



信永中和会计师事务所

ShineWing
certified public accountants

北京市东城区朝阳门北大街
8号富华大厦A座9层

9/F, Block A, Fu Hua Mansion,
No.8, Chaoyangmen Beidajie,
Dongcheng District, Beijing,
100027, P.R.China

联系电话: +86(010)6554 2288
telephone: +86(010)6554 2288

传真: +86(010)6554 7190
facsimile: +86(010)6554 7190

关于广东真美食品股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市申请文件 审核问询函的回复

深圳证券交易所:

根据贵所于 2020 年 10 月 29 日出具的审核函（2020）010671 号《关于广东真美食品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（以下简称“问询函”）的相关要求，信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）作为广东真美食品股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“真美股份”）首次公开发行股票并在创业板上市的申报会计师，对问询函中涉及申报会计师的有关问题，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，履行了审慎核查义务，现对《问询函》回复如下：

问题 3：关于主营业务模式及员工。

招股说明书披露，发行人销售模式包括 ODM 模式及自有品牌模式；截至 2020 年 3 月 31 日，发行人及各子公司共有员工 598 人，生产人员 443 人，发行人 41 岁以上员工占比为 51.84%。

请发行人：

（1）列表披露各类产品在各类销售模式下（包括 ODM、线上销售、线下直销及经销）的销售情况；

（2）补充披露 ODM 模式下主要客户获取方式、合作历史、合作具体模式，分析发行人与主要客户的合作关系的稳定性；发行人是否系 ODM 客户同类产品的唯一供应商，是否对主要客户构成重大依赖的情形；补充披露发行人的核心竞争力及是否具备独立开拓市场的能力；

（3）补充披露发行人的自有品牌及 ODM 模式下的产品在产品口味、外观、市场定位、目标客户、定价机制等方面是否存在区别；ODM 客户是否对产品相关生产工艺、专利技术、质量控制等环节存在特殊要求，自有产品的销售是否会影响发行人与 ODM 客户的合作稳定性；

（4）补充披露线下经销商具体业务模式及采取经销商模式的必要性；经销商选取标准、日常管理、定价机制、物流、销售存货信息系统等方面的内控是否健全并有效执行；经销商是否专门销售发行人产品，经销商是否与发行人存在关联关系，对经销商的信用政策是否合理；

（5）补充披露各级别及各类岗位员工收入水平，与当地平均公司及同行业可比公司水平的比较情况；说明各岗位员工的地区分布情况，是否与发行人业务规模相匹配；结合发行人员工年龄构成，说明各类员工人数变动情况与业务规模是否匹配；

（6）结合员工年龄结构，补充说明是否存在大量员工不需缴纳社会保险及住房公积金的情况；发行人是否存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到处罚的情形，是否构成重大违法行为；是否存在劳务派遣用工情形。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、列表披露各类产品在各类销售模式下（包括 ODM、线上销售、线下直销及经销）的销售情况

公司各类产品在各类销售模式下的销售金额及占比情况如下：

1、猪肉脯

单位：万元、%

销售模式			2020 年		2019 年		2018 年	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM 模式			12,078.43	69.34	12,552.91	75.47	14,864.95	78.50
自有品牌	线上销售		340.96	1.96	41.73	0.25	19.32	0.10
	线下销售	经销	3,377.63	19.39	3,108.26	18.69	3,640.29	19.22
		直销	1,621.37	9.31	930.66	5.60	412.77	2.18
	小计		5,339.95	30.66	4,080.65	24.53	4,072.38	21.50
合计			17,418.39	100.00	16,633.55	100.00	18,937.33	100.00

2、牛肉脯

单位：万元、%

销售模式			2020 年		2019 年		2018 年	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM 模式			4, 153. 15	88. 42	3,835.81	91.13	3,107.34	77.84
自有品牌	线上销售		1. 91	0. 04	0.16	0.00	-	-
	线下销售	经销	116. 50	2. 48	111.90	2.66	699.13	17.51
		直销	425. 75	9. 06	261.36	6.21	185.68	4.65
	小计		544. 17	11. 58	373.42	8.87	884.81	22.16
合计			4, 697. 32	100. 00	4,209.23	100.00	3,992.15	100.00

3、肉丸类

单位：万元、%

销售模式			2020 年		2019 年		2018 年	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM 模式			2,195.49	53.20	697.26	39.38	180.25	49.08
自有品牌	线上销售		103.90	2.52	1.92	0.11	0.03	0.01
	线下销售	经销	859.77	20.83	383.48	21.66	129.34	35.22
		直销	967.60	23.45	688.00	38.86	57.64	15.69
	小计		1,931.27	46.80	1,073.40	60.62	187.00	50.92

销售模式	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	4,126.76	100.00	1,770.66	100.00	367.25	100.00

4、肉肠类

单位：万元、%

销售模式			2020 年		2019 年		2018 年	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM 模式			260.85	44.53	709.33	58.21	742.32	86.66
自有品牌	线上销售		31.93	5.45	2.15	0.18	1.88	0.22
	线下销售	经销	255.81	43.67	248.75	20.41	69.60	8.13
		直销	37.26	6.36	258.30	21.20	42.80	5.00
	小计		325.00	55.47	509.20	41.79	114.28	13.34
合计			585.85	100.00	1,218.53	100.00	856.60	100.00

5、肉松类

单位：万元、%

销售模式			2020 年		2019 年		2018 年	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM 模式			115. 27	7. 76	143.78	8.69	383.64	22.67
自有品牌	线上销售		-	-	0.05	0.00	-	-
	线下销售	经销	1, 361. 22	91. 65	1,504.63	90.91	1,304.42	77.08
		直销	8. 70	0. 59	6.61	0.40	4.14	0.24
	小计		1, 369. 92	92. 24	1,511.29	91.31	1,308.56	77.33
合计			1, 485. 19	100. 00	1,655.08	100.00	1,692.20	100.00

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“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入按销售模式分析”中补充披露上述内容。

二、补充披露 ODM 模式下主要客户获取方式、合作历史、合作具体模式，分析发行人与主要客户的合作关系的稳定性；发行人是否系 ODM 客户同类产品的唯一供应商，是否对主要客户构成重大依赖的情形；补充披露发行人的核心竞争力及是否具备独立开拓市场的能力

（一）补充披露 ODM 模式下主要客户获取方式、合作历史、合作具体模式，分析发行人与主要客户的合作关系的稳定性；发行人是否系 ODM 客户同类产品的唯一供应商，是否对主要客户构成重大依赖的情形

报告期各期，公司与前五大 ODM 客户的获取方式、合作历史请见本回复“问题 13”之“二”之“（三）”。

公司与上述 ODM 客户合作具体模式：双方签订框架性合作协议，客户根据需要向公司下订单，明确品名、规格、数量、包装、交货日期及地点等要求，公司安排生产及发货，最后由客户签收确认。

报告期各期，公司成为主要 ODM 客户唯一供应商的品类如下：

序号	客户名称	2020 年	2019 年	2018 年
1	深圳市晋年贸易有限公司	猪肉脯、牛肉脯、猪肉肠	猪肉脯、牛肉脯、鱼肠、猪肉肠	猪肉脯、牛肉脯、鱼肠、猪肉肠
	深圳星富贸易有限公司	-	-	猪肉脯、牛肉脯、鱼肠、猪肉肠
	深圳市自然派商贸发展有限公司	-	-	-
	晋年有限公司	猪肉脯、牛肉脯、即食鱼丸	猪肉脯、牛肉脯	猪肉脯、牛肉脯
2	名创优品（广州）有限责任公司	即食鱼丸	-	-
	名创优品股份有限公司	-	-	-
	名创优品国际（香港）有限公司	-	-	-
	生活优品（广州）设计有限公司	即食鱼丸	即食鱼丸	-
3	合泰行贸易有限公司	猪肉脯	猪肉脯、牛肉脯	猪肉脯、牛肉脯
4	广州酒家集团利口福食品有限公司	牛肉脯、即食鱼丸	猪肉脯、牛肉脯	猪肉脯、牛肉脯
5	深圳市味之牛厨实业有限公司	猪肉脯、牛肉脯	猪肉脯、牛肉脯、鱼肠、	猪肉脯、牛肉脯、鱼肠、
6	启发食品有限公司	猪肉脯	猪肉脯、牛肉脯	猪肉脯、牛肉脯
7	沃尔玛（中国）投资有限公司	猪肉脯、肉松	猪肉脯、肉松	猪肉脯、肉松

如上所示，公司在猪肉脯、牛肉脯等品类上，成为多家 ODM 客户的唯一供应商，在即食鱼丸等新品类方面，也成为部分主要 ODM 客户的唯一供应商。公司与主要 ODM 客户均有较长的合作历史，各期销售金额较为稳定。因此，公司与主要 ODM 客户合作关系稳定。

报告期内，前五名客户销售占比分别为 59.65%、61.21%和 **57.00%**。公司不存在单一客户销售量超过 50%或严重依赖少数客户的情况。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（二）主要客户”之“5、主要 ODM 客户情况”中补充披露上述内容。

（二）补充披露发行人的核心竞争力及是否具备独立开拓市场的能力

公司的核心竞争力是研发与生产能力。公司已获得 22 项发明专利，还先后主导及参与《肉脯》（GB/T31406-2015）、《肉制品分类》（GB/T26604-2011）、《肉松》（GB/T23968-2009）等 28 项国家及行业标准的制订工作。

公司有独立的销售、研发与质控团队。以食品安全与质量控制为基础，公司凭借多品规的肉类休闲食品研发生产能力，通过中大型展销会、老客户推荐、口碑传播营销等方式实现 ODM 客户的获取。此外，公司还通过经销商、直销客户和电商等方式培养自有品牌。公司生产的肉脯在省内外有较高的知名度，在全国同行业同类产品生产企业中名列前茅，出口港澳量居全国前三位。

因此，公司具备独立开拓市场的能力。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（五）产品的市场地位、技术水平及特点”之“3、公司的核心竞争力及具备独立开拓市场的能力”中补充披露上述内容。

三、补充披露发行人的自有品牌及 ODM 模式下的产品在产品口味、外观、市场定位、目标客户、定价机制等方面是否存在区别；ODM 客户是否对产品相关生产工艺、专利技术、质量控制等环节存在特殊要求，自有产品的销售是否会影响发行人与 ODM 客户的合作稳定性

公司的自有品牌及 ODM 模式下的产品在产品口味、外观、市场定位、目标客户、定价机制等方面的区别如下：

	ODM 模式	自有品牌
定价机制	公司产品的定价主要是参考生产成本及市场竞品销售价格，并在前述基础上与客户商议谈判后确定	公司产品的定价主要是参考生产成本及市场竞品销售价格，并在前述基础上由销售部门按市场情况调整制定
市场定位	中高端	中高端
主要目标客户	港澳地区、华南地区	华北
外观	按 ODM 客户要求包装及品牌标识	公司自行设计包装及自有品牌标识
产品口感口味	口感以细嫩为主 口味以鲜甜为主	口感以干硬为主 口味以咸辣为主

ODM 客户对产品相关生产工艺、专利技术、质量控制等环节不存在特殊要求。自有品牌的销售不会影响发行人与 ODM 客户的合作稳定性，主要是因为：

1、休闲食品行业市场总量逐年增加

受益于国民经济的快速发展，居民人均可支配收入和生活水平的提升，我国休闲食品市场快速发展，2013 年至 2018 年，我国休闲食品行业市场规模从 5,890 亿元增长至 10,297 亿元，年复合增长率达 11.82%。预计 2020 年可达 12,984 亿元。其中，2020 年休闲卤制品预估市场规模为 1,235 亿元，而 2015 年至 2020 年复合增速预计可达 24.1%。类比休闲卤制品行业，预计整个休闲肉制品行业将快速增长，从而正式成为一个大分类。

由于休闲食品市场规模较大且保持持续增长，公司自有品牌的销售在短期内不会对 ODM 客户的市场销售造成冲击。

2、专业化分工促成公司与 ODM 客户的合作关系稳定

竞争逐步加剧，竞争越来越细化，相较于 ODM 客户休闲食品品牌运营商，公司更专注研发与生产，选择自身最强竞争优势的元素存于市场，并且获得最大的市场化收益。

公司基于在产品研发、生产制造和质量管控等方面积累的竞争优势，成为自然派、名创优品、广州酒家等多个知名品牌的肉类休闲食品 ODM 服务商，与客户形成了相互依靠和促进的共生关系。结合客户对消费者偏好的把握，公司研发出满足消费者口感、口味以及健康营养需求的产品，从而带动客户共同引导消费潮流。随着销售规模的扩大，公司会不断加大在技术研发、工艺改进、质量控制等方面的投入力度，规模化生产优势不断得到强化。由此，公司在 ODM 模式下的竞争优势会越来越明显，品牌商客户与公司的 ODM 合作关系会更加紧密。

3、自有品牌业务规模较小，主要目标客户与 ODM 客户不同

报告期内，公司自有品牌总体业务规模较小。公司 ODM 客户的终端市场主要集中在港澳及华南地区，而公司自有品牌目标客户主要在华北地区，因此公司自有品牌业务的增长未影响 ODM 客户。

报告期内，公司发展自有品牌业务，未影响与 ODM 客户的合作关系。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务及主要产品情况”之“（四）主要经营模式”之“5、销售模式”之“（4）自有品牌及 ODM 模式下的产品差异及与 ODM 客户的合作稳定性”中补充披露上述内容。

四、补充披露线下经销商具体业务模式及采取经销商模式的必要性；经销商选取标准、日常管理、定价机制、物流、销售存货信息系统等方面的内控是否健全并有效执行；经销商是否专门销售发行人产品，经销商是否与发行人存在关联关系，对经销商的信用政策是否合理

（一）线下经销商具体业务模式及采取经销商模式的必要性

报告期内，公司通过经销模式销售的主要为自有品牌产品，实现收入占比较低。公司是华南及港澳区域肉类休闲食品行业的领先企业，目前资源与优势集中在研发与生产，而销售端的渠道铺设与品牌推广需大量资源投入且风险较高，不利于发挥公司核心优势。因此，公司自有品牌的发展更多地采取经销商模式。

公司线下经销商具体业务模式为：公司与经销商签署经销商合同，并根据经销商所在地的渠道资源、发展前景和资金实力进行评估，在销售费用、返利或价格上考虑给予一定的支持；经销商在有采购需求时直接向公司下达采购订单，采取买断方式交易；公司不存在对经销商进行分级管理或制定其他严格管控措施的情况，双方交易基本由销售合同、订单驱动；公司的经销商渠道还在开发与发展的过程中，实践上暂不对经销商的客户范围及销售的产品范围进行管理，经销商对其采购的商品自行对外销售。

经销商主要从事贸易、零售等业务，将发行人的产品销往商超、企业和个人消费者等，同时也销售其他厂商的产品。除了渠道优势外，经销商的运输、仓储等方面资源能够及时响应下游客户的需求，还能更好地对零散客户进行管理、销售，帮助公司产品打开市场。

在同行业可比公司方面，发行人同行业均存在经销模式。根据其招股书披露：立高食品 2017 年、2018 年、2019 年经销占比分别为 83.38%、83.51%和 83.94%；海欣食品

2009年、2010年、2011年经销占比分别为67.29%、71.58%和77.09%；盐津铺子2013年、2014年、2015年经销占比分别为48.41%、42.77%和47.46%；煌上煌自2017年引入经销模式。

因此，公司销售采用经销商模式具有必要性。

（二）经销商选取标准、日常管理、定价机制、物流、销售存货信息系统等方面的内控是否健全并有效执行

1、选取标准：公司销售部门负责经销商的筛选、认定工作，主要考虑经销商的市场渠道、发展前景和经营实力等方面，并与经销商签署经销商合同。

2、日常管理：公司制定了《客户开发与合同管理制度》，规范经销商管理。销售部门根据市场能力和区域市场需求对经销商划定经销区域，并与其进行不定期交流，了解经营及市场情况等。针对不同区域或渠道的经销商，销售部门会进行销售价格指导，并按其所在区域市场容量设定销售目标。

3、定价机制：公司产品的定价主要是参考生产成本及市场竞品销售价格，并在前述基础上由销售部门按市场情况调整制定。

4、物流模式：公司负责将经销商订购的产品运送至经销商指定地点，物流费用由公司承担。

5、销售存货信息系统：经销商对其向公司采购的商品自行对外销售，公司对已经销售的货品不再进行管理。

公司的经销商选取标准、日常管理、定价机制、物流、销售存货信息系统等方面的内控健全并有效执行，信永中和对公司与财务报表相关的内部控制的自我评价报告执行了鉴证工作，并出具《内部控制鉴证报告》。

（三）经销商是否专门销售发行人产品，经销商是否与发行人存在关联关系，对经销商的信用政策是否合理

公司与经销商签订经销合同，在经销合同中并未规定经销商必须专门销售公司产品，经销商是否专门销售公司产品由经销商自行决定。报告期内，不存在经销商专门销售公司产品的情形。公司与主要经销商不存在关联关系。

公司根据经销商的合作时间、回款情况、销售情况等制定不同的信用政策，对于长

期合作、实力强的经销商，给予一定的账期及信用额度。若经销商存在合理经营需求，经申请及审核后，公司延长账期或增加信用额度。除前述情况外，公司主要以先款后货的方式进行结算。

报告期内，公司对经销商不存在主动放宽信用政策的情况，对经销商的信用政策具有合理性。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务及主要产品情况”之“（四）主要经营模式”之“5、销售模式”之“（5）经销模式的具体情况”中补充披露上述内容。

五、补充披露各级别及各类岗位员工收入水平，与当地平均公司及同行业可比公司水平的比较情况；说明各岗位员工的地区分布情况，是否与发行人业务规模相匹配；结合发行人员工年龄构成，说明各类员工人数变动情况与业务规模是否匹配

（一）补充披露各级别及各类岗位员工收入水平，与当地平均公司及同行业可比公司水平的比较情况

1、各级别员工收入水平

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，公司各级别员工的年化平均收入如下表所示：

单位：万元/人 年

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
高层管理人员	23.57	15.43	14.73
中层管理人员	12.69	11.95	10.83
基层人员	4.62	4.66	4.67
平均	5.10	4.94	4.95

注：（1）各级别员工的年化平均收入=该级别员工当年薪酬总额/该级别员工当年薪酬领取月次*12，下同；（2）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立董事、外部董事）、监事和高级管理人员，中层管理人员为副经理级以上（含总监级、经理级、副经理级，不含董事、监事和高级管理人员）的人员。

报告期内，高层管理人员、中层管理人员的平均收入逐年上升；基层人员的平均收入 2019 年度、2020 年度相比前期略有下降，一方面，基层员工中生产人员占比最高，基层员工收入水平变动主要受生产人员影响；另一方面，2019 年度、2020 年度基层人员中平均收入水平较低的门店销售人员占比明显提升，具体分析详见下文“2、各岗位

员工收入水平”分析。

2、各岗位员工收入水平

报告期内，公司各岗位员工的年化平均收入如下表所示：

单位：万元/人·年

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员	5.60	6.48	8.28
行政管理人员	7.25	6.43	5.71
研发人员	6.78	6.47	6.77
生产人员	4.50	4.45	4.44
平均	5.10	4.94	4.95

公司的员工按照岗位可划分为销售人员、行政管理人员（含管理、财务、行政后勤等岗位）、研发人员、生产人员。

公司各岗位员工收入水平的变动情况如下：

公司销售人员的平均收入波动较大，主要系公司于 2017 年底、2018 年聘任了若干负责自有品牌的销售负责人，该些人员薪酬较高，带动了当年度销售人员平均收入水平的提升；2019 年度、**2020 年度**相比 2018 年度**有所**下降，主要系部分上述人员未在公司继续任职，**以及 2019 年度、2020 年度销售人员中平均收入水平较低的门店销售人员占比提升。**

公司行政管理人员的平均收入水平稳中有升。

公司研发人员的平均收入存在一定波动，2019 年度相比 2018 年度下降 4.43%，主要系 2018 年初聘任的高校特聘研究员于 2019 年初届满离任，该些特聘研究员薪酬高于平均水平，其聘任和离任对当年度研发人员的平均收入产生了一定的影响。

公司生产人员的平均收入呈现**小幅上升**的趋势，2019 年度、**2020 年度**增幅较小，主要系以下几方面因素：（1）2019 年度，公司产量整体有所降低，对一线生产人员收入水平影响较大；（2）2019 年 6 月，位于凤泉湖高新区的子公司——一味和道新厂区投产，投产初期人均产出存在逐步爬坡的过程，该厂区员工的平均收入较低；**（3）公司 2020 年 2 月开始免缴了工伤保险、失业保险、养老保险中由公司承担的部分。**

2020 年受“新冠疫情”影响，根据人力资源社会保障部等部门的规定，公司 2020 年 2 月开始免缴了工伤保险、失业保险、养老保险中由公司承担的部分，**该因素一定程度上影响了 2020 年度公司各岗位员工平均收入的提升。**

3、与当地平均公司及同行业可比公司水平的比较情况

(1) 与当地平均水平的比较情况

报告期内，公司员工年化平均收入与当地平均收入的对比情况如下：

单位：万元/人 年

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
广东省城镇制造业私营单位就业人员平均工资	6.58	5.89	5.54
潮州市制造业企业在岗职工人平工资	-	5.82	5.44
真美股份	5.10	4.94	4.95

注：（1）“广东省城镇制造业私营单位就业人员平均工资”取自**广东省统计局**、Wind 资讯；（2）“潮州市制造业企业在岗职工人平工资”取自潮州统计年鉴，2020 年度数据未披露。

2018 年度，公司员工平均收入水平略低于同期广东省城镇制造业私营单位就业人员平均工资、潮州市制造业企业在岗职工人平工资，原因系公司目前主要厂区位于乡镇等偏远地区，所在地区经济水平和收入水平低于全省、全市平均水平。

2019 年度、2020 年度，公司员工平均收入水平相比前期未实现**明显**增长，具体原因详见上文“2、各岗位员工收入水平”分析。

(2) 与同行业可比公司的比较情况

公司员工年化平均收入与同行业可比公司平均收入水平的对比情况如下：

单位：万元/人 年

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
煌上煌	10.55	10.93	8.49
海欣食品	15.30	16.02	16.44
盐津铺子	10.78	11.87	10.50
立高食品	10.60	11.34	10.18
真美股份	5.10	4.94	4.95

注：（1）立高食品 2018-2019 年度员工的平均收入数据取自其对问询函的回复；（2）煌上煌、海欣食品、盐津铺子及立高食品 2020 年度员工的平均收入数据通过其定期报告中的“应付职工薪酬”

本期增加额、“当期领取薪酬员工总人数”计算所得。

公司员工年化平均收入水平低于同行业可比公司，主要系公司以 ODM 模式为主，而同行业可比公司则主要采用自主品牌模式，因而公司员工结构与同行业可比公司存在较大差异——公司各岗位中生产人员占比较高，销售人员占比较低。报告期各期末，公司生产人员平均占比约为 **72.60%**，高于煌上煌、海欣食品、盐津铺子和立高食品的 **34.26%、35.74%、35.98%和 47.03%**；公司销售人员平均占比约为 **5.86%**，低于煌上煌、海欣食品、盐津铺子和立高食品的 **44.06%、38.26%、51.71%和 37.91%**。因岗位专业技术要求相对较低、流动性相对较高，生产人员平均收入水平普遍低于整体平均收入水平和销售人员平均收入水平，例如立高食品 2017-2019 年生产人员的平均收入仅为其销售人员平均收入的 62.97%（其他同行业可比公司未披露各岗位数据）。

因公司整体平均收入水平主要取决于占比最高的生产人员的平均收入，下表对公司与同行业可比公司中立高食品的生产人员的年化人均收入水平进行了对比分析，具体如下：

单位：万元/人 年

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
立高食品：生产人员	-	8.28	7.27	6.07
真美股份：生产人员	4.50	4.45	4.44	4.15
倍数	-	1.86	1.64	1.46

注：同行业可比公司中未在其年报中披露生产人员的平均收入数据；**立高食品 2017-2019 年度生产人员的平均收入数据取自其对问询函的回复内容。**

公司生产人员的平均收入水平低于立高食品，主要系立高食品的员工主要位于广东省省会广州市，当地平均收入水平高于公司所在的潮州市。根据广州市、潮州市统计数据，2017-2019 年度，广州市城镇非私营单位在岗职工年平均工资约为同期潮州市的 1.67 倍左右，立高食品生产人员的平均收入为同期公司生产人员的 1.65 倍，公司与立高食品生产人员的平均收入差异与两地平均收入差异基本一致。2019 年度，公司生产人员的平均收入水平与立高食品的差距，与两地平均收入差距相比有所扩大，主要系立高食品同期业绩增长相对较快。

综上所述，公司员工年化平均收入水平低于当地平均水平和同行业可比公司，与公司所在地区、所处行业和员工岗位分布特点相适应，并与公司各年度经营业绩趋势相符

合，具有合理性。

公司已在招股书“第五节 发行人基本情况”之“十七、员工及其社会保障情况”之“（四）报告期内各级别及各类岗位员工收入水平情况”中进行了补充披露。

（二）说明各岗位员工的地区分布情况，是否与发行人业务规模相匹配

公司员工主要位于潮汕地区，报告期各期末平均占比约为 99%，地区分布较为集中，与公司业务规模相匹配。

公司员工按照岗位可划分为销售人员、行政管理人员（含管理人员、财务人员、行政后勤人员）、研发人员、生产人员，各岗位的地区分布情况及与公司业务规模的匹配性分析如下：

1、销售人员

公司以 ODM 模式为主，销售人员采用总部管理模式。

单位：人

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
潮汕地区	39	46	22
其他地区	-	-	-
合计	39	46	22

2019 年末，潮汕地区销售人员相比 2018 年末增加 24 人，增加人数较多；**2020 年末，潮汕地区销售人员相比 2019 年末有所减少**，主要系：（1）真美股份加大了自主品牌的线上推广力度，**2019 年末**电商部的销售人员相比上年末增加 7 人；（2）2019 年潮州旗舰店、汕头专卖店开业，**2019 年末**公司门店销售人员整体相比上年末增加 11 人；（3）主要负责自主品牌线下经销和直销的营销中心人员流动性相对较大，**2019 年末**相对 2018 年末增加 7 人，**2020 年末相对 2019 年末减少 6 人**。

2、行政管理人员

公司实行总部统一管理，行政管理人员主要位于潮汕地区。

单位：人

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
----	------------	------------	------------

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
潮汕地区	70	77	75
其他地区	4	4	7
合计	74	81	82

3、研发人员

公司研发人员均位于潮汕地区。

单位：人

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
潮汕地区	49	57	55
其他地区	-	-	-
合计	49	57	55

4、生产人员

公司目前生产基地均位于潮汕地区，生产人员全部位于潮汕地区。

单位：人

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
潮汕地区	409	436	499
其他地区	-	-	-
合计	409	436	499

综上所述，各岗位员工的地区分布情况，与公司业务规模匹配。

（三）结合发行人员工年龄构成，说明各类员工人数变动情况与业务规模是否匹配

公司业务模式以 ODM 模式为主，生产人员占比较高，公司业务规模与生产人员人数相关度较高；报告期各期包含劳务派遣人员在内的生产人员的月均人数占同期整体用工的月均人数的比例平均约为 75%。

报告期各期，公司包含劳务派遣人员在内的生产人员的月均人数情况如下表所示：

单位：人/月

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产人员	448.25	506.42	492.58
其中：劳务派遣	19.42	11.50	75.25

注：上述统计数据为月均人数，故存在非整数的情形。

报告期各期，公司人均营业收入情况如下表所示：

单位：万元/人·年

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产人员人均营业收入	64.05	50.40	52.68

注：在计算上述人均营业收入时，生产人员人数取自含劳务派遣人员在内的生产人员的月均数。

报告期各期，公司人均营业收入整体较为稳定，生产人员人数的变动情况与业务规模基本匹配。2019 年度，公司人均营业收入有所降低，除人员流动性相对较高、劳务派遣人员比例较低的因素外，2019 年 6 月味和道新厂区投产后产销处于爬坡阶段，人均营业收入水平相对较低。2020 年度，公司人均营业收入提升幅度较大，主要原因系公司产品单价有所提升及人均产出效率提升。

报告期各期末，公司 41 岁以上员工占比较高，占比分别为 49.85%、53.55%和 52.36%。上述人员中，主要为生产人员中从事专业技能要求和劳动强度均较低的包装、摆放和外形质检等岗位人员，具体情况如下表所示：

单位：人

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
41 岁以上员工人数	299	332	328
其中：生产人员人数	254	270	285
其中：包装、摆放和外形质检等岗位的生产人员人数	182	196	205

公司 41 岁以上员工占比较高的年龄结构，与公司所处地区的劳动力供给结构情况、以及公司生产人员的岗位要求相匹配，具有合理性；公司员工人数、特别是生产人员人数的变动情况与业务规模基本匹配。

六、结合员工年龄结构，补充说明是否存在大量员工不需缴纳社会保险及住房公积金的情况；发行人是否存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到处罚的情形，是否构成重大违法行为；是否存在劳务派遣用工情形

（一）结合员工年龄结构，补充说明是否存在大量员工不需缴纳社会保险及住房公积金的情况

根据《劳动和社会保障部关于制止和纠正违反国家规定办理企业职工提前退休有关问题的通知》（劳社部发[1999]8 号）的相关规定，国家法定的企业职工退休年龄是男年满 60 周岁，女工人年满 50 周岁。

报告期各期末，公司达到退休年龄的员工情况如下：

单位：人

性别	年龄结构	时间		
		2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
男	60 岁以上（含）	2	9	11
女	50 岁以上（含）	54	67	77
达到退休年龄的员工人数合计		56	76	88
在职员工总人数		571	620	658
占比		9.81%	12.26%	13.37%

根据《中华人民共和国社会保险法》的相关规定，参加基本养老保险的个人，达到法定退休年龄时累计缴费满十五年的，按月领取基本养老金，累计不满十五年的，可以缴费至满十五年，按月领取基本养老金。参加职工基本医疗保险的个人，达到法定退休年龄时累计缴费达到国家规定年限的，退休后不再缴纳基本医疗保险费，未达到国家规定年限的，可以缴费至国家规定年限。根据上述规定，达到法定退休年龄的个人，在自愿的情况下仍然可以购买养老和医疗保险。

根据《住房公积金管理条例》的相关规定，住房公积金是指国家机关、国有企业、城镇集体企业、外商投资企业、城镇私营企业及其他城镇企业、事业单位、民办非企业单位、社会团体等单位及其在职职工缴存的长期住房储金。

根据当时有效的《最高人民法院关于审理劳动争议案件适用法律若干问题的解释（三）》第七条之规定，用人单位与其招用的已经依法享受养老保险待遇或领取退休金的人员发生用工争议，向人民法院提起诉讼的，人民法院应当按劳务关系处理。

综上所述，对已达到退休年龄的员工，公司不再负有其缴纳社会保险和住房公积金的义务；报告各期末，公司存在部分员工已达到退休年龄、不需缴纳社会保险及住房公积金的情形。

（二）发行人是否存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到处罚的情形，是否构成重大违法行为

公司及子公司报告期内已取得主管部门出具的合规证明，报告期内不存在违反相关劳动、社会保险及住房公积金法律法规而受到行政处罚的情形。

此外，公司实际控制人已出具承诺，公司及控股子公司因任何社会保障相关法律法规

规执行情况受到追溯，包括但不限于经有关主管部门认定需为员工补缴社会保险金或住房公积金，受到主管部门处罚，或任何利益相关方以任何方式提出权利要求且该等要求获主管部门支持，其将无条件全额承担相关补缴、处罚的款项，利益相关方的赔偿或补偿款项，以及公司及控股子公司因此所支付的相关费用，以保证公司及控股子公司不会因此遭受任何损失。

公司不存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到处罚的情形。

（三）发行人是否存在劳务派遣用工情形

1、发行人报告期内的劳务派遣情况

公司及其子公司部分临时性、辅助性、可替代性的岗位存在劳务派遣用工的情形。报告期内各期，公司及其子公司月均劳务派遣用工人数分别为 75.25 人、11.50 人和 **19.42** 人，劳务派遣用工人数占用工人数总量比例分别为 11.87%、1.73%和 **3.18%**。

2、劳务派遣资质

报告期各期内，公司劳务派遣用工的派遣单位的劳务派遣资质如下：

序号	企业名称	证书名称	证书编号	有效期	许可内容
1	广东汇才人力资源有限公司	劳务派遣经营许可证	440507160001 440507170001	2016年9月9日至2019年9月8日、 2019年9月17日至2022年9月16日	劳务派遣
2	广东宏业南粤人力资源管理有限公司	劳务派遣经营许可证	440507130001	2016年10月12日至2019年10月11日、 2019年9月17日至2022年9月16日	劳务派遣
3	汕头市汕泽劳务派遣有限公司（已更名为“汕泽劳务集团（汕头）有限公司”）	劳务派遣经营许可证	440501140002	2017年10月23日至2020年9月10日	劳务派遣
4	汕头市众鑫劳务派遣有限公司	劳务派遣经营许可证	440501180013	2018年9月21日至2021年9月20日	劳务派遣
5	揭阳市宏业南粤人力资源有限公司	劳务派遣经营许可证	445200170002	2017年4月20日至2020年4月19日	劳务派遣

注：报告期内，公司与序号 3、序号 5 的派遣单位的合作期间均发生在其上述劳务派遣经营许可证的有效期内；经网络查询，其上述劳务派遣经营许可证到期后，已分别续期至 2023 年 9 月 9

日、至 2023 年 4 月 30 日。

针对公司及子公司报告期内的劳动用工情况，相关劳动主管部门出具证明，确认公司及子公司不存在因违反劳动用工法律法规而受到行政处罚的情形。

此外，公司实际控制人已出具承诺，公司及控股子公司如因任何社会保障相关法律法规执行而受到追溯，包括但不限于经有关主管部门认定需为员工补缴社会保险金或住房公积金，受到主管部门处罚，或任何利益相关方以任何方式提出权利要求且该等要求获主管部门支持，其将无条件全额承担相关补缴、处罚的款项，利益相关方的赔偿或补偿款项，以及公司及控股子公司因此所支付的相关费用，以保证公司及控股子公司不会因此遭受任何损失。

七、请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1、取得发行人收入成本明细表，复核发行人各类产品在各类销售模式下销售金额及占比。

2、（1）访谈 ODM 模式主要客户，查阅销售合同，了解发行人客户获取方式、合作历史、合作具体模式；（2）取得 ODM 客户主要客户确认函，了解发行人是否是主要 ODM 客户各品类产品的唯一供应商，分析发行人与其合作稳定性及依赖性；（3）取得发行人关于核心竞争力及具备独立开拓市场的能力的说明。

3、（1）获取发行人关于自有品牌及 ODM 模式下的产品差异的说明，结合发行人自有品牌与 ODM 销售情况及业务模式进行分析；（2）审阅主要 ODM 客户合同中与生产工艺、专利技术、质量控制相关的条款，取得发行人关于与 ODM 客户的合作稳定性的说明。

4、（1）结合对发行人主要经销商的访谈，了解发行人线下经销商的业务模式并取得发行人关于采取经销商模式必要性的说明；通过公开信息取得同行业可比公司经销占比情况；（2）核查发行人经销相关的内控管理制度，查阅内控鉴证报告；（3）审阅发行人主要的经销商合同；结合对发行人主要经销商的访谈，通过网络公开信息核查经销商与发行人的关联关系；取得发行人对经销商的信用政策审批文件及说明，核查其信用政策的合理性。

5、（1）取得发行人各级别及各类岗位员工的收入数据，查询了当地平均公司及同行业可比公司的收入水平，进行比较和分析；（2）取得发行人各岗位员工的地区分布和变动情况，并结合发行人员工年龄构成，与发行人业务规模和发展情况进行匹配分析；（3）取得报告期末发行人 41 岁以上员工的岗位构成数据，与发行人业务规模和发展情况进行匹配分析。

6、（1）获取发行人员工的年龄数据，统计报告期各期末达到退休年龄的员工情况；（2）查阅发行人取得的社保、公积金主管部门开具的合规证明，统计部分员工未缴纳社会保险与住房公积金的原因，取得实际控制人出具的承诺函；（3）获取报告期内发行人使用劳务派遣用工的相关数据，查阅劳务派遣公司的资质情况，并执行了函证程序。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人已在招股说明书中披露各类产品在各类销售模式下的销售金额及占比情况。

2、发行人与主要客户的合作关系稳定；发行人在猪肉脯、牛肉脯等品类上是多家 ODM 客户的唯一供应商，在鱼肠类、即食鱼丸等新品类方面，也成为部分主要 ODM 客户的唯一供应商，发行人对主要客户未构成重大依赖；发行人的核心竞争力是研发与生产能力，有独立的销售、研发与质控团队，具备独立开拓市场的能力；发行人已在招股说明书中补充披露相关内容。

3、发行人自有品牌及 ODM 模式下的产品在产品口味、外观、市场定位、目标客户、定价机制等方面存在区别；ODM 客户对发行人产品相关生产工艺、专利技术、质量控制等环节不存在特殊要求；报告期内，发行人发展自有品牌业务，未影响与 ODM 客户的合作关系；发行人已补充披露相关内容。

4、发行人采取经销商模式具有必要性；发行人经销商选取标准、日常管理、定价机制、物流、销售存货信息系统等方面的内控健全并有效执行；报告期内，不存在经销商专门销售发行人产品的情形，发行人与主要经销商不存在关联关系；报告期内，发行人对经销商不存在主动放宽信用政策的情况，对经销商的信用政策具有合理性；发行人已补充披露相关内容。

5、（1）发行人已在招股书明书中补充披露各级别及各类岗位员工收入水平，以及

与当地平均公司及同行业可比公司水平的比较情况；（2）发行人各岗位员工的地区分布情况与发行人业务规模相匹配；（3）发行人 41 岁以上员工的占比较高，且主要为生产人员，与发行人所处地区的劳动力供给结构情况以及公司生产人员的岗位要求相匹配，具有合理性。

6、（1）报告期内，发行人存在部分员工已达到退休年龄不需缴纳社会保险及住房公积金的情形；（2）发行人不存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到处罚的情形；（3）报告期发行人及子公司部分临时性、辅助性、可替代性的岗位存在劳务派遣用工的情形；发行人的劳务派遣用工派遣单位均具有劳务派遣资质；发行人已对劳务派遣用工进一步进行了整改与规范，降低劳务派遣比例；报告期内，发行人不存在因违反劳动用工法律法规而受到行政处罚的情形。

问题 12：关于营业收入。

申报材料显示：

（1）发行人整体销售以向华南地区销售为主，报告期占收入比分别为 61.94%、56.28%、68.51%和 63.39%。发行人经销销售收入占比分别为 17.96%、22.86%、21.87%和 16.10%，销售主要以华北地区为主；发行人未披露肉丸类、肉肠类、肉松类产品的销售均价变动情况；

（2）肉丸类产品报告期销售收入分别为 45.40 万元、367.25 万元、1,770.66 万元和 355.78 万元，其中 2020 年 1-3 月较上年同期增长 327.49%；

（3）肉肠类产品报告期销售收入分别为 635.14 万元、856.60 万元、1,218.53 万元和 112.78 万元，2020 年 1-3 月相比上年同期收入降低，主要系公司鱼肠产品尚未突破包装技术瓶颈，规模化生产可能产生不良品，因此公司主动降低生产规模以保证产品质量；

（4）发行人报告期内均未触发返利约定，而其他应付款明细显示，2019 年末、2020 年 3 月末销售返利其他应付款金额分别为 91.08 万元、40.06 万元；

（5）发行人报告期向港澳台销售收入占比分别为 22.10%、21.80%、13.10%和 22.33%，发行人未按照“审核关注要点”中“发行人是否存在最近一年境外销售收入占当期营业收入比例大于 10%的情形”进行相应披露；

（6）发行人报告期主营业务收入分别为 25,211.86 万元、25,948.02 万元、25,525.19 万元和 5,908.77 万元，收入规模较为稳定。

请发行人：

（1）结合与 ODM 客户签署的协议内容，原料采购和产品销售的相关安排，补充披露发行人 ODM 业务采用总额法或净额法确认收入的合理性，是否符合《企业会计准则》相关规定；发行人与客户“晋年有限公司”签署的《委托加工协议》的主要内容，与“名创优品股份有限公司”等客户签署的《货物采购服务管理协议》的主要内容，其与 ODM 代加工协议有何差异，发行人对该协议的会计处理与其他 ODM 业务有何差异，对发行人业绩的影响情况；

（2）补充披露发行人整体销售以华南地区为主，但经销收入主要以华北地区为主

的合理性；

（3）补充披露肉丸类、肉肠类、肉松类产品的销售均价变动情况，其变动趋势是否与肉脯类销售均价变动趋势一致，不一致的原因及合理性；

（4）补充披露发行人各季度销售收入情况，是否存在季节性特征；

（5）补充披露肉丸类产品收入增长迅速的原因，其在各个销售渠道的销售情况，肉丸类前五大客户情况，原因及合理性；补充披露肉丸类产品 2020 年 1-3 月收入同比增长 327.49%的合理性；

（6）补充披露发行人鱼肠产品不良率的具体情况及其计算方法，发行人已出售的鱼肠产品是否存在食品安全及相关赔偿风险，是否存在因质量问题退货风险，未出售鱼肠产品存货情况，存货跌价准备计提是否充分；

（7）补充披露发行人猪肉脯、牛肉脯产品销售过程中是否存在按等级或其他分类方式区分定价的情形，不同等级或类别对应价格、销售收入金额及占比、毛利率情况；

（8）补充说明“报告期内均未触发返利约定，而其他应付款明细显示 2019 年末、2020 年 3 月末销售返利其他应付款金额分别为 91.08 万元、40.06 万元”的原因；报告期向客户返利额度及对营业收入的影响情况，相关会计处理方法是否符合《企业会计准则》相关规定；

（9）按照“审核关注要点”中“发行人是否存在最近一年境外销售收入占当期营业收入比例大于 10%的情形”的内容进行相应披露；

（10）补充披露报告期发行人收入规模未增长的原因，是否系客户和渠道受限；发行人拟募投项目对应的新增产能和经济效益情况，是否存在无法消化新增产能的风险。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、结合与 ODM 客户签署的协议内容，原料采购和产品销售的相关安排，补充披露发行人 ODM 业务采用总额法或净额法确认收入的合理性，是否符合《企业会计准则》相关规定；发行人与客户“晋年有限公司”签署的《委托加工协议》的主要内容，与“名创优品股份有限公司”等客户签署的《货物采购服务管理协议》的主要内容，其与 ODM 代加工协议有何差异，发行人对该协议的会计处理与其他 ODM 业务有何差异，对发行人业绩的影响情况

（一）结合与 ODM 客户签署的协议内容，原料采购和产品销售的相关安排，补充披露发行人 ODM 业务采用总额法或净额法确认收入的合理性，是否符合《企业会计准则》相关规定

1、与 ODM 客户签署的协议内容，原料采购和产品销售的相关安排

根据与 ODM 客户签署的协议，公司的 ODM 客户未与公司约定原材料的采购及供应商的选择，因此公司自行选择供应商，根据生产的需要对原材料进行采购。公司与客户合作方式为买断式销售，即客户自行负责所采购产品的销售，非质量问题不得退回。

2、企业会计准则的规定

根据《企业会计准则第 14 号-收入》第 34 条的相关规定，企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括：

（1）企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户。

（2）企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务。

（3）企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品组合成某产品产出转让给客户。

在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：

- (1) 企业承担向客户转让商品的主要责任。
- (2) 企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险。
- (3) 企业有权自主决定所交易商品的价格。
- (4) 其他相关事实和情况。

综上所述，公司提供给 ODM 客户的产品系公司自主采购原材料并根据公司研发的配方及工艺流程进行生产；公司对生产的产品拥有控制权，能够自主决定产品的销售价格并承担存货风险，采用总额法核算符合企业会计准则的规定。

(二)发行人与客户“晋年有限公司”签署的《委托加工协议》的主要内容，与“名创优品股份有限公司”等客户签署的《货物采购服务管理协议》的主要内容，其与 ODM 代加工协议有何差异，发行人对该协议的会计处理与其他 ODM 业务有何差异，对发行人业绩的影响情况

1、公司与客户“晋年有限公司”签署的《委托加工协议》与 ODM 代加工协议不存在重大差异，交易实质仍为 ODM 服务，主要内容：

(1) 合作产品与价格：公司负责生产加工肉脯、肉干等系列产品，晋年有限公司自主销售。产品价格按照双方确认单价结算，如因原材料、人工等原因导致成本上幅提价，双方提前沟通确认。

(2) 品质及验收标准：产品按双方确认要求交货，如保质期内产品发生品质问题，公司接受无条件退货。如因晋年有限公司储存不当原因导致发霉变味等品质事故由其自行解决处理。

(3) 结算时间、方式：银行转账。晋年有限公司于收到货物一周内将货款汇入发行人账户。

2、公司与“名创优品股份有限公司”等客户签署的《货物采购服务管理协议》与 ODM 代加工协议不存在重大差异，交易实质仍为 ODM 服务，主要内容：

(1) 价格条款：由双方共同确认的书面订单具体约定。

(2) 收货及验收：客户收到公司提供的产品后应于三日内办理完毕收货确认。收货确认后发生的丢失或损失由客户负责，收货确认前由公司负责。

(3) 付款：以订单为准。

上述协议内容未对原材料采购、供应商选择以及生产工艺流程等方面进行约定，与 ODM 代加工协议条款不存在实质差异，公司对该协议的会计处理与其他 ODM 业务一致，不存在会计处理不同对发行人业绩产生影响的情况。

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“七、报告期内的主要会计政策和会计估计”之“（二十五）收入确认原则和计量方法（自 2020 年 1 月 1 日适用）”中补充披露上述内容。

二、补充披露发行人整体销售以华南地区为主，但经销收入主要以华北地区为主的合理性

目前，公司的主要产品肉脯为广东岭南特色食品，销售区域亦主要集中在华南。为开拓市场及错位发展，公司自有品牌主要选择华北地区进行开拓。公司核心竞争力主要在研发与生产，因此自有品牌的推广与发展主要通过与经销商合作。

报告期内，公司自有品牌在华北区域发展较好，故公司经销收入以华北地区为主，具有合理性。

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“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“3、主营业务收入按地区类别分析”之“（2）华北地区”中补充披露上述内容。

三、补充披露肉丸类、肉肠类、肉松类产品的销售均价变动情况，其变动趋势是否与肉脯类销售均价变动趋势一致，不一致的原因及合理性

1、肉丸类各期销售量及销售单价情况如下：

肉丸类	2020 年	2019 年	2018 年
销售量（千克）	894,983.02	395,458.45	77,912.68
单价（元/千克）	46.11	44.77	47.14

报告期内，肉丸类产品销售均价呈先降后升的趋势，与肉脯类产品变动趋势不一致。2019 年单价降低的主要原因系肉丸类产品结构变动、单价较低鱼丸产品占比提高所致；2020 年单价提升，主要系占比较高的鱼丸产品受到市场欢迎，公司适当提高的销售价格所致；按照原材料不同细分情况如下：

单位：元/千克、千克

肉丸类细类	2020 年		2019 年		2018 年	
	单价	销售量	单价	销售量	单价	销售量
鱼丸	44.53	765,555.34	39.35	239,993.48	19.90	30,474.88
猪肉丸	49.41	1,990.60	64.40	15,267.12	-	-
牛肉丸	55.38	127,167.41	51.93	140,197.85	64.63	47,437.80
虾丸	166.79	155.07	-	-	-	-
蟹丸	123.28	114.60	-	-	-	-
合计	46.11	894,983.02	44.77	395,458.45	47.14	77,912.68

肉丸类产品价格呈下降趋势，原因为：一方面，鱼丸占比逐年递增，鱼丸的单价相对较低，拉低了肉丸类产品平均单价；另一方面，牛肉丸、猪肉丸等速冻肉丸单价下降，主要原因系公司主动调整了速冻肉丸的市场定位及销售策略，降价促销所致。

2、肉肠类各期销售量及销售单价情况如下：

肉肠类	2020 年	2019 年	2018 年
销售量（千克）	134,428.72	277,390.87	177,953.66
单价（元/千克）	43.58	43.93	48.14

报告期内，肉肠类产品销售均价基本稳定，与肉脯类产品变动趋势不一致。报告期内肉肠类产品细类销售情况如下表所示：

元/千克、千克

肉肠类细类	2020 年		2019 年		2018 年	
	单价	销售量	单价	销售量	单价	销售量
鱼肠	39.83	119,271.69	40.22	244,075.77	45.51	154,794.97
虾肠	49.81	6,378.40	49.27	7,632.00	48.10	10,046.80
猪肉肠	89.96	8,778.63	77.58	25,683.10	79.15	13,111.89
合计	43.58	134,428.72	43.93	277,390.87	48.14	177,953.66

肉肠类产品中，鱼肠类产品占比较高。报告期内，公司根据市场反应，调整鱼肠产品定位及销售策略，因此 2019 年销售单价下降，销量上升。2020 年，销量下降，主要系受“新冠疫情”影响及公司鱼肠产品尚未突破包装技术瓶颈，规模化生产可能产生不良品，因此公司主动降低生产规模以保证产品质量。

3、肉松类各期销售量及销售单价情况如下：

肉松类	2020 年	2019 年	2018 年
-----	--------	--------	--------

销售量（千克）	165,458.67	186,640.09	202,695.35
单价（元/千克）	89.76	88.68	83.48

报告期内，肉松类产品均价整体呈上升趋势，但与肉脯类产品均价变动不一致。肉松类产品细类销售情况如下表所示：

单位：元/千克、千克

肉松类细类	2020 年		2019 年		2018 年	
	单价	销售量	单价	销售量	单价	销售量
猪肉松	99.33	139,197.17	98.60	155,005.70	96.84	154,772.87
猪粉松	39.02	26,261.50	40.07	31,634.39	40.33	47,872.48
鸡肉松	-	-	-	-	58.12	50.00
合计	89.76	165,458.67	88.68	186,640.09	83.48	202,695.35

2019 年、2020 年猪肉原材料价格上涨，肉松类产品价格未显著增长的原因为：肉松类产品多为自有品牌，主要通过经销商进行销售，公司通过价格优惠的方式给予其支持。

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“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“1、主营业务收入按产品类别分析”之“（2）产品变动趋势分析”中补充披露上述内容。

四、补充披露发行人各季度销售收入情况，是否存在季节性特征

公司主营业务收入按季度分析如下：

单位：万元、%

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	5,908.77	20.78	5,070.87	19.87	7,259.85	27.98
第二季度	5,145.00	18.10	5,242.56	20.54	4,629.71	17.84
第三季度	6,439.00	22.65	7,100.69	27.82	5,723.97	22.06
第四季度	10,937.53	38.47	8,111.07	31.78	8,334.50	32.12
合计	28,430.30	100.00	25,525.19	100.00	25,948.02	100.00

公司销售存在一定季节性特征。第一季度、第四季度属于销售旺季，主要原因系春节、中秋节及国庆节等传统节日为休闲食品旺季。此外，“双 11”等新兴购物节亦刺激了四季度的休闲食品需求。

2019 年一季度，受“非洲猪瘟”影响，公司出口香港产品销售金额降低，导致销售金额较低；2020 年一季度受“新冠疫情”影响，公司销售金额较低。

2020 年四季度，公司主营业务收入较 2018 年、2019 年均较大幅度增长，是 2020 年全年公司主营业务收入增长的主要因素。整体上看，“非洲猪瘟”及“新冠疫情”对休闲食品需求的不利影响逐步减弱，市场需求逐步恢复，公司加大自有品牌推广力度，传统优势产品以及受到市场认可的新产品均有一定增长。

(1) 2020 年四季度与 2019 年同期相比，主营业务收入的分产品、分销售模式情况

①分产品类别分析：

单位：万元

产品类别	2020 年四季度		2019 年四季度
	金额	增长率	金额
猪肉脯	6,324.65	27.24%	4,970.71
牛肉脯	1,739.32	41.36%	1,230.43
肉丸类	1,983.37	63.60%	1,212.34
肉肠类	195.61	-56.13%	445.90
肉松类	605.18	144.11%	247.92
其他类	89.40	2269.57%	3.77
合计	10,937.53	34.85%	8,111.07

②分销售模式分析

单位：万元

销售模式			2020 年四季度		2019 年四季度
			金额	增长率	金额
ODM			5, 775. 37	0. 05%	5, 772. 72
自有 品牌	线上销售		40. 67	196. 96%	13. 69
	线下 销售	经销	2, 904. 98	125. 25%	1, 289. 66
		直销	2, 216. 52	114. 16%	1, 034. 99
	小计		5, 162. 16	120. 76%	2, 338. 34
合计			10, 937. 53	34. 85%	8, 111. 07

如上所示，2020 年四季度相较 2019 年四季度，主营业务收入增长 2,826.46 万元，

增幅为 34.85%。在产品类别方面，猪肉脯、牛肉脯、肉松类作为传统优势产品，在市场需求复苏的情况下，均实现了一定增长；肉丸类作为受到市场认可的新产品，继续保持良好的增长趋势。在销售模式方面，增长主要来源于自有品牌，经销商客户和直销客户均实现较大增长。

(2) 2020 年四季度与 2019 年同期相比，主营业务收入实现大额增长的主要客户情况

①经销商客户

北京市万佳利食品有限公司

单位：万元

季度	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
第一季度	647.77	16.29	1,236.23	35.31	879.14	20.79
第二季度	618.09	15.54	1,025.54	29.29	-	-
第三季度	701.48	17.64	730.43	20.86	1,158.80	27.40
第四季度	2,008.82	50.52	508.68	14.53	2,191.49	51.82
合计	3,976.16	100.00	3,500.88	100.00	4,229.42	100.00

公司对北京市万佳利食品有限公司的销售包括同一控制下的其他企业：北京万佳博业经贸有限公司、加州原野（北京）食品有限责任公司；

报告期内，公司向北京市万佳利主营业务分季度销售金额如上所示。

2018 年-2019 年上半年，公司向其销售规模整体趋势向好；

2019 年三、四季度，公司向其销售额较低，主要原因为：（1）北京万佳利根据其下游渠道消化情况，调整了采购品类，减少了对公司牛肉脯的采购；（2）由于北京万佳利存在大额项目建设支出，其放缓了对公司回款的节奏；公司为控制信用风险，亦适当控制向其发货的节奏。

2020 年，上半年因“新冠疫情”影响，公司向其销售额较低；下半年，随着中秋、国庆以及为 2021 年春节、元旦双节备货等旺季的到来以及“新冠疫情”不利影响的好转，加之其对公司回款节奏逐步恢复正常，公司向其销售额有所提高，在四季度恢复正常水平。

②直销客户

I、深圳市新长征军事教育实践基地有限公司

单位：万元

季度	2020 年		2019 年	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
第一季度	-	-	-	-
第二季度	-	-	-	-
第三季度	87.04	12.69	151.03	31.99
第四季度	598.94	87.31	321.10	68.01
合计	685.97	100.00	472.13	100.00

深圳市新长征为团建培训基地，采购公司产品自用或销售给学员，是公司 2019 年新增的规模较大的直销客户，规模较大实力较强，成为当年公司第一大直销客户。

2020 年，其业务受“新冠疫情”影响较为严重；自第三季度，深圳市新长征业务明显好转，开始恢复向公司采购，加之即食丸类产品受到学员认可，因此第四季度销售金额较高。

II、黄丽炜

单位：万元

季度	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
第一季度	59.47	12.83	162.82	36.06	103.56	47.64
第二季度	17.78	3.84	45.89	10.16	33.80	15.55
第三季度	63.48	13.70	58.97	13.06	38.70	17.80
第四季度	322.67	69.63	183.87	40.72	41.34	19.02
合计	463.40	100.00	451.56	100.00	217.40	100.00

黄丽炜与配偶共同经营潮州市潮安区中国旅行社腾达营业部。黄丽炜采购公司产品主要去向包括：（1）团购方式销售或赠送给腾达旅行社接待的游客团体，潮汕地区为全国旅游热门地区，游客众多，购买本地特色食品用于食用及手信的需求较高；（2）销售给其他旅行社，黄丽炜长期从事旅游行业，本地其他旅行社亦对公司产品有一定需求，因此成为黄丽炜采购公司产品的用途之一；（3）销售给其他小型商超门店。

其向公司采购产品的季度分布与旅游旺季相关，主要集中在元旦、春节、中秋、国

庆期间。潮汕为美食旅游热点地区，公司在潮汕地区经营多年，具有一定知名度，产品作为特产、手信具有良好效果，公司产品与黄丽炜所经营的旅行社业务较为契合，报告期公司对其销售量呈上升趋势。

2020 年，受“新冠疫情”影响，其向公司采购金额较低；四季度，随着“新冠疫情”好转，潮汕地区旅游市场显著复苏，销售金额有所提高。

III、潮州市金德贸易有限公司

单位：万元

季度	2020 年		2019 年	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
第一季度	-	-	-	-
第二季度	31.48	7.17	8.05	4.33
第三季度	44.60	10.16	56.74	30.52
第四季度	362.89	82.67	121.10	65.15
合计	438.97	100.00	185.88	100.00

潮州金德在潮州市区经营多家连锁商超，营业面积、经营规模较大，具备良好的销货能力，是公司 2019 年新增的重要商超类直销客户，其销售公司产品较为顺畅，合作规模逐步提高。

2020 年，受“新冠疫情”影响，前三季度向公司采购金额较低；第四季度，“新冠疫情”不利影响逐步好转，加之为 2021 年春节、元旦双节备货的需求，其向公司采购金额较高。

IV、张燕薇

单位：万元

季度	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
第一季度	33.92	7.94	85.38	35.82	37.63	31.72

季度	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
第二季度	-	-	-	-	32.32	27.25
第三季度	61.88	14.48	43.51	18.26	31.44	26.50
第四季度	331.45	77.58	109.46	45.92	17.24	14.53
合计	427.26	100.00	238.35	100.00	118.63	100.00

张燕薇持有汕头市壬癸辛滋补品有限公司 100.00% 股权以及汕头市同瑞福食品有限公司 90% 股权，主营鱼胶、洋参、虫草、燕窝等滋补品销售。张燕薇采购公司产品主要去向包括：（1）依托其主营的滋补品销售，将公司肉脯产品与滋补品进行组合销售，其客户主要有三类：①企业客户节假日用于发放员工福利，采用补品、肉脯及茶叶等组成福利组合，批量供应给企业客户；②企业或企业主批量购买礼盒套装用于礼品馈赠，用于馈赠的补品一般单价较高，体积相对较低，将补品与肉脯等组合成为礼品套装，可以让礼品显得档次较高且丰盛；③家庭主妇出于保健、滋补的需求购买补品，搭售肉脯等零食可供客户的家人食用。（2）销售给其他商超门店，张燕薇自身社会资源广泛，具有较强的商超渠道客户资源，其采购公司产品用于向其他商超门店进行销售；（3）门店零售及赠送客户，依托汕头市同瑞福下属门店进行零售，以及为了维护客户关系，在节假日赠送给客户。

公司在潮汕地区经营多年，具有一定知名度，产品与张燕薇主营业务较为契合，张燕薇与公司合作金额逐年提高。2020 四季度，在收到其客户良好反馈后，张燕薇在 2021 元旦、春节的福利、礼品套装中更多搭配肉脯类产品，故向公司采购金额较高。

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“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“4、主营业务收入按季度分析”中补充披露上述内容。

五、补充披露肉丸类产品收入增长迅速的原因，其在各个销售渠道的销售情况，肉丸类前五大客户情况，原因及合理性；补充披露肉丸类产品 2020 年 1-3 月收入同比增长 327.49% 的合理性

报告期内，肉丸类产品按销售渠道的销售情况列示如下：

单位：万元

销售模式			2020 年		2019 年		2018 年
			金额	变动率	金额	变动率	金额
ODM 模式			2, 195. 49	214. 87%	697.26	286.83%	180.25
自有品牌	线上销售		103. 90	5, 311. 60%	1.92	6,300.00%	0.00
	线下销售	经销	859. 77	124. 20%	383.48	196.49%	2.26
		直销	1, 931. 27	79. 92%	688.00	1,093.62%	1.77
	小计		1, 931. 27	79. 92%	1,073.40	474.01%	4.04
合计			4, 126. 76	133. 06%	1,770.66	382.14%	367.25

肉丸类产品按照食用方式分为即食肉丸和速冻肉丸，销售情况列示如下：

单位：万元

肉丸类细类	2020 年		2019 年		2018 年
	金额	变动率	金额	变动率	金额
即食丸类	3,322.74	316.40%	797.96	920.90%	78.16
速冻丸类	804.01	-17.34%	972.70	236.47%	289.09
合计	4,126.76	133.06%	1,770.66	382.14%	367.25

公司于 2017 年推出速冻肉丸类产品，初步投向市场了解客户需求。

2018 年，肉丸类产品开始向市场大范围推广。速冻肉丸：增长较快，系现有 ODM 客户渠道实现了较好销量增长及拓展了速冻肉丸类经销商；即食肉丸：少量生产初步投向市场了解客户需求。

2019 年及 2020 年，肉丸类产品销售金额持续快速增长。即食肉丸：一方面，拓展了食用场景，成为随时拆包可吃的休闲食品，受到消费者青睐；另一方面，即食丸类利用公司原有的休闲食品客户渠道，推广更为顺利；速冻肉丸：主要原因系公司主动调整了市场定位及销售策略，通过支持经销商渠道并拓展新的直销客户，2019 年实现了较快增长；2020 年，速冻肉丸的市场推广不及预期，产销量有所降低。

报告期内，公司肉丸类前五大客户情况如下：

单位：万元、%

2020 年					
序号	客户名称	销售金额	占肉丸类收入比重	客户类型	主要品类
1	名创优品（广州）有限责任公司	1,301.29	31.53	ODM 客户	即食丸类

2	深圳市新长征军事教育实践基地有限公司	597.03	14.47	直销客户	即食丸类
3	广州酒家集团利口福食品有限公司	298.20	7.23	ODM 客户	即食丸类
4	北京市万佳利食品有限公司	245.48	5.95	经销商	即食丸类
5	厦门元初食品股份有限公司	245.38	5.95	ODM 客户	即食丸类、速冻丸类
合计		2,687.38	65.12		
2019 年					
序号	客户名称	销售金额	占肉丸类收入比重	客户类型	主要品类
1	名创优品（广州）有限责任公司	485.60	27.42	ODM 客户	即食肉丸
2	深圳市新长征军事教育实践基地有限公司	349.87	19.76	直销客户	速冻丸类、即食丸类
3	广州盒马鲜生网络科技有限公司	165.41	9.34	直销客户	速冻丸类
4	厦门元初食品股份有限公司	140.17	7.92	ODM 客户	速冻丸类
5	福州市仓山区广明冻品商行	131.38	7.42	经销商	速冻丸类
合计		1,272.43	71.86		
2018 年					
序号	客户名称	销售金额	占肉丸类收入比重	客户类型	主要品类
1	厦门元初食品股份有限公司	105.66	28.77	ODM 客户	速冻丸类
2	广东美佳乐购物广场有限公司	80.48	21.92	经销商	速冻丸类
3	杭州郝姆斯食品有限公司	60.38	16.44	ODM 客户	即食丸类
4	广州盒马鲜生网络科技有限公司	49.17	13.39	直销客户	速冻丸类
5	广州天恬食品贸易有限公司	38.76	10.55	经销商	速冻丸类
合计		334.46	91.07		

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）公司对广州盒马鲜生网络科技有限公司的销售包括同一控制下的其他企业：深圳盒马网络科技有限公司、福建新盒网络科技有限公司；

（2）公司对名创优品（广州）有限责任公司的销售包括同一控制下的其他企业：名创优品股份有限公司、名创优品国际（香港）有限公司、生活优品（广州）设计有限公司。

报告期内，公司肉丸类产品处于推广发展阶段。速冻肉丸经过初步投放市场反馈后调整市场策略降低价格扩大销量；而即食肉丸则与公司原有休闲食品销售渠道较为适配从而发展迅速，因此在 ODM、经销、直销各模式下均实现了较快增长。公司肉丸前五大客户占肉丸整体销售金额比例较高，其变动与速冻、即食肉丸在报告期内的市场策略一致。故各期肉丸类前五大客户的情况及其变动具有合理性。

肉丸类产品 2019 年 1 季度至 2020 年 1 季度销售金额及环比变动情况如下：

单位：万元

品类	2020年1季度		2019年4季度		2019年3季度		2019年2季度		2019年1季度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
肉丸类	355.78	-70.65%	1,212.34	201.72%	401.81	448.23%	73.29	-11.94%	83.23

报告期内，肉丸类产品处于市场推广拓展阶段，增长迅速；2020年1季度受“新冠疫情”影响，销售金额有所下降，2019年1季度至2020年1季度销售金额复合增长率为43.79%。因此，肉丸类产品2020年1-3月收入同比增长327.49%具有合理性。

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“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“1、主营业务收入按产品类别分析”之“（2）产品变动趋势分析”之“③ 肉丸类”中补充披露上述内容。

六、补充披露发行人鱼肠产品不良率的具体情况及其计算方法，发行人已出售的鱼肠产品是否存在食品安全及相关赔偿风险，是否存在因质量问题退货风险，未出售鱼肠产品存货情况，存货跌价准备计提是否充分

公司鱼肠不良品产生的主要原因为：1、肠体外包装的“易撕膜”设计在生产中松动或脱落；2、现有生产工艺流程可能导致肠体外包装破损。鱼肠产品不良率的情况如下：

期间	2020年	2019年	2018年	2017年
灌装不良率	8.29%	8.57%	8.44%	25.59%

注：灌装不良率=（实际肠衣耗用总量—鱼肠产成品入库量*每千克鱼肠产品的标准肠衣耗用量）/实际肠衣耗用总量—老化不良率

灌装不良率主要为灌装环节中因操作失误及机器故障所导致的肠衣损耗，此道工序不良率越高则后续工序不良率也一般越高。2017年，公司工艺尚未成熟并且生产工人对设备使用不当，产品不良率较高，原材料及肠体外包装损耗较大；2018年至2020年，随着生产技术、工艺水平的提升，产品不良率降低。此道工序不良品容易识别，且公司采取导电性检测肠体外包装的密闭性，因此排除了大部分不良品。

期间	2020年	2019年	2018年	2017年
老化不良率	0.05%	0.01%	0.01%	0.07%

注：老化不良率=经过老化室后挑拣出的不良品重量/鱼肠产品入库前总重量

在半成品入库前，为了排除较难识别的不良品，公司一般将鱼肠产品放置在老化室七天，若产品肠衣存在瑕疵则会暴露出来。此外，由于产品的生产工艺技术有待改进，

公司采取主动降低生产规模的方式，进一步降低不良品总数及不良品率。因此，公司可基本排除不良品流入市场的可能。

综上，公司已出售的鱼肠产品不存在食品安全及相关赔偿风险。报告期内，鱼肠产品存在少量退货，主要原因为包装、外观问题。报告期各期末，公司鱼肠产品存货金额为 2.61 万元、2.33 万元和 **2.14 万元**。公司未出售的鱼肠产品存货为良品，无需计提存货跌价准备。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“八、质量控制情况”之“（四）质量控制效果”之“5、鱼肠产品的质量控制情况”中补充披露上述内容。

七、补充披露发行人猪肉脯、牛肉脯产品销售过程中是否存在按等级或其他分类方式区分定价的情形，不同等级或类别对应价格、销售收入金额及占比、毛利率情况

公司对猪肉脯、牛肉脯产品等级划分详见本回复“问题 15”之“一”，销售过程中存在按等级或成本水平区分定价的情形，对应的价格、销售收入金额及占比、毛利率情况详见本回复“问题 15”之“三”。

八、补充说明“报告期内均未触发返利约定，而其他应付款明细显示 2019 年末、2020 年 3 月末销售返利其他应付款金额分别为 91.08 万元、40.06 万元”的原因；报告期向客户返利额度及对营业收入的影响情况，相关会计处理方法是否符合《企业会计准则》相关规定

（一）补充说明“报告期内均未触发返利约定，而其他应付款明细显示 2019 年末、2020 年 3 月末销售返利其他应付款金额分别为 91.08 万元、40.06 万元”的原因

公司招股说明书中披露的“报告期内(**2017 年至 2020 年 3 月**)均未触发返利约定”，是指自有品牌的经销模式下，小型经销商所涉情形。报告期内，公司与部分 ODM 客户签订了返利条款，约定一定期间内公司向其销售金额达到相关标准的，公司将给予返利。2019 年末、2020 年 3 月末应付销售返利金额分别为 91.08 万元、40.06 万元，均为公司给予 ODM 客户的返利。

（二）报告期向客户返利额度及对营业收入的影响情况

报告期向客户返利明细，及对营业收入的影响情况如下：

单位：万元

返利情况	2020 年	2019 年	2018 年
期初金额	91.08	-	-
当期计提	2.09	91.08	-
当期结算	91.08	-	-
期末余额	2.09	91.08	-
当期计提占营业收入比重	0.01%	0.36%	-

报告期内，根据公司与 ODM 客户条款，在 2019 年触发了相关约定并计提了 91.08 万元返利，占当期营业收入比重为 0.36%，对公司营业收入影响较小。2020 年，当期计提的 2.09 万元均为根据约定给予经销商的返利金额，占当期营业收入比重为 0.01%，对公司营业收入影响较小。

（三）相关会计处理方法是否符合《企业会计准则》相关规定

1、报告期内公司返利会计处理

（1）计提返利

每年末，公司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。计提返利的会计处理如下：

借：主营业务收入

贷：其他应付款

（2）结算返利

第二年结算返利时，按扣除返利后的金额确认收入，同时冲回上年计提数：

①公司开具销售发票，会计处理如下：

借：应收账款（扣除返利后的金额加销项税）

贷：主营业务收入（扣除返利后的金额）

应交税费—销项税

②同时，冲回上年计提数，会计处理如下：

借：其他应付款（上年返利计提数）

贷：主营业务收入（上年返利计提数）

2、公司处理方法符合企业会计准则的相关规定

《企业会计准则第 14 号讲解（2010）》第 15 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。”

公司与客户约定的返利政策的目的是为了促进销售，本质上是商业折扣，相关会计处理符合《企业会计准则第 14 号讲解（2010）》第 15 章的相关规定。

同时，根据《企业会计准则第 14 号—收入（2017 年修订）》第 15 条规定：“企业应当根据合同条款，并结合其以往的习惯做法确定交易价格。在确定交易价格时，企业应当考虑可变对价、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。”

发行人报告期应付客户的返利实质上属于可变对价，相关会计处理方法符合《企业会计准则第 14 号—收入（2017 年修订）》的相关规定。

综上所述，公司返利的会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

九、按照“审核关注要点”中“发行人是否存在最近一年境外销售收入占当期营业收入比例大于 10%的情形”的内容进行相应披露

（一）同行业可比公司的外销占比情况，报告期各期发行人主要境外客户（如前五名）的简介、销售内容、销售金额、占当期发行人外销收入和营业收入比例

同行业可比公司外销比例较低，其中煌上煌、盐津铺子在 2017-2019 年没有外销，立高食品仅在 2019 年存在 0.004%的外销，海欣食品 2017-2019 年外销比例分别为 2.21%、3.00%和 2.12%。公司外销比例较可比公司更高，主要系肉脯类产品是广东岭南特色食品，受港澳消费者喜爱，公司与香港 ODM 客户合作历史悠久、关系稳定，是公司销售收入重要来源之一；而可比公司的主要产品包括坚果、酱肉制品、烘焙用品、速冻食品等类别，并未着力拓展境外市场，故其外销比例较低。

公司境外客户各期前五大的销售金额、占比情况：

单位：万元、%

2020 年						
序号	客户名称	销售金额	占外销收入比重	占营业收入比重	客户类型	主要品牌

1	合泰行贸易有限公司	1, 250. 49	36. 30	4. 40	ODM 客户	珍之味
2	彩鸥国际有限公司	811. 54	23. 56	2. 85	ODM 客户	天味、 珍殿
3	启发食品有限公司	653. 91	18. 98	2. 30	ODM 客户	真之味
4	荣泰公司	292. 93	8. 50	1. 03	ODM 客户	铁尺
5	晋年有限公司	146. 61	4. 26	0. 52	ODM 客户	自然派
合计		3, 155. 48	91. 59	11. 10		
2019 年						
序号	客户名称	销售金额	占外销收入比重	占营业收入比重	客户类型	主要品牌
1	合泰行贸易有限公司	1,629.25	48.74	6.38	ODM 客户	珍之味
2	启发食品有限公司	746.47	22.33	2.92	ODM 客户	真之味
3	荣泰公司	315.48	9.44	1.24	ODM 客户	铁尺
4	彩鸥国际有限公司	308.47	9.23	1.21	ODM 客户	天味、 珍殿
5	晋年有限公司	141.45	4.23	0.55	ODM 客户	自然派
合计		3,141.12	93.97	12.31		
2018 年						
序号	客户名称	销售金额	占外销收入比重	占营业收入比重	客户类型	主要品牌
1	合泰行贸易有限公司	2,771.17	48.97	10.68	ODM 客户	珍之味
2	启发食品有限公司	1,541.99	27.25	5.94	ODM 客户	真之味
3	荣泰公司	453.28	8.01	1.75	ODM 客户	铁尺
4	高雅线圈制品有限公司	354.15	6.26	1.36	ODM 客户	759 阿信屋
5	正隆行食品有限公司	224.50	3.97	0.87	ODM 客户	豆豆牌
合计		5,345.10	94.45	20.60		

公司主要境外客户均位于香港，采购商品以猪肉脯、牛肉脯为主。上述境外客户简介如下：

序号	客户名称	注册地	注册时间	注册资本	股权结构	主营业务
1	合泰行贸易有限公司	香港	2007-09-24	港币 100 元	翁琛 Yung Sum 40%、Yung Pui Kwan MS 30%、刘帜 LauMuiChi 30%	食品贸易
2	启发食品有限公司	香港	1992-06-09	港币 600,000 元	林汉明 LAM HON MING 70%、林汉权 LAM HON KUEN 30%	肉类制品、腌制果蔬、糖果食品、水产海产类制品、副食品批发和零售

序号	客户名称	注册地	注册时间	注册资本	股权结构	主营业务
3	高雅线圈制品有限公司	香港	1988-10-14	港币 14,000,000 元	林伟骏 Lam Wai Chun 53.57%、Ka Yan China Development (Holding) Company Limited 42.86%、罗静意 Law Ching Yee 3.57%	零售连锁、电子制品
4	彩鸥国际有限公司	香港	2012-12-14	港币 20,000 元	优品 360 食品（集团）有限公司 Quality Food 360 Limited 100%	零售连锁、电子制品
5	荣泰公司	香港	1972-05-25	-	拥有人：朱達榮（法律地位：個人）	进口商品贸易、批发
6	正隆行食品有限公司	香港	1997-02-05	港币 1,500,000 元	陈学仁 CHAN HOK YAN 80%、梁丽英 LEUNG LAI YING 10%、陈传声 CHAN CHUEN SING 10%	零食批发和销售
7	晋年有限公司	香港	1999-02-08	港币 2 元	TSE HING WING 50%、TSE HING CHUNG 50%	自有品牌和代理品牌销售

（二）报告期各期发行人海关出口数据、出口退税金额、境外客户应收账款函证情况，分析发行人境外销售收入与上述数据的匹配情况，并披露保荐人对发行人境外销售是否实现真实销售、最终销售的核查结论

1、公司海关出口数据与境外销售收入匹配

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
海关出口数据	3,445.19	3,342.63	5,659.43
公司境外销售收入金额	3,445.19	3,342.63	5,659.43

注：海关出口数据取自中国电子口岸平台

2、公司出口退税金额情况

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司境外销售收入金额	3,445.19	3,342.63	5,659.43
免抵退税申报表当期全部退（免）税出口销售额	3,445.19	3,382.18	5,646.46
免抵退申报表当期免抵退税额	447.87	465.56	857.29

免抵退申报表当期应退税额	35.17	-	-
--------------	-------	---	---

公司境外销售收入金额与《免抵退税申报表》中“当期全部退（免）税出口销售额”差异原因主要系申报出口退税时间差。

3、境外客户应收账款函证情况

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
境外客户期末应收账款余额	104.94	221.45	322.32
发函金额占境外客户期末应收账款余额比重	100.00%	100.00%	96.68%
回函确认金额占发函金额比重	100.00%	100.00%	100.00%

如上表所示，境外客户应收账款回函确认率较高。

综上，公司境外销售收入与海关出口数据相匹配，与《免抵退税申报表》中当期全部退（免）税出口销售额存在差异，主要系申报出口退税时间差；境外客户应收账款回函确认率较高。经保荐机构核查，发行人境外销售实现了真实销售、最终销售。

（三）报告期内相同或同类产品是否存在境外销售价格明显高于境内销售价格、或境外销售毛利率明显高于境内销售毛利率的情形，如存在应分析原因

公司境外销售产品主要为猪肉脯、牛肉脯。肉丸类等其他产品销售金额均较低。报告期内，境内外猪肉脯、牛肉脯销售金额及占比如下：

单位：万元

类别	区域	2020 年		2019 年		2018 年	
		销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
猪肉脯	境内	14,629.80	83.99%	13,854.10	83.29%	14,161.01	74.78%
	境外	2,788.59	16.01%	2,779.46	16.71%	4,776.33	25.22%
	小计	17,418.39	100.00%	16,633.55	100.00%	18,937.33	100.00%
牛肉脯	境内	4,041.58	86.04%	3,650.33	86.72%	3,347.09	83.84%
	境外	655.74	13.96%	558.90	13.28%	645.06	16.16%
	小计	4,697.32	100.00%	4,209.23	100.00%	3,992.15	100.00%

1、公司肉脯产品境内外销售价格比较情况：

单位：元/千克

类别	2020 年		2019 年		2018 年	
	境内	境外	境内	境外	境内	境外

猪肉脯	65.51	76.87	60.76	64.14	56.04	53.92
牛肉脯	78.88	102.94	75.89	84.80	73.55	78.08

报告期内，整体上看境外单价略高于境内单价，但 2019 年以来境外单价涨幅高于境内，原因如下：①受益于出口免抵退税政策，同价位产品的境外税后价格高于境内；②港澳地区居民收入水平、日常消费水平较高，因此产品终端价格较高；③2019 年，“非洲猪瘟”导致港澳地区加强产品入境管控，肉脯类产品在港澳地区市场供给减少，因此公司产品在港澳地区提价幅度高于境内。

2、公司肉脯产品境内外毛利率比较情况：

单位：%

类别	2020 年		2019 年		2018 年	
	境内	境外	境内	境外	境内	境外
猪肉脯	39.56	54.05	38.65	48.45	39.84	41.32
牛肉脯	34.43	45.80	29.75	32.45	28.88	32.21

报告期内，整体上看境外毛利率高于境内毛利率，且 2019 年以来境外毛利率高于境内毛利率的差额呈扩大趋势，主要原因为：①如前所述，境外客户销售单价高于境内，且 2019 年单价涨幅较大；②境外销售以独立小包装的散装产品居多，境内销售以中包装（内含独立小包装）的产品居多，因此境内产品单位包装成本较高；③2019 年下半年，味和道厂区投产，主要用于生产境内客户的产品，其摊销的制造费用较高，推高了境内产品的单位成本。

（四）报告期内发行人境外销售的主要地区与发行人出口产品相关的贸易政策是否发生重大不利变化，如发生重大不利变化还应披露具体情况并进行风险提示，并分析对发行人出口的影响

报告期内，发行人境外销售主要地区为香港、澳门，发行人主要出口产品猪肉脯、牛肉脯等肉类休闲零食，报告期内的相关贸易政策未发生重大不利变化。

（五）报告期内汇兑损益对发行人的业绩影响情况，如存在较大影响还应进行风险提示，并披露发行人所采取的应对外汇波动风险的具体措施

具体情况请见本回复“问题 4”之“二”之“（2）”。

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“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“3、主营业务收入按地区类别分析”之“（3）港澳

台及其他境外地区”中补充披露上述内容。

十、补充披露报告期发行人收入规模未增长的原因，是否系客户和渠道受限；发行人拟募投项目对应的新增产能和经济效益情况，是否存在无法消化新增产能的风险

（一）补充披露报告期发行人收入规模未增长的原因，是否系客户和渠道受限

公司整体收入 2019 年相较于 2018 年小幅下降的主要原因为：（1）受“非洲猪瘟”与香港地区治安因素影响，公司 2019 年港澳台地区销售收入为 3,342.63 万元，同比下降 40.90%；（2）公司 2019 年境内市场销售收入为 22,182.56 万元，同比增长 9.34%。

公司 2020 年受“新冠”疫情影响，收入较 2019 年小幅增长 11.38%。

综上，公司 2018 年至 2019 年收入规模未增长的原因主要为受“非洲猪瘟”与香港地区治安因素影响，公司 2020 年恢复增长，相关影响已逐渐消除，客户和渠道未受限。

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“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“3、主营业务收入按地区类别分析”中补充披露上述内容。

（二）发行人拟募投项目对应的新增产能和经济效益情况，是否存在无法消化新增产能的风险

公司拟募集资金投资项目对应的年产能为肉脯 9,000 吨、肉丸 3,000 吨和蛋白肉 3,000 吨，其中肉脯年产能约 4,500 吨由江东旧厂区搬迁及改造。

如不考虑搬迁改造的情况，公司拟募集资金投资项目对应的新增年产能为肉脯 4,500 吨、肉丸 3,000 吨和蛋白肉 3,000 吨，对应的主要经济效益情况如下：

序号	名称	指标
1	项目总投资	25,623.27 万元
2	销售收入（投产后第 3 年）	60,471.57 万元
3	总成本费用（投产后第 3 年）	52,292.55 万元
4	利润总额（投产后第 3 年）	7,235.66 万元
5	净利润（投产后第 3 年）	6,150.31 万元
6	项目投资回收期（税后）	5.89 年
7	项目内部报酬率 IRR（税后）	19.76%
8	项目投资财务净现值（i=12%）（税后）	6,524 万元

公司已在招股说明书“第九节 募集资金运用和未来发展规划”之“二、募集资金投资项目概况”之“（一）沙溪生产基地建设项目”之“6、经济效益测算”中补充披露上述内容。

本次募集资金投资项目的新增产能为公司正在销售的成熟产品或已具备较为成熟的技术储备的产品，同时公司的产品具有良好的客户基础与市场预期。报告期内受外部因素影响，公司收入规模未实现应有的增长，虽然相关因素的影响已逐渐消除，但如未来“新冠疫情”、“非洲猪瘟”或宏观环境等因素继续影响公司经营与消费市场，可能导致募集资金拟投资项目投产后，公司产能增加而订单不足以消化新增产能的风险。

公司已在招股说明书“第四节 风险因素”之“六、募集资金投资项目风险”之“（三）募集资金投资项目达产后新增产能无法消化的风险”中补充披露上述内容。

十一、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

1、获取报告期内发行人主要 ODM 客户的销售合同或订单，查阅不同客户、不同名称销售合同或订单的主要条款，对照收入确认原则，分析发行人收入确认是否符合《企业会计准则》相关规定。

2、访谈发行人销售负责人，了解经销收入的主要产品构成、客户构成，分析经销收入主要分布于华北地区的原因及合理性。

3、取得收入成本明细表，复核肉丸类、肉肠类、肉松类产品的单价变化及明细销售情况，了解各类产品的主要原材料构成，分析其单价变动趋势是否与肉脯类销售均价变动趋势一致，不一致的原因及合理性。

4、取得收入成本明细表，复核报告期各季度销售收入；访谈发行人销售负责人，了解收入季节性变动的原因。

5、取得收入成本明细表，复核肉丸类收入明细情况及各期前五大客户销售情况，分析 2019 年至 2020 年一季度的肉丸类销售额，分析肉丸类收入增长迅速的原因及合理性。

6、结合鱼肠产品的生产工艺流程，取得其肠衣耗用情况，分析计算灌装不良率；

取得发行人相关统计数据，分析计算老化不良率；访谈发行人相关负责人，了解鱼肠产品不良率产生的原因、解决措施及相关风险。

7、对公司高级管理人员、生产人员进行访谈，了解发行人猪肉脯、牛肉脯产品销售过程中是否存在按等级或其他分类方式区分定价的情形，分析不同等级或类别对应价格、销售收入金额及占比、毛利率情况。

8、查阅发行人与经销商销售合同及与主要 ODM 客户的返利条款，分析返利相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定。

9、（1）查询取得主要外销客户工商资料；（2）对比境内外同品类销售单价及毛利率，访谈发行人销售负责人，分析重大差异的原因及合理性；通过互联网查询，核查报告期内港澳地区与发行人出口产品相关的贸易政策是否发生重大不利变化；（3）抽查了发行人报告期内主要境外销售客户对应的销售订单、报关单、装箱单和出口发票等情况；（4）通过政府统一信息平台“中国电子口岸”获取发行人海关出口数据，并与账面数据进行对比分析；

（5）向主要境外客户函证报告期内各期销售额，对未回函的实施替代测试程序，核查交易的真实、准确。具体函证情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年	2019 年度	2018 年度
出口收入	3,445.19	3,342.63	5,659.43
发函金额占出口收入比重	98.52	99.83	99.16
回函相符直接确认金额和回函不符经调节后可确认金额占发函金额比例	100.00	90.76	100.00

（6）对境外主要客户进行访谈，核查交易的真实性。具体访谈情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年	2019 年度	2018 年度
境外客户走访家数	7	7	6
走访家数占境外客户数量比例	77.78	77.78	54.55
出口收入	3,445.19	3,342.63	5,659.43
访谈客户销售额占出口收入比重	98.51	98.37	98.35

（7）对报告期各期末及下期期初发生的出口收入实施截止性测试，检查出口收入是否存在跨期情况；

（8）复核境外客户销售回款情况，并抽样核对相应的记账凭证、银行回单等相关单据。

10、（1）结合对主要客户的访谈，并取得发行人关于报告期内收入规模未增长的原因说明，了解“非洲猪瘟”与香港地区治安因素对发行人报告期经营的影响；（2）取得发行人拟募集资金投资项目的测算情况，对搬迁及新增产能及其经济效益进行区分，并分析消化新增产能的风险。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人 ODM 业务采用总额法确认收入合理，符合《企业会计准则》相关规定；发行人与客户“晋年有限公司”签署的《委托加工协议》、与“名创优品股份有限公司”等客户签署的《货物采购服务管理协议》与 ODM 代加工协议不存在重大差异，发行人对该协议的会计处理与其他 ODM 业务一致，不存在因会计处理不同对发行人业绩产生影响的情况；发行人已补充披露上述内容。

2、发行人经销收入以华北地区为主的原因合理；发行人已补充披露上述内容。

3、发行人已在招股说明书中补充披露肉丸类、肉肠类、肉松类产品的销售均价变动情况，其变动趋势与肉脯类销售均价变动趋势存在不一致的情况，原因具有合理性。

4、发行人已在招股说明书中补充披露发行人各季度销售收入情况，发行人存在季节性特征，每年一季度、四季度为销售旺季。

5、发行人肉丸类产品收入增长迅速及前五大客户情况及变动具有合理性，肉丸类产品 2020 年 1-3 月收入同比增长 327.49%的具有合理性，发行人已补充披露相关内容。

6、发行人已出售的鱼肠产品不存在食品安全及相关赔偿风险；报告期内，鱼肠产品少量存在因外观质量问题而退货的情况，风险较低；未出售鱼肠产品存货为良品，无需计提存货跌价准备；发行人已披露相关内容。

7、发行人猪肉脯、牛肉脯产品销售过程中存在按等级或成本水平区分定价的情形，发行人已补充披露不同等级或类别对应价格、销售收入金额及占比、毛利率情况。

8、发行人招股说明书中披露的“报告期内均未触发返利约定”，是指经销商销售返利条款情况，而实际计提的返利发生在 ODM 客户。报告期内，返利额度对公司营业收

入影响较小。相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

9、（1）发行人已在招股说明书中披露同行业可比公司的外销占比情况、报告期各期发行人前五大境外客户的简介、销售内容、销售金额、占当期发行人外销收入和营业收入比例；（2）发行人境外销售收入与海关出口数据、出口退税数据匹配，境外客户应收账款回函确认率较高。发行人境外销售实现了真实销售、最终销售。（3）整体上看，发行人存在境外销售价格高于境内销售价格、境外销售毛利率高于境内销售毛利率的情形，其原因具有合理性；（4）报告期内，发行人境外销售主要地区为香港、澳门，发行人主要出口产品为猪肉脯、牛肉脯等肉类休闲零食，报告期内的相关贸易政策未发生重大不利变化；（5）发行人已在招股书中披露汇兑损益对发行人的业绩影响情况，并披露风险提示及应对措施。

10、**2018年至2019年**，发行人收入规模未增长的原因主要为受“非洲猪瘟”与香港地区治安因素的影响，**发行人2020年恢复增长**，相关影响已逐渐消除，客户和渠道未受限；发行人本次募集资金投资项目的新增产能为发行人正在销售的成熟产品或已具备较为成熟的技术储备的产品，同时发行人的产品具有良好的客户基础与市场预期。报告期内受外部因素影响，发行人收入规模未实现应有的增长，虽然相关因素的影响已逐渐消除，但如未来“新冠疫情”、“非洲猪瘟”或宏观环境等因素继续影响发行人经营与消费市场，可能导致募集资金拟投资项目投产后，发行人产能增加而订单不足以消化新增产能的风险；发行人已补充披露相关内容。

问题 13：关于销售渠道和客户。

申报材料显示：

（1）发行人销售分为 ODM 销售、经销、直销等；发行人前五大客户主要系 ODM 客户，前五大客户中深圳市晋年贸易有限公司，其对应品牌为“自然派”，报告期发行人对晋年贸易销售金额分别为 8,670.11 万元、3,508.15 万元、5,504.70 万元和 1,757.08 万元，占营业收入比重分别为 34.39%、13.52%、21.57%和 29.40%；

（2）前五大客户中北京市万佳利食品有限公司系发行人经销商，报告期发行人向其销售收入分别为 2,796.15 万元、4,229.42 万元、3,500.88 万元和 649.89 万元，占营业收入比重分别为 11.09%、16.30%、13.72%和 10.87%；

（3）报告期经销收入占比分别为 17.96%、22.86%、21.87%和 16.10%，发行人未按照“审核关注要点”的内容对经销收入进行披露。

请发行人：

（1）按照 ODM、经销、直销渠道，补充披露报告期客户数量变动情况，各渠道新增、退出客户对该渠道收入的影响占比情况；

（2）补充披露向前五大客户销售的毛利率情况，不同客户间毛利率差异是否显著，如是，说明原因及合理性；经销、直销模式的前五大客户金额及占比，毛利率情况；上述客户的基本情况，发行人与其合作历史，合同签署的方式及期限；

（3）在发行人向其他前五大客户销售收入未出现显著下滑的背景下，发行人向主要客户深圳市晋年贸易有限公司销售收入金额由 2017 年 8,670.11 万元下降至 2018 年 3,508.15 万元，随后又逐步回升，说明相关原因及合理性；

（4）补充披露发行人与北京市万佳利食品有限公司的合作背景和历史，该公司的营业情况，其向发行人采购占其总采购额的比例，发行人是否系其主要供应商，其主要销售渠道及发行人产品主要流向，是否实现真实销售；

（5）补充披露发行人向前五大经销商客户销售收入、占比、毛利率情况，经销商成立时间，所处城市，双方合作背景及历史，其向发行人采购占其总采购额的比例，发行人是否系其主要供应商，其主要销售渠道及发行人产品主要流向；是否存在发行人向其压货情形，发行人产品是否通过经销商实现真实销售；

(6) 补充披露除零售客户外，发行人经销商是否存在自然人或个体户情形，其对应收入及占比情况；

(7) 补充披露发行人客户的实控人是否现任或曾任发行人股东或员工；

(8) 按照“审核关注要点”内容，补充披露经销收入相关事项。

请保荐人、申报会计师说明对收入真实性、准确性的核查情况，包括核查范围、核查金额和占比、核查结论；对经销商销售收入核查情况及结论；发行人实控人、董监高、其他关键人员资金流水是否与上述客户及其实控人存在资金往来，请就上述事项发表明确意见。

【回复】

一、按照 ODM、经销、直销渠道，补充披露报告期客户数量变动情况，各渠道新增、退出客户对该渠道收入的影响占比情况

1、2018 年相较 2017 年：

渠道类型	项目	2017 年末	本期新增	本期减少	2018 年末
ODM	客户数量	39	9	7	41
	客户数量变动占比	-	21.95%	17.95%	-
	对应收入金额（万元）	-	210.66	175.88	-
	对应收入金额占比	-	1.09%	0.87%	-
线下经销	客户数量	52	67	22	97
	客户数量变动占比	-	69.07%	42.31%	-
	对应收入金额（万元）	-	786.22	607.70	-
	对应收入金额占比	-	13.45%	13.70%	-
线下直销	客户数量	32	26	25	33
	客户数量变动占比	-	78.79%	78.13%	-
	对应收入金额（万元）	-	505.21	263.21	-
	对应收入金额占比	-	71.86%	55.32%	-

期初家数指上期与公司发生交易的客户数量；

期末家数指本期与公司发生交易的客户数量；

本期新增指上年末与公司发生交易且本期发生交易；

本期减少指上年与公司发生交易且本期未发生交易；

本期新增客户数量变动占比指本期新增数量÷本期期末数量；

本期减少客户数量变动占比指本期减少数量÷本期期初数量；

本期新增对应收入金额指本期新增客户对应本期收入金额；

本期减少对应收入金额指本期减少客户对应上期收入金额；

本期新增对应收入占比指本期新增对应收入÷本期该渠道类型收入金额

本期减少对应收入占比指本期减少对应收入÷上期该渠道类型收入金额

线上销售及门店零售客户数量未纳入统计。

2018 年相较 2017 年，ODM 客户数量及对应收入金额的变动均较小；经销商新增数量较多，但对应收入金额及占比变化较低，主要系公司于 2018 年加大力度发展经销商，推广自有品牌、拓展空白市场，部分新增经销商客户在合作初期小批拿货；直销客户中，购买公司产品用于发放员工福利的企业客户及试销客户较多，故变动较大。

2、2019 年相较 2018 年：

渠道类型	项目	2018 年末	本期新增	本期减少	2019 年末
ODM	客户数量	41	5	9	37
	客户数量变动占比	-	13.51%	21.95%	-
	对应收入金额（万元）	-	360.00	96.77	-
	对应收入金额占比	-	2.01%	0.50%	-
线下经销	客户数量	97	22	56	63
	客户数量变动占比	-	34.92%	57.73%	-
	对应收入金额（万元）	-	240.21	520.39	-
	对应收入金额占比	-	4.48%	8.90%	-
线下直销	客户数量	33	19	22	30
	客户数量变动占比	-	63.33%	66.67%	-
	对应收入金额（万元）	-	765.75	44.04	-
	对应收入金额占比	-	35.20%	6.26%	-

2019 年相较 2018 年，ODM 客户数量及对应收入金额的变动均较小；经销商存在一定新增数量，但对应收入金额及占比变化较低，同时存在较多的经销商退出，对应的收入金额及占比也较低，主要原因为：①公司继续拓展经销商渠道，推广自有品牌产品；②部分经销商经初期合作后，基于产品在自身渠道的销售情况，中止合作。直销客户中，购买公司产品用于发放员工福利的企业客户及试销客户较多，故变动较大。

3、2020 年相较 2019 年：

渠道类型	项目	2019 年末	本期新增	本期减少	2020 年末
ODM	客户数量	37	12	11	38
	客户数量变动占比	-	31.58%	29.73%	-

渠道类型	项目	2019 年末	本期新增	本期减少	2020 年末
	对应收入金额（万元）	-	227.34	508.65	-
	对应收入金额占比	-	1.20%	2.83%	-
线下经销	客户数量	63	51	30	84
	客户数量变动占比	-	60.71%	47.62%	-
	对应收入金额（万元）	-	473.65	213.31	-
	对应收入金额占比	-	7.93%	3.98%	-
线下直销	客户数量	30	48	16	62
	客户数量变动占比	-	77.42%	53.33%	-
	对应收入金额（万元）	-	664.96	90.72	-
	对应收入金额占比	-	21.64%	4.17%	-

2020 年相较 2019 年，ODM 客户数量变动有所增加，但对应收入及占比较低。经销商客户数量、对应增加收入及占比较 2019 年均有所提升，直销客户的数量、对应收入变化趋势与上年基本一致。

4、报告期内公司经销商体系稳定性分析

报告期内，公司自有品牌及经销商体系在逐步建立与发展。公司与主要经销商合作较为稳定，同时不断拓展各个区域和各个品类的经销商。虽然存在一定数量的经销商退出，但各期新增与退出的经销商对应收入金额及占比较低。报告期内，经销收入分别为 5,846.79 万元、5,357.46 万元和 5,976.51 万元，存在一定波动。综上，公司与主要经销商合作较为稳定，经销商体系尚在不断完善中。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（二）主要客户”之“6、主要经销商客户情况”及“8、报告期客户数量变动情况，各渠道新增、退出客户对该渠道收入的影响占比情况”中补充披露上述内容。

二、补充披露向前五大客户销售的毛利率情况，不同客户间毛利率差异是否显著，如是，说明原因及合理性；经销、直销模式的前五大客户金额及占比，毛利率情况；上述客户的基本情况，发行人与其合作历史，合同签署的方式及期限

（一）补充披露向前五大客户销售的毛利率情况，不同客户间毛利率差异是否显著，如是，说明原因及合理性；

单位：万元、%

2020 年						
序号	客户名称	销售金额	占营业收入比重	客户类型	主要品牌	毛利率
1	深圳市晋年贸易有限公司	6,945.88	24.04	ODM 客户	自然派	39.61
2	北京市万佳利食品有限公司	3,978.29	13.77	经销商	真美	36.76
3	名创优品（广州）有限责任公司	2,424.91	8.39	ODM 客户	MINISO	26.10
4	广州酒家集团利口福食品有限公司	1,870.98	6.48	ODM 客户	广州酒家	45.83
5	合泰行贸易有限公司	1,250.49	4.33	ODM 客户	珍之味	43.60
合计		16,470.55	57.00			
2019 年						
序号	客户名称	销售金额	占营业收入比重	客户类型	主要品牌	毛利率
1	深圳市晋年贸易有限公司	5,504.70	21.57	ODM 客户	自然派	37.55
2	北京市万佳利食品有限公司	3,500.88	13.72	经销商	真美	32.92
3	名创优品（广州）有限责任公司	3,133.82	12.28	ODM 客户	MINISO	25.13
4	广州酒家集团利口福食品有限公司	1,856.70	7.27	ODM 客户	广州酒家	43.00
5	合泰行贸易有限公司	1,629.25	6.38	ODM 客户	珍之味	39.37
合计		15,625.33	61.21			
2018 年						
序号	客户名称	销售金额	占营业收入比重	客户类型	主要品牌	毛利率
1	北京市万佳利食品有限公司	4,229.42	16.3	经销商	真美	38.50
2	深圳市晋年贸易有限公司	3,508.15	13.52	ODM 客户	自然派	35.10
3	名创优品（广州）有限责任公司	2,865.65	11.04	ODM 客户	MINISO	39.13
4	合泰行贸易有限公司	2,771.17	10.68	ODM 客户	珍之味	36.98

5	深圳市味之牛厨实业有限公司	2,103.67	8.11	ODM 客户	牛厨	35.82
合计		15,478.06	59.65			

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) 公司对深圳市晋年贸易有限公司的销售包括同一控制下的其他企业：深圳星富贸易有限公司、深圳市自然派商贸发展有限公司、晋年有限公司；

(2) 公司对北京市万佳利食品有限公司的销售包括同一控制下的其他企业：北京万佳博业经贸有限公司、加州原野（北京）食品有限责任公司；

(3) 公司对名创优品（广州）有限责任公司的销售包括同一控制下的其他企业：名创优品股份有限公司、名创优品国际（香港）有限公司、生活优品（广州）设计有限公司。

报告期内，公司各期客户前五大毛利率水平及变化趋势与综合毛利率基本一致，部分客户间毛利率存在一定差异。

名创优品(广州)有限责任公司 2019 年及 2020 年毛利率降低且低于其他主要客户，主要原因为：①该客户整体规模较大，采购金额逐年增长，为加强合作关系，公司给予其一定的价格优惠；②该客户的主要产品在 2019 年调整至新投产的味和道厂区，产能利用率较低，其摊销的制造费用较高，且新厂区工艺流程处于磨合阶段导致产品配方需要时间适配。

合泰行贸易有限公司、启发食品有限公司等主要香港客户 2020 年毛利率较高，原因请见本回复“问题 12”之“九”之“(三)”

(二) 经销、直销模式的前五大客户金额及占比，毛利率情况；

1、经销模式的前五大客户金额及占比，毛利率情况

单位：万元、%

2020 年							
序号	客户名称	销售 金额	占经 销收 入 比重	占营 业收 入 比重	毛利率	向发行人采购占 经销商总采购额 的比例	发行人产品 占该经销商 营业收入 比例
1	北京市万佳利食品有限公司	3,978.29	66.54	13.77	36.76	10%以内	10%以内
2	广州市昌盛利食品有限公司	507.48	8.49	1.76	40.76	20%-30%	20%-30%
3	潮州市开发区聚华盛副食品商行	431.41	7.22	1.49	29.60	10%-20%	10%-20%
4	韶山市如意镇山山副食品批发部	119.71	2.00	0.41	61.90	10%-20%	10%-20%
5	台山市台城鑫龙商行	94.45	1.58	0.33	42.60	10%以内	10%以内
合计		5,131.34	85.82	17.76			

2019 年							
序号	客户名称	销售金额	占经销收入比重	占营业收入比重	毛利率	向发行人采购占经销商总采购额的比例	发行人产品占该经销商营业收入比例
1	北京市万佳利食品有限公司	3,500.88	65.35	13.72	32.92	10%以内	10%以内
2	广州市昌盛利食品有限公司	452.19	8.44	1.77	44.86	30%-40%	30%-40%
3	潮州市开发区聚华盛副食品商行	437.79	8.17	1.72	42.65	10%-20%	10%-20%
4	黑龙江贺同进出口贸易有限公司	166.24	3.10	0.65	56.84	10%-20%	10%-20%
5	福州市仓山区广明冻品商行	131.38	2.45	0.51	-2.21	10%以内	10%以内
合计		4,688.48	87.51	18.37			
2018 年							
序号	客户名称	销售金额	占经销收入比重	占营业收入比重	毛利率	向发行人采购占经销商总采购额的比例	发行人产品占该经销商营业收入比例
1	北京市万佳利食品有限公司	4,229.42	72.34	16.30	38.50	10%以内	10%以内
2	潮州市开发区聚华盛副食品商行	215.28	3.68	0.83	35.47	10%-20%	10%-20%
3	广州市昌盛利食品有限公司	180.16	3.08	0.69	48.85	30%-40%	30%-40%
4	湘潭市雨湖区碎碎钱副食南杂店	150.07	2.57	0.58	39.22	10%-20%	10%-20%
5	韶山市如意镇山山副食品批发部	145.40	2.49	0.56	40.47	10%-20%	10%-20%
合计		4,920.32	84.15	18.96			

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) 公司对北京市万佳利食品有限公司的销售包括同一控制下的其他企业：北京万佳博业经贸有限公司、加州原野（北京）食品有限责任公司。

报告期内，公司各期经销客户前五大毛利率水平及变化趋势与综合毛利率基本一致。采购产品结构的不同、公司给予不同渠道类型客户的支持不同，因此不同客户毛利率存在一定差异。

福州市仓山区广明冻品商行 2019 年、2020 年毛利率分别为负，主要原因为：该经销商销售的主要产品为速冻肉丸类，系发行人在 2019 年新拓展的福建区域经销商。为开拓市场，公司在销售价格方面予以让利支持，2020 年，受“新冠疫情”影响，速冻肉丸类产品市场拓展不及预期，故进一步让利促销。

经主要经销商回函确认，除广州昌盛利以外，报告期内主要经销商向公司采购占其总采购额的比例、公司产品占该经销商营业收入比例均为 20%以内，2018 年至 2020 年，公司对广州昌盛利各期销售金额占营业收入占比较小，分别为 0.69%、1.77%和 1.76%；公司主要经销商多为综合类食品经销商，均未专营公司产品。报告期各期，除广州昌盛利以外，公司不是主要经销商的主要供应商。

2、直销模式的前五大客户金额及占比，毛利率情况；

单位：万元、%

2020 年				
序号	客户名称	销售金额	占营业收入比重	毛利率
1	深圳市新长征军事教育实践基地有限公司	685.97	2.37	50.45
2	黄丽炜	463.40	1.60	18.77
3	潮州市金德贸易有限公司	438.97	1.52	36.47
4	张燕薇	427.26	1.48	19.41
5	上海嵩沃网络科技有限公司	196.37	0.68	42.50
合计		2,211.97	7.66	
2019 年				
序号	客户名称	销售金额	占营业收入比重	毛利率
1	深圳市新长征军事教育实践基地有限公司	472.13	1.85	46.96
2	黄丽炜	451.56	1.77	43.33
3	张燕薇	238.35	0.93	42.86
4	林幼珠	210.81	0.83	45.32
5	潮州市金德贸易有限公司	185.88	0.73	54.79
合计		1,558.73	6.11	
2018 年				
序号	客户名称	销售金额	占营业收入比重	毛利率
1	黄丽炜	217.40	0.84	32.34
2	张燕薇	118.63	0.46	34.22
3	林幼珠	54.23	0.21	25.99
4	广州盒马鲜生网络科技有限公司	49.17	0.19	26.85
5	广州市莲香楼有限公司	39.54	0.15	45.97
合计		478.98	1.85	

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) 公司对广州盒马鲜生网络科技有限公司的销售包括同一控制下的其他企业：深圳盒马网络科技有限公司、福建新盒网络科技有限公司；

(2) 公司对潮州市金德贸易有限公司的销售包括同一控制下的其他企业：潮州市金德盛贸易有限公司；

报告期内，公司各期直销客户前五大占营业收入比重较低，各期分别为 1.85%、6.11% 和 7.66%。毛利率水平由于采购产品结构的不同而存在一定差异。

(三) 上述客户的基本情况，发行人与其合作历史，合同签署的方式及期限；

1、主要 ODM 客户的基本情况，发行人与其合作历史，合同签署的方式及期限

序号	客户名称	注册时间	注册地点	注册资本	股权结构	合作起始年份	获取方式	合同签署方式	当前合同期限
1	深圳市晋年贸易有限公司	2004-09-17	广东省深圳市	100 万人民币	深圳星富贸易有限公司 100%	2004 年	发行人主动拜访	年度框架性协议	2022-01
	深圳星富贸易有限公司	2009-07-14	广东省深圳市	100 万美元	晋年发展有限公司 100%				已履行完毕
	深圳市自然派商贸发展有限公司	2005-11-10	广东省深圳市	500 万人民币	深圳星富贸易有限公司 100%				已履行完毕
	晋年有限公司	1999-02-08	香港	2 元港币	TSE HING WING 50%、TSE HING CHUNG 50%				2021-12
2	名创优品（广州）有限责任公司	2017-10-18	广东省广州市	14,686.2372 万人民币	MINISO Development Hong Kong Limited 100%	2016 年	通过展会接洽	年度框架性协议	2022-12
	名创优品股份有限公司	2009-08-12	广东省广州市	10,000 万人民币	叶国富 90%、杨云云 9%、广东赛曼有限公司 1%				已履行完毕
	名创优品国际（香港）有限公司	2013-12-16	香港	100 万元港币	白萍 BAI PING 100%				2022-12
	生活优品（广州）设计有限公司	2018-03-09	广东省广州市	5,000 万人民币	名创优品（广州）有限责任公司 100%				已履行完毕
3	合泰行贸易有限公司	2007-09-24	香港	100 元港币	翁琛 Yung Sum 40%、Yung Pui Kwan MS 30%、刘帜 LauMuiChi 30%	2002 年	发行人主动拜访	年度框架性协议	2022-12
4	广州酒家集团利口福营销有限公司	1995-07-19	广东省广州市	30,000 万人民币	广州酒家集团股份有限公司 100%	2010 年	发行人主动拜访	年度框架性协议	2022-03
5	深圳市味之牛厨实业有限公司	1999-06-02	广东省深圳市	100 万元人民币	林道泽 70%、陈灿阳 30%	2004 年	发行人主动拜访	年度框架性协议	2022-12
6	启发食品有限公司	1992-06-09	香港	600,000 元港币	林汉明 LAM HON MING	2002 年	发行人主动拜访	年度框架性协议	2022-12

序号	客户名称	注册时间	注册地点	注册资本	股权结构	合作起始年份	获取方式	合同签署方式	当前合同期限
					70%、林汉权 LAM HON KUEN 30%		访		
7	沃尔玛(中国)投资有限公司	2003-04-18	广东省深圳市	27,760 万美元	沃尔玛中国有限公司 100%	2017 年	通过展会接洽	独家供应商品买卖合同	长期有效

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

2、主要经销客户的基本情况，发行人与其合作背景及历史，合同签署的方式及期限

序号	客户名称	注册时间	注册地点	注册资本	股权结构	合作起始年份	主要销售内容	合作背景	合同签署方式	当前合同期限
1	北京市万佳利食品有限公司	1997-11-25	北京市	200 万人民币	陈俊兴 50%、陈文玲 50%	2014 年	肉脯类、肉松类、肉丸类	发行人主动拜访	年度经销商协议	2023-12
	北京万佳博业经贸有限公司	2008-03-06	北京市	900 万人民币	陈俊兴 98.89%、陈焜峰 1.11%					2023-12
	加州原野(北京)食品有限责任公司	2008-03-31	北京市	3,500 万人民币	陈文玲 51.43%、陈俊兴 45.71%、陈焜峰 1.43%、陈春风 1.43%	2020 年				2021-06
2	潮州市开发区聚华盛副食品商行	2016-04-08	广东省潮州市	-	个体工商户，经营者：李秋贤	2016 年	肉脯类、肉丸类	发行人主动拜访	年度经销商协议	2021-12
3	广州市昌盛利食品有限公司	2018-11-08	广东省广州市	50 万人民币	黄澍震 100%	2018 年	肉脯类、肉丸类	发行人主动拜访	年度经销商协议	2021-12
4	福州市仓山区广明冻品商行	2018-10-11	福建省福州市	-	个体工商户，经营者：高金元	2019 年	肉丸类	发行人主动拜访	年度经销商协议	已在 2021 年停止合作
5	台山市台城鑫龙商行	2010-01-05	广东省台山市	-	个体工商户，经营者：朱伟朋	2017 年	肉脯类	发行人主动拜访	年度经销商协议	2021-12
6	黑龙江贺同进出口贸易有限公司	2016-04-27	黑龙江省哈尔滨市	100 万人民币	邹延明 50%、余贤惠 50%	2018 年	肉脯类、肉丸类	发行人主动拜访	年度经销商协议	2021-12
7	湘潭市雨湖区碎碎钱副食南杂店	2010-06-08	湖南省湘潭市	-	个体工商户，经营者：赵其志	2015 年	肉脯类	通过他人介绍认识	年度经销商协议	2021-12
8	韶山市如意镇山山副食品批发部	2006-07-05	湖南省韶山市	-	个体工商户，经营者：欧明	2015 年	肉脯类	通过他人介绍认识	年度经销商协议	2022-07
9	揭阳市揭东区锡场镇广客隆食品商行	2011-10-25	广东省揭阳市	-	个体工商户，经营者：陈洋波	2016 年	肉脯类、肉松类、肉丸类	发行人主动拜访	年度经销商协议	已在 2018 年停止合作

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、主要直销客户的基本情况，发行人与其合作历史，合同签署的方式及期限

序号	客户名称	注册时间	注册地点	注册资本	股权结构	合作起始年份	合同签署方式	当前合同期限
1	黄丽炜	-	-	-	-	2018 年	直销协议	2021-12
2	张燕藏	-	-	-	-	2018 年	直销协议	2021-12
3	广州盒马鲜生网络科技有限公司	2018-08-08	广东省广州市	10,000 万美元	盒马（香港）有限公司 100%	2018 年	商品采购协议	2021-12
	深圳盒马网络科技有限公司	2017-06-05	广东省深圳市	5,000 万美元	盒马（香港）有限公司 100%		购货合同	已履行完毕
	福建新盒网络科技有限公司	2017-12-08	福建省福州市	20,000 万人民币	盒马（中国）有限公司 100%		购货合同	已履行完毕
4	广州市莲香楼有限公司	2005-07-20	广东省广州市	2,015 万人民币	广州市西关世家园林酒家有限公司 99%、广州市荔湾区国有资产监督管理局 1%	2017 年	购销合同	已履行完毕
5	深圳市新长征军事教育实践基地有限公司	2016-07-04	广东省深圳市	3,000 万人民币	周继权 70%、易双利 30%	2019 年	购销合同	不适用
6	林幼珠	-	-	-	-	2018 年	直销协议	已履行完毕
7	潮州市金德贸易有限公司	2017-04-13	广东省潮州市	50 万人民币	陈楚鑫 60%、陈锐雄 40%	2019 年	直销协议	2021-12
	潮州市金德盛贸易有限公司	2013-07-02	广东省潮州市	300 万人民币	陈毅雄 60%、陈楚鑫 40%			2021-12
8	汕头市添悦科技生物有限公司	2012-09-24	广东省汕头市	20 万人民币	李志伟 75%、黄元荣 25%	2016 年	销售订单	不适用
9	广州元信电子商务有限公司	2016-04-20	广东省广州市	300 万人民币	林晓娜 95%、吴瑾 5%	2016 年	销售订单	不适用
10	辽宁兴隆超市连锁有限公司	2009-09-04	辽宁省沈阳市	5,000 万人民币	兴隆大家庭商业集团有限公司 90%、辽宁创信企业管理有限公司 10%	2016 年	购销合同	已停止合作
11	梅州市梅县区城东顺展食品商行	2016-09-30	广东省梅州市	-	个体工商户，经营者：陈劲男	2017 年	销售订单	不适用
12	上海嵩沃网络科技有限公司	2019-07-02	上海市	1,000 万人民币	上海脉芽网络科技有限公司 100%	2020 年	食品采购框架合同	2021-06

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

公司直销客户包括连锁商超、自营门店等终端渠道，以及采购发行人产品自用的企业客户。

直销客户中的自然人客户，其销售方式主要包括：①通过自身或亲属经营的实体门店进行零售；②依靠自身渠道开展企业团购、社区团购。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（二）主要客户”中补充披露上述内容。

三、在发行人向其他前五大客户销售收入未出现显著下滑的背景下，发行人向主要客户深圳市晋年贸易有限公司销售收入金额由 2017 年 8,670.11 万元下降至 2018 年 3,508.15 万元，随后又逐步回升，说明相关原因及合理性

因战略发展需要，2017 年下半年深圳晋年为加大卖场渠道的铺设进行了较大力度的促销推广及铺货，对公司加大的采购量占用了其一部分 2018 年的采购额度。与此同时，深圳晋年 2017 年对公司的应付账款金额上升较快且回款速度有所下降。为保障资金链安全及降低风险，2018 年公司降低了对深圳晋年的供货力度。

后续，由于深圳晋年卖场渠道的铺设已经基本成型且回款逐渐恢复正常，公司对深圳晋年的销售收入逐步回升。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（二）主要客户”之“1、报告期内前五名客户情况”中补充披露上述内容。

四、补充披露发行人与北京市万佳利食品有限公司的合作背景和历史，该公司的营业情况，其向发行人采购占其总采购额的比例，发行人是否系其主要供应商，其主要销售渠道及发行人产品主要流向，是否实现真实销售

北京市万佳利食品有限公司系公司主要经销商之一，该公司销售渠道主要为华北地区商超、批发、团购及分销等。据了解，北京市万佳利食品有限公司年收入规模达 5.5 亿元以上。此外，北京市万佳利食品有限公司及其兄弟公司拥有坚果类休闲食品自主品牌“加州原野”，并于河北省霸州市投资相关加工厂。

综上，北京市万佳利食品有限公司规模较大实力较强，经营情况良好。

发行人与北京市万佳利食品有限公司的合作背景和历史，其向发行人采购占其总采购额的比例，发行人是否系其主要供应商，请见本回复“问题 13”之“二”之“（二）”、“（三）”。

北京市万佳利食品有限公司是否实现真实销售请见本回复“问题 13”之“五”之“（二）”。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”

之“（二）主要客户”之“6、主要经销商客户情况”中补充披露上述内容。

五、补充披露发行人向前五大经销商客户销售收入、占比、毛利率情况，经销商成立时间，所处城市，双方合作背景及历史，其向发行人采购占其总采购额的比例，发行人是否系其主要供应商，其主要销售渠道及发行人产品主要流向；是否存在发行人向其压货情形，发行人产品是否通过经销商实现真实销售

（一）发行人向前五大经销商客户销售收入、占比、毛利率情况，经销商成立时间，所处城市，双方合作背景及历史，其向发行人采购占其总采购额的比例，发行人是否系其主要供应商；

请见本回复“问题 13”之“二”之“（二）、（三）”

（二）其主要销售渠道及发行人产品主要流向；是否存在发行人向其压货情形，发行人产品是否通过经销商实现真实销售；

公司经销商客户销售渠道主要为商超、批发、团购及分销，流向最终消费者；报告期内，发行人不存在向经销商压货的情况，发行人产品通过经销商实现了真实销售。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（二）主要客户”之“6、主要经销商客户情况”之“（5）公司经销商主要销售渠道及产品主要流向”中补充披露上述内容。

六、补充披露除零售客户外，发行人经销商是否存在自然人或个体户情形，其对应收入及占比情况

除零售客户外，发行人经销商存在自然人或个体户情形，其对应收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
经销商中个体户/自然人销售金额	863.20	977.81	947.00
占经销收入比重	14.44%	18.25%	16.20%
占营业收入比重	2.99%	3.83%	3.65%

报告期内，经销商中个体户/自然人销售金额分别为 947.00 万元，977.81 万元和 863.20 万元；占经销收入比重分别为 16.20%，18.25%和 14.44%，占营业收入比重分别为 3.65%，3.83%和 2.99%。

经销商中个体户/自然人销售占经销收入、营业收入比重较低且整体呈下降趋势。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（二）主要客户”之“6、主要经销商客户情况”之“（6）除零售客户外，公司经销商自然人或个体户对应收入及占比情况”中补充披露上述内容。

七、补充披露发行人客户的实控人是否现任或曾任发行人股东或员工

（一）发行人客户的实控人是否现任或曾任发行人股东

报告期内，公司客户的实控人不存在现任或曾任公司股东的情形。

公司客户上海嵩沃网络科技有限公司的实际控制人李嵩，亦为公司现任股东上海嵩投网络科技有限公司的实际控制人（详见本回复第 1 题第 4 问关于“（一）补充披露最近一年新增股东的适格性”的回复内容）。

上海嵩沃网络科技有限公司的基本情况如下：

中文名称：	上海嵩沃网络科技有限公司
统一社会信用代码：	91310114MA1GWD8M43
成立时间：	2019 年 7 月 2 日
注册资本：	1,000 万元
法定代表人：	谭依顺
实际控制人：	李嵩（李嵩通过直接、间接方式合计持有上海序言泽网络科技有限公司 84% 股权，上海嵩沃网络科技有限公司为上海序言泽网络科技有限公司全资二级子公司）
住所：	上海市嘉定区真南路 4268 号 2 幢 JT8469 室
股权结构：	上海脉芽网络科技有限公司持股 100%
经营范围：	许可项目：互联网信息服务。（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，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，广告设计、制作、代理，广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位），企业管理，信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务），市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），日用百货的销售，计算机软硬件及辅助设备零售。（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）

2020 年，公司对上海嵩沃网络科技有限公司的销售收入为 196.37 万元，占公司整体营业收入的比例为 0.68%，占比较低；相关交易基于各方真实的业务需求，不存在其他利益安排。

（二）发行人客户的实控人是否现任或曾任发行人员工

除广州市昌盛利食品有限公司的实控人黄澍震、泉州闽港湾食品商贸有限公司的实控人张铎锴曾在发行人处任职外，报告期内，公司其他客户的实控人不存在现任或曾任公司员工的情形。

1、广州市昌盛利食品有限公司的基本情况如下：

中文名称：	广州市昌盛利食品有限公司
统一社会信用代码：	91440101MA5CJHDL1B
成立时间：	2018 年 11 月 8 日
注册资本：	50 万元
法定代表人：	黄澍震
实际控制人：	黄澍震
住所：	广州市越秀区一德路 247 号一德交易市场首层 120 号
股权结构：	黄澍震持股 100%
经营范围：	蔬菜批发;水产品批发;水产品零售;蔬菜零售;预包装食品批发;糕点、糖果及糖批发;肉制品批发（鲜肉、冷却肉除外）;肉制品零售;预包装食品零售;饼干及其他焙烤食品制造（不含现场制售）

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司对广州市昌盛利食品有限公司的销售收入分别为 180.16 万元、452.19 万元和 507.48 万元，占公司整体营业收入的比例为 0.69%、1.77%和 1.76%，占比较低；相关交易基于各方真实的业务需求，不存在其他利益安排。

2、泉州闽港湾食品商贸有限公司的基本情况如下：

中文名称：	泉州闽港湾食品商贸有限公司
统一社会信用代码：	91350503MA352E3134
成立时间：	2020 年 11 月 16 日
注册资本：	100 万元
法定代表人：	吴华玲
实际控制人：	张铎锴
住所：	福建省泉州市丰泽区北峰街道群峰社区丰宅路 39 号
股权结构：	张铎锴持股 100%
经营范围：	许可项目：食品经营（销售预包装食品）；食品互联网销售；食品互联网销售（销售预包装食品）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，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: 农副产品销售; 肉制品及副产品加工(3000 吨/年及以下的西式肉制品加工项目除外); 水产品批发; 水产品零售; 新鲜水果零售; 新鲜蔬菜批发; 新鲜蔬菜零售; 新鲜水果批发; 鲜蛋批发; 鲜蛋零售; 鲜肉批发; 外卖递送服务(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)
--	--

2020 年度, 公司对泉州闽港湾食品商贸有限公司(以下简称“泉州闽港湾”)的销售收入为 2.30 万元, 占公司整体营业收入的比例为 0.01%, 占比较低; 相关交易基于各方真实的业务需求, 不存在其他利益安排。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“(二) 主要客户”之“4、客户的实控人现任或曾任公司股东或员工客户情况”对上述内容进行了补充披露。

(1) 向泉州闽港湾食品商贸有限公司销售收入的构成情况

公司自 2020 年 11 月与泉州闽港湾食品商贸有限公司合作, 报告期内, 向泉州闽港湾销售收入较小, 具体构成如下:

单位: 万元、%

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
肉丸类	2.30	100.00%	-	-	-	-
合计	2.30	100.00%	-	-	-	-

泉州闽港湾根据其自身产品定位及下游客户需求变化向公司进行采购, 采购产品为速冻肉丸。

(2) 张铎锴的离职时间, 在发行人的任职时长及主要负责内容, 薪酬水平情况, 其营运资金是否来自于发行人或关联方, 发行人是否为其提供融资担保

张铎锴曾在公司任职, 入职时间为 2020 年 1 月, 离职时间为 2020 年 8 月, 任职时长约为 8 个月。张铎锴任职期间为公司的销售人员, 具体任职岗位为营销中心冻品事

业部业务员，主要负责泉州市场的业务开拓。张铎锴所任岗位薪酬架构设计为“基本薪酬+业绩提成”，入职时基本薪酬拟定为 5,500.00 元/月。

张铎锴经营泉州闽港湾的营运资金来自于其家庭自有资金，不存在来自于公司或公司关联方的情形，亦不存在公司为其提供融资担保的情形。

（3）保荐人、申报会计师对张铎锴的访谈情况

保荐人、申报会计师于 2021 年 6 月对张铎锴进行了视频访谈。经访谈了解，张铎锴具有较丰富的营销经验和较强的创业意识，并有一定的渠道资源，因此决定于 2020 年 8 月从真美股份离职，通过家庭自有资金创立了泉州闽港湾。泉州闽港湾采购发行人产品的频率主要视实际需求而定，向发行人采购的规模较小，不存在发行人向泉州闽港湾压货、突击销售的情形，发行人对泉州闽港湾的销售收入真实、准确。

（4）泉州闽港湾和张铎锴是否与发行人实控人、关联方存在异常资金往来

申报会计师实施了以下核查程序：

①获取发行人实控人、关联方的银行账户资金流水，及其出具的承诺；

②查阅发行人实控人、关联方的银行账户资金流水，将泉州闽港湾和张铎锴与发行人实控人、关联方的银行账户资金流水交易对手方进行分析比对。

经核查，泉州闽港湾和张铎锴与发行人实控人、关联方不存在资金往来。

八、按照“审核关注要点”内容，补充披露经销收入相关事项

（一）发行人与经销商的合作模式（如买断式销售、委托代销等），经销商是否专门销售发行人产品，同行业可比公司的经销销售占比情况，报告期各期发行人主要经销商（如前五名）的简介、销售内容、销售金额、占当期发行人经销收入和营业收入比例、占当期该经销商营业收入比例

1、公司与经销商的合作模式（如买断式销售、委托代销等），经销商是否专门销售

发行人产品、同行业可比公司的经销销售占比情况，请见本回复“问题3”之“四”；

2、报告期各期发行人主要经销商（如前五名）的简介、销售内容、销售金额、占当期发行人经销收入和营业收入比例、占当期该经销商营业收入比例请见本回复“问题13”之“二”；

（二）报告期内发行人的经销层级（如存在多级经销商应披露具体情况），报告期各期发行人的经销商数量、退出经销商数量及占比、新增经销商数量及占比、各期新增经销商的销售金额占当期经销收入比例，分析报告期内发行人经销商体系的稳定性

公司自有品牌尚处于发展阶段，尚未构建多级经销商体系，主要通过买断式销售与经销商进行合作。

报告期各期发行人的经销商数量、退出经销商数量及占比、新增经销商数量及占比、各期新增经销商的销售金额占当期经销收入比例，分析报告期内发行人经销商体系的稳定性请见本回复“问题13”之“一”。

（三）是否存在相同或同类产品经销模式下的销售价格高于直销模式下的销售价格、或经销模式下毛利率高于直销模式下毛利率的情形，海外经销商毛利率与国内经销商毛利率差异较大的情形，如存在应分析原因

1、经销模式与直销模式销售单价比较情况

单位：元/千克

类别	2020年		2019年		2018年	
	经销	直销	经销	直销	经销	直销
猪肉脯	68.89	66.37	64.66	61.68	60.03	53.99
牛肉脯	76.25	72.49	77.58	71.93	88.73	65.30
肉丸类	45.44	53.11	36.68	51.96	34.63	48.63
肉肠类	39.63	49.35	44.56	51.36	42.88	49.06
肉松类	99.66	78.53	98.72	132.01	96.73	68.97

报告期内，猪肉脯、牛肉脯、肉松类产品整体上经销价格高于直销价格，主要原因系经销产品定位较高，主要为礼盒装且为单价较高的品类。2019年肉松类直销价格较高，主要系当年产品以自营专卖店零售为主。

报告期内，肉丸类、肉肠类产品自2018年以来，经销单价均低于直销单价。

2、经销模式与直销模式销售毛利率比较情况

单位：%

类别	2020 年		2019 年		2018 年	
	经销	直销	经销	直销	经销	直销
猪肉脯	41.82	27.36	37.92	48.32	39.97	38.98
牛肉脯	23.88	23.41	32.22	31.40	31.56	27.55
肉丸类	34.22	49.47	20.57	38.31	19.87	27.53
肉肠类	51.44	51.63	49.62	50.05	44.74	43.54
肉松类	24.63	54.67	32.03	60.21	40.19	6.92

报告期内，猪肉脯、牛肉脯在不同期间经销与直销毛利率关系的规律不明显，主要原因系：（1）经销渠道与直销渠道销售的产品品规存在差异，导致其毛利率可比性不强；（2）猪肉、牛肉原材料价格波动较大，对不同品规产品的成本影响不同，且根据客户需求及市场动向，各产品品规的配方调整情况不同。其中，2019 年猪肉脯直销毛利率高于经销毛利率，原因详见本回复“问题 18”之“三”；2020 年，牛肉脯毛利率较低，主要系当期牛肉脯产自味和道厂区，产能利用率较低，其摊销的制造费用较高，且新厂区工艺流程处于磨合阶段导致产品配方需要时间适配。

报告期内，肉丸类经销模式下毛利率均低于直销模式下毛利率。

报告期内，肉肠类产品经销客户采购量较小，公司对其优惠力度较低，因此经销毛利率与直销毛利率相近。

报告期内，肉松类产品经销毛利率的变动主要受原材料价格波动影响；各期直销销售金额较低，分别为 4.14 万元、6.61 万元和 8.70 万元，毛利率波动较大，其中 2018 年系猪肉松直销客户的试销，优惠幅度较大，2019 年主要为门店零售，单价及毛利率较高。

3、不存在海外经销商毛利率与国内经销商毛利率差异较大的情形

公司境外销售以 ODM 模式为主。报告期内，累计仅通过一家境外经销商实现收入 3.59 万元，销售内容为公司其他类产品中的潮式饼类产品，该类产品在报告期内未通过国内经销商进行销售，公司相同或同类产品海外经销商毛利与国内毛利率不存在差异较大的情形。

（四）保荐人对发行人实际控制人、控股股东、及前述关联方与报告期内的主要经销商是否存在大额资金往来，是否存在经销商的最终销售客户为发行人关联方的情形，以及发行人经销模式下的销售是否实现真实销售、最终销售的核查结论

经保荐人核查，发行人实际控制人、控股股东、及前述关联方与报告期内的主要经销商不存在大额资金往来，不存在主要经销商帮助发行人承担成本费用、粉饰业绩以及其他利益安排，不存在主要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实现了真实销售、最终销售。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（二）主要客户”之“6、主要经销商客户情况”中补充披露上述内容。

九、请保荐人、申报会计师说明对收入真实性、准确性的核查情况，包括核查范围、核查金额和占比、核查结论；对经销商销售收入核查情况及结论；发行人实控人、董监高、其他关键人员资金流水是否与上述客户及其实控人存在资金往来，请就上述事项发表明确意见

申报会计师履行了以下核查程序：

（一）针对收入真实性、准确性的核查情况，包括核查范围、核查金额和占比

1、了解、评价、测试发行人与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行的有效性。

2、访谈发行人的销售部门负责人与财务负责人，了解发行人的销售业务流程、与主要客户的合作模式、主要权利义务等。

3、获取报告期各期销售的前二十大客户、主要新增客户和部分其他客户合同，检查合同的主要条款，复核发行人收入确认方法是否符合《企业会计准则》的相关规定，与同行业上市公司的收入确认方法是否存在重大差异。

4、抽查与收入确认相关的支持性文件。

（1）针对内销收入，抽查相关的销售合同（订单）、送货单、物流单、销售发票和对账单等，报告各期核查金额分别为 14,377.90 万元、18,088.63 万元和 **20,887.76 万元**，核查比例分别为 71.45%、82.92%和 **83.60%**；

（2）针对出口收入，获取电子口岸信息并与账面记录核对，并抽查相关的销售合

同（订单）、出口报关单和销售发票等，报告各期核查金额分别为 4,219.38 万元、2,423.60 万元和 **2,581.73** 万元，核查比例分别为 74.55%、72.51%和 **74.94%**；

（3）针对线上销售收入及线下自营门店收入，获取报告期线下自营门店交易台账、收银系统销售记录，主要电商平台销售流水，并与资金流水和账面销售明细进行核对，检查交易的真实性，报告各期核查金额分别为 163.43 万元、358.58 万元和 **716.83 万元**，核查金额占线上销售收入及线下自营门店收入合计占比分别为 98.75%、97.67%和 **99.64%**；

（4）抽查销售发货记录是否与第三方物流记录相符，报告各期核查金额分别为 14,714.82 万元、15,213.97 万元和 **17,442.38** 万元，核查比例分别为 56.71%、59.60%和 **60.37%**；

5、向主要客户函证销售额，报告各期函证金额分别为 24,998.79 万元、24,563.36 万元和 **26,235.75** 万元，函证比例分别为 96.34%、96.23%和 **90.80%**，回函直接确认金额比例分别为 94.43%、92.31%和 **95.71%**。

6、对主要客户进行访谈，了解客户基本情况、交易内容和背景、与发行人是否存在关联关系等；报告期内所访谈客户对应的销售金额分别为 23,801.74 万元、23,458.37 万元和 **25,500.05** 万元，占总销售金额比例分别为 91.73%、91.90%和 **88.25%**；报告期内所访谈客户数量分别为 26 家、29 家和 **30** 家，占总客户数量比例分别为 15.29%、22.66%和 **16.30%**。

7、针对资产负债表日前后确认的营业收入，实施截止性测试。

8、对营业收入按月度、产品、客户、销售模式等实施实质性分析程序，分析波动原因及合理性；对公司收入增长率、毛利率与公司所处行业平均进行比较，分析差异原因及合理性。

（二）针对经销商销售收入的核查程序

1、针对发行人经销商销售模式、占比等情况与同行业可比公司是否存在显著差异及原因方面的核查，申报会计师执行了以下程序：

（1）查阅同行业可比公司的招股说明书和其他相关公告，了解同行业可比公司的销售模式；

(2) 访谈发行人销售负责人，了解公司销售模式的具体情况。

2、针对发行人报告期内经销商模式下的收入确认原则、费用承担原则及经销商补贴或返利进行核查，申报会计师执行了以下程序：

(1) 获取与主要经销商之间的业务合同，查阅合同的主要条款，了解双方的权利、责任；

(2) 访谈发行人销售负责人、财务负责人，了解与经销商交易的费用承担原则，是否存在补贴或返利情况；

(3) 了解同行业可比公司的经销收入确认原则，并与公司的收入确认原则进行对比，分析是否存在显著差异；

(4) 了解发行人经销模式下销售与回款相关的内部控制制度并进行穿行测试，取得发行人经销收入确认的关键单据；

(5) 进行经销收入的截止性测试，评估经销收入是否在恰当的期间确认。

3、针对经销商的主体资格及关联关系的核查，申报会计师执行了下列程序：

(1) 查询主要经销商的工商登记信息，关注其股东、注册资本、注册时间等信息；

(2) 取得发行人报告期各期前五大经销商确认函，核查其自发行人采购金额占其采购总额的比例、发行人产品占其营业收入比重，了解发行人经销商体系；

(3) 对报告期内主要经销商进行走访，查看客户的办公或仓储情况并取得其《营业执照》和无关关联关系的声明，情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
访谈经销商的家数	9	7	7
访谈经销商的家数占经销商总数的比例	10.71%	11.11%	7.22%
访谈覆盖经销商的销售金额	5,216.46	4,849.25	4,992.44
发行人经销收入	5,976.51	5,357.46	5,846.79
访谈覆盖经销商的销售金额占经销收入的比例	87.28%	90.51%	85.39%

(4) 获取发行人主要股东、董事、监事及高级管理人员的关联关系调查表；以及实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的与主要客户无关关联关系的声明。

4、对报告期内主要经销收入进行函证，情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
发函金额	5,285.48	5,045.20	5,386.40
发行人经销收入	5,976.51	5,357.46	5,846.79
发函占比	88.44%	94.17%	92.13%
回函金额	5,218.94	4,616.57	4,975.01
回函占比	98.74%	91.50%	92.36%

5、穿透核查

取得主要经销商采购的发行人产品相关的进销存数据，了解经销商向其下级客户销售情况，选取较大金额的下级客户进行穿透核查。通过实地走访下级客户，抽查经销商向下级客户销售情况的佐证证据，如物流单据、发票、商超销售系统截屏等资料，核查经销商是否实现真实销售、最终销售。穿透核查涉及的经销商销售金额占发行人经销收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
穿透核查经销商家数	3	3	3
穿透核查经销商家数占经销商总数的比例	3.57%	4.76%	3.09%
穿透核查涉及的经销商销售额	4,917.18	4,390.86	4,624.85
发行人经销收入	5,976.51	5,357.46	5,846.79
穿透核查涉及的经销商销售额占经销收入的比例	82.28%	81.96%	79.10%

(三) 针对发行人实控人、董监高、其他关键人员资金流水是否与上述客户及其实控人存在资金往来

1、结合访谈记录及公开网络信息查询，核实上述客户实控人信息；

2、根据所取得的发行人实控人、非独立董事、监事、高级管理人员、主要财务人员、出纳等关键岗位人员银行账户资金流水，对比分析交易对手方与上述客户及其实控人；取得独立董事出具的关于其与客户及其实控人不存在资金往来的声明；

3、对与发行人实控人、非独立董事、监事、高级管理人员、主要财务人员、出纳等关键岗位人员产生资金往来的客户进行访谈，取得相关交易凭证，核实交易真实性与合理性。

（四）针对各类客户情况的其他核查程序

1、获取报告期内客户交易清单，分析各销售渠道各期客户数量及对应销售金额的变动情况。

2、取得收入成本明细表，分析报告期内前五大客户各期毛利率的差异原因及合理性；复核经销、直销各期前五大客户的销售金额及毛利率；结合主要客户访谈记录、销售合同及工商资料，核查主要客户的基本情况，发行人与其合作历史，合同签署的方式及期限。

3、结合与客户的访谈情况，分析发行人对主要客户深圳晋年销售收入变动的情况及合理性。

4、实地走访北京市万佳利食品有限公司，了解其基本情况、合作历史、营业情况、销售模式、主要下游渠道，实地走访其下级客户门店，取得相关交易的证据，核查发行人产品是否真实销售、最终销售。

5、查阅收入成本明细表，复核经销商中属于个体户和自然人销售金额。

6、（1）结合客户访谈记录，通过公开网络信息查询、向发行人确认等方式核实报告期内发行人客户的实控人信息；获取发行人股东名单（含历史股东）、报告期末在职员工名单和报告期内离职员工名单，进行对比分析，核查发行人客户的实控人是否现任或曾任发行人股东或员工；（2）获取发行人董监高、股东（含历史股东）、销售人员、中层管理人员出具的声明；（3）对实控人曾任发行人员工的客户进行访谈，对上述客户的最终销售情况进行穿透核查。

（五）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人已在招股说明书中按照 ODM、经销、直销渠道，补充披露报告期客户数量变动情况，各渠道新增、退出客户对该渠道收入的影响占比情况；发行人 ODM 渠道的客户较为稳定；与主要经销商合作较为稳定，经销商体系尚在不断完善中；直销客户中，购买公司产品用于发放员工福利的企业客户及试销客户较多，故变动较大。

2、发行人已在招股说明书中补充披露向前五大客户销售的毛利率情况，不同客户间毛利率存在一定差异，其原因具有合理性；发行人已在招股书中补充披露经销、直销

模式的前五大客户金额及占比、毛利率情况，补充披露上述客户的基本情况，发行人与其合作历史，合同签署的方式及期限。

3、发行人对主要客户深圳晋年的销售收入变动主要原因为其战略发展的需要及发行人基于自身经营考量的决策，具有合理性。

4、发行人已在招股说明书中补充披露与北京市万佳利食品有限公司的合作背景和历史，其向发行人采购占其总采购额的比例；发行人不是其主要供应商，该公司主要销售渠道为华北地区商超、批发、团购及分销，发行人产品通过其下游渠道流向最终消费者，该公司目前营业状况良好，发行人产品实现了真实销售。

5、发行人已在招股说明书中补充披露向前五大经销商客户销售收入、占比、毛利率情况，经销商成立时间、所处城市、双方合作背景及历史，其向发行人采购占其总采购额的比例；除广州昌盛利以外，发行人不是主要经销商客户的主要供应商，其销售渠道主要为商超、批发、团购及分销，流向最终消费者；发行人不存在向经销商压货情形，发行人产品通过经销商实现了真实销售。

6、除零售客户外，发行人经销商客户存在自然人或个体户情形，已在招股说明书中披露其对应收入及占比情况。

7、（1）发行人客户的实控人不存在现任或曾任发行人股东的情形；（2）除广州市昌盛利食品有限公司、**泉州闽港湾食品商贸有限公司**的实控人曾在发行人处任职外，发行人客户的实控人不存在现任曾任发行人员工的情形；（3）发行人对上述广州市昌盛利食品有限公司、**泉州闽港湾食品商贸有限公司**的销售收入占比较低，相关交易基于各方真实的业务需求，不存在其他利益安排；（4）发行人已在招股说明书中对上述内容进行了补充披露。

8、发行人已按照“审核关注要点”内容，补充披露经销收入相关事项。

9、（1）报告期内，发行人收入真实、准确；（2）报告期内，经销商实现了真实销售、最终销售；（3）发行人实际控制人、董事庄沁钿与发行人客户张燕薇存在资金往来。此资金往来系庄沁钿个人消费，金额较小，交易真实、合理，不存在利益输送，且不存在为发行人承担成本费用或通过直接或间接的方式向客户输送经济利益的情形。除上述情况外，发行人实控人、董事、监事、高级管理人员、主要财务人员、出纳等关键岗位

人员与上述客户及其实控人不存在资金往来的情形。

问题 14：关于营业成本。

直接材料是最重要的组成部分，各期占比均在 75%以上。直接材料、直接人工和制造费用占比各期较为稳定。

请发行人补充披露：

(1) 各类产品的直接材料、直接人工、直接费用的构成情况，不同产品之间结构占比是否存在显著差异，不同年度间、不同产品间单位材料成本、人工成本、制造费用成本是否存在显著差异和波动，原因及合理性；

(2) 发行人成本中直接材料的构成情况，不同年度间、不同产品间构成是否存在显著差异和波动，直接材料单位成本变动趋势与发行人原材料采购价格、市场价格变动趋势是否存在差异，原因及合理性；

(3) 发行人成本结转是否准确，各月单位营业成本和该月末产成品单位成本是否存在显著差异，原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，详细说明对成本核算准确性的核查方法、核查范围及核查结论。

【回复】

一、各类产品的直接材料、直接人工、直接费用的构成情况，不同产品之间结构占比是否存在显著差异，不同年度间、不同产品间单位材料成本、人工成本、制造费用成本是否存在显著差异和波动，原因及合理性

(一) 报告期内，各类产品的直接材料、直接人工、直接费用的构成情况

单位：万元

项目		2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
猪肉脯	直接材料	7,505.67	74.14%	7,313.10	73.63%	8,584.20	75.82%
	直接人工	1,057.70	10.45%	1,230.05	12.38%	1,461.59	12.91%
	制造费用	1,559.71	15.41%	1,389.68	13.99%	1,276.26	11.27%
	小计	10,123.07	100.00%	9,932.83	100.00%	11,322.05	100.00%
牛肉脯	直接材料	2,520.98	83.88%	2,424.98	82.43%	2,347.45	83.31%
	直接人工	222.75	7.41%	261.88	8.90%	249.55	8.86%

项目		2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
	制造费用	261.63	8.71%	254.95	8.67%	220.67	7.83%
	小计	3,005.35	100.00%	2,941.81	100.00%	2,817.68	100.00%
肉丸类	直接材料	2,010.46	77.75%	928.29	75.11%	220.86	82.25%
	直接人工	343.63	13.29%	191.41	15.49%	26.77	9.97%
	制造费用	231.70	8.96%	116.23	9.40%	20.90	7.78%
	小计	2,585.79	100.00%	1,235.93	100.00%	268.53	100.00%
肉肠类	直接材料	209.39	72.29%	430.92	69.75%	298.21	63.17%
	直接人工	42.66	14.73%	103.21	16.71%	88.21	18.69%
	制造费用	37.62	12.99%	83.67	13.54%	85.64	18.14%
	小计	289.67	100.00%	617.80	100.00%	472.06	100.00%
肉松类	直接材料	1,036.01	90.73%	988.86	87.19%	886.24	86.61%
	直接人工	51.60	4.52%	84.62	7.46%	81.81	8.00%
	制造费用	54.24	4.75%	60.63	5.35%	55.17	5.39%
	小计	1,141.85	100.00%	1,134.12	100.00%	1,023.21	100.00%

报告期内，各类产品的成本构成以直接材料为主，直接人工、制造费用的占比大致持平。

（二）不同产品之间结构占比情况

报告期内，不同产品直接材料、直接人工及制造费用各期的结构基本稳定，其中：猪肉脯直接材料占比在 75%左右，牛肉脯直接材料占比在 83%左右，肉丸类直接材料占比在 80%左右，肉肠类直接材料占比在 68%左右，肉松类直接材料占比在 88%左右。不同产品之间成本结构占比存在一定差异，主要系不同类别产品的生产配方及工艺不同所致。

（三）不同年度间、不同产品间单位材料成本、人工成本、制造费用成本是否存在显著差异和波动，原因及合理性

1、不同年度间、不同产品间单位材料成本情况如下：

单位：元/千克、%

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
猪肉脯	28.91	7.29	26.95	7.16	25.15
牛肉脯	43.76	-1.31	44.34	1.56	43.66
肉丸类	22.46	-4.29	23.47	-17.21	28.35
肉肠类	15.58	0.30	15.53	-7.34	16.76
肉松类	62.61	18.19	52.98	21.18	43.72

(1) 报告期内，不同年度间单位材料成本情况如下：

猪肉脯 2019 年及 2020 年单位材料成本逐年增加，主要系受猪肉采购价格上涨的影响。

牛肉脯 2019 年及 2020 年，单位材料成本基本稳定，主要系牛肉采购价格上涨以及合理的配方研发控制生产成本的综合影响所致。

肉丸类主要包括鱼丸、牛肉丸、猪肉丸，肉丸类单位材料成本的变动主要是产品结构的变化导致。公司 2018 至 2020 年新增单位材料成本较低鱼丸产品且销售占比逐年上升，使得肉丸类单位材料成本逐年下降。

肉肠类包括鱼肠、猪肉肠等，以鱼肠为主。2019 年单位材料成本的下降主要受原材料鱼糜价格的波动所致，2020 年单位材料成本的提高主要受材料成本较高的猪肉肠占比提高以及鱼糜采购价格提高的影响。

肉松类包括猪肉松和猪粉松等。报告期内肉松类单位材料成本逐年上升，主要系猪肉采购价格的上涨。

(2) 报告期内，不同产品间单位材料成本情况如下：

报告期内，猪肉脯主要原材料为猪肉，单位材料成本约在 25-30 元/千克；牛肉脯主要原材料为牛肉，单位材料成本约在 40-48 元/千克；肉丸类的主要材料包括猪肉、牛肉和鱼糜，单位材料成本约在 23-40 元/千克，肉肠类的主要原材料为鱼糜，单位材料成本约在 16-20 元/千克左右；肉松类的主要原材料为猪肉，单位材料成本约在 40-60 元/千克。由于各类别产品主要原材料、生产配方及工艺不同，导致不同产品间单位材料成本有所差异。

综上所述，不同年度间单位材料成本的波动、不同产品间单位材料成本的差异具有合理性。

2、不同年度间、不同产品间单位人工成本情况如下：

单位：元/千克、%

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
猪肉脯	4.07	-10.05	4.53	5.84	4.28
牛肉脯	3.87	-19.28	4.79	3.23	4.64
肉丸类	3.84	-20.67	4.84	40.70	3.44
肉肠类	3.17	-14.70	3.72	-25.00	4.96
肉松类	3.12	-31.15	4.53	12.13	4.04

（1）报告期内，不同年度间单位人工成本情况如下：

2019 年各类别产品除肉肠类产品外，单位人工成本同比增长，与单位人员工资的变动趋势一致。肉丸类 2019 年单位人工成本增长 40.70%，主要系即食丸类产品较速冻丸类产品的拣选工序的人工成本更高，2019 年即食丸类占比提高，导致肉丸类单位人工成本提高。肉肠类 2019 年下降 25.00%，主要系定量包装产品较散装产品单位人工成本更高，2019 年散装产品占比提高，导致肉肠类单位人工成本下降。

2020 年，各类产品单位人工成本下降，主要原因为：随着中秋、国庆以及为 2021 年春节、元旦双节备货等旺季的到来以及“新冠疫情”不利影响的好转，公司 2020 年四季度订单量及生产安排较为饱满，提高人工效率，使得单位人工成本下降；由于肉肠类人工成本的分配，系与肉丸类在同一车间内部按产量进行分配，其人工工资总额的降幅高于产量降幅，因此单位人工成本也有所下降。肉松类产品单位人工成本下降较多，一方面系生产配方工艺的改进降低了人工拣选成本，另一方面系拣选环节人工成本较低的猪粉松占比提高。

（2）报告期内，不同产品间单位人工成本情况如下：

公司各产品大类之间，猪肉脯与牛肉脯生产工艺相似，单位人工成本不存在较大差异；肉丸类、肉肠类、肉松类产品生产工艺存在一定不同，导致单位人工成本存在一定差异。

综上所述，不同年度间单位人工成本波动具有合理性；不同产品间单位人工成本不

存在显著差异。

3、不同年度间、不同产品间单位制造费用情况如下：

单位：元/千克、%

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
猪肉脯	6.01	17.35	5.12	36.90	3.74
牛肉脯	4.54	-2.54	4.66	13.66	4.10
肉丸类	2.59	-11.94	2.94	9.70	2.68
肉肠类	2.80	-7.34	3.02	-37.21	4.81
肉松类	3.28	0.86	3.25	19.49	2.72

（1）不同年度间，单位制造费用情况如下：

猪肉脯单位制造费用逐年增长，主要系产量下降及味和道厂区逐步投产，导致分摊的单位制造费用增加。

牛肉脯 2019 年单位制造费用增长，主要系味和道厂区投产所致；2020 年略有下降，主要系产量提高所致。

肉丸类 2019 年单位制造费用有所增加，主要系部分制造费用以各产品直接人工为分摊基数，肉丸类 2019 年单位直接人工上涨幅度较大；2020 年的单位制造费用降低，主要系产量提高以及生产工人社保成本的降低，使得分摊的单位制造费用降低。

肉肠类 2019 年单位制造成本降低，主要系产量的提升及单位直接人工成本降低导致的分摊比例降低。2020 年的单位制造费用降低，主要系单位直接人工成本降低导致的分摊比例降低；此外，生产工人社保成本降低也是原因之一。

肉松类报告期内单位制造费用逐年增加，主要系肉松类产量逐年下降所致。2020 年提升幅度较小，主要系生产工人社保成本降低所致。

（2）不同产品间，单位制造费用情况如下：

公司各产品大类之间，猪肉脯与牛肉脯生产工艺相似，单位制造费用不存在较大差异；肉丸类、肉肠类、肉松类产品生产工艺存在一定不同，导致单位制造费用存在一定差异。

综上所述，不同年度间单位制造费用的波动、不同产品间单位制造费用的差异具有

合理性。

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“十一、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“3、各类产品的直接材料、直接人工、直接费用的构成、差异和波动情况”中补充披露上述内容。

二、发行人成本中直接材料的构成情况，不同年度间、不同产品间构成是否存在显著差异和波动，直接材料单位成本变动趋势与发行人原材料采购价格、市场价格变动趋势是否存在差异，原因及合理性

（一）不同年度间，各类别产成品直接材料的构成情况

1、猪肉脯

报告期内，公司猪肉脯直接材料构成如下：

单位：万元、%

原材料	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
猪肉	3,839.03	51.15	3,572.02	48.84	4,804.93	55.97
蛋白粉	307.99	4.10	367.71	5.03	297.24	3.46
主要辅料	1,017.26	13.55	1,039.20	14.21	1,188.37	13.84
其他辅料	982.64	13.09	1,049.67	14.35	872.37	10.16
包装物	1,358.75	18.10	1,284.50	17.56	1,421.28	16.56
小计	7,505.67	100.00	7,313.10	100.00	8,584.20	100.00

猪肉脯直接材料以猪肉为主，猪肉成本占比由 2018 年的 55.97%下降至 2019 年的 48.84%，主要系 2019 年猪肉价格上涨幅度较大，公司对产品配方中的投肉比进行了调整，蛋白粉等辅料的占比有所增长。2020 年，由于猪肉价格维持在高位，猪肉占比提高至 51.15%。

2、牛肉脯

单位：万元、%

原材料	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
牛肉	1,601.52	63.53	1,567.07	64.62	1,692.51	72.10
蛋白粉	50.44	2.00	69.89	2.88	37.61	1.60
主要辅料	205.14	8.14	192.71	7.95	162.17	6.91

原材料	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他辅料	319.25	12.66	289.14	11.92	174.28	7.42
包装物	344.62	13.67	306.17	12.63	280.88	11.97
小计	2,520.98	100.00	2,424.98	100.00	2,347.45	100.00

牛肉脯直接材料以牛肉为主，牛肉成本占比由 2018 年的 72.10%下降至 2020 年的 63.53%，主要系 2019 年以来牛肉价格上涨幅度较大，公司对产品配方中的投肉比进行了调整，蛋白粉等辅料的占比有所增长。

3、肉丸类

单位：万元、%

原材料	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
鱼糜	1,055.33	52.49	264.61	28.51	21.66	9.81
牛肉	247.12	12.29	226.22	24.37	148.76	67.35
猪肉	51.30	2.55	91.84	9.89	0.00	0.00
主要辅料	125.13	6.22	111.93	12.06	7.02	3.18
其他辅料	154.70	7.69	105.84	11.40	19.07	8.63
包装物	376.88	18.75	127.85	13.77	24.36	11.03
小计	2,010.46	100.00	928.29	100.00	220.86	100.00

公司肉丸类产品主要包括鱼丸、牛肉丸和猪肉丸，主要原材料分别为鱼糜、牛肉和猪肉。从 2018 年起，公司新增鱼丸产品，鱼丸销售占比逐年上升，使得鱼糜耗用逐年上升。由于各期产品结构不同，辅料占比有所波动。

4、肉肠类

单位：万元、%

原材料	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
鱼糜	105.48	50.37	186.65	43.31	134.20	45.00
猪肉	19.17	9.15	36.98	8.58	25.90	8.69
主要辅料	24.17	11.54	70.03	16.25	41.84	14.03
其他辅料	15.32	7.32	55.79	12.95	34.02	11.41
包装物	45.26	21.61	81.47	18.91	62.24	20.87
小计	209.39	100.00	430.92	100.00	298.21	100.00

公司肉肠类产品主要包括鱼肠和猪肉肠，主要原材料分别为鱼糜和猪肉。**报告期内鱼糜耗用量与鱼肠销量的波动趋势一致。**2019年由于猪肉价格上涨，公司调整了猪肉肠产品配方，因此辅料占比有所上升；**2020年猪肉价格稳定在高位且猪肉肠销售占比提高，猪肉成本占比提高。**各期辅料占比受产品结构影响有所波动。

5、肉松类

单位：万元、%

原材料	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
猪肉	806.71	77.87	756.47	76.50	653.02	73.68
主要辅料	24.78	2.39	68.11	6.89	78.89	8.90
其他辅料	86.46	8.35	46.22	4.67	53.26	6.01
包装物	118.07	11.40	118.05	11.94	101.07	11.40
小计	1,036.01	100.00	988.86	100.00	886.24	100.00

公司肉松类产品主要包括猪肉松和猪粉松，主要原材料为猪肉。2019年及**2020年**由于猪肉价格的上涨，猪肉成本占比增加。各期辅料占比受产品结构影响有所波动。

（二）不同产品间直接材料的构成情况

猪肉脯、肉松类直接材料以猪肉为主，牛肉脯直接材料以牛肉为主，肉丸直接材料以鱼糜、牛肉和猪肉为主，肉肠类直接材料以鱼糜、猪肉为主。公司各类产品生产配方及工艺的不同，导致直接材料的构成存在一定差异。

综上所述，公司不同年度间、不同产品间的直接材料构成存在一定差异和波动，具有合理性。

（三）直接材料单位成本变动趋势与发行人原材料采购价格、市场价格变动趋势分析如下：

1、猪肉脯

单位：元/千克、%

项目		2020 年		2019 年		2018 年
		金额	变动率	金额	变动率	金额
猪肉	农业农村部平均猪肉批发价	44.87	55.84	28.79	55.04	18.57
	猪肉采购价格	26.68	17.03	22.79	49.24	15.27

脯	猪肉领用价格	25.35	26.75	20.00	27.75	15.66
	单位直接材料成本-猪肉	14.79	12.39	13.16	-6.53	14.08

公司猪肉采购价格与市场价格的波动基本匹配，价格差异具有合理性，原因分析请见本回复“问题16”之“一”之“（一）”。猪肉采购价格对猪肉领用价格的影响具有滞后性。单位直接材料成本-猪肉在2019年下降、在2020年的变动幅度低于猪肉领用价格，主要系猪肉脯生产配方的变化所致。

2、牛肉脯

单位：元/千克、%

项目		2020年		2019年		2018年
		金额	变动率	金额	变动率	金额
牛肉脯	牛肉进口市场均价	33.90	-1.08	34.27	12.16	30.55
	牛肉采购价格	43.53	-2.03	44.43	14.69	38.74
	牛肉领用价格	44.12	3.28	42.72	10.60	38.63
	单位直接材料成本-牛肉	27.80	-2.97	28.65	-8.99	31.48

公司牛肉的采购价格波动情况与海关进口市场价格的波动基本匹配，牛肉采购价格对牛肉领用价格的影响具有滞后性。2019年、2020年由于生产配方的调整，导致单位直接材料成本-牛肉有所下降。

3、肉丸类

单位：元/千克、%

项目		2020年		2019年		2018年
		金额	变动率	金额	变动率	金额
肉丸类	鱼糜进口市场均价	16.88	-3.62	17.51	-3.84	18.21
	鱼糜采购价格	19.63	20.06	16.35	-5.44	17.29
	鱼糜领用价格	18.90	13.45	16.66	-7.43	17.99
	单位直接材料成本-鱼糜	13.78	24.93	11.03	55.13	7.11

公司鱼糜的采购价格波动情况与海关进口均价存在一定差异，原因分析请见本回复“问题16”之“一”之“（三）”。鱼糜采购价格与鱼糜领用价格基本匹配。2019年及2020年，单位直接材料成本-鱼糜提高幅度高于鱼糜领用价格，主要系成本较高的即食鱼丸占比提高所致。

4、肉肠类

项目		2020 年		2019 年		2018 年
		金额	变动率	金额	变动率	金额
肉 肠 类	鱼糜进口市场均价	16.88	-3.62	17.51	-3.84	18.21
	鱼糜采购价格	19.63	20.06	16.35	-5.44	17.29
	鱼糜领用价格	18.90	13.45	16.66	-7.43	17.99
	单位直接材料成本-鱼糜	8.39	24.67	6.73	-10.74	7.54

公司鱼糜的采购价格波动情况与海关进口均价存在一定差异，鱼糜采购价格与鱼糜领用价格基本匹配。2019 年及 2020 年，肉肠类单位直接材料成本-鱼糜变动趋势与鱼糜领用价格变动趋势基本匹配。

5、肉松类

单位：元/千克、%

项目		2020 年		2019 年		2018 年
		金额	变动率	金额	变动率	金额
肉 松 类	农业农村部平均猪肉批发价	44.87	55.84	28.79	55.04	18.57
	猪肉采购价格	26.68	17.03	22.79	49.24	15.27
	猪肉领用价格	25.35	26.75	20.00	27.75	15.66
	单位直接材料成本-猪肉	48.76	20.31	40.53	25.79	32.22

公司猪肉采购价格与市场价格的波动基本匹配，价格差异具有合理性。猪肉采购价格对猪肉领用价格的影响具有滞后性。肉松类主要包括猪肉松和猪粉松，2019 年及 2020 年，单位直接材料成本-猪肉变动趋势与猪肉领用价格变动基本匹配。

综上所述，各类别产品单位直接材料变动趋势与发行人原材料采购价格、市场价格变动趋势存在一定差异，具有合理性。

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“十一、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“4、公司成本中直接材料的构成、差异和波动情况”中补充披露上述内容。

三、发行人成本结转是否准确，各月单位营业成本和该月末产成品单位成本是否存在显著差异，原因及合理性

公司采用月末一次加权平均法计算当月库存商品发出的单位成本，并根据各产品型号销售数量结转销售成本。公司同一型号产品各月发出的单位成本与当月期末结存的单位成本一致，成本结转方法符合《企业会计准则》规定，成本结转准确。

报告期内，公司产品分为肉脯、肉丸、肉肠、肉松等类别，各个类别包含多个品规，各个品规对应多个产品型号。同一类别产品当月销售的型号、数量与月末结余的型号、数量存在一定差异，因此各类别产品各月单位营业成本与该月末产品单位成本存在的差异具有合理性。

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“十一、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“5、公司成本结转准确性”中补充披露上述内容。

四、请保荐人、申报会计师发表明确意见，详细说明对成本核算准确性的核查方法、核查范围及核查结论

（一）核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

1、分析报告期内各品类直接材料、直接人工、制造费用占营业成本的比例及变动原因；分析各品类不同年度间、不同产品间单位材料成本、人工成本、制造费用成本是否存在显著差异和波动，原因及合理性

2、分析发行人各品类成本中直接材料的构成情况，分析各品类直接材料成本变动趋势与主要原材料采购单价、市场价格变动趋势是否一致，差异原因及合理性；

3、（1）了解、评价、测试发行人与存货管理相关的关键内部控制的设计和运行的有效性；（2）了解发行人生产工艺流程和成本核算方法，检查成本核算方法与生产工艺流程是否匹配，前后是否一致；（3）抽查成本计算单，复核生产成本的归集和分配方法是否准确；（4）查看公司存货进销存记录，检查是否存在异常情况；（5）对报告期各期存货执行计价测算程序，检查存货发出计价是否准确；（6）编制成本倒轧表，检查成本与存货的勾稽关系。

（二）核查结论

申报会计师认为：

1、发行人已在招股说明书中补充披露各类产品的直接材料、直接人工、制造费用的构成情况，不同产品之间结构占比存在一定差异，具有合理性；不同年度间、不同产品间单位材料成本、人工成本、制造费用成本存在一定差异和波动，具有合理性。

2、发行人已在招股说明书中补充披露成本中直接材料的构成情况，不同年度间、

不同产品间构成存在一定差异和波动，具有合理性；直接材料单位成本变动趋势与发行人原材料采购价格、市场价格变动趋势存在一定差异，具有合理性。

3、发行人成本结转准确，同一型号产品各月发出的单位成本与当月期末结存的单位成本一致；各类别产品各月单位营业成本与该月末产品单位成本存在的差异具有合理性。

问题 15：关于投入产出比。

申报材料显示：

（1）发行人报告期肉脯产品的投入产出比分别为 113.00%、114.04%、154.26%和 133.31%，2019 年提升较高；发行人拥有 378 种品规的肉脯，肉脯可分为特级、优级和普通级等不同性价比的肉脯；

（2）保荐人结合项目组走访客户所获得的访谈记录，公司对产品有自主设计权，而客户对产品的肉含量无要求，但关注产品的口感、口味、食品安全及保质期；

（3）项目组将产成品随机抽取一定比例送往第三方检验机构进行检验，检验结果表明产品符合国家产品标准。

请发行人补充披露：

（1）肉脯产品在国家及行业标准中的主要规定情况，是否依据肉含量对产品等级进行划分，发行人不同品规和等级的肉脯是否依据国家及行业标准进行设计，添加植物蛋白粉是否符合国家及行业标准相关要求；中介机构选取的第三方检验机构是否拥有与肉脯产品相关的检测资质；

（2）在发行人“肉脯分为多个品规和不同性价比等级”的背景下，客户采购时是否对发行人产品质量或等级进行明确要求（如肉含量或其他类似指标）；客户在产品验收中是否对产品质量进行检测或要求发行人提供检测报告；发行人 2019 年调整肉含量、添加植物蛋白粉是否违反与客户相关约定；

（3）报告期不同等级肉脯对应肉含量或投入产出比情况，其销售收入、销售均价、毛利率情况；

（4）模拟测算投入产出比的提升对发行人业绩的影响。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、肉脯产品在国家及行业标准中的主要规定情况，是否依据肉含量对产品等级进行划分，发行人不同品规和等级的肉脯是否依据国家及行业标准进行设计，添加植物蛋白粉是否符合国家及行业标准相关要求；中介机构选取的第三方检验机构是否拥有与肉脯产品相关的检测资质

（一）肉脯产品在国家及行业标准中的主要规定情况，是否依据肉含量对产品等级进行划分，发行人不同品规和等级的肉脯是否依据国家及行业标准进行设计，添加植物蛋白粉是否符合国家及行业标准相关要求

肉脯产品标准为《中华人民共和国国家标准-GB/T 31406—2015 肉脯》，其主要规定如下：

项目	肉脯			肉糜脯
	特级	优级	普通级	
蛋白质/（g/100g）≥	35	30	28	25
脂肪/（g/100g）≤	12	14	16	18
水分/（g/100g）≤	18	20	20	20
氯化物（以氯化钠计）/（g/100g）≤	5	5	5	5
总糖（以蔗糖计）/（g/100g）≤	30	35	35	38

肉脯产品按照生产工艺不同分为肉脯和肉糜脯。肉脯是以去除筋腱和肥膘的畜禽瘦肉为原料，经切片、调味、腌制、摊筛、烘干、烤制等工艺制成的熟肉制品，按蛋白质、脂肪、水分和总糖等理化指标可细分为特级、优级和普通级，并非单纯依据肉含量对产品等级进行划分；肉糜脯以去除筋腱的畜禽肉为主要原料，对原料进行绞碎，而非切片，其他工艺与肉脯基本一致。

公司主导了肉脯产品标准的制定，是国家标准的主起草单位之一，对肉脯产品及等级的划分与国家标准一致。公司不同品规的肉脯主要源于肉脯等级和种类的划分、不同地区和渠道客户对于口感口味的偏好以及肉脯材料配方的研发创新。投肉量对肉脯的蛋白质含量有影响，是肉脯产品等级划分的影响因素之一。

植物蛋白粉属于食品原料，属于肉脯国家标准规定中的其他辅料，其添加符合国家标准。随着消费者对健康营养的追求，在保持质量稳定的前提下，不同蛋白质的添加既可拓宽肉脯中优质健康蛋白的来源，又可形成多样化的口味口感。

（二）中介机构选取的第三方检验机构是否拥有与肉脯产品相关的检测资质

为验证公司产品符合质量标准，中介机构针对肉脯产成品进行了抽检，所选取的第三方检验机构为华测检测认证集团股份有限公司。该机构具备《中国合格评定国家认可委员会检验机构认可证书》（注册号：CNAS IB0135 有效期至 2023-10-08）与《检验检测机构资质认定证书》（编号：180000343904 有效期至 2024-2-27），其《检验检测机构资质认定评审报告》中明确了华测检测认证集团股份有限公司具备肉脯产品检测资质。

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“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“8、肉脯产品标准、分级及销售情况分析”中补充披露上述内容。

二、在发行人“肉脯分为多个品规和不同性价比等级”的背景下，客户采购时是否对发行人产品质量或等级进行明确要求（如肉含量或其他类似指标）；客户在产品验收中是否对产品质量进行检测或要求发行人提供检测报告；发行人 2019 年调整肉含量、添加植物蛋白粉是否违反与客户相关约定

客户对产品质量的要求体现在口感口味、食品安全及产品规格等方面，而对肉含量等其他指标无要求，公司对产品有自主设计权。根据客户的市场定位、口味口感偏好和其他创新需求，公司进行产品研发并提供相应样品，以获得反馈进行产品调整。经客户确认后，公司对研发成功的产品进行归档形成品规。如产品口感口味需要调整，公司将重复前述流程。

公司每批次产品都有自检报告，客户在产品验收中可要求公司提供该报告。同时，客户一般不定期委托合格的第三方检测机构进行产品检测。

因此，通过自身技术实力在保持产品质量水平的前提下，公司 2019 年对产品配方进行调整没有违反与客户的相关约定。

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“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“8、肉脯产品标准、分级及销售情况分析”中补充披露上述内容。

三、报告期不同等级肉脯对应肉含量或投入产出比情况，其销售收入、销售均价、毛利率情况

公司肉脯类产品收入包括肉脯、肉糜脯和其他类，其中肉脯和肉糜脯的划分遵循国家肉脯类等级标准“GB/T31406-2015”，其他类包括肉干、肉粒和肉棒等产品。公司在销售过程中以等级或成本水平进行区分定价。

报告期内，肉脯类收入金额及占营业收入比重情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
肉脯	2,572.67	8.90	2,106.83	8.25	2,437.47	9.39
肉糜脯	19,308.75	66.83	18,542.91	72.64	19,684.86	75.86
其他	234.29	0.81	193.04	0.76	807.15	3.11
合计	22,115.71	76.54	20,842.78	81.65	22,929.49	88.37

（一）肉脯

1、肉脯-猪肉

报告期内，肉脯-猪肉销售金额及占公司营业收入比重情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
特级肉脯	845.64	2.93	972.51	3.81	1,124.69	4.33
优级肉脯	617.17	2.14	220.99	0.87	117.19	0.45
普通级肉脯	1,040.25	3.60	844.11	3.31	1,066.00	4.11
小计	2,503.06	8.66	2,037.61	7.98	2,307.88	8.89

报告期内，肉脯-猪肉销售单价、毛利率及投肉比情况如下：

单位：元/千克、%

项目	2020 年			2019 年			2018 年		
	单价	毛利率	投肉比	单价	毛利率	投肉比	单价	毛利率	投肉比
特级肉脯	113.07	27.25	164.44	112.41	25.84	176.01	111.08	29.61	276.75
优级肉脯	95.17	48.44	90.30	74.80	45.53	80.38	62.74	35.74	128.82
普通级肉脯	72.08	51.24	62.84	69.43	52.13	64.95	62.34	45.56	96.76
小计	88.15	42.44	95.12	85.75	38.87	105.40	79.33	37.29	161.87

注：投肉比=当期猪/牛肉领用重量÷当期半成品产出重量

特级肉脯销售均价最高，毛利率均低于其他分类，系特级肉脯主要销往经销商，公司为了推广自有品牌、支持经销商发展，未进行提价。2019年毛利率较2018年有所下降，一方面系2019年猪肉原材料价格上涨，另一方面，公司通过拓展境外猪肉采购渠道及合理的配方研发控制生产成本，二者共同作用，使得毛利率小幅下降。2020年毛利率略有提高，主要系投肉比小幅下降所致。

优级肉脯2018至2019年销售占比较小，公司给予相关客户价格优惠，导致该类别肉脯单价与普通级肉脯基本一致。2020年，优级肉脯拓展了新客户，销售价格较高，拉高了毛利率。

普通级肉脯2019年平均销售单价较2018年上涨，主要系原材料猪肉价格上涨。2019年毛利率较2018年上升，主要系公司通过拓展境外猪肉采购渠道及合理的配方研发以控制生产成本，从而减少原材料价格上升的影响，并与客户协商调增销售价格，释放成本压力；2020年，毛利率与2019年基本一致。

2、肉脯-牛肉

报告期内，肉脯-牛肉销售金额及占公司营业收入比重情况如下：

单位：万元、%

项目	2020年		2019年		2018年	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
特级肉脯	-	-	-	-	-	-
优级肉脯	-	-	-	-	-	-
普通级肉脯	69.61	0.24	69.21	0.27	129.60	0.50
小计	69.61	0.24	69.21	0.27	129.60	0.50

报告期内，肉脯-牛肉销售单价、毛利率及投肉比情况如下：

单位：元/千克、%

项目	2020年			2019年			2018年		
	单价	毛利率	投肉比	单价	毛利率	投肉比	单价	毛利率	投肉比
特级肉脯	-	-	-	-	-	-	-	-	-
优级肉脯	-	-	-	-	-	-	-	-	-
普通级肉脯	87.29	44.90	60.56	87.17	41.24	71.53	87.33	41.70	77.19
小计	87.29	44.90	60.56	87.17	41.24	71.53	87.33	41.70	77.19

注：投肉比=当期猪/牛肉领用重量÷当期半成品产出重量

普通级肉脯在 2018 年新增了高价的产品型号，当年平均单价有所提高，在 2019 年至 2020 年基本稳定。2018 年毛利率随着平均单价的提高而有所提高；2019 年及 2020 年毛利率稳中有升，主要系在牛肉价格上涨的情况下，公司通过合理的配方研发控制生产成本来减少原材料价格上涨的影响。

（二）肉糜脯

报告期各期，肉糜脯收入占公司营业收入的比重分别为 75.86%、72.64%和 **66.83%**，是公司重要收入来源。公司对产品有自主设计权，根据客户的市场定位、口味口感偏好和其他创新需求，肉糜脯产品逐渐积累了众多品规、型号，按照单位成本区间分析如下：

1、肉糜脯-猪肉

报告期内，肉糜脯-猪肉按照单位成本区间分析销售金额及占公司营业收入的比重情况如下：

单位：万元、%

单位成本 区间	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入 金额	占比	收入 金额	占比	收入 金额	占比
40 元以上	3,588.37	12.42	1,511.41	5.92	231.16	0.89
30-40 元	9,180.40	31.77	11,121.24	43.57	10,986.29	42.34
30 元以下	2,086.67	7.22	1,916.35	7.51	5,331.14	20.55
小计	14,855.43	51.41	14,549.00	57.00	16,548.60	63.78

报告期内，肉糜脯-猪肉销售单价、毛利率情况如下：

单位：元/千克、%

单位成本 区间	2020 年		2019 年		2018 年	
	销售 单价	毛利率	销售 单价	毛利率	销售 单价	毛利率
40 元以上	68.37	24.86	65.06	12.64	76.92	42.53
30-40 元	66.92	47.36	60.47	44.02	56.61	39.97
30 元以下	51.38	46.12	48.06	41.69	46.75	41.84
小计	64.51	41.75	58.89	40.46	53.20	40.61

报告期各期，肉糜脯-猪肉的投肉比分别为 81.74%、60.55%和 **53.76%**。

报告期内，肉糜脯-猪肉的单位成本主要在 30-40 元区间，2019 年，原材料猪肉价格上涨，公司拓展境外采购渠道及调整产品配方，因此高单位成本产品比重高于 2018

年；2020年，猪肉价格在高位运行，因此高成本产品比重继续增加。

肉糜脯-猪肉的销售单价与其单位成本区间匹配。2019年至2020年，40元以上肉糜脯-猪肉的毛利率较低，主要系其产自味和道厂区，单位成本偏高，且公司为与相关客户加强合作关系，给予其一定价格优惠。

2、肉糜脯-牛肉

报告期内，肉糜脯-牛肉按照单位成本区间分析销售金额及占公司营业收入比重情况如下：

单位：万元、%

单位成本 区间	2020年		2019年		2018年	
	收入 金额	占比	收入 金额	占比	收入 金额	占比
60元以上	332.66	1.15	337.58	1.32	384.88	1.48
50-60元	3,242.49	11.22	2,960.62	11.60	1,478.03	5.70
50元以下	878.16	3.04	695.71	2.73	1,273.36	4.91
小计	4,453.31	15.41	3,993.91	15.65	3,136.26	12.09

报告期内，肉糜脯-牛肉销售单价、毛利率情况如下：

单位：元/千克、%

单位成本 区间	2020年		2019年		2018年	
	销售 单价	毛利率	销售 单价	毛利率	销售 单价	毛利率
60元以上	84.32	24.94	98.32	30.77	96.67	33.97
50-60元	82.95	36.30	77.58	30.55	73.28	28.22
50元以下	72.96	40.20	65.05	29.27	62.06	28.88
小计	80.86	36.22	76.38	30.34	70.21	29.19

报告期各期，肉糜脯-牛肉的投肉比分别为73.38%、66.21%和58.20%。

报告期内，肉糜脯-牛肉中高成本产品占比整体呈上升趋势。2019年及2020年，高成本产品比重相比2018年增加，主要系牛肉原材料价格增长所致。

肉糜脯-牛肉的销售单价与其单位成本区间基本匹配，各成本区间各期的毛利率较为稳定；2020年，50-60元、50元以下的毛利率有所提高，主要系销售价格的提升以及产品配方改良所致；60元以上中存在部分味和道厂区产品，拉低了销售单价及毛利率。

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“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“8、肉脯产品标准、分级及销售情况分析”中补充披露上述内容。

四、模拟测算投入产出比的提升对发行人业绩的影响

假设肉脯类产品投肉比保持在 2018 年的水平，模拟测算对业绩的影响如下：

项目	2020 年	2019 年
猪肉脯：		
实际单位成本（元/千克）①	39.00	36.61
模拟测算单位成本（元/千克）②	43.72	38.80
销售量（吨）③	2,815.14	2,713.47
营业利润影响额（万元）④=（①-②）*③/10	-1,330.13	-594.90
税后利润影响额（万元）⑤=④*（1-15%）	-1,130.61	-505.66
牛肉脯：		
实际单位成本（元/千克）①	52.17	53.79
模拟测算单位成本（元/千克）②	57.84	55.89
销售量（吨）③	622.42	546.93
营业利润影响额（万元）④=（①-②）*③/10	-352.65	-114.79
税后利润影响额（万元）⑤=④*（1-15%）	-299.75	-97.57
合计：		
营业利润影响额（万元）	-1,682.78	-709.69
税后利润影响额（万元）	-1,430.37	-603.24

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“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“8、肉脯产品标准、分级及销售情况分析”中补充披露上述内容。

五、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

1、查阅肉脯产品的相关产品标准；访谈发行人的生产负责人及研发负责人了解产品等级划分及辅料添加要求；取得第三方检验机构的检测资质证书。

2、访谈发行人销售负责人，了解销售流程、与客户的约定及客户验收要求。

3、取得收入成本明细表，复核发行人肉脯类产品不同等级、成本区间的销售收入及占比、销售均价、毛利率及投肉比情况，分析其波动原因及合理性。

4、复核发行人的模拟测算结果。

（二）核查结论

申报会计师认为：

1、发行人不同品规和等级的肉脯依据国家及行业标准进行设计，添加植物蛋白粉符合国家及行业标准相关要求；中介机构选取的第三方检验机构拥有与肉脯产品相关的检测资质；发行人已补充披露相关内容。

2、发行人客户采购时未对发行人产品的肉含量或其他类似指标进行要求；发行人客户在产品验收可要求发行人提供自检报告；发行人 2019 年对产品配方进行调整没有违反与客户的相关约定；发行人已补充披露相关内容。

3、发行人已在招股说明书中补充披露肉脯类产品不同等级、成本区间的销售收入及占比、销售均价、毛利率及投肉比情况。

4、发行人已在招股说明书中补充披露模拟测算投肉比的提升对发行人业绩的影响。

问题 16：关于采购和供应商。

申报材料显示：

（1）发行人主要原材料猪肉的采购价格波动与市场上价格走势波动相比不存在显著异常，但采购价格更低；

（2）发行人 2019 年约 54% 的猪肉采购来源于海外，2020 年 1 季度全部来源于海外；

（3）前五大供应商深圳市万通食品有限责任公司、湖南长盛科技开发有限公司等公司退出供应商前五大，但仍名列预付账款前五大。

请发行人：

（1）以表格形式补充披露猪肉、牛肉、鱼糜采购均价、采购量的变动情况，采购均价与市场价格的波动是否匹配，价格差异原因及合理性；

（2）补充披露报告期采购国产猪肉和海外猪肉的情况，包括采购金额及占比、采购量及占比、采购均价，均价与市场价格的对比情况；国产猪肉和海外猪肉主要供应商情况；采购海外猪肉价格是否低于国产猪肉，二者对发行人产品质量、风味是否存在显著影响，发行人未来是否仍以采购海外猪肉为主；

（3）补充披露发行人供应商的货物来源，是否合法合规；

（4）补充披露猪肉周期价格波动情况，目前猪肉价格处于何种水平，按照一个完整周期中最高价格和最低价格模拟测算对发行人业绩的影响情况，发行人是否可将猪肉价格波动风险完全转嫁给下游客户；

（5）补充披露深圳市万通食品有限责任公司等其他公司保留在预付款前五大，而退出前五大供应商名单的原因，发行人与主要供应商是否存在合作规模显著下降或终止的情形，分析其原因及合理性；

（6）结合主要原材料采购金额占采购总额的比例分别为 84.95%、76.54%、79.05% 和 74.67% 的情形，补充说明剩余原材料的采购情况；

（7）补充披露是否存在委外加工的情形，是否从供应商直接采购成品的情形。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、以表格形式补充披露猪肉、牛肉、鱼糜采购均价、采购量的变动情况，采购均价与市场价格的波动是否匹配，价格差异原因及合理性

（一）猪肉的采购均价、采购量的变动情况与市场价格波动情况如下：

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	数值	变动	数值	变动	数值
猪肉 (元/千克)	26.68	17.07%	22.79	49.24%	15.27
农业农村部 平均猪肉批发价 (元/千克)	44.87	55.84%	28.79	55.04%	18.57
猪肉(吨)	2,215.76	-15.17%	2,611.98	-20.51%	3,285.74

2018 年至 2019 年上半年，公司采购的猪肉主要来源于境内，而 2019 下半年至 2020 年，公司采购的猪肉主要来源于境外。2018 年，公司猪肉采购价格与市场价格的波动基本匹配，而猪肉采购价格低于市场价格，主要系：（1）公司采购价格为不含税价；（2）公司采购的为面向食品工业的冻猪肉，而农业农村部猪肉批发价统计口径主要为面向居民消费的生鲜猪肉；（3）公司对境内猪肉供应商采用预付款的方式，锁定肉源及降低采购价格。2019 年至 2020 年，由于境内猪肉价格较境外猪肉价格上升幅度大，公司更多地采购境外猪肉，因此公司采购价格及其变动情况与市场价格有所差异。公司猪肉采购价格与市场价格的波动基本匹配，价格差异具有合理性。

（二）牛肉的采购均价、采购量的变动情况与市场价格波动情况如下：

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	数值	变动	数值	变动	数值
牛肉 (元/千克)	43.53	-2.03%	44.43	14.69%	38.74
牛肉海关进口均 价 (元/千克)	33.90	-1.08%	34.27	12.16%	30.55
牛肉(吨)	460.15	-18.51%	564.66	39.25%	405.50

注：牛肉价格根据中国海关总署公布的牛肉进口金额及数量计算

报告期内，公司采购的牛肉基本来源于进口。公司牛肉的采购价格波动情况与海关进口市场价格的波动基本匹配。公司牛肉采购价格高于市场价格，主要原因系覆盖进口牛肉供应商的利润空间、物流成本和税费等，具有合理性。

(三) 鱼糜的采购均价、采购量的变动情况与市场价格波动情况如下:

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	数值	变动	数值	变动	数值
鱼糜 (价格元/千克)	19.63	20.06%	16.35	-5.44%	17.29
鱼糜海关进口 均价 (元/千克)	16.88	-3.62%	17.51	-3.82%	18.21
鱼糜(吨)	606.79	92.51%	315.20	180.68%	112.30

注: 鱼糜价格根据中国海关总署公布的其他冻鱼肉进口金额及数量计算

报告期内, 公司采购的鱼糜主要来源于进口。公司鱼糜的采购价格及其波动情况与海关进口均价有所差异, 主要原因系中国海关总署以其他冻鱼肉来统计各种鱼类的鱼肉和鱼糜进口总体量价, 未能准确与公司所采购的冻鱼糜品类匹配。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“(一) 主要原材料采购和能源供应情况”之“4、猪肉、牛肉、鱼糜采购量价与市场匹配情况”中补充披露上述内容。

二、补充披露报告期采购国产猪肉和海外猪肉的情况, 包括采购金额及占比、采购量及占比、采购均价, 均价与市场价格的对比情况; 国产猪肉和海外猪肉主要供应商情况; 采购海外猪肉价格是否低于国产猪肉, 二者对发行人产品质量、风味是否存在显著影响, 发行人未来是否仍以采购海外猪肉为主

(一) 补充披露报告期采购国产猪肉和海外猪肉的情况, 包括采购金额及占比、采购量及占比、采购均价, 均价与市场价格的对比情况

1、报告期内, 公司采购国产猪肉的金额、数量占当期猪肉采购比例情况如下:

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	数值	占比	数值	占比	数值	占比
猪肉(万元)	922.16	15.60%	2,130.09	35.78%	5,017.87	100.00%
猪肉(吨)	415.54	18.75%	1,210.15	46.33%	3,285.74	100.00%

采购的国产猪肉与市场价格对比情况如下:

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	数值	变动	数值	变动	数值
猪肉（元/千克）	22.19	26.08%	17.60	15.26%	15.27
农业农村部平均猪肉批发价（元/千克）	44.87	55.84%	28.79	55.04%	18.57

2018 年至 2019 年上半年，公司采购的猪肉主要来源于境内，而 2019 年上半年境内猪肉价格尚未大幅上涨。因此，2019 年公司的国内猪肉采购价格虽有所上涨但相较于全年猪肉价格涨幅较低。2020 年，公司采购的国内猪肉价格低于市场价格的主要原因系：（1）公司采购价格为不含税价；（2）公司采购的为面向食品工业的冻猪肉，而农业农村部猪肉批发价统计口径主要为面向居民消费的生鲜猪肉；（3）湖南长盛科技开发有限公司经营恢复正常后，因对公司存在长期预收款项，在猪肉的交易价格上给予折让。

2、报告期内，公司采购海外猪肉的金额、数量占当期猪肉采购比例情况如下：

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	数值	占比	数值	占比	数值	占比
猪肉（万元）	4,990.44	84.40%	3,823.05	64.22%	0.00	0.00%
猪肉（吨）	1,800.22	81.25%	1,401.83	53.67%	0.00	0.00%

采购的海外猪肉与市场价格对比情况如下：

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	数值	变动	数值	变动	数值
猪肉（元/千克）	27.72	1.65%	27.27	-	-
猪肉海关进口均价（元/千克）	19.72	26.03%	15.65	37.16%	11.41

注：猪肉海关进口均价根据中国海关总署公布的猪肉进口金额及数量计算

2019 年下半年至 2020 年，由于境内猪肉价格较境外猪肉价格上升幅度大，公司主要采购境外猪肉。虽然公司于 2019 年及时转向采购境外猪肉，但由于采购渠道处于拓展阶段且猪肉供给市场短暂出现供不应求的现象，因此采购价格较高；2020 年，前述情况得到改善，因此公司采购境外猪肉的价格较 2019 年的涨幅小于市场涨幅。

（二）国产猪肉和海外猪肉主要供应商情况

1、报告期内，采购金额累计前五的国产猪肉供应商情况如下：

供应商名称	采购额（万元）	占比（%）
-------	---------	-------

供应商名称	采购额（万元）	占比（%）
深圳市万通食品有限责任公司	3,877.09	48.04
湖南长盛科技开发有限公司	2,089.18	25.89
四川省泸州大农食品有限公司	778.52	9.65
广州鼎一食品有限公司	652.34	8.08
湖南颐丰食品有限公司	233.41	2.89
合计	7,630.54	94.55

注：公司对广州鼎一食品有限公司的采购包括同一控制下的其他企业：厦门鼎一食品有限公司。

2、报告期内，采购金额累计前五的海外猪肉供应商情况如下：

供应商名称	采购额（万元）	占比（%）
上海丁义兴食品股份有限公司	3,192.33	36.22
百佑佳食品贸易（上海）有限公司	2,095.76	23.78
广州鼎一食品有限公司	1,768.02	20.06
上海同加国际贸易有限公司	550.46	6.25
上海犇牛农业有限公司	450.69	5.11
合计	8,057.26	91.42

注：公司对广州鼎一食品有限公司的采购包括同一控制下的其他企业：厦门鼎一食品有限公司。

（三）采购海外猪肉价格是否低于国产猪肉，二者对发行人产品质量、风味是否存在显著影响，发行人未来是否仍以采购海外猪肉为主

公司从事肉类休闲食品生产已有二十多年，与猪肉相关产品的技术、工艺与配方比较成熟，因此产品的质量与风味不会显著受到海外猪肉与国产猪肉的影响。但是，由于海外猪肉与国产猪肉及不同产地海外猪肉之间的含水量、脂肪含量和肉质情况等方面的不同，公司需要加大相关研发投入，并通过工艺与配方的调整来保持产品质量的稳定。在保障产品质量稳定的前提下，海外猪肉与国产猪肉的原材料性质各有特点，公司采购时主要考虑价格。

报告期内，海外猪肉与国产猪肉的价格对比如下：

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	数值	变动	数值	变动	数值
农业农村部平均猪肉批发价（元/千克）	44.87	55.84%	28.79	55.04%	18.57
猪肉海关进口均价（元/千克）	19.72	26.03%	15.65	37.16%	11.41

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	数值	变动	数值	变动	数值
国产猪肉与海关进口猪肉差价 (元/千克)	25.15	91.40%	13.14	83.52%	7.16

注：农业农村部猪肉批发价统计口径为面向居民消费的生鲜猪肉，海关进口猪肉主要为面向食品工业的冻猪肉，两者价格差异在 2019 年后大幅上升

面向食品工业的境内冻猪肉不同地区的猪肉价格有所不同且可通过预付款等方式取得一定的折扣，因此相较于进口冻猪肉叠加供应商的利润空间、物流成本和税费等方面后的价格，有一定的价格优势。但 2019 年下半年至 2020 年，境内冻猪肉与进口冻猪肉的差价短时间内大幅拉开，因此进口冻猪肉的采购价格更有吸引力。

未来，公司的采购将视境内外猪肉的供求情况及价格走势而定。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（一）主要原材料采购和能源供应情况”之“5、国产猪肉和海外猪肉的采购情况”中补充披露上述内容。

三、补充披露发行人供应商的货物来源，是否合法合规

（一）国产肉源来源合法合规

1、国产猪肉

根据《动物防疫条件审查办法》，动物屠宰加工场所应当取得《动物防疫条件合格证》，并符合选址、布局、设施和内部控制的相关要求。

根据《生猪屠宰管理条例》，国家实行生猪定点屠宰、集中检疫制度。未经定点，任何单位和个人不得从事生猪屠宰活动。屠宰厂必须有《生猪定点屠宰证》，并满足水源、设备、人员、技术和内部控制的要求，所出厂的冻猪肉必须经肉品品质检验合格并加盖肉品品质检验合格验讫印章或者附具肉品品质检验合格标志。

公司的国产猪肉供应商主要为贸易商或屠宰厂，而贸易商的货物又来源于屠宰厂。除了必须提供上述证照以证明货源合法合规之外，公司所采购的供应商的货物还随附《动物检疫合格证明》和《产品检验报告单》等专业检验检疫机构及屠宰厂出具的文件以证明其来源。

2、国产鱼糜

根据《食品生产许可管理办法》，水产制品企业应当申请食品生产许可，符合场所、设备设施、人员和布局工艺的要求。

公司所采购的国产鱼糜供应商持有《食品生产许可证》。

（二）进口肉源来源合法合规

根据《进口食品境外生产企业注册管理规定》，境外牛肉、猪肉、鱼肉生产企业要满足下列注册条件方可进口：（1）企业所在国家（地区）的与注册相关的兽医服务体系、植物保护体系、公共卫生管理体系等经评估合格；（2）向我国出口的食品所用动植物原料应当来自非疫区；向我国出口的食品可能存在动植物疫病传播风险的，企业所在国家（地区）主管当局应当提供风险消除或者可控的证明文件和相关科学材料；（3）企业应当经所在国家（地区）相关主管当局批准并在其有效监管下，其卫生条件应当符合中国法律法规的标准规范的有关规定。前述境外生产企业经注册后在中国海关总署的网站上进行公布相关名单。

公司的进口猪肉、牛肉及鱼糜供应商为贸易商，而贸易商的货物来源于境外肉类及水产品生产企业。贸易商的每批货物均附有《入境货物检验检疫证明》及《海关进口货物报关单》等文件证明其出口的国家及境外生产厂商，而相关境外厂商须在中国海关总署公布的进口肉类或水产品境外生产企业名单上。

综上所述，公司供应商的货物来源合法合规。

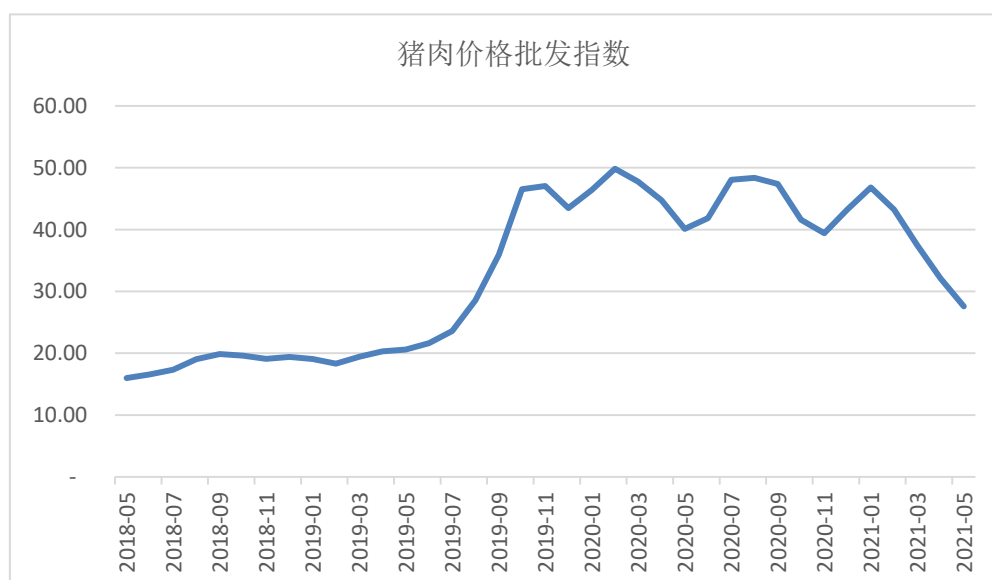
公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（二）主要供应商”之“5、供应商的货物来源合法合规”中补充披露上述内容。

四、补充披露猪肉周期价格波动情况，目前猪肉价格处于何种水平，按照一个完整周期中最高价格和最低价格模拟测算对发行人业绩的影响情况，发行人是否可将猪肉价格波动风险完全转嫁给下游客户

（一）猪肉价格周期波动情况，目前猪肉价格处于何种水平

根据温氏股份（300498.SZ）披露的2019年年度报告，近几年养猪业大致经历了两个大猪周期。第一个周期大概是2015年3月-2018年5月，第二个周期大概是2018年6月至今。本轮周期猪肉价格如下图所示：

单位：元/千克



(数据来源：中国农业农村部)

新一轮周期自 2018 年 5 月开始，在 2018 年爆发“非洲猪瘟”的背景下，猪肉价格在 2019 年显著增长，至报告期末，猪肉价格稳定在高位运行。随着国内生猪存栏量显著回升，合理预计，本轮周期的最高价格已经出现，目前猪肉价格处于最高点右侧，但回落速度尚不明朗。

(二)按照一个完整周期中最高价格和最低价格模拟测算对发行人业绩的影响情况，发行人是否可将猪肉价格波动风险完全转嫁给下游客户

自 2018 年 5 月进入新一轮猪肉价格周期以来，公司采购价格与市场价格走势基本一致。在新一轮周期中，报告期内公司最低采购价格为 2018 年 10 月的 13.26 元/千克，最高采购价格为 2019 年 11 月的 39.76 元/千克。上述价格可以作为一个完整周期中的最高价格和最低价格。

1、以 2018 年 10 月的 13.26 元/千克作为最低采购价，假设 2019 年至 2020 年采购价均为该价格，测算对业绩的影响：

序号	项目	2020 年	2019 年
①	模拟采购价（元/千克）	13.26	13.26
②	实际采购价（元/千克）	26.68	22.79
③=（①-②）/②	变动比例	-50.28%	-41.82%
④	猪肉领用金额占生产成本中直接材料金额的比例	34.85%	38.14%

⑤=③*④	模拟采购价对生产成本/营业成本中直接材料的影响比例	-17.52%	-15.95%
⑥	当期营业成本中直接材料金额（万元）	13,329.54	12,096.99
⑦=⑤*⑥	当期营业成本中直接材料影响金额（万元）	-2,335.74	-1,929.19

2、以 2019 年 11 月的 39.76 元/千克作为最高采购价，假设 2019 年至 2020 年采购价均为该价格，测算对业绩的影响：

序号	项目	2020 年	2019 年
①	模拟采购价（元/千克）	39.76	39.76
②	实际采购价（元/千克）	26.68	22.79
③=（①-②）/②	变动比例	49.08%	74.46%
④	猪肉领用金额占生产成本中直接材料金额的比例	34.85%	38.14%
⑤=③*④	模拟采购价对生产成本/营业成本中直接材料的影响比例	17.10%	28.40%
⑥	当期营业成本中直接材料金额（万元）	13,329.54	12,096.99
⑦=⑤*⑥	当期营业成本中直接材料影响金额（万元）	2,280.00	3,435.30

如上述测算所示，本轮猪肉周期最高价是最低价的 3 倍，据此测算对公司业绩的影响幅度较大。公司通过适当调高产品售价、开拓进口猪肉采购渠道和研发调整产品配方，且受益于在猪肉价格较低时期备有一定库存，报告期内保持了较为稳定的毛利率，但销量受到一定影响。

综上，报告期内，公司与下游客户共同承担了猪肉价格波动的风险。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（一）主要原材料采购和能源供应情况”之“6、猪肉周期价格波动对业绩的影响”中补充披露上述内容。

五、补充披露深圳市万通食品有限责任公司等其他公司保留在预付款前五大，而退出前五大供应商名单的原因，发行人与主要供应商是否存在合作规模显著下降或终止的情形，分析其原因及合理性

截至 2020 年 3 月 31 日，公司保留在预付账款前五大但退出采购前五大的供应商包括深圳市万通食品有限责任公司和湖南长盛科技开发有限公司。

湖南长盛科技开发有限公司：报告期内，湖南长盛系公司主要猪肉供应商之一。2019 年，其因股东涉诉导致未能按时供货，公司与其合作出现暂时性中断，因此 2019 年末

和 2020 年 3 月末存在较高金额预付款项且未进入当期前五大供应商。自 2020 年，湖南长盛已恢复正常经营，目前已陆续恢复供货。截至 2020 年 11 月 30 日，公司对其预付款项余额为 31.56 万元。

深圳市万通食品有限责任公司：报告期内，深圳万通系公司主要猪肉供应商之一。自“非洲猪瘟”以来，境内猪肉价格高于进口猪肉，公司由国内猪肉转向采购进口猪肉，深圳万通以供应国内猪肉为主，因此 2019 年公司向其采购金额下降，未进入当期前五大供应商。截至 2020 年 11 月 30 日，公司对其预付款项余额为 9.97 万元。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司保留在预付账款前五大但退出采购前五大的供应商包括重庆丰都光明食品贸易有限公司。前述供应商与公司稳定合作，退出采购前五大系交易金额正常波动所致。

此外，报告期内，公司与河南伊赛牛肉股份有限公司存在合作规模显著下降的情况，主要系交易价格因素所致。

除上述情况外，公司不存在与主要供应商合作规模显著下降或终止的情形。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（二）主要供应商”之“3、主要供应商保留在预付款前五大而退出前五大供应商名单的情形及主要供应商合作规模显著下降或终止的情形”中补充披露上述内容。

六、结合主要原材料采购金额占采购总额的比例分别为 84.95%、76.54%、79.05% 和 74.67%的情形，补充说明剩余原材料的采购情况

报告期内，剩余原材料采购情况如下：

单位：万元、%

材料分类	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购金额	比例	采购金额	比例	采购金额	比例
调味料	1,272.01	8.04	1,240.50	8.28	1,182.75	9.43
鸡胸肉	200.54	1.27	249.90	1.67	66.59	0.53
添加剂	334.86	2.12	248.42	1.66	256.59	2.05
肥膘	208.70	1.32	96.36	0.64	235.38	1.88
其他包装材料	982.40	6.21	691.58	4.61	783.91	6.25
其他材料	968.21	6.12	613.30	4.09	417.51	3.33

材料分类	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购 金额	比例	采购金额	比例	采购 金额	比例
合计	3,966.72	25.06	3,140.04	20.95	2,942.74	23.46

七、补充披露是否存在委外加工的情形，是否从供应商直接采购成品的情形

报告期内，公司不存在委外加工的情形，不存在从供应商直接采购成品的情形。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（二）主要供应商”之“4、委外加工或从供应商直接采购成品的情况”中补充披露上述内容。

八、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

1、取得发行人采购入库明细，计算发行人猪肉、牛肉与鱼糜的采购均价、采购量及其变动情况；通过互联网公开信息取得猪肉、牛肉及鱼糜的市场均价，并分析差异情况。

2、（1）取得发行人采购入库明细，统计区分发行人境内外猪肉的采购金额及占比、采购量及占比、采购均价，并与国产猪肉与进口猪肉的市场均价进行对比；（2）取得报告期内国产与海外猪肉主要供应商的金额及占比情况；（3）取得发行人关于国产猪肉与进口猪肉对比的说明，并对其市场价格进行对比。

3、（1）查阅国产猪肉及鱼糜的屠宰及生产相关法律法规；取得国产猪肉及鱼糜主要供应商的相关资质证照；核查发行人境内肉源的合法合规情况；（2）查阅进口猪肉、牛肉及鱼糜的法律法规；结合中国海关总署公布的进口肉类或水产品境外生产企业名单，对发行人采购的进口肉源相关文件进行核查，核查发行人境外肉源的合法合规情况。

4、查询有关猪肉价格周期的公开资料，分析猪肉周期性波动特征以及当前猪肉价格情况，复核按照一个完整周期中最高价格和最低价格模拟测算对发行人业绩的影响。

5、走访主要供应商，了解其与发行人合作背景、合作模式、采购金额变动的原因，查阅公司采购记录，访谈财务人员及采购人员，了解与主要供应商的合作过程及报告期

后交易情况。

6、取得发行人采购入库明细，复核剩余原材料的采购情况。

7、取得发行人关于报告期内不存在委外加工、不存在从供应商直接采购成品的说明，抽查大额采购记录原始单据，核查是否存在委外加工，采购成品的情况。

（二）核查结论

申报会计师认为：

1、发行人猪肉、牛肉、鱼糜采购价格与市场价格波动差异及价格差异具有合理性；发行人已补充披露相关情况。

2、报告期内，海外猪肉市场价格低于同期国产猪肉市场价格；发行人产品的质量与风味不会显著受到海外猪肉与国产猪肉的影响；未来，发行人的采购将视境内外猪肉的供求情况及价格走势而定；发行人已补充披露相关情况。

3、报告期内，发行人主要供应商的货物来源合法合规；发行人已补充披露相关情况。

4、发行人已在招股说明书中补充披露猪肉周期价格波动情况，目前猪肉价格处于何种水平，按照一个完整周期中最高价格和最低价格模拟测算对发行人业绩的影响情况。根据分析测算，报告期内，发行人与下游客户共同承担了猪肉价格波动的风险。

5、发行人已在招股说明书中补充披露部分供应商保留在预付款项前五大，但退出采购前五大供应商名单的情况及原因；报告期内，发行人与河南伊赛牛肉股份有限公司存在合作规模显著下降的情况，主要系交易价格因素所致；除上述情况外，发行人不存在与其他主要供应商合作规模显著下降或终止的情形。

6、发行人已补充说明剩余原材料的采购情况。

7、发行人不存在委外加工及从供应商采购成品的情形。

问题 17：关于能耗。

申报材料显示，单位产量耗电分别为 1,656.87 度/吨、1,740.65 度/吨、1,544.53 度/吨和 1,172.51 度/吨；2018 年单位产量耗用的外购电力较 2017 年上升，主要原因系 2018 年较少地使用柴油发电；2019 年单位产量耗用的外购电力较 2018 年下降，主要原因系 2019 年较多地使用柴油发电且新厂区规划较好节能程度较高；发行人报告期采购柴油分别为 37.00 万元、19.80 万元、33.93 万元和 19.40 万元，采购电力分别为 459.59 万元、485.80 万元、424.04 万元和 68.41 万元。

请发行人补充说明单位柴油发电情况，量化分析说明柴油采购和耗用对发行人单位产量耗用外购电力的影响及其合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、请发行人补充说明单位柴油发电情况，量化分析说明柴油采购和耗用对发行人单位产量耗用外购电力的影响及其合理性

报告期内，公司及子公司外购电力及柴油耗用的情况如下：

项目		2020 年	2019 年	2018 年
电力	金额（万元）	510.98	573.71	554.92
	电量（度）	8,275,868.75	8,456,840.75	8,458,051.00
	单价（元/度）	0.62	0.68	0.66
柴油	金额（万元）	68.47	33.93	19.80
	油量（KG）	131,464.71	57,429.26	37,808.56
	单价（元/KG）	5.21	5.91	5.24

2018 年度至 2019 年 5 月，味和道厂区处于装修期间，其耗用电力不涉及生产耗用。公司生产肉肠、肉丸和肉松等产品需要使用柴油烧制蒸汽，此部分柴油耗用不涉及发电，报告期内分别约为 29.72 吨、55.13 吨和 112.09 吨。剔除前述情况后，公司外购电力与柴油发电耗用情况如下：

项目		2020 年	2019 年	2018 年
电力	金额（万元）	510.98	518.01	485.80
	电量（度）	8,275,868.75	7,703,840.75	7,612,051.00
柴油	金额（万元）	10.09	1.36	4.24

项目		2020 年	2019 年	2018 年
	油量（吨）	19.37	2.30	8.09
	发电量（度）	175,385.57	20,804.18	73,233.83
生产总用电量（度）		8,451,254.32	7,724,644.93	7,685,284.83
总产量（吨）		4,386.42	4,188.95	4,373.10
单位产量耗用电力合计（度/吨）		1,926.69	1,844.05	1,757.40

注：根据测算，公司柴油发电效率约为 9.05 度/KG

在考虑耗用柴油发电的情况下，2019 年至 2020 年，单位产量电力耗用较高，主要系受“非洲猪瘟”、“新冠疫情”和香港治安因素以及味和道厂区处于产能爬坡阶段的影响。整体产能利用率较低，效率下降，因此单位产量电力耗用升高。

报告期内，公司使用柴油发电的原因如下：

1、由于江东厂区投入使用时间较久，公司使用柴油发电既可应对江东厂区电路不稳定的情况，也可在停电时对厂区进行供电。在签署供电合同时，由于可能出现自然灾害和人为故障等不可控因素，当地供电所不能保证 24 小时为企业供电，为了避免不必要的纠纷发生，其建议公司自备发电机，以备特殊时期或峰值生产时使用；

2、公司已购买 5 台变压器，目前实际投入使用的 4 台变压器已基本可应对日常生产所需电压电力。相较于 5 台变压器全部启用以应对峰值生产时的电力不足，使用柴油发电作为补充更经济，测算如下：

项目		2020 年	2019 年	2018 年
柴油发电	柴油发电量（度）（=①）	175,385.57	20,804.18	73,233.83
	柴油耗用成本（万元）	10.09	1.36	4.24
外购电力	外购电力单价（元/度）（=②）	0.62	0.68	0.66
	折算电度电价（万元）（③=①*②）	10.87	1.41	4.83
	启用变压器（1250KVA）的固定费用（万元）（=④）	34.50	34.50	34.50
	启用变压器（1250KVA）的综合成本（万元）（=③+④）	45.37	35.91	39.33

公司用电属于大工业用电，多启用一台变压器（规格：1250KVA）需要支付固定费用 34.50 万元/年，报告期各期使用柴油补充发电的电量按当期电价折算的总金额分别为 4.83 万元、1.41 万元和 10.87 万元。报告期各期，公司用于补充发电所耗用的柴油金额

分别为 4.24 万元、1.36 万元和 **10.09** 万元；而多启动一台变压器用于发电的综合成本分别为 39.33 万元、35.91 万元和 **45.37** 万元。因此，使用柴油补充发电更经济。

综上，考虑柴油发电后，公司单位产量耗用电力水平与经营情况相符。而公司采用柴油发电既可应对厂区电路不稳定和停电的情况，又可补充峰值生产时电压电力的不足，同时更为灵活经济。因此，柴油采购和耗用具有合理性。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1、取得发行人各厂区外购电力采购凭证及柴油领用凭证，通过访谈生产负责人了解味和道厂区装修与生产情况，确认发行人柴油发电机型号及其发电参数；取得报告期内耗用蒸汽的肉肠、肉丸和肉松等产品的产量数据，了解生产耗用蒸汽情况并通过厂家确认锅炉使用柴油生产蒸汽的参数，复核发行人报告期蒸汽耗用柴油的情况。

2、访谈当地供电所工作人员及发行人相关人员，了解发行人供电设备、用电费用、柴油发电合理性及相关政策情况；根据柴油发电情况及外购电力综合费用，复核柴油发电的经济性。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

考虑柴油发电后，发行人单位产量耗用电力水平与经营情况相符。而发行人采用柴油发电既可应对厂区电路不稳定和停电的情况，又可补充峰值生产时电压电力的不足，同时更为灵活经济。因此，柴油采购和耗用具有合理性。

问题 18：关于毛利率。

申报材料显示：

（1）发行人肉肠类毛利率分别为 39.93%、44.89%、49.30%和 50.38%，显著高于同期肉丸类毛利率 23.71%、26.88%、30.20%和 20.87%；

（2）公司鱼肠产品尚未突破包装技术瓶颈，规模化生产可能产生不良品，因此公司主动降低生产规模以保证产品质量；

（3）发行人选取的同行业可比公司包括煌上煌、海欣食品、盐津铺子、立高食品，其平均毛利率分别为 37.00%、36.12%、37.68%和 33.61%，发行人毛利率分别为 33.80%、38.46%、37.77%和 34.71%，与同行业公司差异较小。

请发行人：

（1）结合各产品销售均价、单位成本的变动情况，补充披露其对该产品毛利率变动的影响，发行人产品毛利率波动受何种因素影响较大；

（2）结合产品售价和单位成本，补充披露肉肠类毛利率显著高于肉丸类毛利率的原因，鱼肠类产品在规模化生产可能产生不良品的背景下，毛利率逐年上升的合理性；

（3）补充披露经销模式毛利率由 2017 年 30.62%上升至 2018 年 38.59%，其上升幅度高于当年其他渠道毛利率的原因及合理性；补充披露直销模式毛利率由 2018 年 34.78%上升至 2019 年 45.62%，而其他模式毛利率均下滑的原因及合理性；

（4）补充披露发行人作为 ODM 企业，毛利率却和煌上煌、盐津铺子等拥有自主品牌和销售渠道公司的毛利率较为一致的合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，说明核查方法、核查范围和核查结论。

【回复】

一、结合各产品销售均价、单位成本的变动情况，补充披露其对该产品毛利率变动的影响，发行人产品毛利率波动受何种因素影响较大

1、报告期内，猪肉脯销售均价、单位成本的变动情况如下：

单位：元/千克

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	数值	变动率/值	数值	变动率/值	数值
销售均价	67.10	9.46%	61.30	10.47%	55.49
单位成本	39.00	6.52%	36.61	10.34%	33.18
毛利率	41.88%	1.60%	40.28%	0.07%	40.21%

注：上表中，销售均价及单位成本列示变动率，毛利率列示变动值

如上表所示，2019 年相较 2018 年，猪肉原材料价格上涨，发行人通过开拓境外采购渠道和研发改进产品配方，维持质量水平、控制成本，并适当提升销售价格，保持了毛利率的稳定，其中销售均价及单位成本对毛利率均有影响。**2020 年**，原材料猪肉价格保持在高位，成本继续走高，发行人进一步适度提升售价，**毛利率略有提高，其中销售均价因素影响较大。**

2、报告期内，牛肉脯销售均价、单位成本的变动情况如下：

单位：元/千克

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	数值	变动率/值	数值	变动率/值	数值
销售均价	81.54	5.95%	76.96	3.65%	74.25
单位成本	52.17	-3.01%	53.79	2.65%	52.40
毛利率	36.02%	5.91%	30.11%	0.68%	29.42%

如上表所示，2019 年相较 2018 年，牛肉原材料价格上涨，发行人通过研发改进产品配方，维持质量水平、控制成本，并适当提升销售价格，保持了毛利率的稳定，其中销售均价及单位成本对毛利率均有影响。**2020 年**，原材料牛肉价格保持在高位，**单位成本因配方改良有所下降**，公司进一步适度提升售价，**提高了毛利率，其中销售均价及单位成本对毛利率均有影响。**

3、报告期内，肉丸类销售均价、单位成本的变动情况如下：

单位：元/千克

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	数值	变动率/值	数值	变动率/值	数值
销售均价	46.11	2.99%	44.77	-5.03%	47.14
单位成本	28.89	-7.55%	31.25	-9.34%	34.47
毛利率	37.34%	7.14%	30.20%	3.32%	26.88%

肉丸类产品主要可分为鱼丸、牛肉丸和猪肉丸。2019 年销售均价及单位成本降低，主要系鱼丸产品的新增及占比提升导致产品结构变动，单位成本降幅较大是毛利率提升的主要因素。2020 年，受益于鱼丸产品占比进一步提高以及销量提高带来的规模效应，肉丸类单位成本进一步降低，是毛利率提升的主要因素。

4、报告期内，肉肠类销售均价、单位成本的变动情况如下：

单位：元/千克

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	数值	变动率/值	数值	变动率/值	数值
销售均价	43.58	-0.79%	43.93	-8.75%	48.14
单位成本	21.55	-3.24%	22.27	-16.06%	26.53
毛利率	50.56%	1.25%	49.30%	4.42%	44.89%

肉肠类产品主要为鱼肠、猪肉肠。2019 年销售均价及单位成本下降，主要系调整鱼肠产品市场定位所致，其中单位成本是毛利率提高的主要因素。2020 年销售均价及单位成本、毛利率基本稳定。

5、报告期内，肉松类销售均价、单位成本的变动情况如下：

单位：元/千克

项目	2020 年		2019 年		2018 年
	数值	变动率/值	数值	变动率/值	数值
销售均价	89.76	1.22%	88.68	6.23%	83.48
单位成本	69.01	13.58%	60.76	20.36%	50.48
毛利率	23.12%	-8.36%	31.48%	-8.05%	39.53%

肉松类产品包括猪肉松、猪粉松等。2019 年及 2020 年毛利率整体呈下降趋势，主要系原材料猪肉价格上涨，其中单位成本是毛利率下降的主要因素。

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“十一、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“3、主营业务毛利率分析”之“（1）分产品毛利率分析”中补充披露上述内容。

二、结合产品售价和单位成本，补充披露肉肠类毛利率显著高于肉丸类毛利率的原因，鱼肠类产品在规模化生产可能产生不良品的背景下，毛利率逐年上升的合理性

肉肠类产品主要包括鱼肠、猪肉肠等，肉丸类产品主要包括鱼丸、牛肉丸等。肉肠类毛利率高于肉丸类毛利率的主要原因为：①基于生产配方和工艺的不同，肉丸类产品

成本高于肉肠类；②报告期内，肉肠类产品以即食休闲食品为主，而肉丸类产品中存在一定比例的速冻产品，因此肉肠类产品市场定位较高；③报告期内，公司主动调整了速冻肉丸的市场定位及销售策略，降价提量，降低了毛利率水平。

报告期各期，肉肠类产品毛利率分别为：44.89%、49.31%和 **50.56%**。

1、2018 年相较 2017 年毛利率上升的原因

单位：元/千克

类别	项目	2018 年		2017 年
		数值	变动率/值	数值
鱼肠	销售均价	45.51	1.90%	44.66
	单位成本	25.41	-5.19%	26.80
	毛利率	44.17%	4.18%	39.99%
	销售占比	82.24%	-12.93%	95.17%
猪肉肠	销售均价	79.15	17.66%	67.27
	单位成本	39.33	-4.56%	41.21
	毛利率	50.31%	11.57%	38.74%
	销售占比	12.11%	7.28%	4.83%

鱼肠、猪肉肠毛利率的提升是肉肠类产品毛利率提升的主要原因。鱼肠产品生产技术、工艺水平提升，单位成本下降，毛利率提升。猪肉肠高单价的产品型号实现了较好销售，且原材料猪肉价格下降，毛利率提升。

2、2019 年相较 2018 年毛利率上升的原因

单位：元/千克

类别	项目	2019 年		2018 年
		数值	变动率/值	数值
鱼肠	销售均价	40.22	-11.62%	45.51
	单位成本	20.76	-18.30%	25.41
	毛利率	48.38%	4.22%	44.17%
	销售占比	80.56%	-1.68%	82.24%
猪肉肠	销售均价	77.58	-1.98%	79.15
	单位成本	34.74	-11.67%	39.33
	毛利率	55.22%	4.91%	50.31%
	销售占比	16.35%	4.24%	12.11%

鱼肠、猪肉肠毛利率的提升是肉肠类产品毛利率提升的主要原因。公司调整鱼肠产

品市场定位，销售均价及单位成本下降，且鱼肠产量上升进一步降低了单位成本，因此毛利率提升。公司通过拓展境外猪肉采购渠道及研发改进猪肉肠产品配方以控制成本，且猪肉肠产量上升进一步降低了单位成本，因此毛利率提升。

3、鱼肠类不良品的影响

2017年，公司工艺尚未成熟并且生产工人对设备使用不当，产品不良率较高，原材料及肠体外包装损耗较大，因此鱼肠类的单位生产成本较高。随着生产技术、工艺水平的提升，鱼肠类不良品率降低，不良品的主要原材料可重新灌装，主要为肠衣损耗。详见本回复“问题12”之“六”。

因此鱼肠类不良品率对肉肠类2017年毛利率存在一定影响，对2018、2019年毛利率影响较低。

综上，肉肠类毛利率逐年上升具有合理性。

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“十一、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“3、主营业务毛利率分析”之“（1）分产品毛利率分析”之“④肉肠类”中补充披露上述内容。

三、补充披露经销模式毛利率由2017年30.62%上升至2018年38.59%，其上升幅度高于当年其他渠道毛利率的原因及合理性；补充披露直销模式毛利率由2018年34.78%上升至2019年45.62%，而其他模式毛利率均下滑的原因及合理性

报告期各期，发行人不同销售模式下的毛利率情况如下表所示：

单位：%

项目			2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
ODM 模式			41. 21	37.74	38.51	34.57
自有品牌	线上销售		35. 20	55.77	59.62	58.17
	线下销售	经销	36. 89	35.44	38.60	30.43
		直销	34. 27	43.36	35.11	31.93
	小计		35. 96	37.84	38.30	30.60
主营业务毛利率			39. 45	37.77	38.46	33.80

（一）补充披露经销模式毛利率由2017年30.62%上升至2018年38.59%，其上升幅度高于当年其他渠道毛利率的原因及合理性

2017年度、2018年度，经销收入中猪肉脯、肉松类产品占比较高，两者的合计占

比分别为 94.93%、84.57%。经销模式中猪肉脯的毛利率由 2017 年的 29.72%提高至 2018 年的 39.97%，肉松类产品毛利率由 2017 年的 32.11%提升至 2018 年的 40.19%，是经销模式毛利率提升的主要因素。

经销模式下猪肉脯产品毛利率的提升，除去 2018 年猪肉原材料下降的整体因素外，原因如下：①主要经销商采购需求的变化，其 2018 年采购需求集中在较高毛利率的品类；②不同成本水平的猪肉脯产品对猪肉价格变化的敏感性不同，成本较高的品类对猪肉价格变动更加敏感，经销模式下高成本猪肉脯的占比较高，因此成本下降幅度更大，推高了毛利率。

经销模式下肉松类产品毛利率的提升，除去 2018 年猪肉原材料下降的整体因素外，主要系产品结构变化所致。

（二）补充披露直销模式毛利率由 2018 年 34.78%上升至 2019 年 45.62%，而其他模式毛利率均下滑的原因及合理性

报告期各期，公司线下直销的销售金额分别为 703.02 万元、2,175.37 万元和 **3,072.99 万元**，占主营业务收入的比例分别为 2.71%、8.52%和 **10.81%**，各期毛利率分别为 35.11%、43.36%和 **35.96%**。

2019 年相较 2018 年，直销模式下的销售规模和毛利率均实现增长，主要原因为：一方面，公司持续投入建设自有品牌，逐步发展直销客户。直销客户购买公司产品主要用于自身主营业务的消化上，如食堂、礼包或赠品等，因此公司对直销客户的利润空间较 ODM 和经销客户大。由于直销价格低于 ODM 及经销的最终销售价格，公司与直销客户的谈判有一定优势。因此，公司在 2019 年新拓展的直销客户以及原有直销客户都实现了较高的销售毛利。另一方面，2019 年 2 月新开业的 2 家自营门店的直销毛利率高于其他模式。

综上，公司经销模式毛利率 2018 年的上升、直销模式毛利率 2019 年的上升具有合理性。

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“十一、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“3、主营业务毛利率分析”之“（2）分销售模式毛利率分析”中进行了补充披露。

四、补充披露发行人作为 ODM 企业，毛利率却和煌上煌、盐津铺子等拥有自主品牌和销售渠道公司的毛利率较为一致的合理性

肉类休闲食品行业目前处于发展阶段，业内企业生产的主要产品具有其地方特色，如鸭脖、凤爪、小鱼干、肉脯等。公司所生产的肉脯等产品是广东岭南特色食品。公司主打产品“真美”牌肉脯是广东省名牌产品，在省内外有较高的知名度，公司在全国同行业同类产品生产企业中名列前茅。公司肉脯产品出口港澳量居全国前三位。

虽然公司在品类及区域上有优势，但整体规模相对可比公司较小，产能的不足使公司在市场战略上有所选择。公司为自然派、名创优品、广州酒家、皇上皇、元初食品、天虹、沃尔玛（惠宜）、全家（呀米将）、香港珍之味、759 阿信屋、优品 360 等多个知名品牌提供肉类休闲食品的 ODM 服务。

公司的技术研发实力雄厚，是国家高新技术企业。公司已获得 22 项发明专利，还先后主导及参与《肉脯》（GB/T31406-2015）、《肉制品分类》（GB/T26604-2011）、《肉松》（GB/T23968-2009）等 28 项国家及行业标准的制订工作，获得了“全国主食加工示范企业”、“农业产业化国家重点龙头企业”、“省级企业技术中心”、“广东省食品行业名牌产品”、“广东省老字号协会会员”等重要荣誉。

因此，公司毛利率与同行业可比公司平均水平较为一致具有合理性。

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“十一、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“4、可比公司毛利率比较”中进行了补充披露。

五、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，说明核查方法、核查范围和核查结论

（一）核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1、结合各大类产品销售均价及单位成本，分析毛利率变动的影响因素。

2、结合肉肠类、肉丸类销售均价及单位成本，分析毛利率差异原因；结合肉肠类产品结构变动及销售均价及单位成本的变动，分析肉肠在规模化生产可能产生不良品的背景下，毛利率逐年上升的合理性。

3、结合经销模式、直销模式的产品结构、客户特征，分析经销模式毛利率 2018 年

上升、直销模式毛利率 2019 年上升的原因及合理性。

4、查阅发行人行业地位及竞争力情况；取得发行人关于毛利率的说明。

（二）核查结论

申报会计师认为：

1、发行人已在招股说明书中补充披露各产品销售均价、单位成本的变动情况，以及对产品毛利率变动的影响。

2、发行人已在招股说明书中补充披露相关内容；报告期内肉肠类毛利率高于肉丸类毛利率的原因具有合理性；肉肠类产品的毛利率逐年上升具有合理性。

3、发行人已在招股说明书中补充披露相关内容；发行人经销模式毛利率 2018 年的上升、直销模式毛利率 2019 年的上升具有合理性。

4、发行人毛利率与同行业可比公司平均水平较为一致具有合理性。

问题 19：关于财务规范性。

申报材料显示，发行人 2017 年现金收款 2,629.07 万元，占当年营业收入的 10.43%，此外发行人还存在现金支出情形，但未披露其具体金额情况。

请发行人：

（1）补充披露 2017 年存在现金收款情形的客户数量及占发行人客户总数量的比例；现金收款金额占该部分客户收入的比例；存在现金收款情形前五大客户情况，包括但不限于客户成立时间、所在省市、所属销售渠道类型、报告期各期销售收入金额、现金收款金额及占比、发行人是否系其主要供应商等；

（2）以表格形式补充披露现金支出的具体情况，现金支出占对应费用的比例是否较大，发行人财务核算基础是否存在薄弱环节；

（3）按照《审核问答》相关内容，补充披露是否存在转贷、向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现后获取银行融资、使用个人卡等其他财务不规范情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明是否对相关现金支出的真实用途进行有效核实。请中介机构根据《审核问答》相关要求逐项核查，并说明核查方法、核查范围和核查结论。

【回复】

一、补充披露 2017 年存在现金收款情形的客户数量及占发行人客户总数量的比例；现金收款金额占该部分客户收入的比例；存在现金收款情形前五大客户情况，包括但不限于客户成立时间、所在省市、所属销售渠道类型、报告期各期销售收入金额、现金收款金额及占比、发行人是否系其主要供应商等

（一）补充披露 2017 年存在现金收款情形的客户数量及占发行人客户总数量的比例；现金收款金额占该部分客户收入的比例

除零售客户外，公司 2017 年存在现金收款的客户数量为 14 家，占公司 2017 年总客户数量比例为 11.38%。

2017-2020 年现金收款金额占存在现金收款的客户收入的比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
现金收款金额①	353.40	362.79	374.78	2,629.07
其中：对应报告期前销售收入的现金收款②	-	-	-	1,442.97
对应报告期内销售收入的现金收款③	353.40	362.79	374.78	1,186.10
存在现金收款客户各期合计销售含税金额④	975.92	940.29	886.26	1,840.32
对应报告期内销售收入的现金收款金额占存在现金收款客户合计销售含税金额的比例⑤（=③/④）	36.21%	38.58%	42.29%	64.45%

如上表所示，2017-2020 年，公司现金收款金额逐年降低。

（二）存在现金收款情形前五大客户情况，包括但不限于客户成立时间、所在省市、所属销售渠道类型、报告期各期销售收入金额、现金收款金额及占比、发行人是否系其主要供应商等

1、2017-2020 年现金收款累计金额前五大客户情况如下：

序号	客户名称	成立时间	所在省市	销售渠道
1	湘潭市雨湖区碎碎钱副食南杂店	2010-06-08	湖南省湘潭市	经销商
2	韶山市如意镇山山副食品批发部	2006-07-05	湖南省韶山市	经销商
3	韶山市日日升超市	2013-12-10	湖南省韶山市	经销商
4	韶山市爱家超市	2009-10-22	湖南省韶山市	经销商
5	普宁市流沙新群兴食品经营部	2011-06-02	广东省普宁市	经销商

2、2017-2020 年现金收款累计金额前五大客户各期销售收入金额、现金收款金额及占比

2017 年：

单位：万元，%

客户名称	现金收款额	含税销售收入	现金收款额占含税销售收入比重
湘潭市雨湖区碎碎钱副食南杂店	441.50	198.70	222.20
韶山市如意镇山山副食品批发部	413.00	187.39	220.40
韶山市日日升超市	311.50	91.68	339.75
韶山市爱家超市	301.00	68.57	438.94
普宁市流沙新群兴食品经营部	208.60	154.60	134.93

客户名称	现金收款额	含税销售收入	现金收款额占含税销售收入比重
合计	1,675.60	700.94	239.05

2018 年：

单位：万元，%

客户名称	现金收款额	含税销售收入	现金收款额占含税销售收入比重
湘潭市雨湖区碎碎钱副食南杂店	87.00	174.61	49.83
韶山市如意镇山山副食品批发部	89.00	169.35	52.55
韶山市日日升超市	-	-	-
韶山市爱家超市	-	-	-
普宁市流沙新群兴食品经营部	-	-	-
合计	176.00	343.96	51.17

2019 年：

单位：万元，%

客户名称	现金收款额	含税销售收入	现金收款额占含税销售收入比重
湘潭市雨湖区碎碎钱副食南杂店	52.20	67.20	77.68
韶山市如意镇山山副食品批发部	24.80	-	/
韶山市日日升超市	-	-	-
韶山市爱家超市	-	-	-
普宁市流沙新群兴食品经营部	-	-	-
合计	77.00	67.20	114.58

2020 年：

单位：万元，%

客户名称	现金收款额	含税销售收入	现金收款额占含税销售收入比重
湘潭市雨湖区碎碎钱副食南杂店	24.00	-	/
韶山市如意镇山山副食品批发部	109.32	135.27	80.82%
韶山市日日升超市	-	-	-

客户名称	现金收款额	含税销售收入	现金收款额占含税销售收入比重
韶山市爱家超市	-	-	-
普宁市流沙新群兴食品经营部	-	-	-
合计	133.32	135.27	/

3、发行人不是前五大现金收款客户的主要供应商

韶山市日日升超市、韶山市爱家超市系连锁超市且兼营批发零售，产品品类包括日常生活用品、食品等，普宁市流沙新群星食品经营部主营批发兼零售各类预包装食品及乳制品，发行人产品仅系前述客户经营内容的一项。报告期内，公司逐步规范现金收款情形，基于前述三家客户销货能力，自 2018 年发行人与其未再合作，发行人不是其主要供应商。

湘潭市雨湖区碎碎钱副食南杂店、韶山市如意镇山山副食品批发部主营预包装食品、日用品的批发及零售，发行人不是其主要供应商。根据客户提供数据，各期向发行人采购金额占其总采购金额的比重如下：

客户名称	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
湘潭市雨湖区碎碎钱副食南杂店	10%-20%	10%-20%	10%以下	-
韶山市如意镇山山副食品批发部	10%-20%	10%-20%	-	10%-20%

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“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“5、现金收款情况”中补充披露上述内容。

二、以表格形式补充披露现金支出的具体情况，现金支出占对应费用的比例是否较大，发行人财务核算基础是否存在薄弱环节

1、报告期内，现金支出的具体情况

单位：万元

项目	2020 年		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
期间费用	145.39	4.00%	135.62	5.14%	145.77	5.96%
职工薪酬	21.29	1.00%	50.89	1.57%	83.70	2.90%
材料采购	63.26	0.00%	31.20	0.21%	10.64	0.08%
固定资产	7.92	1.00%	5.48	0.15%	23.48	4.66%

项目	2020 年		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
税金	-	0.00%	0.85	0.28%	0.98	0.28%
营业外支出	1.20	3.00%	0.00	0.04%	-	0.00%
合计	239.06	-	224.05	-	264.57	-

注：占比=各项目现金支出额/对应的项目总额

从上表可知，公司现金支出的内容主要系支付员工报销款、一线员工工资、材料采购款等，自 2018 年度开始，公司规范现金支出管理，现金支出金额及占对应项目的占比大体呈下降趋势。

2、降低比例现金支出的合理措施

公司制定合理措施降低现金支出比例，并在报告期内取得一定成效。相关措施包括：①工资支付方面，要求员工办理工资卡，统一以银行转账方式支付工资；②健全供应商管理制度，尽量与正规大型厂商进行合作，降低现金支付比例；③费用报销方面，公司规定了现金支付报销的限额，以尽量减少现金支付。

3、相关内控制度及其执行情况

公司制定和完善了《货币资金管理制度》、《费用报销管理制度》等规章制度，不断加强货币资金内控管理，报告期内现金支付金额及占比逐年减少。公司的现金支出是与日常经营活动相关的支出，针对零星采购支出，公司依据核对一致的报销单、入库单、采购发票及付款单据，在相关采购入库时确认采购成本，在费用实际发生当期确认相应的费用支出；针对现金发放员工薪酬，公司根据员工工资表计提相应的成本和费用；针对现金支付的税金，在获取完税证明时核对税款的所属期并确认相应的税金支出。财务部门、采购部门及其他相关部门人员对现金采购的相关性、合理性和准确性进行审核，要求收付款审批单据、收付款收据等相关单据齐备。

综上所述，公司财务核算基础不存在薄弱环节。

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“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“7、财务规范性其他情况”中补充披露上述内容。

三、按照《审核问答》相关内容，补充披露是否存在转贷、向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现后获取银行融资、使用个人卡等其他财务不规范情形

公司不存在为满足贷款银行受托支付要求，在无真实业务支持情况下，通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道（简称“转贷”行为）；不存在向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现后获取银行融资；不存在与关联方或第三方直接进行资金拆借；不存在通过关联方或第三方代收货款；不存在利用个人账户对外收付款项；不存在出借公司账户为他人收付款项；不存在违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金等重大不规范情形。

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“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“7、财务规范性其他情况”中补充披露上述内容。

四、请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明是否对相关现金支出的真实用途进行有效核实。请中介机构根据《审核问答》相关要求逐项核查，并说明核查方法、核查范围和核查结论

（一）核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

1、对相关现金支出的真实用途进行有效核实

（1）了解、评价、测试发行人与现金支出相关的关键内部控制的设计和运行的有效性；

（2）访谈发行人财务负责人，了解现金支付的业务流程及形成原因，分析现金支出的合理性；

（3）查阅发行人现金日记账及库存现金明细账，检查是否存在大额、异常现金支出；针对大额现金支出，抽查支持性文件是否充分；

（4）针对现金交易较大的供应商，通过互联网信息查询其注册信息、股权结构和主要人员等，核查是否存在关联关系。

2、根据《审核问答》相关要求逐项核查，并说明核查方法、核查范围

根据《审核问答》25题的相关要求，我们执行的主要核查程序如下：

(1) 了解与资金管理相关的关键内部控制，测试内部控制运行的有效性；

(2) 查阅与供应商的往来明细账，检查是否存在与货款无关的大额收支，确认是否存在通过供应商等取得银行贷款的行为；

(3) 查阅与客户的往来明细账，检查是否存在与货款无关的大额收支，确认是否存在为客户提供银行贷款资金走账通道的行为；

(4) 查阅应付票据明细账，并向银行询证应付票据信息，检查发行人报告期内是否存在向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据的情况；

(5) 查阅往来款明细账，核查发行人及其实际控制人、非独立董事、监事、高管、主要财务人员的银行账户流水，并向发行人的实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要财务人员、主要客户和供应商进行确认，核查发行人是否存在与关联方或第三方直接进行资金拆借、通过关联方或第三方代收货款、利用个人账户对外收付款项等情形；

(6) 查阅现金、银行日记账以及往来款明细账，并抽查大额现金及银行收支，核查是否存在出借公司账户为他人收付款项、违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金等情形。

(二) 核查结论

申报会计师认为：

1、相关现金支出的真实用途的核查结论

(1) 发行人已建立合理的现金交易内控管理制度且执行有效；

(2) 报告期内，发行人的现金支出真实。

2、根据《审核问答》相关要求逐项核查的核查结论

(1) 报告期内，发行人不存在通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道的行为；

(2) 报告期内，发行人不存在票据结算业务，因此不存在向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，进行票据贴现后获得银行融资的行为；

(3) 报告期内，发行人不存在与关联方或第三方直接进行资金拆借、通过关联方或第三方代收货款、利用个人账户对外收付款项、出借公司账户为他人收付款项、违反

内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金等财务内控不规范的情形。

问题 20：关于期间费用。

申报材料显示：

（1）发行人销售费用中职工薪酬分别为 136.79 万元、219.53 万元、228.31 万元和 63.28 万元，管理费用中职工薪酬分别为 454.99 万元、595.61 万元、771.01 万元和 179.91 万元；

（2）公司研发费用分别为 831.19 万元、1,096.40 万元、1,132.16 万元和 344.77 万元，占营业收入的比例分别为 3.30%、4.23%、4.44%和 5.77%，主要为研发相关的原材料投入和职工薪酬支出等，原始报表和申报报表差异显示，发行人 2017 年、2018 年研发费用 831.19 万元、1,096.40 万元系由管理费用调整而来。

请发行人补充披露：

（1）报告期员工人数及人均薪酬的变动情况，人均薪酬与同行业公司相比是否存在显著差异，若存在请说明原因及合理性；

（2）生产活动和研发活动对原材料领用的划分是否准确，研发活动对原材料耗用金额较大是否合理；

（3）对原始财务报表研发费用进行调整的原因，研发人员教育层次构成情况、各层次对应人数及薪酬水平，研发费用归集是否合规，研发投入的合理性、真实性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、报告期员工人数及人均薪酬的变动情况，人均薪酬与同行业公司相比是否存在显著差异，若存在请说明原因及合理性

（一）报告期员工人数的变动情况

报告期各期末，本公司在职员工总数如下表所示：

期间	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
员工人数（人）	571	620	658

公司已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十七、员工及其社会保障情况”之“（一）员工人数及变化情况”对报告期员工人数的变动情况进行更新披露。

报告期各期末员工人数的变动情况分析，参见本回复“问题3”第5问“（二）说明各岗位员工的地区分布情况，是否与发行人业务规模相匹配”相关回复内容。

（二）报告期内人均薪酬的变动情况，人均薪酬与同行业公司相比是否存在显著差异，若存在请说明原因及合理性

关于“报告期内人均薪酬的变动情况，人均薪酬与同行业公司相比存在的差异及其原因、合理性”，参见本回复“问题3”第5问“（一）补充披露各级别及各类岗位员工收入水平，与当地平均公司及同行业可比公司水平的比较情况”之“3、与当地平均公司及同行业可比公司水平的比较情况”之“（2）与同行业可比公司的比较情况”相关回复内容。

公司已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十七、员工及其社会保障情况”之“（四）报告期内各级别及各类岗位员工收入水平情况”对上述内容进行了补充披露。

二、生产活动和研发活动对原材料领用的划分是否准确，研发活动对原材料耗用金额较大是否合理

（一）生产活动和研发活动对原材料领用的划分是否准确

1. 研发活动原材料领用的内控管理

公司制定了《研发立项与试制管理作业流程与制度》等研发活动相关制度，以研发项目为核算单元，建立了完整的研发投入核算体系。在研发项目立项时，确定唯一的项目编码，后续研发活动支出按照研发项目进行独立的预算、审批及归集。

研发部门领料需编制研发项目领料单，按照审批权限逐级审批，确定支出的必要性、对应的研发项目及具体用途。研发部门设立研发项目台账对研发领料进行登记管理。

2. 研发活动与生产活动原材料领用相互独立

公司生产领料由生产部门根据生产布产单填制生产领料单并进行领料；研发领料由研发部门根据试制计划填制研发领料单进行领料，生产活动与研发活动原材料领用相互独立。

3. 研发活动原材料领用的会计核算

公司严格区分生产领料和研发领料的会计核算，财务部门根据研发领料单按研发项目归集研发活动的原材料领用。

（二）研发活动对原材料耗用金额较大是否合理

1、研发活动对原材料耗用金额较大的原因

近年来休闲食品行业发展迅速，产品的更新换代较快，公司需要配合 ODM 客户进行产品研发调整；为了适配消费者的喜好，公司需要积极研发符合市场需求的新产品。

公司的研发对象主要为肉类休闲食品，研发包括小试及中试阶段。小试阶段主要从品类、配料和风味、生产工艺、包装技术等维度对产品进行研发。中试阶段是对小试阶段开发出来的产品进行放大试验，需耗费较多的原材料，目的是确保小试阶段开发出来的产品能够在规模化和自动化生产的环境下满足感官指标、理化指标、微生物指标、储存运输及保质期的要求。因此，发行人研发活动对原材料耗用金额较大。

2、公司的研发费用中研发领料占比与同行业可比公司的比较

报告期内，公司的研发费用中研发领料占比与同行业可比公司比较情况如下：

项目	煌上煌	海欣食品	盐津铺子	立高食品	平均	真美股份
2020 年	-	37.39%	65.48%	43.87%	48.91%	73.33%
2019 年	-	43.51%	61.50%	42.66%	49.22%	59.16%
2018 年	-	51.79%	67.65%	49.40%	56.28%	57.06%

注：煌上煌未披露研发费用结构。

2018-2019 年，公司研发领料占比略高于同行业可比公司的平均水平，不存在重大差异；2020 年，公司研发领料占比较高，主要系当年公司新增研发项目较多所致。

综上所述，公司生产活动和研发活动对原材料领用的划分准确，研发活动对原材料耗用金额较大具有合理性。

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“十一、经营成果分析”之“（四）期间费用”之“3、研发费用”之“（3）生产活动和研发活动对原材料领用的划分准确，研发活动对原材料耗用金额较大合理”中补充披露上述内容。

三、对原始财务报表研发费用进行调整的原因，研发人员教育层次构成情况、各层次对应人数及薪酬水平，研发费用归集是否合规，研发投入的合理性、真实性

（一）对原始财务报表研发费用进行调整的原因

根据财政部《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15 号）的要求，研发费用应在利润表单独列报。因此公司将原始财务报表中在管理费用

列报的研发费用调整至“研发费用”项目单独列示。

（二）研发人员教育层次构成情况、各层次对应人数及薪酬水平

截至 2020 年 12 月 31 日，公司参与研发活动人员共 49 人，薪酬计入研发费用共 28 人，其余为辅助研发人员；研发人员教育层次构成情况如下：

教育层次结构	期末人数（人）	人数占比	平均年化薪酬（万元）
硕士及以上学历	2	7.14%	7.94
本科	9	32.14%	7.40
大专学历	11	39.29%	4.53
高中及以下学历	6	21.43%	4.51
合计	28	100.00%	6.08

（三）研发费用归集是否合规

公司研发费用包括直接材料、职工薪酬、技术服务费、折旧费、水电费、中间试验费及其他等。各明细项目的具体支出内容如下表所示：

序号	项目	具体内容	归集、分摊方法
1	原材料	为实施研发活动而领用的原材料	根据研发部门的领料单归集各个项目的材料支出
2	职工薪酬	从事研发活动人员的薪酬	按月归集研发人员薪酬后进行分摊
3	技术服务费	外部单位提供的研发相关的技术服务费用	按照研发项目归集
4	折旧费	研发活动使用建筑物、仪器设备的折旧费用	按月归集研发使用建筑物、仪器设备的折旧后进行分摊
5	水电费	研发相关的水电费	按月归集研发耗用水电费后进行分摊
6	中间试验费	试验检测相关费用	按月归集后进行分摊
7	其他费用	其他与研发活动相关的费用	按月归集后进行分摊

公司制定《研发立项与试制管理作业流程与制度》等研发相关流程及制度，明确研发活动与生产活动的支出及核算范围。对可直接归属于研发项目的费用直接按项目归集；对无法直接归属于研发项目的费用，按月归集后按项目进行分摊。

公司研发费用的归集方法符合《企业会计准则》的相关规定。

（四）公司研发投入合理性、真实性

1、报告期内，公司与同行业可比公司研发费用率比较情况如下：

单位：%

公司简称	2020 年	2019 年	2018 年
煌上煌	3.07	3.27	2.94
海欣食品	1.11	1.10	1.88
盐津铺子	2.63	1.92	2.09
立高食品	2.91	2.62	2.75
平均	2.43	2.23	2.42
真美股份	4.63	4.44	4.23

公司研发费用率高于同行业可比公司平均水平，主要系：①公司重视研发投入，建立了较为完善的研发体系，研发活动对于扩展产品品类、提高产品质量、保障产品安全、提升生产效率、降低生产成本均起到了重要作用，随着时间的变化，终端消费者对于产品的包装、口味、口感等方面的偏好也会发生变化，研发的投入是维系公司现有产品竞争力的重要因素；② ODM 模式主要依靠研发和生产驱动业绩增长，同行业可比公司同时以品牌、研发、销售及生产驱动业绩增长，因此公司研发费用率较高；③公司在报告期内加大新品类的研发投入，即食鱼丸、即食虾滑和即食蟹黄风味球等已经在售；膳食纤维肉制品、重组蛋白肉产品等即将推向市场。因此，公司研发费用率较高具有合理性。

2、报告期内，公司的研发费用结构与同行业可比公司比较情况如下：

2020 年：

项目	煌上煌	海欣食品	盐津铺子	立高食品	平均	真美股份
直接材料	——	37.39%	65.48%	43.87%	48.91%	73.33%
职工薪酬	——	41.34%	23.64%	40.95%	35.31%	15.05%
折旧与摊销	——	11.63%	9.94%	2.10%	7.89%	5.41%
其他	——	9.65%	0.94%	13.08%	7.89%	6.22%
合计	——	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

2019 年：

项目	煌上煌	海欣食品	盐津铺子	立高食品	平均	真美股份
直接材料	——	43.51%	61.50%	42.66%	49.22%	59.16%
职工薪酬	——	38.46%	19.07%	44.51%	34.02%	21.77%
折旧与摊销	——	15.13%	8.67%	1.83%	8.54%	6.42%
其他	——	2.90%	10.75%	10.99%	8.21%	12.65%

合计	——	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
----	----	---------	---------	---------	---------	---------

2018年:

项目	煌上煌	海欣食品	盐津铺子	立高食品	平均	真美股份
直接材料	——	51.79%	67.65%	49.40%	56.28%	57.06%
职工薪酬	——	29.10%	22.34%	39.98%	30.47%	22.36%
折旧与摊销	——	11.75%	8.17%	2.75%	7.56%	5.45%
其他	——	7.37%	1.84%	7.87%	5.69%	15.13%
合计	——	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

2018-2019年，公司研发领料占比略高于同行业可比公司的平均水平，不存在重大差异；2020年，公司研发领料占比较高，主要系当年公司新增研发项目较多所致。

综上所述，公司制定并有效执行研发内控制度及措施，能够准确区分生产领料及研发领料，合理归集及分配研发费用，研发费用核算真实、准确、完整。公司研发费用率与同行业可比公司相比具有合理性、研发费用结构与同行业可比公司不存在重大差异。因此，公司研发投入合理、真实。

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“十一、经营成果分析”之“（四）期间费用”之“3、研发费用”之“（4）公司研发投入的合理性、真实性”中补充披露上述内容。

四、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

1、获取了发行人员工花名册和人均薪酬数据，查询了同行业可比公司的人均薪酬水平，进行了比较和分析。

2、（1）了解、评价、测试发行人与研发领料相关的关键内部控制的设计和运行的有效性；（2）查阅发行人报告期内研发项目的领料明细，抽查研发项目领料单，检查研发领料与生产领料是否严格区分，会计处理是否正确；（3）访谈研发负责人，了解研发活动内容，与同行业可比公司研发领料占比进行比较，分析研发活动对原材料耗用金额较大的合理性。

3、（1）取得研发人员花名册及工资表，核查研发人员的学历、年龄、入职时间及

薪酬情况；（2）了解研发费用归集及分配方法，分析是否符合《企业会计准则》的规定；（3）抽查研发费用相关单据，与同行业可比公司研发费用率、研发费用结构进行比较，核查研发投入的合理性、真实性。

（二）核查结论

申报会计师认为：

1、（1）发行人报告期员工人数与发行人业务规模相匹配，不存在异常变动情况；（2）员工人均薪酬及其变动具有合理性，与公司所在地区、所处行业和员工类别相适应，并与公司各年度经营业绩趋势相符合；员工的平均收入水平低于同行业可比公司，主要系员工结构差异、地区差异、业绩增长差异等；（3）发行人已在招股说明书中对上述内容进行了补充披露。

2、发行人生产活动和研发活动对原材料领用的划分准确，研发活动对原材料耗用金额较大具有合理性。

3、发行人对原始财务报表研发费用进行调整的原因是执行新企业财务报表格式；发行人已补充披露研发人员教育层次构成情况、各层次对应人数及薪酬水平；发行人研发费用归集合规，研发投入具有合理性、真实性。

问题 21：关于其他收益与营业外收入。

申报材料显示，发行人其他收益金额分别为 279.27 万元、416.51 万元、351.71 万元和 196.44 万元，营业外收入 2017 年至 2019 年分别为 170.43 万元、319.30 万元和 3.72 万元。

请发行人补充披露：

（1）报告期各期其他收益、营业外收入对利润总额的贡献占比；

（2）其他收益、营业外收入对应的递延收益情况，报告期各期收到补助金额、确认损益金额、结余金额情况；

（3）发行人对各项补助在期收入确认时点、分摊金额是否符合《企业会计准则》相关规定；

（4）2020 年 3 月末待确认损益的相关政府补助预计在未来年度确认损益的分布情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、报告期各期其他收益、营业外收入对利润总额的贡献占比

报告期内，公司各期其他收益、营业外收入对利润总额的贡献占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
其他收益	577.41	351.71	416.51
营业外收入	173.02	42.04	327.44
利润总额	6,609.21	5,040.56	6,136.47
其他收益占利润总额比重	8.74%	6.98%	6.79%
营业外收入占利润总额比重	2.62%	0.83%	5.34%

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“十一、经营成果分析”之“（五）其他收益”中补充披露上述内容。

二、其他收益、营业外收入对应的递延收益情况，报告期各期收到补助金额、确认损益金额、结余金额情况

1、其他收益、营业外收入对应的递延收益情况

(1) 报告期内不存在递延收益计入营业外收入的情况。

(2) 报告期内，其他收益对应的递延收益情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初余额	983.47	1,119.21	1,413.10
本期新增	50.00	90.00	-
计入其他收益	307.61	225.74	293.90
期末余额	725.86	983.47	1,119.21

2、报告期各期收到补助金额、确认损益金额、结余金额情况

单位：万元

年度	期初结余 余额	收到补助金 额	确认损益金额			期末结余 金额
			计入其他收 益	计入营业 外收入	抵减财务 费用	
2020 年度	983.47	332.32	575.85	0.75	13.33	725.86
2019 年度	1,119.21	239.97	351.02	3.72	20.96	983.47
2018 年度	1,413.10	446.92	416.51	319.30	5.00	1,119.21

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、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“(一)负债情况分析”之“2 非流动负债分析”之“(3) 递延收益”中补充披露。

三、发行人对各项补助在各期收入确认时点、分摊金额是否符合《企业会计准则》相关规定

1、报告期内，公司政府补助的会计处理方法

(1) 与日常经营活动相关的政府补助

与资产相关的政府补助在收到时确认为递延收益，并在相关资产受益年限内分期计入损益。

与收益相关的政府补助，用于补偿公司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；用于补偿公司已发生

的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益。

取得财政拨付的贴息资金，将对应的贴息冲减相关借款费用。

（2）与日常经营活动无关的政府补助

与日常经营活动无关的政府补助，计入营业外收支。

2、会计处理符合《企业会计准则》相关规定

《企业会计准则第 16 号——政府补助》第八条规定，“与资产相关的政府补助，应当冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，应当在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益”；第九条规定，“与收益相关的政府补助，应当分情况按照以下规定进行会计处理：（一）用于补偿企业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，计入当期损益或冲减相关成本；（二）用于补偿企业已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本”。

综上，公司对政府补助的会计处理符合《企业会计准则第 16 号——政府补助》的相关规定。

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、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债情况分析”之“2 非流动负债分析”之“（3）递延收益”中补充披露。

四、2020 年 3 月末待确认损益的相关政府补助预计在未来年度确认损益的分布情况

2020 年 3 月末、12 月末待确认损益的相关政府补助，包括与收益相关的政府补助及与资产相关的政府补助。与收益相关的政府补助在预计相关费用发生的期间确认损益；与资产相关的政府补助在相关资产的预计受益年限内分期确认损益。预计在未来年度确认损益的分布情况如下：

单位：万元

期间	2020 年 3 月末余额对应确认损益分布金额	2020 年 12 月末余额对应确认损益分布金额
2020 年 4-12 月	231.54	-
2021 年度	178.78	181.91
2022 年度	171.14	173.34
2023 年度	153.87	156.07

2024 年度	112.92	115.12
2025 年度	51.11	53.31
2026 年度	19.59	21.79
2027 年度	9.17	11.37
2028 年度	4.19	6.39
2029 年度	2.43	4.63
2030 年度	0.75	1.93
合计	935.49	725.86

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、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债情况分析”之“2 非流动负债分析”之“（3）递延收益”中补充披露。

五、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、复核发行人其他收益、营业外收入对利润总额的贡献占比；
- 2、复核发行人其他收益、营业外收入对应的递延收益情况，报告期各期收到的补助金额、确认损益金额、结余金额情况；
- 3、了解发行人报告期内政府补助的会计处理方法，检查政府补助相关的政策文件、银行回单等，分析是否符合《企业会计准则》的规定；
- 4、获取发行人 2020 年 3 月末、12 月末待确认损益的相关政府补助预计在未来年度确认损益的分布情况明细表，复核测算过程是否合理。

（二）核查结论

保荐人、申报会计师认为：

- 1、发行人已在招股说明书中补充披露其他收益、营业外收入对利润总额的贡献占比。
- 2、发行人已在招股说明书中补充披露其他收益、营业外收入对应的递延收益情况，报告期各期收到的补助金额、确认损益金额、结余金额情况。

3、报告期内发行人对各项补助在各期的收入确认时点、分摊金额符合《企业会计准则》的相关规定。

4、发行人已在招股说明书中补充披露 2020 年 3 月末、12 月末待确认损益的相关政府补助预计在未来年度确认损益的分布情况。

问题 22：关于产能和非流动资产。

申报材料显示：

（1）发行人 2020 年 1-3 月肉脯类产能 796.64 吨，推算 2020 年全年产能 3,186.56 吨，低于 2019 年的 4,435.20 吨和 2017、2018 年的 3,674.88 吨，发行人其他产品 2020 年产能亦出现类似情形；发行人肉肠产品产能利用率报告期分别为 14.51%、18.25%、28.67%、16.14%；

（2）发行人固定资产原值分别为 16,947.63 万元、17,399.69 万元、20,911.23 万元、21,188.06 万元，增长较快；

（3）发行人在建工程账目价值分别为 440.48 万元、7,113.29 万元、3,232.74 万元、4,136.01 万元，主要系味和道厂区装修工程、味和道厂区装修工程、在安装设备、零星装修工程；

（4）发行人长期待摊费用金额分别为 392.78 万元、648.22 万元、3,509.83 万元、3,401.74 万元，主要系租赁房屋装修费；

（5）发行人预付工程款分别为 250.00 万元、0 万元、1,232.05 万元、4,102.05 万元。

请发行人补充披露：

（1）2020 年 1 季度各产品产能低于以往年度的原因，相关产能利用率计算是否准确；

（2）发行人机器设备类固定资产投资金额对应的单位产能情况，该单位产能投资金额与发行人募投项目单位产能投资金额的比较情况，差异是否重大，请说明原因及合理性；

（3）肉肠类产品对应的固定资产金额，肉肠类产品产能利用率常年维持较低水平，其对应固定资产减值准备计提是否充分；

（4）新增的固定资产、在建工程、长期待摊费用、预付工程款对应的施工方、供应商情况；其向发行人销售或服务的主要内容，价格是否公允；与发行人是否存在关联关系，其实控人是否系发行人现任、曾任股东或员工；

（5）四项在建工程项目、租赁房屋装修费的主要内容，发行人建设或改造升级的

原因，建设时间及完工时间，预计总投入及完工进度，设计产能及经济效益等情况，上述项目开展的必要性及合理性；

(6) 发行人固定资产的折旧政策，与同行业相比是否存在较大差异，是否符合发行人实际经营情况。

请保荐人、申报会计师结合盘点等核查方法，详细说明对发行人上述非流动资产的真实性和准确性的核查结论，发行人实控人、董监高、其他关键人员资金流水是否与上述施工方、供应商及其实控人存在资金往来。

【回复】

一、2020年1季度各产品产能低于以往年度的原因，相关产能利用率计算是否准确

原2020年1季度各产品产能计算结果低于以往年度的原因主要系考虑到：(1) 2020年1季度节假日较多；(2) 受“新冠疫情”影响，公司未能按时足额开工。如不考虑前述因素，按标准工作天数计算2020年1季度产能利用率情况如下：

产品分类	期间	产能（吨）	产量（吨）	产能利用率
肉脯类	2020年1-3月	1,298.88	740.94	57.04%
肉丸类	2020年1-3月	133.38	81.90	61.40%
肉肠类	2020年1-3月	243.00	24.05	9.90%
肉松类	2020年1-3月	84.00	39.96	47.57%

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（一）主要产品的生产和销售情况”中补充披露上述内容。

二、发行人机器设备类固定资产投资金额对应的单位产能情况，该单位产能投资金额与发行人募投项目单位产能投资金额的比较情况，差异是否重大，请说明原因及合理性

公司单位产能投资金额情况如下：

产品分类	2020年	2019年	2018年	2017年
机器设备类固定资产原值（万元）	9,044.09	8,669.58	6,146.66	5,735.79
年化产能（吨）	7,383.54	6,180.24	5,371.68	5,371.68
单位产能投资金额（万元/吨）	1.22	1.40	1.14	1.07

公司募投项目达产后年产肉脯9,000吨、肉丸3,000吨和蛋白肉3,000吨，对应生产、

检测和研发设备等费用 9,820.68 万元，其中肉脯 4,500 吨由江东旧厂区搬迁及改造设备而形成，对应设备搬迁及改造费 696.80 万元。

在剔除上述因素后，公司募投项目达产后年化产能为 10,500 吨，对应机器设备类固定资产投资金额为 9,123.88 万元，单位产能投资金额为 0.87 万元/吨。

公司募投项目单位产能投资金额低于现有情况，主要原因为现有厂区的规划布局、建筑结构逐渐不能满足现代食品生产管理的需求，导致公司难以在现有的基础上进行自动化生产线的大规模改造，部分生产环节的效率提升受到制约。因此，募投项目的单位产能投资金额有所降低，具有合理性。

公司已在招股说明书“第九节 募集资金运用和未来发展规划”之“一、募集资金运用概况”之“（五）募投项目与现有业务之间的关系”中披露上述内容。

三、肉肠类产品对应的固定资产金额，肉肠类产品产能利用率常年维持较低水平，其对应固定资产减值准备计提是否充分

截至 2020 年 12 月 31 日，肉肠类产品专用固定资产金额为 199.21 万元，其余固定资产与其他产品共用。报告期内，肉肠类产品毛利率在 40%-50%左右，相关固定资产不存在减值迹象，无需计提减值准备。

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“十二、资产质量分析”之“（三）非流动资产质量分析”之“1、固定资产”中补充披露上述内容。

四、新增的固定资产、在建工程、长期待摊费用、预付工程款对应的施工方、供应商情况；其向发行人销售或服务的主要内容，价格是否公允；与发行人是否存在关联关系，其实控人是否系发行人现任、曾任股东或员工

报告期内，公司新增的固定资产、在建工程、长期待摊费用、预付工程款对应的主要施工方、供应商情况如下表所示：

序号	施工方、供应商名称	注册时间	注册地点	股权结构	销售或服务的主要内容
1	汕头市海洋达机电技术有限公司	2012-05-31	广东省汕头市	黄史地 70%、黄步云 20%、黄郁武 10%	恒温气调烘干房
2	广东省华升机电工程有限公司	2013-09-06	广东省潮州市	唐亮 80%、何秋艳 20%	中央空调
3	潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司	2003-01-03	广东省潮州市	陈宁鹏 87.14%、陈海鹏 7.14%、	沙溪基地土建工程、厂区装修工程

	公司			陈松喜 5.71%	
4	上海银明冲孔网筛有限公司	1998-07-09	上海市	戴小权 80%、 吴慧琴 20%	不锈钢冲孔筛
5	宝钢德盛不锈钢有限公司	2005-11-23	福建省 福州市	中国宝武钢铁集团有限公司 70%、 福建吴钢集团有限公司 30%	不锈钢卷板
6	汕头市龙湖区珠汕信安水电设备有限公司	1988-01-11	广东省 汕头市	陈厚林 90%、辛秀清 10%	配电工程
7	潮州市潮安区东诚建筑工程有限公司	1990-06-19	广东省 潮州市	郑家然 86.43%、 郑佩如 13.57%	沙溪基地土建工程
8	深圳市京新能电力工程有限公司潮州分公司	2012-04-28	广东省 潮州市	深圳市京新能电力工程有限公司 100%	配电工程
9	广东明日环保净化有限公司	2009-03-20	广东省 汕头市	赖捷辉 50%、赖承标 50%	净化工程
10	汕头市浩顺机械有限公司	2012-01-06	广东省 汕头市	李衍浩 90%、刘美璇 10%	机器设备改造、不锈钢抽湿主机、电控配电箱
11	汕头市宏海建筑有限公司	1990-09-12	广东省 汕头市	黄隆兴 55.30%、 黄浩强 44.70%	工程维护改造
12	浙江名瑞机械有限公司	2008-06-13	浙江省 瑞安市	林铭杰 68%、陈文华 16%、陈正杰 16%	机器设备（包装机）

注：上述非流动资产主要施工方、供应商列示口径为：①与固定资产、长期待摊费用增加额对应的，报告期内累计交易金额在 200.00 万元以上的施工方、供应商；②截至 2020 年 12 月 31 日，与在建工程余额、预付工程款余额对应的余额在 200.00 万元以上的施工方、供应商。

公司主要从事休闲肉类食品的研发、生产和销售。报告期内，公司购置或建设非流动资产内容主要包括食品生产及包装设备、厂房土建、厂房装修、零星建设等方面。为适应生产需要，公司对食品生产及包装设备具有较高的定制化要求，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，主要采用竞争性谈判或询价采购；金额较大的工程项目采用招标采购方式。

公司制订了《固定资产内部控制制度》，对固定资产、在建工程的采购及后续管理做出了明确规定。公司严格按照相关制度进行固定资产、在建工程项目的采购：归口管理部门根据项目具体情况并结合市场行情选择供应商并进行议价；其后填写《固定资产购置申请表》或《工程（设备）计划投资审批表》，按照权限进行审批；此后双方签订采购合同，明确权利义务；在设备安装调试或工程完工后，归口管理部门进行验收；对于大型工程项目，公司履行了招标程序，并经归口管理部门、财务部门、生产部门及总经办共同商议，按规定审批后，确定施工方及工程价款。综上，报告期内新增的固定资

产、在建工程、长期待摊费用、预付工程款对应的采购价格公允。上述施工方、供应商与发行人均不存在关联关系，其实控人均不是发行人现任、曾任股东及员工。

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“十二、资产质量分析”之“（三）非流动资产质量分析”之“7、新增的固定资产、在建工程、长期待摊费用、预付工程款对应的主要施工方、供应商情况”中补充披露上述内容。

五、四项在建工程项目、租赁房屋装修费的主要内容，发行人建设或改造升级的原因，建设时间及完工时间，预计总投入及完工进度，设计产能及经济效益等情况，上述项目开展的必要性及合理性

公司四项在建工程项目、租赁房屋装修费的主要情况如下：

项目	项目主要内容	建设或改造升级的原因、必要性及合理性	建设时间	完工时间	预计总投入（万元）	完工进度	设计产能及经济效益等情况
沙溪生产基地建设工程	包括募投项目中的生产大楼、研发中心、宿舍及其他配套设施	详见招股说明书“第九节 募集资金运用和未来发展计划”之“二、募集资金投资项目概况”	2018年1月	2022年10月（计划）	18,934.87	1、截至2020年3月31日，土地平整完毕，地基打桩中 2、截至2020年12月31日，地基打桩完毕，主体工程建设中	1、设计产能为年产肉脯9,000吨；肉丸3,000吨；蛋白肉3,000吨 2、经济效益详见招股说明书“第九节 募集资金运用和未来发展计划”之“二、募集资金投资项目概况”
味和道厂区工程	味和道租赁厂房的装修工程	为了解决江东生产基地产能相对不足的矛盾	2017年12月	2020年12月	3,060.22	1、截至2020年3月31日，主要装修工程已验收结转至长期待摊费用 2、截至2020年12月31日，已全部完工	1、设计产能为年产3,600吨休闲肉产品 2、味和道厂区2019年下半年投产，当期未盈利。预计随着产能利用率提升，未来可实现经济效益
在安装设备	食品生产、包装、检测设备的更新换代、以及自动化改造	引进新设备扩大产能、提高生产效率及检测能力	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
零星装修工程	对厂区老旧配套设施的升级改造	部分厂区配套设施年久老化，需升级改造	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
租赁房屋装修费	主要是在建工程一味和道厂区装修工程转入的金额	详见在建工程一味和道厂区装修工程的相关说明					

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“十二、资产质量分析”之“（三）非流动资产质量分析”之“8、公司四项在建工程项目、租赁房屋装修费的主要情况”中补充披露上述内容。

六、发行人固定资产的折旧政策，与同行业相比是否存在较大差异，是否符合发行人实际经营情况

公司与同行业可比公司的固定资产折旧计提年限对比如下：

项目	海欣食品	煌上煌	盐津铺子	立高食品	真美股份
房屋建筑物	30	10-35	20-40	20	20-35
机器设备	5-10	5-10	8-10	5-10	10
电子设备	5	5	3-5	3-5	5
运输设备	10	5	6-10	5-10	10
其他设备	3-5	5-10	3-5	5-10	5

公司的固定资产折旧政策与同行业可比公司不存在较大差异，符合实际经营情况。

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“十二、资产质量分析”之“（三）非流动资产质量分析”之“1、固定资产”中补充披露上述内容。

七、请保荐人、申报会计师结合盘点等核查方法，详细说明对发行人上述非流动资产的真实性、准确性的核查结论，发行人实控人、董监高、其他关键人员资金流水是否与上述施工方、供应商及其实控人存在资金往来

（一）核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、访谈发行人生产负责人，了解发行人生产过程和工艺流程以及主要机器设备在生产过程中的用途，进而了解发行人当前固定资产情况与生产经营的匹配关系；
- 2、对非流动资产的增加，检查相关的采购合同/施工合同、发票、送货凭证、付款单据、入库及验收单据等资料；
- 3、查询同行业可比公司固定资产折旧政策，分析是否与同行业可比公司存在显著差异；
- 4、对固定资产的折旧计提及长期待摊费用的摊销进行重新计算；
- 5、对 2020 年 12 月 31 日结存的固定资产进行监盘及抽盘，抽盘比例达到 90%以上，对重要的在建工程及长期待摊费用进行实地检查；
- 6、取得非流动资产主要施工方、供应商清单，查阅相关交易合同，通过访谈、函

证、取得确认函、查询工商登记信息等方式，了解主要施工方、供应商的基本情况、双方交易内容、交易进展情况、发行人是否存在关联关系以及交易价格是否公允；

7、将非流动资产主要施工方、供应商实控人与公司历史及现在股东名单、报告期内历史及现在员工名单进行比对，核查是否存在其实控人系发行人现任、曾任股东或员工的情况；

8、结合非流动资产的使用情况，复核非流动资产减值准备计提的充分性；

9、获取报告期内发行人实控人、非独立董事、监事、高管人员、其他关键人员的银行账户资金流水，将交易对手方与上述施工方、供应商及其实控人清单进行对比分析。

（二）核查结论

申报会计师认为：

1、报告期内，发行人非流动资产真实、准确。

2、报告期内，发行人实控人、董监高、其他关键人员的资金流水与上述主要施工方、供应商及其实控人不存在资金往来；发行人其他关联方与上述主要施工方、供应商及其实控人存在的资金往来详见本回复问题 26 第四问回复内容。

问题 23：关于应收账款。

申报材料显示：

(1) 公司应收账款金额分别为 7,411.29 万元、11,199.32 万元、11,669.21 万元和 8,282.42 万元，占流动资产的比例分别为 40.05%、52.46%、47.66%和 36.02%；

(2) 应收账款坏账损失报告期分别为 37.90 万元、242.30 万元、269.02 万元、-233.22 万元。

请发行人补充披露：

(1) 应收账款期后回款情况，应收账款前五名的期后回款情况；

(2) 补充说明 2017 年应收账款坏账损失显著低于 2018 年、2019 年的原因。

请保荐人、申报会计师说明应收账款函证情况，回函金额及占比，不符金额及占比，对不符事项的核查结论，就上述事项发表明确意见。

【回复】

一、应收账款期后回款情况，应收账款前五名的期后回款情况

1、应收账款期后回款情况：

单位：万元

日期	应收账款余额	回款金额	回款比例	统计截止日
2020-3-31	8,919.70	8,877.10	99.52%	2021/3/31
2020-9-30	8,622.88	7,951.73	92.22%	2021/3/31
2020-12-31	10,506.34	5,549.91	52.82%	2021/3/31

2020 年 3 月 31 日应收账款余额为 8,919.70 万元，截至 2021 年 3 月 31 日，已回款 8,870.10 万元，回款比例为 99.52%；2020 年 9 月 30 日应收账款余额为 8,622.88 万元，截至 2021 年 3 月 31 日，已回款 7,951.73 万元，回款比例为 92.22%；2020 年 12 月 31 日应收账款余额为 10,506.34 万元，截至 2021 年 3 月 31 日，已回款 5,549.91 万元，回款比例为 52.82%。

2、应收账款前五名的期后回款情况：

单位：万元、%

2020-12-31				
客户名称	应收账款余额	回款金额	回款比例	统计截止日
北京市万佳利食品有限公司	2,705.03	1,185.28	43.82	2021.3.31
深圳市晋年贸易有限公司	1,307.36	1,307.36	100.00	
深圳市味之牛厨实业有限公司	702.35	258.91	36.86	
沃尔玛(中国)投资有限公司	573.59	573.59	100.00	
广州酒家集团利口福食品有限公司	546.37	546.37	100.00	
合计	5,834.71	3,871.51	66.35	
2020-9-30				
客户名称	应收账款余额	回款金额	回款比例	统计截止日
北京市万佳利食品有限公司	2,071.60	2,071.60	100.00	2021.3.31
深圳市晋年贸易有限公司	1,161.71	1,161.71	100.00	
深圳市味之牛厨实业有限公司	797.93	788.38	98.80	
广州酒家集团利口福食品有限公司	665.55	665.55	100.00	
北京万佳博业经贸有限公司	527.43	527.43	100.00	
合计	5,224.22	5,214.67	99.82	
2020-3-31				
客户名称	应收账款余额	回款金额	回款比例	统计截止日
北京市万佳利食品有限公司	2,338.97	2,338.97	100.00	2021.3.31
深圳市味之牛厨实业有限公司	1,141.18	1,141.18	100.00	
深圳市晋年贸易有限公司	1,082.27	1,082.27	100.00	
北京万佳博业经贸有限公司	817.75	817.75	100.00	
深圳市自然派商贸发展有限公司	708.40	708.40	100.00	
合计	6,088.58	6,088.58	100.00	

2020年3月31日应收账款前五名余额为6,088.58万元，截至2021年3月31日，已回款6,088.58万元，回款比例为100.00%；2020年9月30日应收账款前五名余额为5,224.22万元，截至2021年3月31日，已回款5,214.67万元，回款比例为99.82%；2020年12月31日应收账款前五名余额为5,834.71万元，截至2021年3月31日，已

回款 3,871.51 万元，回款比例为 66.35%。

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“十二、资产质量分析”之“（二）流动资产质量分析”之“2、应收账款”中补充披露上述内容。

二、补充说明 2017 年应收账款坏账损失显著低于 2018 年、2019 年的原因

2017 年应收账款坏账损失显著低于 2018 年、2019 年，主要是由于 2017 年应收账款的增长幅度较低，且账龄 1 年以上的应收账款金额最小，详见下表：

单位：万元

项目	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
应收账款余额	12,539.71	11,831.88	7,801.56
其中：1 年以上	2,036.70	819.37	3.55
应收账款同比增加额	707.83	4,030.32	1,375.15
计提坏账损失金额	269.02	242.30	37.90

三、请保荐人、申报会计师说明应收账款函证情况，回函金额及占比，不符金额及占比，对不符事项的核查结论，就上述事项发表明确意见

（一）核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、分析并检查发行人应收账款期后回款情况及应收账款前五名的期后回款情况。
- 2、复核发行人应收账款坏账准备计提金额的计算过程，分析变动的原因及合理性。
- 3、对于重要应收账款，实施独立函证程序，对回函不符事项进行调节，分析回函不符的原因及合理性。报告期各期末应收账款函证情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
应收账款余额	10,506.34	12,539.71	11,831.88
发函金额	9,972.48	12,478.27	11,773.99
发函金额占比	94.92%	99.51%	99.51%
回函相符金额	9,398.58	11,831.03	11,359.22
回函相符金额占比	94.25%	94.81%	96.48%
回函不符金额	0.00	60.27	47.6
回函不符金额占比	0.00%	0.48%	0.40%

注：发函占比=发函金额/应收账款余额；回函相符占比=回函相符金额/发函金额；回函不符占比=回

函不符金额/发函金额。

对于回函不符的情况，检查了相应订单、发货签收单、对方供应商系统、发票以及回款情况，以核查账面应收账款余额及收入的真实性、准确性。

（二）核查结论

申报会计师认为：

1、发行人已在招股说明书中补充披露应收账款期后回款情况，应收账款前五名的期后回款情况。

2、2017年应收账款坏账损失显著低于2018年、2019年，主要是由于2017年应收账款的增长幅度较低，且账龄1年以上的应收账款金额最小；发行人已在招股说明书中补充披露相关情况。

3、保荐人、申报会计师实施了应收账款函证程序，存在少量回函不符，差异原因为双方记账方式不同造成的时间差异，发行人应收账款余额准确。

问题 24：关于存货。

申报材料显示，公司存货账面价值分别为 3,787.48 万元、3,282.64 万元、5,820.28 万元和 5,602.05 万元，主要系原材料。

请发行人：

（1）补充披露发行人各项存货的保质期情况，其设定是否符合相关食品安全规定；

（2）补充披露发行人存货整体的库龄情况；原材料、库存商品的具体构成情况，对应的库龄分布情况；各项存货库龄变动是否异常，库龄与保质期的比较情况；

（3）补充说明发行人存货中，原材料期末单位成本与当年单位采购成本的比较情况，库存商品期末单位成本与当年单位营业成本的比较情况，发行人成本结转是否准确。

请保荐人、申报会计师结合发行人存货特点，详述存货盘点程序、范围、金额及占比、盘点结论，对上述事项发表明确意见。

【回复】

一、补充披露发行人各项存货的保质期情况，其设定是否符合相关食品安全规定

（一）现行法律法规对保质期的相关规定

《食品安全法》第一百五十条规定：“食品保质期，指食品在标明的贮存条件下保持品质的期限。”

《食品安全法实施条例》第二十四条规定：“贮存、运输对温度、湿度等有特殊要求的食品，应当具备保温、冷藏或者冷冻等设备设施，并保持有效运行。”

《食品安全国家标准预包装食品标签通则》规定“2.5 保质期 预包装食品在标签指明的贮存条件下，保持品质的期限。在此期限内，产品完全适于销售，并保持标签中不必说明或已经说明的特有品质。”

《中国食品工业协会团体标准-食品保质期通用指南（T/CNFIA 001-2017）》中关于保质期相关规定：“2.3 保质期 食品在既定的温度、湿度、光照等贮存环境参数下保持品质的期限。

3.1 保质期由食品生产企业确定，食品经营企业应遵循食品生产企业确定的保质期进行食品经营活动。保质期内，食品应符合相应的食品安全标准要求。

4.1.2 保质期可通过试验法、文献法、参照法确定。确定保质期主要依据成熟的保质期试验理论和现有的研究成果以及资料。”

《中国食品工业协会团体标准-食品保质期通用指南（T/CNFIA 001-2017）》中关于生产推荐使用期的相关规定：“2.4 生产推荐使用期 用于生产加工的食品配料或食品半成品的推荐使用期限。

5.1 生产推荐使用期的确定可参照食品中保质期确定的方法和步骤进行。在确保食品安全的前提下，重点评估品质特性等质量指标。

5.3 企业内部使用的食品半成品可不确定保质期，其生产推荐使用期的确定应在确保食品安全基础上，通过评价感官、水分等质量指标获得；也可增加对营养素损失等因素的评估。

5.4 外部采购的食品配料或食品半成品，其生产推荐使用期应由生产者、供应者确定；也可由使用者根据生产者、供应者提供的信息，结合自身贮存条件、生产工艺、车间环境状况、原料周转要求等因素与生产者、供应者共同确定。”

（二）各项存货的保质期情况

公司的存货主要为原材料与库存商品。

依据《食品安全法》《食品安全法实施条例》等法律法规、《中国食品工业协会团体标准-食品保质期通用指南（T/CNFIA 001-2017）》等行业标准的相关规定，公司在相对理想的贮存条件下进行长期稳定性试验或在相对恶劣的贮存条件下进行加速破坏性试验，以及参考现有文献或成果及市售同类产品，为各项产成品设定食品保质期，该期限为在特定的储存条件下保证食品质量和安全的最短期限。

公司主要产品的保质期情况如下：

产品分类	储存条件	保质期
肉脯	常温常湿下存放，防止阳光直射，不得与有异味物品混放	12 个月
肉丸	速冻肉丸：冷库存放， $<-18^{\circ}\text{C}$ ，不得与有污染物品混放 即食肉丸：常温常湿下存放，防止阳光直射，不得与有异味物品混放	速冻肉丸 12 个月 即食肉丸 9 个月
肉肠	常温、通风、干燥处存放，冷藏更佳	鱼肠、虾肠 9 个月 猪肉肠 12 个月
肉松	常温常湿下存放，防止阳光直射，	12 个月

产品分类	储存条件	保质期
	不得与有异味物品混放	

公司的原材料的保质期设定参考供应商提供的保质期，主要情况如下：

产品分类	储存条件	保质期
冻猪肉	冷库存放，<-18℃	国产 12 个月，进口 24 个月
冻牛肉	冷库存放，<-18℃	进口 24 个月
冻鱼糜	冷库存放，<-18℃	24 个月
白砂糖	保持干燥，避免高温	18 个月
蛋白粉	通风干燥，<18℃	12 个月

报告期内，公司具备实现上述储存条件所需的设施设备，并维持正常运行；上述原材料、产成品在规定的储存条件下，维持其品质的期限不短于规定的保质期。

因此，公司各项存货的设定符合相关食品安全规定。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“八、质量控制情况”之“（二）质量控制措施”之“5、仓储、物流环节质量控制”中披露上述内容。

二、补充披露发行人存货整体的库龄情况；原材料、库存商品的具体构成情况，对应的库龄分布情况；各项存货库龄变动是否异常，库龄与保质期的比较情况

（一）存货整体的库龄情况

报告期各期末，公司各项存货库龄分布情况具体如下：

单位：万元

存货类别	2020 年 12 月 31 日										
	6 个月以内		6-12 个月		12-18 个月		18-24 个月		24 个月以上		期末 余额
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
原材料	5,391.38	90.82%	238.43	4.02%	306.30	5.16%	-	-	-	-	5,936.11
库存商品	813.49	88.81%	102.49	11.19%	-	-	-	-	-	-	915.98
在产品	349.66	100.00%	-	-	-	-	-	-	-	-	349.66
发出商品	20.48	100.00%	-	-	-	-	-	-	-	-	20.48
合计	6,575.01	91.04%	340.93	4.72%	306.30	4.24%	-	-	-	-	7,222.23
存货类别	2019 年 12 月 31 日										
	6 个月以内		6-12 个月		12-18 个月		18-24 个月		24 个月以上		期末 余额
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	

原材料	4,042.23	98.53%	58.06	1.42%	1.43	0.03%	0.86	0.02%	-	-	4,102.58
库存商品	1,075.96	100.00%	0.01	0.00%	-	-	-	-	-	-	1,075.97
在产品	640.86	100.00%	-	-	-	-	-	-	-	-	640.86
发出商品	0.87	100.00%	-	-	-	-	-	-	-	-	0.87
合计	5,759.91	98.96%	58.08	1.00%	1.43	0.02%	0.86	0.01%	-	-	5,820.28
存货类别	2018年12月31日										
	6个月以内		6-12个月		12-18个月		18-24个月		24个月以上		期末余额
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
原材料	2,024.23	93.47%	122.50	5.66%	18.71	0.86%	0.13	0.01%	0.08	0.00%	2,165.63
库存商品	412.97	100.00%	-	-	-	-	-	-	-	-	412.97
在产品	682.15	100.00%	-	-	-	-	-	-	-	-	682.15
发出商品	21.89	100.00%	-	-	-	-	-	-	-	-	21.89
合计	3,141.24	95.69%	122.50	3.73%	18.71	0.57%	0.13	0.00%	0.08	0.00%	3,282.64

注：2020年末库龄超过1年的原材料主要为冻猪肉，均未超过保质期。

（二）原材料的具体构成情况，对应的库龄分布情况

1、2020年期末，公司原材料库龄分布情况具体如下：

单位：万元

品名	期末余额	6个月以内	6-12个月	12-18个月	18-24个月	24个月以上
冻猪肉	3,741.30	3,355.18	102.49	283.63	-	-
冻牛肉	789.51	681.43	108.09	-	-	-
冻鱼糜	89.56	89.56	-	-	-	-
白砂糖	56.75	56.75	-	-	-	-
蛋白粉	62.98	62.98	-	-	-	-
包装材料	858.21	830.24	12.24	15.73	-	-
其他	337.80	315.24	15.61	6.94	-	-
合计	5,936.11	5,391.38	238.43	306.30	-	-

2、2019年期末，发行人原材料库龄分布情况具体如下：

单位：万元

品名	期末余额	6个月以内	6-12个月	12-18个月	18-24个月	24个月以上
冻猪肉	2,156.09	2,115.98	40.10	-	-	-
冻牛肉	611.27	606.91	4.36	-	-	-

冻鱼糜	162.06	162.06	-	-	-	-
白砂糖	74.41	74.41	-	-	-	-
蛋白粉	85.53	85.53	-	-	-	-
包装材料	707.70	702.00	5.00	0.71	-	-
其他	305.52	295.34	8.60	0.72	0.86	-
合计	4,102.58	4,042.23	58.06	1.43	0.86	-

3、2018 年期末，发行人原材料库龄分布情况具体如下：

单位：万元

品名	期末余额	6 个月以内	6-12 个月	12-18 个月	18-24 个月	24 个月以上
冻猪肉	903.47	903.47	-	-	-	-
冻牛肉	94.33	94.33	-	-	-	-
冻鱼糜	119.53	107.89	11.64	-	-	-
白砂糖	59.54	59.54	-	-	-	-
蛋白粉	140.12	132.75	7.37	-	-	-
包装材料	494.89	466.85	27.96	-	-	0.08
其他	353.75	259.39	75.53	18.71	0.13	-
合计	2,165.63	2,024.23	122.50	18.71	0.13	0.08

（三）库存商品的具体构成情况，对应的库龄分布情况

1、2020 年期末，发行人库存商品库龄分布情况具体如下：

单位：万元

品名	期末余额	3 个月以内	3-6 月	7-9 月	10-12 个月	1 年以上
猪肉脯	505.78	489.08	0.32	16.38	-	-
牛肉脯	156.99	156.74	-	0.25	-	-
肉丸类	7.73	7.73	-	-	-	-
肉肠类	119.03	112.87	-	6.15	-	-
肉松类	3.81	3.81	-	-	-	-
其他	122.65	42.94	0.00	79.71	-	-
合计	915.98	813.17	0.32	102.49	-	-

注：库龄 6 个月以上的其他类产品主要为口罩。

2、2019 年期末，发行人库存商品库龄分布情况具体如下：

单位：万元

品名	期末余额	3 个月以内	3-6 月	7-9 月	10-12 个月	1 年以上
----	------	--------	-------	-------	----------	-------

品名	期末余额	3个月以内	3-6月	7-9月	10-12个月	1年以上
猪肉脯	765.07	765.07	-	-	-	-
牛肉脯	276.2	276.18	-	0.01	-	-
肉丸类	26.84	26.84	-	-	-	-
肉肠类	2.33	2.33	-	-	-	-
肉松类	5.42	5.42	-	-	-	-
其他	0.12	0.12	-	-	-	-
合计	1,075.97	1,075.96	-	0.01	-	-

3、2018年期末，发行人库存商品库龄分布情况具体如下：

单位：万元

品名	期末余额	3个月以内	3-6月	7-9月	10-12个月	1年以上
猪肉脯	324.56	323.46	1.10	-	-	-
牛肉脯	79.66	79.66	-	-	-	-
肉丸类	-	-	-	-	-	-
肉肠类	2.91	2.91	-	-	-	-
肉松类	4.15	4.15	-	-	-	-
其他	1.70	1.70	-	-	-	-
合计	412.97	411.87	1.10	-	-	-

（四）各项存货库龄变动及库龄与保质期的比较情况

报告期内，公司原材料库龄6个月以内的占比分别为93.47%、98.53%、**90.82%**，**2020年末**占比下降，主要系进口冻猪肉存在6个月以上库存；库存商品库龄6个月以内的占比分别为100.00%、100.00%、**88.81%**，**2020年末6个月以上库存商品主要为口罩**。

报告期内，公司主要原材料、库存商品各期末库龄均在保质期以内，各期末如存在零星原材料或库存商品库龄超过保质期的情况，公司均已做报废处理。

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“十二、资产质量分析”之“（二）流动资产质量分析”之“4、存货”之“（4）公司存货库龄与保质期情况”中补充披露上述内容。

三、补充说明发行人存货中，原材料期末单位成本与当年单位采购成本的比较情况，库存商品期末单位成本与当年单位营业成本的比较情况，发行人成本结转是否准确

（一）原材料期末单位成本与当年单位采购成本的比较情况

单位：元/千克

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	期末单位成本	平均采购单价	期末单位成本	平均采购单价	期末单位成本	平均采购单价
冻猪肉	25.60	26.68	23.19	22.79	16.00	15.27
冻牛肉	46.05	43.53	48.35	44.43	40.23	38.74
冻鱼糜	19.87	19.63	16.00	16.35	17.10	17.29
白砂糖	5.22	5.04	5.34	4.70	4.52	4.62
蛋白粉	13.36	13.28	10.16	10.36	10.09	9.59
包装材料	0.63	0.59	0.55	0.69	0.56	0.92

报告期内，冻猪肉、冻牛肉、冻鱼糜、白砂糖及蛋白粉等原材料期末单位成本与当年单位采购成本差异较小；包装材料期末单位成本与平均采购单价差异均为产品结构差异导致。

（二）库存商品期末单位成本与当年单位营业成本的比较情况

库存商品包括产成品及半成品，产成品系可直接对外销售的成品，半成品系已完成生产加工工序但未包装完成的产品。由于半成品包装物成本尚不完整，与营业成本的可比性较低，因此仅对产成品期末单位成本与当年单位营业成本进行比较。

报告期内，各类别产成品期末单位成本与当年单位营业成本的比较情况如下：

单位：元/千克、%

项目	2020 年			2019 年			2018 年		
	期末单位成本	单位营业成本	差异率	期末单位成本	单位营业成本	差异率	期末单位成本	单位营业成本	差异率
猪肉脯	31.45	39.00	24.01	36.78	36.61	-0.46	31.99	33.18	3.72
牛肉脯	41.83	52.17	24.72	53.68	53.79	0.20	48.92	52.4	7.11
肉丸类	28.03	28.89	3.07	28.9	31.25	8.13	-	34.47	-
肉肠类	18.92	21.55	13.89	13.77	22.27	61.73	12.38	26.53	114.30
肉松类	39.60	69.01	74.27	38.89	60.76	56.24	32.41	50.48	55.75

注：差异率=（当期单位营业成本-当期末产成品单位成本）/期末产成品单位成本*100%

由上表可知，各类别产品部分年度期末单位成本与单位营业成本存在差异。

报告期内，公司产品分为肉脯、肉丸、肉肠、肉松等类别，各个类别包含多个品规，各个品规对应多个产品型号。同一类别产品当年销售的型号、数量与年末结余的型号、数量存在一定差异，因此各类别产品各年单位营业成本与该年末产品单位成本存在的差异具有合理性。

四、请保荐人、申报会计师结合发行人存货特点，详述存货盘点程序、范围、金额及占比、盘点结论，对上述事项发表明确意见

（一）结合发行人存货特点，详述存货盘点程序、范围、金额及占比、盘点结论

发行人猪肉、牛肉、鱼糜等肉类原料以及速冻丸类产品均存放于冷库贮藏，其他各项存货在仓库中分类存放。

1、发行人存货盘点程序及中介机构核查程序

（1）发行人确定盘点日期、编制盘点计划，组建盘点小组，确定盘点、监盘及抽盘人员；

（2）盘点过程中，发行人盘点人员将存货盘点表与实物数量、状态等进行核对，并确定物料标识卡中的物料名称、规格型号、仓位等信息与存货盘点表的一致性；

（3）盘点人员关注存货是否存在过期、毁损的情况，以及其他可能表明存货已发生跌价的迹象；

（4）盘点结束后，各盘点小组对盘点结果进行签字确认，财务部负责对盘点结果汇总差异并查找原因，并根据差异原因提交盘点报告。

（5）针对 2019 年 12 月 31 日及 **2020 年 12 月 31 日** 的存货情况，中介机构实施了监盘程序，核实账实是否相符。

2、存货盘点及监盘范围

存货盘点及监盘范围包括发行人的原材料、在产品、库存商品。

3、盘点及监盘的金额、占比

单位：万元

日期	存货余额	盘点金额	盘点比例	监盘金额	监盘比例
2020-12-31	7,220.75	7,200.27	99.72%	6,846.57	94.82%
2019-12-31	5,820.28	5,338.41	91.72%	5,338.41	91.72%

2018-12-31	3,282.64	3,260.76	99.33%	-	-
------------	----------	----------	--------	---	---

报告期各期末，发行人按照相关制度执行了存货盘点。

4、盘点结果

单位：万元

日期	存货余额	盘点金额	实盘金额	盘点差异
2020-12-31	7,220.75	7,200.27	7,200.27	-
2019-12-31	5,820.28	5,338.41	5,338.41	-
2018-12-31	3,282.64	3,260.76	3,260.76	-

（二）其他核查程序

1、查阅与保质期相关的食品安全规定，获取发行人各项存货的保质期设定，检查设定是否符合相关食品安全规定；

2、获取发行人存货的库龄结构明细表，检查原材料、库存商品的构成以及库龄分布，分析各项存货库龄是否存在异常变化，并与保质期进行比较；

3、对发行人原材料、库存商品的期末单位成本以及当年单位营业成本进行比较，分析成本结转是否准确。

（三）核查结论

申报会计师认为：

1、发行人各项存货的设定符合相关食品安全规定。

2、报告期内，发行人各期末存货库龄不存在异常变动；公司主要原材料、库存商品各期末库龄均在保质期以内，各期末如存在零星原材料或库存商品库龄超过保质期的情况，公司均已做报废处理。

3、报告期内发行人存货中，原材料期末单位成本与当年单位采购成本的差异、库存商品单位营业成本与期末单位成本的差异具有合理性。发行人成本结转准确。

4、报告期各期末，发行人按照相关制度执行了存货盘点。

问题 25：关于长期应付款。

申报材料显示，发行人长期应付款报告期金额未发生变动，为 1,500 万元，系 2015 年省级技术改造专项资金。请发行人补充说明该项目情况，长期应付款金额未发生变动的原因，预计何时将对款项进行会计处理。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、请发行人补充说明该项目情况，长期应付款金额未发生变动的原因，预计何时将对款项进行会计处理

（一）该项目情况

2017 年初至 2020 年 3 月末，公司长期应付款金额未发生变动，为 1,500 万元，系 2015 年省级技术改造专项资金。该专项资金为省财政经营性资金实施的投资款项，而非政府补助性质，具体形式为潮州市财政局下属企业广东韩江投资集团有限公司（以下简称“韩江投资”）接受委托，通过对公司子公司潮州韩美投资有限公司（以下简称“韩美投资”）增资的方式进行投资，投资期 5 年，具体如下：

根据《关于下达 2015 年广东省省级企业技术改造资金（第二批）因素法股权投资及贷款贴息项目计划的通知》（潮经信[2016]71 号）、《关于潮州市 2015 年广东省省级技术改造专项资金财政经营性资金股权投资实施方案的请示》（潮韩[2016]8 号）、《关于对“潮州市 2015 年广东省省级技术改造专项资金财政经营性资金股权投资实施方案”的批复》（安经信[2016]36 号）以及《关于广东真美食品股份有限公司在财政经营性资金股权投资实施过程中变更关联企业的请示》（潮韩投[2017]35 号）等文件，公司“潮式休闲肉干制品生产线智能化技术改造”股权投资项目被列入 2015 年广东省省级企业技术改造资金（第二批）智能化改造项目，下达的专项资金 1,500 万元由韩江投资作为受托管理机构，通过向韩美投资增资的方式进行投资，投资期为 5 年（2016 年 8 月至 2021 年 8 月）。

根据韩江投资与公司签署的相关协议，投资期内，韩江投资按 2.5%/年的固定收益率收取投资收益；公司将于投资期（2016 年 8 月至 2021 年 8 月）届满后受让韩江投资所持韩美投资 30%的股权。

该专项资金已全部用于“潮式休闲肉干制品生产线智能化技术改造”项目，使用情况已经韩江投资书面确认，不存在将增资款投入其他用途的情形。

（二）长期应付款金额未发生变动的的原因，预计何时将对该款项进行会计处理

如上文所述，该投资款项符合金融负债的定义，根据实质重于形式的原则，公司在合并报表层面将其作为长期应付款列报；该笔长期应付款到期时间为 2021 年 8 月，因此 2017 年初至 2020 年 3 月末未发生变动；该款项已于 2020 年 8 月转至“一年内到期的非流动负债”科目列报，并将于 2021 年 8 月到期后进行归还。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

申报会计师履行了以下核查程序：

1、访谈发行人财务总监、发行人子公司韩美投资执行董事/经理、监事，查阅与该 1,500 万元专项资金有关的政策文件、签署的协议、资金凭证，了解、核实该笔专项资金的相关情况。

2、查阅韩美投资的工商变更资料，以及韩江投资对该专项资金运用的确认文件，核实该笔专项资金的使用情况。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人已补充说明 2015 年省级技术改造专项资金项目情况。

2、该项投资款项符合金融负债的定义，发行人在合并报表层面将其作为长期应付款列报；该笔长期应付款到期时间为 2021 年 8 月，因此 2017 年初至 2020 年 3 月末未发生变动；该款项已于 2020 年 8 月转至“一年内到期的非流动负债”科目列报，并将于 2021 年 8 月到期后进行归还。

问题 26：关于资金流水核查。

申报材料显示，不存在发行人实际控制人及董监高等关联方与客户或供应商存在资金往来的情形。

请保荐人、申报会计师：

（1）补充说明关于资金流水核查，获取的实控人、董监高等关联方的范围，名下具体银行账户数量，相关账户用途，相关银行账户是否完整，流水对手方中是否存在未获取的上述人员账户；

（2）补充说明上述人员银行账户中是否存在与主要客户或供应商的实控人、关键人员的资金往来；

（3）补充说明上述人员银行账户中是否存在金额重大或较为频繁现金取现情形，若存在请补充说明金额重大的具体标准，大额取现的必要性和合理性；

（4）按照中国证监会《首发业务若干问题解答》相关内容，重点核查发行人及其实际控制人、董事、监事、高管等相关方的银行账户、银行流水的资金流向及用途，是否与发行人的客户、供应商有业务往来、业务往来是否合理、是否存在利益输送，是否存在为发行人承担成本费用或通过直接或间接的方法向客户输送经济利益的情形。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、补充说明关于资金流水核查，获取的实控人、董监高等关联方的范围，名下具体银行账户数量，相关账户用途，相关银行账户是否完整，流水对手方中是否存在未获取的上述人员账户

（一）获取的实控人、董监高等关联方的范围，名下具体银行账户数量，相关账户用途

按照《首发业务若干问题解答》（2020年6月修订）问题54，“资金流水核查范围除发行人银行账户资金流水以外，结合发行人实际情况，还可能包括控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等开立或控制的银行账户资金流水，以及与上述银行账户发生异常往来的发行人关联方及员工开立或控制的银行账户资金流水……”。

根据《首发业务若干问题解答》，2017-2020 年，保荐人、申报会计师（以下简称“中介机构”）获取了发行人控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、主要财务人员、出纳、采购、销售等关键岗位人员及发行人其他主要关联方（以下统称“相关方”）提供的银行账户，具体银行账户情况如下：

序号	姓名/名称	相关方身份	账户数量	获取银行流水的账户数量（个）	未取得银行流水的说明	相关账户用途
1	庄沛锐	控股股东、实际控制人、董事长、总经理	17张，其中：6张借记卡，11张信用卡。	17	-	工资卡、消费
2	庄沁钿	实际控制人、董事	17张，其中：13张借记卡，4张信用卡。	16	1张信用卡（未使用，无法打印流水）	工资卡、消费、储蓄理财
3	刘伟龙	董事、财务总监	10张，其中：8张借记卡，2张信用卡。	9	1张信用卡（2017年注销，无法打印流水）	工资卡、消费、储蓄理财
4	傅强	董事	16张，其中：10张借记卡，6张信用卡。	12	4张信用卡（未使用，无法打印流水）	工资卡、消费、储蓄理财
5	郑雪君	监事会主席	18张，其中：15张借记卡，3张信用卡。	17	1张信用卡（2018年注销，无法打印流水）	工资卡、消费、储蓄理财
6	陈智光	监事	5张，其中：3张借记卡，2张信用卡。	5	-	工资卡、消费、储蓄理财
7	许立锵	职工代表监事	8张，其中：7张借记卡，1张信用卡。	7	1张信用卡（2014年已过期，无法打印流水）	工资卡、消费、储蓄理财
8	唐艳云	副总经理、销售负责人	9张，其中：8张借记卡，1张信用卡。	9	-	工资卡、消费、储蓄理财
9	陈楚锐	副总经理	18张，其中：9张借记卡，9张信用卡。	16	2张信用卡（1张2017年注销，1张未使用，均无法打印流水）	工资卡、消费、储蓄理财
10	陈树龙	董事会秘书	13张，其中：9张借记卡，4张信用卡。	12	1张信用卡（2017年注销，无法打印流水）	工资卡、消费、储蓄理财
11	庄仰华	财务人员（出纳）	10张，其中：8张借记卡，2张信用卡。	9	1张信用卡（2014年已过期，无法打印流水）	工资卡、消费、储蓄理财

序号	姓名/名称	相关方身份	账户数量	获取银行流水的账户数量(个)	未取得银行流水的说明	相关账户用途
12	陈晓桂	财务人员	6张, 其中: 3张借记卡, 3张信用卡。	5	1张信用卡(2017年已过期, 无法打印流水)	工资卡、消费、 储蓄理财
13	林依青	财务人员	6张借记卡	6	-	工资卡、消费、 储蓄理财
14	蔡文燕	财务人员	6张, 其中: 5张借记卡, 1张信用卡	6	-	工资卡、消费、 储蓄理财
15	邱熙娃	财务人员	6张, 其中: 5张借记卡, 1张信用卡	6	-	工资卡、消费、 储蓄理财
16	陈桂浩	财务人员	5张借记卡	5	-	工资卡、消费、 储蓄理财
17	张花卿	采购岗位关键人员	7张, 其中: 6张借记卡, 1张信用卡	7	-	工资卡、消费、 储蓄理财
18	曾漫蕾	销售岗位关键人员	4张借记卡	4	-	工资卡、消费、 储蓄理财
19	庄平锦	销售岗位关键人员	11张, 其中: 9张借记卡, 2张信用卡	11	-	工资卡、消费、 储蓄理财
20	庄润年	关键岗位人员	8张借记卡	8	-	工资卡、消费、 储蓄理财
21	庄嘉瓦	实际控制人子女	10张, 其中: 7张借记卡, 3张信用卡。	10	-	工资卡、消费、 储蓄理财
22	庄嘉儿	实际控制人子女	7张, 其中: 2张借记卡, 5张信用卡。	5	2张信用卡(1张2018年注销, 1张2019年注销, 均无法打印流水)	消费
23	庄佳园	实际控制人子女	3张, 其中: 2张借记卡, 1张信用卡。	3	-	消费
24	庄绮淇	实际控制人子女	4张, 其中: 3张借记卡, 1张信用卡。	4	-	消费
25	庄鸿基	实际控制人子女	3张, 其中: 2张借记卡, 1张信用卡。	3	-	消费
26	潮州市潮安区港澳贸易有限公司	实际控制人控制的企业	1个账户	1	-	基本户
27	潮州市茶食品综合研究开发	实际控制人控制的企业	1个账户	1	-	基本户

序号	姓名/名称	相关方身份	账户数量	获取银行流水的账户数量（个）	未取得银行流水的说明	相关账户用途
	中心					
28	潮州市味之印象食品实业有限公司	实际控制人控制的企业	1 个账户	1	-	基本户
29	潮州市菜篮子工程开发有限公司	实际控制人控制的企业	1 个账户	0	1 个（2011 年已销户）	基本户
30	广东江尚投资有限公司	实际控制人控制的企业	未开户			
31	香港真美集团控股有限公司	实际控制人控制的企业	2 个账户	2	-	1 个港币账户，1 个外汇账户（2017 年均已销户）
32	华祖国际集团（香港）有限公司	实际控制人控制的企业	2 个账户	2	-	1 个港币账户，1 个外汇账户（2017 年均已销户）

注：（1）陈桂浩、曾漫蕾为新增的关键岗位人员，故新增二人银行账户资金流水的核查；（2）上述自然人相关方本次通过中介机构陪同前往相关银行查询的方式，新提供了部分银行卡的资金流水，该些银行卡主要为遗失和几乎未使用的银行卡，经核查不存在无法解释的异常资金流水的情形。

（二）相关银行账户是否完整，流水对手方中是否存在未获取的上述人员账户

中介机构所执行的核查程序：

1、核查相关方提供银行账户的完整性（1）取得上述自然人相关方主动提供的个人银行账户信息，并与个人信用报告进行比对分析；（2）中介机构陪同上述自然人相关方（财务投资人委派的董事除外）前往工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、中国邮政储蓄银行、交通银行、光大银行、广发银行、平安银行、中信银行、民生银行、兴业银行、广州银行、广东华兴银行、潮州农村商业银行（以下统称“相关银行”）查询是否在相关银行开立银行账户；如经查询没有在各相关银行开立账户，将查询过程与结果拍照留存；如经查询有在各相关银行开立银行账户的，打印相关人员在各该银行的银行账户清单（或者在自助机上刷身份证查询该清单并拍照留存），并打印报告期内所有银行账户资金流水；其中庄绮淇因在美国念书，中介机构通过视频查看庄绮淇在云闪付 APP 查询其在主要银行开立银行账户情况，并将查询过程与结果录像留存；（3）根据法人相关方开户清单，获取报告期内所有银行账户资金流水；（4）取得前述相关方出具的银行账

户资金流水完整性的承诺；(5) 通过银行资金流水的交易对手，以启发式检索的方式核查是否存在上述相关方未提供的其他账户信息。

2、针对无法获得的银行账户资金流水所执行的替代程序

针对部分银行账户因注销、遗失或未使用而无法打印银行资金流水的情形，通过**前往银行现场与银行工作人员**核实上述情况。

3、针对独立董事未提供银行账户资金流水所执行的替代程序

发行人独立董事黄奕鹏、陈烽、董伟及冯育升（已离职）因任职时间较短且不参与公司的日常经营，基于个人隐私考虑，未提供其银行账户资金流水。申报会计师执行了如下替代程序：

（1）结合对发行人及子公司报告期内银行流水、现金日记账、银行日记账等的核查，关注独立董事在报告期内是否与发行人及子公司有资金往来；

（2）结合对已提供银行账户的上述相关方的资金流水的核查，关注独立董事在报告期内是否存在与上述相关方有资金往来；

（3）取得了独立董事签署的承诺函，承诺：“本人及关系密切的家庭成员与公司客户、供应商及其关联方不存在关联关系，且不存在资金往来、任何可能导致利益倾斜的情形或其他利益安排。除去本人开展关于公司相关工作，而与公司发生的收支报销等正常资金往来外，本人与公司不存在其他资金往来；本人与公司及其实际控制人、其他董事、监事、高级管理人员之间亦不存在通过任何形式为公司及其实际控制人代垫员工薪酬、年终奖或其他类似情形”；

（4）取得了独立董事个人信用报告，报告显示上述个人的信用状况良好，贷款主要为个人住房贷款以及消费贷款等，不存在大额已逾期未归还的银行贷款等负债。

经核查，除因客观原因无法获得及独立董事的银行账户资金流水外，发行人相关方已完整提供名下银行账户资金流水，流水对手方中不存在上述人员其它未提供的银行账户的情形。

二、补充说明上述人员银行账户中是否存在与主要客户或供应商的实控人、关键人员的资金往来

中介机构所执行的核查程序：

1、获取各期主要客户、供应商名单；通过访谈核实公开信息所查询的上述主要客户、供应商的实控人、关键人员信息；

2、将主要客户、供应商的实控人、关键人员信息与上述相关方的银行账户资金流水进行分析比对；

3、通过访谈主要客户、供应商，核查其与上述相关方的资金往来情况。

经核查，上述人员银行账户中，不存在与主要客户或供应商的实控人、关键人员有资金往来的情形。

三、补充说明上述人员银行账户中是否存在金额重大或较为频繁现金取现情形，若存在请补充说明金额重大的具体标准，大额取现的必要性和合理性

中介机构以单笔 1 万元为金额重大的标准，同时重点关注频繁取现的情形，查阅上述人员的银行账户资金流水，统计其取现情况。经核查，实际控制人庄沛锐和庄沁钿、监事会主席郑雪君报告期内存在大额取现或频繁取现情形，具体如下：

（一）庄沛锐

时间	取款合计（万元）	资金流向
2017 年	9.62	零散取现，日常消费
2018 年	10.80	零散取现，日常消费
2019 年	207.10	200 万元主要用于支付其控制的企业味之印象的房产工程款项；其余零散取现，日常消费
2020 年	354.00	主要用于缴纳股权转让的个人所得税款及滞纳金

（二）庄沁钿

时间	取款合计（万元）	资金流向
2017 年	132.29	主要借予他人，后续陆续收回；此外 18 万元用于归还欠款；其余零散取现，日常消费
2018 年	8.40	零散取现，日常消费
2019 年	-	-
2020 年	11.00	零散取现，日常消费

（三）郑雪君

时间	取款合计（万元）	资金流向
2017 年	17.25	主要归还欠款；其余零散取现，日常消费
2018 年	6.25	零散取现，日常消费

时间	取款合计（万元）	资金流向
2019 年	21.92	零散取现，日常消费
2020 年	-	-

针对上述情况，中介机构所执行的核查程序：

1、获取味之印象在建房产有关的合同、收据、国有土地使用证，实地查看味之印象在建房产，并访谈其工程供应商；

2、获取实际控制人缴纳股权转让的个人所得税款的收据，缴纳计划及总额的情况说明；

3、取得上述人员出具的关于现金取款用途的说明；

4、比对相关银行账户资金流水存取，核实资金用途为对外借款的还款情况。

经了解，上述人员生活与工作所在的乡镇地区民营经济较为活跃，有使用现金的习惯。经核查，上述人员中庄沛锐、庄沁钿、郑雪君存在金额重大或较为频繁现金取现情形，其大额取现均有明确合理用途，现金取现具有必要性和合理性。

四、按照中国证监会《首发业务若干问题解答》相关内容，重点核查发行人及其实际控制人、董事、监事、高管等相关方的银行账户、银行流水的资金流向及用途，是否与发行人的客户、供应商有业务往来、业务往来是否合理、是否存在利益输送，是否存在为发行人承担成本费用或通过直接或间接的方法向客户输送经济利益的情形

（一）发行人的银行账户、银行流水的资金流向及用途，是否与发行人的客户、供应商有业务往来、业务往来是否合理、是否存在利益输送，是否存在为发行人承担成本费用或通过直接或间接的方法向客户输送经济利益的情形

中介机构所执行的核查程序：

1、对发行人资金管理相关内控制度进行测试，分析制度的设计和执行是否存在重大缺陷

取得并查阅发行人《货币资金内部控制制度》等相关内控制度文件，访谈发行人财务部门相关人员，了解发行人资金收支与审批程序、资金保管与总分类账记录、现金及银行总账与记账的登记等资金管理相关内部控制制度的设计情况；执行穿行测试，对资金管理相关内部控制的设计合理性进行评价；执行控制测试，对资金管理相关内部控制

的执行有效性进行评价。

2、分析发行人银行账户完整性和开户合理性

将发行人账面记录的银行账户信息与从银行独立取得的《已开立银行结算账户清单》和银行函证信息进行核对，确认账户信息的完整性。报告期内，发行人的银行账户共 **56** 个，其中正常存续 **54** 个，销户 2 个，具体情况如下：

序号	所属公司	开户行	账号	账户性质	账户状态	销户日期
1	真美股份	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240092000*****	基本存款账户	正常	-
2	真美股份	中国工商银行股份有限公司潮安庵埠支行	20040232090245*****	一般存款账户	正常	-
3	真美股份	潮州农村商业银行股份有限公司江东支行	800200000080*****	一般存款账户	正常	-
4	真美股份	中国农业银行股份有限公司潮州分行	441610010400*****	一般存款账户	正常	-
5	真美股份	广东华兴银行股份有限公司汕头澄海支行	8028801000*****	一般存款账户	正常	-
6	真美股份	交通银行股份有限公司潮州分行	4954951820180100*****	一般存款账户	正常	-
7	真美股份	潮州市区农村信用合作联社长美分社	800200000115*****	一般存款账户	销户	2018 年 8 月
8	真美股份	中国银行潮州分行	000006925710*****	一般存款账户	正常	-
9	真美股份	中国建设银行股份有限公司潮州市分行	440501808699000*****	一般存款账户	正常	-
10	真美股份	中国邮政储蓄银行股份有限公司潮州市潮安区支行	9440090100017*****	一般存款账户	正常	-
11	真美股份	东亚银行（中国）有限公司揭阳支行	1117200283*****	一般存款账户	正常	-
12	真美股份	兴业银行股份有限公司汕头分行	3916801001000*****	一般存款账户	正常	-
13	真美股份	广发银行股份有限公司潮州分行	95508890001025*****	一般存款账户	正常	-
14	真美股份	中国民生银行股份有限公司揭阳分行	1626*****	一般存款账户	正常	-
15	真美股份	广东南粤银行揭阳分行	6300012309000*****	一般存款账户	正常	-
16	真美股份	中国农业发展银行潮州市分行	203445199001000002*****	一般存款账户	正常	-
17	华祖食品	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240092000*****	基本存款账户	正常	-
18	华祖食品	中国农业银行股份有限公司潮州城区支行	441612010400*****	一般存款账户	正常	-
19	华祖食品	潮州农村商业银行股份有限公司江东支行	800200000109*****	一般存款账户	正常	-

序号	所属公司	开户行	账号	账户性质	账户状态	销户日期
20	华祖食品	中国银行潮州分行	000006522710*****	一般存款账户	正常	-
21	华祖食品	中国农业银行股份有限公司潮州分行	441610010400*****	一般存款账户	正常	-
22	华祖食品	中国农业发展银行潮州市分行	203445199001000002*****	一般存款账户	正常	-
23	味和道	中国银行潮州分行	000006886704*****	基本存款账户	正常	-
24	味和道	潮州农村商业银行股份有限公司江东支行	800200000138*****	一般存款账户	正常	-
25	味和道	中国农业发展银行潮州市分行	203445199001000002*****	一般存款账户	正常	-
26	味感良多	中国工商银行股份有限公司汕头观澜支行	20030420091000*****	基本存款账户	正常	-
27	福安销售部	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240092000*****	基本存款账户	销户	2020年9月
28	植美味	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240092001*****	基本存款账户	正常	-
29	韶山分公司	华融湘江银行湘潭韶山支行	882903090000*****	基本存款账户	正常	-
30	韩美投资	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240092000*****	基本存款账户	正常	-
31	韩美投资	中国农业银行股份有限公司潮州分行	441610010400*****	一般存款账户	正常	-
32	凤泉湖分公司	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240092001*****	基本存款账户	正常	-
33	植美味江东分公司	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240092002*****	基本存款账户	正常	-
34	植美味江东分公司	潮州农村商业银行股份有限公司江东支行	317110860000*****	一般存款账户	正常	
35	健证生物	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240092002*****	基本存款账户	正常	
36	真美股份	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240292131*****	外币账户	正常	-
37	真美股份	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240292141*****	外币账户	正常	-
38	真美股份	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240091381*****	外币账户	正常	-
39	真美股份	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240191131*****	外币账户	正常	-

序号	所属公司	开户行	账号	账户性质	账户状态	销户日期
40	真美股份	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240091141*****	外币账户	正常	-
41	真美股份	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240292001*****	专用账户	正常	-
42	真美股份	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240340000*****	法人理财交易账户	正常	-
43	真美股份	中国工商银行股份有限公司潮安庵埠支行	20040232410000*****	保证金户	正常	-
44	真美股份	中国农业银行股份有限公司潮州分行	441610130400*****	外币账户	正常	-
45	真美股份	中国农业银行股份有限公司潮州分行	441610130400*****	外币账户	正常	-
46	真美股份	中国农业银行股份有限公司潮州分行	441610140400*****	外币账户	正常	-
47	真美股份	中国农业银行股份有限公司潮州分行	441610140400*****	外币账户	正常	-
48	真美股份	交通银行股份有限公司潮州分行	4954951821310000*****	外币账户	正常	-
49	真美股份	广东华兴银行股份有限公司汕头澄海支行	8028601000*****	单位定期账户	正常	-
50	真美股份	中国银行潮州分行	7328712*****	外币账户	正常	-
51	真美股份	中国建设银行股份有限公司潮州市分行	440501808699000*****	外币账户	正常	-
52	真美股份	东亚银行（中国）有限公司揭阳支行	1117200283*****	单位定期账户	正常	-
53	华祖食品	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240191131*****	外币账户	正常	-
54	华祖食品	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240191141*****	外币账户	正常	-
55	华祖食品	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240292131*****	外币账户	正常	-
56	华祖食品	中国工商银行股份有限公司潮州分行	20040240292141*****	外币账户	正常	-

中介机构复核发行人银行账户开户地点、开立时间和销户情况，相关情况与发行人经营业务的发展阶段和区域分布相匹配。

3、打印银行流水情况

实地前往发行人各开户银行，打印上述账户报告期内的银行账户交易流水。

4、对发行人大额资金流水的核查

取得发行人报告期内银行流水，抽取发行人单笔 50 万元以上银行流水及单笔 50 万元以上银行存款日记账进行双向比对。经比对，发行人银行流水与银行存款日记账记录

一致。

获取发行人报告期银行存款日记账，并根据发行人经营规模、资金流水覆盖比例等情况进行分析，确定在剔除发行人母子公司间内部往来、发行人自身账户间划转资金的银行流水后，对发行人银行存款日记账中单笔借方或贷方发生额大于或等于 50 万元的资金流水执行大额资金流水核查程序，获取并逐笔核对记账凭证、银行回单等原始凭证，编制大额资金流水核对表，复核交易对手方信息的账面记录及银行流水记录是否一致、是否存在真实交易背景、交易金额是否存在异常等事项。

经核查,发行人不存在异常的大额资金往来流水。除日常经营收取或支付的货款外,发行人大额资金流水主要为银行贷款及还款、支付工资、缴纳税款、政府补助等与日常经营活动相关的事项,与发行人生产经营活动相匹配,不存在无业务背景异常资金往来。经比对银行流水对手方清单及发行人关联方清单,不存在发行人与关联方之间异常的大额资金往来。

（二）发行人实际控制人、董事、监事、高管等相关方的银行账户、银行流水的资金流向及用途，是否与发行人的客户、供应商有业务往来、业务往来是否合理、是否存在利益输送，是否存在为发行人承担成本费用或通过直接或间接的方法向客户输送经济利益的情形

申报会计师所执行的核查程序：

- 1、获取报告期内发行人客户、供应商、工程施工方名单；
- 2、将相关方提供的银行账户资金流水与发行人客户、供应商、工程施工方名单进行对比分析；
- 3、就相关方与发行人的客户、供应商、工程施工方存在的业务或资金往来的情形：对相关客户、供应商、工程施工方进行了访谈；获取相关业务往来的合同及单据，取得其与发行人相关方的业务往来独立于其与发行人业务往来的说明；核查其与发行人是否存在关联关系，与发行人相关方的业务往来真实性与合理性。

2017-2020 年，发行人实际控制人、非独立董事、监事、高管等相关方的银行账户、银行流水与发行人的客户、供应商的往来如下：

序号	客户/供应商或 其实控人、关键 人员	与相关方/公司的资金往来情况				
		往来 对象	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
1	张燕薇 (客户)	庄沁钿	收取庄沁钿 25.00 万元补品 款项	-	收取庄沁钿 4.50 万元补品 款项	-
		发行人	-	-	支付真美股份 215.00 万元产 品款项	支付真美股份 104.00 万元产 品款项
2	吴衍聪 (工程施工方)	刘伟龙	收取刘伟龙 1.00 万元家庭 装修款项	-	-	-
		发行人	收取真美股份 44.36 万元工程 款项	收取真美股份 54.50 万元工 程款项	-	退还真美股份 2.50 万元预付 工程款项
3	肖平亮 (工程施工方)	陈智光	-	向陈智光借款 1 万元并归还	-	-
		发行人	收取真美股份 8.93 万元工程 款项	-	-	-
4	潮州市潮安区鹏 达建筑工程有限公司 (工程施工方)	味之 印象	收取味之印象 495.00 万元工 程款项, 退回 220.00 万元	-	-	收取味之印象 50.00 万元工 程款项
		发行人	收取真美股份 905.30 万元土 建工程款项	收取真美股份 915.40 万元土 建工程款项	收取真美股份 2,889.70 万元 土建工程款项	收取真美股份 3,213.14 万元 土建工程款项
5	潮州余品轩陈设 设计有限 公司 (供应商)	味之 印象	-	-	-	收取味之印象 26.00 万元房 产设计款项
		发行人	收取真美股份 37.24 万元设计 款项	收取真美股份 99.26 万元设 计款项	收取真美股份 64.06 万元设 计款项	收取真美股份 26.79 万元设 计款项

经核查,申报会计师认为:发行人实际控制人、董事、监事、高管等相关方的银行账户与发行人的部分客户、供应商存在业务或资金往来,相关业务或资金往来具有合理背景,不存在利益输送情形,不存在相关方为发行人承担成本费用或通过直接或间接的方法向客户输送经济利益的情形。除上述情形外,发行人其他相关方与发行人客户、供应商不存在业务或资金往来。

问题 27：关于发行人信息披露质量及中介机构执业质量。

申报材料显示：

（1）发行人在“报告期各期末，应付账款余额前五大如下”表格中，披露内容为“占应收账款期末余额合计数的比例（%）”；

（2）招股说明书第 18 页“募集资金用途”及第 68 页“员工结构情况”表格中未标注单位；第 67 页“2019 年董监高从本公司领取薪酬情况”表格中单位标注错误。

请发行人、中介机构全面、认真梳理并核查申报材料内容，对相关错误及表述进行更正，提高信息披露质量，确保申报材料准确、完整。

请中介机构切实履行信息披露的把关责任。

【回复】

请发行人、中介机构全面、认真梳理并核查申报材料内容，对相关错误及表述进行更正，提高信息披露质量，确保申报材料准确、完整

公司、中介机构已对问题中提及相关错误进行了修订。同时，公司、中介机构全面、认真梳理并核查申报材料内容，对其他错误及表述进行更正，按照申报文件的相关法律法规要求，提高信息披露质量，确保申报材料准确、完整。

(本页无正文，为信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)《关于广东真美食品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复》之签章页)

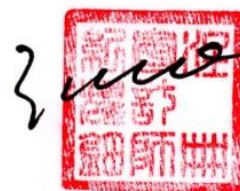
信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)



中国注册会计师:



中国注册会计师:



2021年6月22日