

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
第三轮审核问询函的回复

深圳证券交易所:

根据贵所于 2021 年 6 月 17 日出具的审核函（2021）010679 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第三轮审核问询函》（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”或“公司”）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 1：关于股东。

审核问询回复显示：

发行人股东共 24 名，包括 16 名自然人股东和 8 名机构股东。

请发行人：

（1）补充说明非自然人股东取得发行人股份的资金来源，是否存在发行人及其关联方代其他股东支付股权转让款或向其提供入股所需资金情况；是否已准确识别并披露股东之间关联关系；是否存在股权代持或委托持股情形；

（2）补充披露与上海嵩投网络科技有限公司实际控制人投资的其他企业的具体业务协同情况及合理性，相关交易价格和毛利率是否异常。

请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见，并请保荐人、发行人律师按照《监管规则适用指引——发行类第 2 号》的要求对发行人披露的股东信息进行全面深入核查，逐条认真落实核查工作，提交专项说明。

【回复】

一、补充说明非自然人股东取得发行人股份的资金来源，是否存在发行人及其关联方代其他股东支付股权转让款或向其提供入股所需资金情况；是否已准确识别并披露股东之间关联关系；是否存在股权代持或委托持股情形。

（一）公司非自然人股东包括海通（吉林）股权投资基金合伙企业（有限合伙）、上海宜业投资有限公司、上海嵩投网络科技有限公司、宁波梅山保税港区福鹏宏祥玖号股权投资管理中心（有限合伙）、西藏天禄投资管理有限公司、深圳前海祥和德裕投资有限公司、深圳市恒泰基投资有限公司、潮州市汇泉投资有限公司，其相关情况如下：

序号	股东名称	股东基本信息	持股数量/ 比例	取得股份 时间	入股价格	投资公司的原因	资金来源	支付方式
1	宜业投资	成立时间：2014年4月 注册资本：500万元 直接对外投资企业10家	244.20万股 /3.38%	2016年5月	4.5元/股	1、背景：真美有限拟在股改前进行增资扩股，进一步优化股权结构、扩充资金实力、保障公司日常生产经营；各投资方均为专业投资公司，获悉真美有限计划申报IPO。 2、产生新股东的原因：真美有限为肉脯行业的知名企业，投资方看好公司发展以及IPO预期回报而有意投资真美有限，且无对赌条款等要求，真美有限、庄沛锐认可各投资方的增资价格和资金实力。	自有或自筹资金	银行转账
2	天禄投资	成立时间：2013年11月 注册资本：1,000万元 直接对外投资企业8家	165.00万股 /2.29%					
3	祥和德裕	成立时间：2015年6月 注册资本：30,000万元 直接对外投资企业1家	112.20万股 /1.55%					
4	恒泰基	成立时间：2015年5月 注册资本：1,000万元 直接对外投资企业2家	112.20万股 /1.55%					
5	汇泉投资	成立时间：2009年7月 注册资本：50万元 直接对外投资企业3家	66.00万股 /0.91%					
6	福鹏宏祥	成立时间：2016年7月 注册资本：8,004.89万元 直接对外投资企业4家	204.00万股 /2.83%	2017年6月	5.8元/股	1、背景：真美股份拟增资扩股进一步扩充资金实力，购置沙溪生产基地建设项目的土地使用权，筹建味和道厂区，并保障公司日常生产经营；福鹏宏祥为专业从事股权投资的私募股权基金，获悉真美股份计划申报IPO。 2、产生新股东的原因：真美股份为肉脯行业的知名企业，福鹏宏祥看好公司发展以及IPO预期回报而有意投资真美股份，且无对赌条款等要求，真美股份、庄沛锐认可福鹏宏祥的增资/受让价格和资金实力。	募集资金	银行转账
7	海通投资	成立时间：2016年4月 注册资本：40,000万元 直接对外投资企业4家	402.462万股 /5.58%	2019年12月	7.21元/股	1、背景：真美股份拟增资扩股进一步扩充资金实力，保障公司日常生产经营和沙溪生产基地建设项目的顺利推进；庄沛锐因个人资金需求拟转	募集资金	银行转账

序号	股东名称	股东基本信息	持股数量/ 比例	取得股份 时间	入股价格	投资公司的原因	资金来源	支付方式
						让部分股份；海通投资为专业从事股权投资的私募股权基金，获悉真美股份计划申报 IPO。 2、产生新股东的原因：真美股份为肉脯行业的知名企业，海通投资看好公司发展以及 IPO 预期回报而有意投资真美股份，且无对赌条款等要求，真美股份、庄沛锐认可海通投资的增资/受让价格和资金实力。		
8	上海嵩投	成立时间：2016 年 12 月 注册资本：5,000 万元 直接对外投资企业 29 家	220.00 万股 /3.05%	2020 年 6 月	7.35 元/股	1、背景：庄沛锐因个人资金需求拟转让部分股份；瑞宏贰号为私募股权基金，因接近退出期，拟转让所持股份；上海嵩投为具有较为丰富投资经验的职业投资公司，获悉真美股份计划申报 IPO。 2、产生新股东的原因：真美股份为肉脯行业的知名企业，上海嵩投看好公司发展以及 IPO 预期回报而有意投资真美股份，且无对赌条款等要求，真美股份、瑞宏贰号认可上海嵩投的受让价格和资金实力，且上海嵩投实际控制人投资的其他企业与真美股份有一定的业务协同效应。	自有或自筹资金	银行转账

公司非自然人股东取得公司股份的资金来源于其自有或自筹资金，不存在公司及公司关联方代其他股东支付股权转让款或向其提供入股所需资金情况；股东入股价格公允合理，不存在入股价格明显异常的情形。

(二)公司已准确识别并披露股东之间的关联关系——除庄沛锐与庄沁铤系夫妻关系外,股东之间不存在其他关联关系。

(三)公司现有股东之间不存在股权代持、委托持股或其他利益安排的情形。

公司历史上曾存在股权代持的情形,具体情况如下:

2005年5月,真美有限成立时,郑雪君持有真美有限10%的股权(对应注册资本30万元),为接受庄沛锐的委托代其持有。上述代持行为形成原因为庄沛锐不想同时在多家公司作为显名股东,故委托郑雪君代其持有真美有限的股权。

2015年5月28日,真美有限召开股东会并作出决议,同意郑雪君将其持有公司10%的股权转予庄沛锐;同日,郑雪君与庄沛锐签署《股权转让合同》,约定郑雪君将其持有真美有限10%的股权转予庄沛锐。

2015年6月5日,该次股权转让完成后,上述股权代持关系解除。

综上所述,公司历史上存在的股权代持情况已解除,解除过程不存在任何纠纷或潜在纠纷,对公司本次发行不会造成实质性的法律障碍;公司目前不存在其他股权代持、委托持股或其他利益安排的情形。

二、补充披露与上海嵩投网络科技有限公司实际控制人投资的其他企业的具体业务协同情况及合理性,相关交易价格和毛利率是否异常。

报告期内,公司向上海嵩投网络科技有限公司实际控制人投资的其他企业——上海嵩沃网络科技有限公司销售猪肉脯产品。

上海嵩沃网络科技有限公司主营业务为网络游戏开发及运营,在其运营的“阳光养猪场”手机游戏中,玩家可通过在游戏中运营养猪场获得相应奖励以兑换猪肉脯,所兑换的为公司自有品牌猪肉脯。此类跨界合作模式既能使合作方的手游玩家增强获得感,从而有助于提升合作方的用户基数,又能使公司在获得一定销售收入的同时起到推广自有品牌的效果。公司的猪肉脯与“阳光养猪场”游戏的主题契合,相关业务具有协同性及合理性。公司自2020年7月起向上海嵩沃进行销售,当年共计金额196.37万元,均为猪肉脯。相关交易价格和毛利率情况如下:

产品种类	2020 年度			
	向上海嵩沃 销售单价（元/千克）	猪肉脯平均单价 （元/千克）	向上海嵩沃 销售毛利率	猪肉脯毛利率
猪肉脯	70.36	67.10	42.50%	41.88%

如上所示，公司与上海嵩沃网络科技有限公司相关交易价格和毛利率与公司猪肉脯平均售价及毛利率接近，不存在异常。

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“7、主要直销客户情况”之“（4）上海嵩沃网络科技有限公司的具体情况，其采购发行人产品用途和去向”中补充披露上述内容。

三、请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

（一）核查程序

1、（1）查阅了发行人及其前身真美有限自设立至今的工商登记资料、发行人现行有效的《公司章程》、发行人的股东名册等资料；（2）查阅了非自然人股东入股发行人的入股协议、股权转让协议书以及对应的资金转账凭证，取得了其关于取得发行人股份资金来源、与其他股东不存在关联关系、不存在股权代持或委托持股情形的声明文件；（3）查阅了机构股东工商资料、公司章程、合伙协议、财务报告等资料，对发行人的机构股东进行穿透核查，并于国家企业信用信息公示系统等公示信息网站进行检索；（4）查阅了发行人及其主要关联方的资金流水，核查是否存在发行人及其关联方代其他股东支付股权转让款或向其提供入股所需资金的情况；（5）查阅了发行人股东出具的调查问卷、承诺函/声明文件及签署的访谈记录；（6）对发行人历史上股权代持各方进行访谈确认，并取得了其股权转让协议、签署的确认函等文件。

2、现场访谈上海嵩沃网络科技有限公司相关负责人，查阅发行人与其签订的业务合同，了解相关业务的协同情况及合理性；复核发行人与其的交易金额、产品类别、交易单价和毛利率，并分析是否存在异常。

（二）核查结论

1、（1）非自然人股东取得发行人股份的资金来源于其自有或自筹资金，不存在发行人及发行人关联方代其他股东支付股权转让款或向其提供入股所需资金情况；股东入股价格公允合理，不存在入股价格明显异常的情形；（2）已准确识别并披露发行人股东之间的关联关系——除庄沛锐与庄沁铤系夫妻关系外，发行人股东之间不存在其他关联关系；（3）发行人现有股东之间不存在股权代持、委托持股或其他利益安排的情形。

2、上海嵩沃网络科技有限公司与发行人的合作具有协同性及合理性，相关交易价格和毛利率不存在异常。

问题 2：关于创业板定位。

审核问询回复显示：

（1）发行人主营业务为肉类休闲食品的研发、生产与销售，主要产品为肉脯、肉丸、肉肠、肉松及其他休闲食品。

（2）发行人 51 岁以上员工 103 人，占比 18.56%；高中及以下学历员工 454 人，占比 81.80%；生产人员 394 人，占比 70.99%。报告期内，发行人员工平均收入水平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均工资及同行业可比公司平均工资。

（3）发行人同行业可比公司包括煌上煌、海欣食品、盐津铺子等。

请发行人：

（1）结合经营模式、主要产品构成、技术水平、研发费用、成长性、员工学历、同行业可比公司等因素，分析说明是否具有“三创四新”特征，是否符合创业板定位；

（2）结合薪酬水平、年龄构成、社会保险和公积金缴纳等因素，补充说明离职率较高的原因及合理性，是否存在刻意压低员工薪酬的情形，是否可能对发行人正常生产经营产生重大影响；按潮州市制造业企业在岗职工人平均工资及同行业可比公司平均工资模拟测算提高员工薪酬待遇对利润的影响；在册员工是否真实在岗工作；

（3）结合产品构成、采购模式、销售模式、生产模式、生产销售人员占比等因素，补充说明同行业可比公司选取是否准确；如是，请与同行业可比公司对比分析发行人竞争优势及行业地位；

（4）分析说明主要产品的市场供求和竞争状况；比较分析与其他地区肉脯生产企业的竞争优势，与主要 ODM 客户合作是否具有可持续性，是否存在被替代的风险；是否具备开拓其他 ODM 客户的能力。

请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、结合经营模式、主要产品构成、技术水平、研发费用、成长性、员工学历、同行业可比公司等因素，分析说明是否具有“三创四新”特征，是否符合创业板定位

（一）公司的创新、创造、创意特征

公司创新、创造和创意具体体现在如何将消费者日常在自家厨房、餐厅吃到的美味肉类食物转变为具备即食、便携、可长期保存等特性的预包装食品。将肉类食物转变预包装食品的难点在于：自家厨房、餐厅吃到的美味肉类食物的形状、风味、原材料各不相同，其质量、口感和口味也不稳定；而预包装食品则要求规模化工业生产，安全、质量、口感和口味需要稳定可靠，并且在原材料经过高温、高压等工业化处理后，产品的风味、口感、口味能够满足消费者日益增长的需求。除此之外，肉类休闲食品作为工业化产品，既要风味、口感、口味能够满足消费者的需求，还要价格适中满足广大不同收入阶层消费者的消费升级追求。

因此，公司创新、创造和创意又主要体现在产品研发与生产研发两个方面。在产品研发方面，公司已取得 22 项发明专利，涵盖多种不同产品品类的制作方法 & 配方，体现对产品的创造与创意性；在生产研发方面，公司已取得 13 项实用新型专利与 2 项外观设计专利，体现对生产工艺改良的创新性。此外，公司还自主研发有组织蛋白制造技术、筋膜分离机、高温热泵技术等非专利核心技术，以及基于产品与生产研发所累积的对现有产品的配方改良技术，在降本增效、提高生产安全、提高产品质量以及提高产品多样性上起到了重要作用。

（二）公司的科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、经营模式

真美股份是一家肉类休闲食品 ODM 服务商，凭借优秀的研发能力与稳定的供应能力，为中国众多知名休闲食品零售商研发、生产符合终端消费者美味、健康和营养需求的产品。

肉类休闲食品 ODM 是指由公司负责产品设计、生产与原材料采购，而品牌方只负责销售。中国休闲食品产业本土化于 21 世纪初才起步，大部分肉类休闲食品生产企业的经营模式从传统家庭零食小作坊转变为自动化休闲食品厂商的时间不长。目前，同行业可比上市公司主要以打造自有品牌注重销售或自有品牌与自主生产并重为主，而同行业可比非上市公司中虽然有肉类休闲食品 ODM 公司但相较于公司普遍规模较小且品类较少。

肉类休闲食品 ODM 是中国休闲食品生产与销售进一步分化的标志，公司的肉类休闲食品 ODM 服务具有一定模式创新与业态创新特征。

2、主要产品构成

公司	产品授权发明专利	产品品类
真美股份	22	肉脯 431 种、肉丸 80 种、肉肠 42 种、肉松 7 种
煌上煌	2	鲜货、气调货、包装产品三大系列形成了二百多个 SKU 的产品组合
海欣食品	16	速冻鱼肉制品及肉制品、常温休闲食品、速冻米面制品、速冻菜肴制品
盐津铺子	3	咸味休闲零食（深海零食、休闲豆制品、蜜饯炒货、休闲素食、休闲肉鱼产品等）和“憨豆先生”系列休闲烘焙点心产品（蛋糕、面包、薯片、沙琪玛、果冻布丁、糖果巧克力饼干等）
立高食品	4	奶油、水果制品、酱料和冷冻烘焙食品的品规超过 650 种

注：可比公司数据来源于 2020 年年报及互联网公开信息检索

公司掌握加工技术的肉类原材料主要有冻猪肉、冻牛肉、冻鱼糜和冻鸡肉等，而掌握加工技术的产品形态主要有肉脯、肉肠、肉丸、肉松、肉干、肉棒等，叠加公司掌握的炭烤工艺、组织蛋白制造技术及丰富的产品配料，形成了多样的产品品类。与同行业可比上市公司相比，公司的产品体系丰富，为多家传统知名休闲食品品牌商提供 ODM 服务，为客户增加其产品品类、提高运营效率，践行新旧产业融合。

3、研发费用

报告期内，公司投入研发的费用分别为 1,096.40 万元、1,132.16 万元和 1,338.59 万元。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。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

注：同行业可比公司数据取自其公开信息，为截至 2020 年末的统计数据。

报告期内，公司新增 3 项发明专利、12 项实用新型专利和 1 项外观设计专利。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，亦能体现公司科技创新特征。

4、员工学历

公司作为 ODM 服务商，一线生产人员占公司总人数的比例较可比公司高（例如，2020 年末公司生产人员占比达到 71.63%，高于同行业可比公司平均的 37.64%），而一线生产人员的学历基本为高中及以下（例如，2020 年末公司生产人员中高中及以下学历占比达到 98.04%）。因此，为提高可比性，在不考虑高中及以下学历员工的情况下，截至 2020 年末，公司与同行业可比公司员工的学历结构如下：

单位：人、%

项目	煌上煌		海欣食品		盐津铺子		立高食品		同行业 平均占比	真美股份	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比		人数	占比
本科及以上	390	39.47	153	27.27	321	37.15	374	38.68	36.63	44	44.44
大专	598	60.53	408	72.73	543	62.85	593	61.32	63.37	55	55.56

注：同行业可比公司数据取自其公开信息，为截至 2020 年末的统计数据。

公司本科及以上学历占比为 44.44%，略高于同行业可比公司的 36.63%。此外，为了增强研发能力，公司与知名科研院所、高校开展产学研合作，引入华南理工大学等多所国内知名高校的多名食品科学、生物技术领域内的教授、研究员先后在公司担任特聘技术顾问；引入广东省农业科学院蚕业与农产品加工研究所多名博士研究生参与指导公司的研发工作。因此，公司的人员学历具有一定科技创新的特征。

5、技术水平

食品生产加工企业的基础研究能力有限，因此其研发往往是基于全行业基础研发成果的应用创新。而真美股份作为肉类休闲食品 ODM 厂商，其技术水平不体现在某一个技术环节，而是体现在设备、工艺、配方的成套体系，形成了在风味、口感、口味与生产成本的综合技术优势。

目前，与公司经营模式相同和生产同类产品的非上市公司规模较小，公开信息较少，可比性较低；而与公司相对可比的同行业上市公司与公司经营模式有差异且主要的生产品类不同。

公司的肉脯类及即食肉丸类产品技术水平处于行业领先水平，具有科技创新特征。

（1）肉脯类

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。公司产品“真美”牌肉脯是广东省名牌产品，在省内外有较高的知名度，肉脯产品出口港澳量居全国前三位。公司的肉脯类产品在设备、工艺与配方上具有优势。

在设备方面，公司拥有《肉脯自动成型拨肉机》（ZL201721360893.6）、《肉脯拉丝压片机》（ZL201721582569.9）与《肉脯的自动配料装置》（ZL201921277799.3）等 9 项与肉脯生产相关的实用新型专利，与筋膜分离机、解冻库设备和高温热泵技术等 6 项与肉脯生产相关的非专利核心技术。相关设备技术体系贯穿原材料预处理、半成品生产、产成品包装等各个环节，在提高产品出品率、提高生产自动化和提高产品生产安全与质量等各个环节起到了重要作用。

在生产工艺与配方方面，公司将低温腌制发酵技术、生物酶嫩化技术结合潮州菜酱料和烹饪技法，做出口感软硬适中，更适合粤港澳和东南亚口味的肉脯产品；公司研发的果木炭烧热循环技术与温控技术，不仅为产品增添风味和起到更好的杀菌作用，还使肉脯受热更均匀，可提升口感、口味和延长货架期。

此外，公司还掌握了组织蛋白制造技术与植物蛋白肉添加技术。通过高温高压、组织化等工艺将蛋白粉制成的具有类似于瘦肉组织结构的产品，使其富有咀嚼感、具有良好的吸水性、保油性。公司有《即食仿肉蛋白干的生产方法》（ZL201310340236.5）发明专利与《拉丝蛋白仿肉制造机》（ZL201921269881.1）实用新型专利，生产的植物蛋白肉结构更致密有弹性。而公司主导了SB/T10823-2012《畜禽肉制品加工中使用非肉类蛋白制品导则》行业标准的制定，解决了肉类休闲食品中添加植物蛋白肉而导致的产品结构松散、风味失衡等问题，使产品更营养、健康。

因此，公司的技术水平处于领先地位。

（2）即食肉丸类

公司的即食肉丸类产品不仅是将传统的速冻肉丸转变为预包装即食食品的创新，而且还改进业内传统即食肉丸的口感、口味缺点，打开即食肉丸的市场空间。

传统的即食肉丸生产工艺在生产、杀菌过程中会因温度较高而使产品失水严重、口感干柴、肉感较差等，导致产品口感、口味较差而无法获得终端消费者的认可。为了克服前述缺点，公司自行研发设计改进生产工艺及流程，主要改进如下：（1）在选用的材料方面，公司增长较为显著的即食鱼丸等鱼制品，主要以高凝胶强度的海捕鱼糜为主要原材料，蛋白质及其他营养成分丰富；（2）在打浆工序中，公司精准控温防止蛋白质变性；（3）在水煮工序中，公司将工序拆分为低、高温两道，低温水煮工序中通过生物酶、多糖类增稠剂等联合作用使蛋白质形成稳定凝胶，令肉丸口感Q弹多汁，高温水煮工序中进行定型；（4）在杀菌工序中，公司运用综合保鲜技术（涉及专利名称：即食潮式牛肉丸的生产方法，专利号码：ZL201310340237.X），在较低温度完成杀菌，达到减少营养成分损失、提

高产品多汁感和 Q 弹性的目的。在此基础上，公司不断研发的新品类，如蟹黄风味球、蛋黄包心丸等，进一步扩展即食肉丸类产品的系列品规，受到终端消费者的欢迎。

目前，公司的即食肉丸技术水平处于领先地位，尚未见其他公司掌握相同的全套工艺技术，达到公司的产品水准。

6、成长性

经过二十多年的发展，公司逐渐形成了以肉脯、肉丸、肉肠、肉松为主要品类的研发、生产与销售体系。过去，公司产品主要围绕粤港澳的市场需求进行研发，以肉脯为核心产品，在粤港澳地区有较高的市场份额。公司的成长性具有科技创新的特征。

在累积了一定的资金实力、核心团队和技术研发能力之后，公司立足粤港澳地区谋求其他地区的发展。一是，公司随着 ODM 客户的扩张和在华北、华中、华东等地区寻找经销商合作，了解各地区市场情况并收集终端消费者的需求；截至 2020 年末，公司在全国各地有合作的经销商 84 个，当年经销收入达 5,976.51 万元。二是，公司通过设备、工艺、配方的调整，投入大量研发成本，积极研制适合当地风味、口感和口味的产品；公司于 2015 年研发成功较为适配北方干、硬的口感和口味的新型特级猪肉脯金丝肉脯，并在华北市场逐渐打开局面。三是，公司加快对肉丸、肉肠的研发，以形成更立体的产品体系打开局面；公司从 2013 年开始对即食丸类进行技术储备和专利布局，于 2018 年正式研制成功推向市场，即食肉丸在报告期内销售增长迅速受到市场欢迎，逐渐发展成即食鱼丸、蟹黄风味球和蛋黄包心丸等鱼制品系列产品，成为公司的核心产品。

报告期内，公司销售收入增长幅度较小和产能利用率较低并非公司成长性不足，而是公司受“新冠疫情”、“非洲猪瘟”和“香港游行”影响了原有的肉脯销售及对外发展步伐所致。2018 年，公司肉脯类产能为 3,674.88 吨，产能利用率为 106.49%，而产销率为 100.95%。公司肉脯类产品供不应求需要扩大产能，因此规划了味和道厂区并于 2019 年下半年正式投产。然而，2019 年，“香港游行”事件影响了公司对境外的肉脯类产品销售；2019 年，“非洲猪瘟”疫情引起公司原料

的价格大幅上涨，公司肉脯类产品价格的上调影响了产品的销售增长；2020年，“新冠疫情”影响了公司向粤港澳以外地区的拓展，同时公司原有客户也因为疫情的不确定性采取较为保守的经营策略从而影响了公司产品销售增长。

2019年至2020年，受上述情况影响，肉脯总市场规模从230.39亿元降低至155.62亿元，中小厂商生存空间受到挤压。而公司的肉脯类产品收入在经历2019年的影响后，2020年从20,842.78万元恢复至22,115.71万元，经测算对应的生产端市场占有率从2.04%上升至3.21%，为自然派、沃尔玛、味之牛厨、珍之味、真之味与广州酒家等知名品牌商的唯一的肉脯类产品ODM供应商。而公司的另一核心产品即食肉丸2018年至2020年的销售收入分别为78.16万元、797.96万元与3,322.74万元，经测算对应的生产端市场占有率分别为1.19%、8.39%和28.13%，销量与生产端市场占有率增长速度较快。2020年，公司已成为主要客户自然派、名创优品与广州酒家的唯一即食鱼丸类产品ODM供应商。

综上，公司具有“三创四新”特征，符合创业板定位。

二、结合薪酬水平、年龄构成、社会保险和公积金缴纳等因素，补充说明离职率较高的原因及合理性，是否存在刻意压低员工薪酬的情形，是否可能对发行人正常生产经营产生重大影响；按潮州市制造业企业在岗职工人平均工资及同行业可比公司平均工资模拟测算提高员工薪酬待遇对利润的影响；在册员工是否真实在岗工作

（一）结合薪酬水平、年龄构成、社会保险和公积金缴纳等因素，补充说明离职率较高的原因及合理性，是否存在刻意压低员工薪酬的情形，是否可能对发行人正常生产经营产生重大影响

1、结合薪酬水平说明离职率较高的原因及合理性，是否存在刻意压低员工薪酬的情形

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

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
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：公司上述员工薪酬数据不包含主要为非现金形式的职工福利费（各期占比约为 5% 左右），若考虑该因素，公司员工实际薪酬水平与当地平均水平的差异将进一步缩小。

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。根据潮州市潮安区江东镇经济发展服务中心提供的数据，江东镇在岗职工年平均工资约为潮州市制造业企业在岗职工人平工资的 90% 左右。

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：公司上述员工薪酬数据不包含主要为非现金形式的职工福利费（各期占比约为 5% 左右），若考虑该因素，公司员工实际薪酬水平与同行业可比公司的差异将略有缩小。

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，因而公司员工岗位结构中生产人员占比远高于同行业可比公司。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分岗位的员工薪酬数据）。

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，因此将公司生产人员的年化人均收入水平与可取的数据的立高食品进行对比分析，具体情况如下：

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

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。

如上文所述，公司员工中生产人员占比较高，生产岗位具有专业技术要求相对较低、流动性相对较高的特点，因此离职率相对较高，具备合理性；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符合，并与公司各年度经营业绩趋势相符合，薪酬水平具有合理性；公司不存在刻意压低员工薪酬而导致员工离职率较高的情形。

2、结合年龄构成说明离职率较高的原因及合理性，是否存在刻意压低员工薪酬的情形

截至 2020 年 12 月 31 日，公司员工年龄分布情况如下：

年龄分布	人数（人）	占比（%）
30 岁及以下	148	25.92
31-40 岁	124	21.72
41-50 岁	184	32.22
51 岁及以上	115	20.14
合计	571	100.00

公司员工年龄结构中 41 岁以上占比较高，主要原因有：（1）公司以 ODM 为主的经营模式下，岗位结构中生产人员占比较高，而因岗位专业技术要求相对较低、流动性相对较高，生产人员在年龄等方面要求相对较低；（2）公司目前主

要厂区位于乡镇等偏远地区，年轻人外出务工的情况较多，员工平均年龄较大的情形与所处地区的劳动力供给结构有关。

经选取地处潮州市、生产人员占比与公司较为接近的两家上市公司（近期生产人员平均占比为 75%左右），统计其员工的年龄结构如下：

项目	松发股份	四通股份	平均	真美股份
30 岁及以下	28.68%	24.13%	26.41%	25.92%
31-40 岁	27.66%	28.51%	28.09%	21.72%
41-50 岁	30.73%	32.53%	31.63%	32.22%
51 岁及以上	12.93%	14.83%	13.88%	20.14%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：上述同地区上市公司年龄结构取自其招股说明书，统计时点为 2014 年末，其中三环集团招股说明书未披露年龄结构。

如上表所示，公司员工年龄结构与同地区且具有相近生产人员占比的上市公司相比，不存在显著差异。

虽然公司员工年龄结构中 41 岁以上占比较高，但离职员工主要为 40 岁以下员工，例如 2020 年度离职员工中 40 岁以下占比达到 73.68%，远高于 2020 年末该年龄区间在职员工的 47.64% 占比；特别是 30 岁以下员工，例如 2020 年度离职员工中 30 岁以下占比达到 51.46%，远高于 2020 年末该年龄区间在职员工的 25.92 % 占比。同时，报告期内离职员工中较为基层的生产岗位人员占比较高，平均达到 70.39%。在乡镇地区，年轻人员普遍流动性较高，特别是年轻的基层岗位人员，因此公司员工离职率较高的情况与员工年龄结构特征相符，具有合理性。

如上文所述，公司在岗员工年龄结构中 41 岁以上占比较高，但公司不存在刻意招聘年龄较大员工的情形；公司离职员工中 40 岁以下占比较高，特别是 40 岁以下的基层人员，公司薪酬水平与工龄存在一定关系，年轻员工的高流动性一定程度上影响了其该年龄区间员工和公司整体的薪酬水平；公司员工薪酬水平具有合理性，不存在刻意压低员工薪酬导致员工离职率较高的情形。

3、结合社会保险和公积金缴纳说明离职率较高的原因及合理性，是否存在刻意压低员工薪酬的情形

报告期末，公司社会保险和住房公积金未缴纳的主要原因如下：

单位：人

未缴原因	工伤保险	失业保险	生育保险	医疗保险	养老保险	住房公积金
新入职、正在办理手续	39	39	39	39	39	39
当月申报缴纳前离职	-	-	-	-	-	-
已达到退休年龄	38	39	42	37	40	56
已在其他单位缴纳	1	1	1	1	1	2
自愿放弃	23	24	24	1	1	53
已缴纳农村新型合作医疗/农村养老保险	-	-	-	24	28	-
合计	101	103	106	102	109	150

如上表所示，部分员工未缴纳社会保险的原因主要为“新入职、正在办理手续”、“已达到退休年龄”和“已缴纳农村新型合作医疗/农村养老保险”，部分员工未缴纳住房公积金的主要原因还包括“自愿放弃”，与上文所述的公司员工流动性、岗位结构、年龄结构、主要厂区位置特点相符合，具备合理性。

(1) 地区薪酬水平较低、年轻的基层员工流动性较大，较为注重当期到手工资水平

公司目前主要厂区位于乡镇等偏远地区，该地区员工平均收入水平低于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均工资；公司离职员工中 40 岁以下占比较高，特别是 40 岁以下的基层人员，该些员工工资通常低于公司平均水平，且流动性较高。正因公司所处地区工资水平较低，且年轻的基层岗位人员还具有流动性较高的特点，所以部分员工比较注重当期实际到手的工资收入，因而存在社会保险、住房公积金缴纳意愿较低的现象。

(2) 达到退休年龄的员工相对较高

公司在职员工中，达到退休年龄的员工相对较高，2020 年末占比为 9.81%，该部分员工存在社会保险、住房公积金缴纳需求、意愿较低的现象。

(3) 农村户籍人口比例较高

公司员工来自乡镇地区的农村户籍人口占比较高，该些员工缴纳“新农合、新农保”和具有宅基地的比例较高，因此在公司缴纳社会保险、住房公积金的意

愿较低。

此外，通过对不愿缴纳社会保险、住房公积金的员工进行积极宣导，公司员工的社会保险、住房公积金缴纳比例得到了较大提升，平均缴纳比例自 2018 年末的 65.40% 提升到了 2020 年末的 80.41%。

如上文所述，公司所处地区薪酬水平较低，年轻的基层员工流动性较大、离职率较高，因此员工较为注重当期到手工资水平，此外公司达到退休年龄和农村户籍的员工相对较高，因此部分员工缴纳社会保险、住房公积金的意愿相对较低；公司员工薪酬水平具有合理性，不存在刻意不给员工缴纳社会保险和住房公积金的情形，不存在刻意压低员工薪酬导致员工离职率较高的情形。

4、是否可能对发行人正常生产经营产生重大影响

报告期内，公司离职员工主要系基层人员、生产岗位人员或新入职员工，系正常流动，离职率较高的原因具备合理性。从离职员工的司龄分布情况来看，报告期内，70%左右的离职员工在发行人的司龄不足一年，离职员工的可替代性较强。针对员工离职情况，公司会及时补充招聘，确保离职员工的工作能够得到及时、有效交接。

公司核心人员构成稳定，报告期内除曾任副总经理林文辉（在职时间不足一年）因个人家庭原因离职外，其他董事、监事、高级管理人员和核心技术人员等关键人员不存在离职的情况（独立董事换届、离任除外）。经过多年的积淀，公司已培养一支优秀的管理层及核心技术人员队伍。其中，董事、监事、高级管理人员和核心技术人员等关键人员均已在公司稳定工作较长时间，截至报告期末平均入职公司时间超过 16 年（独立董事、外部董事除外）。优秀的管理层及核心技术人员是公司提升创新能力、提高市场竞争能力、增强持续盈利能力的重要基础。此外，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员（独立董事、外部董事除外）均持有公司股份，与公司利益高度一致，能够共享公司发展成果。该些人员的高度稳定能够有效保障公司的正常生产经营和促进公司的持续健康发展。

综上，（1）公司员工薪酬水平与所在地区、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；（2）公司员工年龄结构与同地区且

具有相近生产人员占比的上市公司相比，不存在显著差异，具有合理性；（3）公司部分员工未缴纳社会保险的原因与公司员工流动性、岗位结构、年龄结构、主要厂区位置的特点相符，具备合理性；（4）公司不存在通过刻意招聘年龄较大员工的情形，不存在刻意不为员工缴纳社会保险和住房公积金以压低员工薪酬的情形；（5）报告期内，公司核心人员构成稳定，离职员工主要系基层人员、生产岗位人员或新入职员工，系正常流动，离职率较高的原因具备合理性；（6）公司已为补充人员制定了相应的积极举措，公司离职率较高的情形不会对正常生产经营产生重大影响。

（二）按潮州市制造业企业在岗职工人平均工资及同行业可比公司平均工资模拟测算提高员工薪酬待遇对利润的影响

1、按潮州市制造业企业在岗职工人平均工资模拟测算提高员工薪酬待遇对利润的影响

报告期内，潮州市制造业企业在岗职工人平均工资和公司员工平均收入的情况如下：

单位：万元/人·年

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
潮州市制造业企业在岗职工人平均工资	6.02	5.82	5.44
真美股份	5.10	4.94	4.95

注：（1）2018 年度、2019 年度“潮州市制造业企业在岗职工人平均工资”取自潮州统计年鉴，2020 年度数据尚未披露；（2）上表 2020 年数据为模拟测算数据，即假设在 2019 年度基础上增长 3.4%，该增长率取自《2020 年潮州市国民经济和社会发展统计公报》公布的当年居民人均可支配收入增长率；（3）公司上述员工薪酬数据不包含主要为非现金形式的职工福利费（各期占比约为 5%左右），若考虑该影响因素，公司员工实际薪酬水平与当地平均水平的差异将进一步缩小。

假设公司员工平均收入与潮州市制造业企业在岗职工人平均工资一致，模拟测算对公司利润的利润影响如下：

单位：万元/人·年、万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
潮州市制造业企业在岗职工人平均工资①	6.02	5.82	5.44
公司员工平均收入②	5.10	4.94	4.95

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
模拟测算的公司员工人均收入提高比例③=①/②-1	18.00%	17.81%	9.90%
薪酬总额④	3,017.74	3,217.68	2,749.54
利润总额⑤	6,609.21	5,040.56	6,136.47
模拟测算的对利润总额的影响金额⑥=-④*③	-543.12	-573.19	-272.18
模拟测算的利润总额⑦=⑤+⑥	6,066.09	4,467.37	5,864.29
(扣非前后) 归属于母公司所有者的净利润⑧	5,629.16/5,069.7	4,240.29/3,905.7	5,115.64/4,543.94
模拟测算的对(扣非前后) 归属于母公司所有者的净利润的影响金额⑨=⑥*(1-所得税税率)	-462.58	-482.19	-226.90
模拟测算的(扣非前后) 归属于母公司所有者的净利润⑩=⑧+⑨	5,166.58/4,607.12	3,758.1/3,423.51	4,888.74/4,317.04

注：(1) 上述薪酬总额为当期对在册员工计提的不含福利费的应付职工薪酬金额，若考虑该影响因素，公司员工与潮州市制造业企业在岗职工人平均工资的差异将缩小，模拟测算时对利润的影响也将缩小；(2) 模拟测算的各年度所得税税率取自当年度实际所得税税率，下同。

如上表所示，报告期内，假设按潮州市制造业企业在岗职工人平均工资模拟测算提高公司员工薪酬待遇，对公司利润总额的影响金额分别为-272.18 万元、-573.19 万元和-543.12 万元，对扣非前后归属于母公司所有者的净利润的影响金额分别为-226.90 万元、-482.19 万元和-462.58 万元，对利润总额和归属于母公司所有者的净利润的影响比例分别为-4.44%、-11.37%和-8.22%，对扣非后归属于母公司所有者的净利润的影响比例分别为-4.99%、-12.35%和-9.12%，影响金额、影响比例较低，对公司持续经营不构成重大不利影响。

2、按同行业可比公司平均工资模拟测算提高员工薪酬待遇对利润的影响

报告期内，公司各岗位员工平均收入的情况如下：

单位：万元/人·年

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

报告期内，同行业可比公司平均收入水平的情况如下：

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

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为主，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。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%。因岗位专业技术要求相对较低、流动性相对较高，生产人员在学历、年龄等方面要求相对较低，平均收入水平低于其他岗位人员平均收入水平，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的 62.97%、管理人员的 53.45%、研发人员的 43.20%（其他同行业可比公司未披露各岗位数据）。

为消除与同行业可比公司员工结构的差异、提高模拟测算的准确性和合理性，取立高食品各岗位员工的平均收入作参考，具体如下：

单位：万元/人·年

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产人员	7.74	8.28	7.27
销售人员	11.92	12.75	12.21
管理人员	15.05	16.10	13.18
研发人员	16.93	18.11	17.18
平均	10.60	11.34	10.18

注：（1）立高食品在其对问询函的回复中仅披露了 2018-2019 年度各岗位员工的平均收入数据；（2）立高食品 2020 年度各岗位员工的平均收入为模拟测算数据，即假设当年各岗位员工平均收入的变化比例与全部员工的平均收入变化比例一致。

公司各岗位员工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。

为进一步提高可比性，将立高食品各岗位员工平均收入除以 1.67 倍、模拟剔除地区收入差异后，假设公司各岗位员工平均收入与立高食品修正后各岗位员工平均收入一致，模拟测算对公司利润的利润影响如下：

单位：万元/人·年、万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利润总额①	6,609.21	5,040.56	6,136.47
模拟测算的对利润总额的影响金额②	-381.48	-734.95	-236.23
模拟测算的利润总额③=①+②	6,227.73	4,305.61	5,900.24
（扣非前后）归属于母公司所有者的净利润④	5629.16/5069.7	4240.29/3905.7	5115.64/4543.94
模拟测算的对（扣非前后）归属于母公司所有者的净利润的影响金额⑤=④*（1-所得税税率）	-324.91	-618.26	-196.93
模拟测算的（扣非前后）归属于母公司所有者的净利润⑥=④+⑤	5304.25/4744.79	3622.03/3287.44	4918.71/4347.01

注：上述薪酬总额为当期对在册员工计提的不含福利费的应付职工薪酬金额，若考虑该影响因素，公司员工与立高食品员工平均收入的差异将缩小，模拟测算时对利润的影响也将缩小。

如上表所示，报告期内，按同行业可比公司立高食品修正后的各岗位员工平均收入模拟测算提高公司员工薪酬待遇，对公司利润总额的影响金额分别为-236.23 万元、-734.95 万元和-381.48 万元，对扣非前后归属于母公司所有者的净利润的影响金额分别为-196.93 万元、-618.26 万元和-324.91 万元，对利润总额和归属于母公司所有者的净利润的影响比例分别为-3.85%、-14.58%和-5.77%，对扣非后归属于母公司所有者的净利润的影响比例分别为-4.33%、-15.83%和-6.41%，对公司持续经营不构成重大不利影响。

（三）在册员工是否真实在岗工作

公司在册员工均系真实在岗工作的员工，不存在记录于公司员工花名册但未在公司真实工作的员工的情形。

三、结合产品构成、采购模式、销售模式、生产模式、生产销售人员占比等因素，补充说明同行业可比公司选取是否准确；如是，请与同行业可比公司对比分析发行人竞争优势及行业地位

（一）选取同行业可比公司的过程

首先，在沪深两市选取《上市公司行业分类指引》（2012年修订）中“农副食品加工业（C13）”和“食品制造业（C14）”的100余家上市、拟上市公司作为初选范围。

其次，上述范围企业中，没有以肉脯为主要产品的企业。故根据公司产品为肉类休闲零食的特征，排除主要业务为非日常休闲食品（如粮油、调味品、保健品等）的企业。

再次，上述范围企业中，均以自有品牌为主，但部分侧重自主生产，部分侧重外部采购。故根据公司品牌策略以ODM为主、自有品牌为辅，生产模式均为自主生产的特征，排除注重品牌运营、较少自主生产的企业（如三只松鼠、良品铺子等）。

（二）结合产品构成、采购模式、销售模式、生产模式、生产销售人员占比等因素，补充说明同行业可比公司选取是否准确

公司与同行业可比公司就产品构成、采购模式、品牌策略、销售模式、生产模式、生产销售人员占比等因素对比如下：

公司名称	证券代码	产品构成	采购模式	品牌策略	销售模式	生产模式	生产人员占比	销售人员占比
煌上煌	002695.SZ	主要业务为酱卤肉制品、佐餐凉菜快捷消费食品及米制品的开发、生产和销售	向原材料供应商及农户进行采购，主要包括毛鸭、鸡副产品、鸭副产品	自有品牌	直营连锁、特许经营连锁和经销商	以自主生产为主	32.61%	47.07%
海欣食品	002702.SZ	主要从事速冻鱼肉制品及肉制品、速冻米面制品、常温休闲食品、速冻菜肴制品的生产和销售	采购大宗农产品（鱼糜、肉类、淀粉）、新鲜鱼类及包装物等	自有品牌	以经销和直营商超为主	以自主生产为主，少部分委托加工	37.39%	36.92%

公司名称	证券代码	产品构成	采购模式	品牌策略	销售模式	生产模式	生产人员占比	销售人员占比
盐津铺子	002847.SZ	咸味休闲零食（深海零食、休闲豆制品、蜜饯炒货、休闲素食、休闲肉鱼产品等），休闲烘焙点心产品（蛋糕、面包、薯片、沙琪玛、果冻布丁、糖果巧克力饼干等）	以产定购，采购大豆、青豌豆、鸡爪等原材料及包装材料	自有品牌	直营商超、经销模式、电商模式	以自主生产为主，少量外购产成品	31.88%	52.30%
立高食品	300973.SZ	主要从事烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的研发、生产和销售。公司主要产品包括奶油、水果制品、酱料、巧克力等烘焙食品原料和冷冻烘焙半成品及成品	采购原材料，包括面粉、油脂、糖类等	自有品牌	以经销模式为主，直销模式为辅，并补充少量线上电商及线下零售业务	以自主生产为主，少量外协生产	48.69%	36.29%
真美股份	-	肉类休闲零食，以肉脯类产品为主，还包括肉丸类、肉肠类、肉松类产品	采购原材料，包括冻猪肉、牛肉、冻鱼糜、冻辅料和包装材料等	服务 ODM 客户为主，辅以自有品牌	ODM 客户均为直销；自有品牌以经销为主，直销为辅	均为自主生产	71.63%	6.83%

注：同行业可比公司信息摘自其 2020 年年度报告，或根据 2020 年年度报告计算得出；公司生产销售人员占比数据根据 2020 年末人员情况。

选取的如上四家同行业可比公司与公司对比情况如下：

1、相似点

产品构成为肉类或其他类休闲食品；采购模式主要为采购原材料及包装材料、较少采购半成品或产成品；生产模式均以自主生产为主；销售模式均包括经销模式；生产人员占比相对品牌运营为主的上市公司较高。

2、不同点

产品构成：公司产品以肉脯、即食肉丸为主；同行业可比公司以酱卤肉、烘焙食品、速冻肉制品、咸味休闲零食等产品为主，不同类休闲食品面对的消费者、消费场景、市场规模等各方面均不相同；公司与选择的同行业可比公司不具有很好的可比性。

采购模式：公司采购的原材料主要为冻猪肉、冻牛肉和冻鱼糜；同行业可比公司采购的原材料以禽兽肉、冻鱼糜、面粉、大豆、油脂、糖类等为主；公司与选择的同行业可比公司不具有很好的可比性。

销售模式：公司以 ODM 模式销售为主，主要客户为知名休闲食品品牌商；

行业可比公司以直营、特许经营、经销等直接面向消费者的销售模式为主；公司与选择的同行业可比公司不具有很好的可比性。

生产模式：公司以研发和生产为核心竞争力，生产多品类的产品服务知名休闲食品品牌商；同行业可比公司主要以自有品牌、销售为核心竞争力；公司与选择的同行业可比公司不具有很好的可比性。

生产销售人员占比：公司的生产、销售人员占比为 71.63%、6.83%；同行业可比公司的生产人员占比为 30%至 50%，销售人员占比为 35%至 55%；公司与选择的同行业可比公司不具有很好的可比性。

综上，受限于仅能选取可公开获取信息的企业，已选取的同行业可比公司与公司的可比性较为有限，与其对比分析发行人竞争优势及行业地位较为困难。

四、分析说明主要产品的市场供求和竞争状况；比较分析与其他地区肉脯生产企业的竞争优势，与主要 ODM 客户合作是否具有可持续性，是否存在被替代的风险；是否具备开拓其他 ODM 客户的能力

（一）分析说明主要产品的市场供求和竞争状况

2018 年至 2020 年，肉脯类产品是公司最大收入来源，各期占主营业务收入比重分别为 88.37%、81.66%以及 77.79%。

1、肉脯类产品市场供求状况

2018 年至 2020 年，经推算，肉脯总市场规模分别为 196.47 亿元、230.39 亿元和 155.62 亿元，按 120 元/千克的终端销售价格估算，肉脯全市场总销量分别为 16.37 万吨、19.20 万吨和 12.97 万吨。

以 2019 年市场销售规模最高时的销量 19.20 万吨估算，预计整个市场肉脯产能供给约为 21 万吨-26 万吨，其中根据中国质量认证中心与方圆标志认证集团有限公司对肉脯生产企业的《质量管理体系认证证书》发证数量来看，预计全国具有一定生产规模（年产能 50 吨以上）的肉脯生产企业数量为 306 家。

2、肉脯类产品竞争状况

目前，肉脯类产品处于供给大于需求的状态，且肉脯类产品生产类企业的现状是数量多规模小，主要生产具有地方特色的肉脯产品，形成以上现状的主要原因是：（1）生产肉脯的进入门槛较低，只要少量人员与投入即可形成家庭式肉脯生产作坊。（2）肉脯从原材料处理、半成品制作、产成品包装等环节存在大量人工环节，一般企业很难具备真美股份的实力，针对生产自动化升级对设备、生产工艺进行研发和改造，因此肉脯生产企业较难形成规模。（3）我国各省份各地区消费者对风味、口感和口味的偏好不同；肉脯生产企业要在本省份地区形成竞争力需要从设备、工艺、配方等关键环节进行长时间的投入与研发，因此肉脯生产企业要在本省份地区内形成一定的市场份额已较为困难，大部分还不具备向本省份地区外发展的实力。

（二）比较分析与其他地区肉脯生产企业的竞争优劣势，与主要 ODM 客户合作是否具有可持续性，是否存在被替代的风险

1、比较分析与其他地区肉脯生产企业的竞争优劣势

2020 年，真美股份肉脯类产品收入为 22,115.71 万元，经测算对应的生产端市场占有率为 3.21%。目前，公司肉脯类产品主要针对粤港澳和东南亚口味，在设备、工艺、配方的成套体系的长期投入，形成了在风味、口感、口味与生产成本的综合技术优势。作为粤港澳地区具有领先地位的肉脯类产品生产企业，公司的比较对象亦为其他地区具有领先地位的肉脯生产企业。

据公司了解，其他地区肉脯生产企业如江苏双鱼食品有限公司、成都市棒棒娃实业有限公司、福建省万里香食品工贸有限公司等资金实力较强、经营肉脯生产时间较久、有一定的研发实力，其中：福建省万里香食品工贸有限公司参与肉脯产品标准的制定，产品体系丰富，产品品规多样，获得《泉州市级农业产业化龙头企业》称号；成都市棒棒娃实业有限公司拥有四项发明专利，围绕动物蛋白和植物蛋白进行食品开发丰富产品种类，获得《成都市农业产业化经营重点龙头企业》称号；江苏双鱼食品有限公司参与肉脯产品标准的制定，与南京农业大学、江南大学等科研院校强强合作，是靖江市百优企业，江苏省优秀龙头企业。

（1）竞争优势

上述其他地区具有领先地位的肉脯生产企业与公司拥有一些相同的优势，如参与肉脯产品标准的制定、产品体系丰富、与科研院校开展产学研项目、围绕动物蛋白和植物蛋白进行食品开发等。其他地区具有领先地位的肉脯生产企业在设备、工艺与配方上的某些环节与公司具有可比性，但公司是成套的技术体系，具有系统性优势。

在设备方面，公司拥有《肉脯自动成型拨肉机》（ZL201721360893.6）、《肉脯拉丝压片机》（ZL201721582569.9）与《肉脯的自动配料装置》（ZL201921277799.3）等 9 项与肉脯生产相关的实用新型专利，与筋膜分离机、解冻库设备和高温热泵技术等 6 项与肉脯生产相关的非专利核心技术。相关设备技术体系贯穿原材料预处理、半成品生产、产成品包装等各个环节，在提高产品出品率、提高生产自动化和提高产品生产安全与质量等各个环节起到了重要作用。

在生产工艺与配方方面，公司将低温腌制发酵技术、生物酶嫩化技术结合潮州菜酱料和烹饪技法，做出口感软硬适中，更适合粤港澳和东南亚口味的肉脯产品；公司研发的果木炭烧热循环技术与温控技术，不仅为产品增添风味和起到更好的杀菌作用，还使肉脯受热更均匀，可提升口感、口味和延长货架期。

公司还掌握了组织蛋白制造技术与植物蛋白肉添加技术。通过高温高压、组织化等工艺将蛋白粉制成的具有类似于瘦肉组织结构的产品，使其富有咀嚼感、具有良好的吸水性、保油性。公司有《即食仿肉蛋白干的生产方法》（ZL201310340236.5）发明专利与《拉丝蛋白仿肉制造机》（ZL201921269881.1）实用新型专利，生产的植物蛋白肉结构更致密有弹性。而公司主导了 SB/T10823-2012《畜禽肉制品加工中使用非肉类蛋白制品导则》行业标准的制定，解决了肉类休闲食品中添加植物蛋白肉而导致的产品结构松散、风味失衡等问题，使产品更营养、健康。

（2）竞争劣势

其他地区具有领先地位的肉脯生产企业在其所在地经营时间长，品牌影响力较强。除此之外，我国各省份各地区消费者对风味、口感和口味的偏好不同，而肉脯生产企业要在本省份地区形成竞争力需要从设备、工艺、配方等关键环节进

行长时间的投入与研发。

因此，相比其他地区具有领先地位的肉脯生产企业，公司在该企业所在的省份地区，在品牌知名度和产品的风味、口感与口味方面，是竞争劣势。公司较难进入该企业所在省份地区的市场，反之该企业亦较难进入公司所在的粤港澳大湾区市场。

2、与主要 ODM 客户合作是否具有可持续性，是否存在被替代的风险

报告期内，公司与主要 ODM 客户合作金额如下：

单位：万元

序号	客户名称	产品品牌 与合作年份	产品类别	销售金额		
				2020 年	2019 年	2018 年
1	深圳市晋年贸易有限公司	自然派 2004 年	猪肉脯	4,243.03	3,334.49	2,161.84
			牛肉脯	2,676.52	2,143.70	1,332.83
			鱼肠	11.63	9.85	5.19
			猪肉肠	2.62	16.27	8.29
			即食鱼丸	11.31		
			合计	6,945.11	5,504.31	3,508.15
2	名创优品（广州）有限责任公司	Miniso 2016 年	猪肉脯	1,123.30	2,267.87	2,724.85
			牛肉脯	-	380.34	140.81
			即食鱼丸	1,301.29	485.60	-
			鱼肠	-	-	-
			合计	2,424.59	3,133.81	2,865.66
3	合泰行贸易有限公司	珍之味 2002 年	猪肉脯	985.77	1,328.00	2,424.03
			牛肉脯	264.72	301.25	347.14
			合计	1,250.49	1,629.25	2,771.17
4	广州酒家集团利口福营销有限公司	秋之風 2010 年	猪肉脯	1,324.72	1,547.63	1,188.47
			牛肉脯	248.05	309.07	287.14
			即食鱼丸	298.20	-	-
			猪肉肠	-	-	1.79
			合计	1,870.97	1,856.70	1,477.40
5	深圳市味之牛厨实业有	牛厨 2004 年	猪肉脯	482.29	591.70	1,600.44
			牛肉脯	291.43	181.46	393.68

序号	客户名称	产品品牌 与合作年份	产品类别	销售金额		
				2020 年	2019 年	2018 年
	限公司		鱼肠	50.31	330.80	109.55
			合计	824.03	1,103.96	2,103.67
6	启发食品有 限公司	真之味 2002 年	猪肉脯	628.65	704.59	1,480.53
			牛肉脯	25.26	41.89	60.02
			其他类	-	-	1.45
			合计	653.91	746.48	1,542
7	沃尔玛（中 国）投资有 限公司	惠宜、 Member's Mark 2017 年	猪肉脯	942.49	454.58	375.60
			肉松类	115.27	110.08	159.43
			合计	1,057.76	564.66	535.03

报告期内，公司的主要 ODM 客户主要位于粤港澳地区，公司的产品风味、口味和口感受到其终端消费者的欢迎。

公司与深圳市晋年贸易有限公司、合泰行贸易有限公司、广州酒家集团利口福营销有限公司、深圳市味之牛厨实业有限公司与启发食品有限公司的合作时间均超过 10 年，双方建立了稳定的合作关系。报告期内，公司为该些客户肉脯产品的唯一供应商，而即食鱼丸、即食鱼肠等创新产品亦逐渐受到该些客户的欢迎。报告期内，公司对该些客户销售金额波动的主要原因为该些客户自身经营情况的变化所致。

公司与名创优品（广州）有限责任公司自 2016 年开始合作。公司与名创优品开始合作的主要产品为肉脯，2020 年逐渐转为即食鱼丸，主要原因为公司肉脯产品的售价与产品定位与名创优品的发展战略不符。报告期内，公司不是名创优品肉脯的唯一供应商，是名创优品即食鱼丸的唯一供应商。据了解，2018 年-2019 年，名创优品肉脯其他供应商主要为浙江波拉波拉食品股份有限公司、靖江三阳食品有限公司，其合计年度采购金额约为 500 万元。2020 年，公司与名创优品的合作产品由肉脯转为即食鱼丸，减少的肉脯销售份额由名创优品其他供应商承接。报告期内，公司对名创优品销售金额波动的主要原因为合作产品品类变动。

公司与沃尔玛（中国）投资有限公司自 2017 年开始合作，替代沃尔玛原供

应商成为其猪肉脯、肉松的唯一供应商。据了解，沃尔玛 2017 年之前的猪肉脯、肉松主要采购自漳州市宏香记食品有限公司，年度采购金额约 300 万元。报告期内，公司产品受到沃尔玛终端消费者的欢迎，公司对沃尔玛的销售金额增长速度较快。

综上，公司与主要 ODM 客户的合作具有可持续性，其基础是公司丰富的产品体系、稳定的产品质量与供应能力和满足终端消费者需求的产品。公司作为主要 ODM 客户的供应商存在被替代的风险，但随着公司产品体系的日渐丰富、生产与技术体系逐渐完善，被替代的风险会越来越小而替代其他 ODM 品牌商供应商的可能性会越来越大。

（三）是否具备开拓其他 ODM 客户的能力

公司 ODM 业务主要服务的对象为产品定位为中、高端的知名品牌商。在过往的生产经营中，公司已基本覆盖主要粤港澳地区的目标 ODM 品牌商。在累积了一定的资金实力、核心团队和技术研发能力之后，公司立足粤港澳地区谋求其他地区的发展，因此规划了味和道厂区并于 2019 年下半年正式投产。

报告期内，公司受到“新冠疫情”、“非洲猪瘟”和“香港游行”等因素的影响而导致拓展的速度有所放缓，但仍取得了一定的成果。公司与名创优品自 2016 年开始 ODM 合作，与沃尔玛自 2017 年开始 ODM 合作。在合作之初，两家主要 ODM 客户已经是全国性品牌商，是公司践行跨区域发展战略的成果。其中，与名创优品经过磨合后，公司的创新品类即食鱼丸成为与名创优品的主要合作品类，成为名创优品即食鱼丸的唯一供应商；而公司在替代沃尔玛原供应商成为其猪肉脯、肉松的唯一供应商后，于 2020 年为沃尔玛研发 Member's Mark 肉脯等新品类并进入其旗下的山姆会员店体系，销量增长迅速，因此沃尔玛 2020 年成为了公司主要客户。

未来，公司将以自身擅长的粤港澳和东南亚口味结合各地饮食特色（香辣、麻辣等）做出自己的风味、口味，以传统优势品类肉脯及创新品类即食鱼丸、蟹黄风味球和蛋黄包心丸等鱼制品系列产品打造更为立体的产品体系，从而进一步加强自身拓展能力。

因此，公司具备开拓其他 ODM 客户的能力。

五、请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

（一）核查程序

保荐人、发行人律师、申报会计师执行了以下核查程序：

1、通过互联网公开信息查询同行业可比公司专利、财务数据、业务数据等信息；访谈发行人管理层，了解发行人的发展历程、技术水平情况与“三创四新”的特征。

2、（1）取得发行人员工的收入数据，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）取得发行人员工的年龄构成数据，与同地区、生产人员占比与公司较为接近的两家上市公司进行比较和分析；（3）取得发行人员工的岗位分布数据，了解和分析发行人员工离职率较高的原因及合理性；（4）统计发行人员工社会保险和公积金未缴纳的原因，分析合理性；（6）核查公司核心人员的稳定性，了解发行人应对员工离职率较高所采取的措施；（7）取得了发行人提供的说明，查阅了在册员工工资发放记录、考勤打卡记录。

3、依据公司产品、销售模式、生产模式、品牌策略等特点，复核发行人同行业可比公司的选取过程，将已选取的同行业可比公司与发行人进行对比分析。

4、（1）复核发行人关于市场供求关系的估算过程；取得中国质量认证中心与方圆标志认证集团有限公司发证数量说明；对发行人管理层进行访谈，了解肉脯类产品的竞争状况；（2）通过互联网公开信息查询了解其他主要竞争对手的情况；访谈发行人管理层，了解发行人与其他地区肉脯生产企业的竞争优劣势；复核发行人与主要 ODM 客户的合作情况；通过发行人销售部门向主要 ODM 客户了解主要 ODM 客户其他肉脯 ODM 供应商的情况；（3）访谈发行人管理层，了解发行人开拓 ODM 客户的情况。

（二）核查结论

保荐人、发行人律师、申报会计师认为：

1、发行人具有“三创四新”特征，符合创业板定位。

2、（1）发行人员工薪酬水平与所在地区、所处行业和员工岗位分布特点相适应，并与发行人各年度经营业绩趋势相符合；（2）发行人员工年龄结构与同地区且具有相近生产人员占比的上市公司相比，不存在显著差异，具有合理性；（3）发行人部分员工未缴纳社会保险的原因与发行人员工流动性、年龄结构、主要厂区位置的特点相符，具备合理性；（4）发行人不存在通过刻意招聘年龄较大员工的情形，不存在刻意不为员工缴纳社会保险和住房公积金以压低员工薪酬的情形；（5）报告期内，发行人核心人员构成稳定，离职员工主要系基层人员、生产岗位人员或新入职员工，系正常流动，离职率较高的原因具备合理性；发行人已为补充人员制定了相应的积极举措，发行人离职率较高的情形不会对正常生产经营产生重大影响；（6）发行人在册员工均系真实在岗工作的员工。

3、受限于仅能选取可公开获取信息的企业，已选取的同行业可比公司与公司的可比性较为有限，与其对比分析发行人竞争优势及行业地位较为困难。

4、发行人已对相关情况进行说明：发行人与主要 ODM 客户合作具有可持续性，被替代的风险较小；发行人具备开拓其他 ODM 客户的能力。

问题 3：关于经销商。

审核问询回复显示：

（1）发行人经销商客户均采购发行人“真美”“华祖”“味和道”和“植美味”等自有品牌产品。

（2）发行人线下直销主要包括直销客户及直营门店，其中直销客户主要有商超、旅行社及培训中心等，直营门店包括潮州旗舰店、汕头专卖店、江东专卖店等三家。

请发行人：

（1）补充说明经销商与发行人、发行人实际控制人、董监高和核心技术人员是否存在关联关系、资金往来或其他利益安排，是否曾为发行人员工；报告期内经销商的增减变动情况、经销收入的增减变动情况及原因；

（2）报告期主要经销商的基本情况、合作历史、销售内容、销售额及占比；对经销商的信用政策是否合理；经销模式下，对于实际销售发生的营销费用是否明确了分担方式；

（3）补充说明江东专卖店的基本情况，包括经营面积、产品类型、销售人员，并分析报告期内销售金额变化较大的原因及合理性；

（4）补充披露直播带货与跨界合作的具体情况及其合法性。

请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、补充说明经销商与发行人、发行人实际控制人、董监高和核心技术人员是否存在关联关系、资金往来或其他利益安排，是否曾为发行人员工；报告期内经销商的增减变动情况、经销收入的增减变动情况及原因

（一）补充说明经销商与发行人、发行人实际控制人、董监高和核心技术人员是否存在关联关系、资金往来或其他利益安排，是否曾为发行人员工

1、经销商与发行人、发行人实际控制人、董监高和核心技术人员是否存在关联关系、资金往来或其他利益安排

公司与经销商客户的相关交易基于各方真实的业务需求。

除与公司存在购销业务相关的款项支付往来外，经销商客户与公司不存在其他与购销业务无关的资金往来；经销商客户与公司实际控制人、董监高和核心技术人员不存在资金往来；经销商客户与公司、公司实际控制人、董监高和核心技术人员不存在关联关系或其他利益安排。

2、经销商是否曾为发行人员工

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公司处任职外，报告期内，公司其他经销商的股东、实控人和董监高/负责人不存在现任或曾任公司员工的情形。

广州市昌盛利食品有限公司及其实控人黄澍震、泉州闽港湾食品商贸有限公司及其实控人张铎锴的情况及其与公司的业务合作情况如下：

(1) 广州市昌盛利食品有限公司、黄澍震

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。

①向广州昌盛利销售收入的构成情况

公司自 2018 年与广州昌盛利合作，报告期内，向广州昌盛利销售收入构成如下：

单位：万元、%

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
猪肉脯	147.11	28.99	230.72	51.02	104.96	58.26
牛肉脯	-	-	-	-	75.20	41.74
即食丸类	200.53	39.51	85.40	18.89	-	-
肉肠类	159.84	31.50	136.08	30.09	-	-
合计	507.48	100.00	452.19	100.00	180.16	100.00

广州昌盛利根据其自身渠道优势及下游客户需求变化对公司产品进行采购。其中肉丸类产品占比逐年增加，至 2020 年，肉丸类产品占比为 39.51%，主要原因为：公司对昌盛利销售的肉丸类产品主要为即食肉丸类，公司即食丸类产品受到消费者欢迎，销售规模增长显著，而广州昌盛利下游渠道亦对即食丸类产品有较大需求。

②各产品销售单价与产品均价是否存在显著差异，售价是否公允

单位：元/千克

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	向广州昌盛利销售单价	该类产品销售均价	向广州昌盛利销售单价	该类产品销售均价	向广州昌盛利销售单价	该类产品销售均价
猪肉脯	61.95	67.10	58.68	61.30	49.14	55.49
牛肉脯	-	-	-	-	68.97	74.25
即食丸类	44.25	45.19	44.25	43.74	-	-
肉肠类	40.71	43.58	41.17	43.93	-	-

如上所示，肉丸类产品向广州昌盛利销售单价与该产品均价基本一致；肉脯类、肉肠类产品向广州昌盛利销售单价略低于该产品均价，主要系其采购的型号

单价较低所致，各产品销售单价与产品均价不存在显著差异，售价公允。

③向其销售毛利率是否与该产品整体毛利率存在显著差异

单位：%

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	向广州昌盛利销售毛利率	该类产品平均毛利率	向广州昌盛利销售毛利率	该类产品平均毛利率	向广州昌盛利销售毛利率	该类产品平均毛利率
猪肉脯	42.70	41.88	43.95	40.28	50.93	40.21
牛肉脯	-	-	-	-	45.94	29.42
即食丸类	26.55	38.70	41.80	36.45	-	-
肉肠类	56.79	50.56	48.33	49.30	-	-

如上所示，2019 年、2020 年的猪肉脯、肉肠类产品，公司向广州昌盛利的销售毛利率与产品平均毛利率没有显著差异，其他类别的差异分析如下：

广州昌盛利于 2018 年 11 月与公司开始合作，当年采购型号相对单一，且公司历年四季度产销量较高，规模效应拉低了单位生产成本。因此，广州昌盛利 2018 年肉脯类毛利率与当年该类产品平均毛利率差异较大。公司销售的与广州昌盛利同期同型号猪肉脯、牛肉脯产品平均毛利率分别为 51.73%、43.34%，与向广州昌盛利销售毛利率不存在显著差异。

2019 年，向广州昌盛利销售即食肉丸类产品的毛利率与公司整体即食肉丸类产品相比较，主要系采购月份为当年 11 月和 12 月，产销旺季的规模效应拉低了单位成本，故其毛利率较高。

2020 年，由于当期鱼糜的采购价格及领用价格有所提高，故即食丸类毛利率有所降低。向广州昌盛利销售即食丸类毛利率低于该产品当期平均毛利率的原因为：即食丸类当期各个月份的单位成本水平存在一定波动，主要是与当月主要原材料领用价格呈正相关，与产量成负相关，使得各月毛利率存在一定波动；广州昌盛利即食丸类采购量占公司总销量不大，根据其自身下游需求的时间节奏拿货，当期在单位成本较高的月份拿货较多，故拉低公司向其销售的毛利率。

④黄澍震的离职时间，在发行人的任职时长及主要负责内容，薪酬水平情

况

黄澍震曾在公司任职，离职时间 2018 年 11 月，任职时长约为 2 个月。黄澍震任职期间为公司的销售人员，具体任职岗位为营销中心业务经理，主要工作内容为协助其他同事开展并学习客户营销、关系维护和谈判工作。

黄澍震在职期间为营销中心销售岗位人员，仍处于试用期和学习期，其薪酬主要为基本薪酬，因此黄澍震任职期间在公司领取的薪酬水平较低，合计为 5,781.97 元。

⑤黄澍震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

黄澍震经营广州昌盛利的营运资金来自于其自有和自筹资金，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。

⑥对广州昌盛利和黄澍震的走访情况，发行人是否对其存在压货、突击销售情形，产品是否实现真实销售

保荐人、申报会计师、发行人律师于 2020 年 7 月实地走访广州昌盛利销售门店及存货仓库，并访谈其实际控制人及业务经理；并于 2020 年 12 月、2021 年 4 月对广州昌盛利实际控制人黄澍震及其合作伙伴进行补充访谈，并走访黄澍震合作伙伴的销售门店，了解黄澍震及其合作伙伴的创业历程、渠道情况、资金实力及过往经营历史。经访谈了解，黄澍震具有创业意识，计划与具有销售资源、资金实力和食品贸易经验的合作伙伴合作，因此决定于 2018 年 11 月从真美股份离职，通过自有和自筹资金创立了广州昌盛利。而真美股份的销售负责人则通过实地走访对黄澍震及其合作伙伴的门店、渠道及经营实力进行了解，并决定建立合作关系。广州昌盛利采购发行人产品的频率主要视实际需求而定，不存在发行人向广州昌盛利压货、突击销售的情形，报告期各期末广州昌盛利关于发行人产品库存余额的情况，如下所示：

单位：万元

2020 年末	2019 年末	2018 年末
约 24	约 20	约 14

此外，保荐人、申报会计师对广州昌盛利的下游客户进行了穿透核查，现场走访其主要下游客户，查看发行人产品的在售状态，并且取得广州昌盛利与发行人产品有关的进销存及其主要客户发货单，证实发行人产品销售的真实性。

综上，发行人对广州昌盛利不存在压货、突击销售情形，产品实现真实销售。

⑦发行人对其销售收入是否真实、准确

针对发行人向广州昌盛利销售的真实性、准确性，保荐人、申报会计师实施了以下核查程序：

a.访谈发行人的销售部门负责人与财务负责人，了解发行人与广州昌盛利的合作背景，合作模式等。

b.检查发行人销售给广州昌盛利的销售合同（订单）、送货单、物流单、销售发票和银行回单等，以确认收入的真实性与准确性。

c.向广州昌盛利函证报告期各期往来款余额和销售额，回函相符。

d.实地走访广州昌盛利，了解客户基本情况、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。

e.针对资产负债表日前后确认的营业收入，选取样本，核对送货单及发票等支持性文件，以评价收入及成本是否被记录于恰当的会计期间。

f.取得收入成本明细表，分析广州昌盛利销售收入的构成情况、单价、单位成本和毛利率波动的原因及合理性，对收入进行分析性复核。

综上，发行人对广州昌盛利的销售收入真实、准确。

⑧广州昌盛利和黄澍震是否与发行人实控人、关联方存在异常资金往来

保荐人、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，将广州昌盛利和黄澍

震与发行人实控人、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，广州昌盛利和黄澍震与发行人实控人、关联方不存在资金往来。

(2) 泉州闽港湾食品商贸有限公司

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。

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、发行人律师、申报会计师对张铎锴的访谈情况

保荐人、发行人律师、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

保荐人、申报会计师实施了以下核查程序：

- a. 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；
- b. 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。

（二）报告期内经销商的增减变动情况、经销收入的增减变动情况及原因

1、报告期内经销商增减变动情况及原因：

（1）2018 年相较 2017 年：

项目	2017 年末	本期新增	本期减少	2018 年末
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%	-

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；

本期新增指上年未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

2018 年相较 2017 年，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。

（2）2019 年相较 2018 年：

项目	2018 年末	本期新增	本期减少	2019 年末
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%	-

2019 年相较 2018 年，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，未继续与公司合作。

（3）2020 年相较 2019 年：

项目	2019 年末	本期新增	本期减少	2020 年末
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%	-

2020 年相较 2019 年，经销商客户数量增加较多，主要系公司进一步在各个区域拓展经销商渠道，但规模相对较小，因此对应收入金额占比较低；经销商也存在一定数量的减少，对应收入金额占比较低，主要系部分小型经销商基于产品在自身渠道的销售情况，未继续与公司合作。

2、经销收入的增减变动情况及原因

报告期各期，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。

按地区分布的经销商情况列示如下：

单位：家、万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额
境内：						
华南	40	1,429.49	40	1,370.23	68	1,253.16
华北	3	4,006.20	1	3,500.88	3	4,233.67
华东	20	246.03	9	233.75	15	38.84
东北	11	134.70	6	183.08	4	17.92
华中	8	150.91	7	69.52	5	299.04
西南	1	6.31	0	-	1	0.57
西北	1	2.88	0	-	0	-
境外：		-				
港澳台地区		-	0	-	0	-
其他地区		-	0	-	1	3.59
合计	84	5,976.51	63	5,357.46	97	5,846.79

按销售规模分布的经销商列示如下：

单位：家、万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额
300 万元以上	3	4,914.82	3	4,390.86	1	4,229.42
100 万元-300 万元	1	119.71	4	553.55	4	690.90
50 万元-100 万元	3	205.41	1	59.47	5	340.48
50 万元以下	77	736.57	55	353.58	87	585.99
合计	84	5,976.51	63	5,357.46	97	5,846.79

如上所示，公司经销收入区域来源主要在华北和华南地区；规模方面，主要来自于少数几家 300 万元以上的主要经销商。在华北以外的区域，存在数量较多的规模较小的经销商，其数量增减变动相对较高，但对经销收入波动的影响较小。北京万佳利食品有限公司及其同一控制的其他企业是华北地区经销收入的主要贡献者，报告期各期均为公司第一大经销商客户，公司对北京市万佳利主营业务销售金额占经销收入比重各期分别为 72.34%、65.35%和 66.53%。报告期内经销总体收入先降后升，主要因素是公司向北京万佳利销售金额波动所致。公司向北京万佳利销售情况及波动原因分析如下：

单位：万元

产品类别	2020 年			2019 年			2018 年		
	销售金额	销售占比	毛利率	销售金额	销售占比	毛利率	销售金额	销售占比	毛利率
猪肉脯	2,400.68	60.38	41.94	2,001.03	57.16	33.57	2,383.17	56.35	39.46
牛肉脯	-	-	-	-	-	-	551.96	13.05	30.10
肉丸类	245.48	6.17	51.38	-	-	-	-	-	-
肉松类	1,330.00	33.45	24.67	1,499.85	42.84	32.06	1,294.29	30.60	40.33
合计	3,976.16	100.00	36.75	3,500.88	100.00	32.92	4,229.42	100.00	38.50

北京万佳利向公司采购的品类，以猪肉脯和肉松类产品为主。2019 年销售金额下降，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；2020年全年相较2019年销售金额增长。

二、报告期主要经销商的基本情况、合作历史、销售内容、销售额及占比；对经销商的信用政策是否合理；经销模式下，对于实际销售发生的营销费用是否明确了分担方式

（一）报告期主要经销商的基本情况、合作历史、销售内容、销售额及占比

1、报告期主要经销商的基本情况、合作历史、销售内容

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
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
	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%			
	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		
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
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
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
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
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
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
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
9	揭阳市揭东区锡场	2011-10-25	广东省揭阳市	-	个体工商户，经营者：陈详波	2016 年	肉脯类、肉松类、肉丸	发行人主动拜访

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
	镇广客隆食品商行						类	

2、报告期主要经销商的销售额及占比

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
1	北京市万佳利食品有限公司	3,978.29	66.57	13.77
2	广州市昌盛利食品有限公司	507.48	8.49	1.76
3	潮州市开发区聚华盛副食品商行	431.41	7.22	1.49
4	韶山市如意镇山山副食品批发部	119.71	2.00	0.41
5	台山市台城鑫龙商行	94.45	1.58	0.33
合计		5,131.34	85.86	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
1	北京市万佳利食品有限公司	3,500.88	65.35	13.72
2	广州市昌盛利食品有限公司	452.19	8.44	1.77
3	潮州市开发区聚华盛副食品商行	437.79	8.17	1.72
4	黑龙江贺同进出口贸易有限公司	166.24	3.10	0.65
5	福州市仓山区广明冻品商行	131.38	2.45	0.51
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
1	北京市万佳利食品有限公司	4,229.42	72.34	16.30
2	潮州市开发区聚华盛副食品商行	215.28	3.68	0.83
3	广州市昌盛利食品有限公司	180.16	3.08	0.69
4	湘潭市雨湖区碎碎钱副食南杂店	150.07	2.57	0.58
5	韶山市如意镇山山副食品批发部	145.40	2.49	0.56
合计		4,920.32	84.15	18.96

（二）对经销商的信用政策是否合理

公司根据经销商的规模实力、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、规模实力较强的经销商，由于其销售规模较高，其对接的下游大型商超亦存在一定的回款周期，公司给予一定的账期及信用额度。

对于中小型经销商，由于其销售规模较低，信用风险相对较大，公司主要以先款后货的方式进行结算。

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。

综上，公司对经销商的信用政策具有合理性。

（三）经销模式下，对于实际销售发生的营销费用是否明确了分担方式

公司与大型经销商的合同条款约定：（1）经销商在其销售地区商场的让利促销活动，所产生的让利差价、各项活动费用由公司承担；（2）公司在经销商销售区域投入的各项推广费用由经销商代垫的，公司按月予以支付；（3）公司产品在经销商区域发生原系统新开店所产生的新店条码费用，由公司承担。

公司与中小型经销商的合同条款约定：公司决定各类产品的推广活动，经销商自行开展活动费用需提前向公司申请通过，否则一切费用及责任由经销商承担。

就实际发生的营销费用来看，公司在报告期内存在与大型经销商合作共担产品市场推广费用的情况。主要模式为，经销商不定期在其下游的连锁商超举办产品推广活动，其与公司事先约定活动内容、费用情况及分担比例，活动完成后，公司根据约定支付经销商的推广费用。此外，经审核同意后，公司承担了大型经销商及中小型经销商部分商超进驻费用。前述相关金额在 2018 年至 2020 年各期分别为：70.77 万元、42.64 万元和 7.25 万元。2020 年金额较低，主要系“新冠疫情”限制了商超渠道推广活动的开展。

三、补充说明江东专卖店的的基本情况，包括经营面积、产品类型、销售人员，并分析报告期内销售金额变化较大的原因及合理性

江东专卖店的经营主体为广东真美食品股份有限公司江东销售部，其基本情况如下：

公司名称	广东真美食品股份有限公司江东销售部
统一社会信用代码	91445103MA4UH44J6B
住所	潮州市潮安区江东镇中横路中段教委后面
负责人	庄平锦
成立时间	2015 年 8 月 25 日
营业期限	长期
经营范围	批发兼零售：预包装食品（肉类熟食制品、烘焙食品、糖果蜜饯）
主营业务	销售发行人主营产品。

真美股份的地址为潮州市潮安区江东镇中横路北美明沟南。江东专卖店与公司相邻，为公司对外接待金额较小、渠道较弱的零散客户所设立的零售门店，经营面积为 35 平方米，销售人员数量为 2 人，主要销售公司自有品牌的产品。报告期内，江东专卖店的销售金额分别为 144.03 万元、201.98 万元和 140.83 万元，销售金额的波动与当期前来公司进行采购的零散客户情况有关。此外，江东专卖店 2019 年承接邮费由客户自行负担的邮寄零售服务，2020 年受“新冠疫情”影响营业活动受限，亦是影响门店销售金额变化的原因。

因此，报告期内，江东专卖店销售金额变化较大的原因具有合理性。

四、补充披露直播带货与跨界合作的具体情况及其合法性

（一）直播带货

1、具体情况

直播带货是指公司自行或者委托职业主播在电商或直播平台线上进行近距离商品展示、咨询答复和导购的服务方式。公司主要通过自行在线上销售平台上进行直播及聘请外部直播平台的中腰部主播进行销售佣金分成合作，以达到对公司自有品牌进行宣传的目的，提高产品销量。截至 2020 年，公司“真美食品专营店”、“真美食品旗舰店”自行开展了约 90 场次直播；聘请外部直播平台主播进行 60 场次直播，直接带动销售收入 71.84 万元，产生相关电商服务费（直播费用）32.24 万元，电商服务费（淘宝客佣金）15.82 万元。

由于直播带货带来的直接效益和宣传效应不及预期，目前公司暂未继续开展直播活动。

2、合法合规性

与公司直播带货行为直接相关的规范性文件如下：

序号	规范性文件名称及内容
1	《互联网直播服务管理规定》（2016年12月1日起施行）——作为互联网直播服务使用者 第二条 ……本规定所称互联网直播服务使用者，包括互联网直播发布者和用户。 第九条 互联网直播服务提供者以及互联网直播服务使用者不得利用互联网直播服务从事危害国家安全、破坏社会稳定、扰乱社会秩序、侵犯他人合法权益、传播淫秽色情等法律法规禁止的活动，不得利用互联网直播服务制作、复制、发布、传播法律法规禁止的信息内容。 第十三条 互联网直播服务提供者应当与互联网直播服务使用者签订服务协议，明确双方权利义务，要求其承诺遵守法律法规和平台公约。
2	《网络信息内容生态治理规定》（2020年3月1日起施行）——作为网络信息内容服务使用者、网络信息内容生产者 第四条 网络信息内容生产者应当遵守法律法规，遵循公序良俗，不得损害国家利益、公共利益和他人合法权益。 第六条 网络信息内容生产者不得制作、复制、发布含有下列内容的违法信息：（一）反对宪法所确定的基本原则的；（二）危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一的；（三）损害国家荣誉和利益的；（四）歪曲、丑化、亵渎、否定英雄烈士事迹和精神，以侮辱、诽谤或者其他方式侵害英雄烈士的姓名、肖像、名誉、荣誉的；（五）宣扬恐怖主义、极端主义或者煽动实施恐怖活动、极端主义活动的；（六）煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结的；（七）破坏国家宗教政策，宣扬邪教和封建迷信的；（八）散布谣言，扰乱经济秩序和社会秩序的；（九）散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的；（十）侮辱或者诽谤他人，侵害他人名誉、隐私和其他合法权益的；（十一）法律、行政法规禁止的其他内容。 第七条 网络信息内容生产者应当采取措施，防范和抵制制作、复制、发布含有下列内容的不良信息：（一）使用夸张标题，内容与标题严重不符的；（二）炒作绯闻、丑闻、劣迹等的；（三）不当评述自然灾害、重大事故等灾难的；（四）带有性暗示、性挑逗等易使人产生性联想的；（五）展现血腥、惊悚、残忍等致人身心不适的；（六）煽动人群歧视、地域歧视等的；（七）宣扬低俗、庸俗、媚俗内容的；（八）可能引发未成年人模仿不安全行为和违反社会公德行为、诱导未成年人不良嗜好等的；（九）其他对网络生态造成不良影响的内容。 第二十一条 网络信息内容服务使用者和网络信息内容生产者、网络信息内容服务平台不得利用网络和相关信息技术实施侮辱、诽谤、威胁、散布谣言以及侵犯他人隐私等违法行为，损害他人合法权益。 第二十二条 网络信息内容服务使用者和网络信息内容生产者、网络信息内容服务平台不得通过发布、删除信息以及其他干预信息呈现的手段侵害他人合法权益或者谋取非法利益。 第二十三条 网络信息内容服务使用者和网络信息内容生产者、网络信息内容服务平台不得利用深度学习、虚拟现实等新技术新应用从事法律、行政法规禁止的活动。 第二十四条 网络信息内容服务使用者和网络信息内容生产者、网络信息内容服务平台不得通过人工方式或者技术手段实施流量造假、流量劫持以及虚假注册账号、非法交易账号、操纵用户账号等行为，破坏网络生态秩序。 第二十五条 网络信息内容服务使用者和网络信息内容生产者、网络信息内容服务平台不得利用党旗、党徽、国旗、国徽、国歌等代表党和国家形象的标识及内容，或者借国家重大活动、重大纪念日和国家机关及其工作人员名义等，违法违规开展网络商业营销活动。
3	《国家市场监督管理总局关于加强网络直播营销活动的指导意见》（2020年11月5日起施行）

	(二) 压实商品经营者法律责任。通过网络直播销售商品或提供服务, 应按照《电子商务法》《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》《产品质量法》《食品安全法》《广告法》《价格法》《商标法》《专利法》等相关法律规定, 履行相应的责任和义务。 (三) 压实网络直播者法律责任。自然人、法人或其他组织采用网络直播方式对商品或服务的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作宣传, 应当真实、合法, 符合《反不正当竞争法》有关规定。直播内容构成商业广告的, 应按照《广告法》规定履行广告发布者、广告经营者或广告代言人的责任和义务。 (四) 规范商品或服务营销范围。商品经营者通过网络直播销售商品或提供服务, 应遵守相关法律法规, 建立并执行商品进货检查验收制度。不得通过网络直播销售法律、法规规定禁止生产、销售的商品或服务; 不得通过网络直播发布法律、法规规定禁止在大众传播媒介发布的商业广告; 不得通过网络直播销售禁止进行网络交易的商品或服务。
4	《网络直播营销管理办法(试行)》(2021年5月25日起施行)——作为直播间运营者
	第十八条 直播间运营者、直播营销人员从事网络直播营销活动, 应当遵守法律法规和国家有关规定, 遵循社会公序良俗, 真实、准确、全面地发布商品或服务信息, 不得有下列行为: (一) 违反《网络信息内容生态治理规定》第六条、第七条规定的; (二) 发布虚假或者引人误解的信息, 欺骗、误导用户; (三) 营销假冒伪劣、侵犯知识产权或不符合保障人身、财产安全要求的商品; (四) 虚构或者篡改交易、关注度、浏览量、点赞量等数据流量造假; (五) 知道或应当知道他人存在违法违规或高风险行为, 仍为其推广、引流; (六) 骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人, 侵害他人合法权益; (七) 传销、诈骗、赌博、贩卖违禁品及管制物品等; (八) 其他违反国家法律法规和有关规定的行为。 第十九条 直播间运营者、直播营销人员发布的直播内容构成商业广告的, 应当履行广告发布者、广告经营者或者广告代言人的责任和义务。 第二十条 直播间运营者、直播营销人员应当加强直播间管理, 在下列重点环节的设置应当符合法律法规和国家有关规定, 不得含有违法和不良信息, 不得以暗示等方式误导用户: (一) 直播间运营者账号名称、头像、简介; (二) 直播间标题、封面; (三) 直播间布景、道具、商品展示; (四) 直播营销人员着装、形象; (五) 其他易引起用户关注的重点环节。 第二十三条 直播间运营者、直播营销人员应当依法依规履行消费者权益保护责任和义务, 不得故意拖延或者无正当理由拒绝消费者提出的合法合理要求。

公司通过网络直播销售自主生产的商品, 不存在通过网络直播销售法律、法规规定禁止生产、销售或进行网络交易的商品或服务; 在网络直播营销过程中, 公司除遵循相关法律法规的规定以及直播营销平台的规则规范营销外, 其发布的直播内容包括商品信息、营销宣传等内容, 均不存在包含《网络信息内容生态治理规定》《网络直播营销管理办法(试行)》等规定的违法信息或不良信息的情形。

根据公司主管市场监督管理部门出具的合规证明及国家企业信用信息公示系统 (<http://www.gsxt.gov.cn>)、信用中国 (<https://www.creditchina.gov.cn/>) 等官方网站检索查询, 截至 2020 年末, 公司不存在因网络直播的营销方式而受到行政处罚的情形。

(二) 跨界合作

1、具体情况

公司与手游“阳光养猪场”进行合作，玩家可通过在游戏中运营养猪场获得相应奖励以兑换公司的自有品牌猪肉脯。为此，公司与手游“阳光养猪场”的运营方上海嵩沃网络科技有限公司签署《食品采购框架合同》，向其销售猪肉脯，并向其指定的终端消费者发货。公司对其销售等情况详见本回复“问题 1”之“二”。

2、合法合规性

公司与上海嵩沃网络科技有限公司合作过程中，仅作为游戏奖励品猪肉脯的生产商和提供方，双方主要为产品购销关系，公司并未参与游戏的运营。

根据公司主管市场监督管理部门出具的合规证明及国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn/>）等官方网站检索查询，截至 2020 年末，公司不存在因上述跨界合作的方式而受到行政处罚的情形。

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“（3）品牌推广模式”中补充披露上述内容。

五、请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

1、（1）①获取发行人经销商客户清单；结合经销商访谈记录，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经销商客户的股东、实控人和董监高/负责人信息；②获取发行人实际控制人、董监高和核心技术人员填写的调查问卷，核实其关联方情况；③获取了发行人、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公司经销商客户及其股东、实控人和董监高/负责人；取得独立董事出具的声明；④取得了报告期内发行人主要经销商客户出具的确认函；⑤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。（2）①获取发行人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，核查发行人经销商客户及其股东、实控人和董监高/负责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经销商客户进行访谈；④对广州昌盛利的最终销售情况进行穿透核查，复核各产品销售单价与产品均价对比情况，分析是否存在显著差异，售价是否公允，复核发行人向其销售毛利率是否与该产品整体毛利率存在显著差异，并分析原因。（3）复核发行人经销商数量变动、经销收入变动情况；访谈发行人销售负责人，了解经销商数量变动、经销收入变动的原因。

2、取得报告期内发行人收入成本明细表，访谈发行人销售负责人及财务负责人，查阅发行人会计账套资料，查阅主要经销商工商资料及销售合同，走访主要经销商，了解报告期主要经销商的基本情况、合作历史、销售内容，复核主要经销商销售额及占比；分析经销商的信用政策的合理性；了解经销模式下实际销售发生的营销费用的分担方式、金额及变动原因。

3、访谈发行人销售负责人，了解江东专卖店的情况；获取广东真美食品股份有限公司江东销售部的工商资料；实地查看江东专卖店的经营情况。

4、取得发行人与手游“阳光养猪场”运营方签署的合作协议；查阅与发行人直播带货行为直接相关的规范性文件；查阅发行人主管市场监督管理部门出具的合规证明；检索查询国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn/>）等官方网站。

（二）核查结论

1、（1）①发行人与经销商客户的相关交易基于各方真实的业务需求；②除与发行人存在购销业务相关的款项支付往来外，经销商客户与发行人不存在其他与购销业务无关的资金往来；经销商客户与公司实际控制人、董监高和核心技术人员不存在资金往来；③经销商客户与公司、公司实际控制人、董监高和核心技术人员不存在关联关系或其他利益安排；（2）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，发行人其他经销商的股东、实控人和董监高/负责人不存在现任或曾任发行人员工的情形。（3）发行人已补充说明报告期内经销商的增减变动情况、

经销收入的增减变动情况及原因。

2、报告期内，发行人对经销商信用政策合理；发行人已补充说明与经销商对于实际销售发生的营销费用的分担方式。

3、发行人已补充说明江东专卖店的相关情况及报告期内销售金额变化较大的原因，其原因具有合理性。

4、发行人已经披露直播带货与跨界合作的具体情况，其经营具有合法合规性。

问题 4：关于产品安全。

申报材料及审核问询回复显示：

（1）2020 年 4 月-5 月，广东省市场监督管理局抽检发行人生产的肉粉松，结果为质量不合格。经发行人异议申请后，得到广东省市场监督管理局认可并删除该次检验结论。

（2）2020 年 3 月-4 月，潮州市市场监督管理局抽检发行人生产的口罩，结果为质量不合格，经发行人复检申请后结果为质量合格。

（3）2019 年 1 月-3 月，发行人采购的部分原材料和部分生产的半成品、产成品经疫情防控部门抽检后结果表明疑似存在“非洲猪瘟”病毒。发行人积极配合“非洲猪瘟”疫情防控部门，消除“非洲猪瘟”病毒传播风险，未因该事件受到行政处罚。

请发行人：

（1）补充披露报告期内是否发生原材料、半成品采购质量不合格事件；是否发生产品质量不合格或存在食品安全隐患情形，如是，请说明具体情况及采取整改措施；保障产品质量的具体措施；

（2）补充说明报告期内部分产品前后抽检结果不一致的原因及合理性；

（3）补充披露报告期内各类原材料主要供应商的基本情况，包括但不限于成立时间、合作历史、注册资本、营业范围、经营规模、采购金额占供应商收入的比例等情况；保证原材料质量的具体措施；供应商与发行人、实际控制人、高管、核心技术人员及其他关联方之间是否存在关联关系、资金往来或其他利益安排；

（4）补充说明产品是否存在虚假宣传，产品外包装中营养成分标注与实际情况是否一致；

（5）补充说明在采购、销售及产品质量检测等环节是否存在商业贿赂、非法境外采购及其他违法违规行为。

请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、补充披露报告期内是否发生原材料、半成品采购质量不合格事件；是否发生产品质量不合格或存在食品安全隐患情形，如是，请说明具体情况及采取整改措施；保障产品质量的具体措施；

（一）补充披露报告期内是否发生原材料、半成品采购质量不合格事件

2018年8月，我国爆发首例“非洲猪瘟”疫情，农业农村部办公厅下发《关于防治非洲猪瘟加强生猪移动监管的通知》，严禁高风险区内的生猪和未经高温处理的生猪产品调出。

为了进一步遏制“非洲猪瘟”的传播，2019年2月，农业农村部要求猪肉制品加工企业加强原料肉管理，原料肉需要有“非洲猪瘟”病毒检测结果；市场监管部门则强化加工经营环节监督检查，依法依规组织对生猪产品和猪肉制品开展抽检。2019年4月，市场监管总局、农业农村部与工业和信息化部出台《关于在加工流通环节开展非洲猪瘟病毒检测的公告》：

（1）针对加工企业的生猪产品原料规定：“猪肉制品加工企业在生猪产品原料中检出非洲猪瘟病毒核酸阳性的，应当立即封存阳性样品的同批次原料并报告所在地市场监管、畜牧兽医部门，并将阳性样品送至具有非洲猪瘟病毒检测资质的单位复检。复检为阳性的，企业要在当地市场监管、畜牧兽医部门监督下，按规定对同批次生猪产品原料进行无害化处理，对相关场所进行彻底清洗消毒”；

（2）针对加工企业的猪肉制品规定：“省级市场监管部门组织对本辖区企业加工的猪肉制品抽样，委托具有非洲猪瘟病毒检测资质的检测单位或省级动物疫病预防控制机构进行检测。检测结果为非洲猪瘟病毒阳性的，由国家非洲猪瘟参考实验室复检。复检为阳性的，按照省级畜牧兽医部门、市场监管部门的规定做好阳性产品处置和溯源调查工作”。

报告期内，公司不存在采购半成品的情形，公司采购的部分原材料（冻猪肉）以及产出的半成品、产成品因受到上述2018年8年全国爆发的“非洲猪瘟”事件影响，经潮州市潮安区动物防疫监督所抽检，检验结果表明疑似存在“非洲猪瘟”病毒。

2019年1月22日、1月25日，根据潮州市防控非洲猪瘟等动物疫病应急指挥部办公室出具的《关于做好非洲猪瘟病毒核酸阳性猪肉产品调查处置工作的函》（潮动防指办[2019]5号）以及《无公害化处理装车数量核实登记表》，在公司、江东镇人民政府、潮安区食品药品监督管理局、潮安区农业局、潮安区动监所以及焚烧厂的见证及核实下，相关原材料（冻猪肉）无害化处理完毕。

除上述情形外，报告期内公司不存在其他因原材料采购质量不合格引起的事件。

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“2、质量纠纷及食品安全情况”中对上述内容进行补充披露。

（二）是否发生产品质量不合格或存在食品安全隐患情形，如是，请说明具体情况及采取整改措施

2019年4月，市场监管总局、农业农村部与工业和信息化部出台《关于在加工流通环节开展非洲猪瘟病毒检测的公告》：（1）针对加工企业的生猪产品原料规定：“猪肉制品加工企业在生猪产品原料中检出非洲猪瘟病毒核酸阳性的，应当立即封存阳性样品的同批次原料并报告所在地市场监管、畜牧兽医部门，并将阳性样品送至具有非洲猪瘟病毒检测资质的单位复检。复检为阳性的，企业要在当地市场监管、畜牧兽医部门监督下，按规定对同批次生猪产品原料进行无害化处理，对相关场所进行彻底清洗消毒”；（2）针对加工企业的猪肉制品规定：“省级市场监管部门组织对本辖区企业加工的猪肉制品抽样，委托具有非洲猪瘟病毒检测资质的检测单位或省级动物疫病预防控制机构进行检测。检测结果为非洲猪瘟病毒阳性的，由国家非洲猪瘟参考实验室复检。复检为阳性的，按照省级畜牧兽医部门、市场监管部门的规定做好阳性产品处置和溯源调查工作”。

根据农业农村部官方网站（www.moa.gov.cn/ztzl/fzzwfk/fkzs/201902/t20190224_6172674.htm，http://www.moa.gov.cn/ztzl/fzzwfk/gzdt/201902/t20190226_6172829.htm）关于“非洲猪瘟”的专题信息：“非洲猪瘟发现近100年来，全球范围内没有发生过人感染非洲猪瘟的情况，不会感染人。其次，研究表明高温可杀灭非洲猪瘟病毒。非洲猪瘟病毒对高温较为敏感，70℃持续加热20分钟即可灭活。目

前市场上销售猪肉制品，包括熟制、半熟制和鲜（冻）肉制品，其中熟制、半熟制的猪肉制品，其加工条件均可使该病毒失活？“非洲猪瘟不是人畜共患病，虽然对猪有致命危险，但对人没有任何危害，属于只传猪不传人型病毒，不会影响食品安全。开展猪肉制品病毒核酸检测，可为防控溯源工作提供线索”。

报告期内，因公司采购的部分原材料（冻猪肉）受到“非洲猪瘟”事件的影响（具体详见本部分“（一）补充披露报告期内是否发生原材料、半成品采购质量不合格事件”），经潮州市潮安区动物防疫监督所抽检，相关半成品、产成品检验结果表明疑似存在“非洲猪瘟”病毒。虽根据“非洲猪瘟”相关专题信息显示熟制、半熟制猪肉制品的加工条件均可使该病毒失活，且非洲猪瘟不是人畜共患病，对人没有任何危害，不会影响食品安全，但公司为了确保不存在任何食品安全隐患，积极配合相关政府部门的要求对有关问题产品进行处理。

2019年1月-3月期间，在公司、江东镇人民政府、潮安区食品药品监督管理局、潮安区农业局、潮安区动监所、潮州海关以及焚烧厂的见证及核实下，相关半成品、产成品无害化处理完毕。

除上述情形外，报告期内发行人不存在其他产品质量不合格或存在食品安全隐患的情形。

公司除按照相关要求对上述原材料、半成品、产成品进行无害化处理外，依据潮州市市监局出具的《关于做好非洲猪瘟防控工作的紧急通知》的要求，第一时间启动应急预案，进行了如下整改措施：

（1）暂停相关生产车间的运行。

（2）根据农业农村部《非洲猪瘟消毒规范》的相关要求，对冷库及各个生产车间、成品仓等场所进行清理清洁，消毒杀菌。同时聘请具有国家A级资质的专业消毒杀菌机构广东卫康有害生物防制有限公司，对冷库、生产车间及厂区环境进行更为全面、更加专业的消毒杀菌，以进一步提高杀菌消毒效果。

（3）全面要求原料猪肉供应商随货提供“非洲猪瘟病毒核酸”检验报告。严格落实进货验收程序，相关资质证明验收合格后，暂放于待检区，经专业机构或自行抽样检验，包括“非洲猪瘟病毒核酸”检验，检验合格后再转入储藏冷库。

(4) 加强员工培训，加大对员工相关卫生知识的培训力度，对进出生产区域的卫生消毒程序由品管员现场监控，强化落实，尤其加大对“非洲猪瘟”防控知识培训力度，加大对员工清洁消毒工作的监督，确保消毒到位。

(5) 增加“非洲猪瘟病毒核酸”自检项目，公司购进“非洲猪瘟病毒核酸”检测仪，建成符合标准的非洲猪瘟病毒检验实验室，对所有库存原料猪肉、含有猪肉成分的辅料，包括猪肉脯半成品、出厂产品进行抽样自检。同时，原料猪肉来货亦交由检测机构进行非洲猪瘟病毒核酸检测，与自行检测结果进行比对，提高检测准确度，进一步保证原料肉安全。

经过上述整改措施，潮州市潮安区防控非洲猪瘟等动物疫病应急指挥部办公室于 2019 年 2 月 25 日向公司出具《关于广东真美食品股份有限公司有关场所风险评估结果的通知》，2019 年 2 月 22 日，潮安区农业局，食药监局及区动监所对发行人相关场所进行实地评估，并对冻库、生产线、成品仓进行环境采样，结果均为非洲猪瘟病毒核酸阴性，符合恢复使用要求。

(三) 保障产品质量的具体措施

为保证食品安全问题，公司制定并实施控制要求的措施如下：

1、为保障原材料质量，公司建立了一套覆盖合作前、合作中、合作后的供应商筛选、评价及变更程序。通过对样品的评价或使用，质量管理体系的现场评价以及对供应商过往提供同类物资的质量状况和信誉状况进行评价，把控供应商的产品质量与服务质量。

2、公司依据《采购及验收控制程序》，对采购产品的检验或验证环节进行质量控制，以确保所采购的材料符合规定的要求。针对采购的境外原料肉，公司均检查其境外生产商备案号，境外供应商均符合中国海关“进口食品化妆品进出口商备案系统”准入名单；同时，公司核验该批货物入境货物检验检疫证明、进出口货物报关单、境外原产地证明、兽医卫生证书及来货批次清单、新冠病毒核酸检测报告、车辆/货物消毒证明等。针对采购的境内原料肉，公司采取的质量控制措施包括：肉来源于审核合格、资质齐全的生产厂家；取得非疫区证明；取得动物产品检疫合格证明，并与产品外包装对应；核验每批次产品所附合格检验报

告；取得非洲猪瘟病毒核酸检验报告（针对猪肉）、新冠病毒核酸检验报告及第三方合格检验报告。

公司每批次来货都会抽样进行瘦肉精、“非洲猪瘟”病毒、“新冠病毒”核酸检测，其中，使用液相色谱仪检测设备和快速检测卡专用于瘦肉精检测；投入约120万元设立了PCR检测实验室用于“非洲猪瘟”病毒检测；由市场监督管理局组织抽样检测“新冠病毒”，前述检测结果呈阴性后，相关原材料才予以投入生产使用。

3、为实现仓储、物流环节的质量控制，公司制定了《仓库管理制度》《冷库管理制度》《出入库管理制度》，对各种外购物料、半成品及产成品实行仓储管理，每批次货物验收入库公司都会进行包装消杀，并定期对冻库进行清理和消毒，确保食品储存安全。

4、公司制定了《各工序质量标准》《工序检验和试验操作规程》《各工序检测操作方法》《生产现场卫生清洗消毒、检查办法》等制度并依据产品质量标准，实行工序检验与试验操作，以及现场卫生控制等手段，对生产环节进行质量控制。

5、公司不定期对职工进行食品安全知识培训，配备了食品安全管理人员，并加强对其培训和考核，公司建立了《从业人员健康管理制度》，有关从事接触直接入口食品工作的食品生产经营人员每年均进行健康检查，并取得健康证明。

6、公司制定了《产品标识和可追溯性控制程序》，建立起一套完整的“标识、追溯、召回”流程，对进厂材料、过程产品及最终产品的标识及实现可追溯性进行管理，在产品追溯方面，公司对原料肉、原辅料编制进货批号，对同一生产时间的批次产品编制生产批号，通过“出仓记录、生产批号、加工记录、原材料进货批号”实现采购、生产、销售流程的全流程追溯。

7、公司交付前的产品在出厂前经过最终产品检验程序，以保证产品质量稳定合格。此项工作由公司品管部负责执行。产品出厂附《检验报告单》，检验项目主要为感官、水分、净含量、菌落总数和大肠菌群。蛋白质、亚硝酸盐等项目必要时抽样检验，其它项目指标由上级检验机构定期或不定期进行抽检，抽检结果作为公司方签发产品合格证依据。产品的每次检验均会出具详细的原始记录和

检测报告。

8、公司制定了《质量异常管理办法》，对采购物资、过程产品（半成品、成品）以及售后产品中发现的不合格品的标识、记录、评价、隔离和处置的职责和内容进行明确规定，以防止不合格产品的非预期使用，确保对不合格品进行有效控制和管理。

9、公司及子公司现持有相关《食品安全管理体系认证证书》《质量管理体系认证证书》等。

根据潮州市市监局、潮州市动物防疫监督所出具的情况说明，公司受“非洲猪瘟”影响的相关问题原材料、产品均已根据相关规定进行妥善处置，并未造成不良影响；除上述情形外，真美股份自设立以来不存在其他原材料、产品被检验出“非洲猪瘟”病毒核酸阳性或“新冠”病毒核酸阳性的情形，不存在食品安全问题，亦不存在因“非洲猪瘟”相关事项而受到行政处罚的情形。

根据潮州市防控重大动物疫病应急指挥部办公室对公司出具的情况说明的确认，在“非洲猪瘟”事件发生后，公司除积极配合政府部门的要求对原材料及产品进行排查外，对后续原材料的采购以及产品的销售都严格把关，确保相关原材料及产品完全符合国家有关食品安全、食品质量的要求，并不存在违反食品安全、食品质量相关规定的情形。

综上所述，公司报告期内除因部分原材料（冻猪肉）以及产出的半成品、产成品受到 2018 年 8 月全国爆发的“非洲猪瘟”事件影响而被潮州市潮安区动物防疫监督所抽检出结果表明为疑似存在“非洲猪瘟”病毒的情形外，不存在其他因原材料采购质量不合格引起的事件以及其他产品质量不合格或存在食品安全隐患的情形，相关问题原材料、产品已及时进行无害化处理，并采取了相关措施进行整改以及保障产品质量。

二、补充说明报告期内部分产品前后抽检结果不一致的原因及合理性；

（一）2020 年 4 月-5 月肉粉松事件

1、具体情况

2020年4月1日，公司生产的20200401批次半成品惠宜牌原味猪肉粉松，180g/袋*18袋/件，共954袋，放置于外包装车间的待检区域。

2020年4月16日，公司配合广东省市场监督管理局委托的检验机构对产品开展抽样工作。

2020年5月22日，潮州市潮安区市场监督管理局出具《食品安全抽样检验结果通知书》(抽样单编号：SC20440000004931781，检验报告编号：SP2001096)，告知被抽检的猪肉粉松菌落总数、大肠菌群项目不合格。

2、前后抽检结果不一致的原因及合理性

抽检过程中，因陪同人员不熟悉生产进度、产品自检情况，误将存放于肉松外包装车间的待杀菌产品的半成品(上述半成品随后于2020年4月18日经杀菌抽样自检合格后进入成品库)当成已自检合格的成品，被抽检人员抽样，导致抽检结果不合格。

为此，根据《食品安全抽样检验管理办法》有关规定，公司向广东省市场监督管理局提出异议。2020年7月6日，由于公司提出的异议情况属实，广东省市场监督管理局删除该检验结论。

潮州市潮安区市场监督管理局于2021年4月21日对上述情况确认如下：经核实，真美股份提出的异议情况属实，省市监部门已删除了该检验结论，该批次半成品也并未销售，真美股份已依法进行处理，消除隐患，且没有导致食品安全事故。自2017年1月1日以来，真美股份在日常生产经营过程中严格遵守《食品安全法》等法律法规的规定，不存在因产品质量问题或因违反《食品安全法》等相关法律法规被处以行政处罚的情形。

因此，上述半成品前后抽检结果不一致的原因具备合理性。

(二) 2020年3月-4月口罩事件

1、具体情况

2020年3月26日，由广东省药品监督管理局组织、潮州市市监局执行对公司子公司华祖食品生产的一次性使用医用口罩进行抽检，该批口罩生产日期为

2020年3月18日，抽样基数为200个。

2020年4月29日，广东省医疗器械质量监督检验所针对该次抽检出具了《检验报告》（报告编号：SJ20010535），华祖食品生产的“一次性使用医用口罩”（批号：20211011）不合格，不合格项目：细菌过滤效率。

2、前后抽检结果不一致的原因及合理性

因对上述抽检结果存在异议，华祖食品向广州检验检测认证集团有限公司提出复检申请。2020年6月2日，广州检验检测认证集团有限公司所出具《检验报告》（报告编号：200116589），检验结论为：采用广东省医疗器械质量监督检验所报告 SJ20010535 的验余样对该报告中不合格项目进行复检，复检项目细菌过滤效率检验结果符合标准要求，复检结论为合格。

在第一次检验结果出具后，公司认为检验结果存在偏差，因此根据《医疗器械质量抽查检验管理办法》的相关规定提出异议以及复检申请，复检结论合格且为最终的检验结论。

因此，上述半成品前后抽检结果不一致的原因具备合理性。

三、补充披露报告期内各类原材料主要供应商的基本情况,包括但不限于成立时间、合作历史、注册资本、营业范围、经营规模、采购金额占供应商收入的比例等情况；保证原材料质量的具体措施；供应商与发行人、实际控制人、高管、核心技术人员及其他关联方之间是否存在关联关系、资金往来或其他利益安排；

（一）补充披露报告期内各类原材料主要供应商的基本情况,包括但不限于成立时间、合作历史、注册资本、营业范围、经营规模、采购金额占供应商收入的比例等情况

公司报告期累计采购金额在 500.00 万元以上的猪肉、牛肉、鱼糜供应商及累计采购金额在 300.00 万元以上的蛋白粉供应商具体情况如下：

序号	供应商名称	采购内容	成立时间	合作起始年份	注册资本	营业范围	经营规模（营业收入）	采购金额占供应商收入比例
1	深圳市万通食品有限责任公司	猪肉	2001.05.24	2002	300 万元人民币	一般经营项目是：国内贸易（不含专营、专控、专卖商品），冻肉产品、鲜牛猪肉、家禽、水产品、初级农产品批发与销售；餐饮经营管理（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。许可经营项目是：普通货运；初级农产品的配送。	2018 年度：5000 万元-1 亿元、2019 年度：5000 万元-1 亿元、2020 年度：5000 万元-1 亿元	2018 年度：20%-50% 2019 年度：1%-10%、2020 年度：1%-10%
2	上海丁义兴食品股份有限公司	猪肉/牛肉	2001.04.12	2019	2,800 万元人民币	许可项目：食品生产；食品经营；道路货物运输（不含危险货物）；烟草制品零售（分支机构经营）；货物进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：食用农产品零售；品牌管理；企业管理；采购代理服务；机械设备销售；日用百货销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	2019 年度：5000 万元-1 亿元、2020 年度：1 亿元-2 亿元	2019 年度：20%-50% 、2020 年度：10%-20%
3	百佑佳食品贸易（上海）有限公司	猪肉/牛肉	2006.08.11	2016	500 万元人民币	许可项目：货物进出口；食品经营。（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：受母公司及其授权管理的中国境内企业和关联企业的委托，为其提供投资经营决策服务，资金运作和财务管理服务，市场营销服务、技术支持和研究开发服务、信息服务、员工培训和管理服务，承接本公司集团内部的共享服务及境外公司的服务外包，植物饲料（稻谷、小麦、玉米批发除外）的批发、佣金代理（拍卖除外）及相关配套服务及咨询服务。（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）	2018 年度：10 亿元以上、2019 年度：10 亿元以上、2020 年度：10 亿元以上	2018 年度：1% 以下、2019 年度：1% 以下、2020 年度：1% 以下
4	湖南长盛科技开发有限公司	猪肉	2006.04.04	2012	5,000 万元人民币	畜产品技术开发、转让；生猪屠宰；猪肉加工；生猪、肠衣收购、贩运；生猪养殖；肝素钠收购、加工、销售；食品生产经营管理；速冻肉制品制造、销售。冻猪分割肉生产、销售；房屋出租；物流咨询服务；仓储代理服务；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外；法律法规允许的进出口贸易。（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）	2018 年度：5000 万元-1 亿元、2019 年度：5000 万元-1 亿元、2020 年度：5000 万元-1 亿元	2018 年度：10%-20% 、2019 年度：1%-10%、2020 年度：1%-10%
5	广州鼎一食品有限公司	牛肉/猪肉	2005.05.19	2013	5,000 万元人民币	预包装食品批发;预包装食品零售;散装食品批发;散装食品零售;商品批发贸易（许可审批类商品除外）;商品零售贸易（许可审批类商品除外）;货物进出口（专营专控商品除外）;收购农副产品;包装服务;商品信息咨询服务;	2018 年度：2 亿元-10 亿元、2019 年度：2 亿元-10 亿元、2020 年度：2 亿元-10 亿元	2018 年度：1%-10%、2019 年度：1%-10%、2020 年度：1%-10%
6	厦门鼎一食品有限公司	猪肉	2016.07.04	2019	500 万元人民币	其他未列明预包装食品批发（含冷藏冷冻食品）；肉、禽、蛋批发；水产品批发；调味品类预包装食品批发（含冷藏冷冻食品，不含食盐）；调味品类散装食品批发（含冷藏冷冻食品，不含食盐）；酒、饮料及茶叶类预包装食品批发（含冷藏冷冻食品）；其他未列明预包装食品零售（含冷藏冷冻食品）；其他未列明散装食品批发（含冷藏冷冻食品）；其他未列明散装食品零售（含	2018 年度：5000 万元-1 亿元、2019 年度：5000 万元-1 亿元、2020 年度：5000 万元-1 亿元	2019 年度：1%-10%、2020 年度：1% 以下

序号	供应商名称	采购内容	成立时间	合作起始年份	注册资本	营业范围	经营规模（营业收入）	采购金额占供应商收入比例
						冷藏冷冻食品）；其他农牧产品批发；肉、禽、蛋零售；贸易代理；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；其他未列明批发业（不含需经许可审批的经营项目）；其他未列明零售业（不含需经许可审批的项目）；包装服务；商务信息咨询；农产品初加工服务；其他农业服务；其他贸易经纪与代理；其他技术推广服务；其他未列明科技推广和应用服务业；其他未列明的专业咨询服务（不含需经许可审批的项目）；收购农副产品（不含粮食与种子）。		
7	四川省泸州大农食品有限公司	猪肉	2002.08.27	2016	500 万元人民币	销售：猪肉、牛肉。（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）	2018 年度：2000 万元-5000 万元、2019 年度：2000 万元-5000 万元、2020 年度：2000 万元-5000 万元	2018 年度：1%-10%、2019 年度：10%-20%、2020 年度：1%以下
8	上海同加国际贸易有限公司	猪肉	2014.04.30	2020	500 万元人民币	许可项目：食品经营。（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：从事货物及技术的进出口业务，日用百货、轴承、汽车配件、摩托车配件、皮草制品、电脑及配件、机电设备、金属材料、纺织品、服装、服饰、食用农产品、畜牧渔业饲料的销售，区内企业间的贸易及贸易代理，海上、航空、陆路国际货物运输代理，物流及贸易信息咨询，商务咨询，企业管理服务，会务服务，展览展示服务。（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：10 亿元以上	2020 年度：1% 以下
9	厦门联洋进出口有限公司	鱼糜	2006.01.06	2016	500 万元人民币	经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；水产品批发；贸易代理；其他贸易经纪与代理；互联网销售；软件开发；信息技术咨询服务；对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）；企业管理咨询；其他未列明的专业咨询服务（不含需经许可审批的项目）；第二类医疗器械零售。	2018 年度：5000 万元-1 亿元、2019 年度：5000 万元-1 亿元、2020 年度：5000 万元-1 亿元	2018 年度：1%-10%、2019 年度：1%-10%、2020 年度：1%-10%
10	厦门致和全水产有限公司	鱼糜	2014.07.29	2016	500 万元人民币	其他农牧产品批发；米、面制品及食用油批发；糕点、糖果及糖批发；其他预包装食品批发；其他散装食品批发；粮油零售；糕点、面包零售；预包装食品零售；散装食品零售；水产品批发；水产品零售；贸易代理；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；果品批发；蔬菜批发；建材批发；电气设备批发；五金产品批发；计算机、软件及辅助设备批发；通讯及广播电视设备批发；其他机械设备及电子产品批发；其他贸易经纪与代理；果品零售；蔬菜零售；计算机、软件及辅助设备零售；通信设备零售；其他电子产品零售；五金零售；陶瓷、石材装饰材料零售；其他室内装饰材料零售；收购农副产品（不含粮食与种子）。	2018 年度：2000 万元-5000 万元、2019 年度：2000 万元-5000 万元、2020 年度：2000 万元-5000 万元	2018 年度：1% 以下、2019 年度：10%-20%、2020 年度：10%-20%

序号	供应商名称	采购内容	成立时间	合作起始年份	注册资本	营业范围	经营规模（营业收入）	采购金额占供应商收入比例
11	青岛长寿食品有限公司	蛋白粉	2002.06.24	2008	1,800 万元人民币	许可项目：食品生产；粮食加工食品生产；食品经营；食品互联网销售；粮食收购；食品进出口；技术进出口；道路货物运输（不含危险货物）。（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：初级农产品收购；食用农产品初加工；农副产品销售；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）。（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）	2018 年度：2 亿元-10 亿元、 2019 年度：2 亿元-10 亿元、 2020 年度：2 亿元-10 亿元	2018 年度：1% 以下、2019 年度：1% 以下、 2020 年度：1% 以下

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“6、各类原材料主要供应商的基本情况”中补充披露上述内容。

（二）保证原材料质量的具体措施

公司保证原材料质量的具体措施如下：

1、为保障原材料质量，公司建立了一套覆盖合作前、合作中、合作后的供应商筛选、评价及变更程序。通过对样品的评价或使用，质量管理体系的现场评价以及对供应商过往提供同类物资的质量状况和信誉状况进行评价，把控供应商的产品质量与服务质量。

2、公司依据《采购及验收控制程序》，对采购产品的检验或验证环节进行质量控制，以确保所采购的材料符合规定的要求。针对采购的境外原料肉，公司均检查其境外生产商备案号，境外供应商均符合中国海关“进口食品化妆品进出口商备案系统”准入名单；同时，公司核验该批货物入境货物检验检疫证明、进出口货物报关单、境外原产地证明、兽医卫生证书及来货批次清单、新冠病毒核酸检测报告、车辆/货物消毒证明等。针对采购的境内原料肉，公司采取的质量控制措施包括：肉来源于审核合格、资质齐全的生产厂家；取得非疫区证明；取得动物产品检疫合格证明，并与产品外包装对应；核验每批次产品所附合格检验报告；取得非洲猪瘟病毒核酸检验报告（针对猪肉）、新冠病毒核酸检验报告及第三方合格检验报告。

公司每批次来货都会抽样进行瘦肉精、“非洲猪瘟”病毒、“新冠病毒”核酸检测，其中，使用液相色谱仪检测设备和快速检测卡专用于瘦肉精检测；投入约 120 万元设立了 PCR 检测实验室用于“非洲猪瘟”病毒检测；由市场监督管理局组织抽样检测“新冠病毒”，前述检测结果呈阴性后，相关原材料才予以投入生产使用。

3、为实现仓储、物流环节的质量控制，公司制定了《仓库管理制度》《冷库管理制度》《出入库管理制度》，对各种外购物料、半成品及产成品实行仓储管理，每批次货物验收入库公司都会进行包装消杀，并定期对冻库进行清理和消毒，确保食品储存安全。

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“10、保证原材料质量的具体措施”中补充披露上述内容。

（三）供应商与发行人、实际控制人、高管、核心技术人员及其他关联方之间是否存在关联关系、资金往来或其他利益安排

供应商与公司之间不存在无业务背景异常大额资金往来，不存在关联关系或其他利益安排。

供应商与公司实际控制人、高管、核心技术人员及其他关联方之间不存在关联关系、资金往来或其他利益安排。

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“1、报告期内前五名供应商”中补充披露上述内容。

四、补充说明产品是否存在虚假宣传，产品外包装中营养成分标注与实际情况是否一致；

根据《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》(GB 28050-2011)的相关规定，预包装食品营养标签标示的任何营养信息，应真实、客观，不得标示虚假信息，不得夸大产品的营养作用或其他作用。其中，所有预包装食品营养标签强制标示的内容包括能量、核心营养素的含量值及其占营养素参考值(NRV)的百分比，核心营养素包括蛋白质、脂肪、碳水化合物和钠。除强制标示内容外，其他为可选择标示内容；另外，在产品保质期内，能量和营养成分含量的允许误差范围应符合以下规定：

能量和营养成分	允许误差范围
食品的蛋白质，多不饱和及单不饱和脂肪（酸），碳水化合物、糖（仅限乳糖），总的、可溶性或不溶性膳食纤维及其单体，维生素（不包括维生素D、维生素A），矿物质（不包括钠），强化的其他营养成分	$\geq 80\%$ 标示值
食品中的能量以及脂肪、饱和脂肪（酸）、反式脂肪（酸），胆固醇，钠，糖（除外乳糖）	$\leq 120\%$ 标示值
食品中的维生素A和维生素D	80%~180%标示值

根据上述规定，产品外包装中应标注能量、核心营养素等强制标示的营养信息，上述强制标示内容与其他可选择标示内容应在允许误差范围内进行标注。

报告期内，公司在相关产品的研发配方确定后或配方作较大调整时，均委托华测检测认证集团股份有限公司等检测机构对强制标示以及其他可选择标示的主要营养成分进行检测，获得其出具的检测报告以及营养成分表模板，并以此作为产品外包装营养成分标识的依据之一。此外，公司制定并实施《肉制品良好操作规范（GMP）》、《水产制

品良好操作规范（GMP）》等生产环节的相关制度，规定配料员严格按技术部发出的，且由技术部、品管部、生产部、销售部等部门签名确认的“配料表”或“配方更改通知单”进行配料，各种原辅料要按顺序准确称量，并做好标识，各种原辅料要标识清楚、排列有序，由配料室管理员复核无误后投入使用，以避免营养成分标注与实际情况存在较大差异。

报告期内，公司的产品均按照《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》的规定在外包装中对营养成分的信息进行标示。

根据公司及子公司主管市场监督管理部门出具的合规证明，并查询公司及子公司主管市场监督管理部门的网站，公司及子公司报告期内不存在因虚假宣传、食品成分标注异常相关违法行为而被主管政府部门处罚的情况。

综上，公司产品不存在虚假宣传，产品外包装中营养成分均按照《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》的规定进行标注。

五、补充说明在采购、销售及产品质量检测等环节是否存在商业贿赂、非法境外采购及其他违法违规行为。

（一）是否存在商业贿赂

为防范商业贿赂风险，公司主要执行了以下措施：

1、采购、销售环节

公司制定《反商业贿赂管理制度》，相关关键岗位员工出具了《反商业贿赂声明和承诺》，同时在涵盖业务运作各环节制定了《内部控制制度》等内部控制制度，对发行人内部销售人员、采购人员等各关键岗位人员进行了严格管理，严格防范公司在销售或采购环节存在商业贿赂行为的风险。

公司与主要客户签署《反商业贿赂协议》或在业务合同中约定反商业贿赂条款，约定双方在业务往来中不得发生向对方馈赠礼金、礼品等反商业贿赂的要求。

2、产品质量检测环节

公司在产品质量检测环节主要涉及自检、主管部门抽检以及自行委托第三方检测机构的情形，其中，报告期内公司自行委托的第三方检测机构及其签署或公示的相关廉洁条款如下：

序号	检测机构	廉洁条款
1	华测检测认证集团股份有限公司	6.1 双方承诺任何一方或其工作人员均应当公平交易、廉洁自律，双方均应坚持廉洁、诚信原则，恪守公认的商业道德和职业道德规范。 6.2 任何一方不得以任何形式向对方索要或收受个人回扣；任何一方不得接受对方的礼金、有价证券、支付凭证和贵重物品等；任何一方不得为对方工作人员报销应由其个人承担的费用；未经对方公司批准，任何一方不得邀请对方工作人员参加其组织的消费活动，包括但不限于外出旅游、高消费娱乐活动、以旅游为目的在风景区召开会议等。
2	上海天祥质量技术服务有限公司	一、各机构或分支机构在从事检验、检测和认证活动时必须遵守国家相关法律法规的规定，遵循客观独立、公平公正、诚实信用原则，恪守职业道德，承担社会责任； 二、本公司的管理层保证不会以任何财务或行政上的压力干预各项检验、检测和认证活动工作的展开；
3	深圳中检联检测有限公司	-
4	深圳市通量检测科技有限公司	-

经互联网公示信息，相关检索结果未显示有关公司在主管部门抽检以及第三方检测机构检测过程进行商业贿赂的事件或因此被处以行政处罚的情形。

公司出具了《关于不存在商业贿赂行为的承诺》，承诺报告期内，公司及公司员工不存在商业贿赂行为等违法违规行为，且不存在因商业贿赂等违法违规行为受到处罚或被立案调查的情况。

根据公司所在地的市场监督管理部门出具的证明文件以及互联网公开信息检索结果，公司报告期内不存在因商业贿赂等不正当竞争行为受到市场监督管理部门处罚的情形。

根据公司董事、监事、高级管理人员所在地派出所出具的无犯罪记录证明，报告期内，公司董事、监事、高级管理人员不存在商业贿赂等违法犯罪记录。

综上所述，报告期内，公司在采购、销售及产品质量检测等环节不存在商业贿赂的违法违规行为。

（二）是否存在非法境外采购

公司不存在直接向境外供应商采购的行为，公司采购的境外原材料主要来源于境内贸易商。对此，公司对采购的境外原材料均履行了检查其境外生产商备案号、海外供应

商是否在中国海关“进口食品化妆品进出口商备案系统”准入名单、核验入境货物检验检疫证明、进出口货物报关单、境外原产地证明、兽医卫生证书及来货批次清单、新冠病毒核酸检测报告、车辆/货物消毒证明等程序。

根据公司所在地的市场监督管理主管部门出具的证明文件，报告期内公司及子公司不存在因违反市场监督管理方面法律法规而受到行政处罚的行为。

根据潮州海关出具的证明，自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，尚未发现公司、华祖食品进出口活动中有影响海关信用管理的走私记录。

经检索国家市场监督管理总局、海关等主管部门的网站公示信息，公司报告期内不存在因非法采购行为而被相关主管部门给予行政处罚的情形。

报告期内，公司不存在非法境外采购行为。

综上所述，根据报告期内各主管部门出具的合规证明，公司在采购、销售及产品质量检测等环节不存在商业贿赂、非法境外采购及其他违法违规行为。

六、请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

（一）核查程序

1、翻阅发行人品管部存档的报告期内的产品检验报告；取得潮州市防控非洲猪瘟等动物疫病应急指挥部办公室出具的《关于做好非洲猪瘟病毒核酸阳性猪肉产品调查处置工作的函》（潮动防指办[2019]5 号）以及《无无害化处理装车数量核实登记表》；取得潮州市市监局出具的《关于做好非洲猪瘟防控工作的紧急通知》；取得潮州市潮安区防控非洲猪瘟等动物疫病应急指挥部办公室于 2019 年 2 月 25 日出具《关于广东真美食品股份有限公司有关场所风险评估结果的通知》；查阅发行人与保障产品质量措施相关的内控措施、设备；取得潮州市市监局、潮州市动物防疫监督所出具的关于发行人“非洲猪瘟”的情况说明；取得潮州市防控重大动物疫病应急指挥部办公室对发行人出具的情况说明的确认。

2、翻阅发行人品管部存档的报告期内的产品检验报告，取得与报告期内部分产品前后抽检结果不一致事件相关的相关文件；针对相关事件查询中国市场监督管理行政处罚文书网、国家市场监督管理总局食品安全抽检公布结果查询系统、广东省药品监督管理局网站对医疗器械抽检公示信息；取得发行人及其子公司所在地市监局的无违规说明；取

得潮州市潮安区市场监督管理局的《情况说明》。

3、（1）查询取得发行人猪肉、牛肉、鱼糜、蛋白粉主要供应商的工商资料，向其发放确认函，核查其经营规模、采购金额占供应商收入的比例的情况，走访主要供应商，核查其与发行人及其关联方是否存在关联关系、异常资金往来或其他利益安排；（2）查阅发行人与保障产品质量措施相关的内控措施、设备；（3）①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；② I、获取发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的关联关系调查表；以及实际控制人、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员出具的与发行人供应商不存在关联关系、资金往来或其他利益安排的承诺函；II、获取报告期内发行人各类原材料供应商名单；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，与发行人原材料供应商名单进行对比分析。

4、查阅《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》（GB 28050-2011）的相关规定；取得发行人及其子公司主管市场监督管理部门出具的合规证明；查询发行人及其子公司主管市场监督管理部门的网站。

5、（1）查阅发行人与反商业贿赂相关的内控制度和与客户、供应商、检测机构相关的签署合同文件；查询国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网等网站，查阅工商主管部门开具的合规证明和公安机关出具的公司实际控制人、董事和高级管理人员的无犯罪记录证明；取得发行人出具的《关于不存在商业贿赂行为的承诺》；发行人关键销售人员、采购人员及财务人员已出具关于不存在直接或变相商业贿赂行为的确认函；走访发行人主要客户和供应商，了解发行人采购及销售定价方式，确认是否存在利益补偿、非经营性往来、商业贿赂等行为；查阅发行人及实际控制人、董事、监事、高级管理人员、财务总监、相关业务负责人的银行流水；（2）取得潮州海关出具的证明；抽检发行人采购的境外原材料的证明文件；（3）取得发行人及其子公司所在地的市场监督管理部门出具的证明文件；查询国家市场监督管理总局、海关等主管部门的网站公示信息。

（二）核查结论

1、发行人已对披露报告期内发生的原材料、半成品采购质量不合格事件进行补充披露；针对产品质量不合格或存在食品安全隐患的情形，发行人已采取整改措施；发行

人已说明保障产品质量的具体措施。

2、发行人已经补充说明报告期内部分产品前后抽检结果不一致的原因，其原因具有合理性。

3、发行人已补充披露各类原材料主要供应商的基本情况 & 保证原材料质量的具体措施；供应商与公司之间不存在无业务背景异常大额资金往来，不存在关联关系或其他利益安排；供应商与公司实际控制人、高管、核心技术人员及其他关联方之间不存在关联关系、资金往来或其他利益安排。

4、报告期内，发行人产品不存在虚假宣传，产品外包装中营养成分均按照《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》的规定进行标注。

5、报告期内，发行人在采购、销售及产品质量检测等环节不存在商业贿赂、非法境外采购及其他违法违规行为。

问题 5：关于速冻肉丸业务

审核问询回复显示：

(1)2017 年至 2020 年 1-9 月，发行人速冻肉丸收入金额分别为 45.40 万元、289.09 万元、972.70 万元和 401.91 万元，即食肉丸收入分别为 0 万元、78.16 万元、797.96 万元和 1,744.00 万元，速冻肉丸收入增速不及即食肉丸。

(2) 2019 年，速冻丸类由于市场接受程度不及预期，公司主动调整了市场定位及销售策略，降价促销；2020 年 1-9 月，速冻丸类由于“新冠疫情”影响，且市场推广不及预期，公司加大促销力度的同时，降低了速冻肉丸的产销量，当期销售金额有所下降。

请发行人：

请发行人补充说明与速冻丸类产品相关的生产资料、产能利用率情况，在该项业务发展不及预期的情况下，其是否需计提减值或存货跌价准备。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、请发行人补充说明与速冻丸类产品相关的生产资料、产能利用率情况，在该项业务发展不及预期的情况下，其是否需计提减值或存货跌价准备

1、与速冻丸类产品相关的生产资料

速冻丸类产品与即食丸类产品共用同一生产车间，主要生产设备与即食丸类产品共用。速冻丸类产品相关的生产车间、机器设备具体情况如下：

单位：万元

名称	2020 年 12 月 31 日	
	账面原值	账面净值
共用车间	193.57	167.85
专用机器设备	21.32	13.83
共用机器设备	557.64	350.45
合计	772.54	532.13

速冻丸类产品包括牛肉丸、猪肉丸、鱼丸，主要原材料分别为冻牛肉、冻猪肉、鱼糜等，均不是生产即食肉丸专用的原材料，可用于生产肉脯、即食肉丸等其他产品。

2、速冻丸类产品产能利用率情况

2018 年至 2020 年的速冻丸类产品的产能利用率情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
冻丸类产品产能（吨）	155.52	311.04	388.80
冻丸类产品产能利用率（%）	99.36	70.28	20.14

2018 年，公司主要生产冻丸类产品，2019 年开始，随着即食丸类市场需求显著增长，公司调整了共用核心生产设备一蒸煮线的使用分配，较多地生产即食丸类产品，因此速冻丸类产品产能呈下降趋势。

3、与速冻丸类产品相关的生产资料是否需计提减值或存货跌价准备

速冻丸类产品销售虽不及预期，但报告期内各期毛利率均在 20%以上，且其生产车间、主要机器设备与即食丸类产品共用，主要原材料可用于生产肉脯、即食肉丸等其他产品，如果未来速冻丸类产品亏损，相关固定资产及存货可用于生产即食丸类等其他产品，无需计提固定资产减值准备、存货跌价准备。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

- 1、复核发行人与速冻丸类产品相关的生产资料、产能利用率情况说明。
- 2、复核发行人与速冻丸类产品相关的生产资料无需计提减值、存货跌价准备的情况说明。

（二）核查结论

发行人已补充说明与速冻丸类产品相关的生产资料、产能利用率情况，相关的固定资产及存货无需计提固定资产减值准备、存货跌价准备。

问题 6：关于对客户名创优品毛利率较低。

审核问询回复显示：

（1）发行人前五大客户名创优品报告期毛利率下滑，其原因发行人首次称系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；

（2）二次问询回复显示，发行人向名创优品销售猪肉脯的单价高于其他前五大客户平均水平，因此较其他前五大客户并不存在价格优惠；其毛利率较低的原因主要系该产品在发行人新厂区味和道厂区生产，其产能利用率较低，单位成本中分摊的制造费用高于老厂区，导致向名创优品销售猪肉脯毛利率较低。

请发行人：

（1）按肉脯类、肉丸类、肉肠类、肉松类为口径，以表格形式，补充说明其对应厂区的名称、地理位置、投产时间、机器设备类固定资产原值、对应的主要机器设备名称、产能、产量、产能利用率、单位产能投资金额情况，并说明上述数据与发行人披露的报告期各期产品（肉脯类、肉丸类、肉肠类、肉松类）产能数据的勾稽关系；

（2）补充说明味和道厂区、老厂区关于肉脯产能利用率和肉脯单位制造费用的计算过程；

（3）两次回复对是否存在价格优惠表述不一致的原因及事实情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、按肉脯类、肉丸类、肉肠类、肉松类为口径，以表格形式，补充说明其对应厂区的名称、地理位置、投产时间、机器设备类固定资产原值、对应的主要机器设备名称、产能、产量、产能利用率、单位产能投资金额情况，并说明上述数据与发行人披露的报告期各期产品（肉脯类、肉丸类、肉肠类、肉松类）产能数据的勾稽关系；

（一）公司各厂区基本情况

截至本回复出具日，公司已投产两个厂区，分别为江东厂区、味和道厂区，相关情

况如下：

厂区名称	对应主体	地理位置
江东厂区	广东真美食品股份有限公司、潮州市华祖食品有限公司	潮州市潮安区江东镇中横路北美明沟南
味和道厂区	潮州市味和道食品有限公司	潮州市中山（潮州）产业转移工业园径南分园（JN06-13-1 地块）H 幢厂房

（二）各类产品对应厂区及相关情况

1、肉脯类：

生产厂区		江东厂区	味和道厂区	合计/平均
是否生产		是	是	-
投产时间		2002 年 1 月	2019 年 6 月	-
机器设备类固定资产原值（万元）		4,792.95	1,737.58	6,530.53
主要机器设备名称		筋膜分离机、烘干房、烤脯机		-
产能（吨）	2018 年	3,674.88	-	3,674.88
	2019 年	3,674.88	760.32	4,435.20
	2020 年	3,674.88	1,520.64	5,195.52
产量（吨）	2018 年	3,913.50	-	3,913.50
	2019 年	3,088.52	232.23	3,320.75
	2020 年	2,767.91	418.67	3,186.58
产能利用率	2018 年	106.49%	-	106.49%
	2019 年	84.04%	30.54%	74.87%
	2020 年	75.32%	27.53%	61.33%
单位产能投资情况（万元/吨）		1.30	1.14	1.26

注 1：机器设备类固定资产原值为截至 2020 年 12 月 31 日数据。

注 2：单位产能投资情况=机器设备类固定资产原值/2020 年产能。

2、肉丸类

生产厂区		江东厂区	味和道厂区	合计/平均
是否生产		是	否	-
投产时间		2016 年 6 月	-	-
机器设备类固定资产原值（万元）		919.75	-	919.75
主要机器设备名称		真空斩拌机、蒸煮线、真空包装机		-
产能（吨）	2018 年	388.80	-	388.80
	2019 年	437.04	-	437.04

生产厂区		江东厂区	味和道厂区	合计/平均
产量（吨）	2020 年	880.02	-	880.02
	2018 年	78.30	-	78.30
	2019 年	405.07	-	405.07
	2020 年	900.16	-	900.16
产能利用率	2018 年	20.14%	-	20.14%
	2019 年	92.68%	-	92.68%
	2020 年	102.29%	-	102.29%
单位产能投资情况（万元/吨）		1.72	-	1.72

注 1：机器设备类固定资产原值为截至 2020 年 12 月 31 日数据，计算方式为：机器设备类固定资产原值=肉丸类专用金额+肉丸、肉肠共用金额*2020 年肉丸产量/（2020 年肉丸产量+肉肠产量）

注 2：单位产能投资情况=机器设备类固定资产原值/2020 年产能

3、肉肠类

生产厂区		江东厂区	味和道厂区	合计/平均
是否生产		是	否	-
投产时间		2017 年 1 月	-	-
机器设备类固定资产原值（万元）		244.62	-	244.62
主要机器设备名称		打浆机、烘干机、真空包装机		-
产能（吨）	2018 年	972.00	-	972.00
	2019 年	972.00	-	972.00
	2020 年	972.00	-	972.00
产量（吨）	2018 年	177.42	-	177.42
	2019 年	278.65	-	278.65
	2020 年	134.22	-	134.22
产能利用率	2018 年	18.25%	-	18.25%
	2019 年	28.67%	-	28.67%
	2020 年	13.81%	-	13.81%
单位产能投资情况（万元/吨）		0.25	-	0.25

注 1：机器设备类固定资产原值为截至 2020 年 12 月 31 日数据，计算方式为：机器设备类固定资产原值=肉肠类专用金额+肉丸、肉肠共用金额*2020 年肉肠产量/（2020 年肉丸产量+肉肠产量）

注 2：单位产能投资情况=机器设备类固定资产原值/2020 年产能

4、肉松类

生产厂区		江东厂区	味和道厂区	合计/平均
是否生产		是	否	-

生产厂区		江东厂区	味和道厂区	合计/平均
投产时间		2002 年 9 月	-	-
机器设备类固定资产原值（万元）		65.02	-	65.02
主要机器设备名称		炒松机		-
产能（吨）	2018 年	336.00	-	336.00
	2019 年	336.00	-	336.00
	2020 年	336.00	-	336.00
产量（吨）	2018 年	203.88	-	203.88
	2019 年	184.48	-	184.48
	2020 年	165.46	-	165.46
产能利用率	2018 年	60.68%	-	60.68%
	2019 年	54.90%	-	54.90%
	2020 年	49.24%	-	49.24%
单位产能投资情况（万元/吨）		0.19	-	0.19

注 1：机器设备类固定资产原值为截至 2020 年 12 月 31 日数据。

注 2：单位产能投资情况=机器设备类固定资产原值/2020 年产能。

如上述四份表格所示，最右一列产能合计数与发行人披露的报告期各期产品（肉脯类、肉丸类、肉肠类、肉松类）产能数据的勾稽关系吻合。

二、补充说明味和道厂区、老厂区关于肉脯产能利用率和肉脯单位制造费用的计算过程；

公司针对味和道厂区与江东厂区（即老厂区）肉脯产能利用率和肉脯单位制造费用的在第二次问询回复的披露数据如下：

项目	厂区	2020 年	2019 年
肉脯产能利用率	味和道厂区	27.53%	30.54%
	江东厂区	75.32%	84.09%
肉脯单位制造费用 （元/千克）	味和道厂区	14.31	12.51
	江东厂区	4.89	4.63

其计算过程列示如下：

厂区	项目	2020 年	2019 年
味和道厂区	产量（吨）	418.67	232.23
	产能（吨）	1,520.64	760.32
	产能利用率	27.53%	30.54%

江东厂区	产量（吨）	2,767.91	3,088.52
	产能（吨）	3,674.88	3,674.88
	产能利用率	75.32%	84.04%
味和道厂区	营业成本-制造费用总额（万元）	592.09	285.48
	销量（吨）	413.63	228.23
	单位制造费用（元/千克）	14.31	12.51
江东厂区	营业成本-制造费用总额（万元）	1,472.83	1,405.21
	销量（吨）	3,014.22	3,032.60
	单位制造费用（元/千克）	4.89	4.63

如上表所示，上述计算过程中，江东厂区 2019 年的肉脯产能利用率计算结果与第二次问询回复数据存在 0.05% 的尾差，系产能、产量数据小数点位置及四舍五入与其他年份不一致所致，精确结果应为 84.04%，公司已在招股说明书中更正相应数据。

三、两次回复对是否存在价格优惠表述不一致的原因及事实情况；

如第一次问询函回复所述，向名创优品销售毛利率的下滑的主要原因系：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。

第二次问询函回复中，一方面，公司着重分析了猪肉脯的单位成本较高是向名创优品销售毛利率的下滑的主要原因；另一方面，公司在肉丸类的名创优品与他前五大客户的比较中也提及：“公司与名创优品合作较早，为打开市场、提高产品影响力，公司给予其一定的价格优惠，售价较低”。

综上，两次回复对于价格优惠的表述侧重点有所不同，不存在本质差异，事实情况为：

报告期内，公司向名创优品销售如下所示：

单位：万元、%

产品类别	2020 年			2019 年			2018 年		
	销售金额	销售占比	毛利率	销售金额	销售占比	毛利率	销售金额	销售占比	毛利率
猪肉脯	1,123.30	46.33	19.96	2,267.87	72.37	23.07	2,724.85	95.09	39.47
牛肉脯				380.34	12.14	29.97	140.81	4.91	32.62

产品类别	2020 年			2019 年			2018 年		
	销售金额	销售占比	毛利率	销售金额	销售占比	毛利率	销售金额	销售占比	毛利率
肉丸类	1,301.29	53.67	31.41	485.60	15.50	30.98	-	-	-
合计	2,424.59	100.00	26.10	3,133.82	100.00	25.13	2,865.65	100.00	39.13

如上表所示，公司向名创优品主要销售猪肉脯、肉丸类两大类产品。分析如下：

1、公司向名创优品销售猪肉脯产品情况与其他前五大客户相比

单位：万元、元/千克、%

2020 年				
客户名称	销售金额	销售单价	单位成本	毛利率
名创优品	1,123.30	69.56	55.68	19.96
其他前五大客户平均	10,071.12	64.97	36.33	44.08
2019 年				
客户名称	销售金额	销售单价	单位成本	毛利率
名创优品	2,267.87	62.61	48.17	23.07
其他前五大客户平均	9,507.97	60.64	35.68	41.16
2018 年				
客户名称	销售金额	销售单价	单位成本	毛利率
名创优品	2,724.85	59.34	35.92	39.47
其他前五大客户平均	11,238.48	54.48	32.91	39.60

注：上表中，销售金额列示合计数，销售单价、单位成本、毛利率列示平均数

如上所示，公司向名创优品和其他前五大客户销售的猪肉脯种类均主要为猪肉糜脯，公司对名创优品的猪肉脯产品未给予价格优惠。名创优品 2018 年猪肉脯毛利率与其他前五大客户基本一致，2019 年、2020 年猪肉脯毛利率降低并低于其他前五大客户平均水平，主要系其猪肉脯产品主要在味和道厂区生产，单位成本较高，这是公司向名创优品整体销售毛利率降低的主要原因。

2、公司向名创优品销售肉丸类产品情况其他前五大客户相比

单位：万元、元/千克、%

2020 年				
客户名称	销售金额	销售单价	单位成本	毛利率
名创优品	1,301.29	39.98	27.43	31.41

其他前五大客户平均	555.00	46.62	26.62	42.89
2019 年				
客户名称	销售金额	销售单价	单位成本	毛利率
名创优品	485.60	40.36	27.85	30.98
其他前五大客户平均	-	-	-	-
2018 年				
客户名称	销售金额	销售单价	单位成本	毛利率
名创优品	-	-	-	-
其他前五大客户平均	-	-	-	-

如上表所示，公司向名创优品销售肉丸类的单价较其他前五大客户存在一定优惠，使得其肉丸类产品毛利率偏低，是公司向名创优品整体销售毛利率较低的原因之一。

综上，2019-2020 年，公司向名创优品销售毛利率下滑，主要原因为：向名创优品销售的猪肉脯产品在 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，使得猪肉脯单位成本提高，拉低了毛利率；次要原因为：名创优品是新产品即食丸类逐步打开市场过程中，早期即与公司合作的主要 ODM 客户，为打开市场、加强合作关系，公司在肉丸类产品上给予其一定的价格优惠，使得毛利率有所降低。

四、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）核查程序

1、现场查看江东厂区、味和道厂区生产场所，了解各厂区生产品类及主要生产设备；复核不同厂区各类产品产能、产量、产能利用率计算过程，复核其与发行人披露的报告期各期产品（肉脯类、肉丸类、肉肠类、肉松类）产能数据的勾稽关系。

2、复核味和道厂区、老厂区关于肉脯产能利用率和肉脯单位制造费用的计算过程。

3、查阅发行人两次回复中就价格优惠的表述，分析发行人向名创优品销售毛利率下降的原因。

（二）核查结论

1、发行人已补充说明各类产品对应厂区的名称、地理位置、投产时间、机器设备类固定资产原值、对应的主要机器设备名称、产能、产量、产能利用率、单位产能投资

金额情况，上述数据与发行人披露的报告期各期产品（肉脯类、肉丸类、肉肠类、肉松类）产能数据的勾稽关系吻合。

2、发行人就味和道厂区、老厂区关于肉脯产能利用率和肉脯单位制造费用的计算过程存在需更正的尾数差异，发行人已在招股说明书中予以更正。

3、两次回复对于价格优惠的表述侧重点有所不同，不存在本质差异，事实情况为：2019-2020 年，公司向名创优品销售毛利率下滑，主要原因为：向名创优品销售的猪肉脯产品在 2019 年调整至新投产的味和道厂区，使得猪肉脯单位成本提高，拉低了毛利率；次要原因为：为打开市场、加强合作关系，公司在肉丸类产品上给予其一定的价格优惠，使得毛利率有所降低。

问题 7：关于实控人在发行人体外控制的公司味之印象及自然人黄喜明。

审核问询回复显示：

（1）实控人在发行人体外控制的公司包括港粤贸易、味之印象、菜篮子工程，均未实质开展生产经营。

（2）发行人的部分建筑工程和设计公司供应商亦为味之印象的供应商，其中 2017 年味之印象向潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司支付 495.00 万元工程款项，后退回 220.00 万元，2020 年 1-9 月味之印象向其支付 50.00 万元工程款项；此业务往来系关于建造与设计味之印象名下拟用于出租的物业，此建筑用地面积为 1,875 平方米，总建筑面积 3,251 平方米，拟投入的总体工程预算为 2,800 万元。

（3）发行人向潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司预付工程款月报告期分别为 250.00 万元、0 万元、1,232.05 万元和 3,865.15 万元，原因系为预付沙溪基地土建工程款项，公司于 2017 年 9 月取得沙溪生产基地土地使用权，须最晚于 2020 年 12 月 20 日动工，最晚于 2022 年 12 月 19 日竣工，故公司自 2018 年陆续投入资金用于沙溪生产基地的建设。

（4）潮州市味之印象食品实业有限公司成立于 1990 年 6 月 20 日，曾用名潮州市真美食品实业有限公司，与发行人地址皆位于潮州市潮安区江东镇中横路，注册资本和实收资本为 4,953 万元，截至 2020 年 9 月末净资产金额 1,260.3 万元，经营范围为生产、销售蜜饯、饮料；在发行人首次提交申报材料中，该公司法定代表人为黄喜明，二次问询回复时变更为林依暖。

（5）除味之印象，黄喜明为发行人借款提供担保，还曾担任菜篮子工程法定代表人，曾与发行人实控人共同投资茶食品中心（已注销）。

（6）中介机构对实控人控制的潮州市味之印象食品实业有限公司的银行流水进行了核查，其账户数量为 1 个，系基本户，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。

请发行人：

（1）补充披露潮州市味之印象食品实业有限公司的具体情况，其地址与发行人相

近的原因，其实收资本金额较大的原因，净资产小于实收资本的原因，其工程项目具体情况，与发行人的工程有何区别，发行人和味之印象在相同时点向潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司支付工程款的原因，味之印象未实质开展生产经营的描述是否准确；

（2）补充说明黄喜明相关情况及其从事的主要业务，其与实控人往来密切且为发行人提供借款担保的原因，其是否参与发行人相关经营活动，是否与发行人存在其他业务往来及利益安排；

保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、补充披露潮州市味之印象食品实业有限公司的具体情况，其地址与发行人相近的原因，其实收资本金额较大的原因，净资产小于实收资本的原因，其工程项目具体情况，与发行人的工程有何区别，发行人和味之印象在相同时点向潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司支付工程款的原因，味之印象未实质开展生产经营的描述是否准确

（一）味之印象的具体情况，其地址与发行人相近的原因，未实质开展生产经营的描述是否准确

1、味之印象的具体情况

（1）基本情况

味之印象成立于 1990 年 6 月 20 日，现持有潮州市潮安区工商局核发的《营业执照》（统一社会信用代码：91445103198206310F），住所为潮州市潮安区江东镇中横路，法定代表人为林依暖，注册资本为 4,953 万元，企业类型为有限责任公司（自然人投资或控股），经营范围为“生产、销售：蜜饯、饮料”，营业期限为长期。

截至本回复出具之日，味之印象的股权结构如下表：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
1	庄沁钿	4,452.85	89.90
2	庄沛锐	500.15	10.10
合计		4,953.00	100.00

（2）历史沿革

① 1990 年 6 月，设立

味之印象的前身潮州市江东供销经理部于 1980 年 3 月经批准设立。1990 年 6 月，潮州市江东供销经理部向潮州市工商局申请重新办理登记注册手续，变更登记完成后企业名称为“潮州市江东菓品购销站”（1992 年 10 月更名为“潮安县江东果品食杂公司”，1994 年 7 月更名为“潮州市江东食品实业发展公司”，1996 年 7 月更名为“潮州市真美食品实业公司”，2002 年 12 月改制为“潮州市真美食品实业有限公司”，2017 年 9 月更名为“潮州市味之印象食品实业有限公司”，以下统称“味之印象”），注册资金变更为 4.84 万元，企业负责人为庄沛锐。

1990 年 6 月 1 日，潮州市江东镇人民政府任命庄沛锐为江东菓品购销站站长；同日，潮州市江东镇人民政府、潮州市江东供销经理部通过了《公司章程》，本企业名称为潮州市江东菓品购销站。

1990 年 6 月 8 日，潮州市会计师事务所出具《企业注册资金验资报告》（州会江验字第 002 号），经审验，潮州市江东供销经理部申报注册资金为 4.84 万元。

重新办理登记注册手续后，潮州市江东菓品购销站的注册资金情况如下：

序号	投资人	注册资金（万元）	出资比例（%）
1	江东镇人民政府工交建办公室	4.84	100.00
合计		4.84	100.00

② 1992 年 10 月，增资至 50.10 万元

1992 年 10 月 3 日，经潮州市江东镇人民政府工交建办公室同意，潮州市江东菓品购销站变更企业名称为“潮安县江东果品食杂公司”，同时注册资金增加至 50.1 万元。

1992 年 10 月 10 日，潮州会计师事务所出具《企业注册资金验资证明》（92 州会安验字第 659 号），经验证，企业注册资金为 50.1 万元。

本次变更完成后，潮安县江东果品食杂公司的注册资金情况如下：

序号	投资人	注册资金（万元）	出资比例（%）
1	江东镇人民政府工交建办公室	50.10	100.00
合计		50.10	100.00

③ 1994 年 7 月，增资至 138 万元

1994 年 7 月 8 日，经潮安县江东镇人民政府工交建办公室同意，潮安县江东果品食

杂公司变更企业名称为“潮州市江东食品实业发展公司”；同时，注册资金增加至 138 万元。

1994 年 7 月 25 日，潮州市会计师事务所出具《企业注册资金验资证明》（潮会<安>验字第 162 号），经验证，公司注册资金为 138 万元。

本次变更完成后，潮州市江东食品实业发展公司的注册资金情况如下：

序号	投资人	注册资金（万元）	出资比例（%）
1	江东镇人民政府工交建办公室	138.00	100.00
合计		138.00	100.00

④ 1996 年 7 月，增资至 830 万元

1996 年 7 月 10 日，经潮安县江东镇人民政府工交建办公室同意，潮州市江东食品实业发展公司变更企业名称为“潮州市真美食品实业公司”，增加公司注册资金至 830 万元。

1996 年 7 月 10 日，潮安会计师事务所出具《企业法人验资证明书》（安会内验字<1996>第 118 号），经审验，企业注册资金为 830 万元。

本次变更完成后，潮州市真美食品实业公司的注册资金情况如下：

序号	投资人	注册资金（万元）	出资比例（%）
1	江东镇人民政府工交建办公室	830.00	100.00
合计		830.00	100.00

⑤ 1998 年 10 月，增资至 6,003 万元

1997 年 6 月 9 日，潮安县会计师事务所出具《企业法人验资证明书》（安会内验字<1997>第 096 号），经审验，企业的注册资金为 6,003 万元。

1998 年 10 月 15 日，潮安县江东镇企业管理办公室同意上述注册资本变更事项。

1998 年 11 月 19 日，潮安县工商局核发《企业法人营业执照》，同意上述变更事项。

本次变更完成后，潮州市真美食品实业公司的注册资金情况如下：

序号	投资人	注册资金（万元）	出资比例（%）
1	江东镇企业管理办公室	6,003.00	100.00

序号	投资人	注册资金（万元）	出资比例（%）
合计		6,003.00	100.00

⑥ 2002 年 12 月，改制

2001 年 10 月 31 日，潮州市真美食品实业公司、潮安县江东镇企业管理办公室及潮安县江东镇人民政府共同签署《潮州市真美食品实业公司资产所有状况、债权债务归属确认书》，经确认，潮州市真美食品实业公司系私人经营，潮安县江东镇企业管理办公室及潮安县江东镇人民政府并未参与实际经营及投资，实际经营者为庄沁钿、黄喜明，企业注册资金 6,003 万元系庄沁钿、黄喜明自筹资金。

2001 年 11 月 5 日，潮州天衡会计师事务所出具《专项审核报告》（潮天[2001]内专审字第 042 号），经审验，截至 2001 年 10 月 31 日，潮州市真美食品实业公司投资者投资企业资金总额为 4,953 万元，其中，庄沁钿投入 4,652.85 万元，黄喜明投入 300.15 万元。

2001 年 12 月 31 日，潮安县集体资产管理办公室出具《关于对潮州市真美食品实业公司产权界定确认的批复》（安集办[2001]218 号），经确认，潮州市真美食品实业公司资产为 4,953 万元，其中，庄沁钿占有 4,652.85 万元，黄喜明占有 300.15 万元，一切债权债务依法界定为个人所有。

2002 年 6 月 21 日，经潮安县江东镇企业管理办公室同意，潮州市真美食品实业公司改制登记注册为有限公司。

2002 年 6 月 22 日，潮州市真美食品实业有限公司召开股东会并作出决议，同意公司改制为“潮州市真美食品实业有限公司”。

2002 年 7 月 12 日，潮州市真美食品实业公司在广东工商报发布减资公告，企业注册资金减少至 4,953 万元。同日，潮州市真美食品实业有限公司股东共同签署了《潮州市真美食品实业有限公司章程》；庄沁钿与黄喜明签署《股东出资协议》，就潮州市真美食品实业公司改制相关事宜达成一致意见。

2002 年 12 月 6 日，潮州市工商局出具《企业名称预先核准通知书》（粤潮[2002]第 209 号），核准公司名称为“潮州市真美食品实业有限公司”。

本次改制完成后，潮州市真美食品实业有限公司的股东、出资额及出资比例如下表：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
1	庄沁钿	4,652.85	93.94
2	黄喜明	300.15	6.06
合计		4,953.00	100.00

⑦ 2003 年 4 月，股权转让

2003 年 3 月 20 日，潮州市真美食品实业有限公司召开股东会并作出决议，同意庄沁钿将其持有公司出资额 4,652.85 万元中的 200 万元转让给庄妮，股权转让价款为 200 万元；并通过章程修正案。同日，庄沁钿与庄妮签署《股权转让协议》。

本次变更完成后，潮州市真美食品实业有限公司的股东、出资额及出资比例如下表：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
1	庄沁钿	4,452.85	89.90
2	黄喜明	300.15	6.06
3	庄妮	200.00	4.04
合计		4,953.00	100.00

⑧ 2005 年 5 月，股权转让

2005 年 4 月 21 日，潮州市真美食品实业有限公司召开股东会并作出决议，同意庄妮将其持有公司出资额 200 万元转让给黄喜明，股权转让价款为 200 万元；并通过章程修正案。同日，黄喜明与庄妮签署《股权转让协议》。

本次变更完成后，潮州市真美食品实业有限公司的股东、出资额及出资比例如下表：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
1	庄沁钿	4,452.85	89.90
2	黄喜明	500.15	10.10
合计		4,953.00	100.00

⑨ 2017 年 9 月，更名

2017 年 8 月 6 日，潮州市真美食品实业有限公司召开股东会并作出决议，拟变更公司名称为“潮州市味之印象食品实业有限公司”。

2017 年 9 月 6 日，潮州市潮安区工商局同意上述变更事项。

⑩ 2021 年 6 月，股权转让

2021年5月30日，味之印象召开股东会并作出决议，同意黄喜明将其持有公司出资额200万元转让给庄沛锐，并修订公司章程。同日，庄沛锐与黄喜明签署《股权转让合同》。

2021年6月7日，潮州市潮安区市监局核准本次变更登记。本次股权转让完成后，味之印象的股东、出资额及出资比例如下表：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
1	庄沁钿	4,452.85	89.90
2	庄沛锐	500.15	10.10
合计		4,953.00	100.00

（3）现状

味之印象的前身潮州市江东供销经理部于1980年3月经批准设立。潮州市江东供销经理部1990年6月向潮州市工商局申请重新办理登记注册手续，挂靠于潮安县江东镇企业管理办公室，并于2001年完成脱钩改制、解除挂靠。2019年9月18日，广东省人民政府办公厅出具《广东省人民政府办公厅关于确认广东真美食品股份有限公司股权有关事项的复函》（粤办函[2019]307号），认为：潮州市真美食品实业公司（味之印象前身）股权演变过程合法有效，不存在争议、纠纷和集体资产流失的情形；脱钩改制关系过程真实、合法、有效，不存在争议、纠纷和集体资产流失的情形。

1997年8月7日，潮州市真美食品实业公司与潮州市茶食品综合研究开发中心与潮州市肉类综合研究开发中心合作投资组建了“广东真美食品集团有限公司”，潮州市真美食品实业公司将所持土地使用权、房屋建筑物和机器设备作为实物出资投入了真美集团。至此，真美集团作为新的经营主体对外开展经营活动，潮州市真美食品实业公司则在真美集团成立后逐步停止经营活动，并于2002年完成改制后正式停止经营活动。

真美集团设立时，潮州市真美食品实业公司用于出资的实物包括安国用（2016）第特2546号（原证号为安府国用（1997）字第特42号、安国用（1999）字第特480号）土地使用权。后因该土地使用权无法过户至真美股份名下，2017年6月16日，真美股份召开股东大会，审议通过了《关于同意股东庄沛锐以现金补足出资的议案》，同意股东庄沛锐在立信（证）评报字[2016]第A0378号《资产评估报告》评估结果的基础上，以现金1,171,875元补足上述出资。根据信永中和出具的XYZH/2020GZA30272号《验资报告》，真美股份已收到庄沛锐代潮州市真美食品实业公司缴纳的现金出资1,171,875

元。

鉴于上述原因，为充分利用安国用（2016）第特 2546 号土地使用权，味之印象于 2017 年开始规划建造“收购及销售中心”项目。目前，味之印象未实质开展生产经营、无在职员工，该物业的建造工作主要由味之印象股东庄沛锐、庄沁钿及其委托的监理人负责。未来，味之印象初步计划将该物业用于出租，不排除开展与公司不存在同业竞争的其他业务、招聘员工的可能。

2、味之印象地址与发行人相近的原因

味之印象现持有“安国用（2016）第特 2546 号”《国有土地使用证》，坐落地为潮州市潮安区江东镇开发区中横路，目前正在建造相关房产。因此，味之印象注册地为潮州市潮安区江东镇中横路的原因具有合理性。

公司现持有“粤（2017）潮州市潮安区不动产权第 0000428 至 0000436 号”《不动产权证书》，坐落地为潮州市潮安区江东镇上庄村中横路台前沟南，为目前公司主要办公、生产经营所在地。因此，公司注册地为潮州市潮安区江东镇中横路北美明沟南的原因具有合理性。

中横路为潮州市潮安区江东镇的主干道之一，公司、味之印象分别持有坐落于中横路旁不同的土地使用权，味之印象地址与公司相近的原因具有合理性。但两者地址并不相同（经高德地图测距，两者直线距离约为 1 公里），且味之印象未实质开展生产经营活动，不存在共同办公的情形。

3、味之印象未实质开展生产经营的描述是否准确

如上文所述，味之印象在 1997 年组建真美集团后逐步停止生产经营活动，并于 2002 年完成改制后正式停止经营活动。

目前，味之印象主要资产为土地使用权、在建工程和少量货币资金，无可用的生产经营场所或设备，无在职员工，不存在开展生产经营的条件。根据在味之印象基本户开户银行获取的银行账户开户清单，完整打印前述开户清单所列示的银行账户在报告期内的资金流水，亦不存在与生产经营相关的资金往来记录。

因此，味之印象未实质开展生产经营的描述准确。

味之印象目前正在建造“收购及销售中心”的物业项目，该物业的建造工作主要由

味之印象股东庄沛锐、庄沁钿及其委托的监理人负责。该活动为固定资产投资活动，不属于生产经营活动。未来，味之印象初步计划将该物业用于出租，不排除开展与公司不存在同业竞争的其他业务、招聘员工的可能。

（二）味之印象实收资本金额较大的原因，净资产小于实收资本的原因

至 2002 年 12 月，味之印象实收资本为 4,953 万元，系味之印象及其前身、实际控制人自 1980 年以来经营积累所形成。

后续，味之印象停止生产经营活动，无专职会计人员，无会计基础。味之印象的净资产金额为根据可识别的账面资产、负债金额推算所得，该金额未经审计。

报告期内，味之印象可识别的账面资产为土地使用权、“收购及销售中心”项目的在建工程和货币资金（主要来源为实际控制人投入和外部借款，主要去向为支付“收购及销售中心”项目工程款和外部借款的还本付息）。

（三）味之印象工程项目具体情况，与发行人的工程有何区别，发行人和味之印象在相同时点向潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司支付工程款的原因

1、味之印象工程项目具体情况

味之印象工程项目名称为“收购及销售中心”，为未来拟用于出租的物业。该工程项目位于潮州市潮安区江东镇开发区中横路，即味之印象所持有“安国用（2016）第特 2546 号”《国有土地使用证》所对应土地的地址，土地使用权面积为 1,875 平方米，总建筑面积约为 3,251 平方米，拟投入的总体工程预算为 2,800 万元。目前，该项目建筑主体、外墙石材安装基本完成，建筑内部仍未进行装修。

2017 年 3 月，味之印象办理了该工程项目的建设用地规划许可证和建设工程规划许可证；2017 年 9 月 10 日，味之印象与潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司签订了关于该工程项目的《工程施工合同》。味之印象 2017 年 12 月间陆续向潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司支付工程款项，2020 年 1 月支付工程进度款，付款时点具有合理性。

2、发行人工程项目具体情况

潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司报告期内为公司提供施工服务的项目主要包括味和道厂区装修工程和本次募集资金投资项目之一——沙溪生产基地建设项目（具体情况详见招股说明书披露内容）。

2017年11月，公司与潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司签订的味和道厂区装修工程《工程施工合同》约定于2017年11月开工、2018年12月完工（味和道厂区已于2019年下半年正式投产），预计工程总造价908万元。公司于2017年12月向潮安区鹏达建筑工程有限公司支付工程款项，付款时点具有合理性。

公司与潮州市潮安区国土资源局签订的《国有建设用地使用权出让合同》中约定，公司于2017年9月取得沙溪生产基地土地使用权，须最晚于2018年9月23日动工，最晚于2020年9月22日竣工（后因公司上市进程有所停滞，基于资金安排的考虑，双方签订了合同补充条款，动工日期推迟至最晚2020年12月20日，竣工日期推迟至最晚2022年12月19日）。2017年12月15日，公司与潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司签订的沙溪生产基地建设项目清理、填土、平整工程的《建筑工程施工合同》约定于2017年12月25日开工、2018年6月25日完工，预计工程价款1,700万元左右。公司自2017年12月向潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司陆续支付沙溪生产基地建设项目工程款项，付款时间具有合理性。

3、味之印象工程项目与发行人的工程有何区别，发行人和味之印象在相同时点向潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司支付工程款的原因

如上文所述，味之印象工程项目为拟用于出租的“收购及销售中心”物业，总建筑面积3,251平方米；公司的工程主要为味和道厂区装修项目和本次募集资金投资项目之一——沙溪生产基地建设项目，其中，味和道厂区装修工程主要包括车间地坪工程和墙体工程，目前为公司肉脯生产车间；沙溪生产基地建设项目建设内容包括生产基地的生产大楼与综合楼的基建建设、设备购置等固定资产投资，总建筑面积51,885.10平方米。味之印象工程项目与公司上述两个工程互不相同，味之印象工程项目位于潮州市潮安区江东镇开发区中横路，公司味和道厂区装修工程位于潮州市中山（潮州）产业转移工业园径南分园（JN06-13-1地块）H幢厂房，公司沙溪生产基地建设项目位于潮州市潮安区东湖现代产业园B03-03-2B，味之印象工程项目与公司上述两个项目的驾车距离分别达24公里和18公里（高德地图测距）。

潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司为当地较为知名的建筑公司，具备建筑工程施工资质，承接过当地政府、学校和上市公司的工程项目。经考察、比较后，公司、味之印象将工程项目委托给潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司具有合理性。

公司与味之印象向潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司支付的工程款项的时点相近，均是基于各自项目的施工时间安排，具有合理性，不存在混同的情形。潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司收取公司、味之印象工程款，均基于相关业务的真实交易背景，不存在其他利益安排，不存在协助公司开展体外资金循环的情形。

公司已在招股书之“第五节 发行人基本情况”之“八、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业”中对上述内容进行补充披露。

二、补充说明黄喜明相关情况及其从事的主要业务，其与实控人往来密切且为发行人提供借款担保的原因，其是否参与发行人相关经营活动，是否与发行人存在其他业务往来及利益安排

（一）黄喜明相关情况及其从事的主要业务

黄喜明，男，1968 年 11 月出生，原为潮州市真美食品实业公司（味之印象前身）开展果蔬购销业务期间的员工。

2001 年 12 月 31 日，经潮安县集体资产管理办公室对潮州市真美食品实业公司批复产权界定后，黄喜明代庄沛锐持有了味之印象的部分股权，并先后挂名味之印象的监事、执行董事兼经理（法定代表人）。2003 年 4 月 20 日，经潮安县江东镇经济发展办公室对潮州市茶食品综合研究开发中心产权界定后，黄喜明代庄沛锐持有茶食品中心的部分股权。此外，黄喜明还于 2000 年先后挂名味之印象所投资企业菜篮子工程的董事长、执行董事兼经理（法定代表人）。

黄喜明具有装饰设计经验，味之印象停止开展经营活动后，开始从事装饰设计、建材销售相关的业务。2015 年开始，黄喜明与其亲属共同经营潮州市潮安区庵埠镇安居装饰设计室，从事装饰设计、装修工程、安装石材等方面的生意。黄喜明因自身业务发展需求，2021 年 4 月，将代庄沛锐持有的味之印象股权还原，不再挂名味之印象和菜篮子工程的执行董事兼经理（法定代表人）。

（二）黄喜明与实控人往来密切且为发行人提供借款担保的原因

1、黄喜明与实控人的交集

如上文所述，黄喜明原为潮州市真美食品实业公司（味之印象前身）开展果蔬购销

业务期间的员工，并且曾在实际控制人控制的菜篮子工程挂名法定代表人；味之印象停止开展经营活动后，黄喜明开始从事装饰设计、建材销售相关的业务，并自 2015 年开始经营潮州市潮安区庵埠镇安居装饰设计室，而真美股份作为当地知名企业存在业务机会，因此黄喜明与真美股份实控人存在一定的交集，具有合理性。

2、黄喜明为发行人提供借款担保的原因

潮州农村商业银行股份有限公司潮安支行向公司提供了流动资金借款，并约定由公司实际控制人及其控制的菜篮子工程提供保证担保。菜篮子工程作为法人主体向商业银行提供法人保证担保，由其法定代表人同时提供个人保证担保，为商业银行风控体系的普遍要求。

基于公司的经营规模、在当地的知名度和实际控制人的资金实力，黄喜明认为在实际控制人提供担保的基础上为公司借款进行补充担保，风险较为可控，且可以与公司维持联系、拓展自身业务机会。

综上，黄喜明作为菜篮子工程当时挂名的法定代表人，与菜篮子工程共同对潮州农村商业银行股份有限公司潮安支行向公司提供的借款进行保证担保，符合商业逻辑，原因具有合理性。

黄喜明开始从事装饰设计、装修工程、安装石材等方面的生意后，近年自身业务规模增长较快，不再适合为公司的银行借款提供个人担保；同时，待“收购及销售中心”工程项目完工后，味之印象未来拟将该物业用于出租或开展与公司不存在同业竞争的其他业务。因此，2021 年 4 月黄喜明不再挂名菜篮子工程和味之印象的执行董事兼经理（法定代表人），同时将代庄沛锐持有的味之印象股权还原。

（三）黄喜明是否参与发行人相关经营活动，是否与发行人存在其他业务往来及利益安排

报告期内，黄喜明未参与公司相关经营活动，与公司不存在其他业务往来及利益安排。

三、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

1、（1）查阅了味之印象的工商资料，并查询网络公开信息；（2）了解了味之印象

的会计基础，现有可识别的资产、负债情况；（3）前往味之印象基本户开户行打印银行账户开户清单，并打印报告期内银行资金流水，核实是否存在生产经营活动相关资金往来记录；（4）了解了公司味和道厂区装修项目、沙溪生产基地建设项目和味之印象收购及销售中心的相关情况，均选择潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司作为施工方的原因和合理性，在相近时点向潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司支付工程款的原因，并现场查看了该些工程项目，核实了该些工程项目的工期安排和进展，通过高德地图测量了该些工程项目的距离；（5）现场借阅潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司收取上述工程款的银行账户在报告期内双方业务合作期间的资金流水，并获取其出具的确认函。

2、（1）访谈了黄喜明，了解了其基本情况，走访黄喜明开展装饰设计的经营主体并访谈了其合作伙伴；（2）查阅了黄喜明挂职或代为持股的味之印象、菜篮子工程和茶食品中心的工商资料，并查询公开网络信息；（3）查阅了发行人银行借款的相关资料，分析黄喜明为发行人提供借款担保的原因的合理性；（4）查阅了发行人客户、供应商等业务往来方的名单，查询了其股东、实控人和董监高信息，核实与黄喜明是否存在重合的情形。

（二）核查结论

1、（1）发行人已补充披露味之印象的具体情况；发行人和味之印象分别持有坐落于中横路旁不同的土地使用权，两者相近的原因具有合理性；但两者地址并不相同（经高德地图测距，两者直线距离约为 1 公里），不存在共同办公的情形；味之印象未实质开展生产经营的描述准确；（2）味之印象实收资本系其及其前身、实际控制人自 1980 年以来经营积累所形成；味之印象 2002 年改制后停止生产经营活动，无专职会计人员，无会计基础，所统计的净资产金额为根据可识别的账面资产、负债金额推算所得、未经审计，与实收资本存在差异的原因合理；（3）发行人已补充披露味之印象工程项目的具体情况，与发行人的工程相互独立、内容不同、距离较远；发行人和味之印象在相同时点向潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司支付工程款为基于真实交易背景、原因具有合理性，不存在混同的情形，潮州市潮安区鹏达建筑工程有限公司与发行人不存在其他利益安排，不存在协助发行人开展体外资金循环的情形；（4）发行人已在招股说明书中对上述内容进行补充披露。

2、（1）黄喜明原为潮州市真美食品实业公司（味之印象前身）开展果蔬购销业务

期间的员工，近些年主要从事装饰设计、建材销售业务；（2）其与实控人存在一定的交集，作为原菜篮子工程的法定代表人，为菜篮子工程向发行人的银行借款担保提供补充的、形式上的担保的原因具有合理性；（3）报告期内，黄喜明未参与公司相关经营活动，与公司不存在其他业务往来及利益安排。

问题 8：关于直销客户情况。

审核问询回复显示：

（1）发行人直销前五大客户中，包括自然人客户黄丽炜、张燕薇、林幼珠，此外发行人前五大直销客户还包括广州盒马鲜生网络科技有限公司，广州市莲香楼有限公司；2018 年至 2020 年 1-9 月，发行人向上述公司客户销售规模不及向上述自然人客户（如 2020 年 1-9 月对黄丽炜收入 140.73 万元，对张燕薇收入 95.81 万元，对广州盒马鲜生网络科技有限公司收入 76.22 万元，2018 和 2019 年亦然）；

（2）黄丽炜经营旅行社业务，张燕薇经营滋补品业务，林幼珠经营茶叶业务，其为主业过程中，将发行人产品进行搭售或赠送；上述自然人客户均在潮汕地区经商，具备一定资金实力、社会资源和客户渠道；在与公司初步合作后，公司产品适配其自身经营业务，受益于公司产品在当地的品牌优势及传统品类优势，销售规模逐步提高；

（3）广州盒马鲜生网络科技有限公司仅采购速冻丸类，不是公司主推品类，与其他冻品企业相比暂不具备竞争优势，故交易规模较小；广州市莲香楼有限公司主要经营其自有品牌的各种饼类食品，公司的自有品牌肉类休闲食品可丰富其产品类别，但与其经营策略不匹配，故合作规模不高；

（4）根据回复披露的向上述自然人销售收入和单价，测算得知向上述三人销售重量合计报告期 2018 年至 2020 年 1-9 月分别为 73.31 吨、157.43 吨和 37.93 吨，金额分别为 390.26 万元、900.72 万元和 239.51 万元；

（5）发行人申报及回复文件中，原将张燕薇记为“张燕微”，经第二轮问询后予以修改；

（6）2017 年至 2020 年 1-9 月，发行人销售费用中，营销赠品费金额分别为 26.44 万元、39.69 万元、12.08 万元和 2.05 万元，合计 80.26 万元，其中主要供应商为汕头市壬癸辛滋补品有限公司，其实控人为张燕薇。

请发行人：

（1）发行人前五大直销客户中，自然人客户规模大于公司客户规模的原因，自然人客户集中于潮汕地区的原因；

（2）在直销客户黄丽炜、张燕薇、林幼珠名下存在公司，且发行人存在向上述公

司采购，且上述自然人采购发行人产品用途系“在主业过程中将发行人产品进行搭售或赠送”的情况下，上述自然人仍以个人名义向发行人采购的原因及合理性；以自然人名义向发行人采购而非以公司名义向发行人采购，对方增值税如何处理，是否符合商业逻辑，请说明原因及合理性；

(3) 补充说明向黄丽炜、张燕薇、林幼珠销售产品重量情况；结合其重量和金额情况，补充说明黄丽炜、张燕薇、林幼珠从事的业务规模是否与其采购发行人产品规模相匹配，各期消耗发行人产品几十吨至上百吨是否合理，与发行人的营销赠品费金额合计 80.26 万元相比，其 2018 年至 2020 年 1-9 月向发行人采购约 1,500 万元用于搭售或赠送是否合理。

(4) 请保荐人、申报会计师补充说明，申报材料中将前五大直销客户张燕薇记为“张燕微”的原因，在对该客户进行了走访、函证、核查交易记录等过程中，未发现其姓名错误的原因，中介机构核查是否流于形式。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，详细说明核查程序、核查范围。

【回复】

一、发行人前五大直销客户中，自然人客户规模大于公司客户规模的原因，自然人客户集中于潮汕地区的原因；

报告期内，公司前五大直销客户情况如下：

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；

公司的直销客户一般分为三类：(1) 用于福利赠礼的客户：该类客户购买公司自有品牌产品用于发放福利或赠礼，复购率较低，公司对此类客户的销售规模较低；(2) 商超客户：购买公司自有品牌产品上架销售，公司开发的商超客户主要位于潮汕及周边地区，其他地区的商超客户由经销商覆盖（其原因为公司系潮汕本地知名企业，但自有品牌在全国范围内知名度不高且没有投入资源在各地建立针对商超的供应链）；(3) 用于自身经营的企业客户：该类客户基于自身经营需求（如旅行社、培训基地、滋补品店等）购买公司自有品牌产品，此类客户数量较少且营销难度较大。

1、2018 年，前五大直销客户中，自然人客户规模大于公司客户规模的原因

2018 年，公司前五大直销客户中的公司客户为广州盒马鲜生网络科技有限公司与广州市莲香楼有限公司。广州盒马鲜生网络科技有限公司仅采购速冻丸类，不是公司主推品类，与其他冻品企业相比暂不具备竞争优势，故交易规模较小；广州市莲香楼有限公司主要经营其自有品牌的各种饼类食品，公司的自有品牌肉类休闲食品可丰富其产品类别，但与其经营策略不匹配，故合作规模不高。

2018 年，公司前五大直销客户中的自然人客户为黄丽炜、张燕薇、林幼珠，三人虽

以自然人身份向公司购买产品（原因详见本回复“问题 8”之“二”），但个人经营有旅行社、补品店和茶叶门店，经营情况良好且经营业态与公司消费场景较契合，而该些自然人客户在过往经营中所累积的销售渠道和社会资源也为其销售公司产品奠定了基础。而真美股份系潮州当地知名企业，自有品牌有一定知名度，因此该些自然人购买公司产品用于自身经营业务的组合销售或自行销售，业务开展顺利。

因此，2018 年，前五大直销客户中，自然人客户规模大于公司客户规模。

2、2019 年，前五大直销客户中，自然人客户规模大于公司客户规模的原因

2019 年，公司新开发了直销公司客户深圳市新长征军事教育实践基地有限公司、潮州市金德贸易有限公司。深圳市新长征军事教育实践基地有限公司为团建培训基地，采购公司产品自用或销售给学员，规模较大实力较强，成为当年公司第一大直销客户。潮州市金德贸易有限公司在潮州市区经营多家连锁商超，营业规模较大，具备较好的销货能力。

2019 年，直销自然人客户销售金额有所上升，主要原因为 2018 年销售情况较好，当年加大力度推广公司产品。

2019 年，新增的公司客户刚开始建立合作关系，因此前五大直销客户中，自然人客户规模大于公司客户规模。

3、2020 年，前五大直销客户中，公司客户规模大于自然人客户规模

公司对直销客户的销售金额取决于公司产品与对方业务形态的契合程度、直销客户自身的经营规模。因此，2020 年实力较强的直销公司客户的销售金额已经大于自然人客户规模。

4、自然人客户集中于潮汕地区的原因

真美股份系潮州当地知名企业，自有品牌有一定知名度，主要经营场所、核心人员分布在潮汕地区，因此在潮汕及其周边地区有较好的渠道资源与知名度拓展直销客户。因此，公司的直销客户主要集中在潮汕及其周边地区。

公司对直销客户的销售金额取决于公司产品与对方业务形态的契合程度、直销客户自身的经营规模。2018 年与 2019 年，该些自然人客户自身所经营实体的业务形态与公司产品较其他客户契合，且自身实力较强，因此公司对其销售金额较其他直销客户高。

二、在直销客户黄丽炜、张燕薇、林幼珠名下存在公司，且发行人存在向上述公司采购，且上述自然人采购发行人产品用途系“在主业过程中将发行人产品进行搭售或赠送”的情况下，上述自然人仍以个人名义向发行人采购的原因及合理性；以自然人名义向发行人采购而非以公司名义向发行人采购，对方增值税如何处理，是否符合商业逻辑，请说明原因及合理性；

直销客户黄丽炜、张燕薇、林幼珠采购发行人产品的用途较为多元，既包括与其主业协同的组合销售、搭赠促销，也包括借助其个人社会、客户资源的销售。其采购发行人产品的具体用途及与主业的协同情况，以自然人名义向发行人采购的合理性说明如下：

1、黄丽炜

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，腾达营业部法定代表人为其配偶，黄丽炜在腾达营业部任职。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；（2）销售给其他旅行社；（3）销售给其他商超门店。黄丽炜采购公司产品的用途既包括依托腾达营业部旅游业务进行的销售，也有利用其自身客户资源的销售。腾达营业部系潮州市潮安区中国旅行社的分支机构，黄丽炜与腾达营业部有一定独立性。黄丽炜依托腾达营业部向游客团体销售公司产品，相关销售未纳入腾达营业部范畴。故以自然人名义向公司采购具有合理性。

公司未向黄丽炜开具增值税发票，其进项税未做抵扣，增值税处理符合商业逻辑。

2、张燕薇

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；（2）销售给其他商超门店；（3）依托门店进行零售及赠送客户。张燕薇采购公司产品的用途既包括依托其投资的企业主营业务进行的销售，也有利用其自身客户资源的销售。汕头市壬癸辛滋补品有限公司、汕头市同瑞福食品有限公司均为小规模纳税人，无法抵扣进项税。张燕薇基于个人资金管控要求及业务管理便利，选择以个人与公司签订采购合同及支付相应款项，故以自然人名义向公司采购具有合理性。

公司未向张燕薇开具增值税发票，其进项税未做抵扣，增值税处理符合商业逻辑。

3、林幼珠

林幼珠与合伙人共同经营茶叶门店，相关门店未经工商注册程序。林幼珠采购公司商品主要去向包括：（1）依托茶叶门店进行零售；（2）利用自身社会、客户资源向企业进行销售用于其节假日福利；（3）以微商等形式进行线上批发或零售。由于林幼珠与合伙人共同经营的茶叶门店未进行工商注册，以自然人名义向公司采购具有合理性。

公司未向林幼珠开具增值税发票，其进项税未做抵扣，增值税处理符合商业逻辑。

三、补充说明向黄丽炜、张燕薇、林幼珠销售产品重量情况；结合其重量和金额情况，补充说明黄丽炜、张燕薇、林幼珠从事的业务规模是否与其采购发行人产品规模相匹配，各期消耗发行人产品几十吨至上百吨是否合理，与发行人的营销赠品费金额合计80.26万元相比，其2018年至2020年1-9月向发行人采购约1,500万元用于搭售或赠送是否合理；

（一）公司向黄丽炜、张燕薇、林幼珠销售产品重量情况：

2020年					
序号	客户名称	销售品类	销售金额 (万元)	销售单价 (元/千克)	销售重量(千 克)
1	黄丽炜	猪肉脯	291.45	61.17	47,649.00
		牛肉脯	152.71	70.80	21,570.00
		肉丸类-即食	4.53	70.80	640.00
		肉丸类-速冻	3.54	70.80	500.00
		肉肠类	8.07	50.44	1,600.00
		肉松类	3.10	61.95	500.00
		小计	463.40		72,459.00
2	张燕薇	猪肉脯	241.22	60.93	39,590.00
		牛肉脯	154.62	70.80	21,840.00
		肉丸类-即食	0.64	42.48	150.00
		肉丸类-速冻	11.45	39.37	2,907.00
		肉肠类	12.70	51.83	2,450.00
		肉松类	1.86	61.95	300.00
		其他类	4.78	66.37	720.00
		小计	427.26		67,957.00
3	林幼珠	猪肉脯	2.97	57.37	518.00

合计			893.63		140,930.00
2019 年					
序号	客户名称	销售品类	销售金额 （万元）	销售单价 （元/千克）	销售重量（千 克）
1	黄丽炜	猪肉脯	268.94	56.97	47,205.00
		牛肉脯	80.26	69.86	11,488.80
		肉肠类	95.72	55.65	17,200.00
		其他类	6.64	66.37	1,000.00
		合计	451.56		76,893.80
2	张燕薇	猪肉脯	152.44	54.01	28,226.80
		牛肉脯	35.01	67.23	5,208.00
		肉丸类-即食	3.35	79.65	420.00
		肉丸类-速冻	8.19	48.20	1,700.00
		肉肠类	34.31	56.31	6,092.00
		其他类	5.04	66.37	760.00
		合计	238.35		42,406.80
3	林幼珠	猪肉脯	132.87	57.69	23,030.00
		牛肉脯	28.41	74.28	3,824.00
		肉肠类	49.54	43.95	11,272.00
		合计	210.81		38,126.00
合计			900.72		157,426.60
2018 年					
序号	客户名称	销售品类	销售金额 （万元）	销售单价 （元/千克）	销售重量（千 克）
1	黄丽炜	猪肉脯	119.98	49.73	24,125.29
		牛肉脯	93.30	65.47	14,249.81
		肉丸类-速冻	1.15	16.38	700.00
		肉肠类	2.97	39.66	750.00
		合计	217.40		39,825.10
2	张燕薇	猪肉脯	81.00	49.10	16,496.67
		牛肉脯	31.93	66.25	4,820.00
		肉肠类	5.70	49.55	1,150.00
		合计	118.63		22,466.67
3	林幼珠	猪肉脯	32.86	44.89	7,320.00
		牛肉脯	15.65	58.17	2,690.00

		肉松类	4.14	68.97	600.00
		肉肠类	1.59	39.66	400.00
		合计	54.23		11,010.00
合计			390.26		73,301.77

(二) 结合其重量和金额情况, 补充说明黄丽炜、张燕薇、林幼珠从事的业务规模是否与其采购发行人产品规模相匹配, 上述直销客户从事的业务规模与其采购发行人产品规模的匹配性

1、黄丽炜

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。黄丽炜采购公司产品的用途既包括依托腾达营业部旅游业务进行的销售, 也有利用其自身客户资源的销售, 销售渠道较为多元。

根据访谈及黄丽炜提供的其采购公司产品的进销存记录, 报告期各期, 其销售发行人产品去向的比例约为:

项目	2020 年	2019 年	2018 年
小型商超	约 45%	约 30%	约 30%
其他旅行社	约 25%	约 40%	约 35%
旅游团体	约 30%	约 30%	约 35%

(1) 从事的业务规模及对应 (主要考虑肉脯) 产品的重量和金额

项目	2020 年	2019 年	2018 年
肉脯金额 (万元)	444.16	349.2	213.28
肉脯重量 (千克)	69,219.00	58,693.80	38,375.10
旅游团体	约 30%	约 30%	约 35%
与自身从事业务相关所销售的肉脯金额 (万元)	133.25	104.76	74.65
与自身从事业务相关所销售的对应肉脯重量 (千克)	20,765.70	17,608.14	13,431.29

(2) 匹配性分析

项目	2020 年	2019 年	2018 年
接待来潮州或外出旅游（人次）	约 4,500	约 8,000	约 8,000
赠送试吃（千克）①	90	160	160
赠送报团（千克）②	2,250	4,000	4,000
对游客销售肉脯的对应重量（千克）③	18,425.70	13,448.14	9,271.29
黄丽炜对外销售的肉脯平均价格（元/千克）④	128.34	119.00	111.16
对游客销售肉脯的对应金额（元） ⑤=③*④	2,364,754.34	1,600,328.66	1,030,596.60
游客人均购买肉脯金额（元/人）	525.50	200.04	128.82
游客年度平均购买肉脯金额（元/人）	243.69		
游客人均购买肉脯重量（千克/人）	4.09	1.68	1.16
游客年度平均购买肉脯重量（千克/人）	2.01		

注：①赠送试吃人均约 20 克；②假设人均旅游消费 500 元，根据黄丽炜的赠送政策每 250 元赠送约 250 克肉脯，则人均赠送 500 克肉脯；③为与自身从事业务相关所销售的对应肉脯重量减去①和②；④假设黄丽炜在购买成本上加价 100%对外销售

游客人均购买肉脯的金额与重量符合常理与逻辑：（1）据介绍，游客在旅游途中试吃公司产品后往往会进行购买用于自身或家人食用或作为手信用于赠送，现场购买 2.5 至 5 千克的游客较多，甚至通过邮寄复购 2.5 至 5 千克；（2）2018 年至 2020 年，当年对游客销售的肉脯未必是当年所接待游客购买的，存在往年游客通过邮寄或来现场复购的情况，因此以 2018 年至 2020 年三年平均来看，游客人均购买肉脯重量为 2.01 千克/人，人均购买肉脯为 243.69 元/人。

2、张燕薇

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。张燕薇采购公司商品主要去向包括：（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，其客户主要有三种类别：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，其采购公司部分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。

根据访谈及张燕薇提供的其采购公司产品的进销存记录，报告期各期，其销售发行人产品去向的比例约为：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
门店礼盒组合销售	约 50%	约 50%	约 45%
商超批发	约 30%	约 30%	约 25%
零售赠送	约 20%	约 20%	约 30%

（1）从事的业务规模及对应（主要考虑肉脯）产品的重量和金额

项目	2020 年	2019 年	2018 年
肉脯金额（万元）	395.84	187.45	112.93
肉脯重量（千克）	61,430.00	33,434.80	21,316.67
门店礼盒组合销售	约 50%	约 50%	约 45%
与自身从事业务相关所销售的肉脯金额（万元）	197.92	93.73	50.82
与自身从事业务相关所销售的对应肉脯重量（千克）	30,715.00	16,717.40	9,592.50

（2）匹配性分析

据公司了解，2020 年，张燕薇经营的滋补品业务年度销售的礼品类型、肉脯组合销售的大致情况如下：

项目	单价	内容物	年度销售份数（份）	对公司肉脯产品的可消化容量测算（千克）
高端礼品	1 万元以上	高端滋补品（2-4 种），极少搭配肉脯	约 3,000	无
中高端礼品	0.5 万元以上	中高端滋补品（4-6 种），部分添加 1 斤肉脯 【假设 10%添加】	约 5,000	250.00
中端礼品	0.2 万元左右	滋补品、肉脯（4-6 种），部份礼品会加 1-2 斤肉脯 【假设 20%添加】	约 10,000	1,000.00 ~ 2,000.00

普通礼品	0.08 万元左右	滋补品、肉脯、饼干或其他（4-6 种），肉脯约 2-3 斤	约 30,000	30,000.00 ~ 45,000.00
------	-----------	-------------------------------	----------	-----------------------------

对张燕薇经营的滋补品业务进行匡算可知，其可消化的公司年度肉脯产品容量为 31,250.00 千克至 47,250.00 千克，与公司对其销售的用于其经营业务产品的规模相匹配。

3、林幼珠

林幼珠与合伙人共同经营多家茶叶门店，其采购公司商品主要去向包括：（1）依托茶叶门店进行零售；（2）利用自身社会、客户资源向企业进行销售用于其节假日福利；（3）以微商等形式进行线上批发或零售。林幼珠销售渠道较为多元，个人业务规模总量与其采购发行人的产品规模匹配。由于其事业发展转向，自 2020 年 3 月后，未再与公司进行合作。

（三）与发行人的营销赠品费金额合计 80.26 万元相比，其 2018 年至 2020 年 1-9 月向发行人采购约 1,500 万元用于搭售或赠送是否合理

直销客户黄丽炜、张燕薇、林幼珠主营业务对公司所销售的产品进行赠送的数量较少，主要用途为与主营业务相关的组合销售。公司的销售赠品费主要用于每年春节后召开客户、供应商团拜会的随手礼品，与直销客户黄丽炜、张燕薇、林幼珠主营业务所进行的赠送、组合销售性质不同，不具有可比性。公司的主营业务为肉脯、肉丸、肉肠和肉松等肉类休闲食品的生产、销售，暂未有采购其他厂商的成品进行组合销售的情况。

综上，直销客户黄丽炜、张燕薇、林幼珠从事的业务规模与其采购公司产品规模匹配，各期消耗公司产品重量合理。该些自然人客户采购公司产品的用途较为多元，既包括与其主业协同的组合销售、搭赠促销，也包括借助其个人社会、客户资源的销售；其与主业协同的部分与其自身所经营业务的消费场景、主营业务性质等各方面匹配，具有合理性，但与公司营销赠品费的性质不同，不具有可比性。

四、请保荐人、申报会计师补充说明，申报材料中将前五大直销客户张燕薇记为“张燕微”的原因，在对该客户进行了走访、函证、核查交易记录等过程中，未发现其姓名错误的原因，中介机构核查是否流于形式。

在第一次问询函回复内容中，申报材料将前五大直销客户张燕薇记为“张燕微”，系笔误所致。在第二次问询函回复期间，发行人与中介机构自查申报资料，发现了该处

笔误，并主动在第二次问询函回复中纠正。

中介机构对张燕薇进行了函证、实地走访、抽查与其销售收入相关的原始单据等核查程序，取得了其身份证明文件，并通过取得其采购发行人产品进销存资料，以了解其产品去向。中介机构对该客户销售收入真实性、经营业务、采购发行人产品去向等方面进行了较为深入的核查，未流于形式。

五、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，详细说明核查程序、核查范围

（一）核查程序

1、访谈发行人销售负责人，了解公司与自然人直销客户的合作背景、合作过程，自然人客户集中于潮汕地区以及规模大于公司客户规模的原因。

2、现场访谈直销客户黄丽炜、张燕薇、林幼珠，了解其经营企业情况、采购发行人产品的用途、发行人产品与其经营企业的主业的协同关系以及税务处理。

3、向直销客户黄丽炜、张燕薇、林幼珠发放询证函，核查销售金额真实性，均回函相符。

4、抽查与主要直销客户相关的订单、发货记录、收款记录等原始单据，确认交易的真实性。

5、取得黄丽炜采购发行人产品的进销存记录，选取黄丽炜下游的主要客户进行现场访谈并抽查部分送货单等单据，核实其向发行人采购产品的去向及真实性，核查覆盖数量占黄丽炜销量的比例各期分别约为 65%、70%和 45%。

6、取得张燕薇采购发行人产品进销存资料，以了解其产品去向。

（二）核查结论

1、2018 年与 2019 年，直销客户黄丽炜、张燕薇、林幼珠自身所经营实体的业务形态与公司产品较其他客户契合，且自身实力较强，因此公司对其销售金额较其他客户高；发行人系潮州当地知名企业，自有品牌有一定知名度，主要经营场所、核心人员分布在潮汕地区，因此在潮汕及其周边地区有较好的渠道资源与知名度拓展直销客户。因此，公司的直销客户（包括自然人客户）主要集中在潮汕及其周边地区。

2、直销客户黄丽炜、张燕薇、林幼珠以自然人名义向发行人采购的原因具有合理

性，对方增值税处理符合商业逻辑。

3、直销客户黄丽炜、张燕薇、林幼珠从事的业务规模与其采购公司产品规模匹配，各期消耗公司产品重量合理。该些自然人客户采购公司产品的用途较为多元，既包括与其主业协同的组合销售、搭赠促销，也包括借助其个人社会、客户资源的销售；其与主业协同的部分与其自身所经营业务的消费场景、主营业务性质等各方面匹配，具有合理性，但与公司营销赠品费的性质不同，不具有可比性。

问题 9：关于投肉量。

审核问询回复显示：

（1）发行人各类猪肉脯产品中，每 100 克肉脯含有的成分包括三大类，分别为蛋白质、水分、其他（糖类、脂肪等），其中蛋白质来源包括猪肉、蛋白粉、其他辅料；

（2）2017 年至 2020 年 1-9 月，发行人产品猪肉脯中，特级肉脯投肉比由 358.59% 降至 173.23%；优级肉脯由 132.40% 降至 91.76%，普通级由 103.50% 降至 66.66%，肉糜脯由 87.65% 降至 56.53%；报告期发行人各等级的猪肉脯产品，其投肉比皆呈现下降趋势；

（3）对于投肉比的下降导致蛋白质含量下降，发行人通过添加蛋白粉使产品的蛋白质含量符合国标；发行人使用的蛋白粉包括大豆分离蛋白粉、花生蛋白粉、谷朊粉，根据公司各类蛋白粉检测报告结果平均数估测，上述蛋白粉的蛋白质含量分别约为 92%、60%、89%；根据发行人对猪肉、蛋白粉、其他辅料中蛋白质含量的测算，发行人产品蛋白质含量符合国标；

（4）发行人每 100 克产品中，来自其他辅料的蛋白质含量占比变动较大，其中特级肉脯中来自其他辅料的蛋白质含量从 2017 年的 2.54 克下降至 2020 年 1-9 月的 1.59 克，优级肉脯由 3.13 克上升至 6.75 克，普通级肉脯由 5.06 克上升至 10.86 克，肉糜脯由 3.47 克上升至 4.92 克。

请发行人：

（1）补充说明生产每 100 克肉脯时，投入的猪肉、蛋白粉、其他辅料、其他（糖类、脂肪等）等各类原料的重量情况，在发行人投肉量下降显著的情况下，其他原料投入的重量是否显著上升，发行人投入的各类原料重量与产出产品的重量是否匹配，请说明原因及合理性；

（2）补充说明在各批次生产过程中，如何对各类原料中的蛋白质含量进行测量，如何对产成品中蛋白质含量是否符合国标要求进行把关；

（3）补充说明各类产品中来自其他辅料的蛋白质含量存在较大差异的原因，变动趋势及幅度存在较大差异的原因；

（4）补充说明发行人向 ODM 客户销售的肉脯产品，是否主要以肉糜脯为主，ODM

客户是否对产品投肉量提出相关要求或约定，发行人向各类 ODM 客户之间销售肉糜辅的投肉量差异是否显著。

请保荐人、申报会计师补充说明核查程序、核查范围，包括但不限于对发行人生产日志、报表，对猪肉、蛋白粉等原材料出库单、领料单等的核查情况，上述生产和原材料的记录是否与发行人财务数据中原料出库和产成品入库记录相匹配，发行人财务数据中的成本核算是否完整、准确。

【回复】

一、补充说明生产每 100 克肉脯时，投入的猪肉、蛋白粉、其他辅料、其他（糖类、脂肪等）等各类原料的重量情况，在发行人投肉量下降显著的情况下，其他原料投入的重量是否显著上升，发行人投入的各类原料重量与产出产品的重量是否匹配，请说明原因及合理性。

报告期内，各类猪肉脯的含水量略有上升会略降低实际单位投料重量；蛋白粉的蛋白质含量高于猪肉，较少重量的蛋白粉投入可以替代较多重量的猪肉投入，因此各类猪肉脯的猪肉与蛋白粉投入单位合计重量呈下降趋势。

蛋白粉单位投入量的提高，需要在产品中平衡蛋白粉（植物蛋白肉）增多所带来的结构、风味和色泽的影响，因此其他辅料的单位投入量需要适量增加弥补相关影响。

总体来看，报告期内，各类猪肉脯的猪肉、蛋白粉与其他辅料的合计单位投入量较为稳定。

公司生产每 100 克肉脯时，投入的各项原辅材料的重量情况如下：

1、特级肉脯

单位：克/每生产 100 克肉脯

原料类别	2020 年	2019 年	2018 年
猪肉	164.44	176.01	276.75
蛋白粉	-	-	-
其他各类辅料	76.58	76.70	70.14
合计	241.03	252.71	346.89

公司于 2015 年研发成功新型特级猪肉脯金丝肉脯并同年申请发明专利《新型手撕金丝肉脯制作方法》（ZL201510647734.3），2016 年中试并于 2017 年初步投产。金丝肉

脯工艺较复杂，如投肉量较大且须要选配纹路清晰整齐的部位、烘烤后需要通过辊压松化使肉脯呈金丝状等。在投产初期，金丝肉脯产品出品率较低，在公司改进工艺技术与设备之后出品率逐步提升，出品率于 2019 年趋于稳定。因此 2019 年，单位猪肉投入量下降，特级肉脯各类原料合计重量较 2018 年下降。

2、优级肉脯

单位：克/每生产 100 克肉脯

原料类别	2020 年	2019 年	2018 年
猪肉	90.30	80.38	128.82
蛋白粉	5.88	14.50	4.93
其他各类辅料	102.98	104.06	81.19
合计	199.15	198.93	214.94

3、普通级肉脯

单位：克/每生产 100 克肉脯

原料类别	2020 年	2019 年	2018 年
猪肉	62.84	64.95	96.76
蛋白粉	6.51	11.71	1.31
其他各类辅料	89.61	89.09	69.63
合计	158.97	165.74	167.70

4、肉糜脯

单位：克/每生产 100 克肉脯

原料类别	2020 年	2019 年	2018 年
猪肉	53.76	60.55	81.74
蛋白粉	10.19	14.17	9.51
其他各类辅料	82.52	78.48	65.16
合计	146.48	153.20	156.41

综上，在肉脯产品投肉量下降的情况下，其他原料投入的重量也发生了相应变动，相关的变动原因具有合理性。公司投入的各类原料重量与产出产品的重量匹配。

二、补充说明在各批次生产过程中，如何对各类原料中的蛋白质含量进行测量，如何对产成品中蛋白质含量是否符合国标要求进行把关。

（一）对各类原料中的蛋白质含量进行测量情况

公司检测设备配套齐全，具备进行蛋白质、水分、脂肪、酸价、过氧化值、大肠菌群、菌落总数等指标的检测能力。

针对猪肉、牛肉、蛋白粉以及其他蛋白质含量较高的辅料，由公司品管部负责，每月至少进行一次抽样检验。通过检测上述原料中的蛋白质含量，一方面可以确保原料的蛋白质含量符合公司产品配方设计要求；另一方面，通过检测结果与原材料购进时随附的厂家检验报告的蛋白质指标进行比对，以对供应商供货质量进行评价，为后续采购决策提供依据。

（二）对产成品中蛋白质含量符合国标要求的把关情况

1、原料环节：如前所述，通过在采购时检查原料随附的厂家检验报告，并由公司品管部组织每月不少于一次抽样检测，确保各类原料的蛋白质含量符合产品配方设计要求。

2、投料环节：研发中心负责下达《拌料下料表》、《配料表》、《操作规范》和《工艺流程图》至生产制造中心和品控部，生产制造中心根据新的配方或工艺落实执行，品控部根据《工艺流程图》的参数要求负责监控整个过程的操作。《拌料下料表》、《配料表》均有严格规定每次投料的数量和重量，允许有±2%的误差范围，《操作规范》明细规定了产品整个加工过程的投料顺序、滚揉时间、肉料温度、烘干温湿度、烤制时间和温度等要求，并且规定了各种工序的操作控制范围，形成可量化、可操控程序。通过上述流程，公司确保产品中原料肉、蛋白粉、水分的具体含量符合产品标准、客户与市场需求，并且技术上具备可行性。

3、半成品环节：由于肉脯半成品之后主要是包装工序，肉脯半成品与产成品的蛋白质含量基本一致。由公司品管部负责，对各类肉脯进行抽样由公司品管部负责，每月至少进行一次抽样检验。

3、产成品环节，与半成品环节相同，针对各类肉脯产成品，由公司品管部负责，每月至少进行一次抽样检验。此外，公司将肉脯产成品送外部检测机构进行型式检验，

每年至少两次。

三、补充说明各类产品中来自其他辅料的蛋白质含量存在较大差异的原因，变动趋势及幅度存在较大差异的原因。

报告期内，各类猪肉脯来自其他辅料的蛋白质含量的变动趋势及幅度情况如下：

单位：克/每 100 克肉脯

项目	2020 年	变动	2019 年	变动	2018 年
特级肉脯	1.62	-25.00%	2.16	5.37%	2.05
优级肉脯	5.78	-6.47%	6.18	101.30%	3.07
普通级肉脯	10.03	20.41%	8.33	37.01%	6.08
肉糜脯	5.04	5.44%	4.78	36.96%	3.49

1、特级肉脯

公司特级肉脯猪肉脯主要为金丝肉脯，基于其产品特色和市场定位所需要的的口感、口味，配方中不加入蛋白粉（植物蛋白肉）。来自于其他辅料中的蛋白质贡献较低且低于其他级别的肉脯产品，波动幅度较低，主要是配方优化导致的变化。

2、肉糜脯

肉糜脯的主要原材料是绞碎的状态而非切片，与蛋白粉（植物蛋白肉）的融合较好，因此配方中蛋白粉（植物蛋白肉）的增多对整体结构、风味和色泽的影响较小。基于此，报告期内，肉糜脯来自其他辅料的蛋白质整体呈增加趋势，且来自其他辅料的蛋白质增加幅度较优级肉脯与普通级肉脯小，其原因主要是肉糜脯的优化需求较小。

3、优级肉脯与普通级肉脯

优级肉脯与普通级肉脯的主要原材料是切片的状态而非绞碎，与蛋白粉（植物蛋白肉）的融合较难，因此配方中蛋白粉（植物蛋白肉）的增多对整体结构、风味和色泽的影响较大。在这种情况下，公司在技术上选择更多地增加辅料中蛋白质的贡献，以弥补投肉比减少导致的产品蛋白质减少，并减少蛋白粉（植物蛋白肉）的投入量降低对产品口感、口味的影响。

2019 年，优级肉脯与普通级肉脯中来自其他辅料的蛋白质含量分别增加 101.30%、37.01%，变化幅度有所区别的原因主要为各自产品结构的不同。

2020 年，优级肉脯主要为新产品 Member's Mark 肉脯，其为公司进入沃尔玛山姆会员店体系专门开发的产品，该新产品配方中投肉比较高，蛋白粉（植物蛋白肉）及辅料投入较低，因此改变了优级肉脯整体的投料结构，因此 2020 年优级肉脯来自于其他辅料的蛋白质较 2019 年有所下降。

2020 年，公司基于研发经验积累和市场反馈，对普通级肉脯的配方进一步改良，在满足国家标准要求的前提下，通过适当降低蛋白粉（植物蛋白肉）投入以及增加来自辅料的蛋白质，优化口感、口味。因此，2020 年普通级肉脯来自于其他辅料的蛋白质较 2019 年上升。

四、补充说明发行人向 ODM 客户销售的肉脯产品，是否主要以肉糜脯为主，ODM 客户是否对产品投肉量提出相关要求或约定，发行人向各类 ODM 客户之间销售肉糜脯的投肉量差异是否显著。

报告期各期，ODM 客户的猪肉脯销售额细分列示如下：

单位：万元

ODM 客户-猪肉脯		2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
肉脯	特级	-	-	-	-	28.97	0.19%
	优级	561.24	4.65%	146.97	1.17%	100.95	0.68%
	普通级	932.02	7.72%	713.65	5.69%	1,037.09	6.98%
肉糜脯		10,585.18	87.64%	11,669.91	92.97%	13,637.66	91.74%
其他		-	-	22.38	0.18%	60.29	0.41%
合计		12,078.43	100.00%	12,552.91	100.00%	14,864.95	100.00%

如上表所示，报告期各期，公司向 ODM 客户销售的肉脯产品，主要以肉糜脯为主。

报告期内，ODM 客户对公司产品投肉量未提出相关要求或约定，公司各期肉糜脯半成品产量、成本区间、投肉比水平以及主要 ODM 客户采购分布情况如下所示：

猪肉糜脯：

2020 年			
单位成本区间	产量占比	投肉比	主要 ODM 客户
32 元以上	38.93%	59.32%	深圳市晋年贸易有限公司及其同一控制企业、名创优品（广州）有限责任公司及其同一控制企业、合泰行贸易有限公司、深圳市味之牛厨实业有限公司、启发食品有限公司、沃尔玛（中国）投资有限公司

27-32元之间	20.31%	58.28%	深圳市晋年贸易有限公司及其同一控制企业、名创优品（广州）有限责任公司及其同一控制企业、合泰行贸易有限公司、广州酒家集团利口福营销有限公司、深圳市味之牛厨实业有限公司、启发食品有限公司
27元以下	40.76%	46.21%	深圳市晋年贸易有限公司及其同一控制企业、名创优品（广州）有限责任公司及其同一控制企业、广州酒家集团利口福营销有限公司、深圳市味之牛厨实业有限公司、
合计/平均	100.00%	53.76%	
2019年			
单位成本区间	产量占比	投肉比	主要 ODM 客户
32元以上	11.13%	72.11%	深圳市晋年贸易有限公司及其同一控制企业、名创优品（广州）有限责任公司及其同一控制企业、合泰行贸易有限公司
27-32元之间	66.06%	63.71%	深圳市晋年贸易有限公司及其同一控制企业、名创优品（广州）有限责任公司及其同一控制企业、合泰行贸易有限公司、广州酒家集团利口福营销有限公司、深圳市味之牛厨实业有限公司、启发食品有限公司、沃尔玛（中国）投资有限公司
27元以下	22.81%	45.77%	深圳市晋年贸易有限公司及其同一控制企业、名创优品（广州）有限责任公司及其同一控制企业、合泰行贸易有限公司、广州酒家集团利口福营销有限公司、深圳市味之牛厨实业有限公司、启发食品有限公司
合计/平均	100.00%	60.55%	
2018年			
单位成本区间	产量占比	投肉比	主要 ODM 客户
27元以上	39.73%	97.43%	深圳市晋年贸易有限公司及其同一控制企业、名创优品（广州）有限责任公司及其同一控制企业、合泰行贸易有限公司、广州酒家集团利口福营销有限公司
22-27元之间	52.61%	74.49%	深圳市晋年贸易有限公司及其同一控制企业、名创优品（广州）有限责任公司及其同一控制企业、合泰行贸易有限公司、广州酒家集团利口福营销有限公司、深圳市味之牛厨实业有限公司、启发食品有限公司
22元以下	7.66%	50.17%	深圳市晋年贸易有限公司及其同一控制企业、合泰行贸易有限公司、深圳市味之牛厨实业有限公司、启发食品有限公司
合计/平均	100.00%	81.74%	

各 ODM 客户依据肉糜脯的口味、口感向公司订购产品时，也同时考虑其自身市场定位、产品定价情况。因此，公司相关情况进行汇总后呈现出上表成本区间和投肉量水平的大致关系。由上表可知，公司各成本区间的投肉比存在一定差异，显示出投肉比越高，单位成本也越高的规律。各类 ODM 客户向公司采购肉糜脯时，其采购的肉糜脯落在不同成本区间，相关产品的投肉量会有一定的差异。

五、请保荐人、申报会计师补充说明核查程序、核查范围，包括但不限于对发行人生产日志、报表，对猪肉、蛋白粉等原材料出库单、领料单等的核查情况，上述生产和原材料的记录是否与发行人财务数据中原料出库和产成品入库记录相匹配，发行人财务数据中的成本核算是否完整、准确。

（一）核查过程

1、了解公司生产与仓储循环相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其

是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、获取公司生产通知单，抽查猪肉、蛋白粉等原材料的领料单，与财务账面记录核对是否相符；

3、获取公司生产日报表，抽查半成品、产成品的入库记录，与财务账面记录核对是否相符；

4、获取公司报告期内仓存管理系统的物料收发汇总表，与财务账面记录核对是否相符；

5、获取公司成本计算表，抽查直接材料、人工及制造费用的计算、分配、成本结转是否准确。

（二）核查结论

发行人报告期内生产和原材料的记录与发行人财务数据中原料出库和产成品入库记录相匹配，发行人财务数据中的成本核算完整、准确。

问题 10：关于发行人包材供应商。

审核问询回复显示：

（1）发行人主要供应商中，包材供应商包括潮州市正胜包装有限公司、广东科能印务有限公司，发行人向二者采购金额合计报告期分别为 1150.03 万元、1058.55 万元、804.71 万元和 565.73 万元，呈下降趋势；

（2）发行人采购包装材料金额报告期分别为 1,479.87 万元、1,401.10 万元、1,452.76 万元和 949.00 万元。

请发行人：

（1）补充说明发行人产品的包装方式及规格情况；

（2）补充说明向主要包材供应商采购金额规模下降的原因，向其他包装材料供应商的采购情况；

（3）补充说明发行人包材的种类、计价方式，采购量是否与发行人销售量相匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充说明发行人产品的包装方式及规格情况；

公司产品包装方式包括袋装、盒装、散装。主要规格情况如下：

名称	主要规格
袋装	每袋：50 克-250 克
盒装	每盒：100 克-360 克
散装	每箱：2.5 千克-20 千克

二、补充说明向主要包材供应商采购金额规模下降的原因，向其他包装材料供应商的采购情况；

公司包材主要包括纸箱、包装袋、包装膜等。2018 年-2020 年，公司采购包材金额分别为 2,177.92 万元、2,140.88 万元、2,549.67 万元，包材的采购量及采购金额呈增长趋势，具体采购情况如下：

类型	单位	2020 年	2019 年	2018 年
----	----	--------	--------	--------

		采购量	采购金额	采购量	采购金额	采购量	采购金额
纸箱	万个	155.99	467.76	125.85	360.50	123.77	379.91
包装袋	万个	5,906.19	889.04	3,054.35	593.36	2,819.94	582.77
包装膜	吨	350.71	705.12	401.09	801.15	412.99	810.12
其他		-	487.76	-	385.87	-	405.12
合计			2,549.67		2,140.88		2,177.92

2018年-2020年，公司向累计采购金额在150万元以上的其他包材供应商采购的情况如下：

单位：万元

名称	2020年	2019年	2018年
潮州市正胜包装有限公司	451.05	524.67	562.57
潮州市潮安区正和印务有限公司	534.50	486.75	239.59
广东科能印务有限公司	395.09	200.46	346.40
汕头市金中发纸业有限公司	70.92	66.44	99.84
揭阳市成丰实业有限公司	-	76.96	119.83
广东晋泽科技有限公司	177.50	-	-
汕头市灿榕贸易有限公司	67.73	13.29	86.48
揭阳市传仁新材料制造有限公司	16.52	101.97	44.44
汕头市澄海区广兴隆纸业有限公司	-	62.13	98.16
合计	1,713.31	1,532.66	1,597.31

如上表所示，从2018年-2020年累计采购金额看，潮州市潮安区正和印务有限公司也是公司较为主要包材供应商，但在其交易金额较高的年份仍然低于主要肉类供应商的交易金额，故未进入各期前五大供应商。

公司向主要包材供应商采购金额规模下降的主要原因是公司增加了潮州市潮安区正和印务有限公司及其他包材供应商的采购量。

三、补充说明发行人包材的种类、计价方式，采购量是否与发行人销售量相匹配；

公司包材种类主要包括纸箱、包装袋、包装膜，其中纸箱、包装袋的计价方式为个，包装膜的计价方式为千克。

公司产品品规众多，不同品规单位产品耗用的包材种类及数量不尽相同。根据具体品规产品的销售数量及其理论耗用纸箱、包装袋、包装膜数量计算的包材销售理论耗用

量汇总情况如下：

产品分类	期间	销量（吨）	销售理论耗用量		
			纸箱（万个）	包装袋（万个）	包装膜（吨）
肉脯类	2020 年	3,171.93	108.22	3,549.88	311.10
	2019 年	3,260.39	103.52	2,255.63	312.22
	2018 年	3,950.49	101.38	2,099.17	340.43
肉丸类	2020 年	894.98	22.44	629.83	-
	2019 年	395.46	8.38	177.33	-
	2018 年	77.91	1.50	28.20	-
肉肠类	2020 年	134.43	3.18	74.36	-
	2019 年	277.39	6.24	35.91	-
	2018 年	177.95	3.89	47.17	-
肉松类	2020 年	165.46	2.52	151.27	-
	2019 年	186.64	2.80	15.98	-
	2018 年	202.70	3.32	23.17	-
其他	2020 年	16.56	0.85	16.07	1.60
	2019 年	4.85	0.60	-	-
	2018 年	16.77	0.63	-	-
合计	2020 年	4,383.36	137.21	4,421.42	312.70
	2019 年	4,124.73	121.54	2,484.84	312.22
	2018 年	4,425.82	110.71	2,197.71	340.43

公司 2018 年-2020 年包材的采购量、生产领用量、销售理论耗用量配比情况如下：

名称	期间	单位	采购量	销售理论耗用量	采购量/销售理论耗用量	生产领用量	生产领用量/销售理论耗用量
纸箱	2020 年	万个	155.99	137.21	1.14	142.71	1.04
	2019 年		125.85	121.54	1.04	120.50	0.99
	2018 年		123.77	110.71	1.12	113.36	1.02
包装袋	2020 年	万个	5,906.19	4,421.42	1.34	4,508.32	1.02
	2019 年		3,054.35	2,484.84	1.23	2,564.30	1.03
	2018 年		2,819.94	2,197.71	1.28	2,407.07	1.10
包装膜	2020 年	吨	350.71	312.70	1.12	325.72	1.04
	2019 年		401.09	312.22	1.28	329.60	1.06
	2018 年		412.99	340.43	1.21	342.14	1.01

公司 2018-2020 年度主要包材的采购量大于销售理论耗用量，采购量/销售理论耗用量比例在 1.04-1.34 之间，主要随着公司包装规格的小型化、多样化，包材的采购量及库存量呈增长趋势，同时在生产中也存在一定的包材损耗，包材的采购量与产品销售量基本匹配；2018-2020 年度主要包材生产领用量基本大于销售理论耗用量，生产领用量/销售理论耗用量比例在 0.99-1.06 之间，主要存在一定的生产损耗及生产与销售的时间差异，包材的生产领用量与产品销售量基本匹配。

四、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）核查过程

1、向生产负责人了解，并查阅仓库记录，了解公司产品的包装方式、规格情况以及包材的种类。

2、取得公司包装材料供应商采购明细表，了解主要包材供应商采购金额规模下降的原因，并分析合理性。

3、了解包材的计价方法，取得包材的进销存明细表，分析包材的采购量、领用量与产品入库量的理论耗用量、产品销售量的理论耗用量是否匹配。

（二）核查结论

1、发行人主要包材供应商采购金额规模下降的主要原因是公司增加了其他包材供应商的采购量。

2、发行人包材采购量与销售量相匹配。

问题 11：关于现金收款。

审核问询回复显示：

（1）发行人现金收款金额报告期分别为 2,629.07 万元、374.78 万元、362.79 万元和 206.36 万元，现金收款金额规模报告期下降的主要原因系向现金收款相关的湖南湘潭、韶山的经销商客户收入减少；

（2）2017 年现金收款对应 14 家“客户”，除发行人“真美专卖店零售客户”对应的零售客户外，其余 13 家客户主要系经销商，前五现金收款客户主要位于湖南湘潭、韶山，前五大 2017 年合计现金收款 1,675.60 万元，占比 63.73%；

（3）2017 年现金收款 2,629.07 万元中 1,442.97 万元系对应报告期前销售收入的现金收款；

（4）上述位于湖南的经销商客户为主要以批发、零售为主的个体工商户，下游客户包括更小型的食杂店、游客等，其收取货款中现金较多，故向公司支付货款时，也存在现金交易的习惯；公司在湖南韶山设有分公司，由分公司负责收取现金货款；

（5）现金收款存在两种形式，一是客户在银行柜台将现金缴存至公司账户，二是韶山分公司人员直接收取客户现金，其中 2017 年关于湖南 4 家客户现金缴存银行的金额为 1,424.00 万元。

请发行人补充披露：

（1）补充说明客户如何将现金存至发行人账户，是否系客户控制了发行人相关的银行卡；

（2）补充说明 2017 年现金收款中，客户在银行柜台将现金缴存至公司账户和发行人人员直接收取客户现金的金额及占比情况；

（3）补充说明 2017 年现金收款在各个月的分布情况；按照单笔现金收款金额大小及对应的笔数，补充说明 2017 年现金收款 2,629.07 万元的具体构成情况；是否存在单笔大额现金存入或集中于个别月份的情形；

（4）补充说明广东真美食品股份有限公司韶山分公司的经营场所和人员情况，上述人员是否从总部派遣，是否与湖南湘潭、韶山的客户存在重叠的情形；

(5) 补充说明选择在湖南湘潭、韶山拓展经销业务的原因，发行人产品风味特点是否符合当地消费习惯；

(6) 补充说明在微信和支付宝普及的情况下，发行人经销商客户采用现金收款，且收款后直接将现金存入发行人账户，而非由经销商客户向发行人转账的原因及合理性；2017 年现金收款金额 2,629.07 万元显著高于其他期间的原因，现金收款是否真实来源于上述客户，相关销售业务是否真实。

请保荐人、申报会计师补充说明是否充分关注现金收款的合理性，详细说明针对上述异常情形的针对性核查程序、核查范围，并发表明确意见。

【回复】

一、补充说明客户如何将现金存至发行人账户，是否系客户控制了发行人相关的银行卡；

客户前往公司收款账户所属银行的营业网点，在现金交款单上填写收款单位、收款账号、交款人、款项性质、金额等信息，经银行工作人员核对后可将现金缴存至公司账户。公司收款账户没有相关的银行卡，不存在客户控制公司银行卡的情况。

二、补充说明 2017 年现金收款中，客户在银行柜台将现金缴存至公司账户和发行人人员直接收取客户现金的金额及占比情况；

2017 年现金收款中客户在银行柜台将现金缴存至公司账户和发行人人员直接收取客户现金的金额及占比情况如下：

收款方式	金额	占比
现金缴存	2,352.50	89.48%
现金收款	276.57	10.52%
合计	2,629.07	100.00%

三、补充说明 2017 年现金收款在各个月的分布情况；按照单笔现金收款金额大小及对应的笔数，补充说明 2017 年现金收款 2,629.07 万元的具体构成情况；是否存在单笔大额现金存入或集中于个别月份的情形；

2017 年现金收款在各个月的分布情况如下：

单位：万元

月份	现金缴存	现金收款	回款金额
1 月	184.00	38.51	222.51
2 月	-	52.50	52.50
3 月	200.00	35.45	235.45
4 月	250.00	17.00	267.00
5 月	150.00	8.00	158.00
6 月	686.73	1.72	688.44
7 月	-	38.85	38.85
8 月	-	-	-
9 月	227.00	17.16	244.16
10 月	70.00	5.00	75.00
11 月	260.00	30.26	290.26
12 月	324.77	32.13	356.91
合计	2,352.50	276.57	2,629.07

2017 年现金收款 2,629.07 万元按照单笔现金收款金额大小及对应的笔数的具体情况如下：

单位：万元、笔

区间	金额	笔数
1 万元以下	103.86	571
1-10 万	332.47	92
10-20 万	1,626.79	93
20-30 万	331.18	12
30-40 万	184.77	5
40-50 万	50.00	1
合计	2,629.07	774

如上表所示，2017 年现金收款不存在单笔存入现金大于 50 万元的情况，不存在集中于个别月份的情况，其中 6 月份及 12 月份收款金额较高，主要系公司在半年度末及年末加大货款催收力度所致。

四、补充说明广东真美食品股份有限公司韶山分公司的经营场所和人员情况，上述人员是否从总部派遣，是否与湖南湘潭、韶山的客户存在重叠的情形；

韶山分公司注册地址及经营场所均为：韶山高新技术产业开发区创业大厦五楼 1513 室，韶山分公司报告期各期末员工情况如下：

单位：人

项目	2020 年	2019 年	2018 年
总人数	5	5	8
其中：总部派遣	1	1	1
当地招聘	4	4	7

上述韶山分公司人员、办公场所与湖南湘潭、韶山的客户不存在重叠情形。

五、补充说明选择在湖南湘潭、韶山拓展经销业务的原因，发行人产品风味特点是否符合当地消费习惯；

公司自有品牌在华中区域市场拓展伊始，考虑在湖南湘潭、韶山拓展经销业务的原因有两个方面：一是，公司销售负责人唐艳云系湖南人，其在韶山地区有一定客户资源，可为公司产品初步在当地铺开提供便利条件；二是，韶山作为“伟人故里”，游客众多，公司产品契合旅游消费场景。

考虑到当地偏辣的饮食习惯，公司在产品口味上推出了香辣风味的肉脯产品以适应当地市场。但肉脯制造工艺及配方本身决定了其底味依然偏甜，公司香辣口味产品未能持续受到当地市场认可，这也是报告期内华中区域市场销售规模整体呈下降趋势的原因之一。

六、补充说明在微信和支付宝普及的情况下，发行人经销商客户采用现金收款，且收款后直接将现金存入发行人账户，而非由经销商客户向发行人转账的原因及合理性；2017 年现金收款金额 2,629.07 万元显著高于其他期间的原因，现金收款是否真实来源于上述客户，相关销售业务是否真实；

（一）经销商客户采用现金收款，且收款后直接将现金存入公司账户，而非由经销商客户向公司转账的原因及合理性

公司经销商直接将现金存入公司账户，一般分为两种情况：一是经销商取得其下游销售渠道的较大整数金额的现金回款时，不必存入自身账户，方便快捷的在银行柜台直接存入公司账户作为对公司的回款；经销商下游渠道向经销商回款采用现金方式，主要出于其财税管理的需要。二是经销商通过零售或小额批发收取的小额现金或微信/支付宝

收款，均首先在其自身银行账户储存，其在向公司回款时，采取的方式为先整额取现，再存入公司账户，主要出于其财税管理的需要。

（二）2017 年现金收款金额 2,629.07 万元显著高于其他期间的原因，现金收款是否真实来源于上述客户，相关销售业务是否真实

2017 年现金收款金额较高的原因为：公司在湘潭、韶山地区的推广于 2015-2016 年期间取得了一定业绩，该区域经销商较多采用现金回款方式。2017 年以来，公司与其合作规模下降，公司加快应收账款余额的催收，使得 2017 年以前销售额对应的回款和 2017 年当年销售的回款主要于 2017 年收回，因此 2017 年现金收款金额较高。

2017 年以后现金收款金额下降的原因如下：

一是，习惯以现金回款的客户销售额显著下降。习惯以现金回款的客户主要位于湘潭、韶山，即公司在华中区域经销体系布局的主要区域。公司在华中地区销售规模自 2017 年以来呈下降趋势，主要原因为，公司在初始进入华中区域市场时，借助销售负责人个人在当地的客户资源以及韶山分公司当地员工，以发展下沉市场的小型当地经销商为主，提高经销商数量以构建经销渠道，取得了一定经营业绩。后续，该策略难以对经销商精细化、规范化管理，且公司开发的香辣口味产品在当地市场反映不及预期，经销商与公司合作意愿减弱，故公司逐步收缩该区域市场。

二是，部分现金收款客户逐步改为银行转账支付。报告期内，公司为了规范财务管理，降低现金收款金额，与合作关系较为稳固的现金收款客户协商，降低其现金回款金额，使得 2017 年以后期间公司现金收款金额降低。

三是，2017 年以后年度的新增客户中现金付款的客户较少。报告期内，公司为了规范财务管理，降低现金收款金额，在开发新客户时，注重与其商定银行转账的付款方式，故 2017 年以后年度的新增客户中现金付款的客户数量及现金收款金额均较低。

报告期内，现金收款真实来源于上述客户，相关销售业务真实、准确。

七、请保荐人、申报会计师补充说明是否充分关注现金收款的合理性，详细说明针对上述异常情形的针对性核查程序、核查范围，并发表明确意见。

（一）核查过程

1、访谈主要现金收款客户，了解客户将现金存至发行人账户的过程。

2、复核发行人 2017 年现金收款中，客户在银行柜台将现金缴存至公司账户和发行人人员直接收取客户现金的金额及占比情况；访谈主要现金收款客户，了解现金收款的背景、原因，分析其合理性。

3、取得发行人现金日记账及现金缴存相关的发行人银行对账单，复核发行人 2017 年现金收款的月份分布情况及具体构成情况，检查是否存在单笔大额现金存入或集中于个别月份的情形；向主要现金收款客户确认现金回款金额的真实性、准确性；向销售负责人了解 2017 年 6 月及 12 月回款金额较高的原因，分析其合理性。

4、取得韶山分公司工商资料、员工名册并实地查看韶山分公司经营场所；网络查询发行人湘潭、韶山地区客户工商信息，核查客户注册地址及主要人员是否与发行人韶山分公司员工重叠；走访湘潭、韶山地区主要客户，访谈了解其经营场所及主要人员是否与发行人韶山分公司经营场所及员工重叠；访谈发行人销售负责人，了解韶山分公司员工对外兼职情况。

5、访谈发行人销售负责人，了解选择在湖南湘潭、韶山拓展经销业务的原因，发行人产品风味特点与当地消费习惯是否符合。

6、访谈主要现金收款客户，了解客户收取款项与其下游渠道回款的资金往来的形式及原因，了解其采用现金缴存的方式向发行人回款的原因以及 2017 年以来交易规模下降的原因；访谈发行人销售负责人，了解 2017 年以来，现金收款规模显著下降的原因；针对现金收款对应的销售收入，核查销售合同（订单）、送货单、运输单、发票、收据、现金缴存单等单据，以确认收入的真实性。

（二）核查结论

1、发行人不存在客户控制了发行人银行卡的情况。

2、2017 年现金收款不存在单笔存入现金大于 50 万元的情况，不存在集中于个别月份的情况，6 月份及 12 月份收款金额较高，主要系公司在半年度末及年末加大货款催收力度所致，具有合理性。

3、发行人韶山分公司的经营场所和人员与湖南湘潭、韶山的客户不存在重叠的情形。

4、发行人已补充说明选择在湖南湘潭、韶山拓展经销业务的原因，发行人产品风

味特点未能持续受到当地市场认可，这也是报告期内华中区域市场销售规模整体呈下降趋势的原因之一。

5、发行人已补充说明经销商客户采用现金收款，且收款后直接将现金存入发行人账户的原因，具有合理性；发行人已补充说明 2017 年现金收款金额显著高于其他期间的原因，现金收款真实来源于发行人客户，相关销售业务真实。

(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第三轮审核问询函的回复》之签章页)

信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)



中国 北京

中国注册会计师:



中国注册会计师:



二〇二一年 6 月 22 日