创业板投资风险提示：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。

立高食品股份有限公司

（广州市增城石滩镇工业园平岭工业区）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（注册稿）

本公司的发行申请尚需经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）

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

（北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼）

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。

声明及承诺

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。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次拟公开发行股份不超过 4,234 万股，占发行后公司总股本的比例不低于 25%，全部为公司公开发行新股，不安排股东公开发售股份
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元/股
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 16,934 万股
保荐人（主承销商）	中信建投证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

本公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书正文内容，并特别关注以下事项。

一、本次发行相关主体作出的重要承诺

公司、股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的各项重要承诺、未能履行承诺的约束措施的具体内容详见“第十三节 附件”之“一、备查文件”之“（六）与投资者保护相关的承诺”。本公司提请投资者需认真阅读该章节的全部内容。

二、本次发行前滚存利润的分配安排

经公司 2019 年第 2 次临时股东大会审议通过，公司首次公开发行股票并在创业板上市前的滚存未分配利润，由上市后的新老股东按上市后的持股比例共享。

三、本次发行上市后公司的利润分配政策

根据公司 2019 年第 2 次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，上市后公司的股利分配政策详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、股利分配政策”之“（二）发行后的股利分配政策”。

四、特别风险提示

本公司提醒投资者特别关注“风险因素”中的下列风险，并认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”中的全部内容。

（一）食品安全的风险

近年来，消费者对食品安全的要求与日俱增，食品安全问题也日益受到监管部门和社会舆论的高度关注。虽然公司建立了严格的食品安全控制体系，但由于

公司生产经营环节众多，运输和仓储存在利用第三方冷链物流和仓储服务的情况，一旦公司及客户有所疏忽，食品安全问题依旧可能发生，出现媒体关注，消费者向公司追溯赔偿或监管部门对公司进行处罚等状况，从而对公司的品牌形象以及相关产品的销售造成不良影响。

另外，虽然国家不断强化食品安全方面的监管，但食品行业分支众多，企业数量庞大，难免存在部分企业不规范运作的情况，若某个食品子行业的个别企业发生严重食品安全事故，也将可能给整个烘焙食品行业经营发展造成负面影响。

（二）宏观环境变化致消费需求下降风险

经过数十年的发展，我国烘焙食品行业已经形成了一个规模庞大的消费市场。但因饮食文化的差异，较之西方社会，烘焙食品在我国居民饮食结构中比重仍不高。

当前我国经济增长速度有所放缓，国际贸易争端也屡见不鲜，新型冠状病毒肺炎等突发疫情的出现，均在一定程度上会影响消费者的消费信心和能力，尤其是 2020 年新冠肺炎的爆发，导致公司及客户的生产经营被迫阶段性的停滞，公司 2020 年上半年业绩较同期略有下滑。若疫情未能得到有效控制，会对公司的长期生产经营产生不利影响。

（三）消费者消费偏好变化的风险

近年来，公司潜心研发的甜甜圈、挞皮、含乳脂植脂奶油等产品取得了市场的认可，销售规模快速提升，已经成为公司收入增长的主要来源。

随着经济的发展和消费升级，消费者自身对产品口味、营养价值等方面的需求偏好也在发生转变，若公司未能根据市场需求的变化及时对产品做出调整，主要产品可能无法继续得到消费者的认可，将会导致主营业务收入下滑，进而对经营的持续发展造成不利影响。

（四）原材料价格波动的风险

公司为生产型企业，直接材料成本占比较高，报告期内，直接材料成本占主营业务成本的比重分别为 84.15%、83.14%、83.09%和 81.54%。且主要原材料为

油脂、糖类、面粉等大宗农产品原材料，其价格波动将会影响公司产品的毛利率和经营利润。以 2019 年为基础计算，若公司油脂、糖类、面粉采购价格各上升 1%，在假定销售价格、数量等其他指标不变的前提下，分别会导致主营业务毛利率下降 0.10 个百分点、0.04 个百分点和 0.04 个百分点，进而导致税前利润减少 157.07 万元、63.89 万元和 68.44 万元。因此，若未来公司原材料价格发生较大波动，而公司未能采取有效应对措施，将会对公司未来业绩产生较大影响。

（五）经销商管理的风险

公司目前销售以经销模式为主，报告期内，公司经销模式实现的收入占主营业务收入的比重分别为 83.38%、83.51%、83.94%和 76.85%。烘焙食品行业集中度相对较低，从业企业数量众多，通过经销渠道，公司能够迅速提高市场占有率，节约运输成本，提高回款效率。截至 2020 年 6 月末，公司经销商数量超过 1,500 家，分布范围覆盖了除港澳台外的全国所有省市自治区。庞大的经销商规模，导致公司对经销商管理的难度也越来越大。若公司对经销商的管理未及时跟上业务扩张步伐，可能会出现市场秩序混乱、产品销售受阻的情况，从而对公司的竞争能力和经营业绩造成不利影响。

五、发行人 2020 年度的经营业绩情况

经中审众环审阅，公司 2020 年营业收入为 180,969.01 万元，较上年同期增长 14.27%，归属于公司母公司股东的净利润为 23,209.51 万元，较上年同期增长 27.95%。扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 22,583.65 万元，同比增长 30.63%。截至本招股说明书签署日，公司各项业务均正常运行，公司生产经营的内外部环境未发生重大不利变化。公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、期后事项、或有事项及其他重要事项”之“（四）审计基准日后主要经营状况及疫情对生产经营的影响”披露了财务报告审计截止日后经中审众环审阅的主要财务信息及经营状况。

六、发行人 2021 年度一季度业绩预计情况

公司 2021 年度一季度的经营预计情况及同期比较如下：

单位：万元

项目	2021 年度一季度	2020 年度一季度	变动比例
营业收入	48,000-52,000	25,094.05	91.28%-107.22%
归属于母公司股东的净利润	6,000-6,500	1,826.55	228.49%-255.86%
扣除非经常性损益后的归属于母公司股东净利润	5,900-6,400	1,758.19	235.57%-264.01%

公司预计 2021 年度一季度可实现的营业收入区间为 48,000 万元至 52,000 万元，同比增长 91.28%至 107.22%；预计 2021 年度一季度归属于母公司股东的净利润区间为 6,000 万元至 6,500 万元，同比增长 228.49%至 255.86%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润区间为 5,900 万元至 6,400 万元，同比增长 235.57%至 264.01%。

公司预计 2021 年一季度业绩较上年同期有所增长，主要原因是随着国内疫情得到有效控制，2021 年一季度，新冠疫情对公司的业绩影响较上年同期有所减弱。公司 2021 年度一季度预计经营情况良好，各项指标稳定增长。前述业绩情况为公司预计数据，未经会计师审计，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

目录

声明及承诺 2

本次发行概况 3

重大事项提示 4

一、本次发行相关主体作出的重要承诺 4

二、本次发行前滚存利润的分配安排 4

三、本次发行上市后公司的利润分配政策 4

四、特别风险提示 4

五、发行人 **2020 年度**的经营业绩情况 6

六、发行人 **2021 年度一季度**业绩预计情况 7

第一节 释义 13

一、一般性释义 13

二、专业性释义 14

第二节 概览 16

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 16

二、本次发行概况 16

三、报告期的主要财务数据和财务指标 18

四、发行人主营业务情况 18

五、发行人创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况 20

六、发行人选择的具体上市标准 21

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项 21

八、募集资金用途 21

第三节 本次发行概况 23

一、本次发行的基本情况 23

二、本次发行有关机构 23

三、发行人与本次发行有关机构之间的关系 25

四、有关本次发行上市的重要日期.....25
第四节 风险因素 26
一、创新失败风险.....26
二、技术风险.....26
三、经营风险.....27
四、财务风险.....29
五、内控风险.....30
六、法律风险.....31
七、与本次发行相关的风险.....32
第五节 发行人基本情况 34
一、发行人基本情况.....34
二、发行人设立情况.....34
三、发行人股本和股东变化情况.....36
四、发行人设立以来的重大资产重组情况.....44
五、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况 54
六、发行人的股权架构.....55
七、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况.....55
八、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 63
九、其他自然人股东的基本情况.....75
十、发行人股本情况.....77
十一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的基本情况.....81
十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签订的协议及其履行情况.....88
十三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近两年的变动情况..89
十四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况..90
十五、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况..90
十六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况.....92
十七、发行人已经制定或实施的股权激励及相关安排.....93

十八、员工及其社会保障情况.....95
第六节 业务和技术.....100
一、发行人主营业务、主要产品的情况.....100
二、发行人所处行业基本情况.....131
三、发行人的竞争地位.....154
四、发行人销售情况和主要客户.....169
五、发行人采购情况和主要供应商.....211
六、发行人主要固定资产及无形资产.....253
七、发行人特许经营权和主要经营资质.....304
八、发行人的技术和研发情况.....309
九、境外生产经营活动.....317
十、发行人质量控制情况.....317
第七节 公司治理与独立性.....328
一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....328
二、发行人内部控制制度的自我评估和鉴证意见.....330
三、发行人报告期内违法违规情况.....330
四、发行人报告期内资金占用及对外担保情况.....334
五、公司独立经营情况.....334
六、同业竞争.....335
七、关联方与关联交易.....337
第八节 财务会计信息与管理层分析.....347
一、经审计的财务报表.....347
二、审计意见.....359
三、影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素和对公司业绩变动具有预示作用的财务和非财务指标.....359
四、合并财务报表范围及变化情况.....361
五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....361

六、非经常性损益.....387
七、税项.....387
八、分部信息.....390
九、主要财务指标.....390
十、盈利能力分析.....393
十一、财务状况分析.....603
十二、偿债能力、流动性及持续经营能力分析.....756
十三、期后事项、或有事项及其他重要事项.....767
第九节 募集资金运用与未来发展规划 803
一、募集资金运用概括.....803
二、募集资金项目的基本情况.....805
三、募集资金投入是否导致发行人生产经营模式发生变化.....837
四、发行人未来战略规划.....837
第十节 投资者保护 843
一、投资者关系的主要安排.....843
二、股利分配政策.....844
三、滚存利润的分配安排.....847
四、股东投票机制的建立情况.....847
第十一节 其他重要事项 849
一、重大合同.....849
二、对外担保.....857
三、重大诉讼或仲裁事项.....857
四、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的合法合规情况.....857
第十二节 声明 858
一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明.....858
二、保荐机构（主承销商）声明.....860
三、律师声明.....862

四、审计机构声明.....863
五、资产评估机构声明.....864
五、资产评估机构声明.....866
六、验资机构声明.....868
第十三节 附件.....869
一、备查文件.....869
二、查阅时间及地点.....884

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明或文义另有所指，下列简称具有如下特定含义：

一、一般性释义

立高食品、公司、本公司、发行人、股份公司	指	立高食品股份有限公司
立高有限	指	增城市立高食品有限公司、广东立高食品有限公司，系公司前身
广州立兴	指	广州立兴企业管理咨询合伙企业（有限合伙），系公司股东和员工持股平台
广州立创	指	广州立创企业管理咨询合伙企业（有限合伙），系公司股东和员工持股平台
广州奥昆	指	广州奥昆食品有限公司，系公司全资子公司
广州昊道	指	广州昊道食品有限公司，系公司全资子公司
浙江奥昆	指	浙江奥昆食品有限公司，系广州奥昆全资子公司
浙江昊道	指	浙江昊道食品有限公司，系广州昊道全资子公司
河南奥昆	指	河南奥昆食品有限公司，系广州奥昆全资子公司
佛山立高	指	佛山市立高食品有限公司，系公司全资子公司
奥尚电子	指	广州奥尚电子商务有限责任公司，系广州奥昆全资子公司，已注销
好禧坊	指	广州好禧坊食品有限公司，系广州奥昆控股子公司，已注销
佛山分公司	指	立高食品股份有限公司佛山分公司，系公司分公司
增城分公司	指	立高食品股份有限公司增城分公司，系公司分公司
宜章长青	指	宜章长青种植有限公司，公司控股股东、实际控制人彭永成控制的公司
海融科技	指	上海海融食品科技股份有限公司
南侨股份	指	南侨食品集团（上海）股份有限公司
桃李面包	指	桃李面包股份有限公司，股票代码：603866.SH
麦趣尔	指	麦趣尔集团股份有限公司，股票代码：002719.SZ
元祖股份	指	上海元祖梦果子股份有限公司，股票代码：603886.SH
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会

A 股	指	经中国证监会批准向境内投资者及合格境外投资者发行、在境内证券交易所上市、以人民币标明股票面值、以人民币认购和进行交易的普通股
《公司章程》	指	《立高食品股份有限公司章程》
《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》
本次发行	指	本次公开发行面值 1 元的人民币 A 股普通股股票的行为
保荐人、保荐机构、主承销商、中信建投证券	指	中信建投证券股份有限公司
发行人律师、国枫律师	指	北京国枫律师事务所
审计机构、中审众环	指	中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）
中广信评估	指	广东中广信评估有限公司
国融兴华评估	指	北京国融兴华资产评估有限责任公司
报告期、最近三年及一期	指	2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月
元	指	人民币元，本招股说明书表格前未特别标注单位的均以元为单位

二、专业性释义

烘焙食品	指	以油脂、面粉、糖类、奶油、水果制品等为原材料，经一系列复杂的工艺手段烘焙而成的食品
烘焙食品原料	指	烘焙食品生产企业制作面包、蛋糕、中西式糕点等烘焙食品所需要的油脂、面粉、糖类、奶油、水果制品等各类原辅材料
冷冻烘焙食品	指	以油脂、面粉、糖类、奶油、水果制品等为原材料，经过生产加工并以冷冻方式贮存的烘焙食品
植脂奶油	指	以水、糖、食用植物油等其中的几种为主要原料，添加或不添加其他辅料和食品添加剂，经过配料、乳化、杀菌、均质、冷却、灌装等工艺制成的产品
动物奶油、稀奶油、淡奶油	指	以乳为原料，分离出的含脂肪的部分，添加或不添加其它原料、食品添加剂和营养强化剂，经加工制成的脂肪含量 10%到 80%的产品
含乳脂植脂奶油	指	植脂奶油的一种，在植脂奶油制作过程中加入乳制品成分，使其兼具植脂奶油和动物奶油的特点
水果制品	指	以水果、果汁或果浆和糖等为主要原料，经预处理、煮制、打浆、配料、浓缩、包装等工序制成的产品，可以用于制作蛋糕或冲调饮品等，包括果馅、果溶、果泥等
酱料	指	以水、大豆油、白砂糖、鸡蛋、牛奶等为原料，经混合、均质、乳化等工艺制成的风味调味料，挤在烘焙食品表面或用作烘焙食品夹心以增强口感，包括沙拉酱、卡仕达酱等

起酥类糕点	指	以油脂、面粉、水、糖类等为原材料，经面团搅拌、开酥、成型等工艺，烘烤后呈现酥层的糕点，包括叉烧酥、一口酥、榴莲酥等
丹麦类面包	指	以油脂、面粉、黄油、酵母等为原材料，经面团搅拌、开酥、成型等工艺，烘烤后层次丰富、口感酥脆，包括牛角包、手撕包、金枕等
HACCP	指	鉴别、评价和控制对食品安全至关重要的危害的一种体系
FSSC	指	食品安全认证基金会推出的食品安全管理体系标准
规模以上企业	指	根据国家统计局公布的《一套表统计调查制度》，规模以上企业为年主营业务收入 2,000 万元及以上的工业法人单位

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，而非数据错误。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。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			
中文名称	立高食品股份有限公司	有限公司成立日期	2000 年 5 月 11 日
英文名称	Ligao Foods Co.,Ltd.	股份公司成立日期	2017 年 12 月 14 日
注册资本	人民币 12,700 万元	法定代表人	彭裕辉
注册地址	广州市增城石滩镇工业园平岭工业区	主要生产经营地址	广州市白云区云城东路 559-571 号宏鼎云璟汇二栋五楼
控股股东	彭裕辉、赵松涛、彭永成	实际控制人	彭裕辉、赵松涛、彭永成
行业分类	食品制造业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	否
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	中信建投证券股份有限公司	主承销商	中信建投证券股份有限公司
发行人律师	北京国枫律师事务所	其他承销机构	-
审计机构	中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构（如有）	广东中广信资产评估有限公司

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 4,234 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过 4,234 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过 16,934.00 万股		

每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元/股
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元/股
发行市净率	【】倍		
发行方式	采用网下向询价对象询价配售和网上资金申购定价发行相结合的方式，或以中国证监会认可的任何其他发行方式进行。		
发行对象	符合资格的询价对象和在创业板开户的境内自然人、法人等投资者（法律、法规禁止购买者除外）		
承销方式	由主承销商余额包销方式承销		
拟公开发售股份股东名称	-		
发行费用的分摊原则	-		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资金投资项目	三水生产基地扩建项目		
	长兴生产基地建设及技改项目		
	卫辉市冷冻西点及糕点面包食品生产基地建设项目		
	研发中心建设项目		
	智能信息化升级改造建设项目		
	补充流动资金		
发行费用概算	预计发行总费用在【】万元左右，主要包括： 1、保荐费用：【】万元 2、承销费用：【】万元 3、审计及验资费用：【】万元 4、律师费用：【】万元 5、评估费用：【】万元 6、信息披露费、发行手续费及审核费用：【】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【】日至【】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、报告期的主要财务数据和财务指标

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
资产总额（万元）	75,689.72	79,525.80	61,826.07	45,690.38
归属于母公司所有者权益（万元）	49,588.85	47,069.07	30,558.67	19,451.21
资产负债率（母公司）（%）	22.44	22.60	39.86	47.05
营业收入（万元）	67,007.53	158,372.95	131,345.30	95,599.15
净利润（万元）	7,599.78	18,139.82	5,230.86	4,398.73
归属于母公司所有者的净利润（万元）	7,599.78	18,139.82	5,230.86	4,399.42
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	7,228.42	17,287.83	8,522.94	4,444.54
基本每股收益（元）	0.60	1.43	0.47	0.57
稀释每股收益（元）	0.60	1.43	0.47	0.57
加权平均净资产收益率（%）	15.45%	47.22	20.09	27.62
经营活动产生的现金流量净额（万元）	4,537.98	26,377.99	10,824.14	11,736.58
现金分红（万元）	5,080.00	1,651.00	1,530.00	-
研发投入占营业收入的比例（%）	3.09	2.62	2.75	3.09

四、发行人主营业务情况

公司主要从事烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的研发、生产和销售。公司主要产品包括奶油、水果制品、酱料、巧克力等烘焙食品原料和冷冻烘焙半成品及成品，此外还生产部分休闲食品。公司产品类型众多，规格多样，截至 2020 年 6 月底，公司奶油、水果制品、酱料和冷冻烘焙食品的品规分别达到 32 种、241 种、69 种和 187 种，能够充分满足下游不同类型客户的多产品、多规格的一站式采购消费需求，提高了客户的使用便利性。由于产品的不断丰富，公司终端客户也从最初的烘焙门店发展到目前的烘焙门店、饮品店、餐饮、商超和便利店。

公司围绕全国烘焙消费的主要市场进行了产能布局。目前，公司已在华南的

佛山三水、广州增城和南沙，华东的浙江长兴等地先后投资建立了四个生产基地，并拟启动华北的河南卫辉生产基地的建设。截至 2020 年 6 月底，公司已经拥有 19 条烘焙食品原料和 22 条冷冻烘焙食品自动化生产线，2019 年产量近 9 万吨，销售收入达到 15.83 亿元。公司通过全国性的生产基地布局，能够有效满足客户对烘焙产品及时性的要求，提高运营效率，降低物流成本。

公司建设了广泛而深入的营销网络，拥有多元化的销售渠道。截至 2020 年 6 月底，公司销售人员达到 871 人，营销网络遍布我国除港澳台外全部省、直辖市、自治区，深入 351 个城市，与公司合作的经销商超过 1,500 家，直销客户超过 300 家，服务的终端客户超过 5 万家。不仅如此，公司还建立了覆盖烘焙店、饮品店、商超、餐饮、便利店等多样化的销售渠道，产品已进入幸福西饼、味多美、好利来、面包新语、一鸣股份等知名连锁烘焙店，沃尔玛/山姆会员店、盒马生鲜、永辉超市、家乐福、华润万家等大型商超，以及海底捞、豪客来、希尔顿欢朋酒店、乐凯撒披萨等连锁餐饮品牌，多元化的渠道丰富了公司产品的市场空间，实现渠道与产品的双轮驱动。

公司具有雄厚的技术研发实力，其中立高食品及广州昊道均为国家高新技术企业。截至 2020 年 6 月底，公司拥有技术研发人员 112 名，并建立了广东省烘焙添加剂及配料工程技术研究中心，形成了 72 项技术专利成果，其中 6 项发明专利，被评为 2019 年度国家知识产权优势企业，参与制订《植脂奶油》、《焙烤食品冷冻面团》等质量标准，参与的“蛋白乳浊体系稳定化及高品质乳制品产业化关键技术”研发项目获得 2018 年广东省科技进步一等奖，蛋黄酥、含乳脂植脂奶油、果溶等产品先后获得国内外多项奖项。

同时，公司还具备持续为终端客户定制化研发终端产品方案的技术能力，报告期内先后为客户推出了美芝芝乳酪蛋糕、果立方水果蛋糕、天使白面包等终端产品应用方案，为客户打造多种口味甜甜圈、特色流心芝士挞和蛋黄酥等定制化热销产品，同时匹配营销方案，带动了公司相关产品的迅速增长。

五、发行人创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

公司在经营上体现了较强的创新、创意特征。第一，在冷冻烘焙食品上，公司通过创新性自主研发的配方和生产工艺，突破了冷冻烘焙食品的技术难题，并根据国内原材料和产品的特点，对生产线和生产设备进行自主改造，实现了冷冻烘焙食品的规模化生产，并陆续推出了冷冻面包等技术难度较大的品类，大力拓展了我国冷冻烘焙食品产业。第二，在烘焙食品原料上，公司早在 2000 年设立之初就从事植脂奶油产品的生产和销售，近年来不断对产品进行创新升级，推出含乳脂植脂奶油产品，销量迅速增长。公司应用在植脂奶油产品上的“蛋白乳浊体系稳定化及高品质乳制品产业化关键技术”获得 2018 年广东省科技进步一等奖。除奶油产品外，公司近年来还不断创新，持续丰富水果制品、酱料等产品的品类。第三，公司还凭借较强的创意能力，持续进行从产品搭配、消费场景到营销方案的创新，在行业中具备了较强的竞争地位。近年来，公司先后为客户推出了美芝芝乳酪蛋糕、果立方水果蛋糕、天使白面包等终端产品应用方案，打造多种口味甜甜圈、特色流心芝士挞和蛋黄酥等定制化热销产品。

公司通过科技创新，大力开拓了冷冻烘焙食品新产业，并通过冷冻烘焙食品新产业，优化传统烘焙行业的经营模式，丰富消费渠道，体现了较强的新旧产业融合。一方面，公司通过创新性自主研发的配方和生产工艺，在核心环节对关键生产设备及相互间的协同进行大量适应性的自主改造和调整，将自主积累的配方和工艺经验与自动化生产相结合，实现了大规模生产，并通过系列温度控制措施和自建冷流物流车队，建立起冷链物流优势，成长为冷冻烘焙食品新产业中较具规模的企业之一。另一方面，冷冻烘焙食品新产业综合了预包装产品和现烤产品的优点，解决了传统烘焙行业中广泛存在的前店后厂模式的烘焙店面临的系列问题，较好地实现了烘焙产品在食品安全、营养、健康、口感等方面的有机结合，体现了较强的新旧产业融合。

公司创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况具体详见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行

业基本情况”之“（六）公司创新、创造、创意特征，以及科技创新、模式创新、业态创新、新旧产业融合情况”。

六、发行人选择的具体上市标准

公司根据《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》的要求，结合企业自身规模、经营情况、盈利情况等因素综合考量，选择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5000万元”。

公司2018年、2019年两年归属于母公司股东的净利润分别为5,230.86万元和18,139.82万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为8,522.94万元和17,287.83万元，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、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截止本招股说明书签署日，公司不存在公司治理特殊安排等重要事项。

八、募集资金用途

公司本次拟公开发行不超过 4,234 万股股票，将募集资金扣除发行费用后的净额，按轻重缓急顺序投资于以下项目：

单位：万元

序号	募集资金使用项目	实施单位	项目投资总额	拟使用募集资金金额
1	三水生产基地扩建项目	佛山分公司	38,243.00	38,243.00
2	长兴生产基地建设及技改项目	浙江奥昆	43,993.16	43,993.16
3	卫辉市冷冻西点及糕点面包食品生产基地建设项目	河南奥昆	31,100.89	27,558.39
4	研发中心建设项目	佛山分公司	5,214.00	5,214.00
5	智能信息化升级改造建设项目	立高食品	6,793.30	6,793.30
6	补充流动资金	立高食品	7,000.00	7,000.00
合计		-	**132,344.35**	**128,801.85**

本次发行上市募集资金到位前，公司可根据各项目的实施进度，以自筹资金支付项目所需款项；本次发行上市募集资金到位后，公司将严格按照有关的制度使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入募集资金投资项目的自筹资金，若本次发行上市实际募集资金低于募集资金项目投资额，公司将通过自筹资金解决。若所募集资金超过项目资金需求，多余资金将用于公司主营业务。具体内容详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”有关内容。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	境内上市人民币普通股（A 股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	本次拟公开发行股份不超过 4,234 万股，占发行后公司总股本的比例不低于 25%，全部为公司公开发行新股，不安排股东公开发售股份
每股发行价格	【】元
发行市盈率	【】倍
发行后每股收益	【】元/股
发行前每股净资产	【】元
发行后每股净资产	【】元
发行市净率	【】倍
发行方式	采用网下向询价对象询价配售和网上资金申购定价发行相结合的方式，或以中国证监会认可的任何其他发行方式进行。
发行对象	符合资格的询价对象和在创业板开户的境内自然人、法人等投资者（法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	由主承销商余额包销方式承销
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
发行费用概算	预计发行总费用在【】万元左右，主要包括： 1、保荐费用：【】万元 2、承销费用：【】万元 3、审计及验资费用：【】万元 4、律师费用：【】万元 5、评估费用：【】万元 6、信息披露费、发行手续费及审核费用：【】万元
拟上市证券交易所板块	深圳证券交易所创业板

二、本次发行有关机构

（一）保荐人（主承销商）

名称	中信建投证券股份有限公司

法定代表人	王常青
住所	北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼
电话	020-38381063
传真	020-38381070
保荐代表人	翁嘉辉、温家明
项目协办人	刘泉
项目组成员	周祎飞、张莉

（二）律师事务所

名称	北京国枫律师事务所
负责人	张利国
住所	北京市东城区建国门内大街 26 号新闻大厦 7 层
电话	010-88004488
传真	010-66090016
经办律师	臧欣、桑健

（三）会计师事务所

名称	中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	石文先
住所	武汉市武昌区东湖路 169 号 2-9 层
电话	027-86781250
传真	027-85424329
经办注册会计师	汤家俊、彭聪

（四）资产评估机构

名称	广东中广信资产评估有限公司
法定代表人	汤锦东
住所	广东省广州市越秀区东风中路 300 号之一 11 楼 A 室
电话	020-83637841
传真	020-83637840
经办资产评估师	肖浩、陈哲（已离职）

（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	深圳市福田区莲花街道深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼
电话	0755-25938000
传真	0755-25988122

（六）收款银行

户名	中信建投证券股份有限公司
开户行	工商银行北京东城支行营业室
账号	0200080719027304381

（七）拟上市的证券交易所

名称	深圳证券交易所
住所	深圳市福田区深南东路 5045 号
电话	0755-82083333
传真	0755-82083164

三、发行人与本次发行有关机构之间的关系

本公司与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、有关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

第四节 风险因素

投资者在评价本公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，敬请特别认真地考虑下述各项风险因素。下述各项风险因素的排序并不表示其会依次发生。

一、创新失败风险

公司持续不断的创新是近年来业绩迅速增长的重要因素之一。

在冷冻烘焙食品上，公司通过在产品配方、生产工艺、设备技术等方面的创新，解决了冷冻烘焙食品的技术难题，推出了一系列规模化生产的热销产品；在烘焙食品原料上，公司近年来持续对产品进行研发升级及丰富产品品类，并不断开拓产品应用方案及应用场景创新。未来，若公司无法持续进行创新或者创新方向出现偏差，则公司有可能出现因创新失败而面临竞争力下降、市场份额被竞争对手抢占的风险。

二、技术风险

（一）产品开发与生产失败的风险

烘焙行业产品系列众多，消费热点变化速度快，公司需要根据市场的变化持续开展产品的开发，即包括成熟产品配方的升级，也包括新产品的开发。但产品开发存在市场调研、配方设计、小试、中试、大试等多种阶段，若如果公司不能准确把握产品的发展趋势，在产品开发方向决策上发生失误；或公司技术能力不足，新产品研发项目未能顺利推进，公司将无法持续保持产品的竞争力。

烘焙产品虽由西方发展而来，烘焙设备先进成熟。但因人口规模的差异，其设计的设备生产标准还难以完全匹配国内的产量需求。公司引入国外设备后，需要进行大规模的改造设计，同时需要结合产品原料、温湿度等环境指标进行调试，周期较长，投资较大。若设备改造未能实现预期的效果或进度缓慢，会对产品生产的效率和品质造成不利影响。

（二）工艺和配方失密的风险

工艺及配方是决定烘焙产品口味、品质及生产效率的关键因素，也是公司多年研发、生产的经验成果。鉴于工艺及配方的机密性以及申请专利的复杂性，公司并未将全部工艺及配方进行专利保护，而采取签署保密协议，配方代码编号，配方及工序加密管理等严格的内部保密措施加以管理，降低技术流失的风险。但若公司保密机制未能有效运作，或保密措施未得到严格执行，公司仍将面临工艺和配方失密的风险。

三、经营风险

（一）食品安全的风险

近年来，消费者对食品安全的要求与日俱增，食品安全问题也日益受到监管部门和社会舆论的高度关注。虽然公司建立了严格的食品安全控制体系，但由于公司生产经营环节众多，运输和仓储存在利用第三方冷链物流和仓储服务的情况，一旦公司及客户有所疏忽，食品安全问题依旧可能发生，出现媒体关注，消费者向公司追溯赔偿或监管部门对公司进行处罚等状况，从而对公司的品牌形象以及相关产品的销售造成不良影响。

另外，虽然国家不断强化食品安全方面的监管，但食品行业分支众多，企业数量庞大，难免存在部分企业不规范运作的情况，若某个食品子行业的个别企业发生严重食品安全事故，也将可能给整个烘焙食品行业经营发展造成负面影响。

（二）宏观环境变化致消费需求下降风险

经过数十年的发展，我国烘焙食品行业已经形成了一个规模庞大的消费市场。但因饮食文化的差异，较之西方社会，烘焙食品在我国居民饮食结构中比重仍不高。

当前我国经济增长速度有所放缓，国际贸易争端也屡见不鲜，新冠肺炎等突发疫情的出现，均在一定程度上会影响消费者的消费信心和能力，尤其是 2020 年新冠肺炎的爆发，导致公司及客户的生产经营被迫阶段性的停滞，公司 2020

年上半年业绩较同期略有下滑。若疫情未能得到有效控制，会对公司的长期生产经营产生不利影响。

（三）消费者消费偏好变化的风险

近年来，公司潜心研发的甜甜圈、挞皮、含乳脂植脂奶油等产品取得了市场的认可，销售规模快速提升，已经成为公司收入增长的主要来源。

随着经济的发展和消费升级，消费者自身对产品口味、营养价值等方面的需求偏好也在发生转变，若公司未能根据市场需求的变化及时对产品做出调整，主要产品可能无法继续得到消费者的认可，将会导致主营业务收入下滑，进而对经营的持续发展造成不利影响。

（四）外部竞争日益激烈的风险

近年来，烘焙食品行业发展迅速，根据《中国食品工业年鉴》（2012-2018），我国糕点面包业规模以上企业营业收入由 2011 年的 526.40 亿元增长至 2017 年的 1,316.23 亿元，年复合增长率达到 16.50%，烘焙食品行业销售规模的增长使得烘焙食品原料及冷冻烘焙产品的市场空间持续扩大。另外，烘焙食品行业整体盈利能力也有所提升，利润总额/营业收入由 2012 年的 9.50%上升到 2017 年的 11.16%。

需求的持续旺盛以及盈利能力的提升，吸引了大量的外部资本进入该行业，公司所面临的市场竞争也日趋激烈。若公司不能通过提高研发实力、拓展营销网络、加强管理、及时扩大产能等方式提高竞争力，则可能面临市场份额下降，市场空间受到挤压的风险。

（五）原材料价格波动的风险

公司为生产型企业，直接材料成本占比较高，报告期内，直接材料成本占主营业务成本的比重分别为 84.15%、83.14%、83.09%和 81.54%。且主要原材料为油脂、糖类、面粉等大宗农产品原材料，其价格波动将会影响公司产品的毛利率和经营利润。以 2019 年为基础计算，若公司油脂、糖类、面粉采购价格上升 1%，在假定销售价格、数量等其他指标不变的前提下，分别会导致主营业务毛利率下

降 0.10 个百分点、0.04 个百分点和 0.04 个百分点，进而导致税前利润减少 157.07 万元、63.89 万元和 68.44 万元。因此，若未来公司原材料价格发生较大波动，而公司未能采取有效应对措施，将会对公司未来业绩产生较大影响。

（六）劳动力成本上升的风险

公司所处的行业对管理、销售、研发人才的需求较大，同时需要数量较多的一线生产的技术工人，截至 2020 年 6 月 30 日，公司拥有员工 2,268 名，员工薪酬对公司业绩的影响较大。报告期内，公司员工薪酬支出 14,171.34 万元、21,439.21 万元、24,736.31 万元和 13,154.11 万元，呈持续上升状态。

随着我国逐步进入老龄化社会，各地区的薪酬标准逐步上调，我国劳动力成本逐年升高。虽然公司使用高度自动化的生产设备替代部分劳动力成本上升的影响，但研发、销售和服务等方面的劳动力成本依然无法替代，人工成本依然是影响公司业绩的重要因素。如未来劳动力成本持续升高，将对公司业绩产生不利影响。

四、财务风险

（一）税收政策及政府补助政策变动的风险

报告期内，公司及子公司广州昊道为高新技术企业，享有 15%的所得税优惠税率。此外，公司报告期内收到的计入损益的政府补助分别为 203.97 万元、497.48 万元、1,149.49 万元和 476.20 万元，占利润总额的比例为 3.89%、7.14%、5.10%和 5.05%。

如公司及子公司在高新技术企业复审中不再符合高新技术企业的标准，或国家对高新技术企业的税收优惠政策发生变化，以及政府对企业的相关补助政策发生改变，均会对公司在未来的业绩产生影响。

（二）存货跌价及损失的风险

报告期各期末，公司存货价值规模较大，分别为 10,026.68 万元、12,175.61 万元、11,671.88 万元和 11,024.83 万元，占流动资产比例分别为 43.02%、39.28%、

26.47%和 30.40%。

公司产品品类众多，受产品成本和市场竞争状况的影响，存在少部分产品毛利率较低的情况，可能会出现产品销售价格在剔除相关税费及销售费用后仍低于存货期末账面余额的情形，根据企业会计准则相关要求和减值测试情况，需要计提存货跌价准备。报告期各期末，公司分别计提了 81.29 万元、96.81 万元、146.04 万元和 60.18 万元的存货跌价准备。若未来市场竞争加剧、市场需求发生变化，导致产品价格出现大幅下滑或者产品销售不畅，则可能会加大存货跌价及损失的规模，进而对公司经营业绩产生不利影响。

五、内控风险

（一）经销商管理的风险

公司目前销售以经销模式为主，报告期内，公司经销模式实现的收入占主营业务收入的比重分别为 83.38%、83.51%、83.94%和 76.85%。烘焙食品行业集中度相对较低，从业企业数量众多，通过经销渠道，公司能够迅速提高市场占有率，节约运输成本，提高回款效率。截至 2020 年 6 月末，公司经销商数量超过 1,500 家，分布范围覆盖了除港澳台外的全国所有省市自治区。庞大的经销商规模，导致公司对经销商管理的难度也越来越大。若公司对经销商的管理未及时跟上业务扩张步伐，可能会出现市场秩序混乱、产品销售受阻的情况，从而对公司的竞争能力和经营业绩造成不利影响。

（二）规模扩张带来的管理风险

为缩短对核心市场的配送距离，提升产能和销售网络的辐射能力，近年来，公司陆续在华东、华中等区域设立区域公司和建设生产基地，公司的组织层级和生产经营体系愈加复杂化，截止本招股说明书签署日，公司拥有 2 家分公司、3 家全资子公司、3 家全资孙公司。另外，公司的产品品类、人员数量和资产规模亦随着经营规模的快速增长而增加。

规模的持续扩张在一定程度上给公司的经营决策、生产管理、存货周转、品质控制、资金调配等带来更大的难度，也对公司的综合管理水平提出了更高的要

求。如果公司的管理体系和管理水平不能很好地适应业务发展，未能及时完善，将会对公司的发展带来一定的不利影响。

（三）共同控制的风险

本次发行前，公司控股股东、实际控制人彭裕辉、赵松涛和彭永成合计直接和间接控制公司 46.60%的股份。本次发行上市成功后，控股股东、实际控制人仍保持相对控股地位。

公司实际控制人中彭裕辉和赵松涛在公司中均担任董事及重要管理职务，并与彭永成于 2017 年 12 月签署了《一致行动协议》，约定在决策需经公司董事会、股东大会审议批准的重大事项时应采取一致行动，协议有效期至公司上市后 60 个月，期满后，经协议三方协商一致仍可延长。如果一致行动协议到期后不再续签，或出现其他股东增持股份谋求公司控制权的情形，将可能会影响公司现有控制权的稳定。

六、法律风险

（一）环保及安全生产的风险

公司为食品制造企业，生产过程中会产生一定的废气、废水和废弃物等污染物。尽管公司始终重视环保的重要性，不断加大环保设施的投入和提高污染物处理标准，降低对环境的影响，但倘若员工疏忽或者环保设施发生故障，仍可能会对环境造成污染。报告期内，公司曾经发生了 3 起因环保意识不足而被环保部门处罚的事项，虽相关行为不属于重大违法违规，但对公司的形象造成了一定的负面影响。

公司生产环节需要使用多种蒸煮、油炸、切割设备，仓储环节面临低温冷冻环境，对员工安全操作规范和意识要求较高。因此，公司相应制定了一系列有关安全生产的规章制度，规范员工的安全生产行为，但若员工未严格执行相关规范，仍存在发生安全事故的潜在风险。

近年来，国家关于环境保护和安全生产的标准在不断提高，惩罚措施也日益严格。若公司未能随着国家政策及标准的变化调整生产经营管理，而出现环境污

染或安全生产事故，则将面临被主管部门实施处罚的风险。

（二）品牌、注册商标被侵权的风险

公司是烘焙产业细分市场的知名企业，拥有“立高”、“奥昆”、“美煌”、“汝之友”、“美蒂雅”等注册商标，经过多年的发展，在各自产品领域形成了较高的品牌知名度和认知度。市场上可能会出现仿冒公司品牌和商标的情况，若相关侵权行为发生，则可能将给公司的名誉和销售带来一定的不利影响。

（三）房产瑕疵的风险

截止本招股说明书签署日，公司存在 1,893.55 平方米的自有房产未取得房屋所有权证，用途为仓库、配电房和传达室等附属设施；同时，公司租赁物业中 1,340.00 平方米的仓库、3,679.00 平方米的员工宿舍未取得房屋权属证明。无产权证书的房产占公司使用房产的面积比例为 7.98%，且上述房产均非生产性设施，不单独产生收入，且公司已获得了相关政府部门针对上述自有房产和租赁仓库出具的短期内不会拆除的证明。另外，实际控制人亦出具了承担相关物业瑕疵造成损失的承诺。

尽管公司已经取得了政府机关出具的相关证明，且实际控制人已经出具了上述承诺函，但是若未来发生因房产瑕疵导致房屋拆除、搬迁或受到行政处罚，依然有可能对公司生产经营造成不利影响。

七、与本次发行相关的风险

（一）发行失败风险

如果本公司本次首次公开发行股票顺利通过深圳证券交易所审核并取得证监会注册批复文件，就将启动后续发行工作。公司将采用网下询价对象申购配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的发行方式或监管部门认可的其他发行方式进行发行，但是股票公开发行是充分市场化的经济行为，存在认购不足导致发行失败的风险。

（二）募集资金投资项目的实施风险

随着我国人均消费水平的增长和餐饮消费结构的调整，近年来我国烘焙食品行业步入了快速发展的阶段。根据欧睿国际的数据，2019 年我国烘焙食品零售额达到 2,317.13 亿元，同比增长 10.93%，预计 2024 年有望突破 3,800 亿元。烘焙行业的发展一方面给冷冻烘焙食品和烘焙食品原料的发展带来了机遇，市场需求快速增长，另一方面，烘焙产品的需求结构也随着消费者偏好的变化而不断变化，客观要求相关企业具备持续的创新意识和能力，不断适应市场的变化。

公司本次募投项目主要投向于生产基地的建设、研发中心的投资、信息化的升级改造等。随着募投项目的逐步实施，公司未来固定资产规模将快速增长，相关固定资产验收并投入使用后，公司将新增固定资产 105,723.59 万元。根据公司目前执行的固定资产折旧政策计算，每年将新增固定资产折旧 8,314.07 万元。

为保持公司产品竞争力，公司持续加大研发的投入，2017 年至 2019 年累计投入的研发费用达到 10,719.92 万元，研发费用占收入的平均比重为 2.82%。假定公司未来仍保持稳定的研发投入水平，在全部募投项目达产后，公司每年需要新增与募投项目收入匹配的研发费用 9,853.10 万元。

本次募集资金投资项目虽然经过了充分的可行性论证分析，但募集资金效益的实现仍受到各种因素的影响，如新冠疫情等影响宏观经济的突发事件的发生，消费者需求偏好的不利变化，公司产品竞争力下降等。若上述不利因素发生，将会导致募投项目的产能利用率不足或新增产能无法得到有效消化，收入规模不及预期，而无法覆盖新增固定资产折旧以及研发投入对利润的影响，将会对公司未来盈利水平造成不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	立高食品股份有限公司
英文名称	Ligao Foods Co., Ltd
注册资本	12,700 万元
法定代表人	彭裕辉
成立日期	2000 年 5 月 11 日
股份公司设立日期	2017 年 12 月 14 日
住所	广州市增城石滩镇工业园平岭工业区
邮政编码	510420
电话	020-36510920-882
传真号码	020-36503261
互联网网址	http://www.ligaofoods.com
电子邮箱	dongmiban@ligaofoods.com
负责信息披露和投资者关系的部门	证券部
信息披露负责人	龙望志
信息披露负责人电话	020-36510920-882

二、发行人设立情况

（一）有限公司设立

公司前身立高有限由赵键、白宝鲲、彭永成分别以货币资金 17.80 万元、16.25 万元、15.95 万元共同出资设立，设立时注册资本为 50.00 万元。

2000 年 5 月 9 日，广州市增城红日会计师事务所有限责任公司出具了增红会验字[2000]第 144 号《验资报告》，审验确认本次设立的出资已足额到位。

2000 年 5 月 11 日，广州市工商行政管理局增城分局核发了注册号为 4401252001460 的《企业法人营业执照》。

立高有限设立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	出资额	出资比例
1	赵键	17.80	35.60%
2	白宝鲲	16.25	32.50%
3	彭永成	15.95	31.90%
合计		**50.00**	**100.00%**

（二）股份公司设立

2017 年 10 月 15 日，立高有限召开股东会，同意以 2017 年 7 月 31 日为基准日，将立高有限整体变更设立为股份有限公司。

2017 年 10 月 15 日，立高有限股东彭裕辉、赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永成、陈和军、宁宗峰、张新光及万建签署《立高食品股份有限公司发起人协议》，各方同意以经具有证券资格的审计机构审计后的截至 2017 年 7 月 31 日的立高有限的账面净资产值 155,499,480.27 元按 1.7278：1 比例，折合股本总额 9,000 万股，每股面值 1 元，其余 65,499,480.27 元计入资本公积。2020 年 3 月 18 日，中审众环出具了众环验字（2020）060004 号《验资报告》，对有限公司整体变更为股份公司时各发起人的出资到位情况予以确认，相关资产均已完成权属办理。

根据广东中广信资产评估有限公司 2017 年 10 月 23 日出具的中广信评报字[2017]第 362 号《资产评估报告》，立高有限截至 2017 年 7 月 31 日经评估后的净资产为 19,613.34 万元。

2017 年 12 月 14 日，公司取得广州市工商行政管理局颁发的《营业执照》（统一社会信用代码：91440183721959625P）。

本次变更完成后，立高食品的股权结构如下：

单位：万股

序号	股东姓名	持股数量	持股比例
1	彭裕辉	1,834.65	20.39%
2	赵键	1,698.75	18.88%
3	白宝鲲	1,630.80	18.12%
4	赵松涛	1,223.10	13.59%
5	彭永成	407.70	4.53%
6	陈和军	855.00	9.50%

序号	股东姓名	持股数量	持股比例
7	宁宗峰	630.00	7.00%
8	张新光	585.00	6.50%
9	万建	135.00	1.50%
合计		**9,000.00**	**100.00%**

三、发行人股本和股东变化情况

（一）发行人历次增资及主要股权转让的情况

1、各自然人股东对公司出资、增资的资金来源及合法合规性

公司自然人股东历次出资、增资的具体情况及资金来源如下：

时间	历次出资/增资情况	出资/增资的自然人股东	货币出资额（万元）	资金来源
2000 年 5 月	设立时 出资 50 万元	赵键	17.80	自有资金
		白宝鲲	16.25	
		彭永成	15.95	
2002 年 12 月	第一次增资 50 万元至 500 万元	赵键	134.96	自有资金
		白宝鲲	122.50	
		彭永成	120.10	
		彭裕辉	50.00	
		赵松涛	22.50	
2014 年 8 月	第二次增资 500 万元至 1,000 万元	彭裕辉	135.00	自有资金
		赵键	125.00	
		白宝鲲	120.00	
		赵松涛	90.00	
		彭永成	30.00	
2016 年 10 月	第三次增资 1,000 万元至 1,324.5033 万元	陈和军	125.8278	自有资金
		宁宗峰	92.7152	
		张新光	80.0927	
		万建	19.8676	
2017 年 3 月	第四次增资 1,324.5033 万元至 9,000 万元	彭裕辉	160.65	自有资金和自有物业
		赵　键	148.75	
		白宝鲲	142.80	

		赵松涛	107.10	
		陈和军	729.17	
		宁宗峰	537.28	
		张新光	498.91	
		彭永成	35.70	
		万建	115.13	
2018 年 5 月	第五次增资 9,000 万元至 12,700 万元	彭裕辉	754.25	自有资金
		赵松涛	502.83	
		陈和军	230.85	
		宁宗峰	170.10	
		彭永成	167.61	
		张新光	157.95	
		万建	36.45	
		赵键	18.66	
		白宝鲲	10.30	
		龙望志	381.00	
		周颖	127.38	
		彭岗	63.75	
		郑卫平	51.18	

公司自然人股东历次出资、增资的货币资金来源均为自有资金，增资的不动产来源为自有物业，合法合规。

2、2008 年赵键、白宝鲲、彭永成将股权平价转让给彭裕辉、赵松涛的原因、定价依据及合理性

2008 年 4 月，经立高有限股东会审议通过，赵键、白宝鲲、彭永成将所持立高有限部分股权按 1 元/出资额的价格转让给彭裕辉、赵松涛。该次股权转让具体情况、转让原因、定价依据及合理性如下：

转让方	受让方	转让出资额（万元）	转让原因	定价依据及合理性
赵键	彭裕辉	27.70	1、赵键、白宝鲲为财务投资者，未参与公司具体经营管理。彭永成因年龄原	主要考虑了彭裕辉与赵松涛

白宝鲲	赵松涛	18.75	因，不再具体管理公司事务，立高有限的经营管理实际已由彭裕辉、赵松涛负责，出于对公司未来发展的考虑，亦是对彭裕辉、赵松涛经营管理业绩的肯定； 2、提高立高有限股东会和经营管理决策的效率； 3、该次转让完成后，彭裕辉、赵松涛、彭永成合计持有立高有限 51%股权，从形式及实际上能更明确彭裕辉、赵松涛、彭永成系立高有限实际控制人的身份。	对立高有限业务发展的重要作用与贡献，经全体股东协商确定按 1 元/出资额定价。
彭永成	彭裕辉	57.30		
	赵松涛	48.75		

该次股权转让的转让价格系各方在考虑有关转让原因后，经全体股东协商确定，定价具有合理性。

3、公司成立以来历次增资的原因和背景，增资价格确定的依据及合理性、与前次增资价格差异的合理性，所履行的法律程序，价款支付及缴纳税款的情况

公司成立以来历次增资的相关情况如下表所示：

增资时间	增资前财务数据及业务开展情况，增资原因和背景	增资价格确定的依据及合理性，及与前次增资价格差异的合理性	所履行的法律程序，价款支付及缴纳税款的情况
2002 年 12 月	该次增资前，立高有限注册资本仅 50 万元，注册资本较小，在一定程度上制约了公司业务的发展。为进一步加强公司的经理管理、扩大经营的资本规模，立高有限的注册资本由 50 万元增加至 500 万元。该次增资除原股东增资外，同时还引入新股东彭裕辉和赵松涛，彭裕辉系彭永成之子、赵松涛系彭永成之女之配偶，其二人在立高有限设立之初便已参与经营管理，其二人看好公司的发展前景，自愿参与该次增资。	除原股东增资外，考虑彭裕辉和赵松涛此前对公司发展所作的贡献，决定新老股东均照 1 元/出资额进行增资，定价具有合理性。	履行了股东会决议、会计师事务所验资以及工商登记等法律程序；相关增资款已经足额支付；此次增资为现金出资，不存在需要缴纳税款的情形。

2014 年 8 月	2014 年之前，立高有限主要聚焦于烘焙食品原料业务，2013 年，公司收入主要来源于奶油，占比接近 80%。为丰富产品体系，提高竞争力，立高有限于 2014 年 4 月收购了广州奥昆和广州昊道的控股权，将业务扩展至冷冻烘焙食品和酱料领域。因新业务的发展需要资金投入，故此，立高有限增加注册资本，由 500 万元增加至 1,000 万元。	该次增资为公司原股东同比例增资，统一按照 1 元/出资额进行增资，定价具有合理性，与前次增资价格不存在差异。	履行了股东会决议、会计师事务所验资以及工商登记等法律程序；相关增资款已经足额支付；此次增资为现金出资，不存在需要缴纳税款的情形。
2016 年 10 月	立高有限收购广州奥昆和广州昊道的控股权后，通过对广州奥昆和广州昊道的相关业务提供资金支持，进而推动了冷冻烘焙食品和酱料业务的快速发展，2015 年，广州奥昆和广州昊道的销售收入分别达到了 7,994.98 万元和 1,223.17 万元，对公司收入的贡献度显著有所提升。公司拟进一步对广州奥昆和广州昊道增加投入，加大产能建设，扩大生产规模，为此，经各方协商，公司决定收购广州奥昆和广州昊道原少数股东股权；广州奥昆和广州昊道原少数股权股权被收购后，为稳定广州奥昆和广州昊道的经营管理，调动原少数股东对烘焙食品原料和酱料业务发展的积极性，同意广州奥昆和广州昊道原少数股东增资认购立高有限增发的股权，且广州奥昆和广州昊道原少数股东亦十分看好烘培原料及冷冻烘焙食品行业的发展前景，自愿参与认购公司增发的股权。	根据各方协商，公司按照净资产值收购广州奥昆和广州昊道原少数股东股权后，广州奥昆和广州昊道原少数股东向公司增资，增资价格参考了公司 2015 年末经审计的净资产值 3.5367 元/出资额，经协商最终确定为 3.8 元/出资额。基于上述增资背景及理由，该次增资的价格高于前次增资价格，定价具有合理性。	履行了股东会决议、会计师事务所审计、验资以及工商登记等法律程序；相关增资款已经足额支付；此次增资为现金出资，不存在需要缴纳税款的情形。

2017 年 3 月	经过多年的投资建设，佛山三水生产基地已经成为立高有限烘焙食品原料产能最大的生产基地，对公司生产经营的重要性愈发显著，从公司经营需要出发有必要将该生产基地纳入资产范围。同时，根据业务发展规划，公司拟在浙江投资建设生产基地，亟需补充资金。因此，为保障生产经营资产的完整性和独立性，减少不必要的关联交易，立高有限拟增加注册资本，由 1,324.50 万元增加至 9,000 万元，增资方式包括实物和货币出资相结合，其中实物出资 5,200 万元，出资资产为彭裕辉等人拥有的三水生产基地的不动产权，现金出资 2,475.4967 万元。	此次增资为公司原股东同比例增资，统一按照 1 元/出资额进行增资，尽管低于前次增资价格，但由于不涉及股东权益的摊薄，因此定价具有合理性。	该次增资履行了股东会决议、资产评估机构评估、会计师事务验资以及工商登记等法律程序；相关增资款已经足额支付；用以增资的不动产之权属关系已经变更为公司；此次增资中存在以不动产增资的情况，涉及不动产增资的相关个人股东已经按规定缴纳了个人所得税、增值税、印花税等，履行了相应纳税义务；现金增资部分不存在需要缴纳税款的情形。
2018 年 5 月	2017 年立高有限营业收入（母公司）和净利润规模较同期大幅增长，分别增长 40.10%和 138.73%。为对公司发展做出贡献的高级管理人员及核心员工予以奖励，公司实施了股权激励方案，向股权激励对象增发股份。同时，为确保增资前后控股股东直接持股比例不发生变化，公司原股东也一并进行了增资，公司的注册资本由 9,000 万元增加至 12,700 万元。	此次除原股东增资外，还同时进行股权激励。股权激励系公司对核心员工过往贡献进行的奖励措施。为体现股权激励的目的，本次增资统一按照 1 元/出资额投入，定价具有合理性，与前次增资价格不存在差异。	该次增资履行了股东会决议、资产评估机构评估、会计师事务所验资以及工商登记等法律程序；相关增资款已经足额支付；此次增资为现金出资，不存在需要缴纳税款的情形。

4．历史上及目前，发行人及其前身股权代持、委托持股或其他利益安排的的情况

立高有限 2000 年 5 月设立至今，公司及其前身各股东所持公司股权不存在股权代持、委托持股或其他利益安排的情形。

（二）发行人不动产出资的情况

1、2017 年以房产增资的合法合规情况

根据《中华人民共和国公司法》（2013 年修正）第二十七条的规定，“股东可以用货币出资，也可以用实物、知识产权、土地使用权等可以用货币估价并可以依法转让的非货币财产作价出资；但是，法律、行政法规规定不得作为出资的财产除外。对作为出资的非货币财产应当评估作价，核实财产，不得高估或者低估作价。法律、行政法规对评估作价有规定的，从其规定。”

根据《中华人民共和国公司登记管理条例》（2016 年修订）第十四条规定，“股东的出资方式应当符合《公司法》第二十七条的规定，但股东不得以劳务、信用、自然人姓名、商誉、特许经营权或者设定担保的财产等作价出资。”

根据《公司注册资本登记管理规定》（2014 年施行）第五条规定，“股东或者发起人可以用货币出资，也可以用实物、知识产权、土地使用权等可以用货币估价并可以依法转让的非货币财产作价出资。股东或者发起人不得以劳务、信用、自然人姓名、商誉、特许经营权或者设定担保的财产等作价出资。”

2017 年，公司股东彭裕辉、赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永成以其依法取得并共同拥有的位于佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号 F1-F4 的房屋建筑物及相关土地使用权经评估作价出资之事项，符合当时有效的法律法规关于出资形式的相关规定。

2、出资资产来源的合法性及权属情况

2017 年公司股东彭裕辉、赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永成用以增资的房屋建筑物及相关土地使用权的来源如下：

（1）土地使用权的取得

2009 年 12 月 9 日，彭裕辉受赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永成委托以个人名义与转让方沈剑锋签订了《土地使用权转让合同》，约定以 1,330 万元的价格受让沈剑锋拥有的位于佛山市三水区中心科技工业区芦苞园 D 区 15 号、使用权面积为 51,692.60 ㎡、用途为工业用地、使用权类型为出让、终止日期至 2056 年 12 月 30 日的一宗国有建设用地使用权；彭裕辉、赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永

成按约定共有份额各自承担相应的土地转让价款并已全部支付完毕。2010 年 1 月 8 日，佛山市人民政府向彭裕辉、赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永成核发“佛三国用（2010）第 2010410004 号”土地使用权证书，彭裕辉、赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永成根据约定按 27%、25%、24%、18%、6%的比例共有该宗土地使用权。

（2）房屋建筑物所有权的取得

彭裕辉、赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永成等人在 2011 年至 2016 年期间于上述共有土地上按各自共有份额投资建设了综合楼、车间、办公楼等建筑物，并取得了相关房屋建筑物的产权证书，具体如下：

权利人 及共有情况	产权证号	坐落	建筑面积（㎡）	用途
彭裕辉 27% 赵键 25% 白宝鲲 24% 赵松涛 18% 彭永成 6%	粤（2016）佛三不动产权第 0027785 号	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号 F1	1,464.39	综合楼
	粤（2016）佛三不动产权第 0027794 号	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号 F2	4,561.35	车间
	粤（2016）佛三不动产权第 0027801 号	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号 F3	7,596.62	车间
	粤（2016）佛三不动产权第 0027835 号	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号 F4	1,771.59	办公楼

彭裕辉、赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永成用以向立高有限增资的上述房屋建筑物及相关土地使用权系其个人合法取得的财产、权属关系清晰。

3、相关资产作价的公允性

中广信于 2016 年 11 月 20 日出具《白宝鲲、赵松涛、赵键、彭永成、彭裕辉拟以非货币出资广东立高食品有限公司所涉及的位于佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号 F1-F4 房屋建筑物及其占有的土地使用权评估报告书》（中广信评报字[2016]第 523 号），评估机构对用以增资的房屋建筑物采用成本法进行评估，对土地使用权采用市场比较法及成本逼近法进行评估。截至评估基准日 2016 年 10 月 19 日，前述房屋建筑物及其占有的土地使用权的评估价值合计为 52,185,700.00 元，其中房屋建筑物评估价值为 25,305,500.00 元；土地使用权评估价值为 26,880,200.00 元，土地使用权面积为 51,692.60 ㎡，平均为 520 元/㎡。

经对比中国土地市场网（https://www.landchina.com）佛山市三水区芦苞镇同期国有建设用地使用权挂牌出让价格，彭裕辉、赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永成用以向立高有限出资的土地使用权的评估价值未超过同地区同期的挂牌出让价格，具体对比情况如下：

坐落	土地使用权面积（㎡）	用途	挂牌时间	成交价格（元）	成交价格（元/㎡）
佛山市三水区芦苞镇福绵西路 4 号	22,226.45	工业用地	2016.02	13,350,000	600.64
佛山市三水区芦苞镇懿龙路 1 号	27,085.73	工业用地	2016.08	16,600,000	612.87
佛山市三水区芦苞镇懿龙路 10 号	19,207.89	工业用地	2016.08	11,500,000	598.71
佛山市三水区芦苞镇展凌路 6 号	11,388.05	工业用地	2016.12	6,832,000	599.93

参考上述评估值并经立高有限股东会审议通过，彭裕辉、赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永成以其共有的前述土地使用权和房屋所有权作价 5,200 万元增资投入立高有限。因此，彭裕辉、赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永成以其共有的房屋建筑物及相关土地使用权经评估作价出资，作价公允。

4、相关资产与发行人生产经营的关系

彭裕辉、赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永成投资建设的上述房屋建筑物在建成后即先后出租给佛山立高、佛山分公司使用，系公司佛山三水生产基地的经营性房产。

5、相关资产的权属变更手续及法律纠纷或诉讼等情况

2017 年 7 月 8 日，彭裕辉、赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永成用于出资的土地使用权和房屋所有权办理完毕产权变更登记手续，立高有限取得“粤（2017）佛三不动产权第 0031059 号”“粤（2017）佛三不动产权第 0031060 号”“粤（2017）佛三不动产权第 0031061 号”“粤（2017）佛三不动产权第 0031062 号”《不动产权证书》，前述用以增资的土地使用权和房屋所有权登记至立高有限名下。彭裕辉、赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永成，就该次增资事宜，各方不存在法律纠纷或诉讼等情况。

（三）发行人员工持股计划的现金认购的资金来源及合规性，合伙人与董事、监事、高级管理人员、发行人客户和供应商之间具有关联关系或资金往来

截止本招股说明书签署日，广州立兴、广州立创的合伙人均为公司及其子公司员工，均系以自有资金认购广州立兴、广州立创的财产份额，不存在公司、实际控制人向相关合伙人提供财务资助的情形。

截至本招股说明书签署日，广州立兴、广州立创部分合伙人与公司董事、监事、高级管理人员存在下述关联关系：

1、广州立兴、广州立创执行事务合伙人彭裕辉系公司董事长、总经理，系公司董事、副总经理赵松涛配偶之弟，系广州立兴有限合伙人招建章之妹之配偶；

2、广州立创有限合伙人陈和平系公司董事、副总经理陈和军之兄；

3、广州立创有限合伙人宁宗峰系公司监事，系广州立创有限合伙人宁晓峰、宁晓妮之兄；

4、广州立兴有限合伙人邓志强系公司监事；

5、广州立兴有限合伙人刘宇系公司财务总监；

除上述情况外，广州立兴、广州立创合伙人与公司董事、监事、高级管理人员不存在其他关联关系；除广州立兴、广州立创部分合伙人担任公司董事、监事、高级管理人员外，广州立兴、广州立创其他合伙人与公司董事、监事、高级管理人员未曾因认购广州立兴、广州立创财产份额发生过资金往来。

广州立兴、广州立创合伙人与公司客户、供应商不存在关联关系，亦未曾因认购广州立兴、广州立创财产份额发生过资金往来。

四、发行人设立以来的重大资产重组情况

自公司设立以来，除收购广州奥昆和广州昊道股权外，未发生其他重大资产重组情况。

（一）2014 年收购广州奥昆和广州昊道 51%的股权

1、收购亏损公司的原因及必要性

公司是国内较早从事奶油等烘焙食品原料生产的企业之一，经过多年的发展，已在烘焙食品原料领域形成了较强的市场竞争力。而烘焙产业覆盖面广，市场规模巨大，公司也一直在积极开拓新的产品领域，以寻找新的业务增长点。彭裕辉等主要经营者长期关注国外烘焙行业的发展，通过考察国外烘焙产业的发展趋势和特点、参加国外烘焙展会并结合中国烘焙市场的发展现状，预判冷冻烘焙食品在未来我国的消费升级过程中，将具有良好的市场发展前景，因此，公司拟涉足相关领域以图扩大发展。

陈和军、宁宗峰两人在设立广州奥昆和广州昊道前，已合作从事多年冷冻烘焙食品运营和酱料研发。广州奥昆和广州昊道已成功研发并生产经营包括挞皮、老婆饼和绿豆饼等多款冷冻烘焙食品，以及形成了沙拉酱的技术储备，且具有了一定的市场基础。尽管拥有较好的产品和市场基础，但广州奥昆和广州昊道因缺乏足够的资金支持用于大规模生产、丰富品类和快速市场推广，导致生产和销售规模较小，在收购前仍处于亏损的状态。

公司看好冷冻烘焙食品和烘焙酱料两类产品的未来市场前景，但该两类业务，尤其是冷冻烘焙食品业务存在较高的技术门槛，一是从原材料选型、配方、大规模生产工艺和设备定制改造方面需要较多的技术积累，二是冷冻烘焙食品中的品种众多，如何准确地把握消费者需求进行产品选型与开发，难度也较大；三是冷冻烘焙食品的生产从设备选型、安装调试到规模化生产需要经历较长的时间和较大的资金投入，试错成本和风险均较高。因此，公司通过持续观察广州奥昆和广州昊道的运营情况，认可陈和军、宁宗峰的个人能力以及相关产品的技术储备和市场前景，认为通过收购广州奥昆和广州昊道，不仅可以快速完成对冷冻烘焙食品和烘焙酱料领域的战略布局，还可以节省研发周期和成本，更有利于取得市场先机；此外，通过公司的资金和市场渠道支持，亦可解决制约广州奥昆和广州昊道业务发展的资金问题，加大研发投入及产能、加强渠道建设，从而更有利于推动相关系列产品的快速发展，进而提升整体盈利能力。

如前所述，公司收购广州奥昆和广州昊道系基于对冷冻烘焙产品和酱料业务未来良好的市场前景所作出的战略选择，有利于缩短公司布局相关领域的时间与成本，对公司未来产品结构的优化、经营业绩以及市场竞争力的提升均具有重要的战略意义，因此，该次收购具有商业必要性。

2、收购前广州奥昆和广州昊道的基本情况

（1）广州奥昆和广州昊道设立时股权代持情况及代持原因

广州奥昆由陈和军、宁宗峰和张新光于 2013 年 2 月发起设立，设立时的注册资本为 150 万元，三人的出资比例分别为 40%、30%和 30%。在设立时，因实际出资人之近亲属个人时间较为充裕，为尽快完成工商登记程序及出于便利性考虑，陈和军委托其配偶曾爱娇，宁宗峰委托其配偶王静，张新光委托其儿子张晶晶作为名义股东代持股权并办理工商登记手续。广州奥昆设立时相关情况如下：

单位：万元

名义股东			实际股东		
股东姓名	**出资额**	**出资比例**	**股东姓名**	**出资额**	**出资比例**
曾爱娇	60.00	40.00%	陈和军	60.00	40.00%
王静	45.00	30.00%	宁宗峰	45.00	30.00%
张晶晶	45.00	30.00%	张新光	45.00	30.00%
合计	**150.00**	**100.00%**	**合计**	**150.00**	**100.00%**

广州昊道由陈和军、宁宗峰和张新光于 2013 年 1 月发起设立，设立时的注册资本为 30 万元，三人的出资比例分别为 40%、30%和 30%。在设立时，为尽快完成工商登记程序及出于便利性考虑，宁宗峰和张新光分别委托陈和军作为名义股东代持股权并办理工商登记手续。广州昊道设立时相关情况如下：

单位：万元

名义股东			实际股东		
股东姓名	**出资额**	**出资比例**	**股东姓名**	**出资额**	**出资比例**
陈和军	30.00%	100.00%	陈和军	12.00	40.00%
--	--	--	宁宗峰	9.00	30.00%
--	--	--	张新光	9.00	30.00%
合计	**30.00%**	**100.00%**	**合计**	**30.00**	**100.00%**

广州奥昆与广州昊道实际股东与名义股东之间就代持关系已经签署了代持协议，知悉代持关系的存在。广州奥昆与广州昊道的实际股东与名义股东均出具声明，对代持关系不存在异议或纠纷。广州奥昆和广州昊道的名义及代持股东中陈和军为公司董事及副总经理，曾爱娇为陈和军配偶，王静为公司监事会主席宁宗峰配偶。除此之外，广州奥昆和广州昊道的名义及代持股东与公司控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员，本次发行中介机构负责人及其签字人员不存在亲属关系、关联关系或其他利益输送安排。

（2）收购前，广州奥昆和广州昊道的股权结构及股权代持情况

在收购前，2014 年 4 月 10 日，广州奥昆和广州昊道的名义股东、实际股东以及新股东立高有限、万建签署了关于股权安排的合作协议，约定以下条款：1）解除广州奥昆和广州昊道的原有股权代持情形；2）广州奥昆和广州昊道的实际股东陈和军、宁宗峰和张新光分别将广州奥昆和广州昊道 20.40%、15.30%和15.30%合计51.00%股权按照1元/出资额的价格转让给立高有限，将0.60%、0.70%和 1.70%合计 3.00%股权按照 1 元/出资额的格转让给万建；3）宁宗峰、张新光、万建将各自持有的广州奥昆剩余股权通过名义股东股权转让的形式委托陈和军代为持有。宁宗峰、张新光、万建所持有广州昊道的股权仍由名义股东陈和军代为持有，形成新的股权代持关系。新的代持关系的形成减少了名义股东的数量，有助于提高股东会决策的效率。广州奥昆与广州昊道实际股东与名义股东之间就代持关系已经签署了代持协议，知悉代持关系的存在。广州奥昆与广州昊道的实际股东与名义股东均出具声明，对代持关系不存在异议或纠纷。广州奥昆和广州昊道的名义及代持股东中陈和军为公司董事及副总经理。除此之外，广州奥昆和广州昊道的名义及代持股东与公司控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员，本次发行中介机构负责人及其签字人员不存在亲属关系、关联关系或其他利益输送安排。

在公司受让广州奥昆和广州昊道股权前，广州奥昆和广州昊道的股权结构与其设立时时的股权结构一致，具体详见本节之“四、发行人设立以来的重大资产重组情况”之“（一）2014 年收购广州奥昆和广州昊道 51%的股权”之“2、收

购前广州奥昆和广州昊道的基本情况”之“（1）广州奥昆和广州昊道设立时股权代持情况及代持原因”。

（3）收购前一年广州奥昆和广州昊道的主要财务数据

单位：万元

项目	2013 年 12 月 31 日/2013 年度	
	广州奥昆	广州昊道
总资产	289.79	95.25
净资产	146.82	26.71
净利润	-3.18	-3.29

注：上述数据未经审计

3、相关收购价格的定价依据及合理性

尽管广州奥昆和广州昊道拥有一定的市场基础，相关产品也拥有较好的市场发展前景，但因受制于资金不足的实际情况，在短期内难以迅速扩大生产规模、加大渠道开发，因而导致其整体生产和销售规模较小，在收购前仍处于亏损状态。截至 2013 年 12 月 31 日，广州奥昆和广州昊道的净资产值分别为 0.98 元/出资额和 0.89 元/出资额，净资产规模不高。另一方面广州奥昆和广州昊道也需要立高有限提供资金等资源支持。经参考广州奥昆和广州昊道截至 2013 年 12 月 31 日上述净资产值并经各方协商，将股权转让价格确定为 1 元/出资额。因此，该股权转让价格的定价依据具有合理性。

4、收购所履行的程序

考虑到办理前述合作协议所述股权转让、形成新的股权代持的工商变更登记备案手续较为繁琐，为提高效率，仍由工商登记的名义股权持有人办理股权转让的工商变更登记手续。2014 年 4 月 14 日，张晶晶、曾爱娇、王静与陈和军、立高有限签署了《股权转让协议》，约定张晶晶将广州奥昆 45 万元的出资额转让给陈和军；曾爱娇将广州奥昆 60 万元的出资额转让给立高有限；王静将广州奥昆 28.5 万元的出资额转让给陈和军，将广州奥昆 16.5 万元的出资额转让给立高有限。上述股权转让价格为 1 元/出资额。同日，广州奥昆召开股东会，同意前述股权转让。

股权转让后，广州奥昆的股权结构如下表所示：

单位：万元

序号	名义股东			实际股东		
	股东名称/姓名	出资额	出资比例	股东名称/姓名	出资额	出资比例
1	立高有限	76.50	51.00%	立高有限	76.50	51.00%
2	陈和军	73.50	49.00%	陈和军	28.50	19.00%
3	-	-	-	宁宗峰	21.00	14.00%
4	-	-	-	张新光	19.50	13.00%
5	-	-	-	万建	4.50	3.00%
合计		**150.00**	**100.00%**	-	**150.00**	**100.00%**

2014 年 4 月 14 日，陈和军与立高有限签署了《股权转让协议》，约定陈和军将广州昊道 15.3 万元出资额转让给立高有限，转让价格为 1 元/出资额。股权转让后，立高有限持有广州昊道 51%的股权，陈和军名义持有 49%的股权。同日，广州昊道召开股东会，同意前述股权转让。

股权转让后，广州昊道的股权结构如下表所示：

单位：万元

序号	名义股东			实际股东		
	股东名称/姓名	出资额	出资比例	股东名称/姓名	出资额	出资比例
1	立高有限	15.30	51.00%	立高有限	15.30	51.00%
2	陈和军	14.70	49.00%	陈和军	5.70	19.00%
3	-	-	-	宁宗峰	4.20	14.00%
4	-	-	-	张新光	3.90	13.00%
5	-	-	-	万建	0.90	3.00%
合计		**30.00**	**100.00%**	-	**30.00**	**100.00%**

5、收购后的整合情况

公司收购广州奥昆和广州昊道后，对管理制度、财务体系、信息系统、人员、供应商以及客户等方面进行了一系列的整合工作，使广州奥昆和广州昊道的整个管理体系与立高食品形成了有效的衔接，进而提升了管理的效率和运作水平。

（二）2016 年收购广州奥昆和广州昊道 49%的少数股东股权

1、收购少数股东股权的原因和合理性

公司收购广州奥昆及广州昊道剩余股权，主要是因为广州奥昆和广州昊道业务发展较快，并因业务发展需要，亟需扩大生产规模，补充流动资金，加大产品开发和渠道建设，但其少数股东限于资金实力，无法满足企业快速发展的资金需求。而立高有限进一步看好广州奥昆和广州昊道的前景，同时为加强对子公司的控制，出资收购了广州奥昆和广州昊道 49%的少数股东股权，并加大对其投资。因此，立高有限收购广州奥昆和广州昊道的剩余股权具有合理性。

2016 年 7 月 25 日，立高有限、广州奥昆和广州昊道及相关公司股东签订《合作协议书》，合作协议的具体内容如下：

（1）广州奥昆和广州昊道的股权转让

陈和军、宁宗峰、张新光和万建将所持广州奥昆和广州昊道 49%的股权转让给立高有限，转让价格不低于转让方所持 49%股权所对应的 2015 年 12 月 31 日经评估的净资产值。

（2）陈和军、宁宗峰等人对立高有限的增资

立高有限收购转让方所持 49%股权后，由陈和军、宁宗峰、张新光和万建等人尽快以货币对立高有限增资 24.50%。增资完成后，陈和军、宁宗峰、张新光和万建等人，分别持有立高有限 9.50%、7.00%、6.50%和 1.50%的股权，增资价格不低于立高有限 24.50%股权所对应 2015 年 12 月 31 日经审计的净资产值。

（3）广州奥昆和广州昊道的运营管理

鉴于陈和军、宁宗峰等人拥有较为丰富的行业经验，为确保广州奥昆和广州昊道正常开展业务并顺利实现经营目标，同意陈和军、宁宗峰等人作为管理人员加入广州奥昆和广州昊道，具体职务及薪酬由广州奥昆和广州昊道股东或执行董事按照实际情况确定。

陈和军、宁宗峰等人仅可在立高食品或广州奥昆和广州昊道处从事与立高食品、广州奥昆和广州昊道的业务有关的工作。若陈和军、宁宗峰等人不再继续在立高食品或广州奥昆和广州昊道任职的，则陈和军、宁宗峰等人保证自成为立高

食品股东后十年内，不得以任何方式直接或间接从事任何与立高食品或广州奥昆和广州昊道相同或相似的业务及其上下游业务。若陈和军、宁宗峰等人不再继续在立高食品或广州奥昆和广州昊道任职，且不再持有立高食品的股份，不受前述规定约束。

除前述合作协议书中所约定竞业禁止条款外，立高食品在收购广州奥昆和广州昊道及少数股东增资立高食品过程中，不存在对陈和军、宁宗峰等人业绩对赌、任职期限等其他要求。

2、本次收购前广州奥昆和广州昊道的基本情况

（1）股权还原

在本次收购前，广州奥昆和广州昊道的参股股东陈和军将所代持的股权进行了还原。根据广东正森资产评估土地房地产估价有限公司于 2016 年 8 月 17 日出具的《广州奥昆食品有限公司因股权交易事宜需了解委估企业评估基准日时所有者权益市场价值参考依据》（粤森番资评字[2016]第 1023 号）和《广州昊道食品有限公司因股权交易事宜需了解委估企业评估基准日时所有者权益市场价值参考依据》（粤森番资评字[2016]第 1024 号），广州奥昆和广州昊道于评估基准日，2015 年 12 月 31 日采用资产基础法评估的每股净资产价值分别为 2.25 元/出资额和 1.15 元/出资额。

广州奥昆和广州昊道于评估基准日的净资产及评估增值情况如下表所示：

单位：万元

广州奥昆净资产			广州昊道净资产		
审计值	评估值	评估增值率	审计值	评估值	评估增值率
348.52	337.00	-3.31%	47.37	34.58	-27.00%

2016 年 8 月 20 日，陈和军与被代持方宁宗峰、张新光、万建签署了《股权转让协议》，分别参照广州奥昆和广州昊道净资产评估值，按照 2.5 元/出资额和 1.6 元/出资额的价格进行股权转让。股权转让完成后，陈和军、宁宗峰、张新光和万建持有广州奥昆和广州昊道的股权比例均分别为 19.00%、14.00%、13.00%和 3.00%。此次股权转让为股权还原，陈和军在收到股权转让款后剔除所缴纳的个税，足额返还给了宁宗峰、张新光和万建。

股权还原后，广州奥昆的股权结构如下表所示：

单位：万元

序号	股东姓名/名称	出资额	出资比例
1	立高有限	76.50	51.00%
2	陈和军	28.50	19.00%
3	宁宗峰	21.00	14.00%
4	张新光	19.50	13.00%
5	万建	4.50	3.00%
合计		**150.00**	**100.00%**

股权还原后，广州昊道的股权结构如下表所示：

单位：万元

序号	股东姓名/名称	出资额	出资比例
1	立高有限	15.30	51.00%
2	陈和军	5.70	19.00%
3	宁宗峰	4.20	14.00%
4	张新光	3.90	13.00%
5	万建	0.90	3.00%
合计		**30.00**	**100.00%**

（2）收购前广州奥昆和广州昊道的财务数据

收购前一年度广州奥昆和广州昊道的财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2015 年 12 月 31 日/2015 年度	
	广州奥昆	广州昊道
总资产	4,329.01	1,167.91
净资产	348.52	47.37
净利润	161.38	24.32

注：上述数据经广州业勤会计师事务所有限公司审计

3、本次收购所履行的程序及定价依据

2016 年 9 月 23 日，陈和军、宁宗峰、张新光、万建与立高有限签署了《股权转让协议》，约定广州奥昆上述自然人股东将所持股权转让给立高有限的价格与前述股权还原价格一致，为 2.5 元/出资额，其中陈和军将 28.5 万元出资额以

71.25 万元的价格转让给立高有限；宁宗峰将 21 万元出资额以 52.5 万元的价格转让给立高有限；张新光将 19.5 万元出资额以 48.75 万元的价格转让给立高有限；万建将 4.5 万元出资额以 11.25 万元的价格转让给立高有限。同日，广州奥昆召开股东会，决议同意前述股权转让。股权转让后，广州奥昆成为立高有限的全资子公司。

2016 年 9 月 18 日，陈和军、宁宗峰、张新光、万建与立高有限签署了《股权转让协议》，约定广州昊道上述自然人股东将所持股权转让给立高有限的价格与前述股权还原价格一致，为 1.6 元/出资额，其中陈和军将 5.7 万元出资额以 9.12 万元的价格转让给立高有限；宁宗峰将 4.2 万元出资额以 6.72 万元的价格转让给立高有限；张新光按照 1.6 元/出资额的价格将 3.9 万元出资额以 6.24 万元的价格转让给立高有限；万建按照 1.6 元/出资额的价格将 0.9 万元出资额以 1.44 万元的价格转让给立高有限。同日，广州昊道召开股东会，决议同意前述股权转让。股权转让后，广州昊道成为立高有限的全资子公司。

公司收购广州奥昆和广州昊道剩余股权的定价依据为参考了广州奥昆和广州昊道以 2015 年 12 月 31 日为基准日的净资产评估值，定价依据充分、合理。

在公司收购广州奥昆和广州昊道过程中，广州奥昆和广州昊道的相关名义股东、实际股东及立高有限之间除对陈和军、宁宗峰等原广州奥昆和广州昊道少数股东存在竞业禁止要求外，不存在对赌协议和其他安排。

（三）收购广州奥昆和广州昊道对发行人业务、管理层、实际控制人及经营业绩的影响

公司通过收购广州奥昆和广州昊道，进一步丰富了公司的产品体系，实现了对冷冻烘焙食品和烘焙酱料领域的战略布局，抓住了烘焙产业快速发展的契机，推动了公司业绩的快速增长。

公司分别任命广州奥昆总经理陈和军为公司副总经理，广州昊道总经理宁宗峰为公司监事，并分别主管公司冷冻烘焙食品和烘焙酱料业务的经营管理，进而使公司的经营管理架构更为全面和完善，有效保障各业务板块的稳步发展。

公司收购广州奥昆和广州昊道前后公司实际控制人仍为彭裕辉、赵松涛和彭

永成，实际控制人未发生变化。

（四）发行人两次收购广州奥昆和广州昊道股权及其少数股东增资发行人股权之间的关系

2014 年 4 月，立高有限收购广州奥昆和广州昊道各 51%股权时，未对其剩余股权的收购做出约定及安排。因此，立高有限 2014 年 4 月收购广州奥昆、广州昊道各 51%股权与 2016 年 10 月收购广州奥昆、广州昊道剩余各 49%股权事宜不构成一揽子交易。

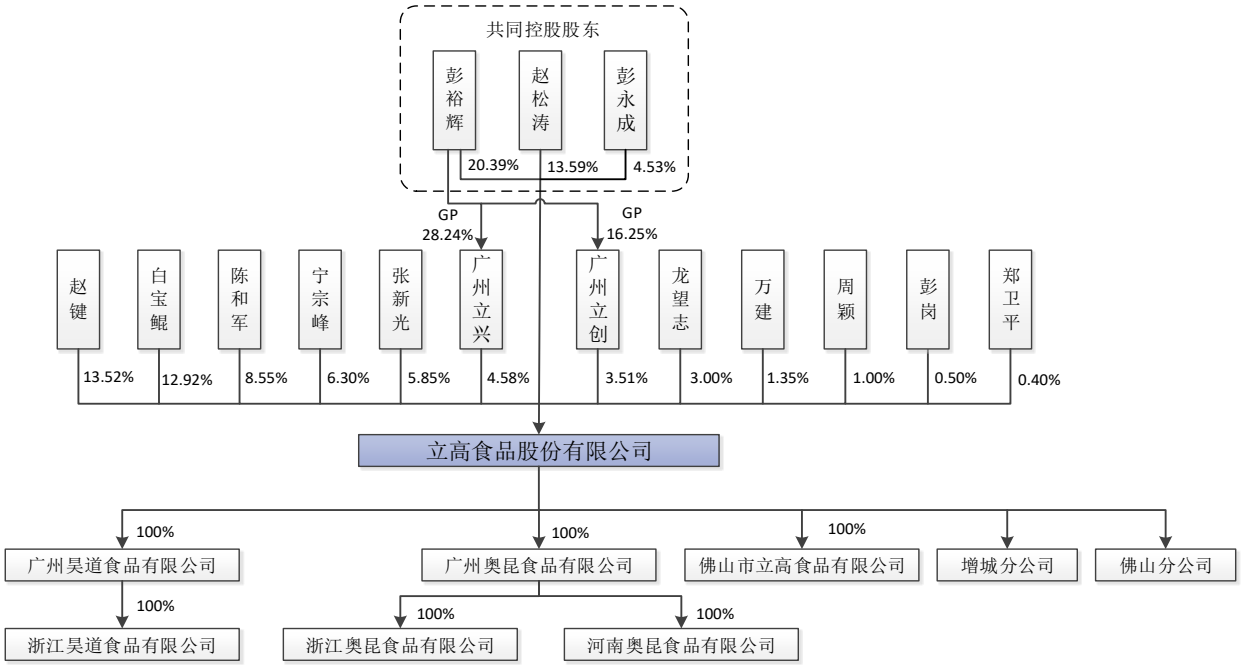
立高有限收购广州奥昆和广州昊道控股权后，通过 2 年的运营整合以及对子公司资金的支持，冷冻烘焙食品和酱料业务获得了较大的发展。因业务发展需要，广州奥昆和广州昊道亟需进一步扩大生产规模和补充流动资金，但陈和军和宁宗峰限于资金实力，增资能力有限。而立高有限进一步看好广州奥昆和广州昊道的前景，为加强对子公司的控制，出资收购了广州奥昆和广州昊道 49%的少数股东股权，同时，为稳定广州奥昆和广州昊道的经营管理，调动其少数股东对烘焙食品原料和酱料业务持续发展的积极性，约定了其少数股东向立高有限增资，并确定了增资的比例和增资定价的原则。

综上，公司收购广州奥昆和广州昊道的 49%剩余股权以及广州奥昆和广州昊道少数股东向公司增资，其构成了加强子公司的控制，稳定子公司的经营管理，满足子公司业务发展资金需求的整体方案，两次交易构成了一揽子交易。

五、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

发行人自成立至今，未在其他证券市场上市/挂牌。

六、发行人的股权架构



七、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况

截止本招股说明书签署日，发行人拥有 3 家全资子公司、3 家间接控股公司、2 家分公司，无参股公司。报告期内曾存在 2 家间接控股公司，截止本招股说明书签署日已注销完毕，具体情况如下：

（一）全资子公司情况

1、广州奥昆

（1）广州奥昆基本情况如下：

公司名称	广州奥昆食品有限公司
统一社会信用代码	91440115061146011F
成立时间	2013 年 2 月 4 日
注册资本	2,000 万元
实收资本	2,000 万元
法定代表人	陈和军

注册地和主要生产经营地	广州市南沙区榄核镇万祥横街 3 号 A101
股东构成及控制情况	发行人持有其 100%股权
经营范围	糕点、面包制造（不含现场制售）；速冻食品制造；预包装食品批发；道路货物运输；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事冷冻烘焙食品的研发、生产及销售，隶属于公司主营业务

（2）广州奥昆最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	38,400.38	38,539.44
净资产	16,708.60	14,424.26
净利润	5,384.34	10,091.50

注：以上数据经中审众环审计，为合并口径数据。

2、广州昊道

（1）广州昊道基本情况如下：

公司名称	广州昊道食品有限公司
统一社会信用代码	91440115061109210E
成立时间	2013 年 1 月 14 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
法定代表人	宁宗峰
注册地和主要生产经营地	广州市南沙区榄核镇万祥横街 3 号 B101
股东构成及控制情况	发行人持有其 100%股权
经营范围	货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口；水果和坚果加工；其他调味品、发酵制品制造；食品添加剂制造
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事烘焙酱料的研发、生产及销售，隶属于公司主营业务

（2）广州昊道最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	5,634.58	6,811.28
净资产	2,578.60	2,867.24
净利润	511.36	1,332.95

注：以上数据经中审众环审计，为合并口径数据。

3、佛山立高

（1）佛山立高基本情况如下：

公司名称	佛山市立高食品有限公司
统一社会信用代码	91440607068497199E
成立时间	2013 年 5 月 10 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
法定代表人	彭裕辉
注册地和主要生产经营地	佛山市三水区中心科技工业区芦苞园 D 区 15 号车间三
股东构成及控制情况	发行人持有其 100%股权
经营范围	生产、销售：饼干及其他烘烤食品，糖果、巧克力，果菜汁及果菜汁饮料，速冻食品，果冻食品用粉，食品添加剂，其他调味品、发酵制品，其他酒；加工、销售：食用植物油，水果，坚果；农副产品收购及初加工服务；冷藏车道路运输，集装箱道路运输，普通货物道路运输；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）；企业管理咨询服务。（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	主要从事稀奶油的销售，隶属于公司主营业务

（2）佛山立高最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	2,433.97	3,430.71
净资产	1,055.37	1,063.41
净利润	-8.04	-73.38

注：以上数据经中审众环审计。

（二）间接控股公司情况

1、浙江奥昆

（1）浙江奥昆基本情况如下：

公司名称	浙江奥昆食品有限公司
统一社会信用代码	91330522MA29JTTJ11

成立时间	2017 年 6 月 5 日
注册资本	6,000 万元
实收资本	6,000 万元
法定代表人	张晶晶
注册地和主要生产经营地	浙江省湖州市长兴经济技术开发区莘桥路 158 号-1
股东构成及控制情况	发行人全资子公司广州奥昆持有其 100%股权
经营范围	许可项目：食品生产；食品经营；技术进出口；货物进出口(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，具体经营项目以审批结果为准)。一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。
营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事冷冻烘焙食品研发、生产及销售和酱料的生产，隶属于公司主营业务

（2）浙江奥昆最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	20,920.50	21,932.72
净资产	9,454.43	10,368.50
净利润	1,085.93	3,970.62

注：以上数据经中审众环审计。

2、浙江昊道

（1）浙江昊道基本情况如下：

公司名称	浙江昊道食品有限公司
统一社会信用代码	91330522MA2B5CXHX3
成立时间	2018 年 10 月 15 日
注册资本	1,500 万元
实收资本	1,500 万元
法定代表人	宁宗峰
注册地和主要生产经营地	浙江省经济开发区莘桥路 158 号-3
股东构成及控制情况	发行人全资子公司广州昊道持有其 100%股权
经营范围	食品生产、销售；货物进出口，技术进出口，道路货物运输。（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	主要从事烘焙酱料销售，隶属于公司主营业务

（2）浙江昊道最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	2,562.25	3,266.15
净资产	1,082.26	1,319.72
净利润	-237.46	-180.06

注：以上数据经中审众环审计。

3、河南奥昆

（1）河南奥昆基本情况如下：

公司名称	河南奥昆食品有限公司
统一社会信用代码	91410781MA47HK8D56
成立时间	2019 年 10 月 14 日
注册资本	5,000 万元
实收资本	5,000 万元
法定代表人	陈和军
注册地和主要生产经营地	河南省新乡市卫辉市唐庄镇产业集聚区健康饮品产业园 1 号
股东构成及控制情况	发行人全资子公司广州奥昆持有其 100%股权
经营范围	食品生产，食品销售。涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营
主营业务及其与发行人主营业务的关系	拟作为公司华北生产基地建设及运营主体，暂未开展业务

（2）河南奥昆最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	4,994.33	2,147.91
净资产	4,984.43	-1.79
净利润	-13.78	-1.79

注：以上数据经中审众环审计。

（三）分公司情况

1、增城分公司

公司名称	立高食品股份有限公司增城分公司
统一社会信用代码	91440183MA59C4Q069

成立时间	2016 年 3 月 18 日
负责人	彭裕辉
营业场所	广州市增城区石滩镇石顺大道 342 号（厂房 B1，厂房 B2，仓库，仓库 C2）
经营范围	货物进出口（专营专控商品除外）；销售本公司生产的产品（国家法律法规禁止经营的项目除外；涉及许可经营的产品需取得许可证后方可经营）；饼干及其他焙烤食品制造（不含现场制售）；食用植物油加工；其他调味品、发酵制品制造；糖果、巧克力制造；食品添加剂制造；货物专用运输（冷藏保鲜）；货物专用运输（集装箱）；道路货物运输
主营业务	主要从事奶油等烘焙食品原料生产

2、佛山分公司

公司名称	立高食品股份有限公司佛山分公司
统一社会信用代码	91440607MA4UMCX557
成立时间	2016 年 3 月 7 日
负责人	彭裕辉
营业场所	佛山市三水区中心科技工业区芦苞园 D 区 15 号办公楼、车间一、车间二
经营范围	饼干及其他烘烤食品制造（不含现场制售）；食用植物油加工；其他调味品、发酵制品制造；糖果、巧克力制造；果菜汁及果菜汁饮料制造；水果、坚果加工；速冻食品制造；生产预拌粉；其它酒制造；食品添加剂制造；预包装食品批发；预包装食品零售；货物专用运输（冷藏保鲜）；道路货物运输；货物专用运输（集装箱）；货物进出口（专营专控商品除外）；收购农副产品农副产品初加工服务；销售本公司生产的产品（国家法律法规禁止经营的项目除外）；食品添加剂批发、零售；企业管理咨询服务（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	主要从事奶油、水果制品等烘焙食品原料生产

（四）注销公司情况

1、广州奥尚电子商务有限责任公司

（1）奥尚电子基本情况如下：

公司名称	广州奥尚电子商务有限责任公司
统一社会信用代码	91440115355739170E
成立时间	2015 年 8 月 27 日

注销时间	2017 年 6 月 9 日
注册资本	100 万元
实收资本	-
法定代表人	陈和军
注册地和主要生产经营地	广州市南沙区榄核镇万安村工业区 1 号、7 号车间
股东构成及控制情况	广州奥昆持有其 100%股权
经营范围	预包装食品批发；米、面制品及食用油批发；糕点、糖果及糖批发；互联网商品销售（许可审批类商品除外）；互联网商品零售（许可审批类商品除外）；食品添加剂批发；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）
主营业务	冷冻烘焙食品的电商销售

（2）注销情况

奥尚电子为广州奥昆尝试电商运营的独立平台。为优化管理，广州奥昆决定直接设立电商部进行电商运营，故将奥尚电子注销。2017 年 4 月 14 日，广州市南沙区国家税务局下发《税务事项通知书》（南沙国税税通[2017]17402 号），证明奥尚电子符合注销登记条件，决定予以核准。2017 年 4 月 28 日，广州市南沙开发区地方税务局大岗税务分局下发《税务事项通知书》（穗税通[2017]10690 号），证明奥尚电子符合注销登记条件，决定予以核准。2017 年 6 月 9 日，广州南沙开发区市场监督管理局下发《准予注销登记通知书》（（穗）登记内销字[2017]第 10201706090034 号），对奥尚电子决定准予注销登记。

（3）合法合规情况

截止本招股说明书签署日，奥尚电子相关资产、人员、债务已经处置完毕，注销程序合法合规，不存在纠纷或潜在纠纷。奥尚电子所在地的市场和质量监督、税务、社保、住房公积金等相关主管部门已出具无违规证明，奥尚电子在注销前不存在受到上述单位行政处罚的情形。

2、广州好禧坊食品有限公司

（1）好禧坊基本情况如下：

公司名称	广州好禧坊食品有限公司
统一社会信用代码	914401153044492968

成立时间	2014 年 7 月 1 日
注销时间	2017 年 6 月 27 日
注册资本	50 万元
实收资本	-
法定代表人	俞林海
注册地和主要生产经营地	广州市南沙区榄核镇万安村工业区 1 号、7 号车间
股东构成及控制情况	广州奥昆持有其 80%股权，俞林海持有其 20%的股权
经营范围	预包装食品零售；糕点、面包零售；非酒精饮料及茶叶零售；预包装食品批发；米、面制品及食用油批发；糕点、糖果及糖批发；非酒精饮料、茶叶批发；贸易代理；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；策划创意服务
主营业务	婚庆喜饼销售

（2）注销情况

好禧坊为广州奥昆尝试婚庆喜饼销售业务设立的公司，试运行后，广州奥昆决定不单设子公司从事该业务，故将好禧坊注销。2017 年 5 月 3 日，广州市南沙区国家税务局下发《税务事项通知书》（南沙国税税通[2017]21318 号），证明好禧坊符合注销登记条件，决定予以核准。2017 年 6 月 9 日，广州市南沙开发区地方税务局大岗税务分局下发《税务事项通知书》（穗税通[2017]14432 号），证明好禧坊符合注销登记条件，决定予以核准。2017 年 6 月 27 日，广州南沙开发区市场监督管理局下发《准予注销登记通知书》（（穗）登记内销字[2017]第 10201706270069 号），对好禧坊决定准予注销登记。

（3）合法合规情况

截止本招股说明书签署日，好禧坊相关资产、人员、债务已经处置完毕，注销程序合法合规，不存在纠纷或潜在纠纷。好禧坊所在地的市场和质量监督、税务、社保、住房公积金等相关主管部门已出具无违规证明，好禧坊在注销前不存在受到上述单位行政处罚的情形。

八、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）控股股东及实际控制人的基本情况

1、一致行动协议的主要内容

截止本招股说明书签署日，彭裕辉直接持有公司 2,588.90 万股股份，占总股本的 20.39%，同时作为执行事务合伙人分别持有广州立兴、广州立创 28.24%、16.25%的出资额，从而间接控制公司 4.58%、3.51%的股份；赵松涛直接持有公司 1,725.93 万股股份，占总股本的 13.59%；彭永成直接持有公司 575.31 万股股份，占总股本的 4.53%。以上三人为亲属关系，赵松涛为彭裕辉的姐夫，彭永成为彭裕辉的父亲，三人直接和间接控制公司 46.60%的股份。除彭裕辉、赵松涛、彭永成之间存在直系亲属关系外，该三人的配偶、其他直系亲属不存在持有公司股份达到 5%以上或者虽未超过 5%但是担任公司董事、高级管理人员并在公司经营决策中发挥重要作用的情形。

彭裕辉、赵松涛、彭永成于 2017 年 12 月 14 日签署了《一致行动协议》，其主要内容如下：

主要条款	具体内容
一致行动时间	自协议签署之日起至公司上市后 60 个月，期满后经三方协商一致仍可延长。
一致行动原则	在持有公司股份期间保持一致行动，包括在行使召集权、提案权、表决权前事先协商一致意见并在召集、提案、表决过程中按照该一致意见进行召集、提案、表决等。
公司股东大会层面的决策	赵松涛、彭永成承诺保证其（包括其代理人）在公司的股东大会投票表决时与彭裕辉（包括其代理人）的表决保持一致。
董事会层面的决策	赵松涛承诺保证其（包括其代理人）在公司的董事会投票表决时与彭裕辉（包括其代理人）的表决保持一致。
意见不一致时的解决机制	三方应在会议召集、提案、表决前通过友好协商、讨论等方式就有关事宜达成一致表决意见。如经协商仍未能达成一致意见的，赵松涛、彭永成应依据彭裕辉的意见进行召集、提案及予以表决，确保一致行动。
优先购买权	如协议任一方将所直接持有的公司全部或部分股份对外转让的，协议其他两方在同等条件下，均有优先购买权；如协议其他两方均主张行使优先购买权的，协商确定各自的购买比例；协商不成的，按照转让时各自的持股比例行使优先购买权。
一致行动的解除	协议确定之一致行动关系不得为协议的任何一方单方解除或撤销，协议所述与一致行动关系相关的所有条款均为不可撤销条款。
违约责任	如任何一方违约致使本协议的目的无法实现，违约方应承担违约责任，给守约方造成损失的应当予以赔偿，如三方违约则分别承担违

	约责任。

综上，彭裕辉、赵松涛、彭永成三人直接和间接控制公司 46.60%的股份，且签署了一致行动协议，因此，为公司控股股东及实际控制人。

《一致行动协议》已明确了发生意见分歧或纠纷时的解决机制，即彭裕辉、赵松涛、彭永成应在董事会、股东大会会议召集、提案、表决前通过友好协商、讨论等方式就有关事宜达成一致表决意见，如经协商仍未能达成一致意见的，赵松涛、彭永成应依据彭裕辉的意见进行召集、提案及予以表决，确保一致行动。

2、《一致行动协议》签署前发行人的股权控制情况

在立高有限 2000 年 5 月设立至《一致行动协议》签署前，彭裕辉、赵松涛、彭永成持股情况变化如下：

时间	彭裕辉、赵松涛、彭永成合计持股情况	其他股东的持股情况		与其他股东持股情况对比
2000 年 5 月设立	彭永成持有立高有限 31.90%股权	赵键	35.60%	与其他股东各自出资比例较为接近
		白宝鲲	32.50%	
2002 年 12 月第一次增资后	彭裕辉、赵松涛、彭永成合计持有立高有限 41.71%股权	赵键	30.54%	高于其他股东各自出资比例
		白宝鲲	27.75%	
2008 年 4 月股权转让后	彭裕辉、赵松涛、彭永成合计持有立高有限 51.00%股权	赵键	25.00%	高于其他股东各自出资比例
		白宝鲲	24.00%	
2014 年 8 月第二次增资后	彭裕辉、赵松涛、彭永成合计持有立高有限 51.00%股权	赵键	25.00%	高于其他股东各自出资比例
		白宝鲲	24.00%	
2016 年 10 月第三次增资后	彭裕辉、赵松涛、彭永成合计持有立高有限 38.5050%股权	赵键	18.88%	高于其他股东各自出资比例
		白宝鲲	18.12%	
		陈和军	9.50%	
		宁宗峰	7.00%	
		张新光	6.50%	
		万建	1.50%	
2017 年 3 月第四次增资后	彭裕辉、赵松涛、彭永成合计持有立高有限 38.5050%股权	赵键	18.88%	高于其他股东各自出资比例
		白宝鲲	18.12%	
		陈和军	9.50%	
		宁宗峰	7.00%	
		张新光	6.50%	

		万建	1.50%	

彭裕辉、赵松涛、彭永成在 2017 年 12 月 14 日签署《一致行动协议》前，对立高有限具有实际的控制力，是立高有限的实际控制人，关于实际控制权的认定情况如下：

2000 年 5 月立高有限设立后，虽然赵键、白宝鲲各自的持股比例与彭永成的持股比例较为接近，但赵键和白宝鲲作为财务投资者，并未实际参与立高有限的经营管理，立高有限一直由彭裕辉、赵松涛、彭永成主要负责经营；2008 年 4 月，为提高立高有限股东会和经营管理决策上的效率，并明确彭裕辉、赵松涛、彭永成实际控制人的身份，赵键、白宝鲲和彭永成分别将部分股权转让给彭裕辉、赵松涛，股权转让后彭裕辉、赵松涛和彭永成三人合计出资比例为 51%，同时彭裕辉任立高有限执行董事兼总经理。

彭裕辉、赵松涛、彭永成为近亲属关系，彭裕辉系彭永成之子，系赵松涛配偶之弟；自 2002 年 12 月彭裕辉、赵松涛通过增资成为立高有限股东后至签署《一致行动协议》前，彭裕辉、赵松涛、彭永成在公司的所有重大决策过程中均保持了实际的一致行动；自 2008 年 4 月股权转让完成后至签署《一致行动协议》前，立高有限亦不存在其他单一股东持股超过 30%的情形且其他股东相互之间不存在关联关系或一致行动关系。

自 2002 年 12 月彭裕辉、赵松涛通过增资成为立高有限股东后即陆续在公司担任重要职务，在签署《一致行动协议》前，彭裕辉为立高有限第一大股东并担任执行董事、总经理，赵松涛为立高有限第二大股东并担任副总经理，能够对立高有限的生产经营决策产生重大影响。

综上，在签署《一致行动协议》前，彭裕辉、赵松涛、彭永成对立高有限具有实际的控制力，是立高有限的实际控制人。

3．一致行动期限到期后的安排，以及对发行人股权稳定的影响

《一致行动协议》中约定三方同意一致行动期限为自协议签署之日起至公司上市后 60 个月，期满后经三方协商一致仍可延长。

根据公司 2019 年第二次临时股东大会批准的关于本次发行的决议，公司拟公开发行 4,234 万股人民币普通股股票，若全部发行完毕，公司股份总数将达到

16,934 万股，届时彭裕辉、赵松涛、彭永成三人合计控制的公司股份将会被稀释到 34.95%，其中彭裕辉本人直接持有及间接通过广州立兴、广州立创控制的公司股份为 21.36%、赵松涛直接持有的公司股份为 10.19%、彭永成直接持有的公司股份为 3.40%。如果一致行动协议到期后不再续签，或出现其他股东增持股份谋求公司控制权的情形，将可能会影响公司现有控制权的稳定。公司已将该控制权稳定的风险在招股说明书中进行了披露，详见本招股说明书之“第四节 风险因素”之“五、内控风险”之“（三）共同控制的风险”。

如前所述，彭裕辉、赵松涛、彭永成三人系近亲属关系，自 2008 年 4 月股权转让完成以来其三人在立高有限及公司的重大经营决策中均可施加重大影响并实际控制且亦保持了实质上的一致行动关系，且上述《一致行动协议》期满后经三方协商一致仍可延长。因此，《一致行动协议》前述期限安排对公司的股权稳定不存在可预见的重大不利影响。

4、控股股东及实际控制人的基本情况

彭裕辉、赵松涛、彭永成为公司控股股东及实际控制人，其基本情况如下：

（1）彭裕辉

彭裕辉先生，身份证号码：1201041968********，住所：广州市天河区汇景南路，中国国籍，无境外居留权。

（2）赵松涛

赵松涛先生，身份证号码：4401051963********，住所：广州市海珠区昌岗东路，中国国籍，拥有美国永久居留权。

（3）彭永成

彭永成先生，身份证号码：4401031936********，住所：广州市越秀区擢甲里，中国国籍，无境外居留权。

（二）持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况

截止本招股说明书签署日，除公司共同控股股东、实际控制人中彭裕辉、赵松涛外，其他持有发行人 5%以上股份的主要股东情况如下：

1、赵键

赵键先生，身份证号码：1201041968********，住所：杭州市上城区吴庄，中国国籍，无境外居留权。

2、白宝鲲

白宝鲲先生，身份证号码：4107211970********，住所：河南省新乡县小冀镇海伦大道，中国国籍，无境外居留权。

3、陈和军

陈和军先生，身份证号码：4228011980********，住所：广州市番禺区清河东路，中国国籍，无境外居留权。

4、宁宗峰

宁宗峰先生，身份证号码：6103221976********，住所：陕西省凤翔县横水镇，中国国籍，无境外居留权。

5、张新光

张新光先生，身份证号码：1322321959********，住所：河北省邢台市新河县滏东街，中国国籍，无境外居留权。

（三）控股股东及实际控制人控制的其他企业

截止本招股说明书签署日，公司控股股东及实际控制人彭裕辉、赵松涛、彭永成除控制本公司外，彭永成还实际控制宜章长青，彭裕辉还实际控制广州立兴和广州立创。

1、宜章长青

（1）宜章长青基本情况如下：

企业名称	宜章长青种植有限公司
成立时间	2009 年 7 月 15 日
统一社会信用代码	9143102269181765X0
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
法定代表人	俞醒操
注册地和主要生产经营地	宜章县东风乡竹梓塘村六组

经营范围	仁果类和核果类水果种植；水果种植及销售；冷链仓储；旅游开发；住宿、餐饮服务；休闲娱乐。（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	主要从事水果种植及销售，与发行人主营业务无关

（2）截止本招股说明书签署日，宜章长青出资情况如下：

序号	股东姓名	出资额（元）	出资比例	出资方式
1	彭永成	1,519,800.00	75.99%	货币出资
2	俞醒操	480,200.00	24.01%	货币出资
合计		**2,000,000.00**	**100.00%**	-

（3）宜章长青最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	465.61	255.08
净资产	180.90	183.27
净利润	-2.37	-6.18

注：以上数据未经审计。

（4）发行人与宜章长青的交易情况

宜章长青的主营业务为水果种植及销售，产品为蓝莓鲜果。而公司采购的水果原材料主要为冷冻水果。因此，报告期内，公司不存在向宜章长青采购产品的情形，宜章长青不是公司的供应商。

2、广州立兴

（1）广州立兴基本情况如下：

企业名称	广州立兴企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
成立时间	2018 年 4 月 23 日
统一社会信用代码	91440101MA5ATL9LXR
合伙期限至	长期
认缴出资额	581.71 万元
实缴出资额	581.71 万元
执行事务合伙人	彭裕辉
住所	广州市南沙区海滨路 185 号 720 房之二（仅限办公）
经营范围	企业管理服务（涉及许可经营项目的除外）；企业自有资金投

	资
主营业务	员工持股平台，无实际业务

（2）截止本招股说明书签署日，广州立兴权益结构如下：

序号	合伙人姓名	出资额（元）	出资比例	合伙人性质	任职情况
1	彭裕辉	1,643,000.00	28.24%	普通合伙	董事长、总经理、佛山立高执行董事、广州奥昆执行董事、广州昊道执行董事
2	刘宇	300,000.00	5.16%	有限合伙	财务总监
3	刘广华	297,800.00	5.12%	有限合伙	烘焙事业部见习大区总监
4	吴玲	251,200.00	4.32%	有限合伙	烘焙事业部大区经理
5	李万军	249,000.00	4.28%	有限合伙	烘焙事业部见习大区总监
6	郭军	217,900.00	3.75%	有限合伙	烘焙事业部见习大区经理
7	张秋侠	184,900.00	3.18%	有限合伙	烘焙事业部区域经理
8	张金玲	182,500.00	3.14%	有限合伙	烘焙事业部区域经理
9	王庆华	148,600.00	2.55%	有限合伙	烘焙事业部见习大区经理
10	凌春宝	136,400.00	2.34%	有限合伙	技术研发培训经理
11	丁刚强	136,000.00	2.34%	有限合伙	烘焙事业部五星级技师
12	王长鸿	131,400.00	2.26%	有限合伙	总经办项目部经理
13	邓志强	99,700.00	1.71%	有限合伙	监事、总经办项目部经理
14	卢五如	97,600.00	1.68%	有限合伙	市场部经理
15	邓新林	96,900.00	1.67%	有限合伙	物流部经理
16	利少珍	94,700.00	1.63%	有限合伙	财务部经理
17	陈敏	90,700.00	1.56%	有限合伙	销售服务部经理
18	李勇	88,900.00	1.53%	有限合伙	广州昊道研发工程师
19	黄盛雄	88,900.00	1.53%	有限合伙	广州昊道营销中心副总经理
20	卢剑钊	86,300.00	1.48%	有限合伙	研发中心巧克力研发经理
21	谢树阳	83,300.00	1.43%	有限合伙	信息部经理

22	招建章	83,200.00	1.43%	有限合伙	总经办项目部经理
23	杜炳年	81,100.00	1.39%	有限合伙	采购部经理
24	陈剑清	80,500.00	1.38%	有限合伙	烘焙事业部区域经理
25	刘鹏	76,800.00	1.32%	有限合伙	烘焙事业部见习大区经理
26	张祖林	76,200.00	1.31%	有限合伙	浙江奥昆工程部经理
27	黄小勇	76,200.00	1.31%	有限合伙	广州奥昆总经理助理
28	梁培玲	76,200.00	1.31%	有限合伙	广州奥昆总经理助理
29	余仁海	76,200.00	1.31%	有限合伙	广州昊道生产部生产主任
30	祝玉萍	75,600.00	1.30%	有限合伙	烘焙事业部业务经理
31	高乐厦	74,600.00	1.28%	有限合伙	烘焙事业部区域经理
32	李锋	74,100.00	1.27%	有限合伙	广州昊道营销中心大区经理
33	饶引花	72,300.00	1.24%	有限合伙	烘焙事业部区域经理
34	宫清举	65,900.00	1.13%	有限合伙	烘焙事业部区域经理
35	林丽芸	63,500.00	1.09%	有限合伙	广州昊道后勤中心后勤总监
36	刘亚洲	59,000.00	1.01%	有限合伙	增城分公司厂长
合计		**5,817,100.00**	**100.00%**	-	-

注：广州立兴出资人均为公司员工。

（3）广州立兴最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	582.18	583.62
净资产	579.18	580.62
净利润	231.25	75.06

注：以上数据未经审计。

（4）发行人与广州立兴的交易情况

广州立兴为公司员工发起设立的，以投资公司为目的的员工持股平台。报告期内，公司与广州立兴之间除广州立兴向公司增资及公司向广州立兴股利分配外，不存在其他的交易情况。增资及历次股利分配均履行了公司董事会、股东大会等决策程序，决策程序合规。广州立兴为公司员工持股平台，增资公司为公司实施的股权激励计划，因此，增资价格为 1 元/股。增资价格与公允价格之间的

差异进行了股份支付处理。

3、广州立创

（1）广州立创基本情况如下：

企业名称	广州立创企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
成立时间	2018 年 5 月 3 日
统一社会信用代码	91440101MA5AU81Y5D
合伙期限至	长期
认缴出资额	445.98 万元
实缴出资额	445.98 万元
执行事务合伙人	彭裕辉
住所	广州市南沙区海滨路 185 号 720 房之三（仅限办公）
经营范围	企业管理服务（涉及许可经营项目的除外）；企业自有资金投资
主营业务	员工持股平台，无实际业务

（2）截止本招股说明书签署日，广州立创权益结构如下：

序号	合伙人姓名	出资额（元）	出资比例	合伙人性质	任职情况
1	彭裕辉	724,700.00	16.25%	普通合伙	董事长、总经理、佛山立高执行董事、广州奥昆执行董事、广州昊道执行董事
2	宁宗峰	280,400.00	6.29%	有限合伙	监事会主席、广州昊道总经理、浙江昊道执行董事和总经理、河南奥昆监事
3	宁晓妮	177,800.00	3.99%	有限合伙	广州奥昆办公室主任
4	杨帆	177,000.00	3.97%	有限合伙	广州奥昆营销中心一部烘焙事业二部销售总监
5	刘碧交	165,100.00	3.70%	有限合伙	广州奥昆生产部总监
6	俞林海	127,000.00	2.85%	有限合伙	广州奥昆营销中心三部副总经理
7	张旭周	127,000.00	2.85%	有限合伙	广州奥昆供应链中心副总经理
8	张俊泳	116,500.00	2.61%	有限合伙	广州奥昆销售三部餐饮事业部销售总监
9	陈碧	114,300.00	2.56%	有限合伙	广州奥昆供应链中心总监
10	石冰	114,300.00	2.56%	有限合伙	广州奥昆经营管理中心副总经理

11	赵利伟	114,300.00	2.56%	有限合伙	广州奥昆营销中心二部副总经理
12	宁晓峰	101,600.00	2.28%	有限合伙	广州奥昆采购部经理
13	赖石欣	101,600.00	2.28%	有限合伙	广州奥昆研发一部经理
14	刘刚	101,600.00	2.28%	有限合伙	广州奥昆研发二部经理
15	黄钜华	88,900.00	1.99%	有限合伙	广州奥昆后勤中心副总经理
16	李旭峰	88,900.00	1.99%	有限合伙	广州奥昆总经理助理
17	梁坚锐	88,900.00	1.99%	有限合伙	广州奥昆总经理助理
18	龚一鹏	88,900.00	1.99%	有限合伙	广州奥昆研发三部经理
19	闵妮妮	88,900.00	1.99%	有限合伙	广州奥昆营销中心一部烘焙事业四部销售总监
20	刘晓琼	88,900.00	1.99%	有限合伙	浙江奥昆生产部经理
21	李娇	88,900.00	1.99%	有限合伙	广州奥昆生产部经理
22	李小兰	88,900.00	1.99%	有限合伙	广州奥昆生产部经理
23	余仁松	88,900.00	1.99%	有限合伙	广州奥昆物流部经理
24	易进保	88,900.00	1.99%	有限合伙	广州昊道营销中心大区经理
25	彭顺娣	88,900.00	1.99%	有限合伙	广州昊道供应链中心总监
26	陈浩锋	86,600.00	1.94%	有限合伙	广州奥昆营销中心二部商超事业一部总监
27	陈和平	76,200.00	1.71%	有限合伙	广州奥昆生产部配料员
28	黄少坚	76,200.00	1.71%	有限合伙	广州奥昆营销中心一部烘焙事业一部销售总监
29	程冲	64,500.00	1.45%	有限合伙	广州奥昆销售一部大区经理
30	胡光宇	63,400.00	1.42%	有限合伙	广州奥昆营销中心三部销售总监
31	郭钜康	63,300.00	1.42%	有限合伙	广州奥昆营销中心一部烘焙事业一部大区经理
32	王茂林	59,600.00	1.34%	有限合伙	广州奥昆营销中心一部烘焙事业五部销售总监
33	谢冬冬	58,100.00	1.30%	有限合伙	广州奥昆营销中心一部烘焙事业一部大区经理
34	冯正坤	57,000.00	1.28%	有限合伙	广州奥昆营销中心一部 KA 事业部销售总监
35	李静芳	53,300.00	1.20%	有限合伙	广州奥昆营销中心一部烘焙事业一部大区经理
36	李丽丹	52,000.00	1.17%	有限合伙	广州奥昆营销中心一部烘焙事业一部大区经理

37	武薇薇	50,800.00	1.14%	有限合伙	广州奥昆营销中心三部餐饮事业部大区经理
38	梁舒琼	50,800.00	1.14%	有限合伙	广州奥昆品管部经理
39	林锺严	50,800.00	1.14%	有限合伙	广州奥昆营销中心一部推广部经理
40	赖民均	44,400.00	1.00%	有限合伙	广州奥昆营销中心一部烘焙事业一部大区经理
41	邱红大	31,700.00	0.71%	有限合伙	广州奥昆营销中心一部烘焙事业一部大区经理
合计		**4,459,800.00**	**100.00%**	-	-

注：广州立创出资人均为公司员工。

（3）广州立创最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	446.32	447.84
净资产	443.32	444.84
净利润	176.88	57.42

注：以上数据未经审计。

（4）发行人与广州立创的交易情况

广州立创为公司员工发起设立的，以投资公司为目的的员工持股平台。报告期内，公司与广州立创之间除广州立创向公司增资及公司向广州立创股利分配外，不存在其他的交易情况。增资及历次股利分配均履行了公司董事会、股东大会等决策程序，决策程序合规。广州立创为公司员工持股平台，增资公司为公司实施的股权激励计划，因此，增资价格为 1 元/股。增资价格与公允价格之间的差异进行了股份支付处理。

（四）控股股东及实际控制人控制的其他企业与是否对发行人构成重大不利影响的同业竞争及上下游业务对公司独立性的影响

1、发行人实际控制人控制的公司的业务与发行人的业务关系

公司实际控制人控制的公司中广州立兴和广州立创为员工持股平台。宜章长青主营业务为水果种植及销售，所属行业为公司所采购的冷冻水果的上游行业，与公司业务存在上下游关系。公司的主营业务为烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的

研发、生产与销售。因此，广州立兴、广州立创和宜章长青不存在与公司相同、类似的业务，不存在对公司构成重大不利影响的同业竞争。

2、宜章长青业务对公司独立性的影响

（1）公司供应商及宜章长青客户的重叠情况

公司采购的水果原材料为冷冻水果，供应商为水果加工企业和贸易商。宜章长青所生产的蓝莓鲜果主要用于零售、批发以及销售给水果加工企业以供其加工使用。报告期内，宜章长青存在向公司供应商广州市达江源食品科技有限公司（简称“达江源”）销售蓝莓鲜果的情况，达江源的基本情况如下表所示：

企业名称	广州市达江源食品科技有限公司
成立时间	2013 年 5 月 3 日
股权结构	郭宏女持股 90.00%、罗凤英持股 10.00%
住所	广州市白云区广州民营科技园北太路 1627 号敏捷科创中心 1 号楼 18 层 1818 号
经营范围	预包装食品零售；乳制品批发；乳制品零售；预包装食品批发；蔬菜加工；水果和坚果加工；食品科学技术研究服务；水果批发；通用机械设备零售；化工产品批发（危险化学品除外）；技术进出口；道路货物运输代理；日用器皿及日用杂货批发；通用机械设备销售；水果零售；食品添加剂零售；食品添加剂批发；日用杂品综合零售；其他仓储业（不含原油、成品油仓储、燃气仓储、危险品仓储）；货物进出口（专营专控商品除外）；干果、坚果批发；干果、坚果零售；蔬菜批发；蔬菜零售；收购农副产品；谷物、豆及薯类批发；谷物副产品批发
主营业务	水果、蔬菜冷冻加工及销售
与发行人、宜章长青是否存在关联关系	与公司、宜章长青及董监高之间不存在关联关系

（2）发行人及宜章长青与达江源的交易情况及对发行人经营独立性的影响

报告期内，公司及宜章长青与达江源的交易情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年上半年	2019 年度	2018 年度	2017 年度
宜章长青向达江源销售蓝莓鲜果的金额	18.02	48.20	-	-
公司向达江源采购蓝莓冻果金额	21.40	531.40	786.03	824.26

注 1：宜章长青销售数据来自宜章长青销售明细表；

注 2：上述数据均为含税数据。

2019 年和 2020 年上半年，宜章长青蓝莓鲜果除零售和农贸市场批发外，向达江源销售的蓝莓鲜果金额分别为 48.20 万元和 18.02 万元，销售规模较小，报告期其他年度无交易，销售价格参考收购时点蓝莓鲜果的市场价格协商确定。达江源采购宜章长青蓝莓鲜果后，会与其他采购来源的鲜果进行统一筛选、冷冻加工处理后再行销售，销售价格为鲜果采购价加加工费利润。报告期内，公司向达江源采购蓝莓冻果的金额分别为 824.26 万元、786.03 万元、531.40 万元和 21.40 万元。因此，公司向达江源采购蓝莓冻果与宜章长青向达江源销售蓝莓鲜果交易内容不同，两者之间的交易金额亦不存在匹配关系，系彼此独立的商业交易。

综上，公司向达江源采购的蓝莓冻果与宜章长青向达江源销售蓝莓鲜果系彼此独立的商业交易，且公司向达江源采购的蓝莓冻果价格与向其他供应商采购的价格不存在显著差异，采购价格公允，因此，公司和宜章长青存在上下游业务关系不会对公司独立性造成影响。

（五）控股股东及实际控制人持有发行人股份的质押或其他有争议情况

截止本招股说明书签署日，公司控股股东及实际控制人彭裕辉、赵松涛、彭永成所直接持有或间接控制的发行人股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

九、其他自然人股东的基本情况

（一）其他自然人股东的基本情况

截止本招股说明书签署日，公司其他自然人股东赵键、张新光、周颖、彭岗、郑卫平的基本情况如下表所示：

姓名	身份证号	住址	有无境外永久居留权	持股比例	在发行人处的任职情况
赵键	1201041968********	杭州市上城区吴庄	无	13.52%	未任职
张新光	1322321959********	河北省邢台市新河县滏东街	无	5.85%	未任职
周颖	3301021967********	杭州市江干区金秋花园	无	1.00%	营销总监

彭岗	5111211975********	广州市天河区天河路	无	0.50%	行政总监
郑卫平	4401041964********	广州市天河区天河直街	无	0.40%	研发总监

（二）自然人股东赵键、张新光的入股原因、背景及合理性

上述自然人股东中，赵键、张新光未在公司任职，其二人投资入股公司的原因及背景如下：

2000 年 5 月，立高有限设立时赵键即为公司的股东，因其认可彭永成等人在奶油研发、生产和相关业务方面的经验，并看好立高有限的行业发展前景，自愿投资入股立高有限并持股至今。因此，赵键投资入股立高有限的原因具有合理性。

张新光为子公司广州奥昆和广州昊道的原股东。2016 年 7 月，立高有限收购广州奥昆、广州昊道剩余 49%股权，因广州奥昆、广州昊道原股东陈和军、宁宗峰、张新光、万建看好立高有限的发展前景，愿意在立高有限收购完成后投资入股立高有限，约定，上述股权收购完成后，陈和军、宁宗峰、张新光和万建向立高有限增资。因此，立高有限上述收购完成后，包括张新光在内的广州奥昆、广州昊道原股东向立高有限进行了增资。因此，张新光投资入股立高有限的原因具有合理性。

（三）是否存在代发行人经销商、供应商或他人持有出资的情形

未在公司任职的自然人股东赵键、张新光所持公司股份不存在代公司主要经销商、供应商或他人持有的情形。

（四）自然人股东是否与公司经销商、供应商、客户存在关联关系或其他利益关系

公司的自然人股东张新光与公司的客户甘肃永益商贸有限公司存在关联关系，具体情况为张新光之女持有永益商贸 48%的股权，张新光之女的配偶之兄持有永益商贸 52%的股权。2017 年至 2019 年，公司向永益商贸销售产品产生收入分别为 30.39 万元、54.06 万元和 11.39 万元，占公司销售收入比重为 0.03%、0.04%

和 0.01%。

为规范关联交易，公司与永益商贸已于 2019 年 5 月起终止交易。公司与关联方之间发生的关联销售按市场价格定价，交易价格公允。

除上述情况外，公司自然人股东与经销商、供应商、客户不存在关联关系或其他利益关系。

十、发行人股本情况

（一）本次发行前后发行人股本变化情况

本次发行前公司总股本为 12,700 万股，本次发行的股份不超过 4,234 万股。发行前后公司股本变化情况如下：

股东名称/姓名	本次发行前		本次发行后	
	股份（万股）	比例	股份（万股）	比例
彭裕辉	2,588.90	20.39%	2,588.90	15.29%
赵松涛	1,725.93	13.59%	1,725.93	10.19%
赵键	1,717.41	13.52%	1,717.41	10.14%
白宝鲲	1,641.10	12.92%	1,641.10	9.69%
陈和军	1,085.85	8.55%	1,085.85	6.41%
宁宗峰	800.10	6.30%	800.10	4.72%
张新光	742.95	5.85%	742.95	4.39%
广州立兴	581.71	4.58%	581.71	3.44%
彭永成	575.31	4.53%	575.31	3.40%
广州立创	445.98	3.51%	445.98	2.63%
龙望志	381.00	3.00%	381.00	2.25%
万建	171.45	1.35%	171.45	1.01%
周颖	127.38	1.00%	127.38	0.75%
彭岗	63.75	0.50%	63.75	0.38%
郑卫平	51.18	0.40%	51.18	0.30%
本次拟发行股份	-	-	4,234.00	25.00%
合计	**12,700.00**	**100.00%**	**16,934.00**	**100.00%**

（二）本次发行前发行人前十名股东

本次发行前，发行人前十名股东持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例
1	彭裕辉	2,588.90	20.39%
2	赵松涛	1,725.93	13.59%
3	赵键	1,717.41	13.52%
4	白宝鲲	1,641.10	12.92%
5	陈和军	1,085.85	8.55%
6	宁宗峰	800.10	6.30%
7	张新光	742.95	5.85%
8	广州立兴	581.71	4.58%
9	彭永成	575.31	4.53%
10	广州立创	445.98	3.51%
合计		**11,905.24**	**93.74%**

（三）本次发行前发行人前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

本次发行前，公司前十名自然人股东及其在公司任职情况如下：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例	任职情况
1	彭裕辉	2,588.90	20.39%	董事长、总经理、广州奥昆执行董事、广州昊道执行董事、佛山立高执行董事
2	赵松涛	1,725.93	13.59%	董事、副总经理、广州奥昆监事、广州昊道监事、佛山立高总经理
3	赵键	1,717.41	13.52%	-
4	白宝鲲	1,641.10	12.92%	董事
5	陈和军	1,085.85	8.55%	董事、副总经理、广州奥昆总经理、浙江奥昆监事、浙江昊道监事、河南奥昆执行董事和总经理
6	宁宗峰	800.10	6.30%	监事会主席、广州昊道总经理、浙江昊道执行董事和总经理、河南奥昆监事
7	张新光	742.95	5.85%	-
8	彭永成	575.31	4.53%	技术顾问
9	龙望志	381.00	3.00%	副总经理、董事会秘书
10	万建	171.45	1.35%	广州奥昆销售副总经理

合计	**11,430.00**	**90.00%**	-

（四）国有股份或外资股份的情况

截止本招股说明书签署日，公司股份中无国有股份或外资股份的情况。

（五）最近一年发行人新增股东的情况

最近一年，发行人不存在新增股东的情况。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前各股东之间的关联关系及其直接或间接持有公司股份比例情况如下：

股东姓名/姓名	关联关系	直接持股比例	间接持股比例
彭裕辉	赵松涛为彭裕辉之姐之配偶；彭永成为彭裕辉之父；招建章为彭裕辉之配偶之兄	20.39%	1.8643%
赵松涛		13.59%	-
彭永成		4.53%	-
招建章		-	0.0655%
彭裕辉	彭裕辉为广州立兴和广州立创的执行事务合伙人	20.39%	1.8643%
广州立兴		4.58%	-
广州创兴		3.51%	-
宁宗峰	宁晓妮为宁宗峰之妹；宁晓峰为宁宗峰之弟	6.30%	0.2208%
宁晓妮		-	0.1400%
宁晓峰		-	0.0800%
陈和军	陈和平为陈和军之兄	8.55%	-
陈和平		-	0.0600%
陈碧	陈碧为李勇之配偶	-	0.0900%
李勇		-	0.0700%
张金玲	张金玲为丁刚强之配偶	-	0.1437%
丁刚强		-	0.1071%

除此之外，公司其他股东之间不存在关联关系。

（七）发行人股东信息的核查情况

1、核查过程

保荐机构和发行人律师执行了以下核查程序：

（1）查阅了公司的工商登记资料、公司章程及公司提供的股东名册，了解公司历次股权变更的相关情况。

（2）查阅了广州立兴和广州立创的工商登记资料、合伙协议，了解广州立兴、广州立创的设立及各合伙人的相关情况。

（3）获取了公司各自然人股东的身份证件及其签署的《关联方核查表》，对公司各自然人股东的相关情况进行了解。

（4）获取了公司提供的各自然人股东出资及股权转让的银行凭证、相关验资报告、评估报告、缴税证明等资料。

（5）访谈了公司实际控制人及相关各自然人股东，了解各自然人股东出资、增资及股权转让的原因、定价依据、出资等情况。

（6）查阅了公司提供的员工花名册、广州立兴和广州立创各合伙人提供的身份证件、劳动合同及广州立兴和广州立创的验资报告、各合伙人的出资凭证。

（7）对广州立兴和广州立创全体合伙人进行访谈，了解广州立兴、广州立创各合伙人的出资原因、认购价格、缴款记录等情况。

（8）通过查询公示系统、商事主体信息查询网站有关公开信息，了解公司的股东登记情况、广州立兴和广州立创各合伙人的登记情况。

（9）取得了公司出具的针对相关事项的书面承诺，及保荐机构、发行人律师、申报会计师及相关负责人、高级管理人员、经办人员出具的书面确认。

2、核查结论

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

（1）公司已经真实、准确、完整地披露股东信息，公司历史沿革过程中不存在股份代持的情形。

（2）公司各股东均具有担任公司股东的身份，公司各自然人股东及广州立兴和广州立创合伙人历次出资、增资的来源为自有资金或自有物业，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有公司股份之情形，不存在本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员直接或间接持有公司股份之情形，不存在以公司股权进行不当利益输送之情形。

（3）公司不存在提交申请前 12 个月内新增股东的情况。

（4）公司各自然人股东出资、历次增资及股权转让之定价依据具有合理性，公司各自然人股东入股交易价格不存在明显异常之情形。

（5）公司非自然人股东的入股价格不存在明显异常之情形。

（6）公司的股东中不存在私募投资基金等金融产品的情况。

十一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的基本情况

（一）董事

截止本招股说明书签署日，公司董事会共有董事 6 名，其中独立董事 2 名。董事基本情况如下：

姓名	董事会职务	任期
彭裕辉	董事长、董事	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日
赵松涛	董事	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日
陈和军	董事	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日
白宝鲲	董事	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日
黄伟成	独立董事	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日
黄劲业	独立董事	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日

发行人现任董事简历如下：

彭裕辉先生，1968 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1990 年 9 月至 1991 年 3 月任职广州市旅游局科员，1991 年 3 月至 1993 年 7 月任职雀巢（中国）有限公司业务主任，1993 年 8 月至 1994 年 12 月任职美国粟米产品有限公司销售经理，1995 年 1 月至 1996 年 12 月任职香港屈臣氏华光食品有限公司销售经理，1997 年 7 月至 2000 年 4 月任职增城市金皿食品工业有限公司董事，2000 年 5 月至 2014 年 1 月历任增城市立高食品有限公司监事、执行董事、经理，2014 年 1 月至 2017 年 12 月历任广东立高食品有限公司执行董事、经理和董事，2017 年 12 月至今任职立高食品董事长、总经理。现任立高食品董事长、总经理，佛山立高执行董事，广州奥昆执行董事，广州昊道执行董事。

赵松涛先生，1963 年出生，中国国籍，拥有美国永久居留权，大专学历。

1983 年 9 月至 1991 年 3 月任职广州市劳动局科长，1991 年 4 月至 1995 年 5 月任职广州南沙浩业疏浚工程公司经理，1995 年 6 月至 1998 年 9 月任职广东粤海控股集团有限公司经理，1998 年 10 月至 2001 年 2 月任职广州银行股份有限公司经理，2001 年 3 月至 2014 年 1 月历任增城市立高食品有限公司副总经理，2014 年 1 月至 2017 年 12 月历任广东立高食品有限公司副总经理，2017 年 12 月至今任职立高食品董事、副总经理。现任立高食品董事、副总经理，佛山立高总经理，广州奥昆监事，广州昊道监事。

陈和军先生，1980 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。2003 年 3 月至 2005 年 9 月任职广州乐焙仕食品有限公司销售经理，2005 年 10 月至 2006 年 6 月任职立高有限销售经理，2009 年 12 月至 2014 年 1 月任职广州美滋煌食品有限公司总经理，2014 年 7 月至今历任广州奥昆监事、经理。现任立高食品董事、副总经理，广州奥昆总经理，浙江奥昆监事，浙江昊道监事，河南奥昆执行董事、总经理。

白宝鲲先生，1970 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，EMBA。1990 年 3 月至 1995 年 5 月任职河南新铝建筑装饰公司工程师，1995 年 5 月至 1999 年 7 月任职深圳市南铝幕墙材料有限公司总经理，1999 年 7 月至 2003 年 5 月任职深圳市坚朗建材有限公司总经理，2003 年 6 月至今任职广东坚朗五金制品股份有限公司董事长、总经理。现任立高食品董事，广东坚朗五金制品股份有限公司董事长、总经理。

黄伟成先生，1955 年出生，中国国籍，澳大利亚永久居留权，硕士研究生学历，中国注册会计师。1978 年 12 月至 1986 年 11 月任职广州财政学校教师，1986 年 12 月至 2015 年 12 月历任立信羊城会计师事务所有限公司审计员、经理和副总经理、立信会计师事务所合伙人。现任立高食品独立董事。

黄劲业先生，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2003 年 11 月至 2015 年 1 月任职广东信达律师事务所律师，2015 年 2 月至 2018 年 10 月任职北京市盈科（深圳）律师事务所律师，2018 年 11 月至今任职北京市康达（深圳）律师事务所律师。现任立高食品独立董事，北京市康达（深圳）律师事务所律师，广东德联集团股份有限公司独立董事，星期六股份有限公

司独立董事，深圳市金照明科技股份有限公司独立董事，深圳市正弦电气股份有限公司独立董事。

（二）监事

截止本招股说明书签署日，公司共有监事 3 名，其中职工监事 1 名。监事基本情况如下：

姓名	监事会职务	任期
宁宗峰	监事会主席	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日
刘青珊	职工监事	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日
邓志强	监事	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日

发行人现任监事简历如下：

宁宗峰先生，1976 年出生，中国国籍，无境外永久居留权。2000 年 9 月至 2004 年 2 月任职增城市麦肯嘉顿食品有限公司销售经理，2004 年 3 月至 2004 年 2 月任职增城市金钻食品工业有限公司销售经理，2009 年 12 月至 2014 年 8 月任职广州美滋煌食品有限公司经理，2013 年 1 月至今历任广州昊道监事、经理。现任立高食品监事会主席，广州昊道总经理，浙江昊道执行董事、总经理，河南奥昆监事。

刘青珊女士，1968 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1991 年 7 月至 1992 年 5 月任职广州天平仪器厂设计员，1992 年 5 月至 2003 年 4 月任职广东中外运久凌储运有限公司培训经理，2003 年 4 月至 2005 年 6 月任职广州阿科蔓生态环境技术有限公司行政经理，2005 年 6 月至 2014 年 1 月任职增城市立高食品有限公司行政经理，2014 年 1 月至 2017 年 12 月任职广东立高食品有限公司行政主任，2017 年 12 月至今任职立高食品行政经理、监事。现任立高食品行政经理、职工监事，佛山立高监事。

邓志强先生，1962 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1982 年 9 月至 1997 年 5 月历任广州市轻工研究所会计、财务经理和所长，1997 年 6 月至 2000 年 9 月任职广州轻工工贸集团有限公司财务副处长，2000 年 10 月至 2004 年 12 月任职广州房屋置换有限公司财务经理，2005 年 10 月至 2014 年 1 月

任职增城市立高食品有限公司财务经理，2014 年 1 月至 2017 年 12 月任职广东立高食品有限公司财务经理，2017 年 12 月至今任职立高食品监事、总经办项目部经理。现任立高食品监事、总经办项目部经理。

（三）高级管理人员

截止本招股说明书签署日，公司共有高级管理人员 8 名。高级管理人员基本信息情况如下：

姓名	经营层职务	任期
彭裕辉	总经理	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日
赵松涛	副总经理	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日
陈和军	副总经理	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日
龙望志	副总经理	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日
	董事会秘书	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日
周颖	营销总监	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日
彭岗	行政总监	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日
郑卫平	研发总监	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日
刘宇	财务总监	2020 年 10 月 27 日至 2023 年 10 月 26 日

公司各高级管理人员简历如下：

彭裕辉先生，简历情况详见本节“（一）董事”。

赵松涛先生，简历情况详见本节“（一）董事”。

陈和军先生，简历情况详见本节“（一）董事”。

龙望志先生，1978 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，注册会计师。2000 年 7 月至 2002 年 12 月任职广东三茂铁路股份有限公司会计，2003 年 1 月至 2007 年 6 月任职广东正中珠江会计师事务所经理，2007 年 6 月至 2008 年 1 月任职雅居乐集团控股有限公司财务部经理，2008 年 2 月至 2017 年 6 月任职安信证券股份有限公司业务总监，2017 年 6 月至 2017 年 12 月任职广东立高食品有限公司副总裁，2017 年 12 月至今任职公司副总经理、董事会秘书。现任立高食品副总经理、董事会秘书。

周颖先生，1967 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1990 年 8 月至 1995 年 3 月任职杭州国际大厦有限责任公司商务销售，1995 年 4 月至

1999 年 4 月任职杭州美丽健乳品有限公司采购经理，2000 年 7 月至 2014 年 1 月任职立高食品区域销售经理，2014 年 1 月至 2017 年 12 月任职广东立高食品有限公司销售总监，2017 年 12 月至今任职立高食品销售总监。现任立高食品营销总监。

彭岗先生，1975 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1999 年 7 月至 2000 年 6 月任职深圳良维国际股份有限公司生产主管，2000 年 6 月至 2002 年 9 月任职广东子光贸易有限公司人事主管，2002 年 9 月至 2004 年 12 月任职广州赛莱拉化妆品科技有限公司人力资源部经理，2004 年 12 月至 2014 年 1 月任增城市立高食品有限公司总裁助理，2014 年 1 月至 2017 年 12 月任职广东立高食品有限公司总裁助理，2017 年 12 月至今任职立高食品总经理助理，行政总监。现任立高食品行政总监。

郑卫平先生，1964 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1985 年 7 月至 2000 年 9 月历任广州市轻工研究所助理工程师、工程师，2000 年 10 月至 2014 年 1 月任职增城市立高食品有限公司副总经理、研发总监，2014 年 1 月至 2017 年 12 月，任职广东立高食品有限公司副总经理，2017 年 12 月至今任职立高食品研发总监。现任立高食品研发总监。

刘宇先生，1973 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，注册会计师、高级会计师。2006 年 8 月至 2009 年 8 月任职中顺洁柔纸业股份有限公司审计经理，2010 年 11 月至 2013 年 8 月任职广州市莱克斯顿服饰有限公司董事长财务助理，2013 年 8 月至 2016 年 2 月任职广东万里马实业股份有限公司董事长助理，2016 年 4 月至 2017 年 12 月任职广东立高食品有限公司财务总监，2017 年 12 月至今任职立高食品财务总监。现任立高食品财务总监。

（四）核心技术人员

截止本招股说明书签署日，公司共有核心技术人员 4 名。报告期内，公司核心技术人员未发生变动。核心技术人员简历如下：

彭裕辉先生，立高食品董事长、总经理，简历情况详见本节“（一）董事”。彭裕辉为“果馅自动化包装生产线及其包装方法”等 2 项发明专利、“果馅自动

化包装生产线及其检重机构”等 22 项实用新型专利发明人，任职广东省食品副产物增值加工产业技术创新联盟理事会常务理事。

陈和军先生，立高食品董事、副总经理，广州奥昆总经理，简历情况详见本节“（一）董事”。陈和军主持公司冷冻烘焙食品新产品的开发及新工艺的研发工作，牵头组织“港式蛋挞品质升级的研究”、“甜甜圈面团抗老化工艺研究与应用”、“起酥老婆饼的制作及其生产工艺的研究与应用”等多项工艺技术的开发。

宁宗峰先生，立高食品监事会主席，广州昊道总经理，简历情况详见本节“（二）监事”。宁宗峰主持公司酱料产品的研发工作，为“一种高效均质机”、“一种自动化包装机”等 14 项实用新型专利发明人。

郑卫平先生，立高食品研发总监，简历情况详见本节“（三）高级管理人员”。郑卫平主持公司奶油、水果制品等产品的研发工作，为“果馅自动化包装生产线及其包装方法·稳定化及高品质乳制品产业化关键技术”获得 2018 年广东省科技进步一等奖，获评 2018 年广州市产业高端人才。

（五）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员担任兼职主要情况如下：

姓名	职务	兼职任职企业（单位）		
		兼职单位名称	职务	与公司的关联关系
彭裕辉	董事长、总经理、核心技术人员	佛山立高	执行董事	全资子公司
		广州奥昆	执行董事	全资子公司
		广州昊道	执行董事	全资子公司
		广州立兴	执行事务合伙人	股东
		广州立创	执行事务合伙人	股东
赵松涛	董事、副总经理	佛山立高	总经理	全资子公司
		广州奥昆	监事	全资子公司
		广州昊道	监事	全资子公司
陈和军	董事、副总经理、核心技术人员	广州奥昆	总经理	全资子公司
		浙江奥昆	监事	全资孙公司
		浙江昊道	监事	全资孙公司

		河南奥昆	执行董事、总经理	全资孙公司
宁宗峰	监事会主席	广州昊道	总经理	全资子公司
		浙江昊道	执行董事、总经理	全资孙公司
		河南奥昆	监事	全资孙公司
刘青珊	监事	佛山立高	监事	全资子公司
白宝鲲	董事	广东坚朗五金制品股份有限公司	董事长、总经理	关联方
		广东坚朗精密制造有限公司	执行董事、总经理	关联方
		广东坚朗建材销售有限公司	执行董事、总经理	关联方
		北京欧超建材有限公司	执行董事	关联方
		广东坚宜佳五金制品有限公司	执行董事	关联方
		广东特灵安全设备有限公司	执行董事	关联方
		东莞市坚果智能科技有限公司	执行董事	关联方
		塔奥帝诺智能科技（东莞）有限公司	执行董事	关联方
		北京坚朗五金制品有限公司	监事	关联方
黄劲业	独立董事	北京市康达（深圳）律师事务所	律师	非关联方
		星期六股份有限公司	独立董事	非关联方
		广东德联集团股份有限公司	独立董事	非关联方
		深圳市金照明科技股份有限公司	独立董事	非关联方
		深圳市正弦电气股份有限公司	独立董事	非关联方

除上述情况外，公司的董事、监事不存在在立高食品及其控股子公司以外的其他企业担任职务的情形，公司的高级管理人员不存在在其他企业担任职务的情形。

（六）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间存在的亲属关系

公司董事赵松涛为公司董事长彭裕辉之姐之配偶，除此之外，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在亲属关系。

（七）董事、监事的提名及选聘情况

1、董事提名和选聘情况

2017 年 10 月 30 日，公司召开创立大会，由发起人股东提名，选举彭裕辉、赵松涛、陈和军、白宝鲲、黄伟成、黄劲业 6 名董事组成第一届董事会，其中黄伟成、黄劲业为独立董事。同日，公司第一届董事会第 1 次会议选举彭裕辉为董事长。

公司第一届董事会的任期于 2020 年 10 月届满，2020 年 10 月 27 日，公司召开 2020 年第二次临时股东大会，选举彭裕辉、赵松涛、陈和军、白宝鲲、黄伟成、黄劲业 6 名董事组成第二届董事会，其中黄伟成、黄劲业为独立董事，由董事会提名，其余董事由彭裕辉提名。同日，公司第二届董事会第 1 次会议选举彭裕辉为董事长。

2、监事提名和选聘情况

2017 年 10 月 15 日，职工代表大会选举刘青珊为职工监事，2017 年 10 月 30 日，公司创立大会选举宁宗峰、邓志强为股东代表监事。同日，公司第一届监事会第 1 次会议选举宁宗峰为监事会主席。

公司第一届监事会的任期于 2020 年 10 月届满，2020 年 10 月 27 日，职工代表大会选举刘青珊为职工监事，同日，公司 2020 年第二次临时股东大会选举宁宗峰、邓志强为股东代表监事。同日，公司第二届监事会第 1 次会议选举宁宗峰为监事会主席。

十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签订的协议及其履行情况

发行人与在公司任职并领取薪酬的董事、监事、高级管理人员及核心技术人

员签订了《劳动合同》。截止本招股说明书签署日，上述合同均正常履行。

十三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近两年的变动情况

（一）董事变动情况

2018 年初，彭裕辉、赵松涛、陈和军、白宝鲲、黄伟成、黄劲业 6 名董事组成公司第一届董事会，其中黄伟成、黄劲业为独立董事，彭裕辉为董事长。

2020 年 10 月 27 日，由于第一届董事会任期到期，公司召开 2020 年第二次临时股东大会，选举彭裕辉、赵松涛、陈和军、白宝鲲、黄伟成、黄劲业 6 名董事组成第二届董事会，其中黄伟成、黄劲业为独立董事。同日，公司第二届董事会第 1 次会议选举彭裕辉为董事长。

（二）监事变动情况

2018 年初，宁宗峰、邓志强、刘青珊组成公司第一届监事会，其中刘青珊为职工代表监事，宁宗峰、邓志强为股东代表监事，宁宗峰为监事会主席。

2020 年 10 月 27 日，由于第一届监事会任期到期，公司召开 2020 年第二次临时股东大会，选举宁宗峰、邓志强为股东代表监事；同日，公司召开职工代表大会选举职工代表监事刘青珊。同日，公司第二届监事会第 1 次会议选举宁宗峰为监事会主席。

（三）高级管理人员变动情况

2018 年初，公司高级管理人员为彭裕辉、赵松涛、陈和军、龙望志、周颖、彭岗、郑卫平和刘宇。其中，彭裕辉为公司总经理，龙望志为公司副总经理、董事会秘书，赵松涛、陈和军为公司副总经理，周颖为营销总监，彭岗为行政总监，郑卫平为研发总监、刘宇为财务总监。

2020 年 10 月 27 日，公司第二届董事会第 1 次会议决议聘任彭裕辉为公司总经理，聘任龙望志为公司副总经理、董事会秘书，聘任赵松涛、陈和军为公司副总经理，聘任周颖为营销总监，聘任彭岗为行政总监，聘任郑卫平为研发总监、

聘任刘宇为财务总监。

（四）核心技术人员变动情况

最近两年，公司核心技术人员为彭裕辉、陈和军、宁宗峰、郑卫平，未发生变动。

十四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

截止本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员除直接持有公司股权，通过广州立兴、广州立创间接持有公司股权外，其他对外投资情况如下：

姓名	在公司担任的职务	对外投资公司的名称	出资比例
赵松涛	董事、副总经理	广州越秀新兴产业创业投资合伙企业（有限合伙）	1.67%
白宝鲲	董事	广东坚朗五金制品股份有限公司	37.74%

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在其他直接对外投资情况。公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的上述其他对外投资情况与公司不存在利益冲突。

十五、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况

（一）直接持有发行人股份情况

截止本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接持有发行人股份情况如下：

姓名	持股数量（股）	持股比例	在公司担任的职务及与董监高的亲属关系
彭裕辉	25,889,000	20.39%	董事长、总经理、核心技术人员
赵松涛	17,259,300	13.59%	董事、副总经理、彭裕辉之姐之配偶
彭永成	5,753,100	4.53%	技术顾问、彭裕辉之父

陈和军	10,858,500	8.55%	董事、副总经理、核心技术人员
白宝鲲	16,411,000	12.92%	董事
宁宗峰	8,001,000	6.30%	监事会主席、核心技术人员
龙望志	3,810,000	3.00%	副总经理、董事会秘书
周颖	1,273,800	1.00%	营销总监
彭岗	637,500	0.50%	行政总监
郑卫平	511,800	0.40%	研发总监、核心技术人员

（二）间接持有发行人股份情况

截止本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属间接持有发行人股份情况如下：

姓名	持股平台	间接持股比例	在公司担任的职务及与董监高的亲属关系
彭裕辉	广州立兴	1.2937%	董事长、总经理、核心技术人员
	广州立创	0.5706%	
宁宗峰	广州立创	0.2208%	监事会主席、核心技术人员
刘宇	广州立兴	0.2362%	财务总监
邓志强	广州立兴	0.0785%	监事、总经办项目部经理
招建章	广州立兴	0.0655%	总经办项目部经理、彭裕辉之配偶之兄
陈和平	广州立创	0.0600%	广州奥昆生产部员工、陈和军之兄
宁晓妮	广州立创	0.1400%	广州奥昆总经办主任、宁宗峰之妹
宁晓峰	广州立创	0.0800%	广州奥昆采购经理、宁宗峰之弟

除上述情形外，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属不存在直接和间接持有公司股份的情形。

（三）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属所持股份质押或冻结情况

截止本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属所持有的本公司股份不存在质押或冻结情况。

十六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况

（一）薪酬组成、确定依据及所履行的程序

公司 2017 年创立大会审议通过《关于公司董事及监事薪酬（津贴）的议案》，公司独立董事津贴标准为每人 6 万元/年，按月发放，公司其他董事、监事不因其担任董事、监事职务额外领取薪酬或津贴。

在公司担任职务的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬由基本薪酬和绩效薪酬组成。其中，基本薪酬按照职务、职级确定，绩效奖金按照当年公司业绩及个人绩效考核确定。未在公司任职的非独立董事不在公司领取薪酬或津贴。

（二）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员从发行人及其关联企业领取收入的情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬总额分别为 540.20 万元、691.25 万元、1,029.51 万元和 383.59 万元，占公司同期利润总额分别为 10.31%、9.93%、4.56%和 4.06%。

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员 2019 年度从公司领取薪酬情况如下：

姓名	职务	在公司领取薪酬（万元）	在关联企业领取薪酬
彭裕辉	董事长、总经理、核心技术人员	170.05	否
赵松涛	董事、副总经理	129.98	否
陈和军	董事、副总经理、核心技术人员	150.04	否
白宝鲲	董事	-	否
黄伟成	独立董事	6.00	否
黄劲业	独立董事	6.00	否
宁宗峰	监事会主席、核心技术人员	94.15	否
刘青珊	职工监事	27.57	否
邓志强	监事	36.34	否
龙望志	副总经理、董事会秘书	78.01	否

周颖	营销总监	120.01	否
彭岗	行政总监	79.97	否
郑卫平	研发总监、核心技术人员	80.01	否
刘宇	财务总监	51.37	否

注：白宝鲲为公司外部董事，故未在公司领取薪酬。

除上述薪酬之外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未在公司及其关联企业领取收入以及享受其他待遇和退休金计划等。

十七、发行人已经制定或实施的股权激励及相关安排

（一）股权激励及相关安排

1、股权激励的基本内容

2018 年 2 月 26 日，公司召开 2017 年年度股东大会，审议通过了《关于 2018 年实施股权激励计划的议案》，对公司管理层及核心员工进行股权激励。股权激励方式为高级管理人员龙望志、周颖、彭岗、郑卫平直接持有公司股份，其他管理层及核心员工通过员工持股平台广州立兴和广州立创间接持有公司股份，上述股权激励对象通过增资的方式共持有公司 13%的股份，增资价格为 1 元/股。2018 年 5 月 24 日，公司完成上述股权激励所涉及增资的变更登记。

增资完成后，股权激励对象持股情况具体如下：

单位：万股

序号	股东姓名/名称	持股数量	持股比例
1	广州立兴	581.71	4.58%
2	广州立创	445.98	3.51%
3	龙望志	381.00	3.00%
4	周颖	127.38	1.00%
5	彭岗	63.75	0.50%
6	郑卫平	51.18	0.40%
合计		**1,651.00**	**13.00%**

广州立兴和广州立创的人员构成情况详见本节之“八、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）控股股东及实际控制人控制的其他企业”。

2、股权激励决策程序

公司上述股权激励履行了必要的决策程序，2018 年 2 月 6 日，公司召开第一届董事会第三次会议，审议通过了《关于 2018 年公司实施股权激励计划的议案》。2018 年 2 月 26 日，公司召开 2017 年年度股东大会，审议通过了上述议案。2018 年 5 月 8 日，立高食品召开 2018 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于公司增加注册资本的议案》，同意公司新增注册资本 3,700 万元，其中 1,651 万元由股权激励对象认购。2018 年 5 月 24 日，公司完成股权激励的工商变更登记。

3、目前执行情况及上市后行权安排

截止本招股说明书签署日，公司上述股权激励已实施完毕，公司不存在尚未实施完毕的股权激励计划，亦不存在上市后的行权安排。

4、对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响

本次股权激励有助于提升管理层及核心员工的积极性，进而有利于公司长远发展。公司已对本次股权激励进行了股份支付的处理，2018 年共计提了股份支付费用 3,665.22 万元。股权激励实施完毕前后，公司控股股东、实际控制人未发生变化，股权激励对公司控制权变化无影响。

5、股份支付费用的会计处理

公司对股权激励对象取得的新增股份进行了股份支付处理。根据北京国融兴华资产评估有限责任公司于 2018 年 3 月 28 日出具的国融兴华评报字[2018]第 620008 号《资产评估报告》，于评估基准日 2017 年 12 月 31 日，采用收益法测算，公司全部权益价值为 37,250.00 万元，考虑到公司 2018 年 5 月现金增资带来的资产增值 3,700.00 万元，按照 13.00%持股比例计算，公司于授予日权益工具的公允价值为 5,316.22 万元，本次股权激励认购价格为 1,651.00 万元，公允价值与认购价格的差额 3,665.22 万元分别增加了公司 2018 年度管理费用和资本公积。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人 2018 年对管理层及核心员工进行股权激励，经发行人董事会和股东大会审议通过，履行了必要的决策程序。截止本招股说明书签署日，发行人股权激励已经实施完毕，不存在上市后的行权安排。该股权激励对发行人经营状况、财务状况、控制权变化未造成重大不利影

响。

（二）公司穿透计算的股东人数

公司员工持股平台广州立兴和广州立创的合伙人均为公司员工，在计算公司股东人数时，均分别按一名股东计算。截止本招股说明书签署日，公司股东人数穿透计算后共 15 人，未超过 200 人。

十八、员工及其社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

报告期内，随着公司经营规模的不断扩大，员工人数亦逐年增加，具体情况如下：

单位：人

年份	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
人数	2,268	2,269	2,158	1,902

（二）员工结构情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司及其子公司员工总数为 2,268 人，具体构成情况如下：

1、员工专业情况

单位：人

专业结构	人数	占员工总数比例
生产人员	1,029	45.37%
销售人员	871	38.40%
行政管理人员	256	11.29%
研发人员	112	4.94%
合计	**2,268**	**100.00%**

2、员工受教育程度

单位：人

学历结构	人数	占员工总数比例

本科及以上	313	13.80%
大专	494	21.78%
中专/中技/高中	526	23.19%
初中及以下	935	41.23%
合计	**2,268**	**100.00%**

3、员工年龄分布

单位：人

年龄分布	人数	占员工总数比例
30 岁以下	1,074	47.35%
31 岁-40 岁	757	33.38%
41 岁-50 岁	356	15.70%
50 岁以上	81	3.57%
合计	**2,268**	**100.00%**

（三）员工社会保障情况

报告期各期末，签署劳动合同员工的社保缴纳情况如下：

单位：人

截至时间	员工总数	参保人数	未参保人数	缴纳比例
2020 年 6 月 30 日	2,268	2,161	107	95.28%
2019 年 12 月 31 日	2,269	2,206	63	97.22%
2018 年 12 月 31 日	2,158	2,064	94	95.64%
2017 年 12 月 31 日	1,902	1,726	176	90.75%

报告期各期末，公司未缴纳社会保险的员工情况和具体原因如下：

单位：人

序号	未缴原因	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
1	当月新入职员工未参加保险	83	45	76	124
2	退休返聘员工	24	18	18	15
3	外单位投保暂未转回	-	-	-	6
4	自愿放弃购买	-	-	-	31
合计		**107**	**63**	**94**	**176**

公司及各子公司所在地社会保障主管部门出具证明，公司及各子公司、分公

司在报告期内在社保缴纳方面未发生重大违法违规行为。

报告期各期末，公司员工住房公积金缴纳情况如下表所示：

单位：人

截至时间	员工总数	缴纳人数	未缴纳人数	缴纳比例
2020 年 6 月 30 日	2,268	2,161	107	95.28%
2019 年 12 月 31 日	2,269	2,206	63	97.22%
2018 年 12 月 31 日	2,158	2,058	100	95.37%
2017 年 12 月 31 日	1,902	1,695	207	89.12%

报告期各期末，公司未缴纳住房公积金的员工情况和具体原因如下：

单位：人

序号	未缴原因	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
1	当月新入职员工未参加缴费	83	45	76	124
2	退休返聘员工	24	18	18	15
3	外单位缴纳暂未转回	-	-	5	6
4	中国台湾户籍员工	-	-	1	1
5	自愿放弃购买	-	-	-	61
合计		**107**	**63**	**100**	**207**

公司及各子公司所在地住房公积金主管部门出具证明，公司及各子公司、分公司在报告期内在住房公积金缴纳方面未发生重大违法违规行为。

2017 年，公司除当月新入职员工正在办理社会保险及住房公积金关系、退休返聘员工等因员工不符合参缴条件而未缴纳情况外，因员工自愿放弃购买，公司存在未为 31 名符合参缴条件员工缴纳社会保险，未为 61 名符合参缴条件员工缴纳住房公积金的情形。

如未来，相关主管部门要求公司为上述自愿放弃购买的符合参缴条件员工补充缴纳社会保险、住房公积金，需要补缴的金额经测算如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
社会保险补缴金额	-	-	-	29.56
住房公积金补缴金额	-	-	-	9.32
合计补缴金额	-	-	-	38.88

利润总额	9,448.78	22,560.96	6,963.88	5,238.60
补缴金额占利润总额比例	-	-	-	0.74%

注：上述补缴金额为社会保险和住房公积金中公司应承担部分

如上表所示，报告期内，公司可能需要补缴的社会保险及住房公积金金额占当期利润总额的比例较低，且已完成整改，对公司持续经营不构成重大不利影响。

公司控股股东及实际控制人彭裕辉、赵松涛、彭永成就公司社保及住房公积金缴纳事项出具承诺如下：

如发生主管部门认定发行人未按照国家相关规定为全部员工办理社会保险及住房公积金缴存登记并要求发行人按规定缴纳相关款项，或者出现其他导致发行人需要补缴社会保险及住房公积金的情形，或者由此发生诉讼、仲裁及有关主管部门的行政处罚，则本人无条件地全额承担该等应当补缴的费用、罚款及承担相应的赔偿责任，保证发行人不会因此遭受任何损失。

（四）劳务派遣情况

报告期内，公司在生产旺季时为解决短期用工问题，采用少量劳务派遣工人作为补充，具体情况如下：

单位：人

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
在册员工人数	2,268	2,269	2,158	1,902
劳务派遣人数	7	54	34	28
用工总量	2,275	2,323	2,192	1,930
劳务派遣员工占比	0.31%	2.32%	1.55%	1.45%

报告期各期末，公司劳务派遣员工人数分别为 28 人、34 人、54 人、7 人，占用工总量的比例分别为 1.45%、1.55%、2.32%、0.31%，未超过 10%。同时，劳务派遣人员主要是为应对旺季临时用工需求，从事部分技术要求较低的临时性生产工作。上述行为符合《劳务派遣暂行规定》中对用工范围和用工比例限制，不存在违法违规行为。

报告期内，公司与广州领速鹰网络科技有限公司、广州湘庭劳务派遣有限公司、珠海市卓博劳务派遣有限公司、佛山瑞雄人力资源服务有限公司、广州市宝

森人力资源有限公司、常熟市凌宇人力资源服务有限公司签订了《劳务派遣协议》，上述六家劳务派遣公司均具备《劳务派遣经营许可证》。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品的情况

（一）主营业务情况

公司主要从事烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的研发、生产和销售。公司主要产品包括奶油、水果制品、酱料、巧克力等烘焙食品原料和冷冻烘焙半成品及成品，此外还生产部分休闲食品。公司产品类型众多，规格多样，截至 2020 年 6 月底，公司奶油、水果制品、酱料和冷冻烘焙食品的品规分别达到 32 种、241 种、69 种和 187 种，能够充分满足下游不同类型客户的多产品、多规格的一站式采购消费需求，提高了客户的使用便利性。由于产品的不断丰富，公司终端客户也从最初的烘焙门店发展到目前的烘焙门店、饮品店、餐饮、商超和便利店。

公司围绕全国烘焙消费的主要市场进行了产能布局。目前，公司已在华南的佛山三水、广州增城和南沙，华东的浙江长兴等地先后投资建立了四个生产基地，并拟启动华北的河南卫辉生产基地的建设。截至 2020 年 6 月底，公司已经拥有 19 条烘焙食品原料和 22 条冷冻烘焙食品自动化生产线，2019 年产量近 9 万吨，销售收入达到 15.83 亿元。公司通过全国性的生产基地布局，能够有效满足客户对烘焙产品及时性的要求，提高运营效率，降低物流成本。

公司建设了广泛而深入的营销网络，拥有多元化的销售渠道。截至 2020 年 6 月底，公司销售人员达到 871 人，营销网络遍布我国除港澳台外全部省、直辖市、自治区，深入 351 个城市，与公司合作的经销商超过 1,500 家，直销客户超过 300 家，服务的终端客户超过 5 万家。不仅如此，公司还建立了覆盖烘焙店、饮品店、商超、餐饮、便利店等多样化的销售渠道，产品已进入幸福西饼、味多美、好利来、面包新语、一鸣股份等知名连锁烘焙店，沃尔玛/山姆会员店、盒马生鲜、永辉超市、家乐福、华润万家等大型商超，以及海底捞、豪客来、希尔顿欢朋酒店、乐凯撒披萨等连锁餐饮品牌，多元化的渠道丰富了公司产品的市场空间，实现渠道与产品的双轮驱动。

公司具有雄厚的技术研发实力，其中立高食品及广州昊道均为国家高新技术

企业。截至 2020 年 6 月底，公司拥有技术研发人员 112 名，并建立了广东省烘焙添加剂及配料工程技术研究中心，形成了 72 项技术专利成果，其中 6 项发明专利，被评为 2019 年度国家知识产权优势企业，参与制订《植脂奶油》、《焙烤食品冷冻面团》等质量标准，参与的“蛋白乳浊体系稳定化及高品质乳制品产业化关键技术”研发项目获得 2018 年广东省科技进步一等奖，蛋黄酥、含乳脂植脂奶油、果溶等产品先后获得国内外多项奖项。

同时，公司还具备持续为终端客户定制化研发终端产品方案的技术能力，报告期内先后为客户推出了美芝芝乳酪蛋糕、果立方水果蛋糕、天使白面包等终端产品应用方案，为客户打造多种口味甜甜圈、特色流心芝士挞和蛋黄酥等定制化热销产品，同时匹配营销方案，带动了公司相关产品的迅速增长。

（二）主要产品情况

1、烘焙食品原料

公司烘焙食品原料主要包括奶油、水果制品、酱料等，其中奶油、水果制品主要用于蛋糕、西点的表面装饰和夹层，也可用于奶盖、果汁等饮品调制；酱料主要用于糕点、面包夹心，也可用于餐饮及家庭调味使用。

奶油是公司烘焙食品原料中发展最早的产品，2020 年上半年公司奶油产品收入为 12,918.44 万元，占主营业务收入比重为 19.30%。目前，公司奶油产品主要分为植脂奶油、含乳脂植脂奶油和稀奶油三类。植脂奶油以油脂为原料制造，打发性好、稳定性强，经济实惠，是我国目前蛋糕制作中使用量最大的奶油产品。含乳脂植脂奶油是在植脂奶油中添加乳脂成分，兼具稀奶油奶香浓郁和植脂奶油塑型能力强的优点，价格居中，是近年来市场需求增长较快的产品。稀奶油由牛奶离心脱水后制成，奶香浓郁、口感细腻，定位高端，目前在我国尚处于起步阶段。由于受国内奶源制约，公司的稀奶油产品也主要以代理进口产品为主。公司已经形成了植脂奶油和含乳脂植脂奶油为主，稀奶油为辅的产品结构，覆盖高中低档次，具有多种乳脂结构、产品性能、价位和口味，能够充分满足客户不同的应用需求。

公司水果制品包括果馅、果溶、果泥、饮料浓浆等多种不同形态和用途的产品。其中果馅和果溶用于蛋糕、西点等烘焙食品制作：果馅中含有水果颗粒，呈流体状态，用于蛋糕等烘焙食品夹层或表面；果溶为水果打浆制成，水果含量更高，主要与奶油等烘焙食品原料混合使用，满足蛋糕等烘焙食品的调味需要，价格较果馅更高。果泥和饮料浓浆用于冲调果汁等饮品：果泥中含有水果颗粒，呈流体状态；饮料浓浆则为浓缩水果产品，呈液体状态。目前，公司的水果制品主要以果馅和果泥为主。

公司酱料包括沙拉酱和可丝达酱等产品。其中沙拉酱由油脂、鸡蛋、淀粉等原料制成，可用于家庭、餐饮、烘焙等多个渠道，既能用于蔬菜、水果、肉类的调味，也能用于面包涂抹和夹馅；可丝达酱由油脂、奶粉、淀粉等原料制成，工艺难度较沙拉酱更高，主要用于烘焙及食品工业，作为面包和蛋糕的夹馅，是公司报告期内推出的新品。

奶油	
产品图片	

用途	蛋糕、西点的裱花装饰和夹层 
水果制品	
产品图片	
用途	蛋糕、西点的夹层和表面装饰，果汁冲调 
酱料	

产品图片	 
用途	餐饮、糕点、面包涂抹及夹心  

2、冷冻烘焙食品

冷冻烘焙食品指烘焙过程中完成部分或全部工序后进行冷冻处理得到的烘焙产品，并通过冷冻方式进行储存和运输，保存期通常 6 到 9 个月，能够在安全、健康和保持口感的情况下，大幅延长烘焙产品的使用周期。冷冻烘焙技术将烘焙产品的制作分解为面团制作、烘烤熟制等多个独立的环节。

公司冷冻烘焙食品根据产品形态及工艺的不同可分为冷冻烘焙半成品及冷冻烘焙成品，其中，冷冻烘焙半成品解冻后进行简单醒发、烘烤等工序后即可得到成品，冷冻烘焙成品则是在解冻后即可直接进行食用。

根据产品种类的不同，冷冻烘焙食品可以分为冷冻糕点和冷冻面包，冷冻面包含有酵母，而冷冻糕点不含酵母。其中，冷冻糕点又根据文化、起源和原料等的不同分为冷冻中式糕点和冷冻西式糕点。

公司主要冷冻烘焙食品及其对应的具体类别如下：

类别	冷冻糕点		冷冻面包
	冷冻中式糕点	冷冻西式糕点	

类别	冷冻糕点		冷冻面包
	冷冻中式糕点	冷冻西式糕点	
冷冻烘焙半成品	蛋黄酥、老婆饼、绿豆饼、鲜花饼、叉烧酥等	蛋挞皮等	甜甜圈、牛角包、手撕包、金枕面包、麻薯等
冷冻烘焙成品	-	慕斯蛋糕、瑞士卷、麦芬蛋糕等	吐司面包、欧包等

公司主要冷冻烘焙食品图片如下：

冷冻面包

产品图片	 
用途	制作甜甜圈、牛角包、手撕包、金枕面包等面包    

冷冻中式糕点

产品图片	 

用途	制作蛋黄酥、老婆饼、绿豆饼、叉烧酥等中式糕点 
冷冻西式糕点	
产品图片	
用途	制作蛋挞、慕斯蛋糕、瑞士卷、麦芬蛋糕等西式糕点 

3、其他

公司其他类产品主要为休闲食品，包括巧克力脆脆棒、糖果等，可直接食用。

休闲食品

产品图片	  
用途	直接食用

（三）主营业务收入的构成情况

报告期内，公司各类产品销售金额在主营业务收入中的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
冷冻烘焙食品	35,981.94	53.75%	73,846.39	46.66%	55,001.96	41.92%	35,848.36	37.57%
奶油	12,918.44	19.30%	37,996.81	24.01%	34,436.20	26.25%	26,825.89	28.11%
水果制品	6,396.73	9.56%	19,194.04	12.13%	17,400.86	13.26%	16,118.66	16.89%
酱料	5,076.03	7.58%	10,841.57	6.85%	9,589.71	7.31%	5,364.82	5.62%
其他	6,569.79	9.81%	16,385.84	10.35%	14,765.52	11.25%	11,271.62	11.81%
合计	**66,942.93**	**100.00%**	**158,264.64**	**100.00%**	**131,194.25**	**100.00%**	**95,429.35**	**100.00%**

（四）主要经营模式

公司采用的经营模式是综合考虑行业相关规定及政策、行业特点、行业产业链状况以及公司具体产品情况、供应商关系、客户类型等关键因素后确定的。公司根据自身多年的经营管理经验，结合现阶段发展及经营状况，形成了现有的经营模式，主要包括采购模式、生产模式、销售模式和仓储及物流模式。

1、采购模式

公司采购的主要原材料有面粉、油脂、糖类、水果等。

公司建立了供应商考核和管理体系，对新的原材料出现需求时，公司会对几家供应商同时进行考察。当需要新增供应商时，公司将供应商提供的小样送质量中心进行检测，判断是否满足生产标准，同时对供应商相关业务资质、产品质量

标准进行审查，并进行现场考察，包括供应商生产及仓储环境、工厂设备及过程管理文件等，确定合格供应商清单。公司每年还会对合格供应商清单中的供应商进行 1 到 2 次的再评估，要求得分较低的供应商进行辅导整改，整改后仍不合格则淘汰出合格供应商体系。

公司原材料采购由采购部负责，根据具体生产情况进行采购。每月底，公司制定下个月的生产计划，并根据生产计划，结合公司原材料需求和原材料周转率等情况，制定采购计划，由采购部组织进行采购。公司还会定期根据实际原材料库存情况，调整采购计划。

在原材料采购价格方面，公司主要通过询价对比的方式确定采购价格，也正逐步通过邀请招标等方式来进行定价。对部分定制原料，公司一般与厂商通过协商谈判的方式确定采购价格。对面粉、油脂、糖类等主要原材料和大宗原料，公司会结合市场行情，对预计价格上涨的原材料与供应商提前达成协议，确定接下来几个月的采购价格，分批进行采购。

除采购原材料外，为丰富公司产品结构，公司还直接采购部分成品进行销售，公司主要根据销售部门的销售预测，制定采购计划，其中部分境外采购通过进口代理商进行。

2、生产模式

（1）基本情况

公司主要进行自主生产，公司每月底根据销售部门对下月的销售预测数据，结合实际库存情况和历史经验，在满足安全库存的基础上，制定下个月的生产计划。公司每周会根据月生产计划和实际销售情况，对月生产计划进行调整，制定下周的具体生产计划，并以此安排生产人员的排班。

（2）外协生产情况

①外协生产的必要性与合理性

除自主生产外，公司还存在少量外协生产。存在外协生产的主要原因是：一，公司的部分产品在最终使用时需要有相关配套产品配合使用，虽然该配套产品不属于公司的生产产品范围，但能提升客户的采购便利性，为此，公司会通过外协贴牌生产的方式以迅速补充品类，例如：公司外协贴牌的挞液就是为了配合公司

主打产品挞皮进行销售。二，公司现有生产场地及生产能力有限，需要将生产能力主要集中在核心产品中，部分非主要产品的市场供给较为充足，选择外协生产具备较强的经济性，例如烘焙巧克力、熟品蛋黄酥等。因此，公司外协生产具有必要性与合理性。

②外协产品在公司产品中的具体环节

公司外协生产包括外协贴牌和委托加工两种形式，且以外协贴牌为主。

外协贴牌生产模式下，由第三方厂家按照公司对产品标准、原料、质量等要求进行原料采购和生产，并以公司品牌进行包装，公司向第三方厂家采购该类产品后直接对外进行销售。在该模式下，产品生产全环节均由外协厂商负责，公司对产品相关技术标准提出要求，并通过多种方式对产品进行质量控制，最终该产品以公司品牌进行销售。

委托加工是指公司提供产品标准和技术资料，受托方根据公司提供的原材料进行生产加工的模式，该模式下，公司向受托方支付委托加工费。公司委托加工产品的具体环节主要有以下两类：第一，部分衍生新品的简单加工工序，例如，外协厂商根据公司提供的巧克力和冷冻烘焙食品完成后续加工工序。第二，原料分装或切块。公司采购的少量原材料经分装或切块后即可进行销售，例如防潮糖粉分装成小包后可搭配甜甜圈销售，冷冻水果切块后能满足部分客户的需求，具体产品的分装或切块环节则由外协厂商负责。

③外协生产的具体内容及数量

报告期内，公司外协生产的具体内容及其金额如下：

单位：万元

序号	主要内容	外协模式	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
1	挞液	外协贴牌	325.04	1.00%	3,849.90	4.94%	3,411.73	4.80%	2,304.54	4.24%
2	烘焙巧克力		440.72	1.35%	838.84	1.08%	673.11	0.95%	-	-
3	糖果		60.12	0.18%	-	-	-	-	-	-
4	手工冷冻烘焙食品		47.37	0.15%	-	-	-	-	-	-
5	肉松		24.29	0.07%	-	-	-	-	-	-
6	果干		8.14	0.02%	9.12	0.01%	114.12	0.16%	19.94	0.04%

7	饼干		17.80	0.05%	16.49	0.02%	3.14	0.00%	-	-
小计			**923.48**	**2.83%**	**4,714.35**	**6.05%**	**4,202.11**	**5.91%**	**2,324.48**	**4.28%**
1	表情逗巧克力	委托加工	-	-	14.81	0.02%	59.94	0.07%	66.35	0.11%
2	防潮糖粉		11.12	0.03%	16.08	0.02%	-	-	-	-
3	冷冻水果		0.04	0.00%	23.02	0.02%	13.12	0.02%	-	-
4	熟品蛋黄酥		0.49	0.00%	4.09	0.00%	-	-	-	-
5	烘焙巧克力		-	-	0.80	0.00%	-	-	-	-
小计			**11.65**	**0.03%**	**58.80**	**0.06%**	**73.06**	**0.09%**	**66.35**	**0.11%**

注：外协贴牌产品交易金额占比为采购额/采购总额，委托加工产品交易金额占比为委托加工费/主营业务成本。

报告期内，公司外协贴牌产品采购金额分别为 2,324.48 万元、4,202.11 万元、4,714.35 万元和 923.48 万元，占公司采购总额的比例分别为 4.28%、5.91%、6.05%和 2.83%。公司委托加工费分别为 66.35 万元、73.06 万元、58.80 万元和 11.65 万元，占主营业务成本的比例分别为 0.11%、0.09%、0.06%和 0.03%，委托加工占比较低。

2017 到 2019 年，公司外协生产金额及占比有所上升，主要是外协贴牌的挞液和烘焙巧克力采购金额有所增长，具体如下：一、公司挞液与挞皮均用于制作蛋挞。客户在采购挞皮时，可根据自身需求选择外采挞液，或者自调挞液。因此，部分客户在购买公司挞皮时，有购买配合使用的挞液的需求。2017 年至 2019 年，公司冷冻烘焙食品中的蛋挞皮销量持续扩大，挞皮销售收入由 2017 年的 14,486.36 万元上升至 2019 年的 22,556.18 万元，因此客户对挞液的需求也随之上升，报告期内，公司挞液外协采购金额分别达到 2,304.54 万元、3,411.73 万元、3,849.90 万元；二、公司 2018 年 5 月开始实施烘焙巧克力的外协生产，2018 年、2019 年，公司烘焙巧克力外协采购金额分别为 673.11 万元、838.84 万元。

2020 年上半年，公司开始自产挞液，同时从 2020 年 3 月起暂停了挞液的外协贴牌采购，因此外协贴牌产品金额占采购总额的比例由 2019 年的 6.05%下降至 2.83%。此外，部分客户存在对手工冷冻烘焙食品的需求，该部分手工产品规模不大，但需要较多的生产场地及生产人员，公司现有生产场地及生产能力主要集中在规模化和自动化的冷冻烘焙食品中，公司通过外协生产的方式进行补充，

配合公司主打产品进行销售。

公司主要产品为冷冻烘焙食品、奶油、水果制品和酱料，核心技术也集中在上述产品中；公司外协生产主要涉及配套产品及后续加工工序，且上述外协生产的产品不属于公司主要产品，亦不涉及公司的核心技术或核心生产环节，公司具备完整的生产能力。

④外协成本和自主生产成本的比较情况

公司外协产品均为公司主要产品的配套和补充，成本不是公司外协生产的主要考虑因素。除烘焙巧克力外，公司报告期内均未自主生产相关产品，因此无法对外协成本和自主生产成本进行比较。

2018 年，公司拟进一步扩大巧克力脆脆棒等巧克力休闲食品的生产规模，而公司的生产场地和生产能力有限，故公司将烘焙巧克力的生产外包，自身专注于巧克力休闲食品的生产。同时，为进一步提高公司烘焙巧克力的市场竞争力，公司选择了马来西亚的外协厂商，将产品升级为进口产品，口感和品质也有所优化，故外协单位成本略高于自主生产的单位成本，2018 年公司自产烘焙巧克力成本为 13.40 元/千克，外协生产的成本为 15.49 元/千克，进而相应产品的售价也由自主生产的 23.68 元/千克上升为外协生产的 25.09 元/千克。2019 年开始公司的烘焙巧克力已经全部采用外协生产。

⑤外协生产费用定价的公允性

报告期内，公司外协生产费用定价公允，具体原因如下：

第一，公司制定了规范、合理的外协厂商选择和外协生产定价流程，外协生产相关的内控制度有效运行，公司与外协厂商均通过市场化谈判协商定价，在确定外协厂商前听取多家同类厂商的报价并择优选择。

第二，报告期内，鑫兰食品武汉有限公司和 Le Bourne Sdn Bhd 为公司最主要的外协合作厂商，公司向鑫兰食品武汉有限公司的采购金额分别为 2,304.54 万元、3,411.73 万元、3,849.65 万元和 325.04 万元，向 Le Bourne Sdn Bhd 采购金额分别为 0 万元、673.11 万元、838.84 万元和 440.72 万元，合计占公司外协生产金额的比例达到 96.39%、95.55%、98.23%和 81.89%。上述外协厂商对公司和其第三方客户销售或加工相近产品的价格不存在显著差异，具体对比如下：

外协供应商名称	外协产品名称	年份	公司采购价格	外协厂商向第三方客户销售价格
鑫兰食品武汉有限公司	挞液	2019 年度	123.07 元/箱	123-126 元/箱
		2018 年度	124.94 元/箱	124-127 元/箱
		2017 年度	126.65 元/箱	125-128 元/箱
Le Bourne Sdn Bhd	代可可脂巧克力	2019 年度	145.88 元/箱	20-21.5 美元/箱
		2018 年度	146.84 元/箱	20-21.5 美元/箱

第三，相关外协厂商与公司、实际控制人、董监高、核心技术人员及其他关联方之间均不存在关联关系。

综上，公司外协生产费用定价具有公允性，不存在利益输送等其他情形。

⑥外协合作方的选择标准

公司制定了《委外加工管理制度》，对外协合作方的选择流程、选择标准及相关部门职责等内容进行了明确约定，具体如下：

初步筛选及资质评审：采购部负责寻找符合公司要求的有意向合作的外协厂商，获取其基本信息及相关资质文件，原则上意向合作外协厂商不少于 2 家。

现场审核：公司对资质资料等文件进行初步筛选后，采购部组织研发中心、质量中心等部门开展现场审核，对外协厂商生产工艺、生产设备、检验能力、质量管理水平、物流配送能力等方面进行综合考察，初步确定合作的外协厂商。

试产及合同签订：外协厂商初步确定后，公司与其商讨签订技术标准文件，包括原料标准、成品标准、检验项目等内容，相关外协厂商进行试生产，根据试产后的实际情况，采购部与外协厂商正式订立相关合同。

⑦主要外协合作方的情况

报告期内，鑫兰食品武汉有限公司和 Le Bourne Sdn Bhd 是公司主要的外协合作方，上述两家外协厂商与公司交易金额占公司外协生产金额的比例达到 96.39%、95.55%、98.23%和 81.89%。鑫兰食品武汉有限公司和 Le Bourne Sdn Bhd 基本情况如下：

A、鑫兰食品武汉有限公司

公司名称	鑫兰食品武汉有限公司
成立时间	2009 年 12 月 24 日
注册资本	500 万元

注册地址	武汉市蔡甸区大集街天鹅湖大道 123 号
股权结构	杨小青 45%；杨干武 45%；杨瑞安 10%
经营范围	食用油、油脂及其制品、调味品、速冻食品的生产、销售；房屋租赁；日用百货、文具用品、建筑五金批发零售；货物进出口（不含国家禁止或限制进出口的货物）；食品机械设备、塑料制品的制造、销售。（依法须经审批的项目，经相关部门审批后方可开展经营活动）

B、Le Bourne Sdn Bhd

公司名称	Le Bourne Sdn Bhd
成立时间	2008 年 7 月 21 日
注册资本	500 万马币
注册地址	马来西亚雪兰莪州
股权结构	BRIDGING EDGE SDN. BHD. 37%；NG BOON YEAP 28%；PYRENEES HOLDING SDN. BHD. 27；TAN CHOOI LENG 7%
主营业务	巧克力生产、销售

报告期内，公司外协产品均非公司主要产品，市场上同类产品的供应商较多，且公司外协生产金额占比不高，公司对上述外协厂商不存在依赖。上述外协厂商与公司、实际控制人、董监高、核心技术人员及其他关联方之间不存在关联关系。

⑧公司控制外协产品质量的具体措施、实际执行情况

针对外协生产产品，公司制订了包括生产商的评审及选择、技术标准的确定、日常质量监督、产品验收及反馈等系列质量管理制度，以保障外协生产产品达到公司要求的质量水平，具体如下：

在外协厂商的选取方面，采购部、研发中心、质量中心、营销中心一同参与选取过程。第一，采购部寻找外协厂商，要求有合作意向的外协厂商提供基本信息、业务资质等相关资料，原则上确定不少于 2 家厂商进入下一步评审。第二，对初选的供应商进行现场审核，考察外协厂商的加工能力、加工工艺、加工设备、检验设备、检验能力、质量管理水平等事项，选择符合公司要求的外协厂商，对其需要整改的事项提出公司的要求。第三，确定外协厂商后，与其明确技术标准，协商原料标准、半成品标准、成品标准、包材标准、出厂检测项目、型式检验项目等要求，双方确认无异议后，进入下一阶段的商业合作。最后，在标准明确后，

外协厂商向公司提供试产产品，公司评估产品质量状况，确定达标后签订正式合同。

在产品质量监管方面，公司从质量巡查和产品验收等环节进行质量控制。一方面，公司质量中心会定期或不定期安排巡检员对外协厂商进行质量巡查，考察外协厂商的原料检验控制、过程质量监管控制、成品检验控制、关键岗位的管理控制等环节是否存在问题，并对发现的问题给予通知，要求外协厂商及时整改，若屡次不予整改将进行淘汰。另一方面，公司向外协厂商采购时，质量中心会对产品进行检验，若出现不合格产品，外协厂商除退换货及承担相关赔偿损失外，还需要实施纠正预防的整改措施，公司对整改情况进行持续跟踪确认。

报告期内，公司上述食品安全及产品质量控制措施执行情况良好，未出现因外协生产产品质量问题导致的食品安全事故、行政处罚情形，未出现产品及服务质量纠纷，食品安全风险得到了有效控制。

⑨与外协合作方关于产品质量责任分摊的具体安排

公司与外协厂商签订的合同中对产品质量责任分摊的具体安排进行了约定：外协方造成的产品质量问题而给公司造成损失的，公司应当无条件退货，而且公司有权向外协方追溯并要求外协方承担造成的损失。

⑩公司将外协环节纳入自产的计划

对于公司主要产品的配套产品或者试销的新品类，公司会根据实际情况选择是否将外协产品纳入自产，若相关产品的销售情况良好且已经具备一定的规模，公司会考虑将其逐步转为自主生产的形式。对于部分外协更具经济性的非主要产品，公司则会综合成本、产品质量、生产能力等多方面考虑是否将相关产品纳入自产。

2017 年至 2019 年，公司外协贴牌的挞液产品销售收入增长较大，由 2017 年的 2,304.54 万元增长至 2019 年的 3,849.90 万元，占采购额的比例也由 4.24%增长至 4.94%，是公司外协产品中最主要的品类。挞液的生产工艺与奶油存在一定的相似度，公司近年来加大了对挞液的研发力度，已经具备挞液生产的能力，并于 2020 年开始自产挞液，同时从 2020 年 3 月起暂停了挞液的外协贴牌采购，

2020 年上半年，外协贴牌的挞液采购金额占比已由 2019 年的 4.94%下降至 1.00%。

虽然公司部分产品涉及外协，但是相关外协产品均非公司主要产品，不涉及公司核心技术，且外协生产占比不高，外协生产不会对公司独立性和业务完整性造成不利影响。

⑪外协生产规避环保、安全生产、员工社保等要求的情况

公司属于食品制造业，不属于重污染行业，也不属于高危行业，报告期内外协产品的生产过程也不存在重污染，高危险的情形。公司建立了完善的外协厂商选择流程，外协厂商均具备生产经营所必须的相关业务资质。报告期内，公司委托加工费占主营业务成本的比例分别为 0.11%、0.09%、0.06%和 0.03%；外协贴牌产品采购金额占公司采购总额的比例分别为 4.28%、5.91%、6.05%和 2.83%，外协生产占比相对不高。同时，公司已取得生产经营所必须的排污许可证，报告期内在安全生产及员工社保方面未发生违法违规行为，公司生产经营符合环保、安全生产、员工社保等相关法律法规的规定，不存在利用外协生产规避环保、安全生产、员工社保等要求的情况。

⑫对委托加工业务的处理方式

报告期内，发行人委托加工产品主要系表情逗、冷冻水果、防潮糖粉、起酥类、巧克力，公司将上述业务作为委托加工业务进行会计处理，主要原因为：

1）公司将原材料提供给加工商之后，加工商仅进行简单的加工工序，物料的形态和功用方面并没有发生本质性的变化，委托方需严格按照公司提供的产品标准和技术资料组织生产；

2）委托加工原材料均由公司提供，加工商仅收取加工费，对产成品无定价权，亦不承担产品的市场价格变动风险；

3）公司交予加工商的所有存货，其所有权属于公司。加工商不能将加工后的产品自用或卖给第三人；

4）公司不能以市场情况变化、价格变动等任何理由拒绝购回加工后的产品。

根据《首发业务若干问题解答》的对委托加工的规定：“对于由发行人将原材料提供给加工商之后，加工商仅进行简单的加工工序，物料的形态和功用方面

并没有发生本质性的变化，并且发行人向加工商提供的原材料的销售价格由发行人确定，加工商不承担原材料价格波动的风险。对于此类交易，通常按照委托加工业务处理，发行人按照原材料销售和回购的差额确认加工费，对于提供给加工商的原材料不应确认销售收入。”公司对上述委托加工业务的处理方式合理。

公司属于食品行业，需要开发多样化的产品，以符合消费者需求，部分产品产量较小，委托第三方生产具有一定的经济性。根据桃李面包、麦趣尔等同行业上市公司的公开信息，均存在少量委托加工的情况。因此，公司存在少量委托加工的情况符合行业惯例，与同行业上市公司不存在重大差异。

⑬外协生产的退换货情况，包括数量、金额、原因、相关成本费用的承担机制等

报告期内，公司外协生产的退换货较少，退换货金额分别为 0 万元、6.16 万元、9.68 万元、0 万元。详情如下：

单位：吨、万元

年份	供应商	货品	重量	金额	退货原因	费用承担
2019 年度	广西田阳嘉佳食品有限公司	果干	0.67	8.81	有褐变	包材损失和运费由立高食品承担
	广东粤心莲食品有限公司	饼干	0.23	0.87	外箱破损退货	供应商承担
2018 年度	烟台康乐达食品有限公司	果干	1.00	4.92	到货颜色不符合验收标准	供应商承担
	鑫兰食品武汉有限公司	挞液	1.09	1.24	外箱破损退货	供应商承担

一般情况下，公司对外协生产产品的退货原因是质量问题以及外箱破损，通常情况下，供应商承担全部费用。2019 年，公司采购广西田阳嘉佳食品有限公司的部分果干产生褐变，公司提出退换货，但因采购时间较久，对方不愿意承担运费及包材损失，因该费用较少，为尽快完成退货，经公司与对方协商，由公司承担运费及包材损失。

3、销售模式

（1）基本情况

由于公司终端客户以烘焙行业广泛存在的烘焙门店为主，该类终端客户的单店规模较小且分布较散，因此，公司销售模式以经销模式为主，直销模式为辅，并补充少量线上电商及线下零售业务。截至 2020 年 6 月底，公司销售人员达到 871 人，营销网络遍布我国除港澳台外全部省、直辖市、自治区，深入 351 个城市，与公司合作的经销商超过 1,500 家，直销客户超过 300 家，服务的终端客户超过 5 万家。在营销渠道上，公司建立了覆盖烘焙店、饮品店、商超、餐饮、便利店等多样化的销售渠道。在定价政策上，公司一般综合考虑产品成本及市场供求情况进行定价。

报告期内，公司建立了扁平化的经销商管理模式，经销商直接与公司签订经销协议。公司向经销商的销售均为买断式销售，即公司产品向经销商销售后产品所有权及主要风险和报酬已转移至经销商，经销商参考公司指导价自行销售。大量终端客户具有分布分散、单次采购量小、配送时效性要求高的特点，公司通过经销模式可以借助经销商已有的销售网络，提高销售效率，实现市场的全面覆盖；同时公司与经销商一同对终端客户进行技术服务，快速响应终端客户需求，协助终端客户设计产品推广方案。

公司直销模式是指公司对终端客户直接进行销售，直销客户主要为大型连锁烘焙店、商超、餐饮等客户。

此外，公司存在少量零售业务，包括线上电商与线下零售。2016 年，公司为了适应互联网电商的发展，逐步开始通过天猫商城进行线上销售。2019 年，公司为向销售部门和研发部门及时、准确地反馈产品在终端市场的消费信息，公司设立了一家自营门店，开展线下零售业务。

报告期内，公司各销售模式收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销	51,442.39	76.85%	132,839.67	83.94%	109,564.35	83.51%	79,569.39	83.38%
直销	15,183.84	22.68%	24,886.01	15.72%	21,276.79	16.22%	15,664.88	16.42%
零售	316.71	0.47%	538.96	0.34%	353.12	0.27%	195.08	0.20%
总计	**66,942.93**	**100.00%**	**158,264.64**	**100.00%**	**131,194.25**	**100.00%**	**95,429.35**	**100.00%**

（2）客户选择方式

对于经销商，公司根据区域市场发展规划，通过联系沟通、实地考察及资信调查等方式，对经销商资质、资金、仓库、配送、销量等方面进行全方面考察，选择符合公司要求的经销商。

对于直销客户，公司一般选择规模大、销售额高、全国城市网点分店多、在某一区域或领域具有较大影响力的客户进行直接合作。针对上述客户，公司会通过展销会、商业伙伴介绍、业务员主动拜访等方式进行接触，并根据客户的需求，确定针对性的产品，进行多轮沟通洽谈，与达成一致意向的客户建立合作关系。部分规模较大的直销客户还会要求对公司生产场地进行实地考察，并定期对其供应商进行再评估。

（3）经销商和直销客户的信用期

公司对经销商和直销客户建立了内部评价机制，对信誉好、合作久、规模大的部分经销商和直销客户一般会采取按月结算，次月回款，对其他部分经销商和直销客户则采取先款后货的形式。

（4）客户激励政策

公司对部分经销商、非商超类直销客户实行年度返利的销售折让政策。公司在与客户年初签订的《销售合同》及其《补充协议》中，以一年为考核期，约定全年的任务额，并根据不同的完成率享受不同的折扣率。年度结束后，公司根据实际完成的销售金额计提折扣，并于次年与客户结算。报告期内，公司分别计提了 1,351.40 万元、1,653.30 万元、1,400.98 万元和 424.07 万元的年度返利。

对于部分商超客户，按照合同约定，在每次货款结算时，公司根据其采购额给予一定的销售折让。报告期内，公司给予商超客户的销售折让分别为 503.20 万元、840.36 万元、1,107.63 万元和 965.58 万元。

（5）退换货政策

对于经销商、直销模式下的非商超类直销客户，公司一般与客户约定，客户应现场验收产品，若发现产品存在缺失、破损、污染、变质等的情况可拒绝收货，收货后发现产品存在质量不合格，应在收到产品七天内提出退换货申请，未提出则视为所收产品全部合格。

对于部分直销模式下的商超客户，若公司产品出现滞销、过季、变质、包装不良或损坏等情形，客户有权进行退换货。虽然该部分客户有权对滞销产品进行退换货，但由于公司产品为快速消费品，客户一般每周均进行采购且单次采购金额较小，同时，商超客户采购公司产品后需要进行再加工，并非直接对外销售，因此商超客户较短时间内会将公司产品使用完毕，一般不存在滞销的情形。报告期内，该部分客户的退换货金额分别为 3.60 万元、60.31 万元、1.61 万元和 1.13 万元，占商超客户销售收入的比例为 0.04%、0.49%、0.01%和 0.01%，2018 年退换货金额略大，主要是公司当年商超客户收入增幅达到 52.79%，公司新增部分商超客户，部分原有商超客户也新增门店向公司采购，该部分新客户及新门店存在下错单或发错货的情形，2019 年以来，公司加强了与商超客户的沟通，减少了相关情形。因此，报告期内有权对滞销产品进行退换货客户的退换货比例较低，且均非滞销导致的退换货。

报告期内，公司退换货金额分别为 186.14 万元、432.09 万元、299.30 万元和 151.06 万元，占营业收入比重分别为 0.19%、0.33%、0.19%和 0.23%，总体比例不高。报告期内经销、直销模式的退换货数量及退货率如下：

单位：万元

销售模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	退换率	金额	退换率	金额	退换率	金额	退换率
经销	121.48	0.24%	258.05	0.19%	328.81	0.30%	150.19	0.19%
直销	24.98	0.16%	40.41	0.16%	102.58	0.48%	35.28	0.23%
零售	4.60	1.45%	0.84	0.16%	0.70	0.20%	0.67	0.34%
总计	**151.06**	**0.23%**	**299.30**	**0.19%**	**432.09**	**0.33%**	**186.14**	**0.19%**

报告期内，公司退换货的主要原因及其金额具体如下：

单位：万元

退换货原因	2020 年 1-6 月	2019年度	2018年度	2017年度
品规调整	121.97	242.48	273.71	139.52
外观问题	29.09	56.82	56.93	46.62
主动召回	-	-	101.45	-
总计	**151.06**	**299.30**	**432.09**	**186.14**

报告期内，公司退换货主要的原因为品规调整和外观破损；其中品规调整一

般是客户因使用不当，如奶油打发不当，或产品存储、烘烤方式不当等原因，认为公司产品不符合其要求，或部分客户收货后发现下单错误，出于维护客户关系的考虑，经客户申请，公司为其更换为其他品规的产品。

2018 年，公司退货金额较上年增加较多，主要原因是受产线调整残留物的影响，部分酱料的粘稠度较低，公司主动对已发出的该产品进行召回，合计金额 101.45 万元。

2019 年，公司重视对外观破损的管理，减少了下单错误发生的概率，退换货金额由 432.09 万元下降至 299.30 万元，占收入比例也由 0.33%下降至 0.19%。2020 年上半年，公司退换货金额和占比维持在较低水平。

（6）过期产品处置

报告期内，公司不存在过期产品处置的情形，无需进行会计处理。

4、仓储及物流模式

公司烘焙食品原料及冷冻烘焙食品一般需要进行低温存储和运输，因此对仓储、物流有着较高的要求，除自有及租赁仓库和自有冷链车辆运输外，公司还利用第三方仓储服务和冷链物流。截止 2020 年 6 月底，公司共拥有 30 台运输车辆，使用的第三方冷链外仓 34 处，位于全国 18 个省、自治区和直辖市，具备了较为充足的自有物流能力及第三方物流能力。

针对烘焙食品原料，公司在广东省内主要通过自有车辆配送，配送半径覆盖约 300 公里，广东省外的区域则主要通过第三方物流公司进行配送。针对冷冻烘焙食品，公司自有车辆主要负责厂区及各地仓库至客户处的物流，对于厂区及各仓库间的干线运输，以及少量偏远地区的配送则由第三方物流公司负责。公司承担产品销售的配送费。

公司建立了严格的第三方物流公司筛选及考核机制，从资质、车辆情况、温度控制、配送效率、客户满意度等各类关键指标对第三方物流公司进行考核，淘汰不符合公司标准的物流公司。

由于公司大部分产品需要进行冷链保存，公司建立了冷链监控中心，通过一系列严格的控制措施，保证仓储、物流等流通环节的温度达标，以维持产品良好的口感和质量。在物流方面，公司设置合格车辆准入清单，要求自有及第三方车

辆均具备实时温度监控系统或便携式温度仪，保证装货前及在途运输中温度达标。在仓储方面，公司实时监控温度，并每月按仓储温度达标、仓储温度回传等指标对第三方外仓进行考核。在经销商管理方面，公司已建立了经销商管理方面的冷链管控制度，并正逐步将温控仪接入经销商仓库中，以提高公司产品在整个流通环节中的温度控制水平。

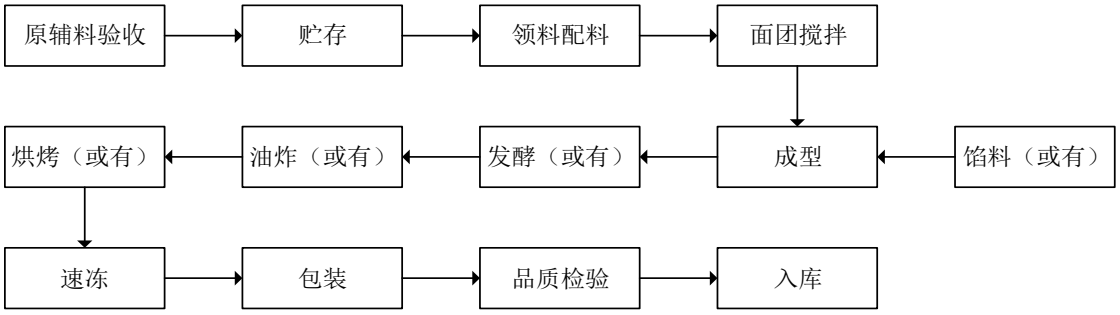
（五）主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

公司于设立之初主要从事烘焙食品原料的研发、生产与销售，随着冷冻技术在烘焙食品行业应用的深入及其市场需求的快速扩大，2014 年公司开始进入并大力发展冷冻烘焙食品业务，使公司的产品体系更加丰富，全面提升了公司的市场竞争力和综合服务能力。

报告期内，公司主营业务、主要产品及主要经营模式未发生重大变化。

（六）主要产品的工艺流程图

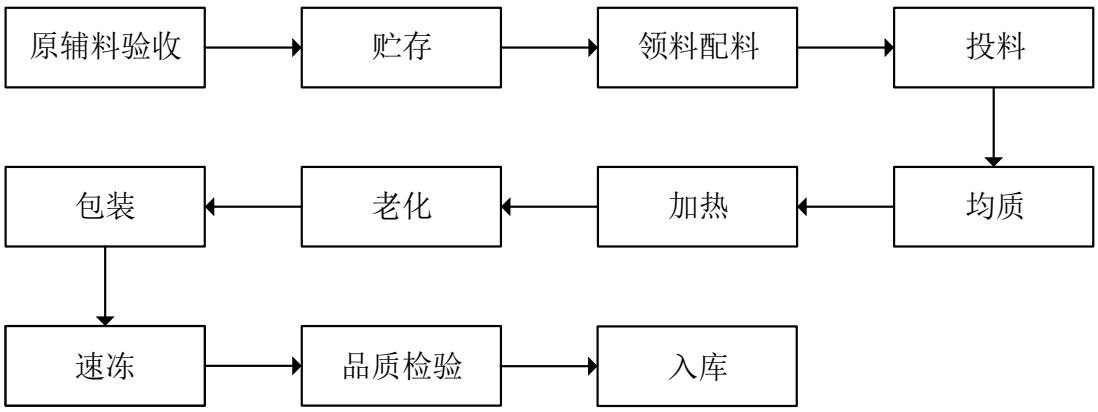
1、冷冻烘焙食品



2、奶油

公司植脂奶油是将水、油脂、葡萄糖、葡萄糖浆、白砂糖、乳化剂等主要原材料，经过配料、投料、均质、老化、包装和冷冻等主要工艺制成，具体生产流程如下：

公司根据植脂奶油的配方准确计量各种主要原材料和辅料，并通过自动化传送系统进行投料。各种原料在配料罐中进行混合乳化和巴氏杀菌，杀菌完成后进行均质和老化，待冷却后进行灌装，并进行冷冻处理，进入冷库保存。



公司植脂奶油严格执行国家及行业的生产标准，生产过程中不会产生损害人体健康的有害物质。公司在采购、生产、仓储、流通等环节严格把控产品质量，充分保障消费者在使用时产品品质的安全稳定。公司质量控制措施详见招股说明书本节之“十、发行人质量控制情况”之“（一）全流程的食品安全质量监控措施”。

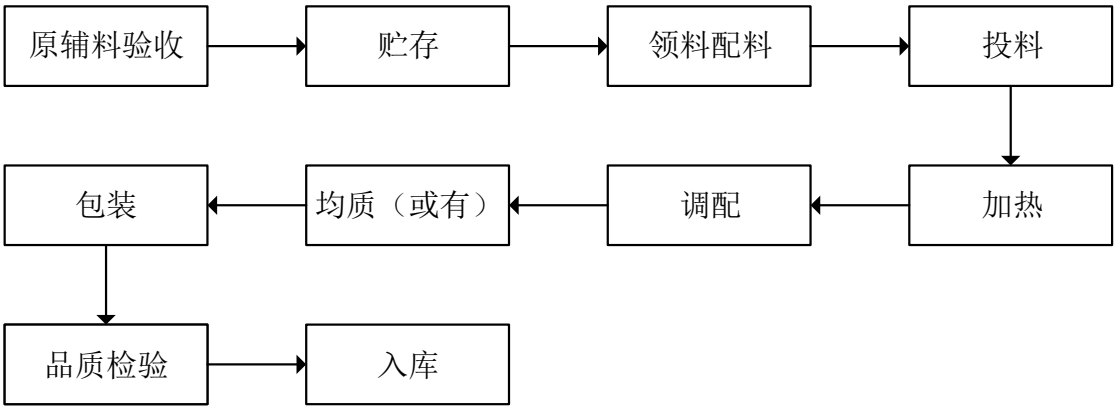
公司所生产的植脂奶油经过权威检测机构检测，相关成分及含量符合相关国家标准和行业标准，在正常食用植脂奶油的情况下，不会对人体健康产生不利影响。

公司拥有丰富的植脂奶油研发与生产经验，是国内较早从事植脂奶油研发与生产的企业之一，并在佛山三水及广州增城建立了两个大型自动化奶油生产基地，生产工艺和生产能力均较为先进。经过20年余的自主创新和持续开发，公司在植脂奶油领域形成了较强的技术积累，参与制定了SN/T 10419《植脂奶油》的行业标准，建立了广东省烘焙添加剂及配料工程技术研究中心，所参与的“蛋白乳浊体系稳定化及高品质乳制品产业化关键技术”研发项目获得2018年广东省科技进步一等奖，“高品质高稳定性植脂奶油产品”被认定为广东省高新技术产品，植脂奶油方面的专利共计9项，其中发明专利2项。同时，公司与华南理工大学、暨南大学等科研院校也建立了紧密的产学研合作关系。

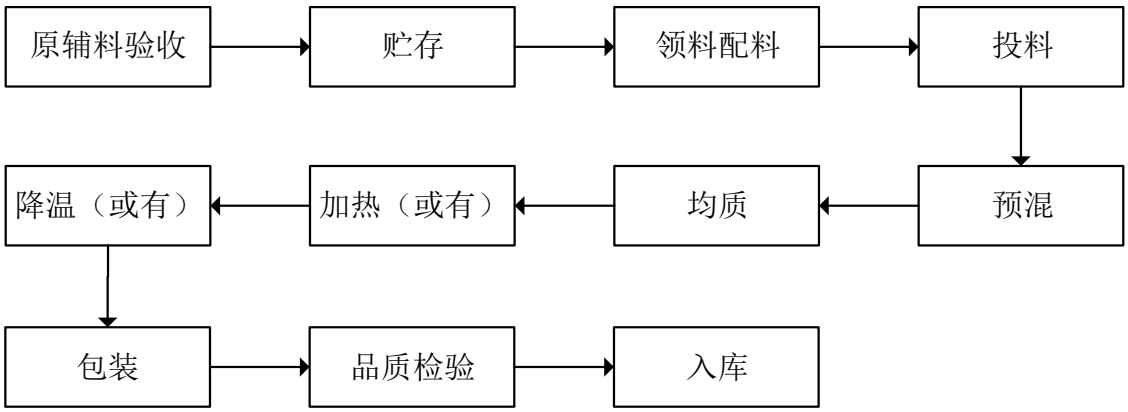
为提高生产效率，保障品质稳定，公司遵循食品安全管理体系的标准进行生产设备配置，引进国际先进的生产设施，包括引进了CIP自动清洁系统，充分保证设备清洁度；引进德国E+H自动计量系统，实现大宗原料的自动称量，提高了计量准确性，保证配方实施的一致性；引进西门子自控系统，实现自动按生产工

艺调配生产，避免人为干扰；引进APV均质机，保证均质后奶油乳化体系的粒径的均一性和大小的一致性；引进日本四国屋顶型纸盒灌装机，保障包装的及时性；引进ABB机械手，实现外包的自动装箱和自动码垛。基于上述自动化设备的使用，公司在生产植脂奶油过程中有效降低了人为因素对生产品质的影响，充分保障了产品质量的稳定性和一致性。

3、水果制品



4、酱料



（七）环境保护和安全生产情况

1、三废处理措施

公司从事烘焙食品原料和冷冻烘焙食品的研发、生产与销售，不属于高危险、重污染行业，在生产过程中产生少量废水、废气及边角料废弃物。公司配备了完善的环保处理设施并具备了充足的处理能力，对公司生产经营过程中产生的污染

物进行充分处理。公司及下属分子公司主要污染物的防治措施如下：

（1）废水的防治措施

公司排放的水污染物主要来源于设备、车间清洗废水以及生活污水，公司将上述废水通过隔油隔渣池、化粪池、污水处理系统等方式处理后，通过污水管网排至当地污水厂进行再次处理或直接进行达标排放。

（2）废气的防治措施

公司生产经营过程中产生的废气主要有烘烤/油炸油烟废气、投料/配料粉尘、天然气锅炉废气以及备用柴油发电机尾气，上述油烟废气经油烟净化机和活性炭等方式处理后达标排放；部分粉尘经集尘风管收集后利用布袋除尘装置处理；锅炉使用清洁能源，备用发电机使用时间较短，废气产生量较小，在排放限值的要求内引至排气筒高空排放。

（3）固体废物的防治措施

公司固体废物主要有废包装材料、废活性炭、污泥、生活垃圾等，相关固废交由环卫部门及具备专业资质的单位进行处理。报告期内，中山市阜沙镇伟富废矿物油回收处理厂、佛山市格能环保科技有限公司、江门市东江环保技术有限公司、浙江明境环保科技有限公司等单位为公司提供固废回收服务，上述单位回收的固废中涉及危险废物的均取得了《危险废物经营许可证》。

（4）噪声的防治措施

对于生产过程中产生的设备噪声，公司优化设备选购、合理布局声源位置，采取减震、消声、隔音等措施，使噪声对周围环境不造成影响。

报告期内，公司上述“三废”处理措施符合相关法律法规的要求。

2、公司生产经营中主要排放污染物及排放量、环保设施其处理能力及实际运行情况

报告期内，公司从事生产的下属公司包括增城分公司、佛山分公司、广州奥昆、广州昊道、浙江奥昆。公司生产过程中产生的污染物包括废水、废气、固体废物以及噪声。公司主要污染物的排放量、环保设施其处理能力及实际运行情况如下表所示：

（1）增城分公司

污染物	主要污染物	排放标准	污染物排放量	环保措施及其处理能力	实际运行情况
废水	废水	广东省《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段一级标准、第二时段三级标准	≤18,412m^3/a	生产污水经污水站处理达到广东省《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段一级标准后排入市政污水管网至石滩污水厂处理；生活污水经污水站处理达到广东省《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段三级标准后排入市政污水管网至石滩污水厂处理。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	CODCr		≤2.319t/a		
废气	烟气量	《锅炉大气污染物排放标准》（DB44/765-2019）大气污染物特别排放限值	≤408.78 万m^3/a	采用低氮燃烧+SNCR+袋式除尘处理后引至 15m 高排气筒排放。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	SO_2		≤0.12t/a		
	NOX		≤0.196t/a		
	烟尘		≤0.0048/ta		
固废	废包装材料、食品残渣及不合格产品	一般工业固体废物按照《一般工业固体废物贮存、处置场污染控制标准》（GB18599-2001）及其修改单的要求进行处置	≤24.517t/a	收集后交由相关物资回收公司最大程度资源再生利用，多余部分交由工业固废处置单位处理。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	污泥		11.42t/a	工业固废处置单位处理。处理能力满足排放量的要求。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
噪音	机械噪音	《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB 12348—2008）2 类标准	少量	选用低噪声设备，对产生噪声的设备配套消声器、安装减震垫、隔声罩等，并合理布局生产车间和设施的位置。处理能力满足排放量的要求。	运行正常

（2）佛山分公司

污染物	主要污染物	排放标准	污染物排放量	环保措施及其处理能力	实际运行情况

废水	废水	《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段一级标准	≤119,715.67 m^3/a	自建污水处理系统处理后通过市政管网排至同树涌。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	CODCr		≤4.56t/a		
废气	烟气量	《饮食业油烟排放标准》（试行）（GB18483-2001）	≤720 万 m^3/a	经处理后高空排放（1#排气筒）。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	厨房油烟		≤0.0034t/a		
	烟气量	《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2014）	≤3,519.17 万 m^3/a	经收集处理后引至 3#、4#排气筒（高度均为 15m）高空排放。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	SO_2		≤0.46t/a		
	NOX		≤4.55t/a		
	烟尘		≤0.36t/a		
固废	生活垃圾	项目产生的一般固体废物执行《一般工业固体废物贮存、处理场污染控制标准》（GB 18599-2001）、《关于发布<一般工业固体废物贮存、处置场污染控制标准>（GB 18599-2001）等 3 项国家污染物控制标准修改单的公告》（环境保护部 2013 年 6 月 8 日发布）	≤42.5t/a	收集后交给环卫部门处理。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	废包装材料及不合格产品		≤150t/a	收集后交由相关物资回收公司最大程度资源再生利用，多余部分交由工业固废处置单位处理。处理能力满足排放量的要求。	
	污泥		≤17.86t/a	工业固废处置单位处理。处理能力满足排放量的要求。	
噪音	机械噪音	《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB 12348—2008）2 类标准	少量	选用低噪声的设备、生产设备进行隔声、减振等措施。处理能力满足排放量的要求。	运行正常

（3）广州奥昆

污染	主要污染物	排放标准	污染物排放量	环保措施及其处理能力	实际运行

物					情况
废水	废水	《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段一级标准	≤29,250m^3/a	员工生活污水经化粪池预处理、清洗废水经隔油隔渣池预处理后，排入自建污水处理站处理后，排入浅海涌纳入蕉门水道。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	CODCr		≤1.044t/a		
废气	油烟	《饮食油烟排放标准（试行）》（GB18483-2001）	≤15,360 万 m^3/a	1 号楼生产车间油烟经静电除油器处理后，引至 1 号楼顶 20 米高空排放；2 号楼生产车间油烟经静电除油器处理后，引至 2 号楼楼顶 120 米高空排放。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	废气量	《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2014）	≤453.6 万 m^3/a	经收集处理后引至 3#、4# 排气筒（高度均为 15m）高空排放。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	SO_2		≤0.0168t/a		
	NOX		≤0.6336t/a		
	烟尘		≤0.0576t/a		
固体污染物	废包装材料及不合格产品	《一般工业固体废物贮存、处置场污染控制标准》（GB18599-2001）及《危险废物贮存》	≤30t/a	有关单位回收利用。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
噪声	机械噪音	《工业企厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）2 类标准	少量	选用低噪声的设备、生产设备进行隔声、减振等措施。处理能力满足排放量的要求。	运行正常

（4）广州昊道

污染物	主要污染物	排放标准	污染物排放量	环保措施及其处理能力	实际运行情况
废水	CODCr	实行雨污分流制，生活污水、清洗废水经广州奥昆食品有限公司的污水处理设施处理，达到广	不单独监测，并入广州奥昆监测数据	员工生活污水经化粪池预处理、清洗废水经隔油隔渣池预处理后，依托广州奥昆食品有限公司废水处理站处理后，排入大口涌。处理能力满足排放量的要求。	运行正常

		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			
	氨氮	排入大口涌	不单独监测，并入广州奥昆监测数据		
废气	油烟	《饮食油烟排放标准（试行）》（GB18483-2001）	不单独监测，并入广州奥昆监测数据	不设员工食堂、宿舍，备用发电机、污水处理系统及冷库均依托广州奥昆食品有限公司。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
固体污染物	废包装材料	《一般工业固体废物贮存、处置场污染物控制标准》（GB18599-2001）	≤5t/a	废弃包装材料、瓜果皮屑及不合格产品交由有关单位回收利用。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	不合格产品				
噪声	机械噪音	《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）2 类标准	少量	选用低噪声的设备、生产设备进行隔声、减振等措施。处理能力满足排放量的要求。	运行正常

（5）浙江奥昆

污染物	主要污染物	排放标准	污染物排放量	环保措施及其处理能力	环保设施运行情况

废水	CODCr	《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段一级标准。	≤4.91t/a	生活污水为自建化粪池预处理后纳管，生产污水为自建污水处理站后纳管。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
废气	油烟	《饮食业油烟排放标准》（GB18483-2001）	≤56t/a	经过油烟净化器+UV 光催化。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
固体污染物	废包装材料	《一般工业固体废物贮存、处置场污染控制标准》（GB18599-2001）	≤25t/a	有关单位回收利用。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	不合格产品		≤2t/a	有关单位回收利用。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
噪声	机械噪音	《工业企厂界环境噪声排放标准（GB12348-2008）3 类标准	少量	选用低噪声的设备、生产设备进行隔声、减振等措施。处理能力满足排放量的要求。	运行正常

3、环保投入情况

报告期内，公司环保投入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
环保设施投入	-	444.66	334.69	50.92
环保直接费用支出	182.20	395.68	440.81	96.14
合计	**182.20**	**840.35**	**775.50**	**147.06**

报告期内，随着公司营业收入的不断扩大，公司对环保的重视程度日益提高，环保支出也稳步上升，2018 年，公司进一步提高了环保标准，新增了部分环保设施和环保支出，故 2018 年以后环保投入有所上升。同时，公司浙江生产基地 2018 年开始投入生产，2018 年、2019 年，浙江奥昆分别新购置环保设备 133.05 万元、134.87 万元。2020 年上半年公司未新增环保设施投入，环保直接费用支

出为 182.20 万元。

报告期内，公司根据污染物治理的实际需求进行环保投入，公司环保投入可以保证环保设施的正常和有效运转，并确保各项污染物的排放达标，符合国家及地方相关法律法规的要求。

4、环保处罚情况

报告期内，公司共发生了3起因环保意识不足而被环保部门处罚的事项，公司已完成整改工作，且上述行为不属于重大违法违规行为，具体详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“三、发行人报告期内违法违规情况”。

5、募投项目环保投入与排污量的匹配情况等

公司不属于重污染行业，募投项目建成后生产过程只产生少量废气、废水、噪音和固体废弃物，废气和废水由净化装置处理后排放，固体废弃物一般交由工业固废处置单位处理、供应商回收利用或者交由环卫部门定期清理、统一处理，仅需投入定期更换的环保设施辅料和常规环保费用。公司募投项目均已按照规定聘请专业机构编制了环境影响报告表，并已取得环境保护部门的环境影响评价。根据相关专业机构的意见，相关募投项目的环保设计、投入与排污量的匹配符合环保要求。

6、安全生产投入情况

公司严格贯彻和落实《中华人民共和国安全生产法》和《广东省安全生产条例》的相关规定，保障员工的生命和财产安全，以“安全第一，预防为主”为工作方针，实施“谁主管，谁负责”的原则，建立了《安全生产制度》、《工伤事故报告处理制度》、《事故应急预案制度》、《特种设备管理制度》等安全生产管理制度，明确了主要负责人、安全生产负责人、生产管理部门、设备管理部门、生产员工等部门和人员的安全生产职责，规范公司治安、消防和其他安全工作，保障公司的正常工作秩序，生产经营不存在重大安全隐患。

报告期内，公司主要从事烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的研发、生产和销售，不属于《企业安全生产费用提取和使用管理办法》中适用的企业，公司根据实际经营需要在安全生产方面进行持续的投入，报告期内，公司安全生产方面的投入分别为 9.61 万元、34.01 万元、32.41 万元和 74.86 万元。

报告期内，公司未因安全生产违法行为而受到行政处罚的情形，公司及子公司所在地应急管理局已出具相关证明。公司安全生产投入及安全生产情况符合相关法律法规的要求。

二、发行人所处行业基本情况

（一）所属行业及确定所属行业的依据

公司主要从事烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的研发、生产和销售，属于烘焙行业。根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司属于“C 制造业”大类下的“C14 食品制造业”。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司烘焙食品原料属于“C14 食品制造业”大类下的“C1499 其他未列明食品制造”子行业，冷冻烘焙食品属于“C1411 糕点、面包制造”子行业。

（二）行业主管部门、监管体制、主要法律法规政策及对发行人经营发展的影响

1、行业主管部门和监管体制

我国对烘焙行业的管理采取行政监管和行业自律相结合的方式。国务院食品安全委员会是国务院食品安全工作的高层次议事协调机构，国家市场监督管理总局为行业的主管部门，对生产、流通、消费环节的食品安全实施统一监督管理。中国食品工业协会和中国焙烤食品糖制品工业协会为烘焙行业的自律组织。

2、行业主要法律法规

烘焙行业需遵守食品行业法律法规，主要如下表所示：

法律法规名称	制订机关	文号	发布日期	主要内容
《食品生产许可管理办法》（2020 年修订）	国家市场监督管理总局	国家市监总局令第 24 号	2020 年 1 月 2 日	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。
《中华人民共和国食品安全法实施条例》	中华人民共和国国务院	国务院令第 721 号	2019 年 10 月 11 日	建立健全食品安全管理制度，加强食品安全监督管理能力建设，食品生产经营者应当依照法律、法规和食品安

（2019 年修订）				全标准从事生产经营活动。
《中华人民共和国食品安全法》（2018 年修订）	全国人民代表大会常务委员会	主席令第 22 号	2018 年 12 月 29 日	建立了食品安全监管体制，规定了各部门的食品安全监管职责和监管机制，明确了食品企业的责任义务及食品安全违法行为的处罚原则。
《中华人民共和国产品质量法》（2018 年修订）	全国人民代表大会常务委员会	主席令第 22 号	2018 年 12 月 29 日	加强对产品质量的监督管理，明确产品质量责任，保护用户、消费者的合法权益，维护社会经济秩序。
《食品经营许可管理办法》（2017 年修订）	国家食品药品监督管理总局	国家食药总局第 37 号	2017 年 11 月 17 日	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。
《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例实施办法》	国家质量监督检验检疫总局	国家质检总局令第 156 号	2014 年 4 月 21 日	国家对乳制品、肉制品、饮料、米、面、食用油、酒类等直接关系人体健康的加工食品企业实行生产许可证制度；任何单位和个人不得销售或者在经营活动中使用未取得生产许可证的列入目录的产品。
《食品标识管理规定》（2009 年修订）	国家质量监督检验检疫总局令	国家质检总局令第 123 号	2009 年 10 月 22 日	对食品标识的标注内容、食品标识的标注形式、法律责任予以规范。
《食品召回管理规定》	国家质量监督检验检疫总局令	国家质检总局令第 98 号	2007 年 8 月 27 日	强调食品生产经营者为食品安全第一责任人，明确了对不安全食品召回时限、处置措施、法律责任进行。
《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》	国家质量监督检验检疫总局	国家质检总局令第 79 号	2005 年 9 月 1 日	国家实行食品质量安全市场准入制度。从事食品生产加工的企业，必须具备保证食品质量安全必备的生产条件，按规定程序获取工业产品生产许可证，所生产加工的食品必须经检验合格并加印（贴）食品质量安全市场准入标志后，方可出厂销售。

烘焙行业法律法规主要围绕食品安全问题，要求经营者必须具备食品生产经营许可，并强调完善的监督管理措施。此外，公司产品还需要满足行业标准，保证相关指标在规定范围内。

3、行业主要产业政策

烘焙行业作为食品行业子行业，发展受食品行业政策影响，主要有《关于促进食品工业健康发展的指导意见》、《“十三五”食品科技创新专项规划》、《“十三五”国家食品安全规划》。

2017 年 1 月 5 日，国家发改委、工信部联合印发《关于促进食品工业健康发展的指导意见》，提出“十三五”期间食品工业发展意见，指出到 2020 年，食品工业规模化、智能化、集约化、绿色化发展水平明显提升，供给质量和效率显著提高。产业规模不断壮大，产业结构持续优化，规模以上食品工业企业主营业务收入预期年均增长 7%左右。

2017 年 5 月 24 日，科技部印发《“十三五”食品科技创新专项规划》，提出到 2020 年，科技对食品产业发展的贡献率超过 60%，工业食品的消费比重全面提升，进一步强调科技和产业的融合。2017 年 2 月 14 日，国务院印发《“十三五”国家食品安全规划》，再次强调了食品安全问题和相应的监管措施。

4、报告期初以来法律法规政策对公司经营发展的影响

报告期内，我国新制定和修订的行业法律法规政策对公司经营发展的影响主要体现在以下两方面：

一方面，食品安全标准日趋严格。2017 年，国务院印发《“十三五”国家食品安全规划》，全面落实企业主体责任，加快食品安全标准与国际接轨。2019 年，国务院发布新修订的《中华人民共和国食品安全法实施条例》，进一步针对具体问题提出了明确的监管举措，强化了对违法违规行为的惩罚。随着上述新的法规和政策的修订和推出，国家对食品安全问题的监管愈发完善，提高了食品行业和烘焙行业的准入门槛。行业部分企业无法适应不断提高的食品安全标准，逐渐被行业所淘汰，行业也进入更为有序的良性发展局面。在烘焙行业发生变化的背景下，公司凭借较高的食品安全管控水平和产品质量保障能力，拥有更强的市场竞争力，近年来实现快速发展。

另一方面，行业工业化和现代化水平提高，科技和产业不断融合。2017 年，国家发改委、工信部联合印发《关于促进食品工业健康发展的指导意见》，以提升食品工业规模化、智能化、集约化、绿色化发展水平为主要目标之一，强调科

技支撑、创新驱动，加快推进个性化定制和柔性化制造，积极培育新产业新业态。2017 年，科技部印发《“十三五”食品科技创新专项规划》，以提高食品科技的自主创新能力和产业支撑能力为目标，重点发展食品高新技术产业，提升食品科技创新能力，推进食品产业科技发展。食品行业和烘焙行业与科技融合愈发紧密，朝着规模化和自动化的方向发展，烘焙行业大量前店后厂的手工作坊已经无法顺应食品工业化的趋势。公司冷冻烘焙食品业务通过中央工厂进行规模化生产，能有效提升烘焙食品安全保障能力以及生产效率，近年来发展迅速。同时，公司也不断通过对生产设备的定制化改造与优化，提高自身自动化生产水平，利用冷链技术保障产品质量标准，促进科技与产业的深度融合。

（三）行业发展情况和未来发展趋势

1、烘焙行业概况

（1）烘焙行业简介

烘焙食品以面粉、油脂、糖类、奶油、鸡蛋等为主要原材料，通过面团搅拌、成型、发酵、油炸、烘烤等工序制成，主要包括糕点和面包两大类。

烘焙行业是关系国计民生并且与人们日常生活密切相关的重要产业，烘焙食品既可以作为主食消费，也能作为休闲食品和节日食品。在我国，烘焙食品主要作为主食中的早餐进行消费，作为早餐的烘焙食品品种多样，包括牛角包、吐司、欧包等西式产品以及绿豆饼、老婆饼、蛋黄酥等中式产品。作为休闲食品的烘焙食品随着下午茶习惯的兴起愈发的流行和丰富，包括各类蛋挞、甜甜圈、慕斯蛋糕等。而生日蛋糕、月饼等作为节日食品的烘焙食品，也是烘焙行业重要的组成部分。

相比其它面食，烘焙食品具备多种优点。第一，烘焙食品营养丰富，烘焙食品中富含蛋、奶成分，能够为人体提供蛋白质、维生素和矿物质等多样的营养成分，近年来还出现了部分强化营养，注重保健功能的烘焙食品。第二，烘焙食品品类多样、口味丰富，烘焙食品包括糕点、面包等不同类别，又有中式与西式等不同风格和特点的产品，通过不同的原料和工艺，能够满足消费者多样化的需求。

第三，烘焙食品便于携带和储存，且刺激性味道残留较少，适合在多种场合进行食用。

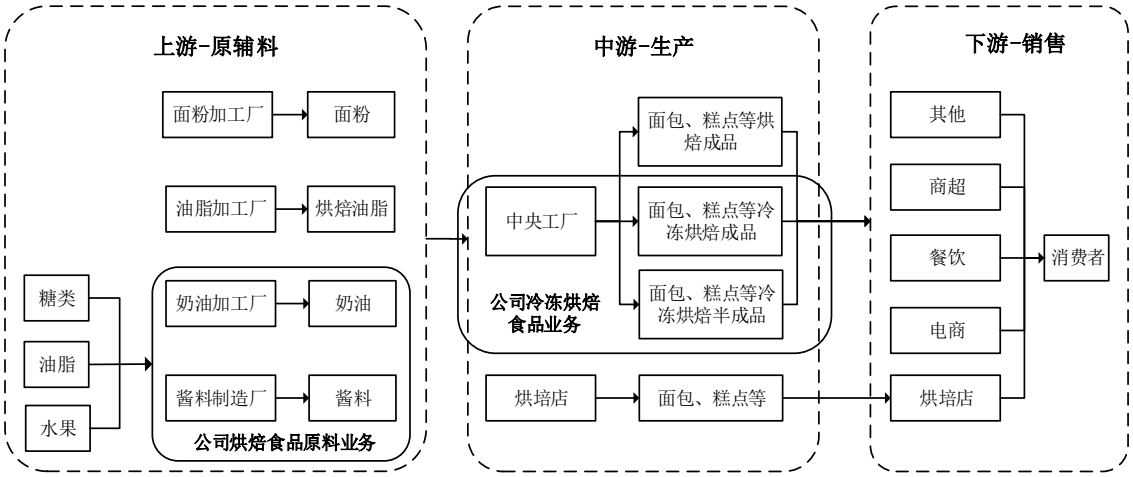
（2）烘焙行业产业链情况

烘焙产业链上游包括面粉、油脂、水果等农产品及其初加工品，以及奶油、水果制品、酵母等烘焙食品原料。

烘焙产业链中游是烘焙食品生产环节，包括中央工厂和烘焙店两类，中央工厂可批量生产冷冻烘焙半成品、冷冻烘焙成品或烘焙成品，部分烘焙店为前店后厂的手工作坊，生产与销售均在店内完成，不依赖大型中央工厂。

烘焙产业链下游是各类销售终端及消费者。销售终端主要有烘焙店、商超、餐饮、电商等，将采购的半成品加工成成品，或者将自产及采购的成品直接销售给消费者。

烘焙行业产业链具体如下所示：



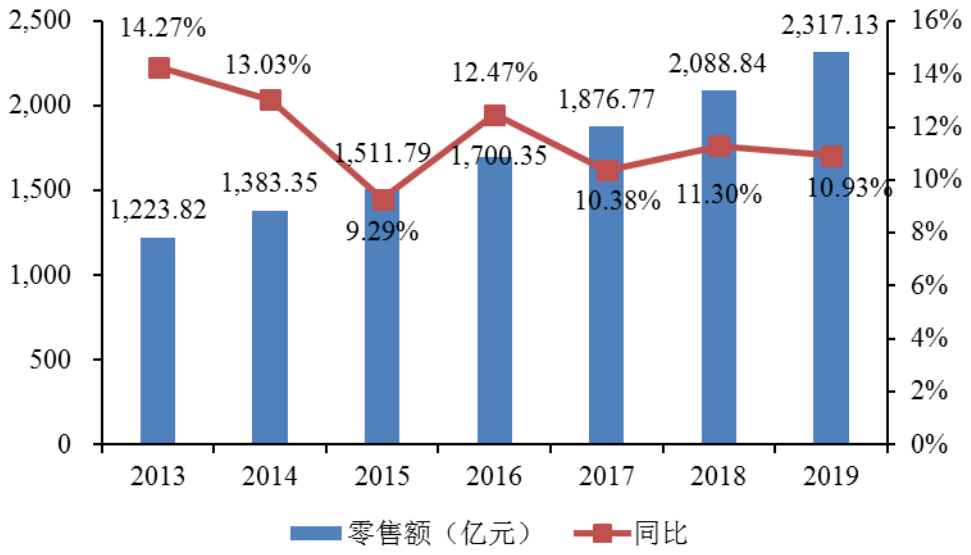
（3）烘焙行业发展现状

烘焙又称为焙烤，来自西方“baking”一词，虽然烘焙概念由西方传入，但我国糕点制作早在商周时期就已经出现，不过由于中式糕点主要作为餐余和节日食品，且以手工作坊为主，故未形成一定的产业化。在欧洲，随着 18 世纪工业革命的发展，和面机、机械烤炉等设备的出现，使得烘焙行业进入现代化和工业化的迅速发展阶段。面包等烘焙食品在西方普遍作为主食存在，且产品创新频繁，

已经具备一定的规模，根据全球知名市场调查机构欧睿国际（Euromonitor）对烘焙食品消费终端的统计数据，2019 年全球烘焙食品规模达到 3,730.77 亿美元。

现代烘焙业在我国内地起步较晚，于 20 世纪 80 年代由我国香港台湾地区引入，2000 年后，随着我国人均消费水平的增长、餐饮消费结构的调整以及生活节奏的变化，具备营养健康、快捷多样等优点的烘焙食品在我国步入了快速增长的时期。从供给层面上看，我国烘焙食品行业的生产规模持续扩大，根据《中国食品工业年鉴》（2012-2018），我国糕点面包业规模以上企业营业收入由 2011 年的 526.40 亿元增长至 2017 年的 1,316.23 亿元，年复合增长率达到 16.50%，远高于同期食品工业整体 5.44%的增长水平，也高于全球烘焙行业增速。从消费层面上看，烘焙零售市场增长迅速，根据欧睿国际的数据，2019 年我国烘焙食品零售额达到 2,317.13 亿元，同比增长 10.93%，预计 2024 年有望突破 3,800 亿元。

2013 年-2019 年我国烘焙食品零售额



数据来源：欧睿国际

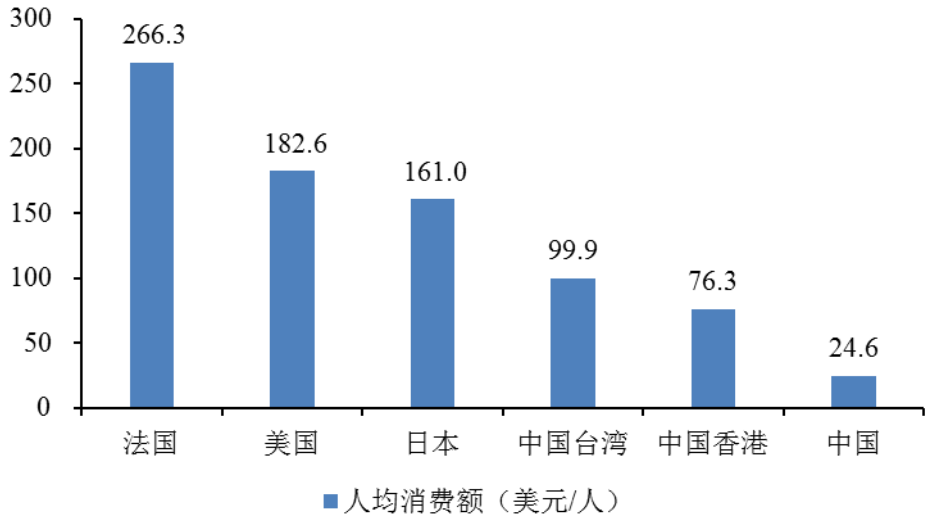
（4）烘焙行业发展趋势

①人均消费量偏低，提升空间巨大

虽然近年来我国烘焙食品行业增长迅速，但人均消费水平与发达国家和地区还有较大差距，未来存在提升空间。据欧睿国际统计，2019 年，我国内地人均烘焙食品消费额仅为 24.6 美元/人，处于全球后 25%水平，远低于法国的 266.3

美元/人、美国的 182.6 美元/人，也低于与中国大陆饮食习惯相近的亚洲其他国家和地区，如日本的 161.0 美元/人、中国台湾的 99.9 美元/人、中国香港的 76.3 美元/人。

2019 年各国家及地区人均烘焙食品消费额



数据来源：欧睿国际

一方面，从量的角度，由于烘焙食品进入我国较晚，消费者尚处于接受过程中，未来随着饮食习惯的变化，人均消费量还存在提升空间。另一方面，从价格的角度，目前烘焙食品行业中小企业数量众多，个人经营的手工作坊较为普遍，因此烘焙食品质量良莠不齐，产品价格相对较低，未来随着消费升级，消费者对产品品质和消费体验的要求提高，单价提升也会带动烘焙行业规模的上涨。

②年轻一代饮食习惯西化，推动烘焙行业发展

通常居民的饮食消费方式分为主食消费、休闲消费和节日消费三种，其中主食消费为最主要的消费形式，随着居民生活水平的提升，休闲消费和节日消费的比重在快速提升。

目前，年轻一代不断追求丰富、方便、快捷的生活方式，餐饮习惯也逐步西化，进而推动了烘焙行业的发展。根据中国烹饪协会发布的《2017 年度美食消费报告》，70 后、80 后、90 后餐饮消费中，蛋糕甜品店订单占比分别为 1%、7%、25%，年轻一代饮食西化的趋势已经出现。首先，主食结构上，西式餐饮较传统中式餐饮如豆浆油条、面条包子等更便于保存、携带，且口味、品种多样，

符合年轻一代快节奏和多样化的生活模式。因此，烘焙食品有望提高在主食消费中的渗透率。其次，咖啡厅、蛋糕甜品店逐渐成为休闲放松的主要消费场所，“饮品+烘焙”成为下午茶主流，蛋糕、面包等作为休闲消费将稳定增长。第三，西方节日的盛行和年轻人追求仪式感的特点，也令作为节日消费的烘焙食品得以快速增长。

③安全、营养、健康以及现烤产品成为烘焙行业发展趋势

近年来，“镉大米”、“毒生姜”、“瘦肉精”、“地沟油”等食品安全事件的发生，引发了社会热议及消费者对食品安全问题的不断关注。根据《全国食品药品科普状况调查（2017）》，有 93.83%的消费者关注食品安全问题，39.77%的消费者会主动获取食品安全知识，可见我国消费者已经具备一定的食品安全意识。同时，随着消费升级，健康饮食的观念已经深入人心。尼尔森健康与食品成分意见调查显示，大约有 70%的受访者有特定的饮食需求，他们会控制或拒绝摄取某些食物或食材成分，82%的受访者愿意花更多的钱购买不含有不良成分的食物。

在消费者更加注重安全、营养、健康的背景下，烘焙食品也在发生变化。烘焙食品一般可分为预包装产品及现烤产品两类，预包装产品保质期较长，需要使用一定的防腐剂；而现烤产品保质期非常短，新鲜出炉从而口感及香味更佳。因现烤产品具备安全、营养、美味等多个优点，烘焙食品不断由预包装产品向现烤产品进行发展。

④烘焙食品种类、销售渠道不断多元化

随着我国消费者对烘焙食品的接受度不断上升，其对烘焙食品的需求也愈发的多元化。烘焙食品口味不断进行丰富和创新，使能够提供多种风味的酱料产品得到广泛使用；面包产品也由吐司发展到牛角包、甜甜圈等；而慕斯蛋糕、芝士蛋糕等蛋糕新品的流行，突破了生日蛋糕的食用场景，烘焙食品种类日益多元化。此外，在烘焙店内，过去被忽视的边柜、收银台等区域也开始受到烘焙店和消费者的关注，边柜的包装面包、收银台的休闲食品出现创新，充分挖掘消费者的需求，提高烘焙店的空间利用率。

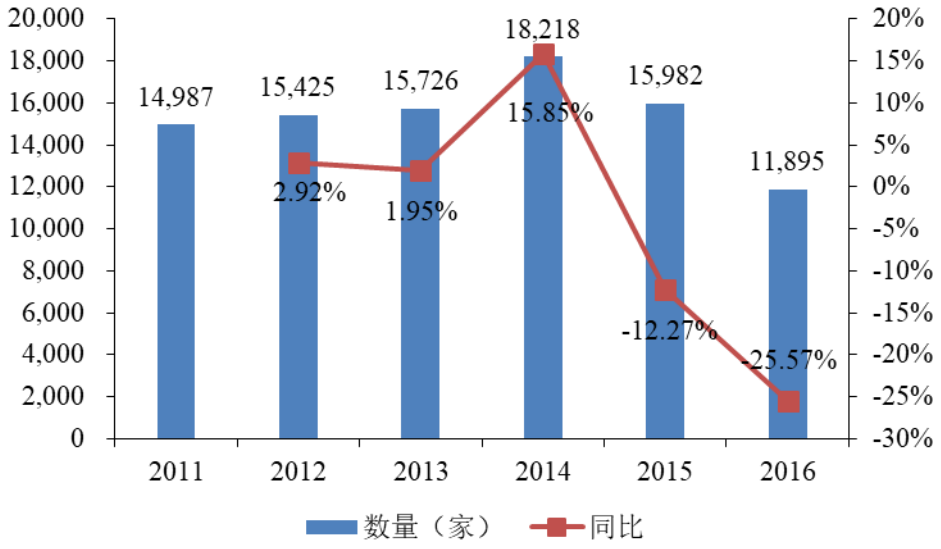
同时，烘焙食品的销售渠道也在不断丰富。过去，预包装产品主要通过商超、便利店进行销售，现烤产品则在烘焙店进行销售。随着消费升级，消费者更倾向于现烤产品，而现烤烘焙食品既能为卖场营造良好氛围，又能带来可观的利润，愈发受到商超的青睐；烘焙食品在主食消费中的渗透率不断上升，使餐饮、酒店等也开始提供烘焙产品；随着“饮品+烘焙”模式的兴起，饮品店成为烘焙食品的重要销售渠道。现烤烘焙食品的销售渠道由过去以烘焙店为主逐渐发展成烘焙店、商超、餐饮、饮品店等并行的局面。

⑤企业数量众多，市场集中度稳步上升

烘焙市场中除内外资的大型连锁烘焙品牌外，还有大量中小型烘焙企业，这些小企业产品品类相对较少、质量参差不齐，且生产效率不高。根据《中国食品工业年鉴》（2017），截至 2016 年底，我国糕点面包行业通过食品生产许可的企业数量为 11,895 家，企业数量众多，且规模普遍偏小。我国烘焙行业的市场集中度也相对较低，据欧睿国际统计，我国 2019 年行业前三名企业市场占有率之和为 8.5%，同期日本前三名企业市占率为 38.3%，中国香港为 49.3%。

近年来，在严格的食品安全管理以及消费升级的驱动下，烘焙行业集中度呈上升趋势。自 2015 年国家重新修订并实施《中华人民共和国食品安全法》以来，部分不重视生产环境和品质管理的小型烘焙企业逐步被淘汰，2015 年和 2016 年通过食品生产许可的企业数量同比下降 12.27%和 25.57%。虽然我国面积辽阔，区域发展不平衡，且烘焙行业受到配送半径的限制，企业数量众多的局面仍将长期存在，但随着消费者加大关注食品安全和产品质量问题，国家持续规范行业标准和监管力度，行业集中度未来将持续提高，龙头企业有望继续增加市场份额。

2011 年-2016 年我国糕点面包行业通过食品生产许可的企业数量



数据来源：《中国食品工业年鉴》（2012-2017）

2、烘焙食品原料发展现状及趋势

（1）烘焙食品原料发展现状

烘焙食品原料指用于制造烘焙食品的各种原材料和辅料，其中主要原材料包括面粉、油脂、糖类、奶油、水果制品、酱料、巧克力等。

烘焙食品原料的发展与烘焙行业整体的发展相辅相成。一方面，烘焙行业需求的持续增长推动着烘焙食品原料的稳步发展，消费者口味和偏好的转变，也要求烘焙食品原料生产企业不断适应新的变化。另一方面，烘焙食品原料产品的丰富和应用技术的提高降低了烘焙食品制作的门槛，烘焙食品原料的发展不断引领新的潮流，丰富烘焙食品品类。

不同的烘焙食品根据配方的差异，原料也不尽相同。公司主要经营的烘焙食品原料为奶油、水果制品和酱料等，主要用于蛋糕、西点的表面装饰及夹馅。公司经营的烘焙食品原料主要如下：

①奶油

奶油根据原料和工艺的不同，分为含乳脂植脂奶油、植脂奶油和稀奶油。稀奶油由牛奶离心脱水后制成，受制于奶源的不足，我国稀奶油主要依赖于进口。植脂奶油不受奶源的制约，成本较低，且使用方便、性能稳定，进而在我国得以迅速推广和发展。随着消费升级，以本公司为代表的少部分厂商，在植脂奶油中

添加乳脂成分，开发出含乳脂植脂奶油，兼具稀奶油奶香浓郁、口感细腻和植脂奶油打发性好、稳定性强的优点，近年来迅速增长，已经占据一定的市场份额。

奶油除应用于传统的蛋糕、西点的表面装饰和夹馅外，也随着茶饮、咖啡等休闲饮品的流行，不断扩大其应用范围。以其制作蛋糕产品为例，欧睿国际数据显示，2019 年我国蛋糕市场销售额为 981.70 亿元。根据烘焙店生产蛋糕的经验数据，蛋糕原材料成本占售价的比例在 25%到 35%之间，而原材料成本中，蛋糕胚、奶油、水果制品和其他分别占 40%、35%、10%、15%左右，因此奶油成本占蛋糕售价的比例在 9%到 12%左右，按照该数据测算，我国奶油市场规模已经达到 88.35 亿元到 117.80 亿元。根据欧睿国际预测，2024 年我国蛋糕零售额有望突破 1,600 亿元，则我国奶油市场规模预计 2024 年将超过 140 亿元。

②水果制品

水果制品是以水果、果汁或果浆和糖等为主要原材料，加工制成的产品。烘焙水果制品包括果馅、果溶等，饮品水果制品包括果泥、饮料浓浆等，一般除烘焙、饮品用水果制品外，还有制作酸奶、佐餐等其他用途的水果制品。作为烘焙食品原料的水果制品主要用于蛋糕、西点的表面装饰和夹层馅料，能够给烘焙食品提供更多样的口感和风味，增加烘焙食品的吸引力。作为饮品原料的水果制品，能显著影响果汁等饮品的果香、口感和口味。随着消费升级的持续推进，水果制品行业也愈发追求水果的新鲜度和口感。我国水果资源丰富，水果制品生产工艺较为成熟，已经形成了一定的规模，根据水果制品成本占蛋糕售价的 2.5%到 3.5%左右进行测算，2019 年烘焙水果制品市场规模达到 24.54 亿元到 34.36 亿元，按照 2024 年我国蛋糕零售额增幅测算，我国烘焙水果制品市场需求预计 2024 年将超过 40 亿元。

③烘焙酱料

烘焙酱料作为西式调味品，引入我国后最初主要用于西式餐饮，后随着我国餐饮业中西方融合程度的增加，各类中西式食品中也均有使用酱料产品。目前烘焙酱料常用于中西式凉拌菜等菜式的制作，也可涂在面包等其它主食表面或作为夹馅。作为烘焙食品原料的酱料包括沙拉酱、可丝达酱等，一般用于烘焙食品表面涂抹或作为烘焙食品夹心，也可加入面团搅拌过程中，能够提高面包、糕点等

烘焙食品的口感丰富度，为烘焙食品带来独特的风味。随着消费者对烘焙食品的要求不断提高，烘焙食品的口味不断丰富，甚至需要具备一定的层次感，烘焙酱料能够帮助烘焙食品突破面粉、糖类等主要原料味道的局限，助力烘焙食品口味的创新，因此近年来受到不断重视，得到了迅速的发展。根据智研咨询的统计，酱料中最为广泛使用的沙拉酱市场规模从 2011 年的 11.88 亿元增长至 2017 年的 43.85 亿元，年复合增长率达到 24.32%。酱料产品市场规模快速增长的同时，也朝着多样化、复合方便化、营养健康化等方向发展。

（2）烘焙食品原料发展趋势

①内资品牌发展快速

现代烘焙业源自欧美，于 80 年代才逐步在中国兴起，因此早期国内烘焙食品及原料供应基本由外资品牌垄断。2000 年以后，随着中国经济的高速发展和消费市场的快速扩大，内资品牌的烘焙企业及相应的原料供应商也快速涌现。

目前，虽然外资品牌在短期内仍拥有较强的品牌和技术优势，但内资品牌也在不断通过加强国际经验交流，引进先进技术和人员，提高营销服务能力等方式，缩小与外资品牌之间的差距，并结合国内消费者的消费习性和口味进行自主化调整，使得产品适应性更强，以提供更为丰富、快捷和低成本的原料供应。随着内资品牌形象的不断深化、产品技术的持续提高，市场份额具有较大的提升空间。

②消费者需求多元化，产品种类愈加丰富

随着生活质量不断提高，消费者对烘焙食品原料的需求也越来越具体，如口味、香味、柔滑感、回味等。近年来，各大厂商积极研发并推广各种新口味和新样式的烘焙食品原料产品，以满足消费者多样化的需求，同时促进消费者的购买欲望。以奶油为例，随着消费者越来越注重口感和香味，出现了含乳脂植脂奶油这一新产品，该产品结合了植脂奶油和稀奶油的优点，兼具口感好、营养丰富、奶香浓、易打发、易塑型等特性，且具备一定的价格优势，深受烘焙店和消费者的喜爱，销量迅速增长。

消费者需求的多元化使得烘焙食品原料产品迅速变化，部分中小企业难以适应快速变化的市场环境，逐渐被行业所淘汰。以立高食品为代表的少数对市场敏

感、研发能力强、渠道覆盖广的企业，紧跟市场变化，通过持续的产品创新，逐步提高市场份额。

③安全、健康和营养均衡成为产品发展的方向

随着烘焙食品不断朝着安全、营养和健康的方向发展，也要求烘焙食品原料持续升级。一方面，健康、营养均衡的烘焙食品原料愈发受到认可，例如，烘焙店制作蛋糕时，会选择水果含量更高、更新鲜优质的水果制品。另一方面，为保障烘焙食品的安全和质量，烘焙企业会对原料进行严格管控，具有品牌知名度的烘焙食品原料企业更能得到下游客户的信任。

④营销网络和渠道的建设是获取竞争地位重要手段

随着消费者对烘焙食品接受度的不断提升，基层的烘焙店由一二线城市快速向三四线城市乃至乡镇快速扩展，进而形成了一个分布广泛、需求庞大的烘焙食品市场。根据美团点评的《2019 年中国烘焙门店市场报告》，三线及以下城市的烘焙门店占比由 2016 年的 48.8%上升至 2018 年的 51.8%。

烘焙市场格局的变化推动和倒逼着烘焙食品原料生产企业不断调整运营模式，必须持续加大营销网络和渠道的建设力度。营销网络和渠道的规模及运营能力已愈发成为烘焙食品原料生产企业获取未来竞争地位的重要手段。目前，大量基层市场正处于市场培育的阶段，市场前景广阔，提前进行市场网络的布局，一方面能够为客户提供近距离的技术应用服务，建立品牌形象，另一方面有利于提升产品的品质和配送时效。

3、冷冻烘焙食品发展现状及趋势

（1）冷冻烘焙食品发展现状

冷冻烘焙食品因具备口感好、生产效率高、节约成本、易于协调产销存、品质安全稳定、便于品种多样化等多种优点，在欧美得到迅速的普及和发展。冷冻食品技术引入我国后，首先在传统中式水饺和汤圆产品中得到了广泛应用。因烘焙产业起步较晚，且冷冻烘焙食品存在长时间冷冻后水分流失、开裂、老化及解冻加工后成品变形、口感发干等技术难题，致使冷冻烘焙食品在我国糕点、面包中应用比例一直相对较低。冷冻烘焙食品的应用是与烘焙行业发展息息相关的，是对传统烘焙食品生产和经营模式的优化和提升，具有较大的发展动力。未来随

着我国经济发展阶段及成本结构的变化，冷冻烘焙食品技术的持续进步，冷冻烘焙食品应用比例将快速增长。以美国为例，1949 年只有 3%的面包店使用冷冻烘焙食品，到 1961 年就快速增加到 39%。根据 2019 年我国烘焙食品 2,317.13 亿元的零售额测算，若冷冻烘焙食品的使用达到美国 1961 年的应用比例 39%，我国冷冻烘焙食品市场容量就达到了 903.68 亿元。

全球冷冻烘焙食品市场已经出现了部分颇具规模的企业，位于瑞士的冷冻烘焙食品制造商 Aryzta 公司，实现瑞士和爱尔兰证券交易所两地上市，2019 财年营业收入达到 33.83 亿欧元；全球食品行业排名前十的美国 General Mills 公司，旗下冷冻烘焙食品业务 2019 财年实现营业收入 16.93 亿美元。随着国内烘焙行业的不断发展，冷冻烘焙技术的逐渐成熟，行业习惯的持续养成，未来我国也有望出现规模相当的冷冻烘焙食品公司。

冷冻烘焙食品根据产品种类的不同主要包括冷冻糕点和冷冻面包。根据荷兰合作银行 2014 年发布的《中国冷冻面团行业的现状与未来》，我国冷冻烘焙食品中，冷冻糕点占比达到 65%，而冷冻面包的市场份额仅为 15%，虽然近年来冷冻烘焙食品的产品结构正在不断多元化，但目前市场上依旧以冷冻糕点为主，这一产品结构的形成主要是由于冷冻面包与冷冻糕点相比，加入了酵母，若工艺不当则产品易变质、发酸、体积缩小，因此技术难度较高、生产过程控制要求更严；同时，冷冻面包对仓储及运输温度要求更严，需要企业具备更强的冷链物流控制能力，行业内仅有以公司为代表的少数企业能够生产及销售冷冻面包产品。

（2）冷冻烘焙食品发展趋势

①冷冻烘焙食品优势明显，优化烘焙行业经营模式

冷冻烘焙食品的发展伴随并推动了烘焙行业经营模式的变化。过去，我国烘焙食品主要分为预包装产品和现烤产品两类，并以中央工厂生产的预包装产品为主。随着消费者对烘焙食品的口感、安全、营养、健康的要求不断提升，烘焙食品也不断由预包装产品向现烤产品发展。但是作为现烤产品主要供应商的烘焙店以其前店后厂的模式普遍面临着成本、质量、口感与安全等一系列问题，难以发展壮大。

冷冻烘焙食品的出现综合了预包装产品和现烤产品的优点，并弥补了其不足。一方面，冷冻烘焙食品具备预包装产品的部分优点，通过中央工厂进行规模化和标准化生产，具备更好的食品安全保障、更强的质量控制能力、更高的生产效率，从而产品的稳定性更高，食品安全风险更低。同时，冷冻烘焙食品的保质期较长，但与预包装食品不同，冷冻烘焙食品通过冷冻储存方式保证产品质量，不添加防腐剂，较预包装产品更健康，安全性更高。

另一方面，随着冷冻烘焙食品技术的不断提高，冷冻烘焙食品解冻后进行现场烘烤加热等加工后，产品新鲜度和口感与烘焙门店的现做现烤产品基本一致，甚至超过部分烘焙门店水平。同时，冷冻烘焙食品解决了传统前店后厂模式经营的烘焙店系列问题。第一，冷冻烘焙食品可以节约烘焙店的投资及运营成本，部分产品后期加工只需要家用烤箱即可完成，也不需要高水平的烘焙师傅，通过轻资产模式有效降低烘焙店的经营风险。第二，冷冻烘焙食品可以使烘焙门店准确和灵活地协调生产、库存和销量间的关系，避免产量过剩导致的浪费。第三，烘焙专业人员的匮乏限制了现烤产品的发展，技术的不足和参差不齐又影响到产品的口感和美观；而冷冻烘焙食品企业标准化和规模化的中央工厂生产方式则解决了上述难题。第四，冷冻烘焙食品的中央工厂生产模式比起传统烘焙门店的手工作坊，具备更强的食品安全保障，能够有效降低食品安全问题的出现。第五，冷冻烘焙食品的使用，可以丰富烘焙门店的产品品类，并实现产品的快速迭代，更好地满足消费者多样化的需求。

冷冻烘焙食品、现做现烤产品和预包装产品等不同类别产品的分析对比如下：

产品类别	细分模式特点	优势	劣势
冷冻烘焙食品	由中央工厂生产冷冻烘焙食品。对于冷冻烘焙半成品，烘焙店解冻后进行烘烤等简单加工后即可对外销售；对于冷冻烘焙成品，解冻后可直销销售食用。	规模化生产、产品新鲜美观、口感和稳定性好、更安全、冷冻条件下保质期长、烘焙店运营成本低。	需要冷链运输、冷冻保存。

产品类别	细分模式特点	优势	劣势
现做现烤产品	现场生产，从原料到成品的制作全过程均通过专业设备在烘焙店或附近作坊完成。	产品新鲜美观、口感好、烘焙店购物氛围较好。	烘焙店运营成本高、对烘焙师傅要求高、产销难以控制、质量不稳定、保质期短。
预包装产品	由中央工厂生产预包装成品，物流配送至商超、便利店等渠道进行销售。	规模化生产、常温保存保质期长、运输方便、渠道覆盖成本低、产品便宜。	产品口感及新鲜度逊于其他两类、需要使用防腐剂增加保质期。

烘焙店又可分为连锁烘焙店及单体烘焙店，大部分中小型连锁店和单体烘焙店不具备足够的资金自建中央工厂，需要依赖专业的冷冻烘焙食品生产商提供产品，烘焙行业集中度较低的现状也说明需求的庞大。同时，大型连锁店虽然可以自建中央工厂，但烘焙产品种类众多且冷冻烘焙食品生产线投入较大，大量产品无法实现规模经济，利用第三方生产的冷冻烘焙食品，可以补充其不具备能力生产或者生产成本较高的品类，更为经济和效率。冷冻烘焙食品的突出优势，正不断优化烘焙行业的经营模式。

②冷冻烘焙食品丰富了烘焙食品的销售渠道

过去，由于商超、餐饮、饮品店、便利店等非专业烘焙的销售渠道不具备专业的生产场地、生产设备、生产能力及相关生产经验，因此，现做现烤烘焙食品主要由烘焙门店进行销售，而商超和便利店主要销售预包装产品。冷冻烘焙食品的出现及其具备的突出优势，可以帮助这类非专业单位销售现烤产品，丰富其产品结构，提高其烘焙食品的口感和质量，提升消费者的消费体验和购买欲望。因此，冷冻烘焙食品的出现使得现烤烘焙食品销售渠道正由过去以烘焙店为主逐渐发展成烘焙店、商超、餐饮、饮品店、便利店和电商等并行的局面，推动了烘焙行业销售渠道的丰富。可以说，冷冻烘焙食品不仅可以提高其在现有烘焙行业销售渠道中的渗透率，还能为烘焙行业创造新的需求，提高烘焙行业整体的市场规模。

③国外冷冻烘焙食品应用已趋成熟，国内增长空间大

根据《食品与机械》杂志，1949 年美国只有 3%的烘焙店使用冷冻烘焙食品，1961 年增加到 39%，1990 年有 80%以上的烘焙店使用冷冻烘焙食品。法国在 1994

年冷冻面包已占面包销售额的 50%以上，日本早在 2000 年也已经有 50%的烘焙店使用冷冻烘焙食品。可见，国外冷冻烘焙技术在面包等烘焙食品制作中已经十分普及，冷冻烘焙工艺也越来越成熟和规范。

而我国虽然从 90 年代起已经开始接触冷冻烘焙技术，但由于整个烘焙行业当时正处于起步阶段，消费者消费习惯还未养成，行业经营模式暂未成熟，因此冷冻烘焙技术没有受到足够的重视。近年来，随着消费者更为看重烘焙食品的口感和品质，房租和人力成本不断上涨，冷冻烘焙食品市场开始迅速发展。2019 年，我国烘焙食品零售额达到 2,317.13 亿元，为冷冻烘焙食品未来发展提供了巨大的空间。

④冷冻烘焙食品种类不断发展，应用空间广阔

烘焙食品主要包括糕点和面包两大类，虽然我国冷冻烘焙食品的市场需求快速成长，但由于整体发展时间较短，目前冷冻烘焙食品结构还相对较为单一，市场上依旧以冷冻糕点为主。而在烘焙店现烤产品的消费中，面包的消费量并不低于糕点的消费量，即我国冷冻烘焙食品市场的产品结构与我国总体烘焙食品市场的产品结构并不匹配。因此，随着冷冻烘焙技术的逐渐成熟，冷链仓储和物流技术的不断完善，冷冻烘焙食品的应用领域将由冷冻糕点产品逐渐发展至冷冻面包等其他品类，冷冻烘焙食品还存在着广阔的市场空间。

同时，随着市场竞争越来越激烈，生产冷冻糕点产品的厂商越来越多，拥有冷冻面包生产技术的厂商能够在市场竞争中脱颖而出，逐渐扩大自身规模，打响品牌知名度。目前，公司已具备冷冻烘焙半成品和冷冻烘焙成品的生产工艺，产品也涵盖冷冻糕点和冷冻面包等不同类别。

（四）行业进入壁垒

1、食品安全和市场准入壁垒

食品行业市场准入制度包括对企业实施生产许可证制度、对食品建立具体质量标准及实施强制检验制度。《食品生产许可管理办法》规定，食品生产企业必须取得食品生产许可，且日常经营受到相关部门严格监管。《食品安全法》规定，食品生产者，应当按照食品安全标准对所生产的食品进行检验，检验合格后方可

出厂或者销售。《植脂奶油》、《果酱》、《焙烤食品冷冻面团》等质量标准的相继建立，对感官、安全、理化指标等标准以及出厂检验、型式检验规则提出了明确的要求。

随着国家对食品质量要求的日趋严格，市场准入标准会进一步提高，而构建全面的产品质量体系是一项系统性工程，需要企业在设备、管理制度、人才和资金等方面进行全方位的投入和长期的验证。因此，严格的食品安全和市场准入提高了本行业的准入门槛。

2、技术壁垒

烘焙食品原料和冷冻烘焙食品的技术壁垒主要体现在产品配方和大规模生产工艺两方面，具体如下：

第一，产品配方与生产工艺研发难度。在配方上，不同原辅料的选择和具体的配比会影响烘焙食品的口感和品质，也会改变其制作工艺。例如不同品牌的面粉，筋度和延展性的差异会影响成品的口感，吸水性的差异会影响制作过程中水的用量；在酱料制作过程中加入关键辅料，能够提高其耐烘烤性。在生产工艺上，部分产品工艺较难，例如甜甜圈，工艺流程包括面团搅拌、成型、发酵、油炸等多个环节，工艺处理稍有不当，则产品容易老化、发干。只有长时间的积累才能掌握烘焙食品原料和冷冻烘焙食品的配方与生产工艺，并使配方与工艺较好地匹配，形成了一定的技术门槛。

第二，将产品配方与生产工艺运用于大规模生产的难度。烘焙食品的生产具备极强的个性化，不同的产品配方、生产工艺、生产场地，对生产线温度、湿度、运行速度、各部件的配合度等生产环境都有着不同的要求，为实现大规模生产，需要对生产线上购置的生产设备进行定制化的改造，并提高设备间的协同能力，而这种定制化的改造需要积累大量的生产经验与对生产设备的深入理解，对新进入企业形成了较高的门槛。

第三，大规模生产过程中的品控难度。烘焙食品原料和冷冻烘焙食品的下游客户需要连续、多批次的采购，因此要求产品具有稳定的口感和品质，而稳定的口感和品质主要来自于企业对规模化生产工艺的掌握，对原料配方、工艺水平、管理系统等多方面的精准处理，生产环节中各指标的略微差异，都会使产品品质

出现下降，若新进入企业无法提高对生产过程的控制能力，产品一致性差，性能不稳定，很难进入主流市场。

同时，消费者需求不断变化，要求企业产品配方和生产工艺不断进行创新和改进，并运用于大规模生产过程中，这种创新和优化需要通过反复实践和摸索才能获得，新进入企业很难在短期内掌握。

3、营销网络和服务壁垒

烘焙食品原料和冷冻烘焙食品的终端客户群体包括烘焙店、商超、餐饮、饮品店、便利店客户等，除大型烘焙连锁店和商超外，大多数客户存在“分布广泛、需求零散、品规众多”的特点。同时，上述客户需要以最终成品的形式了解公司烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的应用情况，故需要技术及业务人员对其进行持续的技术指导、培训和服务。这种客户特点和需求，导致运营过程中需要建设庞大的市场销售和服务网络，且具备很强的渠道维护和管理经验，而新进入者难以在短时间内搭建起完善的营销网络体系，也不具备足够的技术服务经验和能力。

4、资金壁垒

冷冻烘焙食品主要通过中央工厂模式进行生产，需要大规模产线投入，且冷冻烘焙食品的生产设备主要为进口，其中成型线、速冻隧道等设备价值几百万元，普通的冷冻烘焙食品生产线投入需要上千万元。同时，为保证持续竞争力，市场需求和烘焙食品的不断变化需要企业不断增加产品研发上的投入，营销网络的建设和市场推广也需要一定的资金实力。因此，生产设备购置、技术研发、市场推广等方面大量的资金投入会给行业进入者形成较高的资金门槛。

（五）行业发展面临的机遇与挑战

1、行业发展面临的机遇

（1）国家产业政策支持，行业标准不断完善

2017 年 1 月，国家发改委、工信部联合印发《关于促进食品工业健康发展的指导意见》，提出“十三五”期间食品工业发展意见，指出到 2020 年，食品工业规模化、智能化、集约化、绿色化发展水平明显提升，供给质量和效率显著提高。产业规模不断壮大，产业结构持续优化。可见，我国将不断加快食品制造

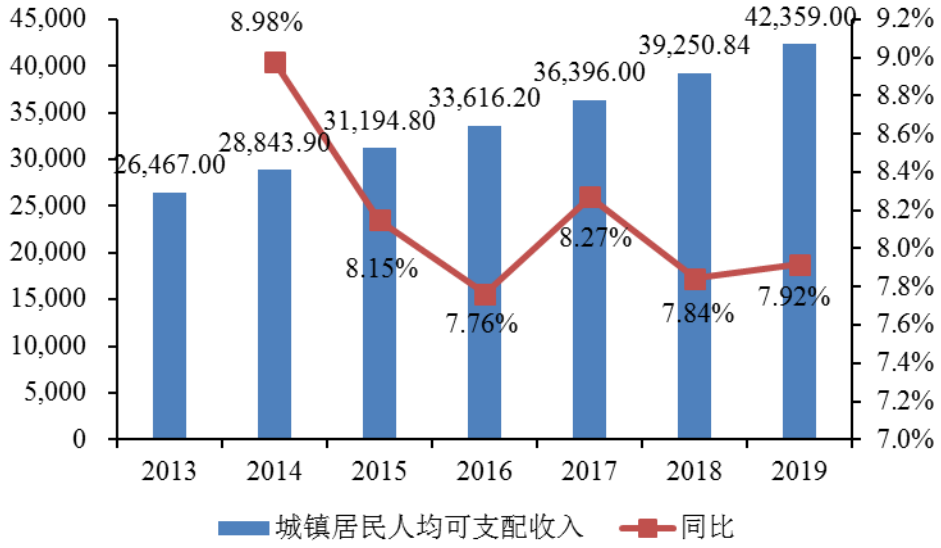
工业化道路，烘焙行业大量前店后厂的手工作坊已经无法顺应食品工业化的趋势，冷冻烘焙食品通过中央工厂大批量生产，能够进一步推动烘焙行业的规模化、智能化、集约化，有望得到迅速发展。

同时，为了规范行业经营，《“十三五”国家食品安全规划》则再次强调了食品安全问题和相应的监管措施，《植脂奶油》、《果酱》、《焙烤食品冷冻面团》等质量标准不断推出，明确了烘焙食品原料和冷冻烘焙食品具体的产品技术标准和质量要求，行业已开始逐步全面实施标准化管理，从“小”、“散”、“乱”的格局进入到有序良性竞争的局面。

（2）人均收入不断增长，消费升级促进行业发展

随着我国经济的不断发展，居民生活水平正逐渐提高，国家统计局的数据显示，近年来我国城镇居民人均可支配收入持续增长，由 2013 年的 26,467.00 元上升至 2019 年的 42,359.00 元，年复合增长率达到 8.15%。

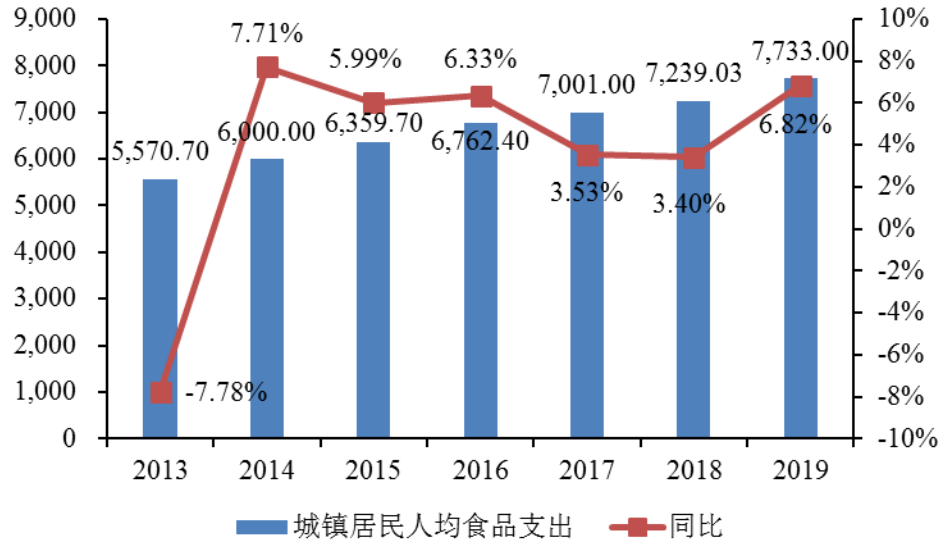
2013 年-2019 年我国城镇居民人均可支配收入（元）



数据来源：国家统计局

经济的快速发展和居民收入水平的提高，带动了我国城镇居民人均食品支出稳步增长，从 2013 年的 5,570.70 元上升至 2019 年的 7,733.00 元，年复合增长率为 5.62%。

2013 年-2019 年我国城镇居民人均食品支出（元）



数据来源：国家统计局

随着人均收入和支出的持续增加，消费者的食品消费观念已经从最初的满足于温饱发展成为追求高品质的消费，消费者对食品选择的范围更加广泛，烘焙食品行业通过满足不同消费者对营养和口味的消费升级需求，进入快速发展阶段，烘焙食品原料和冷冻烘焙食品市场容量也不断扩大。

（3）行业需求潜力较大

近年来，烘焙行业发展迅速，我国烘焙食品零售额由 2013 年的 1,223.82 亿元增长至 2019 年的 2,317.13 亿元，年复合增长率达到 11.23%。但烘焙行业还存在巨大的发展潜力，我国人均烘焙食品消费额仅为 24.6 美元/人，与发达国家和地区还有较大的差距。同时，饮食习惯不断西化，主食消费、休闲消费、节日消费中，烘焙食品均具备一定的优势，有着良好的发展前景。

在烘焙行业持续发展的大背景下，烘焙食品原料与冷冻烘焙食品也迎来了新的机遇。对于烘焙食品原料，自烘焙产品和消费习惯由欧美传入之后，烘焙食品原料知名品牌多为外资品牌，国内品牌近年来发展迅速，部分国内品牌知名度不断提高，我国烘焙食品原料厂商还存在较大的进口替代空间。对于冷冻烘焙食品，大量烘焙店依旧使用手工烘焙的方式，而冷冻烘焙食品具备提高生产效率、节约成本、易于协调产销存、产品安全稳定、便于品种多样化等优势，逐渐改变烘焙

行业经营模式，并利于丰富商超、餐饮、便利店等烘焙食品销售渠道，为烘焙行业创造新的需求。

（4）冷链仓储和物流技术快速发展

大部分烘焙食品原料和冷冻烘焙食品均需要进行低温仓储和物流，以保证产品的品质稳定和最佳的口感。近年来，我国冷链仓储和物流技术得到了快速发展，国际先进的 HACCP 体系认证、WMS 等新技术已全面引入国内，冷藏车、冷藏箱等冷链设备数量快速增长，冷链溯源与全程监控等技术逐步成熟，RFID 技术、3S 技术等在冷链物流中的应用水平进一步提升。冷链仓储和物流技术的不断进步与广泛应用为本行业生产规模及配送范围的扩大和品质的持续提升提供了有利的技术支持。

2、行业发展面临的挑战

（1）食品安全隐患

食品安全关乎民生问题，政府不断推出相关法规和制度规范食品生产和经营行为，社会舆论也对食品质量与安全高度关注。烘焙行业目前中小企业数量较多，其食品安全意识有待提升，产品质量控制体系有待完善，若该部分企业的产品出现质量问题，爆发食品安全事件，会对行业的稳定发展造成不利的影响。

（2）整体技术水平不高

由于我国烘焙行业起步较晚，目前行业技术还不够成熟，与欧美发达国家存在一定差距。在烘焙行业迅速发展的过程中，涌现出了众多中小型企业，以作坊式和手工生产为主，自动化水平不高。上述因素使烘焙行业目前整体技术水平还有待提高。

（六）公司创新、创造、创意特征，以及科技创新、模式创新、业态创新、新旧产业融合情况

1、公司创新、创造、创意特征

公司在经营上体现了较强的创新、创意特征，具体表现如下：

第一，在冷冻烘焙食品上，公司通过创新性自主研发的配方和生产工艺，突破了冷冻烘焙食品长时间冷冻后水分流失、开裂、老化及解冻加工后成品易变形、

口感发干等技术难题，并根据国内原材料和产品的特点，对生产线和生产设备进行自主改造，实现了冷冻烘焙食品的规模化生产，并陆续推出了冷冻面包等技术难度较大的品类，大力拓展了我国冷冻烘焙食品产业。不仅如此，公司还结合我国传统中式糕点的特点并进行改良，将冷冻烘焙技术运用在老婆饼、蛋黄酥等传统手工中点中，公司蛋黄酥产品还被中华全国工商业联合会烘焙业工会举办的2019 中国中式茶点创意大赛评为优秀创新中点。

第二，在烘焙食品原料上，公司早在 2000 年设立之初就从事植脂奶油产品的生产和销售，近年来不断对产品进行创新升级，推出含乳脂植脂奶油产品，兼具稀奶油奶香浓郁、口感细腻和植脂奶油打发性好、稳定性强的优点，销量迅速增长。公司应用在植脂奶油产品上的“蛋白乳浊体系稳定化及高品质乳制品产业化关键技术”获得 2018 年广东省科技进步一等奖，含乳脂植脂奶油产品被比利时布鲁塞尔的国际风味暨品质评鉴所授予“一星顶级美味奖章”。除奶油产品外，公司近年来持续丰富水果制品、酱料等产品的品类，水果制品中的新仙尼特级大颗粒芒果果馅获得“2019 年度广东省食品行业优秀新产品”奖项，新推出的可丝达酱料产品获得市场好评。

第三，公司还凭借较强的创意能力，持续进行从产品搭配、消费场景到营销方案的创新，在行业中具备了较强的竞争地位。近年来，公司先后为客户推出了美芝芝乳酪蛋糕、果立方水果蛋糕、天使白面包等终端产品应用方案，打造多种口味甜甜圈、特色流心芝士挞和蛋黄酥等定制化热销产品。此外，公司建立了广东省烘焙添加剂及配料工程技术研究中心，形成了 72 项技术专利成果，其中 6 项发明专利，被评为 2019 年度国家知识产权优势企业，拥有较强的技术创新能力。

2、公司科技创新、模式创新、业态创新、新旧产业融合情况

公司通过在产品配方、生产工艺、生产设备等方面的科技创新，并在生产经营过程中使用较为先进的自动化技术和冷冻冷链技术，实现了冷冻烘焙食品新产业的大力开拓，在烘焙行业中体现了较强的新旧产业融合，具体分析如下：

第一，公司通过持续的科技创新，大力开拓了冷冻烘焙食品新产业。公司是国内较早从事冷冻烘焙食品研发、生产与销售的企业，冷冻烘焙食品作为烘焙行

业的新产业，具备多种优点，在国外已经得到了迅速的普及和发展，但在国内，由于其存在一定的技术难度，且国内烘焙行业起步较晚、技术水平相对较低，冷冻烘焙食品的应用水平和市场化比例一直偏低。公司通过创新性自主研发的配方和生产工艺，解决了冷冻烘焙食品的技术难题，同时，从国内外引入自动化生产线，并根据国内原材料和公司产品的特点，在核心环节对关键生产设备及相互间的协同进行大量适应性的自主改造和调整，将自主积累的配方和工艺经验与自动化生产相结合，实现了大规模生产。对于公司产品大部分需要冷冻储存及运输的特点，公司一方面制定实施了一系列温度管理和控制措施，保证仓储、物流等整个流通环节的温度达标，另一方面在关键环节自建冷链物流车队，达到维持产品品质、降低食品安全风险、提高配送效率等作用。通过上述科技应用和创新，近年来公司冷冻烘焙食品销售额迅速增长，已成为冷冻烘焙食品新产业中较具规模的企业之一。

第二，冷冻烘焙食品新产业具备多种优点，优化了传统烘焙行业的经营模式，丰富了消费渠道，体现了较强的新旧产业融合。冷冻烘焙食品的出现综合了预包装产品和现烤产品的优点，既能通过中央工厂进行规模化和标准化生产，具备更好的食品安全保障、更强的质量控制能力、更高的生产效率，又通过冷冻储存方式保证产品质量，不添加防腐剂，保障了较高的新鲜度和产品口感。传统烘焙行业中广泛存在的前店后厂模式的烘焙店面临着成本、质量、口感与安全等问题，冷冻烘焙食品的出现解决了这些问题，提高了烘焙行业的规模化、现代化水平。此外，冷冻烘焙食品丰富了烘焙食品的消费渠道，冷冻烘焙食品可以帮助商超、餐饮、饮品店、便利店等非专业烘焙的销售渠道销售专业的烘焙食品，丰富其产品结构，提高其烘焙食品的口感和质量，提升消费者的消费体验和购买欲望。冷冻烘焙食品的出现使得现烤烘焙食品的消费渠道日益多元化。

三、发行人的竞争地位

（一）公司的市场地位

公司长期从事烘焙食品原料、冷冻烘焙食品的研发、生产与销售。

在烘焙食品原料领域，公司拥有广州增城和南沙、佛山三水、浙江长兴四个大型生产基地，2020 年上半年，奶油、水果制品、酱料产能分别达到 16,500 吨、6,600 吨、14,200 吨。公司具备较强的技术研发实力，拥有 6 项发明专利，参与制订《植脂奶油》行业标准，被评为 2019 年度国家知识产权优势企业，参与的研发项目“蛋白乳浊体系稳定化及高品质乳制品产业化关键技术”获得 2018 年广东省科技进步一等奖。依托强大的研发实力，报告期内公司平均每年推出的新产品及新应用方案超过 50 个，2019 年，比利时布鲁塞尔的国际风味暨品质评鉴所授予公司汝之友品牌含乳脂植脂奶油和美蒂雅品牌含乳脂植脂奶油“一星顶级美味奖章”，授予公司美蒂雅品牌芒果果溶“二星珍味奖章”。公司产品进入幸福西饼、好利来、面包新语、味多美、采蝶轩等知名烘焙连锁店和山姆会员店等大型商超。

在冷冻烘焙食品领域，公司从瑞士、荷兰等地先后引进了先进的冷冻烘焙食品自动化生产线，在广州南沙和浙江长兴建立起大型生产基地，2020 年上半年冻烘焙食品产能达到 22,500 吨。公司参与制订了中国商业联合会《焙烤食品冷冻面团》团体标准，成立了技术研发创新中心，持续加大对冷冻烘焙食品的技术创新投入，新品蛋黄酥被中华全国工商业联合会烘焙业工会举办的 2019 中国中式茶点创意大赛评为优秀创新中点。目前，公司冷冻烘焙食品客户已经遍布全国各地，包括仟吉西饼、味多美、采蝶轩、一鸣股份等知名烘焙店，沃尔玛/山姆会员店、永辉超市、华润万家、家乐福、盒马生鲜等大型商超，海底捞、豪客来、希尔顿欢朋酒店、乐凯撒披萨等连锁餐饮品牌。

公司建立起了广阔的营销网络，截至 2020 年 6 月底，公司销售人员达到 871 人，营销网络遍布我国除港澳台外全部省、直辖市、自治区，深入 351 个城市，与公司合作的经销商超过 1,500 家，直销客户超过 300 家，服务的终端客户超过 5 万家。公司品牌在市场拥有较高的知名度和美誉度，先后获得中国食品工业协会“中国烘焙十大烘焙原料企业”、“中国烘焙最受欢迎原料品牌”，中国烘焙食品糖制品工业协会“理事会理事单位”、“推动中国焙烤食品产业发展杰出贡献奖”，中华全国工商业联合会烘焙业公会“中国烘焙行业技术发展贡献企业”等多项荣誉称号。

（二）行业及公司技术水平和特点

1、行业技术水平和特点

本行业的技术难度主要体现在产品配方和大规模生产工艺两方面：在配方上，不同原料的选择、辅料的使用、原辅料的搭配及配比都会影响产品的口感、品质和独特风味，而配方的研制需要长时间的试错和不断的积累。在生产工艺上，一方面，大规模生产个性化的产品，需要将个性化的生产工艺与自动化的生产设备相结合，要求企业具备对生产线和生产设备进行定制化改造的能力；另一方面，烘焙食品原料和冷冻烘焙食品需要进行精细化的生产，生产环节中温度、湿度、时间等任一参数的细微改变，都会对产品品质产生较大影响，大规模生产下的品控能力决定了企业产品的稳定性。因此，本行业的技术实力往往来源于丰富的研发和生产经验。

本行业企业数量众多，技术水平参差不齐，大量中小企业自动化水平不高，导致生产效率偏低，质量不稳定，少数领先企业则引进国际先进自动化设备，同时进行自主适应性的改造，生产的精细化程度高，使产品口感、外观、质量始终能保持高度的稳定。本行业所涉及的产品品类多样，不同产品的配方和技术难度也有所不同。植脂奶油、冷冻糕点等产品的生产工艺、基础原料、生产设备等技术较为成熟，行业内能够生产该部分产品的企业较多，而含乳脂植脂奶油、冷冻面包等产品的工艺水平和技术难度较大，前期的废品率较高，需要经过长期的技术开发和经验积累才能形成稳定的产能，因此，该类产品的生产企业则较少。

随着消费者对烘焙食品质量和口感要求的不断提高和国家相关质量标准的愈发严格，行业内企业正在持续加大投入，扩大自动化设备和新技术的应用，进而推动着行业整体技术水平的稳步提升。

2、公司技术水平和特点

经过多年的发展，公司不断探索和积累烘焙食品原料和冷冻烘焙食品的相关生产技术，已经形成了区别与行业平均技术水平的技术特点，主要体现在以下几个方面：

第一，具备较强的自动化生产能力及规模化生产水平。烘焙食品原料和冷冻烘焙食品的规模化生产受到产品稳定性的制约，不同的原材料、生产设备、生产环境都会影响生产的稳定性。公司通过对自动化生产线的定制化改造和对生产过程的品控管理，提高了生产的自动化水平，形成了较强的规模化生产能力。一方面，公司从国内外引入自动化生产线，并根据国内原材料和公司产品的特点，在核心环节对关键生产设备及设备间的协同进行大量适应性的自主改造和调整，从而将自主积累的配方和工艺经验与自动化生产相结合，实现了大规模生产。另一方面，公司建立了完善的生产流程控制体系，具备不同环境下的生产调整能力，保证了大规模生产过程中产品的稳定性。

第二，具备生产多样化产品的技术能力。烘焙食品原料和冷冻烘焙食品的产品种类较多，部分产品的配方及生产工艺难度较大，公司通过多年的积累，突破了该部分产品的技术难度，形成了多样化的产品体系。在冷冻烘焙食品方面，公司通过独特的产品配方和生产工艺，解决了甜甜圈等冷冻面包产品易变质、发酸、体积缩小的技术难题，形成了甜甜圈、牛角包、金枕面包等颇具技术壁垒的核心产品，成为公司快速增长的重要驱动力。在烘焙食品原料方面，公司针对含乳脂植脂奶油乳脂与植脂相容性差的问题，通过调整乳化体系及优化工艺过程，提高了含乳脂植脂奶油的稳定性和操作性，近年来销售增长迅速。

第三，具备持续的技术创新能力。公司通过长期的研发投入，建立了完善的技术创新体系和高质量的研发团队，并通过深入终端的服务模式，高效快速地了解客户需求，使公司产品配方、生产工艺、生产设备等技术能力不断强化和持续创新。在公司技术创新的驱动下，一方面，公司不断开发出适合规模化生产的产品配方，丰富自身的产品体系，另一方面，公司对已有产品进行快速迭代升级，进一步巩固自身的领先优势。同时，公司通过持续的出国学习交流和聘请国外知名专家，以全球视野进一步提升自身技术创新能力。

公司凭借上述技术水平和技术特点，进而形成了技术优势、研发优势等核心竞争力，具体详见本节之“三、发行人的竞争地位”之“（五）公司的竞争优势”。

（三）行业竞争情况及行业内的主要企业

1、烘焙食品原料竞争情况及主要企业

烘焙食品原料涉及产品系列和生产厂商众多，不同产品的发展阶段和竞争格局存在差异。

公司奶油、水果制品、酱料等烘焙食品原料生产企业数量较多，各企业所占市场份额不高，集中度相对较低。其中，奶油、酱料产品已经出现了部分规模领先的企业，除本公司外，包括维益食品、海融科技、南侨股份等奶油厂商，丘比食品、不二制油等酱料厂商；而水果制品市场份额则更为分散。

同时，随着市场的日益成熟和消费者需求的不断变化，市场竞争的焦点也在发生转变，不再局限于价格竞争，更多聚焦于新产品开发能力、市场销售网络的布局和品质保障能力等综合因素，进而推动着市场格局的调整。近年来公司持续开展技术创新，推出了含乳脂植脂奶油、果溶、可丝达酱等产品，取得了客户的高度认可。

公司烘焙食品原料主要竞争对手情况如下：

公司名称	公司简介
维益食品（苏州）有限公司	维益食品于 1945 年成立于美国，维益食品（苏州）有限公司是其在 1998 年于国内投资设立的子公司，主要生产销售植脂奶油产品，包括“金钻”、“爱护”等品牌。
上海海融食品科技股份有限公司	海融科技成立于 2003 年，位于上海，主要产品包括植脂奶油、巧克力、果酱等，2019 年营业收入 5.8 亿元，其中植脂奶油营业收入 5.3 亿元。
南侨食品集团（上海）股份有限公司	南侨股份是中国台湾的南侨投资控股股份有限公司（股票代码：1702.TW）在国内的运营主体，自 1996 年起先后在天津、广州、上海等地投资建立工厂，主要生产销售烘焙应用油脂、稀奶油、冷冻面团等产品，2017 年南侨股份营业收入 11.4 亿元，其中稀奶油营业收入 2.9 亿元。
北京丘比食品有限公司	丘比食品成立于 1993 年，是日本丘比株式会社（股票代码：2809.T）在中国设立的合资公司，主要产品包括沙拉酱、果酱、面包酱等，2018 年日本丘比在中国的营业收入达到 193 亿日元。

资料来源：海融科技、南侨股份招股说明书，各企业公司官网、国家企业信用信息公示系统

2、冷冻烘焙食品竞争情况及主要企业

冷冻烘焙食品在我国的发展起步较晚，近年来，在烘焙行业持续发展的带动下，才逐步涌现出一批冷冻烘焙食品生产企业。由于冷冻烘焙食品存在一定的技术门槛，且产线投资规模较大，对技术和资金实力要求较高，因此，冷冻烘焙食品生产企业数量不多，且大多数的冷冻烘焙食品企业主要集中在冷冻糕点等工序相对简单、技术难度不高的品类，进而导致了产品的同质化现象严重。而下游需求旺盛的冷冻面包，则由于技术难度相对较高，具备批量化生产能力的企业较少。较为知名的冷冻烘焙食品生产厂商包括本公司、南侨股份、新迪佳禾、黑玫瑰等。

公司冷冻烘焙食品主要竞争对手情况如下：

公司名称	公司简介
南侨食品集团（上海）股份有限公司	南侨股份是中国台湾的南侨投资控股股份有限公司（股票代码：1702.TW）在国内的运营主体，自 1996 年起先后在天津、广州、上海等地投资建立工厂，主要生产销售烘焙应用油脂、稀奶油、冷冻面团等产品，2017 年南侨股份营业收入 11.4 亿元，其中冷冻面团营业收入 5,587.09 万元。
浙江新迪嘉禾食品有限公司	新迪嘉禾成立于 2009 年，位于浙江杭州，主要产品包括慕斯蛋糕系列、重油蛋糕系列、甜甜圈系列、欧式面包系列、丹麦吐司系列、甜面团吐司系列等冷冻烘焙食品。
东莞黑玫瑰食品有限公司	黑玫瑰成立于 2004 年，位于广东东莞，为法国独资企业，主要产品包括牛角包、丹麦酥、挞皮、法式小点心等。

资料来源：南侨股份招股说明书，各企业公司官网、国家企业信用信息公示系统

（四）公司与同行业可比公司的比较情况

1、同行业可比公司的选取情况

公司主要从事烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的研发、生产和销售，属于烘焙行业，公司的主要竞争对手中，部分为非上市公司，公开数据难以取得，无法进行比较，公司补充 A 股烘焙行业的上市公司和拟上市公司作为可比公司。拟上市公司海融科技主要产品为奶油，与公司主要产品之一的奶油接近；南侨股份虽然主要收入来源为烘焙应用油脂，但也有部分奶油与冷冻烘焙食品等产品种类与公司相同。A 股上市公司桃李面包、麦趣尔、元祖股份主要产品为烘焙食品，与公司产品均归属于烘焙产业链，与公司业务存在一定的相关性和替代关系。

公司主要基于所处行业，结合产品和业务领域的相似性，选取 A 股烘焙行业中的拟上市公司海融科技、南侨股份和上市公司桃李面包、麦趣尔、元祖股份作为同行业可比公司。上述可比公司与公司主营业务、经营模式及客户结构的对比情况如下：

项目	主营业务及产品结构	销售模式及客户结构
海融科技	主营植脂奶油、巧克力、果酱等烘焙食品原料生产与销售，2019 年植脂奶油销售收入占比 91.14%，巧克力收入占比 4.46%，果酱收入占比 3.55%。	经销为主，直销为辅，2019 年经销收入占比 88.89%，直销收入占比 11.11%。
南侨股份	主营烘焙油脂相关制品的生产与销售，2017 年烘焙应用油脂收入占比 69.36%，奶油收入占比 13.85%，进口品收入占比 13.63%、冷冻烘焙食品收入占比 2.65%。	经销为主，直销为辅，2017 年经销收入占比 60.16%，直销收入占比 39.82%。
桃李面包	主营面包及糕点为核心的烘焙类食品生产与销售，2019 年面包及糕点收入占比 97.84%,月饼收入占比 1.87%，粽子收入占比 0.19%。	直销为主，经销为辅，2019 年直销收入占比为 63.56%，经销收入占比为 36.44%。其直销对象为大型连锁商超（KA 客户）和中心城市的中小超市、便利店终端。
麦趣尔	以乳制品、烘焙食品制造、分销及烘焙连锁门店为核心业态，并辅以节日食品、冷冻饮品等产品的研发、加工与销售，2019 年乳制品收入占比 37.92%，烘焙食品收入占比 39.88%，节日食品收入占比 12.87%。	2011 年经销商收入占比 57.59%，自建烘焙连锁直营店收入占比 28.96%，大型商超收入占比 7.60%。
元祖股份	主营各类烘焙食品的生产与销售，2019 年蛋糕收入 28.85%，月饼礼盒收入占比 40.64%，中西糕点收入占比 25.29%，水果收入占比 3.13%。	连锁经营的线下实体店，以直营为主、加盟为辅，2018 年直营收入占比 88.09%，加盟收入占比 11.91%。
立高食品	主营烘焙食品原料及冷冻烘焙食品生产与销售，2019 年冷冻烘焙食品收入占比 46.66%，奶油收入占比 24.01%、水果制品收入占比 12.13%，酱料收入占比 6.85%。	经销为主，直销为辅，2019 年经销收入占比 83.94%，直销收入占比 15.72%。

因此，上述同行业可比公司与公司主营业务和经营模式存在一定的相似性，具备可比性，但同时也因产品结构和销售模式的差异，各项财务指标有所不同。

2、经营情况对比

报告期内，公司与同行业可比公司营业收入与净利润对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润
海融科技	22,792.76	2,774.01	58,357.18	7,671.82	54,106.35	7,293.28	47,124.49	6,959.30
南侨股份	-	-	-	-	-	-	210,895.81	21,679.07
桃李面包	273,888.05	41,767.77	564,370.98	68,335.84	483,322.76	64,215.04	407,970.99	51,328.09
麦趣尔	41,056.60	837.62	67,057.04	-7,088.33	60,020.52	-15,470.92	57,957.82	1,881.81
元祖股份	83,503.65	2,540.38	222,266.81	24,783.36	195,821.59	24,162.52	177,724.11	20,345.65
立高食品	**67,007.53**	**7,599.78**	**158,372.95**	**18,139.82**	**131,345.30**	**5,230.86**	**95,599.15**	**4,398.73**

资料来源：海融科技和南侨股份资料来源于其招股说明书；桃李面包、麦趣尔和元祖股份资料来源于其定期报告，下同。

3、研发投入对比

报告期内，公司与同行业可比公司研发投入及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	研发费用	占比	研发费用	占比	研发费用	占比	研发费用	占比
海融科技	1,187.96	5.21%	2,158.70	3.70%	2,147.82	3.97%	1,741.71	3.70%
南侨股份	-	-	-	-	-	-	4,927.88	2.34%
桃李面包	463.16	0.17%	884.28	0.16%	565.06	0.12%	507.90	0.12%
麦趣尔	208.62	0.51%	326.22	0.49%	247.10	0.41%	391.01	0.67%
元祖股份	722.96	0.87%	1,487.51	0.67%	1,352.05	0.69%	1,143.38	0.64%
立高食品	**2,069.89**	**3.09%**	**4,150.52**	**2.62%**	**3,610.62**	**2.75%**	**2,958.78**	**3.09%**

4、市场地位与技术实力对比

报告期内，公司与同行业可比公司在市场地位和技术实力的描述上对比如下：

项目	市场地位	技术实力
海融科技	本企业在植脂奶油领域不断探索创新，已具有成熟的产品设计开发能力，特别在含乳脂植脂奶油技术、果酱产品技术、法式巧克力插片技术、生产与包装工艺技术、试验与检测技术等方面取得了突破。本企业通过多年的技术积累，掌握了植脂奶油生产的丰富经验，生产的植脂奶油产品风	本企业拥有较强的技术创新能力、科技成果转产能力和品质控制能力，拥有 3,000 多平米的独立研发中心、品控中心及专业研发团队，拥有国内先进的重点实验设备和检测仪器，具有较强的产品研发能力和成熟的产品设计开发流程。同时，在技术创新方面，本企业已与多家研究所、大专院

	味能够满足消费者的需求，产品的反式脂肪酸成分极低，更是符合市场主流发展方向。本企业的植脂奶油产品主要用于蛋糕、西点的表面装饰及夹馅，在按用途细分的市场领域，本企业具备相对竞争优势。	校开展合作。本企业及控股子本企业在国内取得专利权属证书的专利合计 35 项，其中，发明专利 20 项，实用新型专利 14 项，外观设计专利 1 项。
南侨股份	本企业一直立足于烘焙油脂行业，树立了良好的企业品牌形象，建立了丰富的产品类别，保持着较高的产品品质，并拥有强大的产品研发能力以及稳定的销售渠道。本企业拥有天津、广州、上海三地生产工厂，以先进的研发技术、高端的品质管理、全方位的售后服务，在烘焙油脂领域成功塑造金字招牌，客户遍及中国各主要城市。经过多年努力，本企业已发展成为国内烘焙油脂市场领导者品牌之一。	本企业通过直接在天津、广州、上海各生产基地设立研发部，对各区域气候环境、消费习惯及客户经营模式等进行深入研究。近年来，本企业成功开发了裹油类丹麦面包油脂、巧克力等多风味丹麦油脂、速层条状油、含糖风味型条状油脂、柔软面包油、高保湿乳化型液态乳化油等多种新产品，深受客户好评，切实为客户带来显著的效益增长及技术提升。
桃李面包	自 1995 年设立丹东桃李以来，本企业一直专注于以面包为核心的优质烘焙类产品的生产及销售，经过 20 余年的努力，本企业逐步发展成为一家集研发、生产和销售为一体的大型“中央工厂+批发”式烘焙企业。随着本企业对全国市场的不断拓展，使本企业产品市场占有率不断提高。鉴于本企业品牌影响力和本企业的技术竞争力，本企业参与起草了多项行业标准。	桃李品牌自推出以来，不断开发不同口味不同种类的产品满足消费者不断变化的消费需求，本企业先进的生产设备、精益求精的产品工艺、严格的质控体系和措施，保证了本企业不断生产出适销对路的产品。本企业不断引进日本、欧洲等先进的生产设备，并结合本企业自身经验进行一定程度上的改良，使其在生产过程中形成了自身独特的生产工艺，降低了次品率，提升了产品品质。
麦趣尔	新疆烘焙连锁市场主要由低端市场和中高端市场组成。其中，低端市场门槛较低，行业进入者众多，竞争激烈；中高端市场门槛较高，故行业竞争相对集中。本企业定位于中高端烘焙连锁行业，在新疆地区处于行业领先地位。	本企业技术中心是国家级企业技术中心，从创新机制、创新投入、创新条件、创新绩效四个方面，持续致力于创新能力建设，建立健全集决策咨询、创新管理、技术研发、支撑服务四位一体的技术创新组织体系，建立健全研发经费保障机制、激励机制以及创新制度体系。本企业产品开发紧跟市场趋势，充分满足消费者对于“美味、健康、方便、愉悦”的消费诉求。 本企业在 2019 年设立食品麦趣尔健康营养研究院保证国家企业

		技术中心各项研究成果及研发成果落地，加快本企业产品研发的速度。
元祖股份	本企业是一家专业生产蛋糕、月饼、中西式糕点等烘焙产品的全国连锁经营企业，主要产品为蛋糕、月饼、水果及其他中西式糕点等四大系列，共计 100 多个品种。近年来，中国食品工业协会面包糕饼专业委员会多次将“元祖”品牌评为“中国烘培最具竞争力十大品牌”及“中国烘培最具影响力十大品牌”，并多次授予本企业“中国月饼十强企业”等荣誉称号。经过多年努力，本企业已发展成为国内烘焙市场领导者品牌之一。	本企业坚持“不断创新 •引导市场 •打造需求 • 创造流行”的经营理念，不断推动内部革新、引进外部创新。除了从成立于 2009 年的烘焙研究所吸取并交流烘焙食品及其技术的新食品、新技术外，本企业更鼓励生产部及产品研发部等联动协作，形成良性的产品与技术协同效应。近年来，本企业申报多个专利项目，如“一种抹茶奶油的制备工艺”、“含有明日叶及不可溶性膳食纤维的蛋糕及其制备工艺”等。
立高食品	公司主要从事烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的研发、生产和销售，公司产品类型众多，规格多样，截至 2020 年 6 月底，公司奶油、水果制品、酱料和冷冻烘焙食品的品规分别达到 32 种、241 种、69 种和 187 种，能够充分满足下游不同类型客户的多产品、多规格的一站式采购消费需求，提高了客户的使用便利性。由于产品的不断丰富，公司终端客户也从最初的烘焙门店发展到目前的烘焙门店、饮品店、餐饮、商超和便利店。公司品牌在市场拥有较高的知名度和美誉度，先后获得“中国烘焙十大烘焙原料企业”、“中国烘焙最受欢迎原料品牌”等多项荣誉称号。	经过多年的探索和积累，公司已形成了较为突出的技术优势，具备独特和创新的产品配方及生产工艺，具备对自动化生产线的定制化改造和优化能力，具备大规模生产条件下的全过程品控能力。凭借上述技术优势，公司得以大规模生产技术难度较大的甜甜圈、白吐司、欧包等冷冻面包产品，以及含乳脂植脂奶油、可丝达酱等烘焙食品原料，并得到市场的高度认可。公司目前已形成了 61 项技术专利成果，2018 年参与的“蛋白乳浊体系稳定化及高品质乳制品产业化关键技术”研发项目获得广东省科技进步奖一等奖，报告期内公司平均每年推出的新产品及新应用方案超过 50 个。

5、财务指标对比

报告期内，公司与同行业可比公司在毛利率、期间费用率等财务指标的对比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“十、盈利能力分析”之“（四）主营业务毛利及毛利率分析”和“（五）期间费用分析”，公司与同行业可比公司在偿债能力和资产周转能力等财务指标的对比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“十二、偿债能力、流动性及持续经营能力分析”之“（一）偿债能力分析”和“（三）资产周转能力分析”。

（五）公司的竞争优势

1、技术优势

经过多年的探索和积累，公司已形成了较为突出的技术优势，主要体现在以下方面：

第一，具备独特和创新的产品配方及生产工艺。在配方方面，公司通过原辅料的选择和配比，建立起了产品的竞争优势，例如，公司通过改进挞皮配方，减少 5%的水分流失，解决其水分易流失、开裂发干的难题。对于榴莲馅、蓝莓馅等注陷冷冻烘焙食品，馅料的选择具备较强的个性化，行业大量公司不具备馅料生产能力，而广州昊道专业从事烘焙酱料和馅料的生产，生产的馅料专供冷冻烘焙食品使用，一般不对外销售，因此公司冷冻烘焙食品拥有了难以模仿的独特口味。在生产工艺方面，公司通过对生产工艺进行不断改良与升级，持续提高产品的口感、外观、使用便利性。例如，通过二次发酵技术生产甜甜圈，能够使酵母的活性增加 30%，体积的膨胀度增大 15%，提高口感的柔软度和面团的抗老化性；通过优化含乳脂植脂奶油的生产工艺，能够使打发后的奶油更为美观，提高细腻度和稳定性。

第二，具备对自动化生产线的定制化改造和优化能力。烘焙食品原料和冷冻烘焙食品的生产条件较为严苛，其规模化生产受到产品稳定性的制约，不同的产品配方、生产工艺、生产场地，对生产线及生产设备都有着不同的要求。公司不仅从国内外引入自动化生产线，提高了生产的自动化程度，更重要的是根据国内原材料和公司产品的特点，在核心环节对关键生产设备进行大量适应性的自主改造，并对生产线的布局和生产设备间的协同进行自主调整，形成了“一种甜甜圈自动化连续式生产装置”发明专利等技术成果。通过非标准化产线，公司能够将自主积累的配方和工艺经验与自动化生产相结合，实现了大规模生产。同时，公司还不断总结生产经验，对生产线和生产设备进行多次迭代升级，使得公司新产线在佛山三水、浙江长兴生产基地投产后产能得以迅速释放。

第三，具备大规模生产条件下的全过程品控能力。公司下游客户需要连续、多批次地采购及使用公司的产品，因此要求公司产品具备稳定的口感和品质，而

公司生产环节中温度、湿度、压力、时间等各种参数的略微差异，都会对产品的品质产生较大影响。公司通过以下突出的品控能力，保证了大规模生产过程中产品的稳定性：一，完善的生产流程控制体系。公司通过长时间的生产经验积累，不断进行试错改良，实现了对生产各环节的精准处理，具备了对生产现场灵活控制的能力。二，不同环境下的生产调整能力。外界环境的不同，原材料的细微差异，都会影响公司的生产过程，公司根据实际情况对生产设备及生产参数进行调整，使公司得以在广东、浙江等不同的环境下实现平稳生产，并应对各种变化。三，自主开发控制软件。公司通过开发自动化软件系统，进一步提高自动化生产水平，形成了“奥昆食品生产线温湿度控制系统”、“奥昆食品快速成型管理系统”等软件著作权。

凭借上述技术优势，公司得以大规模生产技术难度较大的甜甜圈、白吐司、欧包等冷冻面包产品，以及含乳脂植脂奶油、可丝达酱等烘焙食品原料，并得到市场的高度认可。

2、产品品类多样化优势

公司的产品种类丰富，既拥有奶油、水果制品、酱料、巧克力等各类烘焙食品原料产品，又拥有糕点、面包各类冷冻烘焙食品；且各类产品均拥有众多的产品品规，截至 2020 年 6 月底，公司奶油、水果制品、酱料和冷冻烘焙食品的品规分别达到 32 种、241 种、69 种和 187 种，较之行业内大多数公司具有较为明显的产品品类多样化优势：

第一，公司多样化的产品能够满足下游多元化客户多样化的购买需求。烘焙门店进行蛋糕制作时，既需要使用奶油，也需要使用水果制品；而各类终端客户销售的烘焙食品中，既有蛋挞、老婆饼、蛋黄酥等糕点的需求，也有吐司、甜甜圈、牛角包、手撕包等面包的需求。公司多样化的产品种类及品规，有利于客户进行一站式采购，节约了客户的采购成本，提升了客户的采购效率，从而增强了客户的需求粘性。

第二，公司丰富的产品体系，能够满足不同客户群体的消费需求。例如，公司提供不同档次、不同口感和不同塑型能力的多种奶油，包括稀奶油、含乳脂植脂奶油、植脂奶油，能够有效满足不同地域、不同偏好的客户需求。同时，公司

多样化的产品体系也有助于公司开拓不同的销售渠道。公司在进入一个新渠道时，往往通过针对性的产品塑造口碑，进而陆续引入其他产品，例如公司通过专门改良的冷冻蛋糕在部分餐饮客户处打响品牌知名度，从而带动甜甜圈、蛋挞皮等其他主要产品顺利进入该部分餐饮客户。

此外，公司还通过多样化的产品，为烘焙店开发出新的客户需求，创造新的收入来源。例如，公司使用独特风味的酱料产品，打造天使白面包、牛油果餐包等特色新品，在烘焙店边柜进行销售，并设计全套产品应用方案，帮助烘焙店进行推广；公司还推出巧克力脆脆棒等休闲食品，放置于烘焙店收银台上进行销售，充分利用收银台空间。公司多样化的产品，使客户销售场景由传统的中岛柜、蛋糕柜进一步丰富到边柜、收银台。

3、研发优势

通过在研发领域的长期投入，公司形成了以下研发优势：第一，产品配方的持续研发能力。公司凭借完善的研发体系和高质量的研发团队，不断开发出适合规模化生产的产品配方，例如，通过调整配方，解决了老婆饼、蛋黄酥等传统中式糕点难以规模化生产的难题。第二，产品快速升级改进能力。公司通过分布广泛及渠道多元的营销网络，深入终端的服务方式，能够高效、直接地了解客户实际需求，具备快速的产品迭代能力。如近年来，公司对含乳脂植脂奶油进行持续升级，以满足客户不断变化的需求，降低了新产品的市场风险。第三，生产设备的研发改造实力。公司大量生产设备需要根据生产工艺进行自主改造，公司组建了经验丰富的机械团队，近年来完成了如挞皮收集机械手等关键项目。第四，紧跟国外的研发方向。公司通过持续的出国学习交流和聘请国外知名专家，不断汲取国外烘焙行业的先进技术和深厚经验并加以吸收消化，成为公司技术与产品不断创新的一大源泉。

通过上述研发优势，公司目前已形成了形成了 72 项技术专利成果，其中 6 项发明专利，被评为 2019 年度国家知识产权优势企业，2018 年参与的“蛋白乳浊体系稳定化及高品质乳制品产业化关键技术”研发项目获得广东省科技进步奖一等奖，报告期内公司平均每年推出的新产品及新应用方案超过 50 个。

4、营销网络及渠道优势

公司自成立以来就十分重视营销网络的建设。截至 2020 年 6 月底，公司销售人员达到 871 人，营销网络遍布我国除港澳台外全部省、直辖市、自治区，深入 351 个城市，与公司合作的经销商超过 1,500 家，直销客户超过 300 家，服务的终端客户超过 5 万家。同时，为适应烘焙市场向中小城市渗透的变化趋势，公司营销网络也不断下沉，公司三线及以下城市的客户数量 2020 年 6 月底超过 1,000 家。通过广泛而深入的营销网络，公司一方面能够快速实现产品的大规模推广，确保新产品迅速占领市场；另一方面也能提升产品的配送速度，保障产品的品质，为客户提供及时的技术应用服务。

不仅如此，行业内企业往往专注于单一渠道，而公司依托产品的丰富和经过多年的发展，建立了覆盖烘焙店、饮品店、商超、餐饮、便利店等多样化的销售渠道。多样化的销售渠道一方面促进了公司产品的销售扩大，另一方面也增加了公司新品研发的方向与应用空间，进一步促进和发挥了公司的技术优势；不仅如此，渠道与产品的双轮驱动，还减少了单一渠道的波动风险，增强了公司的抗风险能力。目前，公司产品已经进入幸福西饼、味多美、好利来、面包新语、一鸣股份等知名连锁烘焙店，沃尔玛/山姆会员店、盒马生鲜、永辉超市、家乐福、华润万家等大型商超，以及海底捞、豪客来、希尔顿欢朋酒店、乐凯撒披萨等连锁餐饮品牌。

5、服务优势

公司产品的使用者为烘焙店、商超、餐饮等，该部分客户需要以最终成品的形式了解公司烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的应用，因此公司重视对客户的深度技术服务，帮助其将公司产品转化为终端成品，并协助终端客户设计产品推广方案。

早在 2001 年，公司就在行业内推出烘焙 VCD 教学光碟。近年来，公司持续为客户提供多样化的服务，包括：第一，为客户使用公司产品提供技术指导。公司建立了专业的技术服务团队，对营销人员进行培训，提高营销人员的技术服务能力，同时，定期或根据客户需求，上门为终端客户提供如蛋糕裱花装饰、冷冻烘焙食品后期加工及应用等专业技术指导，使客户制作成品时得以充分发挥公司

产品优势。2019 年，公司上门为客户提供服务接近 50 万次。第二，为客户设计烘焙食品的应用方案及营销方案。近年来，公司利用自身的奶油、酱料和冷冻烘焙食品先后为烘焙店设计了甜甜圈、葡挞、蛋黄酥、美芝芝乳酪蛋糕、果立方水果蛋糕、天使白面包等多款市场热销产品。第三，为客户提供烘焙店运营培训。2019 年，公司举办了系列大型活动，提升终端烘焙店的营运能力，包括：在广东惠州、广西柳州、山东泰山等地举办“烘焙百家讲坛”系列活动，参与烘焙店接近 900 家；开展“超级店长特训营”活动 8 场，接受培训人数多达 500 人。

公司通过为客户提供持续而深入的服务，一方面，帮助客户提升管理运营能力，实现销售增长，从而与客户建立良好的关系，提高双方信任度；另一方面，将公司产品与客户终端成品建立紧密联系，增强客户粘性，提高其他品牌的替代门槛。公司服务优势既提高了客户开发能力，也降低了客户流失风险。

6、冷链物流优势

公司大部分烘焙食品原料和冷冻烘焙食品对温度的要求十分严格，均需要在低于零下 18 度的环境下进行储存及运输。如果温度不达标则对相关产品的口感和品质稳定影响较大，如奶油温度不达标，将会破坏其乳化体系，影响其口感及塑型能力；冷冻烘焙食品温度不达标，则会影响其品质和外观。因此，公司建立了冷链监控中心，制定实施了一系列温度管理和控制措施，保证仓储、物流等整个流通环节的温度达标。在物流方面，公司设置合格车辆准入清单，要求自有及第三方车辆均具备实时温度监控系统或便携式温度仪，保证装货前及在途运输中温度达标。在仓储方面，公司实时监控温度，并每月按仓储温度达标、仓储温度回传等指标对第三方外仓进行考核。在经销商管理方面，公司已建立了经销商管理方面的冷链管控制度，并正逐步将温控仪接入经销商仓库中，以提高公司产品在整个流通环节中的温度控制水平。

对于冷冻烘焙食品，公司在行业内较早自建冷链物流车队，将冷冻烘焙食品由各地外仓自主配送至客户手中，达到维持产品品质、降低食品安全风险、提高配送效率、加强客户信任度的目的，截至 2020 年 6 月底，公司已具备了一定规模的冷链物流能力，拥有自有运输车辆 30 辆、司机 43 人，共 21 个省、自治区和直辖市的客户实现自主运输。

（六）公司的竞争劣势

1、融资渠道单一

随着公司新产品的推出，市场开拓及各项业务的快速发展，公司需要投入大量资金用于扩大生产规模，以满足不断增长的订单需求及持续的营销推广。公司资金主要来源于自身积累和银行融资，融资方式单一，资金不足成为制约公司发展的主要因素。

2、人才储备不足

近年来，公司销售收入持续增长，业务覆盖区域不断扩大，下属公司有所增加，组织架构和管理体系日趋复杂，对公司专业人才实力提出了更高的要求，公司管理人员、销售人员、技术人员的储备相对不足。

四、发行人销售情况和主要客户

（一）主要产品的生产和销售情况

1、主要产品的产能、产量和销量情况

报告期内，公司主要产品的产能、产量和销量情况如下表所示

单位：吨

项目		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
冷冻烘焙食品	产能	22,500.00	43,100.00	37,900.00	25,700.00
	产量	17,639.29	34,943.19	28,360.12	21,620.01
	产能利用率	78.40%	81.07%	74.83%	84.12%
	销量	17,446.22	35,319.02	28,039.47	19,809.35
	其中：外购产品	7.66	8.96	6.19	-
	产销率	98.86%	101.05%	98.85%	91.63%
奶油	产能	16,500.00	31,200.00	33,000.00	33,000.00
	产量	8,971.56	27,594.75	30,325.16	23,269.80
	产能利用率	54.37%	88.44%	91.89%	70.51%
	销量	10,277.49	30,346.39	29,330.26	24,183.87
	其中：外购产品	647.95	1,743.28	1,738.96	865.92
	产销率	107.33%	103.65%	90.98%	100.21%

水果制品	产能	6,600.00	13,200.00	13,200.00	13,200.00
	产量	3,972.44	11,568.92	10,223.68	9,417.67
	产能利用率	60.19%	87.64%	77.45%	71.35%
	销量	3,938.86	11,640.40	10,277.22	9,826.81
	其中：外购产品	4.46	141.11	301.6	591.42
	产销率	99.04%	99.40%	97.57%	98.06%
酱料	产能	14,200.00	10,000.00	10,000.00	5,100.00
	产量	4,488.59	9,844.64	9,057.83	5,009.14
	产能利用率	31.61%	98.45%	90.58%	98.22%
	销量	4,649.16	9,735.29	8,525.79	4,964.48
	产销率	103.58%	98.89%	94.13%	99.11%

注 1：产销率=（销量-外购产品销量）/产量

注 2：公司 2019 年增城生产基地奶油生产线进行 2 个月的停产优化改造，故 2019 年奶油产能及产量均有所下降

注 3：2020 年上半年产能为全年产能的一半

2018 年，公司新建的浙江冷冻烘焙生产基地陆续投产，故 2018 年度公司冷冻烘焙食品产能利用率较低。2020 年上半年，受疫情及春节假期的影响，生产天数较少，故 2020 上半年各产品产能利用率较低。随着酱料产品的浙江生产基地投产，酱料产能增长明显，产能利用率下降较大。公司 2020 年开始自产挞液产品，挞液与奶油的生产工艺较为接近，与奶油共用同一条生产线，2020 年上半年挞液产量为 1,250.84 吨，占用了部分奶油的产能。

2、主要产品的销售收入构成

报告期内，公司主营业务收入按产品分类情况如下：

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
冷冻烘焙食品	35,981.94	53.75%	73,846.39	46.66%	55,001.96	41.92%	35,848.36	37.57%
奶油	12,918.44	19.30%	37,996.81	24.01%	34,436.20	26.25%	26,825.89	28.11%
水果制品	6,396.73	9.56%	19,194.04	12.13%	17,400.86	13.26%	16,118.66	16.89%
酱料	5,076.03	7.58%	10,841.57	6.85%	9,589.71	7.31%	5,364.82	5.62%
其他	6,569.79	9.81%	16,385.84	10.35%	14,765.52	11.25%	11,271.62	11.81%
合计	**66,942.93**	**100.00%**	**158,264.64**	**100.00%**	**131,194.25**	**100.00%**	**95,429.35**	**100.00%**

3、销售区域分布情况

报告期内，公司主营业务收入按地区分类情况如下：

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
华东地区	19,208.76	28.69%	48,944.59	30.93%	40,057.46	30.53%	28,038.97	29.38%
华南地区	25,414.02	37.96%	46,835.67	29.59%	39,991.11	30.48%	28,421.17	29.78%
华中地区	6,010.75	8.98%	17,700.82	11.18%	14,092.73	10.74%	9,882.46	10.36%
华北地区	5,616.58	8.39%	16,263.35	10.28%	13,156.80	10.03%	10,184.46	10.67%
西南地区	5,441.25	8.13%	14,258.66	9.01%	10,877.09	8.29%	7,690.65	8.06%
西北地区	2,871.99	4.29%	7,138.75	4.51%	6,552.91	4.99%	5,832.92	6.11%
东北地区	2,379.58	3.55%	7,116.68	4.50%	6,466.15	4.93%	5,378.71	5.64%
海外	-	-	6.12	0.004%	-	-	-	-
总计	**66,942.93**	**100.00%**	**158,264.64**	**100.00%**	**131,194.25**	**100.00%**	**95,429.35**	**100.00%**

4、主要产品的销售价格变动情况

报告期内，公司主要产品的平均销售价格变动情况如下：

单位：元/千克

产品	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
冷冻烘焙食品	20.62	20.91	19.62	18.10
奶油	12.57	12.52	11.74	11.09
水果制品	16.24	16.61	16.93	16.40
酱料	10.92	11.14	11.25	10.81

5、不同销售模式下的销售情况

报告期内，公司各销售模式收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销	51,442.39	76.85%	132,839.67	83.94%	109,564.35	83.51%	79,569.39	83.38%
直销	15,183.84	22.68%	24,886.01	15.72%	21,276.79	16.22%	15,664.88	16.42%
零售	316.71	0.47%	538.96	0.34%	353.12	0.27%	195.08	0.20%
总计	**66,942.93**	**100.00%**	**158,264.64**	**100.00%**	**131,194.25**	**100.00%**	**95,429.35**	**100.00%**

（二）主要客户

1、报告期内前五名客户情况

报告期内，公司向前五名客户销售情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占主营业务收入比重	客户类型
2020 年 1-6 月				
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	7,418.00	11.08%	直销客户
2	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	1,334.97	1.99%	经销商
3	广东嘉怡食品有限公司	931.57	1.39%	经销商
4	广东省商业贸易进出口有限公司	728.84	1.09%	经销商
5	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	702.06	1.05%	经销商
合计		**11,115.44**	**16.60%**	-
2019 年度				
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	7,478.21	4.73%	直销客户
2	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,731.48	2.36%	经销商
3	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	2,218.41	1.40%	经销商
4	广东嘉怡食品有限公司	2,049.69	1.30%	经销商
5	华润万家有限公司	1,345.38	0.85%	直销客户
合计		**16,823.18**	**10.63%**	-
2018 年度				
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	6,124.39	4.67%	直销客户
2	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,136.41	2.39%	经销商
3	深圳市幸福商城科技股份有限公司	2,402.21	1.83%	直销客户
4	广东嘉怡食品有限公司	1,874.74	1.43%	经销商
5	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	1,649.80	1.26%	经销商
合计		**15,187.56**	**11.58%**	-
2017 年度				
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	4,023.19	4.22%	直销客户
2	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	2,246.23	2.35%	经销商
3	深圳市幸福商城科技股份有限公司	1,743.59	1.83%	直销客户
4	广东嘉怡食品有限公司	1,291.49	1.35%	经销商

5	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	993.25	1.04%	经销商
合计		**10,297.75**	**10.79%**	-

注：上述客户销售金额为与其受同一最终控制方控制的企业合并后数据。

（1）公司对石家庄市宏威食品添加剂有限公司的销售包括同一控制下的其他企业：保定市海策商贸有限公司、邯郸市海策贸易有限公司、邢台海策商贸有限公司、石家庄市海策商贸有限公司等。

（2）公司对济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司的销售包括同一控制下的其他企业：临沂市腾海商贸有限公司、青岛腾旺食品配料有限公司、山东瑞腾食品配料有限公司、威海瑞良食品科技有限公司、潍坊瑞吉食品有限公司等。

（3）公司对广东嘉怡食品有限公司的销售包括同一控制下的其他企业：惠州市惠城区嘉怡达副食品商行等。

（4）公司对华润万家有限公司的销售包括同一控制下的其他企业：深圳华润万佳超级市场有限公司、江西洪客隆百货投资有限公司、西安爱家超市有限公司、陕西华润万家生活超市有限公司、陕西华润万家生活超市有限公司宝鸡高新路分公司、陕西华润万家生活超市有限公司泾河新城分公司、陕西华润万家生活超市有限公司商洛市名人街分公司、陕西华润万家生活超市有限公司渭南前进路分公司、陕西华润万家生活超市有限公司咸阳彩虹分公司、陕西华润万家生活超市有限公司延安分公司、甘肃华润万家生活超市有限公司、甘肃华润万家生活超市有限公司酒泉市分公司、延安华润万家生活超市有限公司、河南华润万家生活超市有限公司、河南华润万家生活超市有限公司洛阳分公司、宁夏华润万家生活超市有限公司、天津华润万家生活超市有限公司、咸阳华润万家生活超市有限公司、新疆华润万家生活超市有限公司等。

（5）公司对深圳市幸福商城科技股份有限公司的销售包括同一控制下的其他企业：深圳市幸福西饼食品有限公司、深圳市鹏福供应链管理有限公司等。

报告期内，前五名客户销售占比分别为 10.79%、11.58%、10.63%、16.60%。公司不存在单个客户销售比例超过公司当年销售收入总额的百分之五十或严重依赖少数客户的情况。

报告期内，公司、公司控股股东和实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述客户不存在关联关系，前五名客户及其控股股东、实际控制人不存在是发行人报告期内前员工、报告期内前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

2、报告期内新增前五名客户情况

报告期内，公司新增的前五名客户为 2019 年新增的华润万家有限公司、2020 年上半年新增的广东省商业贸易进出口有限公司，上述客户的基本情况及与公司的合作情况如下：

序	客户名称	成立时	注册资本	主营业务	股权结构	合作	新增交易原因	业务获	业务的

号		间	（万元）			历史		取方式	持续性
1	华润万家有限公司	1991年	337,660	零售连锁	华润万家（香港）有限公司65%；致力投资有限公司35%	2016年	公司大力发展冷冻烘焙食品的商超销售渠道，该客户作为大型连锁商超，公司与其合作进一步深入	商业谈判	2016年至今持续合作
2	广东省商业贸易进出口有限公司	1988年	10,000	进出口贸易	广东省商业集团有限公司60%；广东万丰房地产开发有限公司31.5%；黄建钢等人8.5%	2016年	该客户为负责东南亚等海外地区销售的经销商，随着海外客户对公司产品的需求越来越大，该客户的销售金额也随之上升	商业伙伴介绍	2016年至今持续合作

注：上述合作历史为公司与客户受同一最终控制方控制的企业中最早合作时间

3、客户与供应商重叠情况

报告期内，公司存在少量客户与供应商重叠的情形，主要是因为：第一，公司销售模式以经销模式为主，部分采购也通过经销商进行，而经销商为满足下游客户一站式采购需求，往往经营较为多样的产品品类。公司一般与经销商建立稳定的合作关系，在某些临时情况下，会同时向客户采购少量原料或向供应商销售少量产品。第二，公司与子公司广州奥昆、广州昊道经营产品有所差异，存在少量某一主体向某企业采购，另一主体向该企业销售的情况。

上述情形涉及的企业数量较少，大部分企业的交易金额不大，且公司对同一家企业的销售和采购的具体产品不同，具备交易合理性。

报告期内，公司涉及客户与供应商重叠情况的企业共 7 家、6 家、7 家、4 家，其交易金额及交易内容具体如下：

单位：万元

序号	企业名称	销售情况		采购情况	
		销售内容	销售金额	采购内容	采购金额
2020 年 1-6 月					
1	泉州市麦谷贸易有限公司	沙拉酱	7.96	油脂、乳制品	221.66

2	漳州市向日葵食品有限公司	酱料	143.14	戚风蛋糕专用粉	7.08
3	广州德司咖贸易有限公司	奶油、水果制品	4.59	乳制品	0.78
4	上海元果贸易有限公司	冷冻烘焙食品	28.18	黄瓜	0.22
2019 年度					
1	漳州市向日葵食品有限公司	酱料	374.41	戚风蛋糕专用粉	49.12
2	泉州市麦谷贸易有限公司	沙拉酱	38.1	油脂、奶油夹心	417.04
3	佛山市百琪贸易有限公司	冷冻烘焙食品、挞液	29.41	酵母、油脂	306.81
4	广东省商业贸易进出口有限公司	冷冻烘焙食品	1,143.81	防潮糖粉	10.63
5	Le Bourne Sdn Bhd	巧克力	6.12	巧克力	1,603.93
6	广州田晟园农产品有限公司	冷冻水果	0.89	水果原料	221.92
7	广州星醇食品有限公司	奶油	25.12	烘焙食品	0.57
2018 年度					
1	广东省商业贸易进出口有限公司	冷冻烘焙食品	727.60	防潮糖粉	41.78
2	漳州市向日葵食品有限公司	酱料	577.36	戚风蛋糕专用粉	21.30
3	泉州市麦谷贸易有限公司	沙拉酱	8.53	油脂、奶油夹心	188.72
4	广州星醇食品有限公司	奶油	8.36	烘焙成品	7.37
5	湖州太华食品贸易有限公司	冷冻烘焙食品、奶油等	107.19	面粉	0.44
6	广州市小帅果食品有限公司	冷冻水果	216.03	水果原料	0.03
2017 年度					
1	昆明花滋味食品制造有限公司	馅料	4.36	玫瑰鲜花瓣	67.77
2	广州冠鹏贸易有限公司	冷冻烘焙食品	82.65	牛肉粒	3.27
3	广州市小帅果食品有	冷冻水果	239.68	水果原料	1.68

	限公司				
4	广州市番禺区市桥德发食品经营部	奶露	1.23	牛奶	26.85
5	东莞市运良烘焙原料有限公司	冷冻烘焙食品、奶油等	183.51	鸡扒、培根、汉堡等	0.16
6	广州焙乐道食品有限公司	冷冻烘焙食品	0.05	烘焙食品原料	493.55
7	广州田晟园农产品有限公司	冷冻水果	0.01	水果原料	74.55

Le Bourne Sdn Bhd 为马来西亚公司，实际控制人为 Ng Boon Yeap。该公司成立于 2008 年，主要经营巧克力原料，2015 年开始与公司合作。公司主要向其采购烘焙巧克力成品也向其采购外协贴牌的烘焙巧克力成品。

公司选择 Le Bourne Sdn Bhd 作为巧克力供应商，主要原因是：一、马来西亚是代可可脂主要原料棕榈油的主产地，且马来西亚的糖、人工等成本均低于国内，因此 Le Bourne Sdn Bhd 的产品在价格方面具有一定优势。二、Ng Boon Yeap 等管理团队在巧克力行业经营多年，其产品质量较好，且供货稳定。因此，公司与 Le Bourne Sdn Bhd 在近年来形成较为稳定的合作关系，与其合作具有必要性。报告期内，公司向其采购的金额分别为 294.91 万元、1,322.22 万元、1,603.93 万元和 700.02 万元。

2019 年，公司对 Le Bourne Sdn Bhd 销售额为 6.12 万元。主要原因是 2019 年初，公司为借助 Le Bourne Sdn Bhd 在马来西亚的销售渠道进行市场调研，向其销售了一批公司自产的巧克力休闲产品，但后续双方未就该项目继续合作。除上述事项外，公司未向 Le Bourne Sdn Bhd 销售产品。

4、冷冻烘培食品、奶油、水果制品、酱料各大类产品经销、直销前五大客户名称、销售金额及占比、数量、产品种类、毛利率、信用期限、期末欠款金额、期后还款金额

公司产品品类众多，同一大类产品中，存在较多细分产品，且各细分产品中的品规亦有所差别，而各家客户采购的产品存在差异，因此，即便采购同一大类产品，客户之间的毛利率也存在差异。

报告期内，各大类产品经销、直销模式前五大客户情况如下：

（1）冷冻烘焙食品

报告期，公司冷冻烘焙食品经销及直销模式的前五大客户情况如下：

单位：万元、吨

2020 年 1-6 月

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	广东省商业贸易进出口有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	728.84	1.63%	470.66	60 天以内	257.41	257.41
2	广东嘉怡食品有限公司	饼类、丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	665.54	1.49%	364.18	款到发货	-	-
3	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	饼类、丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	381.83	0.85%	184.01	45 天以内	149.83	149.83
4	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	饼类、丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	327.89	0.73%	143.15	45 天以内	39.63	39.63
5	深圳市龙岗区平泰烘焙餐料行	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、	308.89	0.69%	186.83	款到发货	-	-

		起酥类、挞皮类、甜甜圈系列						
合计		-	**2,412.99**	**5.39%**	**1,348.82**	-	**446.87**	**446.87**
序号	**直销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	8,292.62	18.53%	3,049.85	60 天以内	2,225.99	2,225.99
2	中山市采蝶轩食品有限公司	丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	543	1.21%	207.66	60 天以上	140.23	140.23
3	华润万家有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	484.27	1.08%	148.11	60 天以内	75.08	68.8
4	上海盒马物联网有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	392.46	0.88%	127.13	60 天以内	19.27	19.27
5	季朵（南京）食品有限公司	饼类、丹麦系列、起酥类	362.54	0.81%	209.53	60 天以上	90.98	90.98
合计		-	**10,074.90**	**22.52%**	**3,742.28**	-	**2,551.54**	**2,545.26**

2019 年度

序号	**经销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	广东嘉怡食品有限公司	饼类、丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	1,463.15	1.95%	734.61	款到发货	-	-
2	广东省商业贸易进出口有限公司	饼类、丹麦系列、起酥类、	1,143.81	1.53%	808.15	60 天以内	139.37	139.37

		挞皮类、甜甜圈系列						
3	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	934.57	1.25%	452.54	60 天以内	325.96	325.96
4	苏州闽龙商贸有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	841.32	1.12%	380.16	款到发货	78.73	78.73
5	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	786.48	1.05%	326.82	60 天以内	194.79	194.79
合计		**-**	**5,169.33**	**6.90%**	**2,702.28**	**-**	**738.84**	**738.84**
序号	**直销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	8,273.99	11.04%	3,233.51	大于 60 天	1,478.60	1,478.60
2	华润万家有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	1,176.38	1.57%	412.58	60 天以内	307.02	307.02
3	中山市采蝶轩食品有限公司	起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	955.74	1.28%	343.27	大于 60 天	154.69	154.69
4	上海联家超市有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	613.8	0.82%	308.46	60 天以内	84.64	84.64

5	中山市港隆食品有限公司	饼类、起酥类、挞皮类	392.8	0.52%	233.29	60 天以内	26.94	26.94
合计		**-**	**11,412.70**	**15.23%**	**4,531.11**	**-**	**2,051.90**	**2,051.90**

2018 年度

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	广东嘉怡食品有限公司	饼类、丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	1,260.88	2.26%	665.14	款到发货	-	-
2	苏州闽龙商贸有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕类、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	888.41	1.59%	426.6	款到发货	-	-
3	广州市白云区太和何杰生综合店	饼类、丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	861.87	1.54%	500.08	60 天以内	97.43	97.43
4	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕类、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	828.97	1.49%	421.51	60 天以内	135.37	135.37
5	广东省商业贸易进出口有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕类、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	727.6	1.30%	474.02	60 天以内	27.71	27.71
合计		**-**	**4,567.74**	**8.19%**	**2,487.35**	**-**	**260.51**	**260.51**
序号	**直销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	6,716.18	12.04%	2,782.70	大于 60 天	907.04	907.04

2	华润万家有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	1,246.74	2.23%	462.57	60 天以内	270.58	270.58
3	上海联家超市有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	556.18	1.00%	261.74	60 天以内	57.04	57.04
4	中山市采蝶轩食品有限公司	丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	547.05	0.98%	226.57	大于 60 天	133.36	133.36
5	浙江一鸣食品股份有限公司	起酥类、挞皮类	330.23	0.59%	184.14	大于 60 天	75.08	75.08
合计		**-**	**9,396.39**	**16.84%**	**3,917.73**	**-**	**1,443.10**	**1,443.10**

2017 年度

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	广东嘉怡食品有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	900.93	2.41%	510.57	款到发货	-	-
2	苏州闽龙商贸有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	565.87	1.51%	289.62	款到发货	0	0
3	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	饼类、丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	448.16	1.20%	239.09	60 天以内	210.96	210.96
4	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	饼类、丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	446.74	1.19%	275.32	60 天以内	121.8	121.8
5	深圳市龙岗区平泰烘焙餐料行	饼类、丹麦系列、起酥类、	419.24	1.12%	262.34	款到发货	-	-

		挞皮类、甜甜圈系列						
合计		-	**2,780.94**	**7.43%**	**1,576.94**	-	**332.77**	**332.77**
序号	**直销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	4,501.54	12.02%	1,977.98	大于 60 天	780.55	780.55
2	华润万家有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	918.43	2.45%	361.67	60 天以内	119.01	119.01
3	浙江一鸣食品股份有限公司	起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	334.26	0.89%	184.59	大于 60 天	78.01	78.01
4	安徽永辉超市有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	306.06	0.82%	178.17	60 天以内	35.23	35.23
5	中山市港隆食品有限公司	饼类、蛋糕系列、起酥类、挞皮类	301.27	0.80%	186.69	60 天以内	17.04	17.04
合计		-	**6,361.56**	**16.99%**	**2,889.09**	-	**1,029.83**	**1,029.83**

注：因客户返利未明确至产品种类，因此在分产品大类的客户收入统计中，上述客户收入未剔除返利，下同。

（2）奶油类产品

报告期，公司奶油类产品经销及直销模式的前五大客户情况如下：

单位：万元、吨

2020 年 1-6 月

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	577.49	2.92%	489.41	45 天以内	149.83	149.83
2	深圳市佳兆好贸易有限公司	乳脂、植脂	198.87	1.00%	165.04	45 天以内	76.49	76.49
3	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	乳脂、稀奶油、植脂	190.04	0.96%	177.28	45 天以内	39.63	39.63
4	广州市天河区东圃湘泷食品商行	乳脂、植脂	185.04	0.93%	232.38	60 天以内	114.23	64.08
5	肇庆市顺恒发贸易有限公司	乳脂、植脂	161.89	0.82%	166.55	45 天以内	22.94	22.94
合计		-	**1,313.33**	**6.63%**	**1,230.67**	-	**403.12**	**352.97**
序号	**直销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	北京味多美食品有限责任公司	稀奶油	384.02	1.94%	168.00	45 天以内	2.57	2.57
2	太原市尖草坪区好运来食品有限公司	乳脂、植脂	55.63	0.28%	58.60	45 天以内	29.90	29.90
3	宿迁市宿城区汪旭正桃酥店	稀奶油	46.46	0.23%	17.10	款到发货	-	-
4	攀枝花市红蜻蜓食品有限责任公司	乳脂、植脂	40.34	0.20%	27.72	款到发货	-	-
5	乌鲁木齐市雄盛食品有限公司	乳脂、植脂	36.87	0.19%	28.71	款到发货	-	-
合计		-	**563.32**	**2.84%**	**300.13**	-	**32.46**	**32.46**

2019 年度

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	1,727.23	4.55%	1,354.07	60 天以内	325.96	325.96
2	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	乳脂、稀奶油、植脂	921.75	2.43%	769.55	60 天以内	194.79	194.79
3	再博（上海）实业有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	506.57	1.34%	289.6	60 天以内	22.79	22.79

4	深圳市佳兆好贸易有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	421.3	1.11%	377.7	60 天以内	53.92	53.92
5	淮阴区协旺食品销售中心	乳脂、稀奶油、植脂	363.28	0.96%	255.58	60 天以内	79.8	79.8
合计		-	**3,940.13**	**10.39%**	**3,046.49**	-	**677.25**	**677.25**
序号	**直销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	北京味多美食品有限责任公司	稀奶油	676.73	1.78%	298.02	大于 60 天	188.55	188.55
2	深圳市幸福西饼食品有限公司	乳脂、稀奶油	281.05	0.74%	116.38	大于 60 天	215.83	215.83
3	山西金午食品有限公司	乳脂、植脂	253.93	0.67%	211.92	款到发货	-	-
4	沃尔玛（中国）投资有限公司	乳脂	146.64	0.39%	77.7	大于 60 天	1,478.60	1,478.60
5	青岛丹香投资管理有限公司	乳脂、植脂	132.04	0.35%	103.64	60 天以内+信用额 45 万	102.42	102.42
合计		-	**1,490.40**	**3.93%**	**807.66**	-	**1,985.39**	**1,985.39**

2018 年度

序号	**经销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	1,433.77	4.15%	1,184.00	60 天以内	135.37	135.37
2	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	乳脂、稀奶油、植脂	733.43	2.12%	685.48	60 天以内	106.04	106.04
3	深圳市佳兆好贸易有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	534	1.55%	495.08	60 天以内	61.88	61.88
4	上海雄昌食品销售有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	481.81	1.40%	387.94	60 天以内	88.81	88.81
5	东莞市向阳食品有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	449.62	1.30%	367.92	60 天以内	19.82	19.82
合计		-	**3,632.63**	**10.52%**	**3,120.41**	-	**411.92**	**411.92**
序号	**直销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	深圳市幸福西饼食品有限公司	稀奶油	727.35	2.11%	306.76	大于 60 天	503.91	503.91

2	山西太原瑞司特食品有限公司	乳脂、植脂	282.38	0.82%	260.58	60 天以内	72.85	72.85
3	上海鑫国食品有限公司	稀奶油	224.86	0.65%	87.6	60 天以内	22.08	22.08
4	福州新华丰贺氏食品有限公司	乳脂、植脂	211.39	0.61%	200.74	款到发货	-	-
5	山西金午食品有限公司	乳脂、植脂	203.23	0.59%	178.1	款到发货	-	-
合计		-	**1,649.22**	**4.78%**	**1,033.78**	-	**598.83**	**598.83**

2017 年度

序号	**经销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	1,119.72	4.12%	946.61	60 天以内	210.96	210.96
2	天山区新华南路百克日食品添加剂商行	植脂	664.91	2.45%	772.27	款到发货	106.2	106.2
3	深圳市佳兆好贸易有限公司	乳脂、植脂	548.48	2.02%	544.12	60 天以内	90.58	90.58
4	厦门麦威工贸有限公司	乳脂、植脂	501.14	1.84%	476.95	60 天以内	128.67	128.67
5	上海雄昌食品销售有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	433.14	1.59%	383.24	60 天以内	54.67	54.67
合计		-	**3,267.39**	**12.02%**	**3,123.18**	-	**591.08**	**591.08**
序号	**直销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	深圳市幸福西饼食品有限公司	稀奶油	678.01	2.49%	298.8	大于 60 天	674.81	674.81
2	青岛丹香投资管理有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	351.38	1.29%	284.39	60 天以内+信用额 45 万	138.21	138.21
3	福州新华丰贺氏食品有限公司	乳脂、植脂	214.36	0.79%	180.07	款到发货	-	-
4	哈尔滨市欧柏林食品有限公司	乳脂、植脂	140.49	0.52%	129.91	款到发货	-	-
5	西安馋猫食品有限公司	乳脂、植脂	126.24	0.46%	111.77	款到发货	-	-
合计		-	**1,510.48**	**5.56%**	**1,004.95**	-	**813.02**	**813.02**

（3）水果制品

报告期，公司水果制品经销及直销模式的前五大客户情况如下：

单位：万元、吨

2020 年 1-6 月								
序号	**经销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	四川家宏其利电子商务有限公司	果泥类、饮料浓浆	162.92	1.51%	125.60	45 天以内	65.23	65.23
2	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	果馅类、饮料浓浆、果溶类	156.20	1.45%	105.08	45 天以内	149.83	149.83
3	广州市金穗食品有限公司	果馅类、饮料浓浆、果泥类	153.03	1.42%	123.06	45 天以内	37.19	37.19
4	上海昊越实业有限公司	果泥类、饮料浓浆	103.30	0.96%	77.45	45 天以内	6.62	6.62
5	昆明市西山区云盛咖啡原料经营部	果泥类、饮料浓浆	95.66	0.89%	79.15	款到发货	-	-
合计		-	**671.11**	**6.22%**	**510.34**	-	**258.87**	**258.87**
序号	**直销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	深圳市幸福西饼食品有限公司	果溶类	187.54	1.74%	52.64	60 天以上	157.46	119.04
2	青岛丹香投资管理有限公司	果溶类、果馅类	79.44	0.74%	53.10	60 天以内+信用额 45 万	54.43	54.43
3	沃尔玛（中国）投资有限公司	果馅类	70.41	0.65%	16.69	60 天以内	2,225.99	2,225.99
4	太原市尖草坪区好运来食品有限公司	果溶类、果馅类	31.67	0.29%	21.37	45 天以内	29.90	29.90
5	云南冷云食品饮料有限责任公司	果溶类	23.59	0.22%	3.74	款到发货	-	-
合计		-	**392.63**	**3.64%**	**147.54**	-	**2,467.78**	**2,429.36**
2019 年度								

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	果溶、果泥、果馅、其他	524.97	2.74%	328.29	60 天以内	325.96	325.96
2	广州市金穗食品有限公司	果溶、果馅、其他	486.86	2.54%	360.5	60 天以内	30.38	30.38
3	上海昊越实业有限公司	果溶、其他	472.37	2.47%	346.44	款到发货	-	-
4	昆明市西山区云盛咖啡原料经营部	果溶、其他	429.51	2.24%	311.28	款到发货	-	-
5	四川家宏其利电子商务有限公司	果溶、其他	288.86	1.51%	203.24	款到发货	0.16	0.16
合计		-	**2,202.57**	**11.51%**	**1,549.76**	-	**356.49**	**356.49**
序号	**直销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	深圳市幸福西饼食品有限公司	果溶、果溶	716.2	3.74%	199.23	大于 60 天	215.83	215.83
2	青岛丹香投资管理有限公司	果溶、果泥、果馅	322.78	1.69%	207.05	60 天以内+信用额 45 万	102.42	102.42
3	沃尔玛（中国）投资有限公司	果馅	137.91	0.72%	32.81	大于 60 天	1,478.60	1,478.60
4	山西金午食品有限公司	果馅	136.95	0.72%	104.14	款到发货	-	-
5	长沙市开福区马里奥饼店	果溶、果馅	83.46	0.44%	66.12	60 天以内	18.02	18.02
合计		-	**1,397.30**	**7.30%**	**609.35**	-	**1,814.87**	**1,814.87**

2018 年度

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	淮安苏晨电子商务有限公司	果溶、饮料浓浆	701.54	4.01%	506.19	款到发货	-	-
2	广州市金穗食品有限公司	果溶、果馅、其他	528.78	3.03%	392.79	60 天以内	59.13	59.13
3	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	果溶、果泥、果馅、其他	450.91	2.58%	274.43	60 天以内	135.37	135.37
4	再博（上海）实业有限公司	果溶、果馅、其他	315.11	1.80%	152.64	60 天以内	91.62	91.62

5	四川家宏其利电子商务有限公司	果溶、其他	198.48	1.14%	144.09	款到发货	-	-
合计		-	**2,194.82**	**12.56%**	**1,470.14**	-	**286.13**	**286.13**
序号	**直销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	深圳市幸福西饼食品有限公司	果溶、其他	1,372.69	7.86%	360.55	大于 60 天	503.91	503.91
2	青岛丹香投资管理有限公司	果溶、果泥、果馅、其他	274.05	1.57%	177.6	60 天以内+信用额 45 万	49.01	49.01
3	广州市小帅果食品有限公司	其他	216.03	1.24%	209.87	60 天以内	-	-
4	山西金午食品有限公司	果溶、果馅	113.35	0.65%	76.52	款到发货	-	-
5	长沙市开福区马里奥饼店	果溶、果馅	112.17	0.64%	95.86	60 天以内	14.68	14.68
合计		-	**2,088.29**	**11.95%**	**920.4**	-	**567.6**	**567.6**
2017 年度								
序号	**经销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	淮安苏晨电子商务有限公司	果溶、其他	445.71	2.76%	343.16	款到发货	-	-
2	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	果溶、果泥、果馅、其他	401.5	2.49%	232.85	60 天以内	210.96	210.96
3	广州市金穗食品有限公司	果溶、果泥、果馅、其他	332.28	2.06%	268.68	60 天以内	41.43	41.43
4	北京酷迪亚商贸有限公司	果溶、其他	250.63	1.55%	196.87	60 天以内	8.69	8.69
5	广州嘉家食品有限公司	果溶、果馅、其他	230.42	1.43%	182.84	款到发货	-	-
合计		-	**1,660.54**	**10.30%**	**1,224.39**	-	**261.08**	**261.08**
序号	**直销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	深圳市幸福西饼食品有限公司	果溶	1,007.47	6.25%	244.79	大于 60 天	674.81	674.81
2	青岛丹香投资管理有限公司	果溶、果泥、果馅	337.54	2.09%	212.74	60 天以内+信用额 45 万	138.21	138.21

3	广州市小帅果食品有限公司	其他	239.68	1.49%	225.14	60 天以内	6.78	6.78
4	长沙市开福区马里奥饼店	果溶、果馅	127.28	0.79%	104.7	60 天以内	18	18
5	山西金午食品有限公司	果溶、果馅	78.32	0.49%	48.4	款到发货	-	-
合计		-	**1,790.30**	**11.10%**	**835.78**	-	**837.8**	**837.8**

（4）酱料类产品

报告期，公司酱料类产品经销及直销模式的前五大客户情况如下：

单位：万元、吨

2020 年 1-6 月

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	漳州市芗城区摩卡粮油商行	沙拉酱类	353.65	5.76%	381.94	60 天以内	31.05	31.05
2	广东嘉怡食品有限公司	沙拉酱类、夹心奶油类	248.33	4.04%	218.11	款到发货	-	-
3	深圳市卡卡食品贸易有限公司	沙拉酱类、夹心奶油类	233.87	3.81%	262.99	60 天以上	68.29	68.29
4	漳州市向日葵食品有限公司	沙拉酱类	128.86	2.10%	146.39	60 天以内	14.10	14.10
5	广州市白云区松洲新世界食品经营部	沙拉酱类、夹心奶油类	93.13	1.52%	87.33	60 天以内	119.67	119.67
合计		-	**1,057.83**	**17.23%**	**1,096.75**	-	**233.11**	**233.11**
序号	**直销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	永辉彩食鲜发展有限公司	沙拉酱类	185.84	3.03%	218.67	款到发货	-	-
2	北京物洪商贸有限公司	沙拉酱类	64.78	1.06%	49.46	60 天以内	26.92	26.91
3	浙江新美心食品工业有限公司	沙拉酱类	24.10	0.39%	18.98	60 天以上	103.96	82.97

4	河南豪峰食品有限公司	沙拉酱类	23.06	0.38%	28.95	款到发货	-	-
5	广东珍味创优食品有限公司	沙拉酱类	21.20	0.35%	9.98	款到发货	-	-
合计		-	**318.98**	**5.19%**	**326.04**	-	**130.89**	**109.88**

2019 年度

序号	**经销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	深圳市卡卡食品贸易有限公司	可丝达、沙拉酱类	490.56	4.57%	521.52	款到发货	-	-
2	广东嘉怡食品有限公司	可丝达、沙拉酱类	464.54	4.33%	414.43	款到发货	-	-
3	漳州市向日葵食品有限公司	沙拉酱类	395.86	3.69%	478.48	大于 60 天	39.84	39.84
4	漳州市芗城区摩卡粮油商行	可丝达、沙拉酱类	319.56	2.98%	364.07	大于 60 天	37.56	37.56
5	广州市白云区松洲新世界食品经营部	可丝达、沙拉酱类	281.03	2.62%	252.35	60 天以内	53.06	53.06
合计		-	**1,951.54**	**18.17%**	**2,030.85**	-	**130.46**	**130.46**
序号	**直销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	北京物洪商贸有限公司	沙拉酱类	166.22	1.55%	127.67	60 天以内	36.76	36.76
2	乌鲁木齐百富德宝商贸有限公司	沙拉酱类	80.79	0.75%	59.41	款到发货	-	-
3	永辉彩食鲜发展有限公司	沙拉酱类	53.1	0.49%	62.45	款到发货	-	-
4	佛山市珍味创优餐饮管理有限公司	沙拉酱类	49.07	0.46%	23.34	款到发货	-	-
5	中山市东凤镇丹麦轩西饼面包店	沙拉酱类	42.3	0.39%	43.96	款到发货	-	-
合计		-	**391.48**	**3.65%**	**316.82**	-	**36.76**	**36.76**

2018 年度

序号	**经销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**数量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**

1	漳州市向日葵食品有限公司	可丝达、沙拉酱类	1,282.11	13.15%	1,296.42	大于 60 天	88.88	88.88
2	广东嘉怡食品有限公司	可丝达、沙拉酱类	494.2	5.07%	419.43	款到发货	-	-
3	深圳市卡卡食品贸易有限公司	可丝达、沙拉酱类	217.05	2.23%	227.84	款到发货	-	-
4	苏州闽龙商贸有限公司	可丝达、沙拉酱类	170.32	1.75%	138	款到发货	-	-
5	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	可丝达、沙拉酱类	167.61	1.72%	143.53	款到发货	0	-
合计		-	**2,331.29**	**23.91%**	**2,225.22**	-	**88.88**	**88.88**
序号	**直销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	北京物洪商贸有限公司	沙拉酱类	157.12	1.61%	126.29	60 天以内	9.99	9.99
2	乌鲁木齐百富德宝商贸有限公司	沙拉酱类	81.03	0.83%	60.93	款到发货	-	-
3	佛山市珍味创优餐饮管理有限公司	沙拉酱类	49.01	0.50%	23.77	款到发货	-	-
4	福建省卡尔顿食品有限公司	沙拉酱类	43.93	0.45%	42.47	款到发货	-	-
5	宁夏麦尔乐食品股份有限公司	沙拉酱类	38.12	0.39%	27.07	款到发货	-	-
合计		-	**369.2**	**3.79%**	**280.53**	-	**9.99**	**9.99**

2017 年度

序号	**经销**	**产品种类**	**销售金额**	**占比**	**重量**	**信用期限**	**期末欠款金额**	**期后还款金额**
1	广东嘉怡食品有限公司	沙拉酱类	256.25	4.75%	241.21	款到发货	-	-
2	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	沙拉酱类	168.1	3.12%	154.78	60 天以内	121.8	121.8
3	河南云柘实业有限公司	沙拉酱类	152.99	2.84%	157.26	款到发货	-	-
4	漳州市向日葵食品有限公司	沙拉酱类	149.76	2.78%	146.39	款到发货	-	-
5	上海麦青国际贸易有限公司	沙拉酱类	137.15	2.54%	121.24	款到发货	-	-

合计		-	864.25	16.02%	820.88	-	121.8	121.8
序号	直销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	北京物洪商贸有限公司	沙拉酱类	170.62	3.16%	136.8	60 天以内	35.88	35.88
2	乌鲁木齐百富德宝商贸有限公司	沙拉酱类	62.2	1.15%	47.02	款到发货	-	-
3	汕头市华荣食品有限公司	沙拉酱类	59.12	1.10%	73.94	款到发货	-	-
4	广州市皇冠玛莉奥食品有限公司	沙拉酱类	32.85	0.61%	32.8	60 天以内	4.08	4.08
5	蚌埠市蚌山区老约翰蛋糕连锁专卖店	沙拉酱类	25.74	0.48%	21.93	60 天以内	2.64	2.64
合计		-	350.52	6.50%	312.49	-	42.6	42.6

5、经销模式、直销模式对应前十大客户的名称、成立时间、股权结构、与发行人的合作时间、获取订单的方式、最终销售去向等，公司与该等客户交易实现的收入、成本、毛利、毛利率、应收款项及款项结算

（1）各销售模式下前十大客户基本情况

报告期内，公司各销售模式下前十大客户基本情况如下：

销售模式	序号	客户名称	成立时间	股权结构	开始合作时间	获取订单方式	最终销售去向
经销	1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	1999-05-06	薛宝琦 72.90%、赵汝飞 11.10%、白兰平 6.10%、薛维 5.00%、王巧书 4.90%	2017 年以前	展销会、业务洽谈会	烘焙门店等终端客户
	2	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	2005-11-28	张有娥 90.20%、张存钢 9.80%	2017 年以前	展销会、业务洽谈会	烘焙门店等终端客户
	3	广东嘉怡食品有限公司	2007-07-12	孙振雄 75.41%、汕头市嘉怡达股权投资合伙企业（有限合伙）18.46%、林春萍 6.13%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	4	苏州闽龙商贸有限公司	2005-04-22	郑建钦 55.00%、龚继鑫 45.00%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	5	广州市白云区太和何杰生综合店	2012-04-11	何杰生 100.00%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	6	广东省商业贸易进出口有限公司	1988-06-01	广东省商业集团有限公司 60.00%、广东万丰房地产开发有限公司 31.50%、黄建钢 4.00%、董筱玲 1.00%、黄良展 1.00%、温浩伟 1.00%、黄炜生 0.45%、林庆伟 0.15%、卢国强 0.15%、	2017 年以前	商业伙伴介绍	海外客户

				林国强 0.15%、翟国兴 0.15%、蔡楚元 0.15%、牟鸿瑜 0.15%、苏健莳 0.15%			
	7	再博（上海）实业有限公司	2015-03-23	李楚芬 100.00%	2017 年	商业伙伴介绍	烘焙门店等终端客户
	8	广州市白云区松洲新世界食品经营部	2017-12-25	苏永杰 100.00%	2018 年	展销会、业务洽谈会	烘焙门店等终端客户
	9	淮阴区协旺食品销售中心	2016-08-23	张协旺 100.00%	2017 年	展销会、业务洽谈会	烘焙门店等终端客户
	10	东莞市常平良心烘焙原料商行	2016-10-12	陈金云 100.00%	2017 年	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	11	漳州市向日葵食品有限公司	2013-06-21	洪智伟 90.00%、许艳燕 10.00%	2018 年	展销会、业务洽谈会	食品制造厂等客户
	12	南京友邦食品有限公司	2009-12-10	于帮生 60.00%、吴秀萍 40.00%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	13	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	2010-08-20	杨锦健 100.00%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	14	深圳市佳兆好贸易有限公司	2012-10-25	邓耀勤 100.00%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	15	天山区新华南路百克日食品添加剂商行	2013-07-03	百克日 买买提 100.00%	2017 年	展销会、业务洽谈会	烘焙门店等终端客户
	16	大连海升粮油经销有限公司	2006-03-16	郑欢厚 71.00%、吴兴旺 29.00%	2017 年以前	展销会、业务洽谈会	烘焙门店等终端客户
	17	上海雄昌食品销售有限公司	2008-02-28	沈熊 90.00%、王建中 10.00%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	18	深圳市鸿兴业食品有限公司	2010-08-26	倪耀青 60.00%、倪瑞英 40.00%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	19	深圳市龙岗区平泰烘焙餐料行	2011-01-06	杨清平 100%	2017 年	业务员上门	烘焙门店等终端客户
直销	1	沃尔玛（中国）投资有限公司	2003-04-18	沃尔玛中国有限公司 100.00%	2017 年以前	业务员上门	-
	2	华润万家有限公司	1991-06-18	华润万家（香港）有限公司 65.00%、致力投资有限公司 35.00%	2017 年	业务员上门	-

3	深圳市幸福西饼食品有限公司	2010-04-19	深圳市幸福商城科技股份有限公司 100.00%	2017 年以前	业务员上门	-
4	中山市采蝶轩食品有限公司	2002-08-07	卢宜坚 50.00%、梁或 50.00%	2017 年以前	业务员上门	-
5	青岛丹香投资管理有限公司	2012-08-30	潍坊慧谷投资管理中心（有限合伙）80.00%、王树斋 10.00%、潍坊德硕创业服务中心（有限合伙）10.00%	2017 年以前	商业伙伴介绍	-
6	北京味多美食品有限责任公司	1996-05-20	黄利 51.00%、陈如美 33.58%、黄广 10.00%、黄东 5.42%	2017 年	展销会、业务洽谈会	-
7	上海联家超市有限公司	1995-02-08	荷兰家乐福（中国）控股有限公司 55.00%、联华超市股份有限公司 45.00%	2018 年	业务员上门	-
8	山西金午食品有限公司	2002-12-27	山西金度生活便利股份有限公司 100.00%	2017 年以前	业务员上门	-
9	浙江一鸣食品股份有限公司	2005-09-13	浙江明春投资有限公司 47.62%、李美香 22.41%、朱立群 9.34%、朱立科 9.34%、平阳心悦投资管理合伙企业（有限合伙）4.92%、李红艳 4.67%、平阳鸣牛投资管理合伙企业（有限合伙）1.10%、平阳诚悦投资管理合伙企业（有限合伙）0.60%	2017 年以前	业务员拜访	-
10	中山市港隆食品有限公司	2002-07-19	高桂祥 87.50%、李林仲 6.25%、	2017 年以前	业务员上门	-

			马丽慈 6.25%			
11	山西太原瑞司特食品有限公司	1998-05-21	邢伟平 80.00%、马淑当 20.00%	2017 年以前	商业伙伴介绍	-
12	福州新华丰贺氏食品有限公司	2010-08-23	邱明 50.00%、贺文华 50.00%	2017 年以前	展销会、业务洽谈会	-
13	安徽永辉超市有限公司	2009-10-28	永辉超市股份有限公司 100.00%	2017 年以前	展销会、业务洽谈会	-
14	广州市小帅果食品有限公司	2015-07-24	张文招 100.00%	2017 年	业务员拜访	-
15	哈尔滨市欧柏林食品有限公司	2002-04-25	韩伟 80.00%、林国丽 20.00%	2017 年以前	展销会、业务洽谈会	-
16	上海盒马物联网有限公司	2019-11-22	盒马（中国）有限公司 100%	2020 年	业务员拜访	-
17	季朵（南京）食品有限公司	2018-4-13	上海味山海实业有限公司 94.40%；南京壹柒叁企业管理合伙企业（有限合伙）5.60%	2019 年	业务员拜访	-

（2）经销、直销模式下前十大客户基本情况

公司与经销、直销模式下前十大客户实现的收入、应收款项及款项结算情况如下：

单位：万元

年度	销售模式	序号	客户名称	营业收入	应收款余额	期后回款
2020 年 1-6 月	经销	1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	1,334.97	149.83	149.83
		2	广东嘉怡食品有限公司	931.57	-	-
		3	广东省商业贸易进出口有限公司	728.84	257.41	257.41
		4	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	702.06	39.63	39.63

		5	苏州闽龙商贸有限公司	461.30	29.22	29.22
		6	广州市白云区松洲新世界食品经营部	458.54	119.67	119.67
		7	广州市白云区太和何杰生综合店	429.37	73.65	73.65
		8	再博（上海）实业有限公司	418.89	54.90	54.90
		9	深圳市龙岗区平泰烘焙餐料行	390.15	-	-
		10	东莞市常平良心烘焙原料商行	369.24	19.85	19.85
	直销	1	沃尔玛（中国）投资有限公司	7,418.00	2,225.99	2,225.99
		2	中山市采蝶轩食品有限公司	543.00	140.23	140.23
		3	华润万家有限公司	529.55	75.08	68.80
		4	上海盒马物联网有限公司	394.29	19.27	19.27
		5	北京味多美食品有限责任公司	388.55	2.57	2.57
		6	季朵（南京）食品有限公司	362.54	90.98	90.98
		7	深圳市幸福西饼食品有限公司	293.80	157.46	119.04
		8	青岛丹香投资管理有限公司	265.47	54.43	54.43
		9	上海联家超市有限公司	249.12	137.50	131.04
		10	浙江一鸣食品股份有限公司	195.86	46.05	46.05

2019 年	经销	1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,731.48	325.96	325.96
		2	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	2,218.41	194.79	194.79
		3	广东嘉怡食品有限公司	2,049.69	-	-
		4	苏州闽龙商贸有限公司	1,302.43	78.73	78.73
		5	广州市白云区太和何杰生综合店	1,144.36	115.35	115.35
		6	广东省商业贸易进出口有限公司	1,143.81	139.37	139.37
		7	再博（上海）实业有限公司	1,108.41	22.79	22.79
		8	广州市白云区松洲新世界食品经营部	1,091.26	53.06	53.06
		9	淮阴区协旺食品销售中心	974.76	79.8	79.8
		10	东莞市常平良心烘焙原料商行	947.36	55.83	55.83
	直销	1	沃尔玛（中国）投资有限公司	7,478.21	1,478.60	1,478.60
		2	华润万家有限公司	1,345.38	307.02	307.02
		3	深圳市幸福西饼食品有限公司	1,301.82	215.83	215.83
		4	中山市采蝶轩食品有限公司	955.74	154.69	154.69
		5	青岛丹香投资管理有限公司	759.31	102.42	102.42
		6	北京味多美食品有限责任公司	732.4	188.55	188.55

		7	上海联家超市有限公司	631.52	84.64	84.64
		8	山西金午食品有限公司	433.7	-	-
		9	浙江一鸣食品股份有限公司	394.5	44.33	44.33
		10	中山市港隆食品有限公司	392.8	26.94	26.94
2018 年	经销	1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,136.41	135.37	135.37
		2	广东嘉怡食品有限公司	1,874.74	-	-
		3	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	1,649.80	106.04	106.04
		4	苏州闽龙商贸有限公司	1,227.39	-	-
		5	漳州市向日葵食品有限公司	1,206.93	88.88	88.88
		6	广州市白云区太和何杰生综合店	1,162.42	97.43	97.43
		7	再博（上海）实业有限公司	1,136.93	91.62	91.62
		8	南京友邦食品有限公司	930.48	-	-
		9	淮阴区协旺食品销售中心	880.83	77.45	77.45
		10	东莞市常平良心烘焙原料商行	795.1	55.93	55.93
	直销	1	沃尔玛（中国）投资有限公司	6,124.39	907.04	907.04
		2	深圳市幸福西饼食品有限公司	2,402.21	503.91	503.91

		3	华润万家有限公司	1,403.07	270.58	270.58
		4	青岛丹香投资管理有限公司	727.85	49.01	49.01
		5	上海联家超市有限公司	579.91	57.04	57.04
		6	中山市采蝶轩食品有限公司	547.19	133.36	133.36
		7	山西太原瑞司特食品有限公司	456.84	72.85	72.85
		8	山西金午食品有限公司	389.91	-	-
		9	浙江一鸣食品股份有限公司	363.06	75.08	75.08
		10	福州新华丰贺氏食品有限公司	316.33	-	-
2017 年	经销	1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	2,246.23	210.96	210.96
		2	广东嘉怡食品有限公司	1,291.49	-	-
		3	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	993.25	94.17	94.17
		4	苏州闽龙商贸有限公司	781.78	0	0
		5	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	763.98	121.8	121.8
		6	深圳市佳兆好贸易有限公司	729.81	90.58	90.58
		7	天山区新华南路百克日食品添加剂商行	665.62	106.2	106.2
		8	大连海升粮油经销有限公司	657.29	63.59	63.59

		9	上海雄昌食品销售有限公司	613.81	54.67	54.67
		10	深圳市鸿兴业食品有限公司	612.41	67.99	67.99
	直销	1	沃尔玛（中国）投资有限公司	4,023.19	780.55	780.55
		2	深圳市幸福西饼食品有限公司	1,743.59	674.81	674.81
		3	华润万家有限公司	989.39	119.01	119.01
		4	青岛丹香投资管理有限公司	966.4	138.21	138.21
		5	浙江一鸣食品股份有限公司	365.63	78.01	78.01
		6	安徽永辉超市有限公司	358.95	35.23	35.23
		7	福州新华丰贺氏食品有限公司	304.87	-	-
		8	中山市港隆食品有限公司	301.27	17.04	17.04
		9	广州市小帅果食品有限公司	239.68	6.78	6.78
		10	哈尔滨市欧柏林食品有限公司	230.3	-	-

6、前十大客户变化及其销售占比变化的原因，同一产品不同客户之间毛利率存在差异的原因，同一客户不同年度内收入、毛利率变动的原因

（1）前十大客户变化及其销售占比变化的原因

报告期内，公司前十大客户销售金额及占比情况如下：

单位：万元

2020 年 1-6 月			
客户名称	**销售金额**	**销售占比**	**销售毛利率**
沃尔玛（中国）投资有限公司	7,418.00	11.08%	46.42%
石家庄市宏威食品添加剂有限公司	1,334.97	1.99%	42.03%
广东嘉怡食品有限公司	931.57	1.39%	35.89%
广东省商业贸易进出口有限公司	728.84	1.09%	25.96%
济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	702.06	1.05%	42.24%
中山市采蝶轩食品有限公司	543.00	0.81%	50.62%
华润万家有限公司	529.55	0.79%	52.23%
苏州闽龙商贸有限公司	461.30	0.69%	42.17%
广州市白云区松洲新世界食品经营部	458.54	0.68%	36.43%
广州市白云区太和何杰生综合店	429.37	0.64%	39.58%
合计	**13,537.21**	**20.22%**	**-**
2019 年			
客户名称	**销售金额**	**销售占比**	**销售毛利率**
沃尔玛（中国）投资有限公司	7,478.21	4.73%	41.73%
石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,731.48	2.36%	41.92%
济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	2,218.41	1.40%	44.19%
广东嘉怡食品有限公司	2,049.69	1.30%	40.94%
华润万家有限公司	1,345.38	0.85%	50.83%
苏州闽龙商贸有限公司	1,302.43	0.82%	42.59%
深圳市幸福西饼食品有限公司	1,301.82	0.82%	38.11%
广州市白云区太和何杰生综合店	1,144.36	0.72%	38.84%
广东省商业贸易进出口有限公司	1,143.81	0.72%	27.47%
再博（上海）实业有限公司	1,108.41	0.70%	34.21%
合计	**22,824.00**	**14.42%**	-
2018 年			
客户名称	**销售金额**	**销售占比**	**销售毛利率**

沃尔玛（中国）投资有限公司	6,124.39	4.67%	34.73%
石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,136.41	2.39%	38.41%
深圳市幸福西饼食品有限公司	2,402.21	1.83%	31.13%
广东嘉怡食品有限公司	1,874.74	1.43%	37.60%
济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	1,649.80	1.26%	39.56%
华润万家有限公司	1,403.07	1.07%	47.14%
苏州闽龙商贸有限公司	1,227.39	0.94%	39.38%
漳州市向日葵食品有限公司	1,206.93	0.92%	37.08%
广州市白云区太和何杰生综合店	1,162.42	0.89%	34.08%
再博（上海）实业有限公司	1,136.93	0.87%	40.01%
合计	**21,324.31**	**16.25%**	**-**

2017 年

客户名称	销售金额	销售占比	销售毛利率
沃尔玛（中国）投资有限公司	4,023.19	4.22%	24.99%
石家庄市宏威食品添加剂有限公司	2,246.23	2.35%	37.95%
深圳市幸福西饼食品有限公司	1,743.59	1.83%	35.79%
广东嘉怡食品有限公司	1,291.49	1.35%	34.37%
济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	993.25	1.04%	37.98%
华润万家有限公司	989.39	1.04%	49.35%
青岛丹香投资管理有限公司	966.40	1.01%	37.03%
苏州闽龙商贸有限公司	781.78	0.82%	37.77%
广州市白云区松洲乐丰食品经营部	763.98	0.80%	31.05%
深圳市佳兆好贸易有限公司	729.81	0.76%	43.73%
合计	**14,529.11**	**15.22%**	**-**

报告期内，公司前十大客户较为稳定。2018 年，新增前十大客户漳州市向日葵食品有限公司、广州市白云区太和何杰生综合店、再博（上海）实业有限公司；2019 年新增前十大客户仅有广东省商业贸易进出口有限公司一家；2020 年上半年新增中山市采蝶轩食品有限公司、广州市白云区松洲新世界食品经营部。

报告期内，公司前十大客户变化及其销售占比变化的原因如下：

1）沃尔玛（中国）投资有限公司

报告期内，公司与沃尔玛不断加深合作，沃尔玛始终为公司的第一大客户，且销售占比逐年上升。

2）石家庄市宏威食品添加剂有限公司

作为公司在河北省的重要经销商，报告期内均为公司第二大客户，公司与石家庄市宏威食品添加剂有限公司合作稳定，报告期内销售占比保持稳定。

3）济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司

济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司作为公司在山东省的重要经销商，报告期内均为公司前十大客户。报告期内，随着华东市场的销量逐步提升，且公司产品品类逐步齐全，公司对其销售占比逐年上升。

4）广东嘉怡食品有限公司

作为公司在广东潮汕地区的重要经销商，报告期内均为公司前十大客户。报告期内，公司对广东嘉怡食品有限公司的销售占比保持稳定。

5）华润万家有限公司

报告期内，华润万家有限公司均为公司前十大客户。2017 年、2018 年，销售占比保持稳定；2019 年，因华润万家部分门店经营情况变化，公司对华润万家销售额较上年略有降低，其占比较上年有所下降。

6）苏州闽龙商贸有限公司

报告期内，苏州闽龙商贸有限公司均为公司前十大客户。报告期内，公司对苏州闽龙商贸有限公司的销售额逐年增长，销售占比较为稳定。

7）深圳市幸福西饼食品有限公司

报告期内，深圳市幸福西饼食品有限公司均为公司前十大客户，但 2019 年销售额及销售占比较前两年有所下降，主要原因是：2019 年，深圳市幸福西饼食品有限公司加大了对其他供应商的采购，对公司的稀奶油、果溶等产品的采购量降低较多，公司对其销售额降低了 1,100.39 万元，致使对其销售占比下降较快。

8）广州市白云区太和何杰生综合店

广州市白云区太和何杰生综合店是公司在广州市的重要经销商，报告期内与公司均有合作。2017 年，公司对广州市白云区太和何杰生综合店的销售金额为 471.13 万元，未进入当年公司前十大客户。2018 年，广州市白云区松洲乐丰食品经营部经公司同意，将其在该区域的业务逐步转移至广州市白云区太和何杰生综合店，广州市白云区太和何杰生综合店销售额增加，开始进入公司前十大客户。

2019 年，公司对广州市白云区太和何杰生综合店销售金额稳定，但因公司整体销售收入上升，销售占比有所下降。

9）广东省商业贸易进出口有限公司

广东省商业贸易进出口有限公司是公司对东南亚等海外地区销售的经销商，独立负责海外客户的开拓与销售。随着海外客户对公司产品的需求越来越大，广东省商业贸易进出口有限公司在 2019 年进入公司前十大客户之列。报告期内公司对其销售金额分别为 405.25 万元、727.60 万元、1,143.81 万元，呈快速上升趋势，销售占比亦逐年上升。

10）再博（上海）实业有限公司

再博（上海）实业有限公司为公司在上海的重要经销商，报告期内公司对其销售金额分别为 424.82 万元、1,136.93 万元、1,108.41 万元。2017 年下半年，上海昇博实业有限公司将其业务全部转移至再博（上海）实业有限公司，2017 年，公司对上海昇博实业有限公司的销售金额为 570.45 万元，与再博（上海）实业有限公司合计销售金额为 995.27 万元。因此，2018 年，再博（上海）实业有限公司进入当年公司前十大客户之列。2019 年，公司对再博（上海）实业有限公司销售额稳定，其仍然为公司前十大客户，但因公司整体销售收入上升，销售占比有所下降。

11）漳州市向日葵食品有限公司

漳州市向日葵食品有限公司是公司在 2018 年的前十大客户。报告期内，公司对漳州市向日葵食品有限公司的销售额分别为 150.10 万元、1,206.93 万元、471.21 万元。漳州市向日葵食品有限公司向公司主要采购酱料类产品。2018 年，市场出现热销产品夹心面包，对沙拉酱需求增加，因此漳州市向日葵食品有限公司加大了对公司的采购，进入公司当年前十大客户。2019 年，公司对其销售金额降低至 471.21 万元，未进入公司前十大客户。

12）青岛丹香投资管理有限公司

青岛丹香投资管理有限公司是青岛当地规模较大的连锁烘焙企业，报告期内公司与其合作稳定，销售金额分别为 966.40 万元、727.85 万元、759.31 万元。

2018 年，因青岛丹香投资管理有限公司增加了其他供应商，公司对其销售额有所下降，其不再进入公司前十大客户之列。

13）广州市白云区松洲乐丰食品经营部

广州市白云区松洲乐丰食品经营部在 2017 年为公司前十大客户。2018 年，2018 年，广州市白云区松洲乐丰食品经营部经公司同意，将其在该区域的业务逐步转移至广州市白云区太和何杰生综合店，因此广州市白云区松洲乐丰食品经营部不再成为公司前十大客户。报告期内，公司对其销售额分别为 763.98 万元、373.29 万元、0 万元，呈逐年下降趋势。

14）深圳市佳兆好贸易有限公司

深圳市佳兆好贸易有限公司在 2017 年为公司前十大客户。2018 年起，深圳市佳兆好贸易有限公司增加了供应商，对公司的采购量逐年降低，2018 年开始不再进入公司前十大客户之类。报告期内公司对其销售额分别为 729.81 万元、659.47 万元、561.61 万元，呈逐年下降趋势。

15）中山市采蝶轩食品有限公司

中山市采蝶轩食品有限公司为中山市当地具有一定规模的连锁烘焙店，报告期内与公司一直存在合作关系，且合作逐年深入。2017 年至 2019 年，公司对中山市采蝶轩食品有限公司的销售额分别为 113.82 万元、547.19 万元、955.74 万元，2019 年已成为公司第 13 大客户。2020 年上半年，为应对新冠疫情影响，公司率先在中山市采蝶轩食品有限公司试行促销措施，如请讲师进行销售培训，设计宣传海报、设计销售方案、拍摄抖音视频等方式。上述促销措施取得良好效果，2020 年 1-6 月，中山市采蝶轩食品有限公司对公司的采购额达到 543.00 万元，进入公司前十大客户。

16）广州市白云区松洲新世界食品经营部

广州市白云区松洲新世界食品经营部于 2018 年开始与公司合作，采购量逐年增加，2020 年 1-6 月进入公司前十大客户。报告期内，公司对其销售额分别为 0 万元、440.52 万元、1,091.26 万元和 458.54 万元。

（2）同一产品不同客户之间毛利率存在差异的原因

公司同一产品不同客户之间毛利率存在差异，主要是因为：

1）公司根据不同区域、不同渠道，产品定价有所差异，冷冻烘焙食品广东省内、省外分别执行不同价格，商超客户每家均单独定价；奶油类、水果制品采取全国统一定价；酱料类产品则分不同渠道分别定价。因此同一产品不同客户之间的价格有所差异。

2）公司会根据各个地区或产品的具体市场情况实施临时促销活动，会对部分客户进行折扣销售。

3）对于商超客户，公司根据其销售情况给予返利；对经销商、非商超类直销客户的返利则以货折形式支付，支付时所产生的折扣对产品价格也有一定的影响，也会导致同一产品在不同客户之间的价格有所不同。

因此，公司同一产品在不同客户之间存在价格差异，致使同一产品在不同客户的毛利率存在差异。

（3）同一客户不同年度内收入、毛利率变动的原因

同一客户不同年度内收入变动主要是因为合作程度加深，采购力度加大或与公司合作关系改变等情况造成。

公司同一客户不同年度内毛利率变动的原因是所采购产品毛利率的变化以及产品结构的变化。

7、经销、直销模式下前十大客户向发行人的采购占其采购总额的比例，与发行人的关联关系或其他利益安排、交易价格是否公允

（1）报告期各期经销、直销模式下前十大客户订单情况，向发行人的采购占其采购总额的比例

2020 年 1-6 月，公司经销、直销模式下前十大客户订单情况以及向公司采购情况如下：

单位：万元

序号	经销商名称	订单金额	销售金额	采购金额占其比例
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	1,383.41	1,334.97	10%以内
2	广东嘉怡食品有限公司	1,175.68	931.57	10%以内
3	广东省商业贸易进出口有限公司	962.56	728.84	10%以内
4	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	704.60	702.06	10%以内
5	南通闽龙食品原料有限公司	567.73	461.30	10%以内

6	广州市白云区松洲新世界食品经营部	519.51	458.54	20%-30%
7	广州市白云区太和何杰生综合店	506.70	429.37	20%-30%
8	再博（上海）实业有限公司	533.24	418.89	10%以内
9	深圳市龙岗区平泰烘焙餐料行	495.47	390.15	10%以内
10	东莞市常平良心烘焙原料商行	424.49	369.24	10%-20%
合计		**7,273.37**	**6,224.93**	-
序号	**直销商名称**	**订单金额**	**销售金额**	**采购金额占其比例**
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	9,147.08	7,418.00	10%以内
2	中山市采蝶轩食品有限公司	564.26	543.00	10%以内
3	华润万家有限公司	675.04	529.55	10%以内
4	上海盒马物联网有限公司	616.45	394.29	10%以内
5	北京味多美食品有限责任公司	393.83	388.55	10%以内
6	季朵（南京）食品有限公司	452.13	362.54	10%以内
7	深圳市幸福西饼食品有限公司	294.10	293.80	10%以内
8	青岛丹香投资管理有限公司	294.32	265.47	10%以内
9	上海联家超市有限公司	361.02	249.12	10%以内
10	浙江一鸣食品股份有限公司	210.09	195.86	10%以内
合计		**13,008.32**	**10,640.36**	-

2019 年，公司经销、直销模式下前十大客户订单情况以及向公司采购情况如下：

单位：万元

序号	经销商名称	订单金额	销售金额	采购金额占其比例
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,937.92	3,731.48	10%以内
2	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	2,457.91	2,218.41	10%以内
3	广东嘉怡食品有限公司	2,254.46	2,049.69	10%以内
4	苏州闽龙商贸有限公司	1,508.77	1,302.43	10%以内
5	广州市白云区太和何杰生综合店	1,372.55	1,144.36	20%-30%
6	广东省商业贸易进出口有限公司	1,222.29	1,143.81	10%以内
7	再博（上海）实业有限公司	1,299.50	1,108.41	10%以内
8	广州市白云区松洲新世界食品经营部	1,244.33	1,091.26	20%-30%
9	淮阴区协旺食品销售中心	1,187.90	974.76	10%-20%
10	东莞市常平良心烘焙原料商行	981.72	947.36	10%-20%
合计		**17,467.34**	**15,711.97**	-

序号	直销客户名称	订单金额	销售金额	采购金额占其比例
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	9,626.63	7,478.21	10%以内
2	华润万家有限公司	1,496.27	1,345.38	10%以内
3	深圳市幸福西饼食品有限公司	1,320.16	1,301.82	10%以内
4	中山市采蝶轩食品有限公司	1,002.70	955.74	10%以内
5	青岛丹香投资管理有限公司	864.68	759.31	10%以内
6	北京味多美食品有限责任公司	775.03	732.40	10%以内
7	上海联家超市有限公司	774.46	631.52	10%以内
8	山西金午食品有限公司	440.93	433.70	10%以内
9	浙江一鸣食品股份有限公司	516.35	394.50	10%以内
10	中山市港隆食品有限公司	404.79	392.80	未走访，无法判断
合计		**17,221.99**	**14,425.38**	-

2018 年，公司经销、直销模式下前十大客户向公司采购情况如下：

单位：万元

序号	经销商名称	订单金额	销售金额	采购金额占其比例
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,143.74	3,136.41	10%以内
2	广东嘉怡食品有限公司	2,066.76	1,874.74	10%以内
3	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	1,721.93	1,649.80	10%以内
4	苏州闽龙商贸有限公司	1,393.63	1,227.39	10%以内
5	漳州市向日葵食品有限公司	1,583.75	1,206.93	10%以内
6	广州市白云区太和何杰生综合店	1,518.29	1,162.42	20%-30%
7	再博（上海）实业有限公司	1,155.37	1,136.93	10%以内
8	南京友邦食品有限公司	938.26	930.48	10%-20%
9	淮阴区协旺食品销售中心	881.69	880.83	10%-20%
10	东莞市常平良心烘焙原料商行	840.00	795.10	10%-20%
合计		**15,243.41**	**14,001.06**	-
序号	**直销客户名称**	**订单金额**	**销售金额**	**采购金额占其比例**
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	8,007.85	6,124.39	10%以内
2	深圳市幸福西饼食品有限公司	2,441.81	2,402.21	10%以内
3	华润万家有限公司	1,603.48	1,403.07	10%以内
4	青岛丹香投资管理有限公司	734.58	727.85	10%以内
5	上海联家超市有限公司	821.21	579.91	10%以内
6	中山市采蝶轩食品有限公司	565.80	547.19	10%以内

7	山西太原瑞司特食品有限公司	475.76	456.84	10%以内
8	山西金午食品有限公司	399.57	389.91	10%以内
9	浙江一鸣食品股份有限公司	447.90	363.06	10%以内
10	福州新华丰贺氏食品有限公司	319.33	316.33	10%以内
合计		**15,817.28**	**13,310.76**	-

2017 年，公司经销、直销模式下前十大客户向公司采购情况如下：

单位：万元

序号	经销商名称	订单金额	销售金额	采购金额占其比例
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	2,428.95	2,246.23	10%以内
2	广东嘉怡食品有限公司	1,691.87	1,291.49	10%以内
3	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	1,077.16	993.25	10%以内
4	苏州闽龙商贸有限公司	1,058.07	781.78	10%以内
5	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	956.15	763.98	20%-30%
6	深圳市佳兆好贸易有限公司	737.71	729.81	10%以内
7	天山区新华南路百克日食品添加剂商行	720.66	665.62	20%-30%
8	大连海升粮油经销有限公司	681.29	657.29	10%以内
9	上海雄昌食品销售有限公司	630.43	613.81	10%以内
10	深圳市鸿兴业食品有限公司	670.00	612.41	10%以内
合计		**10,652.29**	**9,355.66**	-
序号	**直销客户名称**	**订单金额**	**销售金额**	**采购金额占其比例**
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	5,090.98	4,023.19	10%以内
2	深圳市幸福西饼食品有限公司	1,895.54	1,743.59	10%以内
3	华润万家有限公司	1,195.87	989.39	10%以内
4	青岛丹香投资管理有限公司	969.45	966.40	10%以内
5	浙江一鸣食品股份有限公司	393.53	365.63	10%以内
6	安徽永辉超市有限公司	397.82	358.95	10%以内
7	福州新华丰贺氏食品有限公司	309.25	304.87	10%以内
8	中山市港隆食品有限公司	334.23	301.27	10%以内
9	广州市小帅果食品有限公司	239.68	239.68	30%-50%
10	哈尔滨市欧柏林食品有限公司	230.30	230.30	10%以内
合计		**11,056.65**	**9,523.26**	-

（2）与发行人是否存在关联关系或其他利益安排、交易价格是否公允

报告期内，公司前十大经销商和直销客户与公司不存在关联关系或其他利益安排。

公司向前十大经销商客户和直销客户所销售的主要产品销售单价与相同类型客户的产品单价差异率集中在 10%以内，存在差异的主要原因是公司对主要产品制定了返利和临时促销政策，其中返利政策与客户的采购规模挂钩，公司会针对不同地区和客户采取不同的临时促销政策，进而导致销售价格存在一定的差异，但整体差异率不大，因此，公司向主要客户销售的产品价格公允。

报告期内，公司存在小部分产品销售价格与平均单价差异率超过 10%的情况，主要原因是：1）公司拟通过部分产品低价策略与商超客户进行战略合作；2）部分产品通过独立的海外经销商渠道销售，销售费用较低进而导致产品单价定价较低；3）部分客户指定产品返利，进而导致相关产品单价较低。

综上，报告期内，公司前十大经销商和直销客户与公司不存在关联关系或其他利益安排，交易价格公允。

五、发行人采购情况和主要供应商

（一）主要原材料采购和能源供应情况

1、主要原材料采购情况

报告期内，公司采购的原材料主要包括油脂、糖类、水果、面粉等，主要原材料的采购金额及占采购总额的比例如下：

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
油脂	6,930.76	21.23%	14,211.21	18.23%	13,311.32	18.73%	11,907.18	21.90%
水果	2,810.41	8.61%	7,243.94	9.29%	5,463.18	7.69%	4,656.14	8.56%
糖类	2,559.56	7.84%	6,603.68	8.47%	6,643.03	9.35%	5,586.63	10.28%
面粉	3,131.75	9.59%	6,241.74	8.01%	5,204.74	7.32%	3,687.02	6.78%
乳制品	2,046.14	6.27%	4,474.45	5.74%	4,809.85	6.77%	3,815.34	7.02%
纸箱	1,983.91	6.08%	4,266.59	5.47%	3,811.36	5.36%	2,756.70	5.07%
纸盒	738.94	2.26%	1,943.94	2.49%	1,993.76	2.81%	1,633.53	3.00%

泡沫箱	207.85	0.64%	965.14	1.24%	1,510.38	2.13%	1,396.53	2.57%
塑料罐	529.85	1.62%	1,609.61	2.06%	1,465.22	2.06%	1,377.44	2.53%
挞杯	741.45	2.27%	1,412.26	1.81%	1,204.46	1.69%	1,165.74	2.14%
合计	**21,680.62**	**66.40%**	**48,972.56**	**62.83%**	**45,417.30**	**63.91%**	**37,982.25**	**69.86%**

报告期内，公司上述主要原材料和包装材料采购金额和采购量的变动原因、及其采购量与相应主要产品产量的匹配关系如下：

公司主要原材料和包装材料的采购金额与销售收入间无直接关系，与产量有着较强的匹配关系。2017 到 2019 年，公司产量分别为 67,641.72 吨、86,406.03 吨和 91,742.63 吨，逐年上升，主要原材料和包装材料的采购金额也呈上升趋势，但二者变动趋势有所差异，主要原因是：一方面，一种原材料会同时用于多种产品的生产耗用，且各产品也需同时使用多种原材料，而产品结构的变化又使原材料的耗用和采购的结构也会发生变化；另一方面，原材料采购价格也逐年有所波动。因此，以下逐项分析公司各原材料、包装材料采购金额和采购量的变动原因、及其采购量与相应主要产品产量的匹配关系：

（1）油脂

报告期内，公司油脂采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数值	数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）		6,930.76	14,211.21	6.76%	13,311.32	11.79%	11,907.18
平均单价（元/千克）		8.57	7.88	-4.37%	8.24	-10.92%	9.25
采购量（吨）		8,086.76	18,033.38	11.57%	16,163.50	25.61%	12,868.37
主要产品生产耗用量（吨）①	冷冻烘焙食品	4,657.80	9,174.22	20.72%	7,599.76	17.42%	6,472.50
	奶油	1,452.71	4,570.73	-9.23%	5,035.78	21.69%	4,138.33
	酱料	1,704.61	3,938.22	15.37%	3,413.54	48.03%	2,306.04
	小计	7,815.12	17,683.17	10.18%	16,049.08	24.25%	12,916.87
主要产品产量（吨）②	冷冻烘焙食品	17,639.29	34,943.19	23.21%	28,360.12	31.18%	21,620.01
	奶油	8,971.56	27,594.75	-9.00%	30,325.16	30.32%	23,269.80

	酱料	4,488.59	9,844.64	8.69%	9,057.83	80.83%	5,009.14
	小计	31,099.44	72,382.58	6.85%	67,743.11	35.76%	49,898.95
主要产品单位耗用量①/②	冷冻烘焙食品	0.264	0.263	-1.87%	0.268	-10.37%	0.299
	奶油	0.162	0.166	0.00%	0.166	-6.74%	0.178
	酱料	0.380	0.400	6.10%	0.377	-18.04%	0.460

2017 到 2019 年，公司油脂采购金额分别为 11,907.18 万元、13,311.32 万元和 14,211.21 万元，逐年上升，主要是公司油脂采购量随主要产品的产量增长而逐年增长。2017 到 2019 年，公司油脂采购金额的变动幅度与公司主要产品对油脂耗用量的变动存在一定差异，但剔除平均单价的变动因素后，即可见 2017 到 2019 年油脂采购量与主要产品对油脂的生产耗用量及增幅基本保持一致。因此，油脂采购金额的变动合理。

同时，报告期公司油脂采购量与主要产品的产量体现了良好的匹配关系：

第一，油脂采购量与主要产品的油脂耗用量相匹配。因存在少量库存，油脂采购量与主要产品的油脂耗用量略有差异，但变动趋势保持一致。2018 年，公司主要产品产量均显著上升，故油脂耗用量随之上升，油脂采购量也增幅较大。2019 年，公司奶油因停产优化改造，产量有所下降，其耗用的油脂也随之下降，故公司 2019 年油脂采购量增幅有所放缓。

第二，公司各主要产品的单位油脂耗用量较为稳定，相关变动与主要产品结构的变化相符。2018 年，各产品的单位油脂耗用量略有下降，主要是：①冷冻烘焙食品单位油脂耗用量下降主要是一方面，甜甜圈等耗油量较少的产品 2018 年销售占比有所上升，甜甜圈销售额占冷冻烘焙食品总销售额的比例由 2017 年的 19.05%增加至 2018 年的 25.55%；另一方面，公司 2018 年对挞皮的配方进行了升级优化，使挞皮单位耗油量有所降低。②奶油单位油脂耗用量下降主要是公司含乳脂植脂奶油占奶油产量占比由 2017 年的 41.87%上升至 54.11%，与植脂奶油相比，含乳脂植脂奶油原料使用的黄油，较少的油脂。③酱料单位油脂耗用量下降主要是公司 2018 年度推出新品可丝达酱且该产品当年销售占比即达到 17.25%，与沙拉酱相比，可丝达酱工艺更复杂，原料成分更为丰富，因此单位油脂耗用量相对较低，拉低了酱料整体的单位油脂耗用量。2019 年和 2020 年上半

年，公司各主要产品的产品结构并未发生较大变动，故单位油脂耗用量较为稳定。

（2）水果

公司水果原料为冷冻水果，报告期内，公司除采购冷冻水果作为原材料外，还采购部分冷冻水果作为成品直接对外销售，该部分冷冻水果成品也会根据生产部门需求进行生产领用，故以下将冷冻水果采购进行合并计算，公司水果采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数值	数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）		2,825.51	7,907.99	25.23%	6,314.66	10.25%	5,727.48
平均单价（元/千克）		13.45	14.16	4.50%	13.55	5.20%	12.88
采购量（吨）		2,101.25	5,584.64	19.83%	4,660.28	4.83%	4,445.39
水果销售（吨）①		4.46	183.84	-44.41%	330.68	-49.47%	654.45
其他领用（吨）②		92.51	360.67	-5.42%	381.33	148.13%	153.68
主要产品生产耗用量（吨）③	水果制品	1,481.13	4,502.84	5.28%	4,276.93	0.54%	4,254.01
	冷冻烘焙食品	164.14	377.67	17.27%	322.05	30.38%	247.00
	小计	1,645.28	4,880.51	6.12%	4,598.98	2.18%	4,501.01
水果消耗合计①+②+③		1,742.25	5,425.02	2.15%	5,310.99	0.03%	5,309.14
主要产品产量（吨）④	水果制品	3,972.44	11,568.92	13.16%	10,223.68	8.56%	9,417.67
	冷冻烘焙食品	17,639.29	34,943.19	23.21%	28,360.12	31.18%	21,620.01
	小计	21,611.73	46,512.11	20.55%	38,583.80	24.31%	31,037.68
主要产品单位耗用量③/④	水果制品	0.373	0.389	-6.94%	0.418	-7.52%	0.452
	冷冻烘焙食品	0.009	0.011	0.00%	0.011	0.00%	0.011

注：其他领用主要为研发领用

2017 到 2019 年，公司水果原料和水果成品合计采购量分别为 4,445.39 吨、4,660.28 吨和 5,584.64 吨，逐年上升，而公司水果消耗合计为 5,309.14 吨、5,310.99 吨和 5,425.02 吨，较为平稳，水果采购量与水果消耗存在一定差异，主要原因是冷冻水果保质期较长，2017 年初公司水果库存达到 2,512.19 吨，故 2017 年和 2018 年生产耗用的水果部分来源于库存，水果库存分别减少 863.75 吨、651.57 吨，

相应水果采购量较少，2019 年初，公司水果库存已降至较低水平，当年水果采购量与消耗量相匹配，采购量同比上升 19.83%。2020 年上半年，公司水果采购量略大于消耗量，主要是公司用量最大的水果原料芒果收获期为 5 到 7 月，故 2020 年 6 月末芒果的库存增长达到 180.02 吨。因此，公司水果采购金额和采购量的变动受水果消耗及其库存的影响，变动情况合理。

剔除水果库存变动的影响后，公司水果采购量与产量体现了良好的匹配关系，公司水果制品的单位水果耗用量逐年略有下降，相关变动与主要产品结构的变化相符。公司水果制品包含果馅、果溶等烘焙用水果制品，果泥、饮料浓浆等饮品用水果制品两大类，随着公司水果制品产品结构的多元化，饮品用水果制品的销售占比有所上升，果泥和饮料浓浆占水果制品收入比重分别为 27.76%、32.52%和 38.98%，且果泥等饮品原料较烘焙用水果制品水果颗粒较少且稀释程度高，故水果含量较低，单位水果耗用量不到 0.2kg/kg，拉低了水果制品整体的单位水果耗用量。2020 年 1-6 月，公司冷冻烘焙食品的单位水果耗用量略有下降，主要是随着麻薯等丹麦类产品的热销，冷冻烘焙食品中丹麦类产品收入占比由 2019 年的 7.94%上升至 16.09%，而丹麦类产品无需使用水果馅料。

（3）糖类

报告期内，公司糖类采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数值	数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）		2,559.56	6,603.68	-0.59%	6,643.03	18.91%	5,586.63
平均单价（元/千克）		3.65	3.49	0.02%	3.49	-2.51%	3.58
采购量（吨）		7,010.93	18,895.87	-0.61%	19,012.29	21.98%	15,586.80
主要产品耗用量（吨）①	奶油	2,363.74	7,284.42	-13.44%	8,415.63	24.59%	6,754.82
	水果制品	1,710.05	4,781.20	14.51%	4,175.22	5.11%	3,972.09
	冷冻烘焙食品	1,134.99	2,401.08	29.42%	1,855.25	35.48%	1,369.39
	酱料	835.14	1,773.78	10.06%	1,611.71	77.78%	906.60
	小计	6,043.92	16,240.48	1.14%	16,057.81	23.49%	13,002.90
主要产	奶油	8,971.56	27,594.75	-9.00%	30,325.16	30.32%	23,269.80

品产量（吨）②	水果制品	3,972.44	11,568.92	13.16%	10,223.68	8.56%	9,417.67
	冷冻烘焙食品	17,639.29	34,943.19	23.21%	28,360.12	31.18%	21,620.01
	酱料	4,488.59	9,844.64	8.69%	9,057.83	80.83%	5,009.14
	小计	35,071.87	83,951.50	7.68%	77,966.79	31.44%	59,316.62
主要产品单位耗用量①/②	奶油	0.263	0.264	-5.04%	0.278	-4.14%	0.290
	水果制品	0.430	0.413	1.23%	0.408	-3.32%	0.422
	冷冻烘焙食品	0.064	0.069	6.15%	0.065	3.17%	0.063
	酱料	0.186	0.180	1.12%	0.178	-1.66%	0.181

报告期内，公司糖类平均采购单价较为稳定，公司糖类采购金额的变动幅度与公司主要产品对糖类耗用量的变动基本保持一致，糖类采购金额变动的原因合理。

同时，报告期公司糖类采购量与主要产品的产量体现了良好的匹配关系：

第一，糖类采购量与主要产品的糖类耗用量相匹配。报告期内，公司糖类采购量略大于主要产品的糖类耗用量，主要是除主要产品外，公司巧克力休闲食品、果膏等其他产品生产均需要耗用糖类。但奶油、水果制品等主要产品耗用了公司绝大部分糖类，且主要产品糖类耗用与糖类采购量变动情况保持一致。

第二，主要产品的糖类耗用量与对应产品的产量相匹配。报告期内，公司主要产品的单位糖类耗用量均保持稳定，不存在异常变动的情形。

（4）面粉

报告期内，公司面粉采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）	3,131.75	6,241.74	19.92%	5,204.74	41.16%	3,687.02
采购单价（元/千克）	4.02	3.94	3.14%	3.82	3.52%	3.69
采购量（吨）	7,785.43	15,855.46	16.32%	13,631.23	36.53%	9,984.10
冷冻烘焙食品耗用量（吨）①	7,639.00	15,712.61	17.68%	13,351.85	32.54%	10,074.04
冷冻烘焙食品产量（吨）②	17,639.29	34,943.19	23.21%	28,360.12	31.18%	21,620.01
单位耗用量①/②	0.433	0.450	-4.46%	0.471	1.07%	0.466

公司面粉主要用于冷冻烘焙食品的生产，报告期内，冷冻烘焙食品的单位面粉耗用量较为稳定，其产量 2018 年和 2019 年分别上升 31.18%和 23.21%，故面粉采购量也呈上升趋势，2018 年和 2019 年增幅分别为 36.53%和 16.32%，体现了面粉采购量和冷冻烘焙食品产量良好的匹配关系。随着面粉采购单价的略有上升，2017 到 2019 年，面粉采购金额逐年上涨，分别为 3,687.02 万元、5,204.74 万元和 6,241.74 万元。因此，公司面粉采购量和采购金额的变动与冷冻烘焙食品产量变动基本保持一致，具备合理性。

（5）乳制品

报告期内，公司乳制品采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数值	数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）		2,046.14	4,474.45	-6.97%	4,809.85	26.07%	3,815.34
平均单价（元/千克）		31.86	33.33	-2.60%	34.22	-5.96%	36.39
采购量（吨）		642.17	1,342.59	-4.48%	1,405.63	34.05%	1,048.58
主要产品耗用量（吨）①	奶油	247.33	673.58	-6.34%	719.18	55.68%	461.97
	冷冻烘焙食品	167.86	358.89	-21.12%	454.96	27.37%	357.20
	小计	415.19	1,032.47	-12.07%	1,174.14	43.33%	819.17
主要产品产量（吨）②	奶油	8,971.56	27,594.75	-9.00%	30,325.16	30.32%	23,269.80
	冷冻烘焙食品	17,639.29	34,943.19	23.21%	28,360.12	31.18%	21,620.01
	小计	26,610.84	62,537.94	6.56%	58,685.28	30.73%	44,889.81
主要产品单位耗用量①/②	奶油	0.028	0.024	0.00%	0.024	20.00%	0.020
	冷冻烘焙食品	0.010	0.010	-37.50%	0.016	-5.88%	0.017

报告期内，公司乳制品采购金额分别为 3,815.34 万元、4,809.85 万元、4,474.45 万元和 2,046.14 万元。2018 年，公司奶油和冷冻烘焙食品的产量均明显上升，故耗用的乳制品也随之上升，虽然当年乳制品采购单价下降 5.96%，但乳制品采购金额依旧上涨 26.07%。2019 年，随着奶油产量的下降，以及使用乳制品的部分冷冻烘焙食品产量的放缓，公司乳制品采购量有所下跌，相应乳制品的采购金

额也下降 6.97%。因此，乳制品采购金额的变动合理。

公司乳制品采购量与主要产品产量的变动趋势存在差异，主要是主要产品的单位乳制品耗用量存在波动，公司奶油中仅含乳脂植脂奶油使用乳制品，冷冻烘焙食品中仅部分产品使用乳制品。报告期内，公司含乳脂植脂奶油占奶油产量比例分别为 41.87%、54.11%、59.94%和 65.38%，含乳脂植脂奶油原料中使用较多的黄油，较少的油脂，故奶油产品的单位乳制品耗用量有所上升，但由于不同含乳脂植脂奶油的乳制品耗用量也有所差异，故各期单位乳制品耗用量的上升幅度不尽相同。2019 年，公司冷冻烘焙食品的单位乳制品耗用量有所下降，主要是因市场需求变化，流心芝士挞、一口酥等芝士夹心馅的冷冻烘焙食品品类产量下降 420.24 吨，对应馅料耗用的乳制品减少 81.93 吨。

乳制品采购量与主要产品的乳制品耗用量体现了良好的匹配关系。公司乳制品采购量略大于奶油和冷冻烘焙食品的乳制品耗用量，主要是公司乳制品除用于生产上述主要产品外，还用于生产起司馅等其他产品。但奶油和冷冻烘焙食品耗用了绝大多数的乳制品，2018 年，公司奶油和冷冻烘焙食品耗用的乳制品增加 43.33%，乳制品的采购量也随之增加 34.05%；2019 年，公司芝士夹心馅的冷冻烘焙食品产量下降使冷冻烘焙食品耗用的乳制品明显减少，公司乳制品采购量也随之减少 4.48%，变动趋势保持一致。

（6）包装材料

①纸箱

报告期内，公司纸箱采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数值	数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）		1,983.91	4,266.59	11.94%	3,811.36	38.26%	2,756.70
平均单价（元/个）		4.14	3.91	0.51%	3.89	7.46%	3.62
采购量（万个）		479.59	1,092.16	11.53%	979.28	28.64%	761.26
主要产品耗用量（万	冷冻烘焙食品	276.24	561.33	21.53%	461.90	35.56%	340.74
	奶油	74.87	230.73	-9.01%	253.58	28.77%	196.93
	水果制品	40.43	117.11	15.61%	101.30	8.46%	93.40

个）①	酱料	43.93	95.72	8.27%	88.41	89.97%	46.54
	小计	435.46	1,004.89	11.01%	905.19	33.59%	677.61
主要产品产量（万箱）②	冷冻烘焙食品	273.71	560.26	22.47%	457.46	35.74%	337.00
	奶油	74.76	229.96	-9.00%	252.71	30.24%	194.03
	水果制品	40.33	116.77	16.00%	100.66	11.18%	90.54
	酱料	43.82	95.33	8.97%	87.48	92.39%	45.47
	小计	432.62	1,002.32	11.58%	898.31	34.67%	667.04
配比关系①/②	冷冻烘焙食品	1.01	1.00	-0.99%	1.01	0.00%	1.01
	奶油	1.00	1.00	0.00%	1.00	-0.99%	1.01
	水果制品	1.00	1.00	-0.99%	1.01	-1.94%	1.03
	酱料	1.00	1.00	-0.99%	1.01	-0.98%	1.02
	小计	1.01	1.00	-0.99%	1.01	-0.58%	1.02

报告期，公司纸箱采购金额的变动幅度与公司主要产品的产量变动幅度基本保持一致，2018 年采购单价略有上涨使当年采购金额增幅大于主要产品产量的增幅。因此，报告期内，公司纸箱采购金额的增长主要是公司主要产品产量增长所致，变动原因合理。

公司纸箱采购量与主要产品的产量体现了良好的匹配关系：

第一，纸箱采购量与主要产品的纸箱耗用量相匹配。公司所有产品均需要使用纸箱，因此纸箱总采购量略大于奶油、冷冻烘焙食品等主要产品的纸箱耗用量，总体变动趋势保持一致。

第二，公司各主要产品的纸箱耗用与产成品箱数的配比关系稳定，基本保持在 1：1。随着公司不断加强精细化管理能力，公司纸箱损耗率也逐年略有下降。

②纸盒

报告期内，公司纸盒采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）	738.94	1,943.94	-2.50%	1,993.76	22.05%	1,633.53
平均单价（元/个）	0.61	0.60	5.26%	0.57	9.62%	0.52
采购量（万个）	1,203.14	3,225.55	-7.94%	3,503.64	11.14%	3,152.52

奶油耗用量（万个）①	897.91	2,793.04	-9.09%	3,072.21	26.32%	2,432.17
奶油产量（万盒）②	897.16	2,759.47	-9.00%	3,032.52	30.24%	2,328.36
配比关系①/②	1.00	1.01	0.00%	1.01	-2.88%	1.04

报告期内，公司纸盒主要用于 1 升装奶油产品的内包装，与产成品盒数的配比关系基本稳定在 1：1。公司采购的纸盒除用于奶油内包装外，还有少量用于冷冻蛋糕、巧克力休闲食品的包装，以及作为冷冻烘焙食品终端营销方案的组成部分，与冷冻烘焙食品搭配进行直接销售。

2018 年，奶油产量增长 30.24%，耗用的奶油纸盒也增长 26.32%，纸盒采购量增幅为 11.14%，小于奶油纸盒耗用量的增幅，主要是 2018 年冷冻烘焙食品营销方案配套的直接销售纸盒与 2017 年相比减少了 133.52 万个,且 2017 年纸盒库存增加了 151.06 万个，2018 年纸盒库存无明显差异。由于当年纸盒平均采购单价上升了 9.62%，纸盒采购金额增长 22.05%，大于纸盒采购量的增幅。

2019 年，随着奶油产量的下降，纸盒耗用量和纸盒采购量均有所下降，纸盒采购平均单价的上升使纸盒采购金额下降幅度小于采购量的跌幅。

2020 年上半年，公司纸盒采购量大于奶油产品的纸盒耗用量，主要是除奶油外，公司新增自产葡挞液需要耗用纸盒，随着冷冻烘焙食品收入占比上升，部分冷冻蛋糕、商超专供老婆饼等冷冻烘焙食品耗用的纸盒也有所增加。

因此，公司纸盒采购量和采购金额的变动原因合理，纸盒采购量与奶油产量匹配关系良好。

③泡沫箱

报告期内，泡沫箱主要用于甜甜圈等冷冻烘焙食品的包装，采购量分别为 323.66 万个、342.61 万个和、246.25 万个和 51.83 万个，采购金额分别为 1,396.53 万元、1,510.38 万元、965.14 万元和 207.85 万元。2018 年下半年，公司对上述产品外包装进行了升级，用保温纸箱逐步替代普通纸箱和泡沫箱的组合，泡沫箱的用量有所减少，因此泡沫箱与相应产品的产出量无明显的对应关系。

④塑料罐

报告期内，公司塑料罐采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）	529.85	1,609.61	9.85%	1,465.22	6.37%	1,377.44
平均单价（元/个）	1.96	2.06	-1.44%	2.09	-3.24%	2.16
采购量（万个）	269.89	779.85	11.23%	701.13	10.03%	637.21
水果制品耗用量（万个）①	225.32	637.24	15.50%	551.70	11.27%	495.81
水果制品产量（万罐）②	221.21	632.37	15.56%	547.24	12.58%	486.09
配比关系①/②	1.02	1.01	0.00%	1.01	-0.98%	1.02

公司塑料罐主要用于水果制品的包装，报告期内，公司水果制品的塑料罐耗用与水果制品产成品罐数的配比稳定，随着水果制品产量的上升，塑料罐的耗用量也有所上升。除水果制品外，果糖等产品也需要使用少量塑料罐，塑料罐采购量与水果制品的产量、塑料罐耗用量变动幅度基本保持一致。随着塑料罐平均采购单价的下降，公司塑料罐采购金额增幅略小于塑料罐采购量。因此，公司塑料罐采购量和采购金额的变动原因合理，塑料罐采购量与水果制品产量匹配关系良好。

⑤挞杯

报告期内，公司挞杯采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）	741.45	1,412.26	17.25%	1,204.46	3.32%	1,165.74
平均单价（元/个）	0.0171	0.0165	0.00%	0.0165	-4.07%	0.0172
采购量（万个）	43,355.00	85,610.70	17.22%	73,034.10	7.53%	67,919.68
耗用量（万个）①	43,322.90	85,432.34	15.78%	73,787.37	10.59%	66,720.91
挞皮产量（万个）②	42,836.38	84,120.01	16.29%	72,335.59	16.96%	61,848.46
配比关系①/②	1.01	1.02	0.00%	1.02	-5.56%	1.08

公司挞杯为冷冻烘焙食品中挞皮的配套包装材料。报告期内，公司使用的挞杯与挞皮生产个数基本存在 1：1 的配比关系，2018 年，挞杯采购量的增幅小于挞皮产量的增幅，主要是 2017 年度公司挞杯的损耗率较高，2018 年以来公司加

强了相应的生产管理，挞杯损耗率有所下降。2019 年，公司挞杯采购量与挞皮产量变动幅度相一致。报告期内，公司挞皮采购平均单价较为稳定，挞杯采购金额的变动与采购量的变动相一致。因此，公司挞皮采购金额和采购量的变动原因合理，与挞皮产量的变动情况相匹配。

综上所述，公司主要原材料、包装材料采购金额变动的原因合理，主要原材料、包装材料采购量与相应产品产出量存在良好的匹配关系。

2、主要原材料价格变动情况

报告期内，公司主要原材料的平均采购价格变动情况如下：

单位：元/千克、元/个

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	平均采购价格	变动	平均采购价格	变动	平均采购价格	变动	平均采购价格
油脂	8.57	8.76%	7.88	-4.37%	8.24	-10.92%	9.25
水果	13.44	-8.07%	14.62	-6.46%	15.63	8.09%	14.46
糖类	3.65	4.58%	3.49	0.02%	3.49	-2.51%	3.58
面粉	4.02	2.03%	3.94	3.14%	3.82	3.52%	3.69
乳制品	31.86	-4.41%	33.33	-2.60%	34.22	-5.96%	36.39
纸箱	4.14	5.88%	3.91	0.51%	3.89	7.46%	3.62
纸盒	0.61	1.67%	0.60	5.26%	0.57	9.62%	0.52
泡沫箱	4.01	2.30%	3.92	-11.11%	4.41	2.32%	4.31
塑料罐	1.96	-4.85%	2.06	-1.44%	2.09	-3.24%	2.16
挞杯	0.0171	3.64%	0.0165	0.00%	0.0165	-4.07%	0.0172

报告期内，公司采购的原材料和包装材料种类较多，且各类原材料及包装材料中又包含多款不同的具体物料，因此公司报告期内各类原材料采购价格受市场价格波动、具体物料采购占比变动等因素影响。同时，公司大量原材料为大宗商品的加工品，与大宗商品价格波动关系密切，例如部分烘焙应用油脂价格与棕榈油相关、葡萄糖粉价格与玉米淀粉相关，因此虽然公司主要原材料不具备市场公开价格，但其价格变动情况与市场公开价格的变动趋势具备较强的可比性。报告期内，公司主要原材料价格总体波动正常，与市场价格和行业价格变动趋势对比情况具体如下：

（1）油脂

公司不同产品使用的油脂有所差异，冷冻烘焙食品使用的油脂主要包括烘焙应用油脂、猪油等，奶油使用的油脂主要为棕榈仁油，酱料使用的油脂主要为大豆油。

报告期内，公司采购的油脂价格与海融科技、商务部油料油脂类大宗商品价格指数的变动情况如下：

单位：元/千克

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	价格/价格指数	变动	价格/价格指数	变动	价格/价格指数	变动	价格/价格指数
公司油脂	8.57	8.76%	7.88	-4.37%	8.24	-10.92%	9.25
海融科技油脂	8.13	-10.86%	9.12	-5.69%	9.67	-4.82%	10.16
油料油脂类价格指数	160	0.77%	158.77	-4.82%	166.81	-4.81%	175.23

2017 到 2019 年，公司采购的油脂价格逐年下降，2020 年上半年，公司油脂采购价格有所增长，与市场价格和行业价格变动趋势基本保持一致。

2018 年，公司油脂原料价格降幅略大于市场平均水平，主要是一方面，公司酱料产品 2018 年营业收入增幅达到 78.75%，大豆油为酱料产品最主要的原料，其价格仅为 5 元/kg 到 6 元/kg，明显低于其他油脂，大豆油采购占比的上升使公司油脂原料采购价格进一步降低；另一方面，棕榈仁油的价格波动幅度略大于油脂平均降幅，拉低了整体油脂价格。

2019 年，虽然公司油脂整体价格呈下降趋势，但部分品类如大豆油，2019 年期货平均结算价格相较 2018 年上涨 2%，公司大豆油采购价格也随之上升。

2020 年上半年，公司油脂原料价格增长了 8.76%，而市场油料油脂价格较为平稳，主要是一方面，生猪价格大幅上升，根据中国畜牧业信息网，2020 年上半年 22 个省市生猪平均价相比 2019 年增长了 55.76%，故公司 2020 年上半年猪油采购价格增长了 44.55%，猪油采购金额占公司油脂金额的比例为 17.57%，拉高了公司油脂价格整体增幅；另一方面，公司冷冻烘焙食品主要生产主体广州奥昆和浙江奥昆油脂采购均价为 10.07 元/kg，高于公司油脂整体均价，随着冷冻烘焙食品销售收入占比上升，也使得公司油脂采购价格进一步增长。

（2）糖类

公司采购的糖类包括白糖、葡萄糖粉、淀粉糖浆等多个品类，用于奶油、水果制品、冷冻烘焙食品等不同产品。上述糖类原材料中，葡萄糖粉和淀粉糖浆等主要为玉米淀粉制品，报告期内，玉米淀粉糖的价格变动趋势与白糖有所差异。报告期内，公司白糖与海融科技的糖、商务部食糖类大宗商品价格指数具备可比性，公司玉米淀粉糖与海融科技的葡萄糖和糖浆、玉米淀粉期货结算价具备可比性，具体对比情况如下：

单位：元/千克

项目		2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		价格/价格指数	变动	价格/价格指数	变动	价格/价格指数	变动	价格/价格指数
公司糖类		3.65	4.58%	3.49	0.02%	3.49	-2.51%	3.58
白糖	公司白糖	5.41	3.05%	5.25	0.57%	5.22	-14.71%	6.12
	海融科技糖	4.86	3.62%	4.69	-7.50%	5.07	-10.74%	5.68
	食糖类价格指数	113.32	2.70%	110.34	-2.60%	113.29	-11.85%	128.52
玉米淀粉糖	公司玉米淀粉糖	2.50	-1.96%	2.55	-0.78%	2.57	8.90%	2.36
	海融科技葡萄糖	2.92	-1.02%	2.95	0.00%	2.95	3.15%	2.86
	海融科技糖浆	2.54	-1.93%	2.59	8.37%	2.39	-0.42%	2.40
	玉米淀粉期货结算价	2.25	-1.32%	2.28	0.88%	2.26	17.10%	1.93

2018 年，公司糖类中的白糖价格下降 14.71%，与市场价格和行业价格变动趋势保持一致，具体价格变动幅度则因具体细分品类的差异有所不同。2019 年，公司白糖价格略有上涨，而市场价格及行业价格则略有下跌，主要是公司提高了冷冻烘焙食品使用的白糖品质及细腻度，相应采购价格有所上升，抵消了普通白糖价格略有下跌的影响。2020 年上半年，公司白糖价格与市场价格均略有上升，变动趋势一致。

公司玉米淀粉糖的采购价格 2018 年有所上升，2019 年基本保持稳定，与玉米淀粉期货结算价变动趋势相一致，具体价格变动幅度则因期货和现货价格存在差异、公司玉米淀粉糖细分品类众多而有所不同。2020 年上半年，公司玉米淀粉糖与市场价格均略有下降，变动趋势一致。

（3）面粉

报告期内，公司采购的面粉主要为专用面粉，包括葡挞粉、面包粉、糕点粉、粉心粉等不同品类，用于公司各类冷冻烘焙食品的制作。同行业公司未披露相关面粉采购价格数据，报告期内，公司面粉采购价格与商务部面粉价格指数的变动情况如下：

单位：元/千克

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	价格/价格指数	变动	价格/价格指数	变动	价格/价格指数	变动	价格/价格指数
公司面粉	4.02	2.03%	3.94	3.14%	3.82	3.52%	3.69
面粉价格指数	105.35	1.27%	104.03	1.89%	102.10	1.37%	100.72

报告期内，公司采购的面粉价格略有上升，与行业价格变动趋势基本一致，随着公司冷冻烘焙食品中甜甜圈等高端产品占比提高，相应的面粉原料品质也有所上升，面粉采购单价整体呈上升趋势。

（4）乳制品

报告期内，公司使用的乳制品包括黄油、奶酪、稀奶油等，其中黄油的采购金额最大，用于奶油、冷冻烘焙食品等产品的生产制作，公司乳制品主要向国内进出口贸易商采购，以进口产品为主。同行业公司未披露黄油采购价格数据，报告期内，公司乳制品采购价格与全球乳品交易（GDT）黄油平均价格变动情况如下：

单位：元/千克、美元/吨

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	价格	变动	价格	变动	价格	变动	价格
公司乳制品	31.86	-4.41%	33.33	-2.60%	34.22	-5.96%	36.39
全球黄油市场价格	4,015.00	-11.05%	4,513.59	-6.54%	4,829.46	-7.57%	5,224.96

报告期内，公司乳制品采购价格逐年下降，与黄油市场价格变动趋势一致，公司乳制品采购价格跌幅略小于黄油市场价格变动，主要是公司乳制品中除黄油外还有奶酪等产品，且受国内贸易价格与全球市场价格差异、汇率变动等因素的影响。

（5）其他原材料和包装材料

公司主要原材料中的水果，纸箱、纸盒等包装材料并非大宗商品，无公开市场价格信息，且水果原料中包括芒果、草莓、蓝莓、榴莲等多种水果，不同产品的包装材料根据具体大小规格、纸张质量、印刷复杂程度不同，价格也存在一定差异，与市场价格变动的可比性较弱。报告期内，公司建立了规范的供应商选择和原材料定价流程，通过市场化询价方式确定原材料采购价格，且主要供应商与公司之间不存在关联关系或其他利益输送情形，相关原材料报告期内价格不存在明显异常。

综上，报告期内，公司采购定价是市场化询价或招标采购的结果，公司采购单价变动的原因合理，与市场价格变动和行业趋势相一致。

3、采购价格的公允性

报告期内，公司原材料、包装材料的采购单价公允性主要体现在以下几个方面：

第一，公司采购时一般会进行充分的询价、比价，获取各供应商的报价单，并在系统中记录各供应商的报价信息，根据报价情况择优选定供应商，公司选定供应商的采购价格与其他供应商的报价间不存在显著差异。

第二，公司部分物料存在向多个供应商采购的情形，公司向不同供应商采购相同物料的价格不存在显著差异，具体详见本节之“（二）主要供应商”之“3、各主要原材料和包装材料前五名供应商情况，向不同供应商采购相同物料的价格”。

第三，公司采购单价变动与市场价格及同行业可比公司采购单价的变动趋势相一致，不存在采购单价异常变动的情形，具体详见本节之“2、主要原材料价格变动情况”。

第四，公司、公司控股股东和实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与公司主要供应商间不存在关联关系，不存在可能导致利益倾斜的情形。

综上，公司原材料、包装材料的采购价格公允。

4、主要能源供应情况

报告期内，公司消耗的能源主要为水、电和天然气，能源采购金额及价格变

动情况如下：

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
水	金额（万元）	28.10	77.87	83.68	63.32
	单价（元/吨）	2.62	2.78	2.64	2.39
电	金额（万元）	980.07	2,288.70	1,637.40	910.96
	单价（元/度）	0.61	0.64	0.66	0.62
天然气	金额（万元）	123.96	313.23	244.42	208.82
	单价（元/立方米）	3.26	3.53	3.56	3.45
柴油	金额（万元）	-	-	771.94	981.80
	单价（元/吨）	-	-	5,747.32	4,720.71
蒸汽	金额（万元）	-	12.00	109.38	120.17
	单价（元/吨）	-	596.24	359.81	342.36

注：2019 年蒸汽为一个月的零星采购，故单价较高

报告期内，公司柴油与蒸汽均为替代能源。由于公司南沙生产基地当地供电设施不足，存在不定期停电情形，公司使用柴油发电和市电的方式提供电力。随着当地市政供电设施的逐步完善和供电充足后，2018 年 9 月开始公司停止使用柴油发电。报告期内，蒸汽仅用于公司增城生产基地的供热。2018 年 11 月前，公司通过外购蒸汽为增城生产基地供热。增城生产基地从 2018 年 11 月开始陆续通过天然气锅炉自行生产蒸汽进行供热，蒸汽外购量逐步下降，至 2019 年 2 月后完全停止外购蒸汽。

公司的生产过程中用水量不大。2019 年，公司水的耗用金额有所下降，主要是受增城生产基地的影响。一方面，公司增城生产基地 2018 年底对供水管道进行了翻新修复，减少了供水管道的渗漏；另一方面，增城生产基地在 2019 年中进行了水循环改造工程，提高了水资源的利用率。因此，增城生产基地耗水金额的下降使公司耗水总额有所下降。

（二）主要供应商

1、报告期内前五名供应商情况

报告期内，公司向前五名供应商的采购情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	采购额	占比	主要采购内容
2020 年 1-6 月				
1	广东白燕粮油实业有限公司	2,332.15	7.14%	面粉
2	东莞嘉吉粮油有限公司	1,826.82	5.59%	油脂
3	益海嘉里食品科技有限公司	1,682.43	5.15%	油脂
4	临沂新程金锣肉制品集团有限公司	1,217.50	3.73%	油脂
5	广州焙乐道食品有限公司	1,099.93	3.37%	改良剂、高端烘焙原料
合计		**8,158.83**	**24.98%**	-
2019 年度				
1	广东白燕粮油实业有限公司	4,673.64	6.00%	面粉
2	鑫兰食品武汉有限公司	3,849.65	4.94%	葡挞液
3	东莞嘉吉粮油有限公司	3,813.12	4.89%	油脂
4	益海嘉里食品科技有限公司	3,546.11	4.55%	油脂、糖类
5	广州保科力医药保健品进出口有限公司	3,374.12	4.33%	稀奶油
合计		**19,256.64**	**24.70%**	-
2018 年度				
1	广州保科力医药保健品进出口有限公司	5,148.76	7.24%	稀奶油
2	广东白燕粮油实业有限公司	4,084.51	5.75%	面粉
3	东莞嘉吉粮油有限公司	3,621.92	5.10%	油脂
4	鑫兰食品武汉有限公司	3,411.73	4.80%	葡挞液
5	广东贝瑞克食品有限公司	2,848.58	4.01%	乳制品
合计		**19,115.50**	**26.90%**	-
2017 年度				
1	东莞嘉吉粮油有限公司	3,337.38	6.14%	油脂
2	广东白燕粮油实业有限公司	3,089.61	5.68%	面粉
3	东莞市五丰伟业商贸有限公司	2,920.41	5.37%	油脂、糖类
4	广东贝瑞克食品有限公司	2,628.03	4.83%	乳制品
5	广州市达江源食品科技有限公司	2,491.40	4.58%	水果
合计		**14,466.84**	**26.61%**	-

注：上述供应商采购金额为与其受同一最终控制方控制的企业合并后数据。

（1）公司向鑫兰食品武汉有限公司的采购包括同一控制下的其他企业：武汉市新兰食品工业有限公司。

（2）公司向东莞嘉吉粮油有限公司的采购包括同一控制下的其他企业：嘉吉粮油（南通）

有限公司。

（3）公司向益海嘉里食品科技有限公司的采购包括同一控制下的其他企业：益海嘉里食品营销有限公司、益海嘉里食品营销有限公司深圳分公司、东莞益海嘉里赛瑞淀粉科技有限公司。

（4）公司向广州保科力医药保健品进出口有限公司的采购采购包括同一控制下的其他企业：广州轻出集团恒瑞进出口有限公司、广州市润通华经贸发展有限公司。

公司不存在向单个供应商采购占比超过公司采购总额百分之五十或严重依赖少数供应商的情况。

报告期内，公司、公司控股股东和实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与公司供应商不存在关联关系，不存在可能导致利益倾斜的情形。

（1）前五大供应商变动原因

①2018 年相较于 2017 年，前五大供应商变动原因分析

2018 年，广州保科力医药保健品进出口有限公司、鑫兰食品武汉有限公司进入前五大供应商，同时广州市达江源食品科技有限公司、东莞市五丰伟业商贸有限公司退出前五大供应商。

广州保科力医药保健品进出口有限公司是公司的进口贸易商。2017 年 10 月起，公司主要通过广州保科力医药保健品进出口有限公司进口稀奶油产品，稀奶油为公司奶油产品体系的补充，以满足部分高端客户的需求，采购金额较大，故 2018 年开始广州保科力医药保健品进出口有限公司进入公司前五大供应商。

鑫兰食品武汉有限公司向公司提供外协贴牌的挞液产品，其用于配合公司挞皮产品销售。2018 年，公司挞皮销售收入由 2017 年的 14,486.36 万元上升至 2019 年的 22,556.18 万元，带动公司向鑫兰食品武汉有限公司的采购额也由 2017 年的 2,304.54 万元增长至 2018 年的 3,411.73 万元。

广州市达江源食品科技有限公司主要向公司提供水果原材料，东莞市五丰伟业商贸有限公司主要向公司提供油脂、糖类等原材料，上述原材料市场供给较为充足，随着公司规模及品类的不断扩大，公司补充新增了同类供应商，因此，公司向广州市达江源食品科技有限公司的采购金额由 2017 年的 2,491.40 万元下降至 2018 年的 1,768.59 万元，向东莞市五丰伟业商贸有限公司的采购金额由 2017 年的 2,920.41 万元下降至 2018 年的 2,487.41 万元，均退出 2018 年前五大供应商。

②2019 年相较于 2018 年，前五大供应商变动原因分析

2019 年，益海嘉里食品科技有限公司进入前五大供应商，同时广东贝瑞克食品有限公司退出前五大供应商。

益海嘉里食品科技有限公司成立于 2019 年，为益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司的全资子公司，2019 年 7 月，益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司对其销售业务进行调整，相关业务均由益海嘉里食品科技有限公司承接，故 2019 年，益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司下属公司中，公司与益海嘉里食品科技有限公司的合作金额最大。2018 年，益海嘉里食品科技有限公司（含同一控制下的其他企业）为公司第六大供应商，向公司提供油脂产品，主要用于冷冻烘焙食品，随着冷冻烘焙食品收入增长及公司新增向其采购车轮牌人造黄油等其他品类，2019 年采购额进一步增加，成为公司第四大供应商。报告期内，公司与益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司下属公司的合作情况具体如下：

单位：万元

序号	单位名称	2020 年 1-6 月采购额	2019 年采购额	2018 年采购额	2017 年采购额
1	益海嘉里食品科技有限公司	1,682.43	1,667.75	-	-
2	益海嘉里食品营销有限公司	-	523.84	604.30	52.78
3	益海嘉里食品营销有限公司深圳分公司	-	918.58	1,803.85	2,307.59
4	东莞益海嘉里赛瑞淀粉科技有限公司	-	435.94	273.35	-
合计		**1,682.43**	**3,546.11**	**2,681.50**	**2,360.36**

广东贝瑞克食品有限公司为进口乳制品的贸易商，市场上同类供应商较多，2019 年，公司根据经营需要新增与其他供应商的合作，因此向广东贝瑞克食品有限公司的采购金额由 2018 年的 2,848.58 万元下降至 1,309.01 万元，广东贝瑞克食品有限公司退出前五大供应商。

（3）2020 年 1-6 月相较于 2019 年，前五大供应商变动原因分析

2020 年 1-6 月，临沂新程金锣肉制品集团有限公司、广州焙乐道食品有限公司进入前五大供应商，同时鑫兰食品武汉有限公司、广州保科力医药保健品进出口有限公司退出前五大供应商。

临沂新程金锣肉制品集团有限公司向公司提供猪油原料，主要用于冷冻烘焙食品中港挞及部分饼类、起酥类产品的生产，2019 年该供应商为公司第七大供应商，随着冷冻烘焙食品中饼类收入持续增长，且 2020 年上半年因生猪价格上涨猪油采购价格增长了 44.55%，公司对其的采购额进一步增加，成为公司第四大供应商。

广州焙乐道食品有限公司是比利时焙乐道集团的全资子公司，主要生产和销售烘焙食品改良剂及高端烘焙原料，2019 年以前，公司主要向其采购冷冻烘焙食品改良剂，2020 年上半年，公司麻薯等定位较为高端的新产品销量明显增长，公司向该供应商采购较多的相关原料，故采购金额由 2019 年的 912.79 万元增长至 2020 年上半年的 1,099.93，该供应商成为公司第五大供应商。

鑫兰食品武汉有限公司向公司提供外协贴牌的挞液产品，2020 年公司开始自产挞液，同时从 2020 年 3 月起暂停了挞液的外协贴牌采购，故 2020 年上半年向该供应商的采购金额明显下降。

广州保科力医药保健品进出口有限公司是公司稀奶油产品的进口贸易商。2019 年开始，公司新增其他进口贸易商，且稀奶油的销售收入增幅有所放缓，故 2019 年开始该供应商采购金额及占比均有所下降，2020 年上半年退出前五大供应商。

因此，报告期内公司前五大供应商的变动具有合理性。

（2）单个供应商采购金额及占比变化的原因

报告期内，公司前五大供应商采购金额及占比存在一定的变动，主要原因有以下几种：第一，部分供应商主要向公司供应冷冻烘焙食品原料，随着公司冷冻烘焙食品销售收入迅速增长及占比上升，相关供应商采购占比也有所上升；第二，对于部分原材料，公司新增补充了同类供应商，故向单一供应商采购金额有所下降；第三，公司根据需要新增产品需求，增加与供应商合作。

报告期内，公司前五名供应商采购金额及占采购总额的比例具体变动情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	年份	采购金额	占比	主要采购内容	变动原因

1	广东白燕粮油实业有限公司	2020 年 1-6 月	2,332.15	7.14%	面粉	公司主要向该供应商采购冷冻烘焙食品使用的面粉原料，随着冷冻烘焙食品收入及占比上升，面粉采购金额及占比均逐年上涨
		2019 年度	4,673.64	6.00%		
		2018 年度	4,084.51	5.75%		
		2017 年度	3,089.61	5.68%		
2	鑫兰食品武汉有限公司	2020 年 1-6 月	342.08	1.05%	挞液	该供应商为公司挞液的外协贴牌厂商，随着冷冻烘焙食品中的挞皮收入上升，2017 到 2019 年，公司应客户需求不断提高配合销售的挞液供给比例，故相应采购金额及占比均逐年上涨；2020 年上半年，公司开始自产挞液，故 2020 年 3 月暂停向该供应商采购，2020 年上半年采购金额明显下降
		2019 年度	3,849.65	4.94%		
		2018 年度	3,411.73	4.80%		
		2017 年度	2,304.54	4.24%		
3	东莞嘉吉粮油有限公司	2020 年 1-6 月	1,826.82	5.59%	油脂	公司主要向该供应商采购棕榈仁油、大豆油等油脂，随着公司收入上升，油脂采购规模逐年上涨，2017 到 2019 年，由于棕榈仁油单价有所下降，且公司对大豆油产品增加了新的供应商，故采购占比有所下降；2020 年上半年，由于其大豆油价格相对优势，公司向其采购较多大豆油，采购占比有所上升
		2019 年度	3,813.12	4.89%		
		2018 年度	3,621.92	5.10%		
		2017 年度	3,337.38	6.14%		
4	益海嘉里食品科技有限公司	2020 年 1-6 月	1,682.43	5.15%	油脂、糖类	公司向该供应商采购的原料主要用于冷冻烘焙食品，随着冷冻烘焙食品收入上涨，公司向其采购金额也逐年上涨，2018 年，公司挞皮产品配方优化，减少了单位耗油量，因此向该供应商采购的烘焙应用油脂增速放缓，采购占比略有下降；2019 年以来，公司向该供应商新增采购了车轮牌人造黄油等其他品类，且随着冷冻烘焙食品收入占比上升，其采购占比也有所上升
		2019 年度	3,546.11	4.55%		
		2018 年度	2,681.50	3.77%		
		2017 年度	2,360.36	4.34%		
5	广州保科力医药保健品进出口有限公司	2020 年 1-6 月	579.66	1.78%	稀奶油	2018 年为公司向该供应商采购稀奶油的第一个完整年度，故采购金额及占比较大，2019 年以来公司减少了稀奶油的市场推广，同时新增了其他进口贸易商，故相应采购金额及占比有所下降
		2019 年度	3,374.12	4.33%		
		2018 年度	5,148.76	7.24%		
		2017 年度	886.71	1.63%		
6	广东贝瑞克	2020 年 1-6 月	358.74	1.10%	乳制品	公司新增补充乳制品贸易商，因此

	食品有限公司	2019 年度	1,309.01	1.68%		该供应商采购金额 2018 年增速放缓、2019 年、2020 年上半年有所下降，采购占比则逐年下降
		2018 年度	2,848.58	4.01%		
		2017 年度	2,628.03	4.83%		
7	东莞市五丰伟业商贸有限公司	2020 年 1-6 月	774.25	2.37%	油脂、糖类	公司新增补充同类供应商，因此向该供应商采购金额及占比有所下降
		2019 年度	2,186.94	2.81%		
		2018 年度	2,487.41	3.50%		
		2017 年度	2,920.41	5.37%		
8	广州市达江源食品科技有限公司	2020 年 1-6 月	223.74	0.69%	水果	公司新增补充同类供应商，因此向该供应商采购金额及占比有所下降
		2019 年度	1,208.79	1.55%		
		2018 年度	1,768.59	2.49%		
		2017 年度	2,491.40	4.58%		
9	临沂新程金锣肉制品集团有限公司	2020 年 1-6 月	1,217.50	3.73%	油脂	该供应商提供的猪油主要用于港挞及部分饼类、起酥类产品的生产，2018 年，上述产品产量较为稳定，且因库存及配方的略有变化采购金额有所下降，2019 年以来，一方面，该供应商提供的猪油价格持续上升，另一方面，公司冷冻烘焙食品中的饼类收入增长较快，故公司向其采购金额及占比持续上升
		2019 年度	2,256.71	2.90%		
		2018 年度	1,597.66	2.25%		
		2017 年度	1,783.63	3.28%		
10	广州焙乐道食品有限公司	2020 年 1-6 月	1,099.93	3.37%	改良剂、高端烘焙原料	2017 到 2019 年，公司主要向其采购冷冻烘焙食品改良剂，随着冷冻烘焙食品销售规模增长，采购金额及占比逐年有所增长；2020 年上半年，公司麻薯等定位较为高端的新产品销量明显增长，公司向该供应商采购较多的高端烘焙原料，故采购金额及占比增长较为明显
		2019 年度	912.79	1.17%		
		2018 年度	698.83	0.98%		
		2017 年度	493.55	0.91%		

2、报告期内前五大供应商及新增主要供应商的基本情况

报告期内，公司前五名供应商及新增主要供应商的基本情况如下：

序号	供应商名称	成立时间	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	经营范围	股权结构	实际控制人/主要股东	合作历史	是否新增前五名供应
1	临沂新程金锣肉制品集团有限公司	1994 年	29,000 万美元	18,000 万美元	生猪、鸡屠宰；生产经营：肉制品，调味品，蛋制品，速冻食品，食用动物油脂（以上经营项目在许可证核准的范围内经营），食品添加剂，冻鸡蛋液，肝素钠，肠衣，肠皮，硫酸软骨素，工业用油，动物源性饲料，食用油脂制品，胰酶，食用植物油；热电项目经营管理。以下限分公司生产经营：纸箱、食品用聚酯 PET 无汽饮料瓶、食品用复合膜袋。（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，有效期以许可证为准）	罗比特有限公司 100%	明金星	2017 年以前	是
2	广州焙乐道食品有限公司	1995 年	2,113.9796 万美元	913.9796 万美元	商品批发贸易（许可审批类商品除外）；技术进出口；商品信息咨询服务；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；货物进出口（专营专控商品除外）；销售本公司生产的产品（国家法律法规禁止经营的项目除外；涉及许可经营的产品需取得许可证后方可经营）；乳制品零售；预包装食品批发；调味品批发；预包装食品零售；生产预拌粉，食用植物油加工；食品添加剂制造；乳制品批发；其他调味品、发酵制品制造	焙乐道公司 100%	比利时焙乐道集团	2017 年以前	是
3	广州保科力医药保健品进出口有限公司	1985 年	3,000	3,000	化妆品批发；场地租赁（不含仓储）；水果批发；冷冻肉批发；技术进出口；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；货物进出口（专营专控商品除外）；非许可类医疗器械经营；其他仓储业（不含原油、成品油仓储、燃气仓储、危险品仓储）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；蔬菜批发；饲料添加剂	广州纺织工贸企业集团有限公司 100%	广州市国资委	2017 年	是

					批发；生物制品（不含疫苗）批发；乳制品批发；许可类医疗器械经营；西药批发；非酒精饮料、茶叶批发；预包装食品批发；中药材批发；酒类批发；中成药、中药饮片批发				
4	鑫兰食品武汉有限公司	2009 年	500	500	食用油、油脂及其制品、调味品、速冻食品的生产、销售；房屋租赁；日用百货、文具用品、建筑五金批发零售；货物进出口（不含国家禁止或限制进出口的货物）；食品机械设备、塑料制品的制造、销售。（依法须经审批的项目，经相关部门审批后方可开展经营活动）	杨小青 45%；杨干武 45%；杨瑞安 10%	杨小青	2017 年以前	是
5	益海嘉里食品科技有限公司	2019 年	5,000	430	许可项目：食品经营；道路货物运输（不含危险货物）；货物进出口。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；消毒剂销售（不含危险化学品）；厨具卫具及日用杂品批发；卫生用品销售；食品添加剂销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司 100%	无	2017 年以前	是
6	广东白燕粮油实业有限公司	1995 年	5,000	2,201	生产、销售：大米、小麦粉（专用、通用）、食用植物油（全精炼）（分装）；其他粮食加工品（谷物碾磨加工品）；收购粮食（以上项目凭有效许可证经营）；食品专门零售（以上项目凭有效许可证经营）；加工、销售：小麦、稻谷；销售：五金、家用电器、建筑材料、普通机械、金属材料（不含金、银）；经营本企业自产产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务	刘益洲 16.18%；周志伟 16.18%；罗同庆 12.64%；何慧妍 12.3%；梁开藩 12.24%；钟鹏飞 11.66%；何惠玲 5.4%；胡志忠 3.64%；温乾德 3.16%；梁	无	2017 年以前	否

						启邦 3.16%；梁海峰 2.46%；卢冬梅 0.98%			
7	东莞嘉吉粮油有限公司	2006 年	8,640 万美元	8,640 万美元	开发、生产和销售食用植物油及其深加工过程中派生的附属产品、食用油脂制品、工业用油、食品添加剂、蛋白饲料（豆粕）及大豆深加工过程中派生的相关产品和附属产品等（涉限或涉证除外）、食品包装材料，并提供上述产品的市场及技术咨询服务。从事食用植物油、粮食（储备粮除外）、油料和饲料原料的批发、佣金代理（拍卖除外）、仓储服务及其他配套服务（涉及专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）。从事粮食收购业务。从事植物油、饲料原料的进出口；（涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。从事食用油脂制品及工业用油脂制品、烘焙用可可制品、糖浆及糖浆制品、预拌粉、馅料以及食品添加剂的分装、批发、佣金代理（拍卖除外）、进出口、仓储业务及其他配套服务。设立研发机构，从事以上各产品的研究和开发。道路货物专用运输（集装箱，罐式）（凭许可证经营）及道路货物运输罐式容器的清洗服务	嘉吉投资（中国）有限公司 100%	CIHC SINGAPORE PTE.LTD.	2017 年以前	否
8	广东贝瑞克食品有限公司	2012 年	1,100	1,100	批发、零售：预包装食品、乳制品（不含婴幼儿配方乳粉）、食品添加剂	杨绍楠 54.55%；夏友昆 45.45%	杨绍楠	2017 年以前	否
9	东莞市五丰伟业商贸有限公司	2010 年	100	100	批发、零售：预包装食品、日用品、其它化工产品；电子商务咨询服务、网点代展览展示；实业投资；租赁服务；货物进出口	周巧璋 100%	周巧璋	2017 年以前	否
10	广州市达江源食品科技有限公司	2013 年	100	100	预包装食品零售；乳制品批发；乳制品零售；预包装食品批发；蔬菜加工；水果和坚果加工；食品科学技术研究服务；水果批	郭宏女 90%；罗凤英 10%	郭宏女	2017 年以前	否

					发；通用机械设备零售；化工产品批发（危险化学品除外）；技术进出口；道路货物运输代理；日用器皿及日用杂货批发；通用机械设备销售；水果零售；食品添加剂零售；食品添加剂批发；日用杂品综合零售；其他仓储业（不含原油、成品油仓储、燃气仓储、危险品仓储）；货物进出口（专营专控商品除外）；干果、坚果批发；干果、坚果零售；蔬菜批发；蔬菜零售；收购农副产品；谷物、豆及薯类批发；谷物副产品批发				

3、各主要原材料和包装材料前五名供应商情况，向不同供应商采购相同物料的价格

（1）各类原材料供应商的采购情况

1）油脂

油脂前五大供应商采购情况如下：

序号	单位名称	主要采购内容	采购数量（吨）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占油脂采购总额比例
2020 年 1-6 月						
1	东莞嘉吉粮油有限公司	棕榈仁油、大豆油	2,691.16	6.79	1,826.82	26.36%
2	益海嘉里食品科技有限公司	烘焙应用油脂	1,920.80	8.76	1,682.43	24.27%
3	临沂新程金锣肉制品集团有限公司	猪油	809.00	15.05	1,217.50	17.57%
4	阿胡斯卡尔斯油脂（张家港）有限公司	煎炸油、烘焙应用油脂	818.19	9.02	738.13	10.65%
5	东莞市五丰伟业商贸有限公司	棕榈仁油	486.83	7.13	346.90	5.01%
合计			**6,725.98**	**8.64**	**5,811.77**	**83.85%**
2019 年度						
1	东莞嘉吉粮油有限公司	棕榈仁油、大豆油	5,546.64	6.87	3,813.12	26.83%
2	益海嘉里食品科技有限公司	烘焙应用油脂	3,654.72	8.51	3,110.17	21.89%
3	临沂新程金锣肉制品集团有限公司	猪油	2,167.60	10.41	2,256.71	15.88%
4	东莞市五丰伟业商贸有限公司	棕榈仁油	1,581.61	7.77	1,228.79	8.65%
5	南海油脂工业（赤湾）有限公司	大豆油	2,093.86	5.37	1,124.98	7.92%
合计			**15,044.43**	**7.67**	**11,533.77**	**81.16%**
2018 年度						
1	东莞嘉吉粮油有限公司	棕榈仁油、大豆油	4,386.60	8.26	3,621.92	27.21%
2	益海嘉里食品科技有限公司	烘焙应用油脂	2,940.51	8.19	2,408.15	18.09%

3	临沂新程金锣肉制品集团有限公司	猪油	1,749.83	9.13	1,597.66	12.00%
4	东莞市五丰伟业商贸有限公司	棕榈仁油	1,611.36	9.65	1,554.58	11.68%
5	南海油脂工业（赤湾）有限公司	大豆油	1,737.44	5.24	910.88	6.84%
合计			**12,425.73**	**8.12**	**10,093.19**	**75.82%**
2017 年度						
1	东莞嘉吉粮油有限公司	棕榈仁油、大豆油	3,703.32	9.00	3,333.93	28.00%
2	益海嘉里食品科技有限公司	烘焙应用油脂	2,856.51	8.26	2,360.36	19.82%
3	临沂新程金锣肉制品集团有限公司	猪油	1,911.08	9.33	1,783.63	14.98%
4	东莞市五丰伟业商贸有限公司	棕榈仁油	1,259.84	12.53	1,578.81	13.26%
5	中粮东海粮油工业（张家港）有限公司	棕榈仁油	964.13	9.15	882.32	7.41%
合计			**10,694.88**	**9.29**	**9,939.05**	**83.47%**

公司使用的油脂主要包括棕榈仁油、大豆油、猪油、烘焙应用油脂等多个品类，棕榈仁油又可分为棕榈仁油硬脂和棕榈仁油软脂等不同等级的产品，其中大豆油价格明显较低，棕榈仁油硬脂价格较高，而猪油的价格变动趋势受生猪价格的影响，与其他油脂产品价格走势存在一定差异。

报告期内，公司油脂的前五名供应商采购单价存在差异，是与其具体采购的不同细分品种相匹配的。2017 年，东莞市五丰伟业商贸有限公司采购单价高于中粮东海粮油工业（张家港）有限公司，一方面因双方采购具体月份不同而有所差异，另一方面公司向东莞市五丰伟业商贸有限公司采购较多棕榈仁油硬脂，该产品价格较高。2018 年，随着公司新增向东莞市五丰伟业商贸有限公司采购较多棕榈仁油软脂，采购单价有所下降。

2）水果

公司水果原料为冷冻水果，报告期内，公司除采购冷冻水果作为原材料外，还采购部分冷冻水果作为成品直接对外销售，该部分冷冻水果成品也会根据生产部门需求进行生产领用，故以下将冷冻水果采购进行合并计算，公司水果采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

序号	单位名称	主要采购内容	采购数量（吨）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占水果采购总额比例
2020 年 1-6 月						
1	湛江市金珊果业有限公司	芒果、菠萝	952.12	10.02	953.86	33.76%
2	深圳市肯多斯食品有限公司	榴莲	45.64	82.05	374.48	13.25%
3	广州市达江源食品科技有限公司	多种水果	189.41	11.81	223.74	7.92%
4	江苏沃田食品加工有限公司	蓝莓	75.00	21.56	161.70	5.72%
5	青岛沃懋农业发展有限公司	蓝莓、草莓	70.09	15.08	105.73	3.74%
合计			**1,332.26**	**13.66**	**1,819.51**	**64.40%**
2019 年度						
1	湛江市金珊果业有限公司	芒果、菠萝	2,278.68	10.68	2,434.22	30.78%
2	广州市达江源食品科技有限公司	多种水果	815.83	14.82	1,208.79	15.29%
3	广州市人禾食品科技发展有限公司	榴莲	99.09	80.50	797.63	10.09%
4	江苏沃田食品加工有限公司	蓝莓	144.99	21.54	312.30	3.95%
5	青岛沃懋农业发展有限公司	蓝莓、草莓	172.00	17.03	292.86	3.70%
合计			**3,510.59**	**14.37**	**5,045.81**	**63.81%**
2018 年度						
1	广州市达江源食品科技有限公司	多种水果	1,250.28	14.15	1,768.59	28.01%
2	湛江市金珊果业有限公司	芒果、菠萝	1,335.42	7.43	991.66	15.70%
3	上海铂天生物科技有限公司	榴莲	84.28	64.36	542.46	8.59%
4	佳沃（青岛）食品有限公司	蓝莓	162.00	21.29	344.94	5.46%
5	广州田晟园农产品有限公司	草莓、蓝莓	264.08	12.93	341.46	5.41%
合计			**3,096.06**	**12.88**	**3,989.12**	**63.17%**
2017 年度						
1	广州市达江源食品科技有限公司	多种水果	1,732.10	14.38	2,491.40	43.50%

2	湛江市金珊果业有限公司	芒果、菠萝	1,226.98	8.73	1,071.58	18.71%
3	佳沃（青岛）食品有限公司	蓝莓	198.99	21.34	424.70	7.42%
4	烟台康乐达食品有限公司	樱桃	281.01	12.46	350.04	6.11%
5	广州朱氏果业科技有限公司	榴莲	39.31	68.82	270.55	4.72%
合计			**3,478.39**	**13.25**	**4,608.27**	**80.46%**

公司采购的水果品类较多，水果为非标准化原料，不同品类、品质和规格的水果价格均存在差异，芒果和草莓、樱桃、蓝莓、榴莲的价格一般依次上升，不同水果各年间价格的变动也因其具体市场环境不同而略有差异。

上述供应商采购单价与其具体的采购品类相匹配，广州市达江源食品科技有限公司为公司供应多种水果，故其采购价格与公司水果采购均价相接近。

3）糖类

糖类前五大供应商采购情况如下：

序号	单位名称	主要采购内容	采购数量（吨）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占糖类采购总额比例
2020 年度 1-6 月						
1	广东丰硕实业投资有限公司	白糖	1,346.70	5.43	731.29	28.57%
2	东莞市五丰伟业商贸有限公司	白糖、葡萄糖粉	978.18	4.36	426.91	16.68%
3	肇庆焕发生物科技有限公司	淀粉糖浆	1,716.87	2.25	386.89	15.12%
4	秦皇岛骊骅淀粉股份有限公司	葡萄糖粉	930.13	2.79	259.62	10.14%
5	广州双桥股份有限公司	淀粉糖浆	881.52	2.26	199.63	7.80%
合计			**5,853.39**	**3.42**	**2,004.34**	**78.31%**
2019 年度						
1	广东丰硕实业投资有限公司	白糖	3,340.80	5.27	1,761.53	26.68%
2	东莞市五丰伟业商贸有限公司	白糖、葡萄糖粉	2,403.30	3.99	958.16	14.51%
3	肇庆焕发生物科技有限公司	淀粉糖浆	3,407.13	2.35	799.48	12.11%

4	广州双桥股份有限公司	淀粉糖浆	2,632.11	2.38	626.58	9.49%
5	秦皇岛骊骅淀粉股份有限公司	葡萄糖粉	1,859.85	2.76	512.53	7.76%
合计			**13,643.19**	**3.41**	**4,658.28**	**70.54%**
2018 年度						
1	广东丰硕实业投资有限公司	白糖	3,089.65	5.20	1,606.63	24.19%
2	肇庆焕发生物科技有限公司	淀粉糖浆	4,924.60	2.35	1,159.65	17.46%
3	东莞市五丰伟业商贸有限公司	白糖、葡萄糖粉	2,243.53	4.16	932.83	14.04%
4	秦皇岛骊骅淀粉股份有限公司	葡萄糖粉	2,460.00	2.94	722.25	10.87%
5	安琪酵母股份有限公司	防潮糖粉	139.69	34.13	476.79	7.18%
合计			**12,857.46**	**3.81**	**4,898.17**	**73.73%**
2017 年度						
1	东莞市五丰伟业商贸有限公司	白糖、葡萄糖粉	2,497.58	5.37	1,341.60	24.01%
2	广东丰硕实业投资有限公司	白糖	1,310.40	6.00	786.73	14.08%
3	肇庆焕发生物科技有限公司	淀粉糖浆	3,530.72	2.14	757.21	13.55%
4	广州双桥股份有限公司	淀粉糖浆	3,426.42	2.00	686.51	12.29%
5	秦皇岛骊骅淀粉股份有限公司	葡萄糖粉	1,190.03	2.97	352.92	6.32%
合计			**11,955.14**	**3.28**	**3,924.98**	**70.26%**

公司使用的糖类主要包括白糖、葡萄糖粉、淀粉糖浆等不同品类，其中白糖、葡萄糖粉、淀粉糖浆的价格依次下降，白糖又会根据具体等级和细腻度的不同价格有所差异，防潮糖粉主要搭配甜甜圈进行销售，价格明显较高。

报告期内，公司糖类前五大供应商的采购价格与其具体采购内容相匹配，其中肇庆焕发生物科技有限公司和广州双桥股份有限公司均以淀粉糖浆采购为主，故其采购单价较为接近。

4）面粉

面粉前五大供应商采购情况如下：

序	单位名称	主要采购内	采购数量	采购单	采购金额	占面粉采

号		容	（吨）	价（元/千克）	（万元）	购总额比例
2020 年度 1-6 月						
1	广东白燕粮油实业有限公司	多种面粉	5,865.90	3.98	2,332.15	74.47%
2	中粮国际（北京）有限公司浙江分公司	多种面粉	1,155.50	3.54	409.26	13.07%
3	广东金禾面粉有限公司	粉心粉	477.64	3.48	166.37	5.31%
4	佛山市顺衡益供应链管理有限公司	熟糯米粉	131.55	11.34	149.22	4.76%
5	广州市新粤泽生物科技有限公司	披萨专用粉	58.00	5.82	33.74	1.08%
合计			**7,688.59**	**4.02**	**3,090.73**	**98.69%**
2019 年度						
1	广东白燕粮油实业有限公司	多种面粉	11,897.17	3.93	4,673.64	74.88%
2	中粮国际（北京）有限公司浙江分公司	多种面粉	2,264.55	3.62	820.14	13.14%
3	广东金禾面粉有限公司	粉心粉	1,201.98	3.47	417.64	6.69%
4	佛山市顺衡益供应链管理有限公司	熟糯米粉	210.87	9.19	193.70	3.10%
5	江苏南顺食品有限公司	精制面粉	164.00	4.07	66.80	1.07%
合计			**15,738.56**	**3.92**	**6,171.92**	**98.88%**
2018 年度						
1	广东白燕粮油实业有限公司	多种面粉	10,808.11	3.78	4,084.51	78.48%
2	广东金禾面粉有限公司	粉心粉	1,166.74	3.41	398.37	7.65%
3	中粮国际（北京）有限公司浙江分公司	多种面粉	907.28	3.80	344.70	6.62%
4	江苏南顺食品有限公司	精制面粉	557.63	4.13	230.39	4.43%
5	佛山市顺衡益供应链管理有限公司	熟糯米粉	153.12	7.72	118.28	2.27%
合计			**13,592.87**	**3.81**	**5,176.26**	**99.45%**
2017 年度						
1	广东白燕粮油实业有限公司	多种面粉	8,409.53	3.67	3,089.61	83.80%
2	广东金禾面粉有限公司	粉心粉	1,277.70	3.37	430.90	11.69%
3	江苏南顺食品有限公司	精制面粉	168.50	4.28	72.12	1.96%

4	佛山市顺衡益贸易有限公司	熟糯米粉	61.33	7.86	48.22	1.31%
5	东莞市合喜烘焙服务有限公司	熟糯米粉	39.63	7.51	29.75	0.81%
合计			**9,956.69**	**3.69**	**3,670.60**	**99.55%**

公司采购的面粉主要为各类冷冻烘焙食品制作的专用面粉，包括面包粉、糕点粉、粉心粉、熟糯米粉等多个品类，其中粉心粉价格相对较低，熟糯米粉主要为进口产品，价格相对较高。

广东白燕粮油实业有限公司是公司最大的面粉供应商，报告期内其采购价格较为稳定。2017 年，佛山市顺衡益贸易有限公司和东莞市合喜烘焙服务有限公司均主要向公司供应熟糯米粉，其采购单价不存在明显差异。

5）乳制品

乳制品前五大供应商采购情况如下：

序号	单位名称	主要采购内容	采购数量（吨）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占乳制品采购总额比例
2020 年 1-6 月						
1	中山市正好贸易有限公司	黄油、全脂奶粉	188.48	35.38	666.89	32.59%
2	广州爱普食品科技有限公司	多种乳制品	107.70	33.03	355.71	17.38%
3	广东贝瑞克食品有限公司	多种乳制品	127.18	25.56	325.10	15.89%
4	上海鸿权进出口有限公司	黄油、全脂奶粉	92.27	34.18	315.36	15.41%
5	北京大商食品科技有限公司	无水奶油	46.98	37.93	178.22	8.71%
合计			**562.61**	**32.73**	**1,841.28**	**89.99%**
2019 年度						
1	广州爱普食品科技有限公司	多种乳制品	498.00	33.10	1,648.46	36.84%
2	广东贝瑞克食品有限公司	多种乳制品	326.87	29.98	980.00	21.90%
3	中山市正好贸易有限公司	黄油	226.00	37.97	858.12	19.18%
4	上海鸿权进出口有限公司	黄油、切达奶酪	155.91	42.02	655.11	14.64%
5	北京大商食品科技有限公	无水奶油	23.04	40.68	93.73	2.09%

	司					
合计			**1,229.81**	**34.44**	**4,235.41**	**94.66%**
2018 年度						
1	广东贝瑞克食品有限公司	多种乳制品	565.43	36.59	2,069.18	43.02%
2	广州爱普食品科技有限公司	多种乳制品	520.81	37.91	1,974.39	41.05%
3	佛山市顺衡益供应链管理有限公司	奶酪、黄油	118.58	33.45	396.66	8.25%
4	东莞市馨华食品实业有限公司	美奶滋	21.00	50.63	106.32	2.21%
5	广州康酪丰贸易有限公司	牛奶	107.12	6.25	66.98	1.39%
合计			**1,332.94**	**34.61**	**4,613.53**	**95.92%**
2017 年度						
1	广东贝瑞克食品有限公司	多种乳制品	523.77	43.14	2,259.73	59.23%
2	佛山市顺衡益贸易有限公司	奶酪、黄油	231.86	34.71	804.70	21.09%
3	广州爱普食品科技有限公司	多种乳制品	82.31	44.33	364.88	9.56%
4	广州安得利福斯食品有限公司	奶酪、黄油	28.09	32.02	89.96	2.36%
5	西诺迪斯食品（上海）有限公司	稀奶油	21.68	29.49	63.92	1.68%
合计			**887.71**	**40.36**	**3,583.19**	**93.92%**

公司使用的主要乳制品包括黄油、奶酪、稀奶油、牛奶等多个品类，其中黄油的价格最高，奶酪和稀奶油的价格居中，牛奶价格则明显较低。切达奶酪、无水奶油和美奶滋价格也相对较高，公司使用量不大。

报告期内，公司乳制品前五大供应商中，广州爱普食品科技有限公司和广东贝瑞克食品有限公司向公司供应多种乳制品，其采购均价较为接近；佛山市顺衡益贸易有限公司和广州安得利福斯食品有限公司主要供应奶酪和黄油，其采购价格也无明显差异。

（2）各类包装材料前五大供应商

报告期内，公司使用的包装材料主要包括纸箱、纸盒、泡沫箱、塑料罐、挞杯等，纸箱用于公司所有产品的外包装；纸盒主要是屋顶型纸盒，用于公司 1 升装奶油的内包装；由于冷冻烘焙食品对存储温度较为严苛，冷冻烘焙食品还需要

使用泡沫箱与纸箱进行搭配或保温箱来保持产品温度；塑料罐则主要用于公司水果制品的内包装；挞杯主要为铝箔材质，作为单个蛋挞烘焙时的托盘。由于公司产品品类及规格较多，各类包装材料的具体规格大小、厚度、印刷复杂度有所不同，不同规格不同指标的同类包材价格也会存在明显差异。各类包装材料的前五名供应商及具体的采购情况如下：

1）纸箱

纸箱前五大供应商采购情况如下：

序号	单位名称	采购数量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	占纸箱采购总额比例
2020 年 1-6 月					
1	长兴鑫普包装材料有限公司	103.68	6.00	622.42	31.37%
2	广州市群利纸箱制品有限公司	132.21	2.84	375.08	18.91%
3	广州市毅恒纸制品有限公司	70.90	4.77	338.43	17.06%
4	斯默菲石东包装（东莞）有限公司	99.86	2.61	260.72	13.14%
5	佛山市南海区鼎润纸品包装有限公司	39.56	5.89	232.82	11.74%
合计		**446.21**	**4.10**	**1,829.47**	**92.22%**
2019 年度					
1	长兴鑫普包装材料有限公司	207.58	6.10	1,266.42	29.68%
2	广州市群利纸箱制品有限公司	275.95	2.73	752.16	17.63%
3	广州市毅恒纸制品有限公司	170.01	4.24	721.09	16.90%
4	斯默菲石东包装（东莞）有限公司	217.54	2.76	599.74	14.06%
5	北京华仕纳纸制品有限公司	33.02	7.38	243.62	5.71%
合计		**904.09**	**3.96**	**3,583.03**	**83.98%**
2018 年度					
1	广州市毅恒纸制品有限公司	186.20	4.06	755.24	19.82%
2	斯默菲石东包装（东莞）有限公司	207.83	3.29	682.93	17.92%
3	长兴鑫普包装材料有限公司	119.81	5.29	633.70	16.63%
4	广州市群利纸箱制品有限公司	173.08	3.25	562.98	14.77%
5	广州佳宜纸品有限公司	135.29	3.09	418.67	10.98%
合计		**822.21**	**3.71**	**3,053.52**	**80.12%**

2017 年度					
1	斯默菲石东包装（东莞）有限公司	225.71	3.07	692.22	25.11%
2	广州市毅恒纸制品有限公司	170.83	4.07	695.15	25.22%
3	有余包装（东莞）有限公司	97.36	3.98	387.84	14.07%
4	广州市毅美纸品有限公司	41.74	6.01	250.96	9.10%
5	广州市群利纸箱制品有限公司	81.49	2.98	242.79	8.81%
合计		**617.13**	**3.68**	**2,268.96**	**82.31%**

公司所有产品均需要使用纸箱，但是不同产品外包装规格大小不同，需要使用的材质也有所差异，因此向不同供应商的采购价格也不尽相同。报告期内，公司部分供应商的纸箱采购价格有所上涨，主要是 2018 年下半年，公司对冷冻烘焙食品使用的纸箱进行升级，通过使用价格较高的保温纸箱，减少对泡沫箱的使用，降低外包装总成本。

2）纸盒

纸盒前五大供应商采购情况如下：

序号	单位名称	采购数量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	占纸盒采购总额比例
2020 年 1-6 月					
1	济南泉华包装制品有限公司	1,053.33	0.48	506.58	68.57%
2	广州高晖包装材料有限公司	50.51	1.58	79.58	10.77%
3	东莞市美旺印刷有限公司	30.23	1.79	54.03	7.31%
4	鹤山市恒昇纸制品有限公司	22.07	2.04	45.05	6.10%
5	广州墨农彩色印务有限公司	31.08	1.36	42.28	5.72%
合计		**1,187.22**	**0.61**	**727.52**	**98.47%**
2019 年度					
1	济南泉华包装制品有限公司	2,944.15	0.49	1,449.79	74.58%
2	鹤山市恒昇纸制品有限公司	94.72	2.14	202.32	10.41%
3	东莞市美旺印刷有限公司	70.79	1.74	123.46	6.35%
4	广州墨农彩色印务有限公司	44.06	1.91	84.20	4.33%
5	广州高晖包装材料有限公司	37.81	1.57	59.23	3.05%
合计		**3,191.53**	**0.60**	**1,918.99**	**98.72%**
2018 年度					

1	济南泉华包装制品有限公司	3,112.34	0.49	1,531.75	76.83%
2	江苏海惠沃特包装有限公司	208.69	0.89	185.68	9.31%
3	广州墨农彩色印务有限公司	57.51	1.95	112.20	5.63%
4	广州市广彩印刷有限公司	16.73	2.60	43.52	2.18%
5	广州市天河新侨友印刷厂	12.34	2.36	29.17	1.46%
合计		**3,407.61**	**0.56**	**1,902.32**	**95.41%**
2017 年度					
1	济南泉华包装制品有限公司	2,529.73	0.49	1,234.99	75.60%
2	广州墨农彩色印务有限公司	40.47	2.77	112.02	6.86%
3	广州市毅美纸品有限公司	217.53	0.34	74.46	4.56%
4	广州美院彩印包装有限公司	172.14	0.35	59.48	3.64%
5	广州市广彩印刷有限公司	15.33	2.79	42.75	2.62%
合计		**2,975.20**	**0.51**	**1,523.70**	**93.28%**

公司纸盒产品主要用于 1 升奶油的内包装，此外还有少量用作蛋糕纸盒、蛋挞纸盒、巧克力休闲食品纸盒等，不同纸盒采购价格根据其大小、彩印复杂度不同而有所差异。

3）泡沫箱

泡沫箱前五大供应商采购情况如下：

序号	单位名称	采购数量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	占泡沫箱采购总额比例
2020 年 1-6 月					
1	佛山市顺德区瀛威塑料制品有限公司	42.23	4.09	172.90	83.19%
2	长兴华巡塑料制品有限公司	6.84	3.79	25.91	12.46%
3	清远市佳利乐包装有限公司	2.46	3.36	8.26	3.98%
4	清远市新恒发包装材料制造有限公司	0.25	2.49	0.63	0.30%
5	斯默菲石东包装（东莞）有限公司	0.05	3.35	0.15	0.07%
合计		**51.83**	**4.01**	**207.85**	**100.00%**
2019 年度					
1	佛山市顺德区瀛威塑料制品有限公司	198.31	4.00	792.43	82.10%
2	长兴华巡塑料制品有限公司	45.23	3.49	157.89	16.36%

3	清远市佳利乐包装有限公司	2.55	5.64	14.37	1.49%
4	清远市新恒发包装材料制造有限公司	0.17	2.74	0.46	0.05%
合计		**246.25**	**3.92**	**965.14**	**100.00%**
2018 年度					
1	佛山市顺德区瀛威塑料制品有限公司	256.50	4.25	1,089.99	72.17%
2	湖州海亿包装制品有限公司	51.56	5.16	266.25	17.63%
3	长兴华巡塑料制品有限公司	29.27	4.31	126.14	8.35%
4	清远市佳利乐包装有限公司	3.74	4.16	15.57	1.03%
5	惠州市广润环保科技有限公司	1.05	10.53	11.09	0.73%
合计		**342.13**	**4.41**	**1,509.04**	**99.91%**
2017 年度					
1	佛山市顺德区瀛威塑料制品有限公司	310.50	4.22	1,310.80	93.86%
2	湖州海亿包装制品有限公司	10.29	6.05	62.28	4.46%
3	惠州市广润环保科技有限公司	1.25	9.55	11.96	0.86%
4	广州市广润包装制品有限公司	0.85	11.14	9.43	0.68%
5	清远市佳利乐包装有限公司	0.77	2.68	2.05	0.15%
合计		**323.66**	**4.31**	**1,396.53**	**100.00%**

公司采购的泡沫箱主要用于冷冻烘焙食品的保温，佛山市顺德区瀛威塑料制品有限公司、长兴华巡塑料制品有限公司、湖州海亿包装制品有限公司为公司泡沫箱的主要供应商，其采购价格根据泡沫箱规格大小比例不同而略有差异。其余泡沫箱供应商为公司根据需求进行少量试采购，非标准产品，单价不具备可比性。

4）塑料罐

塑料罐前五大供应商采购情况如下：

序号	单位名称	采购数量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	占塑料罐采购总额比例
2020 年 1-6 月					
1	佛山市顺德区百景实业有限公司	108.86	2.05	222.70	42.03%
2	佛山市南海新宝德塑料有限公司	78.72	1.70	134.14	25.32%
3	佛山市炜兴塑料包装有限公司	22.66	2.58	58.51	11.04%

4	中山汇丰医用包装科技有限公司	33.67	1.59	53.62	10.12%
5	广东长兴珀莱斯特科技有限公司	14.80	2.47	36.55	6.90%
合计		**258.71**	**1.95**	**505.52**	**95.41%**
2019 年度					
1	佛山市顺德区百景实业有限公司	403.99	2.09	845.85	52.55%
2	佛山市南海新宝德塑料有限公司	233.14	1.85	432.13	26.85%
3	佛山市炜兴塑料包装有限公司	50.87	2.66	135.47	8.42%
4	广东长兴珀莱斯特科技有限公司	32.25	2.55	82.11	5.10%
5	佛山市南海区启嵘塑料实业有限公司	20.32	2.53	51.43	3.19%
合计		**740.57**	**2.09**	**1,546.99**	**96.11%**
2018 年度					
1	佛山市顺德区百景实业有限公司	351.35	2.06	723.30	49.36%
2	佛山市南海新宝德塑料有限公司	152.39	1.76	268.43	18.32%
3	珠海市利民环保科技有限公司	101.69	2.27	230.42	15.73%
4	佛山市炜兴塑料包装有限公司	41.14	3.17	130.51	8.91%
5	佛山市南海区启嵘塑料实业有限公司	19.32	2.59	49.96	3.41%
合计		**665.88**	**2.11**	**1,402.61**	**95.73%**
2017 年度					
1	佛山市顺德区百景实业有限公司	316.12	2.19	692.32	50.26%
2	珠海市利民环保科技有限公司	139.52	2.20	307.53	22.33%
3	佛山市南海新宝德塑料有限公司	98.66	1.69	166.96	12.12%
4	佛山市炜兴塑料包装有限公司	20.47	3.77	77.08	5.60%
5	佛山市南海区启嵘塑料实业有限公司	22.80	2.71	61.70	4.48%
合计		**597.56**	**2.18**	**1,305.59**	**94.78%**

公司包装材料中的塑料罐主要用于水果制品，水果制品主要有 1.36 千克、

2.6 千克、3 千克、5 千克等不同规格，因此不同规格的塑料罐对应的单价有所差异，相应供应商采购单价差异与其对应采购塑料罐的规格相匹配。

5）挞杯

挞杯前五大供应商采购情况如下：

序号	单位名称	采购数量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	占挞杯采购总额比例
2020 年 1-6 月					
1	佛山市炜兴塑料包装有限公司	18,807.50	0.0164	309.22	41.70%
2	长兴妙妙哉铝箔有限公司	14,653.00	0.0165	241.23	32.54%
3	广州市益泰铝箔制品有限公司	9,894.50	0.0193	191.00	25.76%
合计		**43,355.00**	**0.0171**	**741.45**	**100.00%**
2019 年度					
1	佛山市炜兴塑料包装有限公司	32,627.40	0.016	527.60	37.36%
2	长兴妙妙哉铝箔有限公司	25,668.00	0.015	383.13	27.13%
3	广州市益泰铝箔制品有限公司	16,825.00	0.020	336.80	23.85%
4	广州市恒扬金属制品有限公司	6,606.30	0.014	92.48	6.55%
5	广州市亚铭铝箔制品有限公司	3,884.00	0.019	72.25	5.12%
合计		**85,610.70**	**0.017**	**1,412.26**	**100.00%**
2018 年度					
1	广州市恒扬金属制品有限公司	27,788.10	0.014	394.70	32.77%
2	广州市亚铭铝箔制品有限公司	19,701.00	0.020	386.49	32.09%
3	佛山市炜兴塑料包装有限公司	19,577.00	0.017	332.38	27.60%
4	长兴妙妙哉铝箔有限公司	5,968.00	0.015	90.89	7.55%
合计		**73,034.10**	**0.017**	**1,204.46**	**100.00%**
2017 年度					
1	广州市恒扬金属制品有限公司	38,809.26	0.016	603.99	51.81%
2	广州市亚铭铝箔制品有限公司	26,406.93	0.020	518.31	44.46%
3	佛山市炜兴塑料包装有限公司	2,703.50	0.016	43.44	3.73%
合计		**67,919.68**	**0.017**	**1,165.74**	**100.00%**

报告期内，公司挞杯根据挞皮大小的不同价格也有所差异，从 0.01 元/个到 0.02 元/个不等，上述供应商向公司提供不同挞杯的比例不同，因此单个供应商的采购单价有所差异，报告期内，公司挞杯采购的总体单价保持稳定。

（3）向不同供应商采购相同物料的价格差异情况

公司建立了完善的供应商体系，在采购下单时进行充分的询价比对，择优选择供应商。对于存在多个供应商的物料，在不同供应商中采购价格不存在显著差异。

（三）食品添加剂使用情况

食品添加剂在食品工业发展中发挥着重要作用，公司在产品中也使用部分添加剂，例如，在奶油产品中使用合适的乳化剂，能够提高奶油乳浊体系的稳定性，使奶油操作性和打发性更佳；在冷冻烘焙食品中使用合适的酶制剂，能够减少冷冻导致的产品水分流失。恰当且符合国家规定的食品添加剂的使用，是构成公司产品配方优势和核心竞争力的重要组成部分。

报告期内，公司主要产品使用的食品添加剂种类如下：

产品名称	食品添加剂功能类别
奶油	乳化剂、稳定剂、增稠剂、着色剂、食品用香料
水果制品	稳定剂、增稠剂、着色剂、甜味剂、酸度调节剂、抗氧化剂、防腐剂
冷冻烘焙食品	乳化剂、稳定剂、酶制剂、水分保持剂、酸度调节剂、抗氧化剂、抗结剂、膨松剂、着色剂
酱料	乳化剂、稳定剂、增稠剂、增味剂、甜味剂、着色剂、水分保持剂、酸度调节剂、抗洁剂、抗氧化剂、防腐剂

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》，公司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，部分限制添加的食品添加剂具体如下：

产品名称	食品添加剂功能类别	食品添加剂名称
奶油	乳化剂	聚甘油脂肪酸酯、蔗糖脂肪酸酯、山梨醇酐单硬脂酸酯、硬脂酰乳酸钠、吐温 60
	稳定剂	磷酸氢二钠、磷酸三钠、六偏磷酸钠
水果制品	甜味剂	甜菊糖苷、三氯蔗糖（蔗糖素）、甜蜜素、乙酰磺胺酸钾（安赛蜜）
	酸度调节剂	六偏磷酸钠、三聚磷酸钠
	着色剂	柠檬黄、日落黄、苋菜红、胭脂红、诱惑红、亮蓝、二氧化钛、焦糖色
	抗氧化剂	亚硫酸钠、茶多酚
	防腐剂	山梨酸钾

	稳定剂	乙二胺四乙酸二钠
冷冻烘焙食品	着色剂	β-胡萝卜素
	乳化剂	双乙酰酒石酸单双甘油酯
	抗结剂、膨松剂、水分保持剂、稳定剂、酸度调节剂	焦磷酸二氢二钠、磷酸二氢钙
酱料	甜味剂	三氯蔗糖、甜菊糖苷
	着色剂	胭脂虫红、β-胡萝卜素、柠檬黄、栀子黄、栀子蓝
	抗氧化剂	茶多酚、迷迭香提取物
	防腐剂	山梨酸钾、纳他霉素、乙二胺四乙酸二钠、乳酸链球菌素
	乳化剂、稳定剂、增稠剂、抗洁剂	聚甘油脂肪酸酯
	乳化剂	蔗糖脂肪酸酯

报告期内，公司上述限制添加的食品添加剂的使用严格按照相关法律法规、国家或行业标准的要求执行，不存在违规超量添加食品添加剂的行为。报告期内，公司不存在因违规使用食品添加剂受到相关部门行政处罚的情形。

报告期内，公司通过向生产商或贸易商采购添加剂及其他辅料，公司要求生产商需具备《食品生产许可证》，食品添加剂生产商还需在产品名称中注明食品添加剂；贸易商则需具备《食品经营许可证》；对于进口食品添加剂，公司还要求提供出入境检验检疫相关证明文件。报告期内，公司食品添加剂相关供应商均满足法定资质和条件。

六、发行人主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产情况

1、固定资产总体情况

截至 2020 年 6 月底，公司固定资产账面原值为 35,705.69 万元，账面净值为 26,464.73 万元，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	固定资产原值	累计折旧	固定资产净值	成新率
房屋建筑物	8,274.12	1,111.02	7,163.10	86.57%
机器设备	23,107.42	6,300.03	16,807.39	72.74%
电子设备	1,479.73	472.18	1,007.54	68.09%
运输设备	1,331.40	615.46	715.94	53.77%

其他设备	1,513.02	742.26	770.76	50.94%
合计	**35,705.69**	**9,240.95**	**26,464.73**	**74.12%**

2、房屋建筑物

截止本招股说明书签署日，公司拥有的房屋建筑物情况如下：

序号	产权人	房屋建筑物坐落	取得方式	建筑面积（平方米）	用途	产权证号	他项权利
1	立高食品	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号 F1	作价入股	1,464.39	综合楼	粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号	抵押
2	立高食品	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号 F2	作价入股	4,561.35	车间	粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号	抵押
3	立高食品	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号 F3	作价入股	7,596.62	车间	粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	抵押
4	立高食品	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号 F4	作价入股	1,771.59	办公楼	粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号	抵押
5	立高食品	增城区石滩镇石顺大道 342 号（仓库）	自建	400.00	仓库	粤（2018）广州市不动产权第 10212825 号	无
6	立高食品	增城区石滩镇石顺大道 342 号（仓库 C2）	自建	287.19	仓库	粤（2018）广州市不动产权第 10212821 号	无
7	立高食品	增城区石滩镇石顺大道 342 号（厂房 B1）	自建	1,580.80	厂房	粤（2018）广州市不动产权第 10212828 号	无
8	立高食品	增城区石滩镇石顺大道 342 号（厂房 B2）	自建	400.00	厂房	粤（2018）广州市不动产权第 10212823 号	无
9	立高食品	增城区石滩镇石顺大道 342 号（宿舍 D1）	自建	678.00	宿舍	粤（2018）广州市不动产权第 10214026 号	无
10	立高食品	增城区石滩镇石顺大道 342 号（宿舍 D2）	自建	338.36	宿舍	粤（2018）广州市不动产权第 10214027 号	无
11	浙江奥昆	长兴县太湖街道莘桥路 158 号	购买	19,407.95	工业	浙（2020）长兴县不动产权第 0006266 号	抵押

（1）瑕疵房屋建筑物情况

公司存在部分房屋建筑物未取得权属证书的情况，具体如下：

序号	房屋所有人	房屋坐落	建筑面积（平方米）	用途	瑕疵情况
1	立高食品	增城区石滩镇石顺大道 342 号	816.00	仓库	已取得建设工程规划许可，未办理建设工程施工许可
2	立高食品	增城区石滩镇石顺大道 342 号	900.00	仓库	未办理建设工程规划许可
3	浙江奥昆	长兴县太湖街道莘桥路 158 号	145.96	配电房	购买取得，取得时无产权证书，补办权属证书中
4	浙江奥昆	长兴县太湖街道莘桥路 158 号	31.59	传达室	
合计			**1,893.55**	-	-

1）位于增城区石滩镇石顺大道342号的瑕疵建筑物情况

上表第1-2项房屋建筑物位增城分公司厂区内，2005年开工建设，因公司当时相关经办人员对报建手续有关政策的不了解，超期申请办理报建手续未获批准进而导致公司目前无法补办产权证书。相关房屋建筑物无法补办产权证之事项不会对公司的生产经营产生重大不利影响，不会构成公司本次发行的实质性障碍，具体理由如下：

①相关房屋建筑物用于仓库使用，若因产权问题导致公司无法继续使用的，公司可在同宗土地上改建其他已取得产权证之房屋作仓库使用。增城分公司位于增城区石滩镇工业区内，即使另行寻找替代性物业亦较为便利且搬迁成本可控，不会对公司的生产经营产生重大不利影响。此外，公司募投项目之“三水生产基地扩建项目”规划有冷冻仓库，公司计划未来增城分公司厂区相关产线搬迁至三水生产基地，募投投资的仓库能够满足相关产线搬迁带来的产品仓储需求。

②针对相关房屋建筑物产权瑕疵问题，广州市增城区石滩镇人民政府已于2019年3月1日出具《证明》，上述房屋建筑物“未纳入政府拆除范围，在未来五年内政府亦无拆除计划，立高食品可按现状继续使用该等房屋建筑物。鉴于该等房屋建筑物所占土地已由立高食品依法取得土地使用权证，且未改变证载土地用途，该等房屋建筑物的建设及使用不存在对社会公共利益造成重大损害的情形，对于立高食品建设及使用该等房屋建筑物的行为，我单位不予行政处罚”。广州

市增城区城市管理和综合执法局已于2020年3月13日出具《证明》，“充分认可广州市增城区石滩镇人民政府于2019年3月1日作出的处理意见”。

③公司实际控制人已出具承诺，未来若因该等房屋产权瑕疵问题导致公司无法继续使用有关房屋并因此产生损失的（该等损失包括但不限于行政处罚款、拆除费用、搬迁费用以及因搬迁影响公司正常生产经营产生的损失等），将由实际控制人全额承担。

综上，尽管公司无法补办前述瑕疵房屋建筑物的产权证书，但相关房屋建筑物占公司自有房产面积的比例为4.25%，占比较小，公司制定了同宗土地上改建仓库、寻找替代性物业以及未来相关产线搬迁至三水生产基地等无法使用状态下的替代性方案，另外，实际控制人已针对产权瑕疵问题出具承担相关损失的承诺。因此，相关房屋建筑物无法取得产权证之事项不会对公司的生产经营产生重大不利影响，不会对公司本次发行造成实质性障碍。

2）位于长兴县太湖街道莘桥路158号瑕疵建筑物情况

上表第3-4项房屋建筑物位于浙江奥昆厂区内，浙江奥昆2018年11月通过公开拍卖方式取得了位于浙江长兴的土地使用权及相关地上建筑物，其中即包括相关瑕疵房屋建筑物。2020年7月15日，浙江奥昆已经向长兴经济技术开发区管理委员会递交实测图、房屋安全质量鉴定报告等补办产权证书的申请文件，并于2020年8月11日获得受理。

长兴经济技术开发区管理委员会已于2020年1月2日出具《证明》，证明上表第3-4项房屋“不属于违法建筑，但因历史遗留原因自建成后一直未能办理产权证书。截至目前，该等房屋建筑物产权证书补办手续正在完善中，不存在必须依法拆除的情形，我单位未将该等房屋建筑物纳入拆除范围，在未来亦无拆除计划，浙江奥昆可按现状继续使用该等房屋建筑物。就该等房屋建筑物未办理产权证书以及浙江奥昆继续使用事宜，浙江奥昆不存在违法违规的情形，不会因此受到行政处罚。”公司实际控制人已出具承诺，未来若因房屋产权瑕疵问题导致浙江奥昆无法继续使用有关房屋并因此产生损失的（该等损失包括但不限于行政处罚款、拆除费用、搬迁费用以及因搬迁影响发行人正常生产经营产生的损失等），将由实际控制人全额承担。

尽管公司目前尚未取得上述瑕疵房屋建筑物的产权证书，但公司补办产权证书的相关申请文件已获得受理，且上述瑕疵房屋建筑物占公司自有房产面积的比例为 0.44%，占比较小，另外，实际控制人已针对产权瑕疵问题出具承担相关损失的承诺。因此，相关房屋建筑物未取得产权证之事项不会对公司的生产经营产生重大不利影响，不会对公司本次发行造成实质性障碍。

（2）抵押房屋建筑物情况

截止本招股说明书签署日，公司及浙江奥昆名下5处不动产存在抵押的情况，主要情况如下：

产权人	产权证号	土地面积（平方米）	建筑物面积（平方米）	建筑物用途	抵押原因、期限及资金用途
立高食品	粤（2019）佛三不动产权第0015781号	51,692.60	1,464.39	综合楼	1、公司将该四处不动产提供抵押，为其与中国银行广州增城支行在2017.1.1-2023.12.31期间确定的债权提供最高额分别为7,000和万元9,000万元的抵押担保。 2、截至本招股说明书签署日，该项抵押所对应之主债权均已履行完毕，公司与中国银行广州增城支行未产生实质债务关系。 中国银行广州增城支行2020年9月15日出具的说明确认，公司与中国银行广州增城支行不存在债权债务关系，亦不存在需要公司承担担保责任的情形。
	粤（2019）佛三不动产权第0015782号		4,561.35	车间	
	粤（2019）佛三不动产权第0015785号		7,596.62	车间	
	粤（2019）佛三不动产权第0015787号		1,771.59	办公楼	
浙江奥昆	浙（2020）长兴县不动产权第0006266号	35,207.00	19,407.95	厂房	1、浙江奥昆以该处不动产提供抵押，为其与浙江长兴农村商业银行股份有限公司在2020.4.22-2025.4.21期间的债权提供最高额为4,740万元的抵押担保。 2、公司与浙江长兴农村商业银行股份有限公司于2020年6月19日签署了《流动资金借款合同》，申请银行贷款3,000万元，贷款主要用于购买甜甜圈、蛋挞等原料。

上述房产为公司生产经营性房产，对公司的生产经营具有重要作用。

公司拥有较强的偿债能力，截止2020年6月末公司的资产负债率（合并）、流动比率、速动比率等指标分别为34.79%、1.66倍和1.16倍，2020年1-6月利息保障倍数为114.97倍。

公司由前述不动产抵押所形成的有息负债规模不高，截止2020年6月末，前述银行贷款余额为3,003.26万元，借款期限超过1年，而同期末公司账面货币资金达到16,409.64万元，且公司拥有较强的盈利能力，具备偿还相关贷款的能力，因此，正常情况下，短期内公司不会出现因未能及时偿付贷款而导致所抵押的不动产权属发生变动，进而对公司生产经营造成重大不利影响的情形。

3、房产租赁

截止本招股说明书签署日，公司及分、子公司对外租赁房产的情况如下：

（1）生产经营房产

序号	承租人	出租人	用途	面积（平方米）	地址	租赁期限	是否有权属证明
1	立高食品	广东玉都房地产开发有限公司	办公	1,639.40	广州市白云区云城东路 563 号 5 楼 1-7 号	2018.01.01-2022.12.31	是
2			商铺	115.57	广州市白云区云城东路 569 号首层 109、110 号	2018.12.01-2023.11.30	是
3	增城分公司	广州市增城长鸿鞋材厂（普通合伙）	仓库	1,584.00	广州市增城区石滩镇石滩大道北 1 号 2 幢（厂房 A-2）一楼	2020.04.15-2021.04.14	是
4			仓库	753.80	广州市增城区石滩镇石滩大道北 1 号 2 幢（厂房 A-2）三楼	2020.08.01-2021.04.30	是
5	佛山分公司	佛山市永富天物业有限公司	仓库	2,376.00	佛山市三水中心科技 工业区芦苞园 D 区 30 号之一（F5）	2019.09.19-2021.09.18	是
6	广州奥昆	广州市番禺创信鞋业有限公司	厂房	6,508.29	广州市南沙区榄核镇榄核大道 21 号 PSE、PSF 厂房	2020.04.10-2024.04.09	是
7	广州奥昆	何兆宁	办公楼	1,233.54	广州市南沙区万祥横街 3 号自编三栋（7 号车间）101、201	2020.01.01-2020.12.31	是

序号	承租人	出租人	用途	面积（平方米）	地址	租赁期限	是否有权属证明
8	广州昊道	何兆宁	办公楼	616.70	广州市南沙区万祥横街 3 号自编三栋（7 号车间）301	2020.01.01-2020.12.31	是
9	广州奥昆		车间	7,048.27	广州市南沙区万祥横街 3 号自编五栋（1 号车间）	2020.01.01-2020.12.31	是
10	广州奥昆		研发楼	551.34	广州市南沙区万祥横街 3 号自编二栋（8 号员工宿舍、饭堂）101、301	2020.01.01-2020.12.31	是
11	广州昊道		研发楼	275.60	广州市南沙区万祥横街 3 号自编二栋（8 号员工宿舍、饭堂）201	2020.01.01-2020.12.31	是
12	广州奥昆		员工宿舍、饭堂	1,345.10	广州市南沙区万祥横街 3 号自编一栋（3 号员工宿舍、饭堂）	2020.01.01-2020.12.31	是
13	广州奥昆		车间	1,974.74	广州市南沙区万祥横街 3 号自编四栋（2 号车间）201、301	2020.01.01-2020.12.31	是
14	广州昊道		车间	1,974.74	广州市南沙区万祥横街 3 号自编四栋（2 号车间）101、401	2020.01.01-2020.12.31	是
15	广州奥昆		电房	65.50	南沙区万祥横街 3 号自编六栋（5 号电房）	2020.01.01-2020.12.31	是
16	广州奥昆		仓库	768.00	广州市南沙区万祥横街 3 号	2020.01.01-2021.9.30	否
17	广州奥昆		仓库	572.00	广州市南沙区万祥横街 3 号	2020.01.01-2021.9.30	否
18	广州奥昆	广州市南沙区榄核伟恒夹板厂	仓库	1,247.59	广州市南沙区榄核镇星海路 9 号 101 房	2020.04.23-2022.04.30	是

序号	承租人	出租人	用途	面积（平方米）	地址	租赁期限	是否有权属证明
19	广州昊道	广州市南沙区榄核伟恒夹板厂	仓库	1,150.00	广州市南沙区榄核镇星海路 9 号 102 房	2020.04.23-2022.04.30	是
20	浙江奥昆	浙江中辉汽车零部件有限公司	仓库	3,714.36	长兴经济开发区经三路东侧中央大道北侧	2020.09.03-2022.09.02	是

公司租赁生产经营用物业中，第 1-2 项物业即广州市白云区宏鼎大厦尚在办理产权证书，根据其土地使用权证书、相关报建审批文件、竣工验收备案表，该物业权属不存在法律瑕疵。其中，第 1 项物业核准用途为商业，出租方按办公用途出租予公司使用，存在规划用途与实际用途不一致的情形。根据租赁合同的约定，若有关政府部门认为该处房屋不能用于办公而导致公司无法继续使用的，公司可解除租赁合同且无需承担责任，且该处房屋地处广州市白云区中心商业城区，周边可选择的替代性物业资源较为丰富，不会对公司的生产经营产生重大不利影响。

上述第 16-17 项为广州奥昆租赁的两处无证房产，共 1,340.00 平方米，用途均为仓库，是生产辅助建筑。2019 年 10 月，广州市南沙区榄核镇人民政府出具《证明》：“经查阅政府相关工作计划，该房屋建筑物未纳入拆除范围。该等房屋建筑物所占土地已由榄核义有制品厂依法取得土地使用权证，且未改变证载土地用途。经查，对于上述房屋建筑物的建设与使用，暂未发现有过有我单位行政处罚记录。”

（2）员工宿舍

序号	承租人	出租人	用途	面积(平方米)	地址	租赁期限	是否有权属证明
1	立高食品	熊敏、汪朝华	员工宿舍	138.40	成都市锦江区锦华路二段 36 号 27 幢 2 单元 10 楼 18 号	2019.08.31-2022.09.01	是
2	立高食品	卢泽武	员工宿舍	141.29	汕头市金平区鮀中路 5 号 1 幢 803 号房	2020.04.01-2022.03.30	是
3	立高食品	汪三玲	员工宿舍	95.38	太原市五龙口街 85 号 9 幢 4 单元 11 层 1102 号	2019.07.01-2021.06.30	是

序号	承租人	出租人	用途	面积（平方米）	地址	租赁期限	是否有权属证明
4	立高食品	马云海	员工宿舍	67.20	兰州市七里河区西园街道上西园 472 号第 2 单元 502 室	2020.06.01-2021.06.01	是
5	立高食品	刘起友	员工宿舍	81.60	齐齐哈尔市铁锋区清馨雅居棚改小区 7 号楼 01 单元 19 层 03 号	2020.06.01-2020.05.31	是
6	立高食品	朱晖、陈萍萍	员工宿舍	100.56	上海市普陀区礼尚路 222 弄高逸尚城 9 号 7 层 803 室	2020.05.25-2021.05.24	是
7	立高食品	张丽	员工宿舍	202.98	昆明市双龙新村 237 号	2019.05.01-2021.04.30	是
8	立高食品	王骁男	员工宿舍	132.94	济南市天桥区堤口路 177 号金色阳光花园 8 号楼	2020.05.01-2021.04.30	是
9	立高食品	时慧	员工宿舍	115.60	沈阳市于洪区阳光路 126 号 2-15-2	2020.05.01-2021.04.30	是
10	立高食品	宋小芹	员工宿舍	122.36	南京市秦淮区苏家桥路 6 号 3 幢一单元 2104 室	2020.04.27-2021.04.27	是
11	立高食品	周廷德、余桂梅	员工宿舍	118.18	深圳市龙岗区坂田街道第五园（三期）H2 号楼 B 单元 B1202、B1203	2020.04.28-2021.04.27	是
12	立高食品	彭慧	员工宿舍	181.89	怀化市河西神龙北路滨江花园 20 栋 906 号	2020.04.26-2021.04.25	是
13	立高食品	张建海	员工宿舍	92.14	西安市新城区自强东路 759 号 42 幢 20601 室	2020.04.10-2021.04.09	是
14	立高食品	黎亚亮	员工宿舍	43.44	海口市海甸五中路 6 号五福园 C-1309 房（13 层）	2020.04.08-2021.04.08	是
15	立高食品	侯艳玲	员工宿舍	38.48	郑州市二七区王立砦南街 7 号楼 5 单元 98 号	2020.04.07-2021.04.06	是
16	立高食品	郑永青、周宇航	员工宿舍	63.56	南京市玄武区罗汉巷 5 幢 410 室	2020.04.01-2021.03.31	是
17	立高食品	魏秋生、刘添红	员工宿舍	95.49	厦门市同安区美人山一里 17 号 201 室	2020.04.01-2021.03.31	是
18	立高食品	刘艳平	员工宿舍	48.81	深圳市龙岗区布吉镇振兴大道 15 号吉信大厦 C 座酒店 10B	2020.04.01-2021.03.31	是

序号	承租人	出租人	用途	面积（平方米）	地址	租赁期限	是否有权属证明
19	立高食品	梅为	员工宿舍	45.63	北京市大兴区兴泰街 5 号院 14 号楼 1 层 107	2020.04.01-2021.03.31	是
20	立高食品	侯昌孟	员工宿舍	70.64	宜宾市叙州区柏溪街道城北新区城中央（奥园）19 幢 20 层 1 号	2020.04.01-2021.03.31	是
21	立高食品	尹炳刚	员工宿舍	51.89	牡丹江市爱民区西地明街民安路牡纺红旗 3 号楼	2020.03.31-2021.03.31	是
22	立高食品	刘亚飞	员工宿舍	101.80	西宁市城北区小桥大街 80 号 B-5 幢 2 单元 211 室	2020.03.27-2021.03.26	是
23	立高食品	卢寒	员工宿舍	64.95	重庆市九龙坡区黄杨路 1 号 1 幢 21-2 号	2020.03.22-2021.03.22	是
24	立高食品	唐学敏	员工宿舍	126.48	南充市高坪区青松路 368 号新东豪园二区 10 幢 3 单元 3 层 2 号	2020.03.22-2021.03.22	是
25	立高食品	董鑫	员工宿舍	70.29	佳木斯市向阳区九洲社区常青花园 F 楼 041#5 单元 4 层 401 室	2020.03.16-2021.03.17	是
26	立高食品	刘宇清	员工宿舍	46.84	大连市甘井子区泉水 D4 区 11 号 2 单元 4 层 2 号	2020.03.17-2021.03.16	是
27	立高食品	苏婷	员工宿舍	101.86	银川市贺兰区大连路虹桥御景二期 06 幢 1 单元 1-502 房	2020.03.15-2021.03.14	是
28	立高食品	徐磊	员工宿舍	73.70	合肥市临泉路香格里拉花园紫竹 2 幢 2306 室	2020.03.11-2021.03.11	是
29	立高食品	邵煜、龙秀琦	员工宿舍	116.47	贵阳市南明区花果园后街彭家湾花果园彭家湾危旧房、棚户区改造项目 B 区 B 南 2 栋 14 层 2 号	2020.03.11-2021.03.11	是
30	立高食品	钱建林、江小凤	员工宿舍	69.57	湖州市长兴县太湖街道白溪景苑 4 幢 1-1102	2020.03.10-2021.03.09	是
31	立高食品	唐藕芮	员工宿舍	82.21	湛江市霞山区人民大道南 116 号鼎盛广场 6 号楼 1404 房	2020.03.07-2021.03.06	是

序号	承租人	出租人	用途	面积（平方米）	地址	租赁期限	是否有权属证明
32	立高食品	刘虹	员工宿舍	73.57	南宁市西乡塘区新阳路98号新阳现代城506号	2020.03.06-2021.03.05	是
33	立高食品	高文龙	员工宿舍	142.63	青岛市开发区同江路1号内47栋2单元304户	2020.03.01-2021.03.01	是
34	立高食品	孙如香、李平亚	员工宿舍	105.11	淮安市淮阴区多瑙河国际公寓29幢202室	2020.03.01-2021.02.28	是
35	立高食品	张涵	员工宿舍	137.26	东莞市莞城区彩虹路1号金域名苑名门居7楼2号	2020.03.01-2021.02.28	是
36	立高食品	陈双龙	员工宿舍	126.32	海口市秀英区滨海大道76-1号海口洛杉矶城B座16层B-1603房	2020.03.01-2021.02.28	是
37	立高食品	申相许	员工宿舍	123.43	金华市环城西路2869号瑞景花园13幢1-302室	2020.03.01-2021.02.28	是
38	立高食品	吴应富、周婷婷	员工宿舍	89.70	杭州市江干区雍泽府4幢502室	2020.03.01-2021.02.28	是
39	立高食品	李梅	员工宿舍	85.29	福州市鼓楼区洪山镇梅竹路7号仁文·大儒世家C地块13#楼306单元	2020.02.28-2021.02.27	是
40	立高食品	王普	员工宿舍	50.55	成都市金牛区王贾路18号5栋2单元16楼1602室	2020.02.24-2021.02.23	是
41	立高食品	蒋明军、黄俊	员工宿舍	148.51	蚌埠市财富广场A1号楼3单元10层1002号	2020.02.18-2021.02.18	是
42	立高食品	王婧、段岗	员工宿舍	48.49	昆明市五华区东风西路342号1幢2单元4层401号	2020.02.15-2021.02.15	是
43	立高食品	杨连生	员工宿舍	182.52	郑州市金水区金水路305号3号楼3单元11层东户	2020.02.15-2021.02.14	是
44	立高食品	刘桂芝	员工宿舍	52.35	沈阳市皇姑区岐山中路55号422	2020.02.13-2021.02.13	是
45	立高食品	蒋荣	员工宿舍	92.58	衡阳市蒸湘区衡祁路3号华辰汇景2907室	2020.02.01-2021.02.01	是

序号	承租人	出租人	用途	面积（平方米）	地址	租赁期限	是否有权属证明
46	立高食品	李鹏、童园园	员工宿舍	85.55	上海市松江区洞泾镇洞宁路 655 弄 13 号 402 室	2020.01.17-2021.01.16	是
47	立高食品	常再春	员工宿舍	87.82	天津市河北区北岸华庭 3-5-2003	2020.01.10-2021.01.09	是
48	立高食品	王敏	员工宿舍	100.10	呼和浩特市赛罕区诺和木勒大街 80 号天旭广场 3 号楼 4 层 3 单元西户	2020.01.09-2021.01.08	是
49	立高食品	赵鑫	员工宿舍	116.93	石家庄市新华区中华北大街 370 号 12 号住宅楼 02 单元 2102	2020.01.01-2020.12.31	是
50	立高食品	张春光	员工宿舍	68.56	邢台市桥东区新华南路 280 号神树小区 2 号楼 2 层 3 单元 4	2020.01.01-2020.12.31	是
51	立高食品	曹锐	员工宿舍	84.56	哈尔滨市松北区世纪花园 A 区 92 号楼 1 单元阁楼层 2 号	2020.01.01-2020.12.31	是
52	立高食品	徐锦荣	员工宿舍	80.55	广州市白云区大金钟路 104 号 301 房	2020.01.01-2020.12.31	是
53	立高食品	葛超、刘荣	员工宿舍	84.36	广州市白云区白云大道金信路 121 号 702 房	2020.01.01-2020.12.31	是
54	立高食品	陈庆昌	员工宿舍	147.04	佛山市禅城区汾江中路 12 号 1902 房	2020.01.01-2020.12.31	是
55	立高食品	郭慧芳、刘广华	员工宿舍	166.45	徐州市经济开发区君廷湖畔小区 19 号楼 1-1403	2020.01.01-2020.12.31	是
56	立高食品	陈玉娇	员工宿舍	98.83	广州市白云区广花四路晓翠街 15 号 104 房	2020.01.01-2020.12.31	是
57	立高食品	韦武官	员工宿舍	110.72	柳州市航鹰大道 12 号魅力首座 6 栋 2 单元 6-1	2020.01.01-2020.12.31	是
58	立高食品	郭晓惠	员工宿舍	90.00	广州市白云区白云大道南 42 号 601 房之一	2020.01.01-2020.12.31	是
59	立高食品	李生权、崔佳	员工宿舍	90.67	襄阳市樊城区中原路中原花园三期 9 幢 1 单元 3 层 2 室	2020.01.01-2020.12.31	是

序号	承租人	出租人	用途	面积(平方米)	地址	租赁期限	是否有权属证明
60	立高食品	王线云	员工宿舍	119.00	惠州市三环南路 19 号金山湖花园 2 号小区 202 栋 3 层 02 号房	2018.12.17-2020.12.17	是
61	立高食品	卢心怡	员工宿舍	94.03	南宁市西乡塘区人民西路 25 号融昌 邕江银座 3 号楼 1 单元 1-1902 号	2019.12.15-2020.12.14	是
62	立高食品	伍寅龙	员工宿舍	72.38	福州市仓门区城门镇福峡路北侧城门镇政府南侧上城雅苑（上城国际）11#楼 1305 单元	2020.11.01-2021.10.31	是
63	立高食品	彭乐英	员工宿舍	39.61	长沙市雨花区圭塘路 206 号香丽名苑 5 栋 1144	2020.11.01-2021.10.31	是
64	立高食品	秦学顺	员工宿舍	90.12	长春市宽城区亚泰北大街 1598-8 号 108	2020.09.16-2021.09.16	是
65	立高食品	沈继群	员工宿舍	64.36	武汉市青山区 120 街 29 门	2020.09.14-2021.09.14	是
66	立高食品	王会智	员工宿舍	125.96	北京市丰台区新村街道万芳园一区 16 号 204	2020.08.15-2021.08.14	是
67	立高食品	周晓光	员工宿舍	94.84	朝阳市双塔区云水路四段祥和家园 3 号 178C 号 4 单元 411 号	2020.08.01-2021.08.01	是
68	立高食品	柏秀娟	员工宿舍	112.76	临沂市兰山区鲁商金悦城 3 号楼 1-1102	2019.08.01-2021.07.31	是
69	立高食品	孔祥春、叶琴	员工宿舍	85.50	无锡市东亭镇桑达园小区 121 号 401 室	2020.08.01-2021.07.31	是
70	立高食品	高飞飞	员工宿舍	68.92	海丰县海城参将里（人民西路 2 号）海丰县新海润数码城商住楼 9F1	2020.07.24-2021.07.24	是
71	立高食品	张友东	员工宿舍	115.49	乌鲁木齐市新市区北京北路 226 号风尚翠苑小区南区 7 栋 3 层 5 单元 301	2020.07.17-2021.07.16	是
72	立高食品	周福男、王惠英	员工宿舍	109.45	苏州市吴中区长桥街天韵苑 14 幢 601 室	2020.08.23-2021.02.23	是
73	佛山分公司	林伟镜	员工宿舍	67.79	佛山市三水区芦苞镇龙坡三路 1 号锦江豪庭六座 804	2020.04.13-2021.04.13	是

序号	承租人	出租人	用途	面积（平方米）	地址	租赁期限	是否有权属证明
74	佛山分公司	杨奇	员工宿舍	130.21	佛山市三水区芦苞镇龙坡三路 1 号锦江豪庭 4 座 403	2020.10.01-2021.09.30	是
75	广州奥昆	陈耀棠	员工宿舍	524.00	广州市南沙区榄核镇万安村榄北路 172 号 A104-A407	2017.08.01-2021.02.28	否
76	广州昊道		员工宿舍	56.00	广州市南沙区榄核镇万安村榄北路 172 号 A101-A103	2017.08.01-2021.02.28	否
77	广州奥昆	冯银好	员工宿舍	1,200.00	广州市南沙区榄核镇榄北路 232 号 201-207、301-307、401-407、501-507	2020.02.01-2023.12.31	否
78	广州奥昆	陈紫媚	员工宿舍	360.00	广州市南沙区榄核镇万安村榄北路 134 号之四 201-205、301-304、401-405	2020.01.01-2020.12.31	否
79	广州奥昆	冼丽芬	员工宿舍	375.00	广州市南沙区榄核镇万安街 73 号之一 201-205、301-305、401-405	2018.11.01-2021.01.31	否
80	广州奥昆	陈镇杰	员工宿舍	240.00	广州市南沙区榄核镇万安村榄北路 138 号 201-204、301-304、401-403	2019.07.01-2021.07.01	否
81	广州昊道	梁锡华	员工宿舍	120.00	广州市南沙区榄核镇万安村万安街 123 号 301-304	2019.02.01-2021.01.31	否
82			员工宿舍	120.00	广州市南沙区榄核镇万安村万安街 123 号 401-404	2019.07.01-2021.08.31	否
83	广州昊道	黎勤福	员工宿舍	60.00	广州市番禺区桥南街陈涌村上澳东街一巷 12 号 201-204 房	2019.01.01-2020.12.31	否
84	浙江昊道	长兴滨湖物业管理有限公司	员工宿舍	624.00	长兴太湖街道青年公寓 1 幢第 5 层（1501-1513）	2020.09.10-2021.09.09	否

序号	承租人	出租人	用途	面积（平方米）	地址	租赁期限	是否有权属证明
85	广州奥昆	广州市番禺创信鞋业有限公司	员工宿舍	400.00	广州市南沙区榄核镇榄核大道 21 号内的 K 栋宿舍四楼的 401-420 房	2020.09.01-2023.08.31	是
86			员工宿舍	400.00	广州市南沙区榄核镇榄核大道 21 号内的 K 栋宿舍四楼的 421-440 房	2020.07.01-2023.06.30	是

注 1：上述部分员工宿舍即将到期，员工宿舍无特殊要求且周边可替代性房屋资源较为充足，公司将根据实际经营需要在合同到期前决定是否续期

上述第 6、27、45、49、63 项出租人为朱晖和陈萍萍、苏婷、蒋荣、赵鑫、彭乐英的员工宿舍相关权属证书正在办理中，根据其提供的《商品房预售合同》、《商品房买卖合同》等文件，不存在产权瑕疵。

上述第 7 项出租人为张丽的员工宿舍为农民住宅，拥有房屋所有权证书，为合法建筑，根据昆明市官渡区太和街道办事处吴井社区居民委员会出具的证明，住宅占用土地为宅基地，规划用途为集体建设用地，不存在占用农用地的情况，同意出租给公司使用。该处住宅因所在地政策无法进行租赁备案。

上述第 75-83 项出租人为陈耀棠等的 9 处员工宿舍均位于公司广州南沙生产基地及其周边，用于厂区员工住宿暂未获得房产证或与房产证面积不符。根据广州市南沙区榄核镇万安村居民委员会和广州市番禺区桥南街陈涌村民委员会出具的证明，上述村民住宅所在的土地为集体建设用地，不存在占用农用地的情形，上述住宅为相关村民合法所有，不属于违法建筑，由于地方政策原因，暂未取得相关的土地使用权和房屋产权权属证书，同意相关村民将上述住宅出租给广州奥昆及广州昊道用作员工宿舍。同时，上述员工宿舍均完成了房屋租赁备案，相关主管部门对上述租赁情况并未提出异议。上述房屋存在产权瑕疵非广州奥昆、广州昊道之原因造成，广州奥昆、广州昊道仅作为承租方租赁使用该等房屋，广州奥昆、广州昊租赁使用该等房屋不构成重大违法行为。

上述第 84 项出租人为长兴滨湖物业管理有限公司的员工宿舍是长兴经济技术开发区管理委员会建设并用于企业职工居住的青年公寓，暂未取得房屋所有权证书，根据长兴经济技术开发区管理委员会出具的证明，该房屋产权归其所有，作为宿舍使用未改变房产用途，不存在被拆除的情形，浙江昊道承租使用未违反

相关法律法规。

上述员工宿舍中，共 13 处租赁未完成房屋租赁备案，主要是因为：一、部分租赁所在地不支持为个人房产租赁给公司的情形进行备案，故无法进行房屋租赁备案。二、部分员工宿舍到期续租后正在办理新的备案手续。

4、主要机器设备

截至 2020 年 6 月底，公司拥有的主要机器设备情况如下表所示：

单位：万元

序号	设备名称	数量（台/套）	账面原值	账面净值	成新率
1	冷冻烘焙食品面团搅拌设备	42	851.16	603.08	70.85%
2	冷冻烘焙食品成型设备	96	7,032.79	4,942.53	70.28%
3	冷冻烘焙食品发酵设备	4	815.95	627.96	76.96%
4	冷冻烘焙食品油炸设备	3	633.00	485.79	76.74%
5	冷冻烘焙食品烘烤设备	11	158.33	105.73	66.78%
6	冷冻烘焙食品包装设备	49	320.39	251.83	78.60%
7	冷冻烘焙食品冷冻设备	25	1,232.12	816.40	66.26%
8	奶油调配设备	31	778.53	416.57	53.51%
9	奶油均质设备	16	246.36	191.92	77.90%
10	奶油包装设备	15	247.41	173.10	69.96%
11	奶油冷冻设备	14	890.11	591.52	66.45%
12	水果制品投料设备	33	227.77	155.22	68.15%
13	水果制品煮制设备	27	297.56	189.99	63.85%
14	水果制品包装设备	30	493.41	343.16	69.55%
15	酱料均质设备	7	660.37	527.47	79.88%
16	酱料温控设备及系统	2	654.17	622.69	95.19%
17	酱料包装设备	56	347.13	267.59	77.08%
18	巧克力生产设备	35	1,893.03	1,638.16	86.54%
19	巧克力包装设备	11	500.56	478.86	95.67%

（二）主要无形资产情况

1、无形资产总体情况

截至 2020 年 6 底，公司的无形资产账面原值为 7,511.68 万元，账面净值共

计 6,982.76 万元，公司账面上的无形资产为土地使用权及所购买的办公软件和管理软件，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		
	原值	累计摊销	净值
土地使用权	7,174.59	355.68	6,818.91
软件	337.09	173.24	163.85
合计	7,511.68	528.92	6,982.76

2、土地使用权

截止本招股说明书签署日，公司拥有的土地使用权情况如下：

序号	产权人	土地使用权坐落	取得方式	使用年限	面积（平方米）	土地性质	产权证号	他项权利
1	立高食品	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号	作价入股	2056 年 12 月 30 日止	51,692.60	工业用地	粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号	抵押
2	立高食品	增城区石滩镇石顺大道 342 号	出让	2042 年 09 月 20 日止	13,333.30	工业用地	粤（2018）广州市不动产权第 10212821 号、粤（2018）广州市不动产权第 10212823 号、粤（2018）广州市不动产权第 10212825 号、粤（2018）广州市不动产权第 10212828 号、粤（2018）广州市不动产权第 10214026 号、粤（2018）广州市不动产权第 10214027 号	无
3	浙江奥昆	长兴县太湖街道莘桥路 158 号	购买	2067 年 10 月 31 日止	35,207.00	工业用地	浙（2020）长兴县不动产权第 0006266 号	抵押
4	河南奥昆	河南省新乡市卫辉市唐	出让	2070 年 6 月 19	72,363.76	工业用地	豫（2020）卫辉市不动产权第 0002284 号	无

		庄镇纬二路与桃园西路交叉口西南角		日止				

3、注册商标

截止本招股说明书签署日，公司拥有的注册商标如下：

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
1	1169276	爱护	29	2018-04-21 至 2028-04-20	立高食品	受让取得	无
2	1356617	立高	29	2020-01-21 至 2030-01-20	立高食品	受让取得	无
3	1361574	Lego	29	2020-02-07 至 2030-02-06	立高食品	原始取得	无
4	1374055	爱护	29	2020-03-14 至 2030-03-13	立高食品	受让取得	无
5	1390528	立高	30	2020-04-28 至 2030-04-27	立高食品	受让取得	无
6	1441823	顶誉	29	2020-09-07 至 2030-09-06	立高食品	受让取得	无
7	1441837	银钻	29	2020-09-07 至 2030-09-06	立高食品	受让取得	无
8	1768272	cherish	29	2012-05-14 至 2022-05-13	立高食品	原始取得	无
9	3024505	晶晶亮	29	2013-01-07 至 2023-01-06	立高食品	原始取得	无
10	3206463	美浓	29	2013-06-21 至 2023-06-20	立高食品	原始取得	无
11	3341199	Lego	30	2014-03-07 至 2024-03-06	立高食品	原始取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
12	3341200	立高	30	2014-06-21 至 2024-06-20	立高食品	原始取得	无
13	3341201	Lego	29	2013-09-28 至 2023-09-27	立高食品	原始取得	无
14	3419592	双V	30	2014-11-14 至 2024-11-13	立高食品	受让取得	无
15	3505418	HAPPY	8	2014-10-07 至 2024-10-06	立高食品	原始取得	无
16	3505419	Vios & Vinci	30	2014-09-07 至 2024-09-06	立高食品	受让取得	无
17	3702722	高林	30	2015-06-14 至 2025-06-13	立高食品	受让取得	无
18	3709751	冬韵	29	2015-04-28 至 2025-04-27	立高食品	原始取得	无
19	3744596	FULL FILL	32	2015-06-14 至 2025-06-13	立高食品	受让取得	无
20	3744597	盛装	32	2015-05-28 至 2025-05-27	立高食品	受让取得	无
21	3744598	FULL FILL	30	2015-05-28 至 2025-05-27	立高食品	受让取得	无
22	3744599	盛装	30	2015-05-28 至 2025-05-27	立高食品	受让取得	无
23	3845106	ARGO	32	2015-09-21 至 2025-09-20	立高食品	受让取得	无
24	3845107	ARGO	30	2015-10-07 至 2025-10-06	立高食品	受让取得	无
25	3950445		30	2016-01-28 至 2026-01-27	立高食品	受让取得	无
26	4154012	汝の友	29	2016-09-28 至 2026-09-27	立高食品	原始取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
27	4279052	新仙尼 SENSINI	29	2017-02-28 至 2027-02-27	立高食品	受让取得	无
28	4599533	仙露滋	29	2018-02-14 至 2028-02-13	立高食品	受让取得	无
29	5415876	真好乐	30	2019-05-21 至 2029-05-20	立高食品	原始取得	无
30	5592735	Lugger	29	2019-05-28 至 2029-05-27	立高食品	原始取得	无
31	5984533	依乐斯	29	2019-07-28 至 2029-07-27	立高食品	原始取得	无
32	6166037	立高	29	2019-09-07 至 2029-09-06	立高食品	原始取得	无
33	6178658	新仙尼 SENSINI	30	2020-01-21 至 2030-01-20	立高食品	受让取得	无
34	6346934	康朋	29	2019-10-14 至 2029-10-13	立高食品	受让取得	无
35	6346935	CAMBON	29	2020-08-14 至 2030-08-13	立高食品	受让取得	无
36	6373566	新仙尼 SENSINI	29	2019-10-21 至 2029-10-20	立高食品	受让取得	无
37	6670495	Manuscript	30	2020-03-28 至 2030-03-27	立高食品	原始取得	无
38	6670496	Manuscript	29	2020-05-28 至 2030-05-27	立高食品	原始取得	无
39	6690639		29	2020-03-21 至 2030-03-20	立高食品	原始取得	无
40	6690640		30	2020-06-14 至 2030-06-13	立高食品	原始取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
41	7864486	立高	30	2021-02-07 至 2031-02-06	立高食品	原始取得	无
42	7908246	蜜多时 Me Dolls	30	2021-01-21 至 2031-01-20	立高食品	原始取得	无
43	8022993	美煌	30	2021-02-14 至 2031-02-13	立高食品	受让取得	无
44	8023030	奥昆	30	2021-02-14 至 2031-02-13	立高食品	受让取得	无
45	8109750	迪旺高	29	2021-05-07 至 2031-05-06	立高食品	原始取得	无
46	8109764	迪旺高	30	2021-03-14 至 2031-03-13	立高食品	原始取得	无
47	8236921	Develgo	29	2011-08-21 至 2021-08-20	立高食品	原始取得	无
48	8236956	Develgo	30	2021-04-28 至 2031-04-27	立高食品	原始取得	无
49	8267619	迪旺高	30	2021-05-07 至 2031-05-06	立高食品	原始取得	无
50	8267626	Develgo	30	2011-05-07 至 2021-05-06	立高食品	原始取得	无
51	8834584	玉荔	29	2011-12-28 至 2021-12-27	立高食品	原始取得	无
52	8874306	立澳	29	2012-02-14 至 2022-02-13	立高食品	原始取得	无
53	8874415	金统	29	2012-06-21 至 2022-06-20	立高食品	原始取得	无
54	9004667	Jackpot	29	2012-02-14 至 2022-02-13	立高食品	原始取得	无

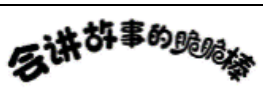
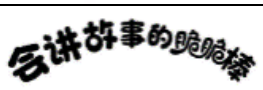
序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
55	9651605	点滴爱怀 DEDIY	29	2012-07-28 至 2022-07-27	立高食品	原始取得	无
56	9651663	点滴爱怀 DEDIY	30	2012-07-28 至 2022-07-27	立高食品	原始取得	无
57	10358300	美蒂雅	29	2013-03-07 至 2023-03-06	立高食品	原始取得	无
58	10358320	美蒂雅	30	2013-03-07 至 2023-03-06	立高食品	原始取得	无
59	10590677	FULL FILL	29	2013-05-21 至 2023-05-20	立高食品	受让取得	无
60	10590692	高 林	32	2013-08-28 至 2023-08-27	立高食品	受让取得	无
61	10843102		21	2013-07-28 至 2023-07-27	立高食品	原始取得	无
62	11046314	盛装	29	2013-10-21 至 2023-10-20	立高食品	原始取得	无
63	11260558		30	2013-12-21 至 2023-12-20	立高食品	原始取得	无
64	11443843	果立方	29	2015-11-14 至 2025-11-13	立高食品	原始取得	无
65	11638458	大佬强	30	2014-03-28 至 2024-03-27	立高食品	受让取得	无
66	13041352	小休一下	30	2014-12-21 至 2024-12-20	立高食品	原始取得	无
67	13383938	立高	30	2015-07-14 至 2025-07-13	立高食品	原始取得	无
68	14495641	小休十	30	2015-06-14 至 2025-06-13	立高食品	原始取得	无
69	15115145A		29	2015-10-14 至 2025-10-13	立高食品	原始取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
70	16671680	挞司 tasi	29	2016-06-14 至 2026-06-13	立高食品	原始取得	无
71	17469625	小粧	30	2016-09-14 至 2026-09-13	立高食品	原始取得	无
72	17497114	步古	29	2017-05-28 至 2027-05-27	立高食品	原始取得	无
73	17553020	爱灵丽师	30	2016-09-21 至 2026-09-20	立高食品	原始取得	无
74	17584518	Ao Kun	30	2016-09-28 至 2026-09-27	立高食品	受让取得	无
75	17639731	Iliness	30	2016-09-28 至 2026-09-27	立高食品	原始取得	无
76	17740540	果盛	29	2016-10-07 至 2026-10-06	立高食品	原始取得	无
77	17740645	果季领鲜	29	2016-10-07 至 2026-10-06	立高食品	原始取得	无
78	17740779	蒂依果	29	2016-10-07 至 2026-10-06	立高食品	原始取得	无
79	19197130	新仙尼 SENSINI	32	2017-06-14 至 2027-06-13	立高食品	原始取得	无
80	20266239	颜艳	33	2017-07-28 至 2027-07-27	立高食品	原始取得	无
81	20513972	吹戴	29	2017-08-21 至 2027-08-20	立高食品	原始取得	无
82	21798452	奥昆 Ao Kun	5	2018-02-07 至 2028-02-06	立高食品	受让取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
83	21821680	奥昆 Ao Kun	30	2017-12-21 至 2027-12-20	立高食品	受让取得	无
84	22254983	表情逗	29	2018-01-28 至 2028-01-27	立高食品	原始取得	无
85	22255167	表情逗	30	2018-01-28 至 2028-01-27	立高食品	原始取得	无
86	22496141	晶晶亮	29	2018-03-28 至 2028-03-27	立高食品	原始取得	无
87	22496367	仙露滋	29	2018-02-14 至 2028-02-13	立高食品	原始取得	无
88	22496451	迪旺高	30	2018-02-14 至 2028-02-13	立高食品	原始取得	无
89	22496581	迪旺高	29	2018-02-14 至 2028-02-13	立高食品	原始取得	无
90	23040344	表情逗	29	2018-03-28 至 2028-03-27	立高食品	原始取得	无
91	23040697	表情逗	30	2018-05-14 至 2028-05-13	立高食品	原始取得	无
92	23162356	表情逗	21	2018-03-07 至 2028-03-06	立高食品	原始取得	无
93	23162489	表情逗	25	2018-03-21 至 2028-03-20	立高食品	原始取得	无
94	23162610	表情逗	21	2018-03-07 至 2028-03-06	立高食品	原始取得	无
95	23162648	表情逗	25	2018-03-07 至 2028-03-06	立高食品	原始取得	无
96	23162807	表情逗	28	2018-03-07 至 2028-03-06	立高食品	原始取得	无
97	23162913	表情逗	28	2018-03-07 至 2028-03-06	立高食品	原始取得	无
98	23218711	奥昆 Ao Kun	3	2018-07-07 至 2028-07-06	立高食品	受让取得	无
99	23993367	美浓	29	2019-02-14 至 2029-02-13	立高食品	原始取得	无
100	25701081	小休一下	29	2018-08-14 至 2028-08-13	立高食品	原始取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
101	26132703	小休一下	29	2018-09-21 至 2028-09-20	立高食品	原始取得	无
102	26132743	小休一下	30	2018-10-14 至 2028-10-13	立高食品	原始取得	无
103	27327224	新仙尼	30	2018-10-21 至 2028-10-20	立高食品	原始取得	无
104	27334786	新仙尼	32	2018-10-21 至 2028-10-20	立高食品	原始取得	无
105	28006549	Vios & Vinci	30	2018-12-07 至 2028-12-06	立高食品	原始取得	无
106	28804943	立高	29	2019-02-28 至 2029-02-27	立高食品	原始取得	无
107	28810708	立高	30	2019-02-14 至 2029-02-13	立高食品	原始取得	无
108	29842864	逗趣球	30	2019-02-14 至 2029-02-13	立高食品	原始取得	无
109	30265871	立高	30	2019-04-28 至 2029-04-27	立高食品	原始取得	无
110	30270419	立高	29	2020-07-14 至 2030-07-13	立高食品	原始取得	无
111	30290533	奥昆 Ao Kun	3	2019-04-14 至 2029-04-13	立高食品	受让取得	无
112	31272622	立高	30	2019-06-21 至 2029-06-20	立高食品	原始取得	无
113	31288488	立高	29	2020-03-28 至 2030-03-27	立高食品	原始取得	无
114	34177984	立高	29	2020-08-07 至 2030-08-06	立高食品	原始取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
115	34185728	立高 美蒂雅	29	2020-08-07 至 2030-08-06	立高食品	原始取得	无
116	34186126	立高 新仙尼 SENSINI	32	2020-08-07 至 2030-08-06	立高食品	原始取得	无
117	34187199	立高 新仙尼 SENSINI	30	2019-06-28 至 2029-06-27	立高食品	原始取得	无
118	34189141	立高 新仙尼 SENSINI	29	2019-07-14 至 2029-07-13	立高食品	原始取得	无
119	34189410	立高 玉荔	29	2020-08-07 至 2030-08-06	立高食品	原始取得	无
120	34193845	立高	29	2020-08-21 至 2030-08-20	立高食品	原始取得	无
121	34196667	立高 迪旺高 Develgo	29	2020-08-07 至 2030-08-06	立高食品	原始取得	无
122	34196760	立高	30	2019-09-07 至 2029-09-06	立高食品	原始取得	无
123	34941812	立高 美煌	30	2019-09-07 至 2029-09-06	立高食品	原始取得	无
124	34949531	立高 奥昆	30	2020-05-14 至 2030-05-13	立高食品	原始取得	无
125	35123200	立高	30	2019-08-21 至 2029-08-20	立高食品	原始取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
126	36247500		30	2019-09-21 至 2029-09-20	立高食品	原始取得	无
127	36255399		29	2020-07-14 至 2030-07-13	立高食品	原始取得	无
128	36255415		29	2019-12-21 至 2029-12-20	立高食品	原始取得	无
129	36347875		30	2019-10-14 至 2029-10-13	立高食品	原始取得	无
130	36352231		29	2019-10-07 至 2029-10-06	立高食品	原始取得	无
131	36354305		29	2019-10-14 至 2029-10-13	立高食品	原始取得	无
132	36356242		30	2019-10-07 至 2029-10-06	立高食品	原始取得	无
133	36652291		29	2019-10-21 至 2029-10-20	立高食品	原始取得	无
134	37488247		30	2020-03-28 至 2030-03-27	立高食品	原始取得	无
135	37492125		29	2020-05-14 至 2030-05-13	立高食品	原始取得	无
136	38454494		35	2020-01-28 至 2030-01-27	立高食品	原始取得	无
137	38466709		30	2020-01-21 至 2030-01-20	立高食品	原始取得	无
138	38649304		32	2020-07-07 至 2030-07-06	立高食品	原始取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
139	38666483	立高	29	2020-07-07 至 2030-07-06	立高食品	原始取得	无
140	39420300	立高 新仙尼 SENSINI	29	2020-07-07 至 2030-07-06	立高食品	原始取得	无
141	39424983	立高 美蒂雅	29	2020-07-07 至 2030-07-06	立高食品	原始取得	无
142	39426538	立高 金统	29	2020-09-21 至 2030-09-20	立高食品	原始取得	无
143	39428381	立高	29	2020-07-07 至 2030-07-06	立高食品	原始取得	无
144	39430747	立高 玉荔	29	2020-07-14 至 2030-07-13	立高食品	原始取得	无
145	39437865	立高 迪旺高 Develgo	29	2020-07-07 至 2030-07-06	立高食品	原始取得	无
146	39936856	立高 美浓	29	2020-07-07 至 2030-07-06	立高食品	原始取得	无
147	40009625	立高 妆の方	29	2020-09-21 至 2030-09-20	立高食品	原始取得	无
148	40015590	立高 欢戴	29	2020-07-14 至 2030-07-13	立高食品	原始取得	无
149	40978161	立高 爱护	30	2020-07-14 至 2030-07-13	立高食品	原始取得	无
150	41263212	小休一下小鸭子嘎嘎	29	2020-06-28 至 2030-06-27	立高食品	原始取得	无
151	41264712	小休一下小鸭子嘎嘎	29	2020-06-28 至 2030-06-27	立高食品	原始取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
152	41287060	立高	29	2020-07-14 至 2030-07-13	立高食品	原始取得	无
153	42785214	立高 仙露滋	29	2020-09-21 至 2030-09-20	立高食品	原始取得	无
154	43383799	丝享芝佳	30	2020-09-07 至 2030-09-06	立高食品	原始取得	无
155	43388779	巧装打扮	30	2020-09-07 至 2030-09-06	立高食品	原始取得	无
156	43401549	型芝有笑	29	2020-09-07 至 2030-09-06	立高食品	原始取得	无
157	43404764	求芝欲	29	2020-09-07 至 2030-09-06	立高食品	原始取得	无
158	43404860	兜兜耳	30	2020-09-07 至 2030-09-06	立高食品	原始取得	无
159	5394999	好禧坊 HAOXIFANG	30	2019-05-14 至 2029-05-13	广州奥昆	受让取得	无
160	9692557	挞将军	30	2012-08-21 至 2022-08-20	广州奥昆	受让取得	无
161	9692598	喜喜	30	2012-11-28 至 2022-11-27	广州奥昆	受让取得	无
162	9692650	见证爱的味道	30	2012-11-14 至 2022-11-13	广州奥昆	受让取得	无
163	9692679	玫瑰味爱的味	30	2012-08-21 至 2022-08-20	广州奥昆	受让取得	无
164	11653422	熊二	30	2014-03-28 至 2024-03-27	广州奥昆	受让取得	无
165	17509087	好禧坊	29	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
166	17509167	好禧坊	32	2016-11-07 至 2026-11-06	广州奥昆	原始取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
167	17509245	好禧坊	33	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
168	17509456	熊二	7	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
169	17510643	苏力士	30	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
170	17510703	克拉咪	30	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
171	17510739	我好酱	30	2016-11-07 至 2026-11-06	广州奥昆	原始取得	无
172	17510787	多哥夫	30	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
173	17519192	普利奥	7	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
174	17519608	克拉哆	7	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
175	17519679	克拉咪	7	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
176	17519683	普利亚	7	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
177	17519843	奥昆	7	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
178	17521525		30	2017-05-14 至 2027-05-13	广州奥昆	原始取得	无
179	17531831	多哥夫	7	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
180	17531971	苏力士	7	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
181	17531995	瑞都	7	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
182	17532122	雷都	7	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
183	17532199	克罗德	7	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
184	17532384	拉米亚	7	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
185	17532412	欧罗德	7	2016-09-21 至 2026-09-20	广州奥昆	原始取得	无
186	18659767		7	2017-01-28 至 2027-01-27	广州奥昆	原始取得	无
187	18659879		7	2017-05-14 至 2027-05-13	广州奥昆	原始取得	无
188	18660099	派姆	7	2017-01-28 至 2027-01-27	广州奥昆	原始取得	无
189	21798140	奥昆 Ao Kun	1	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
190	21798331	奥昆 Ao Kun	2	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
191	21798381	奥昆 Ao Kun	4	2018-02-07 至 2028-02-06	广州奥昆	原始取得	无
192	21798515	奥昆 Ao Kun	6	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
193	21798558	奥昆 Ao Kun	7	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
194	21799823	奥昆 Ao Kun	8	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
195	21800184	奥昆 Ao Kun	9	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
196	21800504	奥昆 Ao Kun	10	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
197	21800734	奥昆 Ao Kun	11	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
198	21800963	奥昆 Ao Kun	12	2018-02-07 至 2028-02-06	广州奥昆	原始取得	无
199	21801196	奥昆 Ao Kun	13	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
200	21801677	奥昆 Ao Kun	15	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
201	21801851	奥昆 Ao Kun	16	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
202	21802008	奥昆 Ao Kun	17	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
203	21802194	奥昆 Ao Kun	18	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
204	21802416	奥昆 Ao Kun	19	2018-02-07 至 2028-02-06	广州奥昆	原始取得	无
205	21802810	奥昆 Ao Kun	20	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
206	21803197	奥昆 Ao Kun	21	2018-02-07 至 2028-02-06	广州奥昆	原始取得	无
207	21803346	奥昆 Ao Kun	22	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
208	21803536	奥昆 Ao Kun	23	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
209	21803671	奥昆 Ao Kun	24	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
210	21803766	奥昆 Ao Kun	25	2018-02-07 至 2028-02-06	广州奥昆	原始取得	无
211	21820582	奥昆 Ao Kun	26	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
212	21820832	奥昆 Ao Kun	27	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
213	21820977	奥昆 Ao Kun	28	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
214	21821266	奥昆 Ao Kun	29	2018-06-14 至 2028-06-13	广州奥昆	原始取得	无
215	21821585	奥昆 Ao Kun	31	2018-02-07 至 2028-02-06	广州奥昆	原始取得	无
216	21821757	奥昆 Ao Kun	32	2018-02-07 至 2028-02-06	广州奥昆	原始取得	无
217	21821953	奥昆 Ao Kun	33	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
218	21822016	奥昆 Ao Kun	34	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
219	21822193	奥昆 Ao Kun	35	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
220	21829521	奥昆 Ao Kun	36	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
221	21830088	奥昆 Ao Kun	37	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
222	21830516	奥昆 Ao Kun	38	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
223	21830538	奥昆 Ao Kun	39	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
224	21830851	奥昆 Ao Kun	40	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
226	21831142	奥昆 Ao Kun	41	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
226	21831459	奥昆 Ao Kun	44	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
227	21831461	奥昆 Ao Kun	42	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
228	21831518	奥昆 Ao Kun	43	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
229	21831524	奥昆 Ao Kun	45	2017-12-21 至 2027-12-20	广州奥昆	原始取得	无
230	11638445	美滋煌	30	2014-03-28 至 2024-03-27	广州昊道	受让取得	无

序号	注册号	商标图案	使用类别	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
231	11870252	昊道	30	2014-05-21 至 2024-05-20	广州昊道	受让取得	无
232	16344733	Mehon	30	2016-09-21 至 2026-09-20	广州昊道	原始取得	无
233	17839412	茂麟	30	2016-10-14 至 2026-10-13	广州昊道	原始取得	无
234	17839524	茂滋林	30	2016-10-14 至 2026-10-13	广州昊道	原始取得	无
235	17839530	茂临	30	2016-10-14 至 2026-10-13	广州昊道	原始取得	无
236	28555932	肉松格格	29	2019-02-28 至 2029-02-27	广州昊道	原始取得	无
237	28568808	天使白	30	2019-02-14 至 2029-02-13	广州昊道	原始取得	无
238	28578538	摩卡趣多多	35	2018-12-21 至 2028-12-20	广州昊道	原始取得	无
239	28725032	孔祥春 KONGXIANGCHUN	30	2018-12-14 至 2028-12-13	广州昊道	原始取得	无

4、专利

截止本招股说明书签署日，公司拥有的专利如下：

（1）自有专利

序号	专利名称	专利号	专利类型	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
1	果馅自动化包装生产线及其包装方法	ZL201410788411.1	发明专利	2014-12-17 至 2034-12-16	立高食品	原始取得	质押
2	蒸煮罐结构、果馅自动化蒸煮生产线及其蒸煮方法	ZL201410788443.1	发明专利	2014-12-17 至 2034-12-16	立高食品	原始取得	无

序号	专利名称	专利号	专利类型	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
3	一种芝士酱制备方法	ZL201510194151.X	发明专利	2020-03-24 至 2040-03-23	立高食品	原始取得	无
4	一种动植物混合耐酸奶油及其制备方法	ZL201710359124.2	发明专利	2017-05-19 至 2037-05-18	立高食品	原始取得	无
5	一种面包酱料的制备方法	ZL201310437788.8	发明专利	2013-09-24 至 2033-09-23	广州昊道	受让取得	无
6	一种甜甜圈自动化连续式生产装置	ZL201810072697.1	发明专利	2018-01-25 至 2038-01-24	浙江奥昆	原始取得	无
7	自动化拆装模盖的转印纸更换装置	ZL201922493787.0	实用新型	2019-12-31 至 2029-12-30	立高食品	原始取得	无
8	用于糖果生产的转印纸更换装置	ZL201922494972.1	实用新型	2019-12-31 至 2029-12-30	立高食品	原始取得	无
9	具有检测功能的转印纸更换装置	ZL201922498946.6	实用新型	2019-12-31 至 2029-12-30	立高食品	原始取得	无
10	一种转印纸更换装置	ZL201922499901.0	实用新型	2019-12-31 至 2029-12-30	立高食品	原始取得	无
11	纸盒包装上料段纸盒成型装置	ZL201821992535.1	实用新型	2018-11-29 至 2028-11-28	立高食品	原始取得	无
12	倾斜搅拌式调配锅	ZL201821612666.2	实用新型	2018-09-30 至 2028-09-29	立高食品	原始取得	无
13	储罐检修口开合装置	ZL201821612660.5	实用新型	2018-09-30 至 2028-09-29	立高食品	原始取得	无
14	用于包装线上的理盖输送装置	ZL201820893165.X	实用新型	2018-06-08 至 2028-06-07	立高食品	原始取得	无

序号	专利名称	专利号	专利类型	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
15	自动化装箱装置及具有该装置的奶油生产线	ZL201721819163.8	实用新型	2017-12-19至2027-12-18	立高食品	原始取得	无
16	侧动式调配锅	ZL201721803428.5	实用新型	2017-12-19至2027-12-18	立高食品	原始取得	无
17	用于防护升降装置的自动化防护门结构	ZL201720910250.8	实用新型	2017-7-25至2027-7-24	立高食品	原始取得	无
18	用于包装线上的自动下料桶机构	ZL201720910214.1	实用新型	2017-7-25至2027-7-24	立高食品	原始取得	无
19	塑料罐体的输送带结构	ZL201720910202.9	实用新型	2017-7-25至2027-7-24	立高食品	原始取得	无
20	自动旋盖输送机构	ZL201720910195.2	实用新型	2017-7-25至2027-7-24	立高食品	原始取得	无
21	一种蒸煮水果的投料机构	ZL201720910139.9	实用新型	2017-7-25至2027-7-24	立高食品	原始取得	无
22	输送线上罐体自动落罐机构	ZL201720910132.7	实用新型	2017-7-25至2027-7-24	立高食品	原始取得	无
23	立式高效换热调配锅	ZL201621240793.5	实用新型	2016-11-14至2026-11-13	立高食品	原始取得	无
24	大容量活塞式颗粒泵	ZL201621240877.9	实用新型	2016-11-14至2026-11-13	立高食品	原始取得	无
25	收集果粒及防臭多功能地漏	ZL201621241445.X	实用新型	2016-11-14至2026-11-13	立高食品	原始取得	无
26	物料投料装置	ZL201621241775.9	实用新型	2016-11-14至2026-11-13	立高食品	原始取得	无

序号	专利名称	专利号	专利类型	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
27	颗粒水果分离机	ZL201621251283.8	实用新型	2016-11-14 至 2026-11-13	立高食品	原始取得	无
28	前推式装箱设备	ZL201621251306.5	实用新型	2016-11-14 至 2026-11-13	立高食品	原始取得	无
29	果馅自动化包装生产线及其送盒装置	ZL201420805081.8	实用新型	2014-12-17 至 2024-12-16	立高食品	原始取得	无
30	果馅自动化蒸煮生产线及其蒸煮罐结构	ZL201420805277.7	实用新型	2014-12-17 至 2024-12-16	立高食品	原始取得	无
31	果馅自动化包装生产线及其注料装置	ZL201420805293.6	实用新型	2014-12-17 至 2024-12-16	立高食品	原始取得	无
32	装料盒封膜装置及果馅自动化包装生产线	ZL201420805321.4	实用新型	2014-12-17 至 2024-12-16	立高食品	原始取得	无
33	果馅自动化包装生产线及其上盖装置	ZL201420805342.6	实用新型	2014-12-17 至 2024-12-16	立高食品	原始取得	无
34	果馅自动化包装生产线及其换线装置	ZL201420805357.2	实用新型	2014-12-17 至 2024-12-16	立高食品	原始取得	无
35	果馅自动化包装生产线及其检重机构	ZL201420805361.9	实用新型	2014-12-17 至 2024-12-16	立高食品	原始取得	无
36	果馅自动化蒸煮生产线及其配料输送机构	ZL201420805364.2	实用新型	2014-12-17 至 2024-12-16	立高食品	原始取得	无
37	一种多功能食品打印机	ZL201320022312.3	实用新型	2013-01-16 至 2023-01-15	立高食品	原始取得	无
38	风冷降温机	ZL201621241897.8	实用新型	2016-11-18 至 2026-11-17	广州奥昆	原始取得	无
39	自动移动式提升装置	ZL201621244089.7	实用新型	2016-11-18 至 2026-11-17	广州奥昆	原始取得	无

序号	专利名称	专利号	专利类型	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
40	手动移动式提升装置	ZL201621245457.X	实用新型	2016-11-18 至 2026-11-17	广州奥昆	原始取得	无
41	立体式自动化输送系统	ZL201621245459.9	实用新型	2016-11-18 至 2026-11-17	广州奥昆	原始取得	无
42	一种食品颗粒乳化酱料混合装置	ZL201921731984.5	实用新型	2019-10-15 至 2029-10-14	广州昊道	原始取得	无
43	一种 PH 在线检测的乳化搅拌装置	ZL201921731982.6	实用新型	2019-10-15 至 2029-10-14	广州昊道	原始取得	无
44	一种新型恒温恒湿箱	ZL201921710418.6	实用新型	2019-10-12 至 2029-10-11	广州昊道	原始取得	无
45	一种新型馅料搅拌锅	ZL201921672821.4	实用新型	2019-09-29 至 2029-09-28	广州昊道	原始取得	无
46	翻转机构及具有该翻转机构的提升机	ZL201921652670.6	实用新型	2019-09-29 至 2029-09-28	广州昊道	原始取得	无
47	用于可塑型乳化体系的高压均质机进料装置	ZL201822100194.9	实用新型	2018-12-13 至 2028-12-12	广州昊道	原始取得	无
48	一种用于高粘度水包油乳化体系的搅拌装置	ZL201821734683.3	实用新型	2018-10-24 至 2028-10-23	广州昊道	原始取得	无
49	奶油制造机	ZL201720339530.8	实用新型	2017-03-31 至 2027-03-30	广州昊道	原始取得	无
50	一种高压灭菌机	ZL201621331940.X	实用新型	2016-12-07 至 2026-12-06	广州昊道	原始取得	无
51	一种自动化封合装置	ZL201621331977.2	实用新型	2016-12-07 至 2026-12-06	广州昊道	原始取得	无

序号	专利名称	专利号	专利类型	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
52	一种自动化开箱装置	ZL201621331998.4	实用新型	2016-12-07 至 2026-12-06	广州昊道	原始取得	无
53	一种灭菌架	ZL201621331999.9	实用新型	2016-12-07 至 2026-12-06	广州昊道	原始取得	无
54	一种自动化包装机	ZL201621332005.5	实用新型	2016-12-07 至 2026-12-06	广州昊道	原始取得	无
55	一种自带刮刀装置的均质机	ZL201621332015.9	实用新型	2016-12-07 至 2026-12-06	广州昊道	原始取得	无
56	一种高效均质机	ZL201621333425.5	实用新型	2016-12-07 至 2026-12-06	广州昊道	原始取得	无
57	一种高效传送装置	ZL201621333463.0	实用新型	2016-12-07 至 2026-12-06	广州昊道	原始取得	无
58	一种蛋挞皮连续式生产成型设备	ZL201820127574.9	实用新型	2018-1-25 至 2028-1-24	浙江奥昆	原始取得	无
59	一种甜甜圈油炸装置	ZL201820126958.9	实用新型	2018-1-25 至 2028-1-24	浙江奥昆	原始取得	无
60	一种蛋挞托铺放装置	ZL201820126339.X	实用新型	2018-1-25 至 2028-1-24	浙江奥昆	原始取得	无
61	牛奶巧克力豆（亲嘴表情逗）	ZL201730406335.8	外观设计	2017-8-30 至 2027-8-29	立高食品	原始取得	无
62	牛奶巧克力豆（笑脸表情逗）	ZL201730406333.9	外观设计	2017-8-30 至 2027-8-29	立高食品	原始取得	无
63	牛奶巧克力豆（抠鼻表情逗）	ZL201730406332.4	外观设计	2017-8-30 至 2027-8-29	立高食品	原始取得	无
64	包装盒（表情逗-牛奶巧克力 38 克）	ZL201730406331.X	外观设计	2017-8-30 至 2027-8-29	立高食品	原始取得	无

序号	专利名称	专利号	专利类型	有效日期	权利人	取得方式	他项权利
65	牛奶巧克力豆（笑哭表情逗）	ZL201730405843.4	外观设计	2017-8-30 至 2027-8-29	立高食品	原始取得	无
66	牛奶巧克力豆（得意表情逗）	ZL201730405842.X	外观设计	2017-8-30 至 2027-8-29	立高食品	原始取得	无
67	牛奶巧克力豆（流汗表情逗）	ZL201730405841.5	外观设计	2017-8-30 至 2027-8-29	立高食品	原始取得	无
68	包装盒（表情逗-牛奶巧克力 163 克）	ZL201730405830.7	外观设计	2017-8-30 至 2027-8-29	立高食品	原始取得	无
69	陈列架（蛋挞）	ZL201830161073.8	外观设计	2018-04-18 至 2028-04-17	广州奥昆	原始取得	无
70	包装袋（板烧酱）	ZL201630169291.7	外观设计	2016-05-09 至 2026-05-08	广州昊道	原始取得	无
71	吸嘴包装袋（美煌）	ZL201930532505.6	外观设计	2019-09-27 至 2029-09-26	广州昊道	原始取得	无
72	包装袋（茂麟番茄沙司）	ZL201930532503.7	外观设计	2019-09-27 至 2029-09-26	广州昊道	原始取得	无

（2）许可使用专利

2014 年 1 月 18 日，华南理工大学与公司签署《技术转让（专利实施许可）合同》，公司获得专利号为 ZL201110193037.7 的“一种富含甘油二酯植脂奶油的制备方法”发明专利的授权许可使用权，授权协议的主要内容如下：

①授权主体：授权方为华南理工大学，被授权方为立高有限；

②授权方式：独占实施许可；

③授权内容：专利名称为“一种富含甘油二酯植脂奶油的制备方法”的发明专利，且立高食品有权利用华南理工大学许可实施的专利技术和技术秘密进行后续改进，由此产生的具有实质性或创造性技术进步特征的新的技术成果、相关利益，归立高食品所有；

④授权范围：全球范围内；

⑤授权期限：2014 年 1 月 18 日至 2024 年 1 月 18 日；

⑥授权费用及支付方式：许可实施使用费共人民币 20 万元，合同生效后一次性支付。

该专利并非公司核心技术，公司对该授权技术不形成重大依赖，具体原因如下：

华南理工大学“一种富含甘油二酯植脂奶油的制备方法”的发明专利是一项基础研究，解决的是奶油产品乳浊体系不稳定难题。而奶油产品的产业化和商业化应用是一个复杂的系统性工程，涉及产品配方、生产工艺、设备设计、产线布局和品控检验等多个方面，仅有华南理工大学的基础研究，无法实现奶油产品的产业化制备。

在公司取得华南理工大学许可专利前，已经从事奶油生产销售十余年，并持续对奶油产品进行技术升级与改良，取得华南理工大学许可专利后，公司借鉴该专利的基础研究，并持续进行研发投入，针对工业化生产的实际情况不断升级并改良奶油产品，提高了奶油产品的操作性及稳定性。根据上述授权协议，公司利用该专利技术进行后续改进，且由此产生的具有实质性或创造性技术进步特征的新的技术成果、相关利益，均归立高食品所有，目前公司自主掌握奶油产品的核心技术。

报告期内，公司与华南理工大学建立了良好的合作关系，与其开展了持续性的产学研合作，若到期后公司仍拟继续使用的，则不能续期的风险较低；若到期后公司放弃继续使用或无法续期，亦不会对公司的生产经营造成重大不利影响。

5、著作权

（1）计算机软件著作权

截止本招股说明书签署日，公司拥有的计算机软件著作权如下：

序号	软件名称	登记号	开发完成日期	首次发表日期	著作权人	取得方式	他项权利
1	奥昆食品生产线温湿度控制系统 V1.0	2018SR224925	2017-02-15	2017-08-06	广州奥昆	原始取得	无
2	奥昆食品快速成型管理系统 V1.0	2018SR225387	2017-03-16	2017-09-01	广州奥昆	原始取得	无

序号	软件名称	登记号	开发完成日期	首次发表日期	著作权人	取得方式	他项权利
3	饼店企业经营沙盘对抗演练（EOD）系统V1.0	2015SR188603	2015-02-12	2015-02-12	立高食品	原始取得	无

（2）作品著作权

截止本招股说明书签署日，公司拥有的作品著作权如下：

序号	作品名称	登记号	创作完成日期	登记日期	作品类型	著作权人	取得方式	他项权利
1	表情逗卡通形象创作成果 1	国作登字-2017-F-00490729	2017-02-18	2017-08-17	美术作品	立高食品	原始取得	无
2	表情逗卡通形象创作成果 4	国作登字-2017-F-00490730	2017-02-18	2017-08-17	美术作品	立高食品	原始取得	无
3	表情逗卡通形象创作成果 5	国作登字-2017-F-00490731	2017-02-18	2017-08-17	美术作品	立高食品	原始取得	无
4	表情逗卡通形象创作成果 6	国作登字-2017-F-00490732	2017-02-18	2017-08-17	美术作品	立高食品	原始取得	无
5	表情逗卡通形象创作成果 3	国作登字-2017-F-00490733	2017-02-18	2017-08-17	美术作品	立高食品	原始取得	无
6	表情逗卡通形象创作成果 2	国作登字-2017-F-00490734	2017-02-18	2017-08-17	美术作品	立高食品	原始取得	无
7	表情逗-形象标准字创作成果	国作登字-2017-F-00490735	2017-02-18	2017-08-17	美术作品	立高食品	原始取得	无
8	表情逗卡通形象 7	国作登字-2018-F-00542948	2017-03-01	2018-05-09	美术作品	立高食品	原始取得	无
9	表情逗卡通形象 8	国作登字-2018-F-00542949	2017-03-01	2018-05-09	美术作品	立高食品	原始取得	无
10	表情逗卡通形象 9	国作登字-2018-F-00542950	2017-03-01	2018-05-09	美术作品	立高食品	原始取得	无
11	表情逗卡通形象 10	国作登字-2018-F-00542951	2017-03-01	2018-05-09	美术作品	立高食品	原始取得	无

序号	作品名称	登记号	创作完成日期	登记日期	作品类型	著作权人	取得方式	他项权利
12	小休一下十二生肖图案	国作登字-2019-F-00760749	2016-10-23	2019-04-02	美术作品	立高食品	原始取得	无
13	表情逗【可爱眯嘴微笑】表情	国作登字-2019-F-00760750	2018-11-18	2019-04-02	美术作品	立高食品	原始取得	无
14	表情逗【斜眼张嘴奸笑】表情	国作登字-2019-F-00760751	2018-11-18	2019-04-02	美术作品	立高食品	原始取得	无
15	小休一下海底世界卡通图案	国作登字-2019-F-00864235	2019-04-15	2019-08-15	美术作品	立高食品	原始取得	无
16	有芝有味，美芝芝图案	国作登字-2019-F-00897470	/	2019-12-19	美术作品	立高食品	受让取得	无
17	立高蓝条纹图标	国作登字-2019-F-00920834	2019-04-15	2019-11-06	原始取得	立高食品	原始取得	无
18	烘焙帽品牌形象创作成果	国作登字-2019-F-00920835	2019-05-08	2019-11-06	原始取得	立高食品	原始取得	无
19	立高品牌广告语创作成果	国作登字-2020-F-00982754	2018-04-15	2020-02-03	美术作品	立高食品	原始取得	无
20	立高大耳猴图标	国作登字-2020-F-01034998	2019-12-02	2020-06-05	美术作品	立高食品	原始取得	无
21	金刮刀品牌形象创作成果	国作登字-2020-F-01054052	2019-12-02	2020-06-12	原始取得	立高食品	原始取得	无
22	广东立高食品有限公司吉祥物	粤作登字-2017-F-00020682	2017-01-05	2017-08-11	美术作品	立高食品	原始取得	无
23	牛油果餐包	国作登字-2018-F-00524815	2018-01-25	2018-05-16	美术作品	广州昊道	原始取得	无
24	魔鬼黑面包	国作登字-2018-F-00524816	2017-03-28	2018-05-16	美术作品	广州昊道	原始取得	无

序号	作品名称	登记号	创作完成日期	登记日期	作品类型	著作权人	取得方式	他项权利
25	一口就露陷-爆浆泡芙	国作登字-2018-F-00525825	2018-03-10	2018-08-27	美术作品	广州昊道	原始取得	无
26	白里挑壹-白玉卷	国作登字-2018-F-00525826	2018-03-10	2018-08-27	美术作品	广州昊道	原始取得	无
27	笨 NANA 毛毛虫	国作登字-2018-F-00534793	2018-01-25	2018-04-25	美术作品	广州昊道	原始取得	无
28	全麦天使白面包	国作登字-2018-F-00534794	2017-03-28	2018-04-25	美术作品	广州昊道	原始取得	无
29	元气紫米棒	国作登字-2018-F-00638734	2018-04-18	2018-12-17	美术作品	广州昊道	原始取得	无
30	爆浆薯 QQ	国作登字-2019-F-00782461	2018-09-12	2019-05-16	美术作品	广州昊道	原始取得	无
31	轻妍吐司 TOAST	国作登字-2019-F-00782464	2018-09-12	2019-05-16	美术作品	广州昊道	原始取得	无
32	小奶包 small milk bread	国作登字-2019-F-00782465	2018-09-12	2019-05-16	美术作品	广州昊道	原始取得	无

（3）许可使用著作权

2019 年 4 月 10 日，广东咏声动漫股份有限公司与公司签署《卡通形象商品化授权合同》，将其自有的《猪猪侠设计指南》配套图库中所列之“猪猪侠”动漫卡通形象许可给公司使用，授权协议的主要内容如下：

①授权主体：授权方为广东咏声动漫股份有限公司，被授权方为立高食品；

②授权内容：《猪猪侠设计指南》配套图库中所列之“猪猪侠”动漫卡通形象，包含二维及三维图库，以及在授权期限内提供图库更新内容，授权内容具体以授权方提供的配套图库为准；

③授权区域：中国大陆地区（不含港、澳、台地区）；

④授权销售渠道：第一授权年度（2019 年 4 月 10 日至 2020 年 8 月 9 日），仅限被授权方在线下烘焙门店渠道销售授权产品；第二授权年度和第三授权年度（2020 年 8 月 10 日至 2022 年 8 月 9 日），被授权方可在线上线下全渠道销售授权产品；

⑤授权期限：2019 年 4 月 10 日至 2022 年 8 月 9 日；

⑥授权性质：普通授权、不得转授权、无维权权力；

⑦授权产品类别：代可可脂巧克力、可可脂巧克力（具体以授权方审核通过的产品明细为准）；

⑧授权费用及支付方式：各年度授权费用为授权产品各年度销售额的 6%，各年度保底授权费为 50 万元。保底授权费按年分别支付，超额部分授权费于每次申购超额部分防伪标贴时支付。

近年来，公司基于对烘焙行业的深度理解，充分挖掘烘焙行业的消费场景及客户需求，在原有烘焙食品原料和冷冻烘焙食品的基础上，尝试推出了部分休闲食品，放于烘焙门店收银台进行销售，为烘焙门店带来新的收入增长点，并正逐步探索网络销售等其他销售渠道，近年来休闲食品的销售规模有所增长。“猪猪侠”动漫卡通形象授权产品为巧克力休闲食品，与烘焙食品原料和冷冻烘焙食品主要面向烘焙店、商超、餐饮等商业用户不同，公司休闲食品直接面向消费者，通过使用“猪猪侠”动漫卡通形象，可以提高该部分产品的知名度与吸引力。

报告期内，公司使用上述著作权的产品仅为巧克力休闲食品，2019 年，公司巧克力生产线升级改造，相关产品生产能力受限，授权产品 2019 年、2020 年上半年的销售收入分别为 8.12 万元、64.37 万元，占主营业务收入比例仅 0.01%、0.10%，且公司烘焙食品原料和冷冻烘焙食品等主要产品均未使用该著作权，公司主营业务对该许可使用著作权不产生重大依赖。公司上述授权合同处于正常履行过程中，不存在纠纷或潜在纠纷的情形。

6、无形资产的使用情况

公司目前拥有的商标、专利、著作使用权均系自主申请、受让及许可取得，取得手续合法合规，自有商标、专利、著作权均已取得相关主管部门核发的权属证明文件，受让取得的商标、专利、著作权均已取得相关主管部门核发的转让证明文件，被许可使用的专利权及著作权亦签署许可使用合同，专利许可使用合同已在专利局备案。因此，公司所拥有的商标、专利、著作使用权权属不存在瑕疵，使用专利、商标合法合规，不存在争议、纠纷或潜在纠纷的情形。

公司用于质押担保的专利情况如下：

类型	专利名称	专利号	质权人	有效期限	担保主债权	担保期限

					金额（万元）	
发明专利	果馅自动化包装生产线及其包装方法	ZL201410788411.1	建设银行广州天河支行	2014.12.17-2034.12.17	3,000.00	2020.04.10-2021.04.09

公司已于 2020 年 8 月 4 日全部还清上述质押合同所担保的借款，上述专利质押所担保的主债权已全额偿还，主债权因偿还借款而消灭。根据国家知识产权局于 2020 年 8 月 11 日出具的《专利权质押登记注销通知书》，该项专利因提供担保而设置的质权自 2020 年 8 月 11 日起消灭。根据《中华人民共和国物权法》、《中华人民共和国担保法》规定，质权与其所担保的债权同时存在，债权消灭的，质权也消灭，即上述专利的质押权已随主债权的消灭而消灭。截至本招股说明书签署日，公司使用该项专利不存在被限制的情形。

该项发明专利系公司自主研发取得的重要技术之一，主要应用于果馅产品的自动化生产技术，有助于提高配料的精准度和效率。根据《中华人民共和国专利法》第四十二条的规定，发明专利权的期限为二十年……，均自申请日起计算；根据该规定，该项发明专利申请日期为 2014 年 12 月 17 日，专利有效期为 20 年，不存在有效期较短及权利丧失的情形。

7、受让取得的无形资产情况

（1）受让取得的商标、专利、著作权的背景、价格、定价依据及公允性，受让的无形资产对公司的重要性

①注册商标

公司及其子公司受让取得的注册商标共计 40 项，分别通过无偿受让方式从增城市金皿食品工业有限公司（以下称“增城金皿”）、广州市高林食品有限公司（以下称“广州高林”）、广州市高林贸易有限公司（以下称“高林贸易”）、广州美滋煌食品有限公司（以下称“美滋煌”）处取得，具体情况如下：

序号	商标图样	注册号	国际分类	有效期限	权利人	转让方	取得背景及对公司的重要性等
1	银钻	1441837	29	2020.09.07-2030.09.06	立高食品	增城金皿	增城金皿系公司股东彭永城、赵键共同出资设立的企业，出于商业安排，增城金皿于 2002 年开始不再实际经营，并
2	顶誉	1441823	29	2020.09.07-2030.09.06	立高食品	增城金皿	

3	立高	1390528	30	2020.04.28-2030.04.27	立高食品	增城金皿	将其名下注册商标无偿转让予立高有限；该等商标部分用于公司名称及水果制品的宣传，部分作为公司储备商标。该等商标对于公司品牌塑造和产品推广具有积极作用。
4	爱拍	1374055	29	2020.03.14-2030.03.13	立高食品	增城金皿	
5	立高	1356617	29	2020.01.21-2030.01.20	立高食品	增城金皿	
6	爱拍	1169276	29	2018.04.21-2028.04.20	立高食品	增城金皿	
7	CAMBON	6346935	29	2020.08.14-2030.08.13	立高食品	高林食品	高林食品系公司股东彭永成、彭裕辉、赵松涛、赵键和白宝鲲共同出资设立的企业，出于商业安排，高林食品不再实际经营并于 2016 年注销，注销前将其名下所持有注册商标无偿转让予立高有限。该等商标部分用于水果制品、奶油、巧克力产品宣传，部分作为公司储备商标。该等商标对于公司产品推广具有积极作用。
8	新仙尼 SENSINI	6178658	30	2020.01.21-2030.01.20	立高食品	高林食品	
9	新仙尼 SENSINI	6373566	29	2019.10.21-2029.10.20	立高食品	高林食品	
10	康朋	6346934	29	2019.10.14-2029.10.13	立高食品	高林食品	
11	新仙尼 SENSINI	4279052	29	2017.02.28-2027.02.27	立高食品	高林食品	
12		3950445	30	2016.01.28-2026.01.27	立高食品	高林食品	
13	ARGO	3845106	32	2015.09.21-2025.09.20	立高食品	高林食品	
14	FULL FILL	3744596	32	2015.06.14-2025.06.13	立高食品	高林食品	
15	高 林	3702722	30	2015.06.14-2025.06.13	立高食品	高林食品	
16	盛装	3744599	30	2015.05.28-2025.05.27	立高食品	高林食品	
17	Vins & Vinci	3505419	30	2014.09.07-2024.09.06	立高食品	高林食品	
18	盛装	3744597	32	2015.05.28-2025.05.27	立高食品	高林食品	
19	双 V	3419592	30	2014.11.14-2024.11.13	立高食品	高林食品	
20	高 林	10590692	32	2013.08.28-23. 08.27	立高食品	高林食品	
21	FULL FILL	10590677	29	2013.05.21-2023.05.20	立高食品	高林食品	
22	仙露滋	4599533	29	2018.02.14-2028.02.13	立高食品	高林贸易	高林贸易系公司实际控制人彭永成、赵松涛、彭裕辉曾共同投资设立的企业，出于商业安排，高林贸易不再实际经营
23	ARGO	3845107	30	2015.10.07-2025.10.06	立高食品	高林贸易	

24	FULL FILL	3744598	30	2015.05.28-2025.05.27	立高食品	高林贸易	并于 2014 年注销，注销前将其名下所持有的注册商标无偿转让予立高有限。该等商标部分用于水果制品宣传、部分作为公司储备商标。
25	奥昆 Ao Kun	30290533	3	2019.04.14-2029.04.13	立高食品	广州奥昆	公司为实现集团化商标管理，及申请组合商标之考虑需得相关商标所有权，公司以无偿受让方式取得该等注册商标。该等商标对于公司品牌的集团化统一管理，品牌形象的重新塑造具有积极作用。
26	奥昆 Ao Kun	23218711	3	2018.07.07-2028.07.06	立高食品	广州奥昆	
27	奥昆 Ao Kun	21798452	5	2018.02.07-2028.02.06	立高食品	广州奥昆	
28	奥昆 Ao Kun	21821680	30	2017.12.21-2027.12.20	立高食品	广州奥昆	
29	Ao Kun	17584518	30	2016.09.28-2026.09.27	立高食品	广州奥昆	
30	奥昆	8023030	30	2021.02.14-2031.02.13	立高食品	广州奥昆	
31	美煌	8022993	30	2021.02.14-2031. 02.13	立高食品	广州昊道	
32	好禧坊 HAOXIFANG	5394999	30	2019.05.14-2029.05.13	广州奥昆	美滋煌	美滋煌系公司股东陈和军、宁宗峰曾共同投资设立的企业，出于商业安排，美滋煌不再实际经营并于 2014 年注销，注销前将其名下所持有的注册商标无偿转让予广州奥昆和广州昊道。其中“11638458”商标已由广州奥昆于 2020 年 7 月 6 日转让予公司。该等商标对于公司产品推广具有积极作用。
33	熊二	11653422	30	2014.03.28-2024.03.27	广州奥昆	美滋煌	
34	大佬强	11638458	30	2014.03.28-2024.03.27	广州奥昆	美滋煌	
35		9692598	30	2012.11.28-2022.11.27	广州奥昆	美滋煌	
36	见证爱的味道	9692650	30	2012.11.14-2022.11.13	广州奥昆	美滋煌	
37	玫瑰味爱的味	9692679	30	2012.08.21-2022.08.20	广州奥昆	美滋煌	
38	挞将军	9692557	30	2012.08.21-2022.08.20	广州奥昆	美滋煌	
39	昊道	11870252	30	2014.05.21-2024.05.20	广州昊道	美滋煌	
40	美滋煌	11638445	30	2014.03.28-2024.03.27	广州昊道	美滋煌	

注：上述 34 号专利“11638458”已由广州奥昆于 2020 年 7 月 6 日转让于立高食品。

②专利权

公司通过受让方式取得商标的情况如下：

类别	名称	授权专利号	专利权人	转让方	转让价格（元）	受让背景等

发明专利	一种面包酱料的制备方法	ZL 2013 1 0437788.8	广州昊道	南陵县玉竹协会	40,500	广州昊道于 2015 年与南陵玉竹签订关于“面包用夹心馅料关键技术研究”项目技术开发合作协议书，共同进行面包夹心馅料制备技术的深入开发。后为解决研究成果的权属问题，广州昊道于 2017 年受让该项专利，转让价格经由双方协商确定。

③著作权

公司通过受让方式取得著作权的情况如下：

类别	名称	登记号	著作权人	转让方	转让价格（元）	受让背景等
美术作品	有芝有味，美芝芝图案	国作登字-2019-F-00897470	立高食品	义乌市焙莎包装有限公司	1,235	义乌市焙莎包装有限公司系公司经销商，于 2019 年登记上述著作权但未在实际经营中使用，公司出于宣传推广设计产品需要，向其购买上述著作权。基于友好合作基础，双方协商确定以该著作权登记、转让等相关必要费用共计 1,235 元的价格转让该项著作权。

（2）转让方情况

除广州奥昆、广州昊道系公司控股子公司外，上述无形资产转让方的具体情况如下：

①增城市金皿食品工业有限公司

成立日期	1997 年 7 月 11 日
注册资本	100 万元人民币
注册地址	增城市石滩镇红荔中路
经营范围	加工、制造：植物奶油；批发、零售：本公司生产的产品。
股权结构	彭永成持股 50%、深圳市久远实业发展有限公司持股 50%
吊销时间	2003 年 11 月 24 日

②广州市高林食品有限公司

成立日期	2006 年 10 月 31 日
注册资本	200 万元人民币

注册地址	广州市花都区狮岭镇杨二村平步大道北
经营范围	糖果、巧克力制造；水果和坚果加工；蔬菜加工；速冻食品制造；预包装食品批发；预包装食品零售。
股权结构	彭永成持股 33.61%、彭裕辉持股 20%、赵松涛持股 17.25%、赵键持股 15.27%、白宝鲲持股 13.88%
注销日期	2016 年 12 月 22 日

③广州市高林贸易有限公司

成立日期	2003 年 7 月 15 日
注册资本	50 万元人民币
注册地址	广州市白云区广园中路 318 号 4 楼 402 房
经营范围	批发：预包装食品（不含酒精饮料，不含乳制品）。（食品流通许可证有效期至 2016 年 7 月 12 日）
股权结构	彭永成持股 40%、赵松涛持股 30%、彭裕辉持股 30%
注销日期	2014 年 3 月 28 日

④广州美滋煌食品有限公司

成立日期	2009 年 12 月 2 日
注册资本	30 万元人民币
注册地址	广州市番禺区化龙镇翠湖大道 9 号
经营范围	糕点、面包制造（不含现场制售）;糕点、糖果及糖批发;米、面制品制造;米、面制品及食用油批发;调味品批发;其他调味品、发酵制品制造;速冻食品制造;食品添加剂制造。
股权结构	陈和军持股 60%、宁宗峰持股 40%
注销日期	2014 年 8 月 26 日

⑤南陵县玉竹协会

成立日期	2011 年 5 月 6 日
注册资本	3 万元
注册地址	安徽省芜湖市南陵县南陵县烟墩镇霭里村
经营范围	开展玉竹新技术的推广开发和服务，进行玉竹种植技术的指导和培训。
负责人	申健
登记状态	正常

⑥义乌市焙莎包装有限公司

成立日期	2015 年 9 月 8 日
注册资本	1,000 万元

注册地址	浙江省义乌市义亭镇相宜路 100 号（自主申报）
经营范围	生产、销售：纸制包装盒、纸制包装袋、塑料制品、塑胶制品、不干胶（以上不含出版物、不含印制）；包装设计与技术研发；网上销售、实物现场批发：玻璃制品、五金制品、工艺品、木制品、皮革制品、包装材料（不含竹木材料、危险化学品、易制毒化学品及监控化学品）；包装装潢、其他印刷品印刷；仓储服务；普通货物装卸服务；货物进出口、技术进出口。
股权结构	苏爱兵持股 60%、党先锋持股 40%
登记状态	存续

七、发行人特许经营权和主要经营资质

（一）发行人特许经营权

截止本招股说明书签署日，公司不存在已经取得的特许经营权。

（二）发行人的主要经营资质

1、生产经营各个环节需获得的审批、认证（含合格供应商认证）、备案等事项

公司主营业务为烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的研发、生产和销售，公司为开展主营业务所需获得的相关审批、认证、备案情况如下：

序号	需获得的相关审批、认证、备案	主要依据
1	食品生产许可	《中华人民共和国食品安全法》 《食品生产许可管理办法》
2	食品经营许可	《中华人民共和国食品安全法》 《食品经营许可管理办法》
3	出口食品生产企业备案	《中华人民共和国食品安全法》 《中华人民共和国进出口商品检验法》 《中华人民共和国进出口商品检验法实施条例》 《出口食品生产企业备案管理规定》
4	对外贸易经营者备案登记	《中华人民共和国对外贸易法》 《对外贸易经营者备案登记办法》
5	海关进出口货物收发货人备案	《中华人民共和国海关法》 《中华人民共和国海关报关单位注册登记管理规定》
6	报关单位注册登记	
7	出入境检验检疫报检企业备案	《中华人民共和国进出口商品检验法》 《中华人民共和国进出口商品检验法实施条例》

		《出入境检验检疫报检企业管理办法》
8	道路运输经营许可	《中华人民共和国道路运输条例》

注：根据《关于企业报关报检资质合并有关事项的公告》（海关总署公告 2018 年第 28 号），自 2018 年 4 月 20 日起，将检验检疫自理报检企业备案与海关进出口货物收发货人备案合并为海关进出口货物收发货人备案，企业在海关注册登记或备案后同时取得报关和报检资质，原报关和报检资质继续有效。根据《中华人民共和国海关总署 国家市场监督管理总局关于〈报关单位注册登记证书〉（进出口货物收发货人）纳入“多证合一”改革的公告》（公告〔2019〕14 号），自 2019 年 2 月 1 日起，海关不再核发《报关单位注册登记证书》（进出口货物收发货人）。进出口货物收发货人需要获取书面备案登记信息的，可以通过“单一窗口”，在线打印备案回执，并到所在地海关加盖海关印章。

截止本招股说明书签署日，公司及其子公司的生产经营环节已取得的相关审批、认证、备案情况如下：

（1）食品生产许可证

序号	主体	许可证编号	发证机关	有效期至
1	增城分公司	SC10344018300886	广州市增城区市场监督管理局	2021 年 9 月 13 日
2	佛山分公司	SC10244060700331	佛山市三水区市场监督管理局	2022 年 7 月 13 日
3	广州奥昆	SC11144011500360	广州市南沙区市场监督管理局	2021 年 7 月 26 日
4	广州昊道	SC10344011500298	广州市南沙区市场监督管理局	2021 年 5 月 31 日
5	浙江奥昆	SC11133052200667	长兴县市场监督管理局	2022 年 10 月 18 日

注：浙江昊道为酱料产品的销售公司，未涉及生产环节，无需取得食品生产许可证

（2）食品经营许可证

序号	主体	许可证编号	发证机关	有效期至
1	立高食品	JY14401830126351	广州市增城区食品药品监督管理局	2022 年 6 月 18 日
2	立高食品	JY24401110454303	广州市白云区市场监督管理局	2024 年 4 月 22 日
3	增城分公司	JY34401830352486	广州市增城区市场监督管理局	2025 年 3 月 18 日
4	佛山分公司	JY34406070022024	佛山市三水区市场监督管理局	2021 年 9 月 18 日
5	佛山子公司	JY14406070105419	佛山市三水区市场监督管理局	2023 年 12 月 12 日

序号	主体	许可证编号	发证机关	有效期至
6	广州奥昆	JY14401150063559	广州市南沙区市场和质量监督管理局	2022年6月22日
7	广州昊道	JY14401150003119	广州市南沙区市场和质量监督管理局	2021年1月25日
8	浙江奥昆	JY13305220175766	长兴县市场监督管理局	2023年6月21日
9	浙江奥昆	JY33305220194475	长兴县市场监督管理局	2024年4月16日
10	浙江昊道	JY13305220001762	长兴县市场监督管理局	2024年10月13日

注：上述第3、4、9项为职工食堂的经营许可证，广州奥昆的职工食堂的经营许可包含在其食品销售经营许可中

（3）出口食品生产企业备案证明

序号	主体	备案编号	备案机关	有效期至
1	增城分公司	4400/17185	中华人民共和国增城海关	长期
2	佛山分公司	4400/15655	中华人民共和国三水海关	长期
3	广州奥昆	4400/18046	中华人民共和国广州海关	长期
4	广州昊道	4400/17137	中华人民共和国广州海关	长期
5	浙江奥昆	3300/18016	中华人民共和国湖州海关	长期

（4）对外贸易经营者备案登记表

序号	主体	备案登记表编号	备案日期	有效期至
1	立高食品	04850031	2019年8月26日	长期
2	增城分公司	04850487	2020年4月20日	长期
3	佛山分公司	02486989	2019年4月26日	长期
4	广州奥昆	03156965	2017年6月21日	长期
5	广州昊道	04851307	2019年11月18日	长期
6	浙江奥昆	04350429	2020年6月29日	长期

（5）报关单位注册登记证书

序号	主体	海关注册编码	注册海关	有效期至
1	立高食品	4401961125	中华人民共和国黄埔海关	长期
2	增城分公司	4401960E6H	中华人民共和国增城海关	长期
3	佛山分公司	4406968005	中华人民共和国广州海关	长期

（6）出入境检验检疫报检企业备案表

序号	主体	备案号码	备案机构	备案日期	有效期至
1	立高食品	4426600042	中华人民共和国黄埔海关	2018 年 10 月 18 日	长期

（7）海关进出口货物收发货人备案

序号	主体	海关编码	检验检疫备案号	注册海关	有效期
1	广州奥昆	44309609GF	4424603151	中华人民共和国南沙海关	长期
2	广州昊道	44309652P6	4484400120	中华人民共和国南沙海关	长期
3	浙江奥昆	3305960ACX	3358500284	中华人民共和国湖州海关	长期

（8）道路运输经营许可证

序号	主体	许可证编号	核发机关	有效期至
1	浙江昊道	浙交运管许可湖字 330522116441 号	长兴县道路运输管理局	2023 年 12 月 27 日

（9）质量认证

序号	主体	资质名称	资质编号	发证部门	有效期至
1	立高食品	质量管理体系认证证书	00118Q38221R1L/4400	中国质量认证中心	2021 年 9 月 27 日
2	增城分公司	HACCP 体系认证证书	001HACCP1600523	中国质量认证中心	2022 年 9 月 17 日
3		质量管理体系认证证书	00118Q38221R1M-1/4400	中国质量认证中心	2021 年 9 月 27 日
4	佛山分公司	HACCP 体系认证证书	001HACCP1600523-1	中国质量认证中心	2022 年 9 月 17 日
5		质量管理体系认证证书	00118Q38221R1M-2/4400	中国质量认证中心	2021 年 9 月 27 日
6	广州奥昆	HACCP 体系认证证书	001HACCP1500150	中国质量认证中心	2021 年 4 月 9 日
7		食品安全管理体系认证证书	001FSMS1500196	中国质量认证中心	2021 年 4 月 7 日
8	广州昊道	HACCP 体系认证证书	001HACCP1500428	中国质量认证中心	2021 年 10 月 27 日
9		食品安全管理体系认证证书	001FSMS1500547	中国质量认证中心	2021 年 10 月 28 日
10	浙江奥昆	HACCP 体系认证证书	001HACCP1800793	中国质量认证中心	2021 年 8 月 22 日

序号	主体	资质名称	资质编号	发证部门	有效期至
11		食品安全管理体系认证证书	001FSMS1800451	中国质量认证中心	2021年8月22日
12		FSSC 食品安全体系认证证书	CQC18FSSC10087	中国质量认证中心	2021年9月3日

烘焙行业相关法律法规对食品生产与经营企业没有合格供应商的强制认证要求。基于对食品质量安全的重视，公司部分客户如华润万家有限公司、海底捞等自行制定了供应商资格认证制度，相关客户主要通过实地调查、产品评测等手段对公司进行评估与审核，后通过通知或直接发出订单方式确认公司属于其合格供应商。目前，公司与设有合格供应商资格认证的客户均保持了良好的合作关系。

截至本招股说明书签署日，除河南奥昆由于尚在建设中未正式投产运营外，公司及其子公司、分公司均已取得开展主营业务所必需的业务资质；公司已根据相关法律法规的要求取得了生产经营各个环节需获得的审批、认证、备案等资质。

2、相关经营许可证证书有效期届满后，公司申请续期是否存在实质障碍

公司及其子公司已取得的出口食品生产企业备案证明、对外贸易经营者备案登记表、报关单位注册登记证书、出入境检验检疫报检企业备案表、海关进出口货物收发货人备案均是长期有效；公司及其子公司存在有效期的经营许可证证书为食品生产许可证、食品经营许可证、道路运输经营许可证，上述证书均未临近到期日，该等经营许可证书有效期届满后的续期条件及流程如下：

序号	证书	续期条件及流程	依据
1	食品生产许可证	食品生产者需要延续依法取得的食品生产许可的有效期的，应当在该食品生产许可有效期届满 30 个工作日前，向原发证的市场监督管理部门提出申请，并提供相关申请材料，县级以上地方市场监督管理部门应当根据被许可人的延续申请，在该食品生产许可有效期届满前作出是否准予延续的决定	《食品生产许可管理办法》
2	食品经营许可证	食品经营者需要延续依法取得的食品经营许可的有效期的，应当在该食品经营许可有效期届满 30 个工作日前，向原发证的食品药品监督管理部门提出申请并提交相关申请材料，县级以上地方食品药品监督管理部门应当根据被许可人的延续申请，在该食品经营许可有效	《食品经营许可管理办法》

		期届满前作出是否准予延续的决定	
3	道路运输经营许可证	重新申办。申请从事货运经营的，应当具备的条件为：（一）有与其经营业务相适应并经检测合格的车辆；（二）有符合规定条件的驾驶人员；（三）有健全的安全生产管理制度	《中华人民共和国道路运输条例》

公司及其相关子公司、分公司均符合上述法律、法规要求的申请食品生产许可证、食品经营许可证、道路运输经营许可证续期及重新申办的有关条件，到期后若按现有规定的条件及程序申请续期或重新申办不存在实质性障碍。

八、发行人的技术和研发情况

（一）主要产品的核心技术情况

1、冷冻烘焙食品

冷冻烘焙食品需要在冷冻环境下进行保存，而冷冻烘焙食品的配方、生产工艺等技术关系到产品长时间冷冻及解冻后的口感和品质，为此，公司在冷冻烘焙食品方面的核心技术主要集中在提升产品口感和品质稳定的配方及其工艺上，具体如下：

序号	核心技术名称	技术优点及先进性	技术来源	应用产品
1	港式蛋挞品质升级的研究	通过在面团中加入锁水功能的原料，对配方的比例做出适当的调整，解决了起发效果差的问题，使产品品质更佳。	自主研发	蛋挞皮
2	甜甜圈面团抗老化工艺研究与应用	通过选择特殊的原辅料和其配比，解决了甜甜圈产品冷冻储存后，再解冻复烤口感下降的难题，水份流失小于 1.5%，保证内部水份，延缓了老化时间。	自主研发	甜甜圈
3	起酥老婆饼的制作及其生产工艺的研究与应用	改良老婆饼的配方，通过自动输送线实现自动化生产，保证产品品质，增强口感层次，实现大规模推广。	自主研发	老婆饼
4	蛋黄酥新品开发	研发实现了蛋黄酥工业化生产线批量生产，解决咸蛋黄为整颗蛋黄无法实现自动化生产的难题，产品更加甜香，得以在市场上规模化推广。	自主研发	蛋黄酥
5	慕斯蛋糕保水性技术的研究与应用	经过多次测试和调试，在慕斯蛋糕里增加特殊配方，使蛋糕冷冻保存保质期达 6 个月，解冻后产品保持口感湿润、爽	自主研发	慕斯蛋糕

		滑。		

2、奶油产品

公司目前已拥有了成熟的植脂奶油和含乳脂植脂奶油的制作方法。不仅如此，公司通过长期研发，持续提升植脂奶油和含乳脂植脂奶油的口感和细腻度，提高其打发性和稳定度，并扩展了产品的应用范围。

公司奶油产品核心技术具体如下：

序号	核心技术名称	技术优点及先进性	技术来源	应用产品
1	动植物混合植脂奶油及其制备关键技术研究	通过优化乳化体系，克服乳脂与植脂相容性差的难点，使动植物混合奶油的操作性、稳定性达到植脂奶油的水平，口感上接近成本高的天然稀奶油。	自主研发	含乳脂植脂奶油
2	低糖含乳植脂奶油关键技术研究	克服低糖奶油操作性和稳定性差的缺点，开发出操作性、稳定性好，口感优，且更健康的低糖含乳植脂奶油。	自主研发	含乳脂植脂奶油
3	乳脂奶油稳定性关键技术研究	通过调整乳化体系及优化工艺过程，提高乳脂奶油的稳定性和操作性，使其使用性能接近植脂奶油。	自主研发	含乳脂植脂奶油
4	低脂健康型含乳植脂奶油关键技术研究	克服低脂奶油打发性能差、稳定性差的缺点，开发出打发性能好，操作性、稳定性好，口感优，且更健康的低脂含乳植脂奶油。	与华南理工大学联合开发	含乳脂植脂奶油
5	乳浊体系稳定化关键技术及在植脂奶油中的产业化应用	通过测试植脂奶油中的乳化特性，明确奶油乳浊体系稳定化关键技术，并产业化应用，使奶油的操作性、稳定性和口感更优。	与华南理工大学联合开发	植脂奶油

3、水果制品产品

公司水果制品系列产品包括果馅、果溶、果泥等不同系列，包括固态、半固态、液态等不同性态的产品，公司通过自动化的生产工艺解决了大规模生产难题，提高配料的精准度和效率，并通过防腐和防褐变等技术使其能够保存较长时间，维持风味的持久度。

公司水果制品产品核心技术具体如下：

序号	核心技术名称	技术优点及先进性	技术来源	应用产品
1	果馅加工自动	果馅产品实现了自动落桶、灌装、封膜、	自主研发	果馅

	化生产技术研究	压盖、称重等工艺流程，节省了人力，降低了劳动强度，自动称重相比人工称重效率提高了 1 倍，精度由（3000±50）g 提高到了（3000±20）g。		
2	果溶果酱高精度智能化配料工艺的研究	更改常规手工投料方式，通过自动化控制设备进行连续性的物料运输、定量与复核，对关键参数进行控制，使果溶果酱的连续化生产更精准、高效和智能，使生产时间由 3h/批降低为 2h/批，物料的定量精度达到了±20g。	自主研发	果溶
3	具有保健功效的雪梨桂花果酱及其制备方法和应用研究	解决了该类产品既要保持功效，又要避免功效成份在加工过程中的损失和保证有明确的功效成份及稳定的功效成份含量的难题，补充了特殊功效成份，且质量符合要求。	自主研发	果酱
4	果馅系列产品防褐变关键技术研究	通过自主研发的果馅复配褐变抑制剂，同时结合防褐变工艺，研究了从产品的前处理、煮制、包装到入库的防褐变过程，成功开发出了果馅产品防褐变流程体系。	自主研发	果馅

4、酱料产品

酱料作为烘焙食品夹心时容易出现塌陷、爆馅、水分迁移等现象，作为表面装饰时容易出现表面起皮、干皱、气泡等现象，公司通过系列研究，提高了酱料产品的稳定性和安全性，使其能够适应不同温度及湿度等使用环境。

公司酱料产品核心技术具体如下：

序号	核心技术名称	技术优点及先进性	技术来源	应用产品
1	无蛋型沙拉酱稳定性关键技术与工艺研究	通过工艺与配方的优化，改善传统沙拉酱高油高胆固醇的现状，使产品具备优良的乳化稳定性，突破沙拉酱传统风味的局限性，口味更多样。	自主研发	沙拉酱
2	高粘度水包油乳化体系自动化生产工艺的研发与应用	研发出的酱料高粘、耐烘烤，经受高温烘烤后仍然具有很好的挺立度，水分不会在产品储存期间发生迁移现象，拥有很好的保水性和较好的耐冻融性能能；乳化效果优良，产品具有细腻的质感；能够将水分活度控制在 0.70-0.75，提高产品安全性。	自主研发	沙拉酱
3	具有耐冷冻性及冻融稳定性的半固态乳化调味料	利用该技术的产品具有优异的耐冷冻性和冻融稳定性，在低温储存 3 个月后依然保持原有状态，作为均匀的半固态乳化调味料使	自主研发	沙拉酱

	及其制备方法研究	用时不出现油水分离现象，从而解决了产品受季节和地域影响而需要采取的运输及存储特殊保护措施，节约了成本。		
4	风味西点奶油夹心及其制备工艺研究	研发出的西点奶油夹心酱具有极佳的耐烤性能、口感细腻、化口性好，并能够实现较为成熟的半自动化生产。	自主研发	可丝达酱

（二）核心技术的科研实力和成果

1、获得的主要奖项

序号	奖项名称	时间	颁奖单位
1	2019 年度广东省食品行业优秀新产品（美浓乳脂植脂奶油、新仙尼特级大颗粒芒果果馅）	2020 年 2 月	广东省食品行业协会
2	国家知识产权优势企业	2019 年 12 月	国家知识产权局
3	广东省烘焙食品企业 10 强	2019 年 8 月	广东省轻工业联合会、广东省焙烤食品糖制品产业协会
4	2019 中国中式茶点创意大赛优秀创新中点（蛋黄酥）	2019 年 5 月	中华全国工商业联合会烘焙业工会
5	第二十二届中国国际焙烤展览会产品创新奖（玉荔起司馅）	2019 年 5 月	中国焙烤食品糖制品工业协会
6	广东省科技进步一等奖（蛋白乳浊体系稳定化及高品质乳制品产业化关键技术）	2019 年 3 月	广东省人民政府
7	广东省高成长中小企业	2018 年 1 月	广东省经济和信息化委员会
8	高新技术企业	2018 年	广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局
9	广州市创新标杆企业	2017 年 11 月	广州市人民政府
10	推动中国焙烤食品产业发展杰出贡献奖	2017 年 5 月	中国焙烤食品糖制品工业协会
11	中国烘焙行业技术发展贡献企业	2016 年 5 月	中华全国工商业联合会烘焙业工会
12	中国烘焙最具影响力十大原料企业	2013 年 3 月	中国食品工业协会
13	中国烘焙最受欢迎原料品牌	2010 年 3 月	中国食品工业协会

2、承担的重大科研项目

序号	项目名称	时间	所属计划

1	岭南烘焙食品专用新型功能配料创制关键技术及产业化示范	2019 年	广东省重点领域研发计划项目

3、参与制定的标准

序号	标准名称	标准号	标准类型
1	植脂奶油	SB/T 10419-2017	行业标准
2	焙烤食品冷冻面团	T/CGCC 20-2018	团体标准
3	焙烤食品预拌（混）粉	T/CGCC 19-2018	团体标准
4	小麦粉湿制品	T/CGCC 37-2019	团体标准
5	焙烤食品网络销售及经营规范	T/CGCC 38-2019	团体标准

（三）研发项目及进展情况

截止本招股说明书签署日，公司主要在研的项目如下表所示：

序号	项目名称	项目目标	进展情况
1	葡挞类产品口感品质改良关键技术研发	通过调整配方及优化工艺过程，以及对原料储存条件及使用中心温度的管控，使得产品烤后层次分明，入口流香，甜而不腻，营养均衡，提升现有产品在市场上的竞争力。	中试阶段
2	商超面团系列产品发酵关键技术研发	面包类产品在冷冻的情况下，产品极容易出现水分流失及老化，使得产品干硬、粗糙、口感差，通过在改变配方中的原辅料及其配比，使得产品的水分流失得到控制，改善产品老化的状况。	小试阶段
3	熟品吐司及餐包系列产品研发	通过调整生产设备以及优化工艺流程，克服机械设备硬性上的问题，使得生产的产品外形、重量、口感、品质保持稳定，烘烤后的成品速冻保存，在零下 18℃的环境中保质期达到 180 天及以上。	小试阶段
4	冷冻日式芝士蛋糕系列产品研发	研发耐冷冻的芝士蛋糕系列，使产品稳定性较好，能够在零下 18℃的温度下保存，具备口味自然，化口性佳，芝士味柔滑浓郁，有自然的奶油芝士回味等优点。	基础研究
5	乳之友马斯卡邦奶油的研发	在含乳脂植脂奶油配方的基础上，加入马斯卡彭奶酪、奶油、奶粉、炼奶等风味物质，并按产品风味及成本要求设计工艺及配方，进一步优化成本及风味。	小试阶段
6	多风味夹心酱研发	研发具有百香芒果与奶香风味的乳化体系奶油夹心酱，通过配方调试，使产品具备较强的稳定性，能在冷冻或冷藏环境下达到保质期 6 个月以上，产品开封后冷藏 5 天内状态稳定。	小试阶段
7	果馅产品防褐变	从褐变抑制剂、工艺、包装材料等方面研究果馅产品	小试阶段

	及冷粉工艺研发	防褐变技术，提高产品品质，延长易褐变果馅的保质期，在此基础上，加强产、学、研合作，同时研究无添加冷粉的配方和杀菌工艺，开发高品质产品。	
8	多风味果酱类产品研发	针对婴幼儿、成人等不同消费群体的营养需求和功能需求，开发符合各自特点的不同包装形式、不同配料组成的多种口味的快消果酱产品。	小试阶段
9	烘焙用面团混料的制备	研发一种特殊风味的酱料，能够在和制面团时添加使用，对面团进行增香并利于其组织结构的形成，使烤制而成的面包更加可口酥软，达到方便用户和制面团、简化步骤、提高面包品质等效果。	中试阶段
10	高含油量沙拉酱的抗氧化研究	通过研究不同乳化剂所形成的界面膜稳定性研究，和产品包装透氧率的实验，从两方面的改进提高现有含油量较高的沙拉酱的抗氧化能力。	基础研究

（四）研发投入情况

公司重视新产品和新技术的研究与开发，将产品研发作为公司提高核心竞争力的重要保证。公司每年积极投入研发，进行设备更新、人才引进、试验原料购买等。

报告期内，公司研发费用及占营业收入比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发费用	2,069.89	4,150.52	3,610.62	2,958.78
营业收入	67,007.53	158,372.95	131,345.30	95,599.15
研发费用占营业收入比重	3.09%	2.62%	2.75%	3.09%

报告期内，公司不断加大对研发的投入，研发费用逐年上升，分别为 2,958.78 万元、3,610.62 万元、4,150.52 万元和 2,069.89 万元，研发费用占营业收入比重分别为 3.09%、2.75%、2.62%和 3.09%，2017 到 2019 年有所下降，主要是因为随着公司收入的快速上升，公司整体研发费用占营业收入比重也有所降低。

（五）研发人员情况

报告期内，发行人核心技术人员和研发人员情况如下：

单位：人

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日

核心技术人员	4	4	4	4
研发人员	112	102	84	71
员工人数	2,268	2,269	2,158	1,902
研发人员占员工总数的比例	4.94%	4.50%	3.89%	3.73%

报告期内，公司核心技术人员未发生变动，核心技术人员简介详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的基本情况”之“（四）核心技术人员”。

（六）合作研发情况

公司主要核心技术来源于自主研发，同时，公司也积极开展与各地研究院、大学等科研单位的技术合作，与行业协会保持密切交流，并聘请了大学教授、外国专家担任技术顾问，有效地提升公司的产品研发、市场技术服务和产品应用水平。公司积极参与产学研合作，与华南理工大学共同建立“广东省烘焙添加剂及配料工程技术研究中心”，被广东省科学技术厅认定为广东省工程技术研究中心。同时，针对冷冻烘焙食品等国内新兴产品，公司聘用了国外知名专家为技术顾问，学习及引进国外畅销产品和先进工艺技术经验，有效提高了公司冷冻烘焙食品的研发与应用水平。

（七）技术创新机制

1、研发机构设置

公司设立了专门的研发中心，确保公司研发工作的顺利开展。研发中心根据公司制定的战略规划及对现有产品及市场的调研，负责新技术、新产品的研究开发工作，同时负责与设计开发有关的新理念、新技术、新工艺、新材料等情报资料的收集、整理、归档，组织公司内部设计评审及负责新产品的知识产权保护和后期样品制作。

研发中心下设产品研发部、基础研发部、技术管理部、设备工艺部和综合服务部五个部门，产品研发部主要负责研发项目小组的筹建，产品、技术项目的研发开展；基础研究部主要根据产品研发的需求开展技术资料的查询与分析；技术管理部负责公司的技术发展战略和研发战略的落实，保证研发符合公司战略发展

方向；设备工艺部主要负责工艺设备的管理及升级提高；综合服务部负责研发支持相关的其他工作。

公司研发中心以市场为导向，以加强技术创新、发展高科技为理念，合理规划，科学论证研究开发项目，充分合理地发挥现有的人力、物力、财力，从严管理，建立完善研发中心运行管理体制。

2、技术创新制度

公司制定和实施了一系列鼓励技术创新的激励政策，调动公司内外部各类研发资源和科研人员的积极性，不断巩固公司在行业内的技术优势。公司从以下方面建立了完善的制度，保证研发工作的顺利开展：

（1）在科技成果的管理和转化方面，公司高度重视成果转化，专门设立《科技与科研成果奖励制度》，加强对技术人员为公司贡献的成果和成绩的奖励。同时建立《知识产权管理办法》，加强对公司知识产权的管理、利用和保护，促进企业技术创新，增强产品与服务的竞争力。

（2）在科技人员培养与激励方面，公司建立《研发人员绩效考核制度》，对在研发中有创造性贡献的研发团队及其研发人员进行相应嘉奖，加强了研发团队的凝聚力。公司在内部有较完善的培训机制，制定《研发人员培训管理制度》，对科技人员进行岗前培训、岗位技能培训、专业技术培训等，结合公司内部研发人员的不定期技术交流及员工自我培训，形成内部合作、共赢多向提升的培训机制。

（3）为进一步提供公司的技术水平，公司制定《产学研合作管理制度》，促进与高校及科研院所的合作，目前公司已与华南理工大学等机构进行多次产学研合作，通过产学研合作形式提升公司的技术水平，提高科技人员的综合研发能力，并聘请了大学教授、国外专业人士担任公司技术顾问，及时了解学界和国外行业最新技术动态。

（4）在项目研发及研发费用核算方面，公司不断进行制度优化。公司建立《立项管理制度》对项目的调研、审查、立项、监管和验收等整个过程有了明确的规定和说明。通过《项目研发核算体系管理制度》，公司明确了企业研发费用的类别，结转流程、报销流程等，并在在每年公司会计核算的过程当中，都会与

技术部进行有效的沟通，整理凭证，保证费用的准确合理。

3、研发工作流程

公司的研发工作流程如下：

（1）立项阶段：公司立项需要经过市场调查及可行性分析、技术调查及可行性分析、评审会议等过程，经各方同意后，项目负责人制定详细的项目计划，带领项目组进行项目开发。

（2）研发阶段：公司先进行技术研发，经审查达到技术可行点后进入产品研发阶段。产品研发由基础研究、小试、中试 3 个部分构成。

（3）产品测试和评审阶段：产品研发的各个阶段都要进行产品测试，各阶段测试结果确认后，进行下阶段研发。随后进行工试、试销、研发中评等工作，确定是否进入产业化阶段。

（4）产业化阶段：研发人员进行生产准备和销售准备，完成生产流程、制造工艺、工艺装备、关键控制点等生产文档，以及完成产品样本、使用说明文档和销售人员技术培训。

（5）项目变更和项目中止：当研发项目因故需要进行变更或中止时，经相关审批后，分析前次研发项目变更或中止的原因，继续其他的研发工作。

九、境外生产经营活动

截止本招股说明书签署日，公司不存在境外拥有资产的情况，不存在境外生产经营的情况。

十、发行人质量控制情况

（一）全流程的食品安全质量监控措施

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

环节	内控制度名称

食品质量和安全专项规定	质量和食品安全管理手册
	食品安全事故处置制度
	配方及食品添加剂管理制度
	食品安全自查管理制度
	食品防护计划
	危害分析与 HACCP 计划建立控制程序
	应急响应控制程序
	产品标识和可追溯控制程序
采购环节	立高采购管理规定
	进料检验操作规程
	采购控制程序
	供应商管理控制程序
生产环节	成品留样管理制度
	半成品及成品检测制度
	生产过程控制程序
	不合格品控制程序
仓储及运输环节	仓库部管理规定
	外仓储存保管要求
	自有车辆管理制度
	第三方物流公司管理制度
	冷链管控管理制度
销售环节	产品召回控制程序
	产品质量反馈及退换货流程
	经销商管理制度

公司严格执行上述管理制度，具体质量控制及产品安全管理措施如下：

1、采购环节

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

件、存在违法违规行为的供应商进行淘汰。

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

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

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

2、生产环节

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

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

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

3、流通环节

公司在仓储、物流、经销商等各流通环节中对产品质量及安全进行控制。

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

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

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

4、销售环节

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

5、食品安全可追溯控制

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

综上所述，公司已建立了覆盖全业务流程的食品安全管控体系，食品安全控

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

（二）报告期内主管部门对发行人食品质量的监督检查情况

1、生产环节被执法抽检及监督检查的情况

报告期内，公司及其下属分子公司在生产环节被执法抽检及监督检查的情况如下：

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

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

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

2、流通环节对发行人产品的执法抽检情况

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

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

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

（三）消费者投诉、举报或起诉情形及负面报道情况

1、因发生食品安全问题被消费者投诉、举报或起诉的情形

报告期内，公司不存在因发生食品安全问题被消费者投诉、举报或起诉的情况。

2、相关负面报道中涉及食品安全的情形

报告期内，公司相关负面报道涉及食品安全问题的情形如下：

序号	媒体名称	标题	涉及食品安全问题的报道内容
1	时代在线	食品安全问题突出，立高食品	香橙纤果泥（果酱，规格为 1.6kg/罐）不合格；

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

上述第 1 项负面报告中“香橙纤果泥（果酱，规格为 1.6kg/罐）不合格”，系因标签不符合《预包装食品营养标签通则》的要求，致使检验结论为不合格。上述情况发生后，公司启动召回机制并加强对相关规定的学习，以避免出现类似问题。根据佛山市三水区食品药品监督管理局的《通告》，鉴于公司能积极配合调查，对该产品及时启动召回措施，没有造成危害的后果，相关标注错误属于修约错误，不影响食品安全且不会对消费者产生误导，决定对公司不予处罚，责令改正以上违法行为。其他 3 类产品为下游客户流通环节抽检结果不合格的情况，经过公司相关产品生产地监管机关复检均为合格。

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

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

（四）奶油产品、冷冻烘焙食品的贮藏、流通环节的环境卫生要求，发行人对上述产品保质期内的管控措施及其有效性

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

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

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

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

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

2、发行人对上述产品保质期内的管控措施及其有效性

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

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

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

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

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

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

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

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

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

（五）合作的第三方物流相关资质，运输问题导致的食品安全问题责任划分情况

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

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

（六）食品安全事故

报告期内，公司未发生食品安全事故，不存在食品安全方面的纠纷及诉讼情况，不存在因食品安全事故受到有关部门行政处罚的情形。公司及子公司所在地市场监督管理局已出具证明，报告期内，公司及子公司不存在被市场监督管理部门行政处罚的情形。

（七）对食品安全突发事件是否已制定完整有效的应对措施及制度

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

在事前预防方面，公司已在采购、生产、储存、运输、销售等环节制定了严格的食品安全控制制度，详情参见本节之“十、发行人质量控制情况”之“（一）全流程的食品安全质量监控措施”。

在事中监控方面，公司质量控制部门负责食品安全事故信息收集。一方面，公司通过网络检索等方式，跟踪国家及各地质量监督管理部门的相关制度规定的调整信息，风险提示信息，监控网络上出现的公司产品质量及食品安全相关信息；另一方面，公司对销售人员进行培训，要求一线销售人员遇到食品安全问题时，及时向质量控制部门反馈。此外，公司制定《食品安全事故处置制度》，要求任何员工有义务在第一时间报告（含越级报告）食品安全事故，任何部门或者个人不得对食品安全事故隐瞒、谎报、缓报。

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

综上，针对食品安全突发事件，公司已建立了有效的应对机制。

第七节 公司治理与独立性

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司按照《公司法》、《证券法》等相关法律、法规和规范性文件的要求，制定了《公司章程》，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的治理架构，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。根据相关法律、法规及《公司章程》，公司还制定及完善了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《对外投资管理办法》、《关联交易管理制度》等相关制度，上述制度为公司法人治理的规范化运行提供了进一步制度保证。报告期内，公司股东大会、董事会、监事会以及经营管理层均按照各自的议事规则和工作细则规范运作，各行其责，切实保障所有股东的利益。

（一）股东大会运行情况

2017 年 10 月 30 日，公司召开创立大会，审议通过了《立高食品股份有限公司章程》和《股东大会议事规则》，建立了股东大会制度。

自立高食品设立以来，股东大会一直根据《公司法》、《公司章程》和《股东大会议事规则》等的规定规范运作。自立高食品设立至本招股说明书签署日，公司共召开了 15 次股东大会，会议的内容决议以及召集召开程序合法合规。公司股东大会对公司章程修订，公司董事、监事任免，公司重要制度的建立等重要事项作出相关决议，切实发挥了股东大会的作用。

（二）董事会运行情况

2017 年 10 月 30 日，公司召开创立大会，选举了第一届董事会成员，并审议通过了《董事会议事规则》，建立了董事会制度。

自立高食品设立以来，历次董事会的通知、召开、审议程序、表决均符合《公司法》、《公司章程》和《董事会议事规则》等规定，会议记录、会议档案完整，

董事会制度运行规范、有效。自立高食品成立至本招股说明书签署日，公司共召开了 22 次董事会会议，会议的内容决议以及召集召开程序合法合规。

（三）监事会运行情况

2017 年 10 月 15 日和 2017 年 10 月 30 日，公司召开职工代表大会和创立大会，选举了第一届监事会成员，并审议通过了《监事会议事规则》，建立了监事会制度。

自立高食品设立以来，历次监事会的通知、召开、审议程序、表决均符合《公司法》、《公司章程》和《监事会议事规则》等规定，会议记录、会议档案完整，监事会制度运行规范、有效。自立高食品成立至本招股说明书签署日，公司共召开了 12 次监事会会议，会议的内容决议以及召集召开程序合法合规。

（四）独立董事履职情况

2017 年 10 月 30 日，公司召开创立大会，选举了黄伟成、黄劲业为独立董事，其中黄伟成为会计专业人士，并审议通过了《独立董事工作细则》。

自公司聘任独立董事以来，独立董事依照有关法律、法规和《公司章程》勤勉、尽职地履行职权，积极参与公司重大经营决策，并对重大关联交易、重大投资项目等需要独立董事发表意见的事项进行了认真的审议并发表独立公允的意见，对公司法人治理结构规范运作起到了积极的作用。

（五）董事会秘书履职情况

根据《公司章程》，公司设董事会秘书并制定了《董事会秘书工作细则》，对董事会秘书的任职资格、职责、聘任等进行了明确的规定。

2017 年 10 月 30 日，公司召开第一届董事会第 1 次会议，聘任龙望志先生为公司副总经理、董事会秘书，自受聘以来，公司董事会秘书一直依照有关法律、法规和《公司章程》的规定认真履行其职责。

（六）审计委员会及其他专门委员会的人员构成及运行情况

公司董事会下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会和战略委员会四个专门委员会，就各专业性事项进行研究，提出意见及建议。各专门委员会对

董事会负责，各专门委员会的提案提交董事会审查决定。

截止本招股说明书签署日，公司董事会专门委员会人员构成情况如下：

委员会名称	主任委员	委员
审计委员会	黄伟成	黄伟成、黄劲业、赵松涛
提名委员会	黄劲业	黄劲业、黄伟成、彭裕辉
薪酬与考核委员会	黄伟成	黄伟成、黄劲业、彭裕辉
战略委员会	彭裕辉	彭裕辉、白宝鲲、赵松涛、陈和军

公司董事会各专门委员会自设立以来，严格按照《公司法》等相关法律法规、《公司章程》和各专门委员会议事规则的有关规定履行相关职责，强化了公司董事会的决策功能，进一步完善了公司治理结构。

二、发行人内部控制制度的自我评估和鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见

公司管理层对公司内部控制制度的完整性、合理性和有效性发表了自我评估意见，认为：“本公司针对所有重大事项建立了健全、合理的内部控制制度，并按照《企业内部控制基本规范》及相关规定，截至 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。”

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）对公司内部控制制度进行了审核，并出具了《立高食品股份有限公司内部控制鉴证报告》（众环专字（2020）060071 号），会计师认为公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报告相关的有效的内部控制。

三、发行人报告期内违法违规情况

公司已依法建立健全了股东大会制度、董事会制度、监事会制度、独立董事制度和董事会秘书制度等公司治理制度。报告期内，公司严格按照《公司法》及相关法律法规和《公司章程》的规定规范运作、依法经营，不存在重大违法违规行为。

报告期内，公司因一般违法违规行为受到处罚的主要情况如下：

（一）佛山分公司受到的行政处罚

1、2017 年 9 月，佛山分公司受到佛山三水环保局行政处罚

2017 年 9 月 4 日，佛山市三水区环境保护局出具三环罚（监）字[2017]第 30 号《行政处罚决定书》，2017 年 5 月 10 日，监测人员对佛山分公司废水进行采样检测时，发现排放水污染物超过地方规定的水污染排放标准，依据《中华人民共和国水污染防治法》第七十四条第一款的规定，对佛山分公司处以罚款 98,106.26 元。

2017 年 9 月 8 日，公司支付了上述罚款。该次处罚主要是由于当时公司佛山厂区进行短暂性生产线调整，厂区安检人员监控不到位，未能及时检测出生化池中的指标短暂性异常。发生处罚后，公司补充加装了先进的污水检测及处理设备，完善了对排污指标的监控管理机制。

2017 年 12 月 27 日，佛山市三水区环境保护局出具《证明》，对于上述被处罚情形，佛山分公司已缴纳了全部罚款，并已完成整改工作，认定上述行为不属于重大违法违规行为。

2、2017 年 9 月，佛山分公司受到佛山三水环保局行政处罚

2017 年 9 月 4 日，佛山市三水区环境保护局出具三环罚（监）字[2017]第 39 号《行政处罚决定书》，2017 年 7 月 12 日，执法人员对佛山分公司进行现场检查时，发现其将部分润滑油桶、废机油罐存放在机修房旁边的遮雨棚内，与其他机器混合存放，存在将危险废物混入非危险废物中贮存的行为，依据《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》第七十五条第一款第（七）项、第二款的规定，责令佛山分公司停止违法行为，并处以罚款 20,000 元。

2017 年 9 月 8 日，公司支付了上述罚款。该次处罚主要是由于当天机修管理人员疏忽，在危废回收处理单位到达厂区接收润滑油桶、废机油罐前，提早将其由危废品房移至遮雨棚内。发生处罚后，公司增强对车间危废品回收的管理，加强对相关人员的培训，提高其安全意识。

2017 年 12 月 27 日，佛山市三水区环境保护局出具《证明》，对于上述被处罚情形，佛山分公司已缴纳了全部罚款，并已完成整改工作，认定上述行为不

属于重大违法违规行为。

（二）广州奥昆受到的行政处罚

1、2017 年 8 月，广州奥昆受到南沙海关行政处罚

2017 年 8 月 4 日，中华人民共和国南沙海关出具南关缉违字[2017]000003 号《行政处罚决定书》，2014 年 8 月 12 日、9 月 10 日，广州奥昆作为减免税申请人及实际使用人以一般贸易方式申报进口免税自动包油设备 1 台、面带生产设备 1 台、成形设备 1 台，申报总价为 1,019,000 欧元，广州奥昆未经海关许可，擅自将上述设备融资租赁给远东国际租赁有限公司，涉案货物价值人民币 10,630,371.59 元。依据《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十八条第一款（一）项之规定，“未经海关许可，擅自将海关监管货物开拆、提取、交付、发运、调换、改装、抵押、质押、留置、转让、更换标记、移作他用或者进行其他处置的，处货物价值 5%以上 30%以下罚款。”同时，鉴于 3 台减免税设备一直属于广州奥昆自用并用于原定用途，并已收回设备的所有权，依据《中华人民共和国行政处罚法》第二十七条第一款（四）项，对广州奥昆减轻处罚。综上，对广州奥昆处以 106,000 元罚款。

2017 年 8 月，公司上述罚款在预缴的案件类保证金中扣除。该次处罚主要原因是：2014 年，广州奥昆因资金紧张，通过融资租赁的方式进口冷冻烘焙食品设备，广州奥昆因缺少相关方面的经验且与进口代理公司、融资租赁公司的沟通亦不够充分，使得进口代理公司以广州奥昆作为减免税申请人及实际使用人以一般贸易方式申报进口免税，融资租赁的进口方式与减免税申请的相关要求不一致，致使广州奥昆在不知情的情况下违反了减免税证明中未经海关许可，不得擅自转让、抵押、质押、移作他用或者进行其他处置的规定。鉴于 3 台减免税设备一直属于广州奥昆自用并用于原定用途，并已收回设备的所有权，有关单位对广州奥昆减轻处罚，处以 10.60 万元罚款。发生上述处罚后，公司依法进行整改，加强对进出口相关规定的学习，进一步规范了进口代理公司、融资租赁公司等供应商的选择流程，此后再未发生类似的情况。

2019 年 4 月 2 日，中华人民共和国广州海关出具《证明》，广州奥昆上述违规行为不构成重大违法违规事项，上述处罚不属于情节严重的行政处罚。

2、2018 年 12 月，广州奥昆受到南沙环保局行政处罚

2018 年 12 月 14 日，广州市南沙区环保水务局出具南环罚字[2018]303 号《行政处罚决定书》，经执法人员现场检查发现，广州奥昆食品制造生产项目与原环评批复存在改建、扩建项目，该项目已于 2018 年 3 月建成，总投资额 272,200 元，广州奥昆未办理上述改建、扩建项目环境影响评价文件的报批手续，依据《中华人民共和国环境影响评价法》第三十一条第一款的规定，责令广州奥昆停止改建、扩建项目的建设，并对广州奥昆罚款 8,166 元。

2018 年 12 月 24 日，公司支付了上述罚款。该次处罚主要是由于广州奥昆对环评流程不够了解，未能在改建、扩建项目发生前及时履行相关环评手续，但广州奥昆已购置了所需的环保设备，采取了恰当的环保措施，未发生因违规排放或污染环境受到环保部门处罚的情形。知悉上述情形后，公司积极进行整改，主动报送了《广州奥昆食品有限公司调整项目环境影响报告表》及有关资料，并于 2018 年 8 月获得了广州南沙经济技术开发区行政审批局的批复，于 2018 年 11 月完成环评验收。

2019 年 1 月 14 日，广州市南沙区环保水务局出具《复函》，广州奥昆已经缴纳罚款，扩建项目已取得环评批复，根据《环境行政处罚听证程序规定》，上述违法行为不属于需要组织听证的案件类型，因此可认定为不属于重大违法行为。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人及其子公司报告期内受到的上述行政处罚不属于重大违法行为，不会对发行人的持续经营产生重大不利影响；发行人及其子公司已根据相关要求完成整改并按期缴纳了罚款，不存在重大法律风险；发行人及其子公司报告期内受到上述行政处罚之事项不会构成发行人本次发行的实质性障碍。

根据公司及其分子公司主管政府部门出具的证明，报告期内，公司及其分子公司除前述环保和海关处罚事项外，在市场监督、税务、劳动社保、住房公积金、消防、安全生产、国土规划、住建、外汇等方面不存在违法违规行为。

四、发行人报告期内资金占用及对外担保情况

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以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况。公司也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

五、公司独立经营情况

公司在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业分开，具有完整的业务体系和面向市场独立持续经营的能力。

（一）资产完整情况

资产完整方面，公司是由立高有限整体变更设立的股份有限公司，立高食品的各发起人以其各自拥有的立高有限的股权所对应的净资产作为出资投入立高食品，该等出资均经验资报告验证，已足额缴纳。公司合法拥有开展业务所需商标的使用权和固定资产、其他无形资产等财产的所有权。公司资产不存在被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情形。

（二）人员独立情况

人员独立方面，立高食品的人事及工资管理与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立。公司建立了员工聘用、考评、晋升等完整的劳动用工制度。现任董事、监事和高级管理人员的产生符合法律、法规及《公司章程》的规定，公司总经理、副总经理、董事会秘书、营销总监、财务总监等高级管理人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪，公司的财务人员亦未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立情况

财务独立方面，公司按照《企业会计准则》等规定制定了规范的财务会计制度，设立了独立的财务会计部门，配备了专门的财务人员，具有独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，并制订了财务管理的相关制度，具有规范的财务会计制度。公司开立了独立的银行基本存款账户，不存在与控股股东、实际控制

人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。公司办理了独立的税务登记，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在混合纳税现象。

（四）机构独立情况

机构独立方面，公司设置了股东大会、董事会和监事会，并设置了若干业务职能部门和内部经营管理机构。公司独立行使经营管理职权，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业混同的情形。

（五）业务独立情况

业务独立方面，公司具有经营管理独立实施、独立承担责任与风险的能力。公司股东根据《公司章程》的规定，通过股东大会对公司行使股东权利。公司的主营业务为食品制造，公司实际控制人、控股股东彭裕辉控制其他企业为广州立兴和广州立创，为公司员工持股平台，彭永成所控制其他企业宜章长青从事水果种植，与公司主营业务不同，因此公司业务独立。

（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，最近两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，最近两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）不存在对持续经营有重大影响的事项

截止本招股说明书签署日，公司不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，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）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争

公司控股股东及实际控制人彭裕辉、赵松涛、彭永成除控制本公司外，彭裕

辉还实际控制广州立兴和广州立创，彭永成还实际控制宜章长青。广州立兴、广州立创、宜章长青情况详见“第五节 发行人基本情况”之“八、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）控股股东及实际控制人控制的其他企业”。

上述企业均不从事与公司相同、相似的业务，因此发行人不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业同业竞争的情况。

（二）控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

为避免关联方与发行人同业竞争，发行人实际控制人彭裕辉、赵松涛和彭永成出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，明确声明和承诺如下：

1.截至本承诺函出具之日，本人及本人直接或间接控制的其他企业未直接或间接投资于任何与发行人（包括发行人分公司、控股子公司，以下同）存在相同或类似业务的公司、企业或其他经营实体，未经营也没有为他人经营与发行人相同或类似的业务；本人及本人直接或间接控制的其他企业与发行人不存在同业竞争。今后本人及本人直接或间接控制的其他企业也不会采取控股、参股、联营、合营、合作或其他任何方式在中国境内外直接或间接参与任何导致或可能导致与发行人主营业务直接或间接产生竞争的业务或活动，亦不生产任何与发行人产品相同或相似的产品。

2.若发行人认为本人及本人直接或间接控制的其他企业从事了对发行人的业务构成竞争的业务，本人及本人直接或间接控制的其他企业将及时转让或者终止该等业务。若发行人提出受让请求，本人及本人直接或间接控制的其他企业将无条件按公允价格和法定程序将该等业务优先转让给发行人。

3.若本人及本人直接或间接控制的其他企业将来可能获得任何与发行人产生直接或者间接竞争的业务机会，本人将立即通知发行人并尽力促成该等业务机会，按照发行人能够接受的合理条款和条件首先提供给发行人。

4.自本承诺函出具日始，如发行人进一步拓展其产品和业务范围，本人保证本人及本人直接或间接控制的其他企业将不与发行人拓展后的产品或业务相竞争；若出现可能与发行人拓展后的产品或业务产生竞争的情形，本人及本人直接或间接控制的其他企业保证按照包括但不限于以下方式退出与发行人的竞争：

（1）停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；（2）停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；（3）将相竞争的业务纳入到发行人来经营；（4）将相竞争的业务转让给无关联的第三方；（5）其他对维护发行人权益有利的方式。

5.本人将保证合法、合理地运用股东权利及控制关系，不采取任何限制或影响发行人正常经营或损害发行人其他股东利益的行为。

6.本人确认本承诺函旨在保障发行人及发行人全体股东权益而做出，本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行、不可撤销之承诺。任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。如因本人及本人直接或间接控制的其他企业违反本承诺而导致发行人遭受损失、损害和开支，将由本人予以全额赔偿。

7.本承诺函所载上述各项承诺在本人作为发行人控股股东、实际控制人期间及自本人不再为发行人控股股东、实际控制人之日起十二个月内持续有效且不可变更或撤销。

七、关联方与关联交易

（一）公司的关联方及关联关系

截至 2020 年 6 月 30 日，公司关联方、关联关系及关联交易按照《公司法》、《企业会计准则》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》及其他法律、法规的相关规定披露如下：

1、发行人控股股东及实际控制人

彭裕辉、赵松涛和彭永成是公司控股股东及实际控制人，其相关情况详见“第五节 发行人基本情况”之“八、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”。

2、其他持有公司 5%以上股权的股东

其他持股超过 5%以上的股东还包括赵键、白宝鲲、陈和军、宁宗峰和张新光，详细情况请详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、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“（二）持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”。

3、发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业

公司控股股东及实际控制人彭裕辉、赵松涛、彭永成除控制本公司外，彭永成还实际控制宜章长青，彭裕辉还实际控制广州立兴和广州立创。宜章长青、广州立兴和广州立创情况详见“第五节 发行人基本情况”之“八、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）控股股东及实际控制人控制的其他企业”。

4、发行人控股公司

公司的控股公司为佛山立高、广州奥昆、广州昊道、浙江奥昆、浙江昊道和河南奥昆，已注销的控股公司为奥尚电子和好禧坊。详细情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况”。

5、其他关联方

除上述提及的关联方外，公司其他的董事、监事和高级管理人员分别为黄劲业、黄伟成、邓志强、刘青珊、龙望志、周颖、彭岗、郑卫平、刘宇，相关人员的具体职务情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的基本情况”。

公司董事、监事和高级管理人员和持股5%以上的自然人股东的关系密切的家庭成员为公司的关联自然人，其中与公司存在关联往来以及在公司任职的关联自然人如下表所示：

关联方名称	关联关系
招绮群	发行人董事长、总经理彭裕辉的配偶
彭玉君	发行人副总经理赵松涛的配偶、彭裕辉的姐姐
卢如英	发行人实际控制人彭永成的配偶
李莉	持有发行人5%以上股份的股东赵键的配偶
刘珂	发行人董事白宝鲲的配偶
王静	发行人监事宁宗峰的配偶
招建章	彭裕辉之配偶之兄，在发行人任职总经办项目经理，通过广州立兴间接持有发行人0.0655%的股份
宁晓峰	发行人监事宁宗峰之弟，在发行人任职广州奥昆

	采购部经理，通过广州立创间接持有发行人0.0800%股份
董红芳	发行人监事宁宗峰之弟之配偶，在发行人任职广州昊道总经理助理
宁晓妮	发行人监事宁宗峰之妹，在发行人任职广州奥昆办公室主任，通过广州立创间接持有发行人0.1400%股份
张晶晶	持有发行人5%以上股份的股东张新光之子，在发行人任职浙江奥昆总经理
陈和平	发行人董事、副总经理陈和军之兄，在发行人任职广州奥昆生产部配料员，通过广州立创间接持有发行人0.0600%股份
曾佑军	发行人董事、副总经理陈和军配偶之弟，在发行人任职广州奥昆研发部研发员

上述关联自然人控制、共同控制或施加重大影响的企业和上述人员担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的企业如下表所示：

关联方名称	关联关系
广东坚朗五金制品股份有限公司及其合并报表范围内子公司	发行人董事白宝鲲控制并担任董事长、总经理的企业
广东坚朗五金制品股份有限公司	持有发行人5%以上股份的股东赵键担任董事职务的企业
杭州天丰电源股份有限公司	持有发行人5%以上股份的股东赵键担任董事职务的企业
杭州市西湖区孕之彩服装店	持有发行人5%以上股份的股东赵键之配偶经营的个体工商户
杭州形尚众至服饰有限公司	持有发行人5%以上股份的股东赵键之配偶控制并担任执行董事、总经理的企业
杭州雅地生物科技有限公司	持有发行人5%以上股份的股东赵键之配偶持股42%并担任执行董事、总经理的企业
杭州有尚贸易有限公司	持有发行人5%以上股份的股东赵键之配偶控制并担任执行董事、总经理的企业
广州市零肆壹商贸有限公司	发行人监事刘青珊之配偶控制的企业
佛山市禅城区富力嘉建筑装饰材料厂	发行人监事刘青珊之配偶经营的个人独资企业
甘肃永益商贸有限公司	持有发行人5%以上股份之股东张新光之女持股48%、张新光之女之配偶之兄持股52%的企业
平凉路永益食品添加剂经营部	持有发行人5%以上股份之股东张新光之女经营的个体工商户
广州爱护贸易有限公司	彭裕辉、赵松涛和白宝鲲、赵键共同出资设立的企业，已于2017年12月21日注销

宁波市鄞州中河美孕服装店	持有发行人 5%以上股份的股东赵键之配偶曾经营的个体工商户，已于 2017 年 1 月 4 日注销。
新乡南铝幕墙材料有限公司	发行人董事白宝鲲曾控制的企业，已于 2018 年 1 月 25 日注销
遵义坚兴企业管理服务有限公司	持有发行人 5%以上股份的股东、发行人董事白宝鲲曾控制并担任执行董事的企业，已于 2019 年 12 月 2 日注销
遵义坚首企业管理服务有限公司	持有发行人 5%以上股份的股东、发行人董事白宝鲲曾控制并担任执行董事的企业，已于 2019 年 12 月 2 日注销
遵义幸源企业管理服务有限公司	持有发行人 5%以上股份的股东、发行人董事白宝鲲曾控制并担任执行董事的企业，已于 2019 年 12 月 2 日注销
甘肃永益新能源有限公司	持有发行人 5%以上股份的股东张新光之女之配偶曾控制的企业，已于 2018 年 11 月 15 日注销。

注：除坚朗五金外，坚朗五金控制的合并报表范围内的子公司均构成发行人之关联方。
注：杭州天丰电源股份有限公司系在全国中小企业股份转让系统挂牌的公司（证券代码：832283）

（二）发行人关联交易

1、报告期经常性关联交易

永益商贸是公司股东张新光近亲属对外投资的企业。公司及广州昊道与永益商贸存在小规模交易，2017 年至 2019 年，公司和广州昊道合计向永益商贸销售产品产生收入分别为 30.39 万元、54.06 万元和 11.39 万元，占公司销售收入比重为 0.03%、0.04%和 0.01%。具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年上半年		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
立高食品	-	-	11.39	0.01%	23.88	0.02%	24.44	0.03%
广州昊道	-	-	-	-	30.19	0.02%	5.95	0.01%
合计	-	-	**11.39**	**0.01%**	**54.06**	**0.04%**	**30.39**	**0.03%**

为规范关联交易，公司与永益商贸已于 2019 年 5 月起终止交易。公司与关联方之间发生的关联销售按市场价格定价，交易价格公允。

2、报告期偶发性关联交易

（1）物业租赁

①租赁佛山物业

佛山分公司成立后，与公司股东彭永成、彭裕辉、赵松涛、赵键和白宝鲲签订土地厂房租赁合同，租赁彭永成、彭裕辉、赵松涛、赵键和白宝鲲共同拥有的位于佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号 F1-F4 房屋建筑物（粤（2016）佛三不动产权第 0027785 号、粤（2016）佛三不动产权第 0027794 号、粤（2016）佛三不动产权第 0027801 号和粤（2016）佛三不动产权第 0027835 号）用于办公和生产使用，租赁期限为 2016 年 4 月 1 日至 2017 年 2 月 28 日，租赁面积为 15,393.95 平方米，租赁价格为 10 元/平方米.月，租赁费的价格参照当地周边厂房租赁费用报价确定，关联交易价格公允。2017 年，佛山分公司共向出租方支付租赁费合计为 32.25 万元。

为保障公司生产经营资产的完整性和独立性，减少关联交易，2017 年 2 月 13 日，公司召开股东会，同意公司股东彭裕辉、赵键、白宝鲲、赵松涛、彭永成以上述物业和相应土地使用权对公司进行增资，增资价格为 5,200 万元。增资价格参照了广东中广信资产评估有限公司出具的《评估报告书》，截至 2016 年 10 月 19 日，相关资产的评估价值 5,218.57 万元，增资价格略低于评估价值，增资价格公允。资产增资后，该关联租赁行为终止。

②租赁广园中路物业

2016 年 1 月，公司与彭永成、彭裕辉、赵松涛、赵键和白宝鲲签订房屋租赁协议，免费租赁彭永成、彭裕辉、赵松涛、赵键和白宝鲲共同拥有的位于广州市白云区广园中路 318 号第 2 栋 5、6 楼的房屋建筑物（粤房地共证字第 C0828559 号、粤房地共证字第 C0828561 号、粤房地共证字第 C0828560 号、粤房地证字第 C3614942 号、粤房地共证字第 C0828558 号）用于公司总部办公使用。房屋租赁期限为 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日，租赁面积为 1,532.24 平方米。

为保障经营的独立性，减少关联交易，公司已于 2018 年 7 月搬迁至新租赁的办公场所，该关联租赁行为已经终止。

基于谨慎性原则，公司已将上述无偿租赁行为视同股东捐赠，并按照市场价格计算租金并计入管理费用及资本公积，关联交易价格公允。根据测算 2017 年和 2018 年的租赁费分别为 82.74 万元和 41.37 万元。

（2）关联担保

为扶持公司发展，提升融资能力，满足经营资金需求，报告期内，公司股东彭裕辉、赵松涛、彭永成、赵键、白宝鲲、陈和军、张新光、宁宗峰，及其配偶等自然人，以及佛山立高、广州奥昆和广州昊道等子公司分别为公司向银行融资和开具银行承兑汇票提供担保。具体关联担保情况如下表所示：

单位：万元

序号	合同名称	担保人	担保形式	被担保人	债权人	被担保最高债权额	主合同债权期限	是否已经履行完毕
1	《最高额保证合同》GBZ477140120150008-1	彭裕辉、招绮群	保证	立高有限	中国银行广州开发区分行	2,000	2013.02.28-2018.02.28	是
2	《最高额保证合同》编号：GBZ477140120150008-2	赵松涛、彭玉君	保证					
3	《最高额保证合同》编号：GBZ477140120150008-3	佛山市立高食品有限公司	保证					
4	《最高额质押合同》编号：GZY477140120170008	彭裕辉、招绮群	定期存单质押	立高有限	中国银行广州增城支行	6,000	2017.01.01-2019.04.11	是
5	《最高额保证合同》编号：GBZ477140120170008-1	彭裕辉、招绮群	保证	立高有限	中国银行广州增城支行	6,000	2017.01.01-2022.12.31	是
6	《最高额保证合同》编号：GBZ477140120170008-2	赵松涛、彭玉君	保证					
7	《最高额保证合同》编号：GBZ477140120170008-3	佛山市立高食品有限公司	保证					
8	《最高额保证合同》编号：GBZ477140120170048-1	佛山市立高食品有限公司	保证	立高食品	中国银行广州增城支行	7,000	2017.01.01-2023.12.31	否
9	《最高额保证合同》编号：GBZ477140120170048-2	广州奥昆食品有限公司	保证					

10	《最高额保证合同》编号：GBZ477140120170048-3	广州昊道食品有限公司	保证					
11	《最高额保证合同》编号：GBZ477140120170048-4	彭裕辉、招绮群	保证					
12	《最高额保证合同》编号：GBZ477140120170048-5	赵松涛、彭玉君	保证					
13	《担保合同》编号：个担保字第ZH1600000182806 号	陈和军、曾爱娇	定期存单质押	立高有限	民生银行广州分行	2,000	2016.12.28-2017.06.28	是
14	《担保合同》编号：个担保字第ZH1600000180871 号	彭裕辉、招绮群	定期存单质押	立高有限	民生银行广州分行	2,000	2016.12.26-2017.06.26	是
15	《担保合同》编号：个担质字第DB1700000017060	彭裕辉、招绮群	定期存单质押	立高有限	民生银行广州分行	2,000	2017.03.07-2017.09.07	是
16	《担保合同》编号：个担质字第 DB170000017062	宁宗峰、王静	定期存单质押					
17	《担保合同》编号：个担质字第ZH1700000061541	张新光、王月珍	定期存单质押	立高有限	民生银行广州分行	1,000	2017.06.06-2018.06.06	是
18	《担保合同》编号：个担质字第 ZH170000065515	彭裕辉、招绮群	定期存单质押	立高有限	民生银行广州分行	2,000	2017.06.09-2017.12.09	是
19	《担保合同》编号：个担质字第 ZH170000079200	陈和军、曾爱娇	定期存单质押	立高有限	民生银行广州分行	1,000	2017.07.11-2018.01.11	是
20	《担保合同》编号：个担质字第ZH1700000105331	宁宗峰、王静	定期存单质押	立高有限	民生银行广州分行	1,000	2017.09.15-2018.03.15	是
21	《最高额担保合同》编号：个高抵字第	彭裕辉、招绮群、赵松涛、彭	不动产抵	立高食品	民生银行	3,000	2018.09-2023.	是

	ZH1800000090955 号	玉君、彭永成、卢如英、赵键、李莉、白宝鲲、刘珂	押		广州分行		09	
22	《最高额担保合同》编号：个高保字第 ZH1800000090955-1 号	彭裕辉、招绮群	保证	立高食品	民生银行广州分行	3,000	2018.09-2019.09	是
23	《最高额担保合同》编号：个高保字第 ZH1800000090955-2 号	赵松涛、彭玉君	保证	立高食品	民生银行广州分行	3,000	2018.09.12-2019.09.11	是
24	《本金最高额保证合同》编号：HTC440580000ZGDB202000010	彭裕辉、招绮群	保证	立高食品	建设银行广州天河支行	6,000	2020.04.24-2021.04.23	否
25	《本金最高额保证合同》编号：HTC440580000ZGDB202000009	赵松涛、彭玉君	保证					
26	《本金最高额保证合同》编号：HTC440580000ZGDB202000008	广州奥昆食品有限公司	保证					

注 1：上述第 13-20 项关联担保为关联方为公司开具银行承兑汇票的全部债权提供担保；

注 2：根据中国银行广州增城支行出具的说明，因主债权已由公司足额清偿，上述第 5-7 项关联担保合同已于 2018 年 6 月 25 日实际履行完毕；

注 3：根据民生银行广州支行出具的说明，因主债权已由公司足额清偿，上述第 21 项关联担保合同已于 2019 年 8 月 29 日实际履行完毕。

（3）商标转让

傲澜和傲翔为广州奥昆根据陈和军子女的名字注册，三项商标在广州奥昆实际经营中并未使用，为避免发生争议，2016 年 10 月 3 日，广州奥昆与陈和军签署《商标转让协议》，约定广州奥昆将上述商标无偿转让给陈和军。2017 年 6 月 22 日，上述商标办理核准转让。截至招股说明书签署日，陈和军已将上述商标予以注销。

广州奥昆转让商标的具体情况如下：

序号	转让方	受让方	注册号	商标	类别	注销时间

序号	转让方	受让方	注册号	商标	类别	注销时间
1	广州奥昆	陈和军	17509990	傲澜	30	2018 年 3 月 4 日
2	广州奥昆	陈和军	17510728	傲翔	30	2018 年 3 月 4 日
3	广州奥昆	陈和军	17532181	傲澜	7	2018 年 3 月 4 日

（4）支付关键管理人员薪酬

报告期内，公司为关键管理人员（董事、监事和高级管理人员）支付薪酬分别为 540.20 万元、691.25 万元、1,029.51 万元和 383.59 万元。

3、关联方往来款项余额分析

报告期各期末，公司与关联方往来款项余额为截至 2017 年末公司预收甘肃永益商贸有限公司的货款 0.05 万元，2018 年 1 月，该笔预收货款已结清。除此之外，公司与关联方之间不存在其他的关联往来余额。

4、报告期关联交易对主营业务和经营成果的影响

公司产供销系统完整、独立，在生产经营上不存在依赖关联方的情形。报告期内，公司发生的各项关联交易事项对公司的财务状况和经营成果无重大影响，且均依照当时有效法律法规、公司章程以及有关协议的相关规定进行，履行了相关决策程序，定价公允，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情形。

（三）发行人报告期关联交易制度履行情况及独立董事意见

自公司成立后，公司发生的关联交易均已履行了公司章程等内部规章制度中规定的程序。

公司独立董事对报告期内关联交易事项发表了如下独立意见：

“立高食品自 2017 年以来逐步建立健全各项制度，完善法人治理结构，实现规范运作，公司在 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日发生的重大关联交易事项均属合理、必要，关联交易定价合理有据、客观公允，关联交易均已履行了当时法律法规、公司章程及公司其他规章制度规定的批准程序，不存在因此而损害公司及其他股东利益的情形。”

（四）减少和规范关联交易的措施

为了避免和消除可能出现的控股股东或其他股东利用对公司经营和财务决策的影响，在有关商业交易中有损害公司及其他股东利益的行为，本公司已在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》等规章制度中对关联交易事项的决策权限和程序、关联交易的回避表决制度进行了详细的规定，有利于公司规范和减少关联交易，保证关联交易的公平、公开、公正。

发行人实际控制人彭裕辉、赵松涛和彭永成出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，明确声明和承诺如下：

1.本人将尽量避免本人以及本人实际控制或施加重大影响的企业（如有，下同）与发行人（包括发行人分公司、控股子公司，以下同）之间产生关联交易事项（自发行人领取薪酬、津贴、分红的情况除外），对于不可避免或者有合理原因而发生的关联交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。

2.本人将严格遵守有关法律法规、证券监管机构颁布的规章和规范性文件、证券交易所颁布的业务规则及发行人章程中关于关联交易事项的管理制度，所涉及的关联交易均将按照发行人关联交易决策程序进行，履行合法程序，并及时对关联交易事项履行信息披露义务。

3.本人保证不会利用关联交易转移发行人的资产、利润，不会利用控股股东、实际控制人地位谋取不当的利益，不损害发行人及其他股东的合法权益。

4.发行人独立董事如认为本人或本人实际控制或施加重大影响的企业与发行人之间的关联交易损害发行人或发行人其他股东利益，可聘请独立的具有证券从业资格的中介机构对关联交易进行审计或评估。如果审计或评估的结果表明关联交易确实损害了发行人或发行人其他股东的利益、且有证据表明本人不正当利用控股股东、实际控制人地位，本人愿意就上述关联交易给发行人、发行人其他股东造成的损失依法承担赔偿责任。

5.本人承诺对因未履行上述承诺而给发行人、发行人其他股东造成的一切损失承担全额赔偿责任。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节引用的财务会计数据及相关财务信息，非经特别说明，均引自经中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）审计的公司财务报表及财务报表附注，反映了公司报告期内经审计的财务状况、经营成果及现金流量。中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）对公司报告期内的财务报表及附注进行了审计，并出具了众环审字（2020）060064 号标准无保留意见的《审计报告》。

投资者欲对公司的会计政策、财务状况、经营成果及现金流量进行更详细的了解，请认真查阅本招股说明书所附审计报告、财务报表及附注全文。

公司财务数据和财务指标等除另有注明外，均以合并会计报表的数据为基础进行计算。

一、经审计的财务报表

（一）资产负债表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	164,096,418.73	193,297,955.72	92,964,867.49	51,197,423.70
应收票据	-	-	354,105.10	-
应收账款	64,474,063.54	80,409,384.64	61,270,862.53	59,001,198.44
预付款项	13,708,628.75	15,678,029.92	19,962,570.34	8,909,483.88
其他应收款	4,475,887.65	24,476,670.91	3,023,800.96	2,356,385.04
存货	110,248,266.47	116,718,778.60	121,756,124.28	100,266,845.51
其他流动资产	5,689,514.36	10,432,597.11	10,653,672.05	11,324,443.12
流动资产合计	**362,692,779.50**	**441,013,416.90**	**309,986,002.75**	**233,055,779.69**
非流动资产：				
固定资产	264,647,312.77	265,884,722.81	217,601,327.74	125,608,553.61
在建工程	35,939,359.62	19,055,067.91	24,517,178.36	47,914,734.79

无形资产	69,827,591.24	48,304,595.37	49,313,169.59	29,283,887.02
长期待摊费用	6,649,929.31	8,418,078.20	6,327,913.93	4,839,265.76
递延所得税资产	4,769,099.23	5,277,723.68	4,720,274.59	4,624,740.11
其他非流动资产	12,371,094.82	7,304,366.36	5,794,828.94	11,576,789.85
非流动资产合计	**394,204,386.99**	**354,244,554.33**	**308,274,693.15**	**223,847,971.14**
资产总计	**756,897,166.49**	**795,257,971.23**	**618,260,695.90**	**456,903,750.83**
负债和所有者权益（或股东权益）				
流动负债：				
短期借款	50,059,223.89	30,038,605.38	63,983,209.65	65,341,926.57
应付票据	-	-	-	-
应付账款	87,292,641.78	119,070,138.57	120,325,750.52	90,551,251.09
预收款项	253,446.01	31,163,030.94	24,455,583.07	35,254,604.44
合同负债	14,105,713.27			
应付职工薪酬	20,611,539.82	38,696,117.41	28,667,987.21	23,461,098.35
应交税费	23,539,238.56	30,663,802.15	20,798,977.33	20,722,917.16
其他应付款	21,413,470.39	30,264,101.43	45,149,376.83	25,168,928.34
其中：应付利息	-	-	119,062.08	54,021.63
应付股利	-	-	15,300,000.00	-
一年内到期的非流动负债	32,625.00	1,042,145.16	-	-
流动负债合计	**217,307,898.72**	**280,937,941.04**	**303,380,884.61**	**260,500,725.95**
非流动负债：				
长期借款	30,000,000.00	29,000,000.00	-	-
递延收益	13,700,754.18	14,629,285.00	9,293,149.76	1,890,906.76
非流动负债合计	**43,700,754.18**	**43,629,285.00**	**9,293,149.76**	**1,890,906.76**
负债合计	**261,008,652.90**	**324,567,226.04**	**312,674,034.37**	**262,391,632.71**
所有者权益（或股东权益）：				
实收资本（或股本）	127,000,000.00	127,000,000.00	127,000,000.00	90,000,000.00
资本公积	105,013,827.27	105,013,827.27	105,013,827.27	67,947,922.95
盈余公积	13,567,415.15	13,567,415.15	4,945,943.73	2,842,171.87

未分配利润	250,307,271.17	225,109,502.77	68,626,890.53	33,722,023.30
归属于母公司所有者权益（或股东权益）合计	495,888,513.59	470,690,745.19	305,586,661.53	194,512,118.12
所有者权益（或股东权益）合计	**495,888,513.59**	**470,690,745.19**	**305,586,661.53**	**194,512,118.12**
负债和所有者权益（或股东权益）总计	**756,897,166.49**	**795,257,971.23**	**618,260,695.90**	**456,903,750.83**

2、母公司资产负债表

单位：元

项目	2020年6月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
流动资产：				
货币资金	93,454,431.34	86,462,527.65	24,384,771.19	29,640,530.92
应收票据	-	-	354,105.10	-
应收账款	33,918,057.05	59,090,099.95	43,267,310.29	45,435,690.41
预付款项	3,511,078.15	3,639,126.85	14,941,607.84	5,644,310.88
其他应收款	52,684,825.56	36,584,348.00	119,079,246.06	73,784,821.39
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	39,000,000.00	18,000,000.00	15,000,000.00	15,000,000.00
存货	58,396,037.38	56,688,492.28	69,612,269.97	56,186,316.65
其他流动资产	2,334,032.48	6,519,560.61	4,657,550.29	2,414,758.47
流动资产合计	**244,298,461.96**	**248,984,155.34**	**276,296,860.74**	**213,106,428.72**
非流动资产：				
长期股权投资	45,859,466.00	45,859,466.00	45,859,466.00	36,190,700.00
固定资产	90,316,381.88	86,079,879.88	65,605,099.00	64,311,296.65
在建工程	17,024,539.84	6,606,863.27	13,813,639.11	-
无形资产	27,547,240.23	27,652,917.42	28,185,678.62	28,695,755.75
长期待摊费用	6,109,147.07	7,209,135.78	3,656,831.65	1,064,190.88
递延所得税资产	734,580.60	2,001,059.32	2,210,362.30	2,045,596.43
其他非流动资产	5,066,991.24	6,276,625.96	2,769,395.20	1,800,258.00
非流动资产合计	**192,658,346.86**	**181,685,947.63**	**162,100,471.88**	**134,107,797.71**
资产总计	**436,956,808.82**	**430,670,102.97**	**438,397,332.62**	**347,214,226.43**
负债和所有者权益（或股东权益）				
流动负债：				
短期借款	30,032,625.00	-	63,983,209.65	65,341,926.57
应付票据	-	-	-	-
应付账款	38,114,250.41	46,186,409.66	46,777,620.78	45,786,088.42
预收款项	29,256.48	6,586,445.07	4,428,530.68	8,364,557.55

合同负债	4,212,296.03	-	-	-
应付职工薪酬	6,740,108.12	13,742,052.00	10,536,681.81	8,857,785.49
应交税费	2,053,444.89	4,884,925.36	6,468,760.72	10,356,462.16
其他应付款	15,717,492.75	24,982,888.22	42,051,507.51	24,100,007.66
其中：应付利息	-	-	119,062.08	54,021.63
应付股利	-	-	15,300,000.00	-
流动负债合计	**96,899,473.68**	**96,382,720.31**	**174,246,311.15**	**162,806,827.85**
非流动负债：				
递延收益	1,133,181.38	942,788.71	511,141.74	571,141.74
非流动负债合计	**1,133,181.38**	**942,788.71**	**511,141.74**	**571,141.74**
负债合计	**98,032,655.06**	**97,325,509.02**	**174,757,452.89**	**163,377,969.59**
所有者权益（或股东权益）：				
实收资本（或股本）	127,000,000.00	127,000,000.00	127,000,000.00	90,000,000.00
资本公积	102,910,138.19	102,910,138.19	102,910,138.19	65,844,233.87
盈余公积	13,567,415.15	13,567,415.15	4,945,943.73	2,842,171.87
未分配利润	95,446,600.42	89,867,040.61	28,783,797.81	25,149,851.10
所有者权益（或股东权益）合计	**338,924,153.76**	**333,344,593.95**	**263,639,879.73**	**183,836,256.84**
负债和所有者权益（或股东权益）总计	**436,956,808.82**	**430,670,102.97**	**438,397,332.62**	**347,214,226.43**

（二）利润表

1、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、营业总收入	**670,075,298.71**	**1,583,729,454.67**	**1,313,452,993.39**	**955,991,514.44**
其中：营业收入	670,075,298.71	1,583,729,454.67	1,313,452,993.39	955,991,514.44
二、营业总成本	**579,712,972.08**	**1,365,378,898.17**	**1,247,042,547.54**	**901,801,424.93**
其中：营业成本	397,030,151.86	930,126,554.95	819,800,586.19	620,075,970.76
税金及附加	4,322,394.61	12,100,341.01	11,171,537.81	7,750,677.05
销售费用	119,851,142.55	308,411,622.51	279,039,764.69	198,342,764.69
管理费用	37,270,496.35	70,953,356.26	98,278,535.37	41,725,021.32
研发费用	20,698,915.30	41,505,231.37	36,106,179.08	29,587,797.20
财务费用	539,871.41	2,281,792.07	2,645,944.40	4,319,193.91
加：其他收益	4,062,031.87	10,694,903.57	4,974,829.10	2,039,675.22
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	98,530.06
信用减值损失（损失以“-”号填列）	848,397.87	-1,373,718.74	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-600,744.76	-1,460,360.94	-1,341,415.22	-1,666,374.63
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-95,607.40	8,007.65	-239,800.89	-
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	**94,576,404.21**	**226,219,388.04**	**69,804,058.84**	**54,661,920.16**
加：营业外收入	17,810.22	97,870.97	54,350.42	103,839.40
减：营业外支出	106,422.75	707,648.83	219,604.77	2,379,719.18
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**94,487,791.68**	**225,609,610.18**	**69,638,804.49**	**52,386,040.38**
减：所得税费用	18,490,023.28	44,211,411.91	17,330,165.40	8,398,738.13
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	**75,997,768.40**	**181,398,198.27**	**52,308,639.09**	**43,987,302.25**
持续经营净利润	75,997,768.40	181,398,198.27	52,308,639.09	43,987,302.25
归属于母公司股东的净利润	75,997,768.40	181,398,198.27	52,308,639.09	43,994,219.76
少数股东损益	-	-	-	-6,917.51

六、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
七、综合收益总额	**75,997,768.40**	**181,398,198.27**	**52,308,639.09**	**43,987,302.25**
归属于母公司股东的综合收益总额	75,997,768.40	181,398,198.27	52,308,639.09	43,994,219.76

2、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、营业总收入	**232,250,436.86**	**666,561,789.93**	**615,208,347.38**	**509,857,162.01**
其中：营业收入	232,250,436.86	666,561,789.93	615,208,347.38	509,857,162.01
二、营业总成本	**215,355,895.29**	**589,439,755.76**	**587,916,012.81**	**474,932,712.84**
其中：营业成本	138,216,265.48	386,741,938.49	381,169,144.97	329,856,232.52
税金及附加	676,901.11	4,873,686.10	5,321,337.00	3,922,748.67
销售费用	48,925,101.64	136,628,942.84	123,996,546.63	100,967,619.74
管理费用	19,369,042.23	39,528,564.91	59,323,208.01	22,294,557.56
研发费用	9,027,304.32	23,441,767.87	19,789,669.43	16,379,804.84
财务费用	-858,719.49	-1,775,144.45	-1,683,893.23	1,511,749.51
加：其他收益	1,969,317.66	2,670,227.13	1,719,962.74	1,508,545.76
投资收益（损失以“-”填列）	39,000,000.00	18,000,000.00	-	15,000,000.00
信用减值损失（损失以“-”号填列）	1,187,250.83	-369,510.34	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-444,811.60	-177,426.83	-269,057.28	-1,102,243.48
资产处置收益	-95,592.15	7,313.93	-239,800.89	-
三、营业利润（亏损以“—”号填列）	**58,510,706.31**	**97,252,638.06**	**28,503,439.14**	**50,330,751.45**
加：营业外收入	3,660.16	74,895.39	38,870.10	14,597.31
减：营业外支出	514.40	505,823.00	29,668.09	139,057.43
四、利润总额（亏损总额以“—”号填列）	**58,513,852.07**	**96,821,710.45**	**28,512,641.15**	**50,206,291.33**
减：所得税费用	2,134,292.26	10,722,268.66	7,474,922.58	4,658,534.04
五、净利润（净亏损以“—”号填列）	**56,379,559.81**	**86,099,441.79**	**21,037,718.57**	**45,547,757.29**
持续经营净利润（净亏损以“—”号填列）	56,379,559.81	86,099,441.79	21,037,718.57	45,547,757.29
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
七、综合收益总额	**56,379,559.81**	**86,099,441.79**	**21,037,718.57**	**45,547,757.29**

（三）现金流量表

1、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	751,808,759.00	1,785,693,353.75	1,519,398,165.91	1,119,723,570.60
收到其他与经营活动有关的现金	5,145,776.42	18,662,220.45	13,709,366.23	6,482,847.07
经营活动现金流入小计	**756,954,535.42**	**1,804,355,574.20**	**1,533,107,532.14**	**1,126,206,417.67**
购买商品、接受劳务支付的现金	404,634,151.57	903,200,355.39	856,377,846.90	639,364,412.73
支付给职工以及为职工支付的现金	131,541,129.27	247,363,121.24	214,392,115.51	141,713,402.51
支付的各项税费	60,275,056.69	132,717,558.84	113,357,116.44	65,098,252.18
支付其他与经营活动有关的现金	115,124,376.13	257,294,603.92	240,739,035.57	162,664,525.03
经营活动现金流出小计	**711,574,713.66**	**1,540,575,639.39**	**1,424,866,114.42**	**1,008,840,592.45**
经营活动产生/（使用）的现金流量净额	**45,379,821.76**	**263,779,934.81**	**108,241,417.72**	**117,365,825.22**
二、投资活动产生的现金流量				
处置固定资产、无形资产及其他长期资产收到的现金净额	205,628.40	88,715.30	375,360.74	500.00
收到的其它与投资活动有关的现金	-	700,000.00	-	-
投资活动产生的现金流入小计	**205,628.40**	**788,715.30**	**375,360.74**	**500.00**
购建固定资产、无形资产及其他长期资产所支付的现金	38,989,604.06	103,964,321.61	99,846,568.00	88,209,415.39

支付的其它与投资活动有关的现金	700,000.00	21,140,000.00	-	500.00
投资活动产生的现金流出小计	**39,689,604.06**	**125,104,321.61**	**99,846,568.00**	**88,209,915.39**
投资活动产生的现金流量净额	**-39,483,975.66**	**-124,315,606.31**	**-99,471,207.26**	**-88,209,415.39**
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资所收到的现金	-	-	37,000,000.00	-
取得借款所收到的现金	60,000,000.00	60,000,000.00	63,983,209.65	105,341,926.57
收到的其它与筹资活动有关的现金	-	-	-	980,000.00
筹资活动产生的现金流入小计	**60,000,000.00**	**60,000,000.00**	**100,983,209.65**	**106,321,926.57**
偿还债务所支付的现金	40,000,000.00	63,983,209.65	65,341,926.57	100,001,000.00
分配股利、利润及偿付利息所支付的现金	52,484,383.09	35,120,030.62	2,694,049.75	3,919,047.65
支付的其它与筹资活动有关的现金	2,916,000.00	200,000.00	-	2,759,112.00
筹资活动产生的现金流出小计	**95,400,383.09**	**99,303,240.27**	**68,035,976.32**	**106,679,159.65**
筹资活动产生的现金流量净额	**-35,400,383.09**	**-39,303,240.27**	**32,947,233.33**	**-357,233.08**
四、汇率变动对现金的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加/（减少）额	**-29,504,536.99**	**100,161,088.23**	**41,717,443.79**	**28,799,176.75**
期初现金及现金等价物余额	192,772,955.72	92,611,867.49	50,894,423.70	22,095,246.95
六、期末现金及现金等价物余额	**163,268,418.73**	**192,772,955.72**	**92,611,867.49**	**50,894,423.70**

2、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	278,503,507.81	742,226,858.41	714,882,424.41	602,154,773.17
收到的税费返还	-	-	-	-
收到的其它与经营活动有关的现金	8,357,821.77	4,889,019.57	2,566,201.10	6,724,822.16
经营活动产生的现金流入小计	**286,861,329.58**	**747,115,877.98**	**717,448,625.51**	**608,879,595.33**
购买商品、接受劳务支付的现金	148,984,889.40	382,625,946.97	437,539,373.38	368,679,380.73
支付给职工以及为职工支付的现金	49,872,047.30	98,666,778.59	83,951,724.53	64,621,913.52
支付的各项税费	8,996,873.28	52,626,449.60	55,288,277.79	29,606,993.17
支付的其它与经营活动有关的现金	49,198,537.45	140,051,681.18	109,648,169.71	87,517,046.72
经营活动产生的现金流出小计	**257,052,347.43**	**673,970,856.34**	**686,427,545.41**	**550,425,334.14**
经营活动产生的现金流量净额	**29,808,982.15**	**73,145,021.64**	**31,021,080.10**	**58,454,261.19**
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益所收到的现金	18,000,000.00	15,000,000.00	-	-
处置固定资产、无形资产及其他长期资产收到的现金净额	203,125.00	72,715.30	374,620.74	500.00
收到的其它与投资活动有关的现金	-	105,426,886.99	-	1,060,900.00
投资活动产生的现金流入小计	**18,203,125.00**	**120,499,602.29**	**374,620.74**	**1,061,400.00**
购建固定资产、无形资产及其他长期资产所支付的现金	16,717,978.46	34,223,908.23	29,678,693.90	10,130,846.28
支付的其它与投资活动有关的现金	700,000.00	-	39,970,000.00	30,097,202.15
投资活动产生的现金流	**17,417,978.46**	**34,223,908.23**	**69,648,693.90**	**40,228,048.43**

出小计				
投资活动产生的现金流量净额	**785,146.54**	**86,275,694.06**	**-69,274,073.16**	**-39,166,648.43**
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资所收到的现金	-	-	37,000,000.00	-
取得借款所收到的现金	30,000,000.00	-	63,983,209.65	105,341,926.57
筹资活动产生的现金流入小计	**30,000,000.00**	**-**	**100,983,210.00**	**105,341,926.57**
偿还债务所支付的现金	-	63,983,209.65	65,341,926.57	100,001,000.00
分配股利、利润及偿付利息所支付的现金	50,989,225.00	33,209,749.59	2,694,049.75	3,919,047.65
支付的其它与筹资活动有关的现金	2,916,000.00	200,000.00	-	360,000.00
筹资活动产生的现金流出小计	**53,905,225.00**	**97,392,959**	**68,035,976.32**	**104,280,047.65**
筹资活动产生的现金流量净额	**-23,905,225.00**	**-97,392,959**	**32,947,233.33**	**1,061,878.92**
四、汇率变动对现金的影响	**-**	**-**	**-**	**-**
五、现金及现金等价物净增额	**6,688,903.69**	**62,027,756.46**	**-5,305,759.73**	**20,349,491.68**
加：期初现金及现金等价物余额	86,109,527.65	24,081,771.19	29,387,530.92	9,038,039.24
六、期末现金及现金等价物余额	**92,798,431.34**	**86,109,527.65**	**24,081,771.19**	**29,387,530.92**

二、审计意见

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 6 月 30 日的资产负债表，2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月的利润表、现金流量表、所有者权益变动表进行了审计，出具了标准无保留意见的《审计报告》（众环审字（2020）060064 号），并发表审计意见如下：

“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，公允反映了立高食品 2020 年 6 月 30 日、2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日合并及公司的财务状况以及 2020 年 1-6 月、2019 年度、2018 年度、2017 年度合并及公司的经营成果和现金流量。”

三、影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素和对公司业绩变动具有预示作用的财务和非财务指标

（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

公司主营业务为烘焙食品原料和冷冻烘焙食品的研发、生产与销售。影响公司收入的主要因素如下：

（1）烘焙行业的发展因素

近年来，随着居民收入水平的提升及消费升级，消费者对烘焙产品尤其是新鲜、健康、安全的烘焙食品需求快速增长。在需求的带动下，我国烘焙食品零售额由 2013 年的 1,223.82 亿元增长至 2019 年的 2,317.13 亿元，年复合增长率达到 11.23%。

（2）产品销量因素

公司产品销量受下游需求、竞争状况以及产能等因素影响。近年来，公司持续加强新品研发和提高产品竞争力，并不断加强渠道建设和扩大产能投资，使公司能够保持产销快速增长的发展态势。2017 到 2019 年，公司冷冻烘焙食品类产品销量从 2017 年的 19,809.35 吨上升至 2019 年的 35,319.02 吨，奶油类产品销量从 2017 年的 24,183.87 吨上升至 2019 年的 30,346.39 吨。产品销量的不断上升，

是影响公司收入的主要因素之一。

2、影响公司成本的主要因素

公司的主营业务成本由直接材料、直接人工和制造费用组成，其中原材料占比最高，占主营业务成本比重达到 80%以上。公司主要原材料中的糖、油脂等，受国际大宗原材料价格波动的影响明显，价格波动较为频繁。因此，原材料价格的变动是影响公司成本的主要因素。

3、影响期间费用的主要因素

报告期内，公司期间费用主要是销售费用和管理费用。公司销售费用和管理费用的增长与营业收入的增长及公司规模的扩张保持着合理的匹配关系。其中，销售费用主要受运输费用、销售人员工资薪酬、差旅费等影响；管理费用主要受管理人员工资薪酬、办公费影响。因此，如未来运输费、员工薪酬等发生较大变化，将会对公司期间费用产生较大影响。

4、影响利润的主要因素

报告期内，公司的主要利润来源于营业利润，影响营业利润的主要因素为营业收入、营业成本及期间费用。未来公司的收入增长速度、成本费用管控能力将直接影响到公司的利润水平。

（二）对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

根据公司所处行业和公司业务特点，公司管理层认为：报告期内公司的主营业务收入增长率和毛利率指标是对公司具有核心意义的财务指标，这两个指标的变动对公司业绩变动具有较强的预示作用。

随着国内烘焙市场的不断发展，公司报告期内营业收入分别为 95,599.15 万元、131,345.30 万元、158,372.95 万元和 67,007.53 万元，保持了快速增长的趋势，体现了公司产品具有良好的市场前景以及公司良好的成长性。

综合毛利率指标是公司盈利能力的直接反映，也间接反映了公司的产品定价能力、成本控制能力。公司报告期内综合毛利率分别为 35.14%、37.58%、41.27%和 40.75%，2017 到 2019 年呈逐年上升趋势。

报告期内，公司主营业务收入的增长情况及毛利率变动情况详见本节“十、盈利能力分析”相关内容。

四、合并财务报表范围及变化情况

（一）纳入合并报表范围的子公司情况

公司将实际拥有控制权的子公司纳入合并财务报表范围。截至 2020 年 6 月 30 日，纳入合并报表范围的子公司情况如下：

子公司	成立日期	注册资本（万元）	实收资本（万元）	持股比例	经营范围
广州奥昆	2013 年 2 月 4 日	2,000	2,000	100%	详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况”
广州昊道	2013 年 1 月 14 日	500	500	100%	
佛山立高	2013 年 5 月 10 日	1,000	1,000	100%	
浙江奥昆	2017 年 6 月 5 日	6,000	6,000	100%	
浙江昊道	2018 年 10 月 15 日	1,500	1,500	100%	
河南奥昆	2019 年 10 月 14 日	5,000	5,000	100%	

（二）报告期内合并范围的变化情况

报告期内，公司新增合并子公司情况如下：

子公司名称	纳入合并报表日期	变动原因
河南奥昆食品有限公司	2019 年 10 月 14 日	新设
浙江昊道食品有限公司	2018 年 10 月 15 日	新设
浙江奥昆食品有限公司	2017 年 6 月 5 日	新设

报告期内，公司不再纳入合并的子公司情况如下：

子公司名称	不再纳入合并范围的时间	变动原因
广州奥尚电子商务有限责任公司	2017 年 6 月 9 日	注销
广州好禧坊食品有限公司	2017 年 6 月 27 日	注销

注1：公司子公司广州奥昆食品有限公司全资子公司广州奥尚电子商务有限责任公司于2017年6月9日在广州市南沙区市场和质量监督管理局办理注销。

注2：公司子公司广州奥昆食品有限公司非全资子公司广州好禧坊食品有限公司于2017年6月27日在广州市南沙区市场和质量监督管理局办理注销。

五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

1、会计期间

公司会计年度采用公历年度，即每年自 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

2、营业周期

正常营业周期是指公司从购买用于加工的资产起至实现现金或现金等价物的期间。公司以 12 个月作为一个营业周期，并以其作为资产和负债的流动性划分标准。

3、记账本位币

公司以人民币为记账本位币。公司编制本财务报表时所采用的货币为人民币。

4、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

企业合并，是指将两个或两个以上单独的企业合并形成一个报告主体的交易或事项。企业合并分为同一控制下企业合并和非同一控制下企业合并。

（1）同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制，且该控制并非暂时性的，为同一控制下的企业合并。同一控制下的企业合并，在合并日取得对其他参与合并企业控制权的一方为合并方，参与合并的其他企业为被合并方。合并日，是指合并方实际取得对被合并方控制权的日期。

合并方取得的资产和负债均按合并日在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积（股本溢价）；资本公积（股本溢价）不足以冲减的，调整留存收益。

合并方为进行企业合并发生的各项直接费用，于发生时计入当期损益。

（2）非同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下的企业合并。非同一控制下的企业合并，在购买日取得对其他参与合并企业控制权的一方为购买方，参与合并的其他企业为被购买方。购买日，是指为购买方实际取得对被购买方控制权的日期。

对于非同一控制下的企业合并，合并成本包含购买日购买方为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值，为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他管理费用于发生时计入当期损益。购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的

交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。所涉及的或有对价按其在购买日的公允价值计入合并成本，购买日后 12 个月内出现对购买日已存在情况的新的或进一步证据而需要调整或有对价的，相应调整合并商誉。购买方发生的合并成本及在合并中取得的可辨认净资产按购买日的公允价值计量。合并成本大于合并中取得的被购买方于购买日可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

购买方取得被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日因不符合递延所得税资产确认条件而未予确认的，在购买日后 12 个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，则确认相关的递延所得税资产，同时减少商誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产的，计入当期损益。

通过多次交易分步实现的非同一控制下企业合并，根据《财政部关于印发企业会计准则解释第 5 号的通知》（财会〔2012〕19 号）和《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》第五十一条关于“一揽子交易”的判断标准，判断该多次交易是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，参考本部分前面各段描述；不属于“一揽子交易”的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益采用与被购买方直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理（即，除了按照权益法核算的在被购买方重新计量设定受益计划净负债或净资产导致的变动中的相应份额以外，其余转入当期投资收益）。

在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收

益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，与其相关的其他综合收益应当采用与被购买方直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理（即，除了按照权益法核算的在被购买方重新计量设定受益计划净负债或净资产导致的变动中的相应份额以外，其余转为购买日所属当期投资收益）。

5、现金及现金等价物的确定标准

公司现金及现金等价物包括库存现金、可以随时用于支付的存款以及公司持有的期限短（一般为从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

6、金融资产减值

（1）以下金融资产减值会计政策适用于 2019 年度及以后：

公司需确认减值损失的金融资产系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债务工具投资、租赁应收款，主要包括应收票据、应收账款、其他应收款、债权投资、其他债权投资、长期应收款等。此外，对部分财务担保合同，也按照本部分所述会计政策计提减值准备和确认信用减值损失。

1）减值准备的确认方法

公司以预期信用损失为基础，对上述各项目按照其适用的预期信用损失计量方法（一般方法或简化方法）计提减值准备并确认信用减值损失。

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。其中，对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

预期信用损失计量的一般方法是指，公司在每个资产负债表日评估金融资产的信用风险自初始确认后是否已经显著增加，如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，公司按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。公司在评估预期信用损失时，考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。

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，选择按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

①信用风险自初始确认后是否显著增加的判断标准

如果某项金融资产在资产负债表日确定的预计存续期内的违约概率显著高于在初始确认时确定的预计存续期内的违约概率，则表明该项金融资产的信用风险显著增加。除特殊情况外，公司采用未来 12 个月内发生的违约风险的变化作为整个存续期内发生违约风险变化的合理估计，来确定自初始确认后信用风险是否显著增加。

②以组合为基础评估预期信用风险的组合方法

公司对信用风险显著不同的金融资产单项评价信用风险，如：应收关联方款项；与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项；已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项等。

除了单项评估信用风险的金融资产外，公司基于共同风险特征将金融资产划分为不同的组别，在组合的基础上评估信用风险。

③金融资产减值的会计处理方法

期末，公司计算各类金融资产的预计信用损失，如果该预计信用损失大于其当前减值准备的账面金额，将其差额确认为减值损失；如果小于当前减值准备的账面金额，则将差额确认为减值利得。

④各类金融资产信用损失的确定方法

A、应收票据

公司对于应收票据按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。基于应收票据的信用风险特征，将其划分为不同组合：

项目	确定组合的依据
银行承兑汇票	按承兑单位评级划分
商业承兑汇票	根据承兑人的信用风险划分

B、应收账款

对于不含重大融资成分的应收款项，公司按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

对于包含重大融资成分的应收款项和租赁应收款，公司选择始终按照相当于存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

除了单项评估信用风险的应收账款，基于其信用风险特征，将其划分为不同组合：

项目	确定组合的依据
账龄组合	本组合以应收款项的账龄作为信用风险特征。
并表关联方组合	本组合为公司合并报表范围内公司的应收款项。

C、其他应收款

公司依据其他应收款信用风险自初始确认后是否已经显著增加，采用相当于未来 12 个月内、或整个存续期的预期信用损失的金额计量减值损失。除了单项评估信用风险的其他应收款外，基于其信用风险特征，将其划分为不同组合：

项目	确定组合的依据
保证金类组合	本组合为日常经常活动中应收取的各类保证金、押金、暂付款、员工借支等应收款项。
并表关联方组合	本组合为公司合并报表范围内公司的其他应收款。
信用风险极低金融资产组合	根据预期信用损失测算，信用风险极低的其他应收款。

（2）以下金融资产减值政策适用于 2018 年度、2017 年度：

1）金融资产减值

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，公司在每个资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明金融资产发生减值的，计提减值准备。

公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，单独进行减值测试或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。

①持有至到期投资、贷款和应收款项减值

以成本或摊余成本计量的金融资产将其账面价值减记至预计未来现金流量现值，减记金额确认为减值损失，计入当期损益。金融资产在确认减值损失后，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，金融资产转回减值损失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可供出售金融资产减值

当综合相关因素判断可供出售权益工具投资公允价值下跌是严重或非暂时性下跌时，表明该可供出售权益工具投资发生减值。其中“严重下跌”是指公允价值下跌幅度累计超过 20%；“非暂时性下跌”是指公允价值连续下跌时间超过 12 个月，持续下跌期间的确定依据为连续下跌或在下跌趋势持续期反弹上扬幅度低于 20%，反弹持续时间未超过 6 个月的均作为持续下跌期间。

可供出售金融资产发生减值时，将原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并计入当期损益，该转出的累计损失为该资产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。

在确认减值损失后，期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，可供出售权益工具投资的减值损失转回确认为其他综合收益，可供出售债务工具的减值损失转回计入当期损益。

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的减值损失，不予转回。

2）应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

①坏账准备的确认标准

公司在资产负债表日对应收款项账面价值进行检查，对存在下列客观证据表明应收款项发生减值的，计提减值准备：A、债务人发生严重的财务困难；B、债务人违反合同条款（如偿付利息或本金发生违约或逾期等）； C、债务人很可能倒闭或进行其他财务重组； D、其他表明应收款项发生减值的客观依据。

②坏账准备的计提方法

A、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

除对列入合并范围内母子公司之间应收款项或有确凿证据表明不存在减值

的应收款项不计提坏账准备之外，公司将金额为人民币 100 万元以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。

公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值的金融资产，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。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

B、按信用风险组合计提坏账准备的应收款项的确定依据、坏账准备计提方法

a、信用风险特征组合的确定依据

公司对单项金额不重大以及金额重大但单项测试未发生减值的应收款项，按信用风险特征的相似性和相关性对金融资产进行分组。这些信用风险通常反映债务人按照该等资产的合同条款偿还所有到期金额的能力，并且与被检查资产的未来现金流量测算相关。

不同组合的确定依据：

项目	确定组合的依据
并表关联方组合	合并报表范围内的关联方往来应收款项。
账龄组合	除已单独计提减值准备的应收款项外，公司根据以前年度与之相同或相类似的，按账龄段划分的具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况分析确定坏账准备计提的比例

b、根据信用风险特征组合确定的坏账准备计提方法

按组合方式实施减值测试时，坏账准备金额系根据应收款项组合结构及类似信用风险特征（债务人根据合同条款偿还欠款的能力）按历史损失经验及目前经济状况与预计应收款项组合中已经存在的损失评估确定。

不同组合计提坏账准备的计提方法：

项目	计提方法
并表关联方组合	不计提坏账准备
账龄组合	账龄分析法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的组合计提方法

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年，下同）	5	5

1-2 年	10	10
2-3 年	50	50
3 年以上	100	100

C、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	有客观证据表明单项金额虽不重大，但因其发生了特殊减值的应收款项应进行单项减值测试。
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，确认减值损失，计提坏账准备。
导致单独进行减值测试的非重大应收款项的特征	与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项；已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项等

③坏账准备的转回

如有客观证据表明该应收款项价值已恢复，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应收款项在转回日的摊余成本。

公司向金融机构以不附追索权方式转让应收款项的，按交易款项扣除已转销应收账款的账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

7、存货的分类和计量

（1）存货主要包括原材料、库存商品、发出商品、委托加工物资等。

（2）存货取得和发出的计价方法

存货在取得时按实际成本计价，存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。领用和发出时按加权平均法计价。

（3）存货可变现净值的确认和跌价准备的计提方法

可变现净值是指在日常活动中，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。

在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。存货跌价准备通常按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备；对在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，可合并计提存货跌价准备。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

（4）存货的盘存制度为永续盘存制

（5）低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品于领用时按一次摊销法摊销；包装物于领用时按一次摊销法。

8、固定资产的确认和计量

（1）固定资产确认条件

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。固定资产仅在与其有关的经济利益很可能流入公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认。固定资产按成本并考虑预计弃置费用因素的影响进行初始计量。

（2）各类固定资产的折旧方法

固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资产的使用寿命、预计净残值和年折旧率如下：

类别	使用年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	20	5	4.75
机器设备	5-10	5	19-9.50
运输设备	5-10	5	19-9.50
电子设备	3-5	5	31.67-19.00
其他设备	5-10	5	19-9.50

预计净残值是指假定固定资产预计使用寿命已满并处于使用寿命终了时的预期状态，公司目前从该项资产处置中获得的扣除预计处置费用后的金额。

（3）固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法按照公司制定的“长期资产减值”会计政策执行。

（4）融资租入固定资产的认定依据及计价方法

融资租赁为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁，其所有权最终可能转移，也可能不转移。以融资租赁方式租入的固定资产采用与自有固定资产一致的政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资

产所有权的，在租赁资产使用寿命内计提折旧；无法合理确定租赁期届满能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

（5）其他说明

与固定资产有关的后续支出，如果与该固定资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入固定资产成本，并终止确认被替换部分的账面价值。除此以外的其他后续支出，在发生时计入当期损益。

当固定资产处于处置状态或预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

公司至少于年度终了对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变则作为会计估计变更处理。

9、在建工程

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工程支出、工程达到预定可使用状态前的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后结转为固定资产。在建工程的减值，按照公司制定的“长期资产减值”会计政策执行。

10、无形资产的确认和计量

（1）无形资产

无形资产是指公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。

无形资产按成本进行初始计量。与无形资产有关的支出，如果相关的经济利益很可能流入公司且其成本能可靠地计量，则计入无形资产成本。除此以外的其他项目的支出，在发生时计入当期损益。

取得的土地使用权通常作为无形资产核算。自行开发建造厂房等建筑物，相关的土地使用权支出和建筑物建造成本则分别作为无形资产和固定资产核算。如为外购的房屋及建筑物，则将有关价款在土地使用权和建筑物之间进行分配，难以合理分配的，全部作为固定资产处理。

使用寿命有限的无形资产自可供使用时起，对其原值减去预计净残值和已计提的减值准备累计金额在其预计使用寿命内采用直线法分期平均摊销。使用寿命

不确定的无形资产不予摊销。

期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如发生变更则作为会计估计变更处理。此外，还对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明该无形资产为企业带来经济利益的期限是可预见的，则估计其使用寿命并按照使用寿命有限的无形资产的摊销政策进行摊销。

（2）研究与开发支出

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出与开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

（3）无形资产的减值测试方法及减值准备计提方法

无形资产的减值测试方法和减值准备计提按照公司制定的“长期资产减值”会计政策执行。

11、长期待摊费用的核算方法

长期待摊费用为已经发生但应由报告期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。公司的长期待摊费用主要包括装修及固定资产改良支出、货架、排污费等。长期待摊费用在预计受益期间按直线法摊销。

12、长期资产减值

对于固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产、以成本模式计量的投

资性房地产及对子公司、合营企业、联营企业的长期股权投资等非流动非金融资产，公司于资产负债表日判断是否存在减值迹象。如存在减值迹象的，则估计其可收回金额，进行减值测试。商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到预定可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为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的较高者。资产的公允价值根据公平交易中销售协议价格确定；不存在销售协议但存在资产活跃市场的，公允价值按照该资产的买方出价确定；不存在销售协议和资产活跃市场的，则以可获取的最佳信息为基础估计资产的公允价值。处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果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确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

在财务报表中单独列示的商誉，在进行减值测试时，将商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。测试结果表明包含分摊的商誉的资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至该资产组或资产组组合的商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉以外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

13、职工薪酬

公司职工薪酬主要包括短期职工薪酬、离职后福利、辞退福利。其中：

短期薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、生育保险费、工伤保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费、非货币性福利等。公司在职工为公司提供服务的会计期间将实际发生的短期职工薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中非货币性福利按公允价值计量。

离职后福利主要包括基本养老保险、失业保险以及年金等。离职后福利计划包括设定提存计划及设定受益计划。采用设定提存计划的，相应的应缴存金额于发生时计入相关资产成本或当期损益。

在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿的建议，在公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，和公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本两者孰早日，确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。但辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月不能完全支付的，按照其他长期职工薪酬处理。

职工内部退休计划采用与上述辞退福利相同的原则处理。公司将自职工停止提供服务日至正常退休日的期间拟支付的内退人员工资和缴纳的社会保险费等，在符合预计负债确认条件时，计入当期损益（辞退福利）。

公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划的，按照设定提存计划进行会计处理，除此之外按照设定受益计划进行会计处理。

14、股份支付的确认和计量

（1）股份支付的会计处理方法

股份支付是为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。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。

① 以权益结算的股份支付

用以换取职工提供的服务的权益结算的股份支付，以授予职工权益工具在授予日的公允价值计量。该公允价值的金额在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的情况下，在等待期内以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按直线法计算计入相关成本或费用在授予后立即可行权时，在授予日计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

在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做出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。上述估计的影响计入当期相关成本或费用，并相应调整资本公积。

用以换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量，按照其他方服务在取得日的公允价值计量，如果其他方服务的公允

价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加股东权益。

当授予权益工具的公允价值无法可靠计量时，在服务取得日、后续的每个资产负债表日以及结算日，按权益工具的内在价值计量，内在价值变动计入当期损益。

② 以现金结算的股份支付

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确定的负债的公允价值计量。如授予后立即可行权，在授予日计入相关成本或费用，相应增加负债；如须完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权，在等待期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，相应增加负债。

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。

（2）修改、终止股份支付计划的相关会计处理

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确认取得服务的增加。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，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，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。

（3）涉及公司与公司股东或实际控制人的股份支付交易的会计处理

涉及公司与本公司股东或实际控制人的股份支付交易，结算企业与接受服务企业中其一在公司内，另一在公司外的，在公司合并财务报表中按照以下规定进行会计处理：

① 结算企业以其本身权益工具结算的，将该股份支付交易作为权益结算的

股份支付处理；除此之外，作为现金结算的股份支付处理。

结算企业是接受服务企业的投资者的，按照授予日权益工具的公允价值或应承担负债的公允价值确认为对接受服务企业的长期股权投资，同时确认资本公积（其他资本公积）或负债。

② 接受服务企业没有结算义务或授予本企业职工的是其本身权益工具的，将该股份支付交易作为权益结算的股份支付处理；接受服务企业具有结算义务且授予本企业职工的并非其本身权益工具的，将该股份支付交易作为现金结算的股份支付处理。

公司内各企业之间发生的股份支付交易，接受服务企业和结算企业不是同一企业的，在接受服务企业和结算企业各自的个别财务报表中对该股份支付交易的确认和计量，比照上述原则处理。

15、收入确认方法和原则

（1）现有准则

公司的收入包括销售商品收入、提供劳务收入和让渡资产使用权收入。

1）销售商品收入

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业，相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入的实现。

①针对经销模式及部分非商超类直销客户，客户签收后，商品所有权上的主要风险和报酬转至给客户；公司既没有保留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有效控制；经销商和部分非商超类直销客户已签收商品相关的收入、成本能够可靠计量。因此，针对经销模式以及部分非商超类直销客户，公司以客户签收确认收入，取得收入确认的凭证为送货签收单。在此模式下，客户在接收货物时，当场进行验收，并对质检证书等文件进行检查，如无问题，则签署签收单，如自有车辆配送，则交由公司司机，在回公司时交回；如第三方配送，则交予第三方物流司机，集中交回公司。

在该模式下，公司签署的合同中，均约定非质量问题不能退货，因此，公司以客户签收确认收入，符合相关合同约定的条件，同海融科技、南侨股份、桃李

面包、麦趣尔等行业内公司收入确认政策不存在显著差异。

②针对商超客户及少量规模较大的连锁烘焙店，依据该类型客户的结算政策，该类客户收到产品后次月初与公司进行对账（即月结），以对账作为商品所有权上的主要风险和报酬转移的标志。因此公司以与该类客户对账确认收入，取得收入确认的凭证为对账单。不同的客户以不同形式对账，如沃尔玛每月底开放其系统，与企业进行对账。永辉、华润等客户则以对账单的形式进行对账。

在该模式下，客户一般与公司约定，在签收后，对账前，可以退换产品，对账前公司无法确认商品所有权上的主要风险和报酬已转移，因此，公司以双方对账确认收入。在以商超客户作为客户的企业中，较多存在以对账确认收入的情况，如西麦食品、好想你、盐津铺子等。公司对商超客户及少数规模较大的连锁烘焙店采用对账确认收入的方式符合相关合同约定的条件，与同行业上市公司不存在显著差异。

③针对零售模式下的线上客户，客户在公司电商平台下单，由公司组织发货，寄送客户。因为电商平台往往规定有无条件退货期限，需要待客户或平台自动确认收货后，第三方支付平台才向公司支付货款。因此，公司以收款确认收入，取得收入确认的凭证为第三方支付平台每月向公司提供的销售流水清单。公司对电商客户以收款确认收入符合电商平台的结算惯例，与同行业上市公司不存在显著差异。

④针对零售模式下的门店客户，公司设立了线下的直营门店，直接向终端消费者销售产品，钱货两讫。公司以交付确认收入，取得收入确认的凭证为公司当日的产品销售流水清单。公司对门店客户确认收入的政策与同行业上市公司不存在显著差异。

经核查，保荐机构认为，公司各销售模式下的收入确认政策、确认依据符合会计准则的规定，与同行业公司不存在显著差异。

2）提供劳务收入

在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，于资产负债表日按照完工百分比法确认提供的劳务收入。劳务交易的完工进度按已经发生的劳务成本占估计总成本的比例确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：①收入的金额能够可靠地计量；②相关的经济利益很可能流入企业；③交易的完工程度能够可靠地确定；

④交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

如果提供劳务交易的结果不能够可靠估计，则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认提供的劳务收入，并将已发生的劳务成本作为当期费用。已经发生的劳务成本如预计不能得到补偿的，则不确认收入，已发生的劳务成本计入当期损益。

公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，如销售商品部分和提供劳务部分能够区分并单独计量的，将销售商品部分和提供劳务部分分别处理；如销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，将该合同全部作为销售商品处理。

3）使用费收入

根据有关合同或协议，按权责发生制确认收入。

（2）新收入准则及其对公司财务、业务方面的影响

1）新收入确认原则

公司与客户之间的合同同时满足下列条件时，在客户取得相关商品控制权时确认收入：合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务；合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务相关的权利和义务；合同有明确的与所转让商品相关的支付条款；合同具有商业实质，即履行该合同将改变公司未来现金流量的风险、时间分布或金额；公司因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。

在合同开始日，公司识别合同中存在的各单项履约义务，并将交易价格按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例分摊至各单项履约义务。在确定交易价格时考虑了可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。

对于合同中的每个单项履约义务，如果满足下列条件之一的，公司在相关履约时段内按照履约进度将分摊至该单项履约义务的交易价格确认为收入：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；客户能够控制公司履约过程中在建的商品；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。履约进度根据所转让商品的性质采用投入法或产出法确定，当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。

如果不满足上述条件之一，则公司在客户取得相关商品控制权的时点将分摊至该单项履约义务的交易价格确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；企业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；企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；企业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；客户已接受该商品；其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

公司销售商品的业务通常仅包括转让商品的履约义务，在商品已经发出并收到客户的签收单或结算单时，商品的控制权转移，公司在该时点确认收入实现。公司给予客户的信用期与行业惯例一致，不存在重大融资成分。

2）新收入准则对于公司财务、业务方面的影响

公司实施新收入准则对于业务模式、合同条款、收入确认等方面将不会产生重大影响；同时，假定自申报财务报表期初开始全面执行新收入准则，其对于报告期各年（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等财务指标也不会产生影响。

16、政府补助的确认和计量

政府补助是指公司从政府无偿取得货币性资产和非货币性资产，不包括政府以投资者身份并享有相应所有者权益而投入的资本。政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。公司将所取得的用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助界定为与资产相关的政府补助；其余政府补助界定为与收益相关的政府补助。若政府文件未明确规定补助对象，则采用以下方式将补助款划分为与收益相关的政府补助和与资产相关的政府补助：（1）政府文件明确了补助所针对的特定项目的，根据该特定项目的预算中将形成资产的支出金额和计入费用的支出金额的相对比例进行划分，对该划分比例需在每个资产负债表日进行复核，必要时进行变更；（2）政府文件中对用途仅作一般性表述，没有指明特定项目的，作为与收益相关的政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

公司对于政府补助通常在实际收到时，按照实收金额予以确认和计量。但对

于期末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件预计能够收到财政扶持资金，按照应收的金额计量。按照应收金额计量的政府补助应同时符合以下条件：（1）应收补助款的金额已经过有权政府部门发文确认，或者可根据正式发布的财政资金管理办法的有关规定自行合理测算，且预计其金额不存在重大不确定性；（2）所依据的是当地财政部门正式发布并按照《政府信息公开条例》的规定予以主动公开的财政扶持项目及其财政资金管理办法，且该管理办法应当是普惠性的（任何符合规定条件的企业均可申请），而不是专门针对特定企业制定的；（3）相关的补助款批文中已明确承诺了拨付期限，且该款项的拨付是有相应财政预算作为保障的，因而可以合理保证其可在规定期限内收到；（4）根据公司和该补助事项的具体情况，应满足的其他相关条件（如有）。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产的使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间计入当期损益；用于补偿已经发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益。

同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，区分不同部分分别进行会计处理；难以区分的，将其整体归类为与收益相关的政府补助。

与公司日常活动相关的政府补助，按照经济业务的实质，计入其他收益或冲减相关成本费用；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退回时，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。

17、所得税会计处理方法

（1）当期所得税

资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），以按照税法规定计算的预期应交纳（或返还）的所得税金额计量。计算当期所得税费用所依据的应纳税所得额系根据有关税法规定对本报告期税前会计利润作相应调整后计算得出。

（2）递延所得税资产及递延所得税负债

某些资产、负债项目的账面价值与其计税基础之间的差额，以及未作为资产

和负债确认但按照税法规定可以确定其计税基础的项目的账面价值与计税基础之间的差额产生的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税资产及递延所得税负债。

与商誉的初始确认有关，以及与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的应纳税暂时性差异，不予确认有关的递延所得税负债。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，如果公司能够控制暂时性差异转回的时间，而且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回，也不予确认有关的递延所得税负债。除上述例外情况，公司确认其他所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债。

与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的可抵扣暂时性差异，不予确认有关的递延所得税资产。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，如果暂时性差异在可预见的未来不是很可能转回，或者未来不是很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额，不予确认有关的递延所得税资产。除上述例外情况，公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认其他可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

于资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来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，则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。

（3）所得税费用

所得税费用包括当期所得税和递延所得税。

除确认为其他综合收益或直接计入股东权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入其他综合收益或股东权益，以及企业合并产生的递延所得税调整商誉的账面价值外，其余当期所得税和递延所得税费用或收益计入当期损

益。

（4）所得税的抵销

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，公司当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，公司递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

18、经营租赁和融资租赁会计处理

融资租赁为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁，其所有权最终可能转移，也可能不转移。融资租赁以外的其他租赁为经营租赁。

（1）公司作为承租人记录经营租赁业务

经营租赁的租金支出在租赁期内的各个期间按直线法计入相关资产成本或当期损益。初始直接费用计入当期损益。或有租金于实际发生时计入当期损益。

（2）公司作为出租人记录经营租赁业务

经营租赁的租金收入在租赁期内的各个期间按直线法确认为当期损益。对金额较大的初始直接费用于发生时予以资本化，在整个租赁期间内按照与确认租金收入相同的基础分期计入当期损益；其他金额较小的初始直接费用于发生时计入当期损益。或有租金于实际发生时计入当期损益。

（3）公司作为承租人记录融资租赁业务

于租赁期开始日，将租赁开始日租赁资产的公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。此外，在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的初始直接费用也计入租入资产价值。最低租赁付款额扣除未确认融资费用后的余额分别长期负债和一年内到期的长期负债列示。

未确认融资费用在租赁期内采用实际利率法计算确认当期的融资费用。或有租金于实际发生时计入当期损益。

（4）公司作为出租人记录融资租赁业务

于租赁期开始日，将租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。应收融资租赁款扣除未实现融资收益后的余额分别长期债权和一年内到期的长期债权列示。

未实现融资收益在租赁期内采用实际利率法计算确认当期的融资收入。或有租金于实际发生时计入当期损益。

19、执行新金融工具准则导致的会计政策变更

财政部于 2017 年 3 月 31 日分别发布了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（2017 年修订）》（财会〔2017〕7 号）、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（2017 年修订）》（财会〔2017〕8 号）、《企业会计准则第 24 号——套期会计（2017 年修订）》（财会〔2017〕9 号），于 2017 年 5 月 2 日发布了《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（2017 年修订）》（财会〔2017〕14 号）（上述准则统称“新金融工具准则”），要求境内上市企业自 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七次会议于 2018 年 9 月 10 日决议通过，公司于 2019 年 1 月 1 日起开始执行前述新金融工具准则。

在新金融工具准则下所有已确认金融资产，其后续均按摊余成本或公允价值计量。在新金融工具准则施行日，以公司该日既有事实和情况为基础评估管理金融资产的业务模式、以金融资产初始确认时的事实和情况为基础评估该金融资产上的合同现金流量特征，将金融资产分为三类：按摊余成本计量、按公允价值计量且其变动计入其他综合收益及按公允价值计量且其变动计入当期损益。其中，对于按公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资，当该金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失将从其他综合收益转入留存收益，不计入当期损益。

在新金融工具准则下，公司以预期信用损失为基础，对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债务工具投资、租赁应收款、合同资产及财务担保合同计提减值准备并确认信用减值损失。

公司追溯应用新金融工具准则，但对于分类和计量（含减值）涉及前期比较

财务报表数据与新金融工具准则不一致的，公司选择不进行重述。因此，对于首次执行该准则的累积影响数，公司调整 2019 年年初留存收益或其他综合收益以及财务报表其他相关项目金额，2018 年度的财务报表未予重述。

①首次执行日前后金融资产分类和计量合并财务报表的影响如下：

2018 年 12 月 31 日（变更前）			2019 年 1 月 1 日（变更后）		
项目	计量类别	账面价值	项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	92,964,867.49	货币资金	摊余成本	92,964,867.49
应收票据	摊余成本	354,105.10	应收票据	摊余成本	354,105.10
应收账款	摊余成本	61,270,862.53	应收账款	摊余成本	61,270,862.53
其他应收款	摊余成本	3,023,800.96	其他应收款	摊余成本	3,291,729.42

公司会计政策的改变是因为会计准则的改变，与同行业上市公司不存在重大差异，具有充分的合理性。

20、重大会计判断和估计

公司在运用会计政策过程中，由于经营活动内在的不确定性，需要对无法准确计量的报表项目的账面价值进行判断、估计和假设。这些判断、估计和假设是基于公司管理层过去的历史经验，并在考虑其他相关因素的基础上做出的。这些判断、估计和假设会影响收入、费用、资产和负债的报告金额以及资产负债表日或有负债的披露。然而，这些估计的不确定性所导致的实际结果可能与公司管理层当前的估计存在差异，进而造成对未来受影响的资产或负债的账面金额进行重大调整。

公司对前述判断、估计和假设在持续经营的基础上进行定期复核，会计估计的变更仅影响变更当期的，其影响数在变更当期予以确认；既影响变更当期又影响未来期间的，其影响数在变更当期和未来期间予以确认。

于资产负债表日，公司需对财务报表项目金额进行判断、估计和假设的重要领域如下：

（1）金融资产减值

以下与金融资产减值相关的重大会计判断和估计适用于 2019 年度及以后：

公司采用预期信用损失模型对金融工具的减值进行评估，应用预期信用损失模型需要做出重大判断和估计，需考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。在做出该等判断和估计时，公司根据历史数据结合经济政策、宏观经济指标、

行业风险、外部市场环境、技术环境、客户情况的变化等因素推断债务人信用风险的预期变动。

以下与金融资产减值相关的重大会计判断和估计适用于 2018 年度、2017 年度：

①坏账准备计提

公司根据应收款项的会计政策，采用备抵法核算坏账损失。应收款项减值是基于评估应收款项的可收回性。鉴定应收款项减值要求管理层的判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响应收款项的账面价值及应收款项坏账准备的计提或转回。

②持有至到期投资减值

公司确定持有至到期投资是否减值在很大程度上依赖于管理层的判断。发生减值的客观证据包括发行方发生严重财务困难使该金融资产无法在活跃市场继续交易、无法履行合同条款（例如，偿付利息或本金发生违约）等。在进行判断的过程中，公司需评估发生减值的客观证据对该项投资预计未来现金流的影响。

③可供出售金融资产减值

公司确定可供出售金融资产是否减值在很大程度上依赖于管理层的判断和假设，以确定是否需要在利润表中确认其减值损失。在进行判断和作出假设的过程中，公司需评估该项投资的公允价值低于成本的程度和持续期间，以及被投资对象的财务状况和短期业务展望，包括行业状况、技术变革、信用评级、违约率和对手方的风险。

（2）存货跌价准备

公司根据存货会计政策，按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值及陈旧和滞销的存货，计提存货跌价准备。存货减值至可变现净值是基于评估存货的可售性及其可变现净值。鉴定存货减值要求管理层在取得确凿证据，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素的基础上作出判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响存货的账面价值及存货跌价准备的计提或转回。

（3）金融工具公允价值

对不存在活跃交易市场的金融工具，公司通过各种估值方法确定其公允价

值。这些估值方法包括贴现现金流模型分析等。估值时公司需对未来现金流量、信用风险、市场波动率和相关性等方面进行估计，并选择适当的折现率。这些相关假设具有不确定性，其变化会对金融工具的公允价值产生影响。

自 2019 年 1 月 1 日起，权益工具投资或合同有公开报价的，公司不将成本作为其公允价值的最佳估计。

（4）长期资产减值准备

公司于资产负债表日对除金融资产之外的非流动资产判断是否存在可能发生减值的迹象。对使用寿命不确定的无形资产，除每年进行的减值测试外，当其存在减值迹象时，也进行减值测试。其他除金融资产之外的非流动资产，当存在迹象表明其账面金额不可收回时，进行减值测试。

当资产或资产组的账面价值高于可收回金额，即公允价值减去处置费用后的净额和预计未来现金流量的现值中的较高者，表明发生了减值。

公允价值减去处置费用后的净额，参考公平交易中类似资产的销售协议价格或可观察到的市场价格，减去可直接归属于该资产处置的增量成本确定。

在预计未来现金流量现值时，需要对该资产（或资产组）的产量、售价、相关经营成本以及计算现值时使用的折现率等作出重大判断。公司在估计可收回金额时会采用所有能够获得的相关资料，包括根据合理和可支持的假设所作出有关产量、售价和相关经营成本的预测。

公司至少每年测试商誉是否发生减值。这要求对分配了商誉的资产组或者资产组组合的未来现金流量的现值进行预计。对未来现金流量的现值进行预计时，公司需要预计未来资产组或者资产组组合产生的现金流量，同时选择恰当的折现率确定未来现金流量的现值。

（5）折旧和摊销

公司对投资性房地产、固定资产和无形资产在考虑其残值后，在使用寿命内按直线法计提折旧和摊销。公司定期复核使用寿命，以决定将计入每个报告期的折旧和摊销费用数额。使用寿命是公司根据对同类资产的以往经验并结合预期的技术更新而确定的。如果以前的估计发生重大变化，则会在未来期间对折旧和摊销费用进行调整。

（6）递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，公司就所有未利用的税务亏损确认递延所得税资产。这需要公司管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

（7）所得税

公司在正常的经营活动中，有部分交易其最终的税务处理和计算存在一定的不确定性。部分项目是否能够在税前列支需要税收主管机关的审批。如果这些税务事项的最终认定结果同最初估计的金额存在差异，则该差异将对其最终认定期间的当期所得税和递延所得税产生影响。

六、非经常性损益

以下非经常性损益以合并财务报表数据为基础。报告期内公司非经常性损益明细如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1、非流动资产处置损益	-12.17	-48.33	-35.49	7.71
3、计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	476.20	1,149.49	497.48	203.97
20、除上述各项之外的营业外收支净额	-6.25	-11.84	-5.01	-225.45
21、其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-3,665.22	-
小计	**457.78**	**1,089.31**	**-3,208.24**	**-13.77**
减：非经常性损益相应的所得税	86.42	237.33	83.84	31.35
减：少数股东损益影响数	-	-	-	-
非经常性损益影响的净利润	371.36	851.99	-3,292.08	-45.12
归属于母公司普通股股东的净利润	7,599.78	18,139.82	5,230.86	4,399.42
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	**7,228.42**	**17,287.83**	**8,522.94**	**4,444.54**

七、税项

（一）公司主要税种和税率

（1）增值税销项税率为 17%、16%、13%、11%、10%、9%、6%，按扣除

进项税后的余额缴纳。

根据财税〔2018〕32 号文《财政部税务总局关于调整增值税税率的通知》，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、税务总局、海关总署公告的 2019 年第 39 号文《财政部税务总局海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》，自 2019 年 4 月 1 日起，增值税一般纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16%和 10%税率的，税率分别调整为 13%、9%。

（2）城市维护建设费为应纳流转税额的 7%、5%。

（3）教育费附加为应纳流转税额的 3%。

（4）地方教育费附加为应纳流转税额的 2%。

（5）企业所得税为应纳税所得额的 25%、20%、15%。

（二）税收优惠及批文

1、报告期内发行人享受的税收优惠情况

报告期内发行人享受的税收优惠主要包括高新技术企业减按 15%税率缴纳企业所得税优惠以及发行人子公司佛山市立高食品有限公司小微企业享受企业所得税税收优惠。具体执行企业所得税税率及优惠政策情况如下：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
立高食品股份有限公司	15%	15%	15%	15%
广州昊道食品有限公司	15%	15%	15%	15%
佛山市立高食品有限公司	20%	20%	20%	20%

（1）公司于 2015 年 10 月 10 日取得由广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局、广东省地方税局联合颁发的编号为 GR201544006212 的《高新技术企业证书》，有效期三年。根据国家对高新技术企业的相关优惠政策，公司 2015 年度至 2017 年度所得税适用 15%的优惠税率。

公司于 2018 年 11 月 28 日取得由广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局联合颁发的编号为 GR201844001424 的《高新技术企业证书》，有效期三年。根据国家对高新技术企业的相关优惠政策，公司 2018 年度至 2020 年度所得税适用 15%的优惠税率。

报告期内，公司均享受15%税收优惠政策，不存在按照优惠税率预提预缴而未来被追缴税款的风险。

（2）公司之子公司广州昊道食品有限公司于2017年12月11日取得由广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局联合颁发的编号为GR201744011947的《高新技术企业证书》，有效期三年。根据国家对高新技术企业的相关优惠政策，广州昊道食品有限公司2017年度至2019年度所得税适用15%的优惠税率，其高新技术企证书将于2020年12月到期。

报告期内，广州昊道均享受15%税收优惠政策，不存在按照优惠税率预提预缴而未来被追缴税款的风险。

（3）根据财税〔2017〕43 号《财政部 税务总局关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》规定，自2017年1月1日至2019年12月31日，将小型微利企业的年应纳税所得额上限由30万元提高至50万元，对年应纳税所得额低于50万元（含50万元）的小型微利企业，其所得减按50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。公司子公司佛山市立高食品有限公司 2017年度所得税税率为20%。

根据财税〔2018〕77号《财政部 税务总局关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》规定，自2018年1月1日至2020年12月31日，将小型微利企业的年应纳税所得额上限由50万元提高至100万元，对年应纳税所得额低于100万元（含100万元）的小型微利企业，其所得减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。公司子公司佛山立高食品有限公司2018年度所得税税率为20%。

根据财税〔2019〕13号《财政部 税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。本通知执行期限为2019年1月1日至2021年12月31日，公司子公司佛山立高食品有限公司2019年度所得税税率为20%。

2、税收优惠期或补贴期及其未来影响

目前，发行人享受的税收优惠主要包括高新技术企业减按15%税率缴纳企业

所得税优惠以及发行人子公司佛山立高小微企业享受的税收优惠。上述两项优惠政策具有较强的连续性，未来继续享受的可能性较大。

上述税收优惠政策对发行人的经营业绩影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	7,599.78	18,139.82	5,230.86	4,398.73
税收优惠对净利润的影响	196.65	818.70	609.27	361.60
税收优惠占净利润的比例	2.59%	4.51%	11.65%	8.22%

注：2018 年比例较高，系由于当年执行股份支付，减少净利润 3,665.22 万元，剔除此因素后，当年税收优惠占净利润的比例为 6.85%。

从上表可以看出，扣除税收优惠等政策的影响，发行人仍具备较强的盈利能力和较好的成长性，对税收优惠政策不存在依赖，未来，若上述税收优惠政策调整以及税收优惠期满后不能通过复审，对公司不会产生重大不利影响。

八、分部信息

公司分产品业务收入和分地区业务收入的详细情况参见本节“十、盈利能力分析”之“（二）营业收入分析”。

九、主要财务指标

（一）最近三年及一期公司的主要财务指标

财务指标	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
资产负债率（合并）	34.48%	40.81%	50.57%	57.43%
资产负债率（母公司）	22.44%	22.60%	39.86%	47.05%
流动比率（倍）	1.67	1.57	1.02	0.89
速动比率（倍）	1.16	1.15	0.62	0.51
无形资产（扣除土地使用权和采矿权）占归属于母公司股东权益的比例	0.33%	0.32%	0.44%	0.43%
财务指标	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
应收账款周转率（次/年）	18.50（年化）	22.36	21.84	19.85

存货周转率（次/年）	7.00（年化）	7.80	7.38	6.86
息税折旧摊销前利润（万元）	11,532.38	25,933.92	9,691.36	7,177.41
利息保障倍数（倍）	56.73	92.28	26.24	14.17
归属于母公司普通股股东的净利润（万元）	7,599.78	18,139.82	5,230.86	4,399.42
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润（万元）	7,228.42	17,287.83	8,522.94	4,444.54
研发投入占营业收入的比例	3.09%	2.62%	2.75%	3.09%
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.36	2.08	0.85	1.30
每股净现金流量（元/股）	-0.23	0.79	0.33	0.32
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	3.90	3.71	2.41	2.16
加权平均净资产收益率	15.45%	47.22%	20.09%	27.62%
基本每股收益（元）	0.60	1.43	0.47	0.57
稀释每股收益（元）	0.60	1.43	0.47	0.57

注：上述指标的计算公式如下：

（1）资产负债率＝（负债总额/资产总额）×100%

（2）流动比率＝流动资产/流动负债

（3）速动比率＝（流动资产－存货）/流动负债

（4）无形资产（扣除土地使用权和采矿权）占归属于母公司股东权益的比例＝无形资产（扣除土地使用权和采矿权）/归属于母公司股东权益

（5）应收账款周转率＝营业收入/应收账款平均账面价值

（6）存货周转率＝营业成本/存货平均账面价值

（7）息税折旧摊销前利润＝利润总额+利息支出+计提折旧+计提摊销+长期待摊费用

（8）利息保障倍数＝息税前利润/利息支出

（9）每股经营活动产生的现金流量净额＝经营活动的现金流量净额/期末普通股份总数

（10）每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加额/期末普通股份总数

（11）为保持指标的可比性，每股经营活动产生的现金流量净额、每股净现金流量均按照公司报告期末股本数计算。

（二）净资产收益率和每股收益

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 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》（中国证券监督管理委员会公告〔2010〕2 号）、《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2008）》（中国证券监督管理委员会公告〔2008〕43 号）要求计

算的净资产收益率和每股收益如下：

财务指标	加权平均净资产收益率	每股收益（单位：元）	
		基本每股收益	稀释每股收益
2020 年 1-6 月			
归属于公司普通股股东的净利润	15.45%	0.60	0.60
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	14.70%	0.57	0.57
2019 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	47.22%	1.43	1.43
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	45.01%	1.36	1.36
2018 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	20.09%	0.47	0.47
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	32.78%	0.76	0.76
2017 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	27.62%	0.57	0.57
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	27.97%	0.58	0.58

计算公式如下：

（1）加权平均净资产收益率

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

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

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，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。

十、盈利能力分析

（一）营业收入和利润的整体情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
一、营业收入	**67,007.53**	**158,372.95**	**20.58%**	**131,345.30**	**37.39%**	**95,599.15**
其中：营业收入	67,007.53	158,372.95	20.58%	131,345.30	37.39%	95,599.15
二、营业总成本	**57,971.30**	**136,537.89**	**9.49%**	**124,704.25**	**38.28%**	**90,180.14**
其中：营业成本	39,703.02	93,012.66	13.46%	81,980.06	32.21%	62,007.60
税金及附加	432.24	1,210.03	8.31%	1,117.15	44.14%	775.07
销售费用	11,985.11	30,841.16	10.53%	27,903.98	40.69%	19,834.28
管理费用	3,727.05	7,095.34	-27.80%	9,827.85	135.54%	4,172.50
研发费用	2,069.89	4,150.52	14.95%	3,610.62	22.03%	2,958.78
财务费用	53.99	228.18	-13.76%	264.59	-38.74%	431.92
信用减值损失（损失以“-”号填列）	84.84	-137.37	-	-	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-60.07	-146.04	8.87%	-134.14	-19.50%	-166.64
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-9.56	0.80	-103.34%	-23.98	-	-
加：其他收益	406.20	1,069.49	114.98%	497.48	143.90%	203.97
三、营业利润	**9,457.64**	**22,621.94**	**224.08%**	**6,980.41**	**27.70%**	**5,466.19**
加：营业外收入	1.78	9.79	80.07%	5.44	-47.66%	10.38
减：营业外支出	10.64	70.76	222.24%	21.96	-90.77%	237.97
四、利润总额	**9,448.78**	**22,560.96**	**223.97%**	**6,963.88**	**32.93%**	**5,238.60**
减：所得税费用	1,849.00	4,421.14	155.11%	1,733.02	106.34%	839.87
五、净利润	**7,599.78**	**18,139.82**	**246.78%**	**5,230.86**	**18.92%**	**4,398.73**

2017 年至 2019 年，得益于公司销售规模扩大，综合毛利率上升，公司营业收入、营业利润和净利润持续增长。公司上半年为销售淡季，2020 年 1-6 月，公司营业收入与净利润分别为 67,007.53 万元、7,599.78 万元。

（二）营业收入分析

1、营业收入构成

（1）基本情况

报告期内，公司营业收入结构如下表：

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
主营业务收入	66,942.93	99.90%	158,264.64	99.93%	131,194.25	99.89%	95,429.35	99.82%
其他业务收入	64.60	0.10%	108.30	0.07%	151.05	0.11%	169.81	0.18%
合计	**67,007.53**	**100.00%**	**158,372.95**	**100.00%**	**131,345.30**	**100.00%**	**95,599.15**	**100.00%**

公司主营业务为烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的销售，报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比重均超过 99.80%左右，主营业务突出。其他业务收入主要为零星原材料、包装物、废品的销售。

报告期内，公司主营业务收入增速明显，从 2017 年的 95,429.35 万元增长至 2019 年的 158,264.64 万元，复合增长率达到 28.78%。主要原因分析如下：

1）我国烘焙市场规模快速增长

随着居民消费能力的不断提高，以及西式饮食习惯的普及，我国烘焙市场迎来了快速增长的时期，进而带动对烘焙食品原料和冷冻烘焙食品需求的快速增长。根据欧睿国际的数据，我国烘焙食品零售额由 2013 年的 1,223.82 亿元增长至 2019 年的 2,317.13 亿元，年复合增长率达到 11.23%。公司在烘焙食品原料和冷冻烘焙食品领域深耕多年，形成了包括奶油、水果制品、酱料及冷冻烘焙食品等丰富的产品体系，产品品规达到 529 种，能够充分满足下游一站式采购的应用需求。在烘焙市场规模增长的带动下，公司的收入规模快速增长。

2）冷冻烘焙食品、含乳脂植脂奶油的热销是公司收入快速增长的最主要原因

烘焙市场规模快速增长的同时，消费者消费偏好也在发生着转变，对安全、营养、快捷、健康产品的需求越来越大。①公司抓住了烘焙市场对冷冻烘焙食品需求快速增长的趋势，大力开拓冷冻烘焙食品市场。报告期内，公司冷冻烘焙食品销售量由 2017 年的 19,809.35 吨迅速增长至 2019 年的 35,319.02 吨。②公司在原有植脂奶油的基础上，研发出含乳脂的植脂奶油，实现产品的升级转化。目前，

含乳脂植脂奶油的销售量快速提升，从 2017 年的 9,627.64 吨增长至 2019 年的 17,692.74 吨。含乳脂植脂奶油销量的快速增长，也带动了公司销售收入的相应增长。

3）不断完善营销网络，持续优化服务能力

公司不断完善营销网络的布局，以提升产品覆盖的广度及深度。

根据市场需求的发展，一方面，公司持续拓展新的销售渠道，从原有烘焙店渠道，逐步开拓了商超、餐饮、饮品店等多种销售渠道。另一方面，公司不断扩大营销网络规模，截至 2020 年 6 月底，公司营销网络分布于我国除台湾、香港、澳门以外的全部省级地区，覆盖全国 351 个城市，公司营销人员总数 871 人，客户数量近 2,000 家。营销网络的扩大和渠道的丰富，进一步推动了公司销售收入的增长。

（2）报告期内营业收入持续增长的原因

报告期内，公司各类产品收入变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
冷冻烘焙食品	35,981.94	73,846.39	34.26%	55,001.96	53.43%	35,848.36
奶油	12,918.44	37,996.81	10.34%	34,436.20	28.37%	26,825.89
水果制品	6,396.73	19,194.04	10.31%	17,400.86	7.95%	16,118.66
酱料	5,076.03	10,841.57	13.05%	9,589.71	78.75%	5,364.82
其他	6,569.79	16,385.84	10.97%	14,765.52	31.00%	11,271.62
合计	**66,942.93**	**158,264.64**	**20.63%**	**131,194.25**	**37.48%**	**95,429.35**

报告期内，公司销售政策未发生重大变化。公司营业收入增长的主要因素是公司产品的量价齐升。

报告期内，公司产品销量、价格、主营业务收入的变动情况如下表所示：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
销量（吨）	39,953.10	-	96,871.50	12.59%	86,037.13	27.84%	67,301.02
销售单价（元/KG）	16.76	2.56%	16.34	7.14%	15.25	7.54%	14.18
主营业务收入(万元)	66,942.93	-	158,264.64	20.63%	131,194.25	37.48%	95,429.35

1）销量增加的原因

近年来，年轻一代不断追求丰富、方便、快捷的生活方式，餐饮习惯也逐步西化，继而推动我国烘焙产业取得较快发展。从生产层面来看，根据《中国食品工业年鉴》（2012-2018），我国糕点面包业规模以上企业营业收入由 2011 年的 526.40 亿元增长至 2017 年的 1,316.23 亿元，年复合增长率达到 16.50%，远高于同期食品工业整体 5.44%的增长水平，也高于全球烘焙行业增速。从消费层面上看，烘焙零售市场增长迅速，根据欧睿国际的数据，2019 年我国烘焙食品零售额达到 2,317.13 亿元，同比增长 10.93%，预计 2024 年有望突破 3,800 亿元。

基于行业的快速发展，公司销量不断增加。而从具体产品来看，冷冻烘焙食品及含乳脂植脂奶油的热销是公司产品销量快速增长的最主要原因。报告期内，冷冻烘焙食品、含乳脂植脂奶油是公司主要的两类产品，其销售量占公司总销售量的占比情况如下：

单位：吨

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销量	总销量占比	销量	总销量占比	销量	总销量占比	销量	总销量占比
冷冻烘焙食品	17,446.22	43.67%	35,319.02	36.45%	28,039.47	32.59%	19,809.35	29.43%
含乳脂植脂奶油	6,227.85	15.59%	17,692.74	18.26%	14,302.03	16.62%	9,627.64	14.31%
合计	**23,674.06**	**59.25%**	**53,011.76**	**54.71%**	**42,341.50**	**49.21%**	**29,436.99**	**43.74%**

2018 年、2019 年，上述两款产品较上年增长的销售量占公司当年全部新增销售量的 68.88%、98.49%。详情如下：

单位：吨

项目	2019 年同比	2018 年同比
冷冻烘焙食品新增销量	7,279.55	8,230.12
含乳脂植脂奶油新增销量	3,390.71	4,674.39
两类产品合计新增销量	10,670.26	12,904.51
全部产品新增销量	10,834.37	18,736.11
两类产品合计新增销量占全部产品新增销量比重	98.49%	68.88%

①冷冻烘焙食品销量快速增长的原因

A、与传统烘焙行业相比，冷冻烘焙食品优势突出，具有广阔的发展空间

过去，我国烘焙食品主要分为预包装产品和现烤产品两类，并以中央工厂生产的预包装产品为主。预包装产品价格较低，常温保存保质期较长，方便快捷，

但口感及新鲜度一般，需要使用一定的防腐剂。现烤产品保质期非常短，新鲜出炉从而口感及香味更佳，价格也相对较高，但烘焙店现做现烤运营成本高，且需要高水平的烘焙师傅。冷冻烘焙食品的出现综合了预包装产品和现烤产品的优点，并弥补了其不足。一方面，与预包装食品类似，冷冻烘焙食品通过中央工厂进行规模化和标准化生产，具备更好的食品安全保障、更强的质量控制能力、更高的生产效率。但与预包装食品不同，冷冻烘焙食品通过冷冻储存方式保证产品质量，不添加防腐剂，保障了较高的新鲜度和产品口感。另一方面，冷冻烘焙食品解冻后进行现场烘烤加热等加工后，产品新鲜度和口感与烘焙门店的现做现烤产品基本一致，甚至超过部分烘焙门店水平。但与现烤产品相比，冷冻烘焙食品具备提高生产效率、节约成本、易于协调产销存、产品安全稳定、便于品种多样化等多种优势。

冷冻烘焙食品、现做现烤产品和预包装产品等不同类别产品的对比如下：

产品类别	细分模式特点	优势	劣势
冷冻烘焙食品	由中央工厂生产冷冻烘焙食品。对于冷冻烘焙半成品，烘焙店解冻后进行烘烤等简单加工后即可对外销售；对于冷冻烘焙成品，解冻后可直销销售食用。	规模化生产、产品新鲜美观、口感和稳定性好、更安全、冷冻条件下保质期长、烘焙店运营成本低。	需要冷链运输、冷冻保存。
现做现烤产品	现场生产，从原料到成品的制作全过程均通过专业设备在烘焙店或附近作坊完成。	产品新鲜美观、口感好、烘焙店购物氛围较好。	烘焙店运营成本高、对烘焙师傅要求高、产销难以控制、质量不稳定、保质期短。
预包装产品	由中央工厂生产预包装成品，物流配送至商超、便利店等渠道进行销售。	规模化生产、常温保存保质期长、运输方便、渠道覆盖成本低、产品便宜。	产品口感及新鲜度逊于其他两类、需要使用防腐剂增加保质期。

基于上述突出优势，根据《食品与机械》杂志，冷冻烘焙食品始于 20 世纪 40 年代，1961 年美国已有 39%的烘焙店使用冷冻烘焙食品，到 1990 年增加至 80%以上，法国在 1994 年冷冻面包已占面包销售额的 50%以上，日本早在 2000 年也已经有 50%的烘焙店使用冷冻烘焙食品。根据 2019 年我国烘焙食品 2,317.13 亿元的零售额测算，若冷冻烘焙食品的使用达到美国 1961 年的应用比例 39%，我国冷冻烘焙食品市场容量就达到了 903.68 亿元，未来发展空间广阔。

B、早期，我国冷冻烘焙食品发展缓慢

虽然冷冻烘焙食品优势突出，且 2004 年就已在我国出现，但早期发展较为缓慢，主要原因如下：

第一，早期的市场消费者对现烤产品的需求尚在培育阶段。现代烘焙业在我国内地起步较晚，于 20 世纪 80 年代由我国香港台湾地区引入，2000 年后才开始发展壮大。在烘焙行业发展初期，由于消费水平的制约，我国消费者对烘焙食品口感和品质要求较低，简单方便、价格便宜的预包装产品已经能满足消费者的温饱需求，对价格较高的现烤烘焙食品的需求相对有限。

第二，冷冻烘焙食品技术难度较高。冷冻烘焙食品存在长时间冷冻后水分流失、开裂、老化及解冻加工后成品变形、口感发干、发硬等技术难题，部分冷冻面包产品由于加入了酵母，产品容易变质、发酸、体积缩小，技术难度更大，冷冻烘焙食品的制作难度明显高于传统烘焙食品，我国企业短期尚未掌握相关生产技术。

第三，冷链仓储物流的配套设施落后。冷冻烘焙食品对温度的要求较为严苛，需要全程在零下 18 度以下的冷冻环境下仓储及运输，以保障产品的新鲜度和口感。我国冷链行业发展较慢，2007 年才开始起步，早期全国性的冷链运输车辆有限，经销商处的冷库设施则更为薄弱，烘焙门店也不具备冷冻储存条件，配套设施的落后也制约了冷冻烘焙食品的发展。

由于市场和技术条件不成熟，冷冻烘焙食品技术自国外引入我国后，并未得到我国市场和大型食品企业的重视，反而在我国水饺、汤圆等传统中式面点产品中得到了广泛应用，并出现了三全食品、思念食品等较具规模的上市公司。而在烘焙行业中，上市公司均为传统烘焙企业，包括经营预包装产品的桃李面包，经营连锁烘焙门店的麦趣尔、元祖股份，尚无主要从事冷冻烘焙食品的企业。

C、近年来，冷冻烘焙食品进入快速发展期

冷冻烘焙食品近年来开始进入快速发展期，主要原因如下：

第一，消费者需求逐步提升。随着我国消费者对烘焙食品消费习惯的养成以及消费水平的提高，消费者更注重烘焙食品的口感和新鲜度，对烘焙食品的需求不断由预包装产品向现烤产品进行发展。但烘焙店传统前店后厂的模式普遍面临着成本、人员、口感与安全等一系列问题，难以发展壮大，而冷冻烘焙食品可以

弥补其不足，逐步出现大量对冷冻烘焙食品的需求。

第二，烘焙店产品的升级。目前，一般一家烘焙店产品品类超过 20 个，综合性的烘焙店产品品类接近 50 个；且过去现烤烘焙产品主要为吐司面包、奶油面包、毛毛虫面包等制作难度较低的产品，而近年来口感更佳的热销产品如蛋挞、牛角包、甜甜圈、欧包等，制作难度较高或制作过程繁琐，烘焙店难以寻找大量具备专业水平的烘焙师傅，因此需要向专业的冷冻烘焙食品生产商采购。

第三，新兴渠道的出现。一是随着“饮品+烘焙”模式的兴起，大量咖啡店、茶饮店等饮品店开始销售烘焙产品；二是现烤烘焙食品既能为卖场营造良好氛围，又能带来可观的利润，愈发受到商超的青睐；三是烘焙食品在主食消费中的渗透率不断上升，使餐饮、酒店等也开始销售现烤烘焙产品。而这类非专业烘焙的销售渠道不具备专业的研发、生产能力及相关生产经验，也趋向于向冷冻烘焙食品生产商进行采购。

第四，冷链仓储物流的逐渐成熟。近年来，我国冷链溯源与全程监控等技术逐步成熟，冷藏车、冷藏箱等冷链设备数量快速增长，2018 年我国公路冷链运输车保有量是 2011 年的 5.6 倍，烘焙行业的经销商及终端用户处的冷链设备普及度也在不断提高，相关配套设施的逐渐完善为冷冻烘焙食品生产规模及配送范围的扩大和品质的持续提升提供了有利的技术支持。

因此，在上述背景下，冷冻烘焙食品近年来进入了快速发展期，以公司为代表的部分冷冻烘焙食品厂商突破了冷冻烘焙食品的技术难度，产品品质和稳定较高，销售规模迅速增长。

D、经过长期积累，公司冷冻烘焙食品业务厚积薄发，近年来快速增长

公司是国内较早从事冷冻烘焙食品业务的企业之一，经过长期积累，在产品配方、生产工艺、生产设备、全过程品控能力、快速响应市场的产品开发能力等方面具备了明显的竞争优势，持续推出多款市场热销产品，实现收入迅速增长，具体如下：

早在 2009 年，公司相关专业团队就开始从事冷冻烘焙食品业务，业务开展之初，主要产品集中在老婆饼、绿豆饼、鲜花饼等无需发酵、生产工艺较为简单的中式糕点中，并在生产中不断进行消化、吸收和创新，使相关团队对冷冻烘焙食品产品的配方、生产设备和生产工艺有了初步的积累。时至今日，公司上述产

品依旧具有较强的生命力，一方面，公司持续改良老婆饼等产品配方，使其能满足全国各地不同的口味；另一方面，公司具有较为强大的烘焙食品原料研发能力，研发了专供公司冷冻烘焙食品使用的绿豆馅、鲜花馅等馅料，且不对外进行销售，保证了公司相关产品具备独特的口味。报告期内，公司饼类销售收入分别为3,400.12 万元、4,796.66 万元、7,757.14 万元和 3,383.34 万元，稳步增长。

2013 年，公司捕捉到市场对挞皮产品的需求持续上升，由于挞皮需要进行多层开酥，生产工序繁琐，人工成本较高且产品稳定性差，烘焙店难以自行生产，公司开始建设挞皮产品的自动化生产线。在这一过程中，公司突破了以下难题：一，冷冻烘焙食品不同的产品配方、生产工艺、生产场地，对生产线及生产设备都有着不同的要求。公司不仅从国内外引入挞皮自动化生产线，更重要的是根据国内原材料和公司产品的特点，在核心环节对关键生产设备进行大量适应性的自主改造，并对生产线的布局和生产设备间的协同进行自主调整，经过 2 年的调试，于 2015 年实现了挞皮的全自动化生产，是国内较早实现挞皮全自动化生产的企业，大幅降低了挞皮的生产成本。二、原料和生产环节中温度、湿度等各种参数的略微差异都会对产品品质造成影响，而下游客户需要连续、多批次地采购及使用公司的产品，公司通过多年积累拥有了经验丰富的团队，既通过生产流程控制体系对生产过程进行精准管理，又在关键岗位上设置核心人员根据每一批次原材料的差异对生产工艺参数进行动态调整，保证了大规模生产过程中产品的稳定性。同时，公司还持续提高挞皮产品口感，通过定制化的面粉、增加保水性原料等方式，提高挞皮产品的酥化度，解决水分流失的问题。挞皮产品是公司报告期内规模最大且最稳定增长的品类，销售收入分别为 14,486.36 万元、18,414.22 万元、22,556.18 万元、11,809.38 万元，收入占比分别为 15.15%、14.02%、14.24%、17.62%。

2015 年，公司在挞皮、老婆饼等冷冻糕点产品积累的经验基础上，成功推出了甜甜圈、牛角包、手撕包等冷冻面包产品。与冷冻糕点相比，冷冻面包由于加入了酵母，若工艺不当则产品易变质、发酸、体积缩小，因此技术难度较高、对配方及生产过程控制的要求更严，当时市场上同类产品较少，根据荷兰合作银行 2014 年的数据，我国冷冻烘焙食品中冷冻面包的占比仅为 15%。因此，上述产品尤其是甜甜圈推出后，迅速获得了市场的高度认可。甜甜圈需要成型、发酵、

油炸等多道工序，烘焙店不具备稳定的生产能力，公司通过多种方式提高了甜甜圈产品的市场竞争力，包括：一，通过特殊的产品配方和生产工艺，提高甜甜圈产品口感和品质，例如：通过选择特殊的原辅料及其配比，解决了甜甜圈产品冷冻储存后，再解冻复烤口感下降等难题，水份流失小于 1.5%；通过二次发酵技术生产甜甜圈，能够使酵母的活性增加 30%，体积的膨胀度增大 15%，提高口感的柔软度和面团的抗老化性。二、凭借公司对自动化生产线的定制化改造和优化能力，以及大规模生产条件下的全过程品控能力，保证甜甜圈产品的稳定性，并形成了“一种甜甜圈自动化连续式生产装置”发明专利等技术成果。三、通过公司烘焙食品原料板块专供的草莓酱、蓝莓酱、沙拉酱，推出多款具备独特口味的甜甜圈产品。四、基于甜甜圈等冷冻面包产品对温度要求更高，以及公司冷冻烘焙食品快速发展的需要，公司在行业内较早自建冷链物流车队，截止 2020 年 6 月末，拥有自有运输车辆 30 辆、司机 43 人，共 21 个省、自治区和直辖市的客户实现自主运输。通过上述方式，公司甜甜圈成为报告期内最快速增长的品类，收入分别为 6,830.52 万元、14,054.09 万元、18,922.03 万元、8,011.33 万元，收入占比分别为 7.14%、10.70%、11.95%、11.96%。

在掌握和成熟运用相关技术之后，近年来公司继续对市场需求进行快速响应，不断进行产品开发。2018 年，公司根据市场需求，推出了蛋黄酥新品。公司解决了该产品咸蛋黄为整颗蛋黄，传统技术无法实现自动化生产的难题，实现了蛋黄酥的批量生产，且比起手工生产产品更加甜香，外皮层次分明，是公司报告期内快速增长的新产品之一，2018 到 2020 年上半年收入分别为 1,640.86 万元、4,783.43 万元、1,632.14 万元。2019 年，公司继续推出了麻薯产品，该产品通过调整配方和优化生产工艺，解决了机械化生产和长时间冷冻储存后，产品出油导致没有膨胀力的问题，实现了大规模的工业化推广。麻薯产品是公司 2020 年增长最快的新产品之一，未来市场空间广阔，2019、2020 年上半年收入分别为 344.01 万元、2,831.54 万元。

公司的冷冻烘焙食品中，既有销售收入已超过上亿元的热销单品，也出现部分增长非常迅速、未来销售规模广阔的新产品，未来随着公司产品品类的不断丰富，销售收入有望继续增长。

②含乳脂植脂奶油销量快速增长的原因

近年来，随着我国消费能力的提升，我国对奶油类产品的消费水准亦逐年提升，原来低端的植脂奶油虽然具有价格低廉、打发性好的优点，但已不能满足消费者对奶油产品口感越来越高的要求。而含乳脂植脂奶油兼具淡奶油奶香浓郁、口感细腻和植脂奶油打发性好、稳定性强的优点，市场定位高于植脂奶油，近年来，随着市场对奶油类产品的消费升级，市场需求快速增长。

同行业拟上市公司中拥有奶油生产能力的企业为海融科技和南侨股份。其中南侨股份的淡奶油在原材料、生产工艺、产品系列等均与公司存在差异，海融科技含乳脂植脂奶油与公司具有可比性。2017 年、2018 年、2019 年，海融科技含乳脂植脂奶油收入较同期分别增长 23.63%和 20.86%、14.06%。因此，公司含乳脂植脂奶油收入的增长与行业内其他公司收入增长趋势相同。

综上所述，冷冻烘焙食品、含乳脂植脂奶油的热销是公司销量快速增长的最主要原因。

2）销售价格增长的驱动因素

报告期内，公司产品销售单价的变动情况如下表所示：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
冷冻烘焙食品	20.62	20.91	19.62	18.10
奶油	12.57	12.52	11.74	11.09
水果制品	16.24	16.61	16.93	16.40
酱料	10.92	11.14	11.25	10.81
其他	18.04	16.67	14.97	13.24
合计	**16.76**	**16.34**	**15.25**	**14.18**

总体来看，公司产品平均销售价格上升，主要是因为高单价产品的销量占比在逐年增加。报告期内，冷冻烘焙食品平均价格高于公司产品平均单价，且其销量占比从 2017 年的 29.43%上升至 2020 年 1-6 月的 43.67%，逐年增加，拉高了公司产品的平均销售价格。

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
冷冻烘焙食品单价（元/KG）	20.62	20.91	19.62	18.10
公司产品平均单价（元/KG）	16.76	16.34	15.25	14.18
冷冻烘焙食品销量占比	43.67%	36.45%	32.59%	29.43%

此外，2019 年，制造业增值税税率从 16%下调至 13%，公司产品拥有较强议价权，销售价格（含税）未进行同步下调，亦使得公司产品的不含税价格有所上升。

2、主营业务收入按产品结构分类

（1）主营业务收入按产品构成情况

报告期内，公司主营业务收入产品结构如下表：

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
冷冻烘焙食品	35,981.94	53.75%	73,846.39	46.66%	55,001.96	41.92%	35,848.36	37.57%
奶油	12,918.44	19.30%	37,996.81	24.01%	34,436.20	26.25%	26,825.89	28.11%
水果制品	6,396.73	9.56%	19,194.04	12.13%	17,400.86	13.26%	16,118.66	16.89%
酱料	5,076.03	7.58%	10,841.57	6.85%	9,589.71	7.31%	5,364.82	5.62%
其他	6,569.79	9.81%	16,385.84	10.35%	14,765.52	11.25%	11,271.62	11.81%
合计	**66,942.93**	**100.00%**	**158,264.64**	**100.00%**	**131,194.25**	**100.00%**	**95,429.35**	**100.00%**

报告期内，公司各类产品销售收入均持续增长。公司产品收入以冷冻烘焙食品、奶油、水果制品和酱料为主，报告期各期合计收入占比为 88.19%、88.75%、89.65%和 90.19%。其中，由于公司冷冻烘焙食品销量增速较快，收入占比逐年上升，由 2017 年的 37.57%上升到 2020 年上半年的 53.75%。公司其他产品包括休闲食品、巧克力、挞液等产品，是公司收入的有益补充。

（2）各类产品收入变动情况

报告期内，公司各类产品收入变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
冷冻烘焙食品	35,981.94	73,846.39	34.26%	55,001.96	53.43%	35,848.36
奶油	12,918.44	37,996.81	10.34%	34,436.20	28.37%	26,825.89
水果制品	6,396.73	19,194.04	10.31%	17,400.86	7.95%	16,118.66
酱料	5,076.03	10,841.57	13.05%	9,589.71	78.75%	5,364.82
其他	6,569.79	16,385.84	10.97%	14,765.52	31.00%	11,271.62
合计	**66,942.93**	**158,264.64**	**20.63%**	**131,194.25**	**37.48%**	**95,429.35**

1）冷冻烘焙食品收入分析

报告期内，公司冷冻烘焙食品销售收入、销售数量、销售单价如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
收入（万元）	35,981.94	-	73,846.39	34.26%	55,001.96	53.43%	35,848.36
数量（吨）	17,446.22	-	35,319.02	25.96%	28,039.47	41.55%	19,809.35
单价（元/KG）	20.62	-1.36%	20.91	6.59%	19.62	8.40%	18.10

报告期内，公司冷冻烘焙食品销售收入金额分别为 35,848.36 万元、55,001.96 万元、73,846.39 万元和 35,981.94 万元，2018 年和 2019 年同比增长分别为 53.43%和 34.26%。冷冻烘焙食品收入快速增长主要来自于产品的量价齐升。

①公司冷冻烘焙食品销量快速增长

报告期内，公司冷冻烘焙食品销量为 19,809.35 吨、28,039.47 吨、35,319.02 吨和 17,446.22 吨，销量快速增长。其主要原因是：

A、报告期内，公司冷冻烘焙食品中的甜甜圈、挞皮、蛋黄酥等主打产品受到市场的较高认可，销量持续上升，尤其是甜甜圈的销量快速提升，报告期内销量分别为 2,790.36 吨、5,641.00 吨、7,368.91 吨、3,166.73 吨，2018 年、2019 年同比增幅分别为 102.16%、30.63%。主打产品的热销带动了冷冻烘焙食品销量快速增加。

B、根据市场需求，公司持续推出新品，公司冷冻烘焙食品品类迅速扩大，从业务开展之初的仅有挞皮等少数品规，发展至 2020 年上半年末的 187 种。报告期推出的新品蛋糕、丹麦类面包（包括手撕包、牛角包）等产品也取得较快增长。蛋糕产品年复合增长率达 91.52%，丹麦类面包产品收入年复合增长率达 40.05%，进一步推动了公司冷冻烘焙食品业绩快速增长。

②公司冷冻烘焙食品平均价格逐年提升

在销量逐年增加的同时，公司冷冻烘焙食品平均价格逐年提升。2018 年，公司冷冻烘焙食品单价由 2017 年的 18.10 元/KG 提升至 19.62 元/KG，增长了 8.40%，主要是产品结构优化所致。2018 年，公司甜甜圈产品平均单价为 24.91 元/KG，明显高于冷冻烘焙食品的平均单价 19.62 元/KG，且甜甜圈销售额占冷冻烘焙食品总销售额的比例由 2017 年的 19.05%增加至 2018 年的 25.55%。单价较高的甜甜圈等产品的销售额占冷冻烘焙食品比重上升，拉高了冷冻烘焙食品的

整体单价。

2019 年，公司冷冻烘焙食品单价由 2018 年的 19.62 元/KG 提升至 20.91 元/KG，增长了 6.59%，主要是因为 2019 年 4 月，增值税由 16%下调至 13%，而公司冷冻烘焙食品的销售价格（含税）未同步向下调整，因此整体不含税价格有所上升，也体现了公司在销售中较强的议价能力。此外，2019 年，蛋黄酥等高端产品受到市场欢迎，销量较上年大幅提升，蛋黄酥的平均价格在 40 元/KG 左右，明显高于冷冻烘焙食品平均单价，其销量由上年的 413.36 吨增长至 1,215.68 吨，增幅达到 194.10%，销售额占冷冻烘焙食品的比重由 2018 年的 2.98%增长至 6.50%。高端产品销量的增长亦带动了冷冻烘焙食品整体单价的上升。

2020 年 1-6 月，公司冷冻烘焙食品单价由上年的 20.91 元/KG 略有下降至 20.62 元/KG，下降幅度为 1.36%，与上年相比基本保持稳定。

2）奶油收入分析

报告期内，公司奶油类产品销售收入、销售数量、销售单价如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
收入（万元）	12,918.44	-	37,996.81	10.34%	34,436.20	28.37%	26,825.89
数量（吨）	10,277.49	-	30,346.39	3.46%	29,330.26	21.28%	24,183.87
单价（元/KG）	12.57	0.39%	12.52	6.65%	11.74	5.85%	11.09

2017 年至 2019 年，公司奶油销售规模分别为 26,825.89 万元、34,436.20 万元、37,996.81 万元和 12,918.44 万元，2017 年至 2019 年逐年增长，奶油类产品销售规模的增长，主要是由于产品结构优化带来的量价齐升。

公司奶油产品中，含乳脂植脂奶油市场定位高于纯植脂奶油，近年来受到市场的青睐，也是公司大力主推的产品。报告期内，含乳脂植脂奶油的销量分别为 9,627.64 吨、14,302.03 吨、17,692.74 吨和 6,227.85 吨，2018 年、2019 年分别同比增长了 48.55%、23.71%。含乳脂植脂奶油销量的快速提升是公司奶油类产品收入增长的主要原因。

2018 年，公司奶油类产品的平均销售单价较 2017 年提升了 5.85%。2018 年，公司含乳脂植脂奶油及稀奶油平均价格分别为 13.05 元/KG、25.99 元/KG，高于奶油类产品整体平均价格 11.74 元/KG，而两种奶油的销售占比较上年同期分别增长了 6.94 个百分点和 5.27 个百分点，因此，单价较高的含乳脂植脂奶油以及

稀奶油的销售占比提升，拉高了奶油产品的整体单价。

2019 年，公司奶油类产品的平均销售单价较 2018 年提升了 6.65%。一方面，是因为 2019 年 4 月调减 3%增值税，而公司奶油类产品含税价格未做调整，致使奶油类产品不含税价格有所上升。另一方面，较高单价的含乳脂植脂奶油的销售额占奶油产品的比重由 2018 年的 54.21%增加至 62.89%，进一步拉高了奶油产品的整体单价。

2020 年 1-6 月，奶油类产品的销售单价较上年保持稳定。

3）水果制品收入分析

报告期内，公司水果制品的销售收入、销售数量、销售单价如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
收入（万元）	6,396.73	-	19,194.04	10.31%	17,400.86	7.95%	16,118.66
数量（吨）	3,938.86	-	11,640.40	13.26%	10,277.22	4.58%	9,826.81
单价（元/KG）	16.24	-2.21%	16.61	-1.92%	16.93	3.22%	16.40

报告期内，公司水果制品的销售额分别为 16,118.66 万元、17,400.86 万元、19,194.04 万元和 6,396.73 万元，2017 年至 2019 年呈稳步增长的趋势。

公司水果制品主要是果馅、果泥及果溶，报告期内，三款产品销售收入占水果制品收入比重约为 95%。报告期内，公司水果制品销量增长主要是果泥销量不断增长所致。近年来，水果茶饮产品受到市场欢迎，用于制作饮品的果泥销售量逐年提升，2017 年至 2019 年销售量分别为 3,302.01 吨、3,876.95 吨、4,997.05 吨，带动了水果制品销量的增长。

公司水果制品中，果溶的单价较高，报告期内平均价格分别为 41.90 元/KG、40.42 元/KG、41.08 元/KG 和 42.61 元/KG，明显高于水果制品平均价格，虽然其销售额占水果制品比重不超过 20%，但因价格较高，其销售量的波动对水果制品平均价格影响较大。公司果溶产品的主要客户为幸福西饼，因此，报告期内，幸福西饼对果溶产品的采购量的变化会一定程度影响水果制品的平均价格。

2018 年，公司水果制品平均价格较上年同期分别上涨了 3.22%，主要原因是市场行情变化，水果制品中的主要产品果泥的价格上调约 10%，同时，幸福西饼增加了果溶的采购量，致使果溶产品销售额占水果制品的比例由 2017 年的 16.82%上升至 2018 年的 18.62%，因此，水果制品平均价格较上年有所上涨。

2019 年，幸福西饼对果溶产品的采购量较 2018 年减少了 644.03 万元，致使公司果溶产品销售额占水果制品的比例由 2018 年的 18.62%下降至 14.13%，因此，水果制品平均价格较上年有所下降。

2020 年，水果制品单位价格由上年的 16.61 元/KG 下降至 16.24 元/KG，下降幅度为 2.21%，主要原因是受疫情影响，公司水果制品采取了折扣等形式进行促销，以及推出单价较低的“爱护”系列产品，使得销售单价较上年略有下降。

4）酱料收入分析

报告期内，公司酱料类产品的销售收入、销售数量、销售单价如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
收入（万元）	5,076.03	-	10,841.57	13.05%	9,589.71	78.75%	5,364.82
数量（吨）	4,649.16	-	9,735.29	14.19%	8,525.79	71.74%	4,964.48
单价（元/KG）	10.92	-1.96%	11.14	-0.99%	11.25	4.09%	10.81

报告期内，公司酱料类产品销售额分别为 5,364.82 万元、9,589.71 万元、10,841.57 万元和 5,076.03 万元。

2018 年，公司酱料类产品销售额较上年同期增加了 78.75%。主要原因是：一方面，2018 年，新品可丝达酱受到市场欢迎；另一方面，公司向客户推出了天使白面包、牛油果餐包等终端产品应用方案，并搭配销售沙拉酱的促销活动，获得良好市场效果，带动了沙拉酱销售量的快速增长。

2019 年，公司酱料类产品收入同比增长了 13.05%，增速较 2018 年有所放缓。一方面，上述促销活动带动沙拉酱销售的计划目标已经实现；另一方面，公司酱料类产能利用率在 2019 年达到 98.45%，已经饱和，导致了酱料类产品销售增速放缓。

2020 年上半年，虽然处于销售淡季，但公司酱料类产品销售收入已接近上年全年的 50%，整体销售情况良好。

5）其他产品收入分析

报告期内，公司其他产品销售收入分别为 11,271.62 万元、14,765.52 万元、16,385.84 万元和 6,569.79 万元，2017 年至 2019 年呈现稳步增长的趋势。

3、主营业务收入按销售模式结构分类

报告期内，公司销售模式以经销模式为主，直销模式为辅，并补充少量线上

电商及线下零售业务，直销客户又可分为非商超类直销客户和商超客户两类，非商超类直销客户包括连锁烘焙店、酒店、饮品店等，商超客户为沃尔玛、华润万家、盒马生鲜等超市。上述不同销售模式下收入金额变化及占比情况如下：

单位：万元

销售模式	2020 年 1-6 月			2019 年		
	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率
经销	51,442.39	76.85%	-	132,839.67	83.94%	21.24%
直销	15,183.84	22.68%	-	24,886.01	15.72%	16.96%
其中：非商超类直销客户	5,859.07	8.75%	-	14,169.71	8.95%	15.69%
商超客户	9,324.76	13.93%	-	10,716.31	6.77%	18.68%
零售	316.71	0.47%	-	538.96	0.34%	52.63%
总计	**66,942.93**	**100.00%**	**-**	**158,264.64**	**100.00%**	**20.63%**
销售模式	**2018 年**			**2017 年**		
	金额	**占比**	**增长率**	**金额**	**占比**	**增长率**
经销	109,564.35	83.51%	37.70%	79,569.39	83.38%	-
直销	21,276.79	16.22%	35.82%	15,664.88	16.42%	-
其中：非商超类直销客户	12,247.48	9.34%	23.95%	9,755.26	10.23%	-
商超客户	9,029.31	6.88%	52.79%	5,909.61	6.19%	-
零售	353.12	0.27%	81.02%	195.08	0.20%	-
总计	**131,194.25**	**100.00%**	**37.48%**	**95,429.35**	**100.00%**	-

（1）经销收入情况

1）经销收入的整体情况

公司产品的终端应用大多为烘焙店，单店采购金额不大，且地域分布较散，销售成本较高，因此，公司采取经销为主的销售模式。公司已形成了全面覆盖烘焙店、餐饮店、饮品店等终端客户的经销网络。

随着公司销售规模的不断扩大，公司经销收入逐年增长，报告期内分别为 79,569.39 万元、109,564.35 万元、132,839.67 万元和 51,442.39 万元。

2018 年，随着公司业务的快速发展，公司经销、直销两种模式下的销售收入均取得较快增长，增长率与公司趋势保持一致，因此占比未发生较大变化。随着我国网上消费习惯的兴起，公司零售收入快速增长，销售占比有所提升，但其销售规模较小，对公司整体收入影响不大。

2019 年，公司经销模式下的收入增长情况与公司整体不存在较大差异，其占比较上年略有提升。2019 年，公司直销模式收入增长率低于公司整体增长率，主要是因为非商超类直销客户幸福西饼对公司采购额由 2018 年的 2,402.21 万元下降至 1,301.82 万元，拉低了公司直销模式收入增长率，故直销模式销售占比较上年有所下降。2019 年，随着公司线上收入的继续增长，公司零售模式增长率快于公司整体增长率，其销售占比亦有所提高。

2020 年 1-6 月，传统烘焙门店受疫情影响较大，但商超受疫情影响较小，且实现了销量的较快增长，因此，公司商超客户的销售收入占比提高。

2）经销商模式

①经销商的具体合作模式

根据公司与经销商签订的协议，公司与经销商的具体合作模式如下：

a.公司与客户之间的交易为买断式销售。一般情况下，公司与经销商客户每年签订框架协议，经销商按需求下达订单，公司在约定时间内向经销商发货。

b.退换货情况：公司产品非质量问题不可退换货。公司与客户一般在协议中约定，客户应当面验收，若产品不合格可拒绝收货，收货后发现产品存在质量不合格，应在收到产品七天内提出退换货申请，未提出则视为所收产品全部合格。

c.销售折让：一般情况下，公司与经销商之间的协议不会约定折扣，但会与经销商约定销售任务，并根据经销商当年实际完成情况，在下年以货折方式返利。此外，公司会不定期开展推广活动，可能会因此发生折扣销售的情况。

d.信用政策：公司对经销商的信用政策一般为先货后款、先款后货两种。在先货后款的信用政策下，公司与客户约定一定的信用期限，客户在约定的信用期限内完成回款。

e.结算及收款方式：公司与经销商约定以银行汇款方式回款，原则上不接受票据和现金等其他方式收款。

f.运输方式及费用：公司一般与经销商约定，当经销商每单订货数量达标时，由公司将产品运送至双方共同指定的仓库内；当不达标时，则由公司运送至经销商所在城市公司指定的货运场或高速路出口，由经销商自行提货。公司运送货物所发生的运输费用由公司承担。

g.排他性条款：公司未与经销商约定排他性条款，即公司不要求经销商仅销售公司的产品。

h.经销商保证金：公司不要求经销商向公司缴纳保证金。

②公司经销模式与同行业可比公司的比较

在销售模式以及经销、直销占比方面，公司与海融科技、南侨股份、桃李面包、麦趣尔以及元祖股份均进行了对比。可比公司中，海融科技产品与公司较为类似，2018 年经销收入占比 89.70%；南侨股份主要产品为油脂等大宗烘焙原料，2017 年经销收入占比 60.16%；桃李面包主要产品为预包装食品，较为适合在超市等终端销售，以直销为主，经销为辅，2018 年经销收入占比为 36.32%；元祖股份主要产品为较高端的糕点、月饼等预包装食品，并采用直营店模式，未采用经销模式；麦趣尔未公开披露最近三年的经销收入占比。因此，除麦趣尔外（未披露具体数据），同行业公司均采用经销的方式进行销售，经销收入占比因各自产品种类的不同而有所差异。在可比公司中，公司与海融科技在产品、销售模式等方面的情况更为接近。

在经销商数量方面，已披露公开数据的可比公司为南侨股份、海融科技。在产品方面，南侨的主要产品为烘焙应用油脂，区别于公司和海融科技的终端客户为烘焙店，南侨股份烘焙应用油脂产品的终端客户主要为焙烤类食品生产企业，其生产经营规模一般大于烘焙店，因而，南侨股份的经销商单家销售规模较大，其经销商数量占客户总数量的 30%左右，但经销商销售金额占总销售额的 60%左右，单家经销商全年的平均销售额在 500 万元左右，远高于公司和海融科技的平均销售规模。鉴于南侨股份在产品、销售模式、以及面向的终端客户与公司存在差异，公司在经销商数量的变动方面选取产品、经销商规模更为接近的海融科技作为可比公司。

报告期内，公司经销收入占比与海融科技不存在重大差异。

3）公司前五大经销商销售情况及基本信息

2020 年 1-6 月，公司前五大经销商情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例	占当年经销收入比例	销售内容
1	石家庄市宏威食品添加	1,334.97	1.99%	2.60%	冷冻烘焙食

	剂有限公司				品及烘焙食品原料
2	广东嘉怡食品有限公司	931.57	1.39%	1.81%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料
3	广东省商业贸易进出口有限公司	728.84	1.09%	1.42%	冷冻烘焙食品
4	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	702.06	1.05%	1.36%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料
5	苏州闽龙商贸有限公司	461.30	0.69%	0.90%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料

注：前五大经销商销售金额为合并同一控制下公司后的统计数据，下同。

2019 年，公司前五大经销商情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例	占当年经销收入比例	销售内容
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,731.48	2.36%	2.81%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料
2	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	2,218.41	1.40%	1.67%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料
3	广东嘉怡食品有限公司	2,049.69	1.30%	1.54%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料
4	苏州闽龙商贸有限公司	1,302.43	0.82%	0.98%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料
5	广州市白云区太和何杰生综合店	1,144.36	0.72%	0.86%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料

2018 年，公司前五大经销商情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售收入	占营业收入比例	占当年经销收入比例	销售内容
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,136.41	2.39%	2.86%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料

2	广东嘉怡食品有限公司	1,874.74	1.43%	1.71%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料
3	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	1,649.80	1.26%	1.51%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料
4	苏州闽龙商贸有限公司	1,227.39	0.94%	1.12%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料
5	漳州市向日葵食品有限公司	1,206.93	0.92%	1.10%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料

2017 年，公司前五大经销商情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售收入	占营业收入比例	占当年经销收入比例	销售内容
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	2,246.23	2.35%	2.82%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料
2	广东嘉怡食品有限公司	1,291.49	1.35%	1.62%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料
3	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	993.25	1.04%	1.25%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料
4	苏州闽龙商贸有限公司	781.78	0.82%	0.98%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料
5	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	763.98	0.80%	0.96%	冷冻烘焙食品及烘焙食品原料

上述经销商基本情况如下：

序号	客户名称	成立时间	注册资本	股东信息
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	1999 年 5 月 6 日	1,200 万	薛宝琦、赵汝飞、白兰平、薛维、王巧书
2	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	2005 年 11 月 28 日	51 万	张有娥、张存钢
3	广东嘉怡食品有限公司	2007 年 7 月 12 日	2,300 万	孙振雄、林春萍
4	苏州闽龙商贸有限公司	2008 年 12 月 25 日	50 万	郑建钦、孔祥春、郑辉成

5	广州市白云区太和何杰生综合店	2012 年 4 月 11 日	未公开	何杰生
6	漳州市向日葵食品有限公司	2013 年 6 月 21 日	100 万	洪智伟、许艳燕
7	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	2010 年 8 月 20 日	未公开	杨锦健
8	广东省商业贸易进出口有限公司	1988 年 6 月 1 日	10,000 万	广东省商业集团有限公司、广东万丰房地产开发有限公司、黄建钢、董筱玲、黄良展、温浩伟、黄炜生、林庆伟、卢国强、林国强、翟国兴、蔡楚元、牟鸿瑜、苏健莳

报告期内，公司主要经销商与公司不存在关联关系。

4）经销商变动情况

①经销商的数量及增减变化情况

报告期各期，公司经销商的数量及增减变化情况如下：

单位：家

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
期初家数	1,707	1,663	1,726	1,453
增加家数	276	421	466	875
减少家数	424	377	529	602
期末家数	1,559	1,707	1,663	1,726

注：本期期初家数指上期与公司发生交易的经销商数量，期末家数指本期与公司发生交易的经销商数量

2017 年，公司新增经销商数量较多，一方面，公司加大营销网络体系的全国布局，不断进行渠道下沉，尤其是华南以外的地区，将一个经销商覆盖多个城市调整为一个经销商负责一个城市，同时在全国各地大规模启用第三方外仓，建设冷冻烘焙食品的冷链物流车队，可以在原无法配送到的区域新增部分经销商，故 2017 年新增经销商较多；另一方面，公司 2017 年加强了对经销商的管理，对经销商进行规范，2016 年存在部分经销商以个人名义与公司进行合作，该部分经销商 2017 年变更为以个体工商户或公司形式进行合作，共 207 家经销商变更与公司的合作主体，因此 2017 年新增和减少经销商家数均较多。

2018 年，公司经销商数量由 2017 年的 1,726 家减少至 1,663 家，主要原因是公司实施了较大规模的经销商优化措施，主动停止与部分规模较小的经销商的合作，尤其是华南和华中等较为成熟的区域，使公司当年减少经销商 529 家，其中超过 300 家经销商年销售金额不到 20 万元。同时，公司持续进行市场开发，当年新增开发经销商 466 家。

2019 年，公司在大力开拓市场的同时继续对经销商进行逐渐优化，当年新增合作经销商 421 家，减少合作经销商 377 家，经销商数量较上年有所增长。

2020 年上半年，受疫情影响，部分规模较小的经销商业务转型或停止，公司对经销商的开发力度也有所放缓，经销商数量由 1,707 家减少至 1,559 家。

②经销商的区域分布情况

报告期各期，公司经销商数量、区域分布及增减情况如下：

单位：家

区域	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	数量	较上年变化	数量	较上年变化	数量	较上年变化	数量
华东区	459	-13.88%	533	4.10%	512	0.00%	512
华南区	299	3.82%	288	-0.69%	290	-15.70%	344
华中区	243	-6.90%	261	1.16%	258	-7.86%	280
西南区	187	-8.33%	204	10.27%	185	-2.12%	189
华北区	155	-10.92%	174	2.35%	170	4.29%	163
东北区	123	-10.87%	138	3.76%	133	9.92%	121
西北区	93	-14.68%	109	-5.22%	115	-1.71%	117
合计	**1,559**	**-8.67%**	**1,707**	**2.65%**	**1,663**	**-3.65%**	**1,726**

报告期内，公司已建立了覆盖全国的经销网络，各大区域经销商数量均超过 90 家。

2018 年，华南地区和华中地区经销商数量有所减少，主要是公司当年实施了较大规模的经销商优化措施，该地区公司已深耕多年，经销商分布较为密集，规模较小的经销商数量较多，公司主动停止与部分规模较小的经销商的合作。

报告期内，西北地区经销商数量略有下降，主要是新疆等西北地区面积辽阔，人口密度相对较低，公司经销商已覆盖主要城市，部分小规模经销商发生合并或停止合作。

2020 年上半年，受疫情影响，各大区域均出现部分规模较小的经销商转型或停业的情形，华南地区则由于复工较早，且公司主要通过自有物流车辆进行配送，受疫情影响相对较少，故公司华南地区经销商数量较为稳定，其他区域均有所下降。

此外，公司各年度还会根据实际情况针对不同地区推出经销商开拓计划，故 2018 年东北地区、2019 年西南地区经销商数量增长较多。

③报告期内平均每个经销商销售收入变动情况，经销商数量的增减变化对营业收入和利润的影响

报告期内，公司经销商平均收入变动情况，经销商数量增减变化对营业收入和利润的影响如下：

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
经销商整体情况	经销商数量（家）	1,559	1,707	1,663	1,726
	经销商平均收入（万元/家）	33.00	77.82	65.88	46.47
	经销商净变动数量（家）	-148	44	-63	273
新增经销商情况	当期新增经销商数量（家）	276	421	466	875
	当期新增经销商本期销售收入（万元）	2,759.40	12,424.90	10,312.43	26,194.78
	当期新增经销商本期销售收入比例	4.12%	7.85%	7.86%	27.45%
	当期新增经销商本期平均销售收入（万元/家）	10.00	29.51	22.13	29.94
	当期新增经销商本期毛利（万元）	1,023.67	5,081.32	3,818.27	8,853.79
	当期新增经销商本期毛利占比	3.75%	7.78%	7.74%	26.38%
减少经销商情况	当期停止合作经销商数量（家）	424	377	529	602
	当期停止合作经销商上期销售收入（万元）	5,518.42	4,418.52	4,615.16	8,349.92
	当期停止合作经销商上期销售收入比例	3.49%	3.37%	4.84%	14.66%
	当期停止合作经销商上期平均销售收入（万元/家）	13.02	11.72	8.72	13.87
	当期停止合作经销商上期毛利（万元）	2,264.32	1,710.68	1,598.82	2,989.15
	当期停止合作经销商上期毛	3.47%	3.47%	4.76%	14.66%

	利占比				

注：2016 年数据未经审计

报告期内，公司对单家经销商的平均销售收入分别为 46.47 万元、65.88 万元、77.82 万元、33.00 万元，逐年提升，一方面，公司不断推出新产品，产品竞争力持续上升，对终端客户进行深度服务，使公司规模不断扩大，提高了单个经销商的平均收入，另一方面，公司持续优化经销商体系，新增经销商平均销售金额略大于停止合作经销商的平均销售金额，经销商自身的市场开拓能力也有所上升。

报告期内，公司新增经销商实现的收入占公司当期主营业务收入的比例分别为 27.45%、7.86%、7.85%、4.12%，实现的毛利占公司毛利的比例分别为 26.38%、7.74%、7.78%、3.75%。2017 年，公司新增经销商对公司经营业绩的贡献较大，主要是公司当年渠道不断下沉，净新增经销商数量较多，达到 273 家，新增经销商贡献了部分收入，同时，公司当年加强了对经销商的管理，提高经销商的规范性标准，部分经销商将以个人名义与公司进行合作变更为个体工商户或公司，当年变更的经营实体实现的收入占比达到 11.09%。2018 年、2019 年和 2020 年上半年，与主要经销商合作趋于稳定，新增经销商对公司业绩影响不大。

报告期内，公司停止合作经销商销售收入对应上期主营业务收入比例分别为 14.66%、4.84%、3.37%、3.49%，除 2017 年部分经销商变更与公司的合作主体使当年停止合作的经销商销售收入占比较大外，其余年份停止合作经销商销售收入及毛利率占比均较低，对公司经营影响不大。

同行业其他公司亦不断加紧进行经销商优化，以海融科技为例，海融科技每年有较多数量的经销商停止合作，且经销商单家收入逐年提高，具体情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初家数（家）	640	588	496
新增家数（家）	130	155	173
停止合作家数（家）	111	103	81
期末家数（家）	659	640	588
经销模式主营业务收入（万元）	51,572.29	48,181.02	40,898.51
平均收入（万元）	79.40	78.47	75.46

因此，公司不断进行经销商升级，经销商数量的波动情况与同行业公司一致。

5）经销商的分级情况

公司经销商层级均为一级经销，经销商之间互相没有分层从属关系。

按照销售规模分级，报告期内，各级经销商数量、金额及占比具体如下：

单位：家、万元

经销商规模	数量	数量占比	金额	金额占比
2020 年 1-6 月				
500 万以上	21	1.35%	8,010.63	15.57%
300 万元-500 万元	43	2.76%	8,328.83	16.19%
100 万元-300 万元	215	13.79%	18,224.57	35.43%
100 万元以下	1,280	82.10%	16,878.35	32.81%
合计	**1,559**	**100.00%**	**51,442.39**	**100.00%**
2019 年				
500 万以上	33	1.93%	25,304.69	19.05%
300 万元-500 万元	78	4.57%	30,084.62	22.65%
100 万元-300 万元	256	15.00%	43,157.20	32.49%
100 万元以下	1,340	78.50%	34,293.16	25.82%
合计	**1,707**	**100.00%**	**132,839.67**	**100.00%**
2018 年				
500 万以上	30	1.80%	21,737.97	19.84%
300 万元-500 万元	53	3.19%	19,563.28	17.86%
100 万元-300 万元	207	12.45%	35,802.36	32.68%
100 万元以下	1,373	82.56%	32,460.73	29.63%
合计	**1,663**	**100.00%**	**109,564.35**	**100.00%**
2017 年				
500 万以上	13	0.75%	8,633.76	10.76%
300 万元-500 万元	33	1.91%	12,648.42	15.77%
100 万元-300 万元	168	9.73%	29,811.22	37.17%
100 万元以下	1,512	87.60%	29,114.30	36.30%
合计	**1,726**	**100.00%**	**80,207.71**	**100.00%**

注 1：2017 年，公司甜甜圈生产线试生产阶段产生了少量销售收入，该部分收入冲减在建工程，未计入主营业务收入中，故 2017 年经销商收入之和大于经销模式的主营业务收入，下同

注 2：2020 年 1-6 月经销商规模分级为年化后数据

公司根据不同产品、不同渠道在全国各地设置经销商，公司一般以城市为单位设置经销商，也会结合各地区烘焙市场特点、经销商竞争格局等因素，根据实际经营需要进行变化，在市场集中度较高、经销商对终端覆盖能力强的地区，经销商数量一般较少，在部分发达城市则存在多个经销商。由于冷冻烘焙食品对配送条件的要求更高，经销商分布一般更为密集。此外，由于烘焙、饮品、商超、餐饮等不同细分终端客户的需求和特性存在差异，公司还会按照烘焙、饮品、商超、餐饮不同渠道设置不同的经销商。部分经销商实力较强，有能力经营多个品类，甚至多个渠道，公司与其合作更为广泛。公司上述经销商管理政策以及所在行业特点，使公司经销商的规模分级情况呈现以下特征：

第一，采购金额在 100 万元以下的小规模经销商数量众多。公司终端客户以烘焙行业广泛存在的烘焙门店为主，该类终端客户的单店规模较小且分布较散，根据美团点评统计，2019 年全国烘焙门店数量已接近 50 万家，数量众多且分布广泛的终端客户使行业普遍存在大量规模较小的经销商。同时，公司已经建立了遍布我国除港澳台外全部省、直辖市、自治区的营销网络，三线及以下城市的经销商数量 2020 年 6 月底超过 1,000 家，该部分地区市场成熟程度相对较低，消费者对烘焙食品的消费习惯还在逐步养成，当地烘焙门店和对应经销商的采购规模也相对较小。

第二，采购金额在 100 万元以上的中大型经销商是公司经销收入的主要来源。一方面，我国各地区经济发展存在差异，各一线及省会城市等发达地区消费者已养成了烘焙食品的消费习惯，且一般消费均价较高，公司在该部分地区也已经深耕多年，具备良好的市场基础和稳定的服务能力，该部分地区成为公司收入重要的来源。另一方面，部分地区例如华北、粤东，当地市场集中度较高，形成了少数颇具实力及规模的经销商，覆盖的终端门店数量众多，该部分经销商采购金额较大。此外，虽然 100 万元以下的经销商收入占比较低，随着消费者对烘焙食品接受度的不断提升，基层的烘焙店由一二线城市快速向三四线城市乃至乡镇快速扩展，公司大量三线及以下城市的经销商也是公司营销网络的重要组成部分，是公司竞争优势的体现和未来业绩增长的重要来源。

第三，2017 到 2019 年，采购金额 100 万元以上的经销商数量及收入占比逐年上升，而 100 万元以下的经销商数量及收入占比逐年下降。一方面，公司近年

来不断优化经销商结构，主动停止与部分规模较小的经销商合作，开拓更具实力的经销商，取得了良好效果。另一方面，公司持续对终端客户进行深度服务，发挥自身产品的竞争优势和服务优势，也使得各经销商的销售规模持续上升，公司与经销商形成了共同发展的良好关系。2020 年 1-6 月，受疫情影响，且公司下半年销售收入大于上半年，采购金额 100 万元以上的经销商数量及收入占比略有下降。

6）经销商的库存情况

一方面，公司的经销商并非排他性的经销商，通常还同时经营面粉、油脂等多种烘焙食品原料，且公司对经销商采取买断式经销的方式；另一方面，公司存在较多中小规模的经销商尚未建立相应的进销存系统，而对于较大的经销商，公司也未接入其进销存系统，因此，在日常经营过程中公司无法准确获取各经销商期末对公司产品的库存具体金额，但公司经销商不存在大规模囤货的情况，具体原因如下：

第一，公司产品为食品,一般保质期为 6 到 12 个月，行业对保质期监管严格，终端客户对产品的保质期具有较高要求，临期食品销售难度较大，会造成较大的存货损失风险。同时，公司的冷冻烘焙食品和奶油等主要产品均需要冷冻储存，仓储成本较高，经销商亦很难超过自身经营规模大规模囤货。此外，由于大多烘焙门店规模较小，其亦无力承接经销商的大规模囤货。

第二，根据部分经销商出具的其期末库存情况的说明，该部分经销商的库存具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年/2019 年 12 月 31 日	2018 年/2018 年 12 月 31 日	2017 年/2017 年 12 月 31 日
出具说明经销商的销售收入	110,431.17	86,961.98	58,500.17
出具说明经销商的销售收入占经销商收入比例	83.12%	78.91%	72.82%
出具说明经销商的期末库存金额	9,902.03	7,538.12	5,551.07
期末库存金额占其当期向公司采购比例	8.97%	8.67%	9.49%

报告期各期末，出具说明的经销商库存金额占当其销售收入的比例分别为 9.49%、8.67%和 8.97%，占比较低，不存在大规模囤货的情况。

第三，公司经销商的采购频率较高，单次采购产品金额较小，说明其采购公

司的产品周转速度较快，公司年销售规模 100 万以上的经销商采购次数及每次采购金额情况如下：

单位：万元

经销商规模	经销商家数	采购金额	当期总采购次数	平均每次采购金额	当期平均采购次数
2020 年 1-6 月					
500 万以上	21	8,010.63	1,408	5.69	67
300 万元-500 万元	43	8,328.83	1,818	4.58	42
100 万元-300 万元	215	18,224.57	5,362	3.40	25
2019 年					
500 万以上	33	25,304.69	4,305	5.88	130
300 万元-500 万元	78	30,084.62	5,969	5.04	77
100 万元-300 万元	256	43,157.20	12,177	3.54	48
2018 年					
500 万以上	30	21,737.97	3,761	5.78	125
300 万元-500 万元	53	19,563.28	4,198	4.66	79
100 万元-300 万元	207	35,802.36	10,207	3.51	49
2017 年					
500 万以上	13	8,633.76	1,650	5.23	127
300 万元-500 万元	33	12,648.42	2,812	4.50	85
100 万元-300 万元	168	29,811.22	8,853	3.37	53

注：2020 年 1-6 月经销商规模分级为年化后数据

由上表可见，报告期各类经销商的单次采购金额和年采购次数均保持稳定，且单次采购金额不大，采购频度较高，不存在经销商大规模囤货的情形。

第四，报告期内，公司经销商退换货金额较小，分别为 150.19 万元、328.81 万元、258.05 万元和 121.48 万元，占营业收入比重分别为 0.16%、0.25%、0.16%和 0.18%，不存在向经销商大规模压货后退回的情形。

7）经销商返利金额

报告期内，公司对经销商的返利金额分别为 1,267.05 万元、1,535.57 万元、1,312.75 万元和 413.45 万元。

8）经销商中法人单位和非法人单位的数量和收入金额及占比

报告期内，经销商中法人单位、非法人单位的数量和收入金额及占比如下：

单位：家，万元

属性	2020 年 1-6 月			2019 年		
	数量	金额	占比	数量	金额	占比
非法人单位	737	19,722.67	38.34%	840	51,612.08	38.85%
法人单位	822	31,719.71	61.66%	867	81,227.59	61.15%
合计	**1,559.00**	**51,442.39**	**100.00%**	**1,707**	**132,839.67**	**100.00%**
属性	**2018 年**			**2017 年**		
	数量	**金额**	**占比**	**数量**	**金额**	**占比**
非法人单位	852	43,774.75	39.95%	978	30,261.02	37.73%
法人单位	811	65,789.60	60.05%	748	49,946.69	62.27%
合计	**1,663**	**109,564.35**	**100.00%**	**1,726**	**80,207.71**	**100.00%**

9）近三年持续与公司存在业务往来的经销商情况

报告期内，与公司存在持续合作的经销商共 746 家，对应经销商按规模分级统计的数量、主营业务收入、毛利率、期末应收账款金额如下：

单位：家、万元

经销商规模	数量	销售收入	毛利率	期末应收账款金额
2020 年 1-6 月				
500 万以上	18	6,859.72	37.79%	695.61
300 万元-500 万元	35	6,764.36	40.72%	794.73
100 万元-300 万元	138	11,977.27	41.28%	779.28
100 万元以下	555	9,113.31	39.72%	274.87
合计	**746**	**34,714.66**	**40.07%**	**2,544.49**
2019 年				
500 万以上	29	22,589.47	40.54%	1,168.75
300 万元-500 万元	61	23,910.99	41.83%	1,224.23
100 万元-300 万元	195	33,386.61	42.92%	1,614.34
100 万元以下	461	17,655.23	40.16%	232.50
合计	**746**	**97,542.30**	**41.60%**	**4,239.82**
2018 年				
500 万以上	26	19,309.78	36.82%	978.39
300 万元-500 万元	49	18,062.96	38.13%	874.59
100 万元-300 万元	168	29,253.05	38.66%	1,201.92
100 万元以下	503	18,937.69	37.02%	286.01

合计	**746**	**85,563.49**	**37.77%**	**3,340.91**
2017 年				
500 万以上	11	7,299.33	39.14%	624.72
300 万元-500 万元	29	10,983.68	34.77%	608.22
100 万元-300 万元	130	23,049.16	36.08%	1,244.28
100 万元以下	576	18,051.42	35.10%	549.30
合计	**746**	**59,383.59**	**35.91%**	**3,026.52**

报告期内，与公司存在持续合作的主要经销商主营业务收入、期末应收账款金额如下：

单位：万元

序号	经销商名称	期间	主营业务收入	应收账款余额
1	广东嘉怡食品有限公司	2020 年 1-6 月	931.57	-
		2019 年	2,049.69	-
		2018 年	1,874.74	-
		2017 年	861.21	-
2	广东省商业贸易进出口有限公司	2020 年 1-6 月	728.84	257.41
		2019 年	1,143.81	139.37
		2018 年	727.60	27.71
		2017 年	405.25	-
3	再博（上海）实业有限公司	2020 年 1-6 月	418.89	54.90
		2019 年	1,108.41	22.79
		2018 年	1,136.93	91.62
		2017 年	424.82	58.56
4	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	2020 年 1-6 月	395.28	48.99
		2019 年	1,101.36	12.28
		2018 年	667.25	-
		2017 年	880.95	59.58
5	保定市海策商贸有限公司	2020 年 1-6 月	398.13	24.84
		2019 年	1,047.57	78.03
		2018 年	924.02	17.64
		2017 年	674.24	47.28
6	东莞市常平良心烘焙原料商行	2020 年 1-6 月	358.36	19.85
		2019 年	939.87	55.83

		2018 年	790.91	55.93
		2017 年	419.23	62.11
7	广州市白云区太和何杰生综合店	2020 年 1-6 月	336.26	59.13
		2019 年	928.82	60.25
		2018 年	1,162.42	97.43
		2017 年	463.05	24.36
8	沈阳市和平区天富源烘焙器具商店	2020 年 1-6 月	344.00	8.92
		2019 年	869.56	-
		2018 年	773.77	-
		2017 年	497.33	70.97
9	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	2020 年 1-6 月	266.17	18.98
		2019 年	836.69	99.11
		2018 年	796.52	78.45
		2017 年	625.20	59.17
10	深圳市龙岗区平泰烘焙餐料行	2020 年 1-6 月	390.15	-
		2019 年	816.70	-
		2018 年	632.77	-
		2017 年	466.52	-
11	金阳光（福建）商贸有限公司	2020 年 1-6 月	302.13	-
		2019 年	758.87	-
		2018 年	582.32	-
		2017 年	388.87	-
12	南京友邦食品有限公司	2020 年 1-6 月	214.39	23.38
		2019 年	751.15	17.31
		2018 年	808.75	-
		2017 年	433.43	-
13	深圳市鸿兴业食品有限公司	2020 年 1-6 月	218.79	39.35
		2019 年	727.26	37.10
		2018 年	736.96	57.62
		2017 年	612.41	67.99
14	上海浦琪贸易有限公司	2020 年 1-6 月	261.17	0.00
		2019 年	696.71	-
		2018 年	574.46	-

		2017 年	394.77	-
15	广州市花都区新华金月副食店	2020 年 1-6 月	342.65	27.88
		2019 年	671.79	36.02
		2018 年	502.53	65.26
		2017 年	291.00	30.38
16	广州麦稻丰贸易有限公司	2020 年 1-6 月	316.53	114.23
		2019 年	659.62	96.79
		2018 年	531.37	70.57
		2017 年	316.81	40.99
17	苏州闽龙商贸有限公司	2020 年 1-6 月	273.74	23.47
		2019 年	652.55	48.10
		2018 年	562.75	-
		2017 年	410.63	0.00
18	济南艺新康利来食品有限公司	2020 年 1-6 月	219.56	25.78
		2019 年	634.90	52.76
		2018 年	583.38	35.08
		2017 年	395.82	11.71
19	上海炫化贸易有限公司	2020 年 1-6 月	228.38	-
		2019 年	613.62	-
		2018 年	447.58	-
		2017 年	331.86	-
20	郫都区锦粹冷冻食品经营部	2020 年 1-6 月	121.94	-
		2019 年	611.19	-
		2018 年	317.68	-
		2017 年	153.31	-

10）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，公司在烘焙食品原料业务中，对信誉好、合作久、规模大的部分经销商和直销客户一般会采取先货后款政策，对其他部分经销商和直销客户则采取先款后货的形式。公司在冷冻烘焙食品业务中，较多采用先款后货政策，仅对较少数的大型经销商，采取先货后款政策。

在直销模式下，对于商超客户或部分大型连锁烘焙饼店的直销客户，公司一般采用先货后款政策；对于中小型直销客户的信用政策与经销商一致。

对零售模式，公司未设置信用政策。

11）与经销商共同进行推广

报告期，公司与经销商各自独立进行市场推广。公司的市场推广包括：派驻销售人员进行区域化服务，自主或应经销商需要深入终端客户进行服务，或在当地召开烘焙培训、新品推介等活动。经销商方面，出于拓展业务的需要，亦会主动对其客户进行推广或服务。但公司与经销商的推广活动均自主安排，相关费用也均为自行承担，不存在与经销商进行共同推广，从而要求经销商垫付或承担部分费用等情况，无需进行会计处理。

12）不同销售模式下的产品单价差异

公司定价标准、售价根据产品、渠道、客户类型、地域的不同而有所差异，因此，不同销售模式下的相同产品的定价标准、售价可能存在差异，公司定价标准详见本节之“8、经销、直销、零售各类销售模式的定价方式、结算方式”相关内容。

公司存在经销模式下产品单价高于直销模式的情况，主要原因是采用直销模式的客户主要是沃尔玛等大客户，其采购量较大，公司给予较多的优惠政策，致使部分产品经销模式下的销售价格高于直销模式。

13）经销商退出后库存商品处置情况

公司与经销商的合作模式为买断式经销，经销商退出后其库存商品均自行处置，不存在因为经销商退出而接受其退货的情况，公司无需进行会计处理。

14）公司离职、在职员工及亲属在经销商投资、任职情况

截止本招股说明书签署日，公司不存在在职员工及亲属在经销商投资、任职的情形。

截至 2020 年 6 月末，公司员工人数共 2,268 人，报告期内，公司离职人员较多，公司无法掌握其离职后及其亲属的任职和投资情况。截至 2020 年 6 月末，与公司合作的经销商共 1,559 家，其中共 1,296 家就公司离职员工任职及出资情况出具了说明，出具说明的经销商占公司经销商收入的比重分别为 72.87%、78.91%、83.12%和 81.38%。

根据上述说明，截止本招股说明书签署日，不存在公司离职人员及其亲属在公司主要经销商任职或投资的情形；其次，在个别中小经销商中存在公司离职员

工任职的情形，具体情况如下：

序号	经销商名称	成立时间	离职员工在经销商投资、任职情况	销售收入（万元）			
				2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	阳江市江城区恒立信贸易商行	2015 年	公司前员工冯可达 2019 年 12 月离职，后加入该经销商任销售人员，未持有股份	119.22	183.88	252.93	21.55
2	阳江市江城区原麦贸易有限公司	2017 年		17.77	50.41	-	-
3	茂名市茂南园丰粮油经营部	2011 年	公司前员工钟国波 2019 年 2 月离职，后加入该经销商任销售员工，未持有股份	84.12	158.05	135.35	72.30
4	天津市津南区嘉玺水产品批发经营部	2019 年	公司前员工范勇超 2020 年 5 月离职，后加入该经销商任销售人员，未持有股份	54.74	121.81	-	-
合计				**275.85**	**514.15**	**388.27**	**93.85**

注：阳江市江城区原麦贸易有限公司和阳江市江城区恒立信贸易商行为同一实际控制人控制的公司

报告期内，上述经销商销售收入合计 93.85 万元、388.27 万元、514.15 万元和 275.85 万元，占公司经销商收入的比例为 0.12%、0.35%、0.39%和 0.54%，占比较低，且相关交易基于各方真实的业务需求，不存在其他利益安排。

15）经销商最终销售情况

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

单位：家、万元

序号	经销商名称	终端客户类型	销售内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
				终端客户数量	终端销售金额	终端客户数量	终端销售金额	终端客户数量	终端销售金额	终端客户数量	终端销售金额
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品	1,855	1,379.87	1,850	3,893.76	1,575	3,430.67	1,307	2,469.31
		饮品店	水果制品、酱料	-	-	73	94.82	60	74.67	36	26.02
		酒店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品	22	108.90	18	178.72	-	-	-	-

2	广东嘉怡食品有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品	1,580	1,117.88	1,383	2,459.63	1,265	2,369.69	953	1,549.78
3	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、酱料	1,105	678.79	990	2,086.45	720	1,586.18	547	881.29
		餐饮客户	冷冻烘焙食品	58	60.85	45	280.30	47	264.54	60	95.25
		食品加工厂	奶油、水果制品	5	10.26	15	184.44	-	-	-	-
		酒店	冷冻烘焙食品、奶油	3	10.26	-	-	2	25.45	5	143.80
		便利店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品	7	9.55	7	24.39	11	42.93	13	35.68
4	苏州闽龙商贸有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、酱料	1,064	469.89	1,031	1,360.94	977	1,295.98	819	809.62
		餐饮客户	冷冻烘焙食品、奶油、酱料	20	15.74	13	37.52	12	32.36	10	23.61
		食品加工厂	冷冻烘焙食品、奶油、酱料	22	31.48	13	75.04	17	64.72	11	47.22
		酒店	冷冻烘焙食品、奶油、酱料	13	12.59	11	30.02	9	25.89	6	18.89
		便利店	冷冻烘焙食品、奶油、酱料	10	9.44	13	22.51	16	19.41	12	14.17
5	广州市白云区松洲新世界食品经营部	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、酱料	1,800	550.25	2,000	1,254.95	1,500	506.60	-	-
6	广州市白云区太和何杰生综合店	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、酱料	300	474.18	420	1,263.11	130	1,280.86	100	519.05
7	再博（上海）实业有限公司	烘焙店	奶油、水果制品、酱料	210	460.78	150	1,219.25	170	1,250.62	90	467.30
8	深圳市龙岗区平泰烘焙餐料行	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、酱料	65	425.11	58	890.20	52	689.71	40	508.51
9	东莞市常平良心烘焙原料商行	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、酱料	212	435.69	187	1,117.87	154	938.21	110	494.69
10	淮阴区协旺食品销售中心	烘焙店	奶油、水果制品	230	413.37	190	1,136.26	150	1,039.37	120	552.23
11	漳州市芗城区摩卡粮油商行	食品加工厂	酱料	20	396.11	16	361.98	-	-	-	-
12	沈阳市和平区天富源烘焙器具商	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、	60	412.80	55	1,043.47	52	928.52	40	596.80

	店		酱料								
13	广州市花都区新华金月副食店	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、酱料	205	378.15	168	742.67	141	562.11	112	329.15
14	琼海嘉积树诚立信商行	烘焙店	奶油、水果制品、酱料	1,000	386.14	954	431.76	-	-	-	-
15	广州麦稻丰贸易有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、酱料	189	356.14	155	753.14	138	602.33	114	363.40
16	金阳光（福建）商贸有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、酱料	250	382.00	225	960.50	200	733.00	200	490.00
17	东莞市南城福一民粮油经营部	烘焙店	冷冻烘焙食品、酱料	126	351.82	105	640.73	84	442.15	63	289.84
18	湛江市霞山区悦圆食品添加剂商行	烘焙店	冷冻烘焙食品、水果制品、酱料	710	304.53	674	683.79	638	306.35	341	64.72
		食品加工厂	冷冻烘焙食品、水果制品、酱料	45	53.48	44	146.33	36	88.38	18	26.44
19	上海浦琪贸易有限公司	烘焙店	奶油、水果制品、酱料	83	313.29	124	835.17	106	689.35	64	473.72
20	南京友邦食品有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品	260	246.55	245	863.83	268	930.06	156	498.54
		便利店	冷冻烘焙食品	-	-	-	-	1	139.95	-	-
21	深圳市鸿兴业食品有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、酱料	221	242.29	256	781.95	232	799.45	213	664.34
		饮品店	冷冻烘焙食品、奶油	2	4.94	5	32.58	4	33.31	4	27.68
22	济南艺新康利来食品有限公司	烘焙店	奶油、水果制品	200	202.00	170	511.09	150	392.03	150	268.37
		食品加工厂	奶油	10	50.50	10	219.04	10	261.35	10	178.91
23	漳州市向日葵食品有限公司	食品加工厂	酱料	15	160.32	30	527.75	70	1,329.36	10	168.11
24	淮安苏晨电子商务有限公司	饮品店	水果制品	-	-	250	113.30	1,540	867.45	995	527.90
25	深圳市佳兆好贸易有限公司	烘焙店	奶油、水果制品	34	259.18	40	617.78	43	725.41	49	802.78
26	海南树诚食品有限公司	烘焙店	冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、酱料	1,000	92.60	954	540.16	930	757.79	930	435.21
27	佛山市南海区大沥华登穗食品商店	烘焙店	冷冻烘焙食品、酱料	-	-	351	426.37	420	746.75	336	385.65
28	上海雄昌食品销	烘焙店	奶油、水果制品、	60	57.21	120	340.60	230	534.83	215	563.47

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

注 1：上述经销商为同一控制口径下的各期收入总额前二十大经销商客户

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

注 3：上述信息来自经销商出具的专项说明。

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

2020 年 1-6 月

客户类型	数量（家）	占比	金额（万元）	占比
烘焙店	13,864	98.21%	11,266.42	92.32%
食品加工厂	118	0.84%	705.16	5.78%
餐饮客户	78	0.55%	76.59	0.63%
酒店	38	0.27%	131.75	1.08%
便利店	17	0.12%	18.99	0.16%
饮品店	2	0.01%	4.94	0.04%

合计	14,117	100.00%	12,203.84	100.00%

2019 年度

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

2018 年度

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

2017 年度

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

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

经销商采购公司产品的频率、库存周转天数、当期实现最终销售的比例不存在异常，公司产品实现最终销售的依据合理；经销商仓储规模和仓储能力与其采购金额相匹配，库存规模及退换货金额较小，不存在大规模囤货未实现最终销售的情形；公司产品最终销售至烘焙门店、餐饮、饮品店、食品加工厂等终端客户，终端客户采购金额与其经营情况相匹配，终端客户向经销商采购真实、合理。

因此，公司产品实现最终销售的情况真实、依据合理。

16）经销商与公司的关联关系

经销商中，甘肃永益商贸有限公司是公司股东张新光近亲属对外投资的企业。公司与甘肃永益商贸有限公司存在小规模交易，2017 到 2019 年，公司向该公司销售的收入分别为 30.39 万元、54.06 万元和 11.39 万元，占公司销售收入比重为 0.03%、0.04%和 0.01%。为规范关联交易，公司与该公司已于 2019 年 5 月起终止交易，2020 年 1-6 月未发生交易金额。公司与关联方之间发生的关联销售按市场价格定价，交易价格公允。

除甘肃永益商贸有限公司外，公司其他经销商与公司不存在关联关系。

经核查，保荐机构认为：发行人实际控制人、控股股东及关联方与报告期内的主要经销商不存在大额资金往来，不存在经销商的最终销售客户为发行人关联方的情形，发行人经销模式下的销售为真实销售，实现了最终销售。

（2）直销收入情况

1）直销收入的整体情况

公司针对商超、大型连锁烘焙店、大型连锁餐饮企业等部分采购金额较大的客户或拟重点开发的大型、知名客户采取直销方式，由公司统一配送，统一管理。报告期内，公司与包括沃尔玛/山姆、华润万家、家乐福、永辉超市、海底捞、盒马生鲜、幸福西饼等在内的众多大型商超类、连锁餐饮和连锁烘焙店建立了直供关系，直销类客户销售收入持续增长，收入占比保持稳定。报告期内，公司直销类收入分别为 15,664.88 万元、21,276.79 万元、24,886.01 万元、15,183.84 万元，收入占比分别为 16.42%、16.22%、15.72%、22.68%。

2020 年上半年，公司直销收入占比较上年上升较快，主要是因为商超受疫情影响较小所致。

2）直销客户变动情况

公司直销客户包括非商超类直销客户和商超客户两类，非商超类直销客户包括连锁烘焙店、酒店、饮品店等，商超客户为沃尔玛、华润万家、盒马生鲜等超市，按上述两类，报告期各期直销客户的数量、销售收入、平均销售收入情况如下：

单位：家、万元

项目	2020 年 1-6 月/2020 年 6 月末	2019 年度/2019 年末	2018 年度/2018 年末	2017 年/度 2017 年末
直销客户数量	371	469	420	360
其中：非商超类直销客户	285	357	306	272
商超客户	86	112	114	88
直销客户销售收入	15,183.84	24,886.01	21,276.79	15,664.88
其中：非商超类直销客户	5,859.07	14,169.71	12,247.48	9,755.26
商超客户	9,324.76	10,716.31	9,029.31	5,909.61
直销客户平均销售收入	40.93	53.06	50.66	43.51
其中：非商超类直销客户	20.56	39.69	40.02	35.86
商超客户	108.43	95.68	79.20	67.15

报告期内，公司直销客户销售收入分别为 15,664.88 万元、21,276.79 万元、24,886.01 万元和 15,183.84 万元，呈上升趋势。从具体类别来看，非商超类直销客户和商超客户的销售收入均有所增长，具体变动原因如下：

对于非商超类直销客户，报告期各期末，非商超类直销客户数量分别为 272 家、306 家、357 家和 285 家，2017 到 2019 年，随着公司对终端客户的持续开发，非商超类直销客户数量不断增加，2020 年上半年，受疫情影响，部分规模较小的非商超类直销客户数量有所减少。报告期内，公司非商超类直销客户平均销售收入较为稳定。

对于商超客户，报告期各期末，与公司合作的商超客户数量分别为 88 家、114 家、112 家、86 家。2018 年，公司产品已在商超渠道建立了一定的口碑，且随着对商超的开发力度不断加大，公司新增商超客户数量较多，2019 年商超客户数量较为稳定。2020 年上半年，商超客户数量有所减少，主要有以下原因：一，部分商超仅采购公司产品用于烘焙体验课程，受疫情影响相关课程无法开设，故上半年未向公司进行采购；二，部分商超门店自身经营下滑，与公司停止合作；三，部分商超门店由自营转为联营模式，不再由其总部统筹直接向公司进行采购，

转为通过经销商进行采购。

报告期内，随着与商超客户合作品类的进一步增加，商超客户的平均销售收入分别为 67.15 万元、79.20 万元、95.68 万元和 108.43 万元，逐年增长。2020 年上半年，商超客户销售收入增长明显，一方面，商超客户受疫情影响相对较小，另一方面，随着与沃尔玛/山姆会员店合作的进一步深入，该客户新增向公司采购麻薯、老婆饼等品类，故其销售收入 2020 年上半年已达到 7,418.00 万元，接近 2019 年的全年收入销售 7,478.21 万元。

（3）零售情况

公司通过线上电商和线下门店经营零售业务。电商平台主要为公司在天猫商城开设的自营旗舰店，主要销售果泥、果馅等水果制品，以及休闲食品、蛋黄酥等产品。此外，为搜集及检验产品的终端市场口碑，以及为产品优化和新品研发提供直接的信息反馈，公司于 2019 年设立了一家自营门店。报告期内，公司零售销售收入分别为 195.08 万元、353.12 万元、538.96 万元、316.71 万元，占公司销售收入比例较小。

4、主营业务收入按地区结构分类

公司报告期内主营业务收入的地区结构如下表：

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
华东地区	19,208.76	28.69%	48,944.59	30.93%	40,057.46	30.53%	28,038.97	29.38%
华南地区	25,414.02	37.96%	46,835.67	29.59%	39,991.11	30.48%	28,421.17	29.78%
华中地区	6,010.75	8.98%	17,700.82	11.18%	14,092.73	10.74%	9,882.46	10.36%
华北地区	5,616.58	8.39%	16,263.35	10.28%	13,156.80	10.03%	10,184.46	10.67%
西南地区	5,441.25	8.13%	14,258.66	9.01%	10,877.09	8.29%	7,690.65	8.06%
西北地区	2,871.99	4.29%	7,138.75	4.51%	6,552.91	4.99%	5,832.92	6.11%
东北地区	2,379.58	3.55%	7,116.68	4.50%	6,466.15	4.93%	5,378.71	5.64%
海外	-	-	6.12	0.004%	-	-	-	-
总计	**66,942.93**	**100.00%**	**158,264.64**	**100.00%**	**131,194.25**	**100.00%**	**95,429.35**	**100.00%**

公司构建了遍布全国的销售网络，其中华东、华南地区为最主要的销售区域，报告期内，华东、华南地区的销售占比均在 30%左右。华东、华南地区属于中国经济最为发达的地区，消费能力强，对烘焙产品消费需求大，因此，公司先后在

增城、南沙、佛山、长兴等地建设生产基地，同时，募投项目亦在佛山和长兴进行产能扩充，以缩短对重点市场的配送距离，提升市场的服务能力。2019 年 11 月公司取得河南卫辉地块，拟启动华北生产基地的建设，将有助于提升公司在华北地区的市场份额和竞争力。2020 年 1-6 月，华南地区收入占比上升较多，主要是因为商超受疫情影响较小，沃尔玛在华南地区的采购快速增加所致。

报告期内，公司同时也加强了其他区域的市场开拓力度，其他区域的销售收入也保持同步增长的趋势。2019 年初，为调研市场，公司销售了少量巧克力产品至海外客户。

5、主营业务收入按季节结构分类

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	34,257.86	21.65%	27,220.26	20.75%	18,259.59	19.13%
第二季度	35,102.66	22.18%	30,118.73	22.96%	20,166.92	21.13%
第三季度	38,826.75	24.53%	32,740.15	24.96%	24,741.35	25.93%
第四季度	50,077.37	31.64%	41,115.12	31.34%	32,261.48	33.81%
合计	**158,264.64**	**100.00%**	**131,194.25**	**100.00%**	**95,429.35**	**100.00%**

公司产品销售具有比较明显的季节性，每年第四季度为销售旺季，第一季度为销售淡季。其主要原因为：我国传统春节往往在 1 月底、2 月初，基本上春节前半个月至春节后半个月，厂商及物流公司进入假期，无法安排生产及配送，但春节期间消费者对烘焙产品消费量较大，客户为了缓解上述供需矛盾，往往在春节前一个多月就开始着手备货，因此公司第四季度是销售的高峰期。同样，基于上述原因，春节期间大约一个月时间内无法恢复正常生产、销售，因此公司第一季度销量较其他季度较低。

根据海融科技最新披露的招股说明书，海融科技的营业收入季节性特征如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	11,224.58	19.24%	12,272.35	22.68%	12,424.53	26.37%
第二季度	14,775.65	25.32%	11,722.91	21.67%	10,640.25	22.58%

第三季度	13,555.13	23.23%	12,711.95	23.49%	10,427.49	22.13%
第四季度	18,800.83	32.22%	17,399.14	32.16%	13,632.22	28.93%
合计	**58,357.18**	**100.00%**	**54,106.35**	**100.00%**	**47,124.49**	**100.00%**

公司季节性特征与海融科技一致。

同行业可比公司的收入季节性情况如下表所示：

公司	收入季节性说明	收入季节性比例	可比性
海融科技	烘焙食品原料主要用于烘焙食品制造，在中西方传统节假日，比如春节、中秋节、圣诞节等，需求比较旺盛	2019 年，第一季度收入占比 19.24%、第二季度收入占比 25.32%、第三季度收入占比 23.23%、第四季度收入占比 32.22%。	具备可比性
南侨股份	下游烘焙企业部分节令性产品存在明显的季节性特征，在节假日如春节、中秋节等，下游烘焙食品市场对特定的节令性烘焙产品需求相对比较旺盛，从而带动上游烘焙油脂市场需求。	2017 年，第一季度收入占比 21.54%、第二季度收入占比 24.71%、第三季度收入占比 24.88%、第四季度收入占比 28.86%	具备可比性
桃李面包	面包消费市场受春节假期影响，第一季度销量略低，在北方地区冬天较为寒冷，受天气等因素影响，第四季度销量较高。粽子、月饼等节日性产品存在明显的周期性，每年生产及销售主要集中在端午节、中秋节前。	2019 年，第一季度收入占比 20.24%、第二季度收入占比 25.08%、第三季度收入占比 27.71%、第四季度收入占比 26.97%	与公司产品情况不同，桃李面包的粽子、月饼等节日性产品存在明显的周期性，每年生产及销售主要集中在端午节、中秋节前，与公司不具备可比性。
麦趣尔	我国乳制品行业具有明显的季节性特征，该季节性特征主要受到人们的消费习惯和奶牛的自然属性的影响。每年进入冬季（9-12 月），气温降低，市场需求增加，奶牛的产奶量反而随之降低，与此同时冬季牛奶品质较好且气候利于保存，因此奶源相对紧张。进入夏季（3-8 月），气温升高，市场需求减少，奶牛产奶量增加，而且不易储存，奶源相对增多。	2019 年，第一季度收入占比 20.70%、第二季度收入占比 22.51%、第三季度收入占比 30.87%、第四季度收入占比 25.93%	产品与公司存在差异，淡旺季受到奶源的影响，与公司不具备可比性
元祖股份	节令性产品存在明显的季节性特征。春节年糕、清明青团、端	2019 年，第一季度收入占比 15.33%、第二季度收入	与本公司产品存在差异，年糕、

	午龙粽、中秋月饼等均只在特定节日前后的一段时间出售。其中中秋月饼占烘焙企业销售收入比重较大，因此大部分烘焙行业企业下半年的收入、利润远大于上半年。另外市场上包括本公司等企业针对中华传统节日推出的时令糕点，如重阳糕、桂花糕、青团等产品，也具有较强的季节性。	占比 22.14%、第三季度收入占比 43.02%、第四季度收入占比 19.51%	清明青团、端午龙粽、中秋月饼等节令产品较多，与公司不具备可比性。
立高食品	我国传统春节往往在 1 月底、2 月初，基本上春节前半个月至春节后半个月，厂商及物流公司进入假期，无法安排生产及配送，但春节期间消费者对烘焙产品消费量较大，客户为了缓解上述供需矛盾，往往在春节前一个多月就开始着手备货，因此公司第四季度是销售的高峰期。	2019 年，第一季度收入占比 21.65%、第二季度收入占比 22.18%、第三季度收入占比 24.53%、第四季度收入占比 31.64%	-

注：收入季节性说明来自招股说明书，麦趣尔 2014 年上市时主营收入来自于乳制品销售，因此，收入季节性说明为乳制品的季节性说明。根据其 2019 年年报，烘焙食品销售收入占比已经超过乳制品销售收入。收入季节性比例来自招股说明书与各上市公司年报

如上表所示，与公司相同经营烘焙食品原料与海融科技、南侨股份存在显著的季节性特征，均呈现一季度为销售淡季，四季度为销售旺季。经营烘焙成品的桃李面包、麦趣尔和元祖股份，则因主营的烘焙产品存在节令性产品，因此，临近相关节日为销售旺季。公司选取的可比公司的标准合适。

6、第三方回款

（1）第三方回款的原因及合理性

公司销售客户大多为中小型企业，包括数量众多的个体经营户，部分客户为支付方便，往往以法定代表人、股东、亲属以及关联公司等多种主体的银行账户支付货款，进而形成第三方付款。

按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关内容规定，公司对第三方回款的范围重新界定如下：①如客户为法人单位，则任何客户公司账户之外的回款均认定为第三方回款；②如客户有个体工商户或个人，则将其银行账户和经营者本人以外的机构或人员的回款，均认定为第三方回款。按照上述范围，经统计，公司第三方回款的金额及占比如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
第三方回款金额	40.80	251.81	670.02	12,902.32
销售收入	67,007.53	158,372.95	131,345.30	95,599.15
第三方回款占销售收入比重	0.06%	0.16%	0.51%	13.50%

2017 年之前，部分客户为支付方便，希望由经营者及其亲属、法人代表等第三方方式支付，公司为维护客户关系，允许部分客户采用第三方回款的方式进行回款。2017 年下半年，公司着手对第三方付款进行规范，对法人客户，要求以其公司账户打款，对个体工商户，要求以其银行账户或经营者的账户进行付款，其他不符合条件的客户以退款重新打款的方式处理。但因 2017 年开始规范的时间为下半年，需要一定的过程，因此，2017 年，公司第三方付款规模较大。2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月，公司第三方付款金额占营业收入比例降至 0.51%、0.16%、0.06%，已基本不存在第三方回款。

（2）第三方回款的金额涉及的主要对象、金额、占比

第三方回款主要涉及的客户为中小客户，包括个体户等非法人客户以及部分规模较小的法人客户。非法人客户的回款方主要包括经营者直系亲属、旁系亲属，财务、出纳、股东、实际控制人等，以及其关联方或上下游公司；法人客户的回款方主要包括其法人代表，法人代表的直系亲属、其他亲属，财务、出纳、股东、实际控制人等，以及客户的关联方。详情如下：

单位：万元

公司性质	回款方关系整理	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
非法人	经营者直系亲属	21.88	100.00%	43.32	55.48%	262.61	48.97%	1,917.11	46.87%
	财务、出纳、股东、实际控制人等	-	-	-	-	52.62	9.81%	1,312.07	32.08%
	经营者其他亲属	-	-	34.76	44.52%	203.5	37.95%	717.06	17.53%
	客户关联方	-	-	-	-	17.49	3.26%	74.16	1.81%
	其他	-	-	-	-	0.01	-	69.93	1.71%
	个体户合计	**21.88**	**100.00%**	**78.08**	**100.00%**	**536.23**	**100.00%**	**4,090.33**	**100.00%**
法人	财务、出纳、股东、实际控制人等	-	-	-	-	1.92	1.44%	3,731.08	42.34%
	法人代表	-	-	13.75	7.92%	87.99	65.77%	2,394.07	27.17%
	法人代表的直系	-	-	-	-	23.12	17.28%	1,920.05	21.79%

	亲属								
	客户关联方	17.03	89.96%	36.07	20.76%	16.44	12.29%	512.69	5.82%
	法人代表的其他亲属	-	-	-	-	4.33	3.24%	224.19	2.54%
	其他	1.90	10.04%	123.92	71.33%	-	-	29.90	0.34%
	法人合计	18.93	100.00%	**173.72**	**100.00%**	**133.79**	**100.00%**	**8,811.99**	**100.00%**
总计		**40.80**	**-**	**251.81**	**-**	**670.02**	**-**	**12,902.32**	**-**

注：2019 年，法人客户其他类第三方回款金额为 123.92 万元，系北京宏涛园丁园贸易有限公司向银行申请贷款，贷款银行受托账户向公司转账，计入第三方回款所致。

经核查，保荐机构认为，公司存在第三方替客户付款的情形，形成的原因合理，符合公司所处行业的特点，经规范后，金额及占比已经大幅下降，第三方回款对应的收入真实。

7、现金收款

报告期内，公司存在零星销售产生的现金收款，主要原因如下：①由于运输过程中物流公司造成货物有极少量毁坏，相关责任方以支付现金方式购买毁坏产品；②部分客户由于零星采购，采购量小，且为方便付款等原因，采用了现金方式进行结算，公司为保证及时回款，也接受了现金收款的方式；③废旧包装物等废品销售收取现金。

公司现金收款的销售确认与非现金收款销售确认方法一致，以客户签收确认收入，同时结转销售成本。

报告期内，公司现金收款具体情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
现金收款（万元）	16.72	36.18	45.62	106.58
营业收入（万元）	67,007.53	158,372.95	131,345.30	95,599.15
现金收款占营业收入比重	0.02%	0.02%	0.03%	0.11%

从上表可以看出，报告期内，公司现金收款占收入比重较小。

同行业公司中，桃李面包、麦趣尔、元祖股份未披露其 2017 年至 2019 年的现金收款情况；根据已披露的公开信息，南侨股份在 2017 年、2018 年未发生现金收款；考虑到数据的可比性以及公司与南侨股份在产品方面存在的差异，公司选取海融科技作为现金收款的可比公司。具体情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度

现金收款（万元）	10.47	53.59	35.08
营业收入（万元）	58,357.18	54,106.35	47,124.49
现金收款占营业收入比重	0.02%	0.10%	0.07%

从上表可以看出，公司现金收款占收入的比重与海融科技基本一致。

综上，公司存在少量现金收款符合行业惯例，与同行业公司相比不存在较大差异。公司选取的可比公司的标准合适。

公司高度重视现金收款情况，对现金收款加强监控等措施，以降低现金收款可能带来的风险。公司制定了严格的现金收款内控制度，明确规定原则上不允许业务员现金收取货款，并将现金收款纳入业务员的考核指标。特殊情况下销售回款只能收取现金的，应由相关人员申请及审批。收款人应及时将收到的现金交于财务部。出纳在收取现金时，应仔细审核收款单据的各项内容，收款时的现金必须当面点清；现金收讫无误后，要在收款凭证上加盖现金收讫章，并及时交相关会计岗位编制会计凭证。出纳每日要对现金进行盘点，财务部负责人定期检查，核对库存现金与账面数是否一致。

随着公司现金收款的有效管理，2017 年至 2019 年现金收款逐年下降，由 2017 年的 106.58 万元下降至 2019 年的 36.18 万元；2020 年 1-6 月，公司现金收款金额为 16.72 万元，占营业收入比重与上年未发生较大变化。

公司现金流水与相关业务真实发生，具有合理的原因，不存在异常分布，公司实际控制人及董事、监事、高级关联人员等关联方与现金付款客户不存在资金往来，现金收款交易真实、合理。

经核查，保荐机构认为：

（1）公司报告期内存在少量现金收款符合公司经营特点，与同行业公司不存在重大差异；

（2）公司现金收款不存在关联方交易；

（3）公司现金收款的收入确认及成本核算与非现金收款原则和依据一致，不存在体外循环或虚构业务情形；

（4）公司与现金交易相关的内部控制制度合理并有效执行；

（5）现金交易流水的发生与相关业务发生真实一致，不存在异常；

（6）实际控制人及公司董监高等关联方与客户或供应商不存在资金往来；

（7）公司现金收款交易真实、合理。

8、经销、直销、零售各类销售模式的定价方式、结算方式

（1）经销、直销、零售各类销售模式的定价方式

公司产品根据市场情况进行定价，但不同销售模式下，公司不同类产品的定价模式有所不同，详情如下：

产品类别	经销模式	直销模式	零售模式
冷冻烘焙食品	广东省内、省外分别执行不同价格	非商超类直销客户，与经销模式一致；商超客户每家均单独定价	根据市场同类产品情况定价
奶油类、水果制品	全国统一定价	全国统一定价	根据市场同类产品情况定价
酱料类	分烘焙、餐饮、工业渠道，每个渠道分别定价	分烘焙、餐饮、工业渠道，每个渠道分别定价	根据市场同类产品情况定价

注：上述定价系销售价格，未考虑返利或临时促销对价格的影响。

（2）经销、直销、零售各类销售模式的结算方式

不同销售模式下，公司不同类产品的结算模式如下：

产品类别	经销模式	直销模式	零售模式
冷冻烘焙食品	大部分采用先款后货政策，少量规模较大的经销商采用先货后款政策	非商超类直销客户结算方式与经销商一致。 商超客户及部分规模较大客户按月对账，对账无误后开具发票，客户收到发票后一定期限内付款	线上平台即利用支付宝等第三方支付平台进行结算；线下门店则将产品交予客户时候收取货款
奶油类、水果制品	对于规模较大的经销商采用先货后款政策。对规模较小或新合作经销商采取先款后货的形式	对于规模较大的直销客户采用先货后款政策。对规模较小或新合作直销客户采取先款后货的形式	
酱料类	大部分采用先款后货政策，少量规模较大的经销商采用先货后款政策	大部分采用先款后货政策，少量规模较大的客户采用先货后款政策	

9、收入确认相关的会计核算过程、相关内部控制的关键环节

（1）收入确认相关的会计核算过程

①收入确认一般原则

公司在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，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有效控制，收入的金额、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业时，确认销售商品收入。

②公司收入确认原则以及相关会计核算过程

公司根据合同约定验收标准的不同，采取不同的收入确认政策。其中，合同约定货物签收即完成产品检验，公司以对方签收作为收入确认时点；合同约定收货后需按月对账、结算的，以双方对账确认作为收入确认时点。

公司的客户分为经销客户、直销客户、零售客户（包括线上销售及线下零售）。具体业务模式及相关收入核算过程如下：

业务模式	与收入确认相关的简要业务流程	收入确认时点	收入确认条件及依据
经销商或直销客户（签收确认）	客户下单—>公司发货—>客户签收—>确认收入	客户签收	客户签收凭据
经销商或直销客户（对账确认）	客户下单—>公司发货—>客户签收—>客户提供对账单—>确认收入	客户对账	客户对账单据
线上销售	客户下单—>公司发货—>线上系统自动确认收货或客户手动确认收货—>收到第三方平台支付款—>确认收入	第三方支付平台向公司支付货款	第三方支付平台每月向公司提供的销售流水清单
线下零售	顾客购买—>发货收款—>确认收入	客户收货	公司每月的产品销售流水清单

1）签收确认收入

此类客户，公司货物送达客户指定地点办理签收时即已按照合同约定的标准和条件将商品的控制权转移给客户，因此，客户办理签收即表明公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方，公司既没有保留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有效控制；相关经济利益能够流入。

月末，物流部门根据留底发货单及运输司机交回的客户签收回单编制《运输回单统计表》，每月物流部门定期将《运输回单统计表》中客户签收人、签收日期等信息整理好报财务部。财务人员核对《运输回单统计表》与发货单、出库单上的产品名称、数量、金额无误后，在签收当月确认收入，同时结转成本。

2）对账确认收入

此类客户，公司货物送达客户指定地点办理签收手续时，虽已将商品所有权转移，但公司由此形成的交易经济利益尚无法确定是否能够流入。因此公司根据双方合同约定的对账期限按月对账、结算，在与客户对账后表明客户已正式接受该商品，同时进入结算流程，交易经济利益能流入。

每月，财务将客户提供的对账单与发货单、出库单上的产品名称、数量、金额核对无误后，在取得对账单的当月确认收入，同时结转成本。

3）线上销售

此类客户在公司电商平台下单，公司安排发货给客户。由于电商平台往往规定有七天无条件退货，需要待客户或平台自动确认收货后，第三方支付平台才向公司支付货款。因此，公司按照客户线上订单约定的相关产品或商品发出，客户签收且公司收到第三方平台支付款项表明公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方，公司既没有保留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有效控制，相关经济利益能够流入。

每月电商客服核对电商平台订单确认已发货未收款订单和已收款订单，并下载电商账单明细（主要包括商品、订单号、订单状态、商品总价、商家实收金额、商品数量、收货人、收货地址等）和汇总账单（主要包括上期余额、当期收入、当期支出及当期余额、业务类型等）交给出纳和财务核对无误后，确认收入，同时结转成本。

4）线下零售

此类客户在公司设立的零售门店下单，零售门店产品均为快消甜点和饮品，具备难以长期储存的特点，产品交付给客户时表明公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方，公司既没有保留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有效控制，相关经济利益能够流入。

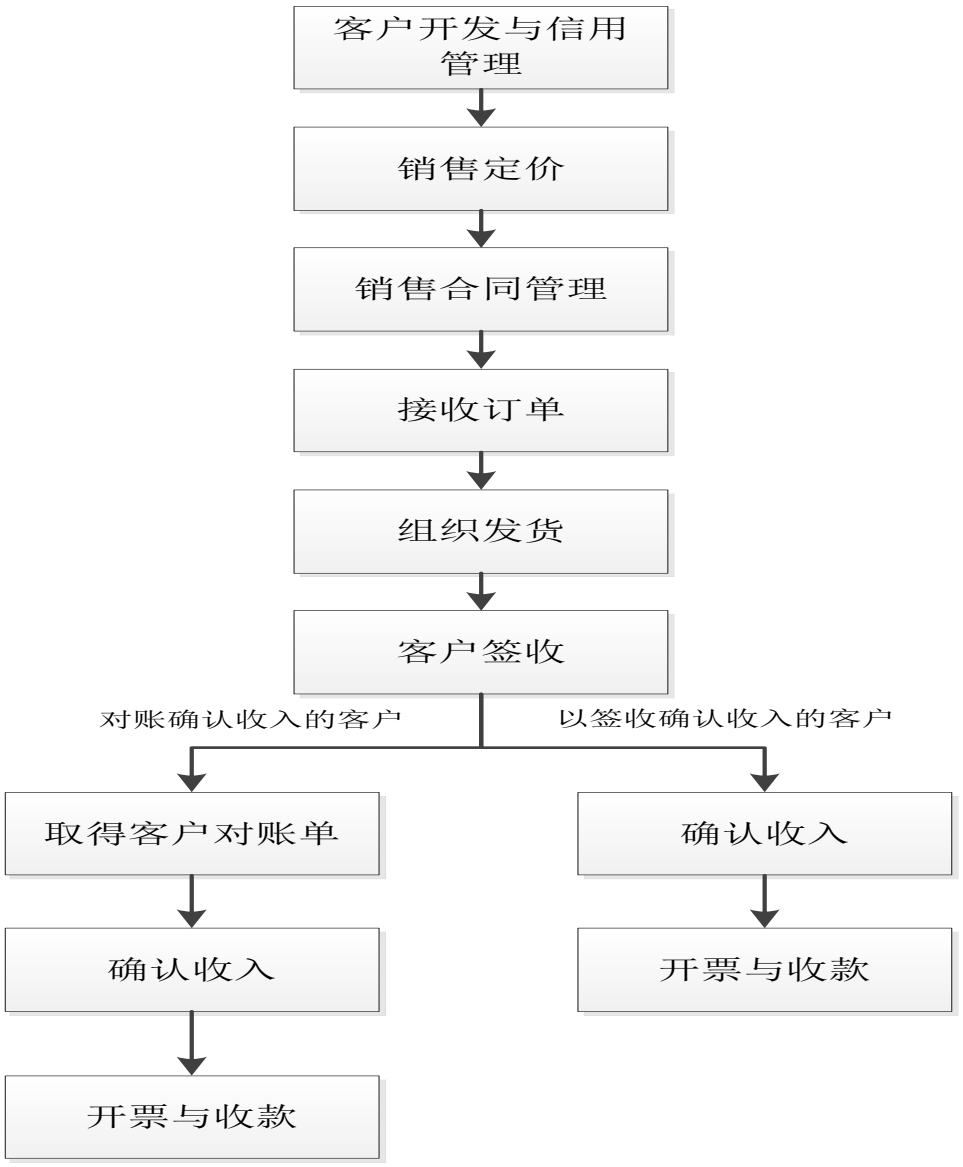
每月，门店店长在门店收银系统导出产品销售流水清单提交给财务，财务根据产品销售流水清单确认收入，同时结转成本。

（2）收入相关内部控制的关键环节

1）交易具体流程

公司在日常客户管理中对直销客户、经销客户采用相同的管理方式，主要是由于公司与直销客户和经销客户合作时均为买断式销售，其风险转移、权利义务的承担均没有区别。

公司主要业务的交易具体流程如下：



2）相关内部控制

公司对销售环节中的客户信用管理、销售价格、销售合同制定、销售出库、开票与确认收入、销售退回、销售折让、销售收款以及后续应收账款管理等销售的全部流程制定了符合公司自身经营特点的内部控制制度，具体如下：

A、客户信用内部控制

销售人员根据公司产品战略标准选定目标市场及客户，并负责其开发工作，客户需至少满足①对公司所有品牌有高度合作意愿，对发展理念和企业文化能够高度理解配合，并且对公司发展充满信心；②根据接触客户评估信用分析经销商的资金实力，配送人员及相应的车辆规模，满足公司在当地市场发展规划；③经销商信用、口碑、终端客户评价较好，未出现过与上游供应商产生不良货款、给终端客户销售假冒伪劣产品的历史记录；④经销商经营理念符合当下发展趋势，

着眼行业长期利益，对行业未来发展充满信心；⑤直销客户：选择规模大、全国城市网点分店多、销售额比较高、或销售额不高但在某一区域和领域具有品牌影响力的客户。销售人员客户开发成功后，应当收集客户营业执照、食品经营许可证、开票资料、送货地址等信息，在 OA 系统填写《经销商及直销客户开户申请表》提交审核，经审批后合同签订完成由销售服务部人员录入供应链系统档案，方可正式成为公司合格的客户。

销售部门根据业务需要对客户信用调查，针对不同客户类型、交易量、合作时间、日常经营回款情况综合评估客户的信用状况。每年年底，销售助理将有账期/信用额度的客户整理成文件，在 OA 系统上报销售总监、销售部门负责人审批，由销售客服、财务部、销售部门负责人审核，总经理审批后实施次年的信用政策。交易过程中客户确因暂时资金周转困难，需要申请临时信用额度的，由销售部门在 OA 系统提交《经销商还款计划申请表》或《临时额度审批表》提交销售客服部负责人、财务部应收会计复核，销售部门负责人审批后执行。

每月销售客服或财务人员填报《经销商超期未汇款跟踪表》或《超期未回款明细表》给部门负责人审批，财务部对超期未收回货款跟踪处理，并向总经理报备；销售人员依据《超期未回款明细表》与客户对接，负责追收货款。

同一客户的信用额度可随着实际情况的变化而有所改变，销售人员所负责的客户要超过规定的信用额度时，须 OA 申请报区域经理、销售部门负责人（子公司需经总经理）审批后执行新信用政策。

B、销售定价内部控制

公司销售人员预先收集与产品定价相关的信息，包括客户需求、同行定价等，销售各部门综合销售人员提供的信息、部门的毛利率、费用、区域内客户的品类市场竞争情况、市场利润等，由销售部门负责人制定各部门的产品销售价格；经管中心综合产品的成本、毛利率、税费、利润等指标后在销售部门负责人制定的价格基础上给出建议价，报总经理审批；产品价格审批确定后 OA 系统知会销售客服，销售客服根据审批后的产品定价信息录入供应链系统，锁定产品价格。原则上，产品价格锁定后，一般不会变更，后续因外部环境发生变化，需要做价格调整的，由对应区域的销售人员提出特价申请，报区域经理-销售总监-销售部门负责人（子公司需经总经理）审批后执行。

C、销售合同内部控制

销售合同采用标准格式和客户格式。每年年底公司组织销售部、财务部、律师顾问对标准格式销售合同条款进行修订，修订后的标准格式销售合同提交总裁办审核通过，作为下一年度合同签订使用。标准格式合同在使用过程中需要作临时性修改的，则由销售部门提交合同修改的申请后交律师顾问进行修订，总裁办审核；客户格式销售合同，在签订前提交公司法律顾问复核合同主要条款是否齐全，双方当事人的在交易中的权利、义务和法律责任是否明确具体，是否有显失公允公平或违反法律、行政法规的条款等。

销售人员确定合作客户后，在 OA 系统提交《销售合同审批表》交销售客服复核合同名称是否已在公司开户，营业执照是否正确；财务部复核合同主要条款客户是否勾选、填写，客户盖章是否正确清晰，区域经理、销售总监、销售部门负责人审批后加盖公司公章，合同签订完成。

D、销售出库内部控制

销售客服接到客户订单后，先核对客户的信用政策。信用政策为先款后货的，客服通知销售人员催收货款，收到客户货款核对金额、账户名称等信息无误后提交销售订单；信用政策为赊销的，销售客服核对客户信用政策（或信用额度）是否满足发货条件后提交销售订单。物流部门根据销售客服提交的订单信息，负责车辆安排；仓库管理员开具一式五联（仓库留底、客户留底、物流公司留底、财务留底、客户签收回单）发货单作为库管的记账依据，包括客户名称、产品编码、产品名称、数量等信息办理产品发货；运输司机按送货单清点发货产品名称、数量，运至与客户约定的交货地点，客户接收人在送货单签字确认收货，一联客户留底，一联由运输司机交回给物流部门。由于运输司机将客户签收联交回公司需要一定时间，故公司要求运输司机收到经客户签收确认的发货单后及时将签收单拍照上传，物流部根据运输司机上传的电子版签收单照片核对客户签收信息，登记《运输回单统计表》，如货已发但尚未签收，物流部会与客户联系逐家落实货物是否签收，以保证《运输回单统计表》记录的完整性和及时性。每月，物流部门定期将纸质客户签收单和《运输回单统计表》客户发货和签收信息整理好报财务部，财务部核对客户发货、签收和账务处理是否一致，纸质版客户签收回单归档作为记录原始凭证。

E、客户对账内部控制

需与公司对账的客户，每月月初客户寄发月度对账单或企业在客户结算平台上下载月度对账单，财务部根据所获取的对账单核对结算产品名称、金额、数量，对于双方结算的差异，联系销售客服或者客户财务人员沟通结算差异形成的原因，核对无误后，企业财务人员在取得对账单的当月做相应的会计处理。

F、开票与收入确认内部控制

物流部门根据留底发货单及运输司机交回的客户签收回单编制《运输回单统计表》，每月物流部门定期将《运输回单统计表》中客户签收人、签收日期等信息整理好报财务部进行账务处理。应收会计根据客户签收/对账日期以及收入确认方式生成结算单，确认收入结转成本，每月月中、月末导入《结算单》按照客户结算金额开具增值税发票，开票信息与客户名称、税号、结算金额等信息核对后邮寄给客户。

G、销售退回内部控制

销售人员为公司客诉处理的第一责任人，通过接收电话、登门拜访客户等渠道了解产品在销售及使用过程中发生的产品质量问题，对于接收到的所有客诉，应当第一时间了解产品发生问题的基本情况，并做出初步的判断和处理方式。销售人员在了解客诉情况后，在 OA 系统填写《产品质量反馈表》、《客诉申请及调查分析改善追踪单》或《经销商发货异常情况表》，经大区经理-区域总监-销售部门负责人审批，质量中心（或食安中心）分析产品的责任归属，最终确认责任归属流程走完后方可办理退货手续。由销售服务部联系销售人员及对应物流、仓库人员协助安排退换货事宜，仓储部门收到退货核实数量后由销售客服在供应链系统录入退货单据，仓库主管审核后打印纸质退货单交财务进行账务处理。

H、销售折让折扣内部控制

公司的折让、折扣为年度返利、月度返利和临时促销，折让、折扣形式为货折和现折。

针对年度返利，销售各部门负责人根据每年的返利政策执行情况，结合部门实际情况，决定是否需要调整下年更适合客户的返利比率及计算依据返利政策，通过 OA 系统将下一年度各销售部门具体的返利政策提交总裁办（或总经办）审批；因市场销售策略需求对客户给予一定销售折扣的，与客户签订销售返利补充

协议（沃尔玛的返利政策包含年度返利和月度返利，均在销售合同中约定，不再额外签订补充协议）。补充协议由业务员发起，部门负责人审批后报客服检查与审批的返利政策一致后交财务核实，最后由总经办审批。每月，销售客服部根据当月客户的实际交货情况预提已确认返利客户的返利金额。年终，所有签订返利协议的客户全年发货情况确定后，根据返利合同约定及发货情况，销售客服计算并编制《全年销售折扣统计确认单》。客服主管复核客户发货情况、折扣率，折扣金额无误后，提交财务部，应收会计根据返利协议约定的交货情况，返利比率，实际发货情况等信息核对返利金额计算的准确性。销售服务部和财务部双方核对无误后，销售客服在 OA 系统提交统计表给区域经理/大区经理审批。《全年销售折扣统计确认单》交客户签字盖章确认。销售客服将其整理好交付给财务部作为记账依据。返利情况由客服部门随时跟进了解各客户的应返和实返情况。

针对月度返利，每月末，公司财务根据对账单确认收入后，按照收入确认金额及合同约定月度返利比例计算返利金额并进行账务处理。

针对临时促销，销售人员依照市场销售目标及公司产品策略制定具体促销活动方案、短期性的折让折扣方案，在 OA 系统上填写《促销立项申请表》、《推广活动申请表》、《大客户/经销商/二批优惠条款申请表》、《内部联络其他事项申请单（销售）》等申请单据，单次审批金额＜2,000 元，销售部门负责人审批通过即可，单次审批金额≥2,000 元，《促销立项申请表》需经总经理审批方可执行。销售客服按照审批文件和活动性质随销售订单产品一起下单，运输司机将经客户签收的发货单回传给物流部门，整理好后交给财务进行账务处理。

I、销售收款内部控制

出纳取得银行收款回单在供应链系统《回款明细表》上录入客户回款信息后将银行收款回单给会计；会计根据收款回单上客户名称将收款情况入账并制作记账凭证，主管审核；销售服务部根据出纳录入的《回款明细表》核对客户的回款与订单金额，回款单位是否为客户公司账户等信息，无误后提交销售订单。每月出纳负责将开户银行的对账单余额与银行日记账余额核对，有差异的，查明原因后由会计编制《银行余额调节表》，与银行对账单核对未达账项交由会计复核确认，确定银行存款账面余额与银行对账单余额是否调节相符，如调节不符，应当查明原因，及时处理。

J、应收账款管理内部控制

销售部严格按照销售合同、协议书的约定及时核对、跟踪赊销客户的回款情况，负责账款的催收与联络。财务部每月核对应收账款的余额和信用政策情况，落实月末应收账款余额与信用政策不相符的原因，销售客服或财务提交《经销商超期未汇款跟踪表》或《超期未回款明细表》给销售人员负责跟进回款。赊销客户不能按时回款或现款客户不能及时汇款仍需要继续发货时，客户提交还款计划申请，销售人员报销售部门负责人审批后给予客户一次继续接订单发货资格；依据催款次数及欠款金额大小，公司应当采取向客户发出书面货款催收文件、停止发货、出具律师函件及提起诉讼等措施确保公司资产安全，降低风险。

K、坏账准备的计提与核销内部控制

内部并表关联方的往来款不计提坏账准备；财务部对并表关联方外的应收账款应与销售部共同分析其还款可能性，依据账龄和单笔款项的具体情况确定坏账计提比例；会计每年年末根据坏账政策计提坏账准备，提交财务总监审核。

针对超过账期一年的应收款，公司尝试停止发货、寄发书面催收文件无果后，确定通过正常途径收回可能性较小，则交法务维权，启动相关法律诉讼程序，财务部依据诉讼结果及执行情况判断是否需要单项计提坏账，提交财务总监审批；对于确定无法收回的应收款，销售部汇总相关信息提交公司总经理审批，会计根据审批进行账务核销会计处理，提交财务经理和财务总监审核；已注销的坏账又收回，应及时入账并由财务总监审核。

L、线上销售内部控制

公司电商运营经理负责优化电商运营环境、挖掘客户需求、提高公司电商平台传播量和知名度；客户直接在电商平台浏览下单，客服通过聊天软件对客户提出的疑问进行解答，客户付款后电商平台后台即收到客户订单，客服根据后台订单核对客户购买明细、地址、备注信息等无误后，电商仓库在电商平台店铺进行订单下载，再次审核，电子快递单打印，拣货单打印，到仓库拣货并根据订单内容进行包装封箱，每天下午 5 点后收取包裹并称重发货。每月电商客服核对电商平台订单确认已发货未收款订单和已收款订单，并下载电商账单明细（主要包括商品、订单号、订单状态、商品总价、商家实收金额、商品数量、收货人、收货地址等）和汇总账单（主要包括上期余额、当期收入、当期支出及当期余额、业

务类型等）交给出纳和财务核对，无误后，财务根据汇总账单进行账务处理确认收入。

M、门店销售内部控制

公司门店店长负责线下门店的产品开发、推广，营销推广活动由门店店长提交给市场部经理审批后在公司微信公众号推文或者收银系统发送优惠活动信息给客户。客户根据门店菜单在门店、饿了么、大众点评等下单，门店店员在收银系统录入客户订单信息，客户付款后现场制作交货给客户。门店收到现金的，每月提交一次给公司出纳，若门店现金超过 100 元，当天提交给公司出纳。每天店铺结束营业后，店员核对当天的收银系统数据，对当天未销售完或需处理的产品做报损处理。每月，门店店长在门店收银系统导出产品销售流水清单提交给财务，财务根据产品销售流水清单确认收入。

综上，公司收入与收款业务内控措施完善并得到执行；公司收入确认的方法和时点符合《企业会计准则》的相关规定。

10、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，合作方式是否符合行业惯例

（1）不同销售模式下取得重要客户订单的方式

在经销模式下，公司获取重要客户的方式为展会、业务员拜访、介绍等方式。

在直销模式下，公司获得重要客户的方式与经销模式一致，为展会、业务员拜访、介绍等方式。

零售模式下，客户主要为散客，不存在重要客户。

（2）与主要客户或平台的具体合作方式和主要合同条款

1）公司与主要客户或平台的合作方式

根据公司与客户签署的合同条款，公司与经销商的合作方式均为买断式经销，即客户自行负责所采购产品的最终销售，除质量问题外不得退回。公司与客户每年签署年度合作协议，客户按需求向公司下订单，公司负责配送。公司产品的定价、结算方式详见本节之“十、盈利能力分析”之“（二）营业收入分析”之“9、收入确认相关的会计核算过程、相关内部控制的关键环节”相关内容。

公司对直销客户的合作方式亦与经销商一致，公司与客户每年签署年度合作协议，客户按需向公司下订单，公司负责配送，除质量问题外不得退回。公司对

商超客户以及少量规模较大的非商超类直销客户的结算方式与经销模式有所不同，即对账确认收入，详见本节之“十、盈利能力分析”之“（二）营业收入分析”之“9、收入确认相关的会计核算过程、相关内部控制的关键环节”相关内容。

公司合作的主要电商平台为天猫。公司在天猫等电商平台开设直营旗舰店，客户下单后，公司在仓库中直接发货给客户，并采用支付宝等第三方支付平台作为货款支付方式。

2）主要合同条款

a.与经销商客户的条款

公司与主要经销商客户的合同条款如下：

关于销售区域的约定：“甲方（即立高食品）同意乙方（即经销商客户）作为甲方提供的烘焙销售渠道，为 XX 系列产品在 XX 地区的经销商。”

关于结算价格的约定：“甲方提供给乙方的结算价为乙方当地交货价。”

关于退换货及验收的约定：“客户在收货时应及时验收，如发现破损、丢失、污染等情况在发货单上注明；收货后发现缺失、破损、污染、变质产品，应在收到产品 7 天内书面通知企业退换，7 天内没有提出换货要求的视为所收产品全部合格；乙方未经甲方同意不得向甲方退换产品。”

关于付款的约定:“乙方所有货款都必须通过银行转账汇入甲方指定的账号，不得以现金形式交给甲方的业务人员。”

关于结算，有先款后货及先货后款等不同约定。对于先款后货的合同条款主要为：“甲方收到货款后按照订单确定时间发货”。对于先货后款的合同条款主要为:“在合同期内甲方同意乙方应付货款在正常情况下采取月结方式进行结算，即每月 XX 号前，乙方必须付清上月甲方发货给乙方的所有产品货款。”

b.与主要直销客户的条款

公司与非商超类直销客户的合同条款与经销客户类似，但无经销区域的约定。

公司商超客户主要为沃尔玛，其条款如下：

关于结算：“付款条款。付款期限自公司在订单所指定地点接收到商品时开始计算。发票应根据公司的要求在商品发运后一个工作日内以邮寄方式或专人送

达公司。供应商同意提供有效发票，付随结款文件，……，文件齐备后，付款时间将从齐备起算。”

关于运费：“所有商品运抵订单指定地点以前发生的运费由供应商承担。”

关于交付：“供应商应于订单规定的时间和地点交付商品。商品于到达订单规定地点并由公司或授权人员签字接受之时视为交付。任何在运输、装载、卸载过程中发生的风险均由供应商承担。”

关于退换货：“公司可无条件地退还质量存在缺陷的任何商品，除非另有约定，公司也有权退还销售记录不令人满意的任何商品。”

关于保质期：“国产商品送达公司时，距离商品载明的保质期到期日不少于2/3 的时间。”

c.公司与天猫平台的条款

公司在天猫平台开设店铺，遵守天猫平台的电子合约，系天猫平台的格式条款，与平台其他商家不存在差异。

（3）合作方式是否符合行业惯例

根据同行业公司的公开信息，除元祖股份采用自营门店外，同行业公司与经销商的合作均采用买断式经销的方式，一般情况下，大型商超或连锁烘焙门店采购量大，议价能力强，与该类直销客户的合作亦主要遵循客户的采购模式。因此，上述合作方式符合行业惯例。

11、报告期内公司的返利政策、各期返利金额及会计处理

（1）报告期内公司的返利政策及各期返利金额

为鼓励客户销售，公司对客户制定了相关返利政策，分为对经销商、非商超类直销客户的返利和对商超客户的返利两种。

对经销商、非商超类直销客户，每年年初，公司与客户在年初签订的《销售合同》及其《补充协议》中，以一年为一个完整的考核期，约定全年的任务额，并根据不同的完成率享受不同的返利率。年度结束后，公司根据返利条款计算应支付予该客户的返利金额，并由客户以书面方式确认。次年，公司按照确定的返利金额，以货折的方式支付返利。报告期内，公司对经销商、非商超类直销客户的返利金额为 1,351.40 万元、1,653.30 万元和 1,400.98 万元和 424.07 万元。

2018 年，公司对经销商、非商超类直销客户的返利增长情况与收入的增长

情况相一致。

2019 年，经销商、非商超类直销客户收入合计增加了 20.69%，但返利降低了 14.16%，其主要原因是 2019 年母公司根据 2018 年增长幅度制定销售返利任务，返利销售额目标比 2018 年大幅上升，但 2019 年母公司销量增速放缓，使得客户的达标量下降，返利金额由 2018 年的 1,229.95 万元下降至 2019 年的 1,070.16 万元。

2020 年 1-6 月，公司对经销商、非商超类直销客户计提的返利金额为 424.07 万元，与公司上半年对经销商、非商超类直销客户的销售收入变动趋势一致，系受到销售淡旺季及新冠疫情影响所致。

对商超客户，公司以每月或每年对商超客户的销售额为基础进行计算，在月底及年底与客户确认。所确认的返利在次月或次年回款时直接抵扣货款。报告期内，公司商超客户的返利金额为 503.20 万元、840.36 万元、1,107.63 万元和 965.58 万元，与商超客户的收入逐年增长的情况相匹配。

综上，公司各期返利金额的变动原因合理。

（2）报告期内公司返利会计处理，是否符合《企业会计准则》相关规定

1）报告期内公司返利会计处理

公司的返利会计处理具体如下：

①每个月末，公司按预计或合同约定的固定比例计提返利；半年度根据历史上客户返利情况、半年发货情况及当年合同约定返利政策进行合理的预计并计提上半年度返利金额，期末再根据客户当年销售实际完成情况及合同约定返利政策计算全年实际应返金额，与预计数差额部分进行调整。公司按权责发生制根据合理的方法计提返利，会计处理如下：

借：收入

贷：其他应付款

②第二年或次月实际返利时，按扣除返利后的金额确认收入，同时冲回上年/期计提数：

a.公司开具销售发票，发票上列明销售额及返利金额，会计处理如下：

借：应收账款（扣除返利后的金额加销项税）

贷：收入（扣除返利后的金额）

应交税费－销项税

同时，冲回上年/期计提数，会计处理如下：

借：其他应付款（上年/上期返利计提数）

贷：收入（上年/上期返利计提数）

b.客户开具发票，会计处理如下：

借：收入（返利金额）

贷：应收账款（返利金额）

同时，冲回上年/期计提数，会计处理如下：

借：其他应付款（上年/上期返利计提数）

贷：收入（上年/上期返利计提数）

2)会计处理符合《企业会计准则》相关规定

《企业会计准则第 14 号讲解（2010）》第十五章表述：“商业折扣，是指企业为促进商品销售而在商品标价上给予的价格扣除。企业销售商品涉及商业折扣的，应当按照扣除商业折扣后的金额确定销售商品收入金额。”

商业折扣，其本质上是为了促进销售，公司与客户约定的返利政策的目的也是为了促进销售（尽管部分返利是以货物形式而不是以现金形式），所以在会计处理上作为商业折扣处理。

公司根据当期销售金额及合同约定的折扣率计算预计未来会发生的销售返利支出，将销售返利金额从当期营业收入中扣除，会计处理符合《企业会计准则第 14 号（2010）——收入》的相关规定。

同时，根据《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》第十六条规定：“合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重。”

合同中存在折扣，合同约定固定折扣或客户销售额达到一定临界值时，公司以免费给予一定数量货物的形式作为折扣或现金折扣，尽管合同约定的总交易价格没有变化，但是折扣使得分摊到单个货物的单位价格依据未来事项的发生或不

发生（销售额是否达到临界值）产生变化，实质上合同中存在可变对价。因此，公司返利符合《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》第十六条规定的情形，公司根据当期销售金额及合同约定的折扣率计算预计未来会发生的销售返利支出，将销售返利金额从当期营业收入中扣除，会计处理符合《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》的相关规定。

综上，公司返利的会计处理符合《企业会计准则》的相关要求。

（三）营业成本分析

1、营业成本构成分析

报告期内，公司主营业务成本分别为 61,862.53 万元、81,868.04 万元和 92,966.75 万元、39,671.74 万元，2018 年、2019 年较上年增长率分别为 32.34%、13.56%，与主营业务收入的增长率趋势一致。

按业务类别列示的营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	39,671.74	99.92%	92,966.75	99.95%	81,868.04	99.86%	61,862.53	99.77%
其他业务成本	31.28	0.08%	45.90	0.05%	112.02	0.14%	145.07	0.23%
合计	**39,703.02**	**100.00%**	**93,012.66**	**100.00%**	**81,980.06**	**100.00%**	**62,007.60**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务成本主要为烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的销售成本。报告期内，公司主营业务成本占营业成本的比重均超过 99.70%，与主营业务收入占比相匹配。

2、主营业务成本按产品类型划分

报告期内，公司主营业务成本产品结构如下表：

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
冷冻烘焙食品	20,586.88	51.89%	43,084.12	46.34%	34,988.00	42.74%	23,475.55	37.95%
奶油	7,062.34	17.80%	20,145.04	21.67%	20,239.90	24.72%	15,636.02	25.28%
水果制品	4,496.89	11.34%	12,907.54	13.88%	11,413.45	13.94%	11,295.08	18.26%
酱料	3,338.29	8.41%	6,372.33	6.85%	5,388.43	6.58%	3,539.60	5.72%

其他	4,187.34	10.55%	10,457.73	11.25%	9,838.26	12.02%	7,916.28	12.80%
合计	**39,671.74**	**100.00%**	**92,966.75**	**100.00%**	**81,868.04**	**100.00%**	**61,862.53**	**100.00%**

公司各类产品的主营业务成本随着公司主营产品收入的不断增加而增加，与各大类产品营业收入占比相匹配。

3、主营业务成本按构成项目划分

（1）公司主营业务成本及变动情况

主营业务成本按构成项目变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
直接材料	32,347.61	77,249.66	13.50%	68,063.31	30.75%	52,054.53
其中：自主生产	29,491.16	67,231.16	14.57%	58,683.71	24.56%	47,113.80
外购成品	1,897.26	5,390.43	3.40%	5,213.19	103.29%	2,564.47
外协贴牌	957.94	4,593.33	11.81%	4,108.09	77.24%	2,317.78
委托加工	1.26	34.74	-40.43%	58.32	-0.27%	58.48
直接人工	2,527.77	5,902.96	20.77%	4,887.70	29.19%	3,783.44
制造费用	4,796.35	9,814.13	10.06%	8,917.03	48.01%	6,024.56
合计	**39,671.74**	**92,966.75**	**13.56%**	**81,868.04**	**32.34%**	**61,862.53**

1）主营业务成本的构成

报告期内，公司主营业务成本主要由直接材料、直接人工和制造费用构成。

直接材料中包括自主生产原材料、外购成品、外协贴牌成品以及少量委托加工产品：①自主生产原材料即公司自主生产产品在销售时结转成本中的原材料部分；②外购成品主要是公司外购的稀奶油以及烘焙巧克力，公司在销售后将相应存货结转为销售成本；③外协贴牌主要是公司通过外协贴牌生产的挞液以及烘焙巧克力，与外购产品类似，公司在销售后将相应存货结转为销售成本；④直接材料中的委托加工即公司销售委托加工后产品所结转的成本，包括公司向受托加工方提供原材料的价值和委托加工费等。从构成情况看，直接材料主要由自主生产产品的原材料构成。

公司制造费用及直接人工系公司生产自产产品时发生的费用及人工成本。

2）主营业务成本各组成部分的变动情况

①直接材料

公司直接材料的变动受到公司销量、公司直接材料采购价格、以及公司产品结构的影响。整体上，随着公司销量的逐年增加，公司直接材料成本逐年增加。

报告期内，分产品类别直接材料成本及单位直接材料成本情况如下：

单位：万元、元/KG

产品类别	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	单位直接材料成本	金额	单位直接材料成本	金额	单位直接材料成本	金额	单位直接材料成本
冷冻烘焙食品	16,162.82	9.26	33,431.38	9.47	26,032.12	9.28	17,907.90	9.04
奶油	6,562.21	6.39	19,080.15	6.29	19,557.92	6.67	15,037.16	6.22
水果制品	3,458.12	8.78	10,225.69	8.85	9,264.62	9.01	9,346.84	9.51
酱料	2,627.13	5.65	5,463.74	5.61	4,715.43	5.53	3,204.51	6.45
其他	3,537.32	9.71	9,048.69	9.13	8,493.21	8.61	6,558.12	7.70
合计	**32,347.61**	**8.10**	**77,249.66**	**7.97**	**68,063.31**	**7.91**	**52,054.53**	**7.73**

A、冷冻烘焙食品

2017 年至 2019 年，随着冷冻烘焙食品销量的逐步提升，冷冻烘焙食品的直接材料成本逐年增加。

2017 年至 2019 年，冷冻烘焙食品的单位直接材料成本逐步提高；2020 年 1-6 月，冷冻烘焙食品的单位直接材料成本较上年略有下降。冷冻烘焙食品的产品品类众多，且其主要原材料面粉的价格变动不大，因此，其单位材料成本的变动主要是受到产品结构变动的影响，冷冻烘焙中具体产品的单位直接材料的变动情况见本节之“（四）主营业务毛利及毛利率分析”之“4、各类细分产品毛利率及公司综合毛利率变动的原因”之“1）冷冻烘焙食品毛利率变动分析”相关内容。

冷冻烘焙食品单位直接材料成本变动主要受到原材料价格和产品结构的影响，产品结构即不同品规产品的销售占比情况。

从原材料价格来看，报告期内，冷冻烘焙食品的主要原材料油脂、面粉价格未发生较大变化。报告期内，冷冻烘焙食品使用的油脂平均单价分别为 8.90 元/KG、8.65 元/KG、8.89 元/KG、10.04 元/KG，除 2020 年 1-6 月因猪油价格上升而有所增长外，2017 年至 2019 年保持稳定；冷冻烘焙食品使用的面粉平均单价分别为 3.76 元/KG、3.82 元/KG、3.88 元/KG、4.01 元/KG，波动较小。因而单一品规产品的单位直接材料成本的变动不大。

从产品结构来看，冷冻烘焙食品的品类众多，分为甜甜圈、挞皮、起酥产品、饼类、丹麦系列、蛋糕六大类细分产品，而每类细分产品的具体产品品规亦较为多样。冷冻烘焙食品的产品品规情况如下：

单位：种

细分品类	2020 年 6 月底品规数量
甜甜圈	35
挞皮	48
起酥产品	16
饼类	21
丹麦系列	20
蛋糕	31
其他	16
合计	187

不同细分产品的配方、制作工艺，原材料种类，使用量等均差别较大，即便是同一细分品类中的不同品规，亦在原材料、配方和工艺等方面存在一定的差异，使得其单位直接材料成本差异较大。如甜甜圈有注馅、非注馅的区别，撒糖粉与不撒糖粉的区别，其单位直接材料成本价格从 6 元/KG 至 17 元/KG 不等；挞皮类产品有港挞、葡挞的区别，同时还有价格较贵的流心芝士挞等产品，其单位直接材料成本价格从 8 元/KG 至 25 元/KG 不等；起酥产品中既有含馅料少、材料成本较低的一口酥等产品，又有含咸蛋黄、原材料价格较贵的蛋黄酥等产品，其单位直接材料成本价格从 10 元/KG 至 20 元/KG 不等；饼类产品中，有绿豆饼、鲜花饼、老婆饼等馅料不同的多种产品，其单位直接材料成本价格从 7 元/KG 至 25 元/KG 不等；丹麦系列产品中，有手撕包、牛角包、富士山面包、金枕等多种产品，其单位直接材料成本价格从 3 元/KG 至 20 元/KG 不等；蛋糕产品中有慕斯蛋糕、瑞士卷、芝士蛋糕等多种产品，其单位直接材料成本价格从 10 元/KG 至 35 元/KG 不等。

由于同一细分品种中不同品规产品之间的单位直接材料成本差距较大，当某一品规的产品销量快速增长/下降，相应占比上升/下降时，就会导致该细分品种的单位直接材料成本发生变化。报告期内，公司迎合市场需求的不断变化，持续推陈出新，产品结构不断变化，对细分产品的直接材料成本具有较大的影响，从而影响了冷冻烘焙食品的整体单位直接材料成本。如蛋黄酥的推出和热销，致使

起酥类产品的单位材料成本的不断提升；甜甜圈新增的撒糖粉的产品受到市场肯定，也使得其 2018 年甜甜圈的单位直接材料成本较上年有所增加。因此，产品结构的变化，是冷冻烘焙食品的单位直接材料成本变动的主要原因。

各品规产品销售重量占比及单位直接材料对各细分产品，以及对冷冻烘焙食品整体单位直接材料的影响因素数据汇总情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度			2020 年 1-6 月较 2019 年变动 ⑦=③-⑥=⑧+⑨	结构变动影响 ⑧（注 2）	单位材料变动影响 ⑨（注 3）
	销售重量占比 ①	单位直接材料 ②	直接材料贡献 ③=①*②（注 1）	销售重量占比 ④	单位直接材料 ⑤	直接材料贡献 ⑥=④*⑤			
饼类	13.17%	7.78	1.02	14.23%	8.30	1.18	-0.16	-0.19	0.03
丹麦系列	15.14%	9.13	1.38	9.09%	7.62	0.69	0.69	0.70	-0.01
蛋糕	2.48%	17.38	0.43	3.03%	18.61	0.56	-0.13	-0.11	-0.02
其他	0.10%	15.82	0.02	0.13%	11.43	0.01	0.00	0.00	0.00
起酥类	10.63%	14.43	1.53	14.22%	14.64	2.08	-0.55	-0.54	-0.00
挞皮	40.34%	8.29	3.34	38.45%	8.07	3.10	0.24	0.18	0.06
甜甜圈	18.15%	8.45	1.53	20.86%	8.77	1.83	-0.30	-0.23	-0.07
冷冻烘焙食品整体	100.00%	9.26	9.26	100.00%	9.47	9.47	-0.20	-0.19	-0.01
项目	2019 年度			2018 年度			2019 年较 2018 年变动 ⑦=③-⑥=⑧+⑨	结构变动影响 ⑧（注 2）	单位材料变动影响 ⑨（注 3）
	销售重量占比 ①	单位直接材料 ②	直接材料贡献 ③=①*②	销售重量占比 ④	单位直接材料 ⑤	直接材料贡献 ⑥=④*⑤			
饼类	14.23%	8.30	1.18	12.34%	8.01	0.99	0.19	0.20	-0.01
丹麦系列	9.09%	7.62	0.69	10.06%	7.51	0.76	-0.06	-0.03	-0.03
蛋糕系列	3.03%	18.61	0.56	2.91%	17.93	0.52	0.04	0.04	0.00
其他	0.13%	11.43	0.01	-	-	-	0.01	0.01	-
起酥类	14.22%	14.64	2.08	13.58%	13.21	1.79	0.29	0.25	0.03
挞皮类	38.45%	8.07	3.10	40.98%	8.25	3.38	-0.28	-0.12	-0.16
甜甜圈系列	20.86%	8.77	1.83	20.12%	9.16	1.84	-0.01	0.13	-0.14
冷冻烘焙食品整体	100.00%	9.47	9.47	100.00%	9.28	9.28	0.18	0.48	-0.30

项目	2018 年度			2017 年度			2018 年较 2017 年变动⑦=③-⑥=⑧+⑨	结构变动影响⑧（注 2）	单位材料变动影响⑨（注 3）
	销售重量占比①	单位直接材料②	直接材料贡献③=①*②	销售重量占比④	单位直接材料⑤	直接材料贡献⑥=④*⑤			
饼类	12.34%	8.01	0.99	13.23%	7.81	1.02	-0.03	-0.07	0.04
丹麦系列	10.06%	7.51	0.76	9.24%	8.03	0.73	0.02	0.11	-0.08
蛋糕系列	2.91%	17.93	0.52	2.39%	12.55	0.30	0.23	0.18	0.05
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-
起酥类	13.58%	13.21	1.79	14.91%	12.03	1.77	0.03	0.04	-0.01
挞皮类	40.98%	8.25	3.38	46.14%	8.74	3.97	-0.59	-0.44	-0.15
甜甜圈系列	20.12%	9.16	1.84	14.09%	8.08	1.26	0.56	0.47	0.09
冷冻烘焙食品整体	100.00%	9.28	9.28	100.00%	9.04	9.04	0.22	0.28	-0.06

注 1：为量化体现单一品规产品的单位直接材料和销售重量占比的变动对各细分产品和冷冻烘焙食品整体单位直接材料的综合影响，设置指标“直接材料贡献”进行衡量，其计算方法为：直接材料贡献=单位直接材料*销售重量占比；

注 2：单位材料变动影响为：假设本年各品规产品销售占比不变，而单位材料较去年发生变化，计算其直接材料贡献，减去上年直接材料贡献，可得到各品规产品单位材料变动影响，所有品规单位材料变动影响之和，即为单品规单位材料变动对冷冻烘焙食品整体单位直接材料的影响；

注 3：结构变动影响为：假设本年各品规产品单位材料成本不变，而销售占比较去年发生变化，计算其直接材料贡献，减去上年直接材料贡献，可得到结构变动影响，所有品规结构变动影响之和，即为结构变动对冷冻烘焙食品整体单位直接材料的影响。

如上表所示，报告期内，冷冻烘焙食品整体的单位直接材料的变动当中，结构变动的影响均大于材料变动的影响。因此，冷冻烘焙食品单位直接材料成本变动主要是受到产品结构变动影响。

B、奶油

2018 年，公司奶油类产品的销售重量较上年上升了 21.28%，单位直接材料成本亦提高了 7.24%，因此，2018 年公司奶油类产品直接材料上升了 30.06%。2018 年，公司奶油类产品单位直接材料成本增加的主要原因为：2018 年，虽然油脂、乳制品等原材料价格下降，但 2018 年公司外购产品稀奶油的生产厂商因奶源等原因对公司提价，上涨幅度达 15.10%，抵消了自产奶油成本下降的影响；此外，稀奶油为外购产品，且属于奶油类的高端产品，采购成本较高，2018 年稀奶油的销量增加较快，亦拉高了奶油类产品的整体单位材料成本。因此，2018

年奶油类产品单位成本有所上升。

2019 年，公司奶油类产品销量增加了 3.46%，但由于油脂、乳制品等原材料价格下降，其单位直接材料较上年下降了 5.71%，致使其整体直接材料成本较上年略有下降。

2020 年 1-6 月，公司奶油类产品单位直接材料较上年未发生较大变化。

报告期内，公司奶油类产品各细分产品销售占比、单位直接材料变动情况详见本节之“（四）主营业务毛利及毛利率分析”之“4、各类细分产品毛利率及公司综合毛利率变动的原因”之“2）奶油类产品毛利率变动分析”相关内容。

C、水果制品

报告期内，水果制品单位直接材料成本分别为 9.51 元/KG、9.01 元/KG、8.85 元/KG、8.78 元/KG，逐年下降，主要是受到原材料价格和产品结构两方面因素的影响。

a.原材料价格的影响

公司水果制品主要原材料为水果和糖，其单位直接材料成本受到水果和糖两方面的影响。

公司采购的水果原材料品种较多，且大部分不存在大宗市场，其市场价格无法获取，报告期内，公司水果制品耗用的水果原材料平均单价分别为 11.69 元/KG、11.90 元/KG、12.27 元/KG 以及 11.82 元/KG，整体波动不大。

2018 年上半年，公司通过研发，在不影响口感的情况下，逐步用果糖代替价格较高的白砂糖。报告期内，白砂糖的采购价格通常在 5 元/KG 左右，而果糖通常在 2.5 元/KG 左右，因果糖价格较低，逐步拉低了公司水果制品耗用的糖类原材料单价，报告期内，公司水果制品耗用的糖类原材料综合单价分别为 3.70 元/KG、3.51 元/KG、3.16 元/KG、3.14 元/KG。

因此，公司水果制品单位直接材料成本无法与原材料市场价格整体走势进行对比。但与公司内部耗用的原材料价格相比，水果原材料单价上升，而糖类综合单价下降，在两种材料的综合影响下，报告期内公司水果制品直接材料成本逐年下降。

b.产品结构的影响

果泥主要用于冲调果汁，水果颗粒少且稀释程度高，对水果原材料的耗用量

较低，因此其单位直接材料成本较低，同时，因研发改进配方，以果糖替代白砂糖，也降低了果泥的单位直接成本。报告期内，果泥的单位直接材料成本分别为 8.51 元/KG、8.27 元/KG、7.89 元/KG 和 7.77 元/KG，低于水果制品整体单位直接材料成本且逐年下降，而报告期内果泥产品的销售重量占比分别为 33.60%、37.72%、43.23%、45.20%，逐年上升。因而，单位直接材料较低的果泥的销售占比逐年增加，拉低了水果制品整体单位直接材料成本。

综上所述，水果制品单位直接材料成本逐年下降具有合理性。

水果制品各细分产品销售占比、单位材料成本变动情况详见本节之“（四）主营业务毛利及毛利率分析”之“4、各类细分产品毛利率及公司综合毛利率变动的原因”之“3）水果制品毛利率变动分析”相关内容。

D、酱料

2018 年，虽然酱料类产品单位直接材料下降了 14.32%，但销售重量较上年增加了 71.74%，致使其整体直接材料成本较上年大幅上升。其单位直接材料下降主要原因是 2018 年，酱料用油脂的采购价格由上年的 6.21 元/KG 下降至 5.58 元/KG；酱料用糖的采购价格由上年的 4.69 元/KG 下降至 4.16 元/KG；2018 年，公司酱料产品包装材料不再采用全彩色纸箱，改为通版纸箱加标签的包装形式，因此纸箱价格亦下降了 1.58 元/个，下降幅度达 27.09%。因此，公司酱料类产品单位直接材料较上年有所下降。

2019 年，酱料类产品单位直接材料较上年保持稳定，但销量较上年增长了 14.19%，故整体直接材料较上年有所上升。

2020 年 1-6 月，酱料类产品单位直接材料较上年未发生较大变化。

②直接人工

公司所处的食品制造业对一线生产工人需求量较大，人工支出也在逐年增加。2017 年至 2019 年，随着公司产量快速增长，公司生产人员数量也不断增加。同时，公司生产线工人薪酬标准不断提升。2020 年 1-6 月，生产工人人数保持稳定，因年初疫情停工影响，其人均薪酬受到一定影响。具体情况如下表所示：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
生产人员数量（人）	1,029	1,028	1,016	909
人均薪酬（万元/人）	3.69	8.28	7.27	6.07

注：生产人员数量为各期末的人员数量

2017 年至 2019 年，随着公司生产人员数量和人均薪酬的增加，直接人工的规模逐年增长。

③制造费用的变动情况

报告期内各期，公司主营业务成本中的制造费用的明细及各部分变动的具体原因如下：

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
水电及能源	1,094.30	22.82%	2,561.96	26.10%	2,643.30	29.64%	2,074.74	34.44%
折旧及摊销	1,449.60	30.22%	2,362.67	24.07%	1,770.35	19.85%	1,061.23	17.62%
职工薪酬	966.63	20.15%	2,261.23	23.04%	1,875.41	21.03%	1,182.18	19.62%
修理费	512.88	10.69%	1,080.46	11.00%	990.21	11.11%	620.49	10.30%
租金	389.74	8.13%	683.25	6.96%	641.06	7.19%	572.73	9.51%
运输费	139.28	2.90%	285.8	2.91%	274.59	3.08%	196.06	3.25%
污水处理费	137.84	2.87%	260.07	2.65%	330.12	3.70%	42.28	0.99%
其他	106.08	2.21%	318.7	3.25%	391.98	4.40%	274.85	4.28%
合计	**4,796.35**	**100.00%**	**9,814.13**	**100.00%**	**8,917.03**	**100.00%**	**6,024.56**	**100.00%**

2017 年至 2019 年，随着生产规模的逐渐扩大，制造费用规模逐年增加，其主要由水电及能源、折旧及摊销、职工薪酬、修理费等构成。因公司 2018 年下半年不再使用柴油发电，以及 2018 年底逐步停止采购蒸汽，公司水电及能源费用占比逐年降低，且 2019 年金额较 2018 年有所降低。随着公司对浙江长兴生产基地，佛山三水生产基地的投资，固定资产规模的扩大，折旧及摊销的金额及占比均逐年提升。

2020 年 1-6 月，水电及能源、职工薪酬占制造费用的比例有所下降，而折旧及摊销占制造费用的比例有所上升。水电及能源与产量相关性较大，而公司销售具有季节性，上半年产量低于下半年，致使 2020 年上半年水电及能源金额占制造费用比例较上年下降；此外，受新冠疫情影响，公司年初有短暂停工，故 2020 年上半年职工薪酬占制造费用的比例较上年有所下降；相对而言，折旧及摊销属于固定支出，不随产量变化而变化，且公司 2020 年持续加大产能建设，致使 2020 年上半年折旧及摊销金额占比增加。

报告期内，公司制造费用明细及各部分变动的原因如下：

A、水电及能源

报告期内，公司主营业务成本中，水电及能源费用分别为 2,074.74 万元、2,643.30 万元、2,561.96 万元和 1,094.30 万元，主要包括电、天然气、水、蒸汽和柴油费用，其消耗量及消耗金额情况如下表所示：

能源种类	2020 年 1-6 月		2019 年度	
	消耗量	金额（万元）	消耗量	金额（万元）
电（千瓦时）	16,002,696.07	943.84	35,527,894.06	2,170.19
柴油（吨）	-	-	-	-
蒸汽（吨）	481.00	8.79	201.33	13.51
天然气（立方米）	380,365.72	111.05	888,530.60	303.72
水（吨）	107,436.78	30.62	280,474.14	74.54
合计	-	**1,094.30**	-	**2,561.96**
能源种类	**2018 年度**		**2017 年度**	
	消耗量	**金额（万元）**	**消耗量**	**金额（万元）**
电（千瓦时）	24,748,816.96	1,538.17	14,741,848.69	837.54
柴油（吨）	1,343.14	710.99	2,079.78	879.54
蒸汽（吨）	3,039.86	102.19	3,510.00	107.91
天然气（立方米）	686,553.87	215.04	606,115.14	193.37
水（吨）	317,262.64	76.91	265,481.62	56.38
合计	-	**2,643.30**	-	**2,074.74**

公司主要能源为电和天然气，报告期内，公司采用部分柴油与蒸汽作为替代能源使用。存在替代能源的原因是由于公司南沙生产基地当地供电设施不足，存在不定期停电情形，公司使用柴油发电和市电的方式提供电力。随着当地市政供电设施的逐步完善和供电充足后，2018 年 9 月开始公司停止使用柴油发电。2018 年 11 月前，公司通过外购蒸汽为增城生产基地供热。增城生产基地从 2018 年 11 月开始陆续通过天然气锅炉自行生产蒸汽进行供热，蒸汽外购量逐步下降，至 2019 年 2 月后完全停止外购蒸汽。

柴油与电的转换方式为：根据公司使用的柴油发电机的使用说明书，公司使用的柴油发电机功率为 1,034 千瓦，其 75%功率下，柴油耗用量为每小时 203 升，而根据《GB19147-2016》，柴油密度为 0.81-0.85 千克/升，中间值为 0.83 千克/升。据此换算，1kg 柴油可发电 4.60 千瓦时。

蒸汽与天然气的转换方式为：1 吨蒸汽=66.5 立方米天然气；根据锅炉能效测试报告，天然气锅炉效率 94.64%左右，蒸汽锅炉效率 73.47%左右，故 1 吨蒸汽耗用量=66.5*73.47%/94.64%=51.62 立方米天然气。

将柴油换算成电，蒸汽换算为天然气，公司水电及能源用量与产量的匹配关系如下：

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
电（含柴油转换）	耗用量（千瓦时）	16,002,696.07	35,527,894.06	30,930,816.31	24,314,341.95
	产量（吨）	38,895.49	91,742.63	86,406.03	67,641.72
	单位耗用量（千瓦时/吨）	411.43	387.26	357.97	359.46
天然气（含蒸汽转换）	耗用量（立方米）	405,194.94	898,923.21	843,471.58	787,301.34
	产量（吨）	15,843.89	46,700.69	48,476.87	40,760.37
	单位耗用量（立方米/吨）	25.57	19.25	17.40	19.32
水	耗用量（吨）	107,436.78	280,474.14	317,262.64	265,481.62
	产量（吨）	38,895.49	91,742.63	86,406.03	67,641.72
	单位耗用量（吨/吨）	2.76	3.06	3.67	3.92

a.电（及柴油）的单位消耗量变化情况

2018 年，公司对电（含柴油转化，下同）的单位消耗量较上年未发生较大变化。

2019 年，公司对电的单位消耗量较上年有所上升，其主要原因为：①冷冻烘焙食品的部分产品生产涉及烘烤、油炸等过程，产成后需要急冻，温度变化较大，因此其生产耗电量高于公司其他产品。2019 年，随着冷冻烘焙食品的产量占总产量的比例上升，公司单位产量的耗电量较上年有所增加。②公司产品在生产完成后需要进行冷冻处理，2018 年底，公司对三水生产基地的冻库进行了改造，公司产品较多运输至外仓进行冷冻，而改造后则在厂区冻库内进行冷冻，厂区内用电量增加，致使公司单位耗电量有所上升。

2020 年 1-6 月，公司对电的单位消耗量较上年有所上升，主要是因为春节及疫情期间停产，但冷库仍然持续消耗电量，致使单位耗电量上升。

b.天然气（含蒸汽转换）的单位消耗量变化情况

公司 2018 年天然气（含蒸汽转换，下同）单位耗用量低于 2017 年、2019 年，主要是因为：奶油生产工艺中需要利用天然气进行升温及保温，2017 年公

司采购供应商蒸汽，供应商使用生物质燃料，蒸汽汽压和温度不够，使用量更大；2018 年，公司产量增长后生产更为集中，单位耗用量较 2017 年有所下降；2019 年，公司虽然使用了天然气，但是设备技改，调试时间较多，单位消耗量较上年有所提升。2020 年 1-6 月天然气单位耗用量较上年上升，主要是因为受新冠疫情影响，增城、佛山生产基地产量下降，但设备升温、保温等所需的天然气使用量并未同比下降，致使天然气单位耗用量有所上升。

c.水的单位消耗量变化情况

公司对水的使用主要用于清洗等方面，并非公司主要生产原料，因此使用量不大，且与产品的产量关联性不强。

B、折旧及摊销

报告期内，随着公司不断对浙江、三水等生产基地进行固定资产投资，公司生产使用的固定资产原值不断增加，计提的折旧及摊销金额亦逐年增加，致使结转主营业务成本中的折旧及摊销金额逐年增加。报告期内，公司计提折旧及摊销与固定资产原值的匹配情况详见本节“十一、财务状况分析”之“（一）资产的主要构成分析”之“3、非流动资产”之“（1）固定资产”相关内容。

C、职工薪酬

报告期内，公司主营业务成本制造费用中的职工薪酬分别为 1,182.18 万元、1,875.41 万元、2,261.23 万元和 966.63 万元。2017 年至 2019 年，制造费用中的职工薪酬随着生产规模以及生产部门管理人员人数的增加而逐年增长。

D、修理费

报告期内，公司主营业务成本制造费用中的修理费分别为 620.49 万元、990.21 万元、1,080.46 万元和 512.88 万元，2017 年至 2019 年呈逐年上升趋势。2018 年起，公司高度重视工作环境的改善，除日常维护机器外，投入较多资金修缮厂区，如对道路、地坪进行修缮，因此，2018 年、2019 年，公司制造费用的修理费逐年提升。

E、租金

公司主营业务成本制造费用中的租金主要是广州奥昆、广州昊道租赁厂房的租赁费以及放置原材料的外部仓库租赁费。报告期内，公司制造费用的租金分别为 572.73 万元、641.06 万元、683.25 万元和 389.74 万元，平均每月租金呈稳定

上升趋势。

F、运输费

报告期内，公司主营业务成本制造费用中的运输费分别为 196.06 万元、274.59 万元、285.80 万元和 139.28 万元，主要是厂区间原材料调仓所致。2018 年，公司运输费较 2017 年增加较多，主要是因为佛山厂区奶油产量由 2017 年 16,083.93 吨上升至 2018 年 19,793.90 吨，且 2018 年公司对冻库进行了较大规模的维修，导致厂区现有急冷冻库的容量不够，奶油生产完后需运至外仓进行急冻处理形成产成品，导致运输费用增加；2019 年，公司制造费用的运输费较上年保持稳定。

G、污水处理费

报告期内，公司主营业务成本制造费用中的污水处理费分别为 42.28 万元、330.12 万元、260.07 万元和 137.84 万元。

2018 年，公司污水处理费增长较快的主要原因有两方面：一方面，2018 年，公司南沙生产基地产量上升，污水排放量上升，公司聘请第三方污水处理机构协助公司进行污水处理，致使污水处理费用增加较快。另一方面，2018 年起，公司加强了对废水排放的管理力度，在三水生产基地新建污水处理设施，并聘请第三方污水处理机构协助进行污水处理。

2019 年，广州奥昆新增了污水处理设备，污水处理能力有所提升，无需聘请第三方污水处理机构。因此，2019 年公司污水处理费较 2018 年有所下降。

综上，报告期内各期，公司制造费用主要项目变动原因合理，不存在显著异常。

（2）主营业务成本结构以及各类原材料、包装材料占成本比重情况

1）整体主营业务成本结构情况

报告期内，公司主营业务收入中除自产产品外，还存在少量外购成品和外协产品，故对应的主营业务成本中也存在少量外购成品和外协产品的成本，公司的主营业务成本构成如下：

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
直接材料	32,347.61	81.54%	77,249.66	83.09%	68,063.31	83.14%	52,054.53	84.15%

其中：自主生产	29,491.16	74.34%	67,231.16	72.32%	58,683.71	71.68%	47,113.80	76.16%
外购成品	1,897.26	4.78%	5,390.43	5.80%	5,213.19	6.37%	2,564.47	4.15%
外协贴牌	957.94	2.41%	4,593.33	4.94%	4,108.09	5.02%	2,317.78	3.75%
委托加工	1.26	0.00%	34.74	0.04%	58.32	0.07%	58.48	0.09%
直接人工	2,527.77	6.37%	5,902.96	6.35%	4,887.70	5.97%	3,783.44	6.12%
制造费用	4,796.35	12.09%	9,814.13	10.56%	8,917.03	10.89%	6,024.56	9.74%
合计	**39,671.74**	**100.00%**	**92,966.75**	**100.00%**	**81,868.04**	**100.00%**	**61,862.53**	**100.00%**

公司的主营业务成本由直接材料、直接人工和制造费用组成，其中直接材料占比最高，占主营业务成本比重达到 80%以上。直接材料中又主要为自产产品的直接材料，自产产品直接材料占比超过 70%。

2018 年，公司自产产品的直接材料、直接人工占比有所下降，而制造费用、外购成品和外协贴牌产品的成本占比有所上升，主要原因是：一，2018 年公司加大产线设备投入，购置及由在建工程转入固定资产合计 11,645.77 万元，产能利用率有所下降使当年制造费用占比上升，故对应自产产品的直接材料、直接人工占比有所下降；同时，公司冷冻烘焙食品收入占比不断上升，冷冻烘焙食品直接材料占比较低进一步拉低了公司整体的直接材料占比。二，公司 2017 年 7 月开始进口稀奶油产品，稀奶油产品销售收入由 2017 年的 2,106.78 万元上升至 2018 年的 4,519.97 万元，故对应外购成品的成本占比有所增加。三，公司 2018 年开始实施烘焙巧克力的外协生产，当年外协贴牌的烘焙巧克力新增销售收入 1,042.74 万元，同时公司外协贴牌的挞液产品销售收入也由 2017 年的 2,806.92 万元上升至 2018 年的 4,188.71 万元，故外协贴牌产品的成本占比有所上升。

2019 年，公司自产产品的直接材料、直接人工占比略有上升，制造费用、外购成品的成本占比有所下降，外协贴牌产品的成本占比较为稳定。一方面，随着 2019 年公司产能利用率的回升，制造费用占比有所下降，对应自产产品的直接材料、直接人工占比有所上升，同时，冷冻烘焙食品收入占比的持续上升拉低了公司直接材料占比，二者相抵使公司自产产品的直接材料占比略有上升。另一方面，公司 2019 年未对稀奶油产品进行大力推广，当年外购的稀奶油销售收入为 4,597.13 万元，与 2018 年基本持平，故随着公司自产产品销售规模的增长，外购成品的成本占比有所下降。

2020 年上半年，公司自产产品的直接材料、制造费用占比略有上升，外购

成品、外协贴牌的成本占比有所下降，直接人工的成本占比较为稳定。一方面，2020 年上半年公司外购的稀奶油销售收入占比下降，且自 2020 年 3 月起暂停了外协贴牌的挞液产品采购，故外购成品、外协贴牌的成本占比均有所下降，自产产品的直接材料占比上升；另一方面，冷冻烘焙食品销售收入占比继续上升，拉低了公司直接材料占比，二者相抵使公司自产产品直接材料占比略有上升。此外，2020 年上半年，公司酱料产品浙江生产基地投产，当期酱料产能利用率仅 31.61%，且上半年因春节及疫情的影响产量相对较低，固定资产折旧费用占比较高，使 2020 年上半年制造费用占比有所上升。

公司自产产品的直接材料中，各类原材料、包装材料占比如下：

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	油脂	6,920.78	23.47%	14,235.50	21.17%	12,963.77	22.09%	11,830.05	25.11%
	水果	2,441.36	8.28%	7,089.25	10.54%	6,236.67	10.63%	5,898.09	12.52%
	糖类	2,542.16	8.62%	6,574.13	9.78%	6,320.33	10.77%	5,663.04	12.02%
	面粉	3,207.33	10.88%	6,626.82	9.86%	5,485.37	9.35%	3,730.44	7.92%
	乳制品	1,946.78	6.60%	4,579.61	6.81%	4,475.48	7.63%	3,405.09	7.23%
	其他辅料	6,986.64	23.69%	15,182.24	22.58%	11,391.03	19.41%	7,332.57	15.56%
	原材料小计	**24,045.05**	**81.53%**	**54,287.54**	**80.75%**	**46,872.65**	**79.87%**	**37,859.28**	**80.36%**
包装材料	纸箱	1,959.08	6.64%	4,300.49	6.40%	3,680.68	6.27%	2,569.12	5.45%
	纸盒	699.44	2.37%	1,833.36	2.73%	1,734.45	2.96%	1,413.26	3.00%
	泡沫箱	199.32	0.68%	983.81	1.46%	1,490.07	2.54%	1,257.00	2.67%
	塑料罐	520.60	1.77%	1,599.28	2.38%	1,423.33	2.43%	1,389.87	2.95%
	挞杯	735.53	2.49%	1,449.57	2.16%	1,221.10	2.08%	1,047.98	2.22%
	其他包装材料	1,332.13	4.52%	2,777.11	4.13%	2,261.43	3.85%	1,577.29	3.35%
	包装材料小计	**5,446.10**	**18.47%**	**12,943.62**	**19.25%**	**11,811.06**	**20.13%**	**9,254.52**	**19.64%**
合计		**29,491.16**	**100.00%**	**67,231.16**	**100.00%**	**58,683.71**	**100.00%**	**47,113.80**	**100.00%**

报告期内，公司原材料小计和包装材料小计的占比较为稳定，但各类原材料、包装材料的占比略有波动。

原材料中，公司油脂成本 2018 年占比有所下降，主要是公司冷冻烘焙食品、

奶油、酱料等各产品的油脂成本占比均有所下降所致，具体详见各产品主营业务成本结构情况的变动分析。2020 年上半年，由于生猪价格大幅上升，猪油采购价格增长了 44.55%，同时，麻薯等高端产品收入增长较快，其使用的油脂单价较高，故公司油脂成本占比有所上升。报告期内，随着公司冷冻烘焙食品的收入占比不断上升，而冷冻烘焙食品使用面粉较多，使用糖类、水果较少，故面粉成本占比逐年上升，糖类、水果成本占比有所下降。乳制品成本占比有所波动，主要是冷冻烘焙食品中乳制品成本占比波动所致。

除主要原材料外，公司其他辅料品规众多，超过 500 种，报告期内其他辅料成本占比有所上升，一方面，公司部分热销新品如蛋黄酥、可丝达酱等，除主要原材料外更多使用鸡蛋、乳清蛋白、豆类等其他辅料，另一方面，油脂、糖类、乳制品等大宗原材料近年来价格呈下降趋势，而其他辅料价格波动一般较小。

包装材料中，随着冷冻烘焙食品使用保温纸箱逐渐替代普通纸箱加泡沫箱的组合，纸箱成本占比有所上升而泡沫箱成本占比有所下降。奶油、水果制品收入占比的下降则使得纸盒、塑料罐成本占比也随之下降。挞皮产品收入占比先降后升波动使挞杯成本占比也呈先降后升趋势。其他包装材料占比略有上升，主要是使用较多托盘、卷膜等其他包装材料的冷冻烘焙食品和酱料销售收入占比上升所致。

2）冷冻烘焙食品的主营业务成本结构情况

报告期内，公司冷冻烘焙食品的主营业务成本构成如下：

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
直接材料	16,162.82	78.51%	33,431.38	77.60%	26,032.12	74.40%	17,907.90	76.28%
其中：自主生产	16,143.94	78.42%	33,394.88	77.51%	26,008.35	74.34%	17,907.90	76.28%
外购成品	2.48	0.01%	36.50	0.08%	23.78	0.07%	-	-
外协贴牌	16.41	0.08%	-	-	-	-	-	-
直接人工	1,828.07	8.88%	4,148.03	9.63%	3,551.42	10.15%	2,493.48	10.62%
制造费用	2,595.98	12.61%	5,504.71	12.78%	5,404.46	15.45%	3,074.17	13.10%
合计	**20,586.88**	**100.00%**	**43,084.12**	**100.00%**	**34,988.00**	**100.00%**	**23,475.55**	**100.00%**

报告期内，冷冻烘焙食品直接材料占比分别为 76.28%、74.40%、77.60%和 78.51%，低于公司整体的直接材料占比，且主要为自主生产。

2018 年度冷冻烘焙食品的直接材料占比较低，而制造费用占比较高，主要是 2018 年，公司冷冻烘焙食品浙江生产基地投产，当年冷冻烘焙食品产能利用率由 84.12%下降至 74.83%，单位制造费用由 1.57 元/kg 上升至 1.93 元/kg。2020 年上半年，由于猪油等油脂价格上涨，冷冻烘焙食品直接材料占比略有上升，而直接人工及制造费用占比略有下降。

公司自产的冷冻烘焙食品直接材料中，各类原材料、包装材料占比如下：

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	油脂	4,656.50	28.84%	8,389.86	25.12%	6,572.46	25.27%	5,323.39	29.73%
	面粉	3,046.92	18.87%	6,279.42	18.80%	5,105.55	19.63%	3,494.72	19.51%
	水果	666.18	4.13%	1,627.20	4.87%	1,264.36	4.86%	936.43	5.23%
	糖类	685.11	4.24%	1,567.44	4.69%	1,266.24	4.87%	857.73	4.79%
	乳制品	561.47	3.48%	1,226.65	3.67%	1,318.21	5.07%	874.97	4.89%
	其他辅料	3,260.42	20.20%	6,913.48	20.70%	4,181.19	16.08%	2,089.57	11.67%
	原材料小计	**12,876.59**	**79.76%**	**26,004.05**	**77.87%**	**19,708.01**	**75.78%**	**13,576.83**	**75.81%**
包装材料	纸箱	1,421.81	8.81%	2,862.54	8.57%	2,097.16	8.06%	1,248.01	6.97%
	泡沫箱	196.21	1.22%	980.26	2.94%	1,483.83	5.71%	1,252.15	6.99%
	挞杯	735.53	4.56%	1,449.57	4.34%	1,221.10	4.70%	1,047.98	5.85%
	纸盒	62.43	0.39%	208.46	0.62%	136.93	0.53%	36.67	0.20%
	其他包装材料	851.36	5.27%	1,890.01	5.66%	1,361.31	5.23%	746.27	4.17%
	包装材料小计	**3,267.34**	**20.24%**	**7,390.84**	**22.13%**	**6,300.34**	**24.22%**	**4,331.07**	**24.19%**
合计		**16,143.94**	**100.00%**	**33,394.88**	**100.00%**	**26,008.35**	**100.00%**	**17,907.90**	**100.00%**

报告期内，冷冻烘焙食品各主要原材料占比较为稳定。2018 年，冷冻烘焙食品中油脂成本占比由 29.73%下降至 25.27%，主要是随着甜甜圈等低耗油量的冷冻烘焙食品收入占比上升，以及挞皮配方的升级优化，冷冻烘焙食品的单位耗油量由 2017 年的 0.30kg/kg 下降至 2018 年的 0.27kg/kg，同时，耗用的油脂单价也由 8.90 元/kg 下降至 8.65 元/kg。2019 年，乳制品的成本占比有所下降，主要是因市场需求变化，流心芝士挞、一口酥等芝士夹心馅的品类产量下降 420.24 吨，使对应馅料耗用的乳制品减少 208.83 万元。2017 到 2019 年，冷冻烘焙食品

中其他辅料成本占比逐年上升，主要是由于公司部分冷冻烘焙食品新品除主要原材料外，较多使用鸡蛋、雪媚娘、烤肠、豆类等其他辅料，例如公司热销新品蛋黄酥，蛋黄、红豆等其他辅料成本占比达到 70%左右。2020 年上半年，由于生猪价格大幅上升，猪油采购价格增长了 44.55%，同时，麻薯等高端产品收入增长较快，其使用的油脂单价较高，使公司冷冻烘焙食品油脂耗用单价由 2019 年的 8.89 元/kg 上升至 10.04 元/kg，故油脂成本占比由 2019 年的 25.12%上升至 28.84%，其他材料成本占比略有下降。

报告期内，冷冻烘焙食品各包装材料占比有所波动。冷冻烘焙食品中纸箱成本占比上升而泡沫箱成本占比下降，主要是公司逐渐用保温纸箱替代普通纸箱和泡沫箱的组合所致；2017 到 2019 年，挞杯成本占比有所下降主要是公司冷冻烘焙食品产品结构逐渐多元化，挞皮销售收入占比由 2017 年的 40.41%下降至 2019 年的 30.54%，对应的挞杯成本占比减少，2020 年上半年挞皮销售收入占比略有回升至 32.82%，挞杯成本占比也略有增加。

3）奶油的主营业务成本结构情况

报告期内，公司奶油的主营业务成本构成如下：

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
直接材料	6,562.21	92.92%	19,080.15	94.71%	19,557.92	96.63%	15,037.16	96.17%
其中：自主生产	4,910.88	69.54%	14,576.53	72.36%	15,116.79	74.69%	13,115.83	83.88%
外购成品	1,651.33	23.38%	4,503.62	22.36%	4,441.14	21.94%	1,921.33	12.29%
直接人工	109.93	1.56%	291.65	1.45%	175.61	0.87%	184.42	1.18%
制造费用	390.20	5.53%	773.24	3.84%	506.36	2.50%	414.44	2.65%
合计	**7,062.34**	**100.00%**	**20,145.04**	**100.00%**	**20,239.90**	**100.00%**	**15,636.02**	**100.00%**

报告期内，奶油直接材料占比分别为 96.17%、96.63%、94.71%和 92.92%，占比较高，同时公司奶油产品中稀奶油为外购的进口产品，故直接材料中存在一定的外购成品成本。

2018 年，稀奶油产品销售收入由 2017 年的 2,106.78 万元上升至 2018 年的 4,519.97 万元，故对应外购成品的成本占比有所增加，使自产产品的直接材料、直接人工和制造费用占比均有所下降。

2019 年，自主生产的奶油直接材料占比有所下降，而直接人工和制造费用

成本占比有所上升。主要是增城生产基地奶油生产线进行二个月的停产优化改造，公司奶油产量由 2018 年的 30,325.16 吨下降至 2019 年的 27,594.75 吨，停产过程中部分人员成本、冻库费用等固定费用未同比例下降，且相应设备检修费用增加，使 2019 年奶油产品单位直接人工和单位制造费用由 2018 年的 0.07 元/千克、0.18 元/千克上升至 0.10 元/千克和 0.26 元/千克，同时，油脂等原料价格下降使单位直接材料由 5.44 元/千克下降至 5.11 元/千克，故直接材料占比有所下降。

2020 年上半年，因春节及疫情的影响产量相对较低，固定资产折旧费用及冷库费用较高，故制造费用占比相对较高。

公司自产的奶油直接材料中，各类原材料、包装材料占比如下：

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	油脂	1,153.56	23.49%	3,581.48	24.57%	4,471.89	29.58%	4,734.74	36.10%
	乳制品	929.77	18.93%	2,678.84	18.38%	2,547.66	16.85%	2,056.04	15.68%
	糖类	702.34	14.30%	2,064.62	14.16%	2,186.83	14.47%	1,893.44	14.44%
	其他辅料	1,415.07	28.82%	4,129.95	28.33%	3,791.10	25.08%	2,607.82	19.88%
	原材料小计	**4,200.75**	**85.54%**	**12,454.88**	**85.44%**	**12,997.48**	**85.98%**	**11,292.04**	**86.09%**
包装材料	纸盒	484.89	9.87%	1,428.66	9.80%	1,384.99	9.16%	1,192.15	9.09%
	纸箱	217.76	4.43%	669.98	4.60%	715.30	4.73%	577.35	4.40%
	其他包装材料	7.48	0.15%	23.00	0.16%	19.01	0.13%	54.29	0.41%
	包装材料小计	**710.12**	**14.46%**	**2,121.65**	**14.56%**	**2,119.30**	**14.02%**	**1,823.80**	**13.91%**
合计		**4,910.88**	**100.00%**	**14,576.53**	**100.00%**	**15,116.79**	**100.00%**	**13,115.83**	**100.00%**

报告期内，公司奶油产品各类包装材料占比较为稳定，各类原材料中，油脂成本占比有所下降，乳制品和其他辅料的成本占比有所上升。

报告期内，公司含乳脂植脂奶油收入占公司自产奶油产品收入的比重分别为 51.29%、62.40%、71.55%和 74.97%，由于含乳脂植脂奶油使用较多的乳制品，较少的油脂，故奶油产品中乳制品成本占比分别为 15.68%、16.85%、18.38%和 18.93%，呈上升趋势，油脂成本占比则有所下降。同时，报告期内公司奶油产品耗用的油脂单价分别为 11.32 元/kg、9.56 元/kg、7.66 元/kg 和 7.39 元/kg，油脂单价下降和含乳脂植脂奶油使用油脂较少的双重影响使公司油脂成本占比由

2017 年的 36.10%下降至 2020 年上半年的 23.49%。

奶油产品的其他辅料、纸盒成本占比逐年上升，主要是油脂、乳制品等大宗原材料价格呈下降趋势，而其他辅料、纸盒价格波动一般较小，故奶油成本整体下降的情况下其他辅料、纸盒成本占比有所上升。纸箱价格也有所下降故其成本占比较为稳定。

4）水果的主营业务成本结构情况

报告期内，公司水果制品的主营业务成本构成如下：

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
直接材料	3,458.12	76.90%	10,225.69	79.22%	9,264.62	81.17%	9,346.84	82.75%
其中：自主生产	3,452.02	76.76%	10,136.32	78.53%	9,134.18	80.03%	8,902.62	78.82%
外购成品	5.93	0.13%	89.38	0.69%	130.44	1.14%	444.21	3.93%
委托加工	0.17	0.00%	-	-	-	-	-	-
直接人工	227.64	5.06%	649.91	5.04%	441.66	3.87%	478.65	4.24%
制造费用	811.12	18.04%	2,031.94	15.74%	1,707.17	14.96%	1,469.58	13.01%
合计	**4,496.89**	**100.00%**	**12,907.54**	**100.00%**	**11,413.45**	**100.00%**	**11,295.08**	**100.00%**

报告期内，公司水果制品的直接材料占比有所下降，一方面，公司外购的冷冻水果销售收入由 2017 年的 427.61 万元下降至 2020 年上半年的 6.05 万元，对应的外购成品成本占比有所下降；另一方面，2017 年到 2019 年，水果制品中的水果和糖类成本均有所下降，使剔除外购成品影响后，公司自产水果制品的直接材料占比也呈下降趋势，水果和糖类成本下降原因具体详见下文水果制品种各原材料、包装材料占比分析。此外，2020 年上半年，因春节及疫情的影响产量相对较低，固定资产折旧费用较高，故制造费用占比相对较高，直接材料占比也有所下降。

公司自产的水果制品直接材料中，各类原材料、包装材料占比如下：

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	水果	1,775.18	51.42%	5,462.05	53.89%	4,972.31	54.44%	4,961.19	55.73%
	糖类	544.27	15.77%	1,496.21	14.76%	1,432.21	15.68%	1,467.60	16.49%

	其他辅料	468.54	13.57%	1,313.61	12.96%	1,056.84	11.57%	874.39	9.82%
	原材料小计	**2,787.99**	**80.76%**	**8,271.87**	**81.61%**	**7,461.36**	**81.69%**	**7,303.18**	**82.03%**
包装材料	塑料罐	422.94	12.25%	1,196.59	11.81%	1,045.11	11.44%	1,018.29	11.44%
	纸箱	103.66	3.00%	313.54	3.09%	338.40	3.70%	311.63	3.50%
	其他包装材料	137.42	3.98%	354.31	3.50%	289.32	3.17%	269.52	3.03%
	包装材料小计	**664.03**	**19.24%**	**1,864.45**	**18.39%**	**1,672.82**	**18.31%**	**1,599.44**	**17.97%**
合计		**3,452.02**	**100.00%**	**10,136.32**	**100.00%**	**9,134.18**	**100.00%**	**8,902.62**	**100.00%**

报告期内，公司水果制品中，水果的成本占比有所下降，其他辅料和包装材料的成本占比则相应随之上升，糖类成本占比先降后升。

水果成本占比逐年下降，主要是果泥和饮料浓浆等用于饮品的原料占水果制品收入比重逐年上涨，分别为 27.76%、32.52%、38.98%和 40.53%。果馅等产品用于蛋糕夹层和表面，水果制品水果颗粒较大且较为粘稠；而果泥等产品主要用于冲调果汁，水果颗粒较少且稀释程度高，故其单位水果耗用量较低，不到 0.2kg/kg，拉低了报告期内水果制品整体的单位水果耗用量，单位水果耗用量分别为 0.452kg/kg、0.418kg/kg、0.389kg/kg 和 0.373kg/kg。

2017 到 2019 年，糖类成本占比下降主要是水果制品甜味来源于白糖、果葡糖浆等多种糖类以及代糖，公司近年来不断进行研发投入和产品升级，调整各种糖原的比例，在保证口感不变的情况下持续降低成本，使公司水果制品单位耗糖量保持稳定而单价逐年下降，2017 到 2019 年分别为 3.70 元/kg、3.51 元/kg 和 3.16 元/kg，单价下降影响大于果泥等饮品原料占比上升带来的耗糖量增加的影响，故成本占比逐年下降。2020 年上半年，水果制品的糖类成本占比有所上升，主要是上述降成本项目已基本完成，糖类单价较为稳定，随着果泥等饮品原料占比继续上升，其耗用的糖类较多而水果较少，故糖类成本占比随之上升。

5）酱料的主营业务成本构成情况

报告期内，公司酱料的主营业务成本构成如下：

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
直接材料	2,627.13	78.70%	5,463.74	85.74%	4,715.43	87.51%	3,204.51	90.53%

直接人工	214.85	6.44%	384.25	6.03%	277.76	5.15%	136.74	3.86%
制造费用	496.31	14.87%	524.33	8.23%	395.24	7.33%	198.35	5.60%
合计	**3,338.29**	**100.00%**	**6,372.33**	**100.00%**	**5,388.43**	**100.00%**	**3,539.60**	**100.00%**

报告期内，公司酱料产品均为自主生产，酱料产品的直接材料占比逐年有所下降，而直接人工和制造费用占比则逐年上升。

2018 年直接材料占比下降的原因主要是新品可丝达酱收入占比达到 17.25%，且可丝达酱的生产工艺包括加热、降温等多个环节，较沙拉酱更为复杂，其直接材料占比为 75.85%，拉低了酱料整体直接材料占比。

2019 年，酱料主要经营主体广州昊道提高了员工福利，生产人员成本占比略有上升，使制造费用和直接人工占比略有上升，直接材料占比略有下降。

2020 年上半年，酱料中制造费用占比较高，主要是酱料产品的浙江生产基地投产，酱料产能利用率由 2019 年的 98.45%下降至 31.61%，单位制造费用由 2019 年的 0.54 元/kg 上升至 1.07 元/kg。

公司酱料的直接材料中，各类原材料、包装材料占比如下：

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	油脂	1,044.30	39.75%	2,263.15	41.42%	1,801.29	38.20%	1,448.41	45.20%
	糖类	361.66	13.77%	762.83	13.96%	633.58	13.44%	430.19	13.42%
	面粉	145.18	5.53%	309.74	5.67%	336.86	7.14%	206.40	6.44%
	其他辅料	751.36	28.60%	1,449.14	26.52%	1,302.85	27.63%	654.71	20.43%
	原材料小计	**2,302.51**	**87.64%**	**4,784.85**	**87.57%**	**4,074.57**	**86.41%**	**2,739.71**	**85.50%**
包装材料	纸箱	143.73	5.47%	320.04	5.86%	355.13	7.53%	274.40	8.56%
	其他包装材料	180.89	6.89%	358.85	6.57%	285.73	6.06%	190.40	5.94%
	包装材料小计	**324.62**	**12.36%**	**678.89**	**12.43%**	**640.86**	**13.59%**	**464.80**	**14.50%**
合计		**2,627.13**	**100.00%**	**5,463.74**	**100.00%**	**4,715.43**	**100.00%**	**3,204.51**	**100.00%**

酱料产品的原材料中，2018 年，油脂成本占比有所下降，而其他辅料成本占比有所上升，主要是公司当年推出可丝达酱新品，其口味更丰富、耐烤性更强，故除油脂等主要原料外，使用较多乳清蛋白等其他辅料，可丝达酱单位耗油量较低使 2018 年酱料产品的单位耗油量由 2017 年的 0.460kg/kg 下降至 0.377kg/kg，

其他辅料占比则由 2017 年的 20.43%上升至 27.63%。2019 年，酱料主要原料大豆油市场价格有所上升，使酱料耗用的油脂单价由 2018 年的 5.58 元/kg 上升至 5.75 元/kg，故 2019 年酱料中油脂占比略有上升，糖类和其他辅料占比略有下降。2020 年上半年，公司各款酱料产品中，香甜味沙拉酱等油脂含量较高的产品销量占比有所减少，故油脂成本占比略有下降，其他辅料占比有所上升。

酱料产品的包装材料中，纸箱成本占比逐年下降，主要是 2018 年 4 月左右，公司为节约包装成本，对酱料产品的纸箱陆续进行调整，用通版纸箱和标签组合的方式替代原全彩印纸箱，使耗用的纸箱单价逐年下降，分别为 5.83 元/个、4.25 元/个、3.35 元/个和 3.21 元/个。同时，标签的使用使其他包装材料占比略有上升，但包装材料成本占比整体有所下降。

综上所述，报告期内公司各类原材料、包装材料占发行人成本比重及占同期相关产品成本比重的变动原因合理。

4、公司成本核算方法及结转方法

公司存货主要包括原材料、库存商品、发出商品、委托加工物资等。存货在取得时按实际成本计价，存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。领用和发出时按加权平均法计价。

公司产品生产成本采用品种法核算，成本核算以产品品种为成本对象，产品生产成本分为直接材料、直接人工和制造费用。

（1）各类产品的生产成本

公司库存商品包括自行生产、委托加工及外购入库。

1）自行生产库存商品

直接材料包括生产开始时一次投入的原料和辅助材料。各车间统计员每日在供应链系统中根据生产订单按照 BOM 表配方生成生产领料单经生产主管、生产经理或仓库主管审核后，打印两份至仓库领料，仓库发料员按照材料剩余保质期领用配料，并及时登记物料卡；发料后车间领料员与仓库发料员在生产领料单签字确认，仓库人员将领料单送交财务部成本会计审核；成本会计核对系统数据和原始单据后，于月末在财务软件系统编制材料发出记账凭证，并提交财务经理审核后生成材料领用相关科目明细账、总账。

直接人工归集每月生产人员的薪酬，费用会计根据人事部提供的工资明细对

薪酬按照部门分配至生产成本-直接人工、制造费用、管理费用、销售费用及研发费用，在财务软件系统录入记账凭证，提交财务负责人审核计入生产成本明细账、总账。

制造费用归集车间管理人员的薪酬、生产所用资产的折旧、能源消耗（水、电、天然气）、修理费和物料消耗等，费用会计核对业务部门提交的原始单据，确认无误后在财务软件系统录入记账凭证，提交财务经理审核计入生产成本明细账、总账。

公司自制产品入库应当办理检验手续，由品控部门依照产品质量标准进行检测，并出具相应的检测报告，产品合格后方可出库销售。仓库人员依照生产订单根据实际收货数量在供应链系统填写产品入库单或其他入库单据，完成入库手续。

2）委托加工物资

公司存在少量委托加工，委托加工产品主要系表情逗、冷冻水果、防潮糖粉、起酥类及巧克力五类。由公司提供产品标准和技术资料，受托方根据公司提供的原材料进行生产加工的模式，该模式下，公司向受托方支付加工费，委托加工物资的成本为材料成本与加工费。

委托加工物资发出包括采购后直接由供应商送至外协厂签收和由公司仓库发料两种情况：

①委外加工物资的原料由供应商直接送至外协厂加工的，外协厂收到送货单后编制采购入库单并加盖外协厂收货章，拍照回传至电商部或直销部核对，电商部或直销部核对单据及采购订单一致后，通知仓储部门在供应链系统录入采购入库单、采购部门录入委外订单，采购入库单由采购经理审核。外协厂需每周邮寄一次送货单和已盖外协厂章的采购入库单至财务部应付会计审核，财务部成本会计核对原件及供应链数据一致后，审核委外订单。仓库文员据此生成材料出库单，经仓储经理审核。

②委外加工物资的原料由公司仓库发货的，由仓库人员在供应链系统根据厂长已审核的委外订单录入材料出库单并打印六份（由司机送至外协厂签收后，黄联交外协厂，白联交财务部成本会计审核，其他联交仓库留底），发料时，发料员及物流司机在材料出库单上签字确认，经仓库班长或仓储经理审核后，将已签

字确认的材料出库单移交财务部成本会计审核。

月末，财务部成本会计核对系统数据和原始单据后，在财务软件系统编制材料发出记账凭证，并提交财务经理审核后生成存货等相关科目明细账、总账。

委外物资加工完成后，品控人员和仓库人员对委外入库物资进行验收，品控人员根据验收标准检验，重点关注生产日期、批次、质量等；仓库人员核对入库数量、品种是否与送货单一致，检查包装是否完好无损；验收合格后，品控人员与仓库人员在送货单上签字确认，一式三联，一联由送货方收回，一联由仓库或采购存档，一联由仓库人员在供应链系统录入采购入库单后移交财务部应付会计审核；财务部应付会计核对系统数据和原始单据后，于月末在财务软件系统编制委外材料核销和委托加工费记账凭证，并提交财务经理审核后生成存货等相关科目明细账、总账。

3）外购库存商品

公司在报告期内外购的库存商品主要是挞液、稀奶油、巧克力和冷冻水果，其中挞液配合挞皮类产品进行销售，稀奶油、巧克力和冷冻水果为公司产品体系的补充。该类产品的成本主要是以购买价加运费、装卸费、保险、包装及仓储费用，运输中的合理损耗及其他相关费用计入成本。

采购入库的成品，由品控人员和仓库人员共同进行验收，品控人员根据验收标准检验，重点关注生产日期、批次、质量等；仓库人员核对入库数量、品种是否与送货单一致，检查包装是否完好无损；验收合格后，品控人员与仓库人员在送货单上签字确认，一式三联，一联由送货方收回，一联由仓库或采购存档，一联由仓库人员在供应链系统录入采购入库单后移交财务部应付会计审核；财务部应付会计核对系统数据和原始单据后，于月末在财务软件系统编制成品采购入库记账凭证，并提交财务经理审核后生成存货等相关科目明细账、总账。

（2）生产成本的分配及归集

月末，成本会计根据生产领料汇总数据按品种法对生产成本进行分配，将实际耗用材料在当月完工的不同产成品类别中分配。按照费用会计核算的直接人工和制造费用按照标准总工时分配至各产品，编制产品成本计算表，提交财务经理审核后，确认各个产成品的生产成本。

（3）商品入库

由于发行人生产冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、酱料，从投料到完工入库当天完成，期末无半成品和在产品，成本会计确认各个产成品的成本后，在财务软件系统将生产成本结转至库存商品。

（4）营业成本的计算和结转

成本会计根据当月销售出库单汇总数据，将库存商品结转至发出商品；再根据当月签收汇总表或客户结算单，经核对发出商品与签收汇总表之间的差异及原因后，确认当月营业收入，结转发出商品至当月营业成本，并编制生成记账凭证，经财务经理审核后生成生产成本、发出商品、库存商品、营业收入、营业成本等相关科目明细账和总账。

（5）主要会计处理如下：

1）材料或外购库存商品入库：

借：原材料、库存商品

应交税费－进项税

贷：应付账款

2）委托加工处理领用材料

借：委托加工物资

贷：原材料

外协加工完成后，仓库验收办理入库

票到

借：委托加工物资－加工费

应交税费-增值税-进项税额

贷：应付账款-外协厂

借：库存商品

贷：委托加工物资－材料及加工费

票未到

借：库存商品

贷：应付账款-外协厂

委托加工物资－材料

3）发生制造费用

借：制造费用

贷：应付职工薪酬、其他应付款、银行存款等

4）材料领用及成本分配

借：生产成本

销售费用、研发费用等相关科目（其他部门领材料）

贷：原材料、应付职工薪酬、制造费用

5）完工产品入库

借：库存商品

贷：生产成本

6）发出商品

借：发出商品

贷：库存商品

7）结转销售成本

借：营业成本

贷：发出商品

综上，公司成本核算及结转方法合理，符合自身的运营模式。

（6）主营业务成本与采购、存货的勾稽关系

报告期内，公司主营业务成本与采购、存货的勾稽关系如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
存货（期初－期末）	732.91	454.51	-2,164.45	-2,047.93
当期外购存货	32,686.60	78,303.47	71,335.75	54,733.43
生产成本－人工	2,665.22	6,157.97	5,339.67	4,202.70
制造费用	5,057.15	10,238.11	9,741.59	6,692.17
委托加工费	11.66	58.80	73.06	66.35
销售费用领用存货	-243.23	-329.18	-338.25	-122.94
管理费用领用存货	-134.71	-223.95	-251.57	-65.80
研发费用领用存货	-841.52	-1,330.95	-1,460.49	-1,417.12
其他领用存货	-34.52	-87.51	-69.63	0.00
期初存货减值转销冲成本	-145.93	-96.81	-81.29	-

试运行期成本计入在建工程	-	-	-	-423.43
结转成本	39,753.63	93,144.46	82,124.39	61,617.42
主营业务成本	39,671.74	92,966.75	81,868.04	61,862.53
差异	81.89	177.71	256.35	-245.11
差异占比	0.21%	0.19%	0.31%	-0.40%

从上表可以看，主营业务成本与采购、存货的发生数的匹配性不存在重大异常。

5、成本核算的过程和控制的关键环节，成本核算的规范性、准确性

（1）材料采购

计控部人员根据生产计划、物料采购周期及现存量在供应链系统提交请购单，经另一位计控部人员或采购部门审批后；采购专员根据请购单内容，选择对应选定的供应商、物料品种和数量，在供应链系统生成采购订单，经采购经理审批后，采购专员进行采购。

材料验收由品控人员和仓库人员共同验收，品控人员根据验收标准检验，重点关注生产日期、批次、质量等；仓库人员核对入库数量、品种是否与送货单一致，检查包装是否完好无损；验收合格后，品控人员与仓库人员在送货单上签字确认，一式三联，一联由送货方收回，一联由仓库或采购存档，一联由仓库人员在供应链系统录入采购入库单后移交财务部应付会计审核；财务部应付会计核对系统数据和原始单据后，于月末在财务软件系统编制材料采购入库记账凭证，并提交财务经理审核后生成存货等相关科目明细账、总账。

（2）生产领料

针对各产品，总经办按技术部门提供的各产品的标准投料的 BOM 表录入至供应链系统，车间人员每日根据供应链系统的生产订单按各产品 BOM 用料生成材料出库单并打印，材料出库单一式两份（一份给仓库部门，一份给生产部门），仓储部门见单发料，如因损耗或其他原因需要额外领料，车间人员需要填写相应的领料申请单据，经生产主管、生产经理或仓库主管批准之后凭领料单到仓库领料。

（3）成本归集

月末，成本会计核对供应链系统数据和原始单据一致后，根据品种法对生产

成本进行分配，根据生产领料汇总数据按照材料配方成本将实际耗用材料在当月完工的不同产成品类别中分配；费用会计核查工资表及制造费用原始单据一致后，按标准工时分配各产品实际发生人工和制造费用。具体计算过程如下：

1）计算单一产成品耗用的各主要材料、辅料配方成本及配方单价

①单一产成品耗用的各主要材料配方成本及配方单价

根据BOM表中各主要材料的配方单价和配方成本计算得出单一产成品耗用的各主要材料的配方成本及配方单价，即：

单一产成品耗用的各主要材料的配方单价=BOM 表中单一产成品耗用的各主要材料的配方单价加总；

单一产成品耗用的各主要材料的配方成本=BOM 表中单一产成品耗用的各主要材料的配方成本加总；

②单一产成品耗用的各辅料配方成本及配方单价

单一产成品耗用的各辅料配方单价=单一产品耗用的各类材料的配方单价-单一产成品耗用的各主要材料配方单价；

单一产成品耗用的各辅料配方成本=单一产品耗用的各类材料的配方成本-单一产成品耗用的各主要材料配方成本；

2）计算单一产成品耗用的各主要材料的实际成本及实际单位单价

①根据单一产成品的各类主要材料的配方成本权重占比对各产成品的实际耗用主要材料进行分配，即单一产成品实际耗用的A类原材料实际成本=单一产成品耗用 A 类原材料的配方成本/所有产成品耗用 A 类原材料的配方成本*所有产成品实际耗用A类原材料的总金额；

②将单一产成品耗用的各类原材料的实际成本加总，即为单一产成品耗用主要材料的实际成本；

③单一产成品耗用的各类原材料的实际单位单价=单一产成品耗用主要材料的实际成本/产量

3）计算单一产成品耗用的辅料的实际成本及实际单位单价

①根据单一产成品的各类辅料的配方成本权重占比对各产成品的实际耗用辅料进行分配，即单一产成品实际耗用的辅料实际成本=单一产成品耗用辅料的配方成本/所有产成品耗用辅料的配方成本*所有产成品实际耗用辅料的总金额；

②将单一产成品耗用的辅料的实际成本加总，即为单一产成品耗用辅料的实际成本；

③单一产成品耗用的辅料的单位实际成本=单一产成品耗用辅料的实际成本/产量

4）计算单一产成品耗用的所有原材料的实际成本及实际单位单价

单一产成品耗用的所有原材料的实际成本=单一产成品耗用的各主要材料的实际成本+单一产成品耗用的辅料的实际成本

单一产成品耗用的所有原材料的实际单位单价=（单一产成品耗用的各主要材料的实际成本+单一产成品耗用的辅料的实际成本）/产量

5）直接人工和制造费用的分配

直接人工/制造费用的分配按照产成品的标准工时进行分配，即单一产成品耗用直接人工和制造费用=单一产成品耗用的标准工时/所有产成品耗用的标准总工时*实际发生的直接人工/制造费用。

6）计算总成本

单一产品的实际成本=单一产成品耗用的所有原材料的实际成本+单一产成品耗用直接人工+单一产成品耗用的制造费用

成本计算完成后生成成本计算汇总表，提交财务经理审核后，确认各个产成品的生产成本。成本会计及费用会计在财务软件系统编制生产成本记账凭证，并提交财务经理审核后生成存货等相关科目明细账、总账。

由于公司生产冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、酱料，从投料到完工入库当天完成，故无半成品和在产品，成本会计确认各个产成品的成本后，在财务软件系统将生产成本结转至库存商品。

配方成本及标准工时的制订：公司研发部填写《新品增加单》进行立项，对产品进行试验、小试、中试、测试、工试后填写配方工艺接收登记表，记录配方交接的信息，提交总经办审核并更新 BOM 表。在产品研发结束后一年时进行跟踪调查，由质量部、市场部或产品部编写终评报告；财务部给出产品一年生产投放市场的 PL 表分析；公司技术管理部进行终评报告评审，根据终评报告，对现行产品研发过程管理流程进行分析，决定如何改进。

（4）商品入库

公司商品分为自制、外购及委托加工。

1）外购商品

由品控部门和仓储部门共同验收合格后方可办理入库。品控部门依照验收标准对供应商送货进行检验，记录检验结果，验收不合格及时向采购部门反馈；仓储部门根据供应链系统的采购订单核实供应商送货单数量、实际送货数量是否一致；验收合格后仓管、品控在供应商送货单签字确认，仓库人员在供应链系统选定对应的采购订单，填写采购入库单，采购入库单自动链接对应的采购单价，经仓储部门和品控部门的审批后完成入库。

2）委托加工物资

①采购部在供应链系统下委外订单，仓库根据供应链系统的委外订单填制材料出库单，仓库主管审核后发料，原材料发出到外协厂商。

②外协加工完成后，仓库和品控验收办理入库，同时仓库在供应链系统生成采购入库单，采购入库单自动链接采购部根据委外合同预设的产品单价，经仓储部门和品控部门的审批后完成入库。

3）自制商品

月末，财务部成本会计根据生产文员编制的生产月报表核对供应链系统中当月成品入库类别及数量后，进行手工成本核算，按公司成本核算的分摊方法预设计算公式，将生产成本的料工费在当月完工的不同产成品类别中分配，由此生成生产成本计算表及生产成本分配表。经财务经理审核后，将每个产品的分配结果录入供应链系统，分配至各个产成品入库单中。

（5）商品出库

产品销售出库，仓库人员需要根据供应链系统里经客服主管审批的销售订单在供应链系统填写销售发货单，仓库主管审批后，物流部排车出仓送货，仓库发货员根据物流部的排车表点货装车。

月末，成本会计根据供应链系统生成的出库明细表进行会计处理，供应链系统自动加权平均计算库存商品发出成本，成本会计将库存商品计入发出商品。

（6）成本结转

各月末，成本会计根据收入确认明细表的产品品种，与发出商品的产品匹配成本，结转对应的营业成本。

（7）存货减值

资产负债表日，公司存货按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，计入当期损益。公司确定存货的可变现净值，以取得的确凿证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

存货减值具体情况详见本节之“十一、财务状况分析”之“（一）资产的主要构成分析”之“2、流动资产”之“（6）存货”之“5）公司存货跌价准备情况”相关内容。

综上所述，公司成本控制内控健全并有效执行，营业成本的核算及结转方法规范、准确，符合《企业会计准则》规定。

（四）主营业务毛利及毛利率分析

1、综合毛利及毛利率情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
毛利总额	27,304.51	65,360.29	49,365.24	33,591.55
其中：主营业务毛利	27,271.19	65,297.89	49,326.22	33,566.82
综合毛利率	40.75%	41.27%	37.58%	35.14%
其中：主营业务毛利率	40.74%	41.26%	37.60%	35.17%

2017 年至 2019 年，得益于公司营业规模的扩大和产品毛利率水平的稳步提升公司主营业务毛利逐年增长，分别为 33,566.82 万元、49,326.22 万元和 65,297.89 万元，主营业务毛利率分别为 35.17%、37.60%和 41.26%。公司主营业务毛利率的增加主要与产品结构优化、原材料价格变动以及增值税降低相关。

2020 年 1-6 月，公司主营业务毛利率与上年相比未发生较大变化。

2、分产品毛利及毛利率情况分析

报告期内，公司主营业务分产品毛利结构、毛利率情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
冷冻烘焙食品	15,395.06	56.45%	42.79%	30,762.27	47.11%	41.66%
奶油	5,856.09	21.47%	45.33%	17,851.77	27.34%	46.98%

水果制品	1,899.84	6.97%	29.70%	6,286.50	9.63%	32.75%
酱料	1,737.74	6.37%	34.23%	4,469.24	6.84%	41.22%
其他	2,382.46	8.74%	36.26%	2,382.46	3.65%	14.54%
合计	**27,271.19**	**100.00%**	**40.74%**	**65,297.89**	**100.00%**	**41.26%**
项目	**2018 年度**			**2017 年度**		
	金额	**占比**	**毛利率**	**金额**	**占比**	**毛利率**
冷冻烘焙食品	20,013.96	40.57%	36.39%	12,372.81	36.86%	34.51%
奶油	14,196.31	28.78%	41.22%	11,189.86	33.34%	41.71%
水果制品	5,987.41	12.14%	34.41%	4,823.58	14.37%	29.93%
酱料	4,201.28	8.52%	43.81%	1,825.22	5.44%	34.02%
其他	4,927.26	9.99%	33.37%	3,355.34	10.00%	29.77%
合计	**49,326.22**	**100.00%**	**37.60%**	**33,566.82**	**100.00%**	**35.17%**

公司的主营业务毛利主要来自于冷冻烘焙食品、奶油、水果制品及酱料的销售，其中以冷冻烘焙食品和奶油为主。得益于近年来公司冷冻烘焙食品产品结构的优化和销售规模的快速提升，公司冷冻烘焙食品毛利占比逐年上升，分别为36.86%、40.57%、47.11%、56.45%，成为公司最主要的利润来源。

报告期内，公司主营业务毛利率分别达到35.17%、37.60%、41.26%和40.74%，2017 年至 2019 年呈逐年上升趋势，主要得益于各主要产品的毛利率提升。2020 年上半年，公司主营业务毛利率较上年未发生较大变化。

3、分产品毛利率变化分析

（1）冷冻烘焙食品毛利率变动分析

报告期内，公司冷冻烘焙食品销售收入、单价、成本、单位成本、毛利率情况如下：

项目	**2020 年 1-6 月**		**2019 年度**		**2018 年度**		**2017 年度**
	金额	**增幅**	**金额**	**增幅**	**金额**	**增幅**	**金额**
收入（万元）	35,981.94	-	73,846.39	34.26%	55,001.96	53.43%	35,848.36
成本（万元）	20,586.88	-	43,084.12	23.14%	34,988.00	49.04%	23,475.55
单价（元/KG）	20.62	-1.36%	20.91	6.59%	19.62	8.40%	18.10
单位成本（元/KG）	11.80	-3.27%	12.20	-2.24%	12.48	5.29%	11.85
毛利率	42.79%	-	41.66%	-	36.39%	-	34.51%

2017 年至 2019 年，随着公司冷冻烘焙食品的快速发展，其收入规模逐年增

加，详情参见本节之“十、盈利能力分析”之“（二）营业收入分析”之“1、营业收入构成”之“（2）报告期内营业收入持续增长的原因”相关内容。

报告期内，公司冷冻烘焙食品成本亦随着收入规模而逐年增长，其毛利率分别为 34.51%、36.39%、41.66%、42.79%，呈逐年增长趋势，其单价、单位成本及毛利率变动情况如下：

1）2018 年冷冻烘焙食品整体单价、单位成本变动分析

2018 年，公司冷冻烘焙食品毛利率较 2017 年提高了 1.87 个百分点。主要原因是：一方面，单价较高的甜甜圈等产品销量增加，公司冷冻烘焙食品平均单价由 2017 年的 18.10 元/KG 提升至 19.62 元/KG，增长了 8.40%，详情参见本节之“十、盈利能力分析”之“（二）营业收入分析”之“2、主营业务收入按产品结构分类”之“（2）各类产品收入变动情况”之“1）冷冻烘焙食品收入分析”。另一方面，2018 年，冷冻烘焙食品平均成本上升，由 11.85 元/KG 上升至 12.48 元/KG，增长了 5.29%，主要原因是：①2018 年浙江长兴生产基地投入使用，但未达满产，致使冷冻烘焙食品单位制造费用较上年上升了 0.39 元/KG；②为改进口感，公司在甜甜圈产品当中使用了更多的油脂及糖粉，致使甜甜圈的单位成本由 10.23 元/KG 上升至 12.09 元/KG，拉高了冷冻烘焙食品的平均成本。2018 年，公司单位成本的上升幅度低于单位价格的增长幅度，因此，2018 年，公司冷冻烘焙食品毛利率较 2017 年有所上升。

2）2019 年冷冻烘焙食品整体单价、单位成本变动分析

2019 年，公司冷冻烘焙食品毛利率较 2018 年增加了 5.27 个百分点。主要原因是：一方面，由于增值税调整以及起酥类糕点的销售占比增加，公司冷冻烘焙食品平均单价由 19.62 元/KG 提升至 20.91 元/KG，增长了 6.59%，详情参见本节之“十、盈利能力分析”之“（二）营业收入分析”之“2、主营业务收入按产品结构分类”之“（2）各类产品收入变动情况”之“1）冷冻烘焙食品收入分析”。另一方面，2019 年，公司冷冻烘焙食品成本基本保持稳定，由上年的 12.48 元/KG 略降至 12.20 元/KG，下降了 2.24%。因此，2019 年，公司冷冻烘焙食品毛利率较 2018 年有所上升。

3）2020 年 1-6 月冷冻烘焙食品整体单价、单位成本变动分析

2020 年 1-6 月，冷冻烘焙食品单价较上年下降了 1.36%，基本保持稳定，而

单位成本减少 3.27%，致使毛利率较上年略有上涨，上涨了 1.13 个百分点。

（2）奶油产品

报告期内，公司奶油类产品销售收入、单价、成本、单位成本、毛利率情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
收入（万元）	12,918.44	-	37,996.81	10.34%	34,436.20	28.37%	26,825.89
成本（万元）	7,062.34	-	20,145.04	-0.47%	20,239.90	29.44%	15,636.02
单价（元/KG）	12.57	0.39%	12.52	6.65%	11.74	5.85%	11.09
单位成本（元/KG）	6.87	3.51%	6.64	-3.80%	6.90	6.73%	6.47
毛利率	45.33%	-	46.98%	-	41.22%	-	41.71%

2017 年至 2019 年，公司奶油类产品收入规模逐年增加，其主要原因是含乳脂植脂奶油销量的快速增长，详情参见本节之“十、盈利能力分析”之“（二）营业收入分析”之“1、营业收入构成”之“（2）报告期内营业收入持续增长的原因”相关内容。

2019 年，奶油类产品营业成本较上年有所下降。主要是因为油脂、乳制品等原材料价格下降所致。

报告期内，奶油类产品毛利率分别为 41.71%、41.22%、46.98%、45.33%，其单价、单位成本及毛利率变动情况如下：

1）2018 年奶油产品整体单价、成本变动分析

2018 年公司奶油产品毛利率与 2017 年相比下降了 0.49 个百分点，基本保持稳定。一方面，2018 年，公司奶油类产品的平均销售单价较 2017 年提升了 5.85%，主要是因为单价较高的含乳脂植脂奶油以及稀奶油的销售占比提升，拉高了奶油产品的整体单价，详情参见本节之“十、盈利能力分析”之“（二）营业收入分析”之“2、主营业务收入按产品结构分类”之“（2）各类产品收入变动情况”之“2）奶油收入分析”。另一方面，奶油类产品单位成本同比上升了 6.73%。虽然油脂、乳制品等原材料价格下降，公司自产奶油成本由 2017 年的 5.88 元/KG 下降至 2018 年的 5.73 元/KG；但与此同时公司代理的进口稀奶油采购价格上升，单位成本从 2017 年的 22.19 元/KG 上涨至 2018 年的 25.54 元/KG，上涨幅度达 15.10%，抵消了自产奶油成本下降的影响，因此 2018 年奶油类产品单位成本有

所上升。受到单位价格、单位成本变动的综合影响，2018 年公司奶油产品毛利率与 2017 年相比略有下降。

2）2019 年奶油产品整体单价、成本变动分析

2019 年，公司奶油类产品毛利率较上年增加了 5.76 个百分点，主要原因是：一方面，由于增值税下调的影响，以及含乳脂植脂奶油销量占比持续上升，使得奶油类产品单位价格由 2018 年的 11.74 元/KG 增长至 12.52 元/KG，上涨了 6.65%；另一方面，油脂、乳制品等原材料价格下降，自产奶油类产品的平均成本由 5.73 元/KG 下降至 5.47 元/KG，下降了 4.50%。因此，公司奶油类产品毛利率较上年有所增加。

3）2020 年 1-6 月奶油产品整体单价、成本变动分析

2020 年 1-6 月，奶油产品的销售单价较上年未发生较大变化，但单位成本较上年上升了 3.51%，致使奶油产品毛利率较上年下降了 1.65 个百分点。受疫情影响，2020 年上半年奶油产品的销售量与上年同期相比下降了 24.27%，自产的植脂奶油、含乳脂植脂奶油平均制造费用较上年分别上升了 0.16 元/KG、0.08 元/KG，因此，奶油产品单位成本有所上升。

（3）水果制品

报告期内，公司水果制品销售收入、单价、成本、单位成本、毛利率情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
收入（万元）	6,396.73	-	19,194.04	10.31%	17,400.86	7.95%	16,118.66
成本（万元）	4,496.89	-	12,907.54	13.09%	11,413.45	1.05%	11,295.08
单价（元/KG）	16.24	-2.21%	16.61	-1.92%	16.93	3.22%	16.40
单位成本（元/KG）	11.42	2.23%	11.17	0.56%	11.11	-3.38%	11.49
毛利率	29.70%	-	32.75%	-	34.41%	-	29.93%

公司水果制品主要是果馅和果泥，报告期内，果馅和果泥产品销售收入占水果制品收入比重约为 75%。报告期内，公司水果制品收入的增长主要来自于果馅和果泥产品销售量的逐年增长。

报告期内，随着水果制品产品收入的稳步增长，其成本亦随之逐年增长。报告期内，水果制品产品毛利率分别为 29.93%、34.41%、32.75%，其单价、单位

成本及毛利率变动情况如下：

2018 年，公司水果制品毛利率较 2017 年上升了 4.48 个百分点。一方面，公司水果制品中的主要产品果泥的销售价格上调了约 3%-10%，以及幸福西饼增加了果溶的采购量，致使高单价的果溶销售额占水果制品的比例由 2017 年的 16.82%上升至 2018 年的 18.62%，带动水果制品单价较上年有所上升。另一方面，由于材料配比优化，单位重量水果制品原材料用量略有减少，水果制品单位成本有所下降。因此，2018 年公司水果制品毛利率较上年有所上升。

2019 年，公司水果制品毛利率下降了 1.66 个百分点。一方面，幸福西饼对果溶的采购量下降，高单价的果溶销售收入占水果制品比重由 2018 年的 18.62%下降至 2019 年的 14.13%，导致水果制品的平均价格由 16.93 元/KG 下降至 16.61 元/KG，下降了 1.92%。另一方面，水果制品单位成本较上年未发生较大变化。因此，2019 年公司水果制品毛利率较上年有所下降。

2020 年 1-6 月，公司水果制品毛利率较上年下降了 3.05 个百分点。一方面，受疫情影响，公司水果制品采取了折扣等形式进行促销，以及推出单价较低的“爱护”系列产品，使得销售单价较上年略下降了 2.21%。另一方面，因果泥的生产工艺改进，减少了单次投料量以及增加了弯管拆洗流程，同时，果溶树莓原材料增加了破碎后过滤的工艺，使得水果制品单位成本较上年略有上升。因此，2020 年 1-6 月公司水果制品毛利率较上年有所下降。

（4）酱料类产品

报告期内，公司酱料类产品销售收入、单价、成本、单位成本、毛利率情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
收入（万元）	5,076.03	-	10,841.57	13.05%	9,589.71	78.75%	5,364.82
成本（万元）	3,338.29	-	6,372.33	18.26%	5,388.43	52.23%	3,539.60
单价（元/KG）	10.92	-1.96%	11.14	-0.99%	11.25	4.09%	10.81
单位成本（元/KG）	7.18	9.70%	6.55	3.57%	6.32	-11.36%	7.13
毛利率	34.23%	-	41.22%	-	43.81%	-	34.02%

报告期内，公司酱料类产品销售额分别为 5,364.82 万元、9,589.71 万元、10,841.57 万元和 5,076.03 万元，其收入变动原因详见本节之“（二）营业收入

分析”之“2、主营业务收入按产品结构分类”之“（2）各类产品收入变动情况”之“4）酱料收入分析”。

报告期内，公司酱料类产品的成本随着收入的逐年增长而增长，毛利率分别为 34.02%、43.81%和 41.22%，其单价、单位成本及毛利率变动情况如下：

2018 年，公司酱料类产品毛利率较 2017 年提升了 9.79 个百分点。一方面，2018 年，新品可丝达酱受到市场欢迎，可丝达酱的平均单价为 14.68 元/KG，高于酱料类平均单价 11.25 元/KG，其销售占比达到 17.25%，将酱料产品的平均单价由 2017 年的 10.81 元/KG 拉高至 11.25 元/KG，上涨了 4.09%；另一方面，由于酱料用油脂的市场价格较上年有所下降，酱料类产品的平均成本由 2017 年的 7.13 元/KG 拉低至 6.32 元/KG，下降了 11.36%。因此，2018 年，公司酱料类产品毛利率同比有所增加。

2019 年，公司酱料类产品毛利率较 2018 年下降了 2.59 个百分点，主要是因为酱料用油脂的市场价格上升，公司酱料类产品成本由 2018 年的 6.32 元/KG 上升至 6.55 元/KG，上升了 3.57%所致。

2020 年 1-6 月，公司酱料类产品毛利率较上年下降了 6.99 个百分点，主要是因为其单位成本上升 9.70%所致。2020 年初，浙江生产基地酱料产线投产，2020 年上半年因疫情、试生产等原因，产量较低，致使酱料类产品的单位制造费用较上年上升了 0.53 元/KG，因此，2020 年 1-6 月，公司酱料类产品单位成本较上年有所上升。

4、各类细分产品毛利率及公司综合毛利率变动的原因

报告期内，公司综合毛利率逐年增加，主要是因为主营业务毛利率逐年增加所致。报告期内，公司各大类产品毛利率以及对公司主营业务毛利率的贡献率情况如下：

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率
奶油类	19.30%	45.33%	8.75%	24.01%	46.98%	11.28%
冷冻烘焙食品	53.75%	42.79%	23.00%	46.66%	41.66%	19.44%
水果类	9.56%	29.70%	2.84%	12.13%	32.75%	3.97%
酱料类	7.58%	34.23%	2.60%	6.85%	41.22%	2.82%
其他类	9.81%	36.26%	3.56%	10.35%	36.18%	3.75%

合计	100.00%	40.74%	40.74%	100.00%	41.26%	41.26%
项目	2018 年度			2017 年度		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率
奶油类	26.25%	41.22%	10.82%	28.11%	41.71%	11.73%
冷冻烘焙食品	41.92%	36.39%	15.26%	37.57%	34.51%	12.97%
水果类	13.26%	34.41%	4.56%	16.89%	29.93%	5.05%
酱料类	7.31%	43.81%	3.20%	5.62%	34.02%	1.91%
其他类	11.25%	33.37%	3.76%	11.81%	29.77%	3.52%
合计	100.00%	37.60%	37.60%	100.00%	35.17%	35.17%

2017 年至 2019 年，公司主营业务毛利率逐年上升，主要是各大类产品的毛利率及收入占比变动，致使其对公司的毛利率贡献率逐年变化所致。其中，冷冻烘焙食品在报告期内的销售占比、毛利率均逐年增长，其对公司主营业务毛利率的贡献率亦逐年提高，是公司主营业务毛利率逐年增长的主要驱动因素。2020 年 1-6 月，公司主营业务毛利率与上年保持稳定。

公司产品种类众多，尤其是冷冻烘焙食品、水果制品等均存在较多品类。冷冻烘焙食品分为甜甜圈系列、挞皮类、起酥类、丹麦系列、饼类、蛋糕系列等细分品类；水果制品分为果馅、果泥、果溶等细分品类。而各细分品类下，往往也由几种至几十种不同种品规的产品组成。不同产品的毛利率各异，因此，除产品原材料价格变动因素外，产品结构的变化对公司各大类、各细分类别产品的毛利率也具有较为显著的影响。

1）冷冻烘焙食品毛利率变动分析

报告期内，公司冷冻烘焙食品各细分产品的收入占比、毛利率以及对冷冻烘焙食品的毛利率贡献率情况如下：

冷冻烘焙食品细分产品	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率
甜甜圈系列	22.26%	56.40%	12.56%	25.62%	56.25%	14.41%
挞皮类	32.82%	33.91%	11.13%	30.54%	32.63%	9.97%
起酥类	14.29%	42.30%	6.05%	19.27%	41.88%	8.07%
丹麦系列	16.09%	48.60%	7.82%	7.94%	48.41%	3.84%
饼类	9.40%	33.56%	3.16%	10.50%	31.24%	3.28%
蛋糕系列	4.96%	40.43%	2.00%	5.94%	33.79%	2.01%

其他	0.17%	41.93%	0.07%	0.19%	42.78%	0.08%
合计	**100.00%**	**42.79%**	**42.79%**	**100.00%**	**41.66%**	**41.66%**
冷冻烘焙食品细分产品	**2018 年度**			**2017 年度**		
	收入占比	**毛利率**	**毛利率贡献率**	**收入占比**	**毛利率**	**毛利率贡献率**
甜甜圈系列	25.55%	51.46%	13.15%	19.05%	58.22%	11.09%
挞皮类	33.48%	25.79%	8.63%	40.41%	25.41%	10.27%
起酥类	18.11%	42.17%	7.64%	19.38%	42.13%	8.17%
丹麦系列	8.76%	42.50%	3.72%	8.34%	31.35%	2.61%
饼类	8.72%	28.05%	2.45%	9.48%	21.22%	2.01%
蛋糕系列	5.37%	14.82%	0.80%	3.33%	10.88%	0.36%
其他	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
合计	**100.00%**	**36.39%**	**36.39%**	**100.00%**	**34.51%**	**34.51%**

2018 年，冷冻烘焙食品的毛利率由上年的 34.51%增长至 36.39%。虽然甜甜圈的毛利率有所下降，但其毛利率高于冷冻烘焙食品整体水平，随着甜甜圈收入占冷冻烘焙食品的比例由上年的 19.05%增长至 25.55%，拉高了冷冻烘焙食品的整体毛利率；同时，丹麦产品的毛利率由上年的 31.35%上升至 42.50%，亦拉高了冷冻烘焙食品的整体毛利率。因此，2018 年，冷冻烘焙食品的毛利率较上年有所提升。

2019 年，除起酥产品毛利率较上年略有下降外，公司冷冻烘焙食品各细分产品毛利率均较上年有所增加，致使冷冻烘焙食品整体毛利率较上年增加了 5.27%。

2020 年 1-6 月，因麻薯热销，毛利率较高的丹麦系列产品收入占比增加，拉高了冷冻烘焙食品的毛利率。

冷冻烘焙食品细分产品众多，公司不断推陈出新，且面粉等主要原材料价格波动较小，因此，冷冻烘焙食品各细分产品的毛利率变动，主要是由于其产品内部结构变化导致。报告期内，公司冷冻烘焙食品各细分产品的毛利率变动情况如下：

①甜甜圈毛利率变动分析

报告期内，公司甜甜圈单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	8.45	-3.68%	8.77	-4.23%	9.16	13.39%	8.08
单位人工	0.88	5.51%	0.83	-17.82%	1.02	5.49%	0.96
单位制造费用	1.70	4.44%	1.63	-15.17%	1.92	61.55%	1.19
单位总成本	11.03	-1.82%	11.23	-7.10%	12.09	18.24%	10.23
单位售价	25.30	-1.48%	25.68	3.07%	24.91	1.78%	24.48
毛利率	56.40%	-	56.25%	-	51.46%	-	58.22%

a.2018 年甜甜圈毛利率变动分析

2018 年，甜甜圈毛利率由上年的 58.22%下降至 51.46%，主要系单位成本上升所致。

2018 年甜甜圈单位成本较上年上涨了 1.86 元/KG，上涨幅度达 18.24%，主要是单位直接材料上升及单位制造费用上升所致：①单位直接材料上升了 1.08 元/KG。主要是因改善口感的需要，公司对部分甜甜圈采取了撒防潮糖粉的工艺，增加了防潮糖粉的用量；同时，为使产品口感更加酥软，公司增加了油的用量。故甜甜圈单位直接材料有所上升。②单位制造费用较上年上升了 0.73 元/KG，主要是因为 2018 年为浙江长兴生产基地投产初年，处于产能爬坡阶段，甜甜圈产能利用率仅为 56.48%，产能利用率不高，致使单位产品分摊的固定费用较大。因此，单位制造费用较上年有所上升。

b.2019 年甜甜圈毛利率变动分析

2019 年，甜甜圈毛利率由上年的 51.46%上升至 56.25%，主要系销售单价上升，而单位成本下降所致。

销售单价方面，2019 年，甜甜圈单价上升了 0.77 元/KG，较上年增加了 3.07%，主要是因为 2019 年 4 月增值税率从 16%下调至 13%，而公司未调整产品销售的含税价，故不含税单价有所提升。

单位成本方面，2019 年甜甜圈单位成本较上年下降了 0.86 元/KG，下降幅度为 7.10%，其中，单位材料、单位人工及单位制造费用均有所下降：①单位材料下降了 0.39 元/KG，主要是公司大规模优化了外包装，由一个纸箱加一个泡沫箱优化为一个保温箱，每箱节约了包装成本 4-6 元，致使单位材料成本下降。②

单位人工下降了 0.18 元/KG，单位制造费用下降了 0.29 元/KG，主要原因是浙江长兴生产基地甜甜圈产能利用率由上年的 56.48%增加至 77.65%，单位产品分摊的固定人工、制造费用下降，因此单位人工、单位制造费用下降。

c.2020 年 1-6 月甜甜圈毛利率变动分析

2020 年 1-6 月，甜甜圈毛利率较上年未发生较大变化，其销售单价与单位成本较上年亦保持稳定。其中，原材料防潮糖粉采购价格下降了约 8 元/箱，致使甜甜圈单位直接材料有所下降。而因为增加小包装注馅类甜甜圈以及精装甜甜圈，所需的单位人工及制造费用较高，拉高了甜甜圈的单位人工及单位制造费用，并部分抵消了单位直接材料下降的影响，使得单位成本未发生较大变化。

②挞皮毛利率变动分析

报告期内，公司挞皮单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	8.29	2.77%	8.07	-2.24%	8.25	-5.59%	8.74
单位人工	1.18	-12.30%	1.35	-4.87%	1.41	2.28%	1.38
单位制造费用	1.62	-8.90%	1.78	-20.06%	2.23	30.88%	1.70
单位总成本	11.09	-0.90%	11.19	-5.89%	11.89	0.58%	11.82
单位售价	16.78	1.03%	16.61	3.66%	16.02	1.09%	15.85
毛利率	33.91%	-	32.63%	-	25.79%	-	25.41%

a.2018 年挞皮毛利率变动分析

2018 年，挞皮单价、单位成本均未发生较大变化，因此，毛利率较上年未发生较大变化。

销售单价方面，挞皮售价较上年增加了 0.17 元/KG，变动幅度较小。

单位成本方面，挞皮单位成本较上年增加了 0.07 元/KG，变动不大，但其中，单位材料较上年有所下降，而单位制造费用上升较为明显。①2018 年，挞皮单位材料较上年下降了 0.49 元/KG，主要原因为：2018 年，公司通过研发，用单价较低的无水人造奶油替换了原有单价较高的油类原材料，因无水人造奶油含有

牛油成份，在价格更低的同时，口感更佳，因此，使得公司挞皮中的油类原材料价格降低了 0.34 元/KG。因此，挞皮单位材料较上年有所下降。②2018 年，挞皮单位制造费用较上年上升了 0.53 元/KG，主要是因为浙江长兴生产基地投产初年，产能利用率不高，单位产品分摊的固定费用金额较高所致。

b.2019 年挞皮毛利率变动分析

2019 年，挞皮毛利率由上年的 25.79%增加至 32.63%，主要是挞皮单价上升、单位成本下降所致。

销售单价方面，2019 年公司挞皮单位价格增加了 0.59 元/KG，上涨幅度为 3.66%，主要是 2019 年 4 月增值税率下调，不含税单价有所提升所致。

单位成本方面，2019 年公司挞皮单位成本下降了 0.70 元/KG，其中单位制造费用及单位直接材料均有所下降。①2019 年，挞皮单位制造费用降低了 0.45 元/KG，主要因为浙江长兴生产基地 2019 年挞皮产能利用率有所提高，单位产品分摊的固定费用降低所致。②2019 年，挞皮单位直接材料降低了 0.18 元/KG，主要原因是 2019 年公司改进了包装材料，由一个纸箱加一个泡沫箱优化为一个保温箱，节约了包装成本，故单位直接材料有所降低。

c.2020 年 1-6 月挞皮毛利率变动分析

2020 年 1-6 月，挞皮毛利率、单价、单位成本较上年均未发生较大变化。其中：①因 2020 年上半年猪肉价格上涨，原材料金锣清香猪油采购价格较上年上涨了 44%，致使挞皮的单位材料有所上涨；②公司推出了精装葡挞等新品，并通过线上课程、线下培训等方式对客户进行销售策略等方面的培训，取得较好的效果，2020 年上半年挞皮销量较上年同期增长了 21.27%，拉低了单位人工和单位制造费用。在上述因素综合影响下，挞皮单位成本未发生较大变化。

③起酥类产品毛利率变动分析

报告期内，公司起酥类产品单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	14.43	-1.46%	14.64	10.88%	13.21	9.74%	12.03

单位人工	0.67	-17.53%	0.81	-0.17%	0.81	14.49%	0.71
单位制造费用	0.91	-10.99%	1.02	-8.17%	1.11	27.83%	0.87
单位总成本	16.00	-2.84%	16.47	8.89%	15.12	11.14%	13.61
单位售价	27.73	-2.12%	28.33	8.34%	26.15	11.20%	23.52
毛利率	42.30%	-	41.88%	-	42.17%	-	42.13%

报告期内，起酥类产品毛利率未发生较大变化。2017 年至 2019 年，其销售单价、单位成本均逐年增加；2020 年上半年，其销售单价、单位成本较上年均有所下降。

销售单价方面，2018 年、2019 年，起酥类产品单价较上年分别上升了 2.64 元/KG、2.18 元/KG，主要原因是公司在 2018 年中秋节推出蛋黄酥，受到市场欢迎，并在 2019 年持续热销，销量快速增加。较之其他起酥类产品，蛋黄酥定位较高，单价较高，随着销量的提升，拉高了起酥类产品的整体单价。2020 年 1-6 月，因蛋黄酥销售收入占比较上年略有下降，同时销售单价为 23.82 元/KG 的榴莲酥销售占比由上年的 50.61%上升至 56.26%，拉低了起酥类产品的整体销售单价。

报告期内，蛋黄酥销售单价、销售占比及对起酥类产品单价的影响情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
蛋黄酥销售量占起酥类产品比例	31.68%	33.46%	16.38%	-
蛋黄酥平均单价	39.24	39.23	39.48	-
起酥类产品整体平均单价	27.73	28.33	26.15	23.52

单位成本方面，2018 年、2019 年，公司起酥类产品单位成本较上年分别上升了 1.52 元/KG、1.34 元/KG，主要系其单位直接材料分别较上年上升了 1.17 元/KG、1.44 元/KG 所致。2018 年开始，公司推出蛋黄酥等新品，增加了如蛋黄、乳制品等价格较高的原材料使用量，故起酥类产品单位直接材料逐年上升。

2020 年 1-6 月，因蛋黄酥销量占比略有下降，且成本较低的榴莲酥销量占比增加，致使起酥类产品直接材料、单位人工、单位制造费用较上年均有所下降。

④丹麦系列产品毛利率变动分析

报告期内，公司丹麦系列产品单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	9.13	19.85%	7.62	1.50%	7.51	-6.48%	8.03
单位人工	0.89	8.72%	0.82	-18.91%	1.01	-28.48%	1.41
单位制造费用	1.24	2649%	0.98	-24.93%	1.31	-25.72%	1.76
单位总成本	11.27	19.58%	9.42	-4.12%	9.83	-12.28%	11.20
单位售价	21.92	20.02%	18.26	6.86%	17.09	4.73%	16.32
毛利率	48.60%	-	48.41%	-	42.50%	-	31.35%

a.2018 年丹麦系列产品毛利率变动分析

2018 年，丹麦系列产品毛利率由上年的 31.35%快速增加至 42.50%。系其单价上升而单位成本下降所致。

销售单价方面，丹麦系列产品 2018 年单位价格较上年上升了 0.77 元/KG，主要原因是高单价的金枕面包销量增加所致。金枕面包为沃尔玛旗下的山姆店专供产品，销售单价较高，2018 年，公司金枕面包销量大幅上升，拉高了丹麦系列产品的平均单价，详情如下：

单位：元/KG

项目	2018 年度	2017 年度
金枕面包销售量占丹麦系列产品比例	25.12%	7.48%
金枕面包平均单价	19.71	20.22
丹麦系列产品整体平均单价	17.09	16.32

单位成本方面，2018 年丹麦类单位成本较上年下降了 1.38 元/KG，其中，单位直接材料、单位人工、单位制造费用均有所下降。①2018 年，丹麦系列产品单位直接材料较上年下降了 0.52 元/KG。2017 年，丹麦系列产品中的富士山面包受到市场欢迎，产品销售额占丹麦系列产品整体比例达到 15.30%，2018 年，该产品的消费热度减退，其销售额占丹麦类整体销售额的比例下降至 7.91%。富士山面包的制作需要使用部分单价较高的辅助材料，随着富士山面包销量的减少，丹麦系列产品辅助材料用量降低了 0.77 元/KG。因此，丹麦系列产品的单位直接材料较上年有所下降。②2018 年，丹麦系列产品单位人工较上年下降了 0.40 元/KG，单位制造费用较上年下降了 0.45 元/KG，主要是因为：首先，2017 年，

富士山面包采用半手工工艺制作，生产单位重量富士山面包的工时和制造费用较高，随着 2018 年富士山面包销量下降，丹麦系列产品整体的单位人工、单位制造费用有所下降。其次，2018 年，公司淘汰了如手工披萨等丹麦系列产品中的纯手工的产品，丹麦系列产品分摊的工时和制造费用有所降低。因此，丹麦系列产品单位人工、单位制造费用较上年有所下降。

b.2019 年丹麦系列产品毛利率变动分析

2019 年，丹麦系列产品毛利率由上年的 42.50%增长至 48.41%，系其单价上升而单位成本下降所致。

单价方面，丹麦系列产品 2019 年单位价格较上年上升了 1.17 元/KG，一方面，2019 年增值税率下调，公司产品单价有所上升。另一方面，公司较大力度推广丹麦香肠面包等高单价产品，拉高了丹麦系列产品的整体单价。

单位成本方面，2019 年丹麦类单位成本较上年下降了 0.40 元/KG，其中单位人工下降 0.19 元/KG、单位制造费用下降 0.33 元/KG，主要是因为牛角包等产品产量增加，生产效率提高，单位重量产品分摊的人工、制造费用降低所致。

c.2020 年 1-6 月丹麦系列产品毛利率变动分析

2020 年 1-6 月，丹麦系列产品毛利率较上年未发生较大变化，系其单价上升 20.02%，而同时单位成本亦上升 19.58%所致。

2020 年 1-6 月，丹麦系列产品销售单价、销售成本的上升，主要是新品麻薯的热销所致。公司在 2019 年下半年开发了新品麻薯，该产品因口感、品质较好，成功进入沃尔玛旗下的山姆店，成为热销产品，故麻薯的销量大幅上升，2020 年上半年销售额已达到 2,537.38 万元，占丹麦类产品整体销售额的比重达到 43.83%。麻薯产品原材料价格贵，工艺复杂，其 2020 年上半年单位售价为 28.58 元/KG、单位成本为 14.95 元/KG，均高于丹麦系列产品整体水平，故麻薯的热销拉高了丹麦系列产品的平均销售单价和单位成本。

⑤饼类产品毛利率变动分析

报告期内，公司饼类产品单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	7.78	-6.34%	8.30	3.71%	8.01	2.51%	7.81
单位人工	0.92	-19.56%	1.14	30.80%	0.87	-19.81%	1.09
单位制造费用	1.09	-6.69%	1.17	6.68%	1.09	-17.46%	1.32
单位总成本	9.78	-7.80%	10.61	6.41%	9.97	-2.45%	10.22
单位售价	14.73	-4.57%	15.43	11.35%	13.86	6.81%	12.98
毛利率	33.56%	-	31.24%	-	28.05%	-	21.22%

a.2018 年饼类产品毛利率变动分析

2018 年，饼类产品毛利率由上年的 21.22%上升至 28.05%。系其销售单价上升，而单位成本下降所致。

销售单价方面，2018 年饼类产品销售单价较上年增加了 0.88 元/KG，主要是因为 2017 年为促进饼类产品的销售，进行了较大力度的促销，而 2018 年产品销量稳定，折扣力度减小，因此，饼类产品销售单价有所提升。

单位成本方面，2018 年，饼类产品单位成本较上年下降了 0.25 元/KG,其中单位人工下降了 0.22 元/KG，单位制造费用下降了 0.23 元/KG。其主要原因为 2018 年公司改进了撒粉设备，成型和压饼速度提高，并改进了捡饼流程，由人工捡饼改为自动排盘捡饼，因此，饼类产品生产效率提升，单位人工、单位制造费用较上年有所下降。

b.2019 年饼类产品毛利率变动分析

2019 年，饼类产品毛利率由上年的 28.05%上升至 31.24%，系销售单价的增幅大于单位成本的增幅所致。

销售单价方面，2019 年饼类产品销售单价较上年上升了 1.57 元/KG。一方面，2019 年增值税率下调，其不含税销售单价有所上升；另一方面，2019 年，公司推出新品豆蓉烧及蛋黄莲蓉胚饼，其单价较高，拉高了饼类产品的整体价格，详情如下：

单位：元/KG

项目	销售单价	销售占比
豆蓉烧	18.94	14.80%
蛋黄莲蓉胚饼	41.84	5.49%
饼类整体	15.43	100.00%

单位成本方面，2019 年饼类产品单位成本较上年上升了 0.64 元/KG，其中单位直接材料及单位人工均有所上升。①单位直接材料上升了 0.30 元/KG，主要是因为公司新增了豆蓉烧、蛋黄莲蓉胚饼等产品，红豆、绿豆、蛋黄等馅料使用量增加。2019 年饼类产品的馅料类用量较 2018 年增加了 360.16 吨，馅料原材料成本增加了 220.90 万元，因此，2019 年，饼类产品单位直接材料有所增加。②2019 年，饼类产品单位人工上升了 0.27 元/KG，主要是因为豆蓉烧产品体积小，包装难度大，需要消耗较多的人工，随着 2019 年豆蓉烧产量增加，拉高了饼类产品的单位人工。

c.2020 年 1-6 月饼类产品毛利率变动分析

2020 年 1-6 月，公司饼类产品毛利率较上年略有增长，增幅为 2.32%，主要是因为其销售单价下降了 4.57%，同时单位成本下降 7.80%所致。

2020 年 1-6 月，公司饼类产品销售单价、单位成本有所下降，主要是因为上年阶段性热销产品豆蓉烧、蛋黄莲蓉胚饼在 2020 年上半年销量下降，豆蓉烧销售金额占比由上年的 14.80%下降至 7.07%，蛋黄莲蓉胚饼销售金额占比由上年的 5.49%下降至 0.29%。因此，公司饼类产品销售单价、单位成本较上年有所下降。

⑥蛋糕系列产品毛利率变动分析

报告期内，公司蛋糕系列产品单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	17.38	-6.61%	18.61	3.76%	17.93	42.92%	12.55
单位人工	3.38	-20.47%	4.25	-24.10%	5.61	27.72%	4.39
单位制造费用	3.82	-10.62%	4.27	-41.31%	7.27	31.45%	5.53
单位总成本	24.58	-9.41%	27.13	-11.95%	30.81	37.13%	22.47
单位售价	41.25	0.68%	40.98	13.29%	36.17	43.48%	25.21
毛利率	40.43%	-	33.79%	-	14.82%	-	10.88%

a.2018 年蛋糕系列产品毛利率变动分析

2018 年，蛋糕系列产品毛利率由上年的 10.88%上升至 14.82%，系单位售价上升幅度高于单位成本所致。

销售单价方面，2018 年，公司蛋糕系列产品单价较上年增加了 10.96 元/KG，上涨幅度为 43.48%，主要原因是公司推出慕斯蛋糕等产品。慕斯蛋糕口感好，属于蛋糕系列当中的高端产品，因此单价高于普通蛋糕，2018 年，慕斯蛋糕销售额占蛋糕总销售额的比例大幅上升，拉高了蛋糕系列产品的单价，详情如下：

单位：元/KG

项目	2018 年度	2017 年度
销售重量占蛋糕系列产品比例	24.23%	5.23%
慕斯蛋糕平均单价	39.20	40.51
蛋糕系列产品整体平均单价	36.17	25.21

单位成本方面，2018 年，公司蛋糕系列产品单位成本较上年增加了 8.34 元/KG，涨幅为 37.13%，其中单位直接材料上升了 5.39 元/KG，单位人工上升了 1.22 元/KG，单位制造费用上升了 1.74 元/KG。2018 年，蛋糕系列产品升级，其中慕斯蛋糕、乳酪蛋糕等高端产品需要使用乳制品等价格较高的原材料，且制造工艺复杂，单位产品需要耗费的工时多，随着慕斯蛋糕、乳酪蛋糕的产量在 2018 年大幅上升，致使 2018 年蛋糕系列产品的单位直接材料、单位人工、单位制造费用均较上年大幅上升。

b.2019 年蛋糕系列产品毛利率变动分析

2019 年，蛋糕系列产品毛利率由上年的 14.82%大幅上升至 33.79%，主要是因为其单位售价上升而单位成本下降所致。

销售单价方面，2019 年公司蛋糕系列产品单价较上年增加了 4.81 元/KG，涨幅为 13.29%，主要原因是：公司蛋糕类产品对沃尔玛销售价格低于对经销商的价格。2019 年，因为沃尔玛对蛋糕类产品的采购政策调整，公司蛋糕系列产品对沃尔玛的销售额降低了 773.40 万元，降幅达 54.32%，而同时对经销商的销售金额有所增长。随着经销商销售占比的增加，公司蛋糕类产品的销售单价亦有所提升。

单位成本方面，2019 年，公司蛋糕系列产品单位成本较上年下降了 3.68 元/KG，下降幅度为 11.95%，主要是因为单位人工下降了 1.35 元/KG，单位制造费用下降了 3.00 元/KG。蛋糕系列产品系公司于 2017 年底推出的新产品，有别于

公司传统的冷冻烘焙食品大多为半成品，蛋糕系列产品为成品，解冻后即可直接食用，因此对生产工艺要求较高，且无法与其他产品共线生产。为此，公司投资了专门的蛋糕生产线进行生产，在投产前期，因生产工艺处于逐步迭代更新的过程中，单位人工、单位制造费用较大。2019 年，随着蛋糕系列产品的生产工艺逐渐成熟，生产效率提高，其单位人工、单位制造费有所下降。

c.2020 年 1-6 月蛋糕系列产品毛利率变动分析

2020 年 1-6 月，公司蛋糕系列产品毛利率较上年增长了 6.63%，主要是因为其销售单价保持稳定，而单位成本较上年下降了 9.41%所致。

2020 年 1-6 月，蛋糕系列产品成本较上年下降 9.41%，主要是因为：①随着蛋糕产量增加，工艺越来越成熟，经过改进，减少了部分辅助材料的用量，致使单位材料成本下降了 1.23 元/KG；②改进了生产设备，部分手工工艺改为自动化生产，致使单位人工、单位制造费用下降了 0.87 元/KG、0.45 元/KG。

2）奶油类产品毛利率变动分析

报告期内，公司奶油类产品各细分产品的收入占比、毛利率以及对奶油类产品的毛利率贡献率情况如下：

奶油类产品	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率
含乳脂植脂奶油	65.06%	52.99%	34.47%	62.89%	53.67%	33.75%
植脂奶油	21.72%	47.98%	10.42%	25.01%	51.91%	12.98%
稀奶油	13.22%	3.29%	0.43%	12.10%	2.03%	0.25%
合计	**100.00%**	**45.33%**	**45.33%**	**100.00%**	**46.98%**	**46.98%**
奶油类产品	**2018 年度**			**2017 年度**		
	收入占比	**毛利率**	**毛利率贡献率**	**收入占比**	**毛利率**	**毛利率贡献率**
含乳脂植脂奶油	54.21%	50.14%	27.18%	47.27%	47.13%	22.28%
植脂奶油	32.67%	42.30%	13.82%	44.88%	41.77%	18.74%
稀奶油	13.13%	1.74%	0.23%	7.85%	8.80%	0.69%
合计	**100.00%**	**41.22%**	**41.22%**	**100.00%**	**41.71%**	**41.71%**

2018 年，含乳脂植脂奶油、植脂奶油毛利率较上年均有所上升，但因毛利率较低的稀奶油销量上升，且毛利率下降较多，抵消了含乳脂植脂奶油、植脂奶油毛利率的上升。因此，2018 年公司奶油类产品的毛利率较上年未发生较大变动。

2019 年，公司含乳脂植脂奶油、植脂奶油毛利率较上年有所上升，而稀奶油毛利率及销售占比未发生较大变化，故 2019 年奶油类产品毛利率较上年提升了 5.76%。

2020 年 1-6 月，公司植脂奶油毛利率较上年有所下降，致使奶油类产品整体毛利率较上年有所下降。

报告期内，公司奶油类产品各细分品类的毛利率变动一方面是由于其单位价格有所提升，另一方面，受油脂、乳制品等原材料价格波动影响较为明显。

①含乳脂植脂奶油产品毛利率变动分析

报告期内，公司含乳脂植脂奶油单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	5.73	-1.43%	5.81	-6.89%	6.24	-6.00%	6.64
单位人工	0.14	8.63%	0.13	61.76%	0.08	-30.31%	0.11
单位制造费用	0.48	49.61%	0.32	70.77%	0.19	-10.64%	0.21
单位总成本	6.34	1.38%	6.26	-3.84%	6.51	-6.54%	6.96
单位售价	13.50	-0.09%	13.51	3.49%	13.05	-0.90%	13.17
毛利率	52.99%	-	53.67%	-	50.14%	-	47.13%

a.2018 年含乳脂植脂奶油毛利率变动分析

2018 年，含乳脂植脂奶油毛利率由上年的 47.13%上升至 50.14%，主要系其单位成本下降所致。

2018 年公司含乳脂植脂奶油单位成本较上年下降了 0.45 元/KG，其中单位直接材料、单位人工、单位制造费用均有所下降。①2018 年，含乳脂植脂奶油单位直接材料较上年下降了 0.40 元/KG，主要原因是 2018 年，含乳脂植脂奶油的主要原材料油脂价格较上年下降了 1.76 元/KG，乳制品价格较上年下降了 5.19 元/KG，因此，含乳脂植脂奶油的单位材料成本有所下降。②2018 年，含乳脂植脂奶油单位人工、单位制造费用较上年分别下降了 0.03 元/KG、0.02 元/KG，主要是因为 2018 年产量上升，单位产量分摊的人工、制造费用降低所致。

b.2019 年含乳脂植脂奶油毛利率变动分析

2019 年，含乳脂植脂奶油毛利率由上年的 50.14%上升至 53.67%，系其单价上升，单位成本下降所致。

销售单价方面，2019 年，公司含乳脂植脂奶油平均单价较上年增长了 0.46 元/KG，增长幅度为 3.49%，主要是 2019 年 4 月增值税率下调所致。

单位成本方面，2019 年公司含乳脂植脂奶油单位成本较上年下降了 0.25 元/KG，其中，单位直接材料下降了 0.43 元/KG，而单位制造费用上升了 0.13 元/KG。①单位直接材料下降了 0.43 元/KG，主要原因是 2019 年含乳脂植脂奶油的主要原材料油脂及乳制品价格较上年有分别下降了 1.91 元/KG、3.45 元/KG，致使含乳脂植脂奶油的单位材料成本有所下降。②单位制造费用上升了 0.13 元/KG，主要原因是：首先，含乳脂植脂奶油主要由增城生产基地生产，2019 年，增城生产基地停产检修 2 个月，产量下降，分摊的制造费用增加。其次，2019 年增城生产基地巧克力生产线搬迁至佛山三水生产基地，巧克力产量下降 45%，致使含乳脂植脂奶油分摊的固定费用有所增加。因此，2019 年含乳脂植脂奶油的单位制造费用较上年有所上升。

c.2020 年 1-6 月含乳脂植脂奶油毛利率变动分析

2020 年 1-6 月，含乳脂植脂奶油毛利率与上年相比略有下降，主要是因为受到疫情影响，含乳脂植脂奶油销售量较上年同期下降了 16.75%，致使其单位人工、单位制造费用较上年有所上升。

②植脂奶油产品毛利率变动分析

报告期内，公司植脂奶油单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	3.95	0.32%	3.93	-15.51%	4.66	-5.15%	4.91
单位人工	0.07	15.13%	0.06	29.52%	0.05	-14.00%	0.06
单位制造费用	0.27	42.76%	0.19	6.29%	0.18	15.58%	0.16
单位总成本	4.29	2.48%	4.19	-14.26%	4.88	-4.62%	5.12

单位售价	8.25	-5.27%	8.71	2.88%	8.47	-3.74%	8.79
毛利率	47.98%	-	51.91%	-	42.30%	-	41.77%

a.2018 年植脂奶油毛利率变动分析

2018 年，植脂奶油毛利率由上年的 41.77%上升至 42.30%，主要系其销售单价下降幅度低于单位成本下降幅度所致。

销售单价方面，2018 年，公司植脂奶油平均单价较上年下降了 0.32 元/KG，下降幅度为 3.74%。主要原因是植脂奶油整体属于中低端品类，2018 年，公司部分客户使用含乳脂植脂奶油替代植脂奶油，致使植脂奶油当中高单价产品销量下降，拉低了植脂奶油平均单价。

单位成本方面，2018 年公司植脂奶油单位成本较上年下降了 0.24 元/KG，下降幅度为 4.62%，主要原因是 2018 年油脂价格较上年下降了 1.76 元/KG，致使植脂奶油的单位直接材料有所下降。

b.2019 年植脂奶油毛利率变动分析

2019 年，植脂奶油毛利率由上年的 42.30%上升至 51.91%，系其销售单价上升，而单位成本下降所致。

销售单价方面，2019 年，公司植脂奶油平均单价较上年上升了 0.24 元/KG，上涨幅度为 2.88%，主要是因为 2019 年 4 月下调增值税率所致。

单位成本方面，2019 年公司植脂奶油单位成本较上年下降了 0.69 元/KG，主要是单位直接材料下降 0.73 元/KG 所致。2019 年，油脂价格较上年下降了 1.91 元/KG，因此，植脂奶油的单位直接材料有所下降。

c.2020 年 1-6 月植脂奶油毛利率变动分析

2020 年 1-6 月，公司植脂奶油毛利率较上年下降了 3.93%，主要是因为其销售单价下降，而单位成本略有上升所致。

销售单价方面，2020 年 1-6 月，公司植脂奶油平均单价较上年下降了 0.46 元/KG，下降幅度为 5.27%，主要是因为受疫情影响，公司对植脂奶油中价格较低的几款产品进行了折扣促销，一方面，促销的折扣影响了植脂奶油平均单价，另一方面，促销使得植脂奶油中低单价的产品销售占比上升，亦拉低了植脂奶油平均单价。

单位成本方面，2020 年 1-6 月，公司植脂奶油单位成本较上年上升了 0.10

元/KG，主要是因为 2020 年上半年，受疫情影响，公司植脂奶油销量较上年同期下降了 32.86%，致使其单位人工及单位制造费用较上年有所上升。

③稀奶油毛利率变动分析

公司稀奶油为外购产品，因此，不存在人工及制造费用。报告期内，稀奶油单位售价、单位成本变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	25.49	-1.35%	25.83	1.16%	25.54	15.10%	22.19
单位人工	-	-	-	-	-	-	-
单位制造费用	-	-	-	-	-	-	-
单位总成本	25.49	-1.35%	25.83	1.16%	25.54	15.10%	22.19
单位售价	26.35	-0.07%	26.37	1.45%	25.99	6.83%	24.33
毛利率	3.29%	-	2.03%	-	1.74%	-	8.80%

2018 年，公司稀奶油毛利率由上年的 8.80%下降至 1.74%。稀奶油为公司外购产品，其生产厂商因奶源等原因对公司提价，采购价格上升了 15.10%，而下游销售价格上涨幅度不及采购成本增幅。因此，2018 年，公司稀奶油毛利率有所下降。

2019 年和 2020 年 1-6 月，公司稀奶油销售价格、采购成本均未发生较大变化。

3）水果制品毛利率变动分析

报告期内，公司水果制品各细分产品的收入占比、毛利率以及对水果制品的毛利率贡献率情况如下：

水果制品	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率
果馅	43.24%	26.81%	11.59%	45.50%	27.48%	12.50%
果泥	38.33%	22.13%	8.48%	36.51%	30.77%	11.23%
果溶	16.12%	56.26%	9.07%	14.13%	56.43%	7.97%
其他	2.31%	23.91%	0.55%	3.86%	26.93%	1.04%
合计	**100.00%**	**29.70%**	**29.70%**	**100.00%**	**32.75%**	**32.75%**

水果制品	2018 年度			2017 年度		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率
果馅	46.34%	29.14%	13.51%	51.19%	29.03%	14.86%
果泥	30.27%	27.92%	8.45%	26.31%	22.35%	5.88%
果溶	18.62%	57.43%	10.69%	16.82%	54.68%	9.20%
其他	4.77%	36.93%	1.76%	5.69%	-0.16%	-0.01%
合计	**100.00%**	**34.41%**	**34.41%**	**100.00%**	**29.93%**	**29.93%**

报告期内，公司水果制品主要细分产品为果馅、果泥、果溶。

2018 年，水果制品毛利率较上年增加了 4.48%，主要是因为 2018 年，果泥、果溶毛利率及收入占比均有所增长，使得水果制品的整体毛利率有所提高。

2019 年，水果制品毛利率较上年下降了 1.66%。一方面，果泥毛利率及占比较上年有所上升，而毛利率较高的果溶的销售占比下降，抵消了果泥毛利率上升的影响。因此，水果制品毛利率较上年有所下降。

2020 年 1-6 月，水果制品毛利率较上年下降了 3.05%，主要是果泥的毛利率下降所致。

①果馅毛利率变动分析

报告期内，公司果馅单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	8.87	-3.30%	9.17	0.77%	9.10	-3.40%	9.42
单位人工	0.50	-24.45%	0.66	27.38%	0.52	-11.26%	0.59
单位制造费用	1.82	-11.73%	2.06	2.22%	2.02	11.59%	1.81
单位总成本	11.19	-5.94%	11.89	2.21%	11.64	-1.49%	11.81
单位售价	15.28	-6.80%	16.40	-0.14%	16.42	-1.33%	16.64
毛利率	26.81%	-	27.48%	-	29.14%	-	29.03%

报告期内，公司果馅的毛利率变动较小。2019 年，果馅的毛利率由上年的 29.14%略下降至 27.48%，主要是因为 2019 年主要负责生产水果制品的佛山三水生产基地生产人员扩充了大约 40 人，致使果馅单位人工上涨。

2020 年 1-6 月，果馅的毛利率较上年略有下降，系其单位售价下降了 6.80%，而单位成本亦下降了 5.94%所致。2020 年 1-6 月，果馅单位售价下降，主要是因为公司推出了价格较低的果馅新品“爱护”系列产品，拉低了果馅的整体单位售价。此外，受新冠疫情影响，公司对果馅亦开展了促销活动，亦使得果馅的整体单位售价有所下降。2020 年 1-6 月，果馅单位成本下降，一方面是因为原材料芒果的采购价格有所下降；另一方面，是因为新品“爱护”系列产品单位材料成本亦较低，随着其销量增加，拉低了果馅的单位材料成本；此外，公司增加了对供应商产品的要求，从而减少了公司挑拣水果的时间，致使单位人工和单位制造费用有所下降。

②果泥产品毛利率变动分析

报告期内，公司果泥单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	7.77	-1.46%	7.89	-4.63%	8.27	-2.78%	8.51
单位人工	0.66	49.61%	0.44	39.55%	0.31	-13.16%	0.36
单位制造费用	2.29	66.18%	1.38	14.39%	1.21	9.62%	1.10
单位总成本	10.72	10.45%	9.71	-0.87%	9.79	-1.79%	9.97
单位售价	13.77	-1.80%	14.02	3.22%	13.59	5.80%	12.84
毛利率	22.13%	-	30.77%	-	27.92%	-	22.35%

a.2018 年果泥毛利率变动情况

2018 年，公司果泥的毛利率由上年的 22.35%上升至 27.92%，主要是其销售单价上升所致。

2018 年，果泥的销售单价上升了 0.74 元/KG，上涨幅度为 5.80%，主要是因为 2017 年 12 月，公司根据市场情况，将各款果泥的销售价格上调 3%-10%，因此果泥的整体销售单价有所上升。

2018 年，果泥单位成本较上年略有下降，其中，单位直接材料有所下降，单位人工下降，而单位制造费用有所上升。①2018 年，果泥单位直接材料下降了 0.24 元/KG，主要是因为公司通过研发，改进了果泥的配方，在不影响口感的

情况下，用果糖代替价格较高的白砂糖，致使单位直接材料有所降低；②单位人工下降了 0.05 元/KG，主要是因为水果制品产量上升，分摊的单位人工下降所致。③2018 年，果泥单位制造费用较上年上升了 0.11 元/KG，主要原因是水果制品主要生产基地佛山三水生产基地新建污水处理设施，折旧费用、污水处理费用上升 266.74 万元。因此，果泥单位制造费用较上年有所上升。

b.2019 年果泥毛利率变动情况

2019 年，公司果泥的毛利率由上年的 27.92%上升至 30.77%，主要系其销售单价上升所致。

销售单价方面，2019 年公司果泥销售单价较上年增加了 0.44 元/KG，增加幅度为 3.22%，主要是受到 2019 年增值税率下调的影响。

销售成本方面，2019 年，公司果泥单位成本较上年减少了 0.08 元/KG，变动幅度不大，其中，单位直接材料下降，而单位人工、单位制造费用上升，抵消了单位直接材料下降的影响。①2019 年，单位直接材料降低了 0.38 元/KG，主要是因为公司改进配方，在不影响口感的情况下，用果糖代替价格较高的白砂糖所致。②2019 年，单位人工增加了 0.13 元/KG，主要是因为 2019 年佛山三水生产基地生产人员扩充了大约 40 人，拉高了果泥的单位人工。③2019 年，果泥单位制造费用增加了 0.17 元/KG，主要是因为三水厂区改造完成，库位增加，能耗较上年增加 132.49 万元；2019 年，因厂区改造完成，转入固定资产，且 2019 年对外仓、车间进行了装修，致使折旧及摊销增加了 130.36 万元；此外，2019 年产线零星保养维修增加，增加了 112.73 万元。因此，果泥的单位制造费用较上年有所增加。

c.2020 年 1-6 月果泥毛利率变动情况

2020 年 1-6 月，公司果泥的毛利率由上年的 30.77%下降至 22.13%，系其单位成本较上年上涨了 10.45%所致。2020 年 1-6 月，果泥单位成本较上年上涨了 1.01 元/KG，主要是因为：①2020 年为加强质量管控，增加了对果泥生产装置中的弯管进行拆洗的流程，增加了果泥产品的单位工时；②为减轻机器负荷，2019 年底对果泥投料从每批 1.2 吨调到每批 1 吨，亦增加了单位制造费用；③受疫情影响，果泥的产量较上年同期亦下降了 22.46%。因此，其单位制造费用及单位人工、单位制造费用分别增加了 0.22 元/KG、0.91 元/KG，导致其单位成本较上

年有所上升。

③果溶毛利率变动分析

报告期内，公司果溶单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	15.78	9.63%	14.39	1.78%	14.14	-11.88%	16.04
单位人工	0.61	-29.18%	0.86	36.23%	0.63	-13.21%	0.72
单位制造费用	2.25	-14.98%	2.65	8.58%	2.44	9.80%	2.22
单位总成本	18.64	4.13%	17.90	4.01%	17.21	-9.39%	18.99
单位售价	42.61	3.73%	41.08	1.64%	40.42	-3.54%	41.90
毛利率	56.26%	-	56.43%	-	57.43%	-	54.68%

2017 年至 2019 年，果溶的销售价格保持稳定，其毛利率分别为 54.68%、57.43%、56.43%，其毛利率的变化主要由单位成本波动导致。

2018 年，公司果溶单位成本较上年下降了 1.78 元/KG，其中，果溶单位直接材料下降 1.90 元/KG，单位人工下降 0.09 元/KG,单位制造费用上升 0.22 元/KG。①2018 年，果溶单位直接材料下降 1.90 元/KG，主要是因为 2018 年果溶的原材料芒果浆及蓝莓果的采购单价较上年有所下降；此外，草莓果溶的产量上升，原材料草莓的价格较芒果浆及蓝莓果低，也拉低了果溶的原材料成本。因此，2018 年，公司果溶直接材料有所下降。②单位人工较上年下降了 0.09 元/KG，主要是因为公司水果制品产量上升，分摊的平均人工有所下降所致。③单位制造费用上升了 0.22 元/KG,主要是因为佛山三水生产基地新建污水处理设施，致使折旧费用、污水处理费用上升 266.74 万元，分摊至果溶的单位制造费用增加。

2019 年，公司果溶单位成本较上年上升了 0.69 元/KG，主要是果溶单位直接材料、单位人工、单位制造费用均略有上升所致。①2019 年，公司果溶单位直接材料上升了 0.25 元/KG，上升幅度不大；②2019 年，果溶单位人工上升了 0.23 元/KG，主要是因为 2019 年佛山三水生产基地生产人员扩充所致；③2019

年，果溶单位制造费用上升了 0.21 元/KG，主要是三水生产基地的能耗费用、折旧及摊销以及零星保养维修费用增加所致。

2020 年 1-6 月，公司果溶毛利率与上年保持稳定，系其单位售价与单位成本均有所上升所致。2020 年 1-6 月，果溶单位售价较上年增加了 3.73%，主要是因为树莓果溶产品品质提升，售价有所提高所致。2020 年 1-6 月，果溶单位成本较上年增加了 4.13%，主要是因为公司为增强产品品质，对原材料树莓增加了破碎后的过滤工艺，原材料用量增加，使得单位直接材料有所增加；此外，因公司增加了对供应商的要求，减少了公司对挑拣水果的时间，使得单位人工和单位制造费用有所下降，部分抵消了单位直接材料上升的影响。因此，果溶单位成本较上年有所增加。

4）酱料类产品毛利率变动分析

报告期内，公司酱料类产品单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	5.65	0.69%	5.61	1.47%	5.53	-14.32%	6.45
单位人工	0.46	17.08%	0.39	21.15%	0.33	18.28%	0.28
单位制造费用	1.07	98.21%	0.54	16.18%	0.46	16.03%	0.40
单位总成本	7.18	9.70%	6.55	3.57%	6.32	-11.36%	7.13
单位售价	10.92	-1.96%	11.14	-0.99%	11.25	4.09%	10.81
毛利率	34.23%	-	41.22%	-	43.81%	-	34.02%

a.2018 年酱料类产品毛利率变动情况

2018 年，公司酱料类产品毛利率较 2017 年提升了 9.79 个百分点，主要是其单价上升，而单位成本下降所致。

销售单价方面，公司 2018 年酱料产品的平均单价上升了 0.44 元/KG，上涨了 4.09%，主要是因为公司 2018 年推出新品可丝达酱，受到市场欢迎，2018 年，可丝达酱的平均单价为 14.68 元/KG，其销售占比达到 17.25%，拉高了酱料类产品的平均单价。

单位成本方面，公司 2018 年酱料产品的平均成本下降了 0.81 元/KG，其中，单位直接材料下降了 0.92 元/KG。2018 年，酱料用油脂的采购价格由上年的 6.21 元/KG 下降至 5.58 元/KG；酱料用糖的采购价格由上年的 4.69 元/KG 下降至 4.16 元/KG；2018 年，公司酱料产品包装材料不再采用全彩色纸箱，改为通版纸箱加标签的包装形式，因此纸箱价格亦下降了 1.58 元/个，下降幅度达 27.09%。因此，公司酱料类产品单位直接材料较上年有所下降。

b.2019 年酱料类产品毛利率变动情况

2019 年，公司酱料类产品毛利率较 2018 年下降了 2.59 个百分点，主要系其单位成本略有上升所致。

2019 年，公司单位成本上升了 0.23 元/KG，其中单位人工、单位制造费用均略有上升，分别较上年上升了 0.07 元/KG、0.08 元/KG，增长幅度不大，主要原因是 2019 年，公司提高了酱料生产员工及生产管理人员的伙食福利。因此，酱料类产品单位人工、单位制造费用较上年略有上升。

c.2020 年 1-6 月酱料类产品毛利率变动情况

2020 年 1-6 月，公司酱料类产品毛利率较上年下降了 6.99 个百分点，主要是因为其单位成本上升 9.70%所致。2020 年初，浙江生产基地酱料产线投产，2020 年上半年因疫情、试生产等原因，产量较低，致使酱料类产品的单位制造费用较上年上升了 0.53 元/KG，因此，2020 年 1-6 月，公司酱料类产品单位成本较上年有所上升。

5、经销、直销、零售模式下公司产品毛利率情况及分析

报告期内，公司不同销售模式下，产品毛利率情况如下：

产品大类	销售模式	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
冷冻烘焙食品	经销	40.63%	40.85%	35.60%	34.23%
	直销	46.80%	44.45%	39.16%	35.54%
	零售	68.84%	30.39%	-	42.81%
冷冻烘焙食品合计		**42.79%**	**41.66%**	**36.39%**	**34.51%**
奶油类	经销	47.44%	49.03%	43.03%	42.77%
	直销	24.16%	28.28%	27.01%	34.27%
	零售	25.95%	29.63%	-1.09%	-76.04%
奶油类合计		**45.33%**	**46.98%**	**41.22%**	**41.71%**

水果类	经销	28.02%	31.39%	31.84%	28.63%
	直销	38.49%	39.39%	45.37%	35.30%
	零售	43.52%	47.62%	46.68%	44.41%
水果类合计		**29.70%**	**32.75%**	**34.41%**	**29.93%**
酱料	经销	34.58%	41.08%	43.63%	34.41%
	直销	30.28%	43.26%	46.17%	30.19%
	零售	-	-	-	-
酱料合计		**34.23%**	**41.22%**	**43.81%**	**34.02%**

（1）冷冻烘焙食品不同销售模式下的毛利率分析

1）不同销售模式下毛利率的差异比较

报告期内，冷冻烘焙食品基本通过经销、直销两种渠道进行销售。通常情况下，经销商需要向下游继续销售，需要给予其一定的价格空间，故一般情况下，直销客户的产品毛利率略高于经销客户。

2）不同销售模式下冷冻烘焙食品毛利率变动情况

随着公司冷冻烘焙食品整体毛利率的逐年上升，其在经销、直销模式下的毛利率均逐年上升。冷冻烘焙食品毛利率变动原因详见本节之“十、盈利能力分析”之“（四）主营业务毛利及毛利率分析”之“4、各类细分产品毛利率及公司综合毛利率变动的原因”之“1）冷冻烘焙食品毛利率变动分析”。

零售不是公司的主要销售模式，冷冻烘焙食品的零售主要是公司在电商渠道上的市场尝试，因此，销售的产品种类不多且不固定，金额也不大。2017 年，通过零售模式销售的冷冻烘焙食品主要是在电商渠道销售的丹麦系列、起酥类产品，上述产品毛利率高于冷冻烘焙食品整体水平，详情参见本节之“十、盈利能力分析”之“（四）主营业务毛利及毛利率分析”之“4、各类细分产品毛利率及公司综合毛利率变动的原因”之“1）冷冻烘焙食品毛利率变动分析”。因此，2017 年，冷冻烘焙食品零售模式下毛利率高于经销、直销模式。2018 年，公司未通过电商渠道销售冷冻烘焙食品。2019 年，通过电商渠道销售的冷冻烘焙食品主要为挞皮，挞皮因产品成熟，工艺简单，市场竞争度程度高，单品毛利率低于冷冻烘焙食品整体毛利率，因此，2019 年，冷冻烘焙食品零售模式下毛利率低于经销、直销模式。2020 年上半年，公司冷冻烘焙食品零售模式下毛利率较高，主要是因为经过 2019 年的试销，电商渠道下的挞皮等销量逐步稳定，公司

对线上产品的定价有所提高所致。

（2）奶油类产品不同销售模式下的毛利率分析

1）不同销售模式下毛利率的差异比较

报告期内，奶油类产品直销模式毛利率低于经销模式。稀奶油为公司外购产品，毛利率远低于自制产品，且稀奶油的主要销售对象为北京味多美、幸福西饼等规模较大的直销客户，因此，稀奶油在直销模式下的销量较高，拉低了直销模式下奶油类产品的毛利率。

公司零售模式下销售的奶油类产品主要是电商平台销售的稀奶油，其因配送难度较大，销量较低，且电商销售促销活动较多，对毛利率影响较大。因此，奶油类产品在零售模式下的毛利率波动较大。

报告期内，直销、经销、零售模式下，稀奶油的销量占奶油类产品比例情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销	4.35%	3.84%	4.16%	2.07%
直销	31.56%	28.36%	24.00%	16.99%
零售	100.00%	91.69%	100.00%	100.00%

2）不同销售模式下奶油类产品毛利率变动情况

报告期内，经销模式是公司奶油产品的主要销售方式，随着奶油类产品毛利率逐年上升，奶油类产品在经销模式下的毛利率亦逐年上升。奶油类产品毛利率变动情况详见本节之“十、盈利能力分析”之“（四）主营业务毛利及毛利率分析”之“4、各类细分产品毛利率及公司综合毛利率变动的原因”之“2）奶油类产品毛利率变动分析”。

报告期内，奶油类产品在直销模式下的毛利率逐年降低，主要是因为直销模式下，稀奶油销量占比逐年增加，致使直销模式下的奶油类产品毛利率逐年降低。

报告期内，公司零售模式下销售的奶油类产品主要为稀奶油。2017 年，公司开始尝试在网上销售稀奶油产品，为打开市场，采取了较大的促销力度，因此，其毛利率较低。随着消费者对其认可度逐渐增加，公司促销力度逐年放缓，零售模式下奶油类产品销售毛利率逐年上升。

（3）水果制品不同销售模式下的毛利率分析

1）不同销售模式下毛利率的差异比较

报告期内，公司水果制品直销模式下的毛利率高于经销模式，主要是直销模式与经销模式下的产品结构差异所致。果溶为公司水果制品中的高端产品，毛利率较高，果溶的销售占比变化，对水果制品的毛利率变动有着较为明显的影响。公司果溶的主要销售客户为幸福西饼，系公司直销客户，因此果溶在直销模式下的销量占比高于经销模式，致使水果制品在直销模式下毛利率高于经销模式，详情如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
直销模式下果溶销售重量占水果制品比例	19.31%	19.00%	26.06%	17.28%
经销模式下果溶销售重量占水果制品比例	5.11%	4.23%	4.60%	4.34%
果溶毛利率	56.26%	56.43%	57.43%	54.68%
水果制品毛利率	29.70%	32.75%	34.41%	29.93%
水果制品经销模式毛利率	28.02%	31.39%	31.84%	28.63%
水果制品直销模式毛利率	38.49%	39.39%	45.37%	35.30%

2）不同销售模式下水果制品毛利率变动情况

报告期内，公司水果制品主要通过经销模式销售，因此水果制品毛利率在经销模式下变动趋势与水果制品整体毛利率变动趋势一致，水果制品毛利率变动情况详见本节之“十、盈利能力分析”之“（四）主营业务毛利及毛利率分析”之“4、各类细分产品毛利率及公司综合毛利率变动的原因”之“3）水果制品毛利率变动分析”。

报告期内，水果制品直销模式毛利率变动与果溶的销售量占比有关。2018 年，因直销客户幸福西饼对果溶采购量增加，致使直销模式下果溶销售重量占水果制品比例增加，拉高了直销模式下水果制品的毛利率；2019 年，随着幸福西饼采购量下降，直销模式下果溶销售重量占水果制品比例下降，直销模式下水果制品的毛利率亦有所下降。

报告期内，公司通过零售销售的水果制品主要为果泥，其采用常温储存，运输方便，是公司线上销售的主要产品。线上销售直接面向终端消费者，价格高于批发价，因此水果制品零售模式的毛利率较高。同时，随着 2017 年至 2019 年果泥单位成本的降低，水果制品在零售模式下的毛利率逐年上升；2020 年上半年，果泥单位成本上升，水果制品在零售模式下的毛利率较上年有所下降。

（4）酱料类产品不同销售模式下的毛利率分析

1）不同销售模式下毛利率的差异比较

2017 年，肉松小贝产品在市场中热销，公司开发了肉松小贝专用沙拉酱产品。因开发初期，使用了价格较高的油脂，成本较高，因此肉松小贝专用沙拉酱毛利率较低，仅为 21.55%。2017 年，肉松小贝专用沙拉酱主要销售给直销客户，拉低了酱料类产品直销模式的毛利率。因此，2017 年，酱料类产品直销模式的毛利率低于经销模式。

公司酱料类产品分渠道定价，不同渠道的价格有所不同。2018 年、2019 年，直销客户的毛利率略高于经销模式，主要是让利经销商，其销售价格略低于直销客户所致。

2020 年 1-6 月，酱料类产品直销模式的毛利率低于经销模式，主要是因为 2020 年，受生猪价格影响，肉松的采购价格较上年上涨了一倍，致使主要销售给直销客户的肉松小贝专用沙拉酱成本上升，毛利率下降至 23.96%，拉低了公司酱料类产品直销客户毛利率。

2）不同销售模式下酱料类产品毛利率变动情况

酱料类产品主要销售模式为经销，酱料类产品经销模式的毛利率随着酱料类产品整体毛利率变动趋势而变动，酱料类产品毛利率变动情况详见本节之“十、盈利能力分析”之“（四）主营业务毛利及毛利率分析”之“4、各类细分产品毛利率及公司综合毛利率变动的原因”之“4）酱料类产品毛利率变动分析”。

直销模式下，酱料类 2018 年毛利率上升较快，主要是因为随着公司对肉松小贝专用沙拉酱产品的生产技术已趋于成熟，不再使用较贵的油脂，生产成本降低，毛利率上升至正常水平。2019 年，随着酱料类产品整体毛利率的下降，其直销模式下毛利率亦略有下降。

6、同行业毛利率对比

（1）公司毛利率与同行业可比公司的对比情况

报告期内，同行业各可比公司的主营业务毛利率情况如下表：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海融科技	53.03%	52.44%	51.09%	50.95%
南侨股份	-	-	-	34.19%
桃李面包	42.38%	39.57%	39.68%	37.70%
麦趣尔	27.53%	31.64%	36.65%	43.25%

元祖股份	61.98%	63.56%	64.81%	66.33%
平均值	**46.23%**	**46.80%**	**48.06%**	**46.48%**
公司	**40.74%**	**41.26%**	**37.60%**	**35.17%**

资料来源：上述同行业公司中，海融科技和南侨股份主营业务为烘焙食品原料生产，IPO拟上市公司，资料来源于其招股说明书；桃李面包、麦趣尔和元祖股份主营业务为烘焙食品生产，为上市公司，资料来源于其定期报告，下同。

烘焙食品行业品类众多，产业链条长，不同企业所专注的产品，所服务的客户，所采取的经营模式不尽相同，进而造成不同企业之间的综合毛利率存在一定的差异。上述同行业公司中，从细分产品来看，公司与海融科技、南桥股份在奶油类产品、冷冻烘焙食品、水果制品三类产品中存在同类产品。详情如下：

公司名称	主营业务及产品结构	与公司可比性	是否比较
海融科技	主营植脂奶油、巧克力、果酱等烘焙食品原料生产与销售，2019年植脂奶油销售收入占比91.14%，巧克力收入占比4.46%，果酱收入占比3.55%	海融科技的含乳脂植脂奶油、植脂奶油、水果制品与公司存在同类产品	是
南侨股份	主营烘焙油脂相关制品的生产与销售，2017年烘焙应用油脂收入占比69.36%，奶油收入占比13.85%，进口品收入占比13.63%、冷冻烘焙食品收入占比2.65%	南侨股份奶油类产品包括淡奶油和冷冻烘焙食品，与公司存在同类产品	是
桃李面包	主营面包及糕点为核心的烘焙类食品生产与销售，2019年面包及糕点收入占比97.84%,月饼收入占比1.87%，粽子收入占比0.19%	桃李面包主要产品为预包装食品，与公司不存在同类产品，不具可比性	否
麦趣尔	以乳制品、烘焙食品制造、分销及烘焙连锁门店为核心业态，并辅以节日食品、冷冻饮品等产品的研发、加工与销售，2019年乳制品收入占比37.92%，烘焙食品收入占比39.88%，节日食品收入占比12.87%	麦趣尔的烘焙制品主要以生日蛋糕、西点、现烤面包、月饼等产品为主，而公司在烘焙制品方面主要以冷冻半成品为主，因此麦趣尔与公司不存在同类产品，不具可比性	否
元祖股份	主营各类烘焙食品的生产与销售，2019年蛋糕收入28.85%，月饼礼盒收入占比40.64%，中西糕点收入占比25.29%，水果收入占比3.13%	元祖股份主要以蛋糕、月饼等产品为主，而公司在烘焙制品方面主要以冷冻半成品为主，因此元祖股份与公司不存在同类产品，不具可比性	否

虽然同行业可比公司毛利率平均值为 46.48%、48.06%、46.80%和 46.23%，存在明显波动，但各家公司之间毛利率差异较大，且报告期内的变动趋势也呈明显分化，均与同行业平均值不一致。这与各公司产品结构、销售模式和经营策略存在差异相关。

海融科技与公司均主营烘焙食品原料，包括奶油、水果制品等产品，以经销为主，产品结构和销售模式与公司具有相似性，且近年来发展较为迅速，营业收入、净利润均逐年增加，且随着含乳脂植脂奶油销售占比的逐年上升，其毛利率亦呈上升趋势，与公司毛利率上升的趋势一致。

南侨股份未披露 2018 年后的经营数据，无法判断其毛利率变动趋势。

桃李面包主要经营预包装面包，并以直销模式进行销售，主要客户为便利店和商超。近年来，随着其产品品类和销售网络的扩张，桃李面包收入增长较快，2018 年、2019 年，桃李面包营业收入增长率分别达到 18.47%、16.77%，其毛利率呈上升趋势，与公司毛利率上升的趋势一致。

麦趣尔主要从事烘焙食品和乳制品的生产销售，并以连锁烘焙门店模式进行销售，故其毛利率较高。但由于其近年来经营业绩不佳，麦趣尔一方面为迎合消费者需求，使用了更好的原材料；另一方面其退货率较高，退货成本增加，导致报告期内麦趣尔的毛利率逐年下降。

元祖股份主要通过连锁烘焙门店经营高端蛋糕、月饼礼盒等烘焙食品，故其毛利率最高，远高于公司和同行业平均水平。近年来，由于高端烘焙市场竞争激烈和其产品结构调整，报告期内元祖股份毛利率略呈下降趋势。

报告期内，公司毛利率呈增长趋势，主要是因为：一是公司推出的多款高毛利率的新品，包括甜甜圈、含乳脂植脂奶油等受到市场肯定，收入占比持续上升，拉高了公司整体的毛利率；二是油脂、乳制品等烘焙食品原料的部分原材料价格下降，使得公司含乳脂植脂奶油、植脂奶油的毛利率均有所上升；三是我国两次下调增值税率，尤其在 2019 年将增值税率由 16%下调至 13%，对公司毛利率具有一定的拉动作用。

综上所述，公司毛利率呈现增长趋势，与近年来同样快速发展的海融科技、桃李面包的毛利率增长趋势一致，体现了公司良好的经营能力，与其他可比公司毛利率变动趋势不一致具有合理性。

（2）毛利率增长趋势是否可持续

2020 年 1-6 月，公司毛利率与上年相比保持稳定。公司毛利率与原材料价格、产品结构具有一定的关联性，公司将不断推出新产品，并控制原材料成本，整体毛利率将维持在一个合理的区间。

（3）与同行业公司同类产品的对比

1）与南侨股份的同类产品对比

公司与南侨股份主要在奶油类产品、冷冻烘焙食品方面存在同类产品。南侨股份可以与公司进行对比的仅有 2017 年数据，其对比情况如下：

单位：元/KG

项目	奶油类产品		冷冻烘焙食品	
	南侨股份	立高食品	南侨股份	立高食品
单位价格	20.35	11.09	25.00	18.10
单位成本	13.01	6.47	17.10	11.85
毛利率	36.06%	41.71%	31.30%	34.51%

公司与南侨股份在销售模式方面不存在较大差异，均以经销为主，直销为辅。在采购模式方面与南侨股份亦不存在重大差异。因此两者同类产品在单价、单位成本、毛利率的差异系两者产品差异所致。

公司奶油类产品的单位价格、单位成本均小于南侨股份，主要是因为南侨股份奶油类产品为淡奶油产品，而公司主要为植脂奶油（包括含乳脂或纯植脂奶油），淡奶油产品定位高于植脂奶油，因此在单位价格、单位成本方面高于公司奶油类产品。毛利率方面，南侨股份奶油类产品略低于公司，但不存在重大差异。

冷冻烘焙食品品种众多，不同品种的价格、成本均会有所差异，南侨股份未公开披露其具体产品的单位价格及单位成本情况，因此其冷冻烘焙食品单位价格与单位成本无法与公司对比。但整体毛利率方面，南侨股份冷冻烘焙产品毛利率与公司不存在重大差异。

2）与海融科技的同类产品对比

公司与海融科技主要在奶油类产品、水果制品方面存在同类产品。其对比情况如下：

单位：元/KG

年度	项目	含乳脂植脂奶油	植脂奶油	水果制品

		海融科技	立高食品	海融科技	立高食品	海融科技	立高食品
2017 年	单位价格	13.53	13.17	9.52	8.79	20.29	16.40
	单位成本	5.70	6.96	4.83	5.12	10.88	11.49
	毛利率	57.90%	47.13%	49.24%	41.77%	46.37%	29.93%
2018 年	单位价格	13.87	13.05	9.90	8.47	21.01	16.93
	单位成本	5.85	6.51	4.91	4.88	12.06	11.11
	毛利率	57.86%	50.14%	50.36%	42.30%	42.62%	34.41%
2019 年	单位价格	14.72	13.51	9.88	8.71	21.35	16.61
	单位成本	5.92	6.26	4.94	4.19	12.47	11.17
	毛利率	59.77%	53.67%	50.06%	51.91%	41.59%	32.75%

公司与海融科技在销售模式方面不存在较大差异，均以经销为主，直销为辅。在采购模式方面与海融科技亦不存在重大差异。

公司含乳脂植脂奶油、植脂奶油类产品的销售价格与海融科技不存在较大差异，但在单位成本方面的趋势不一致。报告期内，公司奶油类产品的单位成本逐年下降，与油脂、乳制品等原材料价格变动趋势一致。海融科技的奶油类产品的单位成本逐年上升，但海融科技未披露其单位成本逐年上升的原因，因此无法比较两者趋势不一致的原因。

水果制品类型丰富，不同公司的产品存在一定的差异，公司水果制品包括了果泥、果馅、果溶等类别，海融科技的水果制品为果酱，同时，水果制品的原料为多种水果，成本与不同水果品种和采购时点的价格有关。因此，公司与海融科技的水果制品在单位价格、单位成本及毛利率方面存在一定的差异。

综上所述，公司与同行业可比公司的同类产品毛利率存在差异具有合理性。

（五）期间费用分析

报告期内，公司期间费用及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售费用	11,985.11	30,841.16	27,903.98	19,834.28
占收入比重	**17.89%**	**19.47%**	**21.24%**	**20.75%**
管理费用	3,727.05	7,095.34	9,827.85	4,172.50
占收入比重	**5.56%**	**4.48%**	**7.48%**	**4.36%**

研发费用	2,069.89	4,150.52	3,610.62	2,958.78
占收入比重	**3.09%**	**2.62%**	**2.75%**	**3.09%**
财务费用	53.99	228.18	264.59	431.92
占收入比重	**0.08%**	**0.14%**	**0.20%**	**0.45%**
期间费用合计	17,836.04	42,315.20	41,607.04	27,397.48
占收入比重	**26.62%**	**26.72%**	**31.68%**	**28.66%**

报告期内，公司期间费用随着收入规模的增长而同步增长。2018 年期间费用占收入比重较 2017 年增幅较大，主要是因 2018 年公司对员工实施股权激励，计提相关股份支付费用 3,665.22 万元。剔除该部分影响，公司报告期内期间费用率为 28.66%、28.89%、26.72%、26.62%。

1、销售费用分析

（1）销售费用的构成情况

报告期内，公司销售费用明细表如下：

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
职工薪酬	4,678.69	39.04%	11,331.72	36.74%	10,081.37	36.13%	6,832.36	34.45%
运输费	3,512.65	29.31%	8,879.94	28.79%	7,980.11	28.60%	6,133.86	30.93%
差旅费	1,341.79	11.20%	4,020.95	13.04%	3,812.14	13.66%	2,814.69	14.19%
业务推广费	579.62	4.84%	2,245.32	7.28%	1,889.16	6.77%	1,313.10	6.62%
仓储费	867.97	7.24%	1,904.01	6.17%	1,983.44	7.11%	1,272.18	6.41%
业务招待费	192.89	1.61%	488.90	1.59%	443.69	1.59%	283.92	1.43%
广告宣传费	131.97	1.10%	401.31	1.30%	248.43	0.89%	172.34	0.87%
咨询服务费	199.91	1.67%	418.05	1.36%	469.80	1.68%	380.06	1.92%
会议及培训费	84.91	0.71%	380.67	1.23%	339.45	1.22%	105.71	0.53%
办公费	164.04	1.37%	325.48	1.06%	243.31	0.87%	206.99	1.04%
租赁费	152.85	1.28%	305.84	0.99%	298.95	1.07%	256.12	1.29%
折旧及摊销	74.50	0.62%	131.42	0.43%	110.83	0.40%	62.51	0.32%
其他	3.32	0.03%	7.55	0.02%	3.29	0.01%	0.45	0.00%
合计	**11,985.11**	**100.00%**	**30,841.16**	**100.00%**	**27,903.98**	**100.00%**	**19,834.28**	**100.00%**

报告期内，公司销售费用分别为 19,834.28 万元、27,903.98 万元、30,841.16

万元和 11,985.11 万元，占同期营业收入的比重分别为 20.75%、21.24%、19.47%和 17.89%。报告期内，公司销售费用主要包括职工薪酬、运输费、差旅费、仓储费、业务推广费等，上述费用合计占销售费用的比重分别为 92.60%、92.27%、92.03%和 91.63%。

1）销售职工薪酬

报告期内，公司销售费用中的职工薪酬逐年上升，分别为 6,832.36 万元、10,081.37 万元、11,331.72 万元和 4,678.69 万元，金额逐年上升，占营业收入的比例分别为 7.15%、7.68%、7.16%和 6.98%，与收入增长基本保持稳定。

2017 年至 2019 年，公司销售费用中的职工薪酬逐年上升，分别为 6,832.36 万元、10,081.37 万元和 11,331.72 万元。上升的主要是因为：①销售人员人数不断增加。随着公司生产和销售规模的不断扩大，公司销售人员数量逐年增加，由 2017 年底的 725 人增长至 2019 年底的 889 人。2018 年底公司销售人员增加较快，比 2017 年底增加 101 人，主要原因是 2018 年公司在浙江长兴的生产基地建成投产，为匹配产能的扩大，公司当年相应增加了销售人员数量。2019 年公司总体产能增长小于 2018 年，为此新增销售人员数量少于 2018 年。②销售人员薪酬逐年提升。公司销售人员薪酬与销售业绩挂钩，随着近年来公司业绩的不断提升，公司销售人员的薪酬也在逐年提升。2017 年至 2019 年，公司销售人员人均薪酬分别为 9.42 万元/年、12.21 万元/年、12.75 万元/年。受疫情影响，2020 年上半年公司销售人员有所减少，销售人员薪酬总额为 4,678.69 万元。

2）差旅费

差旅费核算的主要系销售人员发生的差旅费。

报告期内，公司销售人员的差旅费用分别为 2,814.69 万元、3,812.14 万元、4,020.95 万元、1,341.79 万元，占营业收入的比例分别为 2.94%、2.90%、2.54%、2.00%，2017 年及 2018 年基本保持稳定，2019 年略有下降，2020 年上半年，因疫情影响，公司销售人员出差频次下降，因此差旅费占销售费用比重有所下降。

销售人员承担着客户开发、技术支持、市场维护、渠道管理等多项职责，业务人员往往需要较多的出差以维护客户关系，解决客户问题，结合公司客户地域分布较为分散的特点，公司差旅费支出较大。

2018 年，公司差旅费较上年增加了 35.44%，与营业收入的增长率 37.39%接

近；2019 年，公司差旅费较上年同期增加了 5.48%，低于收入的增长率 20.58%。2018 年和 2019 年差旅费增长率波动的主要原因是：①2018 年，随着公司产能扩大以及销售区域的扩大，公司销售人员增加 101 人，导致 2018 年的差旅费增长较快，而 2019 年公司新增销售人员 63 人，因此，差旅费同比增幅收窄。②2019 年，公司加强了驻地化管理。公司奶油、水果制品等烘焙原材料的本地化销售团队数量从 2018 年的 118 个增加至 2019 年的 132 个，冷冻烘焙食品业务也对区域进一步细分，将原来负责 2-3 个区域的销售人员调整至只负责具体一个销售区域，减少了单个销售人员的跨区域出差次数，有效节约了差旅费。

3）运输费

①整体情况

报告期内，公司运输费用金额分别为 6,133.86 万元、7,980.11 万元、8,879.94 万元和 3,512.65 万元，逐年增加；占营业收入的占比分别为 6.42%、6.08%、5.61%和 5.24%，逐年降低。

公司的主要产品运输大多需要全程冷链管理。运输方面，除短线运输采用自建物流车队外，对于长距离运输，公司委托专业的第三方冷链物流公司。随着公司销售收入的快速增长，公司运输费用随之增长。

②公司物流费用与可比公司对比情况

公司产品较多需要冷链运输，且客户分布全国，运输距离较长，因此公司较多选择第三方物流公司进行运输。同行业可比公司中，海融科技、南侨股份、桃李面包、麦趣尔、元祖股份均选择第三方物流公司进行运输，但未披露自有车辆及第三方物流的运输费用比例，根据上述可比公司的招股说明书，其第三方物流公司运输情况如下：

公司	第三方物流公司运输情况
海融科技	产品运输均由第三方物流公司负责将产品运送至客户指定地点
南侨股份	使用第三方物流，但具体比例未披露
桃李面包	以委托第三方物流公司为主，自身组建运输车队为辅的物流模式
麦趣尔	采用自建运输车队与委托第三方物流公司相结合的物流模式
元祖股份	大部分产品由第三方物流公司冷链运输至各门店

公司运输费用占营业收入比重与可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
南侨股份	未披露	未披露	未披露	3.84%
海融科技	5.18%	5.94%	5.64%	5.39%
元祖股份	4.47%	3.53%	3.59%	3.42%
桃李面包	12.04%	12.56%	12.03%	10.56%
麦趣尔	5.48%	2.50%	2.17%	1.33%
可比公司平均	**6.79%**	**6.13%**	**5.86%**	**4.91%**
立高食品	**5.24%**	**5.61%**	**6.08%**	**6.42%**

报告期内，公司运输费用占销售收入比重与海融科技较为接近，高于麦趣尔（除 2020 年 1-6 月因麦趣尔运输费用较上年同期大幅上升而不具可比性）、南侨股份以及元祖股份，低于桃李面包。与可比公司平均水平不存在较大差异。

③自有物流与外购第三方物流实际发生的费用金额、占运输费用的比例

报告期内，公司主要物流模式为自有运输及第三方物流运输。针对烘焙食品原料，对于广东省内区域，公司一般通过自有车辆配送，配送半径覆盖约 300 公里；广东省外的区域则主要通过第三方物流公司进行配送。针对冷冻烘焙食品，公司自有车辆主要负责厂区及各地仓库至客户处的物流，对于厂区至各仓库间的干线运输，以及少量偏远地区客户的配送则由第三方物流公司负责。公司承担产品销售的配送费。

报告期内，公司运输费用详情如下：

单位：万元

运费明细	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
外部车辆	3,221.31	91.71%	8,102.30	91.24%	7,262.37	91.01%	5,653.71	92.17%
自有车辆	222.69	6.34%	624.81	7.04%	602.86	7.55%	422.73	6.89%
搬运、装卸等其他费用	68.65	1.95%	152.84	1.72%	114.88	1.44%	57.43	0.94%
合计	**3,512.65**	**100.00%**	**8,879.94**	**100.00%**	**7,980.11**	**100.00%**	**6,133.86**	**100.00%**

报告期内，公司外部车辆、自有车辆运输费用占运输费用比例保持稳定。公司运输费用主要为外部车辆运费，其占比均超过 90%。

④自有物流与外购第三方物流的单位成本比较

报告期内，公司自有物流与第三方物流单位成本比较情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
第三方物流	0.88	0.90	0.90	0.88
自有物流	0.19	0.21	0.21	0.22
公司整体物流单位成本	0.73	0.74	0.72	0.74

报告期内，公司第三方物流及自有物流单位运输成本保持稳定，未发生较大变化。

公司第三方物流成本高于自有车辆成本，一方面是因为自有物流运输费仅包括过路费、油费等费用，整体费用较低；另一方面是因为自有车辆配送距离较近，第三方物流配送距离远所致。

⑤运费与发行人营业收入的匹配关系

公司的运费与营业收入之间没有直接的对应关系，而与销售重量和运输重量的关系更为直接。报告期内，公司运费、销售量、运输量之间的匹配情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售量（吨）	39,953.10	96,871.50	86,037.13	67,301.02
单位运输成本（元/KG）	0.73	0.74	0.72	0.74
运输量（吨）	47,970.83	119,914.64	110,106.58	83,241.17
运输费（万元）	3,512.65	8,879.94	7,980.11	6,133.86
运输量/销售量	1.20	1.24	1.28	1.24

报告期内，公司单位运输成本分别为 0.74 元/KG、0.72 元/KG、0.74 元/KG 和 0.73 元/KG，保持稳定。

公司产品存在转运的情况，因此，运输量高于销售量，报告期内，运输量与销售量的比例分别为 1.24、1.28、1.24、1.20。2018 年，运输量与销售量的比例略高，主要原因是 2018 年年末，公司对奶油等产品做了较大规模的备货，备货产品生产完成后，即转运至外仓存储，但未在当年销售，致使当年运输量较高。

因此，公司销量及运量具有匹配性。⑥运输费用承担方式

根据公司与客户签订的协议，公司产品的运输费用均由公司承担，报告期内未发生变化。

⑦报告期内发行人主要物流合作方情况，双方的合作历史，有关运输费用的约定条款，双方合作协议的有效期，主要权利义务的约定情况，是否与发行人存在关联关系

a.发行人主要物流合作方情况及双方的合作历史

报告期内，公司主要物流合作方情况如下：

物流公司名称	法定代表人	注册资本	成立日期	企业公示的地址	股东信息	董事、监事及高级管理人员
广州鑫赟冷冻运输有限公司	邓傣木	500万元	2005/7/7	广州市白云区太和镇石湖村石湖沙坑涌路201号华邦物流园A2栋2201-2208号（自主申报）	艾球明：58%； 艾美仙：15%； 艾燕华：10%； 艾九兴：10%； 邓傣木：5%； 艾剑华：2%	邓傣木：执行董事兼总经理； 艾剑华：监事
广州荣庆物流供应链有限公司	张玉庆	2,000万元	2011/10/8	广州市黄埔区方达路6号B-1栋304	希杰荣庆物流供应链有限公司：100%；	张玉庆：执行董事兼总经理； 宋家左：监事
广东中北物流有限公司	边小艳	518万元	2005/7/20	广东省广州市白云区太和镇谢家庄村第八经济合作社自编1号首层共17栋广州锦邦货运市场C1区1333号	边小艳：90% 宋伟：10%	边小艳：执行董事 宋伟：监事
广州顺信供应链管理有限公司	陈锐槐	1,000万元	2007/2/5	广州市南沙区黄阁镇沙仔村沙中下街114号223房（仅限办公）	广州顺信物流发展有限公司：100%	陈锐槐：执行董事兼总经理； 蔡烨：监事
江西永源物流有限公司	刘红梅	100万元	2017/3/16	江西省吉安市吉水县城龙华南大道141号	刘红梅：51%； 肖乐宝：49%	刘红梅：执行董事兼总经理； 田仁华：监事
江苏爱鲜行物流有限公司	谢立忠	1,000万元	2016/2/6	南京市建邺区奥体大街69号新城科技大厦1栋15层	爱鲜行南京供应链管理有限公司：100%	谢立忠：执行董事兼总经理； 周静：监事

广州敏和运输有限公司	丘志堂	500万元	2013/04/27	广州市从化鳌头镇前进中路3号第4幢自编313房	丘志堂：33%；李峻：33%；谭学坚：33%	丘志堂：执行董事兼总经理；谭学坚：监事

公司主要第三方物流供应商均于2017年以前与公司开始合作，报告期内合作关系稳定。

b.有关运输费用的约定条款，双方合作协议的有效期，主要权利义务的约定情况

一般情况下，公司与主要第三方物流供应商每年签署一次年度协议，有效期一年。

有关运输费用，双方按照零担物流及包车物流两种方式分别约定，分地区、按体积、重量等方式分别报价，通过报价单的方式附于合同附件。

公司与第三方物流供应商协议的主要条款及约定的权利义务情况如下：

“乙方（即运输公司）提供的运输车辆必须为冷冻车辆，且必须证照齐全，车况符合食品安全卫生需求；全程采用冷链运输；

乙方在运输过程中，必须保证货物数量、质量、包装完好无损。

按自然月进行结算，……，甲方（即立高食品）在收到乙方发票后，一周内以银行转账的方式支付给乙方。

甲方有权要求乙方按照合同规定的时间、地点及运输路线把货物运输到目的地，交付指定的收货人。

乙方不按要求提交客户签收单、退货单、盘点表的，甲方有权暂停支付乙方运输费用，直到提交齐全单据为止。

在运输和装卸过程中造成的货物或其他包装的破损、玷污，或其他一起货物本身及其外观、包装等损坏的，由乙方承担甲方全部经济损失。”

c.与公司关联关系情况

公司主要物流合作方与公司均不存在关联关系。

⑧报告期内发行人主要物流公司的变动情况，报告期内运输批次、运输重量

公司前五大主要物流公司运输费用、运输重量、运输批次情况如下表所示：

单位：万元、吨

2020年1-6月

序号	物流公司名称	金额	占比	运输重量	运输批次
1	广州鑫赟冷冻运输有限公司	1,367.60	42.45%	14,323.19	339
2	江西永源物流有限公司	216.98	6.74%	2,185.59	94
3	广州敏和运输有限公司	198.20	6.15%	1,630.02	155
4	江苏爱鲜行物流有限公司	162.74	5.05%	723.03	106
5	广州荣庆物流供应链有限公司	132.08	4.10%	1,976.54	92
小计		**2,077.60**	**64.50%**	**20,838.38**	**786**

2019 年度

序号	物流公司名称	金额	占比	运输重量	运输批次
1	广州鑫赟冷冻运输有限公司	3,856.70	47.60%	34,728.81	1,648
2	江西永源物流有限公司	549.12	6.78%	8,393.08	249
3	江苏爱鲜行物流有限公司	462.41	5.71%	448.19	96
4	广州荣庆物流供应链有限公司	445.61	5.50%	8,095.37	245
5	广州敏和运输有限公司	369.29	4.56%	2,889.38	607
小计		**5,683.14**	**70.14%**	**54,554.83**	**2,845**

2018 年度

序号	物流公司名称	金额	占比	运输重量	运输批次
1	广州鑫赟冷冻运输有限公司	3,682.95	50.71%	30,857.07	1,146
2	江西永源物流有限公司	431.41	5.94%	6,794.20	264
3	广州荣庆物流供应链有限公司	353.48	4.87%	6,399.68	228
4	广东中北物流有限公司	348.10	4.79%	2,899.99	180
5	江苏爱鲜行物流有限公司	340.76	4.69%	674.15	192
小计		**5,156.70**	**71.01%**	**47,625.09**	**2,010**

2017 年度

序号	物流公司名称	金额	占比	运输重量	运输批次
1	广州鑫赟冷冻运输有限公司	3,061.42	54.15%	25,771.88	646
2	江西永源物流有限公司	445.57	7.88%	6,732.88	253
3	广州荣庆物流供应链有限公司	385.82	6.82%	6,857.57	238
4	广东中北物流有限公司	382.92	6.77%	3,009.94	158
5	广州顺信供应链管理有限公司	272.87	4.83%	3,974.96	127
小计		**4,548.60**	**80.45%**	**46,347.23**	**1,422**

注：上述前五大物流供应商为同一控制下合并数据，下同。

报告期内公司主要物流公司未发生较大变动。

江苏爱鲜行物流有限公司主要开展商超客户配送业务。2018 年，随着公司商超客户销量增加，与其合作加深，其进入公司前五大物流供应商。2019 年，其开展了跨区域配送，运输距离增加，因此，虽然其运输重量降低，但运输费用有所增加。而广州顺信供应链管理有限公司在 2018 年运输费为 233.84 万元，较上年略有下降，为公司第七大物流供应商，虽然退出前五大物流供应商，但合作关系稳定，仍然为公司主要物流供应商。

报告期内，广州敏和运输有限公司均为公司物流供应商。2019 年，公司与广州敏和运输有限公司运输合作加深，新增了海南等区域的运输业务，其运输费增加，进入公司前五大物流供应商。而广东中北物流有限公司因未在公司 2019 年物流供应商招标时中标，在 2019 年退出公司前五大物流供应商之列。

⑨发行人对第三方物流公司的控制措施，报告期是否存在因运输环节产生质量问题或其他纠纷的情况

报告期内，公司严格管控物流环节，对物流公司采取了较为严格的全品类产品防控措施，主要如下：

A、严格审查第三方车辆准入，保证运输公司产品的车辆合法合规、安全；

B、外包装纸箱采取韧度和强度较好的牛皮纸，减少流通环节产生的破损；

C、装货前对运输车辆进行检查，保证车厢干净，无异味，具有防火、防水、防鼠、防虫等工具及设施，完全符合食品装载和运输存储要求；

D、在装卸搬运环节，通过配备专业化的装卸搬运机械减少破损。例如，叉车、传输带、夹抱机等可以有效减少由于人工野蛮装卸作业对货物造成的损害；

E、每月都会对签约物流供应商进行月度 KPI 考核，对存在的问题进行整改；

F、由物流公司造成的质量问题全部由物流公司赔偿。

公司较多产品需要冷冻条件下运输，对于冷链产品，公司采取更为严格的特殊防控措施。公司建立了以“易流监控系统”为基础建立冷链管控中心（该系统支持报警微信推送），要求运输车辆必须安装固定式温度记录仪或者便携式温度记录仪，专人全程跟踪冷链仓储+运输的温度变化，发现异常马上处理，减少甚至杜绝冷链品质量问题。此外，公司要求冷链运输车辆加装保温门帘、侧门和隔温板等工具及操作硬件，要求冷链产品装卸货过程中快速装卸，部分产品托盘运输，缩短装卸时间。

通过上述措施，报告期内不存在因运输环节产生质量问题或其他纠纷的情况。

⑩分区域第三方物流的运输量、运输费用金额及运输单价及分析

根据公司与客户的约定，公司承担运费，对第三方物流公司运费的支付方式为银行转账。

公司各区域第三方物流运量、销量匹配关系如下：

单位：吨、万元、元/KG

年度	项目	华东区	华北区	西南区	华中区	东北区	华南区	西北区	合计
2020年1-6月	销量	11,401.27	3,448.60	3,356.17	3,703.78	1,637.83	14,452.48	1,952.97	39,953.10
	运量	12,206.55	4,149.04	4,017.14	3,964.05	2,756.83	7,458.99	1,953.79	36,506.39
	运费	967.30	452.39	453.59	355.60	285.94	470.71	235.78	3,221.31
	单位运输成本	0.79	1.09	1.13	0.90	1.04	0.63	1.21	0.88
2019年度	销量	29,419.76	10,339.62	8,904.79	10,939.78	5,022.41	27,345.53	4,899.62	96,871.50
	运量	32,009.25	10,805.69	10,252.82	10,358.08	8,325.62	12,111.28	5,677.07	89,539.81
	运费	2,600.54	1,169.45	1,145.59	911.32	832.86	753.66	688.89	8,102.30
	单位运输成本	0.81	1.08	1.12	0.88	1.00	0.62	1.21	0.90
2018年度	销量	25,968.41	9,136.11	7,353.82	9,641.68	4,847.26	24,254.32	4,835.53	86,037.13
	运量	28,442.11	10,181.16	8,733.33	10,010.64	7,625.01	10,568.82	5,513.50	81,074.57
	运费	2,197.90	1,072.69	975.73	853.48	802.33	680.18	680.05	7,262.37
	单位运输成本	0.77	1.05	1.12	0.85	1.05	0.64	1.23	0.90
2017年度	销量	19,604.49	7,568.42	5,644.09	7,245.91	4,157.07	18,497.63	4,583.41	67,301.02
	运量	20,738.20	8,639.46	5,902.65	9,466.26	5,901.79	8,018.86	5,521.85	64,189.07
	运费	1,609.51	837.72	632.29	800.40	600.86	487.33	685.61	5,653.71
	单位运输成本	0.78	0.97	1.07	0.85	1.02	0.61	1.24	0.88

报告期内，华南区的销量大幅高于第三方物流的运输量，主要是因为广东省内以自有车辆运输为主所致。因存在产品移库等情况，一般情况下，公司第三方物流的运量略大于销量。2019 年，华中区的销量略大于其第三方物流的运量，主要是因为华中区部分客户离广东较近，公司选择以自有车辆送货所致。东北区因奶油类产品通过海运转运至中转仓，再运至东北其他城市，因此转运的量较大，运输量明显大于其销量。因此，公司各区域的第三方物流运量及销量具有匹配性。

报告期内，公司各区域运费单价较为稳定。公司生产基地位于华南、华东，且主要位于华南，因此，在华南区域，公司运输距离最短，因此运输单价最低；在华东、华中区域，与公司生产基地距离相对较近，因此运输单价较华南稍高。华北、西南、西北区域，距离公司距离较远，其运输单价高于华东、华中区域。而东北区域因部分产品采取较为便宜的海运转运至中转仓，再配送至客户，因此虽然运输距离大于华北，但运输单价与华北较为接近。因此，总体看来，公司第三方物流的运输单价与运输距离成较强相关性，第三方物流的运费单价公允。

4）仓储费

①仓储费的变动情况

仓储费核算的主要系存放公司存货而租用外仓的仓储服务费和租金。报告期内，公司仓储费分别为 1,272.18 万元、1,983.44 万元、1,904.01 万元和 867.97 万元，占营业收入的占比分别为 1.33%、1.51%、1.20%和 1.30%。

2018 年，公司仓储费用占营业收入比重有所上升，主要原因是：一方面，随着公司奶油、冷冻烘焙食品等产品产量均有所上升，导致外仓仓储费用增加；另一方面，三水生产基地进行冻库改造，较多产品存放至外仓，致使仓储费用增加。

2019 年，公司仓储费用较上年有所下降，主要原因是：2018 年，受自有仓库存储能力的影响，并且三水生产基地对冻库进行改造，公司在广州、佛山的各生产基地的产成品部分需要发送至广州郊区的外仓集中存储，并由外仓向客户发货。2019 年，随着公司佛山三水生产基地冻库改造完成，相应减少了在外仓储存的存货量，自有仓库直接发货的数量增加；同时，由于公司产品销售畅旺，并加强了存货周转速度的管控，自有仓库发货能力增强。因此，公司 2019 年外仓中转发货数量较上年同期有所减少，节约了仓储费用。

2020 年上半年，公司仓储费占营业收入比重较上年未发生较大变化。

②销售费用中仓储费的确定依据及定价公允性

为缩短对客户需求的反应速度，提高配送效率，除利用自有仓库外，公司还在主要销售区域租赁仓库或与仓储服务公司建立合作，由其提供货物的仓储服务。

公司销售费用中的仓储费以仓储服务费为主，根据服务内容一般分为储置费、装卸费和冷藏费等。具体费用的计算标准分为两类，一类为固定费用，约定每月的费用总额，如停车费、单证费等，另一类为浮动费用，通常根据所管理的存货数量或重量*单位管理存货结算标准计算费用总额。除此之外，还有少量的仓库租赁费，根据租赁的面积，支付固定的租赁费用。

公司的产品为食品，尤其部分产品为冷冻产品，需要冷冻恒温管理，因此，仓库的冷冻设施以及仓储服务商的服务水平是公司遴选仓库和仓储服务商的重要考量因素。在相关仓库和仓储服务商满足上述条件的范围内，公司会根据所需的仓储服务内容和仓库容量对服务商和仓库进行询价比对。报告期内，公司主要仓库的仓储费计算标准与该仓库服务商向第三方提供服务标准对比如下表所示：

仓库地址	服务商	计费标准	服务商对第三方服务的计费标准
广州市白云区沙太北华邦路 1 号广州华邦物流园内仓库	广州鑫赟冷冻运输有限公司	处置费：小件 1.5 元/箱，大件 2.7 元/件（托盘尺寸 1*1.2*0.15M，货架高度 1.6-1.8M）;每月最后一天期末库存数减去盘点前 8 天的进货数量，超期仓储费小件每件加收 1 元，超期仓储费大件每件加收 1.8 元/月；另加打冷费 10,000 元/月，停车费 200 元/月/台，办公室租赁费 2,000 元/月，司机宿舍租赁费用：2,000 元/月；非鑫赟发货搬运费 0.6 元/箱，加班费 0.15 元/箱	服务商为第三方客户提供的计费标准为：处置费：1.小件 1.4-1.5 元/箱，大件 2.6-2.75 元/件;2.每月最后一天期末库存数减去盘点前 8 天的进货数量，超期仓储费小件每件加收 0.9-1.1 元，超期仓储费大件每件加收 1.79-1.81 元/月；3.月打冷费 9,000-10,000 元/月，停车费 190-210 元/月/台，办公室租赁费 1,900-2,100 元/月，司机宿舍租赁费用：1,900-2,100 元/月；非鑫赟发货搬运费 0.59-0.61 元/箱，加班费 0.14-0.16 元/箱
廊坊开发区凤鸣道 18 号	廊坊万纬冷链物流有限公司	仓储费：2.8 元/板/天；装卸费：1.1 元/箱/次；贴标费：0.5 元/账/次；抄码费：0.2 元/条/次；翻仓费：15 元/托/次；拆箱分拣费：1 元/箱；换包装费：1 元/箱；复冻费：15 元/吨实用于入库时货品温度为摄氏 0℃到零下 12℃。75 元/吨实用于入库时货品温度为摄氏 0℃以上；临时加单费：350 元/单；质检报告打印费：252 元/月	仓储费：2.7-2.9 元/板/天；装卸费：1-1.2 元/箱/次；贴标费：0.49-0.51 元/账/次；抄码费：0.19-0.21 元/条/次；翻仓费：14-16 元/托/次；拆箱分拣费：0.9-1.1 元/箱；换包装费：0.9-1.1 元/箱；复冻费：14-16 元/吨实用于入库时货品温度为摄氏 0℃到零下 12℃。74-76 元/吨实用于入库时货品温度为摄氏 0℃以上；临时加单费：340-360 元/单；质检报告打印费：250-255 元/月

四川省成都市成华区龙潭寺龙港路 317 号	四川飞明达物流有限公司	仓储费：0.12 元/件/天；装卸费：进出 2.5 元/件；换标签 0.5/件以上为不含税价格	仓储费：0.119-0.121 元/件/天；装卸费：进出 2.48-2.52 元/件；换标签 0.49-0.51/件以上为不含税价格
济南市历城区临港北路 6177 号	太原万鑫物流有限公司	仓储费：3.6 元/平方米/天；装卸费：0.35 元/件	仓储费：3.5-3.7 元/平方米/天；装卸费：0.34-0.36 元/件
河南省郑州市九龙镇启航路礼通街东 200 米宇培物流园 39 号库	招商美冷物流（郑州）有限公司	仓储费：0.2 元/箱/天，卸货费 25 元/吨，代交货费 1.5 元/件	仓储费：0.19-0.21 元/箱/天，卸货费 24-26 元/吨，代交货费 1.49-1.51 元/件
广州市番禺区万宝南街 51 号	广东大昌行储运有限公司	冷冻仓储费：3.8 元/板/天；常温仓储费：1.8 元/板/天；冷冻正常处置费:1.35 元/件；冷冻退货处置费：1.8 元/件；复冻费：0.675 元/件；样品操作费：0.5 元/单；常温包处置费：1.35 元/件；换箱费：1 元/件；贴标费:0.4 元/张；打单费：2.3 元/份；办公室租金：1300 元/月；冷藏车充电费：1.5 元/度	冷冻仓储费：3.6-3.9 元/板/天；常温仓储费：1.78-1.82 元/板/天；冷冻正常处置费:1.34-1.36 元/件；冷冻退货处置费：1.78-1.82 元/件；复冻费：0.673-0.677 元/件；样品操作费：0.49-0.51 元/单；常温包处置费：1.34-1.36 元/件；换箱费：0.98-1.02 元/件；贴标费:0.39-0.41 元/张；打单费：2.25-2.35 元/份；办公室租金：1250-1350 元/月；冷藏车充电费：1.4-1.6 元/度

注：上述仓库为报告期内销售费用中仓储费发生额前五大的仓库，且相关仓储服务商存在为第三方提供仓储服务并出具相关比价文件

如上表所示，公司与主要的仓储服务公司的仓储费结算的标准与该仓储服务商向第三方提供的仓储费计费标准不存在显著差异，且上述服务商与公司之间不存在关联关系，因此，其定价具有公允性。

③报告期各期公司所有的仓库具体情况

报告期内，公司所有的仓库情况如下表所示：

序号	仓库地址	仓库性质	仓库面积（平方米）	实际使用面积（平方米）	具体用途	仓储费用（万元）				单位成本	仓储费所属费用类型
						2020年上半年	2019年度	2018年度	2017年度		
1	广州市白云区沙太北华邦路1号广州华邦物流园内仓库	外租	43,680.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	382.19	986.17	1,220.57	739.06	按数量计算处置费，按月计算冷冻费，按月计算停车费，按数量计算搬运费等	部分存货为原料，仓储费计入制造成本，其余计入销售费用
2	广东省佛山市南海区里水镇赤山村福西工业区三栋63号	外租	800.00	800.00	货物仓储	72.92	162.99	130.56	124.29	固定租金，按数量计算搬运费，仓储费含运费	制造费用
3	广州市南沙区榄核镇星海路9号	外租	2,397.59	2397.59	货物仓储	56.09	109.93	72.28	15.33	固定租金	制造费用
4	南京市经济技术开发区龙潭物流基地金港路1号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	16.03	66.44	61.09	31.76	按数量计算储置费，按数量计算装卸费和处置费	销售费用
5	廊坊开发区凤鸣道18号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	35.42	65.37	32.35	0.48	按数量计算储置费，按数量计算装卸费，	销售费用

										按次数计算抄码费，按数量计算翻仓费	
6	四川省成都市成华区龙潭寺龙港路 317 号	外租	3,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	6.19	64.33	22.80	8.60	按数量计算储置费、装卸费和包装材料费等	销售费用
7	济南市历城区临港北路 6177 号	外租	5,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	30.86	58.04	-	-	按面积计算储置费，按数量计算装卸费等	销售费用
8	河南省郑州市九龙镇启航路礼通街东 200 米宇培物流园 39 号库	外租	3,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	22.06	52.88	39.59	17.61	按数量计算储置费，按重量和重量计算搬运费	销售费用
9	浙江省宁波市北仑区霞浦万泉河路 89 号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	10.63	49.89	46.25	23.45	按数量计算仓储、装卸费	销售费用
10	广州市增城区石滩镇石滩大道北 1 号 2 幢（厂房 A-2）	外租	2,337.80	2,337.80	货物仓储	33.46	48.40	-	-	固定租金	制造费用
11	湖北省武汉市东西湖区高桥四路 185 号新地物流园内	外租	1,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	18.42	47.79	39.53	16.53	按数量计算储置费，按数量计算操作费	销售费用
12	哈尔滨冷冻仓：2017.1.1-2017.6.30：黑龙江省哈尔滨市道里	外租	哈尔滨冷冻仓：2017.1.1-2017.6.30:130 平方米；	哈尔滨冷冻仓：2017.1.1-2017.6.30:130 平方米；	货物仓储	19.25	44.84	39.41	19.07	固定租金，按重量计算搬运费等	销售费用

	区民桥街 27 号 4 号冷库；2017.7.1-2020.6.30：哈尔滨市香坊区黎明镇邓家村团结路 13 号冷冻仓库。哈尔滨常温仓：2017.11.1-2020.6.30：哈尔滨市香坊区黎明镇邓家村团结路 13 号常温仓库		2017.7.1-2018.9.30：160 平方米；2018.10.1-2019.12.31：234 平方米。哈尔滨常温仓：2017.11.1-2019.12.31：140 平方米。	2017.7.1-2018.9.30：160 平方米；2018.10.1-2019.12.31：234 平方米。哈尔滨常温仓：2017.11.1-2019.12.31：140 平方米。							
13	上海市奉贤区海港综合经济开发区海杰路 399 号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	10.90	44.20	40.93	22.25	按数量计算储置费，按数量计算装卸费，按账数计算贴标费，按条数计算抄码费等	销售费用
14	长沙市长沙县毛塘铺工业园中央冷库	外租	220.00	固定面积 220/零售租赁面积视情况	货物仓储	17.54	34.24	27.70	18.52	按面积计算储置费	销售费用
15	太原市杏花岭区新店街 48 号	外租	250.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	16.49	34.04	22.87	-	按面积计算储置费，按数量计算装卸费	销售费用
16	昆明市经济技术开发区大冲片区	外租	3,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	15.40	33.33	24.19	19.06	按数量计算储置费，按数量计算操作费，	销售费用

										按月份计算单证费	
17	广州市南沙区万祥横街 3 号	外租	1,340.00	1,340.00	货物仓储	20.42	31.59	27.99	13.84	-	制造费用
18	哈尔滨市开发区哈平路集中区青岛路 3 号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	10.82	29.14	28.41	9.17	按数量计算储置费，按数量计算操作费等	销售费用
19	佛山市三水中心科技工业区芦苞园 D 区 30 号之一（F5）	外租	36,666.00	2,376.00	货物仓储	48.89	27.71	-	-	按数量计算搬运费	制造费用
20	上海市青浦区华徐公路 3699 号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	15.56	24.52	-	-	按数量计算处置费，按数量计算出入库操作费，按数量计算打托费等	销售费用
21	上海市松江区九亭镇临富路 1 号仓库	外租	5,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	4.04	19.59	14.20	10.61	按数量计算储置费，按重量计算搬运费，按数量计算冷藏费等	销售费用
22	安徽省合肥市肥东县撮镇镇东华路与新华路交叉路口宇培物流园 W4 仓库	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	12.80	18.78	2.66	-	按数量计算储置费	销售费用
23	广州市番禺区大龙街	外	15,000.00	未租赁固定面积仓储	货物	7.01	17.43	15.85	64.11	按数量计算储	部分存货为

	市莲路傍江西村段 12 号	租		以流量计费。	仓储					置费	原料，仓储费计入制造成本，其余计入销售费用
24	武汉市东西湖区东吴大道与立光路交叉口盈石物流园武汉冷库	外租	3,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	6.73	16.29	15.30	14.46	按数量计算冷藏费，按数量计算处置费，按数量计算分货费，按月计算单证费	销售费用
25	沈阳市浑南新区远航东路 20 号佳德冷库	外租	1,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	11.03	13.85	12.63	12.50	按数量计算储置费，按数量计算分拣费，按订单量计算单证费	销售费用
26	北京市通州区漷县漷兴二街 11 号	外租	3,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	5.18	12.27	15.85	14.74	按数量计算储置费和处置费，按数量计算调拨费等	销售费用
27	福建省厦门市海沧区柯井路 18 号	外租	15,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	7.14	11.85	16.77	24.65	按数量计算装卸、处置、分拣费，按张数计算贴标费，按条数计算抄码费等	销售费用

28	成都市双流县航空物流园区西航港物流大道 567 号	外租	1,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	28.58	10.12	42.79	35.10	按数量计算储置费、装卸费，按月计算停车费等	销售费用
29	杭州市江干区九堡镇九环路 29 号	外租	5,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	3.46	9.32	10.25	14.59	按数量计算储置费，按数量计算仓储作业费，按件数计算贴标费	销售费用
30	西安市未央区尚苑路 8 号雨润农副产品全球采购中心 2 号冻库	外租	500.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	-	7.08	8.10	2.88	固定租金，按重量计算装卸费	销售费用
31	重庆市海尔路港城工业园区冰人冻库	外租	50.00	50.00	货物仓储	-	5.52	10.81	39.99	按面积计算储置费，按数量计算装卸费，按数量计算理货费	销售费用
32	郑州市中牟县国际物流园区喜达路 2 号(招商物流园)	外租	3,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	2.63	4.95	5.92	6.03	按数量计算储置费，按数量计算处置费，按数量计算交货费，按月份计算单证费	销售费用
33	合肥市肥东县大众路与唐安路交汇处大众	外租	5,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	1.73	4.42	1.40	3.12	固定租金，按重量计算装卸	销售费用

	冷库									费	
34	济南市历城区大桥路盖世物流中心 C 区 2 号冷库	外租	5,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	1.25	4.22	3.88	5.17	按件计算储置费，按箱计算处置费，按份计算耗材费等	销售费用
35	山东盖世农贸城 6 号冻库 13 层 2-1 号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	-	3.27	26.27	29.44	按重量计算储置费	销售费用
36	广东省广州市天河区天源路 933-939 号 B 库区	外租	5,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	0.43	2.93	0.44	-	按数量计算冷藏费，按重量计算搬运费，按数量计算退货入库费等	销售费用
37	上海市宝山区江杨南路 2550 弄 158 号	外租	3,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	-	2.36	-	-	2017 年和 2018 年在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费，2019 年按数量计算储置费，按数量计算标签费	销售费用
38	北京市昌平区小汤山镇讲礼村南	外租	15,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	8.05	1.75	-	-	按数量计算储置费	销售费用
39	陕西省西安市嘉浩丝路科技产业园	外租	500.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	3.80	1.43	-	-	固定租金，按重量计算装卸	销售费用

										费	
40	广州市萝岗区永顺大道盈顺冷库	外租	1,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	-	1.31	6.18	10.46	按数量计算储置费，按门店数量计算卸货费	销售费用
41	重庆九龙坡区白市驿明品福冷库 6 号库 F04 门	外租	250.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	0.79	0.61	-	-	按数量计算储置费，按门店数量计算卸货费	销售费用
42	云南省昆明市呈贡经济技术开发区林溪路 263 号（明品福东盟国际冷链物流中心 2 期 A3 区）	外租	500.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	0.34	0.43	-	-	按数量计算储置费，按重量计算装卸费和管理服务费	销售费用
43	盐秀路 18 号粤泰冷库二号库 4-10 号位，办公室 226～229	外租	500.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	1.01	0.42	-	-	2017 年和 2018 年未单独核查仓储费，计入运输费，2019 年按数量计算储置费，按数量计算标签费	销售费用
44	北京市大兴区旧宫镇丽西毓顺新路 28 号	外租	1,000.00	-	货物仓储	-	-	-	-	在运输费中合并结算，无法单独区分仓储	销售费用

										费	
45	北京市大兴区青云店镇青云路沙子营公交车站旁沙子营村民委员会内	外租	500.00	-	货物仓储	-	-	-	-	在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费	销售费用
46	北京市大兴区西红门镇建新庄西路 16 号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	-	-	0.57	7.66	按数量计算储置费	销售费用
47	福建省厦门市同安区城东中路 118 号	外租	500.00	-	货物仓储	-	-	-	-	在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费	销售费用
48	福州市马尾区建星路 198 号宜丰冷库	外租	5,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	-	-	2.90	4.19	按温度条件下的数量计算储置费	销售费用
49	广州市增城区石滩镇石顺大道 342 号	自有	2,403.19	2,403.19	货物仓储	-	-	-	-	-	-
50	佛山市三水区中心科技工业区芦苞园 D 区 15 号	自有	12,157.97	12,157.97	货物仓储	-	-	-	25.47	固定租金	制造费用
51	广东省广州市白云区云城东路 569 号首层 109、110 号	外租	115.57	115.57	货物仓储	6.52	-	-	-	未单独核算仓储费，计入门店租赁费	销售费用
52	广东省广州市永和经济技术开发区新业路 5 号	外租	11,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	-	-	33.34	-	按数量计算储置费	制造费用

53	广东省广州市增城区石滩镇红荔中路 27 号	外租	1,219.00	1,219.00	货物仓储	-	-	3.95	2.78	固定租金	销售费用
54	河北省廊坊市开发区新源东道 16 号	外租	1,000.00	-	货物仓储	-	-	-	-	在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费	销售费用
55	江苏省淮安市淮海北路 50 号	外租	250.00	未租赁固定面积，仓储以流量计费	货物仓储	-	-	-	-	在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费	销售费用
56	山东省青岛市城阳区空港工业区	外租	500.00	-	货物仓储	-	-	-	-	在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费	销售费用
57	深圳龙岗区平吉大道 78 号友信食品城	外租	1,000.00	-	货物仓储	-	-	-	-	在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费	销售费用
58	深圳市龙华新区清祥路 23 号清湖冷链（G94 梅观高速华为出口第一个红绿灯左转 500 米）	外租	20,000.00	-	货物仓储	-	-	-	-	在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费	销售费用
59	石家庄雨润农产品全球采购中心	外租	20,000.00	未租赁固定面积，仓储以流量计费	货物仓储	-	-	29.07	41.02	按数量计算仓储费、装卸费	销售费用

60	西安经济技术开发区凤城三路 33 号	外租	1,000.00	-	货物仓储	-	-	-	-	在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费	销售费用
61	浙江省湖州市长兴县经济技术开发区莘桥路 158 号-1	自有	19,407.95	19,407.95	货物仓储	-	-	-	-	-	-
62	浙江省湖州市长兴县综合物流园区 A 区 4 号仓库中跃冷库	外租	3,000.00	未租赁固定面积，仓储以流量计费	货物仓储	55.16	-	-	-	按数量计算储置费	销售费用
63	广州市番禺区万宝南街 51 号	外租	2,000.00	未租赁固定面积，仓储以流量计费	货物仓储	54.23	-	-	-	按数量计算储置费；按数量计算冷冻处置费:；按数量计算冷冻退货处置费；按数量计算复冻费；按单量计算样品操作费：0.5 元/单；按数量计算常温包处置费：1.35 元/件等	销售费用
64	广州市萝岗区永和街贤江村新丰路 00511 号	外租	12,000.00	未租赁固定面积，仓储以流量计费	货物仓储	19.30	-	-	-	按数量计算搬运费	制造费用

	102 号										
65	上海市松江区洞泾镇薛路 885 号	外租	500.00	未租赁固定面积，仓储以流量计费	货物仓储	0.21	-	-	-	按数量计算储置费；按数量计算处置费；按数量计算搬运费	销售费用
66	上海市松江区新桥镇民益路 46 号仓库	外租	3,500.00	未租赁固定面积，仓储以流量计费	货物仓储	0.14	-	-	-	按数量计算储置费；按重量计算搬运费；按重量计算冷冻费	销售费用

注 1：自 2019 年开始公司加大产品直发外地的比重，减少存货在广州市白云区沙太北华邦路 1 号广州华邦物流园内仓库周转的规模，导致该仓库 2019 年和 2020 年上半年结算的仓储费有所下降

注 2: 上述仓储费包括计入制造费用中的仓库租金和仓储服务费

注 3：公司销售费用中的仓储费包括公司产品在商超客户指定仓库发生的仓储服务费，非公司自有或外租的仓库，因此未列示其中

④仓库各期期初库存商品金额、当期增加及减少金额、期末库存金额与各期销售金额的匹配情况

报告期内，公司上述仓库的库存商品规模变动情况如下表所示：

单位：万元

序号	仓库地址	2020 年 6 月期末库存金额	2020 年上半年当期增加金额	2020 年上半年当期减少金额	2020 年期初/2019 年期末库存金额	2019 年当期增加金额	2019 年当期减少金额	2019 年期初/2018 年期末库存金额	2018 年当期增加金额	2018 年当期减少金额	2018 年期初/2017 年期末库存金额	2017 年当期增加金额	2017 年当期减少金额	2017 年期初金额

1	广州市白云区沙太北华邦路 1 号广州华邦物流园内仓库	1,395.47	16,954.86	18,081.30	2,521.91	55,558.05	56,209.50	3,173.36	53,263.67	52,447.60	2,357.29	27,485.30	27,024.08	1,896.07
2	广州市南沙区万祥横街 3 号	365.78	30,849.53	30,768.09	284.34	55,790.65	55,728.72	222.42	27,143.95	27,199.81	278.28	36,840.45	37,050.94	488.76
3	广东省佛山市南海区里水镇赤山村福西工业区三栋 63 号	-	-	-	-	67.19	67.19	-	72.93	72.93	-	-	-	-
4	广州市南沙区榄核镇星海路 9 号	235.35	4,731.40	4,598.64	102.60	4,710.23	4,809.35	201.72	6,002.84	5,901.43	100.31	3,771.26	4,026.93	355.98
5	南京市经济技术开发区龙潭物流基地金港路 1 号	-	519.66	619.81	100.15	4,354.87	4,365.07	110.35	2,787.84	2,775.60	98.12	1,384.10	1,285.99	-
6	廊坊开发区凤鸣道 18 号	104.26	1,255.22	1,266.17	115.21	2,889.76	2,842.20	67.64	1,099.09	1,031.46	-	16.92	16.92	-
7	四川省成都市成华区龙潭寺龙港路 317 号	22.71	42.38	109.26	89.59	2,863.54	2,958.27	184.32	1,585.23	1,412.64	11.72	286.54	274.81	-
8	济南市历城区临港北路 6177 号	64.46	838.91	837.94	63.49	2,734.62	2,671.13	-	-	-	-	-	-	-
9	河南省郑州市九龙镇启航路礼通街东 200 米宇培物流园 39 号库	51.50	711.49	717.95	57.97	2,705.14	2,728.69	81.52	1,483.97	1,481.90	79.46	652.50	573.05	-
10	浙江省宁波市北仑区霞浦万泉河路 89 号	-	217.33	262.95	45.62	2,443.60	2,478.13	80.14	1,622.81	1,638.10	95.43	799.78	704.35	-
11	广州市增城区石滩镇石滩大道北 1 号 2 幢（厂房 A-2）	52.45	385.31	344.12	11.26	1,276.75	1,265.49	-	-	-	-	-	-	-

12	湖北省武汉市东西湖区高桥四路 185 号新地物流园内	42.28	523.52	579.51	98.27	1,903.44	1,880.08	74.90	1,413.50	1,381.98	43.38	500.28	456.90	-
13	哈尔滨冷冻仓：2017.1.1-2017.6.30：黑龙江省哈尔滨市道里区民桥街 27 号 4 号冷库；2017.7.1-2020.6.30：哈尔滨市香坊区黎明镇邓家村团结路 13 号冷冻仓库。哈尔滨常温仓：2017.11.1-2020.6.30：哈尔滨市香坊区黎明镇邓家村团结路 13 号常温仓库	108.06	598.54	597.88	107.40	2,060.08	2,032.22	79.53	1,617.80	1,617.14	78.87	1,486.77	1,522.09	114.18
14	上海市奉贤区海港综合经济开发区海杰路 399 号	-	315.65	401.48	85.82	2,151.11	2,138.96	73.67	1,432.39	1,419.16	60.44	835.86	775.43	-
15	长沙市长沙县毛塘铺工业园中央冷库	55.41	285.33	274.39	44.48	1,354.17	1,357.54	47.85	946.17	962.23	63.91	562.62	498.72	-
16	太原市杏花岭区新店街 48 号	55.62	483.96	524.41	96.07	1,594.85	1,585.11	86.33	940.18	853.85	-	-	-	-
17	昆明市经济技术开发区大冲片区	39.34	199.08	199.11	39.36	1,002.64	1,013.29	50.01	707.50	702.11	44.62	469.28	424.66	-
18	哈尔滨市开发区哈平路集中区青岛路 3 号	32.61	71.35	93.24	54.50	1,001.88	994.84	47.46	685.67	700.92	62.71	586.70	524.00	-
19	佛山市三水中心科技工	637.85	4,969.04	5,029.84	698.66	3,774.83	3,076.17	-	-	-	-	-	-	-

	业区芦苞园 D 区 30 号之一（F5）													
20	上海市青浦区华徐公路 3699 号	62.08	553.30	556.18	64.96	1,222.07	1,157.11	-	-	-	-	-	-	-
21	上海市松江区九亭镇临富路 1 号仓库	-	685.70	846.55	160.85	2,165.60	2,471.87	467.11	3,069.25	2,814.22	212.09	1,018.45	806.36	-
22	安徽省合肥市肥东县撮镇镇东华路与新华路交叉路口宇培物流园 W4 仓库	32.21	423.24	445.63	54.60	1,337.92	1,301.16	17.84	643.22	625.38	-	-	-	-
23	广州市番禺区大龙街市莲路傍江西村段 12 号	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	903.63	903.63	-
24	武汉市东西湖区东吴大道与立光路交叉口盈石物流园武汉冷库	7.21	54.22	56.99	9.98	284.10	282.66	8.55	283.93	292.78	17.40	287.70	270.30	-
25	沈阳市浑南新区远航东路 20 号佳德冷库	34.29	281.14	274.18	27.33	311.40	296.84	12.77	237.08	246.61	22.31	235.16	212.85	-
26	北京市通州区漷县漷兴二街 11 号	5.22	27.02	35.88	14.08	133.60	124.73	5.22	177.89	183.56	10.89	266.02	255.13	-
27	福建省厦门市海沧区柯井路 18 号	20.66	199.02	187.12	8.75	317.79	320.19	11.16	397.66	434.20	47.69	467.60	419.91	-
28	成都市双流县航空物流园区西航港物流大道 567 号	62.85	496.77	482.24	48.32	755.66	793.28	85.93	969.73	987.52	103.72	1,159.73	1,077.92	21.91
29	杭州市江干区九堡镇九	4.18	26.20	34.79	12.77	126.96	120.24	6.05	172.48	174.85	8.42	216.48	208.06	-

	环路 29 号													
30	西安市未央区尚苑路 8 号雨润农副产品全球采购中心 2 号冻库	-	-	-	-	87.08	106.49	19.41	203.05	197.92	14.28	212.93	198.64	-
31	重庆市海尔路港城工业园区冰人冻库	-	-	-	-	46.68	50.77	4.09	102.46	103.78	5.41	82.25	76.84	-
32	郑州市中牟县国际物流园区喜达路 2 号(招商物流园)	2.73	18.54	25.13	9.32	81.40	75.71	3.63	87.95	92.28	7.96	104.61	96.65	-
33	合肥市肥东县大众路与唐安路交汇处大众冷库	4.82	13.58	14.10	5.33	125.58	127.07	6.83	330.98	331.31	7.16	90.74	83.58	-
34	济南市历城区大桥路盖世物流中心 C 区 2 号冷库	0.51	12.10	18.80	7.21	63.95	65.77	9.03	84.74	84.90	9.19	78.57	69.37	-
35	山东盖世农贸城 6 号冻库 13 层 2-1 号	-	-	-	-	135.64	239.71	104.07	1,877.61	1,851.32	77.77	1,155.08	1,077.31	-
36	广东省广州市天河区天源路 933-939 号 B 库区	4.56	12.09	7.53	-	85.59	91.34	5.76	91.17	85.41	-	-	-	-
37	上海市宝山区江杨南路 2550 弄 158 号	-	-	-	-	252.18	314.42	62.24	673.20	622.52	11.56	74.05	62.49	-
38	北京市昌平区小汤山镇讲礼村南	5.14	25.16	24.46	4.44	11.74	7.30	-	-	-	-	-	-	-
39	陕西省西安市嘉浩丝路科技产业园	3.60	36.36	35.21	2.45	10.14	7.70	-	-	-	-	-	-	-
40	广州市萝岗区永顺大道盈顺冷库	-	-	-	-	45.94	45.94	-	221.83	227.33	5.49	237.96	232.47	-

41	重庆九龙坡区白市驿明品福冷库 6 号库 F04 门	4.09	17.74	16.22	2.58	15.20	12.62	-	-	-	-	-	-	-
42	云南省昆明市呈贡经济技术开发区林溪路 263 号（明品福东盟国际冷链物流中心 2 期 A3 区）	0.79	11.64	11.01	0.16	7.80	7.64	-	-	-	-	-	-	-
43	盐秀路 18 号粤泰冷库二号库 4-10 号位，办公室 226～229	1.44	35.37	36.97	3.05	14.15	11.29	0.19	55.32	63.13	8.00	43.46	35.46	-
44	北京市大兴区旧宫镇丽西毓顺新路 28 号	-	-	-	-	-	6.20	6.20	48.27	42.07	-	-	-	-
45	北京市大兴区青云店镇青云路沙子营公交车站旁沙子营村民委员会内	-	-	-	-	66.96	66.96	-	-	-	-	-	-	-
46	北京市大兴区西红门镇建新庄西路 16 号	-	-	-	-	-	-	-	8.47	13.96	5.49	14.97	9.48	-
47	福建省厦门市同安区城东中路 118 号	-	-	-	-	6.66	11.39	4.73	16.88	12.14	-	-	-	-
48	福州市马尾区建星路 198 号宜丰冷库	-	-	0.18	0.18	-	-	0.18	18.73	22.99	4.44	30.36	25.92	-
49	广州市增城区石滩镇石顺大道 342 号	409.97	8,662.79	8,914.90	662.08	20,964.64	21,022.10	719.54	23,922.12	23,548.28	345.69	12,787.48	12,966.36	524.57
50	佛山市三水区中心科技工业区芦苞园 D 区 15 号	413.26	13,168.95	13,357.93	602.24	31,041.09	31,488.73	1,049.88	21,873.20	21,537.95	714.63	23,346.51	23,438.11	806.23
51	广东省广州市白云区云	22.50	281.72	282.93	23.71	282.68	296.82	37.85	295.03	268.87	11.69	111.63	110.64	10.70

	城东路 569 号首层 109、110 号													
52	广东省广州市永和经济技术开发区新业路 5 号	-	-	-	-	-	-	-	637.05	637.05	-	-	-	-
53	广东省广州市增城区石滩镇红荔中路 27 号	-	-	-	-	-	157.60	157.60	2,751.41	2,779.12	185.31	3,217.00	3,153.64	121.95
54	河北省廊坊市开发区新源东道 16 号	11.32	39.06	43.39	15.64	112.33	104.12	7.43	31.74	24.30	-	-	-	-
55	江苏省淮安市淮海北路 50 号	-	-	-	-	-	0.62	0.62	1.62	6.32	5.32	10.31	5.00	-
56	山东省青岛市城阳区空港工业区	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12.12	12.12	-
57	深圳龙岗区平吉大道 78 号友信食品城	-	-	-	-	249.14	257.48	8.33	231.80	235.98	12.51	22.87	10.36	-
58	深圳市龙华新区清祥路 23 号清湖冷链（G94 梅观高速华为出口第一个红绿灯左转 500 米）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.62	3.62	-
59	石家庄雨润农产品全球采购中心	-	-	-	-	-	53.68	53.68	1,056.06	1,126.78	124.40	1,500.99	1,376.59	-
60	西安经济技术开发区凤城三路 33 号	-	-	-	-	-	-	-	-	1.35	1.35	112.16	110.82	-
61	浙江省湖州市长兴县经济技术开发区莘桥路 158 号-1	245.30	8,030.71	7,812.61	27.20	713.09	775.78	89.88	7,551.36	7,527.27	65.80	151.45	85.65	-

62	浙江省湖州市长兴县综合物流园区 A 区 4 号仓库中跃冷库	267.73	3,349.32	3,081.59	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
63	广州市番禺区万宝南街 51 号	730.64	2,340.09	1,609.45	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
64	广州市萝岗区永和街贤江村新丰路 00511 号 102 号	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
65	上海市松江区洞泾镇薛路 885 号	1.87	9.98	8.11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
66	上海市松江区新桥镇民益路 46 号仓库	-	10.30	10.30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合计		**5,622.08**	**102,774.65**	**103,536.45**	**6,383.88**	**211,312.16**	**212,475.27**	**7,546.99**	**170,928.84**	**168,802.34**	**5,420.49**	**123,634.25**	**122,554.12**	**4,340.36**

前述仓库库存商品当期减少额与销售额的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2020 年上半年	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、①仓库库存商品当期减少金额	103,536.45	212,475.27	168,802.34	122,554.12
②内部移库	62,186.92	114,926.67	80,708.94	54,448.94
③生产领用	1,634.51	4,291.72	4,825.45	4,293.77
④研发领用	149.47	288.49	668.21	787.38
⑤存货对外销售领用：①-②-③-④	39,565.54	92,968.40	82,599.74	63,024.02
⑥发出商品净增加额	-365.80	-417.07	304.61	596.24
⑦试运行期成本计入在建工程	-	-	-	423.43
⑧测算的主营业务成本:⑤-⑥-⑦	39,931.34	93,385.47	82,295.14	62,004.35
二、主营业务毛利率	40.74%	41.26%	37.60%	35.17%
三、测算的销售金额：⑧/(1-主营业务毛利率)	67,380.99	158,977.45	131,878.69	95,648.12
四、实际销售金额	66,942.93	158,264.64	131,194.25	95,429.35
五、差异率	0.65%	0.45%	0.52%	0.23%

如上表所示，报告期内，前述仓库的库存商品减少金额在剔除内部移库以及生产领用、研发领用等用途后，用于销售的存货（除发出商品未结转营业成本和营业成本计入在建工程外）所测算的销售收入与公司营业收入规模差额较小，报告期内差异率分别为 0.23%、0.52%、0.45%和 0.65%。存在小额差异的原因是公司存货减少金额还存在零星的展会领用、销售推广领用、存货报损等。因此，公司仓库存款商品变动情况与销售额具备匹配关系。

5）业务推广费

业务推广费核算的系公司对客户进行推广活动所发生的如参加展会发生的租赁费用、搭建费、人员住宿、餐饮费、交通、对客户开展推广活动所消耗的物料等相关费用。

报告期内各期，公司发生的业务推广费具体情况如下：

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
常规会	231.55	39.95%	743.82	33.13%	641.99	33.98%	341.72	26.02%

议市场推广								
大型展会费用	-	-	989.75	44.08%	733.04	38.80%	470.75	35.85%
平台费用	158.30	27.31%	272.09	12.12%	199.78	10.57%	138.14	10.52%
客户样品领用	162.07	27.96%	186.86	8.32%	139.72	7.40%	139.59	10.63%
国外考察	27.71	4.78%	52.80	2.35%	174.63	9.24%	222.91	16.98%
合计	**579.63**	**100.00%**	**2,245.32**	**100.00%**	**1,889.16**	**100.00%**	**1,313.10**	**100.00%**

从上表可以看出，业务推广费主要系常规会议市场推广费、大型展会费及平台费用，报告期各期占比分别为 72.39%、83.35%、89.33%和 67.26%。平台费系商超费用及线上平台费用，费用根据商超和线上平台的结算单进行核算，2017 年至 2019 年逐年增加主要系销售逐年增加所致。2020 年 1-6 月下降主要系受疫情影响会议减少所致。报告期内公司参加的会议情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
常规会议市场推广费（万元）	231.55	743.82	641.99	341.72
会议次数（次）	228	888	728	642
单次会议费用（万元/次）	1.02	0.84	0.88	0.53
大型展会费（万元）	-	989.75	733.04	470.75
会议次数（次）	-	17	13	11
单次会议费用（万元/次）	-	58.22	56.39	42.8

从上表可以看出，2017 年至 2019 年常规会议市场推广费及大型展会费用逐年增加主要系会议次数增加所致。2020 年下降主要系由于疫情原因导致会议次数下降所致。

6）其他费用

除上述费用外，报告期内，其他费用占销售费用的比重较小。

（2）销售费用率同行业对比分析

报告期内，同行业各可比公司的销售费用率情况如下表：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

海融科技	25.38%	24.86%	24.54%	22.62%
南侨股份	-	-	-	12.81%
桃李面包	20.72%	21.76%	20.66%	18.55%
麦趣尔	16.87%	21.53%	30.11%	29.16%
元祖股份	50.36%	42.42%	43.38%	42.86%
平均值	**28.33%**	**27.64%**	**29.68%**	**25.20%**
立高食品	**17.89%**	**19.47%**	**21.24%**	**20.75%**

报告期内，麦趣尔的销售费用率波动性较大，不具备可比性。除麦趣尔外，公司的销售费用率低于元祖股份，与海融科技、桃李面包较为接近，高于南侨股份，这与各公司的产品结构、销售模式及客户结构有关。元祖股份产品主要通过自建的烘焙连锁终端进行销售，需要设立终端门店，租赁费用支出较多，导致销售费用率较高。南侨股份主要产品为油脂等大宗原料，单位客户采购规模大，因此，其销售人员人均销售收入较高。2017 年南侨股份销售人员人均贡献营业收入 597.44 万元，而同期公司和海融科技销售人员人均产值为 179.15 万元和 135.42 万元，因此，南侨股份销售费用率较低。

报告期内，同行业各可比公司的销售费用各费用明细项目情况如下表：

单位：万元

2020 年 1-6 月

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
营业收入	67,007.53	-	105,310.27	-	22,792.76	-	273,888.05	-	41,056.60	-	83,503.65	-
销售费用合计	11,985.11	17.89%	27,878.07	26.47%	5,785.78	25.38%	56,747.47	20.72%	6,927.93	16.87%	42,051.10	50.36%
职工薪酬	4,678.69	6.98%	8,929.55	8.48%	3,436.76	15.08%	14,567.95	5.32%	2,290.47	5.58%	15,423.02	18.47%
差旅费	1,341.79	2.00%	308.77	0.29%	568.91	2.50%	197.72	0.07%	30.15	0.07%	438.30	0.52%
运输费	3,512.65	5.24%	10,037.66	9.53%	1,179.65	5.18%	32,984.08	12.04%	2,250.26	5.48%	3,736.66	4.47%
仓储费	867.97	1.30%	44.33	0.19%	44.33	0.19%	-	-	-	-	-	0.00%
业务推广费	579.62	0.87%	179.38	0.79%	179.38	0.79%	-	-	-	-	-	0.00%
广告宣传费	131.97	0.20%	2,483.05	2.36%	74.00	0.32%	1,822.62	0.67%	178.63	0.44%	7,856.96	9.41%
租赁费	152.85	0.23%	2,516.03	2.39%	39.32	0.17%	718.84	0.26%	735.89	1.79%	8,570.07	10.26%
办公费	164.04	0.24%	498.18	0.47%	1.71	0.01%	350.91	0.13%	17.66	0.04%	1,622.45	1.94%
门店费用	-	-	5,636.22	2.06%	-	-	5,636.22	2.06%	-	0.00%	-	0.00%
折旧及摊销	74.50	0.11%	727.42	0.69%	3.36	0.01%	141.05	0.05%	512.10	1.25%	2,253.15	2.70%
其他	481.03	0.72%	912.42	0.87%	258.35	1.13%	328.08	0.12%	912.77	2.22%	2,150.49	2.58%

2019 年度

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
营业收入	158,372.95	-	228,013.00	-	58,357.18	-	564,370.98	-	67,057.04	-	222,266.81	-
销售费用合计	30,841.16	19.47%	61,504.91	26.97%	14,505.18	24.86%	122,789.64	21.76%	14,438.70	21.53%	94,286.14	42.42%
职工薪酬	11,331.72	7.16%	19,667.85	8.63%	6,782.14	11.62%	29,290.19	5.19%	6,196.66	9.24%	36,402.41	16.38%
差旅费	4,020.95	2.54%	1,086.45	0.48%	2,082.18	3.57%	648.93	0.11%	78.52	0.12%	1,536.19	0.69%
运输费	8,879.94	5.61%	20,964.18	9.19%	3,466.57	5.94%	70,864.78	12.56%	1,675.77	2.50%	7,849.62	3.53%
仓储费	1,904.01	1.20%	157.51	0.27%	157.51	0.27%	-	-	-	-	-	-
业务推广费	2,245.32	1.42%	921.73	1.58%	921.73	1.58%	-	-	-	-	-	-
广告宣传费	401.31	0.25%	5,822.07	2.55%	284.40	0.49%	4,750.21	0.84%	485.45	0.72%	17,768.24	7.99%
租赁费	305.84	0.19%	5,390.09	2.36%	96.44	0.17%	1,345.92	0.24%	2,836.96	4.23%	17,281.04	7.77%
办公费	325.48	0.21%	1,549.77	0.68%	9.01	0.02%	1,392.58	0.25%	392.74	0.59%	4,404.73	1.98%
门店费用	-	-	13,368.87	2.37%	-	-	13,368.87	2.37%	-	-	-	-
折旧及摊销	131.42	0.08%	1,332.63	0.58%	8.13	0.01%	337.88	0.06%	586.20	0.87%	4,398.29	1.98%
其他	1,295.17	0.82%	2,079.84	0.91%	697.07	1.19%	790.29	0.14%	2,186.40	3.26%	4,645.62	2.09%

2018 年度

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额	占营业收入	金额	占营业收入	金额	占营业收	金额	占营业收	金额	占营业	金额	占营业收

		比重		比重		入比重		入比重		收入比重		入比重
营业收入	131,345.30	-	198,319.06	-	54,106.35	-	483,327.76	-	60,020.52	-	195,821.59	-
销售费用合计	27,903.98	21.24%	54,045.38	27.25%	13,279.95	24.54%	99,876.11	20.66%	18,072.68	30.11%	84,952.77	43.38%
职工薪酬	10,081.37	7.68%	18,224.07	9.19%	6,093.34	11.26%	25,888.55	5.36%	8,181.05	13.63%	32,733.34	16.72%
差旅费	3,812.14	2.90%	876.79	0.44%	1,615.54	2.99%	531.66	0.11%	68.63	0.11%	1,291.33	0.66%
运输费	7,980.11	6.08%	17,386.94	8.77%	3,053.94	5.64%	58,166.78	12.03%	1,304.76	2.17%	7,022.29	3.59%
仓储费	1,983.44	1.51%	139.33	0.26%	139.33	0.26%	-	-	-	-	-	-
业务推广费	1,889.16	1.44%	1,311.89	2.42%	1,311.89	2.42%	-	-	-	-	-	-
广告宣传费	248.43	0.19%	5,104.04	2.57%	353.51	0.65%	4,170.23	0.86%	988.17	1.65%	14,904.27	7.61%
租赁费	298.95	0.23%	5,667.73	2.86%	91.04	0.17%	1,135.84	0.24%	4,810.87	8.02%	16,633.17	8.49%
办公费	243.31	0.19%	1,512.08	0.76%	0.38	0.00%	1,007.46	0.21%	733.19	1.22%	4,307.30	2.20%
门店费用	-	-	8,053.83	1.67%	-	-	8,053.83	1.67%	-	-	-	-
折旧及摊销	110.83	0.08%	1,300.48	0.66%	9.26	0.02%	286.19	0.06%	756.97	1.26%	4,149.51	2.12%
其他	1,256.22	0.96%	1,596.97	0.81%	611.72	1.13%	635.57	0.13%	1,229.04	2.05%	3,911.56	2.00%

2017 年度

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重

营业收入	95,599.15		172,694.35		47,124.49		407,970.99		57,957.82		177,724.11	
销售费用合计	19,834.28	20.75%	44,850.53	25.97%	10,661.43	22.62%	75,665.46	18.55%	16,897.98	29.16%	76,177.24	42.86%
职工薪酬	6,832.36	7.15%	15,972.14	9.25%	5,232.80	11.10%	20,667.47	5.07%	8,774.53	15.14%	29,213.76	16.44%
差旅费	2,814.69	2.94%	770.64	0.45%	1,365.53	2.90%	476.46	0.12%	72.40	0.12%	1,168.18	0.66%
运输费	6,133.86	6.42%	13,114.20	7.59%	2,538.08	5.39%	43,069.56	10.56%	769.21	1.33%	6,079.95	3.42%
仓储费	1,272.18	1.33%	129.59	0.27%	129.59	0.27%	-	-	-	-	-	-
业务推广费	1,313.10	1.37%	671.66	1.43%	671.66	1.43%	-	-	-	-	-	-
广告宣传费	172.34	0.18%	3,983.29	2.31%	205.84	0.44%	3,204.40	0.79%	461.93	0.80%	12,060.98	6.79%
租赁费	256.12	0.27%	5,226.71	3.03%	92.23	0.20%	1,013.66	0.25%	4,102.28	7.08%	15,698.68	8.83%
办公费	206.99	0.22%	1,446.43	0.84%	2.07	0.00%	823.42	0.20%	726.65	1.25%	4,233.57	2.38%
门店费用	-	-	5,594.86	1.37%	-	-	5,594.86	1.37%	-	-	-	-
折旧及摊销	62.51	0.07%	1,451.17	0.84%	1.26	0.00%	265.84	0.07%	1,167.74	2.01%	4,369.83	2.46%
其他	770.14	0.59%	1,286.92	0.75%	422.37	0.78%	549.78	0.11%	823.25	1.37%	3,352.29	1.71%

注：由于无法获取南侨股份 2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月数据，故上表不包括南侨股份；

报告期内，公司销售费用率低于以奶油为主要产品的海融科技，主要是差异是由薪酬占比不同造成的。公司产品除奶油外，还包括冷冻烘焙食品和酱料，且该两类产品收入占比快速上升。公司与海融科技产品结构不同，薪酬考核体系也不一样，进而导致薪酬也存在一定的差异。

桃李面包以商超销售为主，麦趣尔和元祖股份部分产品通过自建的烘焙连锁终端进行销售，销售人员出差较少，导致销售费用中差旅费占营业收入比重较低。

公司与海融科技销售费用中运输费占营业收入的比例基本一致，高于麦趣尔。麦趣尔和元祖股份均采用直营，故运输费较低。桃李面包主要在商超销售，送货地点分散，故运输费较高。

麦趣尔和元祖股份部分产品通过自建的烘焙连锁终端进行销售，需要设立终端门店，租赁费用支出较多，导致销售费用率较高。

2、管理费用分析

（1）管理费用的构成情况

报告期内，公司管理费用明细表如下：

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
职工薪酬	2,115.10	56.75%	4,024.01	56.71%	3,028.93	30.82%	2,212.70	53.03%
办公费	451.77	12.12%	864.21	12.18%	932.43	9.49%	376.12	9.01%
折旧摊销费	262.62	7.05%	453.50	6.39%	307.37	3.13%	232.62	5.58%
租赁费	206.03	5.53%	403.58	5.69%	395.68	4.03%	328.03	7.86%
咨询服务费	104.13	2.79%	344.10	4.85%	379.32	3.86%	415.66	9.96%
会议费及培训费	306.38	8.22%	293.20	4.13%	322.13	3.28%	163.05	3.91%
差旅费	71.19	1.91%	222.51	3.14%	160.44	1.63%	143.28	3.43%
业务招待费	93.94	2.52%	179.55	2.53%	158.74	1.62%	105.01	2.52%
物料消耗费	36.87	0.99%	170.44	2.40%	201.70	2.05%	88.41	2.12%
绿化维护费	36.86	0.99%	92.44	1.30%	59.98	0.61%	50.62	1.21%
存货盈亏	42.15	1.13%	38.68	0.55%	161.72	1.65%	49.84	1.19%
残疾人保障金	-	-	9.13	0.13%	54.19	0.55%	7.15	0.17%
股份支付	-	-	-	-	3,665.22	37.29%	-	-
总计	**3,727.05**	**100.00%**	**7,095.34**	**100.00%**	**9,827.85**	**100.00%**	**4,172.50**	**100.00%**

报告期内，公司管理费用分别为 4,172.50 万元、9,827.85 万元、7,095.34 万

元和 3,727.05 万元。2018 年，公司因实施员工持股，计提了股份支付费用 3,665.22 万元。剔除股份支付的影响，报告期内，公司管理费用分别为 4,172.50 万元、6,162.63 万元、7,095.34 万元和 3,727.05 万元，占当年营业收入比重分别为 4.36%、4.69%、4.48%和 5.56%。

2017 年至 2019 年，管理费用占营业收入比重未发生较大变化。2020 年上半年，公司管理费用占营业收入比重较上年有所增加，主要是因为：①2020 年上半年，受疫情影响，公司分阶段复工复产，为保持员工的稳定，公司为待工期间的员工提供疫情专项补助，相关费用计入管理费用；②公司会议培训费大部分为公司举办年会及运动会的金额，系一次性支出，与营业收入的变动无关，因此，虽然 2020 年上半年公司会议培训费与上年相比未发生较大变化，但占营业收入比重较上年全年有所上升。

1）管理人员薪酬

2017 年至 2019 年，公司管理费用中的职工薪酬逐年上升，分别为 2,212.70 万元、3,028.93 万元和 4,024.01 万元。上升的主要原因是公司管理人员人数、人均薪酬的逐年增长。报告期内，公司为匹配浙江生产基地投产后对管理人员的需求，对管理人员进行相应的扩充；此外，公司自筹划上市以来，对管理的规范性提高了要求，也促使管理人员人数逐年增加，因此，公司管理人员人数从 2017 年末的 197 人增加至 2019 年末的 250 人。随着公司经营规模及效益的快速增长，管理人员人均薪酬亦逐年增长，特别是 2019 年，公司业绩增长较快，因而管理人员人均薪酬有较大幅的增长，致使公司 2019 年管理人员薪酬占营业收入比重有所上升。2017 年至 2019 年，公司管理费用中的管理人员人均薪酬分别为 11.23 万元/年、13.06 万元/年、16.10 万元/年。2020 年上半年，公司持续引入管理人员，管理人员增加 6 人，管理人员薪酬总额为 2,115.10 万元。

2）办公费

办公费核算与办公相关的费用支出。报告期内，公司办公费用分别为 376.12 万元、932.43 万元、864.21 万元和 451.77 万元。2018 年，公司办公费用同比增长了 147.91%，主要是因为 2018 年，公司搬迁至新办公地址，以及浙江长兴生产基地建设办公场地，发生较多一次性办公费所致。2019 年，公司办公费用同比减少了 7.32%，主要是因为随着母公司已搬入新办公楼以及浙江长兴生产基地

办公场地已投入使用，办公费用较上年有所下降所致。

办公费核算与办公相关的费用支出。报告期内各期办公费情况如下：

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
维修费	49.82	11.03%	173.09	20.03%	195.9	21.01%	21.77	5.79%
车辆费	50.60	11.20%	138.09	15.98%	105.17	11.28%	56.97	15.15%
检测费	59.72	13.22%	132.87	15.38%	50.46	5.41%	18.60	4.95%
办公用品	81.47	18.03%	78.40	9.07%	195.89	21.01%	69.39	18.45%
水电费	27.65	6.12%	71.35	8.26%	62.71	6.72%	30.19	8.03%
通讯费	33.02	7.31%	58.52	6.77%	89.53	9.60%	59.29	15.76%
邮政快递费	40.56	8.98%	30.31	3.51%	24.08	2.58%	17.81	4.73%
劳动保护费	69.24	15.33%	26.99	3.12%	65.19	6.99%	15.41	4.10%
保险费	5.24	1.16%	10.49	1.21%	11.03	1.18%	9.89	2.63%
商标专利费	5.25	1.16%	14.62	1.69%	19.87	2.13%	8.95	2.38%
其他	29.19	6.46%	129.47	14.98%	112.62	12.08%	67.86	18.04%
合计	**451.76**	**100.00%**	**864.21**	**100.00%**	**932.43**	**100.00%**	**376.12**	**100.00%**

从上表可以看出，办公费主要系维修费、车辆费、检测费、办公用品、水电费、通讯费及邮政快递费，报告期各期占比分别为 72.86%、77.61%、79.00%和 75.89%。

维修费 2018 年及 2019 年比 2017 年增加较多，主要系公司从 2018 年开始对各厂区开始维修所致。

车辆费报告期内逐年增加，主要系业务量增加导致车辆使用次数增加所致，另 2018 年由于公司自有办公车辆不足，向外部租赁车辆及司机导致车辆费 2018 年开始增加。

检测费 2017 年、2018 年及 2019 年逐年增加，主要系公司新开发产品品种增加导致送检增加所致。

办公用品 2018 年高于其他两年，主要系 2018 年搬至新办公地址新添办公用品所致，2020 年 1-6 月增加主要系管理人员更换一批手机所致。

水电费 2018 年较 2017 年增加，主要系 2018 年搬至新办公地址所致。

通讯费 2018 年增加，主要系新增员工尚未定岗，发生的通讯费计入管理费

用所致；2019 年，上述新增员工定岗至各所属部门，导致 2019 年管理费用中的通讯费下降。

邮政快递费报告期内逐年增加，主要系业务量增加及函证快递费增加所致。

劳动保护费 2018 年较高系公司新购入一批工服所致；2020 年 1-6 月增加主要系与疫情相关的用品耗用增加所致。

3）存货盈亏

公司存货盈亏主要为公司报废的存货、包装物等。2018 年，公司因股改名称发生变化，报废了股改前印刷的包装物 26.64 万元，以及受产线调整残留物的影响，报废酱料存货 97.03 万元。因此，2018 年公司存货盈亏金额较大。

4）股份支付

2018 年 2 月 26 日，立高食品召开 2017 年年度股东大会，审议通过了《关于 2018 年实施股权激励计划的议案》，对公司管理层及核心员工进行股权激励。股权激励方式为高级管理人员龙望志、周颖、彭岗、郑卫平直接持有公司股份，其他管理层及核心员工通过员工持股平台广州立兴和广州立创间接持有公司股份。上述人员及员工持股平台的增资价格均为 1 元/股。本次股权激励存在老股东同时增资的情况，根据《首发业务若干问题解答》的规定：“对于实际控制人/老股东超过其原持股比例而获得的新增股份，应属于股份支付”，因此，本次股权激励需要计提股份支付的股份数为：①对新股东所获得股份数；②老股东超过原持股比例部分的股份数，共计 1,651 万股。

根据《企业会计准则——股份支付》的相关规定，本次股权激励以立高食品增发的股权为权益结算工具，且未设置员工的服务期限，属于授予后立即行权，因此，按照激励对象的增资价格和股权公允价格的差额一次性确认费用，分别计入管理费用和资本公积。股份支付形成的管理费用计入 2018 年度的非经常性损益。

北京国融兴华资产评估有限责任公司于 2018 年 3 月 28 日出具国融兴华评报字[2018]第 620008 号“立高食品股份有限公司拟以股份支付形式授予员工权益工具所涉及的立高食品股份有限公司股东全部权益价值项目资产评估报告”，评估结论如下：本资产评估报告选用收益法评估结果作为评估结论，立高食品股份有限公司评估基准日（2017 年 12 月 31 日）股东全部权益评估价值为 37,250 万

元。考虑本次增资的现金，增资后公司价值为 40,950 万元，总股本为 12,700 万股，每股公允价值为 3.22 元/股，每股增值额为 2.22 元/股，本次股权激励需要进行股份支付处理的股份数为 1,651 万股。因此，公司计提股份支付费用 3,665.22 万元。

5）租赁费

租赁费核算的主要系办公用房租，在合同规定租赁期内平均分摊计入当期损益。报告期内各期金额分别是 328.03 万元、395.68 万元、403.58 万元和 206.03 万元，2018 年增加主要系公司搬迁至新的办公地点导致租赁费增加所致。

6）咨询服务费

咨询服务费核算的主要系审计、律师等中介服务费。报告期内各期金额分别是 415.66 万元、379.32 万元、344.10 万元和 104.13 万元。2017 年咨询服务费较高主要系支付浙江厂区房屋租赁中介费所致；2018 年咨询服务费较高主要系支付高新复审中介费所致。

7）会议费及培训费

会议费及培训费核算的主要系管理人员的会议费及培训费。报告期内各期金额分别是 163.05 万元、322.13 万元、293.20 万元和 306.38 万元。2018 年增加主要系公司举办运动会（每隔一年举办一次）及新员工培训增加所致。2020 年 1-6 月会议费及培训费较高主要系公司举办运动会（每隔一年举办一次）及年前举办管理层员工拓展所致。

8）其他管理费用

除上述费用外，公司其他管理费用金额较小，且报告期内未发生较大变化。

（2）管理费用率同行业对比分析

报告期内，同行业各可比公司的管理费用率情况如下表：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海融科技	8.68%	8.42%	7.59%	6.69%
南侨股份	-	-	-	6.12%
桃李面包	1.72%	1.80%	1.84%	1.89%
麦趣尔	7.21%	10.75%	12.71%	9.19%
元祖股份	5.74%	5.00%	5.62%	6.54%
平均值	**5.84%**	**6.49%**	**6.94%**	**6.09%**

立高食品	**5.56%**	**4.48%**	**4.69%**	**4.36%**

注 1：公司 2018 年管理费用率剔除了股份支付的影响；

注 2：2017 年，研发费用科目在报表中未单独列示，为与公司及海融科技、南侨股份保持一致，桃李面包、麦趣尔、元祖股份在计算管理费用率时，剔除了管理费用中研发费用的影响。

公司管理费用率高于桃李面包，低于其他可比公司，与收入规模、生产销售模式等具有一定的相关性。

公司管理费用率高于桃李面包，而低于海融科技和麦趣尔，主要是因为公司较海融科技、麦趣尔的收入规模大，但远低于桃李面包，收入规模较大的公司往往具有一定的规模经济性。

报告期内，同行业各可比公司的管理费用各期费用明细项目情况如下表：

单位：万元

2020 年 1-6 月

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
营业收入	67,007.53	-	105,310.27	-	22,792.76	-	273,888.05	-	41,056.60	-	83,503.65	-
管理费用合计	3,727.04	5.56%	3,608.55	3.43%	1,978.79	8.68%	4,704.05	1.72%	2,959.47	7.21%	4,791.89	5.74%
职工薪酬	2,115.10	3.16%	2,100.52	1.99%	1,143.14	5.02%	2,977.90	1.09%	1,776.08	4.33%	2,504.95	3.00%
办公费	451.77	0.67%	415.44	0.33%	176.14	0.77%	358.01	0.13%	-	0.00%	712.18	0.85%
租赁费	206.03	0.31%	108.74	0.09%	26.41	0.12%	240.12	0.09%	-	0.00%	59.70	0.07%
折旧摊销	262.62	0.39%	505.97	0.48%	257.25	1.13%	520.74	0.19%	498.09	1.21%	747.79	0.90%
咨询顾问费	104.13	0.16%	86.82	0.14%	-	-	-	-	154.57	0.38%	19.06	0.02%
差旅费用	71.19	0.11%	52.52	0.05%	42.11	0.18%	29.95	0.01%	13.66	0.03%	124.37	0.15%
其他	516.20	0.77%	513.00	0.49%	333.74	1.46%	577.33	0.21%	517.07	1.26%	623.84	0.75%

2019 年度

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
营业收入	158,372.95	-	228,013.00	-	58,357.18	-	564,370.98	-	67,057.04	-	222,266.81	-

管理费用合计	7,095.34	4.48%	8,353.52	3.66%	4,913.63	8.42%	10,171.81	1.80%	7,209.89	10.75%	11,118.74	5.00%
职工薪酬	4,024.01	2.54%	4,850.66	2.13%	3,013.95	5.16%	6,466.18	1.15%	3,616.86	5.39%	6,305.65	2.84%
办公费	864.21	0.55%	533.62	0.23%	304.24	0.52%	853.22	0.15%	17.09	0.03%	959.92	0.43%
租赁费	403.58	0.25%	133.50	0.06%	27.87	0.05%	336.45	0.06%	20.95	0.03%	148.74	0.07%
折旧摊销	453.50	0.29%	1,008.20	0.44%	467.82	0.80%	962.79	0.17%	1,061.01	1.58%	1,541.17	0.69%
咨询顾问费	344.10	0.22%	453.80	0.16%	-	-	596.43	0.11%	386.97	0.58%	377.99	0.17%
差旅费用	222.51	0.14%	268.34	0.12%	177.48	0.30%	186.99	0.03%	240.75	0.36%	468.15	0.21%
其他	783.44	0.49%	1,218.85	0.53%	922.23	1.58%	769.76	0.14%	1,866.26	2.78%	1,317.13	0.59%

2018 年度

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
营业收入	131,345.30	-	198,317.81	-	54,106.35	-	483,322.76	-	60,020.52	-	195,821.59	-
管理费用合计	9,827.85	7.48%	7,903.23	3.99%	4,104.55	7.59%	8,875.97	1.84%	7,629.54	12.71%	11,002.84	5.62%
职工薪酬	3,028.93	2.31%	4,349.79	2.19%	2,653.81	4.90%	5,770.02	1.19%	3,034.03	5.05%	5,941.29	3.03%
办公费	932.43	0.71%	600.53	0.30%	214.46	0.40%	702.74	0.15%	358.90	0.60%	1,126.01	0.58%
股份支付	3,665.22	2.79%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
租赁费	395.68	0.30%	94.78	0.05%	22.79	0.04%	240.93	0.05%	1.18	0.00%	114.23	0.06%
折旧摊销	307.37	0.23%	1,010.97	0.51%	303.81	0.56%	861.43	0.18%	1,333.32	2.22%	1,545.31	0.79%

咨询顾问费	379.32	0.29%	473.88	0.19%	-	-	379.72	0.08%	766.92	1.28%	274.99	0.14%
差旅费用	160.44	0.12%	249.05	0.13%	174.01	0.32%	219.47	0.05%	115.84	0.19%	486.89	0.25%
其他	958.46	0.73%	1,242.70	0.63%	735.67	1.36%	701.65	0.15%	2,019.35	3.36%	1,514.11	0.77%

2017 年度

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
营业收入	95,599.15	-	172,694.35	-	47,124.49	-	407,970.99	-	57,957.82	-	177,724.11	-
管理费用合计	4,172.50	4.36%	6,952.21	4.03%	3,152.66	6.69%	7,696.77	1.89%	5,329.16	9.19%	11,630.23	6.54%
职工薪酬	2,212.70	2.31%	3,962.57	2.29%	1,892.85	4.02%	5,079.39	1.25%	2,792.34	4.82%	6,085.68	3.42%
办公费	376.12	0.39%	528.84	0.31%	166.17	0.35%	703.81	0.17%	247.86	0.43%	997.52	0.56%
股份支付	-	-	-	-	-	-	-	-	-694.37	-1.20%	-	-
租赁费	328.03	0.34%	95.84	0.06%	31.75	0.07%	233.14	0.06%	-	-	118.46	0.07%
折旧摊销	232.62	0.24%	944.41	0.55%	342.46	0.73%	680.59	0.17%	1,065.38	1.84%	1,689.21	0.95%
咨询顾问费	415.66	0.43%	309.14	0.14%	-	-	161.38	0.04%	516.91	0.89%	249.12	0.14%
差旅费用	143.28	0.15%	242.33	0.14%	175.62	0.37%	197.02	0.05%	127.51	0.22%	469.15	0.26%
其他	464.08	0.49%	3,044.16	1.76%	543.81	1.15%	641.43	0.16%	1,273.53	2.20%	2,021.09	1.14%

注 1：由于无法获取南侨股份 2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月数据，故上表不包括南侨股份；

注 2：部分项目同行业可比公司如无数据则时剔除该公司，取其他几家的平均数。

公司收入规模与元祖股份相近，管理费用率略低于元祖股份，主要系元祖股份产品相对高端，主要经营场所均在一二线城市，员工薪酬及办公场所摊销金额较高所致。

公司及南沙厂区用房系租赁使用，故管理费用中租赁费占营业收入的比重要高于同行业可比公司，管理费用中折旧与摊销占营业收入的比重要低于同行业可比公司。

3、研发费用分析

（1）研发费用变动分析

报告期内，公司研发费用明细表如下：

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
职工薪酬	861.42	41.62%	1,847.56	44.51%	1,443.37	39.98%	1,036.37	35.03%
直接材料	927.56	44.81%	1,770.76	42.66%	1,783.75	49.40%	1,604.00	54.21%
折旧摊销	48.51	2.34%	76.12	1.83%	99.31	2.75%	67.12	2.27%
其他	232.41	11.23%	456.09	10.99%	284.18	7.87%	251.29	8.49%
合计	**2,069.89**	**100.00%**	**4,150.52**	**100.00%**	**3,610.62**	**100.00%**	**2,958.78**	**100.00%**

2017 年至 2019 年，公司研发费用中的职工薪酬逐年上升，分别为 1,036.37 万元、1,443.37 万元和 1,847.56 万元。上升的主要原因是公司研发人员人数、人均薪酬的逐年增长。为保持在市场的持续竞争力，公司非常重视研发投入，不断加大研发支出，开展新产品、配方、工艺的研究。为此，报告期内，公司的研发项目稳步增长，由 2017 年的 26 项增长至 2019 年的 32 项，为匹配研究项目的人才需求，公司加快研发人才的引进和储备，研发人员由 2017 年底的 71 人增加至 2019 年底的 102 人。与此同时，为提升对研发人才的吸引力，公司也在不断提高研发人员的薪酬标准，2017 年至 2019 年，公司研发人员人均薪酬分别为 14.60 万元/年、17.18 万元/年、18.11 万元/年。2020 年上半年，公司继续增加研发人员 10 人，研发人员薪酬总额为 861.42 万元。

（2）报告期各期研发支出及实施情况

公司 2020 年 1-6 月研发费用支出情况如下表所示：

单位：万元

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
乳之友马斯卡邦奶油的研发	265.27	380.00	265.27	-	中试阶段
多风味夹心酱产品研发	138.20	300.00	138.20	-	中试阶段
果馅铝箔袋生装关键技术研究	69.53	150.00	69.53	-	实验阶段
果馅产品防褐变及冷粉工艺研发	98.01	200.00	98.01	-	小试阶段
多风味果酱类产品研发	15.71	150.00	15.71	-	实验阶段
多风味果溶产品研发	29.21	150.00	29.21	-	实验阶段
天然无添加酵素果馅产品研发	29.95	100.00	29.95	-	实验阶段
浇注型威化巧克力制品研发	33.05	150.00	33.05	-	立项阶段
新品巧克力的研发	114.83	300.00	114.83	-	中试阶段
酵素工艺及其关键技术研发	26.39	80.00	26.39	-	实验阶段
芒果原果保鲜及催熟关键技术研发	52.11	150.00	52.11	-	实验阶段
高性能膳食纤维的营养健康烘焙制品的研发	30.47	100.00	30.47	-	实验阶段
泡芙及派类新品研发	41.23	58.00	41.23	-	基础研究
起酥类产品品质提升关键技术研发	41.86	42.00	41.86	-	已结项
葡挞类产品口感品质改良关键技术研发	50.04	120.00	50.04	-	小批量生产
熟品吐司及餐包系列产品研发	57.46	112.00	57.46	-	小批量生产
油炸包馅面包类产品研发	75.96	80.00	75.96	-	已结项
牛角系列产品升级改良关键技术研发	47.81	95.00	47.81	-	小试阶段
甜甜圈系列产品升级改良关键技术研发	61.61	141.00	61.61	-	小批量生产
商超面团系列产品发酵关键技术研发	46.49	127.00	46.49	-	基础研究
冷冻型糯米产品系列研发	100.69	173.00	100.69	-	中试阶段
冷冻日式芝士蛋糕系列产品研发	78.30	215.00	78.30	-	中试阶段
耐冷冻重油蛋糕系列产品研发	51.70	102.00	51.70	-	小批量生产
耐冷冻夹心蛋糕系列产品研发	73.84	182.00	73.84	-	小批量生产

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
烘焙用面团预混料的制备	47.60	45.00	47.60	-	已完成
改进西点奶油夹心应用时出现的胀破现象	31.19	30.00	31.19	-	已完成
可用于烹饪的高品质沙拉酱研制	54.81	55.00	54.81	-	已完成
乳化酱料的耐剪切技术研究	57.92	53.00	57.92	-	已完成
高含油量沙拉酱的抗氧化研究	46.30	120.00	46.30	-	小试阶段
乳化酱料的流变学原理研究	44.13	90.00	44.13	-	小试阶段
高糖度红豆沙馅料的炒制	45.30	120.00	45.30	-	小试阶段
改善馅料中淀粉回生的研究	35.48	90.00	35.48	-	小试阶段
可常温储存的高水分活度酱料研制	12.14	80.00	12.14	-	小试阶段
无蛋乳化酱料的制备工艺研究	11.80	80.00	11.80	-	小试阶段
好禧坊系列蛋挞皮制备关键技术的研发	8.69	26.00	8.69	-	小批量生产
挞将军系列蛋挞皮制备关键技术的研发	16.06	26.00	16.06	-	小批量生产
精装甜甜圈系列产品制备关键技术的研发	14.90	87.00	14.90	-	小批量生产
注馅类甜甜圈系列产品品质提升的研发	13.85	35.00	13.85	-	基础研究
合计	**2,069.89**	**4,594.00**	**2,069.89**	–	–

公司 2019 年研发费用支出情况如下表所示：

单位：万元

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
甜片油制备关键技术研发	83.96	80.00	83.96	-	已结项
非氢无反奶油关键技术研究	317.61	310.00	317.61	-	已结项
多口味烘焙类馅料制备工艺技术研发	195.53	190.00	195.53	-	已结项
用于奶盖的奶油制备关键技术研发	218.41	220.00	218.41	-	已结项
果馅用复配褐变抑制剂及制备技术研发	133.09	130.00	133.09	-	已结项
高端果馅产品工艺提升关键技术研发	537.02	520.00	537.02	-	已结项

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
酶法对水果表面处理应用技术研发	186.39	180.00	186.39	-	已结项
新品巧克力的研发	255.26	240.00	255.26	-	小试
蓝莓果酒冷冻浓缩发酵关键技术研究	13.14	15.00	13.14	-	已结项
高品质巧克力制备工艺提升技术研发	195.64	190.00	195.64	-	已结项
果酱类产品感官品评标准体系建立与应用技术研发	63.90	60.00	63.90	-	已结项
果酱类产品保质期测试及应用技术研发	61.45	60.00	61.45	-	已结项
果类产品冷处理加工及应用技术研发	82.95	80.00	82.95	-	已结项
莲蓉蛋黄饼新品研发与应用	76.01	75.00	76.01	-	已结项
帝王酥（饼）新品研发与应用	63.54	63.00	63.54	-	已结项
葡挞升级研发与应用	152.70	152.00	152.70	-	已结项
熟品日配系列产品研发与应用	156.30	155.00	156.30	-	已结项
披萨面团研发与应用	78.28	78.00	78.28	-	已结项
欧包系列产品研发与应用	125.02	124.00	125.02	-	已结项
植物奶油慕斯蛋糕系列产品研发	74.79	74.00	74.79	-	已结项
黄油蛋糕系列研发与应用	86.70	86.00	86.70	-	已结项
慕斯蛋糕抗老化技术的研究与应用	160.39	159.00	160.39	-	已结项
可常温储存的西点奶油夹心关键技术的研发	129.47	125.00	129.47	-	已结项
含有咸蛋黄的西点奶油夹心制备方法的研发	89.32	85.00	89.32	-	已结项
蛋挞用水果风味酱制备技术的研发	73.96	75.00	73.96	-	已结项
水果提取物在沙拉酱上的应用技术的研发	132.17	125.00	132.17	-	已结项
提拉米苏风味的耐烘烤乳化酱料制备方法的研发	130.43	123.00	130.43	-	已结项
干燥桑叶粉在乳化酱料应用技术的研发	59.73	60.00	59.73	-	已结项
烘培用面团预混料制备关键技术的研发	79.85	80.00	79.85	-	中试

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
西点奶油夹心应用时防胀破现象改进技术的研发	61.65	60.00	61.65	-	中试
可用于烹饪的高品质沙拉酱的研发	40.35	40.00	40.35	-	中试
乳化酱料耐剪切关键技术研发	35.52	40.00	35.52	-	中试
合计	**4,150.52**	**4,054.00**	**4,150.52**	-	-

公司 2018 年研发费用支出情况如下表所示：

单位：万元

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
糖衣巧克力技术研究（工艺、不同内核裹糖衣技术）	66.90	70.00	66.90	-	已结项
新品巧克力	117.56	120.00	117.56	-	中试
巧克力立体转印和浇注关键技术研究	34.89	40.00	34.89	-	已结项
牛奶奶油（奶盖奶油）	116.90	100.00	116.90	-	中试
多口味烘焙类馅料	154.44	150.00	154.44	-	中试
巧克力酱应用于蛋糕描图	47.46	50.00	47.46	-	已结项
酶法对水果表面处理的应用及研究	231.77	220.00	231.77	-	中试
非氢无反奶油关键技术研究	266.72	260.00	266.72	-	中试
甜片油研制开发	79.12	80.00	79.12	-	中试
蓝莓果酒冷冻浓缩发酵关键技术研究	59.84	60.00	59.84	-	中试
高乳脂含量植脂奶油	194.86	200.00	194.86	-	已结项
高端果馅产品系列	259.68	250.00	259.68	-	中试
（三水）巧克力生产线建造	114.27	110.00	114.27	-	小试
果馅用复配褐变抑制剂的开发及工艺研究	234.56	220.00	234.56	-	中试
蛋黄酥新品开发	35.26	35.00	35.26	-	已结项
欧包类产品工艺的研究和应用（干果、全麦）	131.44	125.00	131.44	-	已结项
吐司面包的制作及其生产工艺的研究和应用（全麦、英式、黑裸麦）	137.98	135.00	137.98	-	已结项

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
瑞士卷新品开发	76.01	75.00	76.01	-	已结项
迷你注馅甜甜圈新品开发	73.71	70.00	73.71	-	已结项
蜂蜜蛋糕产品品项扩展研究与应用（肉松、橙丝）	75.59	75.00	75.59	-	已结项
精装葡挞皮新品工艺研究与应用	127.57	125.00	127.57	-	已结项
慕斯蛋糕保水性技术的研究与应用	147.77	145.00	147.77	-	已结项
风味西点奶油夹心及其制备工艺研究	258.03	250.00	258.03	-	已结项
番茄沙司制备工艺研究	129.11	125.00	129.11	-	已结项
抗冻型沙拉酱制备关键技术研究	149.64	145.00	149.64	-	已结项
抗氧化蛋黄低脂沙拉酱制备工艺研究	105.64	100.00	105.64	-	已结项
烘焙型沙拉酱制备关键技术研究	183.91	175.00	183.91	-	已结项
合计	**3,610.62**	**3,510.00**	**3,610.62**	-	-

公司 2017 年研发费用支出情况如下表所示：

单位：万元

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
低糖含乳植脂奶油关键技术研究	233.22	220.00	233.22	-	已结项
低脂健康型含乳植脂奶油关键技术研究	197.31	190.00	197.31	-	已结项
蓝莓果酒冷冻浓缩发酵关键技术研究	270.09	270.00	270.09	-	小试
风味型巧克力关键技术研究	114.24	110.00	114.24	-	已结项
巧克力立体转印和浇注关键技术研究	85.42	80.00	85.42	-	中试
果馅系列产品防褐变关键技术研究	152.97	145.00	152.97	-	小试
多品种芒果、菠萝、蓝莓原料应用技术(品种、口味、特性、加工方法等确定）	285.11	280.00	285.11	-	已结项
干酪素制酪朊酸钠技术研究	53.88	50.00	53.88	-	已结项
长保质期低水活度果馅关键技术研究	116.58	120.00	116.58	-	已结项

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
非氢无反奶油关键技术研究	129.15	130.00	129.15	-	小试
慕斯蛋糕保水性技术的研究与应用	101.72	105.00	101.72	-	已结项
披萨制作及其生产工艺的的研发	135.94	140.00	135.94	-	已结项
采用二次发酵技术制作面包工艺的研究与应用	92.87	95.00	92.87	-	已结项
起酥老婆饼的制作及其生产工艺的研究与应用	98.70	100.00	98.70	-	已结项
华夫饼制作方法及其生产工艺的研究与应用	94.65	100.00	94.65	-	已结项
应用于甜甜圈油炸炉的滤油工艺技术的研究与应用	105.77	110.00	105.77	-	已结项
全自动丹麦起酥面包生产工艺的研究与应用	89.03	90.00	89.03	-	已结项
协同办公管理云系统的研发	56.45	60.00	56.45	-	已结项
牛角面包生产工艺的研究与应用	82.50	85.00	82.50	-	已结项
高粘度水包油乳化体系自动化生产工艺的研发与应用	6.04	6.00	6.04	-	已结项
水包油型乳状液中脂质-多糖微粒形成与聚集技术研究	26.36	25.00	26.36	-	已结项
可塑形耐烘烤奶酪风味乳化组合物及其关键技术研究	35.07	30.00	35.07	-	已结项
奶酪样制品制备及其防腐栅栏技术研究	69.83	65.00	69.83	-	已结项
起酥类食品用夹心馅料耐烘烤稳定性关键技术研究	101.91	100.00	101.91	-	已结项
工业用长保质期酸性乳化调味料及其制备工艺技术研究	118.28	115.00	118.28	-	已结项
耐烘烤含有均匀悬浮颗粒微小果粒果酱关键技术研究	105.67	105.00	105.67	-	已结项
合计	**2,958.78**	**2,926.00**	**2,958.78**	**-**	**-**

报告期内，公司的各项研发成果一方面使得公司新技术、新产品不断推出，另一方面也对公司已有技术进行了深化改良，对公司的整体技术水平提升起到了积极推动作用。

（3）研发费用归集和会计核算的依据

报告期内，公司结合自身经营模式，将研发投入全部费用化，不存在研发支

出结转无形资产的情形。

根据《企业会计准则第 6 号——无形资产》规定，企业内部研究开发项目研究阶段的支出，应当于发生时计入当期损益。企业内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能确认为无形资产：

1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；

4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

公司研发流程主要包括立项阶段、研究阶段（包含研究、小试和中试三个阶段）、产品测试及评审（包含产品测试、工试、试销、研发中评、项目结题）、产业化阶段等阶段，公司研发项目大部分是基于现有的技术储备基础上，结合新增的需求或性能完善型需求来确定研发目标，主要是用于改进公司现有产品的生产工艺、性能等，以更好地适应市场需求，一般不会形成新的技术和生产工艺，研发项目已结项，也不等同于应用到了生产环节，不会形成单独的可直接对外销售的产品。除公司内部的项目管理文件外，缺乏足够的外部证据来证明其经济效益及有用性。因此，公司研发支出不完全符合资本化条件，基于谨慎性原则，公司将研发支出全部予以费用化。报告期内，公司不存在研发费用资本化的情况。

（4）研发费用同行业对比

报告期内，同行业各可比公司的研发费用率情况如下表：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海融科技	5.21%	3.70%	3.97%	3.70%
南侨股份	-	-	-	2.34%
桃李面包	0.17%	0.16%	0.12%	0.12%
麦趣尔	0.51%	0.49%	0.41%	0.67%
元祖股份	0.87%	0.67%	0.69%	0.64%

平均值	**1.69%**	**1.25%**	**1.30%**	**1.50%**
立高食品	**3.09%**	**2.62%**	**2.75%**	**3.09%**

注：2017 年，因会计准则未要求在利润表中单独列示研发费用，公司桃李面包、麦趣尔、元祖股份研发费用取自其费用化的研发费用金额。

报告期内，公司研发费用率与海融科技、南侨股份较为接近，高于桃李面包、麦趣尔、元祖股份，主要是产品特性及其所需技术不同所致。

报告期内，同行业各可比公司的研发费用各费用明细项目情况如下表：

单位：万元

2020 年 1-6 月

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
营业收入	67,007.53	-	105,310.27	-	22,792.76	-	273,888.05	-	41,056.60	-	83,503.65	-
研发费用合计	2,069.90	3.09%	645.68	0.61%	1,187.96	5.21%	463.17	0.17%	208.63	0.51%	722.95	0.87%
职工薪酬	861.42	1.29%	464.36	0.44%	875.82	3.84%	319.51	0.12%	151.17	0.37%	510.92	0.61%
直接投入	927.56	1.38%	100.76	0.08%	226.82	1.00%	15.79	0.01%	-	0.00%	59.66	0.07%
折旧摊销	48.51	0.07%	30.57	0.02%	19.21	0.08%	65.97	0.02%	-	0.00%	6.54	0.01%
其 他	232.41	0.35%	82.83	0.08%	66.11	0.29%	61.90	0.02%	57.46	0.14%	145.83	0.17%

2019 年度

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
营业收入	158,372.95	-	228,013.00	-	58,357.18	-	564,370.98	-	67,057.04	-	222,266.81	-
研发费用合计	4,150.52	2.62%	1,214.18	0.53%	2,158.70	3.70%	884.28	0.16%	326.22	0.49%	1,487.51	0.67%
职工薪酬	1,847.56	1.17%	879.19	0.39%	1,722.33	2.95%	508.66	0.09%	190.08	0.28%	1,095.70	0.49%
直接投入	1,770.76	1.12%	123.07	0.05%	257.84	0.44%	104.28	0.02%	21.11	0.03%	109.06	0.05%

折旧摊销	76.12	0.05%	62.96	0.03%	68.44	0.12%	161.46	0.03%	11.05	0.02%	10.87	0.00%
其 他	456.09	0.29%	148.96	0.07%	110.08	0.19%	109.88	0.02%	103.98	0.16%	271.89	0.10%

2018 年度

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
营业收入	131,345.30	-	244,416.90	-	54,106.35	-	483,322.76	-	60,020.52	-	195,821.59	-
研发费用合计	3,610.62	2.75%	1,354.98	0.55%	2,147.82	3.97%	565.06	0.12%	247.10	0.41%	1,352.05	0.69%
职工薪酬	1,443.37	1.10%	1,049.98	0.43%	1,742.07	3.22%	391.29	0.08%	-	-	1,016.57	0.52%
直接投入	1,783.75	1.36%	184.42	0.15%	240.78	0.45%		0.00%	-	-	128.06	0.07%
折旧摊销	99.31	0.08%	48.57	0.02%	39.95	0.07%	94.84	0.02%	-	-	10.92	0.01%
其 他	284.18	0.22%	133.48	0.05%	125.01	0.23%	78.94	0.02%	-	-	196.50	0.07%

2017 年度

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
营业收入	95,599.15	-	210,939.86	-	47,124.49	-	407,970.99	-	57,957.82	-	177,724.11	-
研发费用合计	2,958.78	3.09%	1,131.00	0.54%	1,741.71	3.70%	507.90	0.12%	391.01	0.67%	1,143.38	0.64%

职工薪酬	1,036.37	1.08%	883.87	0.42%	1,377.23	2.92%	366.41	0.09%	-	-	907.97	0.51%
直接投入	1,604.00	1.68%	152.87	0.14%	277.53	0.59%	-	-	-	-	28.22	0.02%
折旧摊销	67.12	0.07%	27.92	0.01%	24.28	0.05%	44.89	0.01%	-	-	14.57	0.01%
其 他	251.29	0.26%	117.30	0.06%	62.68	0.13%	96.60	0.02%	-	-	192.61	0.07%

注 1：由于无法获取南侨股份 2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月数据，故上表不包括南侨股份；

注 2：部分项目同行业可比公司如无数据则时剔除该公司，取其他几家的平均数。

烘焙食品原料的制造过程需要经过一定的物理、化学、生物反应，除产品口味需满足下游客户需求外，还需要满足稳定性、运输存储便利性、保鲜性、可塑性等化学、物理特性，因此，需要每年投入较多资金用于技术研发。相比而言，烘焙成品对技术研发的投入相对较低。公司包含烘焙食品原材料，近几年公司不断推出新品以满足市场需求，因此研发费用中直接投入占营业收入比重较高；而桃李面包、麦趣尔、元祖股份的主要产品为面包、蛋糕等烘焙成品，研发费用中直接投入占营业收入比重较低。

另外，营业收入的规模也导致公司研发费用率与同行业可比公司存在一定差异。报告期内，公司营业收入远高于海融科技，故研发费用中薪酬占营业收入比重低于海融科技。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用情况如下表：

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
利息支出	99.55	184.39%	247.17	108.32%	275.91	104.28%	397.72	92.08%
减：利息收入	58.61	108.56%	50.26	22.03%	17.72	6.70%	13.83	3.20%
融资费用	0.00	-	-	-	-	-	33.96	7.86%
汇兑损益	-0.04	-0.07%	7.64	3.35%	-16.82	-6.36%	-5.34	-1.24%
手续费	13.09	24.24%	23.62	10.35%	23.23	8.78%	19.40	4.49%
合计	**53.99**	**100.00%**	**228.18**	**100.00%**	**264.59**	**100.00%**	**431.92**	**100.00%**

报告期内，公司财务费用主要为银行借款利息支出。公司银行借款规模不高，因此，相关财务费用规模及占收入比重较低。

报告期内，同行业各可比公司的财务费用率情况如下表：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海融科技	-0.51%	-0.20%	-0.58%	0.11%
南侨股份	-	-	-	-0.34%
桃李面包	0.78%	0.06%	-0.21%	-0.10%
麦趣尔	0.76%	0.50%	0.37%	0.22%
元祖股份	-0.03%	-0.02%	-0.01%	-0.06%
平均值	**0.25%**	**0.09%**	**-0.09%**	**-0.03%**

立高食品	**0.08%**	**0.14%**	**0.20%**	**0.45%**

烘焙食品企业现金流情况较好，对银行借款依赖性较低，所以报告期内，公司及可比公司的财务费用率均较低。

5、销售人员、管理人员、研发人员薪酬变动情况

（1）销售人员、管理人员、研发人员人数变动的原因及合理性，不同类别员工平均工资变动情况及原因

报告期内，公司销售人员、管理人员和研发人员变动情况如下表所示：

单位：人

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日
	数量	增加人数	数量	增加人数	数量	增加人数	数量
销售人员	871	-18	889	63	826	101	725
管理人员	256	6	250	18	232	35	197
研发人员	112	10	102	18	84	13	71

2017 年至 2019 年，公司烘焙食品原料业务在华东、西南、华北和华南等消费规模较大或具备增长潜力的地区持续扩充销售队伍，以满足业务快速发展的需求，2018 年末和 2019 年末分别新增销售人员 52 人和 29 人。同时，为匹配浙江生产基地 2018 年产线投产的人员需求，公司 2018 年末和 2019 年末分别新增冷冻烘焙产品销售人员 46 人和 19 人。2020 年上半年，受新冠疫情影响，公司奶油、水果制品等烘焙食品原料营业收入略有下滑，相应业务的销售人员减少了 14 人。公司销售人员虽略有减少，但销售团队仍整体保持稳定，少量员工离职不会对公司经营造成重大不利影响。

报告期内，公司为匹配公司的经营规模，对管理人员进行相应的扩充；此外，公司自筹划上市以来，对管理的规范性提高了要求，也促使管理人员人数逐年增加，因此，公司管理人员人数从 2017 年末的 197 人增加至 2020 年 6 月末的 256 人。

报告期内，公司为进一步提升研发能力和水平，持续引入研发人员，因此，公司研发人员数量由 2017 年末的 71 人增加至 2020 年 6 月末的 112 人。

因此，公司各岗位人员的逐年增长是为了满足业务发展和提升管理、研发水平的人才需求，具有合理性。

报告期内，公司各岗位员工的平均薪酬如下表所示：

单位：万元/人

项目	2020 年上半年	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售人员	5.55	12.75	12.21	9.42
管理人员	7.24	16.10	13.18	11.29
研发人员	7.79	18.11	17.18	14.60

注 1：平均薪酬由薪酬总额/期末人数计算而来，其中薪酬总额为税前薪酬，包括工资和福利，期末人数为每年 12 月 31 日或 6 月 30 日的人数，下同

注 2：2017 年和 2018 年因建设浙江生产基地，2020 年上半年因佛山厂区扩建，2017 年、2018 年和 2020 年上半年管理人员部分薪酬分别计入了在建工程 12.32 万元、29.01 万元和 16.35 万元，因此管理人员平均薪酬与下文管理费用中的管理人员平均薪酬存在差异

注 3：2020 年上半年，受疫情影响，公司分阶段复工复产。为保持员工的稳定，公司为待工期间的员工提供疫情专项补助，相关费用计入管理费用，上表中相关人员的薪酬包含了疫情期间领取的专项补贴，因此与下文 2020 年上半年期间费用中的销售人员、管理人员和研发人员平均薪酬存在差异

公司的员工薪酬由工资和福利构成。其中工资包括基本工资、绩效工资及年终奖；福利包括社保、公积金和补贴等。基本工资以职级为基础确定，绩效工资与个人、部门及公司业绩考核相关；公司根据法律的规定向员工支付有关福利费。同时，公司实行薪酬调整机制，根据国家政策和物价水平等宏观因素的变化、行业及地区竞争状况及公司整体效益情况而进行整体调整。同时，也会根据员工岗位的变动对薪酬进行个别调整。

报告期内，公司根据各业务发展的需要持续引入不同岗位的人员，使得营销体系更为完善，有效提升了整体的管理水平和研发实力，实现了业绩的逐年增长，进而也推动了各岗位员工平均薪酬的逐年提升。

（2）量化披露销售费用、管理费用、研发费用中人工成本波动的原因及合理性；

报告期内，公司销售费用、管理费用、研发费用中的人工成本情况如下表所示：

单位：人、万元/人、万元

项目	2020 年上半年			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	人数	人均薪酬	薪酬	人数	人均薪酬	薪酬	人数	人均薪酬	薪酬	人数	人均薪酬	薪酬
销售费用中的职工薪酬	871	5.37	4,678.69	889	12.75	11,331.72	826	12.21	10,081.37	725	9.42	6,832.36
管理费用	256	8.26	2,115.10	250	16.10	4,024.01	232	13.06	3,028.93	197	11.23	2,212.70

中的职工薪酬												
研发费用中的职工薪酬	112	7.69	861.42	102	18.11	1,847.56	84	17.18	1,443.37	71	14.60	1,036.37

报告期内，公司销售费用、管理费用、研发费用中人工成本随着员工人数的增长以及薪酬标准的提升，呈现逐年增长的趋势，详情参见本节之“十、盈利能力分析”之“（五）期间费用分析”之“销售费用分析”、之“2、管理费用分析”、之“3、研发费用分析”关于薪酬的相关分析。报告期内，公司销售费用、管理费用、研发费用中薪酬的变动具有合理性。

（3）发行人的工资水平与同行业可比公司和当地工资水平的对比

1）与行业水平的比较情况

报告期内，公司与同行业公司平均薪酬对比情况如下表所示：

单位：万元/人.年

公司名称	2020 年上半年	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海融科技	8.50	17.74	15.88	13.92
南侨股份	未披露	未披露	未披露	11.99
桃李面包	未披露	8.35	8.41	7.69
麦趣尔	未披露	8.37	9.08	8.01
元祖股份	未披露	10.87	9.71	9.94
平均值	**8.50**	**11.33**	**10.77**	**10.31**
立高食品	**5.01**	**11.34**	**10.18**	**8.21**

注：海融科技和南侨股份数据来自招股说明书，桃李面包、麦趣尔、元祖股份数据来自于上市公司各年年报

公司 2017 年和 2018 年平均薪酬低于同行业可比公司平均水平，但随着公司经营业绩的提升，公司平均薪酬水平快速增长，2019 年平均薪酬已高于行业平均薪酬水平。

2）与当地水平的比较情况

报告期内，公司与所在地平均薪酬的对比情况如下表所示：

单位：万元/人

项目	2020 年上半年	2019 年度	2018 年度	2017 年度
广东省制造业就业人员平均工资	未披露	未披露	7.40	6.68

广东省制造业私营单位就业人员平均工资	未披露	未披露	5.54	5.02
浙江省制造业就业人员平均工资	未披露	未披露	7.31	6.52
浙江省制造业私营单位就业人员平均工资	未披露	未披露	5.09	4.60
立高食品	5.01	11.34	10.18	8.21

注 1：数据来自于 wind 资讯，2019 年和 2020 年上半年各省市的薪酬数据尚未披露
注 2：河南奥昆尚未运营，因此，河南省的工资情况不作比对

报告期内，公司全体员工的平均薪酬逐年上升，高于公司及正在运营的分子公司所在省份的制造业企业的平均工资，且与其变动趋势一致。

6、发行人费用类别，金额计提的准确性，费用对方单位关联情况，以及跨期情况

（1）公司销售费用、管理费用存在较多相同明细类别的原因及合理性

报告期，公司销售费用与管理费用的具体明细类别及其金额如下表所示：

单位：万元

项目	销售费用				管理费用			
	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
职工薪酬	4,678.69	11,331.72	10,081.37	6,832.36	2,115.10	4,024.01	3,028.93	2,212.70
业务招待费	192.89	488.9	443.69	283.92	93.94	179.55	158.74	105.01
办公费	164.04	325.48	243.31	206.99	451.77	864.21	932.43	376.12
差旅费	1,341.79	4,020.95	3,812.14	2,814.69	71.19	222.51	160.44	143.28
运输费	3,512.65	8,879.94	7,980.11	6,133.86	-	-	-	-
广告宣传费	131.97	401.31	248.43	172.34	-	-	-	-
会议及培训费	84.91	380.67	339.45	105.71	306.38	293.2	322.13	163.05
咨询服务费	199.91	418.05	469.8	380.06	104.13	344.1	379.32	415.66
仓储费	867.97	1,904.01	1,983.44	1,272.18	-	-	-	-
折旧及摊销	74.5	131.42	110.83	62.51	262.62	453.5	307.37	232.62
业务推广费	579.62	2,245.32	1,889.16	1,313.10	-	-	-	-
租赁费	152.85	305.84	298.95	256.12	206.03	403.58	395.68	328.03
其他	3.32	7.55	3.29	0.45	-	-	-	-
绿化维护费	-	-	-	-	36.86	92.44	59.98	50.62
残疾人保障金	-	-	-	-	-	9.13	54.19	7.15
物料消耗费	-	-	-	-	36.87	170.44	201.7	88.41
存货盈亏	-	-	-	-	42.15	38.68	161.72	49.84

股份支付	-	-	-	-	-	-	3,665.22	-
合计	**11,985.11**	**30,841.16**	**27,903.98**	**19,834.28**	**3,727.05**	**7,095.34**	**9,827.85**	**4,172.50**

从上表可以看出，公司销售费用和管理费用相同明细类别有职工薪酬、业务招待费、办公费、差旅费、会议及培训费、咨询服务费、折旧及摊销、租赁费。同类费用在不同科目之间主要区分方法是按照费用发生的部门进行归集，与公司销售和管理模式相符，其分类合理。

公司及同行业可比公司销售费用及管理费用的类别区分如下：

（1）销售费用

销售费用项目	立高食品	海融科技	南侨股份	桃李面包	麦趣尔	元祖股份	与同行业可比公司分类差异原因
职工薪酬	√	√	√	√	√	√	-
业务招待费	√	√	√	√	√	-	-
办公费	√	-	√	√	-	√	-
差旅费	√	√	√	√	√	√	-
运输费	√	√	√		√	√	-
广告宣传费	√	√		√	√	√	-
会议及培训费	√	-	-	-	-	-	公司销售部门发生的会议及培训费
咨询服务费	√	√	-	-	-	-	主要系华与华营销咨询有限公司为公司提供营销咨询服务
仓储费	√	√	-	-	-	-	公司用于存放存货租用的仓库仓储服务费和租金
折旧及摊销	√	√	√	√	√	√	-
业务推广费	√	√	√	-	-	-	-
租赁费	√	√	√	√	√	√	-
其他	√	√	√	√	√	√	-
保险	-	√	-	-	-	-	-
产品配送服务费用	-	-	-	√	-	-	-
汽车费用	-	-	-	√	-	-	-
门店费用	-	-	-	√	-	-	-
销售佣金	-	-	-	-	-	√	-

销售费用项目	立高食品	海融科技	南侨股份	桃李面包	麦趣尔	元祖股份	与同行业可比公司分类差异原因
礼券工本费及其他易耗品零用	-	-	-	-	-	√	-
修理费	-	-	-	-	√	√	-
水电费	-	-	-	-	√	√	-
材料费	-	-	-	-	√	-	-
业务经费	-	-	-	-	√	-	-
通讯费	-	-	-	-	√	√	-
样品费	-	-	√	-	-	-	-
水电费	-	-	√	-	-	-	-

（2）管理费用

管理费用项目	立高食品	海融科技	南侨股份	桃李面包	麦趣尔	元祖股份	与同行业可比公司分类差异原因
职工薪酬	√	√	√	√	√	√	-
办公费	√	√	√	√	√	√	-
业务招待费	√	√	-	√	√	√	-
差旅费	√	√	√	√	√	√	-
折旧及摊销	√	√	√	√	√	√	-
咨询服务费	√	-	-	√	√	-	-
绿化维护费	√	-	-	-	-	-	办公室及厂区绿化费用
会议费及培训费	√	√	-	-	-	-	新员工及管理人员会议费及培训费
残疾人保障金	√	-	-	-	-	-	-
租赁费	√	√	√	√	√	√	-
物料消耗费	√	-	-	-	-	-	海融科技分类为低值易耗品
存货盈亏	√	-	-	-	-	-	麦趣尔分类为报损费
股份支付	√	-	-	-	-	-	-
中介费	-	√	-	-	-	-	-
车辆费用	-	√	-	√	-	-	-
服务费	-	√	-	-	-	-	-
物业及水电费	-	√	-	-	-	-	-
检测费	-	√	-	-	-	-	-

管理费用项目	立高食品	海融科技	南侨股份	桃李面包	麦趣尔	元祖股份	与同行业可比公司分类差异原因
快递费	-	√	-	-	-	-	-
低值易耗品	-	√	-	-	-	-	-
通讯费	-	√	-	-	-	√	-
修理费	-	√	√	-	√	√	-
房屋改造	-	√	-	-	-	-	-
保险费	-	√	√	-	-	-	-
其他	-	√	√	√	√	√	-
咨询费、审计费	-	-	-	√	-	√	-
安保费	-	-	-	√	-	-	-
交通运输费	-	-	-	-	√	√	-
报损费	-	-	-	-	√	-	-
长期待摊费用	-	-	-	-	√	-	-
劳务费	-	-	√	-	√	-	-
开办费	-	-	√	-	-	-	-

从上表可以看出，公司销售费用和管理费用的类别区分与同行业可比公司的分类不存在重大差异，符合行业惯例。

（2）销售费用及管理费用主要金额计提的准确性

公司销售费用及管理费用主要金额计提的相关内部控制如下所示：

1）职工薪酬

为规范公司薪酬管理，激发员工的工作积极性，公司制定并施行了《薪酬管理制度》以及《薪酬激励方案》。公司员工薪酬组成包括基本工资、绩效工资和年终奖金。基本工资根据工作岗位级别和岗位所需要的技能确定；绩效工资按月发放，主要与岗位职责履行状况和工作绩效考核结果相挂钩；年终奖每年发放，由部门管理人员讨论制定年终奖励计划，报经管理层批准后由人事部、财务部负责计划具体的执行、实施。

非销售人员每天上班在打卡机上打卡；销售人员每天按计划走访客户，到客户处打开 OA 定位打卡。OA 系统根据销售人员的日报表、请假单等相关信息形成业务员考勤表。

每月末人事部根据打卡记录及销售人员日报表、请假单相关申请再次核对各人员的考勤情况，根据员工工资标准、考勤情况计算应付工资，并按劳动保障部门规定比例计算五险一金，财务部据此按照受益对象计入相关成本费用。

2）运输费及仓储费

每月末公司相关部门与提供服务方对账后，形成确认后的对账单，财务人员按照对账单进行运输费及仓储费计提。待对方提供发票后按发票金额确认成本费用，并冲销计提数。

3）日常费用

公司制定了《公司费用标准及报销规定》，并对各级别人员的出差费用标准做了规定，主要对电话费补贴、招待费、住宿费、区域交通费、出差补助、交通补助等六方面的标准作出相关规定。员工按规定标准在限额内实行实报实销，超出标准部分自行承担。

公司对不同级别员工的借支额度有相关规定，通常情况备用金借支不能超过借款人一个月的底薪；申请人在 OA 系统填写《借款申请单》，经过提交申请人所属部门主管、人力资源部、总账费用会计、财务总监和总经办审批，由出纳付款。公司借支主要系业务人员，规定每年末业务人员借支需进行清理。

费用报销时由报销人在 OA 系统填写《一般费用报销单》，明细填写完成提交到该报销申请人的部门主管审批，同时将根据报销发票、合同填写支付证明单（明确冲借支还是银行转账）交费用会计复核相关单据的完备性及数据的准确性，核对无误后，在 OA 系统里费用会计、财务总监、常务副总裁依次审批后，出纳申请付款，由财务总监授权。

业务人员由于日常均在各驻点，可能导致单据不能及时传递至财务进行账务处理，故需每日在 OA 系统拜访表中填写业务情况记录，包括每日个人产生的交通费、住宿费，办事处费用等发生的费用明细，经过部门领导审批，月末每日业务情况记录表会生成汇总表（费用报销表），财务人员月末导出本月的数据进行费用计提。次月，业务人员将对应费用报销表的原始凭证邮寄至公司成本会计进行报销，财务核算费用并冲回上月计提。

综上，公司各类期间费用已按照权责发生制记录于对应期间，报告期内每期末，公司根据实际发生但发票未到的费用进行暂估并计提入账，同时财务部告知

各部门人员报销当期费用的截止日，避免跨期费用的产生，保证各类费用计提的准确性。

（3）费用发生的对方单位

1、销售费用

报告期内，公司销售费用中的主要类别系职工薪酬、运输费、差旅费、业务推广费及仓储费，上述费用发生的主要对方单位情况如下：

科目	主要对方单位	是否存在关联关系	是否为发行人承担成本或代垫费用的情况
职工薪酬	公司员工	否	否
运输费	广州鑫赟冷冻运输有限公司、广东昕云冷链物流有限公司、江西永源物流有限公司等第三方物流公司	否	否
差旅费	铁路部门、航空公司及零散的餐厅、酒店等单位	否	否
业务推广费	广州敏睿装饰工程有限公司、北京贝克瑞会展服务有限责任公司、北京中连鼎和烘焙食品技术有限公司、上海博华国际展览有限公司等场地租赁、住宿、餐饮公司	否	否
仓储费	广州鑫赟冷冻运输有限公司、成都一鑫物流有限公司廊坊万纬冷链物流有限公司等第三方物流公司	否	否

2、管理费用

报告期内，公司管理费用中的主要类别系职工薪酬、办公费、折旧及摊销、租赁费、咨询服务费、会议费及培训费、股份支付，上述费用发生的主要对方单位情况如下：

科目	主要对方单位	是否存在关联关系	是否为发行人承担成本或代垫费用的情况
职工薪酬	公司员工	是，公司的董事、监事和高级管理人员，为公司的关联方	否
办公费	办公用品购买、办公设施维护、车辆交通等费用的结算单位	否	否
折旧及摊销	公司自有的长期资产	否	否

租赁费	广东玉都房地产开发有限公司、广东宏鼎物业服务有限公司广州分公司等公司	否	否
	彭裕辉、赵松涛等股东	是	否
咨询服务费	广州领方信息科技有限公司及审计、律师等中介机构	否	否
会议费及培训费	京东、天猫、大型超市、零散的餐厅、物料领用等	否	否

注：公司报告期内租赁使用彭裕辉、赵松涛等股东所拥有的，分别位于佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号和广州市白云区广园中路 318 号的办公物业，相关租赁费用按市场价格确定计入管理费用。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用中的主要类别系公职工薪酬和直接材料，上述费用发生的主要对方单位情况如下：

科目	主要对方单位	是否存在关联关系	是否为发行人承担成本或代垫费用的情况
职工薪酬	公司员工	是，公司的董事、监事和高级管理人员，为公司的关联方	否
直接材料	公司自有的材料	否	否

综上所述，公司依据公司的薪酬管理制度核算和支付董监高薪酬，所核算的办公租赁价格公允，不存在由关联方为公司承担成本或代垫费用的情形。除此之外，其他费用发生单位与公司不存在关联关系或潜在关联关系，亦不存在为公司承担成本或代垫费用的情形。

（4）费用核算跨期情况

报告期内，公司各类期间费用已按照权责发生制记录于对应期间，报告期内各期末，公司根据实际发生但发票未到的费用进行暂估并计提入账，同时财务部告知各部门人员报销当期费用的截止日，避免跨期费用的产生，保证各类费用计提的准确性。因此，公司费用核算不存在跨期的情形。

（六）利润表其他项目分析

1、信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款减值损失	84.84	-137.37	-	-
合计	**84.84**	**-137.37**	**-**	**-**

注：损失以“-”号填列。

因会计准则调整，2019 年公司将应收账款减值计入信用减值损失，且公司当年其他应收款未计提减值损失。因此，2019 年公司信用减值损失为 137.37 万元，2020 年公司信用减值损失为收益 84.84 万元，均为应收账款减值损失。

2019 年，公司计提的应收账款减值损失较 2018 年的坏账损失有所增加，主要是因为公司 2019 年末应收账款余额较 2018 年末增加较快，计提的坏账损失较大所致。

2020 年上半年，因冲回 2019 年应收账款坏账准备金额高于计提的应收账款坏账准备金额，因此公司应收账款减值损失为收益 84.84 万元。

2、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
坏账损失	-	-	-37.33	-85.35
存货跌价损失	-60.07	-146.04	-96.81	-81.29
合计	**-60.07**	**-146.04**	**-134.14**	**-166.64**

注：损失以“-”号填列。

公司的资产减值损失来自于应收账款、其他应收款计提的坏账准备以及存货跌价准备。报告期内，公司资产减值损失分别为 166.64 万元、134.14 万元、146.04 万元和 60.07 万元。

2018 年，公司计提的坏账损失较 2017 年有所减少，主要是因为 2018 年末公司应收账款余额较 2017 年末增加较少，因此计提的坏账损失较少。

2019 年，公司资产减值损失较上年有所增加，主要是因为进口稀奶油毛利率较低，计提较多跌价准备，致使存货跌价损失较上年增加较多所致。

2020 年上半年，公司资产减值损失较上年有所减少，主要是因为毛利率较低的稀奶油存货减少，存货跌价准备计提减少所致。

3、其他收益

公司的其他收益全部为日常活动收到的政府补助，报告期内分别为 203.97

万元、497.48 万元、1,069.49 万元和 406.20 万元。报告期内，公司计入其他收益的政府补助明细如下：

单位：万元

补助项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	与资产相关/与收益相关
企业稳定岗位补贴	15.70	6.06	11.69	8.22	与收益相关
2019 年科技企业上市（挂牌）补贴	20.00	-	-	-	与收益相关
2019 年度发明专利产业化项目补助	131.88	-	-	-	与收益相关
2020 年第一季度工业企业增产奖励	50.00	-	-	-	与收益相关
新冠疫情防控期间工业企业外地员返企集中隔离专项资金	0.55	-	-	-	与收益相关
财政局企业复工复产补贴	3.14	-	-	-	与收益相关
佛山市三水区经促局 2017 年下半年降低用气成本补贴	-	1.58	-	-	与收益相关
经促局 2018 年降低用气补贴	-	4.34	-	-	与收益相关
2019 年促进先进制造业发展扶持奖励	-	21.00	-	-	与收益相关
2018 年大工业变压器容量基本电费补贴款	-	7.93	-	-	与收益相关
2017 年度高企认定通过额外奖励	21.00	20.00	-	-	与收益相关
2017 年高新补助	-	9.00	-	-	与收益相关
监控补贴	-	0.01	-	-	与收益相关
智能制造项目奖励	-	230.28	-	-	与收益相关
非总部企业贡献奖励	-	106.00	-	-	与收益相关
就业创业专项资金补贴	-	0.39	1.01	-	与收益相关
广州市南沙区财政局补贴	-	0.26	-	-	与收益相关
增城区 2019 年度高新技术企业奖励资金	-	50.00	-	-	与收益相关
2019 年省级促进经济高质量发展专项资金	-	92.90	-	-	与收益相关
就业创业专项资金补贴	-	55.25	-	-	与收益相关
长兴县就业管理服务处失业保险基金	18.76	53.83	-	-	与收益相关
产值奖励	-	185.16	-	-	与收益相关
2016 年广州市企业研发经费后补助专项项目	-	-	-	20.84	与收益相关
广东省 2016 年企业研究开发省级项目补助	-	-	-	57.60	与收益相关
2017 年科技创新券后补助	-	-	-	21.60	与收益相关
高新技术企业奖励及研发费后补助	-	-	-	40.84	与收益相关

小升规奖励项目	-	-	-	10.00	与收益相关
高新技术企业认定受理补贴	-	-	-	20.00	与收益相关
工业稳增长奖励资金	-	-	-	18.00	与收益相关
广东省 2017 年度企业研究开发省级财政补助	-	-	60.73	-	与收益相关
广州市企业创新能力建设计划创新标杆企业补助	-	-	41.68	-	与收益相关
增城区 2019 年度知识产权专利发展资金资助	-	26.20	-	-	与收益相关
2018 年度广州市专利工作专项资金	-	-	50.00	-	与收益相关
2018 年度增城区第二批科技创新扶持资金	-	-	11.16	-	与收益相关
2017 年广州市企业研发经费投入后补助	-	11.16	-	-	与收益相关
专利补贴	-	0.75	1.00	-	与收益相关
代扣个税及社保手续费返还	22.32	9.88	4.77	-	与收益相关
农业标准生产（QS 认证）补贴	-	-	2.00	-	与收益相关
就业专项补贴	-	-	0.24	-	与收益相关
高新技术企业入库补贴	-	-	60.00	-	与收益相关
研究开发机构建设专项资金	-	-	200.00	-	与收益相关
用气成本补助	-	-	1.28	-	与收益相关
冷链物流建设专项资金补助	-	15.59	11.01	-	与收益相关
冷链物流建设专项资金补助	15.55	23.78	9.50	-	与资产相关
烘焙食品自动化生产建设及产品补助	8.45	6.00	6.00	2.89	与资产相关
技术改造专项补助	2.51	0.84	-	-	与资产相关
工业企业技术改造事后奖补项目	95.55	129.71	23.81	2.92	与资产相关
内外经贸发展与口岸建设进口设备贴息项目	0.80	1.60	1.60	1.06	与资产相关
合计	**406.20**	**1,069.49**	**497.48**	**203.97**	**-**

2017 年至 2019 年，公司其他收益逐年增长，主要是公司所获得的政府补助项目及金额增多所致。

4、营业外收入

报告期内，公司营业外收入为 10.38 万元、5.44 万元、9.79 万元和 1.78 万元，金额较小，主要由少量赔偿款等构成。

5、营业外支出

报告期内，公司营业外支出明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

非流动资产毁损报废损失	2.61	49.13	11.51	2.14
捐赠	6.00	14.16	5.89	2.80
违约金及赔款	2.01	5.67	2.80	209.43
罚款及滞纳金	0.02	1.80	1.45	22.81
其他	0.00	-	0.30	0.79
合计	**10.64**	**70.76**	**21.96**	**237.97**

报告期内，公司营业外支出为 237.97 万元、21.96 万元、70.76 万元和 10.64 万元。除 2017 年外，公司营业外支出金额较小。

2017 年营业外支出规模较大的原因是：2016 年，公司拟进行华东生产基地的建设，与平湖维克斯儿童玩具有限公司签订《厂房租赁合同书》及《补充协议》，租赁平湖维克斯儿童玩具有限公司的土地及厂房。后因发现上述土地临近化工园区，为避免潜在风险，保证食品生产安全，公司进行全面风险评估后，主动对项目地点进行调整，并与平湖维克斯儿童玩具有限公司终止了租赁合同。为此公司承担了 200 万元违约金。

报告期内，公司存在少量罚款及滞纳金，其主要是公司受到海关、环保部门的行政处罚，上述处罚的主管行政主管部门均已出具证明，公司上述被处罚行为均不属于重大违法违规，详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“三、发行人报告期内违法违规情况”。

（七）净利润的变动趋势及原因

报告期内，公司营业收入增长与同期净利润增长的匹配关系如下：

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
营业收入	67,007.53	100.00%	158,372.95	100.00%	131,345.30	100.00%	95,599.15	100.00%
营业成本	39,703.02	59.25%	93,012.66	58.73%	81,980.06	62.42%	62,007.60	64.86%
毛利	27,304.51	40.75%	65,360.29	41.27%	49,365.24	37.58%	33,591.55	35.14%
销售费用	11,985.11	17.89%	30,841.16	19.47%	27,903.98	21.24%	19,834.28	20.75%
管理费用	3,727.05	5.56%	7,095.34	4.48%	9,827.85	7.48%	4,172.50	4.36%
研发费用	2,069.89	3.09%	4,150.52	2.62%	3,610.62	2.75%	2,958.78	3.09%

营业利润	9,457.64	14.11%	22,621.94	14.28%	6,980.41	5.31%	5,466.19	5.72%
利润总额	9,448.78	14.10%	22,560.96	14.25%	6,963.88	5.30%	5,238.60	5.48%
净利润	**7,599.78**	**11.34%**	**18,139.82**	**11.45%**	**5,230.86**	**3.98%**	**4,398.73**	**4.60%**
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	**7,228.42**	**10.79%**	**17,287.83**	**10.92%**	**8,522.94**	**6.49%**	**4,444.54**	**4.65%**

报告期内，公司的净利润分别为 4,398.73 万元、5,230.86 万元、18,139.82 万元和 7,599.78 万元。扣非后净利润分别为 4,444.54 万元、8,522.94 万元、17,287.83 万元和 7,228.42 万元。

2018 年、2019 年，公司扣非后净利润较上年同期分别增长 91.76%、102.84%，而营业收入增长了 37.39%、20.58%。公司扣非后净利润增速高于收入增长的速度，一方面是因为公司经营规模扩大，规模经济性使得公司毛利率增加、期间费用率有所降低；另一方面，增值税率下调，公司产品结构的优化等因素致使公司综合毛利率逐年提高。

2018 年，扣除非经常性损益后的净利润率为 6.49%，较上年同期增长了 1.84 个百分点，与公司毛利率的变化趋势一致。

2019 年，公司净利润较 2018 年增长了 12,908.96 万元，增幅较大。主要是因为公司毛利率较 2018 年有所上升，且销售费用占比下降所致。因此，2019 年，公司扣除非经常性损益后的净利润率为 10.92%，较上年同期增长了 4.43 个百分点。

2020 年上半年，毛利率与上年相比保持稳定，销售费用率有所下降，管理费用率有所上升，综合作用下，2020 年上半年公司净利润率、扣除非经常性损益后的净利润率与上年相比未发生较大变化。

综上所述，公司扣非后净利润增速高于收入增长具有合理的原因，具有匹配性。

（1）收入、净利润变动与同行业可比公司的比较分析

报告期内，公司收入、扣除非经常性损益后净利润变动情况与同行业可比公司对比情况如下：

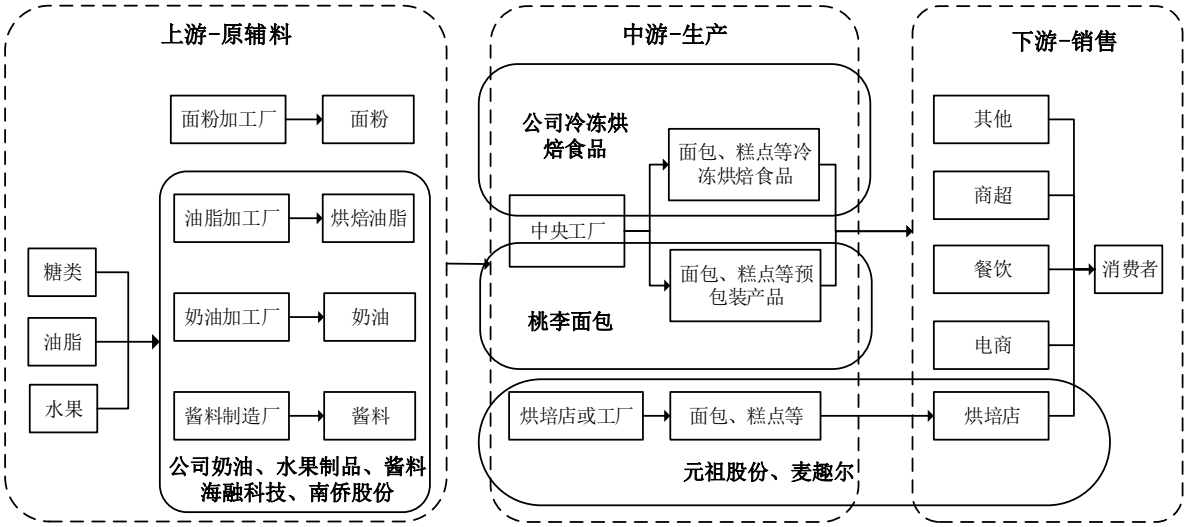
项目	营业收入同比增长		扣非后净利润同比增长		扣非后净利润率		
	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年	2017 年

桃李面包	16.77%	18.47%	7.02%	21.92%	11.69%	12.76%	12.40%
元祖股份	13.50%	10.18%	-0.88%	16.78%	9.52%	10.90%	10.28%
麦趣尔	11.72%	3.56%	-55.96%	-1,507.18%	-10.78%	-27.34%	2.01%
海融科技	7.86%	14.82%	8.54%	0.55%	12.76%	12.68%	14.48%
南侨股份	-	-	-	-	-	-	9.31%
同行业公司平均	12.46%	11.76%	4.89%	13.08%	11.32%	12.11%	11.62%
立高食品	20.58%	37.39%	102.84%	91.76%	10.92%	6.49%	4.65%

注：近年来，麦趣尔处于亏损状态，不具可比性，因此同行业公司平均扣非后净利润率、扣非后净利润同比增长为剔除麦趣尔后的情况。

由上表可见，报告期内，公司与同行业可比公司收入均呈现增长趋势，与我国烘焙市场的快速增长趋势一致，但各公司的收入增幅与利润变化情况却差距较大、表现各异，主要跟各公司所处烘焙食品产业链不同环节、经营不同产品类别以及不同的经营模式相关。

公司与同行业可比公司从事的业务在产业链上的具体分布情况如下：



同行业可比公司中，海融科技主要产品为奶油，与公司主要产品之一的奶油接近；南侨股份最主要收入来源为烘焙应用油脂，也有部分奶油产品，海融科技、南侨股份的产品与公司奶油、水果制品、酱料产品均属于烘焙食品原料，位于烘焙行业上游。元祖股份主要从事高档月饼、蛋糕等传统烘焙食品的生产经营，麦趣尔产品同时包括烘焙食品及乳制品，且两者的烘焙食品均主要通过其自有的连锁烘焙门店渠道直接销售给消费者。桃李面包主要从事预包装面包的生产销售，预包装产品常温保存且保质期较长，主要通过便利店、商超等渠道进行销售。

公司的主营业务同时包含了烘焙食品原料和冷冻烘焙食品两大板块。报告期，公司的收入增长幅度高于同行业可比公司，主要原因是公司抓住了我国烘焙市场快速发展和消费升级的机遇，在国内成功开拓了冷冻烘焙食品这个细分子行业。而收入的快速增长和产品结构优化又相应带来了公司净利润的高增长。

2018 年和 2019 年，公司冷冻烘焙食品收入增幅分别为 53.43%和 34.26%，不仅远快于同行业公司平均收入增幅，也高于公司自身整体收入增幅，从而推动了公司收入的持续、快速增长。冷冻烘焙食品收入增长的原因具体详见招股说明书本节之“十、盈利能力分析”之“（二）营业收入分析”之“1、营业收入构成”。

除此之外，公司还抓住消费升级的机遇，在烘焙食品原料业务中推出了部分奶油和酱料新产品并得到市场认可，收入增长较快，且该部分产品定价和毛利率均较高，也是公司报告期内收入、净利润快速增长的来源之一。

近年来，公司净利润增长幅度超过同行业可比公司平均增长幅度，系公司净利润率快速增长所致。一方面，近年来公司冷冻烘焙食品增速较快，且含乳脂植脂奶油销量亦逐年增长，高毛利率产品销量的增加使得公司毛利率逐年提升。另一方面，公司收入规模快速增加，规模的增加摊薄了部分固定的费用支出；此外，公司精细化管理能力有所加强，故报告期内，公司期间费用率（扣除股份支付影响）有所下降。因此，报告期内，公司平均扣非后净利率分别为 4.65%、6.49%、10.92%，虽然低于同行业可比公司，但逐年上升，2019 年已接近同行业平均水平。

因此，公司报告期内收入、净利润变动与同行业可比公司存在较大差异合理。

（2）2019 年净利润增长幅度大幅超过营业收入增长幅度的原因及合理性

2019 年，公司净利润较上年增长了 246.78%，大幅超过营业收入增长幅度。主要原因是：

①2018 年，公司一次性计提股份支付费用 3,665.22 万元，并计入非经常性损益，拉低了 2018 年净利润。如扣除非经常性损益影响，2019 年，公司扣非后净利润较上年增加 102.84%。

②因公司产品结构优化及 2019 年增值税率下调，公司综合毛利率增长了 3.69 个百分比，毛利率的增长使得公司的利润总额增长了 5,836.89 万元。

公司产品结构优化具体体现为：一方面公司开发的部分新产品得到市场认可，收入增长较快，占比持续上升，且该部分产品满足了市场消费升级的需求，定价和毛利率均较高；另一方面，公司主动降低了对部分低毛利率的产品销售力度，使公司 2019 年毛利率有所上升。具体情况如下：

第一，公司近年来增长最快的品类甜甜圈毛利率较高。甜甜圈是公司近年来推出的冷冻烘焙食品中的新品，与挞皮类、饼类等传统糕点相比，甜甜圈由于加入了酵母容易体积缩小、水分流失，且涉及面团搅拌、成型、注馅、发酵、油炸等多个环节，故技术难度更高、生产工艺更复杂，因此市场上同类产品较少，公司突破了甜甜圈的技术难度，产品口感和稳定性俱佳，故定价相对较高，推出后得到市场高度认可，销售收入迅速增长。2019 年，公司甜甜圈系列产品毛利率为 56.25%，远高于公司 41.26%的毛利率水平，且其销售收入占公司营业收入的比例由 2018 年的 10.70%上升至 11.95%。

第二，奶油产品由高毛利率的含乳脂植脂奶油替代植脂奶油。含乳脂植脂奶油作为新品，兼具稀奶油奶香浓郁和植脂奶油塑型能力强的优点，市场定位和毛利率较高，公司通过优化乳化体系，克服乳脂与植脂相容性较差的难题，成功推出了含乳脂植脂奶油产品，收入增长较快。2019 年，公司含乳脂植脂奶油毛利率为 53.67%，高于植脂奶油 51.91%的毛利率，也高于同期公司整体毛利率水平，含乳脂植脂奶油的收入占比由 2018 年的 14.21%上升至 15.09%。

除上述高毛利率的热销产品收入占比提升外，公司还主动减少了稀奶油、果糖、果膏等毛利率较低产品的市场推广，稀奶油是公司外购的进口产品，作为奶油产品体系的补充，其毛利率较低，2019 年，公司稀奶油产品的毛利率仅 2.03%，公司减少了稀奶油的市场推广，其销售收入占比由 2018 年的 3.44%下降至 2.90%。

综上，一方面，公司部分竞争力较强，毛利率较高的新产品获得市场的高度认可，销售收入占比持续提升；另一方面，公司减少了少量低毛利率产品的市场推广，低毛利率的产品增速放缓。上述因素使公司产品结构持续优化，成为 2019 年公司毛利率增长、净利润增幅大幅超过营业收入增幅的原因之一。

毛利率变动具体分析详见本节之“（四）主营业务毛利及毛利率分析”相关内容。

③扣除股份支付影响后，公司 2019 年期间费用率较上年降低 2.17 个百分比。其中，2019 年公司销售费用率较上年下降了 1.77 个百分比，是期间费用率下降的主要原因。销售费用中的职工薪酬、运输费用、仓储费、差旅费用占营业收入比重均有所下降，详见本节之“（五）期间费用分析”相关内容。公司期间费用率下降，使得公司的利润总额增长了 3,434.12 万元。

因此，2019 年净利润增长幅度大幅超过营业收入增长幅度合理。

（八）报告期非经常性损益、合并财务报表范围以外的投资收益以及少数股东损益对公司经营成果的影响

1、非经常性损益

报告期内，非经常性损益及其对净利润的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1、非流动资产处置损益	-12.17	-48.33	-35.49	7.71
3、计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	476.20	1,149.49	497.48	203.97
20、除上述各项之外的营业外收支净额	-6.25	-11.84	-5.01	-225.45
21、其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-3,665.22	-
小计	**457.78**	**1,089.31**	**-3,208.24**	**-13.77**
减：非经常性损益相应的所得税	86.42	237.33	83.84	31.35
减：少数股东损益影响数	-	-	-	-
非经常性损益影响的净利润	371.36	851.99	-3,292.08	-45.12
归属于母公司普通股股东的净利润	7,599.78	18,139.82	5,230.86	4,399.42
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	**7,228.42**	**17,287.83**	**8,522.94**	**4,444.54**

报告期内，公司非经常性损益主要包括股份支付、资产处置、政府补助。详情参见本节“（五）期间费用分析”之“2、管理费用”，“（六）利润表其他项目分析”之“3、其他收益”、“4、营业外收入”以及“5、营业外支出”。

2、合并财务报表范围以外的投资收益以及少数股东损益

报告期内，公司不存在合并报表范围以外的投资收益，不存在少数股东权益。

（九）报告期纳税情况

报告期内，公司主要税种缴纳情况如下：

1、增值税及所得税

报告期内，公司缴纳的增值税及所得税如下表所示：

单位：万元

税种	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	3,242.43	8,494.04	8,581.92	4,950.91
企业所得税	2,277.67	3,532.22	1,574.43	946.73

2018 年，公司增值税、企业所得税缴纳额随着经营规模的扩大而增加。2019 年，公司缴纳的企业所得税随着经营规模增加而继续增加；由于国家降低增值税，企业缴纳的增值税与上年相比保持平稳。具体税率及税收优惠政策详见本节之“七、税项”。

2、税金及附加

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
城市维护建设税	194.47	596.31	586.17	399.50
教育费附加	87.52	259.36	251.35	171.19
地方教育发展费	58.34	172.91	167.56	114.13
房产税	30.36	69.76	27.14	20.73
土地使用税	27.13	37.22	15.20	15.63
车船使用税	0.76	1.11	0.64	0.99
印花税	32.67	70.90	64.49	52.90
环境保护税	0.99	2.47	4.60	-
合计	**432.24**	**1,210.03**	**1,117.15**	**775.07**

2017 年至 2019 年，公司税金及附加逐年增加，主要系公司经营业绩增长所致。

3、最近三年公司所得税费用和会计利润的关系

单位：万元

序号	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	利润总额	9,448.78	22,560.96	6,963.88	5,238.60

序号	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
2	按适用税率计算的所得税费用	1,417.32	3,384.14	1,044.58	785.79
3	子公司适用不同税率的影响	668.21	1,314.50	274.50	100.60
4	调整以前期间所得税的影响	-	-	-	-
5	非应税收入的影响	-	-	-	-
6	不可抵扣的成本、费用和损失的影响	25.30	92.91	704.29	139.95
7	使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-	-	-
8	本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	-	-	-	-
9	由符合条件的支出而产生的税收优惠	-261.82	-370.41	-290.36	-186.46
10	所得税费用	1,849.00	4,421.14	1,733.02	839.87

十一、财务状况分析

（一）资产的主要构成分析

1、资产的构成及变化

报告期各期末，根据资产流动性划分的资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	36,269.28	47.92%	44,101.34	55.46%	30,998.60	50.14%	23,305.58	51.01%
非流动资产	39,420.44	52.08%	35,424.46	44.54%	30,827.47	49.86%	22,384.80	48.99%
合计	**75,689.72**	**100.00%**	**79,525.80**	**100.00%**	**61,826.07**	**100.00%**	**45,690.38**	**100.00%**

2017 年至 2019 年，随着经营规模的扩大和盈利能力的提升，公司资产规模呈现快速增长的趋势。2020 年上半年末，公司资产规模与上年末未发生较大变化。

公司自 2017 年起持续加大了投资力度，公司陆续购置土地、房产和设备，使非流动资产规模显著提升。与此同时，随着经营规模的扩大，流动资产规模亦显著提升。2018 年末，公司非流动资产和流动资产规模相当。随着浙江长兴生产基地的建成投产，公司在 2019 年固定资产投资有所减少，而收入规模的扩大使得公司流动资产占比增加。2020 年 6 月末，公司流动资产金额减少，非流动资产增加，主要是因为：①2020 年上半年，公司扩建佛山三水生产基地，以及

扩建冷冻烘焙食品产能，致使 2020 年 6 月底的在建工程有所增加；②河南生产基地土地使用权于 2020 年上半年取得产权证书，其土地款由其他应收款转入无形资产。

2、流动资产

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	16,409.64	45.24%	19,329.80	43.83%	9,296.49	29.99%	5,119.74	21.97%
应收票据	-	-	-	-	35.41	0.11%	-	-
应收账款	6,447.41	17.78%	8,040.94	18.23%	6,127.09	19.77%	5,900.12	25.32%
预付款项	1,370.86	3.78%	1,567.80	3.56%	1,996.26	6.44%	890.95	3.82%
其他应收款	447.59	1.23%	2,447.67	5.55%	302.38	0.98%	235.64	1.01%
存货	11,024.83	30.40%	11,671.88	26.47%	12,175.61	39.28%	10,026.68	43.02%
其他流动资产	568.95	1.57%	1,043.26	2.37%	1,065.37	3.44%	1,132.44	4.86%
流动资产合计	**36,269.28**	**100.00%**	**44,101.34**	**100.00%**	**30,998.60**	**100.00%**	**23,305.58**	**100.00%**

公司流动资产主要由货币资金、应收账款以及存货构成。截止 2020 年 6 月 30 日，货币资金、应收账款及存货分别占公司流动资产的 45.24%、17.78%和 30.40%，三项合计占流动资产比例为 93.42%。

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金的具体构成如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
银行存款	16,165.91	98.51%	19,133.96	98.99%	9,215.61	99.13%	5,040.52	98.45%
库存现金	8.78	0.05%	21.45	0.11%	17.86	0.19%	15.98	0.31%
其他货币资金	234.95	1.43%	174.38	0.90%	63.02	0.68%	63.24	1.24%
合计	**16,409.64**	**100.00%**	**19,329.80**	**100.00%**	**9,296.49**	**100.00%**	**5,119.74**	**100.00%**

公司货币资金主要由银行存款构成，报告期各期末，公司银行存款占货币资金的比例分别为 98.45%、99.13%、98.99%和 98.51%。其他货币资金为保证金及公司电商平台账户余额。

2017 年末至 2019 年末，公司货币资金逐年增加，主要是销售收入增长以及

货款回收速度加快所致。2020 年上半年末，因股东分红、佛山生产基地扩建等原因，货币资金较上年末有所减少。

（2）应收账款

1）应收账款变动情况

报告期各期末，公司应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月/2020 年 6 月 30 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日	2018 年度/2018 年 12 月 31 日	2017 年度/2017 年 12 月 31 日
应收账款净额	6,447.41	8,040.94	6,127.09	5,900.12
应收账款净额增长率	-19.82%	31.24%	3.85%	-
应收账款余额	6,822.84	8,501.21	6,449.98	6,211.62
应收账款余额增长率	-19.74%	31.80%	3.84%	-
营业收入	67,007.53	158,372.95	131,345.30	95,599.15
营业收入增长率	-57.69%	20.58%	37.39%	-
应收账款余额占营业收入比例	10.18%	5.37%	4.91%	6.50%

报告期内，公司收入快速增长，相应应收账款规模也逐年增加，各期末应收账款余额分别为 6,211.62 万元、6,449.98 万元、8,501.21 万元和 6,822.84 万元。2017 年至 2019 年，公司应收账款余额占营业收入的比重较小，回款情况较好；且报告期随着销售收入的快速增长，公司应收账款占营业务收入的比例却呈总体下降趋势，体现了公司产品的较强竞争力和销售收入的较高质量。2020 年 6 月底，公司应收账款余额较上年末有所下降，是因为上半年为公司的销售淡季，因此，相应应收账款低于上年年末。

报告期内，公司采取较为谨慎的信用期管理策略：①针对冷冻烘焙食品业务，公司对大部分经销商客户均执行先款后货政策，不存在账期，仅对于商超客户和少量其他规模较大客户，公司给予一定的信用期，一般为 45-60 天，但上述直销客户以沃尔玛、华润超市、家乐福等大型商超为主，回款能力强，不能回款的风险较小。②针对烘焙食品原料业务，对于中小型经销商和刚建立合作的经销商，公司均执行先款后货政策，对于信誉好、合作久、规模大的经销商，公司执行按月结算的政策，给予的信用期一般在 30-45 天。该类客户合作时间久，不能回款的风险较小。③为保障应收账款及时回收，公司将应收账款催收责任落实到具体销售人员，将销售人员的考核与回款金额相挂钩，保证了回款的及时性。对于不

能及时回款客户，采取限制发货、停止发货等手段，催促其及时回款。

2018 年末，公司应收账款增长率低于营业收入增长率。主要是因为公司冷冻烘焙食品收入较上年增长了 53.43%，高于公司主营业务收入整体 37.48%的增长率，占总收入比重由 2017 年的 37.57%提升至 2018 年的 41.92%，其对应应收账款的增速低于收入的增速，使得公司整体应收账款增速慢于营业收入的增速。

2019 年末，公司应收账款增长率高于营业收入增长率，主要是因为 2020 年春节较早，在 1 月 25 日，大部分客户在 12 月底前即完成春节采购备货，尤其是沃尔玛等大客户增加了采购力度，如沃尔玛 2019 年 12 月的采购额较上年同期增加了 692.95 万元，导致公司 2019 年年底应收账款金额增长较快。

2020 年 6 月末，公司应收账款占上半年营业收入比重为 10.18%，如按照全年折算，应收账款占营业收入比重为 5.09%，与 2017 年至 2019 年不存在较大差异。

因此，报告期内，公司应收账款与公司销售周期及信用政策相匹配，公司应收账款周转速度较快，应收账款质量较高，不能回收的风险较低。

2）应收账款账龄情况

报告期各期末，公司的账龄结构如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	6,784.72	99.44%	8,444.66	99.33%	6,442.03	99.88%	6,193.19	99.70%
1-2 年	31.60	0.46%	51.50	0.61%	7.95	0.12%	18.44	0.30%
2-3 年	6.52	0.10%	5.04	0.06%	-	-	-	-
合计	**6,822.84**	**100.00%**	**8,501.21**	**100.00%**	**6,449.98**	**100.00%**	**6,211.62**	**100.00%**

公司应收账款账龄较为健康，大多数为 1 年以内。报告期各期末，1 年以内应收账款余额均占全部应收账款余额的 99%以上。

3）坏账计提情况

公司按信用风险特征组合计提的坏账政策为 1 年以下 5%，1-2 年 10%，2-3 年 50%，3 年以上 100%。对于涉及诉讼、仲裁的应收款项，公司单项全额计提了坏账减值准备。报告期各期末，公司已足额计提了坏账准备。公司报告期坏账计提情况如下：

单位：万元

账龄	2020 年 6 月 30 日			2019 年 12 月 31 日		
	应收账款余额	坏账准备	计提比例	应收账款余额	坏账准备	计提比例
1 年以内	6,784.72	339.24	5.00%	8,444.66	422.23	5.00%
1-2 年	2.14	0.21	10.00%	20.56	2.06	10.00%
单项计提	35.98	35.98	100.00%	35.98	35.98	100.00%
合计	**6,822.84**	**375.43**	**5.50%**	**8,501.21**	**460.27**	**5.41%**
账龄	**2018 年 12 月 31 日**			**2017 年 12 月 31 日**		
	应收账款余额	坏账准备	计提比例	应收账款余额	坏账准备	计提比例
1 年以内	6,442.03	322.10	5.00%	6,193.19	309.66	5.00%
1-2 年	7.95	0.80	10.00%	18.44	1.84	10.00%
单项计提	-	-	-	-	-	-
合计	**6,449.98**	**322.90**	**5.01%**	**6,211.62**	**311.50**	**5.01%**

①公司应收账款账龄分布与同行业可比公司的比较情况

2020 年 6 月末公司应收账款账龄分布与同行业可比公司的比较情况如下表所示：

单位：万元

项目	立高食品		同行业平均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重
1 年以内	6,784.72	99.44%	19,854.78	94.46%	2,245.23	99.86%	48,538.37	98.09%	14,424.28	79.57%	14,211.24	99.94%
1-2 年	31.6	0.46%	466.61	2.22%	1.64	0.07%	273.65	0.55%	1,582.18	8.73%	8.96	0.06%
2-3 年	6.52	0.10%	841.51	4.00%	-	-	562.79	1.14%	1,120.22	6.18%	-	-
3 年以上	-	-	56.01	0.27%	1.50	0.07%	110.52	0.22%	-	-	-	-
3-4 年	-	-	-	-	-	-	-	-	659.26	3.64%	-	-
4-5 年	-	-	-	-	-	-	-	-	125.56	0.69%	-	-
5 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	215.93	1.19%	-	-
合计	**6,822.84**	**100.00%**	**21,020.34**	**100.00%**	**2,248.38**	**100.00%**	**49,485.34**	**100.00%**	**18,127.42**	**100.00%**	**14,220.20**	**100.00%**

注：由于无法获取南侨股份 2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月的相关资料，故未将南侨股份列入同行业可比公司进行比较，下同。

2019 年年末公司应收账款账龄分布与同行业可比公司的比较情况如下表所示：

单位：万元

项目	立高食品		同行业平均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重
1 年以内	8,444.66	99.33%	16,929.34	90.32%	2,679.63	99.92%	50,369.04	98.51%	9,164.52	70.58%	5,504.17	98.42%

1-2 年	51.50	0.61%	651.81	3.48%	0.57	0.02%	551.40	1.08%	1,966.70	15.15%	88.55	1.58%
2-3 年	5.04	0.06%	301.23	1.61%			104.89	0.21%	1,100.01	8.47%	-	-
3 年以上	-	-	861.03	4.59%	1.50	0.06%	105.87	0.21%	-	-	-	-
3-4 年	-	-	-	-	-	-	-	-	333.00	2.56%	-	-
4-5 年	-	-	-	-	-	-	-	-	51.03	0.39%	-	-
5 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	369.63	2.85%	-	-
合计	**8,501.20**	**100.00%**	**18,743.40**	**100.00%**	**2,681.70**	**100.00%**	**51,131.20**	**100.00%**	**12,984.89**	**100.00%**	**5,592.72**	**100.00%**

2018 年年末公司应收账款账龄分布与同行业可比公司的比较情况如下表所示：

单位：万元

项目	立高食品		同行业平均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重
1 年以内	6,442.03	99.88%	14,968.52	91.67%	2,607.49	99.28%	45,398.77	99.47%	8,819.71	75.25%	3,048.10	100.00%
1-2 年	7.95	0.12%	481.29	2.95%	16.43	0.63%	132.81	0.29%	1,775.91	15.15%	-	-
2-3 年	-	-	119.19	0.73%	0.02	0.00%	24.40	0.05%	452.33	3.86%	-	-
3 年以上	-	-	759.18	4.65%	2.50	0.10%	84.24	0.18%	-	-	-	-
3-4 年	-	-	-	-	-	-	-	-	282.53	2.41%	-	-
4-5 年	-	-	-	-	-	-	-	-	97.66	0.83%	-	-
5 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	292.25	2.49%	-	-

项目	立高食品		同行业平均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重
合计	**6,449.98**	**100.00%**	**16,328.17**	**100.00%**	**2,626.44**	**100.00%**	**45,640.22**	**100.00%**	**11,720.39**	**100.00%**	**3,048.10**	**100.00%**

2017 年年末公司应收账款账龄分布与同行业可比公司的比较情况如下表所示：

单位：万元

项目	立高食品		同行业平均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重	账龄应收账款	比重
1 年以内	6,193.19	99.70%	11,995.03	94.10%	2,276.45	99.16%	34,992.30	99.58%	6,606.63	80.48%	4,104.73	100.00%
1-2 年	18.44	0.30%	199.94	1.57%	15.80	0.69%	7.31	0.02%	776.63	9.46%	-	-
2-3 年	-	-	93.46	0.73%	-	-	0.93	0.00%	372.92	4.54%	-	-
3 年以上	-	-	458.78	3.60%	3.50	0.15%	2.55	0.01%	-	-	-	-
3-4 年	-	-	-	-	-	-	-	-	147.52	1.80%	-	-
4-5 年	-	-	-	-	-	-	-	-	136.52	1.66%	-	-
5 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	168.69	2.05%	-	-
单项计提（注）	-	-	-	-	-	-	137.67	0.39%	-	-	-	-
合计	**6,211.63**	**100.00%**	**12,747.21**	**100.00%**	**2,295.75**	**100.00%**	**35,140.76**	**100.00%**	**8,208.91**	**100.00%**	**4,104.73**	**100.00%**

注：2017 年 12 月 31 日桃李面包单项计提坏账准备的应收账款未披露账龄。

从上表可以看出，公司应收账款账龄主要系一年以内，一年以内占比与海融科技及桃李面包基本一致，优于麦趣尔及同行业平均值。

②公司应收账款坏账准备按账龄计提的比例与同行业可比公司的比较

报告期内公司应收账款坏账准备按账龄计提的比例与同行业可比公司比较如下表所示：

账龄	应收账款坏账计提比例（%）								
	立高食品	同行业平均数		海融科技	桃李面包		麦趣尔		元祖股份
		2019年	2018年和2017年		2019年和2020年1-6月	2018年和2017年	2019年	2018年和2017年	
180天以内	5	2.26	2.75	5	2	5	2.02	1	-
180天-1年	5	7.26	7.75	5	2	5	2.02	1	20
1-2年	10	47.12	23.75	30	100	10	8.47	5	50
2-3年	50	68.22	55.00	60	100	50	12.87	10	100
3-4年	100	83.50	82.50	100	100	100	34.01	30	100
4-5年	100	96.89	90.00	100	100	100	87.54	60	100
5年以上	100	100.00	100.00	100	100	100	100.00	100	100

注1：由于无法获取南侨股份2018年度、2019年度及2020年1-6月的相关资料，故未将南侨股份列入同行业可比公司进行比较，下同。

注2：麦趣尔2020年6月30日未披露各账龄坏账比例及金额，故2020年6月30日坏账计提比例仍取2019年比例。

注3：元祖股份2020年6月30日及2019年未披露各账龄坏账比例及金额，故2020年6月30日及2019年坏账计提比例仍取2018年比例。

如上表所示，公司应收账款坏账计提比例高于麦趣尔，与其他同行业可比公司计提比例略有不同，其中公司1年以内账龄的应收账款计提比例仅低于元祖股份，但元祖股份180天内的应收账款未计提坏账；公司1-3年账龄的应收账款计提比例低于行业平均值；公司3年以上账龄的应收账款坏账计提比例与同行业可比公司对比除麦趣尔外，与其他完全一致。

报告期内，同行业可比公司除元祖食品账龄1年以内单独披露了180天以内外，其他家均系按1年内披露。公司账龄组合应收账款按同行业可比公司平均坏账准备计提比例计算坏账情况如下：

单位：万元

2020年6月30日					
账龄	应收账款账	同行业平均	同行业平均坏账计提	公司坏	差异

	龄组合余额	坏账计提比例	比例计算坏账金额	账准备余额	
180 天以内	6,655.58	2.26%	150.42	332.78	-191.96
180 天-1 年	129.14	7.26%	9.38	6.46	2.92
1-2 年	2.14	47.12%	1.01	0.21	0.79
合计	**6,786.86**	-	**160.81**	**339.45**	**-188.25**

单位：万元

2019 年 12 月 31 日

账龄	应收账款账龄组合余额	同行业平均坏账计提比例	同行业平均坏账计提比例计算坏账金额	公司坏账准备余额	差异
180 天以内	8,415.17	2.26%	190.18	420.76	-230.58
180 天-1 年	29.50	7.26%	2.14	1.47	0.67
1-2 年	20.56	47.12%	9.69	2.06	7.63
合计	**8,465.22**	-	**202.01**	**424.29**	**-222.28**

单位：万元

2018 年 12 月 31 日

账龄	应收账款账龄组合余额	同行业平均坏账计提比例	同行业平均坏账计提比例计算坏账金额	公司坏账准备余额	差异
180 天以内	6,416.96	2.75%	176.47	320.85	-144.38
180 天-1 年	25.07	7.75%	1.94	1.25	0.69
1-2 年	7.95	23.75%	1.89	0.80	1.09
合计	**6,449.98**	-	**180.30**	**322.90**	**-142.60**

单位：万元

2017 年 12 月 31 日

账龄	应收账款账龄组合余额	同行业平均坏账计提比例	同行业平均坏账计提比例计算坏账金额	公司坏账准备余额	差异
180 天以内	6,004.30	2.75%	165.12	300.21	-135.10
180 天-1 年	188.89	7.75%	14.64	9.44	5.19
1-2 年	18.44	23.75%	4.38	1.84	2.54
合计	**6,211.62**	-	**184.14**	**311.50**	**-127.37**

报告期内，公司应收账款账龄组合无超过 2 年的应收账款，180 天以内应收

账款坏账计提比例高于同行业可比公司均值，180 天-1 年及 1-2 年应收账款坏账计提比例低于同行业可比公司均值，但公司应收账款余额主要集中在 180 天以内，占比分别为96.66%、99.49%、99.41%和98.07%，故按同行业可比公司平均坏账计提比例计算期末坏账准备远小于公司实际计提坏账准备。

报告期各期末，公司计提的坏账准备占应收账款余额的比例与同行业可比公司对比如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日						
	应收账款期末余额			期末坏账准备			实际计提预计损失率
	账龄组合	单项计提	合计	账龄组合	单项计提坏账金额	合计	
海融科技	2,248.38	12.67	2,261.05	114.42	12.67	127.10	5.62%
桃李面包	48,795.69	689.65	49,485.34	1,228.08	689.65	1,917.73	3.88%
麦趣尔	16,927.56	1,199.86	18,127.42	940.11	980.53	1,920.64	10.60%
元祖股份	14,220.20	-	14,220.20	65.11	-	65.11	0.46%
可比公司均值	**20,547.96**	**634.06**	**21,023.50**	**586.93**	**560.95**	**1,007.65**	**4.79%**
立高食品	**6,786.86**	**35.98**	**6,822.84**	**339.45**	**35.98**	**375.43**	**5.50%**
项目	**2019 年 12 月 31 日**						
	应收账款期末余额			期末坏账准备			实际计提预计损失率
	账龄组合	单项计提	合计	账龄组合	单项计提坏账金额	合计	
海融科技	2,681.69	-	2,681.69	135.65	-	135.65	5.06%
桃李面包	50,442.42	688.77	51,131.19	1,169.16	688.77	1,857.93	3.63%
麦趣尔	10,457.05	2,527.83	12,984.88	815.17	1,043.76	1,858.93	14.32%
元祖股份	5,592.72	-	5,592.72	109.92	-	109.92	1.97%
可比公司均值	**17,293.47**	**804.15**	**18,097.62**	**557.47**	**433.13**	**990.61**	**5.47%**
立高食品	**8,465.23**	**35.98**	**8,501.21**	**424.29**	**35.98**	**460.27**	**5.41%**
项目	**2018 年 12 月 31 日**						
	应收账款期末余额			期末坏账准备			实际计提坏账比例
	账龄组合	单项计提	合计	账龄组合	单项计提坏账金额	合计	
海融科技	2,626.44	-	2,626.44	137.81	-	137.81	5.25%
桃李面包	44,976.10	664.12	45,640.22	2,256.13	446.1	2,702.23	5.92%
麦趣尔	11,720.40	-	11,720.40	657.83	-	657.83	5.61%

元祖股份	3,048.10	-	3,048.10	-	-	-	-
可比公司均值	**15,592.76**	**166.03**	**15,758.79**	**762.94**	**111.53**	**874.47**	**5.55%**
立高食品	**6,449.98**	**-**	**6,449.98**	**322.9**	**-**	**322.9**	**5.01%**

项目	2017 年 12 月 31 日						
	应收账款期末余额			期末坏账准备			实际计提坏账比例
	账龄组合	单项计提	合计	账龄组合	单项计提坏账金额	合计	
海融科技	2,295.75	-	2,295.75	122.06	-	122.06	5.32%
桃李面包	35,003.09	137.67	35,140.76	1,753.36	137.67	1,891.03	5.38%
麦趣尔	8,208.91	-	8,208.91	437.05	-	437.05	5.32%
元祖股份	4,104.73	-	4,104.73	-	-	-	-
可比公司均值	**12,403.12**	**34.42**	**12,437.54**	**578.12**	**34.42**	**612.54**	**4.92%**
立高食品	**6,211.62**	**-**	**6,211.62**	**311.5**	**-**	**311.5**	**5.01%**

从上表可以看出，报告期各期末，公司应收账款按单项计提和按账龄分析法，实际计提坏账准备比例分别为 5.01%、5.01%、5.41%和 5.48%，2017 年末、2018 年末及 2019 年末接近于同行业可比公司均值，2020 年 6 月末略高于同行业可比公司均值。

③发行人坏账准备计提比例的充分性

根据新的金融准则，公司参照历史预期损失经验信息重新估计应收账款预期信用损失。

具体方法：按照账龄使用迁徙率模型考虑前瞻性信息编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，具体方法为确认的预期信用损失使用前三年数据进行迁徙率及损失率的计算，在计算预期信用损失率时公司根据历史经验假设 2 年以上应收账款损失率为 100%。具体计算过程如下：

2020 年 1-6 月应收账款预计损失率如下表所示：

单位：万元

账龄	2019 年末应收账款余额 A	2020 年 1-6 月收回金额 B	实际收回率 C=B/A	历史迁徙率 D=1-C
1 年以内	8,444.66	8,441.03	99.96%	0.04%
1 至 2 年	20.56	20.55	99.94%	0.06%
合计	**8,465.22**	**8,461.58**	**-**	**-**

2019 年公司应收账款预计损失率如下表所示：

单位：万元

账龄	2018 年末应收账款余额 A	2019 年收回金额 B	实际收回率 C=B/A	历史迁徙率 D=1-C
1 年以内	6,442.03	6,390.53	99.20%	0.80%
1 至 2 年	7.95	2.91	36.62%	63.38%
合计	**6,449.98**	**6,393.44**	-	-

2018 年公司应收账款预计损失率如下表所示：

单位：万元

账龄	2017 年末应收账款余额 A	2018 年收回金额 B	实际收回率 C=B/A	历史迁徙率 D=1-C
1 年以内	6,193.19	6,185.23	99.87%	0.13%
1 至 2 年	18.44	18.44	100.00%	0.00%
合计	**6,211.63**	**6,203.67**	-	-

2017 年公司应收账款预计损失率如下表所示：

单位：万元

账龄	2016 年末应收账款余额 A	2017 年收回金额 B	实际收回率 C=B/A	历史迁徙率 D=1-C
1 年以内	3,916.08	3,897.64	99.53%	0.47%
1 至 2 年	11.82	11.82	100.00%	0.00%
合计	**3,927.90**	**3,909.46**	-	-

2016 年公司应收账款预计损失率如下表所示：

单位：万元

账龄	2015 年末应收账款余额 A	2016 年收回金额 B	实际收回率 C=B/A	历史迁徙率 D=1-C
1 年以内	388.52	376.70	96.96%	3.04%
合计	**388.52**	**376.70**	**96.96%**	**3.04%**

2018 年-2020 年 1-6 月，公司应收账款平均预计损失率如下表所示：

账龄	2018 年-2020 年 1-6 月平均历史迁徙率		不考虑调整因素计算历史损失率 G		前瞻性调整 H	调整后损失率 I=G*(1+H)
1 年以内	0.32%	A	0.07%	F=A*E	-	0.07%
1 至 2 年	21.14%	B	21.14%	E=B*D	-	21.14%
2 至 3 年	100.00%	C	100.00%	D=C	-	100.00%

2017 年-2019 年，公司应收账款平均预计损失率如下表所示：

账龄	2017 年-2019 年平均历史迁徙率		不考虑调整因素计算历史损失率 G		前瞻性调整 H	调整后损失率 I=G*(1+H)
1 年以内	0.47%	A	0.10%	F=A*E	-	0.10%
1 至 2 年	21.13%	B	21.13%	E=B*D	-	21.13%
2 至 3 年	100.00%	C	100.00%	D=C	-	100.00%

2016 年-2018 年，公司应收账款平均预计损失率如下表所示：

账龄	2016 年-2018 年平均历史迁徙率		不考虑调整因素计算历史损失率 G		前瞻性调整 H	调整后损失率 I=G*(1+H)
1 年以内	1.21%	A	0.00%	F=A*E	-	0.00%
1 至 2 年	0.00%	B	0.00%	E=B*D	-	0.00%
2 至 3 年	100.00%	C	100.00%	D=C	-	100.00%

按预计损失率测算预计信用损失与原政策计提坏账金额进行比较，具体情况如下：

单位：万元

账龄	2018 年-2020 年 1-6 月平均预计损失率	原坏账计提比例	2020 年 6 月末应收账款余额	测算预计信用损失	原政策计提坏账金额
1 年以内	0.07%	5.00%	6,784.72	4.64	339.24
1 至 2 年	21.14%	10.00%	2.14	0.45	0.21
合计	-	-	**6,786.86**	**5.09**	**339.45**

单位：万元

账龄	2017-2019 年平均预计损失率	原坏账计提比例	2019 年末应收账款余额	测算预计信用损失	原政策计提坏账金额
1 年以内	0.10%	5.00%	8,444.66	8.32	422.23
1 至 2 年	21.13%	10.00%	20.56	4.34	2.06
合计	-	-	**8,465.22**	**12.66**	**424.29**

单位：万元

账龄	2016-2018 年平均预计损失率	原坏账计提比例	2018 年末应收账款余额	测算预计信用损失	原政策计提坏账金额
1 年以内	0.00%	5.00%	6,442.03		322.10
1 至 2 年	0.00%	10.00%	7.95		0.80
合计			**6,449.98**		**322.90**

从上表可以看出，2019 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日运用迁徙率模型计算的预期信用损失较沿用以前年度账龄分析法计提的坏账准备小，考虑到公司客户质量以及信用状况与往年相比未发生重大变化，基于谨慎性和前后一贯性原则，公司仍采用原账龄分析法下的计提比例作为预期信用损失率。

综上，公司按账龄计提坏账比例与同行业可比公司平均水平不存在重大差异。公司除按账龄分析法计提外，各期末还对应收账款进行风险评估后，对于回收风险较大的应收账款单项计提了坏账准备。执行新金融准则，计算的预期信用损失远小于原按账龄比例计提金额，公司选择从高计提，故不改变原坏账计提比例。公司应收账款坏账计提合理、充分。

4）经销、直销两种销售模式下，公司信用期管理政策以及不同信用期客户具体情况

①经销和直销模式下，发行人对不同客户执行不同信用期管理政策的客户划分标准、客户数量

公司对经销商和直销客户建立了内部评价机制，对信誉好、合作久、规模大的部分经销商和直销客户给予一定的信用账期，先货后款，对其他经销商和直销客户则采取先款后货的形式。对于先货后款的客户，部分客户在信用账期的基础上还会给予固定的信用额度。不同信用期管理政策具体划分的标准如下表所示：

信用政策	划分标准
先货后款	1、拥有一定品牌知名度的企业，门店、网点数量多，具备较强的采购能力；2、双方业务合作一年或以上，资金实力雄厚、偿债能力强，最近连续 2 年经营状况良好，年度回款达到公司制定的标准，过去 2 年内与公司合作没有发生不良欠款和其他严重违约行为；3、目前规模较小，还款记录良好，具有一定的增长潜力
先款后货	规模较小、资金实力一般、信誉一般的小客户；过往 2 年内与公司合作曾发生过不良欠款或其他严重违约行为

报告期内，公司对不同客户执行不同信用期管理政策的客户数量情况如下表所示：

单位：家

客户类型	信用期政策	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
		数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比

经销商	先货后款	251	10.90%	256	10.51%	279	11.07%	269	12.44%
	先款后货	2,051	89.10%	2,180	89.49%	2,241	88.93%	1,893	87.56%
	小计	**2,302**	**100.00%**	**2,436**	**100.00%**	**2,520**	**100.00%**	**2,162**	**100.00%**
直销客户	先货后款	204	45.84%	251	46.40%	236	49.37%	170	43.93%
	先款后货	241	54.16%	290	53.60%	242	50.63%	217	56.07%
	小计	**445**	**100.00%**	**541**	**100.00%**	**478**	**100.00%**	**387**	**100.00%**

注：公司根据产品设置不同的销售渠道，对客户进行分别管理，因此，烘焙食品原料、冷冻烘焙食品存在对同一客户制定不同信用期政策的情形，导致汇总的客户数量超过公司的客户数量。

公司对经销商的信用期政策以先款后货为主，公司的经销商主要为中小型的企业，其中还包括个体工商户，平均规模较小，采取先款后货模式有利于公司控制经营风险。

公司的直销客户数量相对较少，且以商超、连锁烘焙店为主，该类型客户整体的经营规模较大，偿债能力较强，逾期风险较低，因此，报告期内，公司直销客户中拥有信用账期的比重大于经销商。

②发行人执行不同信用期限的客户数量、销售金额及占比、应收账款余额及占比、回款情况

公司对存在信用期的客户根据其合作期间、规模大小、回款信誉等，分别制定了不同期限的信用期限，主要分为 45 天以内（含 45 天）、45 天至 60 天（含 60 天）和 60 天以上。另外，对于少量款到发货的客户，因其资金周转原因，会向公司申请临时信用期。公司在综合评估其合作信誉及还款能力基础上，通常给予 1 个月的临时账期。公司执行不同信用期限客户数量、销售金额及占比、应收账款余额及占比、回款情况如下表所示：

单位：万元

项目	信用期限	2020 年上半年/2020 年 6 月 30 日						
		客户数量	销售金额	占比	应收账款余额	占比	回款额	回款比例
经销商	先款后货	2,051	35,875.81	69.74%	184.89	5.70%	168.40	91.08%
	45 天以内	206	12,331.84	23.97%	2,263.53	69.76%	2,263.53	100.00%
	60 天以内	42	2,968.63	5.77%	721.98	22.25%	629.59	87.20%
	60 天以上	3	265.85	0.52%	74.32	2.29%	74.32	100.00%
	小计	**2,302**	**51,442.12**	**100.00%**	**3,244.73**	**100.00%**	**3,135.84**	**96.64%**
直销客户	先款后货	241	2,144.10	14.12%	30.42	0.85%	18.44	60.62%
	45 天以内	37	1,367.19	9.00%	202.03	5.65%	198.06	98.04%
	60 天以内	150	10,030.04	66.06%	2,770.99	77.44%	2,706.55	97.67%
	60 天以上	17	1,642.77	10.82%	574.65	16.06%	486.61	84.68%
	小计	**445**	**15,184.10**	**100.00%**	**3,578.09**	**100.00%**	**3,409.67**	**95.29%**
项目	**信用期限**	**2019 年度/2019 年 12 月 31 日**						
		客户数量	**销售金额**	**占比**	**应收账款余额**	**占比**	**回款额**	**回款比例**
经销商	先款后货	2,180	91,674.85	69.01%	511.10	10.12%	511.10	100.00%
	45 天以内	213	35,043.16	26.38%	4,055.26	80.31%	4,049.22	99.85%
	60 天以内	40	5,598.69	4.21%	474.38	9.39%	474.38	100.00%
	60 天以上	3	524.27	0.39%	8.80	0.17%	8.80	100.00%
	小计	**2,436**	**132,840.97**	**100.00%**	**5,049.53**	**100.00%**	**5,043.49**	**99.88%**
直销客户	先款后货	277	5,109.60	20.53%	-	-	-	-%
	45 天以内	81	3,062.09	12.30%	396.43	11.49%	365.48	92.19%
	60 天以内	164	13,878.42	55.77%	2,520.95	73.09%	2,518.92	99.92%
	60 天以上	19	2,835.91	11.40%	531.66	15.41%	531.66	100.00%
	小计	**541**	**24,886.01**	**100.00%**	**3,449.05**	**100.00%**	**3,416.06**	**99.04%**
项目	**信用期限**	**2018 年度/2018 年 12 月 31 日**						
		客户数量	**销售金额**	**占比**	**应收账款余额**	**占比**	**回款额**	**回款比例**
经销商	先款后货	2,241	70,478.78	64.33%	484.91	12.52%	484.91	100.00%
	45 天以内	245	34,259.93	31.27%	3,050.14	78.75%	3,050.14	100.00%
	60 天以内	33	4,816.53	4.40%	329.55	8.51%	324.51	98.47%
	60 天以上	1	9.10	0.01%	8.62	0.22%	8.62	100.00%
	小计	**2,520**	**109,564.35**	**100.00%**	**3,873.22**	**100.00%**	**3,868.18**	**99.87%**
直销客户	先款后货	237	4,091.30	19.23%	5.83	0.23%	5.83	100.00%

	45 天以内	81	4,976.71	23.39%	595.10	23.10%	595.10	100.00%
	60 天以内	107	8,083.98	38.00%	1,096.84	42.58%	1,065.90	97.18%
	60 天以上	53	4,124.21	19.38%	878.26	34.09%	878.26	100.00%
	小计	**478**	**21,276.19**	**100.00%**	**2,576.03**	**100.00%**	**2,545.08**	**98.80%**
项目	**信用期限**	**2017 年度/2017 年 12 月 31 日**						
		客户数量	**销售金额**	**占比**	**应收账款余额**	**占比**	**回款额**	**回款比例**
经销商	先款后货	1,893	50,099.73	62.46%	705.45	18.79%	705.45	100.00%
	45 天以内	242	28,123.64	35.06%	2,932.64	78.10%	2,932.64	100.00%
	60 天以内	27	1,984.34	2.47%	117.04	3.12%	112.00	95.69%
	60 天以上	-	-	-	-	-	-	-
	小计	**2,162**	**80,207.71**	**100.00%**	**3,755.14**	**100.00%**	**3,750.10**	**99.87%**
直销客户	先款后货	217	3,633.69	23.01%	76.11	3.11%	76.11	100.00%
	45 天以内	71	3,879.62	24.57%	459.18	18.78%	459.18	100.00%
	60 天以内	41	5,500.12	34.83%	960.15	39.27%	960.15	100.00%
	60 天以上	58	2,777.11	17.59%	949.56	38.84%	949.56	100.00%
	小计	**387**	**15,790.54**	**100.00%**	**2,444.99**	**100.00%**	**2,444.99**	**100.00%**

注 1：公司根据产品设置不同的销售渠道，对客户进行分别管理，因此，烘焙食品原料、冷冻烘焙食品存在对同一客户制定不同信用期限的情形，导致汇总的客户数量超过公司拥有信用期的客户数量。

注 2：回款额为截止 2020 年 8 月 31 日的应收账款回款金额，下同

公司对经销商的信用期限主要集中在 45 天以内，直销客户的信用期限则主要为 60 天以内。直销客户信用期限相对较长的原因是该类型客户以商超、连锁烘焙店为主，经营规模较大，逾期还款的风险较低。公司给予少量先款后货客户 1 个月左右的临时账期。该类型客户 2017 年末、2018 年末和 2019 年末的数量分别为 131 家、44 家和 45 家，数量较少，且所形成的应收账款余额较小，均在次年 1 个月内清偿回款。2020 年上半年，公司给予临时账期的先款后货客户数量为 60 家，其所形成的应收账款余额为 215.31 万元。受疫情影响，部分拥有临时信用期的客户回款仍存在滞后，超过临时信用期限。为控制经营风险，在该类型客户回款逾期后，公司暂停了相关客户的发货。截止 2020 年 8 月 31 日，相关客户应收账款回款额为 186.84 万元，回款比例为 86.87%。尚未回款的应收账款余额较小，不会对公司生产经营造成不利影响。

③与同行业可比公司的比较情况

同行业可比公司报告期内的信用政策制定标准、经销模式与直销模式的信用政策及应收账款情况如下表所示：

公司名称	信用政策制定标准	经销模式与直销模式的信用政策及应收账款情况
海融科技	公司针对不同规模的客户采用不同的销售结算方式和信用政策，对于中小规模的经销商采取款到发货方式，对于部分实力强、信誉好、资金雄厚的大中型烘焙食品加工销售企业和多年合作且信誉度较高的小部分经销商采取按账期付款方式，信用期限主要为 30-45 天。	截止 2019 年底，经销商 668 家，其中先款后货 397 家，先货后款 271 家，直销客户 143 家，其中先款后货 91 家，先货后款 52 家。2017 年至 2019 年各期末经销商应收账款余额占比分别为 74.30%、74.42%和 70.42%，直销客户应收账款余额占比分别为 25.70%、25.58%和 29.58%。
南侨股份	直营客户：一般授予不同的信用额度及信用期间，视客户的规模、交易量等情况具体而定，报告期内，公司对直营客户设置的信用期一般为 30-60 天，信用额度视客户情况而定。 经销商客户：对于规模较大、资信情况良好的经销商客户，公司在获得客户经登记的房产抵押合同或者质押的票据的前提下，一般给予其 15 天-45 天不等的信用期，而信用额度则在抵押房产的评估价值的基础上打折（一般折扣为 7 折）、或者以质押票据的全额为上限；对于规模较小的经销商客户，公司一直采用“先款后货”的结算方式，即未对该类客户授予信用期及信用额度。除此之外，对于新增客户，公司一般采取“先款后货”的方式进行交易结算，待考察期（一般 6 个月）结束后，根据实际情况确认其信用政策的授予标准。	2017 年至 2018 年上半年各期末经销商应收账款余额占比分别为 23.82%和 28.13%，直销客户应收账款余额占比分别为 76.18%和 71.87%。

注：桃李面包、麦趣尔、元祖股份未披露报告期内上述信息。

同行业可比公司制定的信用政策主要根据客户的规模、信誉、交易量等因素，分为先货后款和先款后货两类，与公司制定信用政策的依据和标准不存在差异。同行业可比公司经销商与直销客户应收账款余额的占比情况不尽相同，与其执行先货后款政策在经销商和直销客户中的比例有关。

④不同信用期管理策略的代表性客户及报告期各期的销售金额、期末应收账款余额、回款情况

报告期各期末，不同信用期管理策略下的主要经销商和直销客户销售收入和应收账款情况如下所示：

单位：万元

信用期	客户类型	2020年上半年/2020年6月30日				2019年度/2019年12月31日				2018年度/2018年12月31日				2017年度/2017年12月31日			
		客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额
45天以内	经销商	深圳市佳兆好贸易有限公司	242.79	76.49	76.49	重庆惠天食品开发有限公司	324.3	109.16	109.16	再博（上海）实业有限公司	1,123.98	91.62	91.62	厦门麦威工贸有限公司	550.15	128.67	128.67
		四川家宏其利电子商务有限公司	173.12	65.23	65.23	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	526.85	99.11	99.11	上海雄昌食品销售有限公司	632.49	88.81	88.81	深圳市佳兆好贸易有限公司	729.81	90.58	90.58
		再博（上海）实业有限公司	282.22	54.90	54.90	石家庄市海策商贸有限公司	436.04	97.62	97.62	石家庄市海策商贸有限公司	669.2	81.5	81.5	深圳市鸿兴业食品有限公司	573.89	67.99	67.99
		石家庄市宏威食品添加剂有限公司	207.09	48.99	48.99	成都市麦加利食品有限公司	410.5	88.83	88.83	成都市麦加利食品有限公司	415.6	79.56	79.56	泰安市祯诺商贸有限公司	215.98	61.22	61.22

		西安聚久溢食品有限公司	147.48	48.10	48.10	保定市海策商贸有限公司	637.56	78.03	78.03	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	577.89	78.45	78.45	再博（上海）实业有限公司	418.48	58.49	58.49
	直销客户	季朵（南京）食品有限公司	362.54	90.98	90.98	北京味多美食品有限责任公司	732.4	188.55	188.55	深圳华润万佳超级市场有限公司	608.88	131.53	131.53	青岛丹香投资管理有限公司	966.4	138.21	138.21
		青岛丹香投资管理有限公司	138.22	30.94	30.94	太原市尖草坪区好运来食品有限公司	144.77	48.02	48.02	华润万家有限公司	362.42	80.75	80.75	山西太原瑞司特食品有限公司	217.48	51.18	51.18
		太原市尖草坪区好运来食品有限公司	95.94	29.90	29.90	青岛丹香投资管理有限公司	210.3	32.94	32.94	山西太原瑞司特食品有限公司	456.84	72.85	72.85	深圳华润万佳超级市场有限公司	481.46	43.59	43.59
		广州市	42.00	8.86	8.86	季朵（南	295.66	21.48	21.48	济南历	157.39	66.17	66.17	天津华	25.09	27.38	27.38

		佳麦食品有限公司				京）食品有限公司				下大润发商贸有限公司				润万家生活超市有限公司		
		长沙市开福区马里奥饼店	16.70	6.44	6.44	北京京丰地球港商贸有限公司	-	18.17	0	青岛丹香投资管理有限公司	727.85	49.01	49.01	陕西华润万家生活超市有限公司	124.01	18.36	18.36
60 天以内	经销商	广东省商业贸易进出口有限公司	728.84	257.41	257.41	广东省商业贸易进出口有限公司	1,143.81	139.37	139.37	广州市白云区太和何杰生综合店	910.57	61.90	61.90	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	456.17	99.61	99.61
		广州市白云区松洲新世界食品经营部	390.95	105.92	105.92	佛山市顺德区勒流发浩商行	547.42	56.24	56.24	佛山市顺德区勒流发浩商行	69.41	59.99	59.99	上海慕膳商贸有限公司	42.32	5.04	-
		广州麦稻丰贸易有限公司	83.10	68.22	18.06	广州麦稻丰贸易有限公司	193.4	49.46	49.46	漳州市向日葵食品有限公司	577.36	48.80	48.80	安康市汉滨区鑫德众商行	13.39	3.58	3.58

		广州市白云区太和何杰生综合店	236.03	47.58	47.58	漳州市向日葵食品有限公司	374.41	39.84	39.84	漳州市芗城区隆晖面包店	629.57	40.08	40.08	广州市海珠区合亿食品商行	94.44	2.63	2.63
		安徽皖钧商贸有限公司	40.64	31.67	7.97	广州福生食品贸易有限公司	144.6	39.81	39.81	广东省商业贸易进出口有限公司	727.6	27.71	27.71	佛山市顺德区百创副食品有限公司	276.27	1.81	1.81
	直销客户	沃尔玛（中国）投资有限公司	7,418.00	2,225.99	2,225.99	沃尔玛（中国）投资有限公司	7,478.21	1,478.60	1,478.60	沃尔玛（中国）投资有限公司	6,124.39	907.04	907.04	沃尔玛（中国）投资有限公司	4,023.19	780.55	780.55
		广东新莞隆食品有限公司	178.03	67.35	67.35	深圳市鹏福供应链管理有限公司	802.84	208.53	208.53	东莞市广隆食品有限公司	203.6	22.90	22.90	北京物洪商贸有限公司	170.62	34.37	34.37
		深圳华润万佳超级市场有限公司	358.36	37.80	37.80	华润万家有限公司	495.95	169.29	169.29	北京京丰地球港商贸有限公司	27.92	18.17	-	东莞市广隆食品有限公司	157.41	31.06	31.06

		上海联家超市有限公司	62.60	31.39	31.39	深圳华润万佳超级市场有限公司	686.25	128.65	128.65	中山市港隆食品有限公司	284.39	17.20	17.20	利群时代商贸有限公司	35.47	22.43	22.43
		华润万家有限公司	155.52	29.46	29.46	济南历下大润发商贸有限公司	93.1	78.14	78.14	安徽永辉超市有限公司	146.07	15.14	15.14	中山市港隆食品有限公司	301.27	17.04	17.04
60 天以上	经销商	深圳市卡卡食品贸易有限公司	248.60	68.29	68.29	重庆金旭圆食品有限公司	22.20	8.80	8.80	重庆金旭圆食品有限公司	9.10	8.62	8.62	-	-	-	-
		临汾市尧都区成道烘焙原料包装器具商行	15.30	3.83	3.83		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		鼓楼区华莱堡汉堡包	1.95	2.20	2.20		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

		店														
	直销客户	深圳市鹏福供应链管理有限公司	293.80	157.46	119.04	中山市采蝶轩食品有限公司	955.74	154.69	154.69	深圳市幸福商城科技股份有限公司	2,243.23	480.64	480.64	深圳市幸福西饼食品有限公司	1,744.65	666.48	666.48
		中山市采蝶轩食品有限公司	543.00	140.23	140.23	浙江新美心食品工业有限公司	175.24	84.86	84.86	中山市采蝶轩食品有限公司	547.05	133.36	133.36	浙江一鸣食品股份有限公司	228.38	78.01	78.01
		浙江新美心食品工业有限公司	115.02	103.96	82.97	嘉兴市美丽家食品有限责任公司	207.82	52.75	52.75	嘉兴市美丽家食品有限责任公司	195.6	71.5	71.5	中山市采蝶轩食品有限公司	112.16	68.78	68.78
		嘉兴市美丽家食品有限责任公司	83.29	56.89	43.03	武汉市玫隆皇冠食品有限公司	137.07	44.37	44.37	浙江一鸣食品股份有限公司	188.1	37.87	37.87	嘉兴市美丽家食品有限责任公司	222.45	56.37	56.37
		宁波鸣优贸易有限公	187.77	42.99	42.99	宁波鸣优贸易有限公	280.72	44.04	44.04	温州一鸣食品销售有	142.13	33.86	33.86	武汉市玫隆皇冠食品	153.78	19.84	19.84

		司				司				限公司				有限公司			

注 1：上述主要客户为不同销售模式下应收账款余额的前五大客户；

注 2：回款额的截止时间为 2020 年 7 月 26 日

5）报告期各期逾期支付情况

①报告期各期逾期支付情况

报告期内各期末，应收账款余额信用期内及逾期款项金额、占比、对应的坏账准备以及期后回款情况如下：

单位：万元

项目		金额	占比（%）	坏账准备金额	截止 2020 年 8 月 31 日回款情况	回款比例（%）
2020 年 1-6 月	信用期内回款	6,468.60	94.81	323.43	6,427.27	99.36
	逾期回款	354.23	5.19	52.00	118.26	33.39
	合计	**6,822.84**	**100.00**	**375.43**	**6,545.53**	**95.94**
2019 年度	信用期内回款	8,440.61	99.29	422.03	8,440.61	100.00
	逾期回款	60.59	0.71	38.24	21.73	35.86
	合计	**8,501.21**	**100.00**	**460.27**	**8,462.34**	**99.54**
2018 年度	信用期内回款	5,977.08	92.67	298.85	5,977.08	100.00
	逾期回款	472.91	7.33	24.04	436.92	92.39
	合计	**6,449.98**	**100.00**	**322.90**	**6,414.00**	**99.44**
2017 年度	信用期内回款	6,102.35	98.24	305.12	6,102.35	100.00
	逾期回款	109.27	1.76	6.39	104.23	95.39
	合计	**6,211.62**	**100.00**	**311.5**	**6,206.58**	**99.92**

报告期各期末，公司逾期应收账款余额分别为 109.27 万元、472.91 万元、60.59 万元和 354.23 万元，占当期期末应收账款余额的比例分别为 1.76%、7.33%、0.71%和 5.19%，逾期应收账款余额占期末应收账款比例较小。

报告期各期末逾期应收账款分布情况如下：

单位：万元

年度	产品类别	信用期	逾期情况		逾期客户对应收入金额	逾期金额占收入比重	2018 年回款	2019 年回款	2020 年截止 8 月 31 日回款
			金额	比例					
2020 年 1-6 月	酱料	先款后货	3.36	2.85%	16.44	20.44%	-	-	0.01
		45 天以内	-	-	-	-	-	-	-
		60 天以内	99.16	84.24%	216.72	45.76%	-	-	34.10
		60 天以上	15.19	12.91%	99.85	15.21%	-	-	3.01
		小计	**117.72**	**100.00%**	**333.01**	**35.35%**	**-**	**-**	**37.12**
	冷冻烘焙食品	先款后货	28.37	17.49%	82.00	34.60%	-	-	10.22
		45 天以内	0.14	0.09%	1.62	8.69%	-	-	-
		60 天以内	130.25	80.29%	1,241.84	10.49%	-	-	48.41
		60 天以上	3.46	2.13%	24.52	14.10%	-	-	-
		小计	**162.22**	**100.00%**	**1,349.97**	**12.02%**	**-**	**-**	**58.63**
	奶油	先款后货	8.68	100.00%	246.42	3.52%	-	-	8.68
		45 天以内	0.0001	0.00%	631.47	0.00%	-	-	0.0001
		60 天以内	-	-	-	-	-	-	-
		60 天以上	-	-	-	-	-	-	-
		小计	**8.68**	**100.00%**	**877.89**	**0.99%**	**-**	**-**	**8.68**
	其他产品	先款后货	7.33	27.84%	63.61	11.52%	-	-	0.47
		45 天以内	0.03	0.10%	210.56	0.01%	-	-	-

年度	产品类别	信用期	逾期情况		逾期客户对应收入金额	逾期金额占收入比重	2018 年回款	2019 年回款	2020 年截止 8 月 31 日回款
			金额	比例					
		60 天以内	9.95	37.81%	38.09	26.12%	-	-	6.02
		60 天以上	9.01	34.25%	68.85	13.09%	-	-	-
		小计	**26.31**	**100.00%**	**381.11**	**6.90%**	**-**	**-**	**6.49**
	水果制品	先款后货	0.43	1.10%	77.71	0.56%	-	-	0.43
		45 天以内	1.60	4.06%	129.98	1.23%	-	-	1.60
		60 天以内	11.31	28.78%	27.54	41.07%	-	-	5.32
		60 天以上	25.96	66.05%	200.43	12.95%	-	-	-
		小计	**39.30**	**100.00%**	**435.67**	**9.02%**	**-**	**-**	**7.35**
	总计	先款后货	48.18	13.60%	486.18	9.91%	-	-	19.81
		45 天以内	1.76	0.50%	973.63	0.18%	-	-	1.60
		60 天以内	250.67	70.76%	1,524.19	16.45%	-	-	93.85
		60 天以上	53.62	15.14%	393.65	13.62%	-	-	3.01
		合计	**354.23**	**100.00%**	**3,377.65**	**10.49%**	**-**	**-**	**118.26**
2019 年	酱料	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	-	-	-	-	-	-	-
		60 天以内	-	-	-	-	-	-	-
		60 天以上	-	-	-	-	-	-	-

年度	产品类别	信用期	逾期情况		逾期客户对应收入金额	逾期金额占收入比重	2018 年回款	2019 年回款	2020 年截止 8 月 31 日回款
			金额	比例					
		小计	-	-	-	-	-	-	-
	冷冻烘焙食品	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	53.27	87.92%	-	-	-	-	17.29
		60 天以内	2.84	4.69%	7,225.94	0.04%	-	-	1.13
		60 天以上	0.00002	0.00%	114.38	0.00%	-	-	0.00002
		小计	**56.11**	**92.61%**	**7,340.33**	**0.76%**	**-**	**-**	**18.42**
	奶油	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	3.27	5.40%	2,280.17	0.14%	-	-	3.27
		60 天以内	0.02	0.03%	127.72	0.01%	-	-	0.02
		60 天以上	-	-	-	-	-	-	-
		小计	**3.29**	**5.42%**	**2,407.90**	**0.14%**	**-**	**-**	**3.29**
	其他产品	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	0.00003	0.00%	685.36	0.00%	-	-	0.00003
		60 天以内	1.18	1.94%	24.40	4.83%	-	-	0.01
		60 天以上	-	-	-	-	-	-	-
		小计	**1.18**	**1.94%**	**709.76**	**0.17%**			**0.01**
	水果制品	先款后货	-	-	-	-	-	-	-

年度	产品类别	信用期	逾期情况		逾期客户对应收入金额	逾期金额占收入比重	2018 年回款	2019 年回款	2020 年截止 8 月 31 日回款
			金额	比例					
		45 天以内	0.00001	0.00%	720.58	0.00%	-	-	0.00001
		60 天以内	0.01	0.02%	120.12	0.01%	-	-	0.01
		60 天以上	-	-	-	-	-	-	-
		小计	**0.01**	**0.02%**	**840.70**	**0.00%**	**-**	**-**	**0.01**
	总计	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	56.54	93.32%	3,686.11	1.53%	-	-	20.56
		60 天以内	4.05	6.68%	7,498.19	0.05%	-	-	1.17
		60 天以上	0.00002	0.00%	114.38	0.00%	-	-	0.00002
		合计	**60.59**	**100.00%**	**11,298.68**	**0.54%**	**-**	**-**	**21.73**
2018 年	酱料	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	0.01	0.00%	0.30	4.33%	-	0.01	-
		60 天以内	88.87	18.79%	1,206.78	7.36%	-	88.87	-
		60 天以上	-	-	-	-	-	-	-
		小计	**88.88**	**18.79%**	**1,207.08**	**7.36%**	**-**	**88.88**	**-**
	冷冻烘焙食品	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	69.87	14.77%	1,018.20	6.86%	-	69.87	-
		60 天以内	36.00	7.61%	273.65	13.15%	-	0.02	0.02

年度	产品类别	信用期	逾期情况		逾期客户对应收入金额	逾期金额占收入比重	2018 年回款	2019 年回款	2020年截止8月 31 日回款
			金额	比例					
		60 天以上	2.40	0.51%	288.32	0.83%	-	2.38	-
		小计	**108.27**	**22.89%**	**1,580.16**	**6.85%**	**-**	**72.27**	**0.02**
	奶油	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	72.22	15.27%	638.04	11.32%	-	72.22	-
		60 天以内	1.92	0.41%	65.63	2.93%	-	1.92	-
		60 天以上	-	-	-	-	-	-	-
		小计	**74.14**	**15.68%**	**703.67**	**10.54%**	**-**	**74.14**	**-**
	其他产品	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	7.29	1.54%	171.18	4.26%	-	7.28	0.02
		60 天以内	0.01	0.00%	28.67	0.04%	-	0.01	-
		60 天以上	38.85	8.21%	326.58	11.90%	-	38.85	-
		小计	**46.15**	**9.76%**	**526.43**	**8.77%**	**-**	**46.14**	**0.02**
	水果制品	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	2.95	0.62%	60.40	4.88%	-	2.92	0.03
		60 天以内	-	-	-	-	-	-	-
		60 天以上	152.51	32.25%	1,289.77	11.82%	-	152.51	-
		小计	**155.46**	**32.87%**	**1,350.17**	**11.51%**	**-**	**155.43**	**0.03**

年度	产品类别	信用期	逾期情况		逾期客户对应收入金额	逾期金额占收入比重	2018 年回款	2019 年回款	2020 年截止 8 月 31 日回款
			金额	比例					
	总计	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	152.34	32.21%	1,888.12	8.07%	-	152.30	0.05
		60 天以内	126.80	26.81%	1,574.73	8.05%	-	90.82	0.02
		60 天以上	193.76	40.97%	1,904.67	10.17%	-	193.74	-
		合计	**472.91**	**100.00%**	**5,367.52**	**8.81%**	**-**	**436.86**	**0.07**
2017 年	酱料	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	-	-	-	-	-	-	-
		60 天以内	2.73	2.50%	3.41	79.89%	2.73	-	-
		60 天以上	-	-	-	-	-	-	-
		小计	**2.73**	**2.50%**	**3.41**	**79.89%**	**2.73**	**-**	**-**
	冷冻烘焙食品	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	12.67	11.60%	51.81	24.46%	10.46	-	2.21
		60 天以内	73.89	67.63%	4,116.19	1.80%	69.20	-	0.20
		60 天以上	4.79	4.38%	240.27	1.99%	4.59	-	
		小计	**91.36**	**83.61%**	**4,408.27**	**2.07%**	**84.25**	**-**	**2.41**
	奶油	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	9.70	8.88%	726.91	1.33%	9.70	-	-

年度	产品类别	信用期	逾期情况		逾期客户对应收入金额	逾期金额占收入比重	2018 年回款	2019 年回款	2020 年截止 8 月 31 日回款
			金额	比例					
		60 天以内	0.25	0.23%	22.09	1.12%	0.25	-	-
		60 天以上	-	-	-	-	-	-	-
		小计	**9.95**	**9.11%**	**749.00**	**1.33%**	**9.95**	**-**	**-**
	其他产品	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	4.13	3.78%	197.25	2.09%	3.62	-	0.50
		60 天以内	0.51	0.47%	4.66	11.04%	0.17	-	
		60 天以上	0.000001	0.00%	0.97	0.00%	0.000001	-	
		小计	**4.64**	**4.25%**	**202.88**	**2.29%**	**3.79**	**-**	**0.50**
	水果制品	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	0.60	0.55%	165.58	0.36%	0.60	-	-
		60 天以内	-	-	-	-	-	-	-
		60 天以上	-	-	-	-	-	-	-
		小计	**0.60**	**0.55%**	**165.58**	**0.36%**	**0.60**	**-**	**-**
	总计	先款后货	-	-	-	-	-	-	-
		45 天以内	27.10	24.80%	1,141.56	2.37%	24.38	-	2.72
		60 天以内	77.38	70.82%	4,146.35	1.87%	72.34	-	0.20
		60 天以上	4.79	4.38%	241.23	1.99%	4.59	-	-

年度	产品类别	信用期	逾期情况		逾期客户对应收入金额	逾期金额占收入比重	2018 年回款	2019 年回款	2020年截止8月 31 日回款
			金额	比例					
		合计	109.27	100.00%	5,529.14	1.98%	101.32	-	2.91

报告期各期末公司应收账款逾期原因具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
逾期总额	354.23	60.59	472.91	109.27
其中：开票原因	115.28	21.79	425.46	50.79
占比	32.54%	35.97%	89.97%	46.48%
因疫情原因逾期	187.78	-	-	-
占比	53.01%	-	-	-
其他	51.17	38.80	47.45	58.48
占比	14.44%	**64.03%**	**10.03%**	**53.52%**

注：报告期末已对部分客户全额计提减值，合计金额 35.98 万元。

公司逾期应收账款主要系开票原因所致（公司部分客户为信用期满公司开票后付款，但日常工作中会因为客户原因导致发票开具滞后或开具发票不符合客户要求导致应收账款形成逾期）。2018 年延迟开票主要系前十大应收账款余额客户，逾期金额共计 352.36 万元，占当年逾期总额的 74.50%。2017 年末、2018 年末及 2019 年末先款后货结算的客户不存在逾期应收账款。2020 年 6 月末，存在部分客户由于新冠疫情影响导致回款滞后，逾期应收账款 187.78 万元，这部分应收账款 2020 年 9 月 1 日至 10 日已回款 169.53 万元。

报告期内其他原因导致的逾期应收账款金额分别为 58.48 万元、47.45 万元、38.80 万元和 51.17 万元，占应收账款余额比例分别为 0.94%、0.74%、0.46%和 0.75%，2017 年末、2018 年末及 2019 年末金额及比例逐年减少，2020 年 6 月末其他原因导致的逾期应收账款增加主要系由于运输公司造成销售商品发生损失将商品销售给运输公司增加应收运输公司 15.12 万元所致。

公司不存在利用放宽信用政策来维持业务的情况。

②公司具体应对方法及执行效果

公司制定了《应收账款管理制度》，针对部分应收账款存在逾期回款的情况，公司高度重视应收账款的催收工作，通过搭建内部资金管控平台，以区域划分、以高管为直接责任人，将应收账款的催收同个人绩效相结合，确保款项的及时回笼。

销售部严格按照销售合同、协议书的约定及时核对、跟踪赊销客户的回款情况，负责账款的催收与联络。财务部每月核对应收账款的余额和信用政策情况，落实月末应收账款余额与信用政策不相符的原因，销售客服或财务提交《经销商超期未汇款跟踪表》或《超期未回款明细表》给销售人员负责跟进回款。赊销客户不能按时回款或现款客户不能及时汇款仍需要继续发货时，客户提交还款计划申请，还款计划包含逾期未付款原因，逾期时间及预计还款期限，销售人员报销售部门负责人审批后给予客户一次继续接订单发货资格；依据催款次数及欠款金额大小，公司应当采取向客户发出书面货款催收文件、停止发货、出具律师函件及提起诉讼等措施确保公司资产安全，降低风险。

报告期内各期逾期期后回款情况如下：

单位：万元

年度	逾期应收账款余额	1 个月内回款	2 个月回款	3 个月回款	4-6 个月回款	7-12 个月回款	1 年以上截止 2020 年 8 月 31 日回款
2020 年 6 月末	354.23	19.74	98.52	-	-	-	-
2019 年末	60.59	18.69	2.7	0.02	0.15	0.16	-
2018 年末	472.91	308.25	47.7	29.93	50.64	0.33	0.07
2017 年末	109.27	55.31	0.18	0.02	11.04	34.77	2.91

报告期各期，逾期应收账款基本 6 个月内收回，报告期各期收回金额分别为 66.55 万元、436.52 万元、21.56 万元和 118.26 万元。2020 年 6 月末逾期应收账款截止 2020 年 8 月 31 日仍未收回的金额为 235.97 万元，主要系部分客户由于新冠疫情影响导致回款滞后，这部分逾期应收账款 187.78 万元，2020 年 9 月 1 日至 10 日已回款 169.53 万元。

截止期末，公司已向部分客户提出诉讼并全额计提坏账，具体情况如下：

单位：万元

客户名称	2019 年 12 月 31 日			
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）	计提理由
上海慕膳商贸有限公司	5.04	5.04	100.00	已胜诉待执行，预计难以收回
北京京丰地球港商贸有限公司	18.17	18.17	100.00	已胜诉待执行，预计难以收回

青岛地球港商业有限责任公司	6.26	6.26	100.00	涉及诉讼
青岛地球港商业有限责任公司人民路分公司	2.86	2.86	100.00	涉及诉讼
大连地球港商业有限责任公司	3.65	3.65	100.00	涉及诉讼
合计	**35.98**	**35.98**	**100.00**	**-**

③逾期一年以上应收账款情况

公司对客户信用政策为先款后货、月结等形式，根据谨慎性原则，将账期一年以上应收账款视为逾期一年以上应收账款，公司一年以上账龄应收账款情况如下：

单位：元

2020 年 1-6 月

客户名称	金额	期后回款情况	客户信用状况	是否单项计提
北京京丰地球港商贸有限公司	181,672.00	未回款	不佳，已起诉	是
大连地球港商业有限责任公司	36,491.42	未回款	不佳，已起诉	是
济南家乐福商业有限公司	937.26	系商超对账系统误差导致，预计年底前可回款	良好	否
宁夏华润万家生活超市有限公司	17,683.58	系商超对账系统误差导致，预计年底前可回款	良好	否
青岛地球港商业有限责任公司	62,633.77	未回款	不佳，已起诉	是
青岛地球港商业有限责任公司人民路分公司	28,599.06	未回款	不佳，已起诉	是
青岛家乐福商业有限公司新兴店	993.80	系商超对账系统误差导致，预计年底前可回款	良好	否
上海邻家超市有限公	1,566.59	已回款	良好	否

司				
上海慕膳商贸有限公司	50,394.00	未回款	不佳，已起诉	是
沈阳家乐福商业有限公司富民桥店	23.91	系商超对账系统误差导致，预计年底前可回款	良好	否
沈阳家乐福商业有限公司青年店	164.56	系商超对账系统误差导致，预计年底前可回款	良好	否
沈阳家乐福商业有限公司于洪广场店	3.58	系商超对账系统误差导致，预计年底前可回款	良好	否
株洲家乐福商业有限公司	22.30	系商超对账系统误差导致，预计年底前可回款	良好	否
合计	381,185.83	-	-	-

2019 年

客户名称	金额	期后回款情况	客户信用状况	是否单项计提
北京京丰地球港商贸有限公司	181,672.00	未回款	不佳，已起诉	是
大连地球港商业有限责任公司	36,491.42	未回款	不佳，已起诉	是
广东润华商业有限公司	172,631.18	已全部回款	良好	否
广州家广超市有限公司中山新悦店	81.90	已全部回款	良好	否
青岛地球港商业有限责任公司	62,633.77	未回款	不佳，已起诉	是
青岛地球港商业有限责任公司人民路分公司	28,599.06	未回款	不佳，已起诉	是
上海邻家超市有限公司无锡中山店	10.37	已全部回款	良好	否
天津家福商业有限公司	64.64	已全部回款	良好	否

天津家源超市有限公司	133.05	已全部回款	良好	否
株洲家乐福商业有限公司	22.30	已全部回款	良好	否
北京味多美食品科技有限责任公司	0.24	已全部回款	良好	否
好食期	4,470.47	已全部回款	良好	否
衢州市喜盈门食品有限公司	24,860.16	已全部回款	良好	否
温州一鸣食品销售有限公司	2,895.00	已全部回款	良好	否
郑州市管城区丽豪食化商行	465	未回款	2020 年已作为坏账核销	否
上海慕膳商贸有限公司	50,394.00	未回款	不佳，已起诉	是
合计	565,424.56	-	-	-

2018 年度

客户名称	金额	期后回款情况	客户信用状况	是否单项计提
河南华润万家生活超市有限公司	8,317.65	已全部回款	良好	否
河南华润万家生活超市有限公司洛阳市分公司	10,818.65	已全部回款	良好	否
上海邻家超市有限公司无锡中山店	1,969.99	已全部回款	良好	否
上海慕膳商贸有限公司	50,394.00	未回款	已于 2019 年起诉	否
新疆华润万家生活超市有限公司	8,014.62	已全部回款	良好	否
合计	79,514.91	-	-	-

2017 年度

客户名称	金额	期后回款情况	客户信用状况	是否单项计提
深圳市通霸食品有限公司	64,000.00	已全部回款	良好	否
甘肃捷森商贸有限公司	9,242.00	未回款	2018 年已作为坏账核销	否
河北观澜贸易有限公司	48,704.00	未回款	2018 年已作为坏账核销	否

怀化永信食品有限公司	50,300.00	已全部回款	良好	否
吉林市德泰化工产品经销有限责任公司	54.00	已全部回款	良好	否
泉州市丰泽区宝利来食品厂	12,077.76	已全部回款	良好	否
合计	184,377.76	-	-	-

对于上述涉及诉讼、仲裁的应收款项，公司单项全额计提了坏账减值准备，其余应收账款，均已实现全额回款或作为坏账核销。因此，公司对上述应收账款已充分计提坏账准备。

④与同行业可比公司的对比，相关政策差异的原因、对销售业务及销售回款的影响

同行业可比公司信用政策与公司的比较详见本节之“十一、财务状况分析”之“（一）资产的主要构成分析”之“2、流动资产”之“（2）应收账款”之“7）经销、直销两种销售模式下，公司信用期管理政策以及不同信用期客户具体情况”之“③与同行业可比公司的比较情况”相关内容。

综上，公司 2020 年 6 月 30 日逾期应收账款截止 2020 年 8 月 31 日尚未收回款项金额为 235.97 万元，占 2020 年 6 月末应收账款余额的 3.46%，占比较小，其中：169.53 万元已于 2020 年 9 月 1 日至 9 月 10 日收回；35.98 万元已提起诉讼，并全额计提坏账。从总体来看，公司虽然存在逾期应收账款，除极小部分已向客户提起诉讼外，其他应收款可于期后收回，报告期各期末应收账款期后回款情况详见本节之“十一、财务状况分析”之“（一）资产的主要构成分析”之“2、流动资产”之“（2）应收账款”之“8）报告期各期末应收账款回款情况及应收账款核销的情况”相关内容。公司应收账款回收情况良好，不存在实质性障碍。

6）前十大应收账款客户（合并范围内）具体情况

①前十大应收账款客户（合并范围内）的名称、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

报告期各期，公司前十大应收账款客户（合并范围内）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及超期未回款原因总体情况如下：

单位：万元

项目	收入	应收账款余额	应收账款占比	账龄		超期回款金额
				1 年以内	1-2 年	
2020 年 1-6 月	11,837.71	3,497.26	29.54%	3,496.89	0.37	170.53
2019 年度	19,468.28	3,229.30	16.59%	3,229.30	-	2.69
2018 年度	17,728.50	2,431.30	13.71%	2,431.30	-	427.73
2017 年度	13,262.67	2,464.96	18.59%	2,464.96	-	62.92

报告期各期，前十大应收账款客户（合并范围内）应收账款余额占收入金额比例并无显著异常。超期回款主要系延迟开票所致，详见本节之“十一、财务状况分析”之“（一）资产的主要构成分析”之“2、流动资产”之“（2）应收账款”之“5）报告期各期逾期支付情况”相关内容。

2020 年 1-6 月公司前十大应收账款客户（合并范围内）具体情况：

单位：万元

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	2,225.99	7,435.34	29.94%	1 年以内	60 天以内	2,225.99	-	-	-	沃尔玛(中国）投资有限公司
2	广东省商业贸易进出口有限公司	冷冻烘焙食品	257.41	728.84	35.32%	1 年以内	60 天以内	220.74	36.66	是	延迟开票	广东省商业贸易进出口有限公司
3	深圳市鹏福供应链管理有限公司	冷冻烘焙食品、其他、水果制品	157.46	293.80	53.60%	1 年以内	60 天以上	119.04	38.43	是	延迟开票	深圳市幸福西饼食品有限公司
4	保定市海策商贸有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	24.84	398.13	6.24%	1 年以内	45 天以内	24.84	-	-	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	邯郸市海策贸易有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	22.91	162.58	14.09%	1 年以内	45 天以内	22.91	-	-	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	石家庄市海策商贸有限公司	酱料、奶油、其他、水果制品	27.57	197.53	13.96%	1 年以内	45 天以内	27.57	-	-	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	48.99	395.28	12.39%	1 年以内	45 天以内	48.99	-	-	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	邢台海策商贸有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	25.52	181.47	14.06%	1 年以内	45 天以内	25.52	-	-	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
5	中山市采蝶轩食品有限公司	冷冻烘焙食品	140.23	543.00	25.83%	1 年以内	60 天以上	140.23	-	-	-	中山市采蝶轩食品有限公司
6	北京创益佳家乐福商业有限公司	冷冻烘焙食品	1.43	2.41	59.37%	1 年以内	60 天以内	1.43	-	-	-	上海联家超市有限公司
	北京家乐福商业有限公司	冷冻烘焙食品	23.15	10.06	230.25%	1 年以内	60 天以内	23.15	-	-	-	上海联家超市有限公司
	北京家乐福商业有限公司良乡店	冷冻烘焙食品	-	1.22	-	1 年以内	60 天以内	-	-	-	-	上海联家超市有限公司
	北京家乐福商业有限公司鲁谷店	冷冻烘焙食品	-	1.90	-	1 年以内	60 天以内	-	-	-	-	上海联家超市有限公司
	北京家乐福商业有限公司马连道店	冷冻烘焙食品	-	3.84	-	1 年以内	60 天以内	-	-	-	-	上海联家超市有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	北京家乐福商业有限公司双井店	冷冻烘焙食品	-	11.78	-	1 年以内	60 天以内	-	-	-	-	上海联家超市有限公司
	北京家乐福商业有限公司天通苑店	冷冻烘焙食品	-	2.96	-	1 年以内	60 天以内	-	-	-	-	上海联家超市有限公司
	北京家乐福商业有限公司通州店	冷冻烘焙食品	-	4.06	-	1 年以内	60 天以内	-	-	-	-	上海联家超市有限公司
	北京家乐福商业有限公司新顺店	冷冻烘焙食品	-	0.58	-	1 年以内	60 天以内	-	-	-	-	上海联家超市有限公司
	北京家乐福商业有限公司中关村广场店	冷冻烘焙食品	-	5.51	-	1 年以内	60 天以内	-	-	-	-	上海联家超市有限公司
	成都家乐福超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他	7.01	10.85	64.62%	1 年以内	60 天以内	3.64	3.37	是	发票开具不符合要求	上海联家超市有限公司
	大连家乐福商业有限公司	冷冻烘焙食品	2.81	4.30	65.34%	1 年以内	60 天以内	2.34	0.48	是	发票开具不符合要求	上海联家超市有限公司
	东莞家乐福商业有限公司	冷冻烘焙食品、其他	2.07	3.84	53.83%	1 年以内	60 天以内	2.07	-	-	-	上海联家超市有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	福州家乐福商业有限公司	冷冻烘焙食品	0.17	1.21	14.06%	1 年以内	60 天以内	-	0.17	是	发票开具不符合要求	上海联家超市有限公司
	广州家广超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他	13.20	13.98	94.39%	1 年以内	60 天以内	13.20	-	-	-	上海联家超市有限公司
	广州家广超市有限公司四会海伦城市广场店	冷冻烘焙食品、其他	-	3.67	-	1 年以内	60 天以内	-	-	-	-	上海联家超市有限公司
	广州家广超市有限公司中山远洋店	冷冻烘焙食品、其他	-	2.26	-	1 年以内	60 天以内	-	-	-	-	上海联家超市有限公司
	哈尔滨家乐福超市有限公司	冷冻烘焙食品	0.60	1.69	35.55%	1 年以内	60 天以内	0.41	0.19	是	发票开具不符合要求	上海联家超市有限公司
	海口家乐福商业有限公司	冷冻烘焙食品、其他	2.70	6.20	43.55%	1 年以内	60 天以内	1.98	0.72	是	发票开具不符合要求	上海联家超市有限公司
	杭州家乐福超市有限公司	冷冻烘焙食品	0.62	1.39	44.67%	1 年以内	60 天以内	0.62	-	-	-	上海联家超市有限公司
	合肥悦家商业有限公司	冷冻烘焙食品	1.17	1.11	105.64%	1 年以内	60 天以内	1.17	-	-	-	上海联家超市有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	济南家乐福商业有限公司	冷冻烘焙食品	0.09	-	-	1-2 年	60 天以内	-	0.09	是	发票开具不符合要求	上海联家超市有限公司
	昆明家乐福超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他	5.92	16.89	35.04%	1 年以内	60 天以内	4.69	1.23	是	发票开具不符合要求	上海联家超市有限公司
	南京悦家超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他	1.53	4.63	33.01%	1 年以内	60 天以内	1.53	-	-	-	上海联家超市有限公司
	宁波家乐福商业有限公司	冷冻烘焙食品、其他	-	1.61	0.00%	1 年以内	60 天以内	-	-	-	-	上海联家超市有限公司
	宁波家乐福商业有限公司北仑店	冷冻烘焙食品、其他	1.94	1.30	149.35%	1 年以内	60 天以内	1.94	-	-	-	上海联家超市有限公司
	青岛家乐福商业有限公司	冷冻烘焙食品	-	0.25	-	1 年以内	60 天以内	-	-	-	-	上海联家超市有限公司
	青岛家乐福商业有限公司新兴店	冷冻烘焙食品	0.45	0.31	145.48%	1 年以内、1-2 年	60 天以内	0.41	0.04	是	发票开具不符合要求	上海联家超市有限公司
	厦门家乐福商业有限公司	冷冻烘焙食品、其他	2.51	4.33	57.87%	1 年以内	60 天以内	2.51	-	-	-	上海联家超市有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	上海家源商业有限公司	冷冻烘焙食品、其他	1.97	3.14	62.72%	1 年以内	60 天以内	1.94	0.03	是	发票开具不符合要求	上海联家超市有限公司
	上海联家超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他	31.39	62.60	50.14%	1 年以内	60 天以内	31.39	-	-	-	上海联家超市有限公司
	上海邻家超市有限公司	-	0.16	-	-	1-2 年	60 天以内	0.16	-	-	-	上海联家超市有限公司
	深圳家乐福商业有限公司	冷冻烘焙食品、其他	9.73	14.96	65.03%	1 年以内	60 天以内	9.73	-	-	-	上海联家超市有限公司
	深圳家乐福商业有限公司惠阳万联店	冷冻烘焙食品、其他	-	0.18	-	1 年以内	60 天以内	-	-	-	-	上海联家超市有限公司
	深圳乐荣超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他	4.64	7.36	63.11%	1 年以内	60 天以内	4.64	-	-	-	上海联家超市有限公司
	沈阳家乐福商业有限公司	冷冻烘焙食品	0.60	1.44	41.75%	1 年以内	60 天以内	0.60	-	-	-	上海联家超市有限公司
	沈阳家乐福商业有限公司富民桥店	-	0.0024	-	-	1-2 年	60 天以内	-	0.0024	-	发票开具不符合要求	上海联家超市有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	沈阳家乐福商业有限公司吉祥店	冷冻烘焙食品	1.44	2.72	52.84%	1 年以内	60 天以内	1.44	-	-	-	上海联家超市有限公司
	沈阳家乐福商业有限公司金牛店	冷冻烘焙食品	0.55	0.97	56.81%	1 年以内	60 天以内	0.55	-	-	-	上海联家超市有限公司
	沈阳家乐福商业有限公司青年店	-	0.02	-	-	1-2 年	60 天以内	-	0.02	是	发票开具不符合要求	上海联家超市有限公司
	沈阳家乐福商业有限公司塔湾店	冷冻烘焙食品	0.63	1.21	51.97%	1 年以内	60 天以内	0.63	-	-	-	上海联家超市有限公司
	沈阳家乐福商业有限公司文化店	冷冻烘焙食品	0.46	1.12	41.29%	1 年以内	60 天以内	0.46	-	-	-	上海联家超市有限公司
	沈阳家乐福商业有限公司星摩尔店	-	0.08	-	-	1 年以内	60 天以内	0.08	-	-	-	上海联家超市有限公司
	沈阳家乐福商业有限公司于洪广场店	-	0.0004	-	-	1-2 年	60 天以内	-	0.0004	是	发票开具不符合要求	上海联家超市有限公司
	四川家乐福商业有限公司成都科华路店	冷冻烘焙食品	0.71	0.94	75.94%	1 年以内	60 天以内	0.71	-	-	-	上海联家超市有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	苏州悦家超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他	2.15	3.38	63.72%	1 年以内	60 天以内	2.15	-	-	-	上海联家超市有限公司
	天津家福商业有限公司	冷冻烘焙食品	0.27	0.73	37.52%	1 年以内	60 天以内	0.27	-	-	-	上海联家超市有限公司
	天津家源超市有限公司	冷冻烘焙食品	1.07	2.13	50.27%	1 年以内	60 天以内	1.07	-	-	-	上海联家超市有限公司
	无锡悦家商业有限公司	冷冻烘焙食品、其他	7.53	12.52	60.12%	1 年以内	60 天以内	7.53	-	-	-	上海联家超市有限公司
	武汉汉福超市有限公司	冷冻烘焙食品	2.72	2.83	96.11%	1 年以内	60 天以内	2.72	-	-	-	上海联家超市有限公司
	武汉汉福超市有限公司襄阳中原路分公司	冷冻烘焙食品	0.28	0.53	52.00%	1 年以内	60 天以内	0.28	-	-	-	上海联家超市有限公司
	徐州悦家商业有限公司	冷冻烘焙食品	1.92	2.31	83.30%	1 年以内	60 天以内	1.92	-	-	-	上海联家超市有限公司
	长沙家乐福超市有限责任公司	冷冻烘焙食品	1.00	1.54	65.01%	1 年以内	60 天以内	1.00	-	-	-	上海联家超市有限公司
	郑州悦家商业有限	冷冻烘焙食品	0.18	0.87	21.32%	1 年以	60 天以内	0.18	-	-	-	上海联家超市

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	公司					内						有限公司
	重庆家乐福商业有限公司成都分店	冷冻烘焙食品、其他	0.63	1.53	41.21%	1 年以内	60 天以内	0.63	-	-	-	上海联家超市有限公司
	株洲家乐福商业有限公司	-	0.0022	-	-	1-2 年	60 天以内	-	0.0022	是	发票开具不符合要求	上海联家超市有限公司
7	广州市白云区松洲新世界食品经营部	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	119.67	458.54	26.10%	1 年以内	45 天以内	88.34	31.33	是	疫情影响	广州市白云区松洲新世界食品经营部
8	广州麦稻丰贸易有限公司	酱料、奶油、其他、水果制品	114.23	316.53	36.09%	1 年以内	45 天以内	64.08	50.15	是	疫情影响	广州市天河区东圃湘泷食品商行
9	浙江新美心食品工业有限公司	酱料、冷冻烘焙食品	103.96	115.02	90.39%	1 年以内	60 天以上	96.35	7.61	是	延迟开票	浙江新美心食品工业有限公司
10	季朵（南京）食品有限公司	冷冻烘焙食品	90.98	362.54	25.09%	1 年以内	45 天以内+信用额度 80 万	90.98	-	-	-	季朵（南京）食品有限公司
合计	-	-	**3,497.26**	**11,837.71**	**29.54%**	-	-	**3,326.73**	**170.53**	-	-	-

2019 年公司前十大应收账款客户（合并范围内）具体情况：

单位：万元

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	1,478.60	7,513.23	19.68%	1 年以内	60 天以内	1,477.68	0.92	是	开具发票不符合要求	沃尔玛(中国）投资有限公司
2	石家庄市海策商贸有限公司	奶油类、其他类、水果制品	97.62	489.14	19.96%	1 年以内	60 天以内	97.62	-	否	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	保定市海策商贸有限公司	酱料类、冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	78.03	1,047.82	7.45%	1 年以内	60 天以内	78.03	-	否	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	邯郸市海策贸易有限公司	酱料类、冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	71.84	576.63	12.46%	1 年以内	60 天以内	71.84	-	否	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	邢台海策商贸有限公司	酱料类、冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	66.18	516.79	12.81%	1 年以内	60 天以内	66.18	-	否	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	酱料类、冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	12.28	1,101.36	1.11%	1 年以内	60 天以内	12.28	-	否	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
3	华润万家有限公司	冷冻烘焙食品、其他类	169.29	496.06	34.13%	1 年以内	45 天以内	169.29	-	否	-	华润万家有限公司
	深圳华润万佳超级市场有限公司	冷冻烘焙食品、其他类	128.65	686.25	18.75%	1 年以内	45 天以内	128.65	-	否	-	华润万家有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	陕西华润万家生活超市有限公司	酱料类、冷冻烘焙食品、其他类	4.98	62.81	7.93%	1 年以内	45 天以内	4.98	-	否	-	华润万家有限公司
	江西洪客隆百货投资有限公司	冷冻烘焙食品、其他类	1.99	32.21	6.17%	1 年以内	45 天以内	1.99	-	否	-	华润万家有限公司
	宁夏华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他类	1.77	1.59	111.46%	1 年以内	45 天以内	-	1.77	是	开具发票不符合要求	华润万家有限公司
	西安爱家超市有限公司	酱料类、冷冻烘焙食品、其他类	0.16	21.13	0.77%	1 年以内	45 天以内	0.16	-	否	-	华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司泾河新城分公司	冷冻烘焙食品、其他类	0.14	7.26	1.93%	1 年以内	45 天以内	0.14	-	否	-	华润万家有限公司
	延安华润万家生活超市有限公司	酱料类、冷冻烘焙食品、其他类	0.04	13.27	0.29%	1 年以内	45 天以内	0.04	-	否	-	华润万家有限公司
4	深圳市鹏福供应链管理有限公司	冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	215.83	816.04	26.45%	1 年以内	大于 60 天	215.83	-	否	-	深圳市幸福西饼食品有限公司
5	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	酱料类、冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	99.11	838.06	11.83%	1 年以内	60 天以内	99.11		否	-	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司
	青岛腾旺食品配料有限公司	酱料类、奶油类、其他类、水果制品	61.33	456.61	13.43%	1 年以内	60 天以内	61.33	-	否	-	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司
	临沂市腾海商贸有限公司	酱料类、冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	34.34	490.17	7.01%	1 年以内	60 天以内	34.34	-	否	-	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司
6	北京味多美食品有限责任公司	冷冻烘焙食品、奶油类	188.55	732.40	25.74%	1 年以内	45 天以内，额度 50 万	188.55	-	否	-	北京味多美食品有限责任公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
7	中山市采蝶轩食品有限公司	冷冻烘焙食品	154.69	955.74	16.19%	1 年以内	大于 60 天	154.69	-	否	-	中山市采蝶轩食品有限公司
8	广东省商业贸易进出口有限公司	冷冻烘焙食品	139.37	1,143.81	12.18%	1 年以内	先支付 30%货款后发货，货到票到验收无误后结款，45 天以内	139.37	-	否	-	广东省商业贸易进出口有限公司
9	广州市白云区太和何杰生综合店	冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	60.25	928.82	6.49%	1 年以内	60 天以内	60.25	-	是	-	广州市白云区太和何杰生综合店
	广州福生食品贸易有限公司	冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	55.10	215.54	25.56%	1 年以内	60 天以内	55.10	-	否	-	广州市白云区太和何杰生综合店
10	重庆惠天食品开发有限公司	酱料类、奶油类、其他类、水果制品	109.16	325.55	33.53%	1 年以内	60 天以内	109.16	-	否	-	重庆惠天食品开发有限公司
合计		**-**	**3,229.30**	**19,468.28**	**16.59%**	**-**	**-**	**3,226.61**	**2.69**	**-**	**-**	**-**

2018 年公司前十大应收账款客户（合并范围内）具体情况：

单位：万元

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	907.04	6,124.39	14.81%	1 年以内	60 天以内	907.04	-	否	-	沃尔玛(中国）投资有限公司
2	深圳市鹏福供应链管理有限公司	奶油类、其他类、水果制品	23.27	20.06	116.00%	1 年以内	大于 60 天	-	23.27	是	延迟开票	深圳市幸福西饼食品有限公

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
												司
	深圳市幸福商城科技股份有限公司	冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	480.64	2,243.23	21.43%	1 年以内	大于 60 天	240.43	240.21	是	延迟开票	深圳市幸福西饼食品有限公司
3	甘肃华润万家生活超市有限公司	包装材料、冷冻烘焙食品、其他类	5.09	18.49	27.52%	1 年以内	45 天以内	5.09	-	否	-	华润万家有限公司
	甘肃华润万家生活超市有限公司酒泉市分公司	包装材料、冷冻烘焙食品、其他类	2.28	6.67	34.16%	1 年以内	45 天以内	2.28	-	否	-	华润万家有限公司
	河南华润万家生活超市有限公司	无	0.83	-	-	1-2 年	45 天以内	0.83	-	否	-	华润万家有限公司
	河南华润万家生活超市有限公司洛阳市分公司	无	1.08	-	-	1-2 年	45 天以内	1.08	-	否	-	华润万家有限公司
	华润万家有限公司	包装材料、冷冻烘焙食品、其他类	80.75	362.78	22.26%	1 年以内	45 天以内	80.75	-	否	-	华润万家有限公司
	江西洪客隆百货投资有限公司	冷冻烘焙食品、其他类	9.63	56.92	16.92%	1 年以内	45 天以内	9.63	-	否	-	华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司	包装材料、酱料类、冷冻烘焙食品、其他类	13.86	117.98	11.75%	1 年以内	45 天以内	9.07	4.80	是	其他	华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司宝鸡高新路分公司	包装材料、酱料类、冷冻烘焙食品、其他类	2.05	16.53	12.42%	1 年以内	45 天以内	2.05	-	否	-	华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司泾河新城分公司	包装材料、冷冻烘焙食品、其他类	1.33	19.16	6.93%	1 年以内	45 天以内	1.33	-	否	-	华润万家有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	陕西华润万家生活超市有限公司商洛市名人街分公司	包装材料、酱料类、冷冻烘焙食品、其他类	0.77	9.93	7.75%	1 年以内	45 天以内	0.77	-	否	-	华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司渭南前进路分公司	包装材料、冷冻烘焙食品、其他类	1.01	25.76	3.93%	1 年以内	45 天以内	1.01	-	否	-	华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司咸阳彩虹分公司	包装材料、酱料类、冷冻烘焙食品、其他类	0.77	4.92	15.74%	1 年以内	45 天以内	0.77	-	否	-	华润万家有限公司
	深圳华润万佳超级市场有限公司	冷冻烘焙食品、其他类	131.53	608.88	21.60%	1 年以内	45 天以内	61.04	70.48	是	开具发票不符合要求	华润万家有限公司
	天津华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品	13.23	62.67	21.11%	1 年以内	45 天以内	13.14	0.09	是	开具发票不符合要求	华润万家有限公司
	西安爱家超市有限公司	酱料类、冷冻烘焙食品、其他类	3.06	70.64	4.33%	1 年以内	45 天以内	3.06	-	否	-	华润万家有限公司
	新疆华润万家生活超市有限公司	无	0.80	-	-	1 年以内	45 天以内	0.80	-	否	-	华润万家有限公司
	延安华润万家生活超市有限公司	酱料类、冷冻烘焙食品、其他类	2.50	15.90	15.73%	1 年以内	45 天以内	2.50	-	否	-	华润万家有限公司
4	保定市海策商贸有限公司	酱料类、奶油类、冷冻烘焙食品、其他类、水果制品	17.64	924.74	1.91%	1 年以内	60 天以内	17.64	-	否	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	邯郸市海策贸易有限公司	冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	4.85	402.75	1.21%	1 年以内	60 天以内	4.85	-	否	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	石家庄市海策商贸有限公司	奶油类、其他类、水果制品	81.50	669.20	12.18%	1 年以内	60 天以内	81.50	-	否	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	邢台海策商贸有限公司	酱料类、冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	31.37	473.19	6.63%	1 年以内	60 天以内	31.37	-	否	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
5	中山市采蝶轩食品有限公司	冷冻烘焙食品、其他类	133.36	547.19	24.37%	1 年以内	大于 60 天	133.36	-	否	-	中山市采蝶轩食品有限公司
6	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	酱料类、冷冻烘焙食品、其他类、水果制品	78.45	798.03	9.83%	1 年以内	60 天以内	78.45	-	否	-	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司
	临沂市腾海商贸有限公司	冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	27.59	424.21	6.50%	1 年以内	60 天以内	27.59	-	否	-	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司
7	广州市白云区太和何杰生综合店	冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	97.43	1,162.60	8.38%	1 年以内	60 天以内	97.43	-	否	-	广州市白云区太和何杰生综合店
8	济南历下大润发商贸有限公司	冷冻烘焙食品	66.17	157.39	42.04%	1 年以内	45 天以内	66.17	-	否	-	济南历下大润发商贸有限公司
	康成投资（中国）有限公司	冷冻烘焙食品	0.84	14.56	5.77%	1 年以内	45 天以内	0.84	-	否	-	济南历下大润发商贸有限公司
	昆山润华商业有限公司广州黄埔分公司	冷冻烘焙食品	30.05	25.85	116.23%	1 年以内	45 天以内	30.05	-	否	-	济南历下大润发商贸有限公司
9	再博（上海）实业有限公司	冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	91.62	1,136.93	8.06%	1 年以内	60 天以内	91.62	-	否	-	再博（上海）实业有限公司
10	漳州市芗城区隆晖面包店	酱料类	40.08	629.57	6.37%	1 年以内	60 天以内	-	40.08	是	延迟开票	漳州市向日葵食品有限公司
	漳州市向日葵食品有限公司	酱料类、其他类	48.80	577.36	8.45%	1 年以内	60 天以内	-	48.80	是	延迟开票	漳州市向日葵食品有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
合计		**-**	**2,431.30**	**17,728.50**	**13.71%**	**-**	**-**	**2,003.57**	**427.73**	**-**	**-**	**-**

2017 年公司前十大应收账款客户（合并范围内）具体情况：

单位：万元

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	冷冻烘焙食品、奶油类	780.55	4,023.19	19.40%	1 年以内	60 天以内	735.55	45.00	是	开具发票不符合要求	沃尔玛（中国）投资有限公司
2	深圳市幸福商城科技股份有限公司	其他类、水果制品	8.32	-1.07	-779.71%	1 年以内	60 天以内	-	8.32	是	延迟开票	深圳市幸福西饼食品有限公司
	深圳市幸福西饼食品有限公司	奶油类、其他类、水果制品	666.48	1,744.65	38.20%	1 年以内	60 天以内	657.03	9.45	是	延迟开票	深圳市幸福西饼食品有限公司
3	保定市海策商贸有限公司	酱料类、冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	47.28	674.74	7.01%	1 年以内	60 天以内	47.28	-	否	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	邯郸市海策贸易有限公司	冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	25.92	271.10	9.56%	1 年以内	60 天以内	25.92	-	否	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	石家庄市海策商贸有限公司	奶油类、其他类、水果制品	30.15	239.30	12.60%	1 年以内	60 天以内	30.15	-	否	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	石家庄市宏威食品	冷冻烘焙食品、	59.58	883.45	6.74%	1 年以	60 天以内	59.43	0.15	是	延迟开	石家庄市宏威

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	添加剂有限公司	奶油类、其他类、水果制品				内					票	食品添加剂有限公司
	邢台海策商贸有限公司	酱料类、冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	48.04	181.13	26.52%	1 年以内	60 天以内	48.04	-	否	-	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
4	青岛丹香投资管理有限公司	冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	138.21	966.40	14.30%	1 年以内	60 天以内+信用额 45 万	138.21	-	否	-	青岛丹香投资管理有限公司
5	厦门麦威工贸有限公司	酱料类、奶油类、其他类、水果制品	128.67	571.68	22.51%	1 年以内	60 天以内+信用额 45 万	128.67	-	否	-	厦门麦威工贸有限公司
6	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	酱料类、冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	121.80	763.98	15.94%	1 年以内	60 天以内	121.80	-	否	-	广州市白云区松洲乐丰食品经营部
7	甘肃华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他类	1.89	24.81	7.63%	1 年以内	45 天以内	1.89	-	否	-	华润万家有限公司
	甘肃华润万家生活超市有限公司酒泉市分公司	冷冻烘焙食品、其他类	0.44	8.63	5.07%	1 年以内	45 天以内	0.44	-	否	-	华润万家有限公司
	河南华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他类	0.90	8.35	10.78%	1 年以内	45 天以内	0.90	-	否	-	华润万家有限公司
	河南华润万家生活超市有限公司洛阳市分公司	冷冻烘焙食品、其他类	1.11	1.92	57.86%	1 年以内	45 天以内	1.11	-	否	-	华润万家有限公司
	华润万家有限公司	酱料类、冷冻烘焙食品	12.54	134.15	9.34%	1 年以内	45 天以内	12.54	-	否	-	华润万家有限公司
	宁夏华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他类	1.73	21.91	7.91%	1 年以内	45 天以内	1.73	-	否	-	华润万家有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	陕西华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他类	18.36	126.99	14.46%	1 年以内	45 天以内	18.36	-	否	-	华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司宝鸡高新路分公司	冷冻烘焙食品、其他类	0.82	6.87	11.89%	1 年以内	45 天以内	0.82	-	否	-	华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司泾河新城分公司	冷冻烘焙食品、其他类	1.92	19.61	9.78%	1 年以内	45 天以内	1.92	-	否	-	华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司商洛市名人街分公司	冷冻烘焙食品、其他类	1.01	6.79	14.85%	1 年以内	45 天以内	1.01	-	否	-	华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司渭南前进路分公司	冷冻烘焙食品、其他类	2.11	26.00	8.13%	1 年以内	45 天以内	2.11	-	否	-	华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司延安分公司	冷冻烘焙食品、其他类	2.69	6.78	39.69%	1 年以内	45 天以内	2.69	-	否	-	华润万家有限公司
	深圳华润万佳超级市场有限公司	冷冻烘焙食品、其他类	43.59	481.46	9.05%	1 年以内	45 天以内	43.59	-	否	-	华润万家有限公司
	天津华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品	27.38	25.09	109.13%	1 年以内	45 天以内	27.38	-	否	-	华润万家有限公司
	咸阳华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他类	1.68	18.31	9.20%	1 年以内	45 天以内	1.68	-	否	-	华润万家有限公司
	新疆华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他类	0.84	9.35	9.00%	1 年以内	45 天以内	0.84	-	否	-	华润万家有限公司
8	天山区新华南路百克日食品添加剂商行	奶油类、其他类	106.20	383.14	27.72%	1 年以内	款到发货	106.20	-	否	-	天山区新华南路百克日食品添加剂商行
9	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	酱料类、冷冻烘焙食品、奶油类、	59.17	628.53	9.41%	1 年以内	60 天以内	59.17	-	否	-	济宁市腾飞食品添加剂有限

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额	收入	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额	逾期金额	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
		其他类、水果制品										责任公司
	临沂市腾海商贸有限公司	冷冻烘焙食品、奶油类、其他类、水果制品	35.01	275.63	12.70%	1 年以内	60 天以内	35.01	-	否	-	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司
10	深圳市佳兆好贸易有限公司	奶油类、其他类、水果制品	90.58	729.81	12.41%	1 年以内	60 天以内	90.58	-	否	-	深圳市佳兆好贸易有限公司
合计		**-**	**2,464.96**	**13,262.67**	**18.59%**	**-**	**-**	**2,402.04**	**62.92**	**-**	**-**	**-**

②报告期各期前五大客户应收账款余额与信用期内含税收入金额匹配情况及应收账款余额期后回款与信用期内收款匹配情况

2020 年 1-6 月公司前五大客户应收账款余额与信用期内含税收入金额匹配情况及应收账款余额期后回款与信用期内收款匹配情况如下：

单位：万元

序号	前五大应收客户	2020 年 4 月含税收入	2020 年 5 月含税收入	2020 年 6 月含税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期内收入相匹配	2020 年 7 月回款	2020 年 8 月回款	期后回款是否在信用期内
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	2,049.23	1,111.36	1,873.55	2,225.99	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	2,157.24	2,114.78	是，期后 60 天回款大于期初应收账款余额

序号	前五大应收客户	2020 年 4 月含税收入	2020 年 5 月含税收入	2020 年 6 月含税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期内收入相匹配	2020 年 7 月回款	2020 年 8 月回款	期后回款是否在信用期内
2	广东省商业贸易进出口有限公司	232.20	143.49	191.46	257.41	60 天以内	否，余额大于信用期 60 天内的含税收入	220.74	264.89	是，期后 60 天回款大于期初应收账款余额
3	深圳市鹏福供应链管理有限公司	60.07	61.71	35.90	157.46	60 天以上	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	55.48	63.55	否，期后 60 天回款小于期初应收账款余额
4	保定市海策商贸有限公司	56.95	60.74	30.09	24.84	45 天以内	是，余额小于信用期 45 天内的含税收入金额	30.09	57.53	是，期后 45 天回款大于期初应收账款余额
	邯郸市海策贸易有限公司	16.03	15.80	22.91	22.91	45 天以内	是，余额小于信用期 45 天内的含税收入金额	22.91	28.03	是，期后 45 天回款等于期初应收账款余额

序号	前五大应收客户	2020 年 4 月含税收入	2020 年 5 月含税收入	2020 年 6 月含税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期内收入相匹配	2020 年 7 月回款	2020 年 8 月回款	期后回款是否在信用期内
	石家庄市海策商贸有限公司	26.77	35.46	37.03	27.57	45 天以内	是，余额小于信用期 45 天内的含税收入金额	30.86	53.25	是，期后 45 天回款大于期初应收账款余额
	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	54.66	55.88	54.24	48.99	45 天以内	是，余额小于信用期 45 天内的含税收入金额	48.99	50.12	是，期后 45 天回款等于期初应收账款余额
	邢台海策商贸有限公司	37.13	14.26	25.52	25.52	45 天以内	是，余额小于信用期 45 天内的含税收入金额	25.52	30.18	是，期后 45 天回款等于期初应收账款余额
5	中山市采蝶轩食品有限公司	176.49	87.60	95.26	140.23	60 天以上	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	51.95	107.83	是，期后 60 天回款大于期初应收账款余额
合计		**2,709.53**	**1,586.30**	**2,365.96**	**2,930.92**	**-**	**-**	**2,643.79**	**2,770.17**	**-**

2019 年公司前五大客户应收账款余额与信用期内含税收入金额匹配情况及应收账款余额期后回款与信用期内收款匹配情况如下：

单位：万元

序号	前五大应收客户	2019 年 10 月含税收入	2019 年 11 月含税收入	2019 年 12 月含税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期内收入相匹配	2020 年 1 月回款	2020 年 2 月回款	2020 年 3 月回款	期后回款是否在信用期内
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	791.75	1,130.02	1,466.15	1,478.60	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	190.95	1,286.73	1,813.87	否，期后 60 天回款小于期初应收账款余额
2	石家庄市海策商贸有限公司	4.41	29.25	99.38	97.62	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	102.31	78.11	33.63	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额
2	保定市海策商贸有限公司	59.85	79.22	78.03	78.03	60 天以内	是，余额等于信用期 60 天内的含税收入金额	78.03	74.54	24.26	是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额
2	邯郸市海策贸易有限公司	17.30	33.08	103.63	71.84	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	71.84	8.22	12.01	是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额
2	邢台海策商贸有限公司	30.16	49.88	66.18	66.18	60 天以内	是，余额等于信用期 60 天内的含税收入金额	66.18	16.22	24.28	是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额
2	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	61.47	120.29	31.28	12.28	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	12.28	-	26.93	是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额
3	华润万家有限公司	-	-	205.62	169.29	45 天以内	是，由华润万家或华润万佳回款，余额小于信用期 45 天内的含税收入金额（注）	171.48			是，由华润关联企业回款，期后 30 天回款大于应收账款期初余额（注）
3	深圳华润万佳超级市场有限公司	72.31	79.84	70.95	128.65	45 天以内		139.92	76.36	107.62	
3	陕西华润万家生活超市有限公司	2.57	-	2.13	4.98	45 天以内		0.17	0.44	0.01	
3	江西洪客隆百货投资有限公司	2.74	1.45	1.07	1.99	45 天以内		2.82	2.77	0.49	
3	西安爱家超市有限公司	0.43	-	0.22	0.16	45 天以内		0.12	0.02	0.01	
3	陕西华润万家生活超市有限公司泾河新城分公司	-	-	-	0.14	45 天以内		-	-	-	
3	延安华润万家生活超市有限公司	0.18	-	-	0.04	45 天以内		-	-	0.02	
3	宁夏华润万家生活超市有限公司	-	-	-	1.77	45 天以内	否	-	-	-	否
4	深圳市鹏福供应链管理有限公司	74.01	91.92	124.70	215.83	大于 60 天	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	87.48	3.65	95.04	是，对方申请了延期付款，4 月份收到款项 29.66 万元
5	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	62.76	99.93	104.27	99.11	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	50.00	55.02	18.43	是，对方申请了延期付款，2 月份已支付完期初应收账款余额
5	青岛腾旺食品配料有限公司	38.70	55.24	65.68	61.33	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	61.33	2.42	15.62	是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额

序号	前五大应收客户	2019 年 10 月含税收入	2019 年 11 月含税收入	2019 年 12 月含税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期内收入相匹配	2020 年 1 月回款	2020 年 2 月回款	2020 年 3 月回款	期后回款是否在信用期内
5	临沂市腾海商贸有限公司	30.81	15.41	44.77	34.34	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	34.34	5.62		是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额
合计		**1,249.47**	**1,785.52**	**2,464.07**	**2,522.18**	-	-	**1,069.27**	**1,610.11**	**2,172.24**	-

2018 年公司前五大客户应收账款余额与信用期内含税收入金额匹配情况及应收账款余额期后回款与信用期内收款匹配情况如下：

单位：万元

序号	前五大应收客户	2018 年 10 月含税收入	2018 年 11 月含税收入	2018 年 12 月含税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期相匹配	2019 年 1 月回款	2019 年 2 月回款	2019 年 3 月回款	期后回款是否在信用期内
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	801.43	604.54	692.89	907.04	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	727.32	811.53	833.37	是，期后 60 天回款大于期初应收账款余额
2	深圳市鹏福供应链管理有限公司	-	-	23.27	23.27	大于 60 天	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	-	-	162.54	否，期后 60 天回款小于期初应收账款余额，3 月全部回款
2	深圳市幸福商城科技股份有限公司	216.89	245.20	241.36	480.64	大于 60 天	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	240.43		350.18	否，期后 60 天回款小于期初应收账款余额，3 月全部回款
3	甘肃华润万家生活超市有限公司	1.34	1.82	2.04	5.09	45 天以内	是，由华润万家或华润万佳回款，余额小于信用期 45 天内的含税收入金额（注）	5.11	0.03	1.09	是，由华润关联企业回款，期后 45 天回款大于应收账款期初余额（注）
3	甘肃华润万家生活超市有限公司酒泉市分公司	2.30	-	-	2.28	45 天以内		-	-	-	
3	河南华润万家生活超市有限公司	-	-	-	0.83	45 天以内		-	-	-	
3	河南华润万家生活超市有限公司洛阳市分公司	-	-	-	1.08	45 天以内		-	-	-	
3	华润万家有限公司	45.27	40.32	52.53	80.75	45 天以内		80.75	-	14.72	
3	江西洪客隆百货投资有限公司	17.69	2.71	10.95	9.63	45 天以内		10.27	5.53	-	
3	陕西华润万家生活超市有限公司宝鸡高新路分公司	3.70	1.58	2.06	2.05	45 天以内		2.05	1.97	-	
3	陕西华润万家生活超市有限公司泾河新城分公司	1.48	1.52	1.34	1.33	45 天以内		1.33	1.12	0.03	

序号	前五大应收客户	2018 年 10 月含税收入	2018 年 11 月含税收入	2018 年 12 月含税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期相匹配	2019 年 1 月回款	2019 年 2 月回款	2019 年 3 月回款	期后回款是否在信用期内
3	陕西华润万家生活超市有限公司商洛市名人街分公司	1.15	0.41	0.78	0.77	45 天以内		0.77	0.90	-	
3	陕西华润万家生活超市有限公司渭南前进路分公司	6.14	1.64	1.02	1.01	45 天以内		1.01	1.68	-	
3	陕西华润万家生活超市有限公司咸阳彩虹分公司	1.78	1.23	0.78	0.77	45 天以内		0.77	0.82	0.03	
3	新疆华润万家生活超市有限公司				0.80	45 天以内					
3	延安华润万家生活超市有限公司	3.00	1.88	2.51	2.50	45 天以内		2.50	3.16	0.03	
3	西安爱家超市有限公司	10.46	4.17	3.07	3.06	45 天以内		3.06	4.14	0.45	
3	陕西华润万家生活超市有限公司	14.64	8.99	9.50	13.86	45 天以内	是，余额小于信用期 45 天内的含税收入金额	9.07	6.71	0.31	否，1 月和 2 月存在代华润关联方公司付款，3 月份才支付完期初应收账款余额（注）
3	深圳华润万佳超级市场有限公司	87.28	44.92	144.69	131.53	45 天以内		61.04	102.45	100.47	否，1 月和 2 月存在代华润关联方公司付款，3 月份才支付完期初应收账款余额（注）
3	天津华润万家生活超市有限公司	11.02	2.72	2.24	13.23	45 天以内	否	13.14	-	-	否，但 2 月份由华润集团内华润关联公司支付（注）
4	保定市海策商贸有限公司	41.68	65.94	71.48	17.64	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	67.64	34.15	41.83	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额
4	邯郸市海策贸易有限公司	23.70	30.40	33.03	4.85	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	54.85	41.49	4.43	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额
4	石家庄市海策商贸有限公司	79.81	19.42	103.09	81.50	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	91.37	84.17	54.34	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额
4	邢台海策商贸有限公司	21.74	52.95	31.37	31.37	60 天以内	是，余额等于信用期 60 天内的含税收入金额	31.37	53.66	12.36	是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额
5	中山市采蝶轩食品有限公司	36.11	57.49	93.77	133.36	大于 60 天	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	61.52	108.47	88.86	是，期后 60 天回款大于期初应收账款余额
合计		**1,428.61**	**1,189.85**	**1,523.77**	**1,950.26**	-	-	**1,465.39**	**1,261.97**	**1,665.04**	-

2017 年公司前五大客户应收账款余额与信用期内含税收入金额匹配情况及应收账款余额期后回与信用期内收款匹配情况如下：

单位：万元

序号	前五大应收客户	2017 年 10 月含税收入	2017 年 11 月含税收入	2017 年 12 月含税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期相匹配	2018 年 1 月回款	2018 年 2 月回款	2018 年 3 月回款	期后回款是否在信用期内
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	0.01	525.44	1,308.84	780.55	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	622.84	112.72	1,227.95	否，3 月份已支付完期初应收账款余额
2	深圳市幸福商城科技股份有限公司	-	-	-	8.32	60 天以内	否	-	-	370.71	否，3 月份已支付完期初应收账款余额
2	深圳市幸福西饼食品有限公司	279.86	251.98	443.46	666.48	60 天以内	否	250.76	406.27	-	否，3 月份已支付完期初应收账款余额
3	保定市海策商贸有限公司	38.60	70.14	54.64	47.28	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	54.64	93.05	46.33	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额
3	邯郸市海策贸易有限公司	30.97	47.39	32.88	25.92	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	33.28	47.47	7.65	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额
3	石家庄市海策商贸有限公司	26.74	2.97	43.21	30.15	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	58.03	152.86	28.61	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额
3	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	75.62	101.33	71.20	59.58	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	59.43	27.40	8.40	否，2 月份已支付完期初应收账款余额
3	邢台海策商贸有限公司	23.76	39.38	55.40	48.04	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	70.12	42.94	43.71	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额
4	青岛丹香投资管理有限公司	58.66	130.97	148.08	138.21	60 天以内+信用额 45 万	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	138.21	13.75	111.60	是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额
5	厦门麦威工贸有限公司	-	25.42	458.09	128.67	60 天以内+信用额 45 万	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	101.58	3.60	120.90	是，期后 30 天回款与期初应收款余额差异小于信用额 45 万
合计		**534.23**	**1,195.02**	**2,615.79**	**1,933.20**	-	-	**1,388.88**	**900.06**	**1,965.86**	-

注：公司与华润万家有限公司签订销售合同，合同约定：“如甲方的某一关联公司对于乙方或乙方关联合作方的应付款不足以抵扣合同约定的费用的，乙方确认，可由甲方其他任一关联公司自其对乙方或乙方关联合作方的应付款中抵扣，甲方转由其他关联公司抵扣乙方应承担费用的具体明细会通知乙方或乙方关联合作方，通知方式包括但不限于供应商信息平台记录、电话通知等。”结算确认书约定：“本确认书提及的“甲方”的范围包括与甲方有直接或间接股权关系的关联公司，包括但不限于华润万家有限公司、苏果超市有限公司、特易购乐购（中国）投资有限公司等”；故华润万家关联公司收款情况需合并考虑。

如上表所示，报告期内各期前五大应收账款客户除逾期客户外，应收账款余额均小于或等于信用期内收入，应收账款余额在期后的收款情况与信用政策基本一致。

7）报告期内各季度应收账款余额情况

①报告期内各季度应收账款余额及占当期营业收入比重具体情况如下：

季度	应收账款余额（万元）				当期营业收入（万元）				应收账款余额占当期营业收入比重（%）			
	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	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
一季度	5,476.19	5,527.24	4,257.05	3,857.52	25,094.94	34,280.27	27,259.14	18,269.70	21.82%	16.12	15.62	21.11
二季度	6,822.84	5,395.19	4,066.14	4,409.24	41,912.59	35,125.44	30,148.09	20,172.86	16.28%	15.36	13.49	21.86
三季度	-	6,646.86	5,776.87	5,809.85	-	38,835.71	32,774.02	24,795.06	-	17.12	17.63	23.43
四季度	-	8,501.21	6,449.98	6,211.62	-	50,131.53	41,164.05	32,361.53	-	16.96	15.67	19.19

2020 年一季度由于疫情影响，导致应收账款余额占当期营业收入比例较高。报告期内各季末间应收账款余额占收入比重合理，不存在显著差异。

②报告期内各期第四季度收入回款情况，是否存在提前确认收入情形

报告期内，公司各期第四季度收入回款情况具体如下：

单位：万元

项目	四季度含税收入	四季度收入形成的应收账款期末余额	应收账款余额收入占比	回款情况									
				1 个月以内		2-3 个月		4-6 个月		7-12 个月		1 年以上截至 2020 年 7 月 26 日	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2019 年	56,873.73	8,410.72	14.79%	6,259.70	74.43%	2,046.64	24.33%	102.8	1.22%	0.57	0.01%	-	-
2018 年	47,746.06	6,392.75	13.39%	5,380.85	84.17%	893.47	13.98%	86.12	1.35%	10.9	0.17%	0.47	0.01%
2017 年	38,059.66	5,880.42	15.45%	4,997.08	84.98%	849.66	14.45%	26.55	0.45%	4.22	0.07%	2.91	0.05%

报告期内，四季度收入形成应收账款期末余额分别为 5,880.42 万元、6,392.75 万元和 8,410.72 万元，占当年四季度收入比重分别为 15.45%、13.39%及 14.79%，报告期内比例较为稳定，不存在异常波动；期后 3 个月回款比例稳定在 95%以上，保持了较高的水平，回款速度正常。

综上所述，公司报告期内严格按照自身会计政策确认收入，不存在提前确认收入的情形。

8）报告期各期末应收账款回款情况及应收账款核销的情况

①报告期各期末应收账款金额至招股说明书签署日的回款金额及比例

报告期各期末公司应收账款金额至招股说明书签署日的回款金额及比例具体情况如下：

单位：万元

项目	应收账款余额	回款情况				
		1 个月以内	2-3 个月	4-6 个月	7-12 个月	1 年以上截至 2020 年 8 月 31 日

		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2020 年 6 月末	6,822.84	6,058.46	88.80%	487.07	7.14%	-	-	-	-	-	-
2019 年末	8,501.21	6,290.13	73.99%	2,067.97	24.33%	103.49	1.22%	0.75	0.01%	-	-
2018 年末	6,449.98	5,390.59	83.58%	900.88	13.97%	86.14	1.34%	15.83	0.25%	20.56	0.32%
2017 年末	6,211.62	5,039.73	81.13%	872.47	14.05%	234.39	3.77%	57.08	0.92%	2.91	0.05%

注：2020 年 6 月末应收账示期后回款 2-3 月截止期为 2020 年 8 月 31 日。

报告期内各期末应收账款在次年 1 季度的收回比例分别为 95.18%、97.54%、98.32%和 95.94%，回款比较稳定，不存在重大异常。

②应收账款逾期金额和逾期未收回的原因，是否存在回款障碍

公司应收账款逾期金额和逾期未收回的原因，是否存在回款障碍详见本节之“十一、财务状况分析”之“（一）资产的主要构成分析”之“2、流动资产”之“（2）应收账款”之“5）报告期各期逾期支付情况”相关内容。

③报告期内应收账款核销的具体情形和标准

报告期内核销的应收账款明细如下：

单位：万元

客户名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
苏州市胥城食品添加剂有限责任公司	-	-	-	0.39
广州稠昊贸易有限公司	-	-	4.00	-
河北观澜贸易有限公司	-	-	4.87	-
甘肃捷森商贸有限公司	-	-	0.92	-
松原市宁江区绿润食品添加剂商店	-	-	0.13	-
上海莱雷商社	-	-	1.86	-
沈阳市和平区金大公食品商行	-	-	0.49	-
合肥麦典食品有限公司	-	-	0.22	-
肃州区宾诺咖啡商行	-	-	0.35	-
合计	**-**	**-**	**12.84**	**0.39**

针对超过账期一年的应收款，公司尝试停止发货、寄发书面催收文件无果后，确定通过正常途径收回可能性较小，则交法务维权，启动相关法律诉讼程序，财务部依据诉讼结果及执行情况判断是否需要单项计提坏账，提交财务总监审批；对于确定无法收回的应收款，销售部汇总相关信息提交公司总经理审批，会计根据审批进行账务核销会计处理，提交财务经理和财务总监审核；已注销的坏账又收回，应及时入账并由财务总监审核。

报告期内，公司对预计已无法收回的应收账款进行了核销处理，报告期内，核销金额分别为 0.39 万元、12.84 万元、0.00 万元和 0.00 万元，累计金额为 13.23 万元，金额较小，且上述核销均履行了相关内部审批程序。

9）应收账款与应收票据之间转换情况

报告期内，公司使用应收票据结算情况较少。

公司分别于 2018 年 10 月及 11 月分两笔对青岛丹香投资管理有限公司确认收入共计 30.53 万元，对应确认应收账款 35.41 万元。2018 年 11 月，公司收到客户青岛丹香投资管理有限公司支付的银行承兑汇票一张，金额为 35.41 万元，开票日期 2018 年 11 月 13 日，到期日 2019 年 5 月 13 日。考虑到青岛丹香投资管理有限公司与公司合作时间长，采购规模大，且信用良好，因此，公司同意此次的票据结算。该票据承兑银行为青岛银行，2018 年 7 月 30 日，中诚信国际评级有限责任公司对青岛银行主体信用评级为 AA+，信用评级较高，并且公司现金充足，该票据到期按时承兑。鉴于该票据为银行承兑汇票，承兑单位评级较高，承兑风险较低，公司未对其计提坏账准备。

除此之外，报告期各期公司不存在其他使用票据结算情况，也不存在在收入确认时对应收账款进行初始确认，后又将该应收账款转为应收票据的情况。

（3）应收票据

为严格控制资金风险，提高资金使用效率，且公司在产业链中对下游客户拥有较强的议价权，因此公司原则上不接受客户以票据进行结算。

2018 年 11 月，公司主要客户青岛丹香投资管理有限公司与公司协商，将一张金额为 354,105.10 元、到期日为 2019 年 5 月 13 日的银行承兑汇票用于货款结算。考虑到青岛丹香投资管理有限公司与公司合作时间长，采购规模大，且信用良好，因此，公司同意此次的票据结算。公司现金充足，未提前贴现，待到期后兑付，鉴于该票据为银行承兑汇票，风险较低，公司未对其计提坏账准备。2018 年底，公司应收票据净值为 35.41 万元。公司于该票据到期日 2019 年 5 月 13 日，已将上述票据予以兑付。

除此之外，报告期内，公司不存在其他与客户采用票据结算的情况。

公司在收入确认时对应收账款进行初始确认，后又将该应收账款转为应收票据情况仅发生一次，即 2018 年收到上述票据 354,105.10 元。该应收票据为银行承兑汇票，承兑银行为青岛银行，2018 年 7 月 30 日，中诚信国际评级有限责任公司对青岛银行主体信用评级为 AA+，信用评级较高，且公司票据到期均已按时承兑，综上，公司应收票据不存在承兑风险，故不需计提减值。

（4）预付款项

1）预付账款的变动情况

报告期各期末，公司预付账款余额及增长情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
预付账款	1,370.86	1,567.80	1,996.26	890.95
增长率	-12.56%	-21.46%	124.06%	-

公司预付账款主要是公司预付的采购款。公司的采购规模较大，因此，公司与供应商的结算方式以月结为主。对于某些少量采购的原材料和进口代理产品则以预付方式付款。报告期各期末，公司预付账款余额分别为 890.95 万元、1,996.26 万元、1,567.80 万元和 1,370.86 万元，占流动资产比例分别为 3.82%、6.44%、3.56%和 3.78%，占比不高。

2018 年末，公司预付账款较 2017 年末增加 1,105.31 万元，主要原因是：1）公司业务增长，采购量扩大，预付款相应增加；2）公司持续扩大进口稀奶油的采购量，稀奶油进口采用预付形式，2018 年末采购稀奶油所支付的预付款较上年末增加 684.12 万元。

2019 年末，公司预付账款较 2018 年末减少 428.45 万元，主要原因是 2019 年公司进口稀奶油的采购节奏与上年相比有所不同。由于 2020 年春节较早，为提早应对备货高峰，公司在 2019 年 11 月份即加大进口稀奶油的采购量，而 12 月份采购量减少，因此 2019 年末采购稀奶油所支付的预付款与上年末相比减少了 505.79 万元。

2020 年 6 月 30 日，公司预付账款较上年末减少 12.56%，主要是因为上半年为公司销售淡季，生产规模较小，因而采购规模小于下半年所致。

2）预付账款的账龄情况

报告期各期末，公司预付账款的账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一年以内	1,367.81	99.78%	1,563.41	99.72%	1,994.54	99.91%	887.27	99.59%
一至两年	3.05	0.22%	2.67	0.17%	1.72	0.09%	3.68	0.41%

两至三年	-	0.00%	1.72	0.11%	-	0.00%	-	0.00%
合计	**1,370.86**	**100.00%**	**1,567.80**	**100.00%**	**1,996.26**	**100.00%**	**890.95**	**100.00%**

公司预付账款账龄较短，一年以内的预付账款占比在 99%以上，预付账款不存在重大风险。

3）预付账款前五名情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司预付账款前五名明细如下：

单位：万元

单位名称	采购产品	金额	占预付款比例	账龄
广州轻出集团恒瑞进出口有限公司	进口稀奶油	330.06	24.08%	1 年以内
上海协通（集团）有限公司	进口稀奶油	222.88	16.26%	1 年以内
北京贝克瑞会展服务有限责任公司	会展服务	117.65	8.58%	1 年以内
广州市达江源食品科技有限公司	冷冻水果	79.85	5.82%	1 年以内
上海博华国际展览有限公司	会展服务	66.81	4.87%	1 年以内
合计		**817.25**	**59.62%**	**-**

截至 2019 年 12 月 31 日，公司预付账款前五名明细如下：

单位：万元

单位名称	采购产品	金额	占预付款比例	账龄
广州轻出集团有限公司	进口稀奶油	406.80	25.95%	1 年以内
上海协通（集团）有限公司	进口稀奶油	222.07	14.16%	1 年以内
临沂新程金锣肉制品集团有限公司	油脂	139.69	8.91%	1 年以内
广州市达江源食品科技有限公司	冷冻水果	75.58	4.82%	1 年以内
上海隆汇广告有限公司	广告服务	73.11	4.66%	1 年以内
合计		**917.25**	**58.51%**	-

注：报告期内公司预付账款前五名为合并同一控制下公司后的统计数据，下同

截至 2018 年 12 月 31 日，公司预付账款前五名明细如下：

单位：万元

单位名称	采购产品	金额	占预付款比例	账龄
广州轻出集团有限公司	进口稀奶油	1,134.66	56.84%	1 年以内
广州市达江源食品科技有限公司	冷冻水果	194.83	9.76%	1 年以内
广州市人禾食品科技发展有限公司	冷冻水果	127.88	6.41%	1 年以内
临沂新程金锣肉制品集团有限公司	油脂	118.65	5.94%	1 年以内
青岛沃懋农业发展有限公司	冷冻水果	56.10	2.81%	1 年以内

合计	1,632.11	81.76%	-

截至 2017 年 12 月 31 日，公司预付账款前五名明细如下：

单位：万元

单位名称	采购产品	金额	占预付款比例	账龄
广州轻出集团有限公司	进口稀奶油	450.54	50.57%	1 年以内
益海嘉里食品营销有限公司深圳分公司	油脂	49.77	5.59%	1 年以内
河北老王府食品有限公司	馅料	49.49	5.56%	1 年以内
广东富味健康科技有限公司	牛奶巧克力豆	30.49	3.42%	1 年以内
临沂新程金锣制品集团有限公司	油脂	28.84	3.24%	1 年以内
合计		609.13	68.37%	-

公司报告期各期末预收账款前五名客户的金额合计占比分别为 68.37%、81.76%、58.51%和 59.62%，集中度较高，主要为进口稀奶油、冷冻水果、油脂等进口产品及原辅料。

报告期内，公司对广州轻出集团有限公司、上海协通（集团）有限公司存在较大金额的预付账款，上述两家供应商均为公司采购进口稀奶油的进出口代理公司。公司 2017 年开始从法国第一大乳业合作社索地雅集团旗下 candia 事业部采购稀奶油，索地雅集团要求公司以全额预付款形式支付采购款。公司合作之初直接向 candia 进行采购，但随后考虑到法国供应商生产周期较长，预付款占用资金时间较长，转为通过进出口代理公司以信用证的形式采购，具体形式为：①公司向供应商发出订单，同时，进出口代理公司向开证行申请信用证，信用证的保证金由公司承担；②供应商收到信用证，即安排生产；③供应商发货后，寄出相关单据至开证行，并通知进出口代理公司付款赎单，公司支付尾款至进出口代理公司，进出口代理公司向开证行付款赎单；④产品运输至海关并报关前，公司支付报关所需的税费至进出口代理公司，并支付相应手续费至进出口代理公司；⑤进出口代理公司完成报关，向公司开具增值税发票。

综上，公司对广州轻出集团有限公司、上海协通（集团）有限公司的预付账款合理，符合行业惯例。

（5）其他应收款

报告期各期末，其他应收款账面余额及分类情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
保证金/押金	249.04	2,291.89	114.84	39.68
员工借支	40.36	10.55	34.20	72.75
暂付款	158.19	145.23	180.13	136.90
合计	**447.59**	**2,447.67**	**329.17**	**249.33**

报告期各期末，公司其他应收款余额分别为 249.33 万元、329.17 万元及 2,447.67 万元和 447.59 万元，占流动资产比例较低，分别为 1.01%、0.98%、5.55%和 1.23%。

2019 年，公司其他应收款较 2018 年大幅上升，主要是因为 2019 年公司购买河南卫辉地块，缴纳了 2,114.00 万元土地款保证金，截至 2019 年 12 月 31 日，上述土地尚未完成过户，因此将土地款保证金计入其他应收款。扣除上述土地款保证金的影响，公司 2019 年末其他应收款余额为 333.67 万元。与 2017 年末、2018 年末、2020 年上半年末相比，未发生较大变化。

除上述土地款保证金外，公司其他应收款中主要是暂付款、保证金、押金、员工借支等，不能收回的风险较小。暂付款为公司代垫的职工社保、公积金、个税等。保证金、押金系房租押金以及经营活动所需的押金等。员工借支主要为员工与经营活动相关的借支款。

2017 年、2018 年，公司其他应收款按照“1 年以内 5%，1-2 年 10%，2-3 年 50%，3 年以上 100%”的政策进行计提坏账准备。2019 年，根据新的会计政策，其他应收款以预期损失为基础计提减值准备并确认信用减值损失。公司其他应收款为保证金、员工借支等，不存在不能收回的风险，因此未计提坏账准备，对以前年度亦不进行追溯调整。报告期各期末，公司对其他应收账款计提的坏账准备分别为 13.70 万元、26.79 万元和 0 万元。详情如下：

单位：万元

账龄	2020 年 6 月 30 日			2019 年 12 月 31 日		
	其他应收款	坏账准备	计提比例	其他应收款	坏账准备	计提比例
1 年以内	306.70	-	-	2,355.18	-	-
1 至 2 年	124.86	-	-	77.71	-	-
2 至 3 年	3.15	-	-	3.20	-	-
3 年以上	12.88	-	-	11.58	-	-
合计	**447.59**	-	-	**2,447.67**	-	-

账龄	2018 年 12 月 31 日			2017 年 12 月 31 日		
	其他应收款	坏账准备	计提比例	其他应收款	坏账准备	计提比例
1 年以内	298.81	14.94	5.00%	225.39	11.27	5.00%
1 至 2 年	8.42	0.84	10.00%	23.86	2.39	10.00%
2 至 3 年	21.86	10.93	50.00%	0.08	0.04	50.00%
3 年以上	0.08	0.08	100.00%	-	-	-
合计	**329.17**	**26.79**	**8.14%**	**249.33**	**13.70**	**5.49%**

（6）存货

公司存货为原材料、库存商品、发出商品，另有少量委托加工物资，报告期内，随着公司经营规模的不断扩大，公司的存货规模也随之逐年递增。

1）报告期内原材料、库存商品、发出商品的构成明细、数量、金额、库龄

单位：万元

项目	类别	2020 年 6 月 30 日				2019 年 12 月 31 日			
		半年内	半年-1 年	1 年以上	小计	半年内	半年-1 年	1 年以上	小计
原材料	油脂	537.8	1.19	-	538.99	523.14	-	-	523.14
	糖类	174.76	0.1	0.03	174.89	165.78	13.63	-	179.41
	水果	1,130.97	139.47	6.1	1,276.54	903.58	2.86	-	906.44
	面粉	118.03	1.86	-	119.89	99.11	0.58	-	99.69
	乳制品	202.75	32.34	0.3	235.39	188.84	11.7	-	200.54
	包装物	828.53	6.88	3.28	838.69	850.04	34.83	46.82	931.69
	其他材料	1,201.19	242.51	24.16	1,467.86	1,266.94	125.62	16.91	1,409.46
	小计	4,194.02	424.35	33.87	4,652.25	3,997.43	189.21	63.73	4,250.37
库存商品	酱料	267.49	4.26	-	271.75	232.72	3.75	-	236.47
	冷冻烘焙食品	1,914.72	21.83	-	1,936.56	1,842.73	1.18	-	1,843.91
	奶油	879.11	80.48	-	959.59	2,024.56	104.42	-	2,128.98
	水果制品	853.62	280.76	182.85	1,317.23	1,167.18	218	41.76	1,426.94
	其他产品	1,057.13	79.69	0.14	1,136.96	736.8	10.78	-	747.58
	小计	4,972.07	467.02	183	5,622.08	6,004.00	338.13	41.76	6,383.88
发出商品	酱料	100.18	-	-	100.18	151.11	-	-	151.11
	冷冻烘焙食品	492.89	0.52	-	493.41	556.09	-	-	556.09
	奶油	51.49	-	-	51.49	170.24	-	-	170.24

	水果制品	119.48	-	-	119.48	164.77	-	-	164.77
	其他产品	43.02	-	-	43.02	129.71	-	-	129.71
	其他材料	0.04	-	-	0.04	1.52	-	-	1.52
	小计	807.1	0.52	-	807.62	1,173.43	-	-	1,173.43
委托加工物资	委托加工物资	0.09	2.46	0.5	3.05	1.17	9.06	-	10.23
	小计	0.09	2.46	0.5	3.05	1.17	9.06	-	10.23
存货合计		9,973.28	894.35	217.37	11,085.01	11,176.02	536.41	105.49	11,817.91
项目	**类别**	**2018 年 12 月 31 日**				**2017 年 12 月 31 日**			
		半年内	**半年-1 年**	**1 年以上**	**小计**	**半年内**	**半年-1 年**	**1 年以上**	**小计**
原材料	油脂	318.61	2.12	-	320.73	548.24	-	-	548.24
	糖类	142.22	3.47	-	145.69	173.08	-	-	173.08
	水果	547.93	19.06	27.4	594.39	479.7	23.59	0.07	503.36
	面粉	114.59	0.63	-	115.22	83.97	-	-	83.97
	乳制品	37.84	113.9	-	151.74	278.51	-	-	278.51
	包装物	684.96	23.97	11.07	720	731.44	17.5	11.28	760.22
	其他材料	859.59	148.36	69.36	1,077.30	985.65	21.12	17.66	1,024.43
	小计	2,705.73	311.51	107.83	3,125.07	3,280.60	62.21	29.01	3,371.82
库存商品	酱料	163.31	8.04	-	171.35	58.88	-	-	58.88
	冷冻烘焙食品	2,230.40	7.41	-	2,237.81	2,125.20	1.05	-	2,126.25

	奶油	2,905.66	2.39	-	2,908.04	1,060.12	-	-	1,060.12
	水果制品	934.57	146.13	239.43	1,320.12	1,130.04	176.24	214.58	1,520.86
	其他产品	848.89	57.82	2.97	909.67	651.46	1.22	1.7	654.38
	小计	7,082.82	221.79	242.39	7,546.99	5,025.70	178.52	216.27	5,420.49
发出商品	酱料	102.4	-	-	102.4	158.75	-	-	158.75
	冷冻烘焙食品	774.64	-	-	774.64	417.71	-	-	417.71
	奶油	423.55	-	-	423.55	431.38	-	-	431.38
	水果制品	188.67	-	-	188.67	140.59	-	-	140.59
	其他产品	100.41	-	-	100.41	135.28	-	-	135.28
	其他材料	0.83	-	-	0.83	2.19	-	-	2.19
	小计	1,590.49	-	-	1,590.49	1,285.89	-	-	1,285.89
委托加工物资	委托加工物资	9.86	-	-	9.86	29.77	-	-	29.77
	小计	9.86	-	-	9.86	29.77	-	-	29.77
存货合计		11,388.90	533.3	350.22	12,272.42	9,621.97	240.72	245.28	10,107.97

注：原材料中其他材料主要系蛋液、淀粉、改良剂、奶油配料、巧克力材料、稳定剂、馅料、香精、预拌粉、芝士粉等多个品种，类别较多，单类金额较小，故不再细分。

公司不同的存货保质期不尽相同，原材料保质期通常为 1 年，部分原材料的保质期在 1 年以上，如糖类、巧克力、冷冻水果等，包装物无保质期。库存商品中的烘焙原材料产品保质期通常为 1 年，冷冻烘焙食品保质期通常为 6-9 个月，巧克力及冷冻水果保质期在 1 年以上。

报告期内公司存货期末库龄较短，半年以内的存货分别占存货期末余额的 95.19%、92.80%、94.57%和 89.97%。2020 年 6 月 30 日比例略低，主要系水果制品半年以上存货比重增加所致。公司报告期内各期末不存在长期滞压的存货。

公司存货核算、成本结转的会计处理方法符合《企业会计准则》规定，详见本节之“十、盈利能力分析”之“（三）营业成本分析”之“5、成本核算的过程和控制的关键环节，成本核算的规范性、准确性”。

2）存货变动情况

报告期内公司各类存货变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
原材料	4,652.25	9.46%	4,250.37	36.01%	3,125.07	-7.32%	3,371.82
库存商品	5,622.08	-11.93%	6,383.88	-15.41%	7,546.99	39.23%	5,420.49
发出商品	807.62	-31.17%	1,173.43	-26.22%	1,590.49	23.69%	1,285.89
委托加工物资	3.05	-70.21%	10.23	3.76%	9.86	-66.88%	29.77
账面余额合计	**11,085.01**	**-6.20%**	**11,817.91**	**-3.70%**	**12,272.42**	**21.41%**	**10,107.97**
跌价准备	**60.18**	**-58.79%**	**146.04**	**50.85%**	**96.81**	**19.09%**	**81.29**
账面净值合计	**11,024.83**	**-5.54%**	**11,671.88**	**-4.14%**	**12,175.61**	**21.43%**	**10,026.68**

整体来看，公司存货以原材料和库存商品为主。公司产品生产周期较短，从投料到产成品入库一般不超过 24 小时，因此不存在单独核算的在产品。此外，公司将已发出而未确认收入的库存商品确认为发出商品。

公司产品属于快消品，其采购和销售也呈现出相应的特征：①供货周期短、原材料采购频繁：公司油脂、糖类、面粉、乳制品等主要原材料的采购周期较短，一般情况下，油脂 1-2 天采购一次，维持 1 天的安全库存；糖类 5 天采购一次，维持 5 天的安全库存；面粉 1-2 天采购一次，维持 1 天的安全库存；乳制品每天采购，维持 1-2 天的安全库存；包装材料、辅助材料因品类众多，单品种单次采购量不大，一般每个品种一个月采购一次。②以预测销售定产：公司的产销模式是以月度计划为基础的以销定产，与期末在手订单关系不大，即公司根据销售情况预测下月销售，下达月度计划，并按计划指导生产和采购，同时，公司根据实际销售情况每周对计划进行滚动调整，并根据发货情况维持少量安全库存。③销售周期短，在不缺货的情况下，客户下单 1-2 天内即可发货，且运输时间根据距离远近，一般为 1-7 天，从客户下单到送达客户一般不超过 1 个星期。

根据上述特点，报告期各期末，公司存货规模较小，与公司全年的销售规模及其增长相关性不大。其次，公司生产周期短，原材料采购频繁，因此公司原材料加库存商品可视为公司在存货方面的整体储备。报告期内，原材料加库存商品合计占比为 86.99%、86.96%、89.99%、92.69%，合计规模为 8,792.31 吨、10,672.06 吨、10,634.25 吨、10,274.33 吨，规模与占比均保持稳定。第三，由于主要原材料的采购周期小于产品的销售周期，导致公司报告期各期末原材料金额均小于库存商品金额。综上，公司存货的结构与公司销售速度快，采购周期短，生产周期短的产销特点相符合。

3）存货结构及变动情况

报告期各期末，公司存货余额的构成及其比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	4,652.25	41.97%	4,250.37	35.97%	3,125.07	25.46%	3,371.82	33.36%
库存商品	5,622.08	50.72%	6,383.88	54.02%	7,546.99	61.50%	5,420.49	53.63%
发出商品	807.62	7.29%	1,173.43	9.93%	1,590.49	12.96%	1,285.89	12.72%
委托加工物资	3.05	0.03%	10.23	0.09%	9.86	0.08%	29.77	0.29%
合计	**11,085.01**	**100.00%**	**11,817.91**	**100.00%**	**12,272.42**	**100.00%**	**10,107.97**	**100.00%**

①库存商品变动情况

公司在年底等重大节假日时，为迎接销量旺季及春节假期，一般会增加备货。鉴于春节前半个月，第三方物流、仓库等已进入假期，公司在年底的备货、发货高峰期一般在春节前一个月左右。2018 年春节时间为 2 月 16 日，2017 年 12 月末尚未迎来公司生产备货的高峰期；2019 年春节为 2 月 5 日，2018 年 12 月末为公司生产备货的高峰期，因此，2018 年，公司库存商品金额同比有所增长；2020 年春节时间为 1 月 25 日，公司在 2019 年 12 月中旬即已进入了发货高峰，到 2019 年 12 月底时，部分客户已完成春节采购备货，因此 2019 年，公司库存商品规模同比有所减少。因此，2018 年，库存商品占比高于 2017 年、2019 年。2020 年 6 月底，受公司销售季节性影响，公司库存商品规模较上年末有所减少。年末备货量和全年销售量相比，规模较小，因此年末备货对产销率的影响不大。报告期各期，公司产销率为 96.65%、95.07%、101.42%、101.67%。

尽管备货量因春节时间有所波动，但公司报告期各期末的库存商品规模为公司 15-20 天的销售量，与公司的产销模式、年末的备货政策是相匹配的。

②原材料变动情况

A、原材料库存与公司最后几日的生产、采购节奏相关，其规模变动在采购周期内具有一定的随机性

公司原材料主要为油、糖、水果、面粉、乳制品以及包装材料，其他材料则包括：蛋液、淀粉、改良剂、奶油配料、巧克力材料、稳定剂、馅料、香精、预拌粉、芝士粉等辅助材料，其品类多，单品金额小。

报告期各期末，公司原材料结构情况如下：

单位：万元

类别	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
油	538.99	11.59%	523.14	12.31%	320.73	10.26%	548.24	16.26%
糖	174.89	3.76%	179.41	4.22%	145.69	4.66%	173.08	5.13%
水果	1,276.54	27.44%	906.44	21.33%	594.39	19.02%	503.36	14.93%
面粉	119.89	2.58%	99.69	2.35%	115.22	3.69%	83.97	2.49%
乳制品	235.39	5.06%	200.54	4.72%	151.74	4.86%	278.51	8.26%
包装材料	838.69	18.03%	931.69	21.92%	720.00	23.04%	760.22	22.55%
其他材料	1,467.86	31.55%	1,409.46	33.16%	1,077.30	34.47%	1,024.43	30.38%
原材料小计	**4,652.25**	**100.00%**	**4,250.37**	**100.00%**	**3,125.07**	**100.00%**	**3,371.82**	**100.00%**

公司每年对油、糖、面粉、乳制品等主要原材料采购量较大，且品类众多，因此，公司一般选取距离较近供应商或供应商在临近地区拥有仓库，并要求供应商快捷、分批配送，以尽可能利用供应商的库存能力，故公司油、糖、面粉、乳制品等主要原材料的供货周期较短，其占原材料的比重较小。

此外，公司其他材料的品种多，种类较杂，单品采购量低，一般每月采购一次；包装材料根据种类及采购量、供应商距离的不同，一般安排每周、或每月采购一次；水果具有较强的季节性，一般应季时价格较低，且其冷冻后保质期较长，因此，公司一般在应季时采购，以应对较长时间的使用量。因为上述原材料采购周期较长，其占原材料比重较大。

公司原材料的采购周期如下：

品类	供货周期
油	1-2 天采购一次，1 天的安全库存
糖	5 天采购一次，5 天的安全库存
面粉	1-2 天采购一次，1 天的安全库存
乳制品	每天下单，维持 1-2 天的安全库存
冷冻水果	按季节采购，库存较久，供货周期较长
包装材料	视供应商距离而定，较近供应商一般每周采购一次，较远供应商一般每个月采购一次，供货周期较长
其他材料	一般的辅助材料每月采购一次

公司属于快消品行业，生产和销售周期都较短。对于油、糖、面粉和乳制品等主要原材料，由于供货周期较短，公司每次采购数量不大，期末如公司刚完成采购，则原材料金额和占比会相应增加；而如果采购时间在期末前几天，则经过几天的生产消耗，原材料会相应减少，因此，原材料库存与公司最后几日的生产、采购节奏相关，其规模变动具有一定的随机性。

对于部分辅助材料、包装材料，尤其是配送距离较近的辅助材料、包装材料，公司仍然会根据生产计划随时安排采购，采购时间较短。因此，期末包装材料、其他材料的存货金额亦会受到报告期末前几日公司的生产、采购安排的影响。

综上所述，公司原材料库存与公司最后几日的生产、采购节奏相关，其规模变动在采购周期内具有一定的随机性。

B、报告期内原材料库存变动原因

报告期各期末，公司原材料变动情况如下：

单位：万元

类别	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
油	538.99	3.03%	523.14	63.11%	320.73	-41.50%	548.24
糖	174.89	-2.52%	179.41	23.15%	145.69	-15.82%	173.08
冷冻水果	1,276.54	40.83%	906.44	52.50%	594.39	18.08%	503.36
面粉	119.89	20.26%	99.69	-13.48%	115.22	37.21%	83.97
乳制品	235.39	17.38%	200.54	32.16%	151.74	-45.52%	278.51
包装材料	838.69	-9.98%	931.69	29.40%	720	-5.29%	760.22
其他材料	1,467.86	4.14%	1,409.46	30.83%	1,077.30	5.16%	1,024.43
原材料小计	**4,652.25**	**9.46%**	**4,250.37**	**36.01%**	**3,125.07**	**-7.32%**	**3,371.82**

报告期各期末，公司原材料库存规模随着公司生产规模，生产基地数量的增加而增加，整体上，原材料库存金额与公司营业成本相比金额较小。报告期末，公司原材料各年间的变动，受到报告期末前公司的生产、采购安排的影响较大。

水果原材料的采购具有较强的季节性，且其冷冻后保质期较长，公司一般在应季时采购，以应对较长时间的使用量，因此其库存量较大。报告期内，公司采购冷冻水果作为原材料，其库存计入原材料；此外，公司还采购部分冷冻水果作为成品直接对外销售，该部分冷冻水果成品虽然计入库存商品，也会根据生产部门需求进行生产领用。报告期内，公司计入库存商品的冷冻水果和计入原材料的冷冻水果情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
库存商品中冷冻水果	455.58	520.59	511.84	997.35
原材料中冷冻水果	1,276.54	906.44	594.39	503.36
冷冻水果总库存金额	1,732.12	1,427.03	1,106.23	1,500.72

2017 年，公司原计划开展冷冻水果贸易业务，采购较多用于销售的冷冻水果。但因冷冻水果贸易业务情况不及预期，2018 年，公司减少了用于销售的冷冻水果的采购，且部分冷冻水果成品转为原材料被生产部门领用，因此 2018 年冷冻水果总库存量较上年有所下降。2019 年末，随着生产规模的扩大，公司增加了冷冻水果原材料的采购，冷冻水果总库存量较上年有所增加。2020 上半年处于芒果的采购季节，公司采购了芒果原材料，2020 年 6 月末芒果库存增加 206.69 万元，致使水果原材料库存规模较上年末有所增加。

除水果外，其他原材料的变动情况会受到报告期末前公司的生产、采购安排的影响。详见上文“A、原材料库存与公司最后几日的生产、采购节奏相关，其规模变动在采购周期内具有一定的随机性”。

因此，公司原材料变动情况合理。

③发出商品变动情况

公司对大部分客户以签收确认收入，发货至签收的时间一般在 1-7 天；部分商超客户及规模较大连锁烘焙店以对账确认收入，发货至对账时间在一个月左右。

报告期内，公司平均每天销售量以及与发出商品金额的匹配情况如下：

项目	2020 年 1-6 月/2020 年 6 月 30 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日	2018 年度/2018 年 12 月 31 日	2017 年度/2017 年 12 月 31 日
平均每天销售额（万元）	367.16	433.90	359.85	261.92
发出商品（万元）	807.62	1,173.43	1,590.49	1,285.89
发出商品/每天销售额（天）	2.20	2.70	4.42	4.91

整体来看，报告期各期末，公司发出商品规模约为公司 2-5 天销售额，发出商品规模合理。公司发出商品金额较小，对收入及利润影响不大。报告期各期末，发出商品规模受到春节时间的影响，以及新冠疫情、销售淡旺季的影响，报告期各期末是否处于发货高峰有所差异，因此报告期各期末发出商品与平均每天销售额的比值略有变动。

2019 年全年销售额较大，平均每天销售额较大，但因春节时间较早，年末时已度过高峰期，发货规模减小，期末发出商品规模有所下降，致使发出商品与每天销售额的比值略低。

2020 年 6 月末，受新冠疫情影响，传统烘焙门店受到的冲击较大，奶油、水果制品的发货量受到一定影响，使得 2020 年 6 月底，发出商品中的奶油、水果制品较 2019 年底分别下降了 118.74 万元、45.29 万元；而同时，商超受疫情影响较小，且公司加强了冷冻烘焙新品的推广力度，推动了冷冻烘焙食品销售收入及占比继续增长，故公司平均日销售额仍然维持在较高水平。因此，2020 年 6 月 30 日，公司发出商品与每天销售额的比值略低。

因此，报告期内，公司发出商品规模合理，变动情况合理。

3）存货结构与同行业可比公司的对比情况

公司存货结构情况与同行业可比公司对比情况如下：

2020 年 1-6 月						
存货项目	桃李面包	元祖股份	麦趣尔	海融科技	南侨股份	立高食品
库存商品	6.62%	12.81%	10.97%	43.32%	-	50.72%
原材料	73.32%	21.80%	89.03%	50.89%	-	41.97%
在产品	0.32%	11.06%	-	-	-	-
周转材料及包装物	19.74%	30.79%	-	-	-	-

低值易耗品	-	23.54%	-	-	-	-
委托加工物资	-	-	-	-	-	0.03%
发出商品	-	-	-	5.78%	-	7.29%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**-**	**100.00%**

2019 年

存货项目	桃李面包	元祖股份	麦趣尔	海融科技	南侨股份	立高食品
库存商品	5.15%	21.03%	21.03%	24.19%	-	54.02%
原材料	75.62%	21.73%	78.97%	48.04%	-	35.97%
在产品	0.54%	11.15%	-	-	-	-
周转材料及包装物	18.69%	29.88%	-	-	-	-
低值易耗品	-	16.21%	-	-	-	-
委托加工物资	-	-	-	-	-	0.09%
发出商品	-	-	-	27.77%	-	9.93%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

2018 年

存货项目	桃李面包	元祖股份	麦趣尔	海融科技	南侨股份	立高食品
库存商品	4.05%	18.88%	11.85%	31.90%	-	61.50%
原材料	75.28%	20.72%	87.83%	50.42%	-	25.46%
在产品	0.44%	12.54%	0.02%	-	-	-
周转材料及包装物	20.23%	33.02%	-	-	-	-
低值易耗品	-	14.84%	0.30%	-	-	-
委托加工物资	-	-	-	-	-	0.08%
发出商品	-	-	-	17.68%	-	12.96%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

2017 年

存货项目	桃李面包	元祖股份	麦趣尔	海融科技	南侨股份	立高食品
库存商品	4.27%	18.46%	14.88%	31.72%	40.35%	53.63%
原材料	75.70%	21.76%	84.07%	50.51%	54.42%	33.36%
在产品	1.15%	13.06%	0.65%	-	5.22%	-
周转材料及包装物	18.88%	32.44%	-	-	-	-
低值易耗品	-	14.28%	0.40%	-	-	-
委托加工物资	-	-	-	-	-	0.29%
发出商品	-	-	-	17.77%	-	12.72%

合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

可比公司中，不同公司因其采购、生产、销售模式的不同，在存货类别的设置上存在差异。桃李面包和元祖股份生产成品，对包装物的要求较高，因此周转材料及包装物占比较高；桃李面包、元祖股份、麦趣尔及南侨股份虽然生产周期快，但仍有少量在产品，而公司和海融科技生产周期少于 24 小时，不存在单独核算的在产品；此外，公司和海融科技收入均单独设置了发出商品，其主要是发出但尚未确认收入的库存商品，而其他公司未单独披露发出商品规模，均归入库存商品统一核算。

可比公司中，桃李面包、元祖股份、麦趣尔的产品为成品，保质期较短，无法大规模存储，因此其存货中，库存商品占比较低。而海融科技、南侨股份和公司的产品多以原材料、半成品为主，保质期较长，因此库存商品的占比较高。

综合上述可比公司的存货结构，并结合公司与可比公司在采购模式、采购周期，销售周期，产品特点等方面的情况，公司与海融科技具有一定的可比性。

报告期内，公司与海融科技在存货波动方面的对比情况如下：

单位：万元

项目	公司	2019 年	2018 年	2017 年
库存商品+原材料	立高食品	10,634.25	10,672.06	8,792.31
	海融科技	3,680.81	3,575.01	3,046.61
发出商品	立高食品	1,173.43	1,590.49	1,285.89
	海融科技	1,414.91	767.81	658.35
委托加工物资	立高食品	10.23	9.86	29.77
	海融科技	-	-	-

海融科技与公司产品类似，均为快消品，两者生产周期、销售周期均比较短，因此，两者原材料与库存商品的储备均满足一定时间的销售即可，与销售规模不存在较强的关联性。因此，报告期内，两家公司存货整体规模均较为平稳，未发生较大变化，而原材料、库存商品、发出商品存在一定的波动。

综上所述，报告期内各项存货波动与同行业可比公司相比不存在较大差异。

4）发出商品期后实现销售情况，库存商品是否均有合同（订单）支持

截止 2020 年 8 月 30 日，2017 年至 2019 年的发出商品期后已全部实现销售，2020 年 6 月底的发出商品中尚余 39.53 万元因商超客户未对账而未确认收入。

烘焙食品为快消品行业，公司为保证供货速度，未采用接到订单再安排生产的方式，而是根据月度计划安排生产，且根据发货情况维持少量安全库存，具有一定的前瞻性，因此，库存商品并非完全有订单支持。但公司库存商品销售情况较好，库龄较短，不存在滞销的情况。

4）超过 1 年以上库龄的存货情况

公司不同的存货保质期不尽相同，原材料的保质期通常为一年，其中巧克力保质期通常为 1 年以上，冷冻水果保质期为 2 年。产成品中的烘焙原材料产品保质期通常为 1 年，冷冻烘焙食品保质期通常为 6-9 个月。报告期各期末，公司存货的库龄在 6 个月内的比例分别为 95.19%、92.80%和 94.57%，库龄较短，不存在存货超出保质期的情况。

库龄超过 1 年以上的原材料主要为少量包装材料、辅助材料、巧克力原料；库龄超过 1 年的库存商品主要为冷冻水果，保质期均超过 1 年。详情如下：

单位：万元

项目	类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
原材料	包装材料	3.28	46.82	11.07	11.28
	辅助材料	24.16	6.47	42.49	17.66
	冷冻水果	6.10	-	27.4	0.07
	巧克力	-	-	17.97	-
	其他	0.83	10.44	8.9	-
成品	冷冻水果	182.85	41.76	239.43	214.58
	其他	0.14	-	2.97	1.7
合计		**217.37**	**105.49**	**350.22**	**245.28**

包装材料无保质期，且价值较低，如公司采购时预估的产量与实际产量存在偏差时，即发生少量库龄超过 1 年的包装材料留存的情况。对于水果类原材料及用于销售的冷冻水果，基于水果具有季节性的特点，公司往往一次性采购较多，因此少量冷冻水果存在库龄超过 1 年的情况。对于巧克力以及少量辅助材料，因其保质期较长，在期末存在少量留存的情况。因此，上述原材料及库存商品库龄超过 1 年符合上述原材料、库存商品的采购、销售特点，不存在滞销和前期退回的情况。

5）公司存货跌价准备情况

报告期内，存货跌价准备金额分别为 81.29 万元、96.81 万元、146.04 万元

和 60.18 万元。

公司存货采用成本与可变现净值孰低计量。公司存货周转速度快，库龄较短；公司产品市场销售情况较好，产品毛利较高；且公司执行严格的存货管理措施，不存在存货发生过期的情况。但报告期内，公司少量产品因毛利率较低，可能会出现产品销售价格在剔除相关税费及销售费用后低于存货期末账面余额的情形，出于谨慎性考虑，公司根据企业会计准则相关要求进行了减值测试，对上述存货计提了存货跌价准备。存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。公司确定存货的可变现净值，以取得的确凿证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

①存货减值测试的方法及过程

公司存货跌价准备按存货账面价值高于其可变现净值的差额计提，公司报告期各期末存货跌价准备测试情况如下：

a.库存商品可变现净值的确定方法及计算过程

库存商品存货可变现净值以分品种的单项产成品的估计售价作为计算基础，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。

其中：

预计销售费用=预计销售收入*销售费用率

销售费用率＝（销售费用+当年实际返利－冲回上年计提返利+当年计提返利）/（营业收入+当年实际返利－冲回上年计提返利+当年计提返利）

预计税费=预计销售收入*税费率

税费率＝税金及附加/（营业收入－冲回上年计提返利+当年计提返利）

b.发出商品可变现净值的确定计算过程

发出商品存货可变现净值以单项发出商品对应的合同已约定价格作为计算基础，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。

销售费用率＝（销售费用+当年实际返利－冲回上年计提返利+当年计提返利）/（营业收入+当年实际返利－冲回上年计提返利+当年计提返利）

税费率＝税金及附加/（营业收入－冲回上年计提返利+当年计提返利）

c.原材料可变现净值的确定方法及计算过程

对于为生产而持有的原材料，用其生产的产成品的可变现净值高于成本的，

该材料仍然按照成本计量；材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本的，该材料按照可变现净值计量。

公司原材料系为用于生产而持有，公司库存商品减值品种较小，仅个别产品存在减值情况，但公司持有的原材料可生产多种产品，无法准确区分期末持有的原材料对应的产品。故在公司期末库存原材料单价与当期生产领用单价不存在重大差异，期末库存商品不存在减值的情况下，公司判断期末原材料不存在减值。如原材料期末结存单价与当期生产领用原材料单价存在重大差异，公司采用假设该原材料将用于本年度用量最大的产品生产，以该产品预计售价作为计算基础，减去预计的其他生产费用、销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。

另公司为食品行业，期末公司检查各类存货库龄，判断是否存在过期、变质等无法使用的情况导致存货的减值。

②报告期各期末存货跌价准备金额，存货跌价准备计提是否充分

报告期各期末，公司存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
库存商品	51.46	135.60	68.46	52.46
发出商品	8.72	10.44	28.35	28.82
合计	**60.18**	**146.04**	**96.81**	**81.28**

由于公司产品毛利率整体较高且逐年上升，存货周转率高、库龄较短，不存在过期情况，因此存货整体不存在减值情况。公司为了满足客户对产品的多元化需求，针对同一客户会存在部分少量产品低价格销售的情况，但总体毛利率仍较高，出于谨慎性考虑，公司对于可变现净值低于存货账面价值的个别产品单项计提了减值准备。

报告期各期末，公司存货减值计提方法符合《企业会计准则》的相关要求，减值计提充分、合理。

6）存货盘点情况

公司存货储存条件多为冷藏、冷冻，仓库分为自有仓及外租仓。根据公司的《存货管理制度》，公司通过日常抽盘、月度抽盘、年中大盘、年度全盘等不定期、定期对自有仓及外仓进行盘点。期末对于外仓进行全面盘点，期中对于主要外仓自盘，其他外仓进行对账。

日常抽盘由仓库管账员每天会对当天发生出入库的存货类别进行抽盘，抽盘比例占当日存货数量变动 30%-60%之间，盘点时核对原料仓的物料卡、台账，以防收仓库发料员填写错误造成误差，并持续性整理仓库，将新批次与旧批次的货物分开存放，并告知仓库发料员优先发出旧批次货物，以保证公司存货的新鲜度。

月度及年度盘点前，财务部门制作《盘点计划表》，计划中对具体盘点时间、盘点范围、仓库停止收发料时间、存货收发及账务冻结时间、人员安排及分工（公司广东省内仓库由财务人员参与盘点，广东省外仓库由当地销售人员及主管负责盘点）、相关部门配合做详细计划,并由财务部门牵头对盘点计划的执行过程和落实情况进行监督。财务部门于盘点结束后编制盘点小结，对于盘点出现的差异，及时查找差异原因，并按照盘点差异处理流程提交盘盈亏申请，财务人员及时对经审批的盘盈亏申请进行账务处理。

①盘点时间、地点及人员

会计期间	盘点时间	地点	盘点人员
2017 年度	2017 年 12 月 31 日	广州南沙厂区、佛山厂区、增城厂区、浙江厂区及外仓	姚威娜、何广进、利少珍、梁仪玲、梁志玲、赵志勇、杜玫、艾冬霞、蔡淑庄等 95 人，包括财务人员、仓管人员、驻点销售人员等
2018 年度	2018 年 12 月 31 日	广州南沙厂区、佛山厂区、增城厂区、浙江厂区及外仓	陈玉强、戴东云、何广进、何远凤、李健媚、利少珍、梁仪玲、赵志勇、张清吴、赵利伟等 103 人，包括财务人员、仓管人员、驻点销售人员等
2019 年度	2019 年 12 月 31 日	广州南沙厂区、佛山厂区、增城厂区、浙江厂区及外仓	何广进、黎淑欣、李健媚、梁仪玲、梁志玲、赵志勇、戴辉、姚威娜、马万里、闵妮妮等 107 人，包括财务人员、仓管人员、驻点销售人员等
2020 年 1-6 月	2020 年 6 月 30 日	广州南沙厂区、佛山厂区、增城厂区、浙江厂区及外仓	陈玉婷、戴东云、戴辉、杜玫、何广进、李健媚、杨晓燕、赵志勇、闵英杰、蔡淑庄等 81 人，包括财务人员、仓管人员、驻点销售人员等

②盘点范围

盘点范围包括公司及其所有分子公司的原材料、库存商品。

③盘点方法

主要采取检查实物、检查标识卡并与产品外包装核对、盘点数量与仓库账核对等方式对存货的真实性辨别。

④盘点过程

a.盘点前

仓库人员对所管辖区域物料的状态、地点、数量熟练掌握并整齐摆放，核对库存实物与记录，核对并处理完全部单据，校准计量工具。

财务人员获取盘点日仓库账，核对仓库账和财务账的一致性，确定截止日已收已发存货是否已全部入账，对于存在不一致情况的查明原因经审批后进行相应处理，保证账账相符。

财务部编制盘点计划，下发至各参与部门，相关部门协调好盘点当天的出入库，以保证盘点期间停止收发料，一切物品保持静止状态。

b.盘点过程

盘点时由仓库人员带领并清点，对实物数量、状态、保质期进行确定，财务人员（外仓由当地销售人员及主管）进行监盘和记录。对于盘点过程中存在差异的，当场核对出入库记录单据核实差异原因。盘点时重点关注：

观察盘点现场，确定公司存货排放是否整齐有序，各存货是否标签标明品种、数量、生产日期等，纳入盘点范围的存货是否已经适当整理和排列，并附有盘点标识，防止遗漏或重复盘点。

观察公司盘点人员是否遵守盘点计划，是否采取正确合理的方法进行盘点以确保盘点数量的准确性，盘点人员是否准确地记录存货的数量，对已盘点的存货是否进行适当检查，并将检查结果记录于发行人的盘点记录。

关注公司是否已经恰当区分所有过期、毁损、陈旧、过时、残次和冷背存货，关注是否存在某些可能表明存货已发生跌价的迹象。例如，存货被堆放在仓库角落或其他不易接近的地方，包装物已破旧不堪或者存货已过有效期或临期等等。

特别关注盘点过程中存货的移动情况，防止遗漏或重复盘点；观察盘点当日是否停止生产，仓库是否停止收发货；如果仍有实物流动，观察当天出入库存货是否单独码放，公司在盘点期间是否已适当控制存货的移动。

C.盘点后

盘点结束后，各组成员在盘点记录表上签字确认后交财务部。

⑤盘点比例

项目	存货种类	期末余额（万元）	盘点金额（万元）	对账金额（万元）	盘点+对账比例
2020 年 6 月 30 日	原材料	4,652.25	4,616.00	36.24	100.00%
	库存商品	5,622.08	5,028.26	593.82	100.00%
	发出商品	807.62	-	-	-
	委托加工物资	3.05	-	-	-
	合计	11,085.01	9,644.26	630.07	92.69%
2019 年 12 月 31 日	原材料	4,250.37	4,250.37	-	100.00%
	库存商品	6,383.88	6,383.88	-	100.00%
	发出商品	1,173.43	-	-	-
	委托加工物资	10.23	-	-	-
	合计	11,817.91	10,634.25	-	89.98%
2018 年 12 月 31 日	原材料	3,125.07	3,125.07	-	100.00%
	库存商品	7,546.99	7,546.99	-	100.00%
	发出商品	1,590.49	-	-	-
	委托加工物资	9.86	-	-	-
	合计	12,272.42	10,672.06	-	86.96%
2017 年 12 月 31 日	原材料	3,371.82	3,371.82	-	100.00%
	库存商品	5,420.49	5,420.49	-	100.00%
	发出商品	1,285.89	-	-	-
	委托加工物资	29.77	-	-	-
	合计	10,107.97	8,792.31	-	86.98%

注：由于发出商品在途，公司无法执行盘点程序，委托加工物资期末余额较小，公司未执行盘点程序。对于发出商品在客户签收后，公司及时获取了签收单。

⑥盘点结果

单位：万元

项目	存货种类	盘点金额	实盘金额	盘点差异
2020 年 6 月 30 日	原材料	4,616.00	4,619.04	3.03
	库存商品	5,028.26	5,029.15	0.89
	合计	**9,644.26**	**9,648.19**	**3.93**
2019 年 12 月 31 日	原材料	4,250.37	4,257.59	7.22

	库存商品	6,383.88	6,383.59	-0.29
	合计	**10,634.25**	**10,641.18**	**6.93**
2018 年 12 月 31 日	原材料	3,125.07	3,130.18	5.11
	库存商品	7,546.99	7,542.68	-4.31
	合计	**10,672.06**	**10,672.86**	**0.80**
2017 年 12 月 31 日	原材料	3,371.82	3,373.53	1.71
	库存商品	5,420.49	5,420.77	0.28
	合计	**8,792.31**	**8,794.30**	**1.99**

报告期各期末，公司按照相关制度执行了存货盘点，各年差异分别为 1.99 万元、0.80 万元、6.93 万元和 3.93 万元，差异较小。差异原因系：

（1）货物的盘点差异，企业已按照盘点差异处理流程提交盘盈亏申请，财务人员及时对经审批的盘盈亏申请进行账务处理；

（2）液体原材料受温度的影响会存在一定合理误差，因此不作盘点盈亏处理。

综上，报告期各期末，公司均已执行了存货盘点程序。

（7）其他流动资产

报告期内各期末其他流动资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020年6月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
增值税留抵税金	424.80	972.97	938.76	1,047.22
待摊费用	144.15	70.29	126.61	85.23
合计	**568.95**	**1,043.26**	**1,065.37**	**1,132.45**

从上表可以看出，报告期内各期末其他流动资产-增值税留抵税金和待摊费用，其中增值税留抵税金各期末变动较小，2018 年末较 2017 年末增值税留抵税金减少主要系 2018 年孙公司浙江奥昆食品有限公司正式投产对外实现销售，销项税增加导致留抵税金减少所致，2020 年 6 月末增值税留抵税金较 2019 年末减少主要系进项税待抵扣减少所致；待摊费用系待摊办事处及公司办公用房房租，公司办公用房系 2018 年开始租用，2018 年待摊费用余额较 2017 年末增加主要系公司办公用房 2018 年预付 2019 年房租所致，而 2019 年未预付 2020 年房租，

导致 2019 年末待摊费用较 2018 年末减少。2020 年 6 月末新增租赁房屋，导致 2020 年 6 月末待摊费用较 2019 年末增加。

报告期内各期末其他流动资产变动合理，不存在显著异常。

3、非流动资产

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	26,464.73	67.13%	26,588.47	75.06%	21,760.13	70.59%	12,560.86	56.11%
在建工程	3,593.94	9.12%	1,905.51	5.38%	2,451.72	7.95%	4,791.47	21.41%
无形资产	6,982.76	17.71%	4,830.46	13.64%	4,931.32	16.00%	2,928.39	13.08%
长期待摊费用	664.99	1.69%	841.81	2.38%	632.79	2.05%	483.93	2.16%
递延所得税资产	476.91	1.21%	527.77	1.49%	472.03	1.53%	462.47	2.07%
其他非流动资产	1,237.11	3.14%	730.44	2.06%	579.48	1.88%	1,157.68	5.17%
非流动资产合计	**39,424.82**	**100.00%**	**35,424.46**	**100.00%**	**30,827.47**	**100.00%**	**22,384.80**	**100.00%**

公司非流动资产主要由固定资产、在建工程、无形资产构成。截至 2020 年 6 月 30 日，固定资产、在建工程、无形资产分别占公司非流动资产的 67.13%、9.12%及 17.71%，合计占比为 93.95%。

（1）固定资产

1）固定资产变动情况

报告期内，为满足迅速扩大的市场需求，公司不断加大产能的投资建设力度，在浙江长兴生产基地新建多条产线，并持续对佛山、增城生产基地的部分旧产线进行自动化的升级改造。报告期内，公司主要产品产能由 2017 年的 77,000 吨增加至 2019 年的 97,500 吨。因此，2017 年末至 2019 年末，公司固定资产规模相应增长较快。报告期各期末，公司固定资产净值为 12,560.86 万元、21,760.13 万元、26,588.47 万元和 26,464.73 万元，占非流动资产比重为 56.11%、70.59%、75.06%和 67.13%。

2）机器设备原值、产能的匹配关系

报告期内，公司机器设备原值及产能匹配关系如下：

项目	2020 年 6 月 30 日 /2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度	2017 年 12 月 31 日 /2017 年度
机器设备原值（万元）	23,107.42	21,917.69	17,228.40	10,609.15

主要产品产能（吨）	59,800.00	97,500.00	94,100.00	77,000.00
其中：冷冻烘焙食品（吨）	22,500.00	43,100.00	37,900.00	25,700.00
奶油（吨）	16,500.00	31,200.00	33,000.00	33,000.00
水果制品（吨）	6,600.00	13,200.00	13,200.00	13,200.00
酱料（吨）	**14,200.00**	10,000.00	10,000.00	5,100.00

公司机器设备和产能间的关系受产品结构、设备类型等因素的影响，报告期内主要产品产能与机器设备原值的比例有所下降，具体原因如下：

2018 年，公司新增机器设备原值 6,619.24 万元，新增主要产品产能 17,100 吨，产能的涨幅低于机器设备价值的涨幅。主要是因为：

①2017 年以前，公司产能最大的产品种类为烘焙食品原料。而冷冻烘焙食品较烘焙食品原料工艺环节更多，需要更高的规模化生产水平，生产过程中涉及较多大型设备，尤其是核心设备主要来源国外，故冷冻烘焙食品生产所需的机器设备价值较烘焙食品原料更高。2017 年底，主要经营烘焙食品原料的母公司及广州昊道，机器设备原值合计 4,772.41 万元，对应奶油、水果制品、酱料等烘焙食品原料产品的合计产能 51,300 吨，主要经营烘焙食品原料的广州奥昆和浙江奥昆，机器设备原值合计 5,836.74 万元，对应冷冻烘焙食品产能 25,700 吨。此外，2017 年前部分设备购入时间较早，设备价值相对较低。

②2017 年以来，公司主要进行的是冷冻烘焙食品产能扩大的投资建设。2017 年以前，公司冷冻烘焙食品的产能中有较多的中式糕点和港式挞皮，设备的技术水平要求较低，部分葡式挞皮的自动化程度不高，同时部分设备购入时间较早，故设备价格相应也较低。2018 年浙江奥昆新增产能主要为甜甜圈和葡式挞皮，甜甜圈产品的技术难度更大、生产工艺更复杂且品规更为多样，葡式挞皮则为全自动生产线，因此设备的价格较高。近年来，公司冷冻烘焙食品产线投入持续朝品规多样化、规模化和自动化的方向发展。

③2018 年，浙江生产基地的产线购置后进行了一段时间的调试，全年分批进行结转，并未形成全年的完整产能，产能的释放相比设备投入存在一定的滞后性。

2019 年，公司机器设备原值净增加 4,689.29 万元，但主要产品产能仅冷冻烘焙食品增加 5,200.00 吨，其他主要产品产能并未随之增加，主要原因是：①2019 年 9 月末及 12 月末，公司购入酱料类设备 1,353.48 万元，但因购入时点较晚，

且当年处于试生产阶段，未计入 2019 年全年产能；②2019 年全年共增加巧克力生产线机器设备 1,490.10 万元，但因 2019 年末方才验收完成并转入固定资产，并未计算产能。

2020 年上半年，公司机器设备原值较上年未发生较大变化，除酱料外，公司半年的生产能力与上年相比亦未发生较大变化。酱料的产能增加较快，主要是 2019 年底，公司浙江生产基地的酱料产线投产所致。

公司采购固定资产大多为冷冻烘焙食品相关产线，暂无同行业可比公司的相关公开数据，且公司产线较多采取非标准化定制，因此，无法就机器设备原值与产能的匹配性与同行业可比公司进行对比。

3）固定资产结构

①固定资产账面价值情况

报告期各期末，公司固定资产账面价值及结构如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋建筑物	7,163.10	27.07%	7,335.83	27.59%	6,105.28	28.06%	2,682.93	21.36%
机器设备	16,807.39	63.51%	16,689.10	62.77%	13,647.43	62.72%	8,451.10	67.28%
电子设备	1,007.54	3.81%	1,014.35	3.82%	501.86	2.31%	246.52	1.96%
运输设备	715.94	2.71%	731.50	2.75%	620.76	2.85%	720.53	5.74%
其他设备	770.76	2.91%	817.69	3.08%	884.80	4.07%	459.77	3.66%
合计	**26,464.73**	**100.00%**	**26,588.47**	**100.00%**	**21,760.13**	**100.00%**	**12,560.86**	**100.00%**

从固定资产结构上看，公司固定资产主要为房屋建筑物及机器设备，报告期各期末，房屋建筑物、机器设备占固定资产的比重合计在 90%左右。

2018 年末，公司固定资产同比增长 9,199.28 万元，主要是因为公司对浙江长兴生产基地的投资所致。2018 年，浙江长兴生产基地的房产入账，计入固定资产 1,207.76 万元，相应的装修改造费用 1,969.75 万元亦转入固定资产。同时，公司在 2017 年开始加大浙江长兴生产基地的产能建设，部分在建工程在 2018 年转入固定资产，2018 年，浙江长兴生产基地在建工程转入固定资产的机器设备合计 5,612.36 万元。

2019 年末，公司固定资产同比增长 4,828.34 万元，主要是因为对浙江长兴

生产基地以及三水生产基地持续投入建设所致。2019 年，浙江长兴生产基地新增建筑物 1,144.96 万元，新增机器、电子等设备 1,734.17 万元，同时，公司在三水生产基地新建巧克力生产线，共投入 1,490.10 万元。

2020 年 6 月 30 日，公司固定资产规模与上年末相比不存在较大变化。

报告期内，公司固定资产均处于正常使用状态，不存在可收回金额低于其账面价值的情况，因此，公司未计提固定资产减值准备。

②报告期各期末公司固定资产中各项资产原值以及增长原因

报告期各期末公司固定资产原值明细情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
房屋及建筑物	8,274.12	8,249.44	6,669.09	3,083.68
机器设备	23,107.42	21,917.69	17,228.40	10,609.15
电子设备	1,479.73	1,346.25	669.02	363.81
运输设备	1,331.40	1,293.29	1,060.52	1,013.64
其他设备	1,513.02	1,447.81	1,383.19	788.96
合计	**35,705.69**	**34,254.49**	**27,010.22**	**15,859.24**

从上表可以看出，公司固定资产主要系房屋及建筑物和机器设备，报告期各期末分别占固定资产原值期末余额的 86.34%、88.48%、88.07%和 87.89%，具体分析如下：

A、房屋及建筑物

公司房屋及建筑物主要系增城厂、佛山厂及浙江厂房屋及建筑物，具体情况如下：

单位：万元

房产名称	房产证号	2020 年 6 月 30 日原值	2019 年末原值	2018 年末原值	2017 年末原值
增城厂区房产	粤（2018）广州市不动产权第 10212821 号、粤（2018）广州市不动产权第 10212823 号、粤（2018）广州市不动产权第 10212825 号、粤（2018）广州市不动产权第 10212828 号、粤（2018）广州市不动产权第 10214026 号、粤	489.43	489.43	489.43	489.43

	（2018）广州市不动产权第 10214027 号				
增城厂区附属设施	-	84.67	84.67	-	-
佛山厂综合楼	粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号	301.73	301.73	301.73	301.73
佛山厂生产 1 车间	粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号	812.92	812.92	677.04	677.04
佛山厂生产 2 车间	粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	1,433.89	1,433.89	1,433.89	1,200.28
佛山厂行政楼	粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号	415.20	415.20	415.20	415.20
佛山厂区附属设施	-	387.85	387.85	173.01	-
浙江厂 1 号车间	浙（2020）长兴县不动产权第 0006266 号	1,488.87	1,488.84	1,488.33	-
浙江厂 3 号车间	浙（2020）长兴县不动产权第 0006266 号	1,068.37	1,048.19	-	-
浙江厂 4 号车间	浙（2020）长兴县不动产权第 0006266 号	418.20	414.05	414.05	-
浙江厂办公楼	浙（2020）长兴县不动产权第 0006266 号	594.69	594.36	569.69	-
浙江厂区附属设施	-	778.31	778.31	706.72	-
合计	-	**8,274.12**	**8,249.44**	**6,669.09**	**3,083.68**

报告期内，由于公司冷冻烘焙食品产能饱和，公司 2017 年开始投资建设浙江生产基地。2018 年，浙江房产增加主要系浙江厂区办公楼投入使用转固、新增蛋挞线和甜甜圈生产线，1 号及 4 号车间投入使用，厂房陆续转固所致；2019 年，浙江房产增加主要系浙江厂区新增酱料生产线，3 号车间投入使用，厂房转固所致。2020 年 1-6 月固定资产房屋及建筑物变动较小，主要系发票到账后，按发票金额重新调整原入账原值。

B、机器设备

机器设备主要是用于生产及研发使用的设备，报告期各期末生产用设备情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
冷冻烘焙食品生产设备	12,300.34	11,897.42	11,162.30	5,543.52
奶油生产设备	2,669.44	2,499.42	2,037.12	1,966.41
酱料生产设备	2,708.40	2,668.59	745.78	439.42

水果制品生产设备	1,615.87	1,559.40	1,544.88	1,513.89
其他产品生产设备	2,774.15	2,297.52	798.47	622.29
仓库机器设备	411.41	418.67	408.21	399.11
其他机器设备	627.80	576.67	531.65	124.50
合计	**23,107.42**	**21,917.69**	**17,228.40**	**10,609.15**

报告期各期末，公司机器设备原值分别为 10,609.15 万元、17,228.40 万元、21,917.69 万元和 23,107.42 万元，逐年增长。2018 年公司机器设备净增加 6,619.25 万元，主要是为满足市场对冷冻烘焙食品快速增长的需求，公司长兴生产基地挞皮、甜甜圈生产线达到预定可使用状态转固所致；2019 年公司机器设备净增加 4,689.29 万元，主要是为增加酱料及巧克力产品产能，公司长兴生产基地新建沙拉酱、可丝达酱等酱料产线达到预定可使用状态转固及佛山生产基地巧克力生产线达到预定可使用状态转固所致。2020 年 1-6 月机器设备净增加 1,189.73 万元，主要是佛山生产基地巧克力生产线配套设备达到预定可使用状态转固所致。

4）未办妥产权证书情况

截止 2020 年 6 月末，公司固定资产中未办妥产权证书的情况如下表所示：

序号	固定资产所属单位	固定资产名称	建筑面积（平方米）	固定资产所处位置	未办妥产权证书的原因
1	立高食品	仓库	816.00	增城区石滩镇石顺大道 342 号	已取得建设工程规划许可，未办理建设工程施工许可
2		仓库	900.00		未办理建设工程规划许可
3	浙江奥昆	配电房	145.96	长兴县太湖街道莘桥路 158 号	购买取得，取得时无产权证书，补办权属证书中
4		传达室	31.59		
合计			**1,893.55**	-	-

上述未办妥产权证书的房产情况详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、发行人主要固定资产及无形资产”之“（一）主要固定资产”之“2、房屋建筑物”。

综上，公司报告期内新增固定资产总额为 26,611.63 万元，其中：2020 年 1-6 月增加 1,517.49 万元，2019 年度增加 7,529.08 万元，2018 年度增加 11,645.77 万元，2017 年度增加 5,919.29 万元，分别占报告期各期末固定资产原值比例

16.58%，32.62%，21.09%，4.25%。各期新增资产主要系浙江厂区建设投入及佛山厂区生产线扩建所致。

5）公司各类固定资产的折旧及期限，折旧政策

公司固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资产的使用寿命、预计净残值和年折旧率如下：

类别	使用年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	20	5	4.75
机器设备	5-10	5	19.00-9.50
运输设备	5-10	5	19.00-9.50
电子设备	3-5	5	31.67-19.00
其他设备	5-10	5	19.00-9.50

公司与同行业可比公司在折旧政策方面的对比如下：

类别	立高食品		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	使用年限（年）	年折旧率	使用年限（年）	年折旧率	使用年限（年）	年折旧率	使用年限（年）	年折旧率	使用年限（年）	年折旧率
房屋及建筑物	20	4.75%	20	4.75%	20	4.75%	30	3.17%	20-40	2.25%-4.5%
机器设备	5-10	19%-9.50%	3、5、10	31.67%,19%,9.5%	5-10	19%-9.50%	5-10	19%-9.50%	8-15	6%-12.5%
运输设备	5-10	19%-9.50%	4	23.75%	4-6	23.75%-15.83%	5	19%	10	9%-10%
电子设备	3-5	31.67%-19%	3、5	31.67%,19%	3-5	31.67%-19%	5	19%	2-8	11.25%-50%
其他设备	5-10	19%-9.50%	3、5	31.67%,19%	5-10	19%-9.50%	5	19%	5-8	11.25%-20%

从上表可以看出，报告期内，公司固定资产的折旧政策与折旧年限合理，折旧政策及期限与同行业可比公司比较不存在显著差异，折旧政策合理、谨慎。

6）折旧费用计提情况

报告期内，公司折旧匡算及分配总体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	账面计提	匡算金额	差异	账面计提	匡算金额	差异
制造费用	1,392.68	1,396.84	-4.15	2,244.48	2,249.90	-5.42
销售费用	64.29	63	1.29	122.72	122.84	-0.12
管理费用	110.73	110.18	0.55	204.67	202.21	2.46
研发费用	43.13	38.03	5.1	75.29	68.52	6.77
合计	**1,610.83**	**1,608.05**	**2.79**	**2,647.16**	**2,643.47**	**3.69**
项目	**2018 年度**			**2017 年度**		
	账面计提	**匡算金额**	**差异**	**账面计提**	**匡算金额**	**差异**
制造费用	1,768.44	1,756.62	11.82	1,111.50	1,112.24	-0.74
销售费用	110.83	109.52	1.31	62.51	62.53	-0.02
管理费用	113.42	112.77	0.65	88.29	88.27	0.02
研发费用	76.59	70.01	6.58	44.4	42.01	2.39
合计	**2,069.28**	**2,048.92**	**20.36**	**1,306.70**	**1,305.06**	**1.64**

注：折旧匡算以报告期各期末固定资产原值为基础计算，不包括当期减少固定资产

公司对报告期期末固定资产原值进行匡算当期折旧金额，各成本费用应计金额与账面计提数差异较小。公司折旧计提及分配无重大异常。报告期内各期末固定资产原值匡算折旧过程如下：

2020 年 1-6 月固定资产原值匡算折旧过程：

单位：万元

固定资产类别	制造费用		销售费用		管理费用		研发费用		合计	
	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧
房屋及建筑物	5,731.65	136.13	-	-	2,517.79	59.80	-	-	8,249.44	195.92
房屋及建筑物-当期新增	24.35	0.52	-	-	0.33	0.01	-	-	24.68	0.53
小计	5,756.01	136.65	-	-	2,518.12	59.80	-	-	8,274.12	196.45
机器设备 5 年	762.45	72.43	0.94	0.09	4.63	0.44	13.54	1.29	781.56	74.25
机器设备 10 年	20,605.20	978.75	10.59	0.50	5.32	0.25	322.86	15.34	20,943.97	994.84
机器设备-当期新增	996.53	8.96	-	-	10.85	0.17	198.47	1.85	1,205.85	10.98
机器设备-已提足	134.71	0.27	-	-	-	-	41.32	0.02	176.04	0.29
小计	22,498.90	1,060.41	11.53	0.59	20.79	0.86	576.19	18.49	23,107.42	1,080.36
运输工具 5 年	2.26	0.21	469.13	44.57	0.34	0.03	-	-	471.73	44.81
运输工具 10 年	341.19	16.21	155.41	7.38	137.10	6.51	-	-	633.71	30.10
运输工具-当期新增	1.59	0.06	83.03	1.97	-	-	-	-	84.62	2.04
运输工具 5 年-已提足	50.54	0.05	76.30	-	14.50	-	-	-	141.34	0.05
小计	395.59	16.54	783.87	53.92	151.94	6.54	-	-	1,331.40	77.00
其他设备 5 年	661.94	62.88	14.52	1.38	69.41	6.59	95.10	9.03	840.97	79.89
其他设备 10 年	369.33	17.54	-	-	5.24	0.25	-	-	374.57	17.79
其他设备-当期新增	62.40	1.86	-	-	4.44	0.27	-	-	66.84	2.13
其他设备-已提足	198.52	12.20	0.21	-	22.78	0.29	9.14	0.01	230.65	12.50
小计	1,292.19	94.49	14.73	1.38	101.87	7.40	104.23	9.04	1,513.02	112.32
电子设备 3 年	85.71	13.57	25.47	4.03	90.88	14.39	34.18	5.41	236.24	37.41

固定资产类别	制造费用		销售费用		管理费用		研发费用		合计	
	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧
电子设备 5 年	765.16	72.69	27.58	2.62	207.47	19.71	46.95	4.46	1,047.16	99.48
电子设备-当期新增	67.65	2.49	7.24	0.19	41.64	1.20	18.98	0.50	135.50	4.38
电子设备-已提足	15.50	-	5.59	0.26	30.76	0.26	8.97	0.12	60.82	0.65
小计	934.02	88.75	65.88	7.11	370.75	35.56	109.08	10.49	1,479.73	141.92
合计	30,876.70	1,396.84	876.01	63.00	3,163.46	110.18	789.51	38.03	35,705.69	1,608.05
账面计提数	-	1,392.68	-	64.29	-	110.73	-	43.13	-	1,610.84
差异	-	4.15	-	-1.29	-	-0.55	-	-5.10	-	-2.79

2019 年度固定资产原值匡算折旧过程：

单位：万元

固定资产类别	制造费用		销售费用		管理费用		研发费用		合计	
	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧
房屋及建筑物	4,231.98	201.02	-	-	2,437.12	115.76	-	-	6,669.09	316.78
房屋及建筑物-当期新增	1,499.68	27.38	-	-	80.67	3.28	-	-	1,580.35	30.66
小计	**5,731.65**	**228.40**	**-**	**-**	**2,517.79**	**119.04**	**-**	**-**	**8,249.44**	**347.44**
机器设备 5 年	554.39	105.33	0.94	0.18	2.78	0.53	8.93	1.70	567.03	107.74
机器设备 10 年	16,016.72	1,521.59	-	-	5.32	0.51	319.30	30.33	16,341.33	1,552.43
机器设备-当期新增	4,821.43	94.81	10.59	0.50	1.85	0.15	10.14	0.70	4,844.00	96.17
机器设备-已提足	124.46	2.08	-	-	-	-	40.86	2.66	165.32	4.74
小计	**21,516.99**	**1,723.81**	**11.53**	**0.68**	**9.94**	**1.19**	**379.23**	**35.39**	**21,917.69**	**1,761.07**
运输工具 5 年	3.00	0.57	469.13	89.14	-	-	-	-	472.13	89.71

固定资产类别	制造费用		销售费用		管理费用		研发费用		合计	
	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧
运输工具 10 年	244.98	23.27	94.10	8.94	81.83	7.77	-	-	420.91	39.99
运输工具-当期新增	65.47	1.27	113.88	5.27	86.36	1.04	-	-	265.71	7.59
运输工具 5 年-已提足	56.54	7.35	63.50	5.26	14.50	-	-	-	134.54	12.61
小计	**369.99**	**32.47**	**740.61**	**108.60**	**182.69**	**8.82**	**-**	**-**	**1,293.29**	**149.88**
其他设备 5 年	784.70	149.09	6.97	1.32	63.09	11.99	84.05	15.97	938.80	178.37
其他设备 10 年	288.13	27.37	-	-	-	-	-	-	288.13	27.37
其他设备-当期新增	64.20	2.41	5.58	0.57	76.90	2.41	13.70	1.55	160.38	6.94
其他设备-已提足	33.79	1.50	0.21	-	17.75	0.70	8.76	0.79	60.50	2.98
小计	**1,170.81**	**180.37**	**12.75**	**1.90**	**157.74**	**15.09**	**106.51**	**18.30**	**1,447.81**	**215.66**
电子设备 3 年	77.27	24.47	21.81	6.91	70.38	22.29	32.80	10.39	202.26	64.05
电子设备 5 年	278.15	52.85	3.47	0.66	117.87	22.40	9.38	1.78	408.88	77.69
电子设备-当期新增	498.96	6.52	30.51	3.48	109.47	8.72	39.70	1.41	678.64	20.13
电子设备-已提足	15.74	1.02	3.61	0.62	28.92	4.67	8.21	1.25	56.48	7.55
小计	**870.12**	**84.86**	**59.40**	**11.66**	**326.65**	**58.07**	**90.09**	**14.83**	**1,346.25**	**169.42**
合计	**29,659.56**	**2,249.90**	**824.29**	**122.84**	**3,194.82**	**202.21**	**575.83**	**68.52**	**34,254.49**	**2,643.47**
账面计提数	**-**	**2,244.48**	**-**	**122.72**	**-**	**204.67**	**-**	**75.29**	**-**	**2,647.16**
差异	**-**	**5.42**	**-**	**0.12**	**-**	**-2.46**	**-**	**-6.77**	**-**	**-3.69**

2018 年度固定资产原值匡算折旧过程：

单位：万元

固定资产类别	制造费用	销售费用	管理费用	研发费用	合计

	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧
房屋及建筑物	1,900.11	90.26	-	-	1,183.57	56.22	-	-	3,083.68	146.47
房屋及建筑物-当期新增	2,331.86	13.43	-	-	1,253.55	4.13	-	-	3,585.41	17.55
小计	**4,231.98**	**103.68**	**-**	**-**	**2,437.12**	**60.35**	**-**	**-**	**6,669.09**	**164.03**
机器设备 5 年	402.05	76.39	-	-	1.40	0.27	24.39	4.63	427.84	81.29
机器设备 10 年	9,082.39	862.83	-	-	1.24	0.12	448.48	42.61	9,532.11	905.55
机器设备-当期新增	7,006.53	489.43	0.94	0.10	5.46	0.18	43.94	1.59	7,056.87	491.31
机器设备-已提足	187.81	3.01	-	-	-	-	23.77	1.16	211.58	4.17
小计	**16,678.79**	**1,431.66**	**0.94**	**0.10**	**8.10**	**0.57**	**540.57**	**49.99**	**17,228.40**	**1,482.32**
运输工具 5 年	3.74	0.71	486.01	92.34	-	-	-	-	489.75	93.05
运输工具 10 年	264.70	25.15	80.61	7.66	81.83	7.77	-	-	427.14	40.58
运输工具-当期新增	22.60	1.42	24.28	1.41	-	-	-	-	46.88	2.83
运输工具 5 年-已提足	0.68	-	70.63	0.17	25.44	1.91	-	-	96.75	2.08
小计	**291.72**	**27.27**	**661.53**	**101.58**	**107.27**	**9.68**	**-**	**-**	**1,060.52**	**138.54**
其他设备 5 年	561.84	106.75	0.48	0.09	33.22	6.31	65.88	12.52	661.41	125.67
其他设备-当期新增	527.90	35.41	6.49	0.71	34.91	1.35	25.16	2.22	594.46	39.70
其他设备-已提足	110.39	0.50	0.21	-	13.56	-	3.16	-	127.32	0.50
小计	**1,200.13**	**142.66**	**7.17**	**0.81**	**81.69**	**7.66**	**94.19**	**14.74**	**1,383.19**	**165.87**
电子设备 3 年	94.36	29.88	15.10	4.78	60.90	19.28	11.49	3.64	181.85	57.59
电子设备 5 年	58.41	11.10	1.08	0.20	39.00	7.41	1.87	0.35	100.35	19.07
电子设备-当期新增	233.13	9.67	11.31	1.75	107.24	6.93	10.46	0.92	362.14	19.28
电子设备-已提足	10.13	0.69	1.40	0.29	10.66	0.90	2.49	0.36	24.67	2.23

固定资产类别	制造费用		销售费用		管理费用		研发费用		合计	
	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧
小计	**396.03**	**51.34**	**28.89**	**7.03**	**217.80**	**34.52**	**26.30**	**5.28**	**669.02**	**98.16**
合计	**22,798.65**	**1,756.62**	**698.53**	**109.52**	**2,851.97**	**112.77**	**661.06**	**70.01**	**27,010.22**	**2,048.92**
账面计提数	**-**	**1,768.44**	**-**	**110.83**	**-**	**113.42**	**-**	**76.59**	**-**	**2,069.28**
差异	**-**	**-11.82**	**-**	**-1.31**	**-**	**-0.65**	**-**	**-6.58**	**-**	**-20.36**

2017 年度固定资产原值匡算折旧过程：

单位：万元

固定资产类别	制造费用		销售费用		管理费用		研发费用		合计	
	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧
房屋及建筑物	95.50	4.54	-	-	466.64	22.17	-	-	562.13	26.70
房屋及建筑物-当期新增	1,804.62	71.43	-	-	716.93	28.38	-	-	2,521.55	99.81
小计	**1,900.11**	**75.97**	**-**	**-**	**1,183.57**	**50.54**	**-**	**-**	**3,083.68**	**126.51**
机器设备 5 年	392.89	74.65	-	-	13.21	2.51	31.72	6.03	437.81	83.18
机器设备 10 年	7,187.84	682.84	-	-	59.35	5.64	292.82	27.82	7,540.01	716.30
机器设备-当期新增	2,429.86	112.02	-	-	-	-	76.40	0.67	2,506.26	112.69
机器设备-已提足	108.64	2.46	-	-	5.16	0.12	11.28	-	125.08	2.59
小计	**10,119.22**	**871.98**	**-**	**-**	**77.71**	**8.27**	**412.22**	**34.52**	**10,609.15**	**914.76**
运输工具 5 年	184.81	35.11	-	-	-	-	-	-	184.81	35.11
运输工具 10 年	157.37	14.95	90.43	8.59	47.53	4.52	-	-	295.33	28.06
运输工具-当期新增	103.92	7.73	349.83	50.71	15.94	0.69	-	-	469.69	59.12

固定资产类别	制造费用		销售费用		管理费用		研发费用		合计	
	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧
运输工具 5 年-已提足	0.68	-	62.72	0.42	0.41	-	-	-	63.81	0.42
小计	**446.77**	**57.79**	**502.98**	**59.72**	**63.89**	**5.20**	**-**	**-**	**1,013.64**	**122.71**
其他设备 5 年	405.12	76.97	0.48	0.09	35.90	6.82	14.32	2.72	455.82	86.61
其他设备-当期新增	168.67	4.99	-	-	1.66	0.20	43.15	1.00	213.48	6.19
其他设备-已提足	103.11	0.12	0.21	-	13.56	0.35	2.78	0.03	119.66	0.49
小计	**676.90**	**82.07**	**0.69**	**0.09**	**51.11**	**7.37**	**60.26**	**3.75**	**788.96**	**93.28**
电子设备 3 年	12.17	3.85	3.61	1.14	24.86	7.87	7.41	2.35	48.05	15.22
电子设备 5 年	37.17	7.06	0.24	0.04	12.15	2.31	1.06	0.20	50.62	9.62
电子设备-当期新增	124.64	12.44	15.50	1.38	62.27	5.32	5.91	1.17	208.32	20.31
电子设备-已提足	9.77	1.07	9.94	0.16	30.86	1.39	6.25	0.02	56.82	2.65
小计	**183.76**	**24.43**	**29.28**	**2.72**	**130.13**	**16.89**	**20.64**	**3.74**	**363.81**	**47.79**
合计	**13,326.77**	**1,112.24**	**532.95**	**62.53**	**1,506.40**	**88.27**	**493.12**	**42.01**	**15,859.24**	**1,305.06**
账面计提数	**-**	**1,111.50**	**-**	**62.51**	**-**	**88.29**	**-**	**44.40**	**-**	**1,306.70**
差异	**-**	**0.74**	**-**	**0.02**	**-**	**-0.02**	**-**	**-2.39**	**-**	**-1.64**

7）公司固定资产的减值测试过程及结果

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》要求，企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能减值的迹象。在资产负债表日判断固定资产是否存在可能发生减值的迹象，主要从外部信息来源和内部信息来源两方面加以判断：

①从企业外部信息来源来看，如果出现了资产的市价在当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌；企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响；市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低等，均属于资产可能发生减值的迹象。

⑤从企业内部信息来源来看，如果有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏；资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置；企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润远低于预计金额等，均属于资产可能发生减值的迹象。

报告期内各期末，公司及其子公司所在地经济稳定、法律健全，资产所处的市场在当期或者将在近期未发生重大变化，未对发行人所处行业产生不利影响；市场利率和报酬率也无明显提高；公司生产的产品技术稳定，未见大幅度的变动，相应设备采购价格未见大幅度下降。从外部信息来看，未发现资产发生减值的迹象。

公司主营业务为烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的销售，从公司经营业绩来看，公司资产未发生减值迹象。报告期内，公司主营业务突出，公司主营业务收入占营业收入的比重均超过 99.80%左右；公司主营业务收入增速明显，从 2017 年的 95,429.35 万元增长至 2019 年的 158,264.64 万元，复合增长率达到 28.78%；公司净利润稳步增长，公司现金流情况良好，2017-2019 年公司经营活动产生的现金流量净额均为正数且稳中有增。

综上，公司产品结构比较稳定，主要产品未发生重大变化，固定资产不存在因产品更新而陈旧过时的情况。报告期内，公司固定资产随着时间推移和正常使用而使用年限平均法正常计提折旧，折旧年限与同行业相比合理，不存在导致固定资产可收回金额低于其账面价值的情况。

（2）在建工程

报告期各期末，公司在建工程账面价值变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
电力增容项目	-	20.51	-	181.27
待安装设备	886.70	193.51	-	-
浙江厂区建设项目	1,089.43	1,117.56	1,070.35	4,610.20
河南厂区建设项目	101.10	19.29	-	-
污水处理项目	91.68	-	175.85	-
燃气改造项目	-	-	15.00	-
佛山厂区改造项目	1,211.16	554.63	1,190.51	-
装修费	213.85	-	-	-
合计	**3,593.93**	**1,905.51**	**2,451.72**	**4,791.47**

报告期各期末，公司在建工程分别为 4,791.47 万元、2,451.72 万元、1,905.51 万元和 3,593.93 万元，占非流动资产比重分别为 21.41%、7.95%、5.38%和 9.12%。

1）在建工程的具体情况

2020 年 1-6 月在建工程具体情况及其变动如下表所示：

单位：万元

项目	期初余额	增加额	转入固定资产	转入无形资产	其他减少	期末余额
浙江厂区建设项目	1,117.56	133.76	161.89	-	-	1,089.43
佛山厂区改造项目	554.63	1,102.16	445.64	-	-	1,211.16
污水处理项目	-	91.68	-	-	-	91.68
燃气改造项目	-	-	-	-	-	
装修费	-	213.85	-	-	-	213.85
河南厂区建设项目	19.29	81.81	-	-	-	101.10
消防工程	-	-	-	-	-	-
电力增容项目	20.51	30.77	51.28	-	-	-
待安装设备	193.51	882.88	183.63	6.06	-	886.70
合计	**1,905.51**	**2,536.92**	**842.43**	**6.06**	**-**	**3,593.93**

2019 年在建工程具体情况及其变动如下表所示：

单位：万元

项目	期初余额	增加额	转入固定资产	转入长期待摊费用	其他减少	期末余额
浙江厂区建设项目	1,070.35	3,577.91	3,530.70	-	-	1,117.56
佛山厂区改造项目	1,190.51	1,258.79	1,894.67	-	-	554.63
污水处理项目	175.85	123.65	299.51	-	-	-
燃气改造项目	15.00	16.00	31.00	-	-	-
装修费	-	53.57	-	53.57	-	-
河南厂区建设项目	-	19.29	-	-	-	19.29
消防工程	-	22.48	22.48	-	-	-
电力增容项目	-	20.51		-	-	20.51
待安装设备	-	460.54	267.03	-	-	193.51
合计	**2,451.72**	**5,552.74**	**6,045.39**	**53.57**	-	**1,905.51**

2018 年在建工程具体情况及其变动如下表所示：

单位：万元

项目	期初余额	增加额	转入固定资产	转入长期待摊费用	其他减少	期末余额
浙江厂区建设项目	4,610.20	4,166.65	7,702.85	-	3.65	1,070.35
佛山厂区改造项目	-	1,190.51	-	-	-	1,190.51
污水处理项目	-	354.05	173.01	-	5.19	175.85
燃气改造项目	-	15.00	-	-	-	15.00
装修费	-	10.00	-	10.00	-	-
电力增容项目	181.27	160.66	276.41	60.30	5.23	-
待安装设备	-	21.48	19.14	-	2.34	-
合计	**4,791.47**	**5,918.36**	**8,171.40**	**70.30**	**16.41**	**2,451.72**

2017 年在建工程具体情况及其变动如下表所示：

单位：万元

项目	期初余额	增加额	转入固定资产	转入长期待摊费用	其他减少	期末余额

浙江厂区建设项目	-	4,881.84	271.64	-	-	4,610.20
佛山厂区改造项目	72.29	11.91	77.89	-	6.31	-
污水处理项目	-	17.95	17.95	-	-	-
锅炉项目	-	68.00	58.12	-	9.88	-
果溶果浆生产线工程	122.76	7.01	129.77	-	-	-
奶油车间工程	-	132.22	132.22	-	-	-
电力增容项目	-	181.27		-	-	181.27
待安装设备	24.65	11.21	35.64	-	0.23	
合计	**219.70**	**5,311.42**	**723.23**	**-**	**16.42**	**4,791.47**

2）在建工程的目前进度，建设进度与建设支出的匹配情况

公司在建工程主要为浙江厂区建设和佛山厂区改造项目以及其他小型污水处理、电力增容、燃气改造以及设备安装，截止 2020 年 6 月 30 日，公司主要在建工程项目的目前进度、建设支出以及建设进度情况如下所示：

单位：万元

项目名称	子项目名称	预计投入金额	期末投入金额	建设支出占比	项目进度	建设进度与建设支出是否匹配
浙江厂区建设项目	浙江工厂一期项目	14,472.36	14,374.55	99.33%	尾款为质保金	是
	甜甜圈增线项目	872.77	863.98	98.99%	尾款为质保金	是
	机械手改造项目	360.00	171.00	47.50%	在建	是
	昊道浙江项目	4,184.11	3,681.21	87.98%	尾款为质保金	是
	合计	**19,889.24**	**19,090.74**	**95.99%**	-	-
佛山厂区改造项目	三水生产基地扩建建设项目	38,243.00	1,252.46	3.28%	前期阶段	是
	研发中心建设项目	5,214.69	15.00	0.29%	前期设计阶段	是
	巧克力项目	3,035.72	2,884.89	95.03%	尾款为质保金	是
	合计	**46,493.41**	**4,152.35**	**8.93%**	-	-

公司严格按照工程预算实施施工、结算，工程建设进度与工程建设支出相匹配，在建工程的预算支出主要系设备购置及建安工程，公司在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产，与在建工程的实际情况一致。

3）在建工程减值情况

报告期内各期末在建工程主要为在建房屋建筑物以及待安装机器设备。根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》要求，企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能减值的迹象。经盘点以及实地查看，在建工程项目状况良好，未出现陈旧过时或实体已损坏的情况，未出现停工、闲置、终止使用或者计划提前处置的情况，项目均为公司未来需投入生产的相关资产；报告期内各期末，公司以及各分子公司经营环境稳定，生产经营正常进行，经营业绩稳定且逐年上升。

综上，报告期内各期末公司在建工程项目进展正常，不存在减值情况。

4）是否存在提前或推迟结转固定资产的情形

根据《企业会计准则第 4 号——固定资产》及《企业会计准则应用指南》相关规定，公司在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑成本、安装成本以及其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出。

公司在建工程分项目进行核算，按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑费用、其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出，在建工程在达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。

报告期内，公司不存在提前或推迟结转固定资产的情形。

5）报告期内在建工程波动较大的原因

报告期各期末，公司在建工程余额分别为 4,791.47 万元、2,451.72 万元、1,905.51 万元和 3,593.93 万元，波动较大。2018 年末，公司在建工程同比减少 2,339.76 万元，显著减少，主要是为提升公司冷冻烘焙产品的供应能力，2017 年公司对长兴生产基地进行厂房改造，并购置甜甜圈、挞皮等生产线。2018 年厂区改造完成，相关资产达到预定可使用状态而转入固定资产所致。2019 年末，公司在建工程同比减少 546.21 万元，主要是因为公司在 2018 年对佛山生产基地进行升级改造，巧克力产线和急冷库等在 2019 年建设完工，达到预定可使用状态而转入固定资产所致。2020 年 6 月末，公司在建工程同比增加 1,688.43 万元，主要是因为公司佛山厂区扩建工程投入增加及广州奥昆待安装设备增加所致。

综上，公司将项目达到预定可使用状态前所发生的必要支出的成本进行归集，确认为在建工程，待项目达到预定可使用状态，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。在建工程建设进度与建设支出相匹配，期末不存在减值情况，也不存在提前或推迟结转固定资产情形，报告期内在建工程变动合理，不存在异常情况。

6）在建工程续存、新增以及转固的勾稽变化等情况

报告期内各期固定资产增加情况如下：

单位：万元

资产类别	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度			
	外购	在建工程转入	合计	外购	在建工程转入	合计	外购	在建工程转入	合计	外购	在建工程转入	股东投入	合计
房屋及建筑物	-	24.68	24.68	119.06	1,461.29	1,580.35	1,060.94	2,524.48	3,585.41	-	-	2,521.55	2,521.55
机器设备	410.58	795.27	1,205.85	821.46	4,022.54	4,844.00	1,685.95	5,370.92	7,056.87	1,822.81	683.45	-	2,506.26
电子设备	130.54	4.96	135.5	194.79	483.85	678.64	325.24	36.9	362.14	206.83	1.49	-	208.32
运输设备	84.62	-	84.62	265.71	-	265.71	46.88	-	46.88	469.69	-	-	469.69
其他设备	49.31	17.53	66.84	82.68	77.7	160.38	355.35	239.11	594.46	175.19	38.28	-	213.48
合计	675.06	842.43	1,517.49	1,483.69	6,045.39	7,529.08	3,474.37	8,171.40	11,645.77	2,674.52	723.23	2,521.55	5,919.29
在建工程转固金额	-	842.43	-	-	6,045.39	-	-	8,171.40	-	-	723.23	-	-

报告期内各期，在建工程转固与固定资产新增中在建工程转入部分勾稽一致，在建工程结存、新增以及转固勾稽变化无异常。

7）在建工程成本归依是否准确、完整

公司按时点准确划分资产的状况。对于需安装设备经安装调试并经使用部门验收后转入固定资产。对于工程施工项目，其项目验收一般包括进度验收及完工验收，进度验收是指根据合同约定工期，为进行阶段性的支付而核实工程进度情况形成的验收工作；完工验收是指工程或设备达到预定可使用状态后，会同质检、设计、施工等部门对是否符合规划设计要求以及建筑施工和设备安装质量进行全面检验的工作。资产验收一般由资产采购申请人对固定资产的外观、型号等验收合格后填写《固定资产登记单》。

在建工程分项目进行核算。公司将项目达到预定可使用状态前所发生的必要支出的成本进行归集，确认为在建工程，待项目达到预定可使用状态，且相关成本能够可靠计量时，结转固定资产或长期待摊费用。对于与产线有关的在建工程，在正式投产当月转入固定资产。对于与产线无关的固定资产，经安装调试并经使用部门验收后转入固定资产。

财务部、行政部以及使用部门会对固定资产组织月度抽盘、半年度大盘和年度全盘，实地查看在建工程，检查固定资产、在建工程的存在性、实际使用状况以及期末项目进度等，识别是否存在延迟转固的情况，确保不存在人为调节在建工程转固的情形。

报告期内，公司严格遵守《企业会计准则第 4 号-固定资产》以及相关准则解释的相关规定，准确完整对在建项目以及待安装设备成本进行归集，在资产经验收并达到预定可使用状态后结转至相关资产，公司在建工程成本核算准确、完整。

8）在建工程计价公允性

公司主要从事烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的研发、生产和销售。冷冻烘焙食品以及烘焙食品原料工艺环节较多，需要更高的规模化生产水平，公司对在建项目机器设备的选择具有较高的要求，更加注重产品质量和性能，适用单一来源采购，优先选择国内或国际知名设备供应商；零星土建或常用设备采购就近选择供应商，采用竞争性谈判或询价采购；金额较大的工程项目或设备采用招标采购方式。

公司制订了《固定资产管理办法》及《基本建设管理制度》明确了固定资产及在建工程的管理办法；对于固定资产/无形资产/项目/工程采购，公司采购流程为：首先，需求部门在 OA 发起“固定资产/无形资产/项目/工程采购”流程，并按项目要求明确技术要求、货期要求、采购预算等项目具体需求；其次，采购部根据项目需求进行需求调研，开发引进相关供应商，也可由相关部门推荐供应商，并与供应商明确相关具体要求；再次，采购部根据项目具体情况并结合市场行情确定采购方式，公司在建工程项目采购方式主要包括邀请招标采购、竞争性谈判、询比价采购、单一来源采购、延续采购、紧急采购等方式。对于招标采购、竞争性谈判、询比价采购，综合考虑价格、方案等各方面因素进行择优选择，确认供应商后进行议价，经双方协商定价确认一致后，双方签订采购合同。公司严格按照相关制度进行在建工程相关项目的采购，在建工程项目计价公允，与市场价格相符。

9）借款费用资本化情况

公司报告期内在建工程项目无借款费用资本化的情况。

（3）无形资产

报告期各期末，公司无形资产账面价值变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
土地使用权	6,818.91	97.65%	4,681.73	96.92%	4,797.18	97.28%	2,844.38	97.13%
软件	163.85	2.35%	148.73	3.08%	134.14	2.72%	84.01	2.87%
合计	**6,982.76**	**100.00%**	**4,830.46**	**100.00%**	**4,931.32**	**100.00%**	**2,928.39**	**100.00%**

报告期各期末，公司无形资产价值为 2,928.39 万元、4,931.32 万元、4,830.46 万元和 6,982.76 万元，主要为土地使用权和软件。

2018 年末无形资产同比增长 2,002.93 万元，主要是公司购买了浙江长兴生产基地土地使用权 2,033.65 万元所致。

2019 年末，公司无形资产较 2018 年末未发生较大变化。

2020 年 6 月 30 日，公司无形资产较 2019 年末增长了 2,152.30 万元，主要是增加河南生产基地土地使用权所致。

1）报告期各项土地使用权的具体情况

截止 2020 年 6 月末，公司所拥有的土地使用权的具体情况如下表所示：

土地使用权证号	土地地址	面积	所有权人	原值（万元）				累计摊销（万元）			
				期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
浙（2019）长兴县不动产权第 0001060 号	长兴县太湖街道莘桥路 158 号	35,207 ㎡	浙江奥昆食品有限公司	2,033.65	-	-	2,033.65	48.43	20.75	-	69.18
粤（2018）广州市不动产权第 10212825、粤（2018）广州市不动产权第 10212821、粤（2018）广州市不动产权第 10212823、粤（2018）广州市不动产权第 10212828、粤（2018）广州市不动产权第 10214027、粤（2018）广州市不动产权第 10214026	增城区石滩镇石顺大道 342 号	13,333.3 ㎡	立高食品股份有限公司	114.82	-	-	114.82	44.75	1.48	-	46.23
粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号	51,692.5 ㎡	立高食品股份有限公司	2,827.56	-	-	2,827.56	201.12	35.49	-	236.61
豫（2020）卫辉市不动产权证第 0002284 号	河南省新乡市卫辉市唐庄镇纬二路与桃园西路交叉口西南角	72,363.76 ㎡	河南奥昆食品有限公司	-	2,198.56	-	2,198.56	-	3.66	-	3.66
合计	-	-	-	**4,976.03**	**2,198.56**	-	**7,174.59**	**294.30**	**61.39**	-	**355.68**

截止 2019 年底，公司所拥有的土地使用权的具体情况如下表所示：

土地使用权证号	土地地址	面积	所有权人	原值（万元）				累计摊销（万元）			
				期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
浙（2019）长兴县不动产权第 0001060 号	长兴县太湖街道莘桥路 158 号	35,207 ㎡	浙江奥昆	2,033.65	-	-	2,033.65	6.92	41.51	-	48.43
粤（2018）广州市不动产权第 10212825、粤（2018）广州市不动产权第 10212821、粤（2018）广州市不动产权第 10212823、粤（2018）广州市不动产权第 10212828、粤（2018）广州市不动产权第 10214027、粤（2018）广州市不动产权第 10214026	增城区石滩镇石顺大道 342 号	13,333.3 ㎡	立高食品	114.82	-	-	114.82	41.80	2.95	-	44.75
粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号	51,692.5 ㎡	立高食品	2,827.56	-	-	2,827.56	130.14	70.98	-	201.12
合计	**-**	**-**	**-**	**4,976.03**	**-**	**-**	**4,976.03**	**178.86**	**115.44**	**-**	**294.30**

截止 2018 年底，公司所拥有的土地使用权的具体情况如下表所示：

土地使用权证号	土地地址	面积	所有权人	原值（万元）				累计摊销（万元）			
				期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
浙（2019）长兴县不动产权第 0001060 号	长兴县太湖街道莘桥路 158 号	3,5207 ㎡	浙江奥昆	-	2,033.65	-	2,033.65	-	6.92	-	6.92
粤（2018）广州市不动产权第 10212825、粤（2018）	增城区石滩镇石	13,333.3	立高食品	114.82	-	-	114.82	38.85	2.95	-	41.80

土地使用权证号	土地地址	面积	所有权人	原值（万元）				累计摊销（万元）			
				期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
广州市不动产权第 10212821、粤（2018）广州市不动产权第 10212823、粤（2018）广州市不动产权第 10212828、粤（2018）广州市不动产权第 10214027、粤（2018）广州市不动产权第 10214026	顺大道 342 号	㎡									
粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号	51,692.5 ㎡	立高食品	2,827.56	-	-	2,827.56	59.15	70.98	-	130.14
合计	**-**	**-**	**-**	**2,942.38**	**2,033.65**	**-**	**4,976.03**	**98.00**	**80.85**	**-**	**178.86**

截止 2017 年底，公司所拥有的土地使用权的具体情况如下表所示：

土地使用权证号	土地地址	面积	所有权人	原值（万元）				累计摊销（万元）			
				期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
粤（2018）广州市不动产权第 10212825、粤（2018）广州市不动产权第 10212821、粤（2018）广州市不动产权第 10212823、粤（2018）广州市不动产权第 10212828、粤（2018）广州市不动产权第 10214027、粤（2018）广州市不动产权第 10214026	增城区石滩镇石顺大道 342 号	13,333.3 ㎡	立高食品	114.82	-	-	114.82	33.79	5.06	-	38.85
粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号、粤（2019）佛三不动产权第	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号	51,692.5 ㎡	立高食品		2,827.56	-	2,827.56	-	59.15	-	59.15

土地使用权证号	土地地址	面积	所有权人	原值（万元）				累计摊销（万元）			
				期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
0015785 号											
合计	**-**	**-**	**-**	**114.82**	**2,827.56**	**-**	**2,942.38**	**33.79**	**64.21**	**-**	**98.00**

2）报告期各期各项土地使用权摊销费用的计算过程及列报情况如下：

公司无形资产摊销按取得时间至不动产证上规定到期日作为使用寿命，并在使用寿命内平均摊销。

2020 年 1-6 月公司土地使用权摊销费用的计算过程如下表所示：

单位：万元

土地使用权证号	土地权证期限	资产摊销期限	使用寿命	原值	本期应摊销金额	本期列报摊销金额	本期差异	累计应摊销金额	累计实际摊销金额	累计差异金额
浙（2019）长兴县不动产权第 0001060 号	2018 年 11 月至 2067 年 10 月	2018 年 11 月至 2067 年 10 月	588.00	2,033.65	20.75	20.75	-	69.17	69.17	-
粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	2006 年 12 月至 2056 年 12 月	2017 年 3 月至 2056 年 12 月	478.00	2,827.56	1.48	1.48	-	202.60	202.60	-
粤（2018）广州市不动产权第 10212825、粤（2018）广州市不动产权第 10212821、粤（2018）广州市不动产权第 10212823、粤（2018）广州市不动产权第 10212828、粤（2018）广州市不动产权第 10214027、	2003 年 11 月至 2042 年 9 月	2003 年 11 月至 2042 年 9 月	467.00	114.82	35.49	35.49	-	80.24	80.24	-

粤（2018）广州市不动产权第 10214026										
豫（2020）卫辉市不动产权证第 0002284 号	2020 年 06 月 19 日起 2070 年 06 月 19 日	2020 年 06 月 19 日起 2070 年 06 月 19 日	600.00	2,198.56	3.66	3.66	-	3.66	3.66	-
合计	**-**	**-**	**-**	**7,174.59**	**61.39**	**61.39**	**0.00**	**355.68**	**355.68**	**-**

2019 年公司土地使用权摊销费用的计算过程如下表所示：

单位：万元

土地使用权证号	土地权证期限	资产摊销期限	使用寿命	原值	本期应摊销金额	本期列报摊销金额	本期差异	累计应摊销金额	累计实际摊销金额	累计差异金额
浙（2019）长兴县不动产权第 0001060 号	2018 年 11 月至 2067 年 10 月	2018 年 11 月至 2067 年 10 月	588.00	2,033.65	41.51	41.51	-	48.42	48.42	-
粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	2006 年 12 月至 2056 年 12 月	2017 年 3 月至 2056 年 12 月	478.00	2,827.56	70.98	70.98	-	201.12	201.12	-
粤（2018）广州市不动产权第 10212825、粤（2018）广州市不动产权第 10212821、粤（2018）广州市不动产权第 10212823、粤（2018）广州市不动产权第 10212828、粤（2018）广州市不动产权第 10214027、粤（2018）广州市不动产权第 10214026	2003 年 11 月至 2042 年 9 月	2003 年 11 月至 2042 年 9 月	467.00	114.82	2.95	2.95	-	44.75	44.75	-
合计	**-**	**-**	**-**	**4,976.03**	**115.44**	**115.44**	**-**	**294.29**	**294.29**	**-**

2018 年公司土地使用权摊销费用的计算过程如下表所示：

单位：万元

土地使用权证号	土地权证期限	资产摊销期限	使用寿命	原值	本期应摊销金额	本期列报摊销金额	本期差异	累计应摊销金额	累计实际摊销金额	累计差异金额
浙（2019）长兴县不动产权第 0001060 号	2018 年 11 月至 2067 年 10 月	2018 年 11 月至 2067 年 10 月	588.00	2,033.65	6.92	6.92	-	6.92	6.92	-
粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	2006 年 12 月至 2056 年 12 月	2017 年 3 月至 2056 年 12 月	478.00	2,827.56	70.98	70.98	-	130.14	130.14	-
粤（2018）广州市不动产权第 10212825、粤（2018）广州市不动产权第 10212821、粤（2018）广州市不动产权第 10212823、粤（2018）广州市不动产权第 10212828、粤（2018）广州市不动产权第 10214027、粤（2018）广州市不动产权第 10214026	2003 年 11 月至 2042 年 9 月	2003 年 11 月至 2042 年 9 月	467.00	114.82	2.95	2.95	-	41.80	41.80	-
合计	**-**	**-**	**-**	**4,976.03**	**80.85**	**80.85**	**-**	**178.86**	**178.86**	**-**

2017 年公司土地使用权摊销费用的计算过程如下表所示：

单位：万元

土地使用权证号	土地权证期限	资产摊销期限	使用寿命	原值	本期应摊销金额	本期列报摊销金额	本期差异	累计应摊销金额	累计实际摊销金额	累计差异金额
粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	2006 年 12 月至 2056 年 12 月	2017 年 3 月至 2056 年 12 月	478.00	2,827.56	59.15	59.15	-	59.15	59.15	-
粤（2018）广州市不动产权第 10212825、粤（2018）广州市不动产权第 10212821、粤（2018）广州市不动产权第 10212823、粤（2018）广州市不动产权第 10212828、粤（2018）广州市不动产权第 10214027、粤（2018）广州市不动产权第 10214026	2003 年 11 月至 2042 年 9 月	2003 年 11 月至 2042 年 9 月	467.00	114.82	2.95	5.06	-2.11	38.85	38.85	-
合计	**-**	**-**	**-**	**2942.38**	**62.1**	**64.21**	**-2.11**	**98.00**	**98.00**	-

从上表可以看出，报告期内累计摊销额应摊销金额与实际摊销金额无差异；各期无形资产摊销除 2017 年存在差异外，其他两期均无差异。2017 年差异 2.11 万元系以前年度累计形成摊销差异由于金额较小在 2017 年当期进行了调整所致。

（4）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用账面价值变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
装修及固定资产改良支出	605.92	761.18	603.03	451.60
货架	39.47	53.15	13.25	21.20
广告宣传费	4.72	8.25	-	-
排污费	3.87	5.32	8.22	11.13
服务费	11.02	13.90	8.29	-
合计	**664.99**	**841.81**	**632.79**	**483.93**

报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 483.93 万元、632.79 万元、841.81 万元和 664.99 万元。公司长期待摊费用主要为公司租赁厂房及办公室的装修费用及对生产车间、生产场地等固定资产的改造费用。随着公司资产规模的增加，装修改造费用亦逐年增加，致使公司长期待摊费用逐年上升。

1）长期待摊费用的具体账龄、变动原因及摊销情况

报告期内长期待摊费用为已经发生但应由报告期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。主要系装修及固定资产改良支出、货架、服务费等。

2020 年 1-6 月长期待摊费用具体账龄、变动原因及摊销具体情况如下表所示：

项目	项目名称	摊销期限（月）	原值（万元）				累计摊销（万元）				期末账龄（万元）			
			期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期末账面价值	其中：1年以内	1-2 年	2-3 年
装修及固定资产改良支出	立高研发中心装修费用	36	68.16	-	-	68.16	68.16	-	-	68.16	-	-	-	-
	奥昆停车厂改造工程	36	24.00	-	-	24.00	24.00	-	-	24.00	-	-	-	-
	奥昆研发楼改造及装修工程	36	142.48	-	-	142.48	142.48	-	-	142.48	-	-	-	-
	奥昆冷库改造工程	36	56.28	-	-	56.28	43.77	9.38	-	53.15	3.13	-	-	3.13
	奥昆车间改造工程	36	204.97	-	-	204.97	159.42	34.16	-	193.58	11.39	-	-	11.39
	昊道车间改造工程	36	39.55	-	-	39.55	27.46	6.59	-	34.05	5.50	-	-	5.49
	奥昆污水处理改造	36	31.10	-	-	31.10	24.19	5.18	-	29.37	1.73	-	-	1.73
	佛山厂区改造	36	283.07	25.64	-	308.71	132.79	35.22	-	168.01	140.70	113.26	23.46	3.98
	立高租赁房屋装修费用	54-42	317.87	14.36	-	332.23	98.93	36.49	-	135.42	196.81	34.74	162.08	-
	奥昆电房改造项目	36	60.30	-	-	60.30	21.77	10.05	-	31.82	28.48	-	28.47	-
	增城厂区改造	36	74.05	-	-	74.05	10.26	12.34	-	22.60	51.45	42.94	8.52	-
	分公司外墙翻新	36	167.20	-	-	167.20	14.58	27.87	-	42.45	124.75	124.76	-	-
	经营性租赁仓库改造	21、22	65.49	-	-	65.49	5.52	17.99	-	23.51	41.98	41.98	-	-
	小计	-	**1,534.52**	**40.00**	-	**1,574.52**	**773.33**	**195.27**	-	**968.60**	**605.92**	**357.68**	**222.53**	**25.71**
排污费	排污费	48	11.61	-	-	11.61	6.29	1.45	-	7.74	3.87	-	-	3.87
服务费	服务费	24、36	26.80	-	-	26.80	12.90	2.88	-	15.78	11.02	-	11.02	-

项目	项目名称	摊销期限（月）	原值（万元）				累计摊销（万元）				期末账龄（万元）			
			期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期末账面价值	其中：1年以内	1-2 年	2-3 年
货架	货架	36	82.07	-	-	82.07	28.92	13.68	-	42.60	39.47	30.75	7.39	1.32
广告宣传费	Bakery China 微信公众号投放广告	24	14.15	-	-	14.15	5.90	3.54	-	9.44	4.71	-	4.72	-
合计		-	**1,669.15**	**40.00**	-	**1,709.15**	**827.33**	**216.82**	-	**1,044.15**	**665.00**	**388.43**	**245.66**	**30.91**

2019 年公司长期待摊费用具体账龄、变动原因及摊销具体情况如下表所示：

项目	项目名称	摊销期限（月）	原值（万元）				累计摊销（万元）				期末账龄（万元）			
			期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期末账面价值	其中：1年以内	1-2 年	2-3 年
装修及固定资产改良支出	立高研发中心装修费用	36	68.16	-	-	68.16	68.16	-	-	68.16	-	-	-	-
	奥昆停车厂改造工程	36	24.00	-	-	24.00	19.33	4.67	-	24.00	-	-	-	-
	奥昆研发楼改造及装修工程	36	142.48	-	-	142.48	134.56	7.92	-	142.48	-	-	-	-
	奥昆冷库改造工程	36	56.28	-	-	56.28	25.01	18.76	-	43.77	12.51	-	-	12.51
	奥昆车间改造工程	36	204.97	-	-	204.97	91.10	68.32	-	159.42	45.55	-	-	45.55
	昊道车间改造工程	36	39.55	-	-	39.55	14.28	13.18	-	27.46	12.08	-	-	12.08
	奥昆污水处理改造	36	31.10	-	-	31.10	13.82	10.37	-	24.19	6.91	-	-	6.91
	佛山厂区改造	36	168.71	114.36	-	283.07	81.69	51.10	-	132.79	150.28	108.31	39.02	2.95

项目	项目名称	摊销期限（月）	原值（万元）				累计摊销（万元）				期末账龄（万元）			
			期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期末账面价值	其中：1年以内	1-2 年	2-3 年
	立高租赁房屋装修费用	54-42	289.22	39.56	-	328.78	32.11	69.19	-	101.30	227.48	37.23	190.26	-
	奥昆电房改造项目	36	60.30	-	-	60.30	1.67	20.10	-	21.77	38.52	-	38.52	-
	增城厂区改造	36	-	74.05	-	74.05	-	10.26	-	10.26	63.80	63.80	-	-
	分公司外墙翻新	36	-	167.20	-	167.20	-	14.58	-	14.58	152.62	152.62	-	-
	经营性租赁仓库改造	21、22	-	65.49	-	65.49	-	5.52	-	5.52	59.97	59.97	-	-
	小计	-	**1,084.77**	**460.66**	-	**1,545.43**	**481.73**	**293.97**	-	**775.70**	**769.72**	**421.93**	**267.80**	**80.00**
排污费	排污费	48	11.61	-	-	11.61	3.39	2.90	-	6.29	5.32	-	-	5.32
服务费	服务费	24、36	15.89	-	-	15.89	7.60	2.93	-	10.52	5.37	-	5.37	-
货架	货架	36	23.85	58.22	-	82.07	10.60	18.32	-	28.92	53.15	47.85	-	5.30
广告宣传费	Bakery China 微信公众号投放广告	24	-	14.15	-	14.15	-	5.90	-	5.90	8.25	8.25	-	-
合计	-	-	**1,136.11**	**533.03**	-	**1,669.14**	**503.32**	**324.01**	-	**827.33**	**841.81**	**478.02**	**273.17**	**90.62**

2018 年公司长期待摊费用具体账龄、变动原因及摊销具体情况如下表所示：

项目	项目名称	摊销期限（月）	原值（万元）				累计摊销（万元）				期末账龄（万元）			
			期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期末账面价值	其中：1年以内	1-2 年	2-3 年
装修及固	立高研发中心装修费用	36	68.16	-	-	68.16	45.44	22.72	-	68.16	0.00	-	-	-

项目	项目名称	摊销期限（月）	原值（万元）				累计摊销（万元）				期末账龄（万元）			
			期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期末账面价值	其中：1年以内	1-2 年	2-3 年
定资产改良支出	奥昆停车厂改造工程	36	24.00	-	-	24.00	11.33	8.00	-	19.33	4.67	-	-	4.67
	奥昆研发楼改造及装修工程	36	142.48	-	-	142.48	87.07	47.49	-	134.56	7.92	-	-	7.92
	奥昆冷库改造工程	36	56.28	-	-	56.28	6.25	18.76	-	25.01	31.26	-	31.26	-
	奥昆车间改造工程	36	204.97	-	-	204.97	22.77	68.32	-	91.10	113.87	-	113.87	-
	昊道车间改造工程	36	39.55	-	-	39.55	1.10	13.18	-	14.28	25.27	-	25.27	-
	奥昆污水处理改造	36	31.10	-	-	31.10	3.46	10.37	-	13.82	17.28	-	17.28	-
	佛山厂区改造	36	103.98	64.73	-	168.71	41.48	40.21	-	81.69	87.03	58.69	20.43	7.90
	立高租赁房屋装修费用	54	-	289.22	-	289.22	-	32.11	-	32.11	257.12	257.12	-	-
	奥昆电房改造项目	36	-	60.30	-	60.30	-	1.67	-	1.67	58.62	58.62	-	-
	小计	-	**670.52**	**414.25**	**-**	**1084.77**	**218.90**	**262.83**	**-**	**481.73**	**603.04**	**374.43**	**208.11**	**20.49**
排污费	排污费	48	11.61	-	-	11.61	0.48	2.90	-	3.39	8.22	-	8.22	-
服务费	服务费	24	7.11	8.78	-	15.89	7.11	0.49	-	7.60	8.29	8.29	-	-
货架	货架	36	23.85	-	-	23.85	2.65	7.95	-	10.60	13.25	-	13.25	-
合计	-	-	**713.07**	**423.03**	**-**	**1,136.11**	**229.15**	**274.17**	**-**	**503.32**	**632.79**	**382.72**	**229.58**	**20.49**

2017 年公司长期待摊费用具体账龄、变动原因及摊销具体情况如下表所示：

项目	项目名称	摊销期	原值（万元）	累计摊销（万元）	期末账龄（万元）

		限（月）	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期末账面价值	其中：1年以内	1-2年	2-3年
装修及固定资产改良支出	立高研发中心装修费用	36	68.16	-	-	68.16	22.72	22.72	-	45.44	22.72	-	22.72	-
	奥昆停车厂改造工程	36	24.00	-	-	24.00	3.33	8.00	-	11.33	12.67	-	12.67	-
	奥昆研发楼改造及装修工程	36	142.48	-	-	142.48	39.58	47.49	-	87.07	55.41	-	55.41	-
	奥昆冷库改造工程	36	-	56.28	-	56.28	-	6.25	-	6.25	50.02	50.02	-	-
	奥昆车间改造工程	36	-	204.97	-	204.97	-	22.77	-	22.77	182.19	182.19	-	-
	昊道车间改造工程	36	-	39.55	-	39.55	-	1.10	-	1.10	38.45	38.45	-	-
	奥昆污水处理改造	36	-	31.10	-	31.10	-	3.46	-	3.46	27.65	27.65	-	-
	佛山厂区改造	36	76.10	27.88	-	103.98	11.18	30.30	-	41.48	62.50	38.65	23.85	-
	小计	**-**	**310.74**	**359.78**	**-**	**670.52**	**76.81**	**142.09**	**-**	**218.90**	**451.61**	**336.96**	**114.65**	**-**
货架	货架	36	-	23.85	-	23.85	-	2.65	-	2.65	21.20	21.20	-	-
排污费	排污费	48	-	11.61	-	11.61	-	0.48	-	0.48	11.13	11.13	-	-
服务费	服务费	24	7.11		-	7.11	3.55	3.55	-	7.11	-	-	-	-
合计	-	-	**317.85**	**395.23**	**-**	**713.07**	**80.37**	**148.78**	**-**	**229.15**	**483.93**	**369.28**	**114.65**	**-**

2）长期待摊费用摊销政策是否谨慎，是否符合《企业会计准则的规定》

《企业会计准则第 4 号——固定资产》应用指南第五条规定：企业以经营租赁方式租入的固定资产发生的改良支出，应予以资本化，作为长期待摊费用，合理进行摊销。

《会计科目和主要账务处理》规定：长期待摊费用核算企业已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在 1 年以上的各项费用。

公司严格遵守会计准则的相关规定，公司报告期内长期待摊费用主要核算经营租入固定资产（立高、广州奥昆及广州昊道使用房产）的改良支出及已经发生但应由报告期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。期末长期待摊费用账龄均小于 3 年。公司报告期内长期待摊费用在预计受益期间按直线法摊销。各项目预计受益期确认方法如下：

项目	预计受益期间确认方法
装修及固定资产改良支出	1、自有资产装修及改良出于谨慎性考虑按 3 年摊销；2、公司房屋租赁期限最长 5 年，经营租赁资产租期大于 3 年的装修及改良按剩余租赁期摊销，如租期小于 3 年则考虑续租的可能性按剩余租赁期或按 3 年摊销
货架	根据货架的使用年限且谨慎性考虑按 3 年摊销
广告宣传费、排污费、服务费	按合同或发票上约定的期限摊销

可比同行业公司长期待摊费用会计政策与公司会计政策对比如下所示：

公司	长期待摊费用摊销政策
海融科技	按预计受益期间分期平均摊销，并以实际支出减去累计摊销后的净额列示
南侨股份	在受益期内平均摊销，经营租入固定资产改良支出摊销期限为 3-10 年
桃李面包	在收益期内平均摊销
麦趣尔	按实际发生额入账，采用直线法在受益期限或规定的摊销期限内摊销
元祖股份	经营租入固定资产改良支出，按照 5 年平均摊销
立高食品	在预计受益期间按直线法摊销

注：上述同行业公司中，海融科技主营业务为烘焙食品原料生产，资料来源于其招股说明书；桃李面包、麦趣尔和元祖股份主营业务为烘焙食品生产，为上市公司，资料来源于其定期报告。

从上表可以看出，公司长期待摊费用会计政策与可比同行业一致，摊销期限合理，与可比同行业上市公司不存在明显差异

综上，公司长期待摊费用在受益期内平均摊销，符合会计准则的相关规定；公司长期待摊费用摊销政策与可比同行业一致，摊销期限合理，公司长期待摊费用摊销政策较为谨慎。

3）长期待摊费用的归集是否包含与该项目无关的支出、是否存在费用支出资本化的情形

报告期各期末，公司长期待摊费用按性质分类如下所示：

单位：万元

项目	2020年6月30日	占比	2019年12月31日	占比	2018年12月31日	占比	2017年12月31日	占比
装修及固定资产改良支出	605.92	91.12%	761.18	90.42%	603.03	95.30%	451.6	93.32%
货架	39.47	5.94%	53.15	6.31%	13.25	2.09%	21.2	4.38%
广告宣传费	4.72	0.71%	8.25	0.98%	-	-	-	-
排污费	3.87	0.58%	5.32	0.63%	8.22	1.30%	11.13	2.30%
服务费	11.02	1.66%	13.9	1.65%	8.29	1.31%	-	-
合计	**664.99**	**100.00%**	**841.81**	**100.00%**	**632.79**	**100%**	**483.93**	**100%**

如上表所示，报告期内公司长期待摊费用主要为装修及固定资产改良支出和货架，两者合计占比分别为97.70%、97.39%、96.74%和97.06%。

公司长期待摊费用中装修和固定资产改良支出一般建立项目台账按照项目进行归集，待装修装饰工程验收通过后结转至长期待摊费用中核算；部分工程通过在建工程核算，未形成资产的装修改造物料支出结转至长期待摊费用核算；货架以及其他受益期在一年以上的费用，在收到货物或对方提供服务时计入长期待摊费用，并在受益期内摊销。公司严格按照准则的相关规定归集项目相关支出，并在受益期内摊销，不存在费用资本化的情形。

为进一步测算长期待摊费用受益期摊销对公司的影响，项目组假设公司长期待摊费用相关项目支出在支出发生时全部费用化，进而测算对公司当期净利润的影响。经测算，报告期内，长期待摊费用在支出当期全部费用化对损益的影响（税前）占当期合并报表利润总额的比例分别为-4.70%、-2.14%、-0.93%和1.87%，占比较小，且逐年降低。测算的详细情况如下所示：

单位：万元

项目	期初	2017 年度			2018 年度			2019 年度			2020 年 1-6 月		
	2016/12/31	增加	摊销	2017/12/31	增加	摊销	2018/12/31	增加	摊销	2019/12/31	增加	摊销	2020/6/30
装修及固定资产改良支出	233.92	359.77	142.09	451.6	414.25	262.83	603.03	449.75	291.59	761.18	40.02	195.28	605.92
货架	-	23.85	2.65	21.2	-	7.95	13.25	58.22	18.32	53.15	-	13.68	39.47
广告宣传费	-	-	-	-	-	-	-	14.15	5.9	8.25	-	3.54	4.71
排污费	-	11.61	0.48	11.13	-	2.9	8.22	-	2.9	5.32	-	1.45	3.87
服务费	3.55	-	3.55	-	8.78	0.49	8.29	10.91	5.3	13.9	-	2.89	11.01
合计	**237.48**	**395.23**	**148.78**	**483.93**	**423.03**	**274.17**	**632.79**	**533.03**	**324.01**	**841.81**	**40.02**	**216.83**	**664.99**
对损益的影响	-			-246.45			-148.86			-209.02			176.82
当期利润总额	-			5,238.60			6,963.88			22,560.96			9,448.78
影响占比	-			-4.70%			-2.14%			-0.93%			1.87%

综上，长期待摊费用相关支出总体金额较小，公司严格按照会计准则的相关规定，根据经济业务的实质内容，将固定资产装修改造等改良支出以及受益期在一年以上的相关费用在长期待摊费用下按项目进行归集，并在受益期内摊销，长期待摊费用不包含与该项目无关的支出，也不存在费用支出资本化的情形。

（5）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产账面价值变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应收款项坏账准备	78.78	87.29	64.36	57.97
存货跌价准备	10.87	19.82	22.11	17.84
内部交易未实现收益	130.79	131.55	118.83	92.70
可抵扣亏损	141.34	57.35	0.07	70.72
计提客户返利	115.13	231.77	266.65	223.24
合计	**476.91**	**527.77**	**472.03**	**462.47**

公司的递延所得税资产主要是公司计提返利、计提应收款项坏账准备、存货跌价准备、未实现内部销售以及子公司亏损而产生的暂时性差异。报告期各期末，公司的递延所得税资产分别为 462.47 万元、472.03 万元、527.77 万元和 476.91 万元。

（6）其他非流动资产

公司其他非流动资产为支付设备及工程的预付款以及预付的上市费用，在预付款中重分类至其他非流动资产。报告期各期末，其他非流动资产账面价值情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
预付工程设备款	955.51	710.44	579.48	1,157.68
预付上市费用	281.60	20.00	-	-
合计	**1,237.11**	**730.44**	**579.48**	**1,157.68**

2018 年末，公司其他非流动资产规模较 2017 年末有所下降，主要是因为 2017 年下半年至 2018 年，公司大规模建设浙江长兴生产基地，购置生产设备较多，2018 年末，随着浙江长兴生产基地的建设基本完成，购置设备所预付的资金规模有所减少。

2019 年末，公司其他非流动资产规模较 2018 年末略有上升，主要是因为公司建设长兴研发中心以及佛山三水生产基地，购置机器设备所致。

2020 年 6 月 30 日，公司其他非流动资产较 2019 年末有所上升，系公司因扩建佛山生产基地，扩大冷冻烘焙食品产能等工程建设而预付工程设备款，以及公司支付上市费用所致。

4、资产减值准备及信用减值准备提取情况

公司根据《企业会计准则》，结合公司实际情况，制定了谨慎稳健的资产减值准备及信用减值准备政策，各项资产减值准备提取情况与资产质量实际状况相符。

（1）信用减值准备情况

报告期各期末，公司信用减值准备余额如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应收账款减值准备	375.43	460.27	-	-
信用减值准备小计	**375.43**	**460.27**	-	-

公司信用减值准备为 2019 年、2020 年上半年的应收账款减值准备，金额为 460.27 万元、392.94 万元，详见本节之“（一）资产的主要构成分析”之“2、流动资产”之“（2）应收账款”。

（2）资产减值准备情况

报告期各期末，公司资产减值准备余额如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应收账款减值准备		-	322.90	311.50
其他应收款减值准备		-	26.79	13.70
存货跌价准备	60.18	146.04	96.81	81.29
资产减值准备小计	**60.18**	**146.04**	**446.50**	**406.49**

报告期各期末，公司计提的资产减值准备余额分别为 406.49 万元、446.50 万元、146.04 万元和 60.18 万元。公司资产减值准备主要由应收账款坏账准备、其他应收款坏账准备以及存货跌价准备构成，详见本节之“（一）资产的主要构成分析”之“2、流动资产”之“（2）应收账款”、“（5）其他应收款”以及“（6）存货”。因固定资产、无形资产等资产不存在减值情形，故未对其计提

减值准备。

公司根据《企业会计准则》的要求制定了符合公司经营特点的资产减值准备计提政策，各项资产减值准备的计提政策稳健、公允；公司遵照各项资产减值准备计提政策计提了资产减值准备，与公司的资产质量状况相符。

（二）负债的主要构成分析

1、负债的构成及变化

报告期各期末，公司的负债结构如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	5,005.92	19.18%	3,003.86	9.25%	6,398.32	20.46%	6,534.19	24.90%
应付账款	8,729.26	33.44%	11,907.01	36.69%	12,032.58	38.48%	9,055.13	34.51%
预收款项	25.34	0.10%	3,116.30	9.60%	2,445.56	7.82%	3,525.46	13.44%
合同负债	1,410.57	5.40%	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬	2,061.15	7.90%	3,869.61	11.92%	2,866.80	9.17%	2,346.11	8.94%
应交税费	2,353.92	9.02%	3,066.38	9.45%	2,079.90	6.65%	2,072.29	7.90%
其他应付款	2,141.35	8.20%	3,026.41	9.32%	4,514.94	14.44%	2,516.89	9.59%
一年内到期的非流动负债	3.26	0.01%	104.21	0.32%	-	-	-	-
流动负债合计:	**21,730.79**	**83.26%**	**28,093.79**	**86.56%**	**30,338.09**	**97.03%**	**26,050.07**	**99.28%**
长期借款	3,000.00	11.49%	2,900.00	8.93%	-	-	-	-
递延收益	1,370.08	5.25%	1,462.93	4.51%	929.31	2.97%	189.09	0.72%
非流动负债合计	**4,370.08**	**16.74%**	**4,362.93**	**13.44%**	**929.31**	**2.97%**	**189.09**	**0.72%**
负债合计	**26,100.87**	**100.00%**	**32,456.72**	**100.00%**	**31,267.40**	**100.00%**	**26,239.16**	**100.00%**

报告期各期末，公司负债总额分别为 26,239.16 万元、31,267.40 万元、32,456.72 万元和 26,100.87 万元。2017 年至 2019 年，公司负债总额随着经营规模的上升而逐年增长。因上半年公司处于销售淡季，经营规模低于下半年，因此，2020 年 6 月 30 日，公司负债总额较上年末有所下降。

公司的负债结构以流动负债为主，报告期各期末，流动负债占比分别为

99.28%、97.03%、86.56%和 83.26%。2019 年末，非流动负债占比上升主要是由于 2019 年新增长期借款 2,900.00 万元以及报告期内政府补贴带来的递延收益增加所致。2020 年末，公司非流动负债占比上升，系总负债规模降低所致。

2、主要负债项目分析

（1）短期借款

报告期各期末，公司短期借款情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
保证+抵押借款	1,000.00	19.98%	2,000.00	66.58%	6,398.32	100.00%	3,534.19	54.09%
保证+质押借款	3,000.00	59.93%	-	-	-	-	-	-
信用借款	1,000.00	19.98%	1,000.00	33.29%	-	-	-	-
应付票据融资	-	-	-	-	-	-	3,000.00	45.91%
应付银行借款利息	5.92	0.12%	3.86	0.13%	-	-	-	-
合计	**5,005.92**	**100.00%**	**3,003.86**	**100.00%**	**6,398.32**	**100.00%**	**6,534.19**	**100.00%**

报告期各期末，公司短期借款余额分别为 6,534.19 万元、6,398.32 万元、3,003.86 万元和 5,005.92 万元。报告期内，公司通过房屋建筑物及土地使用权抵押、股东保证以及大额存单质押等方式充分提高银行授信额度，以满足公司日常运营资金需求。截至 2020 年 6 月 30 日，公司不存在到期未清偿的短期借款。

（2）应付账款

1）应付账款的变动情况

报告期各期末，公司应付账款的情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应付账款	8,729.26	11,907.01	12,032.58	9,055.13
增长率	-26.69%	-1.04%	32.88%	-

公司应付账款主要是采购货款、运输费、仓储费以及应付的土地款等款项组成。随着公司生产规模的增长和产品辐射区域的扩大，原料采购和物流配送的需求也同步快速增加。报告期各期末，公司应付账款分别为 9,055.13 万元、12,032.58 万元、11,907.01 万元和 8,729.26 万元，占负债总额的比重分别为 34.51%、38.48%、

36.69%和 33.44%。

2018 年末，公司应付账款较上年末增加 2,977.45 万元，其中公司受让浙江长兴的土地之剩余应支付款项 2,023.30 万元。

剔除上述应付土地款影响，2018 年末、2019 年末，公司应付账款同比增幅分别为 10.54%、18.96%，规模逐年增加，主要原因是公司生产规模扩大，采购规模相应扩大，公司对供应商的应付账款金额有所扩大。2020 年 6 月 30 日，公司应付账款较上年末下降了 26.69%，系公司上半年处于销售淡季所致。

2）应付账款账龄结构

报告期内应付账款账龄结构及其变动如下：

单位：万元

账龄	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	8,700.16	99.67%	11,837.26	99.41%	11,885.32	98.78%	9,051.34	99.96%
1-2 年	11.55	0.13%	54.50	0.46%	143.47	1.19%	3.78	0.04%
2-3 年	10.41	0.12%	11.46	0.10%	3.78	0.03%	-	-
3-4 年	7.14	0.08%	3.78	0.03%	-	-	-	-
合计	**8,729.26**	**100.00%**	**11,907.01**	**100.00%**	**12,032.58**	**100.00%**	**9,055.13**	**100.00%**

公司与供应商合作关系紧密，信用状况良好，不存在逾期欠款的情形，报告期各期末 1 年以内应付账款占比均超过 98.50%。报告期各期末，公司 1 年以上应付账款分别为 3.78 万元、147.25 万元、69.75 万元和 29.10 万元，主要是因公司为保证设备质量，对部分设备供应商约定安装完成两年之后再支付尾款所致。

3）应付账款前五名供应商

截至 2020 年 6 月 30 日，公司前五名应付账款明细如下：

单位：万元

单位名称	与公司关系	账面余额	占比
广东白燕粮油实业有限公司	非关联方	965.96	11.07%
东莞嘉吉粮油有限公司	非关联方	289.78	3.32%
广州焙乐道食品有限公司	非关联方	279.46	3.20%
广州鑫赟冷冻运输有限公司	非关联方	239.32	2.74%
普宁市宏艺彩印有限公司	非关联方	237.92	2.73%
合计		**2,012.43**	**23.05%**

截至 2019 年 12 月 31 日，公司前五名应付账款明细如下：

单位：万元

单位名称	与公司关系	账面余额	占比
广东白燕粮油实业有限公司	非关联方	1,462.89	12.29%
广州鑫赟冷冻运输有限公司	非关联方	754.81	6.34%
东莞嘉吉粮油有限公司	非关联方	521.83	4.38%
鑫兰食品武汉有限公司	非关联方	441.06	3.70%
益海嘉里食品科技有限公司	非关联方	393.53	3.31%
合计		**3,574.12**	**30.02%**

截至 2018 年 12 月 31 日，公司前五名应付账款明细如下：

单位：万元

单位名称	与公司关系	账面余额	占比
都市股份有限公司	非关联方	2,023.30	16.82%
广州鑫赟冷冻运输有限公司	非关联方	1,098.67	9.13%
广东白燕粮油实业有限公司	非关联方	903.27	7.51%
广东贝瑞克食品有限公司	非关联方	452.06	3.76%
东莞嘉吉粮油有限公司	非关联方	365.27	3.04%
合计		**4,842.57**	**40.25%**

截至 2017 年 12 月 31 日，公司前五名应付账款明细如下：

单位：万元

单位名称	与公司关系	账面余额	占比
广州鑫赟冷冻运输有限公司	非关联方	1,334.16	14.73%
广东白燕粮油实业有限公司	非关联方	839.92	9.28%
东莞嘉吉粮油有限公司	非关联方	599.38	6.62%
佛山市顺德区瀛威塑料制品有限公司	非关联方	392.94	4.34%
东莞市五丰伟业商贸有限公司	非关联方	342.83	3.79%
合计		**3,509.24**	**38.75%**

报告期各期末，公司应付账款余额前五名供应商比重较低。

公司报告期各期末应付账款余额前五大供应商中，除公司受让都市股份有限公司位于浙江生产基地的土地及房屋建筑物而待支付尾款 2,023.30 万元外，其余均为与经营业务有关的原材料供应商、包材供应商及第三方冷链运输公司。

（3）预收账款及合同负债

1）预收账款

报告期各期末，公司预收账款的情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
预收账款	25.34	3,116.30	2,445.56	3,525.46
增长率	-99.19%	27.43%	-30.63%	-

根据公司的信用政策，针对烘焙食品原料业务，对于中小型经销商和刚建立合作的经销商，公司执行先款后货政策；针对冷冻烘焙食品业务，公司对大部分客户执行先款后货政策。因此，公司报告期各期末形成了相应的预收账款，分别为 3,525.46 万元、2,445.56 万元、3,116.30 万元和 25.34 万元。

2018 年末，公司预收账款同比下降 30.63%。通常情况下，公司收到预付款后，3-7 天发货，但 2017 年，受产能紧张的制约，公司冷冻烘焙食品供不应求，导致部分预付订单无法及时发出，相应 2017 年期末公司预收账款规模较大。2018 年，随着浙江长兴生产基地的投产，冷冻烘焙食品产能得以快速补充，产需矛盾得以缓解，因此，公司 2018 年末预收账款规模较 2017 年末有所减少。

2019 年末，因公司销售规模扩大，预收账款同比增加 27.43%。

2020 年，因会计政策调整，将公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务确认为合同负债，原大部分预收账款调整至合同负债。因此，2020 年 6 月 30 日预收账款较上年大幅下降。

2）合同负债

因会计政策调整，公司将公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务确认为合同负债，2020 年 6 月 30 日，公司合同负债为 1,410.57 万元。2017 年末、2018 年末、2019 年末，公司合同负债均为 0 万元。

2020 年末，公司合同负债金额较 2019 年末预收账款金额有所下降，主要是公司上半年处于销售淡季所致。

（4）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬的情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日

	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、短期薪酬	**2,061.15**	**100.00%**	**3,856.66**	**99.67%**	**2,858.59**	**99.71%**	**2,339.86**	**99.73%**
其中：工资、奖金、津贴和补贴	2,037.24	98.84%	3,827.38	98.91%	2,839.20	99.04%	2,326.12	99.15%
社会保险费	2.67	0.13%	6.35	0.16%	4.28	0.15%	2.98	0.13%
住房公积金	3.39	0.16%	3.60	0.09%	2.67	0.09%	1.38	0.06%
工会经费和职工教育经费	17.86	0.87%	19.32	0.50%	12.43	0.43%	9.38	0.40%
二、离职后福利	**-**	**0.00%**	**12.62**	**0.33%**	**8.21**	**0.29%**	**6.25**	**0.27%**
三、辞退福利	**-**	**0.00%**	**0.33**	**0.01%**	**-**	**-**	**-**	**-**
合计	**2,061.15**	**100.00%**	**3,869.61**	**100.00%**	**2,866.80**	**100.00%**	**2,346.11**	**100.00%**

公司的应付职工薪酬主要为应付职工的工资、奖金、津贴和补贴。报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 2,346.11 万元、2,866.80 万元、3,869.61 万元和 2,061.15 万元。2017 年至 2019 年随着公司经营规模的扩大、员工的增加、薪酬标准的提升，公司应付职工薪酬余额逐年增长。2020 年上半年，因半年度未计提年终奖金，应付职工薪酬余额较上年末有所降低。

报告期内，公司不存在拖欠职工薪资情形。

1）各级别、各岗位员工的薪酬水平及增长情况

①各级别员工薪酬水平

报告期内，公司各级别员工的平均薪酬如下表所示：

单位：万元/人

项目	2020 年上半年	2019 年度	2018 年度	2017 年度
高层管理人员	38.39	93.59	62.84	49.11
中层管理人员	8.52	18.31	15.53	12.76
基层人员	3.44	8.19	7.88	6.39
平均	**5.01**	**11.34**	**10.18**	**8.21**

注：公司高层管理人员为公司的董事（不含未签署劳动合同的独董黄敬业和黄伟成以及董事白宝鲲）监事和高级管理人员，中层管理人员为主任级以上（含主任级，不含高层管理人员）的人员，基层人员为除高层管理人员和中层管理人员以外的其他人员。

公司的员工按照职级划分为高层管理人员、中层管理人员和基层人员。报告期内，随着公司业绩的逐年增长，公司各层级人员的平均薪酬稳步上升。

②各类岗位员工收入水平

报告期内，公司各类岗位员工的平均薪酬如下表所示：

单位：万元/人

项目	2020 年上半年	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售人员	5.55	12.75	12.21	9.42
管理人员	7.24	16.10	13.18	11.29
研发人员	7.79	18.11	17.18	14.60
生产人员	3.68	8.28	7.27	6.07
平均	**5.01**	**11.34**	**10.18**	**8.21**

从员工岗位来看，公司人均薪酬和各岗位员工的平均薪酬呈稳步上升趋势，与公司业绩变动的趋势相符合。

2）与行业水平、当地平均水平的比较情况

公司人均薪酬与行业水平、当地平均水平的比较情况详见本节“十、盈利能力分析”之“（五）期间费用分析”之“5、销售人员、管理人员、研发人员薪酬变动情况”之“（3）发行人的工资水平与同行业可比公司和当地工资水平的对比”。

3）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，公司人工成本总额与相关资产、成本、费用项目中员工薪酬之间的关系如下：

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
生产成本	3,684.41	32.44%	8,516.89	33.11%	7,388.51	33.63%	5,515.88	35.34%
销售费用	4,678.69	41.20%	11,331.72	44.06%	10,081.37	45.88%	6,832.36	43.77%
管理费用	2,115.10	18.63%	4,024.01	15.65%	3,028.93	13.79%	2,212.70	14.18%
研发费用	861.42	7.59%	1,847.56	7.18%	1,443.37	6.57%	1,036.37	6.64%
在建工程	16.35	0.14%	-	-	29.01	0.13%	12.32	0.08%
合计	**11,355.97**	**100.00%**	**25,720.17**	**100.00%**	**21,971.19**	**100.00%**	**15,609.63**	**100.00%**

从上表可以看出，报告期内各年度的人工成本与相关资产、成本、费用项目之间的比例变动较小，不存在异常情况；2017 年及 2018 年浙江厂区项目及 2020 年佛山厂区扩建项目的建设，部分员工薪酬计入在建工程。

4）说明报告期末应付职工薪酬变动的原因及合理性

报告期各期末，公司应付职工薪酬的情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、短期薪酬	2,061.15	100.00%	3,856.66	99.67%	2,858.59	99.71%	2,339.86	99.73%
其中：工资、奖金、津贴和补贴	2,037.24	98.84%	3,827.38	98.91%	2,839.20	99.04%	2,326.12	99.15%
社会保险费	2.67	0.13%	6.35	0.16%	4.28	0.15%	2.98	0.13%
住房公积金	3.39	0.16%	3.60	0.09%	2.67	0.09%	1.38	0.06%
工会经费和职工教育经费	17.86	0.87%	19.32	0.50%	12.43	0.43%	9.38	0.40%
二、离职后福利	-	-	12.62	0.33%	8.21	0.29%	6.25	0.27%
三、辞退福利	-	-	0.33	0.01%	-	-	-	-
合计	**2,061.15**	**100.00%**	**3,869.61**	**100.00%**	**2,866.80**	**100.00%**	**2,346.11**	**100.00%**

公司的应付职工薪酬主要为应付职工的工资、奖金、津贴和补贴。报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 2,346.11 万元、2,866.80 万元、3,869.61 万元和 2,061.15 万元。随着公司经营规模的扩大、员工的增加、薪酬标准的提升，公司应付职工薪酬余额逐年增长。公司员工的奖金考核与业绩相挂钩，2018 年和 2019 年公司营业收入分别较同期增长 35,746.15 万元和 27,027.65 万元，增幅较快，因此 2018 年末和 2019 年末计提的业绩奖金逐年上升，应付业绩奖金分别为 410.11 万元和 1,111.39 万元。2020 年 6 月末，公司应付职工薪酬较 2019 年末减少 1,808.46 万元,主要是因为年终奖在年末计提所致。

（5）应交税费

报告期各期末，公司的应交税费的情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
企业所得税	1,302.34	55.33%	1,781.87	58.11%	832.00	40.00%	663.86	32.04%
增值税	874.95	37.17%	1,032.71	33.68%	960.64	46.19%	1,179.66	56.93%
城市维护建设税	47.60	2.02%	68.28	2.23%	62.18	2.99%	76.73	3.70%
个人所得税	27.41	1.16%	44.84	1.46%	49.67	2.39%	53.58	2.59%
房产税	30.36	1.29%	43.73	1.43%	-	-	20.73	1.00%

土地使用税	27.13	1.15%	32.27	1.05%	2.93	0.14%	15.63	0.75%
教育附加费	21.58	0.92%	31.34	1.02%	26.76	1.29%	32.86	1.59%
地方教育费附加	14.39	0.61%	20.89	0.68%	17.84	0.86%	21.91	1.06%
印花税	7.34	0.31%	9.31	0.30%	6.24	0.30%	7.32	0.35%
环境保护税	0.81	0.03%	1.14	0.04%	0.94	0.05%	-	-
契税	-	-	-	-	120.70	5.80%	-	-
合计	**2,353.92**	**100.00%**	**3,066.38**	**100.00%**	**2,079.90**	**100.00%**	**2,072.29**	**100.00%**

公司应交税费主要为应缴纳的增值税、企业所得税。报告期各期末，公司应交税费余额分别为 2,072.29 万元、2,079.90 万元、3,066.38 万元和 2,353.92 万元。

2018 年、2019 年，随着公司营业利润增长，导致应交企业所得税同比分别增长了 25.33%、114.17%。2020 年 6 月 30 日，因公司上半年处于销售淡季，公司应交企业所得税较上年末有所下降。

公司 2018 年应交增值税余额较 2017 年有所减少，主要原因是：1）自 2018 年 5 月 1 日起，制造业的增值税税率从 17%降至 16%；2）2018 年公司购入浙江长兴生产基地土地使用权及房屋建筑物，并进行大规模产线扩建，新增土地使用权、厂房和设备 12,134.04 万元，相应可抵扣的增值税进项税大幅增加所致。2019 年，公司应交增值税同比增长了 7.50%，低于收入增幅，主要是因为 2019 年制造业的增值税税率从 16%降至 13%所致。2020 年 6 月 30 日，因公司上半年处于销售淡季，公司应交增值税较上年末有所下降。

（6）其他应付款

报告期各期末，公司的其他应付款的情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
计提客户返利	885.18	41.34%	1,559.27	51.52%	1,737.85	38.49%	1,351.40	53.69%
应付押金、保证金等	143.45	6.70%	218.48	7.22%	142.76	3.16%	214.35	8.52%
应付日常经营费用	1,112.72	51.96%	1,248.67	41.26%	1,092.43	24.20%	945.74	37.58%
普通股股利	-	-	-	-	1,530.00	33.89%	-	-
银行借款应付利息	-	-	-	-	11.91	0.26%	5.40	0.21%
合计	**2,141.35**	**100.00%**	**3,026.41**	**100.00%**	**4,514.94**	**100.00%**	**2,516.89**	**100.00%**

1）其他应付款变动情况分析

报告期各期末，公司其他应付款主要是计提的客户返利、应付股利、已计提但尚未支付的日常经营费用、押金及保证金。报告期各期末，公司其他应付款分别为 2,516.89 万元、4,514.94 万元、3,026.41 万元和 2,141.35 万元。

2018 年末，公司其他应付款较 2017 年末增长了 79.39%，除经营规模扩大，应付日常经营费用及计提客户返利有所增加外，主要系公司根据 2017 年年度股东大会决议通过的利润分配方案，以年度股东大会股权登记日的总股本 9,000 万股为基数向全体东按持比例分红合计 1,530 万元，在 2018 年末尚未支付上述股利所致。

2019 年末，公司其他应付款较 2018 年末下降了 32.97%，剔除应付股利的影响后，增长了 1.39%。一方面是因为公司计提客户返利较上年减少了 10.28%；另一方面，由于经营规模扩大，2019 年末应付日常经营费用规模较上年末上升了 14.30%。因此，在不考虑应付股利的情况下，公司 2019 年其他应付款较 2018 年末略有上升。

2020 年 6 月 30 日，公司其他应收款较上年末有所下降，主要是因为 2020 年半年度应付返利以半年收入为基础计提，半年度应付返利低于全年应付返利所致。

2）计提客户返利情况

公司计提客户返利主要为对非商超客户计提的年度返利和对商超类客户的年末未付返利。

①对非商超客户计提的年度返利

为鼓励销售，公司对部分非商超客户制定了销售返利条款。每年年初，公司与客户在年初签订的《销售合同》及其《补充协议》中，以一年为一个完整的考核期，约定全年的任务额，并根据不同的完成率享受不同的返利率。年度结束后，公司根据返利条款计算应支付予该客户的返利金额，并由客户以书面方式确认。确认返利金额后，公司计提相应金额的其他应付款，冲减当年收入。次年，公司根据确认的返利金额，以货折的形式对客户进行返利，并相应冲减其他应付款，增加收入。报告期各期末，对上述客户所计提的应付销售返利分别为 1,351.40 万元、1,653.30 万元、1,400.98 万元和 424.07 万元。2019 年公司计提的应付销售返利比上年度减少 253.89 万元，同比下降 15.26%，主要原因是：公司的销售返

利主要来自于奶油、水果制品等烘焙原料的销售，在 2019 年初，公司基于 2018 年的增长情况与客户共同确定了 2019 年年度的返利考核销售目标，由于 2019 年公司烘焙原料销售增长幅度小于 2018 年，因而计提的客户销售返利金额较 2018 年有所下降。

②对商超类客户的年末未付返利

公司对商超类客户亦签订了返利条款，以每月或每年销售额为基础进行计算，在月底及年底与客户确认，并计入其他应付款，冲减营业收入。所确认的返利在次月或次年回款时直接抵扣应收账款，同时，客户开具相应金额的发票给予公司。因此，在每年的年末，公司会形成少量对商超类客户的未付返利，计入其他应付款。报告期各期末，公司计提的商超类客户销售返利分别为 0 万元、84.55 万元、158.29 万元和 275.47 万元。

3）应付日常费用

公司应付日常费用为原材料、仓储、运输以外的应付账款。通常与费用相关，如需要支付的广告费、咨询费等。2017 年至 2019 年，随着经营规模的逐年扩大，公司应付日常费用金额亦逐年增长。2020 年上半年，因公司处于销售淡季，2020 年 6 月 30 日，公司应付日常费用金额低于上年末。

（7）长期借款

2017 年末、2018 年末，公司不存在长期借款。2019 年 1 月，浙江奥昆取得长兴生产基地土地使用权和房屋建筑物所有权后，以相关资产为抵押物，向浙江长兴农村商业银行股份有限公司借款 3,000.00 万元，期限为 5 年。2019 年末，除去一年内到期的 104.21 万元后，公司长期借款为 2,900.00 万元。该借款已于 2020 年 6 月 19 日全部归还。

2020 年 6 月 19 日，浙江奥昆向浙江长兴农村商业银行借款 3,000.00 万元，借款期限 2020 年 6 月 19 日至 2021 年 7 月 18 日，系由浙江奥昆以自有土地和房屋建筑物提供抵押，借款到期一次归还本。因此，2020 年 6 月 30 日，公司长期借款为 3,000.00 万元。

（8）递延收益

公司递延收益均为政府补助，报告期各期末，递延收益分别为 189.09 万元、929.31 万元、1,462.93 万元和 1,370.08 万元。

2018 年末，公司递延收益同比增加 740.22 万元，主要系广州奥昆新收到工业企业技术改造事后奖励 552.15 万元，2017 年中央财政支持冷链物流发展专项资金 213.40 万元所致。

2019 年末，公司递延收益同比增加 533.61 万元，主要系广州奥昆新收到工业企业技术改造事后奖励 661.12 万元所致。

2020 年 6 月 30 日，公司递延收益与上年末未发生较大变化。

十二、偿债能力、流动性及持续经营能力分析

（一）偿债能力分析

1、偿债能力分析

报告期各期末，公司偿债能力相关的主要财务指标如下：

财务指标	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
资产负债率（合并）	34.48%	40.81%	50.57%	57.43%
资产负债率（母公司）	22.44%	22.60%	39.86%	47.05%
流动比率（倍）	1.67	1.57	1.02	0.89
速动比率（倍）	1.16	1.15	0.62	0.51
财务指标	**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）	11,532.38	25,933.92	9,691.36	7,177.41
利息保障倍数（倍）	56.73	92.28	26.24	14.17

公司资产流动性较好，且盈利能力日益增强，因而，短期偿债能力快速优化，报告期内各项偿债能力指标处于上升趋势。

（1）资产负债率

报告期各期末，资产负债率逐年下降的主要原因是：1）随着销售规模和利润水平提升，流动资产规模不断上升；2）由于经营性现金流较好，公司主要以自有资金进行了较大规模的固定资产投资建设，而公司银行借款规模并未较大增长。因此，随着公司经营积累的不断增加，资产规模不断扩大，公司的资产负债率将持续下降。

（2）流动比率、速动比率

公司报告期各期末流动比率、速动比率较低。主要原因是为解决需求旺盛与

产能不足之间的矛盾，公司近年来持续扩大产能，主要依靠自有资金积累大量投资了土地、厂房、产线设备等非流动资产；同时，随着经营规模不断提高，经营性负债不断增加，因此，公司流动比率、速动比率呈现较低的特征。

报告期内，随着上述投资所带来的产能的增长和业绩的释放，公司流动资产规模不断增加，流动比率和速动比率指标得到快速改善。截至 2019 年 12 月 31 日，公司速动比率已回升至 1 以上，公司短期偿债压力不大。

（3）息税折旧摊销前利润、利息保障倍数

报告期内公司借款规模不高且稳定，与此同时，公司盈利规模持续增强，使其息税折旧摊销前利润和利息保障倍数均保持在较高的水平。

（4）公司未来偿债能力分析

报告期内，公司资产负债率逐年下降，息税折旧摊销前利润和利息保障倍数较高，且公司现金流量情况良好，报告期内经营性现金流量均为正，经营活动净现金流均大于净利润，2020 年 6 月底，公司账面货币资金已达 16,409.64 万元。公司主要融资渠道为银行贷款，2020 年 6 月底，公司有息负债较低，为 8,009.18 万元，2020 年需偿还的贷款为 5,000 万元。因此，公司未来 12 个月偿债压力较小。综合公司资产负债率情况、现金流情况、已经融资渠道、有息负债情况，公司偿债能力情况较好。

2、同行业公司偿债能力对比

报告期各期末，公司短期偿债能力指标与同行业公司比较情况如下：

项目	流动比率			
	2020 年 1-6 月	**2019 年**	**2018 年**	**2017 年**
海融科技	2.43	1.75	1.55	1.35
南侨股份	-	-	-	1.33
桃李面包	3.39	4.37	4.18	5.23
麦趣尔	1.47	1.69	1.74	2.78
元祖股份	1.21	1.85	1.66	1.94
平均值	**2.13**	**2.42**	**2.28**	**2.53**
公司	**1.67**	**1.57**	**1.02**	**0.89**
项目	**速动比率**			
	2020 年 1-6 月	**2019 年**	**2018 年**	**2017 年**
海融科技	1.91	1.41	1.25	1.15

南侨股份	-	-	-	0.96
桃李面包	3.20	4.16	3.96	4.95
麦趣尔	1.30	1.52	1.62	2.61
元祖股份	1.16	1.78	1.60	1.89
平均值	**1.89**	**2.22**	**2.11**	**2.31**
公司	**1.16**	**1.15**	**0.62**	**0.51**
项目	**资产负债率**			
	2020 年 1-6 月	**2019 年**	**2018 年**	**2017 年**
海融科技	22.22%	35.92%	41.42%	49.75%
南侨股份	-	-	-	48.36%
桃李面包	30.10%	27.82%	12.51%	10.51%
麦趣尔	35.41%	32.94%	24.73%	19.18%
元祖股份	46.49%	37.63%	38.65%	38.10%
平均值	**33.56%**	**33.58%**	**29.33%**	**33.18%**
公司	**34.48%**	**40.81%**	**50.57%**	**57.43%**

数据来源：上述各公司披露的定期报告和招股说明书。

2017 年至 2019 年，与可比公司相比，公司资产负债率最高，其主要原因为公司处于业务快速发展扩张期，且公司作为非上市公司自身积累仍较薄弱。但报告期内，随着公司经营积累的不断增加，公司的资产负债率持续下降，2020 年 6 月底，公司资产负债率已下降至与行业平均值相当。

报告期内，公司流动比率和速动比率指标低于可比公司平均水平，与非上市公司海融科技和南侨股份较为接近。主要是因为近年来随着烘焙市场不断发展，上述非上市公司较多利用自有资金进行产能建设，经营性负债金额较大，导致流动比率和速动比率指标较低。

报告期内，尽管因阶段性投资扩大导致流动比率和速动比率低于同行业可比公司，但随着产能的逐步释放、业绩的快速提升，各项指标均得以快速优化。公司经营活动现金流良好，存货周转率快，整体具有良好的偿债能力。

（二）报告期股利分配情况

2018 年 2 月 26 日，公司召开 2017 年度股东大会，全体股东通过表决作出决议并同意，公司以截至 2017 年 12 月 31 日的总股本 9,000 万股为基数，向股权登记日在册的全体股东每 10 股派发现金红利 1.70 元，向全体股东分红合计

1,530 万元。截止本招股书签署日，此次现金股利分配已经实施完毕。

2019 年 3 月 28 日，公司召开 2018 年度股东大会，全体股东通过表决作出决议并同意，公司以截至 2018 年 12 月 31 日的总股本 12,700 万股为基数，向股权登记日在册的全体股东每 10 股派发现金红利 1.30 元，向全体股东分红合计 1,651 万元。截止本招股书签署日，此次现金股利分配已经实施完毕。

2020 年 4 月 7 日，公司召开 2019 年度股东大会，全体股东通过表决作出决议并同意，公司以截至 2019 年 12 月 31 日的总股本 12,700 万股为基数，向股权登记日在册的全体股东每 10 股派发现金红利 4.00 元，向全体股东分红合计 5,080 万元。截止本招股说明书签署日，此次现金股利分配已经实施完毕。

根据各自然人直接股东和间接股东的个人所得税纳税凭证，相关自然人股东所涉及前述股利分配事项均足额缴纳了个人所得税。

（三）资产周转能力分析

1、资产周转能力分析

报告期内，公司资产周转能力相关的主要财务指标如下表：

财务指标	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率（次/年）	18.50（年化）	22.36	21.84	19.85
存货周转率（次/年）	7.00（年化）	7.80	7.38	6.86

（1）应收账款周转率分析

报告期内，公司应收账款管理良好，严格执行应收账款到期催收措施，使应收账款余额处于较低的水平，应收账款周转率较高，2017 年至 2019 年分别达到 19.85 次/年、21.84 次/年和 22.36 次/年。2020 年 1-6 月，公司年化应收账款周转率为 18.50，依然保持较快的应收账款周转率。

2017 年至 2019 年，公司应收账款周转率逐年提高，一方面是因为冷冻烘焙食品业务的销售主要为先款后货形式，随着冷冻烘焙食品收入比重的提升，应收账款周转率不断提高；另一方面，是因为公司品牌影响力逐年增强，对客户议价能力显著提高，且对业务人员加强了回款管理，将销售人员的业绩考核与回款相挂钩，应收账款占营业收入比重逐年下降。

（2）存货周转率分析

公司的烘焙食品原料及冷冻烘焙食品为食品类，均属于快消品。因此，公司

始终重视存货的管理，根据销售计划组织生产，确保存货规模的合理性，有效避免存货积压、滞销的风险。2017 年至 2019 年，公司保持较高的存货周转效率，分别为 6.86 次/年、7.38 次/年和 7.80 次/年，体现出良好的存货管理水平。2020 年 1-6 月，公司年化存货周转率为 7.00，依然保持较快的存货周转率。

2、同行业公司资产周转能力对比

公司	应收账款周转率（次/年）				存货周转率（次/年）			
	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
海融科技	18.45	23.18	23.21	24.74	4.29	5.88	6.58	6.46
南侨股份	-	-	-	13.54	-	-	-	4.54
桃李面包	11.31	12.24	12.69	13.31	25.14	28.35	28.06	28.01
麦趣尔	6.01	6.04	6.37	7.76	8.58	8.80	9.17	7.57
元祖股份	17.01	52.11	54.75	37.07	11.59	14.39	15.85	15.63
平均值	**13.20**	**23.39**	**24.26**	**19.28**	**12.40**	**14.36**	**14.91**	**12.44**
公司	**18.50**	**22.36**	**21.84**	**19.85**	**7.00**	**7.80**	**7.38**	**6.86**

数据来源：上述各公司披露的定期报告和招股说明书。

应收账款周转率与各公司的产品结构和客户结构密切相关。元祖股份采用直营销售的模式，回款速度快，其应收账款周转率显著高于其他可比公司。公司和海融科技则主要通过经销商销售，给予经销商的信用政策严格，账期较短或者没有账期，而桃李面包、麦趣尔和南侨股份以商超及工业客户等直营客户为主，其结算账期较长。因此，公司应收账款周转率符合公司的产品及客户结构的特征。

行业内公司存货周转率与产品特性相关。例如，桃李面包的主要产品为面包、月饼及粽子，元祖股份的产品为蛋糕、月饼、粽子等产品，其产品保质期很短，其中月饼及粽子还属于季节性产品，不宜提前较多时间生产和增加备货量，因此桃李面包、元祖股份的存货周转率显著高于其他公司。而南侨股份、海融科技等公司的产品则保质期较长，适合大规模提前生产，存货周转率较小。因此，公司存货周转率低于桃李面包与元祖股份，与海融科技、南侨股份、麦趣尔较为相似，符合行业特征。

（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	4,537.98	26,377.99	10,824.14	11,736.58
投资活动产生的现金流量净额	-3,948.40	-12,431.56	-9,947.12	-8,820.94
筹资活动产生的现金流量净额	-3,540.04	-3,930.32	3,294.72	-35.72
现金及现金等价物净增加额	-2,950.45	10,016.11	4,171.74	2,879.92

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额均为正数，投资活动产生的现金流量净额均为负数，这与公司正处于高速发展阶段、生产经营状况良好、生产规模不断扩大、投资需求不断增长的现状相吻合。

报告期内，公司现金净流量分别为 2,879.92 万元、4,171.74 万元、10,016.11 万元和-2,950.45 万元。整体上，公司现金流量情况良好，财务安全、稳健，风险较小。2020 年上半年公司现金净流量为负主要是因为公司处于销售淡季及受到疫情影响，收入增速放缓，以及偿还借款、股东分红以及佛山厂区扩建等因素所致。

1、经营活动产生的现金流量分析

（1）经营活动产生的现金流量构成及变动情况

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	75,180.88	178,569.34	151,939.82	111,972.36
收到的其它与经营活动有关的现金	514.58	1,866.22	1,370.94	648.28
经营活动现金流入小计	**75,695.45**	**180,435.56**	**153,310.75**	**112,620.64**
购买商品、接受劳务支付的现金	40,463.42	90,320.04	85,637.78	63,936.44
支付给职工以及为职工支付的现金	13,154.11	24,736.31	21,439.21	14,171.34
支付的各项税费	6,027.51	13,271.76	11,335.71	6,509.83
支付的其它与经营活动有关的现金	11,512.44	25,729.46	24,073.90	16,266.45
经营活动现金流出小计	**71,157.47**	**154,057.56**	**142,486.61**	**100,884.06**
经营活动产生的现金流量净额	**4,537.98**	**26,377.99**	**10,824.14**	**11,736.58**

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 11,736.58 万元、10,824.14 万元、26,377.99 万元和 4,537.98 万元，均为正数，反映出公司主营业务获取现金能力较强。

（2）销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入对比情况

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	75,180.88	178,569.34	151,939.82	111,972.36
营业收入	67,007.53	158,372.95	131,345.30	95,599.15
销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比重	112.20%	112.75%	115.68%	117.13%

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 111,972.36 万元、151,939.82 万元、178,569.34 万元和 75,180.88 万元，占当期营业收入的比重分别为 117.13%、115.68%、112.75%和 112.20%，2017 年至 2019 年逐年下降，主要是因为我国在 2018 年、2019 年分别向下调整 1%、3%的增值税率，不含税收入相应增加所致。2020 年上半年提供劳务收到的现金占当期营业收入的比重与 2019 年全年相比未发生较大变化。

（3）经营活动现金流量净额与净利润匹配性

公司经营活动产生的现金流量净额与净利润存在一定的差异。公司净利润与经营活动现金流量净额差异分析情况列示如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	7,599.78	18,139.82	5,230.86	4,398.73
加：资产减值准备	60.07	146.04	134.14	166.64
信用减值损失	-84.84	137.37	-	-
固定资产折旧、投资性房地产折旧	1,610.84	2,647.16	2,069.29	1,306.69
无形资产摊销	86.38	154.61	108.11	85.61
长期待摊费用摊销	216.83	324.01	274.17	148.78
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	9.56	-0.80	23.98	-
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	2.61	49.13	11.51	2.14
财务费用（收益以“－”号填列）	99.55	247.17	275.91	397.72
投资损失（收益以“－”号填列）	-	-	-	-9.85
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	50.86	-60.95	-9.55	-337.96
存货的减少（增加以“－”号填列）	732.91	454.51	-2,164.45	-2,047.93
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	1,687.23	-1,678.11	2,178.38	-1,866.04
经营性应付项目的增加（减少以“－”	-7,533.81	5,818.03	2,691.79	9,492.06

号填列）				
经营活动产生的现金流量净额	4,537.98	26,377.99	10,824.14	11,736.58
当期经营活动净现金流与净利润差异	**-3,061.79**	**8,238.17**	**5,593.28**	**7,337.85**

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差额分别为7,337.85万元、5,593.28万元、8,238.17万元和-3,061.79万元。

2017年，公司经营活动产生的现金流量净额高于公司当年实现的净利润，主要原因是：①2017年底，公司因投资较多，较多的利用自身商业信用，导致经营性应付增加较多；②公司冷冻烘焙食品由于产能限制，在2017年底供不应求，不能较快给客户发货，导致2017年底预收账款增长较快，增加了公司经营性现金流的流入。

2018年，公司当年计提了股份支付费用3,665.22万元，扣除非经常性损益后，公司净利润为8,522.94万元，与其全年经营活动产生的现金流量净额相当。

2019年，公司经营活动产生的现金流量净额高于公司当年实现的净利润，主要原因是公司应付职工薪酬、应缴税费等经营性应付项目及固定资产折旧较上年有所增加所致。

2020年上半年，公司因处于销售淡季，经营性应付项目较上年末下降较多，致使其当期经营活动净现金流与净利润差异为负数。但公司销售具有季节性，公司半年度经营活动现金流量净额与净利润对比情况与全年度不具可比性。

（4）经营活动现金流量净额与净利润匹配性同行业对比分析

报告期内，同行业可比公司经营活动现金流量净额与净利润匹配性如下表所示：

单位：万元

公司	项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
海融科技	经营活动现金流量净额	-3,650.64	9,606.01	4,164.39	9,264.29
	净利润	2,774.01	7,671.82	7,293.28	6,959.30
	差额	-6,424.65	1,934.19	-3,128.89	2,304.99
南侨股份	经营活动现金流量净额		-	-	31,619.44
	净利润		-	-	21,679.07
	差额		-	-	9,940.37
桃李面包	经营活动现金流量净额	51,614.30	88,783.41	80,321.99	65,314.72

	净利润	41,767.77	68,335.84	64,215.04	51,328.09
	差额	9,846.53	20,447.57	16,106.95	13,986.63
麦趣尔	经营活动现金流量净额	-1,127.57	9,650.86	1,453.51	4,845.53
	净利润	837.62	-7,088.33	-15,470.92	1,881.81
	差额	-1,965.20	16,739.19	16,924.43	2,963.72
元祖股份	经营活动现金流量净额	13,444.94	34,119.95	36,529.64	32,474.82
	净利润	2,540.38	24,783.36	24,162.52	20,345.65
	差额	10,904.55	9,336.59	12,367.12	12,129.17

烘焙食品行业属于大消费行业，下游客户为经销商，各类零售终端或者消费者，对客户给予的账期普遍较短或者采用要求现款和预付结算，因此，经营活动现金流状况均较好。公司经营活动净现金流高于净利润的情况与行业惯例一致，与公司的销售政策、采购政策、信用政策的变化是相匹配的。

2、投资活动产生的现金流量分析

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	20.56	8.87	37.54	0.05
收到其他与投资活动有关的现金	-	70.00	-	-
投资活动现金流入小计	**20.56**	**78.87**	**37.54**	**0.05**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,898.96	10,396.43	9,984.66	8,820.94
支付其他与投资活动有关的现金	70.00	2,114.00	-	0.05
投资活动现金流出小计	**3,968.96**	**12,510.43**	**9,984.66**	**8,820.99**
投资活动产生的现金流量净额	**-3,948.40**	**-12,431.56**	**-9,947.12**	**-8,820.94**

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-8,820.94 万元、-9,947.12 万元、-12,431.56 万元和-3,948.40 万元。

公司投资活动现金流出主要是购建固定资产、无形资产及其他长期资产所支付的现金。公司投资建设情况详见本节之“（一）资产的主要构成分析”之“3、非流动资产”。

3、筹资活动产生的现金流量分析

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	-	-	3,700.00	-

取得借款收到的现金	6,000.00	6,000.00	6,398.32	10,534.19
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	98.00
筹资活动现金流入小计	**6,000.00**	**6,000.00**	**10,098.32**	**10,632.19**
偿还债务支付的现金	4,000.00	6,398.32	6,534.19	10,000.10
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	5,248.44	3,512.00	269.40	391.90
支付其他与筹资活动有关的现金	291.60	20.00	-	275.91
筹资活动现金流出小计	**9,540.04**	**9,930.32**	**6,803.60**	**10,667.92**
筹资活动产生的现金流量净额	**-3,540.04**	**-3,930.32**	**3,294.72**	**-35.72**

报告期内，公司筹资活动现金流入分别为 10,632.19 万元、10,098.32 万元、6,000.00 万元和 6,000.00 万元，主要为银行借款、股东增资。

报告期内，公司筹资活动现金流出分别为 10,667.92 万元、6,803.60 万元、9,930.32 万元和 9,540.04 万元。主要为偿还银行贷款。

（五）重大资本性支出情况分析

1、报告期内重大资本性支出

报告期内，公司进行了较大规模的产能投资，重大资本性支出情况详见下表：

单位：万元

序号	项目	已支付金额
1	浙江生产基地建设项目	14,374.55
2	佛山生产基地改造项目	4,324.78
3	河南生产基地建设项目	2,522.02

2、未来可预见的重大资本性支出计划

公司未来可预见的重大资本性支出为本次募集资金投资项目的投入。具体详见本招股说明书之“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

除此之外，截止本招股说明书签署日，公司不存在其他未来可预见的重大资本性支出计划。

（六）流动性分析

报告期各期末，公司负债总额分别为 26,239.16 万元、31,267.40 万元、32,456.72 万元和 26,450.99 万元。公司负债以流动负债为主，报告期各期末占比分别为 99.28%、97.03%、86.56%和 83.26%，截至 2020 年 6 月 30 日，公司有息

负债占比为 30.69%。

公司目前经营状况良好，货币资金充足，客户回款速度较快，短期偿债能力较强，资产周转速度处于合理水平。未来，随着公司经营规模的不断扩大，公司将结合募投项目的实施，继续提高公司的核心竞争力。同时，公司将坚持稳健的财务政策，公司将继续加强应收账款、存货的管理效率。

综上所述，公司的流动性风险较小。

（七）持续经营能力分析

近年来，在我国居民消费升级，年轻一代饮食习惯西化的趋势下，我国烘焙行业保持蓬勃发展趋势，市场规模逐年上升，烘焙食品原料以及冷冻烘焙食品市场规模均快速发展，公司在行业中保持了稳定的竞争优势和市场地位。行业的不断发展带动了公司经营规模的不断增加。报告期内，公司营业收入分别为 95,599.15 万元、131,345.30 万元、158,372.95 万元和 67,007.53 万元，净利润分别为 4,398.73 万元、5,230.86 万元、18,139.82 万元和 7,599.78 万元。2017 年至 2019 年，营业收入及净利润均实现了较快增长；2020 年上半年，虽然受到疫情影响，但公司经营情况未发生较大变化，公司营业收入、净利润与上年同期相比保持稳定。

公司经过多年发展，逐步在技术及生产工艺上确立了独特的竞争优势。公司具备独特和创新的产品配方及生产工艺，具备对自动化生产线的定制化改造和优化能力以及大规模生产条件下的全过程品控能力。凭借上述优势，公司得以大规模生产技术难度较大的甜甜圈、白吐司、欧包等冷冻面包产品，以及含乳脂植脂奶油、可丝达酱等烘焙食品原料，并得到市场的高度认可。

公司建设了广泛而深入的营销网络，拥有多元化的销售渠道。截至 2020 年 6 月 30 日，公司销售人员达到 871 人，营销网络遍布我国除港澳台外全部省、直辖市、自治区，深入 351 个城市，与公司合作的经销商超过 1,500 家，直销客户超过 300 家，服务的终端客户超过 5 万家。不仅如此，公司还建立了覆盖烘焙店、饮品店、商超、餐饮、便利店等多样化的销售渠道，产品已进入幸福西饼、味多美、好利来、面包新语、一鸣股份等知名连锁烘焙店，沃尔玛/山姆会员店、盒马生鲜、永辉超市、家乐福、华润万家等大型商超，以及海底捞、豪客来、希尔顿欢朋酒店、乐凯撒披萨等连锁餐饮品牌。

公司产品类型众多，规格多样，截至 2020 年 6 月 30 日，公司奶油、水果制品、酱料和冷冻烘焙食品的品规分别达到 32 种、241 种、69 种和 187 种，能够充分满足下游不同类型客户的多产品、多规格的一站式采购消费需求。

综上，公司具有良好的持续盈利能力。

十三、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）期后事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需披露的期后事项。

（二）或有事项

截至 2020 年 6 月 30 日，公司不存在应披露的重大或有事项。

（三）其他重要事项

截至 2020 年 6 月 30 日，公司无其他重要事项。

（四）审计基准日后主要经营状况及疫情对生产经营的影响

1、2020 年度主要财务信息

公司财务报告的审计截止日为 2020 年 6 月 30 日，中审众环对公司 **2020 年度以及 7-9 月、10-12 月**的合并及母公司财务报表进行了审阅，并出具了《审阅报告》**（众环阅字（2021）0600001 号）**。公司及公司董事、监事、高级管理人员已对公司 **2020 年度以及 7-9 月、10-12 月**未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证审计截止日后财务报表不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已对公司 **2020 年度以及 7-9 月、10-12 月**未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证审计截止日后财务报表真实、准确、完整。

（1）合并资产负债表的主要财务数据

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	变动比例
资产总额	**97,468.52**	79,525.80	**22.56%**

负债总额	**32,269.93**	32,456.72	**-0.58%**
股东权益合计	**65,198.59**	47,069.07	**38.52%**
归属于母公司股东权益合计	**65,198.59**	47,069.07	**38.52%**

截至 2020 年末，公司资产总额为 **97,468.52** 万元，较 2019 年末增长 **22.56%**，主要原因系公司在建工程和应收账款增加、新购买河南生产基地土地使用权以及预付工程及设备款增加所致；公司负债总额为 **32,269.93** 万元，与 2019 年末未发生较大变化；公司所有者权益为 65,198.59 万元，较 2019 年末增长 **38.52%**，主要原因系公司盈利增长导致的盈余增加。

（2）合并利润表的主要财务数据

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	变动比例
营业收入	180,969.01	158,372.95	14.27%
营业利润	29,021.96	22,621.94	28.29%
利润总额	29,004.34	22,560.96	28.56%
净利润	23,209.51	18,139.82	27.95%
归属于母公司股东的净利润	23,209.51	18,139.82	27.95%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	22,583.65	17,287.83	30.63%
项目	2020 年 7-9 月	2019 年 7-9 月	变动比例
营业收入	53,037.36	38,308.46	38.45%
营业利润	10,286.60	4,756.44	116.27%
利润总额	10,278.45	4,734.25	117.11%
净利润	8,272.61	3,854.22	114.64%
归属于母公司股东的净利润	8,272.61	3,854.22	114.64%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	8,135.59	3,796.64	114.28%
项目	2020 年 10-12 月	2019 年 10-12 月	变动比例
营业收入	60,924.12	51,100.35	19.22%
营业利润	9,277.72	8,098.08	14.57%
利润总额	9,277.11	8,082.87	14.77%
净利润	7,337.12	6,496.75	12.94%
归属于母公司股东的净利润	7,337.12	6,496.75	12.94%
扣除非经常性损益后归属于	7,102.78	6,214.85	14.29%

母公司股东的净利润			

2020 年，公司营业收入为 180,969.01 万元，较上年同期增长 14.27%。公司在 2020 年度收入取得增长的主要原因是：①沃尔玛等商超客户对公司产品需求快速增长，销售收入大幅提升；②公司一方面甜甜圈等主打产品的销量持续增加，另一方面加大麻薯等新品的推广力度，销量快速增长。

2020 年，公司归属于母公司股东的净利润为 23,209.51 万元，较上年同期增长 27.95%,公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 22,583.65 万元，较上年同期增长 30.63%。公司净利润的增速高于营业收入的增速，主要原因是受疫情影响，公司销售人员差旅费、业务推广费、会议及培训费等销售费用有所减少。

（3）合并现金流量表的主要财务数据

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	28,513.22	26,377.99	8.09%
投资活动产生的现金流量净额	-15,713.44	-12,431.56	26.40%
筹资活动产生的现金流量净额	-11,750.35	-3,930.32	198.97%
项目	2020 年 7-9 月	2019 年 7-9 月	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	10,952.18	5,395.76	102.98%
投资活动产生的现金流量净额	-5,949.91	-1,755.00	239.03%
筹资活动产生的现金流量净额	-4,139.86	-801.55	416.48%
项目	2020 年 10-12 月	2019 年 10-12 月	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	13,023.05	10,665.32	22.11%
投资活动产生的现金流量净额	-5,815.13	-4,393.71	32.35%
筹资活动产生的现金流量净额	-4,070.46	933.25	-536.16%

2020 年度，公司经营活动产生的现金流量净额为 **28,513.22** 万元，较上年同期**增长了 8.09%，低于净利润的增长速度，主要是公司应收账款较上年末增长 40.20%，高于收入增速所致。**

2020 年度，公司投资活动产生的现金流量净额为**-15,713.44** 万元，较上年同期**净流出增加 26.40%**，主要原因是南沙创信二厂基地建设，致使投资活动现金流出增加。

2020 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额为**-11,750.35** 万元，较上年同期增加 **198.97%**，主要原因是公司 2020 年上半年分配现金股利 5,080.00 万元，以及公司在第三季度偿还银行借款 4,000 万元。

（4）非经常性损益表的主要财务数据

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	变动比例
非流动性资产处置损益	-36.93	-48.33	-23.60%
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	823.14	1,149.49	-28.39%
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-8.46	-11.84	-28.53%
小计	777.74	1,089.31	-28.60%
减：所得税影响数	151.88	237.33	-36.00%
非经常性损益净额	625.86	851.99	-26.54%
归属于公司普通股股东的非经常性损益净额	625.86	851.99	-26.54%
项目	2020 年 7-9 月	2019 年 7-9 月	变动比例
非流动性资产处置损益	-1.00	-4.44	-77.53%
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	182.40	83.07	119.57%
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-7.15	-18.02	-60.31%
小计	174.25	60.61	187.48%
减：所得税影响数	37.23	3.04	1124.73%
非经常性损益净额	137.02	57.57	137.99%
归属于公司普通股股东的非经常性损益净额	137.02	57.57	137.99%
项目	2020 年 10-12 月	2019 年 10-12 月	变动比例
非流动性资产处置损益	-23.76	-23.44	1.37%
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	164.53	580.92	-71.68%

除上述各项之外的其他营业外收入和支出	**4.94**	**8.58**	**-42.40%**
小计	**145.71**	**402.03**	**-63.76%**
减：所得税影响数	**28.22**	**120.13**	**-76.51%**
非经常性损益净额	**117.49**	**281.90**	**-58.32%**
归属于公司普通股股东的非经常性损益净额	**117.49**	**281.90**	**-58.32%**

2020 年度，公司非经常性损益为 **625.86** 万元，较上年同期**减少 26.54%**，主要是**政府补助减少所致**。2020 年非经常性损益占当期净利润比重为 **2.70%**，非经常性损益未对公司经营业绩产生重大影响。

2、疫情对生产经营的影响情况

审计截止日后，发行人主营业务、经营环境等未发生重大不利变化，发行人具有持续盈利能力。2020 年新冠肺炎的爆发，导致公司及客户的生产经营被迫阶段性的停滞。疫情期间公司经营情况如下：

（1）公司经营情况

1）截至目前开工复工程度

自新冠肺炎疫情爆发以来，公司所处行业的上下游企业都受到了不同程度的影响，基于防疫的要求，企业在春节假期后的开工率有所下降，生产被迫阶段性停滞。自 2 月中下旬国内疫情趋于缓解，公司积极开展复产复工，截止本招股说明书签署日，公司开工复工率已经达到了 100%。

2）日常订单或重大合同的履行情况

公司与客户每年年初签署框架协议，约定销售范围、结算方式、验收标准以及供货方式等内容。具体采购的品类、价格和数量则通过订单约定。公司生产模式为根据下个月的预计销售计划在满足安全库存的基础上组织生产。因此，公司的库存商品基本能满足下个月的订单需求，且公司产品生产周期较短，不存在日常订单履行的障碍。

3）主要经营数据的变化情况

①经营业绩及主要财务数据的变化情况

受新冠肺炎疫情影响，公司所处行业的上下游企业都受到了阶段性的影响，公司在疫情期间的开工率和客户需求有所下降，导致公司 2020 年上半年的经营业绩增速有所放缓，收入和净利润较同期略有下滑。随着疫情的缓解，消费者消

费信心和能力的恢复，2020 年 3 月公司已经全面复工复产，业务已经恢复到正常状态。

2020 年上半年公司经营业绩的变化情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年上半年	2019 年上半年	变动幅度
营业收入	67,007.53	68,821.09	-2.64%
扣非前归属于母公司净利润	7,599.78	7,712.00	-1.46%
扣非后归属于母公司净利润	7,228.42	7,363.01	-1.83%

注：公司 2019 年上半年的财务数据未经审计，下同

公司 2020 年上半年的产能、产量、销售等指标较同期变动情况如下表所示：

单位：吨

项目		2020 年上半年	2019 年上半年	变动幅度
产能	冷冻烘焙食品	22,500.00	21,400.00	5.14%
	奶油	16,500.00	16,500.00	-
	水果制品	6,600.00	6,600.00	-
	酱料	14,200.00	5,000.00	184.00%
	合计	**59,800.00**	**49,500.00**	**20.81%**
产量	冷冻烘焙食品	17,639.29	15,163.61	16.33%
	奶油	8,971.56	11,023.89	-18.62%
	水果制品	3,972.44	5,137.46	-22.68%
	酱料	4,488.59	3,785.40	18.58%
	合计	**35,071.88**	**35,110.36**	**-0.11%**
销量	冷冻烘焙食品	17,438.56	15,390.68	13.31%
	奶油	9,629.55	12,547.16	-23.25%
	水果制品	3,934.40	5,002.85	**-21.36%**
	酱料	4,649.16	3,890.79	**19.49%**
	合计	**35,651.67**	36,831.48	**-3.20%**

注 1：2019 年上半年数据未经审计

注 2：销量数据中已剔除外购成品的销量

公司 2020 年上半年主要产品的产能较同期增加 20.81%，主要是酱料方面，公司浙江厂区的新增沙拉酱和可丝达酱产线在 2020 年 1 月大批量投产，较去年上半年新增酱料产能 9,200 吨。冷冻烘焙食品方面，2019 年 12 月公司新增酥饼产线投产。2019 年下半年公司丹麦类新品麻薯进入沃尔玛等商超客户渠道，销

量增长较快。为满足客户需求，公司 2020 年上半年新增丹麦类产线。因此，2020 年上半年公司冷冻烘焙食品较去年同期新增产能 1,100 吨。

2020 年上半年，公司主要产品销量总体与去年同期保持稳定，但受疫情影响，公司的产品结构有所调整，主要表现为：烘焙店和饮品店受疫情影响较大，奶油和水果制品下游客户需求有所减少，相应产品销量较去年同期分别下降 23.25%和 21.36%；冷冻烘焙食品和酱料业务则通过推广新品、加强与疫情影响较小的商超等客户合作等措施，实现了产品销售的增长，分别较去年同期增长 13.31%和 19.49%。

综上，公司 2020 年上半年新增了酱料和冷冻烘焙食品的产能，相关产品受疫情影响较小，相应的产量和销量均也有所增长。从整体上看，公司 2020 年上半年产能、产量和销量等指标未发生重大变化。

2019 年和 2020 年上半年，公司主要财务指标的变化情况如下表所示：

财务指标	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	变动幅度
资产总额（万元）	75,689.72	79,525.80	-4.82%
归属于母公司股东权益（万元）	49,588.85	47,069.07	5.35%
资产负债率（合并）	34.48%	40.81%	下降 6.33 个百分点
流动比率（倍）	1.67	1.57	6.32%
速动比率（倍）	1.16	1.15	0.64%
应收账款周转率（次/年）（年化）	18.50	22.36	-17.25%
存货周转率（次/年）（年化）	7.00	7.80	-10.30%
财务指标	**2020 年上半年**	**2019 年上半年**	**变动幅度**
毛利率	40.75%	40.58%	上升 0.17 个百分点
期间费用率	26.62%	26.41%	上升 0.21 个百分点
净利润率	11.34%	11.21%	上升 0.14 个百分点
加权平均净资产收益率	15.45%	22.94%	下降 7.49 个百分点

注 1：上述净利润率和加权平均净资产收益率指标均采用扣非前归属于母公司净利润口径计算；

注 2：上述应收账款周转率和存货周转率均做了年化处理。

2020 年上半年，公司发放了现金股利 5,080 万元，导致 2020 年 6 月末的资产总额较 2019 年末减少 4.82%。2020 年上半年公司实现净利润 7,599.78 万元，

2020 年 6 月末净资产规模较 2019 年末增长了 5.35%。

公司偿债能力持续提升，2020 年 6 月末资产负债率较 2019 年末下降 6.33 个百分点，流动比率、速动比率则相应提高了 6.32%和 0.64%。虽然公司上半年收入与去年同期相比变动较小，但因上半年为销售淡季，2020 年上半年应收账款周转率（年化）和存货周转率（年化）等指标低于 2019 年全年水平。

2020 年上半年毛利率基本保持稳定。尽管受疫情影响，公司差旅、展会等销售费支出较同期减少较多，但与此同时，为保障员工的稳定，在疫情期间公司为员工提供专项补贴，且疫情发生前，公司年会期间组织了运动会，导致管理费用规模较同期有所增长，另外，公司保持了持续的创新机制，研发投入规模较同期有所上升。因此，2020 年上半年，公司的期间费用率较同期增加 0.21 个百分点。2020 年上半年，公司净利润率较同期上升 0.14 个百分点，但因净利润略有下降，且净资产规模上升，导致加权平均净资产收益率较同期下降 7.49 个百分点。

综上，公司 2020 年上半年经营业绩受到疫情的影响，收入和净利润略有下滑，但疫情对公司经营影响较小，公司的业务已经恢复到正常状态，产品结构发生了一定变化。2020 年上半年公司各项指标变化与公司在疫情期间的经营策略相符，未发生较大的变化。因此，公司业绩和财务指标的变动具有合理性。

②主要客户和供应商、销售模式以及产品结构的变化情况

2019 年和 2020 年上半年主要客户和供应商、销售模式以及产品结构的变化情况详见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（二）主要客户”与“五、发行人采购情况和主要供应商”之“（二）主要供应商”及本节之“十、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入按产品结构分类”

4）经营业绩趋势与同行业可比公司对比情况

2019 年上半年与 2020 年上半年公司经营业绩趋势与同行业可比公司对比情况如下表所示：

单位：万元

公司	项目	2020 年上半年	2019 年上半年	变动幅度
海融科技	营业收入	22,792.76	25,948.95	-12.16%
	净利润	2,774.02	2,107.78	31.61%

桃李面包	营业收入	273,888.05	255,790.06	7.08%
	净利润	41,767.77	30,366.74	37.54%
麦趣尔	营业收入	41,056.60	28,974.49	41.70%
	其中烘焙食品收入	14,923.40	12,533.25	19.07%
	净利润	887.92	805.38	10.25%
元祖股份	营业收入	83,503.65	83,282.14	0.27%
	净利润	2,541.79	3,554.43	-28.49%
立高食品	营业收入	67,007.53	68,821.09	-2.64%
	净利润	7,599.78	7,712.00	-1.46%

注 1：数据来自各上市公司 2019 年和 2020 年半年报，海融科技数据来自于其对审核中心意见落实函的回复，南侨股份未更新其数据，未作比较；

注 2：上述净利润数据为扣非前归属于母公司净利润。

如上表所示，2020 年上半年公司净利润变动幅度与销售收入变动幅度较为接近。同行业可比公司中海融科技主营产品以奶油为主，其销售模式与公司类似，均以经销为主，直销为辅，其 2020 年上半年销售收入同期下滑 12.16%，与公司收入变动趋势相同；桃李面包主营产品为预包装的面包，以直销为主，其直销对象为大型连锁商超（KA 客户）和中心城市的中小超市、便利店终端，该类客户受疫情影响相对较小，因此，其 2020 年上半年销售收入较同期有所增长；麦趣尔主营产品包括乳制品和烘焙食品，其中烘焙食品以烘焙连锁门店为经营业态，2020 年上半年烘焙食品销售收入为 14,923.40 万元，较去年同期增长 19.07%。烘焙食品收入增长的原因是麦趣尔自 2018 年开始摸索加盟模式，截止 2019 年末公司共有烘焙门店 211 家，2020 年门店数量则接近 250 家，门店数量的快速增长推动了烘焙食品销售规模的增长；元祖股份上半年主营产品为蛋糕和中西式糕点，其 2020 年上半年销售收入较同期增幅较小，为 0.27%，增幅主要来自于端午节节令产品的增长，主要是因为 2020 年端午节在 6 月 25 日，此时国内疫情已经得到大幅缓解，消费需求回升所致。

综上，受疫情影响，公司 2020 年上半年销售收入略有下降，与产品结构和销售模式相类似的海融科技收入变动趋势一致。因产品结构、销售模式和经营策略的差异，麦趣尔、元祖股份、桃李面包等同行业可比公司收入和净利润则呈现出不同的变动趋势。

5）发行人管理层对市场和经营情况的评估及依据

公司业务所属的烘焙行业为食品业，属于民生需求，刚性消费属性较强。尽管受疫情影响，公司及上下游企业复工时间均有所延后，对公司正常的生产和销售造成了一定的影响。但随着国内疫情的缓和，公司及主要客户和供应商均已复工，终端消费需求也得到了快速的恢复。公司商超客户受疫情影响较小，疫情期间采购需求持续增长，另外，公司积极推广麻薯、精装挞皮等新品，获得了客户的认可，销量增长较快。因此，公司 2020 年上半年收入和净利润下滑幅度较小，外部经营环境未发生重大变化。同行业上市公司桃李面包和元祖股份 2020 年一季报数据亦显示其营业收入已超过了去年同期水平。

综上，公司管理层根据客户及供应商的复工情况、公司上半年的收入和利润情况、新品的销售数据以及同行业公司一季度的经营业绩，认为疫情对烘焙行业的整体影响较小，公司外部经营环境未发生重大变化。

（2）主要客户、供应商停复工情况，疫情影响订单、交货情况

1）截至目前主要客户、供应商停复工情况

截止本招股说明书签署日，公司的主要客户和供应商均已复工复产。

2）因疫情影响客户取消或推迟订单、供应商延迟交货的具体情况

公司的挞液产品的供应商为鑫兰食品武汉有限公司，其地处本次疫情中心湖北武汉，受疫情影响较大，停工时间较长，因此，存在延迟交货的情形。由于公司挞液的技术储备已经成熟，且在疫情前已经具备量产的生产能力，因此，为应对鑫兰食品停工的影响，公司从 2020 年 3 月起暂停了向鑫兰食品的挞液采购，转而利用公司现有奶油生产线开始加速生产挞液，并已基本满足公司现有销售需求。除上述情形外，公司不存在其他因疫情影响客户取消或推迟订单、供应商延迟交货的情况。

（3）2020 年新增订单情况，新冠疫情对全年经营业绩及发行人持续经营能力的影响以及发行人采取的具体应对措施

1）2020 年上半年新增订单的情况

烘焙食品为快速消费品，生产和销售周期均不长，且食品存在有效期，因此，客户通常的库存规模不大，而采取高频率的下单模式，满足销售需求。在疫情期间，受销售需求减弱的影响，公司订单量有一定程度的下降。但自疫情缓解以来，

消费者的消费意向和消费能力得到了显著的恢复，订单量快速回升，2020 年上半年的订单金额（含税）为 7.56 亿元，较去年同期 7.81 亿元略有下降 3.13%。

2）新冠疫情对全年经营业绩及发行人持续经营能力的影响，以及发行人采取的具体应对措施

除 2019 年公司存在极少量的境外销售外，公司的收入均来自于国内消费市场。国内疫情自 2 月中旬以来逐步缓解，公司客户和供应商逐步复工复产，消费者的消费能力和消费意向得到了有效的恢复。截止本招股说明书签署日，公司的主要客户和供应商均已复工，原材料的采购、生产的组织和产品销售均已恢复正常经营状态。2020 年上半年公司的收入和净利润规模较去年同期下滑幅度较小，预计全年可实现的营业收入区间为 175,000.00 万元至 180,000.00 万元，同比增长 10.50%至 13.66%；预计全年归属于母公司股东的净利润区间为 23,800.00 万元至 24,800.00 万元，同比增长 31.20%至 36.72%。因此，新冠疫情不会对公司全年的经营业绩及持续经营能力产生重大不利影响。

同时为有效降低疫情的影响，公司在疫情期间也采取了各项有效的措施加以应对，包括①密切与多家合格供应商的沟通，了解供应商复工情况和协调原材料供应安排，保障原材料疫情期间不断供。对于处在疫区中心的鑫兰食品武汉有限公司，其供应的挞液产品因疫情供应能力大幅下降，公司加大了挞液自主生产的规模予以补充替代；②加强防疫物资的采购，制定和执行严格的防疫措施，充分保障员工的健康；③对人员用工进行合理安排，根据不同厂区、产线的复工情况，组织员工的复工，对于未复工人员，提供生活保障费用，保障员工的稳定；④商超作为居民生活物资稳定供应的重要途经，其受疫情影响相对较小，因此，公司加大了与沃尔玛、盒马鲜生等商超客户的合作力度，扩大了新品类如麻薯等产品在商超客户的推广力度；⑤利用网络平台开展立高烘焙百家讲坛、新品上市直播课、《疫情下，饼店怎么办》等免费课程，对疫情期间的烘焙企业运营提供专业意见，辅助客户抗击疫情；⑥加强库存的控制与管理，结合客户的复工及库存情况，分阶段逐步增加产能。

（五）申报财务报表与原始财务报表不一致的具体情况及产生的原因、影响

1、报告期各期申报财务报表与原始财务报表差异

2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月差异情况

单位：万元

资产	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
流动资产：				
货币资金	16,409.64	16,409.64	-	-
应收账款	6,447.41	6,447.41	-	-
预付款项	1,370.86	1,370.86	-	-
其他应收款	447.59	447.59	-	-
存货	11,024.83	11,024.83	-	-
其他流动资产	568.95	568.95	-	-
流动资产合计	36,269.28	36,269.28	-	-
非流动资产：				
固定资产	26,464.73	26,464.73	-	-
在建工程	3,593.94	3,593.94	-	-
无形资产	6,982.76	6,982.76	-	-
长期待摊费用	664.99	664.99	-	-
递延所得税资产	476.91	476.91	-	-
其他非流动资产	1,237.11	1,237.11	-	-
非流动资产合计	39,420.44	39,420.44	-	-
资产总计	75,689.72	75,689.72	-	-

单位：万元

负债和股东权益	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
流动负债：				
短期借款	5,005.92	5,005.92	-	-
应付账款	8,729.26	8,729.26	-	-
预收款项	25.34	25.34	-	-
合同负债	1,410.57	1,410.57	-	-
应付职工薪酬	2,061.15	2,061.15	-	-
应交税费	2,353.92	2,353.92	-	-
其他应付款	2,141.35	2,141.35	-	-
一年内到期的非流动负债	3.26	3.26	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	21,730.79	21,730.79	-	-
非流动负债：				

长期借款	3,000.00	3,000.00	-	-
递延收益	1,370.08	1,370.08	-	-
非流动负债合计	4,370.08	4,370.08	-	-
负债合计	26,100.87	26,100.87	-	-
股东权益：				
股本	12,700.00	12,700.00	-	-
资本公积	10,501.38	10,501.38	-	-
盈余公积	1,356.74	1,356.74	-	-
未分配利润	25,030.73	25,030.73	-	-
归属于母公司股东权益合计	49,588.85	49,588.85	-	-
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	49,588.85	49,588.85	-	-
负债和股东权益总计	75,689.72	75,689.72	-	-

单位：万元

项目	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
一、营业总收入	67,007.53	67,007.53	-	-
其中：营业收入	67,007.53	67,007.53	-	-
二、营业总成本	57,971.30	57,971.30	-	-
其中：营业成本	39,703.02	39,703.02	-	-
税金及附加	432.24	432.24	-	-
销售费用	11,985.11	11,985.11	-	-
管理费用	3,727.05	3,727.05	-	-
研发费用	2,069.89	2,069.89	-	-
财务费用	53.99	53.99	-	-
其中：利息费用	99.55	99.55	-	-
利息收入	58.61	58.61	-	-
加：其他收益	406.20	406.20	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	84.84	84.84	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-60.07	-60.07	-	-
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-9.56	-9.56	-	-
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	9,457.64	9,457.64	-	-
加：营业外收入	1.78	1.78	-	-
减：营业外支出	10.64	10.64	-	-

项目	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	9,448.78	9,448.78	-	-
减：所得税费用	1,849.00	1,849.00	-	-
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	7,599.78	7,599.78	-	-

2019 年 12 月 31 日/2019 年度差异情况

单位：万元

资产	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
流动资产：				
货币资金	19,329.80	19,329.80	-	-
应收账款	8,040.94	8,040.94	-	-
预付款项	1,567.80	1,567.80	-	-
其他应收款	2,447.67	2,447.67	-	-
存货	11,671.88	11,671.88	-	-
其他流动资产	1,043.26	1,043.26	-	-
流动资产合计	44,101.34	44,101.34	-	-
非流动资产：				
固定资产	26,588.47	26,588.47	-	-
在建工程	1,905.51	1,905.51	-	-
无形资产	4,830.46	4,830.46	-	-
长期待摊费用	841.81	841.81	-	-
递延所得税资产	527.77	527.77	-	-
其他非流动资产	730.44	730.44	-	-
非流动资产合计	35,424.46	35,424.46	-	-
资产总计	79,525.80	79,525.80	-	-

单位：万元

负债和股东权益	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
流动负债：				
短期借款	3,003.86	3,003.86	-	-
应付账款	11,907.01	11,907.01	-	-
预收款项	3,116.30	3,116.30	-	-
应付职工薪酬	3,869.61	3,869.61	-	-
应交税费	3,066.38	3,066.38	-	-

其他应付款	3,026.41	3,026.41	-	-
一年内到期的非流动负债	104.21	104.21	-	-
流动负债合计	28,093.79	28,093.79	-	-
非流动负债：				
长期借款	2,900.00	2,900.00	-	-
递延收益	1,462.93	1,462.93	-	-
非流动负债合计	4,362.93	4,362.93	-	-
负债合计	32,456.72	32,456.72	-	-
股东权益：	-	-	-	-
股本	12,700.00	12,700.00	-	-
资本公积	10,501.38	10,501.38	-	-
盈余公积	1,356.74	1,356.74	-	-
未分配利润	22,510.95	22,510.95	-	-
归属于母公司股东权益合计	47,069.07	47,069.07	-	-
股东权益合计	47,069.07	47,069.07	-	-
负债和股东权益总计	79,525.80	79,525.80	-	-

单位：万元

项目	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
一、营业总收入	158,372.95	158,372.95	-	-
其中：营业收入	158,372.95	158,372.95	-	-
二、营业总成本	136,537.89	136,537.89	-	-
其中：营业成本	93,012.66	93,012.66	-	-
税金及附加	1,210.03	1,210.03	-	-
销售费用	30,841.16	30,841.16	-	-
管理费用	7,095.34	7,095.34	-	-
研发费用	4,150.52	4,150.52	-	-
财务费用	228.18	228.18	-	-
加：其他收益	1,069.49	1,069.49	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-137.37	-137.37	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-146.04	-146.04	-	-
资产处置收益（损失以“-”号填列）	0.80	0.80	-	-
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	22,621.94	22,621.94	-	-

项目	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
加：营业外收入	9.79	9.79	-	-
减：营业外支出	70.76	70.76	-	-
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	22,560.96	22,560.96	-	-
减：所得税费用	4,421.14	4,421.14	-	-
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	18,139.82	18,139.82	-	-

2018 年 12 月 31 日/2018 年度差异情况

单位：万元

资产	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
流动资产：				
货币资金	9,296.28	9,296.49	0.21	0.00%
应收票据	35.41	35.41	-	-
应收账款	6,140.39	6,127.09	-13.30	-0.22%
预付款项	2,138.57	1,996.26	-142.31	-7.13%
其他应收款	288.28	302.38	14.10	4.66%
存货	12,448.88	12,175.61	-273.26	-2.24%
其他流动资产	795.56	1,065.37	269.81	25.33%
流动资产合计	31,143.36	30,998.60	-144.76	-0.47%
非流动资产：				
固定资产	21,707.91	21,760.13	52.22	0.24%
在建工程	1,577.67	2,451.72	874.05	35.65%
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	4,872.29	4,931.32	59.03	1.20%
长期待摊费用	681.11	632.79	-48.32	-7.64%
递延所得税资产	443.78	472.03	28.25	5.98%
其他非流动资产	1,560.83	579.48	-981.35	-169.35%
非流动资产合计	30,843.59	30,827.47	-16.12	-0.05%
资产总计	61,986.96	61,826.07	-160.89	-0.26%

单位：万元

负债和股东权益	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
流动负债：				
短期借款	6,398.32	6,398.32	-	-

负债和股东权益	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
应付账款	12,283.22	12,032.58	-250.64	-2.08%
预收款项	2,515.38	2,445.56	-69.83	-2.86%
应付职工薪酬	2,862.45	2,866.80	4.34	0.15%
应交税费	1,949.19	2,079.90	130.71	6.28%
其他应付款	4,239.53	4,514.94	275.40	6.10%
流动负债合计	30,248.10	30,338.09	89.99	0.30%
非流动负债：				
递延收益	890.76	929.31	38.56	4.15%
非流动负债合计	890.76	929.31	38.56	4.15%
负债合计	31,138.85	31,267.40	128.55	0.41%
股东权益：				
股本	12,700.00	12,700.00	-	-
资本公积	10,657.51	10,501.38	-156.13	-1.49%
盈余公积	491.67	494.59	2.93	0.59%
未分配利润	6,998.92	6,862.69	-136.23	-1.99%
归属于母公司股东权益合计	30,848.10	30,558.67	-289.44	-0.95%
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	30,848.10	30,558.67	-289.44	-0.95%
负债和股东权益总计	61,986.96	61,826.07	-160.89	-0.26%

单位：万元

项目	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
一、营业总收入	132,528.28	131,345.30	-1,182.98	-0.90%
其中：营业收入	132,528.28	131,345.30	-1,182.98	-0.90%
二、营业总成本	125,507.74	124,704.25	-803.49	-0.64%
其中：营业成本	81,836.30	81,980.06	143.76	0.18%
税金及附加	1,128.82	1,117.15	-11.66	-1.04%
销售费用	28,718.88	27,903.98	-814.90	-2.92%
管理费用	9,935.25	9,827.85	-107.40	-1.09%
研发费用	3,610.57	3,610.62	0.05	0.00%
财务费用	277.92	264.59	-13.33	-5.04%
加：其他收益	531.52	497.48	-34.04	-6.84%
资产减值损失（损失以“-”号填	-38.52	-134.14	-95.62	71.29%

列）				
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-23.98	-23.98	-	-
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	7,489.56	6,980.41	-509.15	-7.29%
加：营业外收入	9.34	5.44	-3.90	-71.79%
减：营业外支出	168.59	21.96	-146.63	-667.71%
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	7,330.30	6,963.88	-366.42	-5.26%
减：所得税费用	1,782.93	1,733.02	-49.91	-2.88%
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	5,547.38	5,230.86	-316.51	-6.05%

2017 年 12 月 31 日/2017 年度差异情况

单位：万元

资产	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
流动资产：				
货币资金	5,119.74	5,119.74	-	-
应收账款	5,897.29	5,900.12	2.83	0.05%
预付款项	967.55	890.95	-76.60	-8.60%
其他应收款	234.70	235.64	0.93	0.40%
存货	10,123.59	10,026.68	-96.91	-0.97%
其他流动资产	401.28	1,132.44	731.17	64.57%
流动资产合计	22,744.15	23,305.58	561.43	2.41%
非流动资产：				
固定资产	12,560.86	12,560.86	-	-
在建工程	5,715.80	4,791.47	-924.32	-19.29%
无形资产	2,932.14	2,928.39	-3.75	-0.13%
长期待摊费用	484.30	483.93	-0.37	-0.08%
递延所得税资产	436.40	462.47	26.08	5.64%
其他非流动资产	848.44	1,157.68	309.24	26.71%
非流动资产合计	22,977.93	22,384.80	-593.14	-2.65%
资产总计	45,722.08	45,690.38	-31.71	-0.07%

单位：万元

负债和股东权益	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
流动负债：				
短期借款	6,534.19	6,534.19	-	-

负债和股东权益	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
应付账款	9,205.50	9,055.13	-150.38	-1.66%
预收款项	3,959.13	3,525.46	-433.67	-12.30%
应付职工薪酬	2,263.81	2,346.11	82.30	3.51%
应交税费	2,007.91	2,072.29	64.38	3.11%
其他应付款	2,295.06	2,516.89	221.84	8.81%
流动负债合计	26,265.60	26,050.07	-215.53	-0.83%
非流动负债：				
递延收益	188.47	189.09	0.62	0.33%
非流动负债合计	188.47	189.09	0.62	0.33%
负债合计	26,454.07	26,239.16	-214.91	-0.82%
股东权益：				
股本	9,000.00	9,000.00	-	-
资本公积	6,794.79	6,794.79	0.00	0.00%
盈余公积	262.20	284.22	22.02	7.75%
未分配利润	3,211.01	3,372.20	161.19	4.78%
归属于母公司股东权益合计	19,268.01	19,451.21	183.21	0.94%
股东权益合计	19,268.01	19,451.21	183.21	0.94%
负债和股东权益总计	45,722.08	45,690.38	-31.71	-0.07%

单位：万元

项目	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
一、营业总收入	95,740.57	95,599.15	-141.42	-0.15%
其中：营业收入	95,740.57	95,599.15	-141.42	-0.15%
二、营业总成本	90,632.15	90,180.14	-452.01	-0.50%
其中：营业成本	62,002.28	62,007.60	5.32	0.01%
税金及附加	765.52	775.07	9.55	1.23%
销售费用	20,343.71	19,834.28	-509.43	-2.57%
管理费用	7,089.21	4,172.50	-2,916.70	-69.90%
研发费用	-	2,958.78	2,958.78	100.00%
财务费用	431.44	431.92	0.48	0.11%
加：其他收益	156.31	203.97	47.66	23.37%
投资收益（损失以“-”号填列）	9.85	9.85	0.00	0.00%
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-112.30	-166.64	-54.34	32.61%

资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	5,162.29	5,466.19	303.91	5.56%
加：营业外收入	62.08	10.38	-51.70	-497.84%
减：营业外支出	237.97	237.97	-	-
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	4,986.39	5,238.60	252.21	4.81%
减：所得税费用	805.95	839.87	33.93	4.04%
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	4,180.45	4,398.73	218.28	4.96%

2、报告期各期申报财务报表与原始财务报表产生差异的主要原因

（1）2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月差异主要原因

原始合并资产负债表与申报合并资产负债表（2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月）无差异。

（2）2019 年 12 月 31 日/2019 年度差异主要原因

原始合并资产负债表与申报合并资产负债表（2019 年 12 月 31 日/2019 年度）无差异。

（3）2018 年 12 月 31 日/2018 年度差异主要原因

1）货币资金

调整计入应收账款的支付宝企业账户余额，调增货币资金 0.21 万元。

2）应收账款

调整计入应收账款的支付宝企业账户余额，调减应收账款 0.21 万元；根据科目重分类及同户名合并调增应收账款 0.03 万元；根据收入确认原则调整跨期收入，调减应收账款 21.43 万元；内部交易抵销差错调增应收账款 6.07 万元；根据坏账准备测算差异，调增应收账款 2.23 万元。以上共计调减应收账款 13.30 万元。

3）预付款项

根据科目重分类调减预付款项 142.31 万元。

4）其他应收款

根据科目重分类调增其他应收款 15.00 万元；根据坏账准备测算差异，调减其他应收款 0.90 万元。以上共计调增其他应收款 14.10 万元。

5）存货

根据收入确认原则调整跨期收入，调减存货 31.39 万元；内部交易抵销差错调减存货 23.92 万元；成本计算错误，调减存货 121.15 万元；根据存货跌价准备差异，调减存货 96.81 万元。以上共计调减存货 273.26 元。

6）其他流动资产

根据科目重分类调增其他流动资产 126.61 万元；待抵扣进项税调整应交税费，调增其他流动资产 4.96 万元；根据工程及设备进度调整预付款，调增其他流动资产 138.24 万元。以上共计调增其他流动资产 269.81 万元。

7）固定资产

根据工程及设备进度调整转固，调增固定资产原值 45.65 万元；工程项目人员薪酬调增固定资产 21.09 万元；根据合同及发票调整资产原值，调减固定资产原值 36.44 万元；计提购买不动产登契税，调增固定资产原值 35.18 万元；根据折旧测算差异调减固定资产 13.26 万元。以上共计调增固定资产 52.22 元。

8）在建工程

根据工程及设备进度调整预付工程款至其他非流动资产，调减在建工程 16.24 万元；根据工程及设备进度调整预付款，调增在建工程 864.00 万元；计提购买不动产登契税，调增在建工程 26.29 万元。以上共计调增在建工程 874.05 万元。

9）无形资产

计提购买不动产登契税，调增无形资产 59.23 万元；根据摊销测算差异调减无形资产 0.20 万元。以上共计调增无形资产 59.03 万元。

10）长期待摊费用

根据长期待摊费用摊销测算差异，调减长期待摊费用 62.33 万元；根据合同调整，调增长期待摊费用 14.01 万元。以上共计调减长期待摊费用 48.32 万元。

11）递延所得税资产

根据应收款项的坏账准备、存货跌价准备、计提返利、可抵扣亏损、内部交易抵销差错调整，导致产生应纳税所得额时间性差异，调增递延所得税资产 28.17 万元；根据测算差异调增递延所得税资产 0.07 万元。以上共计调增递延所得税资产 28.25 万元。

12）其他非流动资产

根据工程及设备进度调整在建工程，调增其他非流动资产 16.24 万元；根据工程及设备进度调整预付款，调减其他非流动资产 1,002.24 万元；根据科目重分类调增其他非流动资产 4.65 万元。以上共计调减其他非流动资产 981.35 万元。

13）应付账款

根据科目重分类调减应付账款 33.29 万元；根据合同及发票调整固定资产原值、长期待摊费用原始金额及汇兑损益，调减应付账款 54.58 元；根据计提数与实际发生额差异调整运输费、仓储费、劳务费等，调增应付账款 37.02 万元；根据款项性质在科目间重分类，调减应付账款 198.46 万元；汇兑损益调减应付账款 1.33 万元。以上共计调减应付账款 250.64 万元。

14）预收款项

根据科目重分类及同户名合并调增预收款项 0.36 万元；根据收入确认原则调整跨期收入，调减预收款项 70.19 万元。以上共计调减预收款项 69.83 万元。

15）应付职工薪酬

根据实际支付薪酬与账面计提差异，调增应付职工薪酬 12.77 万元；应付食堂供应商款项调减应付职工薪酬 8.43 万元。以上共计调增应付职工薪酬 4.34 万元。

16）应交税费

因调整损益调整，调减应交税费 27.69 万元；调整进项税转出记账差错，调减应交税费 8.86 万元；根据汇算清缴，调增应交税费 35.40 万元；待抵扣进项税调整至其他流动资产，调增其他流动资产 4.96 万元；计提购买不动产登契税，调增应交税费 120.70 万元；股东免收租金进行纳税调整调增应交税费 6.21 万元。以上共计调增应交税费 130.71 万元。

17）其他应付款

根据款项性质在科目间重分类，调增其他应付款 198.46 万元；根据科目重分类调增其他应付款 36.91 万元；根据成本费用计提数与实际发生额差异，调减其他应付款 94.41 万元；应付食堂供应商款项调增其他应付款 8.43 万元；根据银行借款利息测算差异，调增其他应付款 11.91 万元；调整计提的销售折扣，调增其他应付款 114.10 万元。以上共计调增其他应付款 275.40 万元。

18）递延收益

根据测算差异，调增递延收益 38.56 万元。

19）资本公积、盈余公积、未分配利润、归属于母公司所有者权益合计

由于资产负债及损益科目调整，资本公积调减 156.13 万元，盈余公积调增 2.93 万元，未分配利润调减 136.23 万元，归属于母公司所有者权益合计调减 289.44 万元。

20）营业收入

根据收入确认原则调整跨期收入，调减营业收入 330.88 万元；调整计入销售费用的销售折扣，调减营业收入 739.43 万元；调整计提的销售折扣，调减营业收入 113.23 万元；其他账务处理差异调增营业收入 0.55 万元。以上共计调减营业收入 1,182.98 万元。

21）营业成本

根据收入确认原则调整跨期收入，调减营业成本 216.16 万元；劳务费、薪酬等成本计提差异调减成本 29.28 万元；内部交易抵销差错调增营业成本 267.67 万元；损益类科目间重分类调增营业成本 41.59 万元；工程项目人员薪酬增加固定资产，调减营业成本 21.09 万元；折旧及摊销差异调增营业成本 61.16 万元；成本计算错误，调增营业成本 121.15 万元；上期计提存货减值在本期实现销售，调减营业成本 81.29 万元。以上共计调增营业成本 143.76 万元。

22）税金及附加

账务处理差异调减税金及附加 11.66 万元。

23）销售费用

损益类科目间重分类调增销售费用 17.62 万元；费用计提差异调减销售费用 87.49 万元；调整进项税转出记账差错，调减销售费用 8.86 万元；其他财务处理差异调增销售费用 3.26 万元；调整计入销售费用的销售折扣，调减销售费用 739.43 万元。以上共计调减销售费用 814.90 元。

24）管理费用

存货盈亏重分类，调增管理费用 146.63 万元；损益类科目间重分类调减管理费用 45.21 万元；费用计提差异调减管理费用 48.20 万元；服务费计入无形资产调整，调减管理费用 4.72 万元；折旧及摊销差异调增管理费用 0.24 万元；股份支付差异调减管理费用 156.13 万元。以上共计调减管理费用 107.40 万元。

25）研发费用

损益类科目间重分类调减研发费用 13.99 万元；费用计提差异调增研发费用 14.04 万元。以上共计调增管理费用 0.05 万元。

26）财务费用

根据银行借款利息测算，调增财务费用 6.50 万元；汇兑损益调减财务费用 21.87 万元；待抵扣进项税调整，调增财务费用 2.04 万元。以上共计调减财务费用 13.33 万元。

27）其他收益

政府补助调整营业外收入，调增其他收益 3.90 万元；根据测算差异，调减其他收益 37.94 万元。以上共计调减其他收益 34.04 万元。

28）资产减值损失

由于应收账款、其他应收款、存货科目调整，调减资产减值损失 95.62 万元。

29）营业外收入

政府补助调整，调减营业外收入 3.90 万元。

30（营业外支出

存货盈亏重分类至管理费用，调减营业外支出 146.63 元。

31）所得税费用

由于调整当期损益及递延所得税资产调减所得税费用 96.96 万元；根据汇算清缴数据调增所得税费 35.40 万元；递延所得税资产计算错误，调增所得税费用 5.44 万元；股东免收租金进行纳税调整调增所得税费用 6.21 万元。以上共计调减所得税费用 49.91 万元。

（3）2017 年 12 月 31 日/2017 年度差异主要原因

1）应收账款

根据科目重分类及同户名合并调减应收账款 25.53 万元；根据收入确认原则调整跨期收入，调增应收账款 28.17 万元；根据坏账准备测算差异，调增应收账款 0.20 万元。以上共计调增应收账款 2.83 元。

2）预付款项

根据科目重分类调减预付款项 92.98 万元；调整多计提的销售折扣，调增预付款项 16.38 万元。以上共计调减预付款项 76.60 万元。

3）其他应收款

根据科目重分类调增其他应收款 0.98 万元；根据坏账准备测算差异，调减其他应收款 0.05 万元。以上共计调增其他应收款 0.93 万元。

4）存货

根据收入确认原则调整跨期收入，调减存货 247.55 万元；待抵扣进项税调整至其他流动资产，调减存货 17.89 万元；内部交易抵销差错调增存货 249.82 万元；根据存货跌价准备测算差异，调减存货 81.29 万元。以上共计调减存货 96.91 万元。

5）其他流动资产

根据科目重分类调增其他流动资产 85.23 万元；从其他科目中转入待抵扣进项税，调增其他流动资产 645.94 万元，其中：存货调增 17.89 万元，应交税费调减 62.87 万元，其他非流动资产调增 688.88 万元，财务费用调增 2.04 万元。以上共计调增其他流动资产 731.17 万元。

6）在建工程

根据工程及设备进度调整预付工程款至其他非流动资产，调减在建工程 991.36 万元；根据实际支付薪酬与账面计提差异，调增在建工程 21.42 万元；公司应负担的供应商税费计入税金及附加调整，调增在建工程 0.30 万元；预付工程款计入费用，调增在建工程 45.32 万元。以上共计调减在建工程 924.32 万元。

7）无形资产

服务费计入无形资产调整，调减无形资产 3.75 万元。

8）长期待摊费用

根据长期待摊费用摊销测算差异，调减长期待摊费用 14.38 万元；根据合同调整资产原值，调增长期待摊费用 14.01 万元。以上共计调减长期待摊费用 0.37 万元。

9）递延所得税资产

根据应收款项的坏账准备、存货跌价准备、计提返利、可抵扣亏损、内部交易抵销差错调整，导致产生应纳税所得额时间性差异，调增递延所得税资产 20.57 万元；根据测算差异调增递延所得税资产 5.51 万元。以上共计调增递延所得税资产 26.08 万元。

10）其他非流动资产

根据工程及设备进度调整在建工程，调增其他非流动资产 991.36 万元；根据科目分类调增其他非流动资产 6.76 万元；待抵扣进项税调整至其他流动资产，调减其他非流动资产 688.88 万元。以上共计调增其他非流动资产 309.24 万元。

11）应付账款

根据科目重分类调增应付账款 22.25 万元；根据合同调整长期待摊费用，调增应付账款 2.40 万元；根据计提数与实际发生额差异调整运输费、仓储费、劳务费等，调增应付账款 23.43 万元；根据款项性质在科目间重分类，调减应付账款 198.46 万元。以上共计调减应付账款 150.38 万元。

12）预收款项

根据科目重分类及同户名合并调减预收款项 25.53 万元；根据收入确认原则调整跨期收入，调减预收款项 408.14 万元。以上共计调减预收款项 433.67 万元。

13）应付职工薪酬

根据实际支付薪酬与账面计提差异，调增应付职工薪酬 101.87 万元；应付食堂供应商款项调减应付职工薪酬 19.57 万元。以上共计调增应付职工薪酬 82.30 万元。

14）应交税费

因调整损益调整，调增应交税费 129.96 万元；待抵扣进项税调整至其他流动资产，调减应交税费 62.87 万元；收入和销项税金额串行调整，调减应交税费 2.71 万元。以上共计调增应交税费 64.38 万元。

15）其他应付款

根据款项性质在科目间重分类，调增其他应付款 198.46 万元；根据科目重分类调减其他应付款 22.27 万元；根据成本费用计提数与实际发生额差异，调增其他应付款 2.44 万元；应付食堂供应商款项调增其他应付款 19.57 万元；根据合同调整服务费，调增其他应付款 0.97 万元；根据银行借款利息测算差异，调增其他应付款 5.40 万元，调整计提的销售折扣，调增其他应付款 17.26 万元。以上共计调增其他应付款 221.84 万元。

16）递延收益

根据测算差异，调增递延收益 0.62 万元。

17）资本公积、盈余公积、未分配利润、归属于母公司所有者权益合计

由于资产负债及损益科目调整，盈余公积调增 22.02 万元，未分配利润调增 161.19 万元，归属于母公司所有者权益合计调增 183.21 万元。

18）营业收入

根据收入确认原则调整跨期收入，调增营业收入 372.91 万元；调整计入销售费用的销售折扣，调减营业收入 559.53 万元；调整计提的销售折扣，调增营业收入 39.07 万元；收入和销项税金额串行调整，调增营业收入 2.71 万元；废品收入调整营业外收入，调增营业收入 3.42 万元。以上共计调减营业收入 141.42 万元。

19）营业成本

根据收入确认原则调整跨期收入，调增营业成本 247.55 万元；劳务费、薪酬等成本计提差异调增成本 27.01 万元；内部交易抵销差错调减营业成本 249.82 万元；损益类科目间重分类调减营业成本 27.13 万元；其他账务处理差异调减营业成本 6.18 万元；折旧及摊销差异调增营业成本 13.90 万元。以上共计调增营业成本 5.32 万元。

20）税金及附加

账务处理差异调增税金及附加 9.55 万元。

21）销售费用

损益类科目间重分类调增销售费用 29.63 万元；费用计提差异调增销售费用 20.48 万元；调整计入销售费用的销售折扣，调减销售费用 559.53 万元。以上共计调减销售费用 509.43 万元。

22）管理费用

研发费用重分类至研发费用，调减管理费用 2,952.86 万元；费用计提差异调增管理费用 48.29 万元；损益类科目间重分类调减管理费用 2.91 万元；服务费计入无形资产调整，调增管理费用 4.72 万元；根据合同调整长期待摊费用原始金额，调减管理费用 11.61 万元；折旧及摊销差异调增管理费用 0.48 万元；其他账务处理差异调减管理费用 2.83 万元。以上共计调减管理费用 2,916.70 万元。

23）研发费用

研发费用调整管理费用，调增研发费用 2,952.86 万元；费用计提差异调增 5.92 万元。以上共计调增研发费用 2,958.78 万元。

24）财务费用

损益类科目间重分类调增财务费用 0.42 万元；根据银行借款利息测算，调增财务费用 2.10 万元；待抵扣进项税调整至其他流动资产，调减财务费用 2.04 万元。以上共计调增财务费用 0.48 万元。

25）其他收益

政府补助调整营业外收入，调增其他收益 48.28 万元；根据测算差异，调减其他收益 0.62 万元。以上共计调增其他收益 47.66 万元。

26）资产减值损失

由于应收账款、其他应收款、存货科目调整，相应调减资产减值损失 54.34 万元。

27）营业外收入

废品收入调整，调减营业外收入 3.42 万元；政府补助调整，调减营业外收入 48.28 万元。以上共计调减营业外收入 51.70 万元。

28）所得税费用

由于调整当期损益及递延所得税资产相应调增所得税费用 39.54 万元；递延所得税资产计算错误，调减所得税费用 5.62 万元。以上共计调增所得税费用 33.93 万元。

公司原始财务报表与申报财务报表存在的差异主要是公司在历年对企业会计准则理解存在一定偏差引起的。对发行人原始报表的调整情况符合企业会计准则的规定。

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、期后事项、或有事项及其他重要事项”之“（五）申报财务报表与原始财务报表不一致的具体情况及产生的原因、影响”中补充披露上述内容。

（六）财务报表项目比较数据变动幅度达 30%以上的情况及原因

发行人报告期内比较数据变动幅度达 30%以上的财务报表科目列示如下：

单位：万元

报表项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
货币资金	-	-	19,329.80	107.93%	9,296.49	81.58%	5,119.74
应收票据	-	-	-	-100.00%	35.41	-	-
应收账款	-	-	8,040.94	31.24%	6,127.09	-	-
预付款项	-	-	-	-	1,996.26	124.06%	890.95
其他应收款	447.59	-81.71%	2,447.67	709.47%	302.38	-	-
其他流动资产	568.95	-45.46%	-	-		-	-
固定资产	-	-	-	-	21,760.13	73.24%	12,560.86
在建工程	3,593.94	88.61%	-	-	2,451.72	-48.83%	4,791.47
无形资产	6,982.76	44.56%	-	-	4,931.32	68.40%	2,928.39
长期待摊费用	-	-	841.81	33.03%	632.79	30.76%	483.93
其他非流动资产	1,237.11	69.37%	-	-	579.48	-49.94%	1,157.68
短期借款	5,005.92	66.65%	3,003.86	-53.05%	6,398.32	-	-
应付账款	-	-	-	-	12,032.58	32.88%	9,055.13
预收款项	25.34	-99.19%	-	-	2,445.56	-30.63%	3,525.46
合同负债	1,410.57	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬	2,061.15	-46.73%	3,869.61	34.98%	2,866.80	-	-
应交税费	-	-	3,066.38	47.43%	2,079.90	-	-
其他应付款	-	-	3,026.41	-32.97%	4,514.94	79.39%	2,516.89
一年内到期的非流动负债	3.26	-96.87%	104.21	-	-	-	-
长期借款	-	-	2,900.00	-	-	-	-
递延收益	-	-	1,462.93	57.42%	929.31	391.46%	189.09
股本	-	-	-	-	12,700.00	41.11%	9,000.00
资本公积	-	-	-	-	10,501.38	54.55%	6,794.79
盈余公积	-	-	1,356.74	174.32%	494.59	74.02%	284.22
未分配利润	-	-	22,510.95	228.02%	6,862.69	103.51%	3,372.20

1、货币资金：（1）2018 年末较 2017 年末增加 4,176.75 万元，主要系增加销售增加经营性现金流量持续净流入所致。（2）2019 年末较 2018 年末增加 10,033.31 万元，主要系销售增加所致。

2、应收票据：（1）2018 年末比 2017 年末增加 35.41 万元，主要系 2017 年未使用应收票据结算所致。（2）2019 年末较 2018 年末减少 35.41 万元，主要系 2018 年应收票据在 2019 年到期承兑所致。公司报告期内应收票据结算情况详见本节之“十一、财务状况分析”之“2、流动资产”之“（2）应收账款”之“9）应收账款与应收票据之间转换情况”相关内容。

3、应收账款：2019 年末比 2018 年末增加 1,913.85 万元，主要系 2020 年春节较早，大部分存在信用期的直销大客户在 12 月底前即完成春节采购备货，如沃尔玛 2019 年 12 月的采购额较上年同期增加了 692.95 万元，导致公司 2019 年末应收账款增加。

4、预付款项：2018 年末较 2017 年末增加 1,105.31 万元，主要系 2018 年末预付稀奶油货款所致。

5、其他应收款：（1）2019 年末较 2018 年末增加 2,145.29 万元，主要系 2019 年公司购买河南卫辉地块，缴纳了 2,114.00 万元土地款保证金所致。（2）2020 年 6 月末较 2019 年末减少 2,000.08 万元，主要系 2019 年公司购买河南卫辉地块 2020 年 6 月办理不动产证转入无形资产所致。

6、其他流动资产：2020 年 6 月末较 2019 年末减少 474.31 万元，主要系待抵扣进项税减少所致。

7、固定资产：2018 年末较 2017 年末增加 9,199.27 万元，主要系浙江厂区在建工程 2018 年度内达到预定可使用状态后转固所致。

8、在建工程：（1）2018 年末较 2017 年末减少 2,339.75 万元，主要系浙江厂区在建工程 2018 年度内达到预定可使用状态后转固所致。（2）2020 年 6 月末较 2019 年末增加 1,688.43 万元，主要系佛山厂区扩建工程投入增加及广州奥昆租赁的新厂房购入机器设备尚处于调试阶段所致。

9、无形资产：（1）2018 年末较 2017 年末增加 2,002.93 万元，主要是 2018 年新购浙江土地所致。（2）2020 年 6 月末较 2019 年末增加 2,152.30 万元，主要系 2019 年公司购买河南卫辉地块 2020 年 6 月办理不动产证转入无形资产所致。

10、长期待摊费用：（1）2019 年末较 2018 年末增加 209.02 万元，主要系分公司对固定资产的改造费用增加所致。（2）2018 年末较 2017 年末增加 148.86

万元，主要系 2018 年新办公室装修费增加所致。

11、其他非流动资产：（1）2018 年末较 2017 年末减少 578.20 万元，主要系 2017 年公司浙江孙公司设立，筹划建设浙江厂区项目，对应的预付工程及设备款较多所致。（2）2020 年 6 月末较 2019 年末增加 506.67 万元，主要系佛山厂区扩建工程投入增加及广州奥昆租赁的新厂房预付工程款和设备款所致。

12、短期借款：（1）2019 年末较 2018 年末减少 3,394.46 万元，主要系 2019 年公司优化融资结构，归还银行短期借款增加长期借款所致。（2）2020 年 6 月末较 2019 年末增加 2,002.06 万元，主要系新增银行短期借款所致。

13、应付账款：2018 年末较 2017 年末增加 2,977.45 万元，主要系 2018 年公司应付采购款增加所致。

14、预收账款：（1）2018 年末较 2017 年末减少 1,079.90 万元，主要系 2018 年产能增长后，发货及时所致。（2）2020 年 6 月末较 2019 年末减少 3,090.96 万元，主要系执行新会计准则，将因转让商品而预先收取客户的合同对价从“预收账款”项目变更为“合同负债”及“应交税费”（代第三方收取的增值税）项目列报所致。

15、合同负债：2020 年 6 月末较 2019 年末增加 1,410.57 万元，主要系执行新会计准则，将因转让商品而预先收取客户的合同对价从“预收账款”项目变更为“合同负债”及“应交税费”（代第三方收取的增值税）项目列报所致。

16、应付职工薪酬：（1）2019 年末较 2018 年末增加 1,002.81 万元，主要系 2019 年利润增长导致当期计提但尚未发放的年终奖增加所致。（2）2020 年 6 月末较 2019 年末减少 1,808.46 万元，主要系 2020 年 1-6 月支付去年计提奖金所致。

17、应交税费：2019 年末较 2018 年末增加 986.48 万元，主要系 2019 年末应交企业所得税及增值税较上年年末增加所致。

18、其他应付款：（1）2019 年末较 2018 年末减少 1,488.53 万元，主要系 19 年支付 18 年应付股利 1,530 万元所致。（2）2018 年末较 2017 年末增加 1,998.05 万元，主要系 18 年应付股利增加 1,530 万元所致。

19、（1）一年内到期的非流动负债：2019 年末较 2018 年末增加 104.21 万元，主要系 19 年浙江奥昆新增长期借款于一年内到期重分类至一年内到期的非

流动负债。（2）2020 年 6 月末较 2019 年末减少 100.95 万元，主要系一年内到期长期借款减少所致。

20、长期借款：2019 年末较 2018 年末增加 2,900.00 万元，主要系 2019 年公司优化融资结构，归还银行短期借款增加长期借款所致。

21、递延收益：报告期内各期递延收益逐年增加，主要系确认政府补助增加所致。

22、股本：2018 年末较 2017 年末增加 3,700.00 万元，主要系股东增加资本所致。

23、资本公积：2018 年末较 2017 年末增加 3,706.59 万元，系 2018 年公司实施股权激励转资本公积所致。

24、盈余公积：（1）2019 年末较 2018 年末增加 862.15 万元，主要系利润增加所致。（2）2018 年末较 2017 年末增加 210.37 万元，主要系利润增加所致。

25、未分配利润：（1）2019 年末较 2018 年末增加 15,648.26 万元，主要系 2019 年公司经营净利润增加未分配利润所致。（2）2018 年末较 2017 年末增加 3,490.49 万元，主要系 2018 年公司经营净利润增加未分配利润所致。

发行人合并利润表近三年比较数据变动幅度达 30%以上的报表项目的具体情况、变动的原因如下：

单位：万元

报表项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
营业收入	-	-	131,345.30	37.39%	95,599.15
营业成本	-	-	81,980.06	32.21%	62,007.60
税金及附加	-	-	1,117.15	44.14%	775.07
销售费用	-	-	27,903.98	40.69%	19,834.28
管理费用	-	-	9,827.85	135.54%	4,172.50
财务费用	-	-	264.59	-38.74%	431.92
其他收益	1,069.49	114.98%	497.48	143.90%	203.97
投资收益	-	-	-	-100.00%	9.85
信用减值损失	-137.37	-	-	-	-
资产减值损失	-146.04	8.87%	-134.14	-	-

资产处置收益	0.8	-103.34%	-23.98	-100.00%	-
营业外收入	9.79	79.96%	5.44	-47.59%	10.38
营业外支出	70.76	222.22%	21.96	-90.77%	237.97
所得税费用	4,421.14	155.11%	1,733.02	106.34%	839.87
净利润	18,139.82	246.78%	5,230.86	-	-

1、营业收入：2018 年较 2017 年增加 35,746.15 万元，主要系公司浙江长兴生产基地投产产量增加，市场扩展导致销量增长所致。

2、营业成本：2018 年较 2017 年增加 19,972.46 万元，主要系随着公司主营产品收入的不断增加而增加。

3、税金及附加：2018 年较 2017 年增加 342.08 万元，主要系公司经营业绩增长应交增值税增加所致。

4、销售费用：2018 年较 2017 末增加 8,069.70 万元，主要系主要是公司销量增长，致使销售人员薪酬、运输费用、仓储费用增加所致。

5、管理费用：2018 年较 2017 年增加 5,655.35 万元，主要系 18 年实施股份激励，确认股份支付所致。

6、财务费用：2018 年较 2017 年减少 167.33 万元，系借款平均额减少所致。

7、其他收益：（1）2019 年较 2018 年增加 572.01 万元，主要系公司所获得的政府补助项目及金额增加所致。（2）2018 年较 2017 年增加 293.51 万元，系公司所获得的政府补助项目及金额增加所致。

8、投资收益：2018 年较 2017 年减少 9.85 万元，主要系 2017 年注销子公司所致。

9、信用减值损失及资产减值损失：（1）因为会计政策变化的原因，2018 年不适用信用减值损失科目，因此需要合并信用减值和资产减值损失作对比，2019 年较 2018 年增加 149.27 万元，主要系 2019 年末应收账款余额较 2018 年末增长，计提的坏账损失较大所致。

10、资产处置收益：2019 年较 2018 年增加 24.78 万元，主要系固定资产出售报废所致。

11、营业外收入：（1）2019 年较 2018 年增加 4.35 万元，主要系赔偿款增加所致。（2）2018 年较 2017 年减少 4.94 万元，主要系 2018 年赔偿款减少所致。

12、营业外支出：（1）2019 年较 2018 年增加 48.80 万元，主要系 2019 年固定资产处置损失增加所致。（2）2018 年较 2017 年减少 216.01 万元，主要系 2017 年，公司拟进行华东生产基地的建设，与平湖维克斯儿童玩具有限公司签订《厂房租赁合同书》及《补充协议》，租赁平湖维克斯儿童玩具有限公司的土地及厂房。后因发现上述土地临近化工园区，为避免潜在风险，保证食品生产安全，公司进行全面风险评估后，主动对项目地点进行调整，并与平湖维克斯儿童玩具有限公司终止了租赁合同。为此公司承担了 200 万元违约金。

13、所得税费用：报告期内所得税费用逐年增加，主要系利润总额增加导致当期应缴的所得税费用相应增加所致。

14、净利润：2019 年比 2018 年增加 12,908.96 万元，2018 年执行股份支付，减少净利润 3,665.22 万元，剔除此影响，2019 年比 2018 年增加 9,243.74 万元，主要系营业收入增长的同时毛利率提高所致。

综上所述，公司财务报表项目比较数据变动幅度达 30.00%以上的情况及原因已充分、恰当披露。

（七）报告期内转贷、票据融资、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方或第三方代收货款等情形

1、公司报告期内是否存在相关事项

2017 年至 2019 年，公司不存在转贷、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方或第三方代收货款（不含第三方回款）的情况，仅在 2017 年存在票据融资情况并已于 2018 年末前全部归还。

2、相关事项的具体情况

（1）报告期内，公司仅对两家分公司开具了银行承兑汇票。公司对外销售产品均由两家分公司生产并向公司销售后由公司对外实现销售，公司会以票据与两家分公司结算，2017 年度公司向佛山分公司及增城分公司采购金额分别为 19,819.36 万元和 9,791.49 万元，故公司向分公司支付银行承兑汇票具有真实的交易背景。公司向佛山分公司和增城分公司开具的票据均由两家分公司全部贴现。报告期内开具银行承兑汇票用结算及贴现情况如下：

供应商名称	票据号码	开具日期	到期日	使用承兑汇票金额（万元）	贴现日期	贴现利息（万元）
佛山分公司	130558100301420170307073569956	2017.3.7	2017.9.7	1,000.00	2017.3.7	29.64
	130558100301420170307073569948	2017.3.7	2017.9.7	500.00	2017.3.7	14.82
	130558100301420170606087751561	2017.6.6	2018.6.6	500.00	2017.6.7	30.33
	130558100301420170609088346622	2017.6.9	2017.12.9	1,000.00	2017.6.9	30.83
	130558100301420170711094540770	2017.7.11	2018.7.11	1,000.00	2017.7.11	21.82
	130558100301420170915110265374	2017.9.15	2018.3.15	1,000.00	2017.9.15	23.49
增城分公司	130558100301420170307073569930	2017.3.7	2017.9.7	500.00	2017.3.7	14.74
	130558100301420170606087751553	2017.6.6	2018.6.6	500.00	2017.6.6	30.33
	130558100301420170609088346614	2017.6.9	2017.12.9	1,000.00	2017.6.9	30.83
合计				7,000.00	-	226.83

注：上述票据截止 2017 年末尚未到期的余额为 3,000 万元，计入短期借款。

（2）公司针对应付票据管理的内部控制制度及程序为：

报告期内，公司建立并严格执行了与应付票据相关的内控制度，对票据审批、开具、登记、核对等作出了明确规定。应付票据的具体内控措施为：

1）应付票据申请：在采购合同约定的付款日期到期前（视付款期限而定），如需开具票据，由采购员编制付款申请表，报常务副总裁审批。财务部门应付会计将付款申请单与采购合同、入库信息和供应商发票进行核对无误后，在系统中编制付款凭证并提交会计主管复核。在完成付款凭证及相关单证的复核后，会计主管在系统中批准付款凭证，出纳办理付款。

2）应付票据的办理：每月，出纳根据当月经审批的汇总应开具票据总额，向银行提交采购合同、发票复印件等真实交易背景核查资料，并与银行签订《银行承兑汇票开具协议》。《银行承兑汇票开具协议》包括承兑总金额、明细、保证金金额。《银行承兑汇票开具协议》签章需编制盖章申请表，报常务副总裁审批。审批完成后由财务部门印章管理人办理盖章，盖章后有关资料由出纳提交银行，银行根据提交的资料和《银行承兑汇票开具协议》开具电子银行承兑汇票。银行承兑汇票交付收款人时必须办理签收手续。

3）票据如需贴现或背书，需相关人员提出申请，报常务副总裁审批。审批完成后由出纳办理贴现或背书。

4）应付票据的登记及核对：财务部会计编制应付票据台账，应付记账员按月核对应付票据台账和账载金额，按月核对账载金额和《银行承兑汇票开具协议》中的明细表。

综上，报告期内，公司不存在转贷、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方或第三方代收货款（不含第三方回款）的情况。公司制定了与应付票据相关的内控制度，保证票据的申请经过适当的复核及审批，票据的盖章、经办、登记等职责分离，由不从事票据记录的人员负责定期对账。上述内控制度能保证公司应付票据的真实及完整，具有有效性。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用概括

（一）预计募集资金总量及拟投资项目

经公司2019年第2次临时股东大会和2019年第5次临时股东大会审议通过，公司本次拟公开发行不超过4,234万股股票，将募集资金在扣除发行费用后的净额，按轻重缓急顺序投资于以下项目：

单位：万元

序号	募集资金使用项目	实施单位	项目投资总额	拟使用募集资金金额
1	三水生产基地扩建项目	佛山分公司	38,243.00	38,243.00
2	长兴生产基地建设及技改项目	浙江奥昆	43,993.16	43,993.16
3	卫辉市冷冻西点及糕点面包食品生产基地建设项目	河南奥昆	31,100.89	27,558.39
4	研发中心建设项目	佛山分公司	5,214.00	5,214.00
5	智能信息化升级改造建设项目	立高食品	6,793.30	6,793.30
6	补充流动资金	立高食品	7,000.00	7,000.00
合计			**132,344.35**	**128,801.85**

本次发行上市募集资金到位前，公司可根据各项目的实施进度，以自筹资金支付项目所需款项；本次发行上市募集资金到位后，公司将严格按照有关的制度使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入募集资金投资项目的自筹资金，若本次发行上市实际募集资金低于募集资金项目投资额，公司将通过自筹资金解决。若所募集资金超过项目资金需求，多余资金将用于公司主营业务。

（二）募集资金专户存储安排

经2019年第2次临时股东大会审议，通过了《募集资金管理制度》。根据该募集资金管理制度的规定，公司将设立募集资金专户存储制度，本次募集资金将存放于经董事会批准设立的专项账户集中管理，专款专用，并且公司将与保荐

机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，按照中国证监会和深圳证券交易所的相关规定进行募集资金的使用和管理。

（三）募集资金投资项目审批和备案事项

公司本次募集资金投资项目已取得项目所在地发改局等主管部门备案和环保部门批复及备案登记，具体情况如下：

序号	项目名称	备案编号	环评批复/备案编号
1	三水生产基地扩建项目	2019-440607-14-03-012701	佛三环复[2020]8 号
2	长兴生产基地建设及技改项目	2019-330522-14-03-037045-000	长环改备2019-91 号
3	卫辉市冷冻西点及糕点面包食品生产基地建设项目	2019-410781-14-03-060624	卫环监[2020]06号
4	研发中心建设项目	2019-440607-14-03-014112	佛三（芦）环复[2020]3 号
5	智能信息化升级改造建设项目	190100149930002、备案证变更函[2020]214 号	不适用
6	补充流动资金	不适用	不适用

根据保荐机构核查，公司补充流动资金项目不属于《关于印发广东省企业投资项目备案办法的通知》（粤府[2005]120 号）项目范围，无需进行项目备案。智能信息化升级改造建设项目和补充流动资金项目不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》（2017）和《关于修改<建设项目环境影响评价分类管理名录>部分内容的决定》（部令第 1 号）项目范围，无需进行项目环境影响评价。

根据浙江省人民政府办公厅《关于全面推行“区域环评+环境标准”改革的指导意见》（浙政办发〔2017〕57 号）、浙江省环境保护厅《关于落实“区域环评+环境标准”改革切实加强环评管理的通知》（浙环发〔2017〕34 号）等规定，长兴生产基地建设及技改项目环境影响评价在湖州市生态环境局长兴分局进行了备案。

（四）募集资金投资项目对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目均为与公司主营业务相关的项目，实施主体为公司或公司的分子公司，募集资金投资项目实施后不会新增构成重大不利影响的同业竞

争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

（五）募集资金运用与发行人主营业务、未来经营战略、业务创新创造创意性之间的关系

公司根据未来的经营战略确定了本次募投资金项目，生产基地建设、研发中心建设、信息化升级和补充流动资金等项目均紧密围绕公司着现有主营业务展开。相关项目的实施有利于进一步巩固公司在烘焙市场的竞争优势，丰富产品种类，提高产能，提升研发能力，优化经营效率，能够为公司保持持续的业务创新创造创意性提供有力的支持。

（六）募集资金投资项目符合相关产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的情况

本次募集资金投资项目围绕着主营业务展开，按照环境保护的规定取得了相关项目的环评批复与备案文件，合法拥有相关项目实施的土地使用权，符合相关产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

二、募集资金项目的基本情况

（一）三水生产基地扩建项目

1、项目建设内容及选址

本项目以佛山分公司为实施主体，项目投资总额为 38,243.00 万元，项目新建建筑面积 7 万平方米，拆除 1 栋综合楼，新建 2 栋厂房(含冻库)、2 栋宿舍及厂区配套设施，构建无菌包装奶油生产线、水果制品生产线、冷冻烘焙食品生产线、普通奶油生产线、挞液生产线和相关冷冻及仓储设施。项目建设工期 2 年，达产后年产 6.00 万吨奶油（含挞液）、2.70 万吨水果制品、0.81 万吨冷冻烘焙食品。项目已经获得广东省企业投资项目备案（项目代码：2019-440607-14-03-012701）证明。

本项目建设地点位于佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号。目前公司已取得不动产权证书，地块用途为工业用地，不动产权编号详见“第六节 业务和技术”之“六、发行人主要固定资产及无形资产”之“（二）主要无形资产情况”之“2、

土地使用权”。

2、项目建设的必要性

（1）提升公司主要产品的产能，缓解产能压力，满足市场需求

近年来，随着烘焙行业的不断发展，烘焙食品原料和冷冻烘焙食品的需求也随之增加。2019 年公司奶油、水果制品、冷冻烘焙食品产能利用率分别达到 88.44%、87.64%、81.07%，旺季期间产能利用率将更高。根据欧睿国际的预测，我国烘焙市场零售额未来几年将持续保持高增长，2023 年有望突破 3,700 亿元，烘焙行业良好的增长前景为烘焙食品原料和冷冻烘焙食品提供了广阔的市场空间。按照目前的销售增长速度和市场增长潜力，公司原有生产能力已不能满足公司的发展需要。

三水生产基地是公司目前在华南地区面积最大的生产基地，通过扩大三水生产基地的生产规模，能够迅速满足华南地区的市场需求，提高公司产品在全国的辐射能力，进而巩固自身的优势地位。

（2）扩大冷冻仓储能力，提高运营效率的需要

公司所生产的大部分产品需要进行低温存储，以维持口感和品质的稳定，因此需要建设与产能相之匹配的冷冻仓库。随着公司生产规模的日益扩大和产品品类的不断丰富，公司现有的冷冻仓储能力已无法完全满足公司日常经营。为了进一步增强公司冷冻仓储能力，满足产品品质要求，公司需要新建冷冻仓储设施。

本项目将新建冷冻仓库，冻库面积将达到 1.26 万平方米，从而有效满足新增产能的仓储需求，进一步提高公司的整体运营效率。

（3）丰富产品品类，提高竞争力的需要

经过多年的发展，公司产品品类已经较为丰富，能够充分满足消费者一站式采购的需求。但公司仍存在部分产品如挞液依赖于外采，奶油产品不能常温保存等问题，既制约了产品的应用范围和使用的便利性，也增加了产品采购和使用过程中可能出现的品质风险。本项目实施将实现挞液自产，奶油产品中增加无菌包装奶油，且对市场需求量大的主要产品扩大产能，以进一步丰富产品品类，提升整体的竞争力。

3、项目建设的可行性

（1）国家产业政策支持行业发展

《关于促进食品工业健康发展的指导意见》明确指出，到 2020 年，食品工业规模化、智能化、集约化、绿色化发展水平明显提升，供给质量和效率显著提高。产业规模不断壮大，产业结构持续优化；创新能力显著增强，新技术、新产品、新模式、新业态不断涌现；食品安全保障水平稳步提升，标准体系进一步完善。《轻工业发展规划（2016-2020 年）》则提出，推动食品工业向安全、健康、营养、方便方向发展。加快机械化、自动化、智能化和信息化的食品制造装备应用。重点在粮食加工、油脂加工、肉类加工、水产品加工、乳制品加工、饮料制造、制糖、发酵、酒类生产、罐头食品制造、营养与保健食品制造、食品加工与技术装备制造等领域大力推进产业结构调整。

国家陆续推出系列食品行业政策，一方面继续促进食品产业规模的扩大，打造出一批具有综合竞争力的食品领军企业，另一方面加快食品行业转型升级，提高食品安全标准，淘汰落后企业，加快食品制造工业规模化、自动化进程。本项目的建设符合国家相关政策，有利于扩大食品工业规模，并通过自动化程度较高的生产线提高食品工业规模化、自动化水平。

（2）公司研发体系和技术储备提供技术支撑

公司建立了完善的研发体系，通过专门的研发中心，协调公司研发工作的顺利开展。同时，公司制订了鼓励技术创新的系列激励政策，促进科技人员培养与激励、科技成果的管理和转化。在研发体系的支撑下，公司已经建立起了一定的配方优势和生产工艺优势，使公司能够生产口感和品质更佳、稳定度更高的产品，为公司近年来快速扩大销售规模，提高市场占有率提供了有利的支撑。

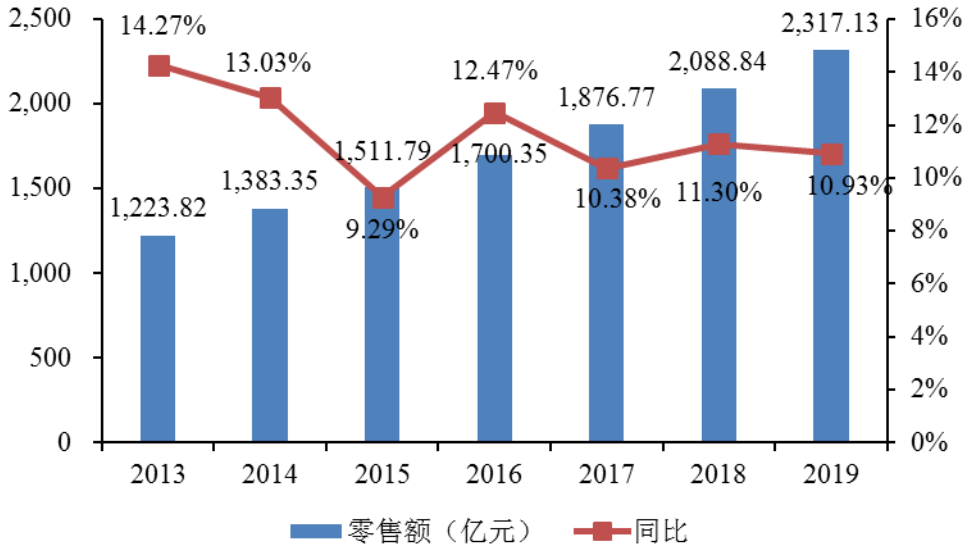
目前，公司形成了部分新产品、新工艺的技术储备，募投项目的实施能够进一步发挥公司的配方优势和生产工艺优势，通过产品结构的优化继续巩固公司市场地位。公司“动植物混合植脂奶油及其制备关键技术研究”、“乳脂奶油稳定性关键技术研究”等核心技术支撑公司奶油生产线的顺利实施，“果馅加工自动化生产技术研究”等核心技术支持新建自动化程度更高的水果制品生产线，“吐司面包的制作及其生产工艺的研究和应用”、“慕斯蛋糕保水性技术的研究与应

用”等核心技术保证了公司冷冻烘焙食品新品类的口感和品质稳定性。

（3）下游市场需求的不断扩大为项目实施提供了广阔的市场空间

烘焙行业发展迅猛，下游市场需求的持续扩大为本项目的实施提供了广阔的市场空间。本项目主要产品均应用于烘焙食品的制作中，近年来，我国烘焙食品需求保持快速增长，根据欧睿国际数据，我国烘焙产品零售额由 2013 年 1,223.82 亿元增长至 2019 年 2,317.13 亿元，年复合增长率达到 11.23%。预计未来几年将持续保持高增长，2023 年我国烘焙市场零售额有望突破 3,700 亿元。

2013 年-2019 年我国烘焙食品零售额



数据来源：欧睿国际

同时，我国烘焙食品人均消费与发达国家和地区还有较大差距，未来存在提升空间，2019 年，我国内地人均烘焙食品消费额仅为 24.6 美元/人，远低于美国的 182.6 美元/人、日本的 161 美元/人、中国香港的 76.3 美元/人，随着年轻一代饮食西化，烘焙食品有着主食消费、休闲消费、节日消费等多样化消费途径，行业规模有望持续增长。因此，烘焙行业良好的发展前景，将会带动烘焙食品原料及冷冻烘焙食品销售规模的不断发展。

4、投资概算

本项目总投资为 38,243.00 万元，其中土建工程投资 15,505.00 万元，设备购置及安装费用 18,590.70 万元，预备费 1,147.30 万元，铺底流动资金 3,000.00 万元。项目的具体构成情况如下表所示：

单位：万元

序号	项目	投资金额	比例
1	土建工程	15,505.00	40.54%
2	设备购买及安装	18,590.70	48.61%
3	预备费	1,147.30	3.00%
4	铺底流动资金	3,000.00	7.84%
合计		**38,243.00**	**100.00%**

5、产品工艺流程和技术来源

（1）工艺技术

本项目产品的工艺流程请参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品的情况”之“（六）主要产品的工艺流程图”。

（2）技术来源

本项目所涉及的奶油、水果制品、冷冻烘焙食品和挞液等产品均是公司目前主要生产的产品，经过多年的技术积累，公司拥有本项目产品生产的核心技术，相关核心技术成熟、稳定，具体技术情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“八、发行人的技术和研发情况”之“（一）主要产品的核心技术情况”。

6、项目与主营业务、核心技术的关系

本项目围绕着公司的主营业务展开，所采用的生产工艺均来自公司成熟的核心技术。项目的实施将提升公司烘焙食品原料和冷冻烘焙食品的产能，进一步增强公司的竞争力。

7、主要设备选用情况

依据项目所确定的生产规模、产品方案和工艺流程的要求，拟投入 18,590.70 万元用于购置所需产线设备、冻库设备和仓储设备，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	具体项目	投资金额	比例
1	产线设备构建及安装	无菌包装奶油生产线	6,058.00	32.59%
2		水果制品生产线	3,412.00	18.35%
3		冷冻烘焙食品生产线	3,109.24	16.72%
4		普通奶油生产线	1,286.00	6.92%
5		挞液生产线	689.00	3.71%

6	冻库设备购买及安装	冷冻及保温设备	2,346.43	12.62%
7	仓储设备购买及安装	仓储设备	1,690.04	9.09%
合计			**18,590.70**	**100.00%**

投资金额超过 100 万元的主要产线设备明细如下所示：

序号	产线名称	设备名称	数量（台或套）	单价（万元/台（套)）	合计（万元）
1	无菌包装奶油生产线	无菌灌装机	2	820.00	1,640.00
		UHT 自动系统	4	280.00	1,120.00
		进口均质机	6	130.00	780.00
		外包系统	2	260.00	520.00
		自动化控制系统	1	465.00	465.00
		无菌灌	2	185.00	370.00
		冷却系统	1	338.00	338.00
		调配系统	2	140.00	280.00
		原料系统	2	110.00	220.00
		车间隔断设备	1	100.00	100.00
2	水果制品生产线	码垛机器人系统	3	300.00	900.00
		车间隔断及中央空调通风系统	1	565.00	565.00
		UHT	1	200.00	200.00
		管道施工	1	200.00	200.00
		公共管道安装及电控柜系统	1	150.00	150.00
		灌装机	3	50.00	150.00
		自动控制系统	3	40.00	120.00
		糖罐	2	50.00	100.00
		冰水系统	1	100.00	100.00
3	冷冻烘焙食品生产线	芝士蛋糕自动成型线	1	350.00	350.00
		隧道炉	2	150.00	300.00
		慕斯蛋糕自动成型线	1	250.00	250.00
		立式和面机	4	48.00	192.00
		速冻隧道	1	156.00	156.00
		超声波切割机（圆形）	2	70.00	140.00

		CIP 清洗系统	1	130.00	130.00
		万级净化空调系统	1	120.00	120.00
		蛋糕灌浆机	2	60.00	120.00
		大面团分割滚圆机	1	110.00	110.00
		小面团分割滚圆机	1	110.00	110.00
		连续醒发房	1	110.00	110.00
4	普通奶油生产线	自动化控制系统	1	293.00	293.00
		灌装机	1	204.00	204.00
		冷却系统	1	138.00	138.00
		外包系统	1	130.00	130.00
		进口均质机	1	126.00	126.00
		车间隔断	1	100.00	100.00
5	挞液生产线	自动化控制系统	1	120.00	120.00
		灌装机	1	120.00	120.00
		外包系统	2	55.00	110.00

8、主要原材料、辅料及能源的供应情况

（1）主要原辅材料供应情况

本项目主要原辅材料为油脂类、面粉、糖类、水果及其他辅料，均为公司现有主营业务的原辅料。目前，公司已经建立了完备的供应商体系，主要原辅料供应充足、及时，不存在短缺现象。本项目将依托公司已建立的原材料供应商体系，同时积极考察市场上其他的供应方，选择合适的供应者，使原材料供应得到有效保障。

（2）主要能源供应情况

本项目主要消耗的能源为电力和天然气，年耗电力约 3,000 万 KWH、天然气 538.05 万 m^3。募投项目所在地能源供应充足，配套设施齐全，能够满足本项目能源需求。

9、项目的环保情况

根据佛山分公司提交的《三水生产基地扩建项目环境影响报告表》、佛山市生态环境局出具的《关于<立高食品股份有限公司佛山分公司三水生产基地扩建项目环境影响报告表>审批意见的函》（佛三环复[2020]8 号），本项目的主要污

染源和污染因子及采取的相关措施如下：

污染物类型	具体类别	处理方式
废气治理	厨房油烟	经静电油烟净化机处理后高空排放
	备用柴油发电机尾气	收集后经排气筒直接排放
	锅炉废气	收集后经排气筒直接排放
	投料粉尘	加强投料管理和设备维护、减少敞露面、减少落差、加强车间通风
污水治理		生活污水经隔油隔渣池+三级化粪池预处理后与生产废水一同进入污水处理系统（“混凝沉淀+气浮除油+厌氧+好氧+过滤”工艺和“絮凝沉淀+气浮除油+水解酸化+好氧+MBR”工艺）进行处理
噪声治理		采取降噪、隔声、消声和减震等措施
固体治理		生活垃圾交由环卫部门统一收集处理；废包装材料、废活性炭和废滤芯交由工业固废处置单位处理或供应商回收利用；污泥交由工业固废处置单位处理

10、项目实施进度

本项目实施进度为 24 个月，具体进度如下：

项目	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
报建								
勘探								
设计								
基础及主体施工								
配套及装修施工								
竣工验收								
设备安装								
试生产								

11、项目效益分析

经测算，本项目完全达产后（T+5 年），达产状态下项目的年销售收入为 149,778.17 万元，税后净利润为 17,201.86 万元。本项目税后的内部收益率 25.89%，静态投资回收期为 5.48 年。

（二）长兴生产基地建设及技改项目

1、项目建设内容及选址

本项目以浙江奥昆为实施主体，项目投资总额为 43,993.16 万元，项目总建筑面积 4.58 万平方米，分别建设 1 栋厂房及厂区配套设施，构建冷冻蛋糕生产线、冷冻面包生产线、甜甜圈生产线、酱料生产线和相关冷冻及仓储设备，同时对原浙江奥昆挞皮生产线和甜甜圈生产线进行自动化升级。项目建设工期 2 年，达产后年产 2.86 万吨冷冻烘焙食品和 3.59 万吨酱料和馅料。项目已经获得浙江省工业企业技术改造项目备案（项目代码：2019-330522-14-03-037045-000）。

本项目建设地点位于长兴县太湖街道莘桥路 158 号。目前浙江奥昆已取得不动产权证书，地块用途为工业用地，不动产权编号详见“第六节 业务和技术”之“六、发行人主要固定资产及无形资产”之“（二）主要无形资产情况”之“2、土地使用权”。

2、项目建设的必要性

（1）提高生产效率，扩大产能规模的需要

近年来，公司冷冻烘焙食品销售规模持续扩大，由 2017 年的 19,809.35 吨增长至 2019 年的 35,319.02 吨，年复合增长率达到 33.53%。虽然 2018 年公司华东生产基地正式投产，缓解了现阶段冷冻烘焙食品的产能压力，但随着公司冷冻烘焙食品营业收入的迅速增长，很快将会再次遇到产能瓶颈。

本项目一方面会继续加大对冷冻烘焙食品生产线的投入及建设，另一方面也拟对原挞皮、甜甜圈生产线及封箱设备进行升级改造，加强生产线及设备的自动化水平，节约人力成本，提高生产效率，降低产品污染的风险，从而扩大公司冷冻烘焙食品的产能规模，以保障业务的高速增长。

（2）丰富冷冻烘焙食品品类，提高产品竞争力的需要

现阶段，由于我国冷冻烘焙食品发展时间较短，各类产品的生产工艺和技术难度存在差异，产品结构还较为单一。公司经过数年的研发投入，已经积累了大量冷冻面包、冷冻蛋糕的技术基础，且甜甜圈、手撕包等冷冻面包产品营业收入迅速增长，本募投项目投入冷冻面包和冷冻蛋糕生产线，将进一步丰富产品品类，加快进入更具市场前景及体现公司竞争优势的细分领域，提高公司综合竞争力。

（3）完善华东生产基地建设，扩大区域覆盖的需要

冷冻烘焙食品温度必须控制在零下 18 度以下，因此有着严格的仓储及运输要求，长距离的冷链运输既增加了企业的成本，又容易因控制不当影响产品质量。公司目前冷冻烘焙食品生产依旧以广州南沙生产基地为主，而华东地区产品销售规模持续增长，公司需要完善华东生产基地的建设，继续深度覆盖华东地区，促进公司全国销售网络的进一步布局。

本募投项目实施地位于浙江省长兴经济开发区，属于公司华东生产基地，目前该基地已经建立起了部分冷冻烘焙食品生产线，建成后运行情况良好，通过本项目能够进一步扩大华东生产基地的规模，完善公司的区域布局，降低相关产品的运输成本，提高经济效益。

（4）继续深耕烘焙酱料产品的需要

过去，消费者对烘焙食品的要求较低，烘焙食品的配料简单，口感的层次感不强，随着消费升级，消费者更为关注烘焙食品的口感和品质，烘焙酱料的使用也开始变得越来越广泛，能够让产品的口感更为丰富多彩，拥有别样的风味，也能建立公司产品独特的口味特色。根据智研咨询，2017 年，我国调味品行业市场规模达到 3,338.03 亿元，其中仅沙拉酱规模就达到 43.85 亿元，并预计将保持 15%左右的高增长。公司目前拥有沙拉酱、可丝达酱以及馅料等烘焙酱料产品，本项目将继续扩大上述产品的产能，以发挥公司在烘焙酱料领域的优势，扩大市场规模。

3、项目建设的可行性

（1）行业发展前景良好

冷冻烘焙食品在我国正处于迅速发展阶段，过去，大量烘焙店采取手工作坊的经营模式，但随着我国人力成本不断上涨、房租水平持续上升、消费者要求日趋提高，这些传统烘焙店的生存变得愈发困难，冷冻烘焙食品因具备批量化生产、储存期长、质量和口味稳定、成本低等突出优点，开始被烘焙行业所重视，并取得了快速发展。

但我国冷冻烘焙食品的发展与国外还存在巨大的差距，根据《冷冻面团技术》，1990 年美国有 80%以上的面包店使用冷冻烘焙食品，法国在 1994 年冷冻

烘焙面包已占面包销售额的 50%以上，日本早在 2000 年也已经有 50%的面包店使用冷冻烘焙食品，冷冻烘焙技术在国外已经十分成熟。根据 2019 年我国烘焙食品 2,317.13 亿元的零售额测算，若冷冻烘焙食品的使用达到美国 1961 年的应用比例 39%，我国冷冻烘焙食品市场容量就达到了 903.68 亿元。国外 Aryzta 公司、General Mills 公司等销售规模超过 100 亿元人民币的冷冻烘焙食品公司的出现，都说明冷冻烘焙食品具备广阔的市场前景，能够培育出颇具规模的公司。

（2）公司技术储备充足

不同厂商冷冻烘焙食品、酱料等产品的区别体现在配方、生产工艺等各个方面，公司经过一段时间的发展，已经建立了一定的配方优势和生产工艺优势，并通过强大的研发实力，有了充分的技术和新品储备，能够支持本项目部分新产品和新产线的投入。“吐司面包的制作及其生产工艺的研究和应用”应用于冷冻面包中的吐司面包生产，“雪媚娘皮生产工艺的研究与应用”应用于冷冻蛋糕中的雪媚娘生产，“番茄沙司制备工艺研究”应用于酱料中的番茄沙司产品，公司通过持续的研究，对配方和生产工艺进行不断改良，能够保障新工艺的顺利实施，新建生产线的稳定运行。

（3）丰富的客户资源

凭借着良好的产品质量和优质的服务，公司与下游众多烘焙店、商超、餐饮建立了持续的合作关系。公司知名烘焙店客户包括幸福西饼、味多美、采蝶轩等，商超客户包括沃尔玛/山姆、华润万家、大润发等，餐饮客户包括海底捞、豪客来、希尔顿欢朋酒店等，公司与客户长期稳定的合作，为公司募投项目的产能消化提供了重要保障。同时，公司还在不断开发新客户，继续积累客户储备，近年新开发包括皇冠蛋糕、泸溪河桃酥等客户，未来，随着冷冻烘焙食品、酱料继续发展，公司冷冻烘焙食品、酱料产品应用范围进一步丰富，有望与更多知名客户进行合作，促进相关产品的销售。

4、投资概算

本项目总投资为 43,993.16 万元，其中土建工程投资 8,083.50 万元，设备购置及安装费用 30,190.55 万元，预备费 1,319.79 万元，铺底流动资金 4,399.32 万元。项目的具体构成情况如下表所示：

单位：万元

序号	项目	投资金额	比例
1	土建工程	8,083.50	18.38%
2	设备购买及安装	30,190.55	68.63%
3	预备费	1,319.79	3.00%
4	铺底流动资金	4,399.32	10.00%
合计		**43,993.16**	**100.00%**

5、产品工艺流程和技术来源

（1）工艺技术

本项目产品的工艺流程请参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品的情况”之“（六）主要产品的工艺流程图”。

（2）技术来源

本项目所涉及的冷冻烘焙食品和酱料等产品均是公司目前主要生产的产品，经过多年的技术积累，公司拥有本项目产品生产的核心技术，相关核心技术成熟、稳定，具体技术情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“八、发行人的技术和研发情况”之“（一）主要产品的核心技术情况”。

6、项目与主营业务、核心技术的关系

本项目围绕着公司的主营业务展开，所采用的生产工艺均来自公司成熟的核心技术。项目的实施将提升公司冷冻烘焙食品和酱料的产能，进一步增强公司的竞争力。

7、主要设备选用情况

依据项目所确定的生产规模、产品方案和工艺流程的要求，拟投入 30,190.55 万元用于购置所需产线设备、冻库设备和仓储设备。具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	具体项目	投资金额	比例
1	产线设备构建及安装	冷冻蛋糕生产线	5,980.15	19.81%
2		冷冻面包生产线	7,516.35	24.90%
3		甜甜圈生产线	3,693.90	12.24%
4		酱料生产线	7,166.80	23.74%
5		挞皮及甜甜圈自动化升级	420.00	1.39%

6	配套输送设备购买及安装	输送设备	1,217.60	4.03%
7	冻库设备购买及安装	冷冻及保温设备	2,265.13	7.50%
8	仓储设备购买及安装	仓储设备	1,930.62	6.39%
合计			**30,190.55**	**100.00%**

投资金额超过 100 万元的主要产线设备明细如下所示：

序号	产线名称	设备名称	数量（台或套）	单价（万元/台(套)）	合计（万元）
1	冷冻蛋糕生产线	慕斯蛋糕自动成型线	1	1,000.00	1,000.00
		芝士蛋糕自动成型线	1	900.00	900.00
		慕斯蛋糕超声波切割机	3	120.00	360.00
		面团延伸机	3	95.00	285.00
		包馅机	3	75.00	225.00
		芝士蛋糕隧道炉	1	200.00	200.00
		蛋糕胚隧道炉	1	200.00	200.00
		慕斯蛋糕速冻隧道	1	150.00	150.00
		捣饼机	3	40.00	120.00
		蒸炼机	3	35.00	105.00
		芝士蛋糕自动充氮打发机	1	100.00	100.00
		蛋糕胚自动充氮打发机	1	100.00	100.00
		慕斯蛋糕自动煮制机	1	100.00	100.00
		大福/雪媚娘速冻隧道	1	100.00	100.00
2	冷冻面包生产线	包油起酥成型线	1	1,300.00	1,300.00
		面团分割成型生产线	1	700.00	700.00
		欧包多功能成型线	1	700.00	700.00
		丹麦成型线	1	450.00	450.00
		卧式和面机	2	150.00	300.00
		吐司面包隧道炉	1	200.00	200.00
		面包胚隧道炉	1	200.00	200.00
		立式和面机	3	60.00	180.00
		面包胚立式和面机	3	60.00	180.00
		预醒发面团速冻隧道	1	160.00	160.00
		欧包速冻隧道	1	160.00	160.00

		吐司面包成型线	1	150.00	150.00
		预醒发面团螺旋醒发塔	1	150.00	150.00
		欧包隧道炉	1	130.00	130.00
		欧包立式和面机	2	60.00	120.00
		举缸器	2	50.00	100.00
		吐司面包螺旋醒发房	1	100.00	100.00
		螺旋醒发塔	1	100.00	100.00
		欧包螺旋醒发塔	1	100.00	100.00
3	甜甜圈生产线	柏林球成型油炸机	1	480.00	480.00
		成型生产线	1	250.00	250.00
		连续醒发箱	1	230.00	230.00
		油炸炉	1	230.00	230.00
		甜甜圈速冻隧道	1	180.00	180.00
		柏林球速冻隧道	1	180.00	180.00
		立式和面机	2	60.00	120.00
		涂淋机	1	120.00	120.00
		注馅机	1	100.00	100.00
4	酱料生产线	均质机	4	250.00	1,000.00
		荷兰进口换热器（特莱特）	1	365.00	365.00
		沙拉酱均质机	2	181.00	362.00
		生产线整合+生产线CIP 系统	1	280.00	280.00
		沙拉酱自动包装机	9	25.00	225.00
		沙拉酱均质机	1	220.00	220.00
		缓存罐及配套设施（含 CIP）	2	200.00	400.00
5	挞皮及甜甜圈自动化升级	挞皮机械手收集机	2	120.00	240.00
		甜甜圈机械手收集机	1	120.00	120.00

8、主要原材料、辅料及能源的供应情况

（1）主要原辅材料供应情况

本项目主要原辅材料为面粉、糖类、豆油、其他辅料，均为公司现有主营业务的原辅料。目前，公司已经建立了完备的供应商体系，主要原辅料供应充足、及时，不存在短缺现象。本项目将依托公司已建立的原材料供应商体系，同时积极考察市场上其他的供应方，选择合适的供应者，使原材料供应得到有效保障。

（2）主要能源供应情况

本项目主要消耗的能源为电力、水蒸气，年耗能约 1,727.14 吨标准煤。募投项目所在地能源供应充足，配套设施齐全，能够满足本项目能源需求。

9、项目的环保情况

根据浙江奥昆提交的《长兴生产基地建设及技改项目环境影响登记表》、湖州市生态环境局长兴分局出具的《长兴县企业投资项目承诺制改革环评备案受理书》（长环改备 2019-91 号），本项目的主要污染源和污染因子及采取的相关措施如下：

污染物类别	具体类别	处理方式
废气	甜甜圈油炸炉	在油炸炉上方设置集风罩，废气收集效率按 90%计，采用油烟净化器+UV 光催化处理后经大于 15m 高排气筒排放
	污水站	微负压收集恶臭废气后通过碱液喷淋除臭后高空排放
废水	生产废水、生活污水	1. 雨污分流、清污分流、污污分流的原则，雨水通过厂区内的雨水管网排入附近的地表水体； 2. 生活污水经化粪池预处理达标后纳管排放； 3. 生产废水经企业自设污水站处理后纳管排放。
噪声	各生产、辅助设备	采取隔声、减振、吸声等治理措施；对设备产生的机械噪声，在采用提高安装精度，减小声源噪声的同时，主要对厂房等建筑物的隔声、距离衰减等途径进行控制。
固废	一般工业固废	厂区设置一般固废暂存仓库；外售资源回收单位回收利用

10、项目实施进度

本项目实施进度为 24 个月，具体进度如下：

项目	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
报建								
勘探								
设计								
基础及主体施工								
配套及装修施工								
竣工验收								

设备安装								
试生产								

11、项目效益分析

经测算，本项目完全达产后（T+5 年），达产状态下项目的年销售收入为136,186.51万元，税后净利润为13,879.69万元。本项目税后的内部收益率19.08%，静态投资回收期为6.19年。

（三）卫辉市冷冻西点及糕点面包食品生产基地建设项目

1、项目建设内容及选址

本项目以河南奥昆为实施主体，项目投资总额为31,100.89万元，其中拟使用募集资金27,558.39万元，企业自筹资金3,542.50万元。项目总建筑面积8.45万平方米，分别建设1栋办公楼、1栋研发中心、5栋生产厂房、1栋冻库、1栋宿舍及生产配套设施及厂区配套设施，构建手工挞皮、蛋黄酥、甜甜圈等冷冻烘焙产线和相关冷冻及仓储设备。项目建设工期2年，达产后年产2.25万吨冷冻烘焙食品。项目已经获得河南省企业投资项目备案（项目代码：2019-410781-14-03-060624）证明。

本项目建设地点位于卫辉市唐庄镇纬二路与桃园西路交叉口西南角。2020年3月20日，河南奥昆与卫辉市自然资源和规划局签署《国有建设用地使用权出让合同》，合同约定河南奥昆受让宗地编号未卫辉市挂网告字[2019]07-1号，宗地总面积为72,363.76平方米，地块用途为工业用地。

2、项目建设的必要性

（1）扩大优势产品的产能的需要

近年来，公司根据市场的需求，持续开展新品的开发，以甜甜圈、挞皮、蛋黄酥为代表的部分冷冻烘焙食品取得了市场的欢迎，产销规模快速增长。虽然公司在华南和华东分别投资扩大了相关品类的产线规模，但根据2019年冷冻烘焙食品的增长趋势，未来，公司仍将面临优势产品产能不足的问题。

另外，公司华南和华东生产基地面积相对较小，产线布局已经较为紧凑，无法满足冷冻烘焙产品品类进一步扩张的需求。因此，公司亟需选择新址开展产线建设。

（2）提升对华北区域市场的服务能力，巩固竞争优势的需要

从国内经济结构以及烘焙产品消费规模上看，华南、华东和华北是国内烘焙消费最发达的地区。因此，公司的收入也主要源自上述区域，且公司已完成对华南和华东市场的生产布局。2020 年上半年华南、华东和华北的收入占比分别为37.96%、28.69%和 8.39%，华北地区的收入占比最低，公司在华北地区没有生产基地是一个很重要的原因。

为提升公司对华北市场的服务能力，加快扩大在华北市场的销售规模，公司亦需要在华北设立生产基地，以降低运输和配送成本，进一步巩固竞争优势。

3、项目建设的可行性

（1）公司具有丰富及成熟的生产管理经验

公司在冷冻烘焙食品领域深耕多年，积累了丰富的生产经验。目前，公司已经在华南、华东建设了大型生产基地，引入了国内外先进的产线设施设施，通过调试运行，均实现了顺利达产，具备大规模生产的能力，产销规模快速增长。另外，公司对于冷冻烘焙食品的规模化生产管理日趋成熟，能够实现生产的连贯和高效，且产品保持高度稳定。丰富及成熟的冷冻烘焙食品生产管理经验，是本项目顺利实施坚实的管理保障。

（2）丰富的人才储备为项目实施提供了人才保障

目前，公司已形成一支结构合理、素质优良、对公司文化高度认同的人才队伍，拥有大量烘焙食品研发、生产、销售人才，为本项目的顺利实施提供了人才保障。

（3）健全的营销网络为项目提供了有力的销售支持

完善的营销网络有助于加快产品渗透与推广，实现产品的快速销售。公司经过多年的发展，布局了完善的营销网络，遍布我国除港澳台外全部省、直辖市、自治区，深入 351 个城市，客户数量近 2,000 家。同时，为适应烘焙市场向低线城市渗透的变化趋势，公司营销网络也不断下沉，公司三线及以下城市的客户数量 2020 年 6 月底的超过 1,000 家。另外，公司也实现了渠道资源的多元化，涵盖了烘焙店、商超、餐饮、便利店等，为公司的持续增长提供了保障。

健全的营销网络为公司产品销售提供了有力的营销支撑，保障本项目建设完

成后的产品能够顺利到达消费终端。

4、投资概算

本项目总投资为 31,100.89 万元，其中土建工程投资 11,529.06 万元，设备购置及安装费用 11,859.70 万元，土地款 2,114.00 万元，预备费 933.00 万元，铺底流动资金 4,665.13 万元。项目的具体构成情况如下表所示：

单位：万元

序号	项目	投资金额	比例
1	土建工程	11,529.06	37.07%
2	设备购置及安装	11,859.70	38.13%
3	土地价款	2,114.00	6.80%
4	预备费	933.00	3.00%
5	铺底流动资金	4,665.13	15.00%
合计		**31,100.89**	**100.00%**

5、产品工艺流程和技术来源

（1）工艺技术

本项目产品的工艺流程请参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品的情况”之“（六）主要产品的工艺流程图”。

（2）技术来源

本项目所涉及的冷冻烘焙食品等产品均是公司目前主要生产的产品，经过多年的技术积累，公司拥有本项目产品生产的核心技术，相关核心技术成熟、稳定，具体技术情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“八、发行人的技术和研发情况”之“（一）主要产品的核心技术情况”。

6、项目与主营业务、核心技术的关系

本项目围绕着公司的主营业务展开，所采用的生产工艺均来自公司成熟的核心技术。项目的实施将提升公司冷冻烘焙食品的产能，进一步增强公司的竞争力。

7、主要设备选用情况

依据项目所确定的生产规模、产品方案和工艺流程的要求，拟投入 11,859.70 万元用于购置所需产线设备、生产配套设备以及办公设备等，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	具体项目	投资金额	比例
1	产线设备构建及安装	丹麦产品生产线	1,833.40	15.46%
2		甜甜圈生产线	1,253.00	10.57%
3		油炸产品生产线	1,195.00	10.08%
4		挞皮生产线	988.50	8.33%
5		冷冻蛋糕生产线	973.00	8.20%
6		冷冻面包生产线	783.00	6.60%
7		手工挞皮生产线	571.50	4.82%
8		蛋黄酥生产线	374.80	3.16%
9		曲奇饼干生产线	91.00	0.77%
10	生产配套设备构建及安装		3,513.00	29.62%
11	办公等其他设备构建及安装		283.50	2.39%
合计			**11,859.70**	**100.00%**

投资金额超过 100 万元的主要产线设备明细如下所示：

序号	产线名称	设备名称	数量（台或套）	单价（万元/台（套））	合计（万元）
1	丹麦产品生产线	牛角包成型线	1	760.00	760.00
		AMF 卧式和面机	1	300.00	300.00
		自动计数包装机	1	300.00	300.00
		螺旋发酵塔	1	280.00	280.00
		螺旋速冻隧道	1	150.00	150.00
2	甜甜圈生产线	龙都甜甜圈成型机	1	350.00	350.00
		连续醒发发酵箱	1	160.00	160.00
		油炸炉	1	160.00	160.00
		螺旋塔速冻隧道	1	150.00	150.00
		自动收集包装机	1	130.00	130.00
		VMI 举缸器	2	50.00	100.00
3	油炸产品生产线	成型包馅机	1	200.00	200.00
		挂浆粘糠机	1	180.00	180.00
		油炸炉	1	170.00	170.00
		自动发酵箱	1	150.00	150.00
		螺旋塔速冻隧道	1	150.00	150.00

		自动收集包装机	1	130.00	130.00
4	挞皮生产线	挞皮成型线	1	470.00	470.00
		速冻隧道	1	150.00	150.00
		挞皮收集机	1	140.00	140.00
		葡挞松弛线	1	100.00	100.00
5	冷冻蛋糕生产线	超声波切割机	2	120.00	240.00
		速冻隧道	1	150.00	150.00
		隧道炉	1	130.00	130.00
		自动慕斯煮制机	1	120.00	120.00
6	冷冻面包生产线	吐司面包成型线	1	150.00	150.00
		螺旋塔速冻隧道	1	150.00	150.00
		隧道炉	1	130.00	130.00
7	手工挞皮生产线	速冻隧道	1	150.00	150.00
		挞皮冲压成型机	40	3.50	140.00
		输送线	1	115.00	115.00
		VMI 和面机	2	50.00	100.00
8	蛋黄酥生产线	螺旋塔速冻机	1	150.00	150.00

8、主要原材料、辅料及能源的供应情况

（1）主要原辅材料供应情况

本项目主要原辅材料为面粉、糖类、大豆油、其他辅料，均为公司现有主营业务的原辅料。目前，公司已经建立了完备的供应商体系，主要原辅料供应充足、及时，不存在短缺现象。本项目将依托公司已建立的原材料供应商体系，同时积极考察市场上其他的供应方，选择合适的供应者，使原材料供应得到有效保障。

（2）主要能源供应情况

本项目主要消耗的能源为电力和天然气，年耗电力约 2,800 万 KWH。募投项目所在地能源供应充足，配套设施齐全，能够满足本项目能源需求。

9、项目的环保情况

根据河南奥昆提交的《河南奥昆食品有限公司卫辉市冷冻西点及糕点面包食品生产基地建设项目建设项目环境影响报告表》、卫辉市环境保护局出具的《关于<河南奥昆食品有限公司卫辉市冷冻西点及糕点面包食品生产基地建设项目建设项目环境影响报告表>的批复》（卫环监[2020]06 号），本项目的主要污染源

和污染因子及采取的相关措施如下：

污染物类型	具体类别	处理方式
废气治理	面粉罐进料粉尘	经过袋式除尘器处理后排放
	投料工序粉尘	经过袋式除尘器处理后排放
	油炸和烘烤工序油烟废气	经油烟净化装置处理后排放
	食堂油烟	经油烟净化装置处理后通过管道引至高空集中排放
	食堂燃气废气	经专用烟道收集引至楼顶高空排放
污水治理		项目生产废水经污水处理站处理后和生活污水经“隔油池+化粪池”处理后一起通过厂区总排口排入污水管网，再经污水管网排入卫辉中州水务有限公司（原卫辉市清泉污水处理有限公司，唐庄镇污水处理厂）
噪声治理		采取设置减震垫、橡皮垫等减振降噪措施
固体治理		废包装和不合格品，暂存于一般固废暂存区，定期外售；污水处理站污泥，暂存于污泥暂存处，定期交由环卫部门清运；石英砂、滤芯、废活性炭、滤膜在厂区集中收集后，暂存于一般固废暂存区，定期外售；除尘器集尘，经集中收集后，暂存于一般固废暂存区，定期外售。

10、项目实施进度

本项目实施进度为 24 个月，具体进度如下：

项目	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
报建								
勘探								
设计								
基础及主体施工								
配套及装修施工								
竣工验收								
设备安装								
试生产								

11、项目效益分析

经测算，本项目完全达产后（T+5 年），达产状态下项目的年销售收入为 63,435.86 万元，税后净利润为 4,645.06 万元。本项目税后的内部收益率 7.42%，

静态投资回收期为 7.90 年。

（四）研发中心建设项目

1、项目建设内容及选址

为了适应公司业务高速发展的需要，拟由佛山分公司投资 5,214 万元在佛山三水生产基地建设研发中心，项目建筑面积 5,940 平方米。本项目通过构建标准化的研发实验室，配置国内外先进的研发设备，以全面提升公司的研发技术水平，最终为未来业务的持续发展提供技术支持。项目已经获得广东省企业投资项目备案（项目代码：2019-440607-14-13-014112）证明。

本项目建成的目标是结合公司的未来业务发展战略和市场需求的变化，持续开展技术创新，重点在奶油、冷冻烘焙食品和水果制品领域开展新产品、新配方和新工艺的研究，丰富产品的品类，保持公司每年高效创新频率；对公司及行业发展的一些关键技术难点如奶油超高温灭菌、酥饼酥化度改良、蛋糕胚耐冻性和果汁冰晶分离系统等进行突破性研究，提升产品的整体性能；引入国外的先进技术和配方，进行适应性改造和实验，满足自主生产的需求；迎合行业发展趋势，着力开发健康、营养均衡的烘焙原料及冷冻烘焙产品。

本项目建设地点位于佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号。目前公司已取得不动产权证书，地块用途为工业用地，不动产权编号详见“第六节 业务和技术”之“六、发行人主要固定资产及无形资产”之“（二）主要无形资产情况”之“2、土地使用权”。

2、项目建设的必要性

（1）保持产品持续创新能力和提升研发水平的需要

烘焙食品行业的发展日新月异，只有保持持续的产品创新能力，建立严格的食品安全管理体系才能使企业在行业发展中立于不败之地。虽然公司建立了相对完善的研发体系，使企业能够在近几年发展中紧追行业发展步伐，不断创新，销售规模和市场份额得以快速增长。但随着烘焙市场竞争的加剧以及消费升级速度的加快，市场对企业的创新反应速度和产品的品质提出了更高的要求，包括对产品多样性及性能、口感、使用便利性的要求进一步提高，对口味更加接近自然的产品更加青睐，而公司原有的研发设备购进多年，技术性能已经较难适应未来公

司研发需求，难以匹配公司快速发展的战略要求。本项目的研发中心建成后，将进一步完善产品研发体系，建设各类型实验室，除强化原有产品研发能力外，还将开展 UHT 奶油及新型馅料、鲜果等新产品技术工艺和配方设计，以提升公司的产品创新水平。

同时，公司还将通过该中心与科研院所和机构进行深入合作，紧跟国际及行业技术发展的前沿动向，以开发出符合市场需求的新产品。因此，本项目建成后可为企业实施产品研发创新提供技术平台，促进企业产品创新能力的全面提升，为进一步提高公司品牌的影响力奠定基础。

（2）提供更为优质的研究开发环境，吸引关键技术人才

技术创新是企业发展的原动力，而技术人才则是保障企业技术创新的基础。本项目研发中心的建设将满足新产品、新工艺和新技术研发对人才的需求，解决业务快速发展与新增研发人员不匹配的矛盾。

尽管公司具备较强的研究实力，但随着产品品类的日益扩展以及客户需求的不断变化，客观上使得公司面对的研发环境愈发复杂，产品的创新能力和反应速度需要提升到更高的水平，这就要求公司必须适时对研发环境进行调整，建立一个软硬件设施更为完备，符合国际先进标准的研发场所，以满足研发人员高品质研发需求。本项目将购进更为先进的研发、检测、试验等软硬件设备，为设计研发人员提供良好的研究开发环境，为吸引优秀人才奠定坚实的基础。

3、项目建设的可行性

（1）公司的研发体系具有一定基础

公司具有多年烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的研发经验，形成了完善的技术研发体系，拥有省级技术研究中心，形成了较强的技术创新优势，公司及广州昊道分别被评定为高新技术企业。同时，公司形成了一支完善的研发团队，由食品工程、生物工程、自动化等方面的研发人员构成，均拥有丰富的技术研发经验。

（2）公司注重产学研的结合，加强与院校的合作

公司历来重视产学研的结合，与华南理工大学共同建立“广东省烘焙添加剂及配料工程技术研究中心”，该中心被广东省科学技术厅认定为广东省工程技术研究中心。通过与合作院校共同致力于新原料、新工艺的研发，有效充实了公司

的研发能力，也为公司建设研发中心打下了坚实的基础。

4、项目建设主要研发方向

本项目所建设的研发中心将设置相关产品的实验室，并实现以下研发方向：

研发方向	拟达到的目的
耐高温杀菌（UHT）奶油的配方及工艺研究	减少目前含乳植脂奶油冷冻工艺及储存方面的高耗能，方便客户运输储存。
含乳脂植脂奶油产品配方及工艺基础研究	可作为乳脂奶油替代品使用，增强口感
高乳脂含量饮品用植脂奶油配方及工艺研究	达到客户自调奶油水平，方便客户使用
奶油冷冻技术的升级开发与应用研究	立足于食品速冻技术，开发搅打性能良好的食用油乳化制品。
烘焙用多品种馅料研究	口味丰富，高端，可在面包及糕点蛋糕上适用的馅料。
冷冻西点产品特性研究	在规模化生产时，保证产品的保湿性、耐冻性和化口性等各项指标，通过原料和工艺的改进进行优化
冷冻蛋糕新品开发研究	开发小樽芝士蛋糕、日式冷冻大福、彩虹慕斯茶点等新品
天然水果制品产品开发研究	开发天然原料无添加的水果制品相关产品

5、投资概算

本项目总投资为 5,214.69 万元，其中土建工程投资 2,032.00 万元，设备购置及安装费用 2,661.22 万元，预备费 521.47 万元。项目的具体构成情况如下表所示：

单位：万元

序号	项目	投资金额	比例
1	土建工程	2,032.00	38.97%
2	设备购买及安装	2,661.22	51.03%
3	预备费	521.47	10.00%
合计		**5,214.69**	**100.00%**

6、主要设备选用情况

本项目拟投入 2,661.22 万元用于购置研发及检测设备，主要的设备如下：

序号	设备名称	数量（台或套）	单价（元/台（套））	合计（万元）
1	小型 UHT 奶油实验系统（带直注式蒸汽杀菌机）	1	350.00	350.00

2	水果制品小试产线	1	295.00	295.00
3	无菌灌装机	1	160.00	160.00
4	半固体产品系统	1	150.00	150.00
5	水果提取水及饮料系统	1	100.00	100.00
6	冷冻干燥粉系统	1	100.00	100.00
7	液态氮气隧道式速冻机	1	70.00	70.00
8	戚风生产线	1	63.00	63.00
合计				**1,288.00**

7、项目的环保情况

根据佛山分公司提交的《立高食品股份有限公司佛山分公司研发中心建设项目环境影响报告表》和佛山市生态环境局出具的《关于<立高食品股份有限公司佛山分公司研发中心建设项目环境影响报告表>审批意见的函》（佛三 （芦）环复[2020]3 号），本项目的主要污染源和污染因子及采取的相关措施如下：

污染物类型	具体类别	处理方式
废气治理	厨房油烟	经静电油烟净化机处理后高空排放
	备用柴油发电机尾气	收集后经排气筒直接排放
	锅炉废气	收集后经排气筒直接排放
	投料粉尘	加强投料管理和设备维护、减少敞露面、减少落差、加强车间通风
污水治理		生活污水经隔油隔渣池+三级化粪池预处理后与生产废水一同进入污水处理系统（“混凝沉淀+气浮除油+厌氧+好氧+过滤”工艺和“絮凝沉淀+气浮除油+水解酸化+好氧+MBR”工艺）进行处理
噪声治理		采取降噪、隔声、消声和减震等措施
固体治理		生活垃圾交由环卫部门统一收集处理；废包装材料、废活性炭和废滤芯交由工业固废处置单位处理或供应商回收利用；污泥交由工业固废处置单位处理

8、项目实施进度

本项目实施进度为 24 个月，具体进度如下：

项目	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
前期准备								

实验室建设								
设备购置								
安装及调试								
人才招聘及培训								
试运转准备								

9、项目效益分析

本项目主要从事新产品的研发和检测，不直接产生利润，不进行单独的财务测算，项目建成后，公司的研发及检测能力将得到显著的提升，有利于公司把握技术发展趋势，提升产品品质，以更好的满足客户多元化的需求，并巩固公司在行业中的竞争力。

（五）智能信息化升级改造建设项目

1、项目建设内容及选址

公司拟在增城生产基地投资 6,793.30 万元对现有信息系统进行升级改造，设置大数据处理平台、智能制造执行平台、营销电商管理平台、智能供应链平台、核心运营 ERP 系统等相关系统模块，提升信息系统的整体功能，为决策和计划提供依据，提高管理效率，降低经营风险，增强公司的竞争力。项目已经获得广东省技术改造投资项目备案（备案项目编号：190100149930002）证明与广东省技术改造投资项目备案证变更函（[2020]214 号）。

本项目建设地点位于增城区石滩镇石顺大道 342 号。目前公司已取得不动产权证书，地块用途为工业用地，不动产权编号详见“第六节 业务和技术”之“六、发行人主要固定资产及无形资产”之“（二）主要无形资产情况”之“2、土地使用权”。

2、项目建设的必要性

（1）公司信息化系统软、硬件基础需要进一步加强

公司日益增长的业务规模要求公司增强信息系统基础建设，不断适应行业信息化发展的需要。服务器、数据库、网络架构等是公司整个信息系统的后台支撑。本项目将对公司现有数据库、服务器性能进行全面升级换代，有效提升公司信息系统的后台处理能力。此外，通过优化网络架构、加强基础硬件的投入，新建信

息系统将进一步确保实现公司信息资源共享的同时提高效率。

（2）提高公司经营效率、降低经营成本的重要途径

近年来，随着服务链条逐渐延伸、业务分布区域逐渐扩大，公司对信息化建设水平和异地管控能力的要求越来越高。通过建立规范化、流程化、可视化的信息化系统，公司各业务线条日常管理、信息传输将拥有统一的协同办公平台。此外，该平台能够强化公司异地管控能力，确保公司的管理制度得到切实、有效、高效地执行，有利于公司提高经营效率、降低经营成本。

完善成熟的信息化系统能够节省大量的人力，实现客户端到合作商的完整连接，通过系统支撑达到成本结构的最优化，从而避免过多的人力消耗，大大节省了公司在人力上的投入，从而实现公司的效率最大化。

公司信息化建设实现了公司全部经营活动的运营自动化、管理网络化、决策智能化，不仅能为公司各层级员工提供统一、直接的信息交流平台，更有利于公司及时掌握行业动态、市场变化，从而迅速做出反应，抓住市场先机，使公司在信息时代中保持领先地位。

（3）加强公司整体业务集成，优化整体管控水平

公司本次信息化系统升级建设项目将从公司全国布局的角度出发，进行细致、全面的实施计划，项目的实施将促使公司进一步理顺及优化核心业务流程。

此外，公司将启用性能更为先进、功能模块更为完善的信息化系统，并将业流程系统管理平台和信息化系统对接，实现业务流和数据流的协同对接。

公司将进一步完善以公司总部为中心，涵盖下属所有分子公司的人员、信息流和价值流的商业信息化系统建设。通过构建高性能的信息化系统、建立更为便捷的公司广域网架构，有效整合各业务、区域信息系统，形成一个业务高度集成、高度整合的管理系统。信息化系统升级建设项目建设将极大提升公司的信息集中效率，增强企业协调性，实现公司总部对分公司的透明化掌控，充分满足公司跨区域集中管理的需求，实现企业资源的优化配置和充分应用，进而提高企业的整体管理水平和市场竞争力，进一步增加企业的经济效益。

3、项目建设的可行性

（1）独立、成熟的技术基础为项目实施提供了技术支持

公司历经多年的信息化建设，已具备独立、成熟的信息化系统的技术基础，能根据公司业务需求向系统开发公司准确地提出技术需求。同时，对系统、支持运维的供应商技术相对稳定，能保障系统可用性。所以，独立、成熟的技术力量也是信息系统持续改进的保证。

（2）经验丰富的信息化建设团队是项目实施的可靠保障

公司目前的信息化建设团队具备一定的稳定性，ERP 和 OA 系统建设实施以来，对信息化优化的蓝图规划、项目实施与运行维护具备可能性。

本项目拟应用的系统供应商拥有产品、方案、实施团队和服务等方面的综合优势，且对具体的应用需求十分熟悉，能够快速、有针对性提供适合公司运营模式的系统软件。另外，系统供应商在生产制造、供应链等领域有丰富的实施经验，为公司信息化深化项目的建设奠定了指导基础。

（3）信息系统最终用户具备熟练和丰富的操作经验

通过多年信息系统的专项培训和实际操作，公司的员工对信息系统已经全面了解，并具备丰富的实践操作能力，能够快速适应和掌握新系统模块的操作规则，最大限度降低新系统上线对经营业务和管理的不利影响。

4、项目系统构架和系统功能

（1）项目系统构架

本项目将设置大数据处理平台、智能制造执行平台、营销电商管理平台、智能供应链平台、核心运营 ERP 系统等相关系统模块。

（2）系统模块功能

本项目所实施的系统模块的可实现的功能见下表：

序号	模块	功能
1	大数据处理平台	实现数据逻辑梳理、数据流程整理、数据分析方案、数据分析研发和数据分析交付等功能。
2	智能制造执行平台	是一套面向制造企业车间执行层的生产信息化管理系统。系统可以为企业提供包括制造数据管理、计划排产管理、生产调度管理、库存管理、质量管理、人力资源管理、工作中心/设备管理、工具工装管理、采购管理、成本管理、项目看板管理、生产过程控制、底层数据集成分析、上层数据集成分解等管理模块，为企业打造一个扎实、可靠、全面、可行的制造协同管理平台。

3	营销电商管理平台	是一个端到端商业服务平台，通过统一的经营管理对商品和服务、消费者终端同时进行整合，是广大供应商和消费者之间的桥梁，为供应商和消费者提供优质的服务。同时整合企业在各大主流电商的门店，加强统一管理。
4	智能供应链平台	是一个利益云技术为企业提供端到端的自动化系统，能够将企业的整个采购流程整合在一起，让企业从寻源到结算的整个过程中，基于统一平台与供应商开展协作。为企业提供更多的供应商资源的同时降低流程复杂性，节约成本缩短周期。
5	核心运营 ERP 系统	系统功能包括：销售管理、采购管理、物流管理、生产管理、库存管理、财务管理、核算管理、资金管理、人力资源管理等满足企业主营业务管理需求。

5、项目环评情况

本项目的实施不会对环境造成重大不利影响，本项目不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》（2017）中规定需要进行建设项目环境影响评价的项目类别。

6、投资概算

（1）项目总投资表

本项目总投资 6,793.30 万元，主要用于软硬件设施的采购、机房的改造以及项目预备费，其中软件购置及实施费 5,443.00 万元，占比 80.12%，硬件购置费用 869.00 万元，占比 12.79%，机房建设费用 277.50 万元，占比 4.08%，预备费用 203.80 万元，占比 3.00%。具体如下表：

单位：万元

序号	项目	投资额	占比
1	软件购置及实施费	5,443.00	80.12%
2	硬件购置费用	869.00	12.79%
3	机房建设费用	277.50	4.08%
4	预备费	203.80	3.00%
合计		**6,793.30**	**100.00%**

（2）软件购置及实施费

本项目的软件购置及实施费明细具体如下表：

单位：万元

序号	系统名称	软件使用权费	实施费	小计
1	大数据处理平台	1,210.00	363.00	1,573.00
2	营销电商管理平台	400.00	400.00	800.00
3	智能供应链平台	450.00	300.00	750.00
4	智能制造执行平台	600.00	800.00	1,400.00
5	核心运营 ERP 系统	420.00	300.00	720.00
6	阶段性咨询及服务费用	-	200.00	200.00
合计		**3,080.00**	**2,363.00**	**5,443.00**

注：软件实施费中含运维费

（3）硬件购置费用

本项目的硬件购置费明细具体如下表：

序号	项目	数量（台）	单价（万元/台）	金额（万元）
1	接入层交换机（CISCO）	30	2.70	81.00
2	核心交换机（CISCO）	6	5.00	30.00
3	万兆网络交换机	6	7.50	45.00
4	光钎交换机	6	7.50	45.00
5	SAN 光纤汇聚（CISCO）	3	10.00	30.00
6	无线服务器（CISCO）	3	10.00	30.00
7	VPN 服务器（SINFOR）	3	6.00	18.00
8	生产系统服务器	4	60.00	240.00
9	开发测试系统服务器	2	50.00	100.00
10	生产环境应用服务器	4	50.00	200.00
11	存储机	2	10.00	20.00
12	线材及布线施工费	-	-	30.00
合计				**869.00**

（4）机房建设费用

本项目将对机房进行建设，具体如下表：

单位：万元

序号	项目	金额
1	精密空调	60.00
2	机柜	22.50
3	总控制台	30.00
4	门禁管理系统	60.00
5	施工费	105.00

合计	277.50

（5）预备费

为抵抗项目建设过程中的不确定因素，需安排预备费用，按项目投资总额的3%计算，共计 203.80 万元。

7、项目实施进度

根据项目建设方案以及资金周转情况，本项目拟按 2 年分进度实施该项目。具体项目实施进度见下图：

序号	阶段/时间	T+1 年				T+2			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	项目规划筹备、招标签订合同								
2	机房装修、设备安装及调试								
3	项目准备及业务调研								
4	蓝图设计及单元测试								
5	集成测试及压力测试								
6	信息化试运行								

8、项目效益分析

本项目作为公司信息系统的一部分，在投入运行后不直接产生效益，其效益体现在内部管理水平的提高上，因而不进行单独的财务测算。

（六）补充流动资金项目

为扩大业务规模，降低营运成本，满足业务快速发展对流动资金的需求，公司计划募集资金 7,000 万元用于补充流动资金。

1、项目实施的必要性

（1）补充日常营运资金缺口

为满足快速增长的业务需求，近年来股东投入的资本和利润滚存的资金大量用于土地和厂房的构建以及产线的投资，以增加产能的供应，进而压缩了有限的营运资金规模。而与此同时，随着经营规模的快速增长，应收账款和存货的规模也逐年增加，公司对流动资金的需求在逐年增长。

（2）改善财务状况，节约财务费用

报告期内，公司运营资金主要来自于银行借款及利润滚存，但受制可抵押资产规模的限制，公司的授信额度相对有限。尽管目前公司盈利能力较强，资金回款速度较快，能够及时偿付经营性负债，亦未发生过拖欠银行贷款及供应商账款的情形，但是融资主要通过银行贷款仍会对公司经营产生不确定的风险。因此，补充流动资金能有效降低有息负债规模以及节约财务费用，增强抗风险能力，实现公司长期持续稳定发展。

（3）持续的研发投入需要充足的资金做支持

公司和广州昊道为高新技术企业，通过持续的技术创新积累了丰富的技术储备，建立了一定的技术壁垒。报告期内，公司研发费用投入分别为 2,958.78 万元、3,610.62 万元、4,150.52 万元和 2,069.89 万元，逐年增长。为保障公司在市场上拥有持续的竞争力，公司需要不断强化研发投入，研发新品，提升产品品质，因此，持续的研发投入也加大了公司对营运资金的需求。

2、补充营运资金的管理安排

公司已建立募集资金专项存储制度，募集资金存放于董事会指定的专项账户，公司董事会负责建立健全公司募集资金管理制度，并确保该制度有效实施，专户不得存放非募集资金或用作其他用途。具体使用过程中，公司将根据业务需要，在科学测算和合理调度的基础上合理安排该部分资金的投放进度，保障募集资金的安全和高效使用。在具体资金支付环节，严格按照公司财务管理制度和资金审批权限进行使用，做到资金使用的规范、透明、公开。

3、补充流动资金量的测算依据

2017 年至 2019 年，公司营业收入分别为 95,599.15 万元、131,345.30 万元和 158,372.95 万元，营业收入年复合增长率为 28.71%。假设 2020 年、2021 年和 2022 年公司营业收入平均增长率为 30%，采用销售百分比法计算的公司营运资金需求情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度/2019 年 12 月 31 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日

收入	158,372.95	205,884.83	267,650.28	347,945.36
应收账款	8,501.21	11,051.57	14,367.04	18,677.16
预付账款	1,567.80	2,038.14	2,649.59	3,444.46
存货	11,817.91	15,363.28	19,972.27	25,963.95
经营性流动资产合计①	21,886.92	28,453.00	36,988.90	48,085.57
应付账款	11,907.01	15,479.12	20,122.85	26,159.71
预收账款	3,116.30	4,051.19	5,266.55	6,846.52
经营性流动负债合计②	15,023.32	19,530.31	25,389.41	33,006.23
流动资金占用金额（①-②）	6,863.61	8,922.69	11,599.49	15,079.34
流动资金缺口	-	2,059.08	2,676.81	3,479.85
流动资金缺口合计	-			**8,215.74**

根据上表测算结果，公司未来三年流动资金缺口合计为 8,215.74 万元，高于公司本次募集资金拟用于补充公司流动资金的 7,000 万元，补充流动资金项目符合公司实际经营情况。差额部分公司将通过自筹方式解决。

三、募集资金投入是否导致发行人生产经营模式发生变化

募集资金投资项目建成达产后，公司资产规模和经营规模将随之有较大幅度增长。公司将沿用现行的管理体系。因此，募集资金的投入不会导致公司的经营模式发生重大变化。公司本次募集资金项目紧密围绕现有主要产品展开，公司拥有募投项目所生产产品的生产技术和生产能力，因此，募投项目实施后，不会导致公司生产模式发生变化。募投项目实施后将有助于公司生产能力的进一步扩大，募投项目实施不会对公司主营业务、经营管理、技术运用造成不利影响。

四、发行人未来战略规划

（一）总体发展战略

公司以成为“中国烘焙食品原料及冷冻烘焙食品第一品牌”为长期战略目标。自设立以来，公司充分把握中国烘焙市场快速发展的有利契机，始终坚持持续创新的经营理念，致力于为市场提供安全、健康、营养、便捷、多样的烘焙产品。目前，公司已经形成了烘焙食品原料和冷冻烘焙食品两大系列产品，涉及冷冻烘

焙食品、奶油、水果制品和酱料等四大品类，具备自主研发、生产和销售的完整经营体系，拥有大规模生产能力和高度稳定的品控能力。着眼未来，公司将继续聚焦现有主营业务体系，以市场为导向，借助研发、技术、品控和服务的优势，加大产能投资，提高研发力度，优化生产工艺和配方，根据市场需求，持续开发新品类，扩充并下沉渠道资源，整合产业链资源，将公司打造成全国具备较强竞争力的烘焙原料及冷冻烘焙食品研发及生产基地，全面提升公司在行业中的市场地位。

（二）经营目标

公司将进一步完善生产基地的全国性布局，未来三年，公司在华南、华东、华北以及海外将拥有六个大型生产基地和四个技术研发中心，产品品规预计超过千种，同时，进一步扩展营销渠道，加强广度和深度的开发，完善经销商体系，着力开发餐饮、商超、酒店等渠道，并向海外市场进军，实现产品与渠道的双驱动发展。

（三）报告期内采取的措施和实施效果

报告期内，公司为实现战略目标采取的主要措施包括加大研发投入，丰富产品品类；拓宽产品销售渠道，扩充产品的市场空间；加大产能建设和技术改造，提升产品供给能力；加强人才培养，提升管理水平。

1、加大研发投入，丰富产品品类

报告期内，公司持续加大研发投入，研发投入分别为 2,958.78 万元、3,610.62 万元、4,150.52 万元和 2,069.89 万元。根据市场需求的变化，一方面在成熟品类的基础上进行新配方的创新，如设计出多款馅料的甜甜圈，另一方面积极开展新品类和新产品创意的设计，如推出蛋黄酥、可丝达酱料等新品，满足市场多样化的需求。截至 2020 年 6 月底，公司奶油、水果制品、酱料产品、冷冻烘焙食品的品规分别达到 32 种、241 种、69 种和 187 种，较之行业内大多数公司具有较为明显的产品品类多样化优势。

2、拓宽产品销售渠道，扩充产品的市场空间

报告期内，公司不断深化产品的销售渠道，包括广度和深度上的开发。广度

上，从较为传统的烘焙渠道扩充到烘焙店、饮品店、商超、餐饮、便利店等多样化的销售渠道，增强了产品的辐射面和市场空间；深度上，加大对基层市场的培育力度，截至2020年6月底，公司销售渠道已经深入351个城市。

3、加大产能建设和技术改造，提升产品供给能力

报告期内，公司加大了生产基地的建设力度，在浙江长兴引入国内外先进的甜甜圈、葡挞、丹麦类、沙拉酱等品类生产线，并对部分原有产线进行自动化升级，提升生产效率，进而有效提升了产品的供给和服务能力。截至2020年6月底，公司已经拥有19条烘焙食品原料和22条冷冻烘焙食品自动化生产线，2019年产品产量近9万吨，

4、加强人才培养，提升管理水平

报告期内，公司通过内部培养和外部引进相结合的方式充实人才队伍，提升管理水平。根据发展需求，公司通过引进技术研发、生产管理和市场营销方面的人才，逐步建立起关键岗位的后备干部储备库。公司建立和完善了内部培训体系，邀请行业专家定期开展管理人员、技术人员和销售人员的培训，提高人才的综合素质。2018年公司还进行了股权激励，鼓励骨干员工与公司共谋发展、共享收益，实现公司发展与个人发展相统一。

（四）未来规划采取的措施

1、产品发展计划

公司坚持以客户需求为导向，开展持续的产品创新，首先，在原有产品体系基础上，优化馅料、糖分、油脂等配方成分，引进优质原料，增加新风味，同时，调整生产工艺如手工制作挞皮，进行冷加工、无添加剂加工等，提供更加符合消费者健康、美味需求的优质产品。其次，积极开展品类创新，依托成熟的技术工艺和产线设施，研发与目前产品生产工序接近的新品类，如UHT奶油、乳化液、汤体产品等。再者，公司将继续前往欧美、日本、中国台湾等烘焙市场发达地区考察，了解国际烘焙产品的最新流行趋势，将麻薯、香芋酥等新品类积极引入并进行适应性的改造，打造畅销品类。另外，提升原材料的综合加工能力，对水果类产品的果皮、果核等进行综合加工处理，形成多元产品加工体系，同时，应用保鲜等技术手段，提高产品的新鲜度和风味。最后，公司将结合烘焙店消费场景，

选择增加部分适销品种的外采力度进行组合销售，如果冻杯、布丁杯等。

2、生产基地建设计划

近年来，公司业务发展迅速，原有产能已近于饱和，尤其四季度生产旺季时，产需矛盾尤为显著。为满足业务发展的需要，提高生产效率，增加新品类，公司未来三年计划利用上市募集资金和自有资金在佛山生产基地、浙江长兴生产基地和河南卫辉生产基地开展产能扩建，并对原有部分产线设施升级改造。公司扩产主要围绕着甜甜圈、冷冻蛋糕、奶油、水果制品等主要产品，并开展UHT稀奶油、挞液等新品的规模化生产，以提高公司综合服务能力。随着公司各个生产基地建设计划的实施，未来公司将形成华南、华东和华北三大生产区域，六个大型生产基地的网络化布局，能够有效提升对烘焙消费主战场华南、华东和华北的辐射力度，增强市场竞争力。

3、渠道开发计划

公司将继续实施渠道与产品双驱动的发展策略，在巩固原有产品竞争力以及新产品持续创新力的基础上，进行渠道深度和广度的延伸。在深度上，公司将继续下沉营销网络，借助丰富的产品体系以及性价比高、竞争力强的成熟产品对基层市场进行培育，将市场网络由一二线城市向二三线城市乃至乡镇市场辐射，提高网络的覆盖率。在广度上，一方面公司优化经销商体系，与经销商深度合作，进行矩阵式管理，并运用大数据分析工具，使其成为公司稳定的“获客中心”。另一方面公司将进一步丰富营销渠道，大力开发餐饮、商超、便利店等渠道，既将原有成熟产品进行导入，快速扩大销售规模，又发挥公司的产品研发优势，结合不同渠道的消费特点，有针对性地开发符合不同消费情景的产品，如餐饮渠道适用的汤体产品、熟制品等，满足不同客户的个性化需求。另外，公司将适机开发海外市场，构建海外销售渠道，逐步塑造全球性烘焙品牌形象。

4、研发体系建设计划

未来，公司继续加大在研发和创新方面的投入，在广东佛山、浙江长兴、河南卫辉和日本建设四大技术研发中心，形成紧贴烘焙主消费市场和烘焙技术发达地区的海内外双研究中心架构，配置行业内先进的研发和检验设备，全面提升公司的技术开发能力，为业务的持续发展提供有利保障。另外，公司积极借助科研

院所和外部专家的科研力量，未来公司将加强与华南理工大学、暨南大学、江南大学、亚热带水果研究所等科研院所的技术合作，实现产学研的深度联合，另外，公司将积极聘用海外知名专家为技术顾问，为产品工艺的优化和新品的研发提供技术支持。

5、信息系统优化计划

公司计划将对现有信息系统进行升级改造，设置大数据处理平台、智能制造执行平台、营销电商管理平台、智能供应链平台、核心运营 ERP 系统等相关系统模块，提升信息系统的整体功能，为决策和计划提供依据，提高管理效率，降低经营风险，增强公司的竞争力。

6、产业链整合计划

原料是影响烘焙产品品质的核心，公司糖类、油脂、面粉等主要原料均源自国内知名品牌厂商，合作紧密，供应和质量稳定。水果制品的原料为季节性水果，而水果品质和产量易受气候、病虫害、农户种植面积等多种因素影响，稳定性差，这对公司水果制品的均衡生产和供应构成了不稳定因素。为保质保量为水果制品提供稳定的原料供给，未来公司计划切入水果制品的前端运营，包括物色果园、水果甄选、冻果制作等，实施产业链的整合。

7、人才体系优化计划

公司高度重视人才队伍建设，未来三年，公司将进一步完善内部员工考核及激励机制，提供与员工贡献度相匹配、兼具市场竞争力的薪资水平，为员工打通人才晋升路径，充分调动员工工作积极性，促进员工与企业共同发展；同时，根据公司发展状况，公司将加大外部人才的引进力度，及时吸纳行业内优秀的研发、销售及管理等方面人才，进一步优化公司人才体系，提升公司核心竞争力。公司还将持续为员工提供管理、技术、营销等全方位的培训教育，支持员工在专业技能和管理能力上取得全面提升与成长，从而构建长效的人才梯队形成机制，为公司未来快速发展打下坚实的基础。

8、融资计划

公司将以上市为契机，充分发挥上市平台的优势，根据公司未来的经营需要，通过多种长短期股权和债券融资品种，为公司持续发展提供稳定的资金支持，提

高经营效益，充分实现公司利润和股东利益的最大化。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

为规范公司的信息披露行为，切实保护公司、股东及投资者的合法权益，公司根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律、法规、规范性文件以及《公司章程》的规定制定了如《股东大会议事规则》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》等规章制度，通过建立科学、合理的法人治理结构来保障股东行使权利，参与公司重大事项的决策，保障投资者及时、真实、准确、完整地获取公司相关资料和信息。

公司《信息披露管理制度》规定了信息披露的基本原则和一般规定、信息披露的内容、信息披露事务管理、信息披露的程序及责任等内容，对公司的信息披露作出了制度性的安排，有效地保障了投资者能够及时、准确、完整的获取公司信息。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

公司制定了《投资者关系管理制度》，规定了投资者关系管理的目的、原则、工作对象、工作内容、沟通方式、部门设置和主要职责等内容，为更好的保护投资者的合法权益作出了制度性的安排，为投资者行使权利创造了条件。

发行人信息披露体现公开、公正、公平对待所有股东的原则。发行人负责信息披露和投资者关系的部门为证券部，负责人为董事会秘书龙望志先生，联系电话是：020-36510920-882。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

未来，公司将严格按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律、法规、规章和规范性文件及《公司章程（草案）》的要求，通过证监会及深圳证券交易所规定的信

息披露渠道，认真履行信息披露义务，保证信息披露的真实、准确、完整，加强与投资者的沟通工作，进一步提升公司规范运作水平和透明度。

二、股利分配政策

（一）现行股利分配政策

根据公司现行有效的《公司章程》，公司的利润分配政策如下：

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，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

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。

根据公司当年的实际经营情况，由股东大会决定是否进行利润分配，可采取现金或者股票方式分配股利。

（二）发行后的股利分配政策

根据公司 2019 年第 2 次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司发行后的利润分配政策如下：

1、利润分配原则

（1）公司的利润分配应当重视对投资者的合理投资回报，公司的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。公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见；

（2）公司董事会未作出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见；

（3）出现股东违规占用公司资金情况的，公司分红时应当扣减该股东所分

配的现金红利，以偿还其占用的资金；

（4）公司可根据实际盈利情况进行中期现金分红；

（5）在满足现金分红条件时，公司原则上每年度进行一次现金分红，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 10%，且在连续三个年度内，公司以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。

公司将根据自身实际情况，并结合股东特别是公众投资者、独立董事的意见制定或调整股东回报计划，独立董事应当对此发表独立意见。

2、利润分配的形式和优先条件

公司可以采取现金、股票或二者相结合的方式支付股利，并优先采取现金的方式分配利润；公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。公司采用股票方式进行利润分配的，应当以股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

3、现金分配的条件

（1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）最近一期审计基准日货币资金余额不低于拟用于现金分红的金额。

4、利润分配期间间隔

在符合利润分配原则、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次利润分配，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期利润分配。

5、股票股利分配的条件

在满足现金股利分配的条件下，若公司营业收入和净利润增长快速，且董事会认为公司股本规模及股权结构合理的前提下，可以在提出现金股利分配预案之外，提出并实施股票股利分配预案。

6、差异化分红政策

公司董事会应当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，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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%；

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%；

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%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

前述所指“重大资金支出”是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备等交易涉及的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产值的 10%且大于 5,000 万元的情形，募投项目除外。

公司因特殊情况而不进行现金分红时，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。

7、利润分配的决策程序和机制

公司每年利润分配预案由公司管理层、董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况、股东回报规划提出、拟订，经董事会审议通过后提交股东大会批准，独立董事应对利润分配预案发表明确的独立意见并公开披露。

监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行审议，并经过半数监事通过。若公司年度内盈利但未提出利润分配的预案，监事会应就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见。

注册会计师对公司财务报告出具解释性说明、保留意见、无法表示意见或否定意见的审计报告的，公司董事会应当将导致会计师出具上述意见的有关事项及对公司财务状况和经营状况的影响向股东大会做出说明。如果该事项对当期利润有直接影响，公司董事会应当根据就低原则确定利润分配预案或者公积金转增股本预案。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于电话、传真、邮箱、互动平台等），

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。分红预案应由出席股东大会的股东或股东代理人以所持 1/2 以上的表决权通过。

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，需调整利润分配政策的，应以股东权益保护为出发点，调整后的利润分配政策不得违反相关法律法规、规范性文件及本章程的规定；有关调整利润分配政策的议案，由独立董事、监事会发表意见，经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司同时应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。

公司当年盈利但未作出利润分配预案的，公司需对此向董事会提交详细的情况说明，包括未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，并由独立董事对利润分配预案发表独立意见并公开披露；董事会审议通过后提交股东大会通过现场及网络投票的方式审议批准。

（三）发行前后股利分配政策的差异情况

公司 2019 年第 2 次临时股东大会审议通过了本次发行上市完成后生效的《公司章程（草案）》，进一步明确了利润分配的原则、形式和条件、现金分红的比例要求、利润分配的期间间隔、股票股利分配的条件等约定，完善了利润分配的决策程序和机制，加强了对中小投资者的利益保护。

三、滚存利润的分配安排

根据公司 2019 年第 2 次临时股东大会决议，公司首次公开发行股票时滚存的未分配利润由公开发行股票后的新老股东按持股比例共同享有。

四、股东投票机制的建立情况

公司 2019 年第 2 次临时股东大会审议通过了《公司章程（草案）》，对采取累积投票制选举公司董事，中小投资者单独计票机制，法定事项采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决、征集投票权的相关安排等股东投票机制作出了明确规定。

（一）累积投票制

根据《公司章程（草案）》，股东大会选举两名及以上董事或监事时应实行累积投票制。前款所称累积投票制是指股东大会选举董事、监事时，每一股份拥有与应选董事、监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

（二）中小投资者单独计票机制

根据《公司章程（草案）》，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）提供股东大会网络投票方式

根据《公司章程（草案）》，本公司召开股东大会的地点为公司住所地或会议通知列明的其他地点。股东大会应设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络或其他的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。

（四）征集投票权的相关安排

根据《公司章程（草案）》，公司董事会、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、重大合同

重大合同指发行人及子公司报告期内对经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的已履行和正在履行的合同情况。发行人及子公司的重大合同具体如下：

（一）销售合同

公司一般与客户签订年度销售框架合同，再通过具体订单的方式向客户进行销售，因此公司以年度交易金额为重要合同的认定依据。报告期内，公司签订的年度交易金额 1,000 万元以上的重大销售合同，以及截止本招股说明书签署日，公司正在履行的预计年度交易金额 1,000 万元以上的重大销售合同如下：

序号	交易主体	客户名称	客户类型	合同金额	经销期限/合同期限	履行情况
1	广州奥昆	沃尔玛（中国）投资有限公司	直销客户	框架合同，根据实际订单予以确定	2019.02.01-2020.01.02；期满无异议，合同在期限届满之时自动展期一年	正在履行
2				框架合同，根据实际订单予以确定	2015.09.09-2016.09.08；期满无异议，合同在期限届满之时自动展期一年	履行完毕
3	广州奥昆	广东嘉怡食品有限公司	经销商	框架合同，根据实际订单予以确定	2020.01.01-2020.12.31	正在履行
4				框架合同，根据实际订单予以确定	2019.01.01-2019.12.31	履行完毕
5				框架合同，根据实际订单予以确定	2018.01.01-2018.12.31	履行完毕
6	广州奥昆	广东省商业贸易进出口有限公司	经销商	框架合同，根据实际订单予以确定	2020.08.01-2021.07.31	正在履行

7				框架合同，根据实际订单予以确定	2019.08.01-2020.07.31	履行完毕
8				框架合同，根据实际订单予以确定	2018.08.01-2019.07.31	履行完毕
9	广州奥昆	中山市采蝶轩食品有限公司	经销商	框架合同，根据实际订单予以确定	2020.01.01-2020.12.31	正在履行
10	立高食品	深圳市幸福商城科技股份有限公司	直销客户	框架合同，根据实际订单予以确定	2018.07.01-2019.06.30	履行完毕
11				框架合同，根据实际订单予以确定	2018.01.01-2018.06.30	履行完毕
12				框架合同，根据实际订单予以确定	2016.07.01-2017.06.30	履行完毕
13	立高食品	深圳市幸福西饼有限公司	经销商	框架合同，根据实际订单予以确定	2017.07.01-2017.12.31	履行完毕
14	立高食品	再博（上海）实业有限公司	经销商	框架合同，根据实际订单予以确定	2018.01.01-2018.12.31	履行完毕

（二）采购合同

公司一般与供应商签订年度采购框架合同，再通过具体订单的方式向供应商进行采购，因此公司以年度交易金额为重要合同的认定依据。报告期内，公司签订的年度交易金额 2,000 万元以上的重大采购合同，以及截止本招股说明书签署日，公司正在履行的预计年度交易金额 2,000 万元以上的重大采购合同如下：

序号	交易主体	供应商名称	采购商品	合同金额	合同期限	履行情况
1	广州奥昆	广东白燕粮油实业有限公司	面粉	框架合同，根据实际订单予以确定	2020.01.01-2020.12.31	正在履行
2				框架合同，根据实际订单予以确定	2019.01.01-2019.12.31	履行完毕

3				框架合同，根据实际订单予以确定	2018.05.01-2019.03.20	履行完毕
4				框架合同，根据实际订单予以确定	2017.07.13-2018.07.06	履行完毕
5				框架合同，根据实际订单予以确定	2017.01.01-2017.07.31	履行完毕
6	广州奥昆	临沂新程金锣肉制品集团有限公司	猪油	框架合同，根据实际订单予以确定	2020.01.01-2020.12.31	正在履行
7	广州奥昆	广州焙乐道食品有限公司	改良剂、高端烘焙原料	框架合同，根据实际订单予以确定	2020.01.01-2020.12.31	正在履行
8	立高食品	广州保科力医药保健品进出口有限公司	稀奶油	框架合同，根据实际订单予以确定	2018.07.11-2019.03.29	履行完毕
9					2017.07.11-2018.07.10	履行完毕
10	广州奥昆	鑫兰食品武汉有限公司	挞液	框架合同，根据实际订单予以确定	2019.01.01-2019.12.30	履行完毕
11				框架合同，根据实际订单予以确定	2018.01.01-2018.12.30	履行完毕
12	广州奥昆	武汉市新兰食品工业有限公司	挞液	框架合同，根据实际订单予以确定	2017.01.01-2018.03.31	履行完毕
13	广州奥昆	益海嘉里食品营销有限公司深圳分公司	油脂	框架合同，根据实际订单予以确定	2017.01.01-2017.12.31	履行完毕
14	立高食品	广州市达江源食品科技有限公司	水果	框架合同，根据实际订单予以确定	2017.01.01-2017.12.31	履行完毕

（三）借款、担保合同

1、借款合同

报告期内，公司已履行的银行借款合同，以及截止本招股说明书签署日，公司正在履行的 1000 万元以上的借款合同如下：

序号	借款人	贷款银行	借款合同	借款金额（万元）	合同期限	履行情况
1	浙江奥昆	浙江长兴农村商业银行股份有限公司	《流动资金借款合同》	2,000.00	2020.06.19-2021.07.18	正在履行
2	浙江奥昆	浙江长兴农村商业银行股份有限公司	《流动资金借款合同》	1,000.00	2020.06.19-2021.07.18	正在履行
3	浙江奥昆	浙江长兴农村商业银行股份有限公司	《流动资金信用借款合同》	1,000.00	2019.11.29-2020.11.28	正在履行
4	立高食品	中国建设银行股份有限公司广州天河支行	《人民币流动资金贷款合同》	3,000.00	2020.04.24-2021.04.23	履行完毕
5	浙江奥昆	浙江长兴农村商业银行股份有限公司	《固定资产借款合同》	3,000.00	2019.01.28-2023.12.25	履行完毕
6	浙江奥昆	浙江长兴农村商业银行股份有限公司	《流动资金借款合同》	1,000.00	2019.07.31-2020.07.25	履行完毕
7	浙江奥昆	浙江长兴农村商业银行股份有限公司	《流动资金借款合同》	1,000.00	2019.05.31-2020.05.29	履行完毕
8	立高食品	中国民生银行股份有限公司广州分行	《流动资金贷款借款合同》	1,400.00	2018.11.13-2019.11.12	履行完毕
9	立高食品	中国银行股份有限公司广州增城支行	《流动资金借款合同》	1,178.96	2018.05.25-2019.05.24	履行完毕
10	立高食品	中国银行股份有限公司广州增城支行	《流动资金借款合同》	1,225.46	2018.04.27-2019.04.26	履行完毕
11	立高食品	中国银行股份有限公司广州增城支行	《流动资金借款合同》	1,276.70	2018.04.09-2019.04.08	履行完毕
12	立高食品	中国银行股份有限公司广州增城支行	《流动资金借款合同》	1,178.97	2017.05.26-2018.05.25	履行完毕
13	立高食品	中国银行股份有限公司广州增城支行	《流动资金借款合同》	1,482.78	2017.04.28-2018.04.27	履行完毕

注：上述第 4-5 项的借款合同尚未到期，公司已提前还清相关款项，故合同已履行完毕。

2、担保合同

报告期内，公司已履行的银行担保合同，以及截止本招股说明书签署日，公司正在履行的 1000 万元以上的担保合同如下：

序号	担保人	债务人	债权人	担保合同	担保内容	被担保最高债权额（万元）	担保形式	担保物	履行情况
1	佛山立高	立高食品	中国银行股份有限	《最高额保证合同》	为立高食品自 2017 年 1 月 1 日至 2023	7,000.00	保证担保	无	正在履行

2	广州奥昆	立高食品	公司广州增城支行	《最高额保证合同》	年 12 月 31 日期间形成的债务提供最高额保证担保	7,000.00	保证担保	无	正在履行
3	广州昊道	立高食品		《最高额保证合同》		7,000.00	保证担保	无	正在履行
4	彭裕辉、招绮群	立高食品		《最高额保证合同》		7,000.00	保证担保	无	正在履行
5	赵松涛、彭玉君	立高食品		《最高额保证合同》		7,000.00	保证担保	无	正在履行
6	立高食品	立高食品	中国银行股份有限公司广州增城支行	《最高额抵押合同》	为立高食品自 2018 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日期间形成的债务提供最高额抵押担保	9,000.00	抵押担保	房产及土地使用权	正在履行
7	浙江奥昆	浙江奥昆	浙江长兴农村商业银行股份有限公司	《最高额抵押合同》	为浙江奥昆自 2020 年 4 月 22 日至 2025 年 4 月 21 日期间形成的债务提供最高额抵押担保	4,740.00	抵押担保	房产及土地使用权	正在履行
8	浙江奥昆	浙江奥昆	浙江长兴农村商业银行股份有限公司	《最高额抵押合同》	为浙江奥昆自 2019 年 7 月 29 日至 2021 年 7 月 28 日期间形成的债务提供最高额抵押担保	3,471.98	抵押担保	设备	正在履行
9	立高食品	立高食品	中国建设银行股份有限公司广州天河支行	《保证金质押合同》	为立高食品编号“HTZ440580000LDZJ202000010”的《人民币流动资金贷款合同》项下的债务提供质押担保	-	质押担保	保证金 30 万元	履行完毕
10	立高食品	立高食品		《权利质押合同》		-	质押担保	专利	履行完毕
11	广州奥昆	立高食品		《本金最高额保证合同》	为立高食品自 2020 年 3 月 13 日至 2021 年 3 月 13 日期间形成的债务提供最高额保证担保	6,000.00	保证担保	无	履行完毕
12	彭裕辉、招绮群	立高食品		《本金最高额保证合同》		6,000.00	保证担保	无	履行完毕
13	赵松涛、彭玉君	立高食品		《本金最高额保证合同》		6,000.00	保证担保	无	履行完毕

14	广州奥昆	浙江奥昆	浙江长兴农村商业银行股份有限公司	《最高额保证合同》	为浙江奥昆自 2019 年 5 月 30 日至 2022 年 5 月 29 日期间形成的债务提供最高额保证担保	3,000.00	保证担保	无	履行完毕
15	广州奥昆	浙江奥昆	浙江长兴农村商业银行股份有限公司	《最高额保证合同》	为浙江奥昆自 2019 年 1 月 26 日至 2023 年 12 月 5 日期间形成的债务提供最高额保证担保	3,000.00	保证担保	无	履行完毕
16	浙江奥昆	浙江奥昆	浙江长兴农村商业银行股份有限公司	《最高额抵押合同》	为浙江奥昆自 2019 年 1 月 25 日至 2021 年 3 月 7 日期间形成的债务提供最高额抵押担保	4,286.00	抵押担保	房产及土地使用权	履行完毕
17	浙江奥昆	浙江奥昆	浙江长兴农村商业银行股份有限公司	《最高额抵押合同》	为浙江奥昆自 2019 年 5 月 28 日至 2020 年 5 月 27 日期间形成的债务提供最高额抵押担保	2,500.00	抵押担保	设备	履行完毕
18	赵松涛、彭玉君	立高食品	中国银行股份有限公司广州开发区支行	《最高额保证合同》	为立高食品自 2013 年 2 月 28 日至 2018 年 2 月 28 日期间形成的债务提供最高额保证担保	2,000.00	保证担保	无	履行完毕
19	佛山立高	立高食品		《最高额保证合同》		2,000.00	保证担保	无	履行完毕
20	彭裕辉、招绮群	立高食品		《最高额保证合同》		2,000.00	保证担保	无	履行完毕
21	立高食品	立高食品		《最高额抵押合同》	为立高食品自 2013 年 2 月 28 日至 2018 年 2 月 28 期间形成的债务提供最高额抵押担保	1,710.71	抵押担保	房产及土地使用权	履行完毕
22	佛山立高	立高食品	中国银行股份有限公司广州增城支行	《最高额保证合同》	为立高食品自 2017 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 期间形成的债务提供最高额保证担保	6,000.00	保证担保	无	履行完毕
23	彭裕辉、招绮群	立高食品		《最高额保证合同》		6,000.00	保证担保	无	履行完毕
24	赵松涛、彭玉君	立高食品		《最高额保证合同》		6,000.00	保证担保	无	履行完毕

25	彭裕辉、招绮群	立高食品		《最高额质押合同》	为立高食品自 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 4 月 11 期间形成的债务提供最高额质押担保	6,000.00	质押担保	个人定期存单	履行完毕
26	立高食品	立高食品		《最高额抵押合同》	为立高食品自 2017 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 期间形成的债务提供最高额抵押担保	6,000.00	抵押担保	房产及土地使用权	履行完毕
27	彭裕辉、招绮群、赵松涛、彭玉君、彭永成、卢如英、赵键、李莉、白宝鲲、刘珂	立高食品	中国民生银行股份有限公司广州分行	《最高额担保合同》	为立高食品自 2018 年 9 月至 2023 年 9 月期间形成的债务提供最高额抵押担保	3,000.00	抵押担保	房产及土地使用权	履行完毕
28	彭裕辉、招绮群	立高食品		《最高额担保合同》	为立高食品编号“公授信补字第 ZH1800000090955 号”的《综合授信合同》项下的债务提供保证担保	3,000.00	保证担保	无	履行完毕
29	赵松涛、彭玉君	立高食品		《最高额担保合同》		3,000.00	保证担保	无	履行完毕
30	彭裕辉、招绮群	立高食品	中国民生银行股份有限公司广州分行	《担保合同》	为立高食品编号“公电子承兑字第 ZH1600000180871 号”的《电子汇票银行承兑协议》项下的债务提供质押担保	2,000.00	质押担保	个人定期存单	履行完毕
31	陈和军、曾爱娇	立高食品		《担保合同》	为立高食品编号“公电子承兑字第 ZH1600000182806 号”的《电子汇票银行承兑协议》项下的债务提供质押担保	2,000.00	质押担保	个人定期存单	履行完毕
32	彭裕辉、招绮群	立高食品		《担保合同》	为立高食品编号“公电子承兑字第 ZH1700000024881	2,000.00	质押担保	个人定期存单	履行完毕

33	宁宗峰、王静	立高食品		《担保合同》	号”的《电子汇票银行承兑协议》项下的债务提供质押担保		质押担保	个人定期存单	履行完毕
34	张新光、王月珍	立高食品		《担保合同》	为立高食品编号“公电子承兑字第ZH1700000061541号”的《电子汇票银行承兑协议》项下的债务提供质押担保	1,000.00	质押担保	个人定期存单	履行完毕
35	彭裕辉、招绮群	立高食品		《担保合同》	为立高食品编号“公电子承兑字第ZH1700000065515号”的《电子汇票银行承兑协议》项下的债务提供质押担保	2,000.00	质押担保	个人定期存单	履行完毕
36	陈和军、曾爱娇	立高食品		《担保合同》	为立高食品编号“公电子承兑字第ZH170000079200号”的《电子汇票银行承兑协议》项下的债务提供质押担保	1,000.00	质押担保	个人定期存单	履行完毕
37	宁宗峰、王静	立高食品		《担保合同》	为立高食品编号“公电子承兑字第ZH1700000105331号”的《电子汇票银行承兑协议》项下的债务提供质押担保	1,000.00	质押担保	个人定期存单	履行完毕

注 1：上述第 1-6 项的担保合同，根据中国银行广州增城支行 2020 年 3 月 18 日出具的说明，截至该说明出具之日，发行人与中国银行广州增城支行不存在债权债务关系，亦不存在需要发行人承担担保责任的情形。

注 2：根据中国银行广州增城支行于 2020 年 3 月 18 日出具的说明，因主债权已由发行人足额清偿，上表第 22-26 项担保合同已于 2018 年 6 月 25 日实际履行完毕。

注 3：根据民生银行广州分行于 2020 年 3 月 17 日出具的说明，因主债权已由发行人于 2019 年 8 月 29 日足额清偿，上表中第 27 项担保合同已终止。

注 4：根据浙江长兴农村商业银行股份有限公司于 2020 年 9 月 16 日出具的说明，因主债权已由发行人足额清偿，上表中第 14-16 项担保合同已终止。

二、对外担保

截止本招股说明书签署日，发行人不存在对外担保情况。

三、重大诉讼或仲裁事项

截止本招股说明书签署日，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截止本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、控股子公司，及公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

四、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的合法合规情况

截止本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员最近 3 年不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

发行人控股股东、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、发行人及其全体董事、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。

全体董事签字：

彭裕辉　　赵松涛　　陈和军

白宝鲲　　黄伟成　　黄劲业

全体监事签名：

宁宗峰　　刘青珊　　邓志强

全体高级管理人员签名：

彭裕辉　　赵松涛　　陈和军

龙望志　　周颖　　彭岗

郑卫平　　刘宇

立高食品股份有限公司

2021 年 2 月 8 日

发行人控股股东、实际控制人声明

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、实际控制人签字：

彭裕辉　　赵松涛　　彭永成

立高食品股份有限公司

2021 年 2 月 8 日

二、保荐机构（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。

项目协办人：

刘泉

保荐代表人：

翁嘉辉 温家明

法定代表人：

王常青

中信建投证券股份有限公司

2021 年 2 月 8 日

声明

本人已认真阅读立高食品股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构总经理签名：

李格平

保荐机构董事长签名：

王常青

中信建投证券股份有限公司

2021 年 2 月 8 日

三、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。

律师事务所负责人：

张利国

经办律师：

臧 欣　　桑 健

北京国枫律师事务所

2021 年 5 月 8 日

四、审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读立高食品股份有限公司首次公开发行股票招股说明书（以下简称“招股说明书”），确认招股说明书与本所出具的众环审字众环审字（2020）060064 号审计报告、众环专字（2020）060071 号内部控制鉴证报告及经本所鉴证的众环专字（2020）060069 号非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的众环审字（2020）060064 号审计报告、众环专字（2020）060071 号内部控制鉴证报告及经本所鉴证的众环专字（2020）060069 号非经常性损益明细表的内容无异议，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。

签字注册会计师：

汤家俊 彭聪

会计师事务所负责人：

石文先

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 2 月 8 日

五、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。

签字注册资产评估师：

肖浩 陈哲（已离职）

资产评估机构负责人：

汤锦东

广东中广信资产评估有限公司

2021 年 2 月 8 日

资产评估机构关于

承担评估业务签字注册资产评估师离职的声明

本机构出具的《广东立高食品有限公司拟整体变更为股份有限公司事宜所涉及广东立高食品有限公司审计报表范围内的相关资产及负债评估项目资产评估报告》（中广信评报字[2017]第 362 号）之承担评估业务的签字注册资产评估师陈哲已从本机构离职，特此声明。

资产评估机构负责人：

汤锦东

广东中广信资产评估有限公司

2021 年 2 月 8 日

五、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：

沈书斌 （已离职）

张富明

资产评估机构负责人：

赵向阳

北京国融兴华资产评估有限责任公司

2021 年 2 月 8 日

资产评估机构关于

承担评估业务签字注册资产评估师离职的声明

本机构出具的《立高食品股份有限公司拟以股份支付形式授予员工权益工具所涉及的立高食品股份有限公司股东全部权益价值项目资产评估报告》（国融兴华评报字[2018]第 620008 号）之承担评估业务的签字注册资产评估师张富明已从本机构离职，特此声明。

资产评估机构负责人：

赵向阳

北京国融兴华资产评估有限责任公司

2021 年 2 月 8 日

六、验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读立高食品股份有限公司首次公开发行股票招股说明书（以下简称“招股说明书”），确认招股说明书与本所出具的众环验字（2020）060002 号、众环验字（2020）060003 号、众环验字（2020）060004 号、众环验字（2020）060005 号验资报告不存在矛盾。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的众环验字（2020）060002 号、众环验字（2020）060003 号、众环验字（2020）060004 号、众环验字（2020）060005 号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。

签字注册会计师：

汤家俊

彭聪

会计师事务所负责人：

石文先

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 2 月 8 日

第十三节 附件

一、备查文件

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）《公司章程》（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺：

1、本次发行前股东所持股份的流通限制及自愿锁定的承诺

（1）控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人彭裕辉、赵松涛和彭永成承诺：

自发行人股票上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份，也不由发行人回购该部分股份。

发行人股票上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有的发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。本人持有发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。如发生中国证监会及证券交易所规定不得减持股份情形的，本人不得减持股份。如发行人上市后发生派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息情况的，则发行价将根据除权除息情况作相应调整。本人不会因职务变更、离职等原因，而放弃履行该等承诺。

担任发行人董事长、总经理的彭裕辉和董事、副总经理的赵松涛同时遵守以下承诺：1.本人离职后半年内，本人不转让所持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份；2.本人在担任发行人董事、高级管理人员职务期间，将向发行人申报所持有的发行人股份及其变动情况，每年转让的股份不超过本人所持有发行人

股份总数的 25%；3.本人若在任期届满前离职的，应当在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，继续遵守前述锁定承诺。

（2）其他持股 5%以上的股东承诺

1）持有公司 5%以上股份的股东白宝鲲、赵键和张新光承诺：

自发行人股票上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份，也不由发行人回购该部分股份。

担任发行人董事的白宝鲲同时遵守以下承诺：发行人股票上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有的发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。本人持有发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。如发生中国证监会及证券交易所规定不得减持股份情形的，本人不得减持股份。如发行人上市后发生派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息情况的，则发行价将根据除权除息情况作相应调整。本人离职后半年内，本人不转让所持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份。本人在担任发行人董事职务期间，将向发行人申报所持有的发行人股份及其变动情况，每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%。本人若在任期届满前离职的，应当在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，继续遵守前述锁定承诺。本人不会因职务变更、离职等原因，而放弃履行该等承诺。

2）持有公司 5%以上股份的股东陈和军和宁宗峰承诺：

自发行人股票上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份，也不由发行人回购该部分股份。

本人离职后半年内，本人不转让所持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份。本人在担任发行人董事/监事/高级管理人员职务期间，将向发行人申报所持有的发行人股份及其变动情况，每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%。本人若在任期届满前离职的，应当在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，继续遵守前述锁定承诺。本人不会因职务变更、离职等原因，而

放弃履行该等承诺。

担任发行人董事、副总经理的陈和军同时遵守以下承诺：发行人股票上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有的发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。本人持有发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。如发生中国证监会及证券交易所规定不得减持股份情形的，本人不得减持股份。如发行人上市后发生派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息情况的，则发行价将根据除权除息情况作相应调整。

（3）其他自然人且担任公司高级管理人员、监事的股东承诺

其他自然人且担任公司高级管理人员的股东龙望志、周颖、彭岗、郑卫平、刘宇，担任监事的股东邓志强承诺：

自发行人股票上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份，也不由发行人回购该部分股份。

本人离职后半年内，本人不转让所持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份。本人在担任发行人高级管理人员/监事职务期间，将向发行人申报所持有的发行人股份及其变动情况，每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%。本人若在任期届满前离职的，应当在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，继续遵守前述锁定承诺。本人不会因职务变更、离职等原因，而放弃履行该等承诺。

担任发行人高级管理人员的龙望志、周颖、彭岗、郑卫平、刘宇同时遵守以下承诺：发行人股票上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有的发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。本人持有发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。如发生中国证监会及证券交易所规定不得减持股份情形的，本人不得减持股份。如发行人上市后发生派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息情况的，则发行价将根据除权除息情况作相应调整。

（4）其他自然人股东承诺

其他自然人股东万建承诺：

自公司股票上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的公司首次公开发行股票前已发行股份，也不由公司回购该部分股份。

（5）非自然人股东承诺

非自然人股东且由彭裕辉控制的广州立兴和广州立创承诺：

自公司股票上市之日起 36 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接和间接持有的公司首次公开发行股票前已发行股份，也不由公司回购该部分股份。

2、本次发行前持股 5%以上的股东的持股意向及减持意向

发行人持股 5%以上的股东彭裕辉、赵松涛、赵键、白宝鲲、陈和军、宁宗峰和张新光以及控股股东彭永成的持股意向及减持意向如下：

本人持有的公司股份在锁定期满后两年内，本人减持股份数量不超过公司股份总数的 10%，减持价格不低于发行价；拟减持公司股票的，本人将在减持前三个交易日通过发行人公告减持意向。

3、稳定股价的措施和承诺

（1）启动股价稳定措施的条件

公司发行股票并在创业板上市后三年内的每 12 个月，公司股票第一次连续 20 个交易日（公司股票全天停牌的交易日除外，下同）的收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产（公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，前述“最近一期经审计的每股净资产”将相应进行调整，以下同）。

（2）股价稳定措施的方式和顺序

1）股价稳定措施的方式

①公司回购股票；②公司控股股东增持公司股票；③公司董事（不含独立董事，以下相同）、高级管理人员增持公司股票。

选用前述方式时应考虑：①不能导致公司不能满足法定上市条件；②不能迫使控股股东、实际控制人履行要约收购义务。

2）股价稳定措施实施的顺序

第一选择为公司回购股票，但如公司回购股票将导致公司不满足法定上市条件，则第一选择为公司控股股东增持公司股票。

第二选择为公司控股股东增持股票，在下列情形之一出现时将启动第二选择：①公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司股东大会批准，且控股股东增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发控股股东的要约收购义务；②公司虽实施股票回购计划但仍未满足“公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期经审计的每股净资产”之条件。

第三选择为董事和高级管理人员增持公司股票。启动该选择的条件为：在控股股东增持公司股票方式实施完成后，如公司股票仍未满足“公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期经审计的每股净资产”之条件，并且董事和高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或促使控股股东或实际控制人履行的要约收购义务。

（3）公司回购股票的实施预案

公司应在启动股价稳定措施的前提条件满足之日起 10 个交易日内召开董事会，讨论公司向社会公众股东回购公司股份的具体方案，并提交公司股东大会审议。公司应在符合相关法律、法规的规定且在不导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，向社会公众股东回购公司股份。

在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将依法通知债权人，向证券监管机构等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。在完成必要的审批、备案、信息披露等程序后，公司方可实施相应的股份回购方案。

公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格不超过上一年末经审计每股净资产，回购股份的方式为以法律法规允许的交易方式向社会公众股东回购股份。公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额；单次用于回购的资金金额不超过上一年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 20%；单一会计年度累计用于回购的资金金额不超过上一年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 30%。

公司公告回购股份预案后，公司股票收盘价连续三个交易日超过最近一年末经审计的每股净资产，公司董事会可以作出决议终止回购股份事宜，且在未来三

个月内不再启动股份回购事宜。

（4）控股股东增持公司股票的实施预案

当公司根据股价稳定措施完成公司回购股份后，公司股票连续 3 个交易日的收盘价仍低于公司最近一期末经审计的每股净资产时，或无法实施公司回购股份的措施时，公司控股股东、实际控制人应在 10 个交易日内，向公司书面提出增持公司股份的方案（包括拟增持公司股份的数量、价格区间、时间等）并由公司进行公告，并于公告后 30 个交易日内完成增持计划。

公司控股股东、实际控制人增持公司股份价格不超过公司上一年末经审计的每股净资产。单次用于增持的资金金额不超过公司上市后控股股东累计从公司所获得现金分红金额的 15%；累计用于增持的资金金额不超过公司上市后控股股东累计从公司所获得现金分红金额的 30%。

如果公司控股股东、实际控制人实施增持公司股份前公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，或者继续增持股份将导致公司不满足法定上市条件时，或者继续增持股份将导致需履行要约收购义务，则可不再实施上述增持公司股份的计划。

（5）董事和高级管理人员增持公司股票的实施预案

当公司根据股价稳定措施完成公司回购股份及控股股东、实际控制人增持公司股份后，公司股票连续 20 个交易日的收盘价仍低于公司最近一期末经审计的每股净资产时，或无法实施公司控股股东、实际控制人增持措施时，在公司领取薪酬的董事、高级管理人员应在 10 个交易日内，向公司书面提出增持公司股份的方案（包括拟增持公司股份的数量、价格区间、时间等）并由公司进行公告，并于公告后 30 个交易日内完成增持计划。

董事、高级管理人员增持公司股份的价格不超过上一年度末经审计的每股净资产。单次用于增持的资金金额不超过其上一年度自公司领取税后薪酬或津贴总和的 15%；单一会计年度累计用于增持的资金金额不超过其上一年度自公司领取税后薪酬或津贴总和的 30%。

如果公司董事、高级管理人员实施增持公司股份前，公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，或者继续增持股份将导致公司不满足法定上市条件

时，或者继续增持股份将导致需履行要约收购义务，则可不再实施上述增持公司股份的计划。

公司上市后三年内聘任新的董事、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，接受稳定公司股价预案和相关措施的约束。

（6）关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的承诺

发行人及其控股股东、董事和高级管理人员承诺：

公司发行股票并在创业板上市后三年内的每 12 个月，公司股票第一次连续 20 个交易日的收盘价（公司股票全天停牌的交易日除外）均低于最近一期经审计的每股净资产时即触及启动股价稳定措施的条件，发行人及控股股东、董事和高级管理人员应在发生上述情形的最后一个交易日起 10 个交易日内启动股价稳定措施，由公司董事会制定具体实施方案并公告。

公司及其控股股东、董事和高级管理人员启动股价稳定措施所采取的具体措施及实施顺序如下：1.公司回购股票；2.公司控股股东增持公司股票；3.公司董事和高级管理人员增持公司股票。

公司、控股股东、董事和高级管理人员将接受公司董事会制定的稳定股价方案并严格履行。

公司董事会未在回购条件满足后 15 个交易日内审议通过稳定股价方案的，公司将延期向董事发放 50%的薪酬（津贴），董事同时担任公司其他职务的，公司延期向其发放除基本工资外的其他奖金或津贴，直至董事会审议通过稳定股价方案之日止。

控股股东、董事、高级管理人员在稳定股价方案生效后未按该方案执行的，未按该方案执行的控股股东、董事、高级管理人员将向投资者公开道歉；作为股东的董事和高级管理人员将不参与公司当年的现金分红，应得的现金红利归公司所有。

董事、高级管理人员在稳定股价方案生效后未按该方案执行的，公司将自稳定股价方案期限届满之日起延期 12 个月发放未按该方案执行的董事、高级管理人员 50%的薪酬（津贴），以及除基本工资外的其他奖金或津贴。

公司将要求未来新聘任的董事、高级管理人员履行上述增持义务。公司上市

后三年内新任职的董事、高级管理人员须先行签署本承诺，本承诺对公司上市后三年内新任职的董事、高级管理人员具有同样的约束力。

4、对欺诈发行上市的股份购回的承诺

（1）发行人承诺

发行人关于欺诈发行上市的股份购回的承诺如下：

1）保证本公司本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

2）如本公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回本公司本次公开发行的全部新股。

（2）发行人控股股东、实际控制人承诺

发行人控股股东、实际控制人关于欺诈发行上市的股份购回的承诺如下：

1）本人保证发行人本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

2）如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本人将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回发行人本次公开发行的全部新股。

5、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（1）填补被摊薄即期回报的措施

本公司拟向中国证券监督管理委员会申请首次公开发行股票并在创业板上市。为降低本次公开发行摊薄即期回报的影响，增强本公司持续回报能力，充分保护中小股东的利益，本公司根据自身经营特点制定了如下措施：

1）加快募投项目投资与建设进度

公司本次募集资金拟投资于生产基地建设、研发中心建设、信息化升级和补充流动资金。募投项目的实施有利于进一步巩固公司在烘焙市场的竞争优势，丰富公司产品种类，提高公司产能，提升公司研发能力，优化公司经营效率，进而进一步增强公司的综合竞争力。公司已对上述募投项目进行了充分的可行性研究论证，并在募集资金到位前，积极利用自有资金对部分募投项目开展建设，以加快募投项目的实施进度。若募投项目顺利实施，将有效提高公司的盈利水平，降

低股票上市后即期回报被摊薄的风险。

2）加强募集资金管理

为规范募集资金的管理和使用，确保本次发行募集资金专款专用，本公司将根据相关法律、法规的规定以及《募集资金管理制度》的要求，将募集资金存放于董事会指定的专用账户进行存储，做到专款专用，并接受保荐机构、开户银行、证券交易所和其他有权部门的监督。

3）完善公司治理

公司将严格遵循《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律、法规、规章和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程等相关规定行使职权，作出科学、迅速和谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益，确保监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障，确保管理层能够有效落实公司股东大会、董事会的各项决议。

4）提高精细化管理水平

公司将进一步优化管理模式，利用信息化手段，提高管理效率。同时，通过建立有效的成本和费用考核体系，加大成本、费用控制力度，提高利润率。另外，随着公司业务规模的扩大和子公司的数量增多，规模化采购和管理模式的标准化均将有助于公司进一步降低成本和费用在收入中的占比。

5）实施积极的股利分配政策

根据公司制定的《公司章程（草案）》，公司完善了上市后的利润分配政策，进一步确定了利润分配的总原则，明确了利润分配的条件及方式，制定了现金分红的具体条件、比例，健全了分红政策的监督约束机制。根据本公司制定的《上市后未来三年分红回报规划》，公司将保持利润分配政策的连续性与稳定性，重视对投资者的合理投资回报，强化对投资者的权益保障，兼顾全体股东的整体利益及公司的可持续发展。

（2）公司实际控制人、董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报措施的承诺

1）全体董事、高级管理人员承诺

全体董事、高级管理人员关于填补即期回报措施的承诺如下：

①承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害发行人利益。

②承诺对本人的职务消费行为进行约束。

③承诺不动用发行人资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

④承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

⑤承诺若发行人实施股权激励的，拟公布的发行人股权激励的行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

2）控股股东及实际控制人承诺

控股股东及实际控制人彭裕辉、赵松涛和彭永成填补即期回报措施的承诺如下：

①任何情形下，本人均不会滥用控股股东、实际控制人地位，均不会越权干预发行人经营管理活动，不会侵占发行人利益。

②本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害发行人利益。

③本人承诺对本人的职务消费行为进行约束。

④本人承诺不动用发行人资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

⑤本人承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

⑥本人承诺拟发布发行人股权激励的行权条件（如有）与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

6、利润分配政策的承诺

本公司已经根据相关规定制定了本次公开发行上市后生效的《公司章程（草案）》，对公司利润分配政策进行了详细规定，具体情况参见招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、股利分配政策”之“（二）发行后的股利分配政策”。针对前述事项如下，发行人及控股股东、实际控制人承诺如下。

（1）发行人的承诺

公司承诺将严格按照发行后的股利分配政策进行利润分配，切实保障投资者

收益权。若本公司未能执行的，公司承诺将采取下列约束措施：

1）公司将在中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2）如果因公司未执行利润分配政策导致招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接经济损失的，公司将在该等事实被中国证监会或有管辖权的人民法院作出最终认定或生效判决后，依法赔偿投资者损失。

（2）控股股东及实际控制人的承诺

控股股东及实际控制人彭裕辉、赵松涛和彭永成对发行后公司股利分配政策承诺如下：

1）本人承诺将督促发行人在首次公开发行股票并在创业板上市后严格执行发行人上市后适用的《立高食品股份有限公司章程（草案）》及《关于制定公司上市后未来分红回报规划的议案》中规定的利润分配政策。

2）若发行人董事会对利润分配作出决议后，本人承诺就该等表决事项在股东大会中以本人所控制的股份投赞成票。

3）本人保证将严格履行本承诺函中的承诺事项。若本人作出的承诺未能履行的，本人承诺将采取下列约束措施：

①将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

②若因本人未履行承诺事项导致招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接经济损失的，本人将在该等事实被中国证券监督管理委员会或有管辖权的人民法院作出最终认定或生效判决后，依法赔偿投资者损失。

7、信息披露瑕疵的承诺

（1）发行人承诺

发行人关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺如下：

1）若因本公司首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，本公司将在该等违法违规事实被有权机关认定之日起 10 个交易

日内召开董事会并提议尽快召开股东大会，本公司将按照董事会、股东大会审议通过的股份回购具体方案回购本公司首次公开发行的全部新股，回购价格以本公司首次公开发行股票时的发行价并加算同期银行活期存款利息与前述违法违规事实被有权机关认定之日前 30 个交易日本公司股票均价孰高者确定，若本公司上市后有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息情况的，发行价将根据除权除息情况作相应调整。

2）若本公司首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本公司将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《中华人民共和国证券法》《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。

如本公司未履行回购首次公开发行的全部新股或依法赔偿投资者损失的既有承诺的，则：①本公司将在中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；②本公司将立即停止制定或实施现金分红计划、停止发放本公司董事、监事和高级管理人员的薪酬、津贴，直至本公司履行相关承诺；③本公司将在 5 个工作日内自动冻结募集资金专用账户的全部货币资金。

（2）发行人控股股东、实际控制人承诺

发行人控股股东、实际控制人彭裕辉、赵松涛和彭永成关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺如下：

1）若因发行人首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，在该等违法违规事实被有权机关认定之日起 10 个交易日内，本人将依法购回已转让的原限售股份（如有），回购价格以发行人首次公开发行股票时的发行价并加算同期银行活期存款利息与前述违法违规事实被有权机关认定之日前 30 个交易日发行人股票均价孰高者确定，若发行人上市后有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息情况的，发行价将根据除权除息情况

作相应调整。

2）若发行人首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本人将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《中华人民共和国证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。

如本人未履行将已转让的原限售股份购回（如有）或依法赔偿投资者损失的既有承诺的，则①本人将在中国证券监督管理委员会指定披露媒体上公开就未履行上述承诺向发行人股东和社会公众投资者道歉；②本人暂停从发行人处取得现金分红（如有）；③同时本人持有的发行人股份将不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止。

（3）发行人董事、监事及高级管理人员承诺

发行人董事、监事及高级管理人员关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺如下：

1）如发行人首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本人将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《中华人民共和国证券法》《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。

2）本人不会因职务变更、离职等原因，而放弃履行上述承诺。

如本人未履行依法赔偿投资者损失的既有承诺的，则：①本人将在中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开就未履行上述承诺向发行人股东和社会公众投资者道歉；②本人暂停从发行人处领取薪酬（如有）、津贴（如有）及取得现金分红（如有）；③同时本人持有的发行人股份（如有）将不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

（4）中信建投证券承诺

中信建投证券关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺如下：

因中信建投证券为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件存在虚假记载、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。

（5）国枫律师承诺

国枫律师关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺如下：

若因本所未能勤勉尽责，为本项目制作、出具的申请文件存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

（6）中审众环承诺

中审众环关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺如下：

如因本所为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、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，本所将依法赔偿投资者损失。

（7）中广信评估承诺

中广信评估关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺如下：

如因本公司为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、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，本公司将依法赔偿投资者损失。

（8）国融兴华评估承诺

国融兴华评估关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺如下：

如因本公司为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、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，本公司将依法赔偿投资者损失。

8、相关责任主体未履行承诺的约束措施

（1）对发行人的约束措施

公司就首次公开发行股票及上市相关事宜做出了一系列公开承诺，如未能履行相关承诺，公司将采取约束措施，具体承诺如下：

1）如果本公司未履行招股说明书披露的公开承诺事项，本公司将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2）如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。

（2）对控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的约束措施

公司控股股东、实际控制人董事、监事、高级管理人员就首次公开发行股票及上市相关事宜做出了一系列公开承诺，如未能履行相关承诺，将采取约束措施，具体承诺如下：

1）如果本人未履行招股说明书披露的公开承诺事项，本人将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2）如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失。

9、其他承诺事项

（1）避免同业竞争的承诺

公司控股股东和实际控制人彭裕辉、赵松涛、彭永成出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“六、同业竞争”之“（二）控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺”。

（2）减少与规范关联交易的承诺

公司控股股东和实际控制人彭裕辉、赵松涛、彭永成出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“七、关联方与关联交易”之“（四）减少和规范关联交易的措施”。

（3）社保公积金事项的承诺

公司控股股东和实际控制人彭裕辉、赵松涛、彭永成出具了《关于缴纳社会保险及住房公积金有关问题的承诺函》，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十七、员工及其社会保障情况”之“（三）员工社会保障情况”。

（4）房产土地瑕疵事项的承诺

公司控股股东和实际控制人彭裕辉、赵松涛、彭永成出具了《关于自有及租赁的房屋建筑物相关事宜的承诺函》，详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、发行人主要固定资产及无形资产”之“（一）主要固定资产情况”。

（5）关于股东信息的承诺

公司就股东信息作如下承诺：

1）公司股东不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有公司股份的情形。

2）公司股东不存在本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员直接或间接持有公司股份的情形。

3）公司股东不存在以发行人股权进行不当利益输送的情形。

（七）发行人及其他责任主体作出的与本次发行上市相关的其他承诺事项；

（八）内部控制审核报告；

（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；

（十一）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间及地点

（一）查阅时间：工作日上午 9:30~11:30，下午 13:00~15:00

（二）查阅地点：

1、立高食品股份有限公司

联系地址：广州市白云区云城东路 559-571 号宏鼎云璟汇二栋五楼

信息披露工作联系人：龙望志

邮政编码：510420

电话：020-36510920-882

传真号码：020-36503261

电子邮箱：dongmiban@ligaofoods.com

2、中信建投证券股份有限公司

联系地址：广州市天河区珠江新城珠江东路 30 号广州银行大厦 10 楼 02 单元

联系人：翁嘉辉

联系电话：020-38381063

联系传真：020-38381070