公司在建工程未发生减值迹象，故未计提减值准备。报告期内，公司在建工程在达到预定可使用状态时，根据验收资料及合同双方确认金额将其结转至固定资产核算，其转固时点符合会计准则的规定，不存在提前或推迟转固的情形。

A、在建工程减值情况

发行人不存在长期停工且预计不再建设的项目。经测试，报告期内在建工程不存在预计可收回金额低于其账面价值情况，故无需在建工程计提减值准备。

B、报告期内主要在建工程项目结转固定资产情况

工程名称	转固时间	验收时间/预计完工时间	是否存在提前或推迟转固
欢乐家实业年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目	不适用	2021 年 9 月	不适用
欢乐家大厦（28、29、31、32 楼层）	2019 年 1 月	2019 年 1 月	否
山东欢乐家三期无菌工程	2019 年 7 月	2019 年 7 月	否
山东欢乐家水处理改造项目	2019 年 7 月	2019 年 7 月	否
山东欢乐家 PE 饮料线八宝粥生产线	2019 年 7 月	2019 年 7 月	否
山东欢乐家 108 乳酸菌生产线	2019 年 7 月	2019 年 7 月	否
武汉欢乐家饮料无菌 PET 生产线	2019 年 4 月	2019 年 4 月	否
武汉欢乐家饮料 PE 瓶车间设备安装工程	2019 年 12 月	2019 年 12 月	否
武汉欢乐家无菌纸包生产线	2017 年 12 月	2017 年 12 月	否
武汉欢乐家仓储房工程	2019 年 12 月	2019 年 12 月	否
湖北欢乐家新增 2 号仓库工程	2019 年 12 月	2019 年 12 月	否
欢乐家食品污水处理工程	2017 年 6 月	2017 年 6 月	否

报告期内公司各项在建工程不存在提前或推迟转固的情况。

④在建工程的归集及结转

公司的在建工程在达到转固条件后转入固定资产。报告期各期，在建工程转固金额如下：

单位：万元

报告期	固定资产增加	房屋及建筑物	机器设备	电子设备及其他	合计
2020 年 1-6 月	在建工程转入	-	17.11	27.45	44.55
2019 年度	在建工程转入	9,225.91	2,960.78	111.37	12,298.05
2018 年度	在建工程转入	4,646.23	17,462.31	119.79	22,228.33
2017 年度	在建工程转入	446.01	1,886.97	10.45	2,343.43

报告期内，在建工程项目归集及转固情况，具体如下：

A、2020 年 1-6 月在建工程项目归集及转固情况

单位：万元

工程名称	2020-01-01	本期增加	转入固定资产	2020-06-30
欢乐家实业年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目	1,975.34	1,546.73	-	3,522.07
武汉欢乐家二期土地建设工程	101.74	-	-	101.74

欢乐家实业研发检测中心项目	-	4.16	-	4.16
其他	18.40	43.61	44.55	17.45
合计	**2,095.49**	**1,594.49**	**44.55**	**3,645.42**
2020 年 1-6 月固定资产增加金额	**-**	**-**	**44.55**	**-**

2020 年 1-6 月公司防窜货系统设备及零星工程转固，金额为 44.55 万元，与固定资产增加额中由在建工程转入金额一致。

B、2019 年在建工程项目归集及转固情况

单位：万元

工程名称	2019-01-01	本期增加	转入固定资产	2019-12-31
欢乐家大厦（28、29、31、32 楼层）	7,091.93	270.09	7,362.01	-
山东欢乐家 PE 饮料线八宝粥生产线	-	835.39	835.39	-
山东欢乐家三期无菌工程	478.15	108.86	587.01	-
湖北欢乐家新增 2 号仓库工程	-	739.49	739.49	-
武汉欢乐家饮料无菌 PET 生产线	484.89	12.76	497.65	-
武汉欢乐家仓储房工程	-	494.56	494.56	-
武汉欢乐家玻璃瓶车间设备改造工程	185.78	41.20	226.98	-
山东欢乐家 108 乳酸菌生产线	-	470.04	470.04	-
山东欢乐家水处理改造项目	273.72	38.73	312.45	-
山东欢乐家罐头车间维修改造工程	20.00	192.63	212.63	-
欢乐家实业年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目	550.62	1,675.84	251.11	1,975.34
武汉欢乐家饮料 PE 瓶车间设备安装工程	9.23	48.45	57.68	-
山东欢乐家蒸汽管道项目	5.50	-	5.50	-
其他	63.80	301.89	245.55	120.14
合计	**9,163.62**	**5,229.92**	**12,298.05**	**2,095.49**
2019 年固定资产增加金额	**-**	**-**	**12,298.05**	**-**

2019 年上述在建工程项目转固 12,298.05 万元，与固定资产增加额中由在建工程转入金额一致。

C、2018 年在建工程项目归集及转固情况

单位：万元

工程名称	2018-01-01	本期增加	转入固定资产	2018-12-31
山东欢乐家三期无菌工程	9,470.22	1,601.02	10,593.08	478.15

武汉欢乐家饮料无菌 PET 生产线	1,199.65	9,144.52	9,859.28	484.89
武汉欢乐家饮料 PE 瓶车间设备安装工程	-	800.08	790.85	9.23
山东欢乐家蒸汽管道项目	-	199.02	193.52	5.50
山东欢乐家象山双鱼罐头加工设备工程	-	163.79	163.79	-
湖北欢乐家桔子自动剥皮线	-	137.25	137.25	-
武汉欢乐家象山双鱼罐头加工设备工程	-	130.17	130.17	-
欢乐家食品鱼罐头车间整改工程	-	112.34	112.34	-
欢乐家大厦(28、29、31、32 楼层)	-	7,091.93	-	7,091.93
山东欢乐家水处理改造项目	-	273.72	-	273.72
武汉欢乐家玻璃瓶车间设备改造工程	-	185.78	-	185.78
欢乐家实业年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目	37.39	513.23	-	550.62
其他	48.80	283.04	248.04	83.80
合计	**10,756.06**	**20,635.89**	**22,228.33**	**9,163.62**
2018 年固定资产增加金额	-	-	**22,228.33**	-

2018 年上述在建工程转固 22,228.33 万元，与固定资产增加额中由在建工程转入金额一致。

D、2017 年在建工程项目归集及转固情况

单位：万元

工程名称	2017-01-01	本期增加	转入固定资产	2017-12-31
武汉欢乐家无菌纸包生产线	-	851.64	851.64	-
欢乐家食品污水处理工程	22.04	428.97	451.00	-
山东欢乐家消防建筑安装工程	180.00	5.45	185.45	-
武汉欢乐金额零星工程	-	146.08	146.08	-
湖北欢乐家零星工程	-	83.43	83.43	-
山东欢乐家厂区绿化	42.73	39.91	82.64	-
欢乐家食品强通消防工程	36.12	24.08	60.19	-
山东欢乐家象山双鱼洗瓶机工程	-	41.03	41.03	-
山东欢乐家三期无菌工程	-	9,470.22	-	9,470.22
武汉欢乐家饮料无菌 PET 生产线	-	1,199.65	-	1,199.65
欢乐家实业年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目	-	37.39	-	37.39
其他零星工程	44.60	446.17	441.97	48.80
合计	**325.48**	**12,774.01**	**2,343.43**	**10,756.06**

工程名称	2017-01-01	本期增加	转入固定资产	2017-12-31
2017 年固定资产增加金额	**-**	**-**	**2,343.43**	**-**

2017 年固定资产增加额 3,211.32 万元，其中在建工程转入 2,343.43 万元，与在建工程转固金额一致。

综上所述，报告期内，发行人在建工程续存、新增以及转固的勾稽变化正确，在建工程成本归集准确、完整。

⑤在建工程计价的公允性

报告期内公司在建工程账面价值较高的项目为欢乐家大厦以及山东欢乐家、武汉欢乐家的无菌生产线工程，相关在建工程计价与可获取市场价格的项目对比情况如下：

A、欢乐家大厦（28、29、31、32 楼层）

2018 年 4 月 13 日，公司与湛江市佳烨置业有限公司签订了 4 份《商品房买卖合同（预售）》，约定由公司向其购买其坐落于湛江经济技术开发区人民大道中 71 号的欢乐家大厦 28、29、31、32 层作为办公场地使用，商品房规划用途均为办公，合同总金额为 6,500 万元（含税）。

该价格系依据深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司出具的鹏信房估字〔2018〕第 YZJ201 号《关于关于湛江市开发区人民大道中 71 号城市高地第 28、29、31、32 层写字楼之房地产市场价值估价报告书》，由双方协商确定。根据该估价报告，截至 2018 年 4 月 3 日，上述房屋的市场价值为 6,539.63 万元。本次交易定价与估价报告确认的估值相当，定价公允。

由于欢乐家大厦在建工程的账面价值主要为房屋所有权，相关装修工程无市场公开可比交易价格，故通过对比欢乐家大厦周边其他办公场所出售价格情况，核查定价公允性。具体对比情况如下：

楼盘名称	交易价格（元）	交易面积（m^2）	交易单价（元/m^2）
欢乐家大厦	65,000,000.00	5,838.98	11,132.08
参考楼盘	**地理位置**		**参考售价（元/m^2）**
华都汇国际中心	距欢乐家大厦 2.2 公里		12,000.00
财富汇	距欢乐家大厦 1.9 公里		13,000.00

恒福 时代中心	距欢乐家大厦 2.5 公里	10,500.00

由上表可知，发行人购买欢乐家大厦 4 层办公场所的单价处于周边办公楼盘单位售价区间内，交易价格公允。

B、无菌灌装线配套设备

武汉欢乐家饮料无菌 PET 生产线、山东欢乐家三期无菌工程灌装生产线中均涉及反渗透水处理设备，相关设备供应商不同，采购价格对比情况如下：

采购主体	供应商	合同内容	合同金额（万元）
反渗透水处理设备不同供应商采购价格对比：			
山东欢乐家	江苏新美星包装机械股份有限公司	30m^3/hr 椰汁前处理生产线及 60m^3/hr（25 °）一级反渗透水处理生产线	1,023.76
武汉欢乐家	上海普丽盛三环食品设备工程有限公司	30T/H 椰汁生产线前处理设备供应与安装	1,050.00

由上表可知，相同规格反渗透水处理设备两家供应商采购基本一致。

（4）无形资产

①无形资产基本情况

公司的无形资产包括土地使用权和外购软件。报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 16,674.49 万元、16,881.59 万元、16,668.27 万元和 16,507.80 万元，占非流动资产的比例分别为 21.88%、20.00%、19.35%和 19.01%，具体构成如下：

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
土地使用权	16,368.31	16,549.49	16,818.80	16,588.78
外购软件	139.49	118.78	62.78	85.71
合计	**16,507.80**	**16,668.27**	**16,881.59**	**16,674.49**

公司的土地使用权主要为湛江市、汉川市、枝江市、临沂市等生产基地的土地使用权。

公司于各期期末判断无形资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，公司将根据无形资产的公允价值减去处置费用后的净额与无形资产预计未来现金流量的

现值两者之间较高者确定估计其可收回金额，进行减值测试。报告期内，公司无形资产不存在减值的情况。

②土地使用权各期摊销费用的计算过程及列报情况

A、报告期各期摊销费用的计算过程

发行人各项土地使用权使用寿命 50 年，采用直线法在使用寿命内进行摊销。报告期各期末，土地使用权不存在减值迹象，未计提减值准备。

B、报告期各期摊销费用的列报情况

报告期各期，土地使用权的摊销列报情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
管理费用	122.26	243.54	359.62	264.95
在建工程	58.91	117.83	-	-
合计	**181.17**	**361.37**	**359.62**	**264.95**

发行人土地使用权的累计摊销通常分配到管理费用。欢乐家实业年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目于 2019 年正式开始建设，鉴于土地使用权在房屋建造期间的摊销，是建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出，故 2019 年至 2020 年上半年，该项目的土地摊销金额归集到在建工程成本，建设活动开始前 2017 年至 2018 年的土地摊销金额记入当期损益归集到管理费用中。

（5）长期待摊费用

①长期待摊费用的基本情况

公司的长期待摊费用包括广告及代言费、租赁费和其他。截至 2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年上半年末，公司长期待摊费用分别为 1,062.30 万元、719.43 万元、301.73 万元和 1,524.87 万元。2017 年末至 2019 年末公司的长期待摊费用逐年降低，主要原因是广告及代言费摊销导致长期待摊费用余额减少。2020 年上半年末长期待摊费用余额较 2019 年末大幅增加，主要为杨幂代言费开始摊销所致。

②长期待摊费用的具体账龄

报告期内，长期待摊费用主要核算内容为受益期超过一年的费用，长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销。

长期待摊费用的账龄及摊销期间，具体如下：

项目	总账龄（月）	摊销期
广告及代言费：		
其中：杨幂代言费	26	2020 年 3 月-2022 年 4 月
赵薇代言费	36	2017 年 3 月-2020 年 2 月
释小龙代言费	24	2017 年 4 月-2019 年 3 月
高铁广告费	24	2018 年 12 月-2020 年 11 月
品牌策划费	12	2019 年 12 月-2020 年 11 月
租赁费及其他：		
其中：租赁	24	2016 年 9 月-2018 年 8 月
装修款	60	2020 年 6 月-2025 年 5 月
能源监测维护费 1	36	2016 年 4 月-2019 年 3 月
能源监测维护费 2	12	2019 年 4 月-2020 年 3 月
能源监测维护费 3	36	2019 年 7 月-2022 年 6 月
能源监测维护费 4	24	2020 年 4 月-2022 年 3 月

③长期待摊费用变动原因及摊销情况

报告期各期末，长期待摊费用的变动情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31
	账面余额	变动率	账面余额	变动率	账面余额	变动率	账面余额
广告及代言费	1,451.38	407.19%	286.16	-60.22%	719.43	-31.74%	1,053.89
租赁费及其他	73.49	372.00%	15.57	100.00%	-	-100.00%	8.41
合计	**1,524.87**	**405.38%**	**301.73**	**-58.06%**	**719.43**	**-32.28%**	**1,062.30**

2018 年末及 2019 年末长期待摊费用较上一年末减少，主要为广告及代言费正常的摊销所致；2020 年 6 月末长期待摊费用余额较 2019 年末增加 405.38%，主要为杨幂代言费于 2020 年 3 月开始摊销，长期待摊费用原值增加 1,603.77 万元。

报告期各期摊销情况如下：

单位：万元

项目	类别	期初余额	本期增加	本期摊销	期末余额
2017 年	广告及代言费	1,493.52	51.00	490.63	1,053.89
	租赁费及其他	15.22	-	6.81	8.41
	小计	**1,508.74**	**51.00**	**497.44**	**1,062.30**
2018 年	广告及代言费	1,053.89	169.81	504.27	719.43
	租赁费及其他	8.41	-	7.40	-
	小计	**1,062.30**	**169.81**	**511.67**	**719.43**
2019 年	广告及代言费	719.43	141.50	574.77	286.16
	租赁费及其他	-	22.64	7.07	15.57
	小计	**719.43**	**164.14**	**581.84**	**301.73**
2020 年 1-6 月	广告及代言费	286.16	1,603.77	438.55	1,451.38
	租赁费及其他	15.57	64.47	6.55	73.49
	小计	**301.73**	**1,668.24**	**445.10**	**1,524.87**

报告期内，长期待摊费用按实际成本计价，并根据合同受益期限进行平均摊销，摊销期限合理，金额准确。

④长期待摊费用的归集

报告期内长期待摊费用的归集不包含与该项目无关的支出、不存在费用支出资本化的情形，符合《企业会计准则》的规定。

（6）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 3,161.18 万元、2,344.88 万元、2,192.26 万元及 1,580.60 万元。公司已确认的递延所得税资产具体情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
资产减值准备	546.64	406.59	613.34	843.58
可弥补税务亏损	-	-	-	11.79
未实现内部收益	44.92	101.47	110.51	-
政府补助	508.62	539.84	509.08	421.05
预提费用	-	-	-	87.43
销售折扣	480.42	1,144.36	1,111.95	1,797.33
合计	**1,580.60**	**2,192.26**	**2,344.88**	**3,161.18**

报告期内，公司递延所得税资产形成的主要原因是销售折扣、资产减值准备和政府补助产生的可抵扣暂时性差异。

（7）其他非流动资产

公司的其他非流动资产为预付工程设备款和定期存款。报告期各期末，公司其他非流动资产分别为 6,503.32 万元、369.35 万元、1,808.42 万元和 1,800.83 万元，占非流动资产比例分别为 8.53%、0.44%、2.10%和 2.07%。具体构成明细如下：

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
定期存款	1,500.00	1,500.00	-	-
预付工程设备款	300.83	308.42	369.35	6,503.32
合计	**1,800.83**	**1,808.42**	**369.35**	**6,503.32**

2017 年末公司预付工程设备款金额较大，主要为武汉欢乐家、山东欢乐家向苏美达国际技术贸易有限公司、西得乐机械（北京）有限公司购置 PET 无菌冷灌生产线时预付的设备款。

2019 年末公司其他非流动资产较 2018 年末增加，主要系公司于 2019 年 8 月 30 日在兴业银行存入三年期定期存款 1,500.00 万元所致。

3、公司管理层对资产质量的说明

公司已按会计准则的规定建立了各项资产减值准备的计提制度，报告期各期末按照资产减值准备政策的规定以及各项资产的实际情况，足额计提了各项资产减值准备。报告期各期末，公司的资产减值损失具体情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
坏账损失	-	-	-105.07	678.67
存货跌价损失	391.33	386.25	576.77	1,112.69
固定资产减值损失	-	28.38	745.73	634.22
合计	**391.33**	**414.63**	**1,217.42**	**2,425.57**

根据 2019 年 1 月 1 日起执行的财政部修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》的相关规定，2019 年

后应收款项预期信用损失重分类至“信用减值损失”，2019 年的信用减值损失发生额为 209.11 万元，2020 年 1-6 月的信用减值损失发生额为 759.10 万元。

公司管理层认为，近年来公司资产规模和质量持续提高，资产结构逐步优化，资产质量良好，目前资产结构与公司的业务模式相匹配。公司将持续加强资产管理，执行稳健的会计政策，有效保证公司的可持续发展。报告期内，公司各项资产减值准备计提政策符合《企业会计准则》规定，公司主要资产减值准备的计提充分、合理，与公司资产的实际质量状况相符。

（二）资产周转能力分析

报告期内，公司应收账款周转率和存货周转率的主要情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率（次）	11.45	14.41	9.76	7.45
存货周转率（次）	4.74	3.64	3.35	3.15
总资产周转率（次）	**0.90**	1.02	1.00	0.99

注：2020 年 1-6 月财务指标已年化处理，下同

报告期内，公司应收账款周转率和存货周转率逐年提高，总资产周转率较为稳定，未发生重大变化。

1、应收账款周转率

同行业可比上市公司应收账款周转率情况如下：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
养元饮品	101.34	183.95	294.83	387.57
承德露露	203,018.54	-	9,942.23	741.27
凯欣股份	3.59	5.54	4.41	5.06
林家铺子	12.34	11.19	27.27	25.07
平均值	**50,783.95**	**50.17**	**2,567.18**	**289.74**
公司	**11.45**	**14.41**	**9.76**	**7.45**

数据来源：wind 及相关上市公司年报、半年报，2020 年上半年指标已进行年化处理

同行业上市公司的应收账款周转率差异较大。饮料行业上市公司养元饮品和承德露露对经销商基本不存在应收款，故其应收账款周转率显著高于公司；罐头行业可比公司凯欣股份由于有大量的出口业务，海外客户应收账款较大，应收账款周转率低于公司。

公司应收账款周转率低于养元饮品、承德露露，主要系公司的应收账款余额较大所致，具体原因为：①同行业规模较大的龙头企业及上市公司，具有较强的品牌影响力，为快速缩小公司与该等公司之间的差距，在早期的市场拓展过程中，公司给予经销商一定的循环信用额度；②为缓解潜力经销商在中秋、春节等销售旺季的临时性资金压力，提高公司产品的铺市率，公司给予该类经销商一定的临时信用额度。

2、存货周转率

同行业可比上市公司存货周转率情况如下：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
养元饮品	2.54	4.72	4.96	5.09
承德露露	4.99	3.58	3.86	4.53
凯欣股份	2.46	2.56	3.11	4.88
林家铺子	4.08	2.91	1.57	1.38
平均值	**3.52**	**3.44**	**3.37**	**3.97**
公司	**4.74**	**3.64**	**3.35**	**3.15**

数据来源：wind 及相关上市公司年报、半年报，2020 年上半年指标已进行年化处理

报告期内，公司存货周转率分别为 3.15 次、3.35 次、3.64 次和 4.74 次，公司存货控制在合理水平，2017 年至 2019 年存货周转率和同行业企业较为接近。林家铺子存货周转率较低主要系该公司罐头产品生产主要集中在第三季度，存货期末余额较大所致。

3、总资产周转率

同行业可比上市公司总资产周转率情况如下：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
养元饮品	0.25	0.49	0.62	0.74
承德露露	0.73	0.76	0.75	0.71
凯欣股份	1.08	1.22	1.11	1.57
林家铺子	2.07	1.62	1.02	0.86
平均值	**1.03**	**1.02**	**0.88**	**0.97**
公司	**0.90**	**1.02**	**1.00**	**0.99**

数据来源：wind 及相关上市公司年报、半年报，2020 年上半年指标已进行年化处理

报告期内，公司资产周转次数分别为 0.99 次、1.00 次、1.02 次和 0.90 次，报告期

内总资产周转能力较为稳定，与同行业上市公司平均水平较为接近，资产利用效率与同行业水平相当。

十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债的主要结构分析

报告期内，公司负债构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	57,476.33	95.67%	76,812.58	96.98%	86,146.17	93.45%	89,445.87	93.00%
非流动负债	2,600.79	4.33%	2,387.94	3.02%	6,036.33	6.55%	6,731.11	7.00%
负债总计	**60,077.12**	**100.00%**	**79,200.52**	**100.00%**	**92,182.50**	**100.00%**	**96,176.97**	**100.00%**

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年上半年末，公司负债总额分别为 96,176.97 万元、92,182.50 万元、79,200.52 万元和 60,077.12 万元。报告期各期末，公司负债结构未发生重大变化，以流动负债为主，占比在 90%以上，与公司经营模式、资产结构特征相适应。

2019 年末，公司负债金额较 2018 年末减少 12,981.98 万元，主要原因为：①2019 年末距离次年春节的时间间隔短于 2018 年末同期，致使 2019 年 12 月发货量较 2018 年同期增加，同时 2019 年公司降低回款返利的考核要求，导致预收账款期末余额减少；②2019 年公司支付了应付股利 1,500 万元。

2020 年上半年末，公司负债金额较 2019 年末减少 19,123.40 万元，主要因为：①公司以银行承兑汇票结算减少，导致应付票据较上一年末减少 4,034.11 万元；②公司预收经销商货款主要集中在下半年，预收款项余额较上一年末减少 6,010.40 万元。

1、流动负债

报告期内，公司的流动负债构成如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	13,724.61	23.88%	16,129.01	21.00%	14,780.00	17.16%	16,410.00	18.35%
应付票据	2,697.00	4.69%	4,319.64	5.62%	210.00	0.24%	-	-
应付账款	23,325.86	40.58%	27,359.97	35.62%	31,960.07	37.10%	30,617.99	34.23%
预收款项	7,060.00	12.28%	13,070.39	17.02%	24,637.23	28.60%	25,032.33	27.99%
应付职工薪酬	1,401.11	2.44%	2,397.70	3.12%	2,596.59	3.01%	2,337.89	2.61%
应交税费	3,055.81	5.32%	4,596.11	5.98%	4,971.06	5.77%	3,160.41	3.53%
其他应付款	533.72	0.93%	354.55	0.46%	2,043.39	2.37%	4,692.77	5.25%
一年内到期的非流动负债	3,756.56	6.54%	4,007.78	5.22%	500.00	0.58%	-	-
其他流动负债	1,921.66	3.34%	4,577.43	5.96%	4,447.82	5.16%	7,194.48	8.04%
流动负债合计	**57,476.33**	**100.00%**	**76,812.58**	**100.00%**	**86,146.17**	**100.00%**	**89,445.87**	**100.00%**

报告期各期末，公司的流动负债主要包括应付账款、预收款项、短期借款、其他流动负债，上述负债合计占流动负债的比例分别为 88.61%、88.02%、79.59%和 80.09%。

2018 年末公司的流动负债较 2017 年末减少 3,299.70 万元，主要由于公司归还短期借款使其期末金额减少 1,630.00 万元；同时公司折扣的结构发生改变以及公司批文补贴的兑现效率提高，使得其他流动负债减少 2,746.66 万元；此外公司归还李兴借款使得其他应付款减少。

2019 年末公司的流动负债较 2018 年末减少 9,333.59 万元，主要系公司预收款项减少 11,566.84 万元以及一年内到期的非流动负债增加 3,507.78 万元共同影响所致。其中，公司预收款项减少主要系 2019 年末距离次年春节的时间间隔短于 2018 年末同期，2019 年 12 月发货量较 2018 年同期增加以及 2019 年公司降低回款返利的考核要求；一年内到期的非流动负债增加主要由于长期借款偿还期在一年之内所致。

2020 年上半年末公司的流动负债较 2019 年末减少 19,336.26 万元，主要系预收款项、应付账款、短期借款、其他流动负债及应付票据减少所致。

（1）短期借款

报告期各期末，公司短期借款金额分别为 16,410.00 万元、14,780.00 万元、16,129.01 万元和 13,724.61 万元，占流动负债比例分别为 18.35%、17.16%、21.00%和 23.88%，系抵押南粤银行股权、土地及房屋建筑物而形成的抵押借款，保证借款以及尚未到期但

已计提的利息。

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
抵押借款	11,705.00	85.28%	16,100.00	99.82%	14,780.00	100.00%	16,410.00	100.00%
保证借款	2,000.00	14.57%	-	-	-	-	-	-
应付利息	19.61	0.14%	29.01	0.18%	-	-	-	-
合计	**13,724.61**	**100.00%**	**16,129.01**	**100.00%**	**14,780.00**	**100.00%**	**16,410.00**	**100.00%**

报告期各期末，公司在各贷款银行的资信情况良好，未发生过逾期归还银行贷款的情况。公司的借款费用均计入当期损益，不存在借款费用资本化情况。

（2）应付票据

公司应付票据为银行承兑汇票，款项主要用于原料、设备的采购。2018 年末、2019 年末及2020年上半年末，公司应付票据余额分别为210.00万元、4,319.64万元及2,697.00万元。2019 年末公司应付票据金额较 2018 年大幅增加，主要系公司在不影响支付款项的前提下提高资金使用效率，增加银行承兑汇票付款结算业务。2020 年上半年末公司的应付票据余额较上一年末减少主要由于 2020 年上半年公司银行承兑汇票结算减少。

（3）应付账款

公司的应付账款主要为应付供应商的原材料采购款、劳务采购费用、机器设备等固定资产采购款。报告期各期末，公司应付账款分别为 30,617.99 万元、31,960.07 万元、27,359.97 万元和 23,325.86 万元，占流动负债比例分别为 34.23%、37.10%、35.62%和40.58%。按照款项类别划分的情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付货款	18,954.80	81.26%	22,811.27	83.37%	26,539.85	83.04%	24,435.37	79.81%
应付工程和设备款	1,977.22	8.48%	3,209.44	11.73%	3,553.93	11.12%	3,816.15	12.46%
应付服务费及其他	2,393.83	10.26%	1,339.26	4.89%	1,866.29	5.84%	2,366.47	7.73%
合计	**23,325.86**	**100.00%**	**27,359.97**	**100.00%**	**31,960.07**	**100.00%**	**30,617.99**	**100.00%**

随着公司销售规模增加，采购规模相应增加，2018 年末公司应付账款余额略有增

长。2019 年末公司应付账款余额较 2018 年末减少，主要由于公司逐步增加以银行承兑汇票付款的结算业务，应付票据规模逐年增加。2020 年上半年末公司应付账款余额较 2019 年末减少，主要由于受新冠肺炎疫情影响及主要水果产季集中在下半年，公司上半年采购规模减少。

（4）预收款项

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
预收货款	7,060.00	13,070.35	24,636.76	25,032.01
其他	-	0.04	0.47	0.32
合计	**7,060.00**	**13,070.39**	**24,637.23**	**25,032.33**

2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年上半年末，公司预收款项余额分别为 25,032.33 万元、24,637.23 万元、13,070.39 万元和 7,060.00 万元。公司预收款项余额较大，与公司主要采用先款后货的销售方式相关，预收款项主要为预收经销商的货款。

2019 年末公司预收款项较 2018 年末下降 46.95%，主要由于 2019 年末距离次年春节的时间间隔短于 2018 年末同期，2019 年 12 月发货量较 2018 年同期增加导致预收账款期末余额减少，同时 2019 年公司降低回款返利的考核要求所致。2020 年上半年末公司预收款项金额较 2019 年末下降，主要受新冠肺炎疫情影响及公司集中在下半年预收经销商货款所致。

报告期各期末，公司预收款项中不存在账龄超过 1 年的重要预收款项，不存在预收关联方的款项。

（5）应付职工薪酬

2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年上半年末，公司应付职工薪酬余额分别为 2,337.89 万元、2,596.59 万元、2,397.70 万元及 1,401.11 万元。

报告期内，各期末应付职工薪酬余额变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初金额	2,397.70	2,596.59	2,596.59	2,337.89	2,968.41
本期增加	7,303.25	8,265.15	19,268.72	22,469.05	19,952.83

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
本期支付	8,299.84	9,566.24	19,467.61	22,210.35	20,583.34
期末余额	1,401.11	1,295.50	2,397.70	2,596.59	2,337.89
期末余额变动率	8.15%	-	-7.66%	11.07%	-

公司的应付职工薪酬通常为当月计提并在次月发放，因此年末应付职工薪酬余额主要受 12 月计提的工资及年终奖金额影响。

报告期各期末，应付职工薪酬余额变动主要受期末在职员工人数波动所影响，2018 年公司加大在华南市场投入并引入新的销售团队，2019 年经进行综合评估对销售团队结构进行优化，导致 2018 年末、2019 年末应付职工薪酬余额出现增减波动；2020 年 6 月末余额较上年同期增加主要是为缓解新冠疫情对销售影响，发行人第二季度加大对市场销售人员投入所致。

综上所述，报告期各期末公司应付职工薪酬余额变动与公司薪酬政策、员工结构相匹配，变动具有合理性。

（6）应交税费

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
企业所得税	2,010.81	3,483.98	4,119.69	2,102.56
增值税	748.69	804.42	347.65	719.11
房产税	108.63	74.09	95.32	78.34
城市维护建设税	46.14	66.87	42.37	97.83
土地使用税	71.23	50.63	75.23	71.13
教育费附加	36.87	47.89	31.44	53.30
个人所得税	21.40	46.32	226.73	16.81
印花税	9.73	15.71	13.78	19.30
其他	2.31	6.21	18.83	2.04
合计	**3,055.81**	**4,596.11**	**4,971.06**	**3,160.41**

报告期各期末，公司应交税费主要为应交企业所得税及应交增值税。

2018 年末，公司应交税费较 2017 年末增加 1,810.65 万元，主要变动原因为：①2018 年公司处置湛江老厂土地及房产获取收益使得应交企业所得税增加 1,076.40 万元；②2018 年末计提应付股利 1,500 万元导致需代缴的应交个人所得税增加 178.00 万元。

2019 年末，公司应交税费较 2018 年末减少 374.95 万元，主要变动原因为：①由于 2019 年预缴所得税比例提高导致年末应交企业所得税减少 635.72 万元；②相较于上一年度，2019 年末不存在因应付股利需代扣代缴的个人所得税；③2019 年销售规模的扩大使得应交增值税增加 456.77 万元。

2020 年上半年末，公司应交税费较 2019 年末减少 1,540.30 万元，主要为上半年已支付上一年末销售旺季计提的企业所得税所致。

报告期各期，公司税费计提、缴纳及时，不存在长期欠付税款的情形。

（7）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 4,692.77 万元、2,043.39 万元、354.55 万元和 533.72 万元，占流动负债比例分别为 5.25%、2.37%、0.46%和 0.93%。

报告期各期末，公司其他应付款具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
应付利息	-	-	86.84	41.49
应付股利	-	-	1,500.00	-
其他应付款	533.72	354.55	456.56	4,651.27
合计	**533.72**	**354.55**	**2,043.39**	**4,692.77**

其中，公司其他应付款主要包括往来款、押金、保证金等，具体构成明细如下：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
押金、保证金	299.64	56.14%	181.79	51.27%	157.82	34.57%	138.85	2.99%
其他待付款项	213.51	40.00%	145.90	41.15%	254.74	55.80%	255.55	5.49%
往来款	20.56	3.85%	26.86	7.58%	44.00	9.64%	4,256.87	91.52%
合计	**533.72**	**100.00%**	**354.55**	**100.00%**	**456.56**	**100.00%**	**4,651.27**	**100.00%**

2017 年末公司其他应付款主要为实控人李兴借予公司款项。报告期内，李兴借予公司的资金变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初金额	-	-	4,224.19	4,201.19
当期累计拆入	-	-	1,200.00	11,500.00
当期累计归还	-	-	5,424.19	11,477.00
期末余额	-	-	-	4,224.19

（8）一年内到期的非流动负债

2018 年末及 2019 年末，公司一年内到期的非流动负债余额分别为 500.00 万元、4,007.78 万元和 3,756.56 万元，占流动负债比例分别为 0.58%、5.22%和 6.54%。

2017 年 10 月 27 日，公司以其持有南粤银行 3,500 万股股份作为质押，取得借款 5,000 万元，借款期限为自 2017 年 10 月 27 日至 2020 年 10 月 19 日，提款后每 6 个月的对应日还款 250 万元。截至 2018 年末，该笔借款尚有 500 万元将于 1 年内到期；截至 2020 年上半年末，该笔借款尚有 3,750 万本金及 6.56 万元已计提利息将在一年内到期。

（9）其他流动负债

报告期内，公司其他流动负债主要为预计销售折扣。报告期各期末，公司其他流动负债余额分别为 7,194.48 万元、4,447.82 万元、4,577.43 万元和 1,921.66 万元，占流动负债比例分别为 8.04%、5.16%、5.96%和 3.34%。公司在资产负债表日对已考核但未兑现的销售折扣，冲减营业收入并计入其他流动负债。

2018 年末其他流动负债大幅减少，主要是由于：①2018 年公司销售折扣结构发生变化，随单折扣占比增加、批文补贴占比减少，导致公司日常提货兑现的销售折扣金额增加；②2018 年开始公司批文补贴兑现效率提升。2019 年末其他流动负债较上一年度基本持平。

2020 年上半年末其他流动负债较上一年末减少，主要由于受新冠肺炎疫情影响，上半年销售折扣计提减少所致。

2、非流动负债

报告期内，公司的非流动负债构成如下表所示：

单位：万元

项目	2020-06-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期借款	-	-	-	-	4,000.00	66.27%	5,000.00	74.28%
预计负债	-	-	-	-	-	-	7.94	0.12%
递延收益	2,034.49	78.23%	2,159.38	90.43%	2,036.33	33.73%	1,684.20	25.02%
递延所得税负债	566.30	21.77%	228.56	9.57%	-	-	38.97	0.58%
非流动负债合计	**2,600.79**	**100.00%**	**2,387.94**	**100.00%**	**6,036.33**	**100.00%**	**6,731.11**	**100.00%**

报告期各期末，公司的非流动负债主要包括长期借款、递延收益和递延所得税负债，合计占非流动负债的比例分别为 99.88%、100.00%、100.00%和 100.00%。

（1）长期借款

2017 年 10 月 27 日公司以其持有南粤银行 3,500 万股股份作为质押，同时由李兴、朱文湛提供担保，取得借款金额 5,000 万元，借款期限为自 2017 年 10 月 27 日至 2020 年 10 月 19 日。2017 年末及 2018 年末，公司长期借款余额分别为 5,000.00 万元、4,000.00 万元，2019 年末该笔借款全部转为一年内到期的长期借款。

（2）递延收益

报告期各期末，公司递延收益分别为 1,684.20 万元、2,036.33 万元、2,159.38 万元和 2,034.49 万元，占非流动负债比例分别为 25.02%、33.73%、90.43%和 78.23%。公司的递延收益均为与资产相关的政府补助。具体情况如下：

单位：万元

项目	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
山东欢乐家污水处理厂补助款	144.96	155.87	177.68	199.51
山东欢乐家罐头车间、饮料车间基础设施建设补助款	789.74	821.08	884.01	946.81
山东欢乐家燃煤锅炉超低排放改造项目补助款	-	-	-	15.33
武汉欢乐家产业发展扶持资金	874.82	941.65	794.67	522.55
湖北欢乐家 1 万吨水果罐头加工扩建项目补助资金	147.38	158.24	179.97	-
武汉欢乐家产业改造升级专项资金	77.59	82.54	-	-
合计	**2,034.49**	**2,159.38**	**2,036.33**	**1,684.20**

（3）递延所得税负债

2017 年末，公司递延所得税负债为 38.97 万元，主要系未实现内部收益所致。2019 年末及 2020 年上半年末，公司递延所得税负债分别为 228.56 万元、566.30 万元，主要系计入其他综合收益的其他权益工具投资公允价值变动导致递延所得税负债增加 227.50 万元及 560.00 万元所致。

（二）偿债能力情况分析

指标	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
流动比率	0.67	0.72	0.63	0.61
速动比率	0.52	0.43	0.31	0.30
资产负债率（合并）	47.91%	56.14%	66.45%	73.45%
资产负债率（母公司）	22.00%	29.28%	36.41%	47.11%
指标	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	15,087.94	35,439.44	28,903.51	16,676.55
利息保障倍数（倍）	27.95	19.42	12.74	10.20

注：息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+利息支出+折旧+摊销

利息保障倍数=（税前利润+利息支出）/利息支出

1、短期偿债能力分析

报告期各期末，公司流动比率和速动比率稳步提升，主要系公司主营业务盈利能力较好，销售收入平稳增长，销售回款状况良好所致。公司管理层认为，公司良好的销售回款、充足的经营性现金流情况保证了公司能按时偿付流动负债，现阶段公司短期偿债风险可控。

2、资本结构及利息保障倍数分析

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年上半年末，公司合并报表口径的资产负债率依次为 73.45%、 66.45%、56.14%和 47.91%。报告期内，公司盈利能力持续提升导致公司资本实力进一步增强，股东权益增加使得资产负债率呈逐年下降趋势。报告期各期，公司利息保障倍数呈现上升趋势，主要系公司利润水平逐年提升所致。

2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司分别实现净利润 8,339.18 万元、16,097.41 万元、20,678.28 万元和 8,479.18 万元。报告期内，公司息税折旧摊销

前利润主要来源于盈利的增长，企业信用良好，资金周转顺畅，无逾期未偿还银行借款本金及逾期支付利息的情况。

综上，报告期内公司资产负债率处于合理水平，利息保障倍数较高，且公司报告期内盈利水平良好，偿债风险低，具备可持续发展能力。

3、与同行业可比公司偿债能力指标比较

报告期内，公司偿债指标与同行业上市公司的对比情况如下：

项目	公司	2020-06-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
流动比率	养元饮品	5.13	4.86	4.09	2.43
	承德露露	5.71	2.47	2.67	2.99
	凯欣股份	1.91	2.18	2.13	2.60
	林家铺子	1.02	0.97	0.83	0.80
	平均值	**3.44**	**2.62**	**2.43**	**2.21**
	欢乐家	**0.67**	**0.72**	**0.63**	**0.61**
速动比率	养元饮品	4.80	4.57	3.85	2.19
	承德露露	5.55	2.17	2.34	2.64
	凯欣股份	1.16	1.14	1.26	2.04
	林家铺子	0.40	0.50	0.20	0.16
	平均值	**2.98**	**2.10**	**1.91**	**1.76**
	欢乐家	**0.52**	**0.43**	**0.31**	**0.30**
资产负债率（%）	养元饮品	15.70	17.85	21.72	34.43
	承德露露	15.65	34.60	31.18	27.69
	凯欣股份	47.63	76.22	41.06	32.37
	林家铺子	65.95	38.27	80.68	81.97
	平均值	**36.23**	**41.74**	**43.66**	**44.12**
	欢乐家	**47.91**	**56.14**	**66.45**	**73.45**

数据来源：wind 及相关上市公司年报、半年报

公司资产负债率高于同行业，主要原因是公司直接融资渠道有限，主要通过银行借款进行融资，2017 年及 2018 年公司资本性支出较大，资金需求量大，导致负债金额在总资产中占比较高。随着公司盈利能力的稳步提升，公司资产负债率逐年下降。

4、未来偿还债务及利息金额与偿债能力分析

截至报告期末，公司未来需偿还的负债主要为应付账款、应付票据等经营性负债以及银行借款等金融负债。截至 2020 年上半年末，公司应付账款余额为 23,325.86 万元，应付票据金额为 2,697.00 万元，短期借款余额为 13,724.61 万元。报告期内，公司各项短期偿债能力指标良好，盈利能力强，经营活动现金流情况良好，同时公司银行资信状况良好，与大部分供应商保持了良好的合作关系。

报告期内随着公司业务规模的发展，公司经营活动持续产生净现金流入，公司拥有稳定可持续的可使用自有资金。近年来公司盈利能力的稳步提升，公司资产负债率逐年下降。同时，公司无逾期贷款，亦不存在对正常生产经营活动有重大影响的或有负债。因此，公司具有良好的偿债能力，债务风险可控。

（三）报告期内公司股利分配情况

2018 年 12 月 19 日，欢乐家有限作出股东会决议，将公司截至 2018 年 6 月 30 日的累计未分配利润中的 4,500 万元按股东实缴的出资比例进行分配，剩余未分配利润结转至以后年度。

2019 年 2 月 15 日，欢乐家有限作出股东会决议，将公司截至 2018 年 12 月 31 日的累计未分配利润中的 4,000 万元按股东实缴的出资比例进行分配，剩余未分配利润结转至以后年度。

2019 年 10 月 9 日，欢乐家召开 2019 年第四次临时股东大会，审议通过了《关于 2019 年中期利润分配的议案》，将公司截至 2019 年 6 月 30 日的累计未分配利润中的 2,000 万元按股东实缴的出资比例进行分配，剩余未分配利润结转至以后年度。

2020 年 3 月 22 日，欢乐家召开 2019 年年度股东大会，审议通过了《关于 2019 年度利润分配预案的议案》，公司 2019 年度利润分配方案为现金股利 6,000.00 万元。

（四）现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	7,192.21	23,513.52	27,816.45	-3,320.15
投资活动产生的现金流量净额	4,025.33	-13,429.99	-12,472.19	-27,453.99

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
筹资活动产生的现金流量净额	-9,483.37	-8,417.90	-10,819.37	24,587.02
现金及现金等价物净增加额	1,734.17	1,665.63	4,524.89	-6,187.12
净利润	8,479.18	20,678.28	16,097.41	8,339.18

1、经营活动产生的现金流量净额

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流入	53,842.43	152,748.66	156,113.21	117,087.62
营业收入	59,796.56	142,413.07	135,478.35	119,474.79
经营活动产生的现金流入/营业收入（倍）	0.90	1.07	1.15	0.98
经营活动现金流量净额	7,192.21	23,513.52	27,816.45	-3,320.15
净利润	8,479.18	20,678.28	16,097.41	8,339.18
经营活动现金流量净额/净利润（倍）	0.85	1.14	1.73	-0.40

（1）2018 年较 2017 年的变动情况分析

2018 年较 2017 年经营活动产生的现金流量净额度变动对比情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	增减额	增减幅
销售商品、提供劳务收到的现金	153,923.39	115,764.03	38,159.36	32.96%
收到其他与经营活动有关的现金	2,189.81	1,323.59	866.22	65.44%
经营活动现金流入小计	**156,113.21**	**117,087.62**	**39,025.59**	**33.33%**
购买商品、接受劳务支付的现金	85,617.03	76,017.48	9,599.55	12.63%
支付给职工以及为职工支付的现金	22,210.35	20,583.34	1,627.01	7.90%
支付的各项税费	10,846.24	13,523.02	-2,676.78	-19.79%
支付其他与经营活动有关的现金	9,623.13	10,283.93	-660.80	-6.43%
经营活动现金流出小计	**128,296.75**	**120,407.78**	**7,888.97**	**6.55%**
经营活动产生的现金流量净额	**27,816.45**	**-3,320.15**	**31,136.60**	**937.81%**

2018 年经营活动现金流量净额较 2017 年度增加 31,136.60 万元，主要为销售商品收到的现金增加。销售商品收到的现金增加是由于：①公司 2018 年销售额较 2017 年增长影响现金流 1.6 亿、减少票据结算影响现金流-3,000 万元、加大应收账款催收力度影响现金流 6,000 万元、2016 年底实行打款返利政策导致回款 2017 年预收账款回款减少 1 亿，综上导致 2018 年经营活动产生的现金流量净额较 2017 年度增加 31,136.60 万元，

增幅 937.81%。

（2）2019 年较 2018 年的变动情况分析

2019 年较 2018 年经营活动产生的现金流量净额度变动对比情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	增减额	增减幅
销售商品、提供劳务收到的现金	150,988.38	153,923.39	-2,935.01	-1.91%
收到其他与经营活动有关的现金	1,760.27	2,189.81	-429.54	-19.62%
经营活动现金流入小计	**152,748.66**	**156,113.21**	**-3,364.55**	**-2.16%**
购买商品、接受劳务支付的现金	80,767.66	85,617.03	-4,849.37	-5.66%
支付给职工以及为职工支付的现金	19,467.61	22,210.35	-2,742.74	-12.35%
支付的各项税费	14,262.63	10,846.24	3,416.39	31.50%
支付其他与经营活动有关的现金	14,737.23	9,623.13	5,114.10	53.14%
经营活动现金流出小计	**129,235.14**	**128,296.75**	**938.39**	**0.73%**
经营活动产生的现金流量净额	**23,513.52**	**27,816.45**	**-4,302.93**	**-15.47%**

2019 年经营活动现金流量净额较 2018 年减少 4,302.93 万元，主要为支付其他与经营活动有关现金支出增加，这是由于 2019 年公司提高了银行承兑票据结算在采购业务中的应用，相应的承兑汇票保证金增加。

（3）2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月的变动情况分析

2020 年 1-6 月较 2019 年 1-6 月经营活动产生的现金流量净额度变动对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	增减额	增减幅
销售商品、提供劳务收到的现金	52,312.72	55,365.61	-3,052.89	-5.51%
收到其他与经营活动有关的现金	1,529.71	1,302.43	227.28	17.45%
经营活动现金流入小计	**53,842.43**	**56,668.04**	**-2,825.61**	**-4.99%**
购买商品、接受劳务支付的现金	25,260.99	38,125.78	-12,864.79	-33.74%
支付给职工以及为职工支付的现金	8,325.04	9,566.24	-1,241.20	-12.97%
支付的各项税费	7,730.36	8,969.79	-1,239.43	-13.82%
支付其他与经营活动有关的现金	5,333.83	6,783.44	-1,449.61	-21.37%
经营活动现金流出小计	**46,650.22**	**63,445.25**	**-16,795.02**	**-26.47%**
经营活动产生的现金流量净额	**7,192.21**	**-6,777.21**	**13,969.42**	**-206.12%**

2020 年 1-6 月经营活动现金流量净额较 2019 年 1-6 月增加 13,969.42 万元，主要为购买商品、接受劳务支付的现金减少。2020 年上半年受新冠肺炎疫情影响，采购商品及存货的规模下降，付款减少、票据结算业务增加。

（4）经营活动产生的现金流量净额与同期净利润之间的差异及原因

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	7,192.21	23,513.52	27,816.45	-3,320.15
净利润	8,479.18	20,678.28	16,097.41	8,339.18
差额	**-1,286.97**	**2,835.24**	**11,719.05**	**-11,659.34**
差异构成：				
信用减值损失	759.10	209.11	-	-
资产减值损失	391.33	414.63	1,217.42	2,425.57
固定资产及投资性房地产折旧	2,640.76	5,137.85	4,268.19	2,935.68
无形资产摊销	205.89	394.72	382.55	281.72
长期待摊费用摊销	445.10	581.85	511.67	497.44
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失	-35.78	265.70	-4,312.46	-4.13
固定资产报废损失	2.24	28.37	55.80	80.58
公允价值变动损失	-	-4.23	-	-
财务费用	422.09	1,509.95	1,863.28	1,270.70
投资损失	-37.86	-183.61	-210.00	-210.54
递延所得税资产减少	611.66	152.62	816.30	465.85
递延所得税负债增加	337.74	228.56	-38.97	38.97
存货的减少	13,375.53	4,607.54	0.11	-5,106.11
经营性应收项目的减少	-4,758.48	3,080.68	4,531.58	350.44
经营性应付项目的增加	-15,646.30	-13,588.49	2,633.58	-14,685.50
小计	**-1,286.97**	**2,835.24**	**11,719.05**	**-11,659.34**

由上表可知，报告期内公司净利润与经营活动产生的现金流量净额差额分别是-11,659.34 万元、11,719.05 万元、2,835.24 万元、-1,286.97 万元，差异主要由固定资产折旧、处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失、存货、经营性应收项目和经营性应付项目变动导致，具体情况如下：

①固定资产折旧的影响：报告期内固定资产折旧分别为 2,935.68 万元、4,268.19 万

元、5,137.85 万元、2,640.76 万元，2018 年及 2019 年固定资产折旧金额较大，主要为 2018 年建设无菌灌装线工程转固、2019 年购买办公楼层及装修工程转固导致。

②处置固定资产、无形资产和其他长期资产的影响：2018 年由于湛江老厂规模较小且产能落后，且因场地限制不存在扩建和技改的空间，公司决定关闭老厂，处置了相关的厂房、生产设备及土地从而获得处置收益。

③存货的影响：期末存货主要为春节档期备货，2017 年末存货余额较上一年度末增加 5,106.11 万元，主要为 2017 年末距离次年春节（2 月 16 日）间隔较长，导致 2017 年末余额较高，变动较大；2019 年末存货余额较上一年度末减少 4,607.54 万元，主要为 2019 年末距离次年春节（1 月 25 日）间隔越短，导致存货规模下降；2020 年 6 月 30 日存货余额较上一年度末减少 13,375.53 万元，主要由于年末为春节备货增加产量，年末存货整体高于上半年末，此外主要水果的产季为下半年，年末水果罐头的原料、库存商品高于上半年末。

④经营性应收项目的影响：2018 年末及 2019 年末经营性应收分别较上一年度末减少 4,531.58 万元、3,080.68 万元，这主要为公司不断加大应收账款催收力度所致；2020 年 1-6 月经营性应收增加 4,758.48 万元，主要由于公司销售回款集中在下半年，导致 2020 年 6 月 30 日应收账款余额较 2019 年末增加 4,651.34 万元。

⑤经营性应付项目的影响：2017 年经营性应付项目减少 14,685.50 万元，主要由于 2017 年末邻近次年春节的间隔天数短于 2016 年末同期，2017 年 12 月发货量较上年同期大幅增加，导致 2017 年末预收账款余额较上期末减少 11,072.68 万元；2019 年经营性应付项目减少 13,588.49 元，主要由于 2019 年末邻近次年春节的间隔天数短于 2018 年末同期，使得 2019 年 12 月发货量较 2018 年同期增加，同时 2019 年公司降低回款返利的考核要求，导致预收账款期末余额减少 11,566.84 万元；2020 年 1-6 月经营性应付项目减少 15,646.30 万元，主要受新冠肺炎疫情影响，应付账款、预收账款、应交税金、应交票据期末余额均出现大幅下降。

（5）经营活动现金流量构成情况及会计科目核算勾稽

报告期内，公司经营活动现金流量构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	52,312.72	150,988.38	153,923.39	115,764.03
收到其他与经营活动有关的现金	1,529.71	1,760.27	2,189.81	1,323.59
经营活动现金流入小计	**53,842.43**	**152,748.66**	**156,113.21**	**117,087.62**
购买商品、接受劳务支付的现金	25,260.99	80,767.66	85,617.03	76,017.48
支付给职工以及为职工支付的现金	8,325.04	19,467.61	22,210.35	20,583.34
支付的各项税费	7,730.36	14,262.63	10,846.24	13,523.02
支付其他与经营活动有关的现金	5,333.83	14,737.23	9,623.13	10,283.93
经营活动现金流出小计	**46,650.22**	**129,235.14**	**128,296.75**	**120,407.78**
经营活动产生的现金流量净额	**7,192.21**	**23,513.52**	**27,816.45**	**-3,320.15**

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入、应收账款、预收款项等会计科目的核算勾稽情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	59,796.56	142,413.07	135,478.35	119,474.79
加：应收账款原值减少	-5,401.75	3,682.00	5,397.11	-612.01
加：预收款项余额的增加	-6,010.40	-11,566.84	-395.10	-11,072.68
加：其他流动负债增加（销售折扣）	-2,655.77	129.61	-2,746.66	-3,498.94
减：应收票据增加（背书转让金额）	862.49	2,741.19	4,507.84	7,582.88
加：销项税额及其他调整项	7,446.57	19,071.73	20,697.53	19,055.74
小计	**52,312.72**	**150,988.38**	**153,923.39**	**115,764.03**
销售商品、提供劳务收到的现金	**52,312.72**	**150,988.38**	**153,923.39**	**115,764.03**

报告期内，公司购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本、存货、预付款项、应付账款等会计科目的核算勾稽情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业成本（不含折旧摊销及职工薪酬）	32,084.56	77,341.18	78,646.01	70,441.58
加：存货余额增加	-13,766.86	-4,993.79	-576.88	3,993.42
加：预付款项余额的增加（不含工程及设备）	-118.73	380.61	83.56	-220.19
加：应付款项余额的减少（不含工程及设备）	3,218.50	4,255.62	-1,604.30	-3,635.22
加：应付票据余额减少	1,622.64	-4,109.64	-210.00	150.00

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
减：应收票据的减少（背书转让支付采购款）	862.49	2,741.19	4,507.84	7,582.88
加：进项税额及其他调整项	3,083.37	10,634.88	13,786.47	12,870.78
小计	25,260.99	80,767.66	85,617.03	76,017.48
购买商品、接受劳务支付的现金	**25,260.99**	**80,767.66**	**85,617.03**	**76,017.48**

2、投资活动产生的现金流量净额

（1）投资活动产生的现金流量净额情况

2017 年、2018 年及 2019 年，投资活动产生的现金流量净额分别为-27,453.99 万元、-12,472.19 万元和-13,429.99 万元。2017 年、2018 年及 2019 年，公司投资活动现金流出金额较大，主要是由于报告期内公司建设 PET 无菌冷灌生产线、改造罐头生产车间、购置欢乐家大厦（28、29、31、32 层）等项目而购置固定资产、无形资产。随着上述工程逐步完工转固，公司投入的资金逐渐减少。

2018 年投资活动现金流入金额高于 2017 年及 2019 年，主要由于当年公司关停湛江老厂处置了相关土地、厂房、生产设备所致。2020 年上半年投资活动现金流入金额增加，主要系赎回银行理财产品所致。

（2）投资活动现金流量构成情况及会计科目核算勾稽

报告期内，公司投资活动现金流量构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收回投资收到的现金	**6,500.00**	**-**	**-**	**1,500.00**
其中：银行理财到期赎回	6,500.00	-	-	1,500.00
取得投资收益收到的现金	**44.29**	**184.11**	**210.00**	**210.57**
其中：银行理财赎回收益	44.29	9.11	-	0.57
投资分红	**-**	**175.00**	**210.00**	**210.00**
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	**55.80**	**476.01**	**6,590.77**	**490.55**
投资活动现金流入小计	**6,600.09**	**660.12**	**6,800.77**	**2,201.12**
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	**2,574.76**	**7,590.11**	**19,272.96**	**27,255.11**
投资支付的现金	**-**	**6,500.00**	**-**	**2,400.00**

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
其中：银行理财购买支出	-	6,500.00	-	2,400.00
投资活动现金流出小计	**2,574.76**	**14,090.11**	**19,272.96**	**29,655.11**
投资活动产生的现金流量净额	**4,025.33**	**-13,429.99**	**-12,472.19**	**-27,453.99**

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金主要为公司建设无菌灌装线、购买办公楼层及装修工程、建设年产 13.65 万吨饮料及罐头项目等长期资产支付的现金；公司处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金主要为 2018 年处置厂房、土地等长期资产收到现金。

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与固定资产等长期资产核算勾稽情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
固定资产增加	96.55	13,122.44	22,970.87	3,211.32
无形资产增加	-	181.40	934.59	6,733.76
在建工程余额增加	1,549.94	-7,068.13	-1,592.44	10,430.58
加：预付工程设备款余额增加	-7.59	-60.92	-6,133.98	5,624.55
加：应付工程设备款余额减少	815.61	344.48	262.22	-88.72
加：进项税及其他调整项	120.26	1,070.84	2,831.71	1,343.63
小计	**2,574.76**	**7,590.11**	**19,272.96**	**27,255.11**
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	**2,574.76**	**7,590.11**	**19,272.96**	**27,255.11**

3、筹资活动产生的现金流量净额

（1）筹资活动产生的现金流量净额情况

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 24,587.02 万元、-10,819.37 万元、-8,417.90 万元和-9,483.37 万元。

2017 年筹资活动产生的现金流量净额较大，主要是由于当年豪兴投资、荣兴投资增资，此外公司向实际控制人李兴借款导致收到其他与筹资活动有关的现金金额较大。

2018 年及 2019 年筹资活动产生的现金流量净额为负主要由于公司偿还李兴的借款以及偿还银行贷款支付的现金较多所致。

2020 年 1-6 月筹资活动产生的现金流量净额为负主要系上半年公司减少银行借款所致。

（2）筹资活动现金流量构成情况及会计科目核算勾稽

报告期内，公司筹资活动现金流量构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
吸收投资收到的现金	**-**	**-**	**-**	**16,989.22**
其中：收到增资款	-	-	-	16,989.22
取得借款收到的现金	**11,005.00**	**27,975.00**	**22,610.00**	**25,400.00**
其中：收到银行贷款	11,005.00	27,975.00	22,610.00	25,400.00
收到其他与筹资活动有关的现金	**-**	**-**	**1,200.00**	**11,000.00**
其中：收到股东借款	-	-	1,200.00	11,000.00
筹资活动现金流入小计	**11,005.00**	**27,975.00**	**23,810.00**	**53,389.22**
偿还债务支付的现金	**13,650.00**	**27,155.00**	**24,740.00**	**16,935.00**
其中：归还银行贷款	13,650.00	27,155.00	24,740.00	16,935.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	**6,432.71**	**9,237.90**	**4,465.18**	**890.20**
支付其他与筹资活动有关的现金	**405.66**	**-**	**5,424.19**	**10,977.00**
其中：偿还股东借款	-	-	5,424.19	10,977.00
股份发行期间服务费	405.66	-	-	-
筹资活动现金流出小计	**20,488.37**	**36,392.90**	**34,629.37**	**28,802.20**
筹资活动产生的现金流量净额	**-9,483.37**	**-8,417.90**	**-10,819.37**	**24,587.02**

报告期内，公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金与分红、利息支付等核算勾稽情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
分红	6,000.00	6,000.00	4,500.00	-
加：应付股利余额减少	-	1,500.00	-1,500.00	-
加：利息费用（不含计提股东借款利息）	422.09	1,509.95	1,863.28	1,270.70
减：股东借款计提利息	-	-	174.85	363.86
加：应付利息余额减少	10.62	50.05	-45.34	-16.64
加：应交个人所得税（分红代扣代缴个税）余额减少	-	177.91	-177.91	-

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
小计	6,432.71	9,237.90	4,465.18	890.20
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	6,432.71	9,237.90	4,465.18	890.20

综上所述，公司报告期经营活动现金流量、投资活动现金流量以及筹资活动现金流量主要构成项目和大额变动情况与公司实际业务的发生一致，与公司相关会计科目核算项目勾稽一致。

（五）未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，除本次发行的募集资金涉及的项目投资、相关项目开发支出外，公司近期无可预见的重大资本性支出计划。本次募集资金投资项目详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

（六）流动性分析

报告期内，公司债务配置期限合理，经营性现金流量充足。随着公司盈利能力的稳步提升，公司资产负债率逐年下降，流动比率、速动比率逐年提升。未来公司将坚持稳健的财务政策，提高营运能力，保持良好的财务状况，努力扩大经营活动产生的现金流量，控制财务风险。随着首次公开发行股票募集资金的投入，公司募集资金投入项目的资金需求将进一步得到满足。报告期内，公司不存在对流动性产生不利影响的重大事件。

（七）对持续经营能力产生重大不利影响因素及管理层自我评判

1、对公司持续经营能力产生重大不利影响因素

公司已在本招股说明书“第四节 风险因素”中对报告期内实际发生及未来可能发生的对公司持续盈利能力产生重大不利影响的风险因素进行了充分提示。

2、管理层对公司持续经营能力的自我评判

报告期内，公司财务状况和盈利能力良好，经营模式、产品品种结构未发生重大不利变化，主要产品椰子汁、橘子罐头、黄桃罐头具有较好的盈利能力；公司的行业地位及所处的食品饮料行业之经营环境未发生重大变化；公司在用的商标、专利、专有技术等重要资产或者技术的取得或者使用不存在重大不利变化；公司最近一年的净利润不主要来自合并财务报表范围以外的投资收益。本次公开发行募集资金到位后，随着募投项

目建设的推进，公司的产能和生产效率将进一步提升，有利于整体盈利能力的进一步提高。管理层认为，公司具备持续经营能力和良好的持续盈利能力。

十二、重大资本性支出与资产业务重组

（一）报告期内资本性支出的情况

公司的资本性支出主要系公司根据整体发展计划，购置机器设备、土地使用权、办公房产等。2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司资本性支出分别为 27,255.11 万元、19,272.96 万元、7,590.11 万元和 2,574.76 万元。报告期内公司资本性支出逐年降低，主要系 2017 年在建的山东欢乐家三期无菌工程、武汉欢乐家饮料无菌 PET 生产线等在建工程项目完工转入固定资产，相关投入减少所致。

（二）报告期内重大资产业务重组或股权收购

报告期内，公司未发生重大资产业务重组及股权收购事项。

十三、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至本招股书说明签署日，公司不存在需要披露的重大的资产负债表日后事项。

（二）或有事项及其他重要事项

截至 2020 年 6 月 30 日，公司为下列全资子公司提供保证：

单位：万元

被担保单位名称	担保事项	金额	期限
武汉欢乐家	信用担保	8,000.00	2019-8-30 至借款期限届满之次日起三年
武汉欢乐家	信用担保	7,000.00	2018-1-30 至借款期限届满之次日起两年
武汉欢乐家	信用担保	3,600.00	2017-12-10 至主债务履行期限届满之日起两年
武汉欢乐家	信用担保	2,400.00	2020-06-03 至主债务履行期限届满之日起两年
湖北欢乐家	信用担保	5,000.00	2020-01-08 至借款期限届满之次日起三年
湖北欢乐家	信用担保	5,000.00	2017-06-19 至借款期限届满之次日起两年
山东欢乐家	信用担保	2,000.00	2019-4-29 至借款到期日起两年
山东欢乐家	信用担保	1,683.00	2019-5-28 至借款到期日起两年
山东欢乐家	信用担保	1,370.00	2018-9-12 至借款到期日起两年

被担保单位名称	担保事项	金额	期限
山东欢乐家	信用担保	1,317.00	2019-8-30 至借款到期日起两年
山东欢乐家	信用担保	1,210.00	2018-10-12 至借款到期日起两年
山东欢乐家	信用担保	1,073.00	2018-11-6 至借款到期日起两年
山东欢乐家	信用担保	1,000.00	2018-9-18 至借款到期日起两年
山东欢乐家	信用担保	347.00	2018-10-19 至借款到期日起两年
合计	-	**41,000.00**	-

除此之外，公司不存在需要披露的重大的或有事项及其他重要事项。

截至本招股说明书签署日，上述担保事项均在有效期限内，不会对发行人的持续经营有重大影响。

十四、盈利预测

公司未编制盈利预测报告。

十五、财务内控相关问题

（一）转贷

2017 年 5 月 8 日，欢乐家有限与广东南粤银行股份有限公司麻章支行签订 2017 年南粤麻章借字第 002 号《借款合同》，贷款 2,100.00 万元，用于购买生产原材料及辅料，期限 8 个月。为了满足贷款银行的受托支付要求和提高资金使用效率，欢乐家有限于当日申请提款，委托贷款银行将 2,100.00 万元贷款资金支付至临沂晋益塑料包装材料有限公司，并于次日全额转回。该笔贷款资金转回后，欢乐家有限主要用于为控股子公司购买原材料、辅料、设备和经营周转。

上述情况发生后，发行人即采取措施进行整改和规范，于 2017 年 12 月结清本息，提前归还贷款。同时临沂晋益塑料系发行人控股子公司山东欢乐家和武汉欢乐家的供应商，供应塑料瓶等包材。在 2017 年度（即贷款当年），山东欢乐家和武汉欢乐家与该公司发生的采购金额累计 4,261.44 万元，超过并匹配上述转贷金额。根据工商登记档案及其确认并经查证确认，临沂晋益塑料与发行人不存在关联关系，双方未因此产生法律争议，亦不存在潜在纠纷。此后，发行人未再发生此类情况。

2020 年 2 月 18 日，中国银保监会湛江监管分局出具《证明》，确认在该局对辖区内银行业机构作出的处罚中，均未涉及发行人。

（二）票据融资、银行借款受托支付

报告期内，公司不存在票据融资、银行借款受托支付情形。

（三）非经营性资金往来

报告期内发行人仅 2017 年及 2018 年存在占用关联方资金情况，具体占用及归还情况如下：

单位：万元

年度	关联方名称	期初借款余额	本期提供借款	本期发行人还款	本期计提利息	期末借款余额
2017	李兴	4,201.19	11,500.00	11,477.00	353.41	4,224.19
2018	李兴	4,224.19	1,200.00	5,424.19	174.85	-

因业务开展需要，实际控制人李兴分多笔资金拆借给公司及子公司。报告期内的上述关联方资金拆借均按照银行同期贷款基准利率计提资金使用费，2017 年及 2018 年资金使用费分别为 353.41 万元和 174.85 万元。截至 2018 年末，公司已全部清偿拆入借款。

（四）关联方或第三方代收货款等情形

报告期内，公司不存在关联方或第三方代收货款等情形。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金投资概况

（一）募集资金投资项目

经 2020 年 2 月 14 日召开的公司第一届董事会第七次会议、2020 年 5 月 30 日召开的公司第一届董事会第十一次会议以及 2020 年 2 月 29 日召开的 2020 年第二次临时股东大会、2020 年 6 月 14 日召开的 2020 年第六次临时股东大会审议通过，公司公开发行新股的募集资金扣除发行费用后，将按照轻重缓急顺序投资以下项目：

单位：万元

项目名称	项目总投资	募集资金使用金额	建设期	项目备案编号	项目环评批复/备案
智慧新零售网络建设项目	65,000.00	65,000.00	36 个月	2020-440804-72-03-041751	备案号：2020440804000000025
年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目	25,848.00	25,848.00	24 个月	2018-440804-14-03-809544	湛环坡建[2020]1 号
营销网络建设项目	20,000.00	20,000.00	24 个月	2020-440804-72-03-002506	备案号：2020440804000000004
研发检测中心项目	2,279.00	2,279.00	24 个月	2019-440800-73-03-083016	湛环坡建[2020]4 号
信息系统升级建设项目	1,100.00	1,100.00	12 个月	2019-440800-65-03-085218	备案号：20204408000100000001
补充流动资金及偿还银行借款项目	15,000.00	15,000.00	-	-	-
合计	**129,227.00**	**129,227.00**			

注：上述募集资金运用计划仅是对拟投资项目的整体安排，其实际投入时间将按募集资金的实际到位时间和项目的进展情况作适当调整。

若公司募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将通过自筹资金解决。若公司所募集资金超过拟投资项目的资金需求，超过部分将按照国家法律、法规及中国证监会的相关规定履行法定程序后做出适当使用。本次公开发行募集资金到位之前，若公司已根据项目的实际进度以自筹资金先行投入的，在募集资金到位之后将予以置换。

（二）募集资金专户存储安排

公司本次募集资金将存放于董事会决定的专项账户集中管理，并与保荐机构及存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。公司将严格按照《募集资金管理制度》对募集资金进行管理，从而保证高效使用募集资金以及有效控制募集资金安全。

（三）本次募集资金投入项目与公司现有主营业务的关联性

1、智慧新零售网络建设项目

智慧新零售网络建设项目计划投放 50,000 台“欢乐家”品牌专用自助智能零售终端，主要用于公司饮料类、罐头类以及其他食品的销售及推广。本项目符合快速消费品行业发展趋势，可增强公司零售业务拓展能力，提高公司竞争力和市场地位。

2、年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目

本项目建成后主要生产椰子汁、水果罐头等产品，相关产品的生产流程及标准与公司目前情况保持一致。

本项目建成后所生产的产品主要销售模式与公司现有模式具有充分的一致性，能够利用公司现有销售渠道及品牌影响力，推动市场销售渠道以及市场覆盖区域的进一步细化和延伸。

3、营销网络建设项目

营销网络建设项目不会改变公司现有的销售模式。在销售网络终端摆设冷冻展示柜，是对公司现有销售网络的有效补充，便于公司品牌形象的展示，有利于提高公司产品在全国市场的铺市率，推动公司现有业务向更高层次发展。

4、研发检测中心项目

研发检测中心作为公司统一的技术开发与产品检测平台，承担公司产品口味的改良、新产品的研发、产品安全检测的职责，通过丰富产品种类及口味为公司创造新的利润增长点，同时降低食品安全的风险，具有较大的经济效益和社会意义。本项目不会改变公司现有的业务模式。

5、信息系统升级建设项目

信息系统升级建设项目是在公司原有各信息系统的基础上进行的功能扩充及技术升级，旨在提升公司整体运营效率与统筹管理能力，降低管理成本，具体涉及的实际业务领域均与公司当前主营业务一致，商业模式未发生重大改变，不会造成公司主营业务的重大变化。

6、补充流动资金及偿还银行借款项目

本次募集资金用于补充流动资金及偿还银行贷款，能有效缓解公司业务规模扩张及战略布局带来的资金压力，为公司业务的发展提供资金支持，满足业务发展需要，是公司实现持续健康发展的切实保障。

以上项目的实施，不会新增同业竞争，也不会对发行人的独立性产生不利影响。

二、智慧新零售网络建设项目

（一）项目概况

本项目实施主体为众兴利华湛江分公司，拟在全国多个省市的人流量密集区域投放50,000台“欢乐家”品牌专用自助智能零售终端，总投资65,000.00万元。

本项目拟投放的自助智能零售终端具备智能广告投放、消费大数据收集反馈、多功能支付系统、远程监控系统及智能温控系统等多种功能，在进一步对公司品牌宣传推广销售的同时，可对商品动态进行盘点，分析顾客消费行为，为公司发展提供数据决策支持。项目建成运营后将显著提升公司的产品零售能力及运营效率，提高公司竞争力和市场地位。

（二）项目实施方案

1、整体实施方案

本项目计划投放 50,000 台“欢乐家”品牌专用自助智能零售终端，主要用于公司饮料类、罐头类以及其他食品的销售及推广。自助智能零售终端计划设置于长三角等经济发达区域热门城市的商场、写字楼、酒店、交通枢纽、学校、工业园区等人流量密集区域，可确保消费者有更多的机会触达公司产品，实现公司品牌产品直达消费者，推动销售渠道进一步下沉。设置终端的选择将综合考虑区域人流量、消费能力、各省市经销商水平、公司品牌的市场基础、周边商业形态等多种因素。

2、该募投项目的具体实施方式、发行人预计购买零售终端的合作对象、合作模式

发行人购买的智能零售终端，将作为经销商的新增零售网点。发行人拥有智能零售终端的所有权，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。经销商无需向发行人缴纳使用费；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，不会约定到达一定数量规模后赠送自助零售终端。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。

发行人目前的产能能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 年公司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。公司目前在建年产 13.65 万吨饮料、罐头项目，也将是未来产能的补充。

智能终端的投放区域是目前流通、餐饮等传统经销渠道的重要补充，预计能为经销商带来增量收入，进而拉动发行人对经销商销售收入的提升。

截至本招股说明书签署日，发行人通过比较不同供应商产品和服务情况以及听取多家供应商报价后，初步选定其中一家作为智能零售终端的候选供应商，并根据发行人自身采购需求，确定备选型号和单台设备的采购预算。募集资金到位后，发行人将与供应商开展正式的商务洽谈，包括定制化需求、服务条款等，并签署相应的采购协议。

发行人预计将采用设备买断的方式，与设备供应商不存在利益分成的情况。



智能零售终端的部分候选型号

3、该募投项目运营计划

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，发行人销售人员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。

4、该募投项目落地后对发行人经营模式和盈利模式的可能影响

募投项目落地后，智能零售终端设备将作为经销商的零售终端，投放于长三角等经济发达区域热门城市的商场、写字楼、酒店、交通枢纽、学校、工业园区等人流量密集区域，进一步覆盖现在经销商较少触达的销售区域，是流通、餐饮等传统经销渠道的重要补充。智慧新零售网络建设项目实际上属于经销渠道建设项目，不会改变发行人现有以经销为主的销售模式，不会改变发行人的经营模式和盈利模式。

智能零售终端设备投放后，预计将拉动经销商的销售额并形成广告效应，发行人的销售收入和毛利将有所增长；但同时，发行人将在智能零售终端设备预计可使用期限内对其计提折旧。该募投项目预计内部收益率为 17.39%，预计投资回收期为 5.20 年。

如果募投项目实施的效益不达预期，不排除可能会对发行人的业绩带来一定负面影响。针对上述情况，发行人制定了有步骤、分阶段的设备投入计划，并在本招股说明书“第四节 风险因素”中提醒投资者关注募集资金投资项目实施风险。

5、同行业上市公司类似募投项目情况

饮料行业上市公司中，新乳业、庄园牧场等公司披露了与自动售卖终端相关的募投项目。

新乳业（股票代码 002946）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。新乳业未披露冰箱和自动售卖机的具体业务开展模式。

庄园牧场（股票代码 002910）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庄园牧场，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，庄园牧场即完成出库货品的收入确认。庄园牧场的分销商与经销商

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庄园牧场相似，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。

（三）项目备案进度

本项目已完成广东省企业投资项目备案，取得由湛江市坡头区发展和改革局颁发的编号为 2020-440804-72-03-041751 的备案证；本项目已完成环境影响登记表备案工作，取得编号为 202044080400000025 的环境影响登记表。

（四）项目建设的必要性

1、项目符合未来快消品多业态、多模式创新共存的发展趋势

快消品行业作为传统业态和新兴业态多渠道并存的行业，具有消费频率高、产品使用周期短、消费群体广泛性、消费渠道便利性要求较高等特点。随着我国宏观经济保持持续、稳定发展，居民收入、人均消费水平不断提高，食品饮料作为快速消费品行业的重要组成部分，其市场需求逐年增长，行业竞争日趋激烈。通过铺设具有高覆盖率和多种渠道并存的销售网络来接近消费者，成为规模型品牌食品饮料企业普遍采用的产品销售方式。

通过本项目建设，公司将在商场、写字楼、酒店、交通枢纽、学校、工业园区等人流量密集区域设置品牌专用自助智能零售终端，使公司实现“传统线下销售+智慧终端无人零售”的多业态、多模式创新共存的销售网络体系，确保消费者有更多的机会触达公司产品，迎合了消费者消费习惯的改变。因此，本项目符合快速消费品行业发展趋势，可增强公司零售业务拓展能力，提高公司竞争力和市场地位。

2、项目将实现销售渠道进一步下沉，强化公司市场品牌影响力

公司凭借多年行业经验和优质的产品服务，积累了良好的口碑和较高的知名度，具有较强的品牌优势。但随着我国居民生活、工作节奏不断加快，食品饮料消费升级明显，其消费主体逐渐向年轻群体转化，对于购物的灵活性、便利性和快捷性需求逐步提升。强化市场品牌影响力，推动销售渠道进一步下沉已成为食品饮料零售行业的主要发展趋势。

公司拟通过本项目的实施，加强人流量密集区域的铺设力度和销售能力，凭借自助智能零售终端特有的智能广告设置及消费大数据分析盘点，开展产品精准线下营销，为消费者创造更好的购物体验，实现品牌产品直达消费者，推动销售渠道进一步下沉，扩大“欢乐家”品牌的影响力，提升公司品牌价值，以保证未来公司的长期健康发展。

3、加强对终端消费者消费习惯信息采集，为公司发展提供数据决策支持

在无人零售、智慧新零售等新概念的影响和带动下，自助售货终端数字化、智能化应用水平得到了进一步提升，设备智能化、管理数字化、运营系统化逐渐普及。除主流的综合、饮料、食品、咖啡等自动售货机形式外，自助售货还延伸出符合各自行业特色的自动售货机、智慧超市等，多种自助售货业态、多种应用场景在市场上逐步普及，为企业提供了方便、快捷的消费信息获取渠道。

本项目通过搭建融合无线网络、移动支付、大数据、生物识别等先进技术的智慧新零售网络体系，加强对终端消费者消费习惯信息采集，针对自助智能零售终端配备消费大数据收集反馈、多功能支付系统、远程监控系统等多种功能。在进一步宣传推广公司品牌的同时，对商品动态进行盘点，分析顾客消费行为，为公司发展提供数据决策支持，提升公司产品运营效率，使公司的运营管理更加智能化、数字化。

（五）项目实施的可行性

1、本项目顺应国家产业政策规划，符合公司发展战略

近年来，国务院、商务部等重要部委先后出台了《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》、《关于做好<国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见>贯彻落实工作的通知》等多项鼓励政策，扶持和推动实体零售行业的转型发展，促进我国零售业持续发展的规划体系已初步形成。

随着我国经济的持续稳步增长，居民收入水平不断提高，工作、生活节奏不断加快，城乡居民对消费的需求加速向灵活性、便利性和快捷性消费转变。本项目的建设旨在进一步推动公司各类食品饮料的销售，通过设置自助智能零售终端，推动销售渠道进一步下沉，实现品牌产品直达消费者，运用大数据技术分析顾客消费行为，开展精准营销服务，符合相关政策与规划，对行业的持续发展、满足消费者需求起到积极作用。

2、公司品牌影响力和行业经验为项目开展提供强有力的支持

公司自成立至今，一直深耕于水果罐头、植物蛋白饮料、果汁饮料、乳酸菌饮料等食品饮料领域，具备丰富的行业经验。同时，公司凭借优质的产品服务，在行业内逐步形成了良好的口碑和较高的品牌知名度，具有较强的品牌优势。2018 中国食品安全健康产业论坛暨发布“放心食品品牌推选”活动中，欢乐家荣获“中国安全食品（行业）十大消费者满意品牌”称号；2018 中国品牌影响力发展论坛暨第五届中国品牌影响力评价发布活动上，欢乐家荣膺“2018 中国品牌影响力 100 强”称号；2018 年、2019 年度，欢乐家连续获得中国罐头工业协会颁发的“中国罐藏食品领先品牌”称号。作为国内领先的食品饮料企业之一，“欢乐家”品牌的良好口碑及知名度为本项目扩大市场、提升市场份额提供了重要保障。

3、丰富的渠道资源为项目建设奠定了坚实基础

公司当前销售模式以经销为主，少量产品通过直营和代销方式进行销售。2020 年上半年，与公司开展合作的签约经销商数量为 1,448 家，全国终端网点近 30 万家，销售区域已覆盖除香港、澳门和台湾外的全国 31 个省、市、自治区。因当地经销商对本地的经营环境、消费习惯更加了解，具备较好的人力资源及产品物流配送能力，公司凭借成熟完善的经销商网络，可实现项目自助智能零售终端的快速设置，并有效降低项目选址和运营维护风险，保障项目的顺利实施。公司丰富的渠道资源为项目建设奠定了坚实基础。

（六）项目投资测算

本项目计划设置 50,000 台品牌专用自助智能零售终端，总投资 65,000.00 万元，自助智能零售终端计划将投放于长三角等经济发达区域热门城市的商场、写字楼、酒店、交通枢纽、学校、工业园区等人流量密集区域。投资概算情况如下：

序号	地区	设置数量（台）	单价（万元）	投资金额（万元）
1	长三角及华东地区	16,500	1.30	21,450.00
2	京津冀及华北东北地区	10,500	1.30	13,650.00
3	中部地区	7,500	1.30	9,750.00
4	珠三角及华南地区	6,000	1.30	7,800.00
5	西部地区	4,500	1.30	5,850.00

6	其他区域	5,000	1.30	6,500.00
合计		**50,000**	**-**	**65,000.00**

（七）项目环保情况

本项目主要为“欢乐家”品牌专用自助智能零售终端的投放及运营，不会对环境产生不利影响。

（八）项目实施进展安排

本项目建设共需资金 65,000.00 万元，其中第一年拟投入 19,500.00 万元，第二年拟投入 19,500.00 万元，第三年拟投入 26,000.00 万元。

三、年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目

（一）项目概况

项目实施主体为湛江欢乐家。本项目建成后，公司将新增饮料和罐头产品产能合计 13.65 万吨。基于公司在罐头及饮料领域多年积累的研发和生产经验，项目实施后将会在缓解公司旺季产能不足、扩大公司生产规模的同时，进一步完善公司产品结构，助力公司产品销售规模的持续扩张。

本项目总投资 25,848.00 万元，其中，工程建设内容主要包括厂房、仓库、办公楼、宿舍楼及其他配套设施；生产线建设主要包括引进国内外先进的生产设备，采用国内外先进的加工工艺，提高公司生产效率和产品品质。

（二）项目实施方案

1、项目规划

本项目为年产 13.65 万吨饮料、罐头建设项目，本项目相关产品主要为饮料产品和罐头产品。各产品具体产能规划情况如下表所示：

序号	产品类别	产品类型	产能规模（吨）
1	饮料产品	椰子汁	70,000.00
2		其他饮料	30,000.00
3	罐头产品	热带水果罐头	20,000.00
4		其他罐头	16,500.00

合计	**136,500.00**

2、项目建设地点

项目建设用地位于湛江市坡头区龙头镇　田岭廉坡公路西侧，目前已取得粤（2017）湛江市不动产权第 0060563 号和粤（2017）湛江市不动产权第 0060565 号不动产权证。

（三）项目备案进度

本项目已完成广东省企业投资项目备案，取得由湛江市坡头区发展和改革局颁发的编号为 2018-440804-14-03-809544 的备案证；本项目取得由湛江市生态环境局坡头分局核发的编号为湛环坡建[2020]1 号的项目环评批复。

（四）项目建设的必要性

1、本项目有利于公司扩大生产规模，提升盈利能力

本项目建成后将新增饮料、罐头产能合计 13.65 万吨，能有效提高销售旺季的生产能力，进而提升公司的盈利能力。

2、本项目有利于公司进一步提升生产设备的先进水平，优化产品结构

公司经过多年的研发及生产经验积累，在生产工艺和技术水平上达到了行业领先水平。在罐头制品领域，公司通过自主研发设计掌握了多项核心技术工艺；在饮料生产线设备配置方面，公司率先引进法国西得乐整线生产方案，大幅提高了生产效率，并在行业内率先开创了无菌冷灌条件下的果粒添加技术。多年对生产工艺和技术的持续投入，为公司带来了丰厚的回报，产品质量逐步提升，销售金额持续增加。而本项目的设备将延续公司高技术标准，进一步整体提升公司生产设备的先进水平。

另外，2019 年度公司椰子汁销售收入占到公司主营业务收入的 43.55%，成为公司销售增速最快的产品和最主要的收入来源。本项目产品方案中，椰子汁占到 13.65 万吨总产能中的 7 万吨，是扩产规划中最主要的产品。项目产品规划符合公司业务发展路径，能够进一步优化公司的产品结构，提升椰子汁的产能规模，促进公司产品销售规模的扩张。

（五）项目实施的可行性

1、本项目符合国家产业政策规划，下游市场空间广阔

食品工业是国民经济发展的重要支柱产业，根据国家统计局数据，我国规模以上食品工业企业主营业务收入从 1978 年的 472 亿元上升到 2018 年的 90,194.32 亿元，三十年间增长了近 200 倍。为推动我国食品饮料行业的规范发展，国家相继出台若干法律法规、行业规范管理制度以及相关指导政策，如《“十三五”国家食品安全规划》、《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》、《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》等。近年来，随着我国国民收入持续增加、居民消费能力的提升，我国食品行业产品细分程度加深，精深加工产品比例上升，也为各食品行业企业注入了新的创新发展动力。

本项目基于公司业务发展规划，旨在发挥椰子汁、水果罐头等公司重点产品的优势，进一步扩大公司产品业务规模和提高市场占有率。项目符合国家产业政策指导方向，我国庞大的消费群体和消费结构升级的趋势也为本项目的实施创造了广阔的市场空间。

2、公司的品牌影响力为本项目的实施奠定基础

公司多年来坚持以食品安全为基本，以市场为导向，获得了广大消费者的广泛认可，也获得多项殊荣。2018 中国食品安全健康产业论坛暨发布“放心食品品牌推选”活动中，公司荣获“中国安全食品（行业）十大消费者满意品牌”称号；2018 中国品牌影响力发展论坛暨第五届中国品牌影响力评价发布活动上，欢乐家荣膺“2018 中国品牌影响力 100 强”称号。

公司罐头产品多年来占据我国罐头行业市场的领军地位，同时椰子汁产品自上市以来，持续受到消费者的喜爱，产品销售额持续提升。项目建成投产后，公司深厚的行业积累、较高的品牌知名度以及不断完善的营销网络将能够为本项目的实施提供切实保障。

3、公司具备健全的研发体系及质量控制体系为本项目的实施提供有力保障

公司建立了现代企业管理制度，制定严格的质量检测标准，实施全面质量管理；不断引进先进的技术和生产设备，确保质量高标准高品质。公司已通过了 ISO9001 国际质量管理体系认证和 ISO22000 食品安全管理体系认证，并建立了 HACCP 体系，确保产品的高品质和稳定性。同时，公司多年来积累了丰富的产品研发和生产经验，研发了一系列独特的工艺流程及装置设备，公司生产技术主要包括无菌冷灌装条件下的果粒添加技术、椰子汁二次均质技术、果肉分散输送、连续性清洗沥水设备及清洗沥水方法等。

公司的各项核心技术在提高效率和产品质量方面均起到了良好的作用，装置设备及工艺方法均达到行业内领先水平。整体而言，公司健全的研发体系及质量控制体系将为本项目的顺利实施提供有力保障。

（六）项目投资概算

项目拟新建现代化的生产厂房及配套辅助建筑 36,746.00 平方米，总投资为 25,848.00 万元。投资概算情况如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额
1	**建筑工程投资**	**9,548.00**
1-1	饮料生产线	1,600.00
1-2	水果罐头车间	1,600.00
1-3	仓库	1,500.00
1-4	办公楼及宿舍楼	1,200.00
1-5	其他	3,648.00
2	**硬件设备购置及安装**	**14,385.00**
2-1	无菌冷灌装生产线	11,002.00
2-2	罐头设备及其他	2,383.00
2-3	环保设备	1,000.00
3	**基本预备费及铺底流动资金**	**1,915.00**
项目总投资		**25,848.00**

（七）项目环保情况

本项目施工期主要污染因素是施工人员生活污水、施工废水、作业粉（扬）尘、固体废弃物以及施工机械排放的烟尘和噪声等，其中以施工噪声和粉尘的影响最为突出。

项目运营期主要的污染源包括：废气（锅炉废气、燃烧废气、汽车尾气、发电机尾气等）、废水（水果清洗废水、水果预煮废水、水果漂洗废水、生产线管道冲洗废水、加工设备清洗废水、生活污水、实验室废水等）、固体废物（水果烂果、原料果渣、生活垃圾、废包装材料等）以及噪声（生产、公用等设备造成的少量噪声）。

在施工及运营期，公司将对废气、废水、固体废物及噪声采取适当的环境保护措施，保证各类污染物的排放方式恰当，排放量符合标准。

（八）项目实施进展安排

本项目建设期为 24 个月，将根据项目实施过程的具体情况合理安排建设进度，具体实施进度如下表所示：

建设进度								
项目	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
工程前期工作、厂房建设								
设备询价、订购								
设备安装、调试								
生产线试运行								
竣工验收								

四、营销网络建设项目

（一）项目概况

项目实施主体为众兴利华湛江分公司，拟在终端渠道投放冷冻展示柜 100,000 个，总投资 20,000.00 万元。

目前，饮料行业内主要企业一般通过直接向销售终端投放专用冷冻展示柜的方式，要求销售终端摆放公司的特定产品，从而达到集中陈列、加强动销的效果，因此终端陈列是各饮料企业竞争的主要资源。公司终端冷冻展示柜的投放数量以及投放位置都将对公司业绩产生较大影响。本项目将有利于培育消费习惯，提升公司营销实力和品牌知名度，扩大市场份额，为公司带来可观的经济效益。

（二）项目实施方案

本项目计划新增 100,000 台终端冷冻展示柜，新增展示柜计划投放于湖北、湖南、江西等 23 个省市的饮料销售渠道终端，包括餐饮店、商超、便利店等。终端冷冻展示柜主要用于公司椰子汁、水果罐头及其他饮料的陈列展示及冷藏，达到视觉展示功能的同时保持最佳饮用口感。投放终端的选择综合考虑了区域消费水平、公司品牌的市场基础、周边商业形态等多种因素。

（三）项目备案进度

本项目已完成广东省企业投资项目备案，取得由湛江市坡头区发展和改革局颁发的编号为 2020-440804-72-03-002506 的备案证；本项目已完成环境影响登记表备案工作，取得编号为 202044080400000004 的环境影响登记表。

（四）项目建设的必要性

冷冻展示柜因其具有保持饮料最佳饮用口感、产品形象展示的优点受到饮料生产企业的青睐，而投资规模大的特点对中小饮料企业形成一定的资金壁垒。随着饮料行业在市场终端竞争的加剧，通过在销售终端投放品牌专用的冷冻展示柜，成为规模型品牌饮料企业普遍采用的产品销售及品牌展示手段。

通过本项目建设，公司在市场终端投放 100,000 台冷冻展示柜，有助于公司占据餐饮店、商超、便利店、酒店等零售终端稀缺的陈列位置，加强公司对优质终端的控制能力，实时向终端消费者展示欢乐家产品，进一步加强公司在终端市场的品牌推广力度，提升公司的品牌影响力；此外，本项目建设将进一步丰富公司现有的营销方式，提高公司产品的铺市率，进而提升公司整体经济效益。

（五）项目实施的可行性

1、公司在项目实施地具备市场基础

公司经过多年的快速发展，公司已经建立了覆盖全国的市场销售网络，目前全国约有 30 万家终端网点。2019 年，公司在本项目投放量前十的省市（湖北、湖南、江西、江苏、河北、四川、北京、安徽、上海、广东）实现销售金额 86,999.22 万元，占公司总销售额的 61.38%。公司现有的市场基础为本项目提供有效支撑。

2、项目实施地具有经济优势及人口优势

本项目投放终端的选择综合考虑了区域消费水平、公司品牌的市场基础、周边商业形态等多种因素，如直辖市、省会城市等经济发达和富有影响力的地区是本项目投放的核心市场。本项目主要投放区域基本覆盖我国国民经济前十的省份及北京、上海等一线城市。项目实施地具有经济及人口基本优势。

（六）项目投资概算

本项目拟在终端渠道投放冷冻展示柜 100,000 个，总投资 20,000.00 万元，项目建设地点位于湖北、湖南、江西、江苏、河北、四川、北京、安徽、上海、广东等 23 个省市，投资概算情况如下：

序号	投放省市	投放数量（台）	单价（万元）	投资金额（万元）
1	湖北	20,000	0.20	4,000.00
2	湖南	10,000	0.20	2,000.00
3	江西	9,000	0.20	1,800.00
4	江苏	8,000	0.20	1,600.00
5	河北	7,000	0.20	1,400.00
6	四川	6,500	0.20	1,300.00
7	北京	5,500	0.20	1,100.00
8	安徽	5,000	0.20	1,000.00
9	上海	4,500	0.20	900.00
10	广东	3,500	0.20	700.00
11	其他省市	21,000	0.20	4,200.00
合计		**100,000**		**20,000.00**

（七）项目环保情况

本项目主要从事营销网络建设，不会对环境产生不利影响。

（八）项目实施进展安排

本项目建设共需资金 20,000.00 万元，其中第一年拟投入 12,000.00 万元，第二年拟投入 8,000.00 万元。

五、研发检测中心项目

（一）项目概况

项目实施主体为湛江欢乐家，项目总投资 2,279.00 万元，主要建设内容包括研发检测中心建设、软硬件设备购置等。

项目的建设主要为实现产品研发和产品检测的功能，主要以饮料和罐头食品为主导，满足公司未来发展的需求。研发检测中心依据市场趋势，研发时尚、营养、健康、

功能性的产品以符合健康中国的发展趋势；建立通过 CNAS 认证的检测中心，及时全面地对公司产品生产过程中涉及的各项重要指标参数进行有效准确测定，指导生产并确保产品安全。项目建成运营后将显著提升公司的研发及检测能力，为公司快速发展打下坚实的基础。

（二）项目实施方案

1、项目建设目标

项目将建成国内一流的饮料及罐头研发检测为一体的研发检测中心，成为公司新产品开发、生产工艺优化、食品安全检测以及人才培养基地。

项目建成后，将制定企业新产品开发规划，不断缩短公司新产品开发周期，提高公司产品的微生物检测以及原材料农药残留检测能力等。

2、项目建设地点

项目建设用地位于湛江市坡头区龙头镇　田岭廉坡公路西侧，目前已取得粤（2017）湛江市不动产权第 0060563 号和粤（2017）湛江市不动产权第 0060565 号不动产权证。

3、项目功能规划

（1）新产品研发创新

研发方向		方向概述
椰子汁的升级和深度挖掘	全椰子汁	将椰子水和椰子汁混合起来，呈现出更加新鲜的椰子风味，也提供更全面的营养物质，尤其是椰子水中富含的天然矿物质盐，能够快速补充人体电解质。
	水果椰子汁	将水果和椰子汁结合起来，水果富含各种维生素，风味始终是消费者熟悉且喜欢的，如果能够将椰子汁作为基料，加入水果果汁，调配成各种水果风味的椰子汁，让椰子汁的风味、颜色变得更加丰富。
	坚果椰子汁	将坚果和椰子汁结合起来，坚果富含不饱和脂肪酸和各种抗衰老的营养成分，有利于提升椰子汁产品的附加值。
	谷物椰子汁	谷物是国民营养摄入的主要来源，是健康食品的重要组成部分，将谷物和椰子汁结合起来，可以拓展椰子汁的消费场景，使得谷物椰子汁可以作为早餐或者营养餐的一种选择。
	椰子汁八宝粥	椰子汁八宝粥是饮料和罐头跨界的产品，公司将陆续开发以椰子汁为汤汁的各类八宝粥。
	发酵椰子汁	产品拟以椰子汁为基料，用乳酸菌进行发酵调配，打造一款全新的发酵型乳酸菌椰子汁。
乳酸菌饮料		研发方向主要为果味乳酸菌、乳酸菌水果饮料。

果汁饮料	对果汁配方进行升级，满足消费者多样化的口味偏好。
罐头产品	通过不同的工艺流程、包装形式，使得罐头产品趋于休闲化。

（2）技术创新

研究方向	研究内容
新工艺、新设备的研究	研究新工艺、新设备，提升产品品质。
产品技术的研究和探索	生物发酵、酶工程等方向的技术储备。
营养均衡和营养强化的研究	根据国民膳食营养计划，在营养均衡和营养强化方面做出创新和升级。

（3）检测功能

检测项目	检测内容
原料的检测	对椰子原料进行脂肪、蛋白、pH 值、可溶性固形物、菌落总数、芽孢、霉菌、酵母、致病菌、重金属、营养成分等指标进行检测
	对农副产品、水果等原料进行脂肪、蛋白、pH 值、可溶性固形物、菌落总数、芽孢、霉菌、酵母、致病菌、重金属、农药残留、营养成分等指标进行检测
	对其他原辅料的各项指标进行检测
包装材料的检测	对 PET、三片罐、PE 等瓶装包装物进行检测
	对纸箱、标签等进行检测
成品的检测	对成品进行脂肪、蛋白、pH 值、可溶性固形物、菌落总数、芽孢、霉菌、酵母、致病菌、重金属、营养成分等指标进行检测
	利用专业的稳定性分析仪器，对成品的稳定性进行检测分析和定期跟踪，确保产品的稳定性和状态属于可控范围
定期抽样检测	将生产样品置于不同温度下进行恒温加速和常温观察，并详细记录抽样观察情况，密切跟进市场反馈的产品信息
行业技术研究	配合国家相关部门和行业协会，参与制定、完善本行业的相关检测标准
原料的检测	对椰子原料进行脂肪、蛋白、pH 值、可溶性固形物、菌落总数、芽孢、霉菌、酵母、致病菌、重金属、营养成分等指标进行检测
	对农副产品、水果等原料进行脂肪、蛋白、pH 值、可溶性固形物、菌落总数、芽孢、霉菌、酵母、致病菌、重金属、农药残留、营养成分等指标进行检测
	对其他原辅料的各项指标进行检测
包装材料的检测	对 PET、三片罐、PE 等瓶装包装物进行检测对纸箱、标签等进行检测
成品的检测	对成品进行脂肪、蛋白、pH 值、可溶性固形物、菌落总数、芽孢、霉菌、酵母、致病菌、重金属、营养成分等指标进行检测
	利用专业的稳定性分析仪器，对成品的稳定性进行检测分析和定期跟踪，确保产品的稳定性和状态属于可控范围
定期抽样检测	将生产样品置于不同温度下进行恒温加速和常温观察，并详细记录抽样观察情况，密切跟进市场反馈的产品信息
行业技术研究	配合国家相关部门和行业协会，参与制定、完善本行业的相关检测标准

4、项目基础建设方案

按照研发检测中心的要求，完成研发大楼的基建工作并添置相关的关键工艺设备以满足今后研发检测与办公的要求。基建范围还包括公用支撑设施、环保设施、研发管理设施等。其中公用支撑设施包括供排水系统、供配电系统、接地系统、排风系统、照明与应急管理系统、自动控制系统、消防联动系统等；环保设施包括污水处理系统、噪声防治设施等；研发管理设施包括实验室、检测室、办公室等。

5、项目设备方案

项目建设所选设备均要求符合研发检测中心规划设计的研发需求，做到适用性、先进性、经济性三原则。

（三）项目备案进度

本项目已完成广东省企业投资项目备案，取得由湛江市坡头区发展和改革局颁发的编号为 2019-440800-73-03-083016 的备案证；本项目取得由湛江市生态环境局坡头分局核发的编号为湛环坡建[2020]4 号的项目环评批复。

（四）项目建设的必要性

1、有助于提升公司产品研发能力，增强市场核心竞争力

项目将进一步提升公司罐头和饮料的研发能力，增强公司应对消费升级、需求结构变化、产品生命周期短、更新迭代快的适应能力，能及时在产品的风味、品质以及种类上不断推陈出新，扩大行业领先优势，增强公司的核心竞争力。

2、项目建设有助于提升公司产品质量安全控制能力和检测效率

通过本项目建设，公司将引进国内外先进检测技术和检测设备，有助于提升公司产品自主检测能力，保障检测精度，及时、高效地对原料、成品等进行安全质量检测，提升公司产品质量安全控制能力。

（五）项目实施的可行性

1、公司具备完善的创新机制

公司自成立以来，通过技术研发和工艺创新，优化流程、改良配方、推出新品、成果转化。公司积极倡导全员创新意识，促成行业技术交流，组织研发人员与终端客户、供应商、经销商互动与交流，获取更多的反馈建议，把握产品需求，拓宽创新思维，了解市场需求动态，以研发出更迎合市场口味和需求的产品。

同时，公司也高度重视人才引进，加强员工培育与技术交流，积极完善人员组织架构，全方位提高员工素质，满足公司快速发展的技术研发要求。

2、公司具有丰富的技术研发经验

公司坚持产品研发以客户和市场需求为中心，使成熟、可靠的技术得以快速转化为生产力，满足市场需求，已形成自主研发与合作研发相结合的研发创新模式。公司凭借技术研发与创新，在生产工艺和外观包装设计等方面获得 96 项专利技术，同时在罐头、饮料领域参与多项行业标准的起草。

（六）项目投资概算

项目投资包括项目所需的建筑工程、设备购置及安装、软件购置、人员成本、研发投入等费用。

本项目计划投资 2,279.00 万元，主要用于研发检测中心建设、软硬件设备。项目投资概算情况如下：

序号	投资项目	金额（万元）
1	**研发检测场所建设**	**1,187.00**
1-1	研发实验室建设	114.24
1-2	检测中心建设	228.48
1-3	研发资料档案室及会议中心土建	114.24
1-4	研发中心大楼装修	480.04
1-5	其他	250.00
2	**软硬件设备**	**1,092.00**
项目总投资		**2,279.00**

（七）项目环保情况

研发检测中心的主要任务是进行新产品研发、新工艺改进、原材料及产品安全检测，对环境产生的影响较小。

（八）项目实施进展安排

本项目建设期为 24 个月，将根据项目实施过程的具体情况合理安排建设进度，具体实施进度如下表所示：

项目进度	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
研发场所建设								
设备询价、采购								
设备安装调试、竣工验收								
人员招聘及培训								
新技术的性能评价及应用研究								

六、信息系统升级建设项目

（一）项目概况

项目实施主体为发行人。项目资金主要用于数据中心场所建设、软/硬件购置、开发支出及实施费用。

（二）项目实施方案

信息系统升级建设项目包括信息安全建设、工控网络建设、车间可视化监控、远程视频会议系统、智能成品仓储物流系统 5 个主要内容模块，旨在通过建设、升级和完善公司现有的信息化系统。

通过本项目的建设，公司将建成以总部为管理中心，覆盖各地分公司及生产基地的完整的信息化体系，并实现业务、财务、人力资源、物流供应链等子系统的相互对接，实现公司信息系统的全面统一管理，全面提升公司的经营管理效率。

（三）项目备案进度

本项目已完成广东省企业投资项目备案，取得由湛江经济技术开发区发展和改革局颁发的编号为 2019-440800-65-03-085218 的备案证；本项目已完成环境影响登记表备案工作，取得编号为 20204408000100000001 的环境影响登记表。

（四）项目建设的必要性

1、该项目有利于增强公司管理能力，提升一体化运营水平

自成立以来，公司的产品品类、产量及销售额都处于持续增长的状态，公司目前下属有多个分、子公司，公司业务规模的扩张对公司的经营管理效率和模式提出了更高的要求。通过本项目的建设，公司将实现对各个子公司的实时管控和及时沟通，进一步实现沟通的便利性和信息的共享程度，从而提升公司经营效率。另外，数据中心的建设也有利于公司实时收集生产、销售、物流等经营数据，为公司的产品开发、优化及销售提供决策依据。

本项目规划的各个子系统升级建设完成后，公司还将对各大系统进行全面整合，形成一套整体集成的闭环，各个系统之间互通接口、共享数据，从而进一步提升公司的一体化运营水平。

2、信息系统整体升级有利于公司进一步实现降本增效

信息安全及工控网络模块的建设有利于公司实时收集和掌控各项生产、经营、销售及市场数据，为公司营运数据的分析提供便利，也为公司经营发展决策提供支撑信息；车间可视化监控系统的建设有利于公司实时管理各个生产基地的工作状态，及时发现并处理异常情况；远程视频会议系统的建设有利于促进公司各地团队的实时沟通，提升内部信息共享效率、降低信息获取成本；智能成品仓储物流系统的建设有利于公司统筹管理产品的库存、发货、配送等环节，智能化的仓储物流系统相比于人工操作将能够有效的降低成本，同时减少错误率。

随着公司产品种类的日益丰富、经营数据的持续积累，建设统一的信息系统能够有效将公司的业务流程、生产数据、营销数据、财务数据等经营信息进行深度融合与统一管理，从而显著提升公司运营效率、降低运营成本。

（五）项目实施的可行性

1、项目建设顺应国家政策导向，符合公司发展战略

近年来，国家政策大力支持制造业企业实施智能化、数字化转型。2012 年，国务院印发《关于促进企业技术改造的指导意见》，提出“深化信息技术在研发设计、生产制造、营销管理、回收再利用等产品生命周期各环节的应用，加快推广应用现代生产管

理系统等关键共性技术，支持企业普及制造执行、资源计划、客户关系等管理信息系统的应用和综合集成。”2018 年，工业和信息化部、发展改革委印发《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020 年）》，明确“支持企业发展网络支付、现代物流、供应链管理等面向信息消费全过程的支撑服务。”

受益于国家扩大内需政策的推进、城乡居民收入水平持续增加、食品需求刚性以及供给侧结构性改革红利的逐步释放，近年来我国食品工业平稳增长，产业规模稳步扩大，持续在全国工业体系中占据重要地位。食品企业跨区域、跨行业发展的步伐不断加快，涌现出更多规模大、效益好、市场竞争力强的大型企业集团，行业集中度进一步提升。

在此行业发展背景下，公司依托水果罐头及椰子汁两大主要产品系列，在全国主要地区进行产品推广及销售，获得了较高的市场认可度。未来，公司还将通过建设新的生产基地、铺设地域覆盖面更广的营销网络，进一步提升公司品牌的知名度和产品销售规模。本项目将通过建设统一、完整的信息系统，为公司未来的业务扩张计划及市场发展战略提供重要的协助和支撑，本项目的建设符合国家政策导向，也符合公司可持续发展战略的需要。

2、多年的信息系统管理经验支撑本项目的实施

本项目是在公司原有各信息系统的基础上进行的功能扩充及技术升级，主要升级的方向包括信息安全建设、工控网络建设、车间可视化监控、远程视频会议系统及智能成品仓储物流系统，旨在进一步完善公司信息化体系，助力公司降本增效。公司目前已有部分信息系统完成开发并投入使用，并设有专职的信息部负责公司信息系统的开发及维护工作。经过多年的系统开发、调试与运营，公司的信息化团队已经积累了丰富的信息系统管理经验，为本项目的实施奠定了良好的基础。

（六）项目投资测算

项目投资概算情况如下：

单位：万元

序号	项目	金额
1	**数据中心场所建设**	**120.00**
2	**软硬件购置**	**830.00**
2-1	信息安全	462.00

2-2	工控网络	48.00
2-3	集团监控	145.00
2-4	远程会议系统	50.00
2-5	智能仓储	125.00
3	**项目开发支出（人工成本）**	**120.00**
4	**项目实施费用（差旅、实施、培训、认证费用等）**	**30.00**
	项目总投资	**1,100.00**

（七）项目环保情况

本项目为信息系统升级建设项目，对环境产生的影响较小。

（八）项目实施进展安排

本项目建设期为 12 个月，将根据项目实施过程的具体情况合理安排建设进度，具体实施进度如下表所示：

项目进度安排	T+1			
	Q1	Q2	Q3	Q4
数据中心机房装修				
人员招聘、培训				
软硬件询价、采购				
系统开发、测试、运行				

七、补充流动资金及偿还银行借款项目

（一）项目概况

根据公司业务发展目标及营运资金需要，公司拟使用 15,000.00 万元以用于补充流动资金及偿还银行借款。

（二）项目实施的必要性

1、增加公司资金实力，满足公司业务发展需要

报告期内，公司的主营业务持续发展，营业收入和经营业绩实现稳定增长。2017 年、2018 年和 2019 年，公司分别实现营业收入 119,474.79 万元、135,478.35 万元及 142,413.07 万元，年均复合增长率达到 9.18%，逐年上升。随着未来公司业务快速扩张，

市场开拓、日常经营等环节对资金的需求也将进一步扩大，且公司 2017 至 2019 年短期借款 16,410.00 万元、14,780.00 万元、16,129.01 万元。通过本次募集资金用于补充流动资金及偿还银行贷款，能有效缓解公司业务规模扩张及战略布局带来的资金压力，为公司业务的发展提供资金支持，满足业务发展需要，是公司实现持续健康发展的切实保障。

2、优化公司资本结构，增强公司财务稳定性，提高抗风险能力

报告期内，公司资产负债率分别为 73.45%、66.45%、56.14%，处于行业较高水平。本次募集资金到位后，用于补充流动资金及偿还银行贷款，有利于调整优化公司资产负债结构，减轻公司债务负担，进一步改善公司财务状况，提高公司的抗风险能力，为公司未来的持续发展提供保障。

八、公司未来发展规划

（一）公司业务发展目标

公司致力于不断推出健康、营养、美味、方便的优质产品以满足广大消费者需求，力争成为中国罐头行业和植物蛋白饮料行业的领跑者，进而成为健康食品专家，努力打造民族著名品牌。

（二）公司业务发展主要规划

1、产品开发规划

近年来国内食品饮料行业产品的同质化情况较为严重，大部分产品易于模仿，门槛较低，竞争力差，造成了消费者的视觉和味觉疲劳。作为我国水果罐头行业的龙头企业，公司在保证经典产品质量及销量的同时，积极采用差异化竞争战略，不断探索开发其他品类产品，先后推出乳酸菌饮品、功能饮料、营养八宝粥等产品。

公司未来将加大对市场需求的深度调研，加深对市场的理解，持续开发推出市场所需的产品，通过差异化的竞争策略，提升品牌价值，并借助全渠道优势，巩固行业领导地位。

2、生产设备投入

公司在充分发挥各生产基地在原料、劳动力、技术、品种、物流等优势基础上，不断引进先进的技术和生产设备。公司引进无菌冷灌整线生产方案，提高生产机械自动化水平，提升了生产效率、产品品质及消费者体验。

3、食品安全管理

公司始终将食品安全视为企业的生命线，未来公司将不断加强产品质量安全保障工作，强化安全措施，将食品安全意识贯穿于生产经营全过程，一如既往地担当企业社会责任。

公司计划建立通过 CNAS 认证的研发检测中心，完善产品检测体系，及时全面地对公司产品生产过程中涉及的各项重要指标参数进行有效准确测定，指导生产并确保产品安全。

4、营销网络拓展

公司未来将继续坚持经销模式，加强营销网络体系建设，提高公司产品的铺市率。公司将在全国多个省市的人流量密集区域投放 50,000 台“欢乐家”品牌专用自助智能零售终端，在餐饮店、商超、便利店等终端网点投放 100,000 台冷冻展示柜，从而提升公司营销实力和品牌知名度，培育消费习惯，扩大市场份额，为公司带来可观的经济效益。

5、信息系统优化

公司将通过建设、升级和完善信息安全、工控网络、车间可视化监控、远程视频会议及智能成品仓储物流等信息化系统，建立以总部为管理中心，覆盖各子公司的完整信息化体系，实现业务、财务、人力资源、物流供应链等子系统的相互对接与统一管理，全面提升公司的经营管理效率。

6、人力资源规划

当前市场竞争日趋激烈的形势使得行业内人才流动频繁，为了稳定人才队伍，公司将打造具有核心竞争力的企业文化，实行科学的现代企业管理制度，鼓励员工大胆创新，提高员工福利待遇，加强员工培训，做好员工职业生涯规划，形成吸引人才的良好环境。

（三）发展计划所依据的假设条件和主要困难

1、拟定计划所依据的假设条件

公司的上述发展计划是基于公司现有业务规模、市场地位、发展趋势等各方面因素综合制定的，其制定依据了以下假设条件：

（1）本次公开发行能够顺利完成，募集资金能及时到位；

（2）公司所处的宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展的状态，未发生对公司具有重大影响的不可抗力；

（3）公司各项经营业务所遵循的国家及地方的现行法律、法规、行业管理政策及发展导向无重大变化；

（4）公司所在行业及领域的市场处于正常发展的状态，未出现重大的调整和波动；

（5）无其他不可抗力及不可预见因素对公司经营造成重大不利影响；

（6）公司的经营管理水平能够充分适应公司规模及业务量的快速增长，管理、技术、销售人员保持稳定并能满足公司业务快速发展的需要。

2、实施计划所面临的主要困难

（1）消费者需求变化较快

随着工作、生活节奏的加快，消费者对食品健康、营养、美味、方便的要求与日俱增，公司应紧跟消费需求的变化，快速适应餐饮、厨房、户外旅游、娱乐休闲产业化发展需求，积极创新并开发适销对路的产品，全面提升公司的市场竞争力。

（2）融资渠道较窄

公司自成立以来，主要依靠自身盈利积累作为发展的主要资金来源，融资渠道较为单一，融资能力有限是公司实现企业发展目标过程中面临的主要问题。

（3）优质营销网点稀缺

在实际销售市场中，优质终端网点属于稀缺资源。销售公司产品的终端网点主要集中在流通渠道，而客单价较高的餐饮、商超等售点相对较少，影响了公司产品的动销情况。

（四）确保实现上述计划拟采用的方式、方法或途径

1、本次股票的发行为公司实现战略目标提供了资金支持，公司将认真组织募集资金投资项目的实施，不断完善公司营销网络建设的战略布局，提高公司产品的销售规模和市场占有率，巩固和提高公司罐头、饮料产品的品牌形象；

2、严格按照上市公司的要求规范运作，完善公司的法人治理结构，以管理水平的提升带动经营效益的增长；

3、加大产品研发投入和产品系列开发力度，不断推出高品质适销的产品以提高公司产品的市场占有率，进而提高公司核心竞争力；

4、加大市场开拓力度，凭借品牌优势、管理优势及营销网络优势，不断提高市场份额，扩大营业收入。

（五）上述发展计划与现有业务的关系

公司现有业务是上述发展计划的重要支撑和保障，未来的发展计划离不开公司现有的商业模式。公司现有较为成熟的采购模式、生产模式以及销售模式能为未来发展奠定良好的基础。上述发展计划是在公司现有业务的基础上，按照公司发展目标及发展战略制定的，是对现有业务的未来展望与预期，也是对现有业务的进一步优化与提升。

上述业务计划的实施将全面提升公司的综合实力，提高公司产品质量，改善营销网络体系，实现销售规模扩张，提升公司品牌价值，进一步提高现有产品的市场占有率，提高公司竞争优势和市场地位。

（六）公司关于持续公告规划实施和目标实现情况的声明

公司声明：公司在完成本次公开发行股票并在创业板上市后，将通过定期报告持续公告上述规划的实施情况和发展目标的实现情况。

第十节 投资者保护

一、投资者权益保护情况

（一）建立健全内部信息披露制度和流程

为了规范公司在公开发行股票并上市后的信息披露行为，加强公司对信息披露事务的管理，维护公司、投资者及其他利益相关者的合法权益，公司根据《上市公司信息披露管理办法》、《上市规则》以及《公司章程》的有关规定，制定了《信息披露管理细则》，对信息披露的内容及披露标准，信息传递、审核及披露程序，信息披露事务管理部门及职责等内容进行了规定。

公司在治理制度层面上对投资者依法享有获取公司信息的权利进行了有效保护，保障了投资者真实、准确、完整、及时地获取公司相关资料和信息，保障了中小投资者的知情权。

（二）投资者沟通渠道

为了加强公司与投资者及潜在投资者之间的信息沟通，切实保护投资者特别是社会公众投资者的合法权益，促进公司与投资者之间建立长期、稳定的良性关系，公司制定了《董事会秘书工作细则》、《投资者关系管理制度》等制度，为投资者尤其是中小投资者在获取公司信息等方面提供制度保障，从而达到提升公司治理水平的目标。

公司负责信息披露和投资者关系的部门为证券部，由董事会秘书领导，负责公司投资者关系管理日常事务。证券部有专用的场地及设施，设置了联系电话、网站、电子邮箱等投资者沟通渠道。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司将严格按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律法规和《公司章程》的要求，认真履行信息披露义务，保证信息披露的真实、准确、完整，进一步提升公司规范运作水平和透明度。

公司上市后，将按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的要求，完善股东投票机制，保障投资者享有资产收益的保障。

公司将不断提高公司投资者关系管理工作的专业性，加强投资者对公司的了解，促进公司与投资者之间的良性互动关系，切实维护全体股东利益，特别是中小股东的利益，努力实现公司价值最大化和股东利益最大化。

二、股利分配政策

（一）报告期内的股利分配政策

根据《公司法》及《公司章程》的规定，公司报告期内股利分配政策的主要规定如下：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的公司股份不参与分配利润。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司本着重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司可持续发展的原则，实行持续、稳定的利润分配政策。公司采取现金或者股份方式分配股利。在资金满足经营需要和有利于公司长期发展的前提下，公司应积极推行现金分红的利润分配方式。

（二）公司本次发行上市后的股利分配政策及上市后三年的利润分配计划

公司于 2020 年 2 月 29 日召开 2020 年第二次临时股东大会，审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》和《欢乐家食品集团股份有限公司上市后三年利润分配计划》。2020 年 6 月 13 日公司召开第一届董事会第十三次会议，会议审议通过《关于修订<公司章程>（草案）的议案》，依照《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》对相关条款进行了修订，并拟于 2020 年 6 月 28 日召开 2020 年第七次临时股东大会审议该议案。公司上市后的股利分配政策规定如下：

“（一）利润分配原则

公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。公司需结合具体经营情况，充分考虑目前盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段及当期资金需求，制定利润分配方案。

（二）利润分配形式及优先顺序

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润。利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

现金分红相对于股票股利在利润分配方式中具有优先性，如具备现金分红条件的，公司应采用现金分红方式进行利润分配。

（三）利润分配的条件

在满足以下全部条件的情况下，公司应当以现金分红进行年度利润分配：

1、公司当年度实现盈利；

2、截至当年末公司累计未分配利润为正值；

3、审计机构对公司当年度财务报告出具无保留意见；

4、在未来十二个月内，公司无重大资金支出安排（募集资金项目除外）。重大资金支出安排是指公司拟对外投资、购买或收购资产金额占最近一期经审计净资产的 50%以上且绝对金额超过 3,000 万元，或占最近一期经审计总资产的 30%以上。

公司采用股票股利进行利润分配的，应当综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素，充分考虑公司的可分配利润总额、现金流状况、股本规模及扩张速度是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度相适应。

（四）利润分配的间隔

在符合章程规定的利润分配的条件时，公司每年应进行一次年度利润分配，有关法律法规、规范性文件和本章程另有规定的除外。公司可根据经营情况，进行中期利润分配。

（五）现金分红比例

公司采取现金方式分配利润的，分配金额应不少于当年实现的可分配利润的 20%。

公司董事会应综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

（六）利润分配的决策程序和机制

公司利润分配预案由公司管理层结合《公司章程》的规定、盈利情况、资金供给和需求情况拟定后提交公司董事会审议。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红预案，并直接提交董事会审议。

董事会就利润分配预案的合理性进行充分讨论，形成专项决议后提交股东大会审议。董事会审议现金利润分配具体方案时，应当认真研究和论证公司现金利润分配的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜。独立董事应对利润分配预案发表明确的独立意见。

股东大会在对利润分配政策进行决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和社会公众股股东的意见。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，可通过多种渠道（包括但不限于提供网络投票的方式、电话、传真、邮件、公司网站、互动平台、邀请中小股东参会等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

公司不进行现金分红时，董事会应就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审

议，并在公司指定媒体上予以披露。

（七）利润分配政策的调整

公司应保持利润分配政策的连续性、稳定性。公司可根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见调整利润分配政策。有关利润分配政策调整的议案应详细论证和说明原因，并且经董事会审议，全体董事过半数以上表决通过后提交股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司应当通过网络投票方式为中小股东参加股东大会提供便利。独立董事应对股利分配政策调整的议案发表明确意见。公司调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

（八）未分配利润使用原则

公司留存未分配利润主要用于与经营业务相关的对外投资、购买资产、提高研发实力等重大投资及现金支出，逐步扩大经营规模，优化财务结构，促进公司的快速发展，有计划有步骤的实现公司未来的发展规划目标，最终实现股东利益最大化。

（九）公司股东如存在违规占用公司资金情形的，公司应扣减该股东所分配的相应现金红利，以偿还其占用的资金。”

（三）发行前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

根据公司 2020 年 2 月 29 日召开的 2020 年第二次临时股东大会决议，本次公开发行股票前滚存的未分配利润，由本次公开发行后的全体新老股东按持股比例共享。

三、完善股东投票机制

公司上市后适用的《公司章程（草案）》和《股东大会议事规则（草案）》对股东投票机制进行了如下规定：

董事候选人或监事候选人在两名以上的，股东大会就选举董事、监事进行表决时，应当采用累积投票制，即股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者的表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。公司控股股东、实际控制人不得限制或者阻挠中

小投资者依法行使投票权，不得损害公司和中小投资者的合法权益。

股东大会应当设置会场，以现场会议形式召开，并应当按照法律、行政法规、中国证监会或公司章程的规定，采用安全、经济、便捷的网络和其他方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。公司股东大会采用网络或其他方式的，应当在股东大会通知中明确载明网络或其他方式的表决时间以及表决程序。通过网络或其他方式投票的公司股东或其代理人，有权通过相应的投票系统查验自己的投票结果。同一表决权只能选择现场、网络或其他表决方式中的一种。

董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

截至本招股说明书签署日，公司已履行、已签署且正在履行或将要履行的对生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同主要包括以下内容：

（一）销售合同

报告期内，公司子公司深圳众兴利华与主要客户均签订年度销售框架协议，已履行的重大合同为与主要客户签署的年度销售协议。截至本招股说明书签署日，公司及其子公司与 2019 年度前五名客户（合并口径）签署的且正在履行的销售合同情况如下：

序号	发行人签约主体	签约客户名称	合同标的	合同期限
1	深圳众兴利华	武汉市小雨点贸易有限公司	罐头和饮料产品	2020/01/01至2020/12/31
	深圳众兴利华	武汉荣仕贸易有限公司	罐头和饮料产品	2020/01/01至2020/12/31
	深圳众兴利华	湖南欢乐家荣仕贸易有限公司	罐头和饮料产品	2020/01/01至2020/12/31
2	深圳众兴利华	上海欢乐家悦桐贸易有限公司	罐头和饮料产品	2020/01/01至2020/12/31
	深圳众兴利华	保定市北方利华糖酒有限公司	罐头和饮料产品	2020/01/01至2020/12/31
	深圳众兴利华	北京众合兴贸易有限公司	罐头和饮料产品	2020/01/01至2020/12/31
3	深圳众兴利华	成都牛车水食品有限公司	罐头和饮料产品	2020/01/01至2020/12/31
4	深圳众兴利华	溧阳市海潮商贸有限公司	罐头和饮料产品	2020/01/01至2020/12/31
5	深圳众兴利华	深圳市乐满家实业有限公司	罐头和饮料产品	2020/01/01至2020/12/31
	深圳众兴利华	深圳市龙岗区晋益商行	罐头和饮料产品	2020/01/01至2020/12/31
	深圳众兴利华	广州夏发贸易有限公司	罐头和饮料产品	2020/01/01至2020/12/31

（二）采购合同

报告期内，公司及其子公司与主要供应商均签订年度采购框架协议，已履行的重大合同为与主要供应商签署的年度采购协议。截至本招股说明书签署日，公司及其子公司与 2019 年度前五名供应商（合并口径）签署的且正在履行的采购合同情况如下：

序号	发行人签约主体	签约供应商名称	合同标的	合同期限
1	武汉欢乐家、山东欢乐家	武汉紫江企业有限公司	瓶胚	2019/04/01至2024/03/31
2	武汉欢乐家	中粮糖业（天津）有限公司	白糖	2020/01/01至2020/12/31
	山东欢乐家	中粮糖业（天津）有限公司	白糖	2020/01/01至2020/12/31
3	武汉欢乐家	湖北华塑包装材料有限公司	塑料瓶	2020/01/01至2020/12/31
	山东欢乐家	临沂晋益塑料包装材料有限公司	塑料瓶	2020/01/01至2020/12/31
4	武汉欢乐家	金华美之源商贸有限公司	生榨椰肉汁	2019/11/20至2020/11/19
	山东欢乐家	金华美之源商贸有限公司	生榨椰肉汁	2020/01/01至2020/12/31
5	发行人	厦门唯康食品科技有限公司	食品添加剂	2020/01/01至2020/12/31
	武汉欢乐家	厦门唯康食品科技有限公司	食品添加剂	2020/01/01至2020/12/31
	山东欢乐家	厦门唯康食品科技有限公司	食品添加剂	2020/01/01至2020/12/31

（三）广告代言合同

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司正在履行的 1,000 万以上的广告代言合同如下：

序号	发行人签约主体	广告商名称	主要内容	合同金额（万元）	合同期限
1	深圳众兴利华	上海杨幂影视文化工作室	艺人杨幂的代言服务	1,280	2020/03/01至2022/04/30
		嘉行星光（重庆）影视传媒有限公司		420	2020/03/01至2022/02/28

（四）借款合同

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司正在履行的 1,000 万以上的借款合同如下：

序号	发行人签约主体	银行名称	借款金额（万元）	合同期限
1	发行人	厦门国际银行股份有限公司珠海分行	5,000	2017/10/27至2020/10/25
2	山东欢乐家	中国民生银行股份有限公司广州分行	2,380	2020/07/31至2021/07/30
3	山东欢乐家	中国民生银行股份有限公司广州分行	1,270	2020/08/11至2021/08/10

序号	发行人签约主体	银行名称	借款金额（万元）	合同期限
4	武汉欢乐家	湖北汉川农村商业银行股份有限公司城关支行	2,800	2020/04/13至2021/04/12
5	武汉欢乐家	湖北银行股份有限公司汉川支行	2,000	2020/06/16至2021/06/16
6	武汉欢乐家	交通银行股份有限公司孝感分行	2,950	2020/08/17至2021/08/21
7	湛江欢乐家	兴业银行股份有限公司湛江分行	7,500	2020/08/06至2027/08/04

（五）建设工程施工合同

2019 年 4 月 11 日，湛江欢乐家与广东伟恒建筑工程有限公司签订《广东省建设工程标准施工合同》，约定广东伟恒建筑工程有限公司向湛江欢乐家提供工程建设服务，工程名称为年产 5 万吨罐头建设项目，工程承包范围为土建及安装工程，工程总价为 5,522.89 万元，此外双方还就质量标准、工程期限等作出约定。2019 年 9 月 15 日，双方就前述工程签订《建设工程施工补充合同》，补充确认合同价款中土建部分总包干价为 6,300 万元，安装工程价款按政府部门计价文件规定和实际工程量进行结算。

2019 年 10 月 8 日，湛江欢乐家与广东伟恒建筑工程有限公司签订《广东省建设工程标准施工合同》，约定广东伟恒建筑工程有限公司向湛江欢乐家提供工程建设服务，工程名称为综合仓库建设项目，工程承包范围为土建及安装工程，工程总价为 1,885 万元，此外双方还就质量标准、工程期限等作出约定。

2020 年 7 月 8 日，发行人与广东伟恒建筑工程有限公司就《广东省建设工程标准施工合同》签订补充协议，双方就承包方式、承包范围、合同价格形式、工程款支付、施工组织与管理等合同内容作出详细约定。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在为全资子公司以外的主体进行对外担保的情况。

三、重大诉讼和仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在尚未了结的诉讼或仲裁事项。

（一）报告期内公司的所有诉讼和仲裁情况

报告期内，发行人共发生 28 件诉讼、仲裁案件，其中劳动争议类 16 件，知识产权及相关类 4 件（含上诉商标诉讼），其他类 8 件。具体情况如下：

1、知识产权及相关类诉讼

序号	判决/仲裁时间	原告/申请人	被告/被申请人	案由	主要诉讼/仲裁请求	案件结果
1	2018/04	杭州快版科技有限公司	发行人	侵害作品信息网络传播权纠纷	请求法院判令发行人立即删除涉案的侵权作品、赔偿杭州快版科技有限公司经济损失合计 1 万元	杭州快版科技有限公司撤诉，双方和解，发行人一次性支付给杭州快版科技有限公司和解费 3,000 元
2	2018/08	上海巴克斯酒业有限公司	发行人	不正当竞争纠纷	请求法院判令发行人停止生产、销售与其知名商品“RIO 鸡尾酒”包装、装潢相似的产品，并且赔偿其经济损失及合理开支共计 300 万元	双方达成庭内和解，发行人停止生产“DID 鸡尾酒”，并支付和解款 260 万元
3	2020/06	发行人	安徽欢乐家饮品有限公司[注]	不正当竞争纠纷	请求法院判令安徽欢乐家饮品有限公司立即停止侵害“欢乐家 HUANLEJIA”商标、相关专利及装潢的不正当竞争行为，停止使用“欢乐家”字样为其公司名称，停止使用“欢乐家”“HUANLEJIA”文字及“欢乐家 HUANLEJIA”商标在网络进行宣传，并赔偿发行人经济损失及合理费用共计 100 万元	二审结案，安徽欢乐家构成不正当竞争，法院判令安徽欢乐家饮品有限公司停止侵权行为，赔偿发行人 2.20 万元，并责令限期变更企业名称，且变更后的名称不得含有“欢乐家 HUANLEJIA”字样
4	2020/08	浙江椰雅饮品有限公司	发行人	侵害商标权纠纷	请求法院判令发行人立即停止侵犯第 14266011 号注册商标专用权行为；停止椰子汁产品上使用与涉案注册商标相同或近似的商标，并销毁库存商品；发行人、武汉欢乐家和山东欢乐家连带赔偿其经济损失及合理维权支出共计 1,000 万元	浙江椰雅饮品撤诉

注：安徽欢乐家饮品有限公司系一家注册于安徽省安庆市的企业，股东为廖劲松和邵芳。该公司与发行人不存在投资或者合作等关联关系。发行人系注册商标“欢乐家 HUANLEJIA”权利人，安徽欢乐家未拥有该等商标或近似商标相关权利，其在生产的标注为“海南欢乐家生榨椰子汁 1.25L”产品上使用了发行人合法持有的商标，易使公众造成混淆，构成不正当竞争。

2、劳动争议类诉讼、仲裁

序号	判决/仲裁时间	原告/申请人	被告/被申请人	主要诉讼/仲裁请求	案件结果
1	2018/10	曾令梅	湖北欢乐家	请求法院判令湖北欢乐家就 2011 年 3 月至 2016 年 6 月期间的未缴纳社会保险费用及未签署劳动合同的情形向曾令梅支付补偿金合计 38,881.93 元	二审结案，判令湖北欢乐家支付曾令梅双倍工资 19,800 元
2	2019/03	向其芹	湖北欢乐家	湖北欢乐家对枝江市劳动人事争议仲裁委员会于 2018 年 11 月 13 日作出的仲裁裁决不服，向湖北省枝江市人民法院起诉，请求法院判令湖北欢乐家无需支付向	一审结案，判令湖北欢乐家支付向其芹经济补偿金、医疗补助费合计

				其芹经济补偿金、医疗补助费等费用	64,000 元
3	2019/10	田贵兰	湖北欢乐家	请求法院判令湖北欢乐家支付经济补偿金、加班工资等合计 123,820 元	田贵兰撤诉
4	2019/12	谢远清	湖北欢乐家	谢远清对枝江市劳动人事争议仲裁委员会于 2018 年 3 月 4 日作出的仲裁裁决不服，向湖北省枝江市人民法院起诉，请求法院判令湖北欢乐家就未缴纳社会保险费及未签署劳动合同的情形向谢远清支付补偿金合计 30,954.04 元	再审结案，判令湖北欢乐家支付谢远清解除劳动合同的经济补偿金等费用合计 30,954.04 元
5	2020/01	王长珍	宜昌千惠劳务有限公司、湖北欢乐家	请求法院判令宜昌千惠劳务有限公司和湖北欢乐家赔偿王长珍损失 75,768 元	双方达成庭内和解，宜昌千惠劳务公司赔偿王长珍 68,000 元，湖北欢乐家不承担赔偿责任
6	2017/07	山东欢乐家	刘静	山东欢乐家对蒙阴县劳动人事争议仲裁委员会于 2017 年 1 月 6 日作出的仲裁裁决不服，向山东省蒙阴县人民法院起诉，请求法院驳回刘静向山东欢乐家提出的支付工伤保险待遇、解除劳动合同等请求	二审结案，判令解除刘静与山东欢乐家之间的劳动关系；山东欢乐家支付刘静一次性伤残补助金、一次性工伤医疗补助金等共计 154,747.80 元。
7	2018/03	冯新荣	山东欢乐家	山东欢乐家对蒙阴县劳动人事争议仲裁委员会于 2017 年 12 月 6 日作出的仲裁裁决不服，向山东省蒙阴县人民法院起诉，请求法院判令山东欢乐家无需支付冯新荣一次性伤残补助金、一次性工伤医疗补助金、一次性伤残就业补助金及停工留薪期工资等费用	一审结案，判令山东欢乐家支付冯新荣一次性伤残补助金等费用合计 79,358 元，确认双方劳动关系解除
8	2018/09	闫正芹	山东欢乐家	山东欢乐家对蒙阴县劳动人事争议仲裁委员会于 2018 年 6 月 12 日作出的仲裁裁决不服，向山东省蒙阴县人民法院起诉，请求法院判令山东欢乐家无需支付闫正芹一次性伤残补助金、一次性工伤医疗补助金、一次性伤残就业补助金等费用	一审结案，判令山东欢乐家支付闫正芹一次性伤残补助金等费用合计 60,840 元
9	2018/07	张在军	山东欢乐家	请求蒙阴县劳动人事争议仲裁委员会裁决山东欢乐家支付张在军工伤待遇等费用	仲裁结案，裁决山东欢乐家支付张在军一次性伤残就业补助金等费用合计 92,124 元
10	2018/07	王礼强	山东欢乐家	请求蒙阴县劳动人事争议仲裁委员会裁决山东欢乐家支付王礼强解除劳动合同补偿金、加班工资等费用	双方和解，王礼强撤回仲裁申请。山东欢乐家支付王礼强合计 5 万元经济补偿金
11	2018/12	刘乃秋等 5 人	枣庄龙腾人力资源有限公司、山东欢乐家	山东欢乐家对蒙阴县劳动人事争议仲裁委员会于 2018 年 7 月 17 日作出的仲裁裁决不服，向山东省蒙阴县人民法院起诉，请求法院判令山东欢乐家无需支付刘乃秋等 5 人一次性救济费及供养直系亲属生活困难补助等费用	一审结案，法院确认山东欢乐家对相关员工非因工死亡待遇不承担连带赔偿责任
12	2020/05	段尊全、段怡博	山东欢乐家	请求蒙阴县劳动人事争议仲裁委员会就其亲属段现祥非因工死亡待遇问题要求山东欢乐家支付相关费用	双方和解，段尊全、段怡博撤回仲裁申请。山东欢乐家支付 8 万元抚恤救助金
13	2019/01	肖成顺	武汉欢乐家	请求汉川市劳动人事争议仲裁委员会裁决武汉欢乐家支付肖成顺一次性伤残补助金、医疗费等费用合计 128,692 元	仲裁结案，裁决武汉欢乐家支付肖成顺一次性伤残就业补助金、医疗费合计 35,662 元；为肖成顺缴纳 2017 年 9 月至 2018 年 7

					月期间的社会保险和住房公积金
14	2019/07	刘光	武汉欢乐家	刘光对汉川市劳动人事争议仲裁委员会于 2018 年 10 月 26 日作出的仲裁裁决不服，请求法院判令武汉欢乐家支付刘光一次性伤残补助金、停工留薪期工资等费用	各方达成和解，刘光撤诉。武汉欢乐家支付刘光一次性伤残就业补助金、停工留薪工资合计 5.8 万元
15	2019/12	谢兆刚	发行人、深圳众兴利华、深圳众兴利华湛江分公司	请求发行人、深圳众兴利华、深圳众兴利华湛江分公司支付未签订书面劳动合同二倍工资、违法解除劳动合同赔偿金、加班工资等费用	各方达成庭内和解，发行人、深圳众兴利华、深圳众兴利华湛江分公司支付谢兆刚工资、年终奖等费用合计 130,000 元
16	2020/06	孙清仁	发行人、深圳众兴利华、深圳众兴利华湛江分公司	请求法院判令发行人、深圳众兴利华、深圳众兴利华湛江分公司支付工资和经济补偿金等共计 120.92 万元	二审结案，判令深圳众兴利华支付孙清仁未休年假工资 4,991.80 元

其中，涉及发行人工伤相关的诉讼和仲裁案件共 6 件：

所在公司	当事人姓名	工伤概况	处理情况	是否支付完毕
山东欢乐家	刘静	2015 年 8 月工作时受伤，经鉴定为劳动功能障碍程度为八级	山东欢乐家支付刘静一次性伤残补助金、一次性工伤医疗补助金等共计 154,747.80 元	支付完毕
山东欢乐家	冯新荣	2016 年 11 月工作时受伤，经鉴定为劳动功能障碍程度为九级	山东欢乐家支付冯新荣相关补助金等费用合计 79,358 元	支付完毕
山东欢乐家	闫正芹	2016 年 1 月工作时受伤，经鉴定为劳动功能障碍程度为十级	山东欢乐家支付闫正芹相关补助金等费用合计 60,840 元	支付完毕
山东欢乐家	张在军	2017 年 5 月工作时受伤，经鉴定为劳动功能障碍程度为九级	山东欢乐家支付张在军一次性伤残就业补助金等费用合计 92,124 元	支付完毕
武汉欢乐家	肖成顺	2017 年 9 月上班途中发生交通事故受伤，经鉴定为劳动功能障碍程度为十级	武汉欢乐家支付肖成顺一次性伤残就业补助金、医疗费合计 35,662 元	支付完毕
武汉欢乐家	刘光	2017 年 12 月工作时受伤，经鉴定劳动功能障碍程度为十级	武汉欢乐家支付刘光一次性伤残就业补助金、停工留薪工资合计 5.8 万元	支付完毕

上述工伤相关案件，主要为员工在工作场所内因作业导致的伤害或上下班途中发生交通事故导致的伤害，均不涉及安全生产责任事故导致的人员伤亡，均未造成重大人员伤亡。发行人已根据相关判决、仲裁裁决和双方达成的协议支付了赔偿款项。

上述劳动仲裁或诉讼案件涉案金额相对较小，发行人已履行完毕相关给付义务，不会对发行人财务状况、生产经营等方面产生重大影响，不构成本次发行上市的法律障碍。

根据相关主管部门证明并经相关查询，报告期内，发行人不存在劳动监管方面的行政处罚。

3、其他类诉讼

序号	判决/仲裁时间	原告/申请人	被告/被申请人	案由	主要诉讼/仲裁请求	案件结果
1	2017/02	山东欢乐家	青岛鸿鹄翔工贸有限公司、沂水精英矿业有限公司	票据纠纷	请求法院判令山东欢乐家享有编号 3050005326692260 的银行承兑汇票权利	二审结案，驳回山东欢乐家全部诉讼请求
2	2017/03	钟铁勇	发行人	委托合同纠纷	请求法院判令发行人支付陈列费、仓储费用等补贴合计 29,640 元	双方和解，钟铁勇撤诉，发行人支付 20,000 元费用
3	2017/04	武汉欢乐家	罗来兮、锦州凯提物流有限公司	公路货物运输合同纠纷	请求法院判令罗来兮和锦州凯提物流有限公司赔偿武汉欢乐家货物损失 132,439 元	一审结案，罗来兮和锦州凯提物流有限公司赔偿武汉欢乐家货物损失 132,439 元
4	2017/07	张守兵	卫鑫、深圳众兴利华、中国人民财产保险股份有限公司深圳市分公司	交通事故责任纠纷	请求法院判令被告赔偿医疗费、营养费等费用合计 149,130.80 元；中国人民财产保险股份有限公司深圳市分公司在交强险和商业三者险范围内先行赔付，卫鑫、深圳众兴利华承担连带赔偿责任	一审结案，中国人民财产保险股份有限公司深圳市分公司赔付张守兵 130,199.2 元；卫鑫赔付张守兵 1,000 元
5	2018/03	刘建中	发行人	产品生产者责任纠纷	请求法院判令发行人赔偿医疗费 1,200 元、误工费 1,700 元、交通费和精神损失费 7,100 元	双方达成庭内和解，法院确认对方打开罐头产品割伤手指属于意外事件，发行人基于对消费者负责态度补偿其 1,000 元
6	2019/08	宜昌市裕能煤炭有限公司	湖北欢乐家	买卖合同纠纷	请求法院判令湖北欢乐家支付货款 279,414.2 元	双方和解，宜昌市裕能煤炭有限公司撤诉，湖北欢乐家支付货款 279,414.2 元
7	2019/09	李洪祥	成都牛车水食品、发行人	民间借贷纠纷	请求法院判令成都牛车水食品和发行人共同返还 145 万元款项	二审结案，驳回李洪祥的全部诉讼请求
8	2020/05	发行人	张广平、湛江市金佳电子有限公司	返还原物纠纷	请求法院判令张广平和湛江市金佳电子有限公司湛江经济技术开发区体育南路 5 号之 14、15 号（厂房）及附属设施返还给发行人，并支付逾期腾房占用使用费及逾期交房违约金	二审结案，张广平和湛江市金佳电子有限公司将湛江经济技术开发区体育南路 5 号之 14、15 号（厂房）及附属设施返还给发行人，并赔偿发行人经济损失

上述案件均已结案，发行人相关给付义务均已履行完毕，相关应收款项正在追讨中。

（二）浙江椰雅饮品有限公司商标诉讼案件的具体情况

1、案件始末

2019 年 11 月浙江椰雅饮品向浙江省宁波市中级人民法院提起诉讼，原告诉称，2018 年 12 月 20 日权利人谢军芬将其持有的商标（第 14266011 号注册商标，商标图案：  ）独占许可给原告使用。浙江华润慈客隆超市有限公司余姚店销售的 1KG“欢乐家泰椰生榨”的外包装使用了与该商标相似的图案。发行人、武汉欢乐家和山东欢乐家是涉案椰子汁产品的生产厂家，产品的外包装上存在与原告独占使用的注册商标相同或近似的图案，并在全国范围内销售，侵犯了其注册商标专用权。据此，原告诉请：一、判令发行人、武汉欢乐家和山东欢乐家等被告停止侵犯其商标专用权的行为，并销毁库存商品。二、判令发行人、武汉欢乐家和山东欢乐家连带赔偿其经济损失及合理维权支出共计 1,000 万元，浙江华润慈客隆超市有限公司余姚店在上述范围内共同承担 50 万元赔偿责任。三、本案诉讼费用由四被告共同承担。

2020 年 4 月 16 日，发行人收到浙江省宁波市中级人民法院送达的《民事起诉状》等材料。发行人、武汉欢乐家和山东欢乐家提出答辩意见如下：一、原告被授权使用的商标，不仅与他人在先外观设计专利权冲突，而且与在先著作权冲突，违反了《商标法》第三十二条“申请商标注册不得损害他人现有在先权利”的规定，其诉讼请求不能成立。二、原告迟于 2018 年 12 月 17 日才注册成立，仅三天后便取得涉案商标的独占授权许可。原告至今实缴出资额为 0 元，社保信息中的企业员工数为 0 人，其登记的经营场所“浙江省宁波高新区创苑路 800 号 2 层 210 室”明显不具有生产经营的实质条件，且未取得《食品生产许可证》，也未提供其实质使用该商标的任何证据（如报税记录）。根据《商标法》第六十四条之规定，由于不能证明其实质使用过该商标，也不能证明因此受到的损失，其诉讼请求应予驳回。三、涉案商标权利人谢军芬在明知损害他人在先权利的情况下恶意抢注商标，在未实际使用的情况下，由原告向发行人提出巨额赔偿，主观恶意明显，不仅违反《商标法》第七条规定的诚实信用原则，更是严重扰乱市场秩序。原告及相关方明知其获得涉案商标不具有实质正当性，仍就此对他人提起诉讼并提出不实的巨额赔偿，违反了民事诉讼的诚实信用原则，构成了滥用诉讼权利，发行人将保留就此恶意诉讼行为追究其法律责任的权利。

根据国家商标局网站查询结果，国家知识产权局于 2020 年 6 月 9 日作出商评字〔2020〕第 0000156560 号《关于第 14266011 号图形商标无效宣告请求裁定书》，裁定上述涉案注册商标予以宣告无效。

2020 年 7 月 25 日，原告浙江椰雅饮品向法院申请撤诉。浙江椰雅饮品撤诉系其单方作出的法律行为，其撤诉未与发行人协商，未与发行人签署和解协议，发行人未向其支付和解费用。

2020 年 8 月 3 日，浙江省宁波市中级人民法院作出（2019）浙 02 民初 1182 号之一《民事裁定书》，裁定准许原告浙江椰雅饮品撤回起诉，案件受理费 50 元，减半收取 25 元，由原告负担。

2、涉案商标情况

涉案商标涉及的产品为发行人椰子汁产品中的“泰式生榨椰子汁”系列产品，发行人主要椰子汁产品“蓝彩系列产品”外包装上均未使用相关图案。在收到本案起诉资料前，发行人“泰式生榨椰子汁”产品的外包装已进行了升级换代，2020 年 1 月后使用的新包装，未含有与涉案商标相同或相似的图案。报告期内，涉案包装的产品金额及占主营收入、净利润比重情况如下：

单位：万元

内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
涉案产品的收入	243.00	4,336.82	4,192.98	3,944.80
占主营收入的比重	0.41%	3.06%	3.11%	3.33%
涉案产品的净利润	41.32	791.07	598.45	257.52
占净利润的比重	0.49%	3.83%	3.72%	3.09%

报告期内，涉案产品金额占发行人主营收入、净利润的比例较低，非发行人主要产品，涉案商标亦不是该产品不可替代的商标或标识。

发行人涉及该诉讼案件的产品金额占主营收入、净利润的比例较低，该产品不是发行人的主要产品，涉案商标亦不是该产品不可替代的商标或标识。原告被授权使用的涉案商标已被国家知识产权局依法宣告无效，原告已撤诉。该诉讼事项不会对发行人的生产经营构成重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。

四、关联方的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东及实际控制人、控股子公司、以及公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员也不存在涉及刑事诉讼的情况。

公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近三年无涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况。

五、控股股东、实际控制人的重大违法行为

公司控股股东和实际控制人报告期内不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

第十二节 声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

李 兴　　杨 岗　　程 松

徐 坚　　陈浩然　　高彦祥

吴玉光

全体监事签名：

曾昭开　　庞土贵　　黄永珍

全体高级管理人员签名：

李 兴　　杨 岗　　程 松

李康荣　　杨榕华

欢乐家食品集团股份有限公司

2020 年 10 月 27 日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：广东豪兴投资有限公司（盖章）

控股股东法定代表人签名：

李 兴

实际控制人签名：

李 兴　　朱文湛　　李康荣

2020 年 10 月 27 日

三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐代表人：

李 建　　曾劲松

项目协办人：

陈双双

法定代表人：

张佑君

中信证券股份有限公司

2020年 10月 27日

保荐机构总经理声明

本人已认真阅读招股说明书的全部内容，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

总经理：

杨明辉

中信证券股份有限公司

2020年 10月27日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读招股说明书的全部内容，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

董事长：

张佑君

中信证券股份有限公司

2020年10月27日

四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师：

林 晖

陈璐新

李孔焰

律师事务所负责人：

孙卫星

福建天衡联合律师事务所

2020 年 10 月 27 日

五、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办注册会计师：

李 洋

郁贝贝

会计师事务所负责人：

徐 华

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 10 月 21 日

六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

资产评估师 刘英敏 13130020

刘英敏

资产评估师 李媛媛 11180038

李媛媛

资产评估机构负责人：

肖 力

中水致远资产评估有限公司

2020年10月27日

七、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办注册会计师：

李 洋

郁贝贝

验资机构负责人：

徐 华

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 12 月 27 日

第十三节 附件

一、备查文件

投资者可查阅与本次发行有关的所有正式文件，具体如下：

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报表及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺；

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（八）内部控制鉴证报告；

（九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅地点

1、发行人：欢乐家食品集团股份有限公司

地址：湛江市开发区人民大道中 71 号欢乐家大厦 31 层

联系人：程松、曹科明

电话：0759-2268808

传真：0759-2728990

互联网网址：http://www.gdhlj.com

电子邮箱：hljir@gdhlj.com

2、保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司

联系地址：北京市朝阳区亮马桥路 48 号中信证券大厦

联系人：李建、陈双双、方羚

电话：010-60833989

传真：010-60833955

三、查阅时间

除法定节假日以外的每日上午 9:30-11:30，下午 2:00-5:00。

四、查阅网址

深圳证券交易所网站：http://www.szse.cn