关于陕西红星美羚乳业股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复

深圳证券交易所：

根据贵所于 2020 年 7 月 13 日下发的《关于陕西红星美羚乳业股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》，西部证券股份有限公司（以下简称“西部证券”或“保荐人”）作为陕西红星美羚乳业股份有限公司（以下简称“红星美羚”或“发行人”或“公司”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐人，已会同发行人、发行人律师（北京德和衡律师事务所，以下简称“律师”或“德和衡律师”）和会计师（希格玛会计师事务所（特殊普通合伙），以下简称“会计师”或“希格玛会计师”），就审核问询函所提问题逐项进行了认真核查，做出如下说明、补充和修改。

本回复说明中的简称与《招股说明书》中的简称具有相同含义。

目　录

问询问题 1、关于经营资质与产品质量。.....2

问询问题 2、关于对经销商借款。.....17

问询问题 3、关于销售收入。.....32

问询问题 4、关于客户舍得生物。.....45

问询问题 5、关于促销和返利。.....56

问询问题 6、关于存货。.....66

问询问题 7、关于回购权的会计处理。.....73

问询问题 1、关于经营资质与产品质量。

请补充披露：（1）与经销商、原材料供应商开展合作前是否对其相关业务资质进行审核，相关内控制度是否健全有效，目前主要经销商、原材料供应商是否取得食品生产经营所必须的批准、许可等业务资质；（2）在原材料采购、食品检测、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是否健全并得到有效执行；（3）报告期内是否发生过产品质量问题、食品安全事故或消费者投诉，是否受到相关处罚或索赔，是否属于重大违法、违规行为，是否对发行人的生产经营产生重大不利影响；（4）对于食品安全突发事件，是否已经建立了有效应对机制。

请保荐人、发行人律师对上述事项进行核查，说明核查方法、过程并发表明确核查意见。

问题（1）与经销商、原材料供应商开展合作前是否对其相关业务资质进行审核，相关内控制度是否健全有效，目前主要经销商、原材料供应商是否取得食品生产经营所必须的批准、许可等业务资质；

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品及变化情况”之“（四）主要经营模式”之“4、销售模式”中补充披露如下：

在经销模式下，公司首先根据多项标准甄选经销商，包括但不限于客户管理规范程度、经营规模、资金实力以及是否拥有相关资质等；在对经销商进行甄选的基础上，公司与经销商签订书面年度销售合同，公司对经销商的销售方式主要为卖断方式预售款销售，根据主要经销商合同，无质量问题的产品，不予退换。另外，公司根据经销商订单发货，在商品已经发出并验收确认后确认收入。

公司在与经销商建立合作关系之前会要求经销商先行提供营业执照、食品经营许可证等资料，在确认该经销商为市场法律主体且具备食品经营许可的前提下才会与该经销商建立合作关系并签署销售合同。销售合同每年一签，在每年初签署新的销售合同时，公司亦要求经销商提供最新营业执照及食品经营许可证，在

确认该资质有效的前提下，公司才会与该经销商续签销售合同，如经销商未能提供的，公司则会暂停与该经销商的合作关系，待经销商提供相关资质后才会续签销售合同，因此公司与经销商相关的内控制度健全且能得到有效执行。报告期内，公司的主要经销商均为取得营业执照的市场法律主体且均具备食品经营资质。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品及变化情况”之“（四）主要经营模式”之“2、采购模式”中补充披露如下：

公司生产所用主要原材料是生鲜羊乳，其他原材料包括内外包装材料、营养素及聚葡萄糖等原辅料，以及生产用能源、饲养奶山羊所需青贮、苜蓿等饲料。

公司奶源部负责生鲜羊乳采购及管理；采供部负责除生鲜羊乳之外的其他原辅料、包装材料供应。自有养殖产业园管理人员负责采购饲养奶山羊所需青贮、苜蓿等饲料。

公司在与原料（非生鲜乳）供应商签署采购合同之前，公司会要求供应商先行提供营业执照、食品经营许可证等资料，在确认该供应商为市场法律主体且具备食品经营许可的前提下才会与该供应商签署采购合同。如该供应商未能提供相关资质，公司则会暂停向该供应商采购，另行寻找其他具有资质的供应商进行采购，因此公司与供应商相关的内控制度健全且能得到有效执行。报告期内，公司的主要原料（非生鲜乳）供应商均为取得营业执照的市场法律主体且均具备食品经营资质。

公司的外部可控非自有奶源包括合作奶站、自控养殖基地和奶山羊专业合作社，其中，公司以自身持有的生鲜乳收购许可证直接向合作奶站、自控养殖基地收购生鲜羊乳，合作奶站、自控养殖基地本身不从事生鲜乳收购业务，不需要取得生鲜乳收购许可证。奶山羊专业合作社本身从事生鲜羊乳收购业务，根据《乳品质量安全监督管理条例》与《生鲜乳生产收购管理办法》的有关规定，奶山羊专业合作社应取得生鲜乳收购许可证。公司在与奶山羊专业合作社建立合作关系之前会要求奶山羊专业合作社提供营业执照、生鲜乳收购许可证等资料，在确认该奶山羊专业合作社具备生鲜乳收购资质后，公司才会与该奶山羊专业合作社建立采购关系，同时将该奶山羊专业合作的生鲜乳收购许可证留存公司处备案，在

该资质到期时，公司会要求该奶山羊专业合作提供新的有效的生鲜乳收购许可证，在未提供之前，公司暂停向该合作社采购生鲜羊乳，因此公司与供应商相关的内控制度健全且能得到有效执行。公司报告期内合作的奶山羊专业合作社共有 16 个，该 16 个合作社均已取得生鲜乳收购许可证。

问题（2）在原材料采购、食品检测、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是否健全并得到有效执行；

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品及变化情况”之“（八）产品质量及食品安全情况”中补充披露如下：

（八）产品质量及食品安全情况

公司依据《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国食品安全法实施条例》《乳品质量安全监督管理条例》《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》《生鲜乳生产收购管理办法》《食品召回管理规定》等法律法规的规定，制定了完善的食品质量安全管理制度；同时建立了相应的组织架构，保障从原材料采购、乳制品生产、包装、储存、运输、售后服务等环节具有具体明确的管理制度和健全的组织内控体系，并能确保得到有效执行。

公司专门成立了食品质量安全小组，总经理为质量安全责任人，该小组主要负责提出食品安全管理体系的有效性和适宜性，确保按照 HACCP 体系的要求建立、实施、保持和更新食品安全管理体系，安排培训和教育，组织实施公司食品安全管理体系内部复核，督查各部门食品安全及质量控制落实情况等。同时，公司设立了质量部，全面负责公司的质量管理工作。

公司取得了陕西省市场监督管理局颁发的食品生产许可证，通过了质量管理体系 ISO9001、乳制品良好生产规范 GMP 和危害分析与关键控制点 HACCP 体系认证并严格遵守相应的管理体系。同时依据 ISO9001 质量管理体系和 HACCP 危害分析和关键控制点体系，结合公司的实际情况和国家相关标准编写了公司质量手册及相关的程序文件。相关程序文件涵盖原材料采购、乳制品生产、包装、储存、运输、售后服务等全过程，依据相关作业流程，对流程中的每个环节均规

定了明确的作业标准、控制措施和检验办法。公司每年进行内部审核，以确定质量管理体系和 HACCP 体系得到有效的实施和执行，对于内部审核中发现的问题及时采取纠正措施，并根据公司的发展不断完善和改进质量手册、HACCP 计划和其他相关文件。

1、原材料采购方面

（1）生鲜羊乳质量控制体系建设

公司主要生产原材料为生鲜羊乳，其中公司在报告期内的生鲜羊乳来源于自有养殖产业园和外部可控非自有奶源，公司针对外购原料奶和自有养殖牧场建立了科学、有效、完善的内控管理体系。

① 外购原料奶质量控制措施

标准化的供应商筛选。公司采供部根据生产原奶需求计划，考察及发掘合格原奶供应商，根据供应商的场所、收奶半径、奶羊数量、收购奶量、挤奶设备、人员、卫生状况等情况进行初选，形成供应商初选名单；公司采供部根据初选名单进行实地考察，并填写《生鲜羊乳合格供方评估表》，对有合作意向的目标供应商原奶进行取样交由品控专职人员进行全面质量检测，符合要求纳入合格供应商名单。

严格的原奶检测程序。公司分别在收购中心站及公司厂区设立把关程序，对外部奶源所收购生鲜乳进行质量常规感官检测合格后，运送至距离最近的收购中心站，由收购中心站检测工作人员对生鲜乳的感官色泽、相对密度、是否含黄曲霉毒素等若干指标按中心站检测计划检测，检测通过后利用专用制冷罐及时冷却，由公司派奶罐车运送至公司厂区，过磅称重，并经过公司厂区检测中心原奶检测室对生鲜羊乳进行纯度、污染物、农残、兽残等指标进行全项目检测确认合格后，方可进行收购、加工投入生产。

定期的供应商检查。自控养殖基地、合作奶站和奶山羊专业合作社相关设施在每班次羊挤奶后需彻底清扫干净，冲洗并消毒；奶桶、奶杯专用，用后彻底清洗和消毒；贮奶罐外部应保持清洁、干净，贮奶罐的盖子保持关闭状态；交奶后，相关工作人员及时清洗消毒贮奶罐并将罐内的水排净。由奶源部每年至少组织一

次对全部生鲜乳供应商的评审，必要时可随时对生鲜乳供应商进行评审，评估人员为熟悉奶源工作的人员，主要为片区经理和公司质量部等相关人员参加。奶站评估合格后，在《合格鲜奶供应商名册》上登记备案。

低温储存与运送。公司针对原料奶储运环节专门制定了《生鲜乳收购站食品安全管理制度》《生鲜乳收购运输管理制度》，明确要求挤出的生鲜乳应在 2 小时之内冷却到 0～4℃运输回公司经检测合格后再次进行冷却，然后储存。贮奶仓内生鲜乳温度应保持 0～7℃，原奶专运罐必须全部为不锈钢，且符合食品卫生条件。生鲜乳在贮奶仓的贮存时间不应超过 48 小时，对原奶储存罐的清洗、检查、卫生要求、原奶运送、交接等环节做了具体细致的规定，有效降低了外购原奶在储存、运输环节对原奶质量造成的影响，保证了外购原奶的卫生、新鲜、营养。

② 自有养殖产业园质量控制措施

标准化产业园建设。公司已在陕西省富平县建立标准化、规模化奶山羊养殖产业园。建设内容包括：建立完善的羊舍、道路、隔离舍、饲料存放仓库、工作人员休息及工具存放处等设施；建立现代化挤奶大厅，安装机械化挤奶、冷却、贮存等设备；购置饲料加工器械，根据奶山羊生理阶段及生长状况科学配置喂养饲料；制定严格的挤奶运输、卫生防疫、饲料管理等制度。

优质饲料供应及科学喂养。陕西地区为我国传统牧区，土地资源广阔，是各类优质牧草的主要种植基地，广大的饲料种植市场确保了公司产业园饲料供应的稳定性。根据《饲料和饲料添加剂管理条例》及《动物源性饲料产品安全卫生管理办法》要求，公司收购料草必须检验合格后方可投入饲养，并严格按照公司要求进行存放管理以控制饲料的霉烂变质。饲料按照公司规定配方比例进行混合，对奶山羊进行科学喂养。

规范化卫生防疫管理。公司严格按照国家规定要求对奶山羊进行统一防疫，对奶山羊疾病治疗严格按照国家规定要求进行用药，规范用药管理，对奶山羊建立健康档案，并制定一系列严格的奶山羊用药流程制度，促使产业园奶山羊防疫用药更加规范化、科学化。

（2）其他原辅材料的质量控制的体系建设

质量部依照 GB10765《食品安全国家标准婴儿配方食品》、GB10767《食品安全国家标准较大婴儿和幼儿配方食品》、GB19644《食品安全国家标准乳粉》、GB14880《食品安全国家标准食品营养强化剂使用标准》、GB2761《食品安全国家标准食品中真菌毒素限量》和 GB2762《食品安全国家标准食品中污染物限量》等标准，根据不同产品特性分别建立了婴幼儿原辅料质量安全标准体系和调制乳粉原辅料质量安全标准体系，并逐项制定了每种原辅料的质量安全标准。

① 抽样检验

质量部对辅料实施感官特性、理化指标、污染物与真菌毒素、微生物指标等抽样检验，并进行记录填写及归档。检验结果全部符合标准规定的产品判为合格品。检验结果中微生物指标不符合标准的，判为不合格；若其他项目不符合标准，可以加倍对不合格项进行抽样复检，并以复检结果为准。

② 包装

原辅料使用前查验其包装是否完好。直接接触产品的包装材料必须为食品级，生产直接接触产品的包装材料厂家必须要有食品相关资质及证明文件。

③ 标签

辅料标签符合 GB7718、GB28050 及相关法律法规的规定。国产产品外包装标签注明：品名、净含量、产地、厂名、生产者的地址及联系方式、生产许可证号、产品标准代号、规格、配方或者主要成分、生产日期、批号或者代号、保质期限、贮存条件等；进口产品标签有与其标识内容相对应的中文标识，标签注明：品名、净含量、产地、厂名、生产者的地址及联系方式、规格、配方或者主要成分、生产日期、批号或者代号、保质期限、贮存条件等，保证产品的到货期距产品的保质期限至少三个月。

④ 贮存

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。

⑤ 运输

原辅料运输前检查运输工具是否清洁、干燥，车船要有遮盖，避免产品雨淋受潮，暴晒变质；不与有毒性或易污染物品混装混运。

2、食品检测方面

（1）制度控制

公司结合行业法律法规制定了原材料采购、乳制品生产、包装、储存、运输、售后服务等一系列质量控制制度，确保公司食品安全及质量控制工作有章可循。公司有关食品安全及质量控制的内控制度主要有：

序号	名称	序号	名称
1	《供应商管理制度》	2	《食品安全自查管理制度》
3	《采购管理制度》	4	《食品安全及责任追究管理制度》
5	《生乳合格供方评估制度》	6	《食品安全事故处理制度》
7	《供应商年度评估标准》	8	《质量安全管理小组管理制度》
9	《废弃物管理制度》	10	《食品质量安全管理体系运行制度》
11	《奶站卫生消毒管理制度》	12	《产品追溯及批记录管理制度》
13	《生鲜乳收购站食品安全管理制度》	14	《产品电子追溯信息管理制度》
15	《生鲜乳收购运输管理制度》	16	《食品安全风险监测信息收集制度》
17	《奶站生羊乳收购质量安全标准》	18	《不合格品管理制度》
19	《生鲜乳生产收购管理制度》	20	《不安全产品召回管理制度》
21	《生鲜乳收购记录和进货查验制度》	22	《委托检验管理制度》
23	《生产管理制度》	24	《食品添加剂管理制度》
25	《生产过程管理制度》	26	《出厂检验记录管理制度》
27	《人员健康卫生管理制度》	28	《虫鼠害防治管理制度》
29	《生产车间清洁工具管理制度》	30	《标识管理制度》
31	《物料分发管理制度》	32	《进货查验管理制度》
33	《人员健康卫生管理制度》	34	《产品放行管理制度》
35	《物料进出车间管理制度》	36	《生产过程品控管理制度》
37	《物料分发管理制度》	38	《清洁消毒剂管理制度》
39	《人员进出车间管理制度》	40	《生产过程微生物监控管理制度》
41	《生产车间工作服管理制度》	42	《取样管理制度》

43	《生产事故的报告和处理管理制度》	44	《留样管理制度》
45	《物理性化学性微生物污染管控制度》	46	《生产许可保持管理制度》
47	《异物控制管理制度》	48	《关键控制点监控制度》
49	《停产复产管理制度》	50	《检测中心管理制度》
51	《车间清洁消毒管理制度》	52	《有毒有害废液及废旧化学试剂处理制度》
53	《安全生产管理制度》	54	《危险化学品事故管理制度》
55	《生产中断应急预案》	56	《有毒和易制毒试剂管理制度》
57	《不合格中间产品管理制度》	58	《成品检验管理制度》
59	《生产用水管理制度》	60	《出厂检验记录管理制度》

（2）标识质量控制

公司为规范产品标识管理，防止待检品、不合格品的误用、转序和交付，保持产品的可追溯性，制定了《标识管理制度》，规定由生产部负责生产现场物料、产品的标识及管理；仓储部负责原辅料、包装材料库、半成品库及成品库的标识管理；设备部负责公司设备、管路的标识及管理；检测中心负责对化验室仪器设备、药品试剂的标识及管理；研发部负责对研发实验室仪器设备、药品试剂的标识及管理；质量部负责对相关责任部门的执行情况进行监督与检查。在产品生产的全过程中对原料、辅料、包材、半成品、成品等进行标识并对其进行控制，避免因产品的原料、辅料、生产过程、成品、出厂检验等各环节出现混淆和误用，在有产品召回需求时，能够快速准确地完成相关工作，实现了从原辅料进厂到成品出厂的生产经营全过程的标识管理。

（3）产品追踪系统

根据《国家食品药品监督管理总局关于发布婴幼儿配方乳粉生产许可审查细则（2013 版）的公告》《国务院办公厅关于加快推进重要产品追溯及批记录体系建设的意见》《关于印发婴幼儿配方乳粉生产企业食品安全追溯信息记录规范的通知》以及《关于推动食品药品生产经营者完善追溯体系的意见》等文件的要求，公司从原料验收、生产过程的各环节至销售整个食品链实现完整有效的追溯，制定了《产品追溯及批记录管理制度》和《产品电子追溯信息管理制度》，为保证信息采集的全面性，涵盖采购、研发、生产、检验、仓储、销售等环节，为确定产品的具体信息，公司成立电子信息录入系统小组，并建立追溯平台作为公司产

品信息网站查询系统，提供公司基础信息、产品介绍（产品名称、规格、执行标准、保质期、产品外包装及生产许可信息）、产品标签（含营养标签）、配料信息、生产信息、检验报告、销售信息、产品退货信息及产品召回信息等内容，方便消费者查询。

3、生产及添加剂添加方面

为确保生产过程不受外界的污染，防止奶粉生产现场的污染、差错和混淆的发生，保障食品的质量安全，公司制定了《生产过程管理制度》《人员健康卫生管理制度》《生产车间清洁工具管理制度》《物料分发管理制度》《生产中断应急预案》《不合格中间产品管理制度》及《关键控制点监控制度》等制度。

生产过程的产品质量控制由生产部和质量部共同负责，各司其职，实现对环境及食品接触面的有效监控。生产部负责生产环境的清洁、消毒，并按工艺文件及作业指导书进行生产活动；车间操作人员负责操作规程的规范性，防止造成差错，车间主管负责对生产现场的监督检查；质量部负责生产环境的静态、动态监测验证，对各工序进行监控。公司车间生产过程中发生的各种情况均需进行详细记录，生产过程中涉及的每道工艺、每个环节、每个步骤中使用的原辅材料、添加剂以及清洗消毒过程使用的化学品均需详细记录在案，确保了产品生产按照既定工艺、既定配方有序展开，并保证了产品生产过程的可追溯性。

① 防止交叉污染

车间的布局及硬件设施符合 GB23790《食品安全国家标准粉状婴幼儿配方食品良好生产规范》。车间从原料进入到成品产出呈一条线布局，各功能区域独立分开，有效避免了工序交错、迂回而产生的交叉污染。

车间根据洁净度的要求，划分一般作业区、准清洁作业区及清洁作业区。清洁作业区安装了空气净化系统（净化能力达 10 万级且与准清洁作业区形成 10Pa 以上正压差），防止空气中的尘埃粒子及浮游菌进入清洁作业区而污染产品，每年聘请有资质的第三方对洁净度进行验证。

生产部每天对生产清洁作业区环境进行温湿度监控，根据生产清洁作业区要求及工艺特点，将温度控制在 16-25℃范围内，湿度控制在 65%Rh 以下，以减少

微生物的生长繁殖。

② 防止人员造成污染

公司严格执行《人员健康卫生管理制度》，防止由于人员身体健康情况对生产造成污染。严禁细菌性痢疾、肠伤寒、病毒性肝炎等消化道传染病（包括病源携带者）、活动性肺结核、化脓性或渗出性脱屑皮肤病及其它有碍食品卫生的疾病患者从事包装生产工作。根据《生产车间工作服管理制度》，进入生产区域的人员按照规定穿着工作服、帽、鞋，洁净区的工作人员必须带好口罩，按照生产要求进行着装和洗手消毒。

③ 防止微生物污染

质量部按照 2013 版婴幼儿配方乳粉生产许可审查细则中规定的每周按 GB/T16294 的方法检测清洁作业区空气中的沉降菌，控制在 100cfu/4h（直径为 90mm）以下，按 GB/T16293 的方法检测浮游菌，控制在 200cfu/m3 以下，表面微生物按 GB16982 采样，按 GB4789.2 计数,控制在 50cfu/皿（直径 55mm）以下。同时按 GB23790 标准附录 A 中的监控措施，确保清洁区的沙门氏菌、阪崎肠杆菌及其他致病菌得到有效监控，且监控范围延伸到进出洁净区域人员的手部、工作服、操作台面、设备表面等一切与食品直接接触的食品接触面，对不合要求的及时分析原因，制定可行的解决方案，确保不受微生物的污染。输送、装载原料、半成品、成品的设备及容器管道，其操作、使用及维护也应尽量避免对加工的食品造成污染。

④ 生产过程管理

所有设备、器具定期清洗、消毒，接触干物料的设备、器具使用前后需用干法清洁（必要时湿法清洗）。严格执行《物料分发管理制度》，生产物料由仓库安排专人发放，如生产两个品种以上的产品时，所用的包材需按标识分区存放，以免混用。在包装操作前，对即将投入使用的包装材料进行检查识别，避免包装材料的误用，并记录包装材料对应的产品名称、数量、操作人及日期等信息。

出现设备故障、停电等突发事件导致生产中断时，严格执行《生产中断应急预案》《输变电系统应急预案》及《不合格品管理制度》，杜绝不合格及不安全产

品流入下一生产环节。

严格执行《关键控制点监控制度》及各工序的作业指导书，确保每一个 CCP 点均处于受控范围。现场配料、偏离关键限值的产品均配备完整、清晰的标识，防止出现生产错误。

⑤设备质量管理

设备部负责设备的改造更新、安全使用、设备的技术选型、施工验收、建档和报废等事项，做好设备的定期检修、维修和故障排除。为加强对设备维护保养工作的管理，建立健全各项规章制度，实现产品的符合性，公司建立《设备管理制度》，根据产品实现过程的特点，对设备从选型、购置、安装、调试、验收、使用、维护保养、检修直至报废全过程进行管理，督促各有关部门和单位贯彻执行设备管理制度，并定期进行检查，全面掌握设备管理的实际水平和缺陷，以便采取相应措施，保证设备处于良好状态。

4、储存、运输、保管方面

为了使仓库洁净卫生，物料安全储存，防止因环境变化造成产品的品质和保质期受到影响，公司制定了《物料储存管理制度》，分别从仓库的分区、存储环境的卫生要求、虫鼠害的防治、物料的搬运、码放、防护等方面进行规范。

为保证产品装卸与运输过程规范化运行，公司制定了《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。由仓储部、行政部、质量部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。

因此，公司在原材料采购、食品检测、生产及添加剂添加、储存、运输、保管等生产经营各个环节已经建立了相应产品质量及食品安全的内部控制制度并能得到有效执行。

问题（3）报告期内是否发生过产品质量问题、食品安全事故或消费者投诉，是否受到相关处罚或索赔，是否属于重大违法、违规行为，是否对发行人的生产经营产生重大不利影响；

公司已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“五、近三年的违法违规情况”中补充披露如下：

报告期内，发行人未因产品质量问题、食品安全事故而受到相关处罚。

根据《渭南市市场监管投诉平台消费投诉单》，报告期内，发行人涉及的消费者投诉或索赔事项共计 9 项，其中 5 项为消费者投诉主体有误等原因而未被市场监管机构受理或未被立案或撤诉；4 项为消费者无权威举证情况下认为公司产品存在质量问题的投诉退货，总计涉及金额 9,768 元，公司从最大化保护消费者权益角度考虑，予以了退货。

除上述情况外，发行人未发生过其他产品质量问题、食品安全事故或消费者投诉、索赔的情况，上述情况不属于重大违法、违规行为，对发行人的生产经营不构成重大不利影响。

问题（4）对于食品安全突发事件，是否已经建立了有效应对机制。

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品及变化情况”之“（八）产品质量及食品安全情况”中补充披露如下：

4、食品突发事件应对机制

对于食品安全突发事件，公司已经建立了《食品安全事故处理制度》《不合格品管理制度》《客户投诉管理制度》《不安全产品召回管理制度》《先行赔偿和追偿管理制度》等应对机制，主要内容如下：

该机制按照以下情形明确发生质量、食品安全事故的应急预案

（1）内部发生质量、食品安全事故的应急措施

在生产过程中发生的突发事件，如停电或设备突然出现故障引起的质量、食品安全事故，由生产设备部负责隔离并标识受影响的产品，质量部负责评估、处置受影响的产品，执行《不合格品管理制度》。

（2）外部发生质量、食品安全事故的应急措施

当接到客户投诉发行人产品出现质量、食品安全事故时，执行《客户投诉管理制度》相关要求。

（3）产品因质量、食品安全事故被媒体曝光

当产品因质量、食品安全事故被媒体曝光时，执行危机处理流程、当产品需要召回时，执行《不安全产品召回管理制度》。

同时该制度明确了质量、食品安全事故应急救援组织机构，由公司总经理担任指挥，质量受权人任组长，质量部负责人、检测中心负责人、生产部负责人、设备部负责人、仓储部负责人、采购部负责人、销售部负责人、研发部负责人担任组员共同制定食品安全事故处置方案，定期检查各项食品安全防范措施的落实情况，及时消除事故隐患。

该制度还规定，发生食品安全事故时应当立即采取措施，防止事故扩大。应当及时向事故发生地县级人民政府、食品药品监督管理部门、卫生行政部门报告，不得对食品安全事故隐瞒、谎报、缓报，不得隐匿、伪造、毁灭有关证据，并应当立即协助质量监督等部门进行调查处理，并采取下列措施，防止或者减轻社会危害：

（1）开展应急救援工作，组织救治因食品安全事故导致人身伤害的人员；

（2）封存可能导致食品安全事故的食品及其原料并立即进行检验；对确认属于被污染的食品及其原料，立即实施召回；

（3）封存被污染的相关产品，并进行清洗消毒；

（4）做好信息发布工作，依法对食品安全事故及其处理情况进行发布，并对可能产生的危害加以解释、说明。

当发生食品安全事故时，按照以下方式对食品安全事故进行处理：

（1）建立以总经理、质量受权人为主，质量部负责人、检测中心负责人、生产设备部负责人、仓储部负责人、销售部负责人、研发部负责人组成的安全事故处置领导小组；

（2）一旦发生食品安全事故，立即按产品《不安全产品召回管理制度》召

回相关产品，专库封存，并及时报告政府有关职能部门；

（3）发生质量安全事故时发行人按《先行赔偿和追偿管理制度》立即派人前往事故地点，救助受伤人员，安慰受伤人员及其家属，承担应承担的一切费用；

（4）对召回产品进行检验，查出事故原因，即刻整改；

（5）做好与销售客户的信息沟通，做好相关信息发布工作；

（6）质量部通知仓储部、销售部，要求仓库及销售人员按照《产品召回计划》中的内容立即查找撤回产品的发货去向，实施产品召回；仓储人员对召回产品进行隔离存放并做好标识；质量部对召回产品进行评审,并填写《不合格品评审表》；

（7）制定纠正预防措施，防止类似食品安全事故再次发生；

（8）对检查出的事故的相关责任部门、责任人，做出严肃处理，情节严重的将追究其法律责任；

（9）对引起质量安全事故而召回的产品按《不合格及潜在不安全产品管理制度》在监管部门的监督下实施无害化处理；

（10）按《技术标准及工艺文件管理制度》建立和保存处置食品安全事故记录；

（11）在调查后发布《食品安全事故报告》，报告中必须详细说明造成事故的原因，对问题食品的召回情况。如有造成影响人体健康、甚至疾病及生命危险的，应体现企业与当事人的赔偿解决方案；报告中需对造成事故的产品信息详细明确的叙述，包含产品名称、规格、生产日期或批号，以及该批次的总数量；同时写明发行人对问题食品召回后的处理情况。如果因为原料、辅料造成的产品安全事故，则需在报告中公开供应商名称、原辅料名称及生产日期或批号，《食品安全事故报告》由质量部在处理完全后 3 个工作日内完成，经总经理批准后，上报监管机构及对外界进行公布。

因此，公司在原材料采购、食品检测、生产及添加剂添加、储存、运输、保管等生产经营各个环节已经建立了相应产品质量及食品安全的内部控制制度并

能得到有效执行。对于食品安全突发事件，发行人已经建立了有效的应对机制。

请保荐人、发行人律师对上述事项进行核查，说明核查方法、过程并发表明确核查意见。

【核查方法、过程】

保荐人、发行人律师执行了如下核查程序：

1、查验了发行人经销商的营业执照、食品经营许可证等资料；

2、查验了发行人及其供应商的营业执照、生鲜乳收购许可证等资料；

3、查阅了发行人的食品质量安全管理、安全事故处理相关内控制度文件；

4、对发行人部分供应商及客户进行了走访；

5、查验了富平县市场监督管理局出具的关于未因违法食品药品监督管理、质量技术监督管理、工商行政管理有关法律、法规、规章及规范性文件的规定而受到行政处罚的《证明》；

6、前往渭南市市场监管投诉平台调取了关于发行人的《渭南市市场监管投诉平台消费投诉单》。

【核查意见】

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人与经销商、原材料供应商开展合作前已对经销商、供应商的相关业务资质进行审核，相关内控制度健全有效，发行人主要经销商、原材料供应商已经取得相应业务资质许可；

2、发行人在原材料采购、食品检测、生产及添加剂添加、储存、运输、保管等生产经营各个环节已经建立了相应产品质量及食品安全的内部控制制度并能得到有效执行；

3、报告期内，发行人未因产品质量问题、食品安全事故而受到相关处罚；发行人存在被消费者投诉、索赔的情形，但该等投诉与索赔已经相关部门处理，未被认定为重大违法、违规行为，且所涉金额较小，不会对发行人的生产经营产

生重大不利影响；

4、对于食品安全突发事件，发行人已经建立了有效的应对机制。

问询问题 2、关于对经销商借款。

2018年12月末，实际控制人王宝印以个人名义向公司鲜奶供应商黄忠元等七人借款1,400万后，转借公司经销商殷书义等八人，经销商借入后用于向公司采购。请补充披露：（1）殷书义等八名经销商向黄忠元等七位供应商通过发行人相关人员账户借款的原因及合理性，是否符合正常商业逻辑，相关认定及信息披露是否真实、准确，对发行人经营业绩、税收处理的影响程度、规范措施，相关内部控制制度是否健全有效，将向经销商借款用于向公司采购所形成的收入予以确认是否符合《企业会计准则》的规定；（2）该1,400万元借款的实际资金流向，借款是否系以实际控制人王宝印个人名义借款，资金流转过程是否流经实际控制人王宝印；（3）上述经销商借款采购的货物终端销售实现情况，与其历史终端销售实现的比例、时长是否存在异常；（4）发行人向该等经销商销售价格偏高系该等订单搭赠较少的原因及合理性，在小听粉为试用状态下，溢价比例较高的原因及合理性；（5）上述借款归还的具体情况，归还方式和渠道是否存在异常；（6）结合具体业务员业绩考核制度及考核过程，披露上述销售订单未纳入销售人员业务考核的原因及具体依据，针对上述客户及订单的业绩考核标准在报告期内是否保持一贯性；（7）通过员工账户向上游包装公司借款312万元的原因及合理性，是否已经归还，是否存在通过借款名义达到采购包装物少计成本的情形；（8）报告期内，发行人向供应商付款的具体情况；分类列示各年付款对象是否为合同签订方、金额及占总采购金额比例，是否与公司存在关联关系，如果为非合同签订方，说明金额及占总采购金额比例、与非合同签订方的关系、是否与公司存在关联关系、付款的原因及合理性；公司经销商是否与前述供应商之间存在关联关系或资金往来，是否与公司及其关联方存在关联关系或资金往来；如有，披露具体资金往来的内容、金额、原因，是否存在资金回转及其合理性。

请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查，说明核查过程、核查依据并发表明确意见。

问题（1）殷书义等八名经销商向黄忠元等七位供应商通过发行人相关人员账户借款的原因及合理性，是否符合正常商业逻辑，相关认定及信息披露是否真实、准确，对发行人经营业绩、税收处理的影响程度、规范措施，相关内部控制制度是否健全有效，将向经销商借款用于向公司采购所形成的收入予以确认是否符合《企业会计准则》的规定；

回复：

（一）殷书义等八名经销商向黄忠元等七位供应商通过发行人相关人员账户借款的原因及合理性，是否符合正常商业逻辑，相关认定及信息披露是否真实、准确；

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”中补充披露如下：

（三）关于经销商借款的情况

1、殷书义等八名经销商向黄忠元等七位供应商通过发行人相关人员账户借款的原因及合理性

发行人从事快速消费品羊乳粉的生产与销售，销售环节以经销为主，经销商存在一定的变动，因此，发行人一直以来以先款后货为主，注意控制应收账款占营业收入的比例，使其能够渐次合理化增长而不致失控暴增，给公司带来坏账风险。

近年，羊奶粉市场持续向好，公司“双清零活动”持续开展并逐步完善、见效，促销、全网配置、渠道共享等手段的深入，以及厘清了合理备货与恶意囤货，打击了扰乱市场的种种不良行为，大幅降低了市场上大龄产品的数量，推动了公司品牌的提升。

在此背景下，经销商的经销信心越来越充分，从前几年的因经验弱、积累小、渠道少而普遍少备货，仅以满足当时销售所需而采购，逐渐向适度备货，较为集中采购方向发展。

2018年下半年，因为社会资金环境越来越紧张，公司管理层也开始几次讨论公司“赊销”与“现销”的互相统筹、把握，但是一直未就大规模提高赊销的范

围、规模、权限、风险防范等具体操作细节达成结果。

在这期间，经销商殷书义作为公司董事殷书斌的弟弟，从其兄处获悉了这一情况，便想要抓住机会获取大额度的赊销，赚取更大的经济利益。考虑到自己一个人势单力孤，于是联系了同为西安周边经销商本就熟悉的张少停、李扬、高攀等人，同时寻找了订货会中认识的有一定经销规模的外地的周红卫、唐小林等人，一起组团向公司以进货规模大为由要求赊销政策。

在这些人一再找公司的情况下，公司管理层虽然未同意大额度赊销，但是先答应了以后考虑，同时为了安抚他们，对其当时批次的进货多给了一些政策，搭赠优惠力度较大。2018年底，公司管理层在该等人一再请求下，通过进行居间协调的方式为其从上游生鲜乳供应商处获得了总计1,400.00万元资金支持，变相达成了他们赊销的目的。

2018年12月21日-24日，上游黄忠元等人借出1,400.00万元于殷书义等人，因居间性质，且需要归集，因此款项先行打入指定的经办账户，即公司出纳喻婷个人银行账户进行统借统还，此外，实际上产生了公司管理层担保的作用。

殷书义等人收到款项之后至2018年底，殷书义等经销商以现销方式向公司采购羊奶粉，公司同步发货，出库单、物流单、签收单等资料符合2018年收入确认标准。

黄忠元等与公司合作多年，具有出借资金合计1,400.00万元的实力，七人短期合计出借1,400.00万元对其无较大影响；殷书义等经销商实现了该部分货款赊销的目的；公司仍然现销，资金流无任何影响。

因此，原本赊销可以解决问题而由于较为谨慎从而变为现销的行为，即本质上是“赊销变现销”，不存在公司主观故意采用该行为粉饰报表的情况，原因具有合理性，符合正常商业逻辑，相关认定及信息披露真实、准确。

（二）对发行人经营业绩、税收处理的影响程度、规范措施，相关内部控制制度是否健全有效，将向经销商借款用于向公司采购所形成的收入予以确认是否符合《企业会计准则》的规定；

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主

要客户”之“（三）关于经销商借款的情况”中补充披露如下：

2、对发行人经营业绩、税收处理的影响程度、规范措施等

该事项对营业收入无影响，影响应收账款 1,400.00 万元，并因此而影响 2018 年期末货币资金、坏账准备等少数科目，具体情况如下表所示：

序号	项目	2018 年底或 2018 年度影响金额（万元）
1	货币资金	-1,400.00
2	应收账款余额	1,400.00
3	应收账款坏账准备（一年按 5%计提）	70.00
4	营业收入	无变化
5	资产减值损失	70.00
6	利润总额	-70.00

由上表可见，该事项对发行人收入成本均无影响，受增加1,400.00万元应收账款影响，同步增加坏账准备，并减少利润总额70.00万元，计提的资产减值损失-坏账准备属于企业所得税纳税调整事项，不影响当期应交企业所得税。

红星美羚管理层出具承诺：个人承诺不再发生与发行人的客户、供应商存在交易或资金往来或协助其取得资金的行为。此外，公司组织管理层及销售人员认真学习公司内部规章，强化营销人员的合规意识、明确合规责任，杜绝再次出现协助客户融资或其他类似事项的情况。

发行人制定了完善、健全的销售相关内部控制制度，报告期内执行情况良好。

公司从事销售业务的相关岗位均制订了岗位责任制，并在客户信用调查评估与销售合同审批签订；销售合同的审批、签订与办理发货；销售货款的确认、回收与相关会计记录；销售业务经办人与发票开具、管理等内部控制环节在不相容岗位相分离原则的基础上明确了各自的职责权限；公司财务部门按照收入核算相关内部控制制度进行账务处理，收入确认相关会计基础工作规范，相关内部控制健全有效。

公司制定了《合同管理制度》《销售部岗位职责权限》《客户风险信息收集与评估管理办法》《招商管理制度》《电子商务管理制度》及《内部审计制度》等与销售业务相关的内控制度，其中与收入确认相关的控制环节如下：

①合同签订：销售合同评审需经法务部评审（非公司标准合同模板）。评审通过后，根据公司的审批权限和程序安排签署。合同签署后扫描上传OA系统。

②发货管理：合同货物必须按合同指定的收货人信息发货，原则上不允许变更。合同货物发运后及时通知客户。

③客户签收管理：如由公司安排第三方物流供应商送货，经验收合格后由经销商在物流单据上签字确认，客户签字的物流单据由物流公司返回物流部；如由经销商自行安排运送货品，运送途中如有产品损毁由其自行承担，客户在自提客户签收单上签字确认。

④收入核算流程管理：财务部设收入核算岗负责收入会计核算工作，对收入相关原始凭证进行检查，并按公司的收入确认政策记录收入，复核岗负责人对其进行复核；财务部安排专人与客户定期对账。

⑤内部审计制度：公司制定了《内部审计制度》《内部审计实施细则》等内审制度，并专设内审部，定期及不定期对财务核算事项（包括收入循环）进行抽查复核。

发行人在与销售业务相关的合同签订、发货管理、客户签收管理、收入核算流程管理、内部审计制度等方面建立健全了内控制度，与收入确认相关的会计基础工作规范，制度健全有效。

殷书义等人向公司采购系其真实的内在商业需求，并非为配合公司进行财务报表粉饰；相关交易符合商品所有权上的主要风险和报酬转移等《企业会计准则》收入确认要素；其向经销商借款，并客观上形成由公司管理层担保，系三方的民事借贷法律关系，得到三方的承认及遵守，相关的经济风险或法律关系与发行人无任何关系，本质上属于其采购资金来源的问题，与其从银行或他处取得借款并无根本的实质性区别。综合上述三点，殷书义等人向经销商借款用于向公司采购所形成的收入予以确认符合《企业会计准则》的规定。

问题（2）该 1,400 万元借款的实际资金流向，借款是否系以实际控制人王宝印个人名义借款，资金流转过程是否流经实际控制人王宝印；

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（三）关于经销商借款的情况”中补充披露如下：

3、该1,400万元借款的实际资金流向的情况

该借款的实际资金流向系经殷书义等人采购后流入发行人，汇入发行人资金池进行不特定性生产经营所用，不存在流入发行人后再专门或直接流向发行人之外某个或某些特定对象的情况。

借款系以实际控制人王宝印为主的部分管理人员居间撮合协调，并通过经办人喻婷的账户进行归集、中转，因此前述人员起到了担保的作用。上游黄忠元等人均知悉是帮下游殷书义等人借款，以经销卖出的羊奶粉款为还款来源。因此，借款不是以实际控制人王宝印个人名义借款，资金流转过程未流经实际控制人王宝印本人。

现场检查组认为由于资金在管理层指定并控制的经办账户进行了归集、中转，因此视为实际控制人王宝印先借入后借出。两种理解从对结果的考察来看并无本质区别。

问题（3）上述经销商借款采购的货物终端销售实现情况，与其历史终端销售实现的比例、时长是否存在异常；

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（三）关于经销商借款的情况”中补充披露如下：

4、上述经销商借款采购的货物终端销售实现情况

上述经销商采购的货物绝大部分实现了最终的终端销售，发生退换货的合计金额为 82.39 万元（价税合计），占销售的 5.89%，略高于往年 2%-3%水平。主要是公司当年度的“双清零”活动规模、力度大于往年，“双清零”第二阶段主动统筹协调各地客户，帮助经销商尽快货品重组，实现市场存量产品特别是大龄产品尽快清零所导致的。退换货总额中的 59.33 万元为换货，换货后实现了终端销售，其余为退货。

因此，上述经销商借款采购的货物终端销售实现比例为接近 100%，与其历史情况一致。上述经销商借款采购的货物终端销售实现时长主要为 3 个月左右，即在 2019 年 3 月份完成最终销售，与其还款时间相吻合；只有两名经销商因其他事务影响中断销售，使得其尾货的最终销售完成延至 6 月底，但是中断前的终端销售量在 50%-60%以上。

整体销售时长 3 个月，与公司第一季度销售较少，经销商整体进货不多的现实相吻合；也与一二月份元旦、春节双节羊奶粉零售终端活动多、销售旺，商家一般需要提前积极准备的市场特征相符合。

综上所述，上述经销商借款采购的货物终端销售实现比例接近 100%，时长整体约 3 个月，不存在异常。

问题（4）发行人向该等经销商销售价格偏高系该等订单搭赠较少的原因及合理性，在小听粉为试用状态下，溢价比例较高的原因及合理性；

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（三）关于经销商借款的情况”中补充披露如下：

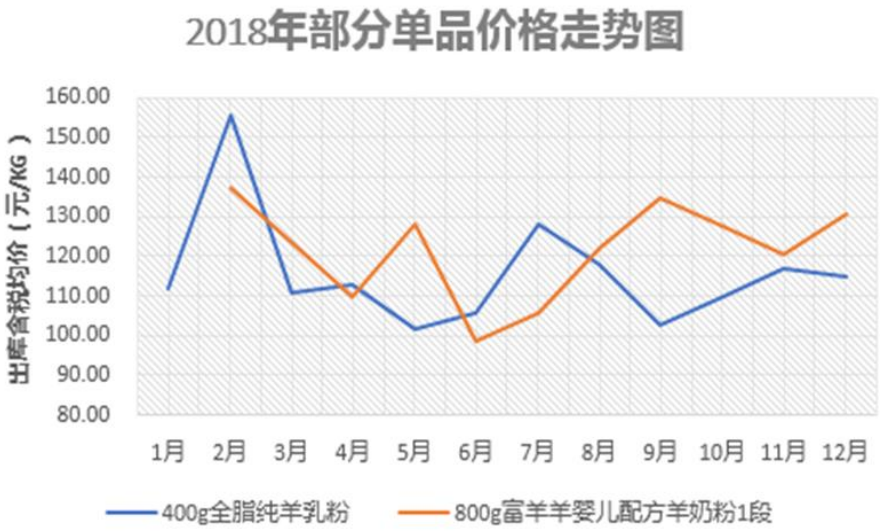
5、发行人向该等经销商销售价格偏高系该等订单搭赠较少的原因及合理性，小听粉溢价比例较高的原因及合理性

从公司角度看，经销模式下快速消费品领域一个好的价格体系总体思路为：在制定的固有产品价格目录（标示出厂价格）的基础上，加入相关规则，使之复杂化，具有空间性、操控性，使之成为管理、激励经销商的有效手段之一。

具体至红星美羚，公司产品销售有统一的定价制度、销售政策，每年统一执行，不会导致产品售价的混乱。公司具有固有产品价格目录，主要通过可控的搭送优惠政策（重要的销售政策之一）决定最终出厂销售价格。而该搭送政策则受考评、购货量、公司投入、支持倾向、战略目标等多重因素影响。

因此，公司最终的出厂价格并非一条经久不变的直线，而是一定幅度的区间，并且按时间顺序动态波动的上下起伏的曲线。

公司各具体类别产品价格在某一年各月中前高后低或前低后高的情况较为普遍。以 2018 年儿童及成人乳粉、婴幼儿配方乳粉大类中具有规模代表性的两个单品，400g 全脂纯羊乳粉与 800g 富羊羊婴儿配方羊乳粉 1 段来看，其价格走势图如下图所示：



400g全脂纯羊乳粉全年在约55%的幅度内波动；800g富羊羊婴儿配方羊乳粉1段在约40%的幅度内波动，幅度较大。

因此，若以殷书义等人某一较小时期区间中的较高点与之前或之后的较低点对比，就可能出现一定幅度的价格差简称溢价，如儿童及成人乳粉类的溢价率是21.35%、婴幼儿配方乳粉类的溢价率是36.76%。

但是一旦将时空维度同时放大，既在较长的时段，又将殷书义等人与其之外的其他客户群体的相同采购产品对比，则较高溢价情况将不复存在，该等情形对比的溢价区间是-18.14%至6.06%。

综上所述，发行人产品价格具有一定幅度内上下波动的特征，部分单品虽然溢价较高，但整体溢价率均在即有的正常波动幅度内；若能在较长的时段与他人相比，则溢价率或波动幅度明显缩小，因此，殷书义等人既有年底较高的价格，也存在之前较低的价格。

（1）发行人向该等经销商销售价格偏高系该等订单搭赠较少的原因及合理性

由于在未应允殷书义等人赊销前，公司对当时其采购的若干批次产品给予了较大搭赠优惠。当时，双方即已达成一致，若当年公司批准，提供了赊销，则当年要将之前提供的超额优惠补回。

殷书义等人取得上游借款之后，视同为取得了赊销的效果，对应的相关订单则按照事前约定没有搭赠优惠或搭赠较少，主要系为平均之前的较大搭赠优惠。

综上所述，发行人向该等经销商与借款对应的订单销售价格偏高系该等订单搭赠较少所致，具有合理性，此次搭赠较少的原因系为了平均之前的较大搭赠优惠。

（2）在小听粉为试用状态下，溢价比例较高的原因及合理性

婴幼儿小听粉的目的是终端消费者试用，终端零售层面一般全部免费。但是在公司向经销商销售环节，试用开拓市场为目的的婴幼儿小听粉分为两种途径，一是经公司批准后无偿交由经销商用于支持市场开拓；二是经销商正常购买，购买同时也进行搭送优惠。

因此，公司小听粉的销售是报告期内各年普遍现象，并非仅对上述经销商有偿。若全部无偿，公司将承担较大成本压力。殷书义等人借款对应订单中小听粉销售价税合计76.89万元，占相关订单总金额的5.49%，金额和比例均较小。

溢价率较高的原因主要是如前所述该订单的搭赠少，而作为基数对比的小听粉中有一笔规模较大的订单经批准后无偿支持市场开拓，这笔无偿的订单计入了对比基数，一正一反，导致比例较高。这笔订单是用于开拓渭南市当地市场的小听粉。由此，小听粉的计算溢价比例大幅高于其他品种。

问题（5）上述借款归还的具体情况，归还方式和渠道是否存在异常；

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（三）关于经销商借款的情况”中补充披露如下：

6、上述借款归还的具体情况，归还方式和渠道是否存在异常

2019年8月上述喻婷账户注销，该账户主要办理1400万事项。

账户注销前，殷书义等经销商陆续向喻婷账户还款总计1393万元，其中：2019年1-3月还款84%，2019年1-4月还款90%；其余尾款在账户注销前偿还完毕。尾款约7万元系借款经销商中的李扬出现统计失误误以为还清所致。而喻婷由于只是代办，非其本职工作，因此亦未认真核算，相关事由也不明就里。截至目前，尾款约7万元已经返还喻婷处。

账户注销前，喻婷账户归集回款的同时向黄忠元等人陆续还款合计1331万元，其中2019年1-3月还款额占1331万元的99%。由于公司实际控制人指示喻婷将账户中的闲置资金借给精良包装、国森彩印，先后数次借出312万元，由此产生70多万元缺口在注销前实际未归还。实际控制人由于事务繁忙，加之未亲自办理，因此误以为款项已经全部还清。2019年11月，国森彩印部分还款后，上述缺口已经全部偿还。

上述借款在喻婷账户注销前，主要通过喻婷账户进出，统借统还。2019 年 8 月份，公司董秘获知此事后，为避嫌要求喻婷将该账户注销，因此，注销后上述少量未尽尾款未通过该账户偿还，统借统还的方式及渠道具有商业合理性。

问题（6）结合具体业务员业绩考核制度及考核过程，披露上述销售订单未纳入销售人员业务考核的原因及具体依据，针对上述客户及订单的业绩考核标准在报告期内是否保持一贯性；

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（三）关于经销商借款的情况”中补充披露如下：

7、上述销售订单未纳入销售人员业务考核的原因及具体依据

公司经营羊奶粉业务多年，具有一套较为完善的销售环节业绩考核制度；同时，公司产品作为具有一定刚性需求的日常生活快消品，具有一定的粘性，存在一批稳定的客户群体。

公司规定，部分情况的销售业务不计入销售人员业务考核中，与此相关的主要规定包括：①计算销售人员绩效收入需视业务员季度乃至全年任务完成情况而定，如未完成当月、当季度任务，该部分收入不计算绩效工资；②对于老客户而

言，对接的销售业务人员仅负责订单传达、日常客户关系维护等辅助性工作，不得将该笔销售计入该销售人员业绩提成考核中。

事实上，不将老客户、成熟客户的销售收入计入对接销售人员的业务考核中具有普遍性和合理性，否则年年计入销售人员的业务考核，会严重有损公平，引发管理混乱。

上述客户均为多年的成熟客户，有的甚或是富平当地和周边客户，因此未将全部销售收入计入对接销售人员的业务考核。由于近年来公司销售收入并未大幅度显著增长，且增减变化的经销商以中小规模经销商为主，因此公司纳入销售人员业务考核的收入比例不高，以2018年为例，发行人对全部经销客户计入绩效考核的比例如下：

单位：万元

客户类型	收入/占比	2018 年 12 月	2018 年
全部经销客户	计入绩效工资的收入	1,833.96	7,802.01
	含税总收入	6,488.01	32,750.24
	计入绩效工资收入的比例	28.27%	23.82%

综上所述，上述销售订单未全部纳入销售人员业务考核的原因合理，具体依据为公司考核制度，具有逻辑性和行业惯性，针对上述客户及订单的业绩考核标准在报告期内保持一贯性。

问题（7）通过员工账户向上游包装公司借款 312 万元的原因及合理性，是否已经归还，是否存在通过借款名义达到采购包装物少计成本的情形；

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（三）关于经销商借款的情况”中补充披露如下：

8、通过员工账户向上游包装公司借款 312 万元的原因及合理性

为防备黄忠元等人用钱而借款经销商卖奶粉的还款资金不足，从而损害声誉，公司管理层以个人名义向姜峰借入250万元，姜峰直接打入喻婷上述账户。由于后续殷书义等人还款持续顺利，姜峰又未催还资金，因此公司管理层便指示喻婷

向陕西精良包装容器有限公司、运城市国森彩印有限公司提供部分周转资金借款，前后数次合计312万元。该资金并未流入红星美羚，亦未与公司向其采购等业务活动相挂钩。

精良包装、国森彩印已于2019年11月、2020年6月分次将上述借款全部归还。

陕西精良包装及其关联方西安精良包装长期向公司供应各类包装箱、包装罐等材料；国森彩印长期向公司供应各类包装外袋、卷料等材料；相关材料均用于奶粉的外包装，材料耗用量大，但附加值不高。相关材料市场价格比较透明，通过对比市场价格以及实地走访精良包装、国森彩印现场考察其供应发行人与供应其他客户的同类产品价格，两家供应商供应的材料价格公允，不存在通过借款名义达到采购包装物少计成本的情形。

问题（8）报告期内，发行人向供应商付款的具体情况；分类列示各年付款对象是否为合同签订方、金额及占总采购金额比例，是否与公司存在关联关系，如果为非合同签订方，说明金额及占总采购金额比例、与非合同签订方的关系、是否与公司存在关联关系、付款的原因及合理性；公司经销商是否与前述供应商之间存在关联关系或资金往来，是否与公司及其关联方存在关联关系或资金往来；如有，披露具体资金往来的内容、金额、原因，是否存在资金回转及其合理性。请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查，说明核查过程、核查依据并发表明确意见

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（三）关于经销商借款的情况”中补充披露如下：

9、报告期内，发行人向相关供应商付款的具体情况

（1）发行人向相关供应商付款的基本情况

报告期内，按是否为合同签订方分类，对上述供应商的付款情况如下表所示：

序	供应	对应控制的	是否与其	收款方	付款额

号	商姓名	奶山羊合作社	控制的奶山羊合作社签订供奶协议	与协议方是否一致	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	黄忠元	富平县乐羊奶山羊养殖合作社	是	否	**581.09**	1,870.00	2,446.54 [注]	564.40
2	陈文元	富平县文元奶山羊养殖合作社	是	是	**949.02**	784.39	1,147.85	676.42
3	田文鹏	富平县玉琳奶山羊养殖合作社	是	是	**45.12**	603.35	963.66	37.29
4	赵伟民	富平县伟娟奶山羊养殖合作社	是	是	**-**	20.00	650.00	-
5	权小岗	泾阳县亚萍奶山羊养殖合作社	是	是	**73.06**	1,031.37	1,442.84	-
6	皮兴利	皮兴利奶站	是	是	**44.48**	94.23	623.00	-
合计					**1,692.78**	**4,403.34**	**7,273.89**	**1,278.11**

注：2018 年发行人与富平县乐羊奶山羊养殖合作社签订的合同中另有 44.57 万元直接支付给奶农。

续上表

序号	供应商姓名	对应控制的奶山羊合作社	是否与公司存在关联关系	付款额			
				占总采购金额比例	占总采购金额比例	占总采购金额比例	占总采购金额比例
1	黄忠元	富平县乐羊奶山羊养殖合作社	否	**3.41%**	7.60%	8.27%	3.78%
2	陈文元	富平县文元奶山羊养殖合作社	否	**5.57%**	3.19%	3.88%	4.53%
3	田文鹏	富平县玉琳奶山羊养殖合作社	否	**0.26%**	2.45%	3.26%	0.25%
4	赵伟民	富平县伟娟奶山羊养殖合作社	否	**0.00%**	0.08%	2.20%	0.00%
5	权小岗	泾阳县亚萍奶山羊养殖合作社	否	**0.43%**	4.19%	4.88%	0.00%
6	皮兴利	皮兴利奶站	否	**0.26%**	0.38%	2.11%	0.00%

序号	供应商姓名	对应控制的奶山羊合作社	是否与公司存在关联关系	付款额			
				占总采购金额比例	占总采购金额比例	占总采购金额比例	占总采购金额比例
合计				**9.93%**	17.89%	24.59%	8.56%

2018 年由于采购生鲜乳金额较高，所以支付奶款的金额亦较大。

黄忠元、陈文元、田文鹏、赵伟民、权小岗、皮兴利上述六人均是奶山羊养殖专业合作社的实际控制人或养殖供奶大户，供奶合同签订方是这些专业合作社，公司付款亦是绝大部分支付至这些专业合作社账户，无论其个人还是其控制的合作社，与公司均不存在关联关系；公司向合作社付款是正常的奶款支付行为，具有频率高、金额大的特征。

另一名借款人王文龙是发行人实际控制人的朋友，与公司是非合同签订方，与公司不存在关联关系。出于简便及统一，历次的询问、答复均将王文龙纳入黄忠元体系内一并指称。

（2）公司经销商与前述供应商之间存在的关联关系或资金往来，与公司及其关联方存在的关联关系或资金往来

公司经销商与前述供应商之间无关联关系，除前述资金往来外，公司经销商与前述供应商之间无其他资金往来。

公司经销商殷书义因为其哥哥殷书斌的关系，其个人以及其控制的经销公司与发行人及其关联方存在关联关系；西安富羚商贸有限公司、西安妙味客商贸有限公司、富平县妙味客商店因公司曾任董事李钢锋而与公司存在关联关系；2016 年曾存在交易的广州欣君电子商务有限公司因王立君而与公司存在关联关系。除上述关联关系外，报告期内公司经销商与公司及其关联方不存在关联关系。

公司经销商与公司存在的资金往来为正常的交易性货款给付；除上述所述存在居间担保性质资金事项外，公司经销商与公司关联方不存在资金往来。

（3）是否存在资金回转及其合理性。

公司存在的2018年底公司管理层居间协调少数经销商从部分生鲜乳供应商处借款向发行人采购事项，不属于资金回转，具体原因如下：

①相关资金不归属发行人或发行人相关人员，也不归属于经销商，因此无资金源可以作为起始资金进行回转或循环；

②款项暂借后必须予以归还从而使回转或循环路径终断；

③交易真实发生，不存在虚构交易、虚增收入的情况，也不是发行人主观故意采用该行为粉饰报表。

因此，上述资金事项不属于资金回转或体外循环。

【核查方法、过程】

1、访谈喻婷等当事人以及上游出借方、下游借款方等；

2、查看喻婷账户资金流水情况，辨别对手方；查阅发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、出纳等的报告期内银行对账单；

3、查阅相关订单及期后退换货对应的账面记录，与出库单、应收单、物流凭证、入库单等原始凭证进行比对验证；

4、查验发行人定价体系、优惠政策，查明发行人产品出厂价格变动特点；

5、查验资金还款单据；核查发行人绩效考核管理制度；报告期奶款支付的情况，包括金额、频率、方式等；

6、查验相关经销商仓库情况，是否存在相关订单批次号的产品，是否实现终端销售；

7、核查相关订单的出库单、物流单据、签收单据等收入确认依据；

8、核查双清零活动相关依据。

【核查意见】

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、殷书义等人向黄忠元等人通过发行人相关人员账户借款事项的原因系该等人为了赊销备货，为来年一季度销售做准备，原因合理，符合正常商业逻辑，

相关认定及信息披露真实、准确。事项对发行人经营业绩、税收的影响程度较小，发行人及相关关联方已经采取有效规范措施，相关内部控制制度健全有效，所形成的收入予以确认符合《企业会计准则》的规定；

2、该借款的实际资金流向系经殷书义等人采购后流入发行人，汇入发行人资金池进行不特定性生产经营所用，不存在流入发行人后再专门或直接流向发行人之外某个或某些特定对象的情况。借款不是以实际控制人王宝印个人名义借款，资金流转过程未流经实际控制人王宝印本人，但其客观上起到了居间担保的效果；

3、上述经销商借款采购的货物终端销售实现比例接近100%，时长整体约3个月，不存在异常；

4、发行人产品出厂价格存在动态的波动，高低点之间波动幅度较大，向该等经销商销售价格偏高以及小听粉溢价比例较高的原因合理，均未脱离发行人的当年度的定价体系，发行人的定价体系是一贯并得以持续有效执行的；

5、上述借款均已归还，归还方式和渠道正常，具有商业合理性；

6、销售订单未全部纳入销售人员业务考核的原因合理，具体依据为公司考核制度，具有逻辑性和行业惯性，针对上述客户及订单的业绩考核标准在报告期内保持一贯性；

7、员工喻婷账户内部分资金借给上游包装公司周转具有合理性，资金已经归还，两家供应商供应的材料价格公允，不存在通过借款名义达到采购包装物少计成本的情形；

8、公司经销商与前述供应商之间无关联关系，除前述资金往来外，公司经销商与前述供应商之间无其他资金往来。除已披露关联关系外，公司经销商与公司及其关联方不存在关联关系；公司经销商与公司存在的资金往来为正常的交易性货款给付，除上述所述存在居间担保性质资金事项外，公司经销商与公司关联方不存在资金往来。公司存在的2018年底公司管理层居间协调少数经销商从部分生鲜乳供应商处借款向发行人采购事项，不属于资金回转或体外循环。

问询问题 3、关于销售收入。

请发行人：（1）结合报告期内存在刷单情形、平台推广费较低等情况，补充披露电商平台销售收入的真实性；（2）与报告期对标可比公司和氏乳业、佳贝艾特同类产品的终端市场价格进行对比，披露主要产品终端销售价格是否处于合理区间，报告期变动幅度及变动趋势与可比公司是否匹配；（3）结合报告期发行人对经销商的销售底价变化，以及终端销售定价变化，披露报告期经销商环节利润率是否处于持续下降状态，是否存在通过临时提高对经销商的销售底价，达到提升报告期业绩的情形；（4）2019年全脂纯羊乳粉销量大幅上升主要系向河北萌宝销量增加，请结合完达山乳业羊乳品种相关情况，披露该客户向完达山乳业销售的商业合理性，是否实现了终端销售；（5）补充披露发行人2017年收入季节性不明显，而2018年和2019年二、四季度收入占比较高且四季度收入占比逐年上升的原因及合理性，报告期发行人第三季度收入占比逐渐降低的原因及合理性，是否存在年底突击销售情形，请补充披露经销商销售收入是否也存在季节性波动，发行人产品销售的季节性特点是否符合奶粉产品作为日常消费品的商业逻辑；（6）补充披露向南宁澳丽源商贸有限公司销售金额大幅度增长的原因，南宁澳丽源商贸有限公司销售发行人产品的终端地域分布，终端销售地域分布是否与该地区消费者羊奶消费习惯相匹配。

请保荐人、申报会计师：（1）对上述事项进行核查并发表明确意见；（2）说明对各类销售模式下销售收入真实性的核查方法、核查有效性和充分性，并对收入真实性发表明确意见；（3）针对电商平台存在对账差异及刷单事项，且未进行IT审计的情况下，对电商平台业务内部控制认定为有效的原因及合理性发表意见。

问题（1）结合报告期内存在刷单情形、平台推广费较低等情况，补充披露电商平台销售收入的真实性；

回复：

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层讨论”之“十、经营成果分析”之“（二）营业收入变化趋势、构成及原因分析”之“2”中补充披露如下：

3）电商平台销售收入的真实性

……

报告期各期间，发行人发生的网络平台推广费用金额分别为 26.60 万元、67.92 万元、269.60 万元、**230.66 万元**。在平台实际发生推广行为后，根据审批后的费用报销单以及平台提供的发票，借记销售费用，贷记银行存款、其他应收款或应收账款。公司平台推广费分别占电商销售收入的 2.72%、3.33%、13.13%、**16.53%**，主要系在天猫平台中支出的各类推广费用。平台推广费用占销售费用比率较低的原因系：公司于 2017 年年中正式试水电商平台，彼时电商平台刚刚起步、销售收入也较低，且公司对于新生事物一直秉持谨慎推进的态度，故 2017 年至 2018 年投入了极少的平台推广费用。经过 2018 年一整年电商平台的运营、公司逐步体会到电商平台带来的优势后，于 2019 年开始大力发展电商平台、投入了较多的平台推广费用。但由于电商收入基数较低，平台费用投入的绝对数额亦较小。未来随着发行人产品知名度、品牌地位不断提高，公司会进一步加大对电商平台的投入。

公司自 2017 年起，为开拓广大线上消费客户群体，与国内知名电商平台合作开设直营店铺并自主运营，主要合作平台为天猫商城及京东商城。因电子商务业务竞争加剧，发行人为提升京东电商平台的网店排名及好评率、并配合相应的引流需求，2018 年 6 月进行了排名推广行为，俗称“刷单”，金额共计 300 万元。刷单相关交易金额未计入发行人收入，不会影响发行人财务真实性。发行人于2018年6月后已主动终止了刷单行为，报告期内除2018年6月的刷单行为外，发行人不存在利用其他公司、组织刷空单、刷好评的情形。

富平县市场监督管理局针对该事项出具专项说明：红星美羚的刷单行为未对网络交易市场造成重大负面影响，红星美羚的刷单不构成重大违法违规行为，不会对红星美羚进行处罚。同时富平县税务局出具专项说明：因该刷单操作并未存在实际交易，且涉及金额较小未实际出货，故不会对红星美羚征收税款及滞纳金。

报告期内，发行人电商推广费用真实合理，虽然历史上存在偶而一次的刷单行为但并未计入销售，平台销售真实，不存在虚增收入的情况。

问题（2）与报告期对标可比公司和氏乳业、佳贝艾特同类产品的终端市场价格进行对比，披露主要产品终端销售价格是否处于合理区间，报告期变动幅

度及变动趋势与可比公司是否匹配；

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（一）报告期内主要产品的情况”之“4、销售价格的总体变动情况”中补充披露如下：

2017-2019 年，和氏乳业、佳贝艾特、发行人婴幼儿配方产品的终端市场价格如下：

单位：元/800g

项目	和氏乳业			佳贝艾特			发行人		
	2017 年	**2018 年**	**2019 年**	**2017 年**	**2018 年**	**2019 年**	**2017 年**	**2018 年**	**2019 年**
低端	238	262	262	-	-	-	223	273	273
中端	266.4	278.4	278.4	309	317	317	280	318	318
高端	294	318	318	365	375	375	310	365	365

发行人婴幼儿配方乳品的终端市场价格介于和氏乳业和佳贝艾特同类的终端市场价格之间，略低于佳贝艾特、但高于和氏乳业，与其对标同档次进口产品的定位相同，处于合理区间。

报告期内，发行人于2017年12月取得了新婴幼儿配方羊乳粉配方注册证书，对原配方进行了升级，增加了新配方中各类辅料特别是脱盐乳清粉（羊基）的投入量，且中端产品添加的脱盐乳清粉（牛基）升级为脱盐乳清粉（羊基）。而其他可比公司尤其是佳贝艾特2017年底新申请的配方变化较小，故其价格变动趋势与发行人一致，虽然变动幅度较小但具有合理性。

问题（3）结合报告期发行人对经销商的销售底价变化，以及终端销售定价变化，披露报告期经销商环节利润率是否处于持续下降状态，是否存在通过临时提高对经销商的销售底价，达到提升报告期业绩的情形；

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（一）报告期内主要产品的情况”之“4、销售价格的总体变动情况”

中补充披露如下：

报告期内，2018年发行人出厂价格涨幅较大，但终端销售价格也同步传导涨价，不存在经销商中间环节利润处于持续下降的情况。发行人出厂价格有所提升是因为报告期内特别是2018年生鲜羊乳收购价格大幅上涨，不存在通过临时提高对经销商的销售底价，达到提升报告期业绩的情形。

问题（4）2019 年全脂纯羊乳粉销量大幅上升主要系向河北萌宝销量增加，请结合完达山乳业羊乳品种相关情况，披露该客户向完达山乳业销售的商业合理性，是否实现了终端销售；

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（二）发行人主要客户销售情况”之“1、前五大客户情况”中补充披露如下：

完达山乳业股份有限公司系以牛乳为主的乳制品制造、销售企业，主要产品包括奶粉、液态奶、饮料、豆制品、米麦制品及保健食品等，近年来推出了成人、婴幼儿配方奶粉等多种羊乳粉产品。河北萌宝婴童用品有限公司作为完达山乳业的经销商，主要销售前述羊奶粉产品。2019年，河北萌宝婴童用品有限公司向发行人采购大包粉后销售给完达山乳业股份有限公司，完达山乳业股份有限公司用于生产成人羊奶粉，共计采购245.00吨羊乳大包粉，与完达山羊奶粉生产、销售的体量相比较少，作为其生产羊奶粉原材料的补充，具有合理性，且已实现了终端销售。

问题（5）补充披露发行人 2017 年收入季节性不明显，而 2018 年和 2019 年二、四季度收入占比较高且四季度收入占比逐年上升的原因及合理性，报告期发行人第三季度收入占比逐渐降低的原因及合理性，是否存在年底突击销售情形，请补充披露经销商销售收入是否也存在季节性波动，发行人产品销售的季节性特点是否符合奶粉产品作为日常消费品的商业逻辑；

回复：

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层讨论”之“十、经营

成果分析”之“（二）营业收入变化趋势、构成及原因分析”之“2、主营业务收入构成分析”之“（3）主营业务收入按季节构成分析”中补充披露如下：

报告期内，发行人按月列示的销售收入金额如下：

单位：万元

季度	月份	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
第一季度	1 月	**349.90**	292.78	2,269.18	1,377.43
	2 月	**81.68**	456.48	654.48	735.31
	3 月	**2,044.25**	2,490.06	1,227.84	2,193.76
	小计	**2,475.83**	**3,239.32**	**4,151.50**	**4,306.49**
第二季度	4 月	**2,408.09**	2,004.72	3,554.47	1,972.88
	5 月	**2,614.90**	4,422.17	2,571.38	1,738.19
	6 月	**6,463.95**	5,877.25	3,536.41	2,713.67
	小计	**11,486.94**	**12,304.14**	**9,662.26**	**6,424.74**
第三季度	7 月	**1,569.98**	563.12	1,486.97	2,353.17
	8 月	**1,087.26**	1,010.06	1,740.86	2,661.87
	9 月	**2,590.50**	1,815.07	1,770.65	2,487.49
	小计	**5,247.74**	**3,388.25**	**4,998.48**	**7,502.53**
第四季度	10 月	**-**	1,939.30	2,682.09	2,316.85
	11 月	**-**	5,404.03	3,702.31	2,431.24
	12 月	**-**	7,336.13	5,927.97	3,156.36
	小计	**-**	**14,679.46**	**12,312.38**	**7,904.44**
合计		**19,210.50**	**33,611.17**	**31,124.61**	**26,138.20**

①公司生产销售的整体季节性特征

就产奶周期而言，每年的 10 月底到次年的 3 月份受关中奶山羊繁育周期特性影响，奶山羊产奶量少，甚至不产奶，为枯奶期；每年的 4 月份到 10 月份，是奶山羊的产奶期。

就发行人生产周期而言，每年 1、2 月份由于设备年度检修、保养，春节假期等影响，生产较少。

就销售习惯而言，每年四季度各种购物节较多，是传统的销售旺季；公司每年3或4月份召开年度销售订货与总结大会，整体确定经销商年度销售计划与

上年总结、考核情况。

因此，经销商每年四季度进货规模一般较大，以应对四季度销售旺季、来年春节以及年初公司生产较少等情况；每年 5、6 月份受年度订货大会召开以及当年新品大规模上市等影响，一般销售额也偏高；此外，经销商于年末 12 月份一般进货较多，除了为应对春节购物、年初公司生产较少等情况外，还存在以优良考核成绩从而向公司争取来年在代理区域、销售政策、市场扶持等方面的优惠政策。

综上所述，公司销售一般符合每年四季度，五、六月份，每年末十二月份销售偏高的情况。

②经销商备货趋势逐渐更加明显

如上表所示，发行人销售具有明显的季节性变动的趋势，其中最主要的趋势特征之一是 2017 年各月各季度之间的销售差异显著小于 2018 年、2019 年，且差异程度趋大，部分月度或季度的销售集中度越来越高，这种情况的出现原因在于：

经销商的经销信心越来越充分，从前几年的因经验弱、积累小、渠道少而普遍少备货，仅以满足当时销售所需而采购，逐渐向适度备货，较为集中采购方向发展，备货量一般以三个月左右所需为主。

合理的备货对于经销商攫取最大化利益有着重要作用：

A.有助于经销商深耕线下经销网络。经销商在原有的分销渠道基础上，通过专业销售团队向母婴店、小型商超等社区小型零售商进行推广、铺货，渠道不断下沉。在经销网络扩大的同时，保持一定的备货量以提升向下游渠道发货速度，加大对分销客户、合作客户的控制能力，拓展更多的下线，更好的进行区域渗透，因为可以随时随地向其供货，自然树立自身良好形象。

B.对于数量众多的自营、合作门店要正常柜台展示，品类要全，数量要够，否则必然影响消费者对门店的印象和信任。

C.对于线上销售而言，反应速度至关重要，若不进行合理备货，临时再购进，

必然无法满足线上销售的要求。

D.集中较大规模采购更容易向公司谈条件，争取公司的大力支持，协助其对所在区域进行培育、开发等。

③经销商备货的一般特征

经销商在某一时点的备货一般符合以下特征：

A.备货量一般为未来 3 个月左右的预期需求，备货后，未来 3 个月的采购量一般大幅减少；

B.一般选在较为有意义的时点进行备货，如年度订货大会召开后的时间，如预见公司未来生产较少或消费节庆的时点如第三季度及年底等等；

C.对下一季度预计销量进行预估并进行预先采购，与公司按照季度或年度的考核节奏相对应。

综上所述，受上述影响所致，经销商适度备货影响当年各月各季度销售波动情况带有清晰、明显的时间痕迹，一般是：经销商 12 月采购备货后，随后 3 个月采购较少，至 4 月开始重新采购，并受当年订货会召开以及当年新产品大规模上市影响，在 5-6 月份陆续大额备货。此后，又是经历 3 个月的较少采购后才继续恢复大量采购。2018 年、2019 年均具有上述趋势，且趋势越趋明显。

因此，发行人 2017 年收入季节性不明显，而 2018 年和 2019 年二、四季度收入占比较高且四季度收入占比逐年上升的特征主要是受生产销售的整体季节性特征，以及经销商逐渐加大备货行为，备货趋势渐趋明显，且备货量一般为 3 个月货量，这样双重因素影响形成的。**同时，2020 年 1-9 月也存在第二季度占比较高的特征。**

④第三季度收入占比逐渐降低的原因及合理性

因每年年底至次年初为枯奶期且节假日多，生产少的特征导致经销商一般不会在年初一季度大规模采购备货，而必然在上年年底前备好第二年年初一段时间的货品。那么待这些货消化差不多时，刚好是二季度开完订货会，天气转暖，大量当年生产的新日期产品上市，于是经销商再次较大规模进货备货。这之后，又

需要一段时间 3 个月左右的时间消化，这段时间刚好是第三季度。

而第三季度之后，第四季度是传统的消费节假日、网上购物节多的时期，经销商又需要大规模的持续进货，以应对国庆、中秋、双十一等购物季所需，并开展各项推广促销活动。

因此，发行人第三季度收入占比逐渐降低是受生产销售的整体季节性特征，以及经销商逐渐加大备货行为双重因素影响形成的，不存在年底突击销售情形。

⑤经销商销售收入的季节特点以及发行人产品销售的季节性特点符合奶粉产品作为日常消费品的商业逻辑

经销商婴幼儿羊乳粉主要通过母婴店销售，成人羊乳粉主要通过社区超市、健康保养门店、线上等渠道销售。经销商销售收入也存在季节性波动，特别是婴幼儿羊乳粉，在购物季推广促销活动多，消费者则会增加购买。成人羊乳粉作为礼品赠送的特征之一，也使其在节日销量增多。

同时购物季一般集中在一季度、四季度，如春节两节、国庆、中秋、双十一等，因此，经销商销售收入也体现出一定的季节性波动特征，特别是该种人为创造性的季节性属性，还会因人为因素而加强，致使经销商在这一时期加大进货或提前备货。

因此，奶粉产品作为日常消费品，存在受零售终端引导而购买不完全均衡的情形，由此导致了经销商销售收入也存在一定的季节性波动；而经销商在自身发展积累过程中普遍认识到适度备货能够攫取更大经济利益后，备货力度和范围逐步得到强化，同时与公司产业存在的固有整体季节性特征相结合，形成了发行人渐趋明显的季节性特征。

问题（6）补充披露向南宁澳丽源商贸有限公司销售金额大幅度增长的原因，南宁澳丽源商贸有限公司销售发行人产品的终端地域分布，终端销售地域分布是否与该地区消费者羊奶消费习惯相匹配。

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（二）发行人主要客户销售情况”之“1、前五大客户情况”中补充

披露如下：

报告期内，南宁澳丽源商贸有限公司销售金额分别为733.11万元、1,448.30万元、2,255.39万元和**855.24万元**，增长幅度较大。其销售区域主要为广西省全境，报告期内下游门店、分销商扩张迅速，从较少数量的门店扩展至2019年末的150余家合作母婴店及商超，覆盖省会城市南宁、桂林、北海、梧州、崇左、钦州以及其他各市县。近年来，由于消费升级、消费者对食品安全的重视、对营养的重视与追求以及支付能力的提升，羊奶粉受到越来越多人群的认可，产业得到快速发展。广西由于当地民众传统固有的饮食习惯，对羊奶的接受程度较高，对其带有的特色气味及口感较为认可。近5-10年间，广西羊奶专卖连锁机构如雨后春笋般出现可以侧面反映出当地对羊奶制品的需求程度。广西市场对羊奶制品具备着持续增长且大量的需求势能，经销商通过推广促销、品牌拉动等手段，扩张和深耕渠道，持续的将需求势能转化为消费动能，销售金额大幅增长的状态。**由于每年四季度各种购物节、经销商的宣传活动较多，是传统的销售旺季，因此南宁澳丽源商贸有限公司在2020年1-9月销售收入与上年全年相比尚较低。**

请保荐人、申报会计师：（1）对上述事项进行核查并发表明确意见；（2）说明对各类销售模式下销售收入真实性的核查方法、核查有效性和充分性，并对收入真实性发表明确意见；（3）针对电商平台存在对账差异及刷单事项，且未进行 IT 审计的情况下，对电商平台业务内部控制认定为有效的原因及合理性发表意见。

回复：

（1）对上述事项进行核查并发表明确意见

【核查过程、依据】

保荐人、申报会计师执行了如下核查程序：

登陆电商平台后台并导出报告期内交易明细单，与对应第三方账户资金流水，发行人账面进行比对，报告期内，除2018年度京东差异较大，其余系统收入均与账面收入基本保持一致；查阅电商收入明细情况表，抽查相关销售订单、收款记录；核对相应的出库单、物流单据、客户签收单等；查阅发行人与主要电商平台

签订的《服务协议》，登陆电商平台后台查阅营销情况，并与发行人账面记录进行比对；抽查了发行人报告期内各期店铺旺旺聊天记录；对最终销售顾客进行了随机电话访谈。

【核查意见】

保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内发行人2018年6月在京东商城旗舰店进行了刷单，共计300万元，该笔刷单并未计入收入，发行人此后亦未在出现此种情况；平台推广费较低系因发行人电商平台起步时间较晚、逐步开始投入推广费的结果所致；发行人电商平台销售真实，不存在虚增收入的情况；

2、发行人主要产品终端销售价格处于合理区间，报告期变动趋势与和氏乳业、佳贝艾特一致，变化幅度存在差异具有合理性；

3、报告期内销售定价亦随着出厂价格涨幅而有所提升，经销商环节利润率并未处于持续下降状态，发行人出厂价格有所提升是因为报告期内特别是2018年生鲜羊乳收购价格大幅上涨，不存在通过临时提高对经销商的销售底价，达到提升报告期业绩的情形；

4、河北萌宝向完达山乳业销售大包粉系用于成人羊乳粉的生产，具有商业合理性，已全部实现了终端销售；

5、发行人2017年收入季节性不明显，2018年和2019年二、四季度收入占比较高且四季度收入占比逐年上升、第三季度收入占比逐渐降低等季节性特征主要受生产销售的整体季节性特征、经销商逐渐加大备货的双重因素影响形成，具有合理性，不存在年底突击销售情形。奶粉产品作为日常消费品，存在受零售终端引导而购买不完全均衡的情形，因此存在销售季节性特点具有商业逻辑；

6、公司向南宁澳丽源商贸有限公司销售金额大幅度增长原因系其不断扩张销售渠道的必然结果，与其终端销售地区即广西省各市县的消费者消费习惯相匹配。

（2）说明对各类销售模式下销售收入真实性的核查方法、核查有效性和充分性，并对收入真实性发表明确意见；

【核查过程、依据】

报告期内，保荐人、申报会计师对销售收入进行了如下核查程序：

1、经销模式

对客户进行函证、现场走访、电话访谈等核查程序；进一步通过实地走访客户门店及仓库、查阅客户提供的进销存调查表、客户对其下游销售渠道的书面说明等手段进行穿透核查；抽查相关销售收款记录；抽取账面大额销售，核对相应的销售订单、出库单、物流单据、客户签收单等；对应收账款执行分析程序，并对比同行业应收账款周转率；查阅客户的营业执照、食品经营许可证、法定代表人身份证复印件等材料，并于全国企业信用信息公示系统比对相关信息；查阅发行人主要经销商出具的书面说明，核实其销售渠道、业务规模、与发行人购销往来的业务承继、与发行人建立合作关系的时间和背景等情况；查阅发行人控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员出具的和发行人主要直销客户、主要经销商及其控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员是否存在关联关系、交易、资金往来的书面说明；查阅发行人及其控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的关联方调查表、报告期内的银行对账单，核查其资金往来情况；

2、直销模式：

A.针对直营电商平台，抽查了发行人报告期内各期电商平台发货记录明细，与发行人的支付宝及其第三方平台资金流水明细进行核对；抽查了发行人报告期内各期店铺旺旺聊天记录；对于最终销售顾客进行了随机电话访谈；

B.针对直销客户，保荐人对其执行了实地走访、函证等程序，并实地走访其经营地；抽查相关销售收款记录；抽取账面大额销售，核对相应的销售订单、出库单、物流单据、客户签收单等；对应收账款执行分析程序，并对比同行业应收账款周转率；查阅客户的营业执照、食品经营许可证、法定代表人身份证复印件等材料，并于全国企业信用信息公示系统比对相关信息；

C.针对发行人总部工厂直营店，保荐人访谈了其相关业务人员及相关部分负

责人；实地核查了相关经营场所；抽查了相关客户的付款记录，与账面记录进行核对；

D.查阅发行人控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员出具的和发行人主要直销客户、主要经销商及其控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员是否存在关联关系、交易、资金往来的书面说明；

E.查阅发行人与主要电商平台签订的《服务协议》，登陆电商平台后台查阅营销支出情况，并与发行人账面费用支出明细、原始凭证进行比对；

F.查阅发行人与主要KA商超签订的销售合同、代销清单、订单及对应出库单等原始凭证，查阅报告期内相关客户退换货明细表、对应原始凭证，登陆主要KA商超供应商后台对往来情况进行核实。

【核查意见】

经核查，保荐人、申报会计师认为：

报告期内，对发行人销售收入的核查程序是充分、有效的，发行人各类销售模式下销售收入真实。

（3）针对电商平台存在对账差异及刷单事项，且未进行IT审计的情况下，对电商平台业务内部控制认定为有效的原因及合理性发表意见。

【核查过程、依据】

保荐人、申报会计师执行了如下核查程序：

登陆电商平台后台并导出报告期内交易明细单，与对应第三方账户资金流水，发行人账面进行比对，报告期内，除 2018 年度京东差异较大，其余系统收入均与账面收入基本保持一致；查阅电商收入明细情况表，抽查相关销售订单、收款记录；核对相应的出库单、物流单据、客户签收单等；查阅发行人与主要电商平台签订的《服务协议》，登陆电商平台后台查阅营销情况，并与发行人账面记录进行比对；抽查了发行人报告期内各期店铺旺旺聊天记录；对最终销售顾客进行了随机电话访谈。

【核查意见】

经核查，保荐人、申报会计师认为：

在执行上述程序核查并无差异、电商平台直销收入占比较小的情况下，发行人虽未进行 IT 审计，电商平台业务内部控制认定有效。

问询问题 4、关于客户舍得生物。

请补充披露：（1）2014年引入外部股东的具体经过，舍得生物成立后不久成为发行人拟接受投资入股客户的原因及合理性，舍得生物与发行人达成口头入股协议后未向发行人实际投资入股的原因；目前发行人股东中是否存在为舍得生物实际控制人代持股份情形；（2）发行人对相关款项的处理及与朱永菊之间的历次沟通情况，是否存在任何争议或纠纷，发行人是否存在股权方面的重大诉讼风险，是否构成本次发行上市的法律障碍，相关信息披露是否真实、完整；（3）自舍得生物2014年设立起，发行人向其销售数量、单价及收入的变动情况，与发行人同意其入股是否存在直接联系；舍得生物采购发行人乳粉后的终端销售情况，产品售价、返利商务政策与货款信用政策等，与其他经销商是否存在显著区别；（4）舍得生物注册资本与其采购金额、超过1,000家的分销商渠道的业务规模是否相匹配，舍得生物下游分销商的分布是否与具有羊奶粉饮用习惯的终端消费者分布相匹配；（5）请中介机构对舍得生物经营现状进行核实了解，请发行人在此基础上进一步披露前期与舍得生物大量合作以及2019年终止合作理由的合理性；（6）发行人及控股股东、实际控制人和其他关联方与舍得生物及其实际控制人是否存在除产品销售以外的异常资金往来；2015年至2018年间借款给王胜利的原因、支付方式、实际用途、归还方式和时间，王胜利是否与舍得生物历史股东系同一人。

请保荐人、申报会计师、发行人律师：（1）说明针对前述事项的核查方法、过程，并发表明确意见；（2）说明是否就相关事项与当事各方履行了访谈程序，是否依照有关规定完整执行核查程序，并发表明确核查意见。

问题（1）2014 年引入外部股东的具体经过，舍得生物成立后不久成为发行人拟接受投资入股客户的原因及合理性，舍得生物与发行人达成口头入股协议后未向发行人实际投资入股的原因；目前发行人股东中是否存在为舍得生物实

际控制人代持股份情形；

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（二）发行人主要客户销售情况”之“3、报告期内内外销前十大客户的基本情况”中补充披露如下：

①公司与舍得生物情况

2013 年，公司与无锡舍得生物科技有限公司（以下简称“舍得生物”）实际控制人及其近亲属组成的利益团体开始建立合作关系，该团体与公司对接人为汪双双。该期间内，以汪双双或其员工、亲属等人员的个人账户进行回款，公司统一挂账计入汪双双名下。无锡舍得设立之前于 2013 年以个人名义与公司合作。2014 年，汪双双成为公司第六大客户，销售金额为 838.35 万元，成为公司增长速度最快的客户。

2014 年底，发行人准备在全国中小企业股份转让系统（以下简称“新三板”）挂牌，在挂牌前期筹划准备阶段，发行人有意愿让上下游优质供应商、客户投资入股。2014 年 9 月，舍得生物成立。发行人在对公司未来业务发展规划、经营理念的契合程度、客户供应商自身经济实力及发展前景、历史合作以及未来合作预期等方面因素综合考虑后认为舍得生物实力强劲、业绩增长迅速，最终在公司董事长与舍得生物实际控制人进行了非正式私下口头商议和沟通后，双方达成初步入股意向。

2014 年 12 月 29 日，发行人前身红星有限收到舍得生物实际控制人好友朱永菊汇来的 150 万元。因朱永菊为舍得生物实际控制人好友，又曾代表舍得生物用其个人账户向发行人支付货款，且不相关第三方理应不知晓此次入股细节，故发行人误推定该笔款项系舍得生物实际控制人拟入股的款项，遂向其开具《收据》一份，收款事由一栏注明“融资（入股）”，但双方未签署书面协议。朱永菊汇款后不久，红星有限与舍得生物实际控制人商谈具体入股细节时，舍得生物实际控制人提出朱永菊汇款系个人行为，与舍得生物无关。发行人得知该情形后，认为朱永菊并非发行人上下游优质供应商或客户，发行人拟引进的对象为舍得生物，朱永菊并不能代表舍得生物，引进朱永菊成为发行人股东不符合发行人当初引进股东的初衷，因此发行人未接受朱永菊入股。

发行人对舍得生物进行了客户走访，确认舍得生物与公司不存在非经营性资金往来，不存在关联关系以及从未发生过纠纷和诉讼。因此，除采购货款的资金外，舍得生物与发行人不存在非经营性资金往来，目前发行人股东中不存在为舍得生物实际控制人代持股份的情况。

问题（2）发行人对相关款项的处理及与朱永菊之间的历次沟通情况，是否存在任何争议或纠纷，发行人是否存在股权方面的重大诉讼风险，是否构成本次发行上市的法律障碍，相关信息披露是否真实、完整；

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层讨论”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债状况分析”之“2、流动负债分析”之“（6）其他应付款”中补充披露如下：

2018 年 12 月 31 日，公司其他应付款中朱永菊余额为 150.00 万元，2019 年 12 月 31 日该笔其他应付款余额已经消除。关于朱永菊相关款项的具体情况如下：

①对相关款项的处理及与朱永菊之间的历次沟通情况

2014 年 12 月 29 日，公司前身陕西红星乳业有限公司（以下简称“红星有限”）收到朱永菊转入公司银行账户的 150 万元，公司将该款项计入其他应付款，具体账务处理情况如下：

借：银行存款　　1,500,000.00

　　贷：其他应付款-其他-朱永菊　　1,500,000.00

朱永菊代表舍得生物汇款后不久，红星有限与舍得生物实际控制人商谈具体入股细节时，舍得生物实际控制人提出朱永菊汇款系个人行为，与舍得生物无关。因朱永菊并非公司上下游优质供应商或客户，不符合公司投资入股的前提条件，公司接受其款项系错误推定。因此，红星有限及时联系朱永菊，欲退回其所汇款项。朱永菊拒绝接受原金额退款，并索要高额利息及赔偿，最高至汇款金额的五倍即750万元，但其不能提供索要金额的事实和法律依据，公司无法认可。因朱永菊声称汇款账户已注销，所以公司未尝试原路退款。虽经双方多次协商，但始终未能达成一致，故此事就此搁置。

考虑到该笔款项挂账时间较长且双方一直未能就此事项达成一致，2019 年 9 月 26 日，公司对朱永菊当初的汇款账户进行小额汇款尝试，发现账户并未注销，经确认系朱永菊有效银行账户后，公司通过富平县农村信用合作联社向朱永菊银行账户退还本金 150 万元以及自 2014 年 12 月至 2019 年 9 月的利息 465,534.00 元，二者共计 1,965,534.00 元。朱永菊收到退款后并未再转回给公司，至此，朱永菊账户与公司再无任何往来。

② 相关事项不存在股权方面的重大诉讼风险，不构成上市的法律障碍

朱永菊向红星有限汇入 150 万元后，未签署入股协议，未按照《公司法》《公司章程》履行入股程序，未履行工商登记手续，其从未成为公司股东，故朱永菊对该 150 万元享有债权，因此该纠纷不会对公司的股权清晰稳定造成重大不利影响。同时公司将该款项列为其他应付款符合《公开发行证券的公司信息披露内容与式准则第 28 号—创业板公司招股说明书》的相关要求，其信息披露真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

公司工商登记资料、历次董事会、股东（大）会决议、公司章程、红星有限整体变更为股份公司的相关文件、发行人在申请全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的申报文件、中国证券登记结算有限公司北京分公司出具的《证券持有人名册》、发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌期间的历次公告中均未发现有任何文件将朱永菊列为发行人股东。同时发行人控股股东王宝印、财务总监刘立华、董事会秘书茹怡、会计主管王永坤均认为该 150 万元为朱永菊对发行人享有的债权，且确认与朱永菊不存在股权纠纷。2019 年 9 月 26 日，公司将该笔债权和利息合计 196.55 万元支付给朱永菊，且朱永菊收到退款后未再转回至公司，相关债权事项已经消除。同时，公司控股股东王宝印关于该事项出具承诺：“如因此事项致使红星美羚向朱永菊承担赔偿责任或给红星美羚造成其他任何损失，本人将无条件全部承担”。

因此，朱永菊的 150.00 万元应认定为债务列示在其他应付款中，款项性质清晰，该纠纷不会对公司的股权清晰稳定造成重大不利影响，不存在股权方面的重大诉讼风险。公司现已将该款项退还朱永菊，朱永菊对公司享有的债权已经消除，同时公司实际控制人已作出承诺其个人承担因此造成的全部损失，因此上述

事项不构成本次发行上市的法律障碍。

③ 相关信息披露真实、完整

2019 年 6 月 17 日，公司向证监会报送创业板首次公开发行股票招股说明书（申报稿）并在其他应付款部分如实披露了公司欠付朱永菊 150 万元。

2019 年 8 月，朱永菊委托北京市隆安律师事务所上海分所分别向保荐人、审计机构、发行人律师发来《律师函》及所附收款凭证，《律师函》声称朱永菊在 2014 年公司整体变更为股份公司之前以投资入股名义向公司汇入投资款 150 万元人民币，但公司未将朱永菊列入股东名册，因此朱永菊认为与公司之间存在股权纠纷。

2019 年 9 月及 2019 年 12 月，公司更新创业板首次公开发行股票招股说明书（申报稿），对朱永菊主张股权事项进行了披露。

根据朱永菊的汇款背景，汇款凭证、资金来源以及纠纷情况，公司认为朱永菊向红星有限汇入 150 万元，未签署入股协议，未按照《公司法》《公司章程》履行入股程序，未履行工商登记手续，该笔款项应为债权，因此公司已按照招股说明书格式指引的要求进行了信息披露，信息披露真实、完整。

问题（3）自舍得生物 2014 年设立起，发行人向其销售数量、单价及收入的变动情况，与发行人同意其入股是否存在直接联系；舍得生物采购发行人乳粉后的终端销售情况，产品售价、返利商务政策与货款信用政策等，与其他经销商是否存在显著区别；

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（二）发行人主要客户销售情况”之“3、报告期内内外销前十大客户的基本情况”中补充披露如下：

②舍得生物的销售情况

发行人自 2014 年至 2019 年向舍得生物销售产品的数量、单价以及收入变动情况如下：

项目	销售单价（万元/吨）	销售数量（吨）	销售金额（万元）	销售金额变动比率
2019 年	7.30	91.98	671.28	-92.23%
2018 年	7.41	1,165.19	8,638.52	78.91%
2017 年	5.54	870.95	4,828.34	1.60%
2016 年	5.91	804.32	4,752.20	268.04%
2015 年	6.46	199.73	1,291.21	54.02%
2014 年	6.31	132.95	838.35	-

2013 年，公司与无锡舍得生物科技有限公司（以下简称“舍得生物”）实际控制人及其家族开始建立合作关系，舍得生物与公司对接人为汪双双。2014 年，汪双双成为公司第六大客户。

2014 年底，发行人准备在全国中小企业股份转让系统（以下简称“新三板”）挂牌，在挂牌前期筹划准备阶段，发行人有意愿让上下游优质供应商、客户投资入股。发行人系在对公司未来业务发展规划、经营理念的契合程度、客户供应商自身经济实力及发展前景、历史合作以及未来合作预期等方面因素综合考虑后认为舍得生物实力强劲、业绩增长迅速，故有意向让其入股。彼时汪双双销售收入已迅速增长，成为公司第六大大客户，销售金额为 838.35 万元，成为公司增长速度最快的客户。其销售收入一直稳定增长有赖于其不断拓宽的客户资源和优质的销售渠道，但是舍得生物最终并未成功入股，故其销售收入的增长与是否入股并无任何关系。

③舍得生物的终端销售情况

舍得生物的终端销售主要通过线下直营门店、加盟店以及分销商在全国范围内进行销售，以羊乳粉及羊乳类制品等食品、日用品作为主要产品，通过上述门店及分销商下游零售店终端销售给消费者，并经舍得生物确认，其所采购的发行人产品均能实现最终销售。舍得生物采购发行人乳粉后终端销售情况如下：

单位：吨

2017 年、2018 年采购数量	2017 年、2018 年销售数量	购销比
2,118.04	2,120.68	100.12%

2017-2019 年，发行人向舍得生物销售的产品价格情况如下：

项目	2019 年		2018 年		2017 年	
	舍得生物	经销渠道	舍得生物	经销渠道	舍得生物	经销渠道
儿童及成人乳粉	7.28	7.76	7.41	7.53	5.54	5.79

舍得生物主要销售儿童及成人乳粉，其产品售价略低于同期经销渠道销售均价，主要系其采购量大的缘故，与其他经销商执行的定价政策不存在区别。

报告期内，舍得生物享受的返利政策与货款信用政策等销售政策相对与发行人一般经销商相比较为优惠，主要原因为其作为发行人 2017 年、2018 年第一大客户，与发行人合作时间较长且信用情况良好，发行人基于其地位以及维护客户关系考虑，为其提供较为优惠的信用政策，具有合理性。

问题（4）舍得生物注册资本与其采购金额、超过 1,000 家的分销商渠道的业务规模是否相匹配，舍得生物下游分销商的分布是否与具有羊奶粉饮用习惯的终端消费者分布相匹配；

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（二）发行人主要客户销售情况”之“3、报告期内内外销前十大客户的基本情况”中补充披露如下：

④舍得生物业务规模、终端消费者饮用习惯的匹配性

2014 年以来与公司合作、签订合同的主体虽然为舍得生物，然而其实际控制人汪双双、汪双双配偶之父徐长城以及其家族实际控制、持股的企业多达数十家，注册资本也从数十万元至几千万元不等，涉足大健康、零售、食品生产等行业。因此虽然舍得生物注册资本较小，但支撑其进行销售的是背后业已形成商业版图和完整的商业链条，故舍得生物的采购金额以及超过 1,000 家的分销商渠道的业务规模具有合理性。

舍得生物的下游分销商主要分布在江苏、浙江、东北三省、四川等地，分布较广，分销客户均为当地在老年健康产业发展实力较强的公司。羊乳制品作为一种营养全面的食品，近年来随着宣传程度的提升被越来越多的消费者广泛接受，地域性已经非常弱化。同时，羊乳制品对于老年人消化吸收差、肌肉退化、钙质

流失严重等营养健康问题都具有很好的改善作用，作为舍得生物下游分销商的主要终端消费者，对于羊乳的接受程度较高，形成了羊乳粉饮用的习惯。

问题（5）请中介机构对舍得生物经营现状进行核实了解，请发行人在此基础上进一步披露前期与舍得生物大量合作以及 2019 年终止合作理由的合理性；

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（二）发行人主要客户销售情况”之“3、报告期内内外销前十大客户的基本情况”中补充披露如下：

⑤ 舍得生物合作以及终止合作的合理性

舍得生物虽已于 2020 年注销，但其实际控制人汪双双、汪双双配偶之父徐长城及其家族仍然从事羊乳粉生产、经营活动。

舍得生物为自 2013 年即与发行人建立合作关系的儿童及成人乳粉经销商，其主营业务为羊乳粉、老年健康产业食品及医疗器械。舍得生物在全国范围内拥有稳定的客户资源和优质的销售渠道。

基于对公司产品质量的认可，其与发行人在长期合作中逐步建立了良好、深度的战略合作关系，双方在共同开发市场，拓展销售渠道方面有所建树。在与其合作关系的不断深入的过程中，舍得生物逐步将发行人产品作为主打产品，投入了大量营销资源进行销售，对发行人采购量也逐年上升。2016 年-2018 年，随着发行人销售规模逐渐扩大，无锡舍得亦处于快速增长期，其营销网络不断扩张，并在 2018 年呈现较明显的增长趋势。

2019 年，发行人主动减少与其合作的原因具体说明如下：

A.发行人主动减少与舍得生物合作

发行人向舍得生物销售的主要产品为儿童及成人乳粉，由于舍得生物销售量较大，发行人向其提供了较为优惠的销售政策。报告期内，公司在扩大生产、销售规模的基础上优化产品结构，大力推广附加值较高的婴幼儿配方乳粉，继续加大与舍得生物的合作不符合公司的整体战略导向。为了提高发行人毛利水平，调

整产品结构，发行人主动减少了与舍得生物合作，并最终与其停止合作。

B.舍得生物获得自有生产渠道

根据公开信息，2018 年 9 月，舍得生物实际控制人汪双双之配偶的父亲徐长城投资陕西圣唐乳业有限公司，其持股比例达到 34.00%，成为圣唐乳业控股股东、实际控制人，欲由经销羊乳粉转型为产经销一体，谋求利益最大化。同年 8 月，圣唐乳业全新智能化透明工厂正式投产使用。但由于投产存在试生产期，产能需要逐渐释放、奶源的供应也需要渐进解决，此外，舍得生物与发行人合作时间较长，其下游终端消费者群体基数较大，而消费者对新品牌的接受需要较长时间的调整，在一定时间内仍需要购买发行人产品稳定其客户群，并逐步过渡，因此圣唐乳业新生产线投产后，舍得生物仍向发行人采购羊乳粉。

综上，发行人从调整产品结构，追求更大利益，同时在舍得生物成为公司行业内竞争对手，迟早不会再存在合作关系的情况下，公司于2019年初停止向其供货具有合理性。

问题（6）发行人及控股股东、实际控制人和其他关联方与舍得生物及其实际控制人是否存在除产品销售以外的异常资金往来；2015 年至 2018 年间借款给王胜利的原因、支付方式、实际用途、归还方式和时间，王胜利是否与舍得生物历史股东系同一人。

回复：

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（二）发行人主要客户销售情况”之“3、报告期内内外销前十大客户的基本情况”中补充披露如下：

⑥舍得生物历史股东王胜利与公司关系

王胜利分别于 2015 年 8 月 3 日、2016 年 6 月 23 日向发行人借款 20.00 万、100.00 万，并于 2018 年 6 月 29 日一次性归还发行人 120.00 万，借款主要用于王胜利个人资金周转，偿还其大额资金债务。

发行人及控股股东、实际控制人和其他关联方与舍得生物及其实际控制人不存在除产品销售以外的异常资金往来。舍得生物历史股东王胜利与同发行人发生

上述拆借的王胜利仅为重名，不为同一人，不存在关联关系。

请保荐人、申报会计师、发行人律师：（1）说明针对前述事项的核查方法、过程，并发表明确意见；（2）说明是否就相关事项与当事各方履行了访谈程序，是否依照有关规定完整执行核查程序，并发表明确核查意见。

（1）说明针对前述事项的核查方法、过程，并发表明确意见；

【核查过程、依据】

保荐人、申报会计师、发行人律师执行了如下核查程序：

1、查验了舍得生物的实地走访记录；

2、查验发行人与朱永菊进行沟通的相关记录；查验了朱永菊汇款后红星有限对该笔款项的记账凭证，红星有限向朱永菊出具的《收据》，发行人及其各股东出具的相关说明；查验了发行人向朱永菊退回款项的转账记录；

4、访谈了发行人控股股东王宝印、财务总监刘立华、董事会秘书茹怡、会计主管王永坤；查验发行人与朱永菊进行沟通的相关记录；

5、查验了发行人包括其前身红星有限自设立以来的全部工商登记资料；查验了发行人及其前身红星有限的公司章程；查验了与朱永菊同期汇款的其他供应商、客户的发行人记账凭证，并对有关客户进行了访谈；查验了发行人包括其前身红星有限自设立以来的历次董事会、股东（大）会会议资料；查验了发行人包括其前身红星有限自设立以的公司章程及其修订记录；

6、查验了红星有限整体变更为股份公司的相关文件；查验了发行人申请在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的申报文件，包括但不限于公开转让说明书、法律意见书及其补充法律意见书、审计报告等申报资料；

7、查验了发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌期间中国证券登记结算有限公司北京分公司出具的多份不同时点的《证券持有人名册》；

8、登录全国中小企业股份转让系统官网（http://www.neeq.com.cn）查阅了发行人在挂牌期间的历次公告；登录中国裁判文书网、法院公告网、中国执行信息公开网等网站检索查询关于发行人与朱永菊的有关信息；查阅了发行人控股股

东王宝印关于该事项出具无条件承担全部责任的承诺；查验了发行人与舍得生物的合同、订单、款项往来记录；登陆国家信用信息公示系统对舍得生物、陕西圣唐乳业有限公司信用公示信息进行查询；

9、查验了发行人与王胜利之间的款项往来记录及其身份证明文件，对王胜利及发行人有关人员进行了访谈。

【核查意见】

经核查，保荐人、申报会计师、发行人律师认为：

1、发行人股东中不存在为舍得生物实际控制人代持股份的情况；

2、除朱永菊事项外，发行人不存在股权任何争议或纠纷，不存在股权方面的重大诉讼风险该事项不构成本次发行上市的法律障碍，相关信息披露真实、完整；

3、报告期内舍得生物产品售价低于同期经销渠道销售均价，主要系其采购量大的缘故，与其他经销商执行的定价政策不存在区别；报告期内，发行人基于其地位以及维护客户关系考虑，为舍得生物提供较为优惠的返利政策与货款信用政策等销售政策，具有合理性；

4、行人与舍得生物相关业务往来真实，具有商业实质，相关收入真实、准确，发行人与舍得生物大量合作以及 2019 年终止合作具有合理性；

5、发行人及控股股东、实际控制人和其他关联方与舍得生物及其实际控制人不存在除产品销售以外的异常资金往来。王胜利与舍得生物历史股东不为同一人，不存在任何关联关系。

（2）说明是否就相关事项与当事各方履行了访谈程序，是否依照有关规定完整执行核查程序，并发表明确核查意见。

回复：

如保荐人在前面问题答复内容中的“核查过程、依据”部分所述，保荐人已就上述相关事项对发行人控股股东王宝印、财务总监刘立华、董事会秘书茹怡、会计主管王永坤及王胜利进行了访谈确认。同时，保荐人曾多次联系朱永菊要求

对其进行访谈，但由于朱永菊数次拒绝接受访谈，因此未能对其进行访谈。

保荐人、申报会计师、发行人律师认为，本所已就相关事项完整履行核查程序，尽到了审慎核查和验证义务。

问询问题 5、关于促销和返利。

发行人对经销商返利政策包括年度返利和超额临时返利，基本采用实物返利方式，返利时结转入主营业务成本，期末预提计入销售费用。申报材料显示，发行人于 2017 年应对配方乳粉注册制开展清理旧系列库存，并实施针对性返利政策，2018 年 9 月份又推出“双清零行动”。请发行人：（1）结合两次促销政策具体内容，以及 2017 年、2018 年末经销商终端销售库存情况，披露 2019 年是否存在未披露的促销专项行动；（2）补充披露报告期年度返利和临时超额返利政策的具体标准及其变化情况，报告期通过实物返利的具体情况，包括年度返利、超额返利的产品类型、数量及金额，与发行人促销标准及经销收入是否存在匹配关系；返利核算是否符合权责发生制原则；（3）补充披露 2017 年末针对性促销返利政策的具体情况；2018 年“双清零行动”是否也出台了相应针对性返利政策，两次年末促销活动情况下，期末预提经销商返利却大幅度下降的原因及合理性，是否存在实际控制人及其关联方代为承担返利的情形；2017 年后不再将返利作为主要营销手段的替代措施，相关披露是否真实、准确；（4）结合三生国健、南京伟思医疗、赛诺医疗等企业关于销售返利的处理情况，披露发行人对销售返利的会计处理是否符合《企业会计准则》规定，是否符合行业惯例。

请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查，说明核查方法、核查过程并发表明确意见。

问题（1）结合两次促销政策具体内容，以及 2017 年、2018 年末经销商终端销售库存情况，披露 2019 年是否存在未披露的促销专项行动；

回复：

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层讨论”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“1、销售费用”之“（1）广告促销费”

中补充披露如下：

①报告期内两次促销政策

发行人于 2017 年应对配方乳粉注册制开展清理旧系列库存，并实施针对性返利政策，2018 年 9 月份又推出“双清零行动”，两次促销政策具体内容如下：

A.针对性的返利政策：2017 年，发行人为应对婴幼儿配方乳粉注册制过渡期结束、清理原有旧系列婴幼儿配方乳粉库存，执行针对性返利政策以刺激经销商进行采购，经销商当期在发行人销售政策的激励下超额完成了销售任务，获取了较多返利。该等返利政策于 2017 年上半年陆续制定，该项政策一直延续，仅是在期末预提了尚未实际支付的返利，因此发行人不存在要求经销商囤货、压货以临时提升经销收入的情形。

B.双清零行动：随着红星美羚品牌价值稳步提升，为实现供销最优平衡、加快产品流通速度、缩短产品从牧场到餐桌的时间，2018 年 9 月经公司总经理办公会议研究决定，积极推进市场销售，启动“双清零活动”。双清零活动正是推动两个仓库库存合理化的目的，从经销商一端来看，更主要的是事前提示与沟通，提示其在采购时量力而为，不得为了追求利益甚至为了私下窜货而盲目囤货，从而出现大量大龄产品积压的不良事项，影响公司市场形象。否则事前不合理囤积积压了，单靠事后的促销、全网配置共享等手段难以根本性解决大龄库存，因此，从这个目的动机来看，双清零活动根本不会要求经销商压货，因为这与公司利益背道而驰，相反还会限制其压货。

双清零、快速周转、杜绝大龄存货系任何快速消费品企业追求的目标，发行人也仍然不断在推进、完善此目标和措施，力求执行到位。

2017 年、2018 年末主要经销商终端销售库存情况如下：

单位：吨

序号	客户名称	2017-2018 年采购数量	2017-2018 年销售数量	购销比
1	南宁澳丽源商贸有限公司	238.96	240.67	100.7%
2	无锡舍得生物科技有限公司	2,120.68	2,118.04	99.9%
3	赣州超挚母婴用品有限公司（西湖区金凯德婴童用品经营部）	133.25	130.01	97.6%

序号	客户名称	2017-2018 年采购数量	2017-2018 年销售数量	购销比
4	驻马店市东尚商贸有限公司郑州市金水区分公司	170.68	171.17	100.3%
5	成都未来星母婴爱康健康管理有限公司	144.88	145.05	100.1%
6	西安百善孝电子商务有限公司（西安华旗药业有限公司）	142.57	148.18	103.9%
7	无锡智和兴医药科技有限公司	207.88	207.26	99.7%
8	湖南馨叶企业咨询服务有限公司	221.17	223.70	101.1%
9	吉林市昌邑区美羚羊奶粉店	185.02	186.95	101.0%
10	临沂妈咪宝贝商贸有限公司	90.06	89.10	98.9%
11	渭南铭祈商贸有限责任公司	147.55	148.58	100.7%
12	陕西爱贝睿商贸有限公司（西安市新城区美羚羊奶粉经销部）	171.98	178.61	103.9%
合计		**3,974.69**	**3,987.33**	**-**

由上述内容可见，发行人两次促销活动均为在当时的市场环境、政策环境（乳粉新政过渡期结束）下进行的促销活动，且根据发行人主要经销商提供的进销存调查表，以及对发行人经销商及其门店、库房进行的实地走访情况，发行人不存在变相于期末向经销商压货的情况，经销商产品均能实现最终销售。

综上，发行人两次促销行为不属于强制要求经销商囤货、压货以临时提升经销收入的情形；返利和双清零属于正常行为，2019 年不存在未予披露的两种之外的促销专项行动。

问题（2）补充披露报告期年度返利和临时超额返利政策的具体标准及其变化情况，报告期通过实物返利的具体情况，包括年度返利、超额返利的产品类型、数量及金额，与发行人促销标准及经销收入是否存在匹配关系；返利核算是否符合权责发生制原则；

回复：

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层讨论”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“1、销售费用”之“（1）广告促销费”中补充披露如下：

②报告期内公司返利情况如下

报告期内，发行人对经销商的返利政策主要系以年度销售合同为依据的合同返利以及因公司阶段性或临时性销售政策而形成的超额返利。

A.年度返利和临时超额返利政策的具体标准及其变化情况

对于年度返利，公司每年年初与经销商签订年度销售合同，约定经销商可以按照部分产品各季度及全年销售任务的实际完成情况，获得一定比例的返利，其中第四季度及全年返利于次年由公司以实物的形式发放，并于年末进行预提。因此年度返利的具体标准由公司与经销商于年度销售合同等文件中确定。对于超额返利，超额返利主要系依据公司临时性政策以及经销商的下单、回款等情况对经销商的激励政策，包括淡季促销返利、客户回款返利等，该类返利具有临时性的特点，并未于年度销售合同中进行明确约定，一般由公司销售业务人员与客户进行协商，公司以签呈形式履行内部审批流程后进行返利。

上述返利中，年度返利的具体标准主要取决于经销商销售区域及产品、上年销售情况、销售任务完成情况、促销活动配合度等因素，经发行人与经销商协商一致后确定；超额返利的具体标准主要包括公司促销活动主题、范围及客户销售、回款情况等，由公司销售业务人员与客户进行协商，公司以签呈形式履行内部审批流程后进行。上述情况报告期内未变化。

B.通过实物返利的具体情况，包括年度返利、超额返利的产品类型、数量及金额

a.年度返利的产品类型、数量及金额

年度返利即合同预提返利，次年由公司以实物的形式发放，具体产品系该经销商销售的婴配粉及成人粉，2017-2019 年金额分别为 1,276.04 万元、79.22 万元和 24.06 万元。产品类型、数量及金额如下：

单位：万元、吨

项目	2017 年		2018 年		2019 年	
	金额	数量	金额	数量	金额	数量
婴配粉	994.31	217.75	68.88	9.43	21.64	2.90
成人粉	281.73	65.80	10.34	1.73	2.42	0.38
合计	**1,276.04**	**283.55**	**79.22**	**11.16**	**24.06**	**3.28**

注：2020 年 1-9 月发行人年度返利为 0.00 万元。

b.超额返利的产品类型、数量及金额

超额返利包括现金返利及实物返利。实物返利即公司超额单独搭赠相应的产品，报告期内的金额分别如下：

单位：万元、吨

项目	2017 年		2018 年		2019 年		2020 年 1-9 月	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
成人粉	16.96	77.19	7.53	43.94	0.05	0.31	-	-
婴配粉	52.56	237.92	7.46	45.93	12.33	95.50	**7.15**	**43.02**
总计	**69.52**	**315.11**	**14.98**	**89.87**	**12.37**	**95.81**	**7.15**	**43.02**

注：上述金额系按照结转的成本进行核算。

报告期内，发行人存在少量部分现金返利费用支持，费用支持系直接通过签呈逐层审批核销应收账款，报告期内金额分别为 289.31 万元、40.58 万元、5.06 万元**和 1.97 万元**。

C.与发行人促销标准及经销收入是否存在匹配关系

2017 年后不再将返利作为主要营销手段系因为：2018 年以来发行人所处市场竞争趋于激烈，由于市场不确定性较高，婴幼儿配方乳粉经销商于 2018 年上半年对于下游市场环境较为谨慎并采取暂时观望态度。基于上述情况，公司管理层结合当期较为低迷的市场环境，在保证原有营销力度不会大幅下降的情况下，适当控制广告费用的投放规模，主要通过提高搭赠力度的方式代替广告宣传手段以扩大业务规模。

故上述返利的实际执行与发行人的促销标准一致，而返利金额并未随着经销收入增长而上升具有合理性。

D.返利核算是否符合权责发生制原则；

a.合同返利（即期后返利）的会计处理

由于在报告期资产负债表日，部分经销商返利金额尚未兑付，但对发行人来说已经构成一项未来的负债，按权责发生制原则，发行人在期末计提相应的销售费用和负债。在每个报告期末，预提促销费用的会计处理方式为：

借：销售费用

贷：预提费用

并于次年实际支付返利时进行如下会计处理：

借：预提费用

贷：库存商品

b.超额返利的会计处理

超额返利包括现金返利及实物返利。实物返利即公司超额单独搭赠相应的产品，会计处理方式如下：

借：主营业务成本

贷：库存商品

2016 年公司存在少量部分现金返利费用支持，费用支持系直接通过签呈逐层审批核销应收账款，会计处理方式如下：

正常销售给经销商时：

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）

当经销商达到返利条件时，核销应收账款：

借：销售费用

贷：应收账款

综上，发行人返利符合权责发生制原则。

问题（3）补充披露 2017 年末针对性促销返利政策的具体情况；2018 年“双清零行动”是否也出台了相应针对性返利政策，两次年末促销活动情况下，期末预提经销商返利却大幅度下降的原因及合理性，是否存在实际控制人及其关

联方代为承担返利的情形；2017 年后不再将返利作为主要营销手段的替代措施，相关披露是否真实、准确；

回复：

1、说明 2017 年末针对性促销返利政策的具体情况；

该等返利政策于 2017 年上半年陆续制定，该项政策一直延续，不存在要求经销商囤货、压货以临时提升经销收入的情形；另一方面，经销商在明知注册制已经推出、新产品即将面世的情况下，更不可能进行囤货。具体情况详见上述问题（2）。

2、2018 年“双清零行动”是否也出台了相应针对性返利政策，两次年末促销活动情况下，期末预提经销商返利却大幅度下降的原因及合理性，是否存在实际控制人及其关联方代为承担返利的情形；2017 年后不再将返利作为主要营销手段的替代措施，相关披露是否真实、准确；

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层讨论”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“1、销售费用”之“（1）广告促销费”中补充披露如下：

③2018 年“双清零行动”中的促销政策以及期末预提经销商返利却大幅度下降的原因及合理性

2018 年发行人开展“双清零行动”，对经销商在活动过程中的具体支持措施包括品牌推广（媒体平台广告投放、新媒体宣传、母婴平台宣传等），促销（产品买赠、组织热卖会、积分换礼、在产品中投放奖卡刺激消费等），对促销员进行培训，线上、线下宣传，事件营销策划等等。其中促销手段中包括产品买赠，即在经销商从公司进货时，公司按一定比例向经销商随货提供产品搭赠，其会计处理方式为借记主营业务成本，贷记库存商品。除此以外，并未制订相应针对性返利政策。

期末预提经销商返利形成原因主要为与经销商于年度销售合同中约定的返利条款等，因此相关促销活动与期末预提经销商返利大幅度下降关联性较小，存在合理性，亦不存在实际控制人及其关联方代为承担返利的情形。

2018 年以来发行人所处市场竞争趋于激烈，由于市场不确定性较高，婴幼儿配方乳粉经销商于 2018 年上半年对于下游市场环境较为谨慎并采取暂时观望态度。基于上述情况，公司管理层结合当期较为低迷的市场环境，在保证原有营销力度不会大幅下降的情况下，适当控制广告费用的投放规模，主要通过提高搭赠力度的方式代替广告宣传手段以扩大业务规模。2017 年以后不再将返利作为主要营销手段的披露真实、准确。

问题（4）结合三生国健、南京伟思医疗、赛诺医疗等企业关于销售返利的处理情况，披露发行人对销售返利的会计处理是否符合《企业会计准则》规定，是否符合行业惯例。请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查，说明核查方法、核查过程并发表明确意见。

回复：

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层讨论”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“1、销售费用”之“（1）广告促销费”中补充披露如下：

④与同行业公司返利会计处理的对比

三生国健、南京伟思医疗、赛诺医疗的返利处理情况具体如下：

公司名称	返利内容	处理方式
三生国健	报告期内公司销售返利政策主要为给予经销商的渠道奖励，按照约定返利价格提供每支产品一定金额的票面折扣。每季度末根据与客户达成的销售返利条款，发行人对该客户的销售完成情况进行核对，按协议约定计算返利金额。	在计提返利时，会计处理为按照返利金额相应冲减营业收入合并计提其他应付款，借记营业收入，贷记其他应付款。
赛诺医疗	现金折让及产品赠与	各报告期期末，公司根据统计的销售返利情况计算尚未结算的返利金额，现金折让方式冲减营业收入，产品赠与方式增加营业成本。
南京伟思医疗	冲抵货款：给予经销商一定金额的销售返利，用于抵减经销商以后采购产品的货款。	报告期内，公司根据销售返利政策计提销售返利，冲减当期销售收入，会计分录为：借：主营业务收入，贷：递延收益；经销商实际使用返利，确认销售收入时，借：递延收益，贷：主营业务收

		入。

三生国健、赛诺医疗、南京伟思医疗返利主要为现金折让或冲抵货款方式，采取了冲减收入的处理。发行人返利以实物返利为主，为区分不同的返利形式，合同返利方式下，未确认收入亦未进行后期冲减，会计处理具体为：借记销售费用，贷记预提费用，对报表净利润的影响结果与上述可比公司返利处理结果一致。

超额单独搭赠的方式下与赛诺医疗产品赠与返利的会计处理一致。

同时保荐人查询了大理药业招股说明书，与发行人返利形式和会计处理式一致，均为实物返利，对于返利情况处理如下：各期末发行人根据各代理商的实际销售任务完成情况，按照签订协议中的返利政策计算当年应给予的销售奖励，并以实物的形式给予返还。发行人按照代理商实际完成的销售金额计算当年的实物返利数量，成本计入当期应付未付的销售费用。具体会计处理如下：

借：销售费用-促销费

　　贷：其他应付款

在次年逐步向代理商进行实物发货，并冲减已计提的应付未付费用。

借：其他应付款

　　贷：应交税费-销项税

　　存货

综上，三生国建、赛诺医疗、南京伟思医疗返利主要为现金折让或冲抵货款方式，采取了冲减收入的处理。发行人返利以合同返利（即期后返利）为主，会计处理为借记销售费用，贷记预提费用，对报表净利润的影响结果与前述可比公司返利处理结果一致。同时，发行人与大理药业同为合同返利，会计处理一致。

请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查，说明核查方法、核查过程并发表明确意见。

【核查过程】

保荐人、发行人会计师执行了如下核查程序：

1、查阅发行人报告期内销售费用明细表、销售收入明细表及审计报告中相应内容；

2、查阅发行人经销商的年度销售合同，对返利相关条款进行关注；

3、对发行人经销商进行实地走访，对相关情况进行了解；

4、查阅发行人签呈台账及返利计算表；

5、抽查实物返利的出库情况，查阅相关账面记载及原始凭证；

6、查阅相关会计准则，对发行人返利会计处理的合理性、谨慎性进行验证；

7、进一步通过实地走访客户门店及仓库、查阅客户提供的进销存调查表、客户对其下游销售渠道的书面说明等手段进行穿透核查；

8、查阅了“双清零”活动的有关文件并访谈发行人销售负责人，确认营销事项真实存在且按原规划开展；

9、对“双清零”涉及相关经销商进行访谈。

【核查意见】

1、发行人针对性的返利政策以及“双清零活动”不属于强制要求经销商囤货、压货以临时提升经销收入的情形；返利和双清零属于正常行为，2019 年不存在未予披露的两种之外的促销专项行动；

2、发行人返利的实际执行与其促销标准一致，返利金额并未随着经销收入增长而上升具有合理性；返利核算符合权责发生制原则；

3、2018 年“双清零行动”促销手段中包括产品买赠，但并未出台相应针对性返利政策；期末预提经销商返利形成原因主要为与经销商于年度销售合同中约定的返利条款等，因此相关促销活动与期末预提经销商返利大幅度下降关联性较小，存在合理性，亦不存在实际控制人及其关联方代为承担返利的情形；2017 年以后不再将返利作为主要营销手段的披露真实、准确；

4、三生国建、赛诺医疗、南京伟思医疗返利主要为现金折让或冲抵货款方式，采取了冲减收入的处理。发行人返利以合同返利（即期后返利）为主，与大

理药业同为实物返利，会计处理一致，对报表净利润的影响结果与上述前述公司返利处理结果一致。

问询问题 6、关于存货。

请发行人：（1）结合基粉和乳粉的保质期、基粉的期初量、当期转出量、期末存量、期末存量占报告期销售量的比例、期末余额占营业成本比例、同行业可比公司情况，以及行业相关产品质保规范等，补充披露期末存货大幅增长，特别是半成品大幅增长的原因及合理性，是否与同行业可比公司一致；（2）列示披露报告期各期末存货各明细类别的库龄情况，结合存货减值测试过程，分析说明存货减值计提是否充分，特别是在2018年羊奶收购价格较高情况下形成的原材料、半成品在2019年末减值准备计提是否充分；（3）补充披露奶山羊断奶的具体情况，其对发行人原材料采购及存货的具体影响。

请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查，说明核查方法、核查过程并发表明确意见。

问题（1）结合基粉和乳粉的保质期、基粉的期初量、当期转出量、期末存量、期末存量占报告期销售量的比例、期末余额占营业成本比例、同行业可比公司情况，以及行业相关产品质保规范等，补充披露期末存货大幅增长，特别是半成品大幅增长的原因及合理性，是否与同行业可比公司一致；

回复：

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层讨论”之“十一、资产质量分析”之“（一）资产状况分析”之“2、流动资产分析”之“（5）存货”中补充披露如下：

①存货大幅增长的原因及合理性

公司存货中半成品、库存商品占比较高。2018 年末存货余额较 2017 年末余额增加 7,645.36 万元，同比增幅 143.73%，其中，半成品余额增加 8,231.12 万元。公司半成品（基粉）保质期为 18 个月，行业内通过高温高湿、加速试验等长期试验证明，充氮包装食品在 24 个月内均检测合格，因此半成品加工成产成品后保质期为 18 至 24 个月。

报告期内，发行人半成品（基粉）相关数据如下表所示：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初基粉数量（吨）	**2,552.79**	1,580.08	464.74	994.84
当期基粉入库（吨）	**3,415.45**	5,085.85	5,063.82	3,792.42
当期基粉出库（吨）	**2,320.97**	4,113.14	3,948.47	4,322.53
期末基粉数量（吨）	**3,647.27**	2,552.79	1,580.08	464.73
期末基粉金额（万元）	**20,229.90**	14,957.58	10,487.37	2,256.25
期末存量/报告期销售量	**1.96**	0.76	0.47	0.12
期末金额/报告期营业成本	**1.84**	0.71	0.50	0.16

2018 年末，公司半成品大幅增加的原因是生鲜羊乳的采购增加，系因当地生鲜羊乳市场价格出现了突然地、猛烈地上涨，公司判断，该种上涨是当地奶山羊产业快速发展过程中的短期价格波动，不具有长期性；但是公司为帮助奶农脱贫致富必须跟进，否则会失掉人心、造成上游供应商流失，不利于自身长远发展。因此公司大幅采购生鲜羊乳，致使半成品增加，具有合理性，具体情况为：①生鲜羊乳一经收购后必须在较短时间内加工成易于储存的各类乳粉基粉，因此公司原材料生鲜羊乳未大幅增长，而半成品余额增长较多。②2018 年原辅料价格大幅上涨，生鲜羊乳平均采购价格较 2017 年上涨约 69.87%，辅料采购价格较 2017 年上涨约 16.53%。③2018 年生鲜羊乳采购量大幅增长，全年采购较上年增加 8,978.50 吨，增长幅度约 46.14%，外购奶款结算金额较 2017 年增加约 14,039.76 万元，考虑自产生鲜羊乳后，2018 年公司生鲜羊乳整体采购量较 2017 年增加 9,066.02 吨，增长幅度约 46.50%。

……

后于 2019 年，生鲜羊乳市场采购价格在去年最高达 9-10 元/公斤的高位一路崩溃式下跌，最低下探至 4 元以下，降至了奶农盈亏平衡线以下，奶农生计顿时陷入困难。因此，为保证奶源收购的良性循环、稳定奶农，公司经营层、公司党委一致决定提高至合理价格进行采购，帮奶农度过难关，因此，2019 年公司生鲜羊乳仍然保持较高的平均收购价格为 6.5 元/公斤，2019 年底半成品金额突破 1.50 亿元。

2020 年 9 月末较 2019 年末存货进一步增加，主要系以下原因所致：为防止

疫情造成的断供公司提前采购了进口辅料致使原材料较 2019 年末增加；其次每年 10 月底到次年 3 月份受气候影响，奶山羊产奶量少、甚至不产奶，为保证在此阶段正常生产销售，公司通常会在 9 月底存有较多的半成品存货，其中 2019 年 9 月末与 2020 年 9 月同样较全年保持了较高的存货规模；同时，每年第四季度均为公司的销售高峰，因此发行人保持了较高的存货规模。

同行业可比公司存货中半成品较少的原因系：①三元股份、新乳业、伊利股份均系主要以液体乳为主，由于液体乳保质期较短的影响，其存货中半成品较少。②2018 年陕西尤其富平生鲜羊乳价格大幅上涨，然而其他可比公司的羊乳奶源并不受到前述情况的影响，澳优乳业采购的生鲜羊乳来源于国外，更未受到生鲜羊乳价格上涨的影响。

因此，发行人期末存货大幅增长虽与可比公司存在差异但具有合理性。

问题（2）列示披露报告期各期末存货各明细类别的库龄情况，结合存货减值测试过程，分析说明存货减值计提是否充分，特别是在 2018 年羊奶收购价格较高情况下形成的原材料、半成品在 2019 年末减值准备计提是否充分；

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层讨论”之“十一、资产质量分析”之“（一）资产状况分析”之“2、流动资产分析”之“（5）存货”中补充披露如下：

②存货减值测试

报告期各期末，公司库存商品库龄均在一年以内，详细库龄情况如下表所示：

单位：吨

库龄	半成品						产成品			
	儿童及成人乳粉基粉		全脂纯羊乳粉大包粉		婴幼儿配方乳粉基粉		儿童及成人乳粉		婴幼儿配方乳粉	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
2020 年 9 月 30 日										
0-89 天	276.35	48.51%	469.03	21.43%	880.60	99.01%	96.12	50.14%	43.20	61.88%
90-179 天	86.30	15.15%	750.00	34.27%	8.00	0.90%	56.63	29.54%	26.61	38.12%
180-269 天	37.28	6.54%	47.05	2.15%	0.04	0.00%	30.82	16.08%	0.00	0.01%
270 天以上	169.72	29.79%	922.14	42.14%	0.77	0.09%	8.14	4.25%	0.00	0.00%

库龄	半成品						产成品			
	儿童及成人乳粉基粉		全脂纯羊乳粉大包粉		婴幼儿配方乳粉基粉		儿童及成人乳粉		婴幼儿配方乳粉	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
合计	569.65	100.00%	2,188.22	100.00%	889.40	100.00%	191.71	100.00%	69.81	100.00%
2019 年 12 月 31 日										
0-89 天	341.17	87.14%	22.97	1.37%	214.27	44.10%	120.80	92.97%	15.16	68.71%
90-179 天	28.45	7.27%	878.47	52.43%	256.32	52.75%	3.80	2.93%	2.56	11.61%
180-269 天	11.45	2.92%	773.94	46.20%	15.31	3.15%	2.13	1.64%	1.54	6.97%
270 天以上	10.45	2.67%	-	-	-	-	3.20	2.46%	2.80	12.71%
合计	**391.53**	**100.00%**	**1,675.38**	**100.00%**	**485.89**	**100.00%**	**129.93**	**100.00%**	**22.06**	**100.00%**
2018 年 12 月 31 日										
0-89 天	382.71	92.72%	-	-	231.50	63.74%	149.13	88.48%	29.01	96.59%
90-179 天	5.67	1.37%	804.15	100.00%	131.68	36.26%	-	-	0.49	1.63%
180-269 天	17.64	4.27%	-	-	-	-	4.15	2.46%	0.00	0.01%
270 天以上	6.73	1.63%	-	-	-	-	15.27	9.06%	0.53	1.77%
合计	**412.75**	**100.00%**	**804.15**	**100.00%**	**363.18**	**100.00%**	**168.56**	**100.00%**	**30.04**	**100.00%**
2017 年 12 月 31 日										
0-89 天	134.31	91.36%	1.83	0.94%	115.27	92.91%	305.80	92.89%	74.00	85.75%
90-179 天	8.70	5.92%	143.10	73.89%	1.64	1.32%	3.75	1.14%	4.08	4.73%
180-269 天	0.33	0.22%	48.73	25.17%	7.15	5.76%	-	-	7.11	8.24%
270 天以上	3.68	2.50%	-	-	-	-	19.65	5.97%	1.11	1.28%
合计	**147.01**	**100.00%**	**193.66**	**100.00%**	**124.06**	**100.00%**	**329.20**	**100.00%**	**86.30**	**100.00%**

公司存货周转情况良好，经测试，公司未计提存货跌价准备。公司存货库龄情况良好，原材料中的生鲜羊乳收购后当日即加工成全脂纯大包粉，因此不存在长期保存的情况；半成品保质期为 18 个月；半成品加工成产成品后保质期为 18 至 24 个月。

2018 年，在生鲜羊乳采购价格上升的背景下，公司对产品销售价格进行了不同幅度的调增，由于产品基本供需关系与竞争格局未发生明显变化，因此预计存货可变现净值不低于账面价值，不需计提跌价准备。

发行人定期对存货进行盘点，对于少部分库龄较长且未过保质期的存货，发行人仍可以正常价格出售，因此相应存货价值不受影响。

公司报告期各期末确定存货的可变现净值的过程如下：

A.库存商品、发出商品等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；

B.需要经过加工的原材料、半成品等存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。

公司对于可变现净值低于期末账面金额的存货计提存货跌价准备，公司采用最近期间的存货平均销售价格确定该存货的估计售价。

公司存货跌价准备的测试过程如下表所示：

单位：万元

项目	账面价值（含税）	账面价值（不含税）	可变现净值	是否存在跌价	计提跌价准备金额
2020 年 9 月 30 日					
儿童及成人乳粉	**1,058.70**	**953.78**	**1,370.96**	**否**	**-**
婴幼儿配方乳粉	**432.32**	**389.48**	**668.78**	**否**	**-**
全脂纯羊乳粉大包粉	**13,215.54**	**11,905.89**	**12,475.53**	**否**	**-**
其他	**15.79**	**14.22**	**16.02**	**否**	**-**
2019 年 12 月 31 日					
儿童及成人乳粉	1,062.00	939.82	1,591.93	否	-
婴幼儿配方乳粉	177.12	156.75	301.63	否	-
全脂纯羊乳粉大包粉	10,840.30	9,593.19	9,773.88	否	-
2018 年 12 月 31 日					
儿童及成人乳粉	1,056.30	910.64	1,190.48	否	-
婴幼儿配方乳粉	210.07	181.06	354.42	否	-
全脂纯羊乳粉大包粉	5,802.15	5,001.86	5,951.69	否	-
2017 年 12 月 31 日					
儿童及成人乳粉	1,409.36	1,204.58	1,479.14	否	-
婴幼儿配方乳粉	384.85	328.93	657.71	否	-
全脂纯羊乳粉大包粉	904.36	772.95	1,079.03	否	-

注 1：表格中列示婴幼儿配方乳粉、儿童及成人乳粉为产成品，对产成品减值测试后未

发现减值迹象，故对专用的婴幼儿配方乳粉基粉等半成品及相应原材料未进行下一步减值测试；此外，全脂纯羊乳粉大包粉为半成品中账面价值占比最大的品种。

注 2：由于公司是购进生鲜羊乳为原料生产乳制品的增值税一般纳税人，采用投入产出法对采购生鲜羊乳的进项税额进行核定抵扣，因此，存货账面价值中包含尚未抵扣的进项税额，为含税成本，遂在减值测试中简化按照账面成本除以（1+税率）计算不含税成本进行测试。

2017 年至 2018 年，经测试，公司未计提存货跌价准备。2019 年 1-6 月，根据公司对各类产品未来销售侧重点的判断以及客户的反馈情况，公司预计“养悦”“冠悦”等系列婴幼儿配方乳粉产品临近保质期，未来无法完成正常销售，因此对该部分产品全额计提存货跌价准备。截至 2019 年 12 月 31 日，“养悦”“冠悦”等系列婴幼儿配方乳粉产品已由公司处理完毕，故不再计提存货跌价准备。

综上，发行人期末存货大幅增长、特别是半成品大幅增长具有合理性，与同行业可比公司差异较大原因系产品结构、奶源受到的影响程度不同所致；2018 年，在生鲜羊乳采购价格上升的背景下，公司对产品销售价格进行了不同幅度的调增，由于产品基本供需关系与竞争格局未发生明显变化，经测试后预计存货可变现净值不低于账面价值，未出现减值情形，无需计提跌价准备。

问题（3）补充披露奶山羊断奶的具体情况，其对发行人原材料采购及存货的具体影响。

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层讨论”之“十一、资产质量分析”之“（一）资产状况分析”之“3、非流动资产分析”之“（4）生产性生物资产”中补充披露如下：

关中奶山羊一般泌乳期为 7-9 个月，分娩后进入泌乳期的时间为每年 3 月开始到每年 11 月。奶山羊在泌乳近 9 个月时产奶量逐渐下降，这时就必须进行干乳，以使母羊能较好地恢复体况，保障母羊体内胎儿发育和下一个泌乳期的产奶量，增加羔羊出生重量。

发行人报告期内生鲜羊乳采购周期为每年 3 月下旬开始到每年 11 月上旬结束，与上述繁殖周期吻合。在奶山羊大量进入干乳期后，每年 11 月下旬开始，为保证奶源质量，发行人生鲜羊乳采购量极少甚至为零。生鲜羊乳一经收购后必须在较短时间内加工成易于储存的各类乳粉基粉，故发行人为保证下年断奶期间

的正常生产和销售，需要在当年采购时考虑断奶期间的产销量，并将采购的生鲜羊乳加工成各类乳粉基粉，以保证断奶期间成品粉的生产和销售，因此导致各报告期末存货增加，导致存货半成品占比较高。

请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查，说明核查方法、核查过程并发表明确意见。

【核查方法、过程】

保荐人、申报会计师执行了如下核查程序：

1、了解发行人与存货采购、仓储、生产相关的内部控制，对重要的控制节点进行控制测试，评价相关内控设计的合理性及执行的有效性；

2、了解发行人产品生产周期、主要材料供货周期、主要材料备货策略、盘点情况等信息，了解采购、出入库、盘点等流程具体规则，并抽样检查其执行情况；

3、获取发行人盘点制度和报告期各期末的存货盘点记录，关注报告期内存货仓库的变动情况；

4、对发行人各期末存货中原材料、在产品、库存商品进行了监盘和抽盘，通过检查仓库发货记录并查询相应物流记录、结合客户收入函证情况进行确认；

5、获取并检查发行人报告期各期末存货跌价准备测算表，对存货可变现净值计算过程进行复核，结合抽盘和监盘程序和毛利率分析程序，验证存货跌价准备测算的准确性；选取同行业可比公司，分析比较发行人与可比公司在存货跌价准备计提政策和实际计提情况、存货周转率等主要财务指标等方面的差异，关注发行人是否存在显著异于同行业的情形；

6、获取并检查发行人报告期内各期末存货库龄明细表，结合抽盘和监盘程序复核库龄明细表中记录的库龄信息的真实性，对较长库龄的存货进行重点检查，分析其跌价准备计提的充分性；

7、了解奶山羊的泌乳周期，与生产情况进行比对。

【核查意见】

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人根据生产周期、供货周期、对未来中长期销售情况的预测及战略方面的考虑制定符合公司实际情况的备货策略，合理安排采购、生产活动，期末存货大幅增长，特别是半成品大幅增长具有合理性。

2、发行人存货可变现净值的确认和跌价准备计提方法符合《企业会计准则》的规定，2019 年末经测试存货未发生减值。

3、发行人生鲜乳采购周期与奶山羊泌乳周期匹配，生鲜羊乳采购周期特点与存货变动趋势相符。

问询问题 7、关于回购权的会计处理。

中央企业贫困地区（陕西）产业投资基金合伙企业（有限合伙）（以下简称“央企扶贫（陕西）基金”）和红星美羚于2018年12月，签订《关于陕西红星美羚乳业股份有限公司贫困地区奶山羊养殖子公司之投资协议》，约定双方共同投资设立陕西美羚羊牧业科技有限公司，从事奶山羊的繁育养殖。红星美羚以现金及实物出资，出资金额为6,700万元，持股比例50.8%；央企扶贫（陕西）基金出资6,500万元，持股比例49.2%。投资后承诺：央企扶贫（陕西）基金的投资期限为自其首期实缴出资到账之日起5年，5年期满或满足投资协议相关条款，发行人承诺无条件回购央企扶贫（陕西）基金所持有的全部美羚羊牧业股权。自央企扶贫（陕西）基金首期实缴出资到账之日起，发行人应每年按时向其预付固定数额回购款（回购款率为6%）。请发行人补充披露：（1）回购条款的主要内容以及固定数额回购款是否导致合并报表明股实债、母公司报表确认衍生金融工具；（2）相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定。

请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查，说明核查过程、过程并发表明确意见。

问题（1）回购条款的主要内容以及固定数额回购款是否导致合并报表明股实债、母公司报表确认衍生金融工具；

回复：

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层讨论”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债状况分析”之“3、非流动资产分析”之“（2）长期应付款”中补充披露如下：

回购条款主要内容：红星美羚与中央企业贫困地区（陕西）产业投资基金合伙企业（有限合伙）投资协议约定“自产投基金首期实缴出资到达目标公司专用银行账户之日起满 5 年的或根据本协议或甲方乙方及目标公司签署的其他与本次投资相关的协议约定（如有），红星美羚承诺无条件回购乙方所持目标公司全部股权（49.2%股权，出资金额 6500 万元）及其所有的附属权利、权力和对应的义务。”

回购价格约定：标的股权回购价款=标的股权本金回购款+预付固定数额回购款。其中，标的股权本金回购款即产投基金投入的全部实缴出资金额，支付时间为首期实缴出资到达美羚羊专用银行账户之日起满 5 年后的十个工作日内。预付固定数额回购款为红星美羚每年按照固定数额支付的股权回购价款即产投基金实缴出资额按照 6%利率计算的固定收益。各年预付固定数额回购款=截止各结算日累计实缴出资金额×年预付固定数额回购款率（6%）×累计实缴出资累计实际出资天数/365 天。

衍生工具，是指属于企业会计准则第 22 号范围并同时具备下列特征的金融工具或其他合同： ①其价值随特定利率、金融工具价格、商品价格、汇率、价格指数、费率指数、信用等级、信用指数或其他变量的变动而变动，变量为非金融变量的，该变量不应与合同的任何一方存在特定关系。②不要求初始净投资，或者与对市场因素变化预期有类似反应的其他合同相比，要求较少的初始净投资。③在未来某一日期结算。在投资协议中，未识别出存在符合衍生工具定义需要进行确认的衍生金融工具。

合并报表中，中央企业贫困地区（陕西）产业投资基金合伙企业对美羚羊牧业的投资按“明股实债”进行处理，在长期应付款中进行核算。

问题（2）相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定。

回复：

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层讨论”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债状况分析”之“3、非流动资产分析”之“（2）长期应付款”中补充披露如下：

根据投资合同约定，虽然中央企业贫困地区(陕西）产业投资基金合伙企业委派董事、监事，但在合同中明确了其对美羚羊牧业的投资不以长期持有股权或经营管理为目的。且产业投资基金的投资仅收取固定收益，且在到期或触发其他终止协议条件时，红星美羚无条件按照合同约定支付回购价款。综上，合并报表中，发行人对产业投资基金的投资按“明股实债”进行处理，在长期应付款中进行核算，向产业投资基金支付的有关费用确认为发行人的财务费用，符合企业会计准则的相关规定。

请保荐人、申报会计师说明核查过程、依据，并发表明确意见。

【核查方法、过程】

保荐人、申报会计师执行了如下核查程序：

1、取得并查阅陕西美羚羊牧业科技有限公司公司章程、投资协议；

2、查阅《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关内容，考虑投资协议具体条款进行分析、判断。

【核查意见】

经核查，保荐人、申报会计师认为：

中央企业贫困地区（陕西）产业投资基金合伙企业对美羚羊牧业的投资按“明股实债”进行处理，在长期应付款中进行核算，相关会计处理符合企业会计准则的相关规定。

（以下无正文）

（本页无正文，为陕西红星美羚乳业股份有限公司《关于陕西红星美羚乳业股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

陕西红星美羚乳业股份有限公司

2020 年 12 月 19 日

（本页无正文，为西部证券股份有限公司《关于陕西红星美羚乳业股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：

胡健　　王克宇

西部证券股份有限公司

2020年12月19日

陕西红星美羚乳业股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复

本人已认真阅读本次《关于陕西红星美羚乳业股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》的全部内容，了解回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次《关于陕西红星美羚乳业股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应法律责任。

保荐人董事长：

徐朝晖

2020年 12月19 日

保荐人盖章　　西部证券股份有限公司

2020年 12月19 日