

上海海融食品科技股份有限公司关于
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
审核问询函的回复
(2020 年半年报财务数据更新版)

深圳证券交易所上市审核中心：

根据贵中心于 2020 年 7 月 15 日下发的《关于上海海融食品科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函（2020）010054 号）（以下简称“问询函”）的要求，上海海融食品科技股份有限公司，已会同保荐机构东方证券承销保荐有限公司、审计机构众华会计师事务所（特殊普通合伙）和发行人律师北京大成律师事务所，本着勤勉尽责和诚实信用的原则，就审核问询函所提意见逐项进行了认真核查及讨论，现将贵中心审核问询函的具体问题落实情况如下：

本回复说明中的简称与申报材料招股说明书中的简称具有相同含义，同时对招股说明书进行了补充及修改。

黑体（加粗）	审核问询函所列问题
宋体（不加粗）	对审核问询函所列问题的回复
宋体（加粗）	对审核问询函回复中涉及问题的标题部分
楷体（加粗）	对审核问询函回复中涉及到需要中报刷新部分的修改

目 录

问题 1.....	3
问题 2.....	47
问题 3.....	66
问题 4.....	80
问题 5.....	95
问题 6.....	104

1. 除发行人外，发行人实际控制人还控制较多其他企业。请发行人补充披露以下内容：（1）上海欣融食品的主要情况，报告期内主要财务数据，主营业务及具体产品收入金额及占比情况；上海欣融食品主要采购、生产、销售模式，与前五大客户及供应商交易金额及占比情况，与发行人前五大客户及供应商重合名单及各自销售金额、占比情况；上海欣融食品的同行业竞争对手企业与发行人及其竞争对手是否存在重合；上海欣融食品加入中国食品添加剂和配料协会的背景及其职能情况；结合上述内容论证将上海欣融食品划分为“批发业”大类下的“其他食品批发”子行业的合理性。（2）上海欣融食品的房屋、土地、商标、专利等资产以及员工情况；发行人与上海欣融食品在上述资产及人员方面是否存在混同。结合上述问题，说明发行人是否独立于上海欣融食品。（3）结合问题（1）、（2）的内容，参照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》（以下简称审核问答）内容，披露上海欣融食品及其子公司是否对发行人构成重大不利影响的同业竞争。（4）上海蒂娜可可食品有限公司、香港上市公司欣融国际控股旗下的2家越南公司的基本情况、主营业务、主要产品、报告期内主要财务数据及主要客户情况；发行人与该企业是否存在业务、资产、人员、财务、机构方面的混同；结合上述内容，参照《审核问答》内容，补充披露该企业与发行人是否对发行人构成重大不利影响的同业竞争。请保荐人及发行人律师核查发行人是否已完整披露控股股东及实际控制人控制的其他企业，是否存在遗漏披露的情况；若是，补充披露该企业基本情况，并参照《审核问答》内容，补充披露该企业与发行人是否构成对发行人构成重大不利影响的同业竞争。请保荐人、发行人律师核查上述问题并发表明确意见。

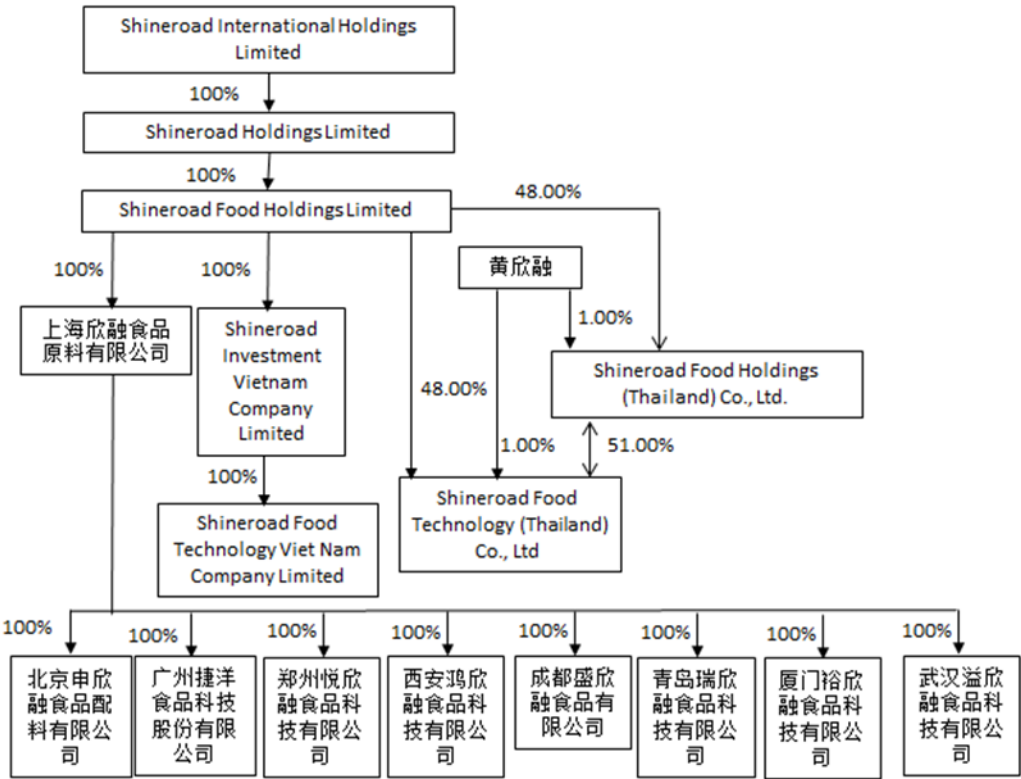
落实情况：

（1）上海欣融食品的主要情况，报告期内主要财务数据，主营业务及具体产品收入金额及占比情况；上海欣融食品主要采购、生产、销售模式，与前五大客

户及供应商交易金额及占比情况，与发行人前五大客户及供应商重合名单及各自销售金额、占比情况；上海欣融食品的同行业竞争对手企业与发行人及其竞争对手是否存在重合；上海欣融食品加入中国食品添加剂和配料协会的背景及其职能情况；结合上述内容论证将上海欣融食品划分为“批发业”大类下的“其他食品批发”子行业的合理性。

一、上海欣融食品的主要情况，报告期内主要财务数据，主营业务及具体产品收入金额及占比情况。

上海欣融食品原料有限公司及其子公司系 Shineroad International Holdings Limited（以下简称“欣融国际”）上市范围的主要经营实体，主要经营食品原料和添加剂的代理业务、选材咨询及配方研究。欣融国际于 2018 年 6 月 27 日以股份发售方式于香港联合交易所有限公司主板上市，截至 2019 年 12 月 31 日，欣融国际合并范围内的公司情况如下：



欣融国际系注册在开曼群岛的特殊目的公司，为欣融食品香港上市的上市主体，不经营实质业务，其下属公司 Shineroad Holding Limited 及 Shineroad Food Holding Limited 皆为控股公司，不经营实质业务。Shineroad Investment Vietnam Company Limited、Shineroad Food Technology Viet Nam Company Limited、Shineroad Food Holdings (Thailand) Co., Ltd. 及 Shineroad Food Technology (Thailand) Co., Ltd 系 2019 年新成立的公司，报告期内业务量较少，因此欣融国际的主要经营实体及业绩来源均为上海欣融食品及其子公司。截至 2020 年 6 月 30 日，上海欣融食品共有 8 家子公司，持股比例皆为 100%。报告期内，欣融食品及其子公司主要经营食品原料和食品添加剂的代理业务。

由于上海欣融食品是欣融国际最主要的经营实体，欣融国际公开披露的合并数据主要反映了上海欣融食品的经营情况。

报告期内，欣融国际的主要数据如下：

单位：万元

类别	2020 年 1-6 月/ 2020 年 6 月 30 日	2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日	2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日	2017 年度/ 2017 年 12 月 31 日
总资产	37,027.5	38,046.8	32,842.1	24,286.2
净资产	31,401.8	30,408.6	27,343.6	14,381.3
营业收入	27,771.4	57,988.5	52,557.8	52,793.5
净利润	829.2	3,000.1	2,813.1	2,729.0

注：上述数据选自欣融国际公告的合并财务数据。

报告期内，欣融国际按照业务类型分类，具体产品收入金额及占比情况如下：

单位：万元

内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
食品原料	13,837.2	49.83%	31,744.3	54.74%	29,291.4	55.73%	31,216.9	59.13%
食品添加剂	11,598.5	41.76%	24,366.9	42.02%	22,739.0	43.26%	21,158.0	40.08%
包装产品	2,335.7	8.41%	1,877.3	3.24%	527.4	1.00%	418.6	0.79%
合计	27,771.4	100.00%	57,988.5	100.00%	52,557.8	100.00%	52,793.5	100.00%

注：上述数据选自欣融国际公告的合并财务数据。

作为欣融国际的主要经营实体，上海欣融食品及其子公司报告期内主要从事

食品原料和添加剂的代理业务、选材咨询及配方研究，主要代理销售雀巢、三菱化学食品、索尔维等大型国际知名企业的部分食品原料和添加剂。其代理的产品包括蔗糖脂肪酸酯、炼乳、奶精、咖啡粉、稀奶油、奶粉、色素、微晶纤维素胶体、食用胶体、聚甘油脂肪酸酯、乳清蛋白、单甘脂等食品原料和各种食品添加剂，主要用于生产糖果、含乳饮料等食品，主要的下游客户为阿尔卑斯奶糖、曼妥思、不二家、徐福记等品牌的食品生产企业。

二、上海欣融食品经营模式

上海欣融食品系食品原料及添加剂分销行业的分销商，专注于向我国的生产商提供食品原料及食品添加剂。

1、采购模式

上海欣融食品主要向世界各地的食品原料及食品添加剂生产商采购供应给其客户的产品。在为其客户或潜在客户觅得合适的食品原料或食品添加剂后，上海欣融食品产品管理团队就单价及订单量与供应商进行磋商，采购后提供其下游客户。上海欣融食品除了通过采购订单采购食品原料及食品添加剂外，一般与其若干主要供应商订立独家及非独家分销协议。为重视与其主要供应商的长期稳固关系及维持优质食品原料及添加剂的稳定供应，上海欣融食品致力与其国际知名供应商建立供应商——分销商关系。

上海欣融食品在甄选供应商时一般参考多项标准，例如品牌声誉、持续遵守相关食品安全法律的情况、产品质量、价格竞争力及供应能力。上海欣融食品备有合格供应商名单。在选定新的供应商或将新的供应商纳入合格供应商名单之前，上海欣融食品会对相关供应商在国家企业信用信息公示系统上展开背景审查。

2、生产模式

上海欣融食品并不从事食品原料及食品添加剂的生产。上海欣融食品根据(i)客户需求或(ii)其产品管理中心搜集的有关市场趋势及消费者偏好的资料启动新食品应用方案项目。当客户遇到产品问题(如质地粗糙或香气不足)时，客户会与上海欣融食品联系以开发供客户使用的食品添加剂的解决方案。上海欣融食品的技术中心随后将为客户开发配方以解决问题。另一方面，上海欣融食品的产品管理中心具有市场研究能力，其产品经理紧跟最新的市场资讯并为技术中心提供开发新产品理念的见解。在开发出有关产品理念后，上海欣融食品的产品管理团队通过访问其客户以展示最近的市场资讯以及新产品理念。若客户接受其产品

理念，客户将根据所提供的配方下达采购食品原料及添加剂的订单。

3、销售模式

上海欣融食品的销售模式为直销业务模式，即把供应商采购的所有产品直接销售给客户，不会向其他第三方分销商销售产品。

三、上海欣融食品主要客户、供应商及交易情况

1、主要客户情况

2017-2019 年度及 2020 年 1-6 月，上海欣融食品的主要客户如下：

单位：万元

客户名称	2020 年 1-6 月	占 比
不二家（杭州）食品有限公司	1,336.3	4.81%
康睿食品有限公司	892.7	3.21%
上海禹凯食品原料有限公司	741.6	2.67%
东莞徐记食品有限公司	698.2	2.51%
江苏微康生物科技有限公司	513.7	1.85%
合计	4,182.5	15.06%
客户名称	2019 年度	占 比
不二家（杭州）食品有限公司	4,314.9	7.44%
不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司	1,150.4	1.98%
东莞徐记食品有限公司	1,074.2	1.85%
宁波鸣优贸易有限公司	1,045.2	1.80%
玛氏食品（嘉兴）有限公司	930.1	1.60%
合计	8,514.8	14.68%
客户名称	2018 年度	占 比
不二家（杭州）食品有限公司	4,459.9	8.49%
东莞捷荣食品有限公司	1,569.6	2.99%
不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司	1,383.0	2.63%
玛氏食品（嘉兴）有限公司	1,276.4	2.43%
百事食品（中国）有限公司	1,056.1	2.01%
合计	9,745.0	18.54%
客户名称	2017 年度	占 比
旺旺集团	4,108.2	7.78%
不二家集团	4,015.4	7.61%

不凡帝集团	1,959.5	3.71%
统一集团	1,464.9	2.77%
东莞徐记食品有限公司	1,357.5	2.57%
合计	12,905.5	24.45%

注：上述口径为欣融国际的合并口径；占比为占营业收入的比例。

2017 年度-2019 年度及 2020 年 1-6 月，海融科技的主要客户如下：

单位：万元

客户名称	2020 年 1-6 月	占 比
KCG CORPORATION CO.,LTD	615.49	2.70%
PT. SUKANDA DJAYA	614.75	2.70%
上海添祺贸易有限公司	537.53	2.36%
昆明吉和商贸有限公司及其关联方	515.95	2.26%
重庆枫叶食品工业有限责任公司及其关联方	445.59	1.95%
合计	2,729.31	11.97%
客户名称	2019 年度	占 比
KCG CORPORATION CO.,LTD	1,662.25	2.85%
重庆枫叶食品工业有限责任公司及其关联方	1,186.15	2.03%
PT.SUKANDA DJAYA	860.64	1.47%
Jyoti International	786.44	1.35%
安徽巴莉甜甜食品有限公司	785.42	1.35%
合计	5,280.90	9.05%
客户名称	2018 年度	占 比
KCG CORPORATION CO.,LTD	1,546.85	2.86%
重庆枫叶食品工业有限责任公司及其关联方	1,084.09	2.00%
昆明市盘龙区吉雅商贸经营部	994.13	1.84%
广东嘉怡食品有限公司及其关联方	890.51	1.65%
PT.SUKANDA DJAYA	880.67	1.63%
合计	5,396.25	9.98%
客户名称	2017 年度	占 比
KCG CORPORATION CO.,LTD	1,465.02	3.11%
广东嘉怡食品有限公司及其关联方	898.20	1.91%
重庆枫叶食品工业有限责任公司及其关联方	893.36	1.90%

昆明市盘龙区吉雅商贸经营部	798.79	1.70%
PT.SUKANDA DJAYA	700.09	1.49%
合计	4,755.46	10.11%

注：占比为占主营业务收入的比

上海欣融食品及其子公司主要从事食品原料和添加剂的代理业务、选材咨询及配方研究，主要代理销售雀巢、三菱化学食品、索尔维等大型国际知名企业的部分食品原料和添加剂。其代理的产品包括蔗糖脂肪酸酯、炼乳、奶精、咖啡粉、稀奶油、奶粉、色素、微晶纤维素胶体、食用胶体、聚甘油脂肪酸酯、乳清蛋白、单甘脂等食品原料和各种食品添加剂，主要用于生产糖果、含乳饮料等食品，主要的下游客户为阿尔卑斯奶糖、曼妥思、不二家、徐福记等品牌的食品生产企业。

海融科技为烘焙食品原料的生产制造企业，主要从事植脂奶油、果酱、巧克力等烘焙食品原料的研发、生产和销售，其产品主要用于奶油蛋糕等烘焙类食品的生产，最终客户主要为全国各地的烘焙连锁经营企业，如米旗、安徽巴莉甜甜、八十五度、金凤成祥等。海融科技的主要产品及其用途、主要下游客户如下：

产 品	产品来源	产品主要用途	主要下游客户
植脂奶油	自产	烘焙食品表面装饰及夹馅使用	直销客户主要是米旗、安徽巴莉甜甜、八十五度、金凤成祥等连锁烘焙饼店；经销商主要是 KCG CORPORATION CO.,LTD、重庆枫叶食品工业有限责任公司、广东嘉怡食品有限公司等
果酱	自产	烘焙食品表面装饰、夹馅，直接涂抹食用	
巧克力	自产	烘焙食品表面装饰及夹馅使用	
香精香料	自产	食品调味	

综上所述，海融科技与欣融食品及其子公司所经营的产品在性状、用途等方面完全不同，不存在可替代性，针对的客户群体不同，报告期内，前五大客户不存在重合情况，产品之间不存在竞争关系。

2、主要供应商情况

2017-2019 年度及 2020 年 1-6 月，上海欣融食品的主要供应商情况如下：

单位：万元

供应商名称	2020 年 1-6 月	占 比
上海雀巢产品服务有限公司	7,943.1	36.41%
三菱化学香港有限公司	2,816.0	12.91%
中海壳牌石油化工有限公司	2,268.1	10.40%

浙江顶亨生物科技有限公司	1,589.3	7.28%
三菱化学（中国）管理有限公司	734.1	3.36%
合计	15,350.6	70.36%
供应商名称	2019 年度	占 比
上海市雀巢产品服务有限公司	22,930.0	39.78%
三菱化学香港有限公司	7,783.8	13.50%
瑞登梅尔（上海）纤维贸易有限公司	2,203.6	3.82%
索尔维（镇江）化学品有限公司	1,440.7	2.50%
中海壳牌石油化工有限公司	1,416.1	2.46%
合计	35,774.2	62.06%
供应商名称	2018 年度	占 比
上海市雀巢产品服务有限公司	18,522.6	32.66%
三菱集团	7,805.3	13.76%
浙江顶亨生物科技有限公司	2,259.3	3.98%
索尔维集团	1,759.8	3.10%
瑞登梅尔（上海）纤维贸易有限公司	1,539.5	2.71%
合计	31,886.5	56.22%
供应商名称	2017 年度	占 比
雀巢集团	20,557.6	47.90%
三菱集团	7,746.5	18.10%
索尔维集团	2,518.1	5.90%
浙江顶亨生物科技有限公司	2,051.7	4.80%
安徽丰原药业股份有限公司	1,680.1	3.90%
合计	34,554.0	80.60%

注：上述口径为欣融国际的合并口径；占比为占采购成本的比例。

2017 -2019 年度及 2020 年 1-6 月，海融科技的主要供应商情况如下：

单位：万元

供应商名称	2020 年 1-6 月	占 比
南京凯跃食品原料有限公司	1,253.77	12.21%
上海汇添富达冷藏物流有限公司	672.23	6.55%
上海众吴商贸有限公司	602.65	5.87%
云南恩捷新材料股份有限公司及其关联方	530.41	5.16%
上海光明奶酪黄油有限公司	492.60	4.80%

合计	3,551.66	34.58%
供应商名称	2019 年度	占 比
南京凯跃食品原料有限公司	2,425.58	8.42%
上海光明奶酪黄油有限公司	2,072.94	7.20%
上海众吴商贸有限公司	1,900.28	6.60%
上海汇添富达冷藏物流有限公司	1,312.44	4.56%
云南恩捷新材料股份有限公司	1,159.36	4.03%
合计	8,870.60	30.81%
供应商名称	2018 年度	占 比
南京凯跃食品原料有限公司	2,577.91	9.27%
上海光明奶酪黄油有限公司	1,913.92	6.88%
上海众吴商贸有限公司	1,784.88	6.42%
上海凯瀛物流有限公司	1,272.46	4.58%
上海嘉旺食品有限公司	1,263.04	4.54%
合计	8,812.21	31.69%
供应商名称	2017 年度	占 比
南京凯跃食品原料有限公司	4,116.18	17.69%
上海界龙实业集团股份有限公司 御天包装印务分公司	1,336.28	5.74%
上海光明奶酪黄油有限公司	989.81	4.25%
上海凯瀛物流有限公司	950.10	4.08%
AAK Kamani Private Limited	855.91	3.68%
合计	8,248.28	35.44%

注：占比为占采购总额的比例。

上海欣融食品及其子公司主要从事食品原料和添加剂的代理业务、选材咨询及配方研究，主要代理销售雀巢、三菱化学食品、索尔维等大型国际知名企业的部分食品原料和添加剂。上海欣融食品的供应商主要系世界各地的知名的食品原料及食品添加剂生产商，所采购的食品原料及食品添加剂直接提供其下游客户，上海欣融食品并不从事食品原料及食品添加剂的生产和加工。

海融科技自成立以来一直以植脂奶油、巧克力、果酱等烘焙食品原料的研发、生产、销售为主营业务，其中，植脂奶油系列产品为公司的主要产品。海融科技的主要供应商为公司所生产的植脂奶油、巧克力、果酱的原材料供应商及物流运输公司，公司向上述供应商采购相应的原材料系用来加工和生产公司相关产品，

并不直接向客户销售。

综上所述，报告期内，上海欣融食品和海融科技采购的主要原材料的用途不一致，前五大供应商不存在重合情况。

四、上海欣融食品的同行业竞争对手企业与发行人及其竞争对手是否存在重合

1、上海欣融食品的同行业竞争对手企业

上海欣融食品的主营业务为食品原料及食品添加剂的代理业务、选材咨询及配方研究，上海欣融食品为食品原料及食品添加剂的经销商，向国内食品生产商提供食品原料及食品添加剂。国内食品原料及食品添加剂经销行业极度分散，上海欣融食品的同行业竞争对手企业主要包括北京中柏创业化工产品有限公司、上海捷聪贸易有限公司、天津奥凯化工贸易有限公司、大昌洋行（上海）有限公司、深圳市百维食品有限公司等公司，简要情况如下：

序号	名称	简要情况
1	北京中柏创业化工产品有限公司	公司成立于 2000 年，是代理、销售具有国际先进品质的食品原辅料、营养强化剂、香精色素的专业公司。公司经销主要产品为：酸奶发酵剂、益生菌、抗生素检测试剂、酶制剂、纽甜、阿斯巴甜、 α -乳白蛋白、牛奶蛋白稳定剂、芝士粉、维生素等。
2	上海捷聪贸易有限公司	公司隶属于骏龙集团，骏龙集团注册于澳洲，旗下有上海捷聪贸易有限公司和广州华柏食品添加剂有限公司，专注于高品质食品配料/添加剂的贸易。公司主要代理的品牌有：帝斯曼 DSM、恒天然 Fonterra、佳乐 Kara、卡夫 Kraft、林原海藻糖 HAYASHIBARA、巴西双轮 DuasRodas、科汉森 CHR.Hansen、斯美思 SMS、陶氏化学 DOW 等二十多个国际知名食品原料及添加剂品牌。公司经销主要产品为： β 胡萝卜素、椰浆、酪蛋白酸钠、二十二碳六烯酸、结构油脂、速溶椰子粉等。
3	天津奥凯化工贸易有限公司	公司是一家以经营各种食品原料、辅料为主的，集贸易、代理、进出口于一体的专业公司。公司直接进口并代理多家国际、国内著名品牌的食品原料及添加剂。经营产品涉及香精、色素、增稠剂、乳化剂、甜味剂、酸味剂、防腐剂、抗氧化剂、抗结剂、酶制剂、乳制品原料、浓缩果汁等食品领域多类产品，同时增加经营多种化工原料。
4	大昌洋行（上海）有限公司	公司是 DKSH 集团在中国的子公司，DKSH 集团是亚洲第一的服务集团，重点从事资源搜索、营销、物流和分销。公司的业务由其四个业务部门：消费品部、医药保健部、特色原料部和科技事业部。其中，特色原料部是一个领先的特殊化学材料分销商和特色原料市场拓展服务供应商，为制药、个人护理及化妆品、食品及饮料和各类行业应用的合作伙伴提供采购、研

序号	名称	简要情况
		发服务、营销各类特色化学品及原料。公司主要经销产品为：果胶、刺槐豆胶、阿尔法环糊精、半胱氨酸、姜黄、卡拉胶等。
5	深圳市百维食品有限公司	公司是专门从事食品原料进出口的公司，主营产品有：奶粉系列（全脂奶粉和脱脂奶粉），乳清系列（甜乳清粉、脱盐乳清粉、乳清浓缩乳蛋白（WPC）系列），乳糖系列等产品。

2、发行人及其竞争对手

发行人自成立以来一直以植脂奶油、巧克力、果酱等烘焙食品原料的研发、生产、销售为主营业务，其中，植脂奶油系列产品为发行人的主要产品。发行人的竞争对手主要包括维益食品（苏州）有限公司、立高食品股份有限公司、南侨食品集团（上海）股份有限公司、盐城顶益食品有限公司、东莞市宝来食品有限公司、上海英士顿食品有限公司、可可琳纳食品贸易（上海）股份有限公司、上海亿成食品有限公司等奶油、果酱或其他相关食品原料的生产制造型企业，简要情况如下：

序号	名称	简要情况
1	维益食品（苏州）有限公司	维益是美国冷冻食品制造商，植脂奶油和冷冻食品业的知名品牌。其子公司维益食品（苏州）有限公司是其于国内投资设立的植脂奶油工厂，旗下有“金钻”、“凝白”、“惠誉”等多个知名产品。
2	立高食品股份有限公司	公司主要从事烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的研发、生产和销售。公司主要产品包括奶油、水果制品、酱料、巧克力等烘焙食品原料和冷冻烘焙半成品及成品。
3	南侨食品集团（上海）股份有限公司	公司主要从事烘焙油脂相关制品的研发、生产与销售。公司产品按照应用领域来分主要有烘焙应用油脂、淡奶油、馅料、冷冻面团、进口品五大系列，产品范围涵盖 200 多个品种。
4	盐城顶益食品有限公司	公司主要生产各类搅打植脂和乳脂奶油、巧克力、果味酱等烘焙食品原料。
5	东莞市宝来食品有限公司	公司是烘焙食品原料行业内知名的果酱生产企业，其“美果树”品牌在市场上具有较高知名度。
6	上海英士顿食品有限公司	公司位于上海市奉贤区，主要提供果酱、植脂奶油、动脂奶油、烘焙食品等，在烘焙食品原料行业具有较高知名度。
7	可可琳纳食品贸易（上海）股份有限公司	公司在烘焙连锁饼店、工业烘焙、冰淇淋、休闲食品等领域，能够为客户提供高水准的巧克力应用及解决方案。
8	上海亿成食品有限公司	公司主要产品为巧克力系列产品及植脂奶油，黛妃牌巧克力在烘焙食品原料行业具有较高知名度。

上海欣融食品的同行业竞争对手企业主要为食品原料及食品添加剂的代理商或经销商，其业务模式及产品性状、用途等方面与发行人及竞争对手不同，上

海欣融食品及其竞争对手的主营业务与发行人的主营业务并不形成竞争，上海欣融食品的同行业竞争对手企业与发行人及竞争对手不存在重合的情况。

五、上海欣融食品加入中国食品添加剂和配料协会的背景及其职能情况

1、中国食品添加剂和配料协会简要情况

中国食品添加剂和配料协会（CFAA）是由全国从事食品添加剂和食品配料生产、流通、应用、科研、教学、管理以及设备制造等相关企事业单位自愿结成的全国性、行业性社会团体，是非营利性社会组织，其主要业务范围包括：

（1）按照党和国家经济建设的总方针，结合食品添加剂和食品配料行业的特点，调查、研究行业的重大课题，向政府提出有关改革、发展、产业政策、经济与技术政策、立法等方面的意见与建议；

（2）参与制订行业规划和计划，对新办重点企业和重大投资项目进行前期咨询和调研、论证工作，向有关部门提出决策建议；

（3）做好行业信息交流工作，发布行业信息，进行市场预测，依照有关规定办好会刊等相关刊物。除搞好行业内部的信息交流外，还要强化国际交流和相关行业、特别是与应用企业之间的广泛交流，促进行业的发展，经政府部门授权开展行业统计工作；

（4）受政府有关部门委托，参与食品安全标准的制定和修订工作并进行监督，参与本行业有关法律、法规及管理办法等制定与修订工作；

（5）接受政府有关部门委托，对食品添加剂和食品配料行业开展质量管理、监督工作，配合有关执法部门打击假冒伪劣产品，发布行业产品质量信息，扩大优质食品添加剂和食品配料的宣传，向国内外食品、饮料行业推荐优质产品和新产品；

（6）配合政府有关部门，参与生产许可证等行政许可方面的事务，促进和推广行业体系认证工作；

（7）推行企业诚信体系建设，组织制定行规、行约，按照发展社会主义市场经济的要求，建立行业自律机制，并组织实施、监督和检查，维护行业公平竞争，维护行业整体利益和消费者的合法权益；

（8）接受政府有关部门委托或根据市场和行业发展需要，举办或组织企业参加本行业的国内外展览会、订货会，为企业开拓国内外市场创造条件，参与建立

国内外食品添加剂和食品配料的专业市场；

（9）组织和联合企业、科研单位、院校开展国内外科学技术交流与开发、创新工作；接受政府部门批准组织行业科技成果鉴定，特别是要加强食品添加剂开发与应用技术的推广，为生产企业和应用企业提供技术咨询和各种形式的技术服务，促进食品添加剂和食品配料行业整体科技水平和应用水平的提高；

（10）制定行业人才发展规划，组织行业技术培训、专业技术培训和人才交流工作，与有条件的大专院校共同开展各种形式的培训工作，为行业培训各个层面的技术人才；接受政府委托组织行业职工等级考评；

（11）加强与联合国粮农组织和世界卫生组织（FAO/WHO）国际食品添加剂法典委员会（CCFA）、食品添加剂联合专家委员会（JECFA）以及其他食品添加剂和食品配料的国际组织的交流与合作,与其它国家同行业协会加强联系与合作,使行业进一步与国际接轨；

（12）反映会员要求，帮助行业和企业解决在改革和发展中遇到的困难与问题，维护其合法权益；组织发展行业公益事业；承担政府部门、社会团体及会员单位委托的其他工作。

中国食品添加剂和配料协会是经国家批准注册登记的全国性食品添加剂和食品配料行业唯一的全行业组织。目前有团体（单位）会员 800 余个，其中海外团体会员近 100 个。协会宗旨是为企业服务、为行业服务、为政府服务。

中国食品添加剂和配料协会以为食品添加剂和食品配料行业服务为宗旨，以促进行业稳定、健康地发展为目的，发挥政府与行业之间的桥梁与纽带作用，接受政府委托搞好行业管理，反映行业情况与意见，维护会员合法权益，全心全意为行业服务，适应社会主义市场经济的要求，推动行业生产、流通、应用、管理、科研水平的不断提高及国际交流的扩大，加强行业自律，推动行业诚信建设，为促进行业稳定、健康地发展，保障食品安全，进一步提高人们的生活质量做出贡献。

2、上海欣融食品加入中国食品添加剂和配料协会的背景及其职能情况

上海欣融食品作为食品添加剂的经销商，为提高公司的行业知名度，接触更多客户，宣传公司产品，拓宽公司的销售和分销网络，上海欣融食品加入中国食品添加剂和配料协会，并积极参加中国食品添加剂和配料协会举办的商品展览会和行业交流活动。

中国食品添加剂和配料协会于 2019 年 3 月 17 日召开的第六届会员代表大会，选举产生了中国食品添加剂和配料协会第六届理事会成员。上海欣融食品为中国食品添加剂和配料协会第六届理事会成员理事单位之一。

根据中国食品添加剂和配料协会章程的规定，理事会是会员代表大会的执行机构，在会员代表大会闭会期间领导本团体开展日常工作，对会员代表大会负责。

理事会的职权为：（1）执行会员代表大会的决议；（2）选举和罢免常务理事、负责人；（3）决定名誉职务人选；（4）筹备召开会员代表大会，负责换届选举工作；（5）向会员代表大会报告工作和财务状况；（6）决定设立、变更和终止分支机构、代表机构、办事机构和其他所属机构；（7）决定副秘书长、各所属机构主要负责人的人选；（8）领导本会各所属机构开展工作；（9）审议年度工作报告和工作计划；（10）审议年度财务预算、决算；（11）决定会员的吸收和除名；（12）制定信息公开办法、财务管理制度、分支机构、代表机构管理办法等重要的管理制度；（13）决定本会负责人和工作人员的考核及薪酬管理办法；（14）决定其他重大事项。

理事的职能和权利为：（1）理事会的选举权、被选举权和表决权；（2）对本会工作情况、财务情况、重大事项的知情权、建议权和监督权；（3）参与制定内部管理制度，提出意见建议；（4）向理事长或理事会提出召开临时会议的建议权。

六、结合上述内容论证将上海欣融食品划分为“批发业”大类下的“其他食品批发”子行业的合理性

上海欣融食品主营业务为食品原料及食品添加剂的代理业务、选材咨询及配方研究，上海欣融食品为食品原料及食品添加剂的经销商，向国内食品生产商提供食品原料及食品添加剂。上海欣融食品及其子公司的主要下游客户为阿尔卑斯奶糖、曼妥思、不二家、徐福记等品牌的食品生产企业。上海欣融食品不进行食品原料及食品添加剂生产制造。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》，欣融食品属于为“批发业”（分类编码：F51）大类下的“食品、饮料及烟草制品批发”（分类编码：F512）中类。

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》，“批发业”（分类编码：F51）大类下的“食品、饮料及烟草制品批发”（分类编码：F512）中类主要包括下列子类：

代码				类别名称	说明
门类	大类	中类	小类		
F	51			批发业	指向其他批发或零售单位（含个体经营者）及其他企事业单位、机关团体等批量销售生活用品、生产资料的活动，以及从事进出口贸易和贸易经纪与代理的活动，包括拥有货物所有权，并以本单位(公司)的名义进行交易活动,也包括不拥有货物的所有权,收取佣金的商品代理、商品代售活动；本类还包括各类商品批发市场中固定摊位的批发活动，以及以销售为目的的收购活动
		512		食品、饮料及烟草制品批发	指经过加工和制造的食品、饮料及烟草制品的批发和进出口活动，以及蔬菜、水果、肉、禽、蛋、奶及水产品的批发和进出口活动
			5121	米、面制品及食用油批发	
			5122	糕点、糖果及糖批发	
			5123	果品、蔬菜批发	
			5124	肉、禽、蛋、奶及水产品批发	
			5125	盐及调味品批发	
			5126	营养和保健品批发	
			5127	酒、饮料及茶叶批发	指可直接饮用或稀释、冲泡后饮用的饮料、酒及茶叶的批发和进出口活动
			5128	烟草制品批发	指经过加工、生产的烟草制品的批发和进出口活动
			5129	其他食品批发	

上海欣融食品代理、经销的主要产品为食品原料和食品添加剂，包括炼乳、蔗糖脂肪酸酯、奶粉、香兰素、复配糕点乳化剂、咖啡粉、稀奶油、奶精、色素、微晶纤维素胶体、食用胶体、聚甘油脂肪酸酯、乳清蛋白、单甘脂等。欣融食品代理、经销的主要产品不属于“食品、饮料及烟草制品批发”（分类编码：F512）中类中的“米、面制品及食用油；糕点、糖果及糖；果品、蔬菜；肉、禽、蛋、奶及水产品；盐及调味品；营养和保健品；酒、饮料及茶叶；烟草制品”（分类编码：F5121 至 F5128）的产品类别。

所以，根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》，将欣融食品划分为“批发业”（分类编码：F51）大类下的“其他食品批发”（分类编码：F5129）子行业是合理的。

七、补充披露情况

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、同业竞争情况”之“（一）发行人与控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员控制的其他企业的同业竞争情况”中进行了补充披露。

（2）上海欣融食品的房屋、土地、商标、专利等资产以及员工情况；发行人与上海欣融食品在上述资产及人员方面是否存在混同。结合上述问题，说明发行人是否独立于上海欣融食品。

一、上海欣融食品的房屋、土地、商标、专利等资产以及员工情况

1、上海欣融食品的房屋、土地资产情况

截至本问询回复出具之日，上海欣融食品及其子公司无自有房屋资产及土地使用权，在境内承租 7 处房产，主要用于办公、实验室或仓储，具体情况如下：

序号	承租人	出租人	坐落地址	租赁面积 (m ²)	租赁期限	用途	租金
1	上海欣融食品	海象食品	上海市奉贤区金汇镇金斗路 666 号	480.83	2019/1/1-2021/12/31	实验室	14,625.09 元/月
2	上海欣融食品	明珠阀门集团有限公司	上海市奉贤区金汇镇工业路 518 号 6 幢	3,583.00	2018/1/1-2020/12/31	仓库	92,635.48 元/月
3	上海欣融食品	黄海晓	上海市曹杨路 1040 弄 1 号 25 层南部	584.26	2020/7/1-2023/6/30	办公	71,085 元/月
4	北京申欣融	刘俊、熊禹豪	北京市东城区东直门外大街 42 号宇飞大厦 1519 室	84.43	2020/1/28-2022/1/27	办公	20,000 元/月
5	成都盛欣融	许圣君	四川省成都市金牛区二环路西三段 133 号 3 栋 4 楼 402 号	30.19	2020/4/9-2021/4/8	办公	1200 元/月
6	广州捷洋	广东利海集团有限公司	广州市江南大道中 232 号华海大厦 B 座第 22 层第	278.66	2018/6/16-2023/6/15	办公	18,392 元/月，租赁期限第三年起，租金每

序号	承租人	出租人	坐落地址	租赁面积 (m ²)	租赁期限	用途	租金
			2209-2212 号商铺				年递增 5%
7	厦门裕欣融	吴小林	厦门市同安区梧侣路 1705 号 503 单元	38.95	2020/4/20-2021/4/19	办公	1,800 元/月

由于上海欣融食品及其子公司主要从事食品原料和添加剂的代理业务、选材咨询及配方研究，并不从事食品原料及食品添加剂的生产，不需要大量的生产厂房，经营所需厂地主要是仓储和办公。截至本问询函回复出具之日，欣融食品及其子公司对外租赁总面积合计 5,080.32 平方米，其中向发行人的子公司海象食品租赁面积为 480.83 平方米，占上海欣融食品及其子公司对外租赁总面积的比例为 9.46%，占比较小，主要用途为实验室。因此，上海欣融食品及其子公司不存在主要生产经营所需厂地来源于发行人的情况，其主要经营场所与发行人并不混同。

截至 2020 年 6 月 30 日，海融科技的主要生产经营房屋建筑物的情况如下：

(1) 自有房产

所有权人	权属证号	坐落	建筑面积 (平方米)	用途	使用期限
海融科技	粤（2016）广州市不动产权第 00259974 号	广州市越秀区广州大道北路 197 号 18C03 房	246.72	写字楼	1999.3.17-2049.3.26
海象食品	沪（2016）奉字不动产权第 001198 号	上海市奉贤区金斗路 688 号	6,352.02	厂房	2004.8.31-2054.8.30
海象食品	沪房地奉字（2010）第 002815 号	上海市奉贤区金斗路 666 号	3,549.23	厂房	2007.12.18-2057.12.17
海融印度	-	印度 Haryana, Sonapat, Industrial Estate Kundli, Sector 53, HSIIDC, Industrial Plot No. 441	3,320.82	厂房	-

(2) 租赁的生产经营用房

截至 2020 年 6 月 30 日，公司租赁的生产经营用房情况如下：

序号	承租人	出租人	坐落地址	租赁面积 (平方米)	租赁 期限	租金	用途
1	海融 印度	M Chandran	印度班加罗尔 West of Cord Road ,6 th Phase ,1 st Stage ,2 nd Floor ,No 4	143.995	2018/9/5- 2021/9/4	第一年月租金 58,000 印度卢 比，之后每年 按 5%上涨	办公

海融科技的主要经营的厂房和土地均为自有房产，仅存在一处租赁，上述租赁与产品生产无关，且面积占发行人的生产经营场所总面积比例极低，出租人为非关联方。因此，海融科技独立拥有其生产经营所需的房屋及建筑物，不存在与上海欣融食品及其子公司经营场所混同的情况。

2、上海欣融食品的商标、专利资产情况

截至 2020 年 6 月 30 日，上海欣融食品及其子公司在中国境内拥有 80 项注册商标，具体情况如下：

序号	注册号	权利人	商标图样	分 类 号	核定使用商标及服务	专用 权期限	取得 方式
1	3063312	欣融食品		29	黄油；搅打过的奶油；奶酪；奶油；牛奶；牛奶饮料；人造黄油；乳清；食用油脂；涂面包片用脂肪混合物（商品截止）	2013/03/07 - 2023/03/06	继 受 取得
2	4412388	欣融食品		30	食用芳香剂；食品用香料（含醚和香精油除外）；除香精油外的蛋糕用调味品；除香精油外的蛋糕调味香料；香草（香味调料）；除香精油外的饮料香料；除香精油外的饮料调味品（调味品）；制糖果用薄荷；除香精油外的饮料调味品；食用香料（不包括含醚香料和香精油）（截止）	2017/06/14 - 2027/06/13	继 受 取得
3	4412389	欣融食品		29	黄油；搅打过的奶油；奶酪；牛奶；牛奶饮料（以牛奶为主）；人造黄油；	2017/06/14 - 2027/06/13	继 受 取得

序号	注册号	权利人	商标图样	分类号	核定使用商标及服务	专用权期限	取得方式
					乳清；食用油脂；涂面包片用脂肪混合物（截止）		
4	9456255	欣融食品		30	冰淇淋；茶；谷类制品；含淀粉食物；咖啡调味香料(调味品)；食品用香料(含醚和香精油除外)；糖(截止)	2014/04/21 - 2024/04/20	继 受 取得
5	9456341	欣融食品		31	动物食品；谷(谷类)；活动物（截止）	2012/07/14 - 2022/07/13	继 受 取得
6	11020036	欣融食品		32	无酒精果汁饮料；啤酒；可乐；制啤酒用麦芽汁；果汁；水(饮料)；矿泉水(饮料)；奶茶(非奶为主)；豆类饮料；饮料制作配料（截止）	2013/10/07 - 2023/10/06	继 受 取得
7	11243866	欣融食品		1	碱土金属；工业用盐；科学用放射性元素；有机漂白化学品；除杀真菌剂、除草剂、除莠剂、杀虫剂、杀寄生虫剂外的农业化学产品；科学用化学制剂(非医用、非兽医用)；摄影用化学制剂；未加工人造树脂；农业肥料；工业用粘合剂（截止）	2013/12/14 - 2023/12/13	继 受 取得
8	11243910	欣融食品		2	染料；着色剂；食品用着色剂；计算机、打印机、文字处理机墨盒；皮肤绘画用墨；油漆；防腐蚀剂；天然树脂(原料)；无粘性化学涂料(不粘锅用)；防臭涂料（截止）	2013/12/14 - 2023/12/13	继 受 取得
9	11243957	欣融食品		3	肥皂；去污剂；皮革防腐剂(抛光剂)；磨擦用布；香精油；化妆品；非医用漱口剂；香；动物用化妆品（截止）	2014/04/21 - 2024/04/20	继 受 取得
10	11243988	欣融食品		4	工业用油脂；燃料；木炭(燃料)；蜡(原料)；蜡烛；除尘粘合剂；电能；	2013/12/14 - 2023/12/13	继 受 取得

序号	注册号	权利人	商标图样	分类号	核定使用商标及服务	专用权期限	取得方式
					以酒精为主的燃料；油漆用油；润滑油（截止）		
11	11244035	欣融食品	SHINEROAD	5	医药制剂；医用营养食物；净化剂；兽医用制剂；杀虫剂；卫生内裤；牙科用贵重金属合金；医用填料；卫生消毒剂；医用或兽医用微生物培养物（截止）	2013/12/14 - 2023/12/13	继受取得
12	11244104	欣融食品		6	未加工或半加工的铸铁；钢管；金属绳索；缆绳和管道用金属夹；金属钩（扣钉）；家具用金属附件；金属工具柄；运载工具用金属锁；金属储藏盒；不发光、非机械的金属标志（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得
13	11246344	欣融食品		16	纸；复写纸；卫生纸；日历；书籍；图画；订书机；办公用夹；钢笔；便携式印刷成套工具（办公用品）（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得
14	11246411	欣融食品		15	手风琴；钢琴；口琴；风笛；鼓（乐器）；喇叭；弹拨乐器；打击乐器；钢琴键盘；乐器弦轴（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得
15	11246859	欣融食品		14	首饰盒；项链（首饰）；手镯（首饰）；耳环；未加工或半加工贵重金属；贵重金属盒；小饰物（首饰）；钟；未加工的金或金箔；未加工、未打造的银（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得
16	11246940	欣融食品		13	机动武器；火器；武器肩带；引爆雷管；自燃性引火物；非玩具用火帽；焰火；烟火产品；鞭炮；个人防护用喷雾（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得
17	11247153	欣融食品		11	电炊具；冷冻设备和机器；空气调节设备；加热装置；供暖装置；卫生器	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得

序号	注册号	权利人	商标图样	分类号	核定使用商标及服务	专用权期限	取得方式
					械和设备；水净化设备和机器；非医用电加热垫；打火机（截止）		
18	11247255	欣融食品		10	外科仪器和器械；电动牙科设备；电疗器械；医用特制家具；奶瓶；避孕套；外科植入物（人造材料）；矫形用物品；缝合材料；医疗器械和仪器（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得
19	11247369	欣融食品		9	计算机外围设备；复印机（照相、静电、热）；运载工具用无线电设备；电子监控装置；电影摄影机；计量仪表；灭火器；个人用防事故装置；眼镜；电池（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得
20	11247452	欣融食品		8	磨具（手工具）；农业器具（手动的）；杀虫剂用喷雾器（手工具）；屠宰动物用器具和器械；电动或非电动刮胡刀；钻子（手工具）；穿孔工具（手工具）；镊子；剪刀；刀叉餐具（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得
21	11247576	欣融食品		7	农业机械；木材加工机；印刷机；纺织机；染色机；搅动机；电动制饮料机；制革机；自行车工业用机器设备；模压加工机器（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得
22	11248279	欣融食品		26	服装花边；帽子装饰品（非貴重金属）；服装扣；假发；针；人造花；服装垫肩；修补纺织品用热粘合补片；亚麻织品标记用交织字母饰片；松紧带（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得
23	11248332	欣融食品		25	服装；婴儿全套衣；游泳衣；防水服；鞋（脚上的穿着物）；帽子（头戴）；	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得

序号	注册号	权利人	商标图样	分类号	核定使用商标及服务	专用权期限	取得方式
					袜；手套(服装)；领带；皮带(服饰用)（截止）		
24	11248377	欣融食品		24	织物；塑料材料(纤维代用品)；纺织品制壁挂；毡；浴巾；床上用覆盖物；家具遮盖物；纺织品或塑料帘；纺织品制马桶盖罩；洗涤用连指手套（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得
25	11249019	欣融食品	SHINEROAD	23	毛线；人造丝；精纺棉；麻纱线；尼龙线；人造毛线；绒线；纺织用玻璃纤维线；纱；线（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得
26	11249161	欣融食品		20	家具；非金属容器(存储和运输用)；非金属工具柄；镜子(玻璃镜)；草编织物(草席除外)；木、蜡、石膏或塑料艺术品；木制或塑料制招牌；家养宠物栖息箱；家具用非金属附件；非金属钉（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得
27	11249189	欣融食品		22	绳索；网织物；伪装罩；帆；防水帆布；遮篷；运输和贮存散装物用口袋(麻袋)；瓶用草制包装物；非橡胶、非塑料制填充材料；纤维纺织原料（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得
28	11249192	欣融食品		19	半成品木材；建筑石料；水泥；混凝土建筑构件；非金属砖瓦；非金属耐火建筑材料；建筑用沥青制成物；非金属建筑物；建筑玻璃；涂层(建筑材料)（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得
29	11249224	欣融食品		21	餐具(刀、叉、匙除外)；日用玻璃器皿(包括杯、盘、壶、缸)；家庭用陶瓷制品；饮用器皿；盥洗室器具；梳；牙刷；化妆用具；食物保温容器；手动	2013/12/21 - 2023/12/20	继受取得

序号	注册号	权利人	商标图样	分类号	核定使用商标及服务	专用权期限	取得方式
					清洁器具（截止）		
30	11249227	欣融食品		18	(女式)钱包；家具用皮装饰；皮肩带；伞；手杖；皮带(鞍具)；制香肠用肠衣；半加工或未加工皮革；公文包；旅行包（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
31	11249282	欣融食品		17	生橡胶或半成品橡胶；橡皮圈；保温用非导热材料；防污染的浮动障碍物；绝缘材料；防水包装物；封拉线(卷烟)；绝缘手套；非金属制管套；非文具、非医用、非家用自粘胶带（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
32	11254926	欣融食品		37	建筑咨询；建筑设备出租；室内装潢修理；加热设备安装和修理；电器设备的安装和修理；医疗器械的安装和修理；清除电子设备的干扰；汽车保养和修理；照相器材修理；防锈（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
33	11255001	欣融食品		36	保险；人寿保险；艺术品估价；珠宝估价；海关经纪；募集慈善基金；邮票估价；健康保险；事故保险（截止）	2014/02/28 - 2024/02/27	继 受 取得
34	11255060	欣融食品	SHINEROAD	35	广告；为零售目的在通讯媒体上展示商品；商业信息；特许经营的商业管理；外购服务(商业辅助)；进出口代理；替他人推销；替他人采购(替其他企业购买商品或服务)；市场营销；人事管理咨询（截止）	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
35	11255136	欣融食品		34	烟草；香烟；烟用药草；烟丝；雪茄烟；烟袋；香烟盒；香烟烟嘴；烟灰缸；（防止烟草变干的）保	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得

序号	注册号	权利人	商标图样	分类号	核定使用商标及服务	专用权期限	取得方式
					润盒（截止）		
36	11255212	欣融食品		33	果酒(含酒精); 苦味酒; 鸡尾酒; 苹果酒; 葡萄酒; 烈酒(饮料); 米酒; 朗姆酒; 黄酒; 清酒(截止)	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
37	11255625	欣融食品		32	果汁; 水(饮料); 无酒精饮料; 蔬菜汁(饮料); 乳酸饮料(果制品, 非奶); 饮料制作配料; 啤酒; 无酒精果汁饮料; 无酒精苹果酒; 饮料香精(截止)	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
38	11255654	欣融食品		31	装饰用干花; 坚果(水果); 新鲜槟榔; 新鲜蔬菜; 未加工谷种; 酿酒麦芽; 动物垫窝用干稻草; 装饰用干植物; 新鲜水果; 鲜食用菌(截止)	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
39	11255664	欣融食品		29	猪肉食品; 食用水生植物提取物; 甲壳动物(非活); 鱼罐头; 以水果为主的零食小吃; 蛋; 蔬菜色拉; 果冻; 以果蔬为主的零食小吃; 豆腐制品(截止)	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
40	11255671	欣融食品		28	游戏机; 玩具; 棋; 运动用球; 锻炼身体器械; 射箭用器具; 体育活动器械; 游泳池(娱乐用品); 轮滑鞋; 钓鱼用具(截止)	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
41	11255679	欣融食品		27	地毯; 席; 地垫; 墙纸; 非纺织品制墙上挂毯; 汽车用垫毯; 枕席; 地毯底衬; 地板覆盖物; 浴室防滑垫(截止)	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
42	11260488	欣融食品	SHINEROAD	9	时间记录装置; 复印机(照相、静电、热); 衡量器具; 量具; 信号灯; 电影摄影机; 计量仪表; 检验用镜; 灭火设备(截止)	2014/01/07 - 2024/01/06	继 受 取得

序号	注册号	权利人	商标图样	分类号	核定使用商标及服务	专用权期限	取得方式
43	11260609	欣融食品	SHINEROAD	37	加热设备安装和修理；汽车保养和修理；照相器材修理；钟表修理；防锈；修保险锁；轮胎硫化处理(修理)；家具保养；皮革保养、清洗和修补；消毒(截止)	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
44	11260677	欣融食品	 SHINEROAD	38	电视播放；无线电广播；信息传送；移动电话通讯；电讯设备出租；电话机出租；提供与全球计算机网络的电讯联接服务；远程会议服务；为电话购物提供电讯渠道；提供互联网聊天室(截止)	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
45	11260754	欣融食品	 SHINEROAD	39	货物递送；运送乘客；商品包装；船运货物；汽车运输；停车位出租；货物贮存；潜水服出租；快递服务(信件或商品)；旅行预订(截止)	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
46	11260837	欣融食品	 SHINEROAD	40	定做材料装配(替他人)；焊接；纺织品精加工；木器制作；纸张加工；玻璃窗着色处理(表面涂层)；烧制陶器；食物冷冻；剥制加工；空气净化(截止)	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
47	11260901	欣融食品	 SHINEROAD	41	教育；流动图书馆；书籍出版；录像带发行；电影放映机及其附件出租；娱乐；健身俱乐部(健身和体能训练)；玩具出租；游戏器具出租(截止)	2014/04/21 - 2024/04/20	继 受 取得
48	11260961	欣融食品	 SHINEROAD	42	节能领域的咨询；质量控制；化妆品研究；生物学研究；气象信息；材料测试；包装设计；室内装饰设计；服装设计；替他人创建和维护网站(截止)	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
49	11261030	欣融食品	 SHINEROAD	43	住所(旅馆、供膳寄宿处)；酒吧服务；活动房屋出	2013/12/21 -	继 受 取得

序号	注册号	权利人	商标图样	分类号	核定使用商标及服务	专用权期限	取得方式
					租；帐篷出租；养老院；日间托儿所(看孩子)；动物寄养；饮水机出租；烹饪设备出租；出租椅子、桌子、桌布和玻璃器皿(截止)	2023/12/20	
50	11261055	欣融食品		45	安全保卫咨询；社交护送(陪伴)；服装出租；殡仪；交友服务；灭火器出租；保险箱出租；计划和安排婚礼服务；计算机软件许可(法律服务)；失物招领(截止)	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
51	11261099	欣融食品		44	医疗辅助；疗养院；饮食营养指导；美容院；宠物饲养；风景设计；眼镜行；卫生设备出租；牙科；远程医学服务(截止)	2013/12/21 - 2023/12/20	继 受 取得
52	11797364	欣融食品		32	啤酒；麦芽汁(发酵后成啤酒)；无酒精果汁；饮料香精；饮料制作配料；奶茶(非奶为主)(截止)	2014/05/07 - 2024/05/06	原 始 取得
53	11797411	欣融食品		31	圣诞树；燕麦；植物；活动物；活家禽；新鲜水果；新鲜蔬菜；饲料；动物栖息用干草；人或动物食用海藻(截止)	2014/05/07 - 2024/05/06	原 始 取得
54	11797500	欣融食品		30	茶；冰茶；茶饮料；可可饮料；糖；蜂蜜；油茶粉；谷粉制食品；面条；冰淇淋(截止)	2014/05/07 - 2024/05/06	原 始 取得
55	11797554	欣融食品		29	肉；鱼(非活)；蔬菜罐头；冷冻水果；腌制蔬菜；蛋；牛奶；食用油脂；明胶；烹饪用蛋白(截止)	2014/05/07 - 2024/05/06	原 始 取得
56	34187225	欣融食品		30	谷粉；谷类制品；加工过的谷物；冰淇淋；除精油外的饮料用调味品(截止)	2019/10/07 - 2029/10/06	原 始 取得
57	34184944	欣融食品		31	谷(谷类)；未加工的谷物；植物种子；农作物种子；活的可食用水生动物；新鲜	2019/10/14 - 2029/10/13	原 始 取得

序号	注册号	权利人	商标图样	分类号	核定使用商标及服务	专用权期限	取得方式
					蔬菜(截止)		
58	37404578	欣融食品	轻枫	32	啤酒； 麦芽汁（发酵后成啤酒）； 制造无酒精饮料的香精（非天然香精油）；	2020/04/07 - 2030/04/06	原始取得
59	37417784	欣融食品	轻枫	1	工业用盐； 食品工业用果胶； 食物防腐用化学品； 醋化用细菌制剂；	2020/05/28 - 2030/05/27	原始取得
60	37428380	欣融食品	轻枫	30	冰淇淋；	2020/05/21 - 2030/05/20	原始取得
61	37430240	欣融食品	轻枫	29	肉； 鱼（非活）； 蔬菜罐头； 冷冻水果； 腌制蔬菜； 蛋； 牛奶制品； 食用油脂； 明胶； 烹饪用蛋白；	2020/03/28 - 2030/03/27	原始取得
62	39428201	欣融食品	欣融米分	43	咖啡馆； 自助餐馆； 餐厅； 饭店； 餐馆； 自助餐厅； 快餐馆； 流动饮食供应； 茶馆； 烹饪设备出租；	2020/02/21 - 2030/02/20	原始取得
63	39432438	欣融食品	欣融米分	35	特许经营的商业管理； 广告； 广告宣传； 广告代理； 商业管理辅助； 人事管理咨询； 商业管理和企业组织咨询； 公共关系； 商业管理顾问； 进出口代理；	2020/02/21 - 2030/02/20	原始取得
64	39436736	欣融食品	欣融米分	32	无酒精果汁； 姜汁汽水； 无酒精果汁饮料； 果汁； 无酒精饮料； 带果肉果汁饮料； 柠檬水； 咖啡味非酒精饮料； 茶味非酒精饮料； 奶茶（非奶为主）；	2020/02/21 - 2030/02/20	原始取得
65	39436740	欣融食品	欣融米分	30	咖啡； 未烘过的咖啡； 加奶咖啡饮料； 咖啡饮料； 茶饮料； 春卷； 面粉； 米粉（粉状）； 米粉（条状）； 面条；	2020/02/21 - 2030/02/20	原始取得
66	39444840	欣融食品	欣融米分	41	广告、推销、市场营销和商业战略规划的课程； 传授技术（培训）； 烹饪培	2020/02/21 - 2030/02/20	原始取得

序号	注册号	权利人	商标图样	分类号	核定使用商标及服务	专用权期限	取得方式
					训； 培训； 教学； 娱乐（水上公园和娱乐中心）； 辅导（培训）； 函授课程； 实际培训（示范）； 就业指导（教育或培训顾问）；		
67	39518268	欣融食品	mepho	43	咖啡馆； 自助餐馆； 餐厅； 饭店； 餐馆； 自助餐厅； 快餐馆； 流动饮食供应； 茶馆； 烹饪设备出租；	2020/03/21 - 2030/03/20	原始取得
68	39529277	欣融食品	mepho	41	广告、推销、市场营销和商业战略规划的培训课程； 传授技术（培训）； 烹饪培训； 培训； 教学； 娱乐（水上公园和娱乐中心）； 辅导（培训）； 函授课程； 实际培训（示范）； 就业指导（教育或培训顾问）；	2020/04/07 - 2030/04/06	原始取得
69	39529287	欣融食品	mepho	32	无酒精果汁； 姜汁汽水； 无酒精果汁饮料； 果汁； 无酒精饮料； 带果肉果汁饮料； 柠檬水； 咖啡味非酒精饮料； 茶味非酒精饮料； 奶茶（非奶为主）；	2020/04/07 - 2030/04/06	原始取得
70	39534193	欣融食品	mepho	30	咖啡； 未烘过的咖啡； 加奶咖啡饮料； 咖啡饮料； 茶饮料； 春卷； 面粉； 米粉（粉状）； 米粉（条状）； 面条；	2020/03/21 - 2030/03/20	原始取得
71	39536615	欣融食品	mepho	29	牛肉清汤； 肉汤； 牛肉清汤汤料； 牛肉清汤浓缩汁； 肉汤浓缩汁； 蔬菜色拉； 豆腐制品； 甲壳动物（非活）； 鱼罐头； 以水果为主的零食小吃；	2020/04/07 - 2030/04/06	原始取得
72	39862825	欣融食品	Chainee	32	无酒精果汁； 姜汁汽水； 无酒精果汁饮料； 果汁； 无酒精饮料； 带果肉果汁饮料； 柠檬水； 咖啡味非酒精饮料； 茶味非酒精饮料； 奶茶（非奶为主）；	2020/03/14 - 2030/03/13	原始取得

序号	注册号	权利人	商标图样	分类号	核定使用商标及服务	专用权期限	取得方式
73	39862828	欣融食品	Chainee	30	咖啡；未烘过的咖啡；加奶咖啡饮料；咖啡饮料；茶饮料；春卷；面粉；米粉（粉状）；米粉（条状）；面条；	2020/03/14 - 2030/03/13	原始取得
74	39878860	欣融食品	Chainee	29	牛肉清汤；肉汤；牛肉清汤汤料；牛肉清汤浓缩汁；肉汤浓缩汁；蔬菜色拉；豆腐制品；甲壳动物（非活）；鱼罐头；以水果为主的零食小吃；	2020/03/14 - 2030/03/13	原始取得
75	39878864	欣融食品	传艺	43	烹饪设备出租；	2020/05/14 - 2030/05/13	原始取得
76	39889553	欣融食品	Chainee	43	烹饪设备出租；	2020/05/21 - 2030/05/20	原始取得
77	39889590	欣融食品	传艺	30	春卷；米粉（条状）；面条；	2020/05/21 - 2030/05/20	原始取得
78	39889593	欣融食品	传艺	29	豆腐制品；甲壳动物（非活）；鱼罐头；	2020/05/21 - 2030/05/20	原始取得
79	41885504	欣融食品	米分兔	29	肉汤；牛肉清汤汤料；牛肉清汤浓缩汁；肉汤浓缩汁；蔬菜色拉；豆腐制品；牛肉清汤；甲壳动物（非活）；鱼罐头；以水果为主的零食小吃；	2020/06/28 - 2030/06/27	原始取得
80	41889234	欣融食品	米分兔	41	广告、推销、市场营销和商业战略规划的课程；传授技术（培训）；烹饪培训；培训；教学；娱乐（水上公园和娱乐中心）；就业指导（教育或培训顾问）；辅导（培训）；函授课程；实际培训（示范）；	2020/06/21 - 2030/06/20	原始取得

上海欣融食品拥有的境内注册商标仅用于公司 LOGO 及标识使用，上海欣融食品及其子公司在实际经营业务中，需保留所代理产品生产商的商标直接进行

销售。截至 2020 年 6 月 30 日，上海欣融食品及其子公司在中国境外未拥有注册商标。截至 2020 年 6 月 30 日，上海欣融食品及其子公司在中国境内未取得专利。

截至 2020 年 6 月 30 日，海融科技在国内取得专利权属证书的专利合计 38 项，其中，发明专利 23 项，实用新型专利 14 项，外观设计专利 1 项。截至 2020 年 6 月 30 日，上海欣融食品及其子公司在中国境内未取得专利。海融科技所获取的专利主要用于植脂奶油、果酱、巧克力的研发、生产和制作，与上海欣融食品及其子公司主营业务不同，因此上海欣融食品及其子公司不存在与发行人使用对方专利进行经营销售的情形。

截至 2020 年 6 月 30 日，海融科技及控股子公司共拥有境内注册商标 144 项，拥有境外注册商标 69 项，所有商标均为自主拥有，不存在上海欣融食品及其子公司与发行人使用对方商标进行经营销售的情形。

3、上海欣融食品的员工情况

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，欣融食品员工总数分别为 104 人、110 人、115 人及 116 人。

截至 2020 年 6 月 30 日，欣融食品员工构成如下：

专业结构	员工人数（名）	占 比
供应链人员*	21	18.10%
研发人员	23	19.83%
销售及市场营销人员	32	27.59%
财务人员	20	17.24%
行政管理人员	20	17.24%
合 计	116	100.00%

*注：供应链人员为欣融食品供应链中心、采购部、储运部员工，负责欣融食品经销业务的商品采购、仓储、搬运及物流工作。

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，发行人员工总数分别为 695 人、755 人、754 人及 746 人。

截至 2020 年 6 月 30 日，海融科技及其子公司员工构成如下：

专业结构	员工人数（名）	占 比
生产人员	195	26.14%

研发人员	82	10.99%
销售及市场营销人员	342	45.84%
财务人员	34	4.56%
行政管理人员	93	12.47%
合 计	746	100.00%

截至 2020 年 6 月 30 日，上海欣融食品及其子公司与发行人均独立拥有经营所需的员工，不存在人员混同的情况。

二、发行人与上海欣融食品在上述资产及人员方面是否存在混同

截至本问询函回复出具之日，发行人生产经营所需的房屋及建筑物主要为自有房屋及建筑物，上海欣融食品及其子公司向发行人的子公司租赁面积占其对外租赁总面积的比例为 9.46%，占比较小。上海欣融食品及其子公司在房屋土地方面不存在混同的情形。

上海欣融食品主要从事食品原料及食品添加剂的代理业务，在实际经营业务中，需保留所代理产品生产商的商标直接进行销售，截至 2020 年 6 月 30 日，上海欣融食品及其子公司在中国境内未取得专利；截至 2020 年 6 月 30 日，海融科技及控股子公司共拥有境内注册商标 144 项，拥有境外注册商标 69 项，海融科技国内取得专利权属证书的专利合计 38 项，发行人均使用自有商标或专利进行生产经营，不存在与上海欣融食品及其子公司在商标、专利方面的混同。

截至 2020 年 6 月 30 日，上海欣融食品员工总数为 116 人，包括行政管理人员、供应链人员、研发人员、销售及市场营销人员、财务人员等人员；海融科技及其子公司员工总数为 746 人，包括生产人员、研发人员、销售及市场营销人员、财务人员、行政管理人员，双方均独立拥有日常经营所需的员工，不存在人员混同的情形。

综上，发行人的房屋、土地、商标、专利等资产以及人员方面同上海欣融食品及其子公司不存在混同的情形。

三、结合上述问题，说明发行人是否独立于上海欣融食品

发行人严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的规定规范运作，建立、健全了公司法人治理结构，在资产、人员、财务、机构及

业务方面与上海欣融食品及其子公司互相独立，具有独立完整的业务体系及面向市场自主经营的能力。

1、资产独立

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人的主要经营厂房和土地均为自有房产，仅在印度存在一处租赁，上述租赁与产品生产无关，且面积占发行人的生产经营场所总面积比例极低，出租人为非关联方。因此，发行人独立拥有其生产经营所需的房屋及建筑物，不存在与上海欣融食品及其子公司经营场所混同的情况。

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人共拥有境内注册商标 144 项，拥有境外注册商标 69 项，国内取得专利权属证书的专利合计 38 项，发行人均使用自有商标或专利进行生产经营，不存在与上海欣融食品及其子公司在商标、专利方面的混同。

发行人的主要生产技术包括低反式脂肪酸型植脂奶油生产技术、低脂型植脂奶油生产技术、植脂奶油连续充气打发技术、植脂奶油配料混合循环技术、混合乳脂的植脂奶油制备、非氢化代可可脂巧克力、低糖果酱品类等新品研发、生产或升级技术，该技术主要侧重于研发、生产植脂奶油、果酱、巧克力等产品新品或升级。欣融食品的主要技术为食品原料和添加剂在工业化生产的食品中的应用技术，如：植物蛋白饮料应用方案、预包装咖啡饮料应用方案，该技术主要侧重于发挥其代理的食品原料、添加剂的功能，提升工业化生产的食品品质。因此，发行人与欣融食品的技术在适用范围、主要作用、研究方向等方面均存在显著差异，公司与欣融食品在技术上相互独立。

综上所述，发行人具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统，该等资产权属清晰，不存在与上海欣融食品混同的情形。

2、人员独立

报告期内，欣融食品和发行人均独立招聘采购、销售人员，建立了独立的采购、销售渠道；发行人建立了独立的研发、采购、生产、销售的经营团队，并独立持有其生产经营所需的资产和技术；欣融食品亦具有独立的研发、采购和销售团队，并独立持有其生产经营所需的资产和技术。

截至 2020 年 6 月 30 日，上海欣融食品共有员工 116 人，包括行政管理人

员、供应链人员、研发人员、销售及市场营销人员、财务人员等人员；**发行人共拥有员工 746 人**，包括生产人员、研发人员、销售及市场营销人员、财务人员、行政管理人员，双方均独立拥有日常经营所需的员工，不存在人员混同的情形。

发行人的董事、监事均严格按照《公司法》和《公司章程》的有关规定选举产生，履行了合法程序，不存在股东超越公司股东大会和董事会做出人事任免决定的情况；发行人的总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等人员专职在本公司工作，并在公司领取薪酬，未在上海欣融食品及其子公司中担任除董事、监事以外的其他职务，未在上海欣融食品及其子公司中领薪；发行人的财务人员没有在上海欣融食品及其子公司中兼职。

3、财务独立

发行人设立了独立的财务部门，建立了独立的会计核算体系和财务管理制度，配备了专职的财务会计人员，独立进行会计核算和财务决策；制定了符合上市公司要求的、规范的内部控制制度，对分公司、子公司的财务管理也做出了明确规定。公司未与上海欣融食品及其子公司共用银行账户。

4、机构独立

发行人根据相关法律法规建立了较为完善的法人治理结构，股东大会、董事会、监事会、经理层严格按照《公司章程》规范运作，并履行各自职责。建立了符合自身业务经营需要的组织机构且运行良好，各部门均独立履行其职能，其履行职能不受实际控制人及其他关联方的干预。发行人的组织机构独立运作，不存在与上海欣融食品及其子公司混合经营、合署办公的情形，完全拥有机构设置自主权。

5、业务独立

发行人主要从事植脂奶油、巧克力、果酱等烘焙食品原料的研发、生产和销售，目前发行人已经形成了独立完整的研发、生产、采购和销售体系，具有面向市场独立开展业务的能力，上海欣融食品及其子公司主要从事食品原料和添加剂的代理业务、选材咨询及配方研究，主要代理销售雀巢、三菱化学食品、索尔维等大型国际知名企业的部分食品原料和添加剂。发行人与上海欣融食品及其子公司所经营的产品在性状、用途等方面完全不同，不存在可替代性，针对的客户群体不同，产品之间不存在竞争关系，发行人的业务独立于上海欣融食品及其子公司。

综上，发行人在资产、人员、财务、机构及业务方面与上海欣融食品及其子公司互相独立，具有独立完整的业务体系及面向市场自主经营的能力。

四、补充披露情况

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、同业竞争情况”之“（一）发行人与控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员控制的其他企业的同业竞争情况”中进行了补充披露。

（3）结合问题（1）、（2）的内容，参照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》（以下简称审核问答）内容，披露上海欣融食品及其子公司是否对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

依据《审核问答》问题 5 的规定：

“申请在创业板上市的企业，如存在同业竞争情形认定同业竞争是否构成重大不利影响时，保荐人及发行人律师应结合竞争方与发行人的经营地域、产品或服务的定位，同业竞争是否会导致发行人与竞争方之间的非公平竞争，是否会导致发行人与竞争方之间存在利益输送、是否会导致发行人与竞争方之间相互或者单方让渡商业机会情形，对未来发展的潜在影响等方面，核查并出具明确意见。竞争方的同类收入或毛利占发行人主营业务收入或毛利的比例达 30%以上的，如无充分相反证据，原则上应认定为构成重大不利影响。

发行人应当结合目前经营情况、未来发展战略等，在招股说明书中充分披露未来对上述构成同业竞争的资产、业务的安排，以及避免上市后出现重大不利影响同业竞争的措施。”

一、发行人与欣融食品及其子公司不存在同业竞争的情况

发行人与欣融食品及其子公司不存在同业竞争的情形，具体分析如下：

上海欣融食品原料有限公司及其子公司主要经营食品原料和添加剂的代理业务、选材咨询及配方研究，与发行人的业务不存在同业竞争，体现在以下几方面：

1、各自经营的产品不同且不具有可替代性、下游客户不同

海融科技为烘焙食品原料的生产制造企业，主要从事植脂奶油、果酱、巧克

力等烘焙食品原料的研发、生产和销售，其产品主要用于奶油蛋糕等烘焙类食品的生产，最终客户主要为全国各地的烘焙连锁经营企业，如米旗、安徽巴莉甜甜、八十五度、金凤成祥等。

海融科技的主要产品及其用途、主要下游客户如下：

产 品	产品来源	产品主要用途	主要下游客户
植脂奶油	自产	烘焙食品表面装饰及夹馅使用	直销客户主要是米旗、安徽巴莉甜甜、八十五度、金凤成祥等连锁烘焙饼店；经销商主要是 KCG CORPORATION CO.,LTD.、重庆枫叶食品工业有限责任公司、广东嘉怡食品有限公司等
果酱	自产	烘焙食品表面装饰、夹馅，直接涂抹食用	
巧克力	自产	烘焙食品表面装饰及夹馅使用	
香精香料	自产	食品调味	

欣融食品及其子公司主要从事食品原料和添加剂的代理业务、选材咨询及配方研究，主要代理销售雀巢、三菱化学食品、索尔维等大型国际知名企业的部分食品原料和添加剂。其代理的产品包括蔗糖脂肪酸酯、炼乳、奶精、咖啡粉、稀奶油、奶粉、色素、微晶纤维素胶体、食用胶体、聚甘油脂肪酸酯、乳清蛋白、单甘脂等食品原料和各种食品添加剂，主要用于生产糖果、含乳饮料等食品，主要的下游客户为阿尔卑斯奶糖、曼妥思、不二家、徐福记等品牌的食品生产企业。

欣融食品及其子公司代理的主要产品及其用途如下：

产品	产品来源	产品主要用途
炼 乳	代理	一种牛奶制品，用鲜牛奶或羊奶经过消毒浓缩制成，具有天然奶香以及独特焦香风味。用于调整食品中牛奶含量、提供奶制品风味等。
蔗糖脂肪酸酯	代理	可靠的食物乳化剂，可广泛应用于饮料、焙烤食品原料、面粉制品、糖果、可可制品、乳制品中。
奶 粉	代理	由鲜牛乳采用喷雾干燥工艺生产，广泛应用在食品各类产品之中
香兰素	代理	香兰素采用绿色“邻苯二酚”工艺生产，纯度达到 99.98%，用于食品调香，适用于饮料、糖果、巧克力、含乳饮料、牛奶与新鲜产品、冰淇淋、口香糖、香精等食品领域。
复配糕点乳化剂	代理	由高品质的食用乳化剂和精制的辅料构成，削弱乳化剂的异味，在不影响蛋糕风味的前提下，凸显原材料的风味。具有高面糊稳定性、延缓淀粉老化、改善产品风味的优秀特点。适用于海绵、重油、松软重油等各类中、长保蛋糕产品。
咖啡粉	代理	速溶咖啡粉，是由咖啡液萃取浓缩后喷雾干燥制得。广泛应用在咖啡饮料等食品中提供咖啡特有风味。
稀奶油	代理	以乳为原料，分离出的含脂肪部分，添加或不添加其它原料、

产品	产品来源	产品主要用途
		食品添加剂和营养强化剂。欣融食品代理的稀奶油系按照工业客户的应用进行商业定制，主要作为糖果、烹调料理、冰淇淋、沙司、汤、咖喱等食品的原材料。
奶 精	代理	以糖或糖浆、食用油脂等为主要原料，经喷雾干燥等加工工艺制成的粉状或颗粒状制品，主要应用在奶粉、咖啡、麦片、调味料及相关产品中，用于增白或改善口感。
色 素	代理	色素产品包括天然色素类和合成色素类，色素主要是赋予食品缤纷色彩，用于乳制品、糖果、饮料、调味品、肉制品等各类食品。
微晶纤维素 胶体	代理	来源于木浆的微晶纤维素分散在 CMC（羧甲基纤维素钠）或者是黄原胶胶体复合而成的混合物，主要用于改善乳品、咖啡等食品质构，起到乳化稳定的作用。
食用胶体	一般贸易	食用胶体是能溶解或分散于水中，并在一定条件下，其分子中的亲水基团，如羧基、羟基、氨基和羧酸根等，能与水分子发生水化作用形成黏稠、滑腻的溶液或凝胶。在食品加工中起到增稠、增黏、黏附力、凝胶形成力、硬度、脆性、紧密度、稳定乳化、悬浊体等作用。可用于饮料、乳制品、调味品等食品行业。
聚甘油脂肪 酸酯	一般贸易	以聚甘油与脂肪酸进行酯化反应而成的产物。具有乳化、分散、稳定、助溶、消泡等作用，主要应用于饮料、乳产品、加工油脂等食品中。
乳清蛋白	一般贸易	以牛奶为原料通过超滤、喷雾干燥工艺分离浓缩而成的一种粉状牛奶蛋白，在各类食品中作为蛋白补充和营养补充。主要应用于肉制品、发酵乳、保健食品和饮料等各类食品中。
单甘脂	一般贸易	二羟基丙基十八烷酸酯，由 C16—C18 长链脂肪酸与丙三醇进行酯化反应而制得，常作为乳化剂和添加剂使用。在糖果、巧克力、冰淇淋、饮料等食品工业领域，具有乳化、分散、稳定、起泡、消泡和淀粉抗老化等作用。

此外，报告期内，海融科技与欣融食品及其子公司前五名客户和前五名供应商均不存在重合，具体请参见本题回复之“（1）上海欣融食品的主要情况，报告期内主要财务数据，主营业务及具体产品收入金额及占比情况；上海欣融食品主要采购、生产、销售模式，与前五大客户及供应商交易金额及占比情况，与发行人前五大客户及供应商重合名单及各自销售金额、占比情况；上海欣融食品的同行业竞争对手企业与发行人及其竞争对手是否存在重合；上海欣融食品加入中国食品添加剂和配料协会的背景及其职能情况；结合上述内容论证将上海欣融食品划分为“批发业”大类下的“其他食品批发”子行业的合理性。”之“三、上海欣融食品主要客户、供应商及交易情况”。

综上所述，海融科技与欣融食品及其子公司所经营的产品在性状、用途等方面完全不同，不存在可替代性，针对的客户群体不同，报告期内，前五大供应商和客户均不存在重合情况，产品之间不存在竞争关系。

2、所处行业不同

海融科技和欣融食品及其子公司在行业体系中分属于不同的行业，海融科技属于“制造业”中的“食品制造业”（《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）分类编码 C14），根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》，公司属于“食品制造业”（分类编码：C14）大类下的“其他未列明食品制造”子行业（分类编码：C1499），海融科技是中国焙烤食品糖制品工业协会的成员，受其自律监管。

欣融食品及其子公司根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》属于“批发业”（分类编码：F51）大类下的“其他食品批发”子行业（分类编码：F5129），欣融食品是中国食品添加剂和配料协会的成员，受其自律监管。

3、欣融食品及其子公司与发行人相互独立、不存在让渡或共享商业利益的情形

欣融食品及其子公司与发行人自成立以来，均各自独立开展业务，建立各自完整的经营体系，在业务、资产、人员、财务、机构等方面均相互独立、互不依赖，均具有独立、完整的资产和业务体系，独立面向市场自主经营的能力，及差异化的业务发展规划，不存在让渡或共享商业利益的情形。具体内容请参见本题回复之“（2）上海欣融食品的房屋、土地、商标、专利等资产以及员工情况；发行人与上海欣融食品在上述资产及人员方面是否存在混同。结合上述问题，说明发行人是否独立于上海欣融食品。”之“三、结合上述问题，说明发行人是否独立于上海欣融食品”。

4、经营模式不同

海融科技是一家经营自有品牌，以植脂奶油为主的烘焙食品原料的生产制造型企业，公司通过对市场调研、分析，自主定位、自我研发、自行生产，自由推广和销售各类自有品牌产品。

欣融食品及其子公司主要从事食品原料和添加剂的代理业务、选材咨询及配方研究，主要代理销售雀巢、三菱化学食品、索尔维等大型国际知名企业的部分食品原料和添加剂，在代理合同限定的区域内进行渠道推广管理以及代理产品的应用研究。

因此，海融科技和欣融食品及其子公司的经营模式、经营特征和经营方向完全不同。

综上所述，海融科技与欣融食品及其子公司各自经营的产品不同且不具有可替代性，经营模式、经营特征和经营方向不同，所处行业不同，双方在业务经营上不存在竞争情况。

二、欣融食品及其子公司与发行人不存在利益输送、相互或者单方让渡商业机会情形

欣融食品及其子公司与发行人自成立以来，均各自独立开展业务，建立各自完整的经营体系，发行人在房屋、土地、商标、专利等资产和人员方面完全独立于欣融食品及其子公司，不存在发行人对欣融食品的房屋、土地、商标、专利等资产和人员方面的重大依赖的情况。欣融食品及其子公司与发行人均具有独立、完整的资产和业务体系，独立面向市场自主经营的能力，及差异化的业务发展规划，不存在利益输送、相互或者单方让渡商业机会情形。

三、欣融食品及其子公司的不竞争承诺

根据欣融食品及其子公司出具的关于避免同业竞争的承诺书：“自签署承诺函之日起，如海融科技进一步开拓其产品和业务范围，本公司将不与海融科技拓展后的产品和业务相竞争”。

综上，发行人与上海欣融食品及其子公司不存在同业竞争，不存在会导致发行人与欣融食品及其子公司之间的非公平竞争，不存在会导致发行人与欣融食品及其子公司之间存在利益输送、相互或者单方让渡商业机会的情形。上海欣融食品及其子公司已出具相关承诺，在发行人未来发展可能开拓其他产品和业务范围的，上海欣融食品及其子公司将不与发行人相竞争。上海欣融食品及其子公司不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

四、补充披露情况

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、同业竞争情况”之“（一）发行人与控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员控制的其他企业的同业竞争情况”中进行了补充披露。

(4) 上海蒂娜可可食品有限公司、香港上市公司欣融国际控股旗下的 2 家越南公司的基本情况、主营业务、主要产品、报告期内主要财务数据及主要客户情况；发行人与该企业是否存在业务、资产、人员、财务、机构方面的混同；结合上述内容，参照《审核问答》内容，补充披露该企业与发行人是否对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

一、上海蒂娜可可食品有限公司、香港上市公司欣融国际控股旗下的 2 家越南公司的基本情况、主营业务、主要产品、报告期内主要财务数据及主要客户情况

1、上海蒂娜可可食品有限公司的基本情况、主营业务、主要产品、报告期内主要财务数据及主要客户情况

(1) 历史沿革

①2007 年 7 月，蒂娜可可成立

2007 年 6 月 19 日，上海欣融实业发展有限公司、黄海波、黄海瑚、蔡伟旗、江凤琴、李俊奎签署《公司章程》，决定共同出资 200.00 万元设立蒂娜可可，其中，欣融实业出资 100.00 万元，黄海波出资 40.00 万元，黄海瑚出资 20.00 万元，蔡伟旗出资 20.00 万元，江凤琴出资 10.00 万元，李俊奎出资 10.00 万元，均为货币出资。

2007 年 7 月 6 日，蒂娜可可可在上海市工商行政管理局奉贤分局办理完公司设立的工商登记。

经核查，蒂娜可可成立时的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	股权比例（%）
1	上海欣融实业发展有限公司	100.00	50.00
2	黄海波	40.00	20.00
3	黄海瑚	20.00	10.00
4	蔡伟旗	20.00	10.00
5	江凤琴	10.00	5.00
6	李俊奎	10.00	5.00
	合 计	200.00	100.00

②2010 年 5 月，蒂娜可可注销

2010 年 2 月 21 日，蒂娜可可召开股东会会议并通过决议，决定：（1）同意

公司解散；（2）成立清算组，成员为江凤琴、安晓英、徐明仙，其中江凤琴为清算小组负责人；（3）清算组成立之日起 10 日内将清算组成员名单向公司登记机关办理备案；（4）清算组成立之日起 10 日内通知债权人，并于 60 日内在报纸上公告。在清算公司财产、编制资产负债表和财产清单后，及时制定清算方案，报股东确认；（5）清算结束后，清算组应制作清算报告，报股东确认。

2010 年 5 月 25 日，清算组制作《注销清算报告》并于同日由蒂娜可可股东会确认。

2010 年 5 月 28 日，上海市工商行政管理局奉贤分局向蒂娜可可出具《准予注销登记通知书》，蒂娜可可办理完毕注销登记。

（2）主营业务、主要产品、报告期内主要财务数据及主要客户情况

蒂娜可可成立时经营范围为食品销售管理（非实物方式），食品模具加工（上述经营范围涉及许可经营的凭许可证经营），运营期间主要业务内容为代可可脂巧克力的研发、生产和销售。

蒂娜可可已于 2010 年 5 月 28 日注销，报告期内无财务数据及主要客户情况。

2、香港上市公司欣融国际控股旗下的 2 家越南公司的基本情况、主营业务、主要产品、报告期内主要财务数据及主要客户情况

香港上市公司欣融国际控股旗下的 2 家越南公司分别为 Shineroad Investment Vietnam Company Limited 和 Shineroad Food Technology Viet Nam Company Limited。

（1）Shineroad Investment Vietnam Company Limited

Shineroad Investment Vietnam Company Limited 的基本情况如下：

成立时间	2019 年 03 月 08 日	法定股本面值	注册资本 100 万美元
经营地点	越南 胡志明市	已发行股本面值	实到资本 100 万美元
注册地址	26 Le Van Mien street, Thao Dien ward, District 2, Ho Chi Minh city, Vietnam		
注册编号	0315551106		
股权结构	Shineroad Food Holdings Limited	100.00%	
公司董事	黄欣融		
主营业务	食品原料，添加剂，食品机械贸易，食品技术服务/咨询		

Shineroad Investment 系 Shineroad Food Holdings Limited 持股 100% 的子公司

司，于 2019 年 3 月 8 日设立，主要拟在越南从事食品原料和添加剂贸易业务。

经核查 Shineroad Investment 为 2019 年新设立的公司，报告期内尚未开展业务，无实际经销产品及客户。

Shineroad Investment 报告期内主要财务数据情况如下：

项目 (单位：越盾万元)	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	2,192,967.03	2,163,242.38
净资产	1,567,046.37	1,814,474.26
净利润	-7,550.55	-522,002.37
审计情况	未经审计	未经审计

其中净利润为负主要系发生的管理费用所致。

(2) Shineroad Food Technology Viet Nam Company Limited 的基本情况如下：

成立时间	2019 年 08 月 21 日	法定股本面值	注册资本 50 万美元
经营地点	越南 胡志明市	已发行股本面值	实到资本 50 万美元
注册地址	26 Le Van Mien street, Thao Dien ward, District 2, Ho Chi Minh city, Vietnam		
注册编号	0315881062		
股权结构	Shineroad Investment Vietnam Company Limited	100.00%	
公司董事	黄欣融		
主营业务	食品原料，添加剂，食品机械贸易，食品技术服务/咨询		

Shineroad Food Technology 系 Shineroad Investment 持股 100%的子公司，于 2019 年 8 月 21 日设立，主要拟在越南从事食品原料和添加剂贸易业务，报告期内尚未开展业务，无实际经销产品及客户。

Shineroad Food Technology 报告期内主要财务数据情况如下：

项目 (单位：越盾万元)	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	2,113,246.90	1,166,108.61
净资产	870,437.74	1,166,108.61
净利润	70,825.20	108.61
审计情况	未经审计	未经审计

Shineroad Food Technology 2019 年度实现的净利润主要是利息收入。

Shineroad Investment 的主要资产为现金及现金等价物及对子公司 Shineroad

Food Technology 的长期股权投资。Shineroad Food Technology 的主要资产为现金及现金等价物。

截至 2020 年 6 月 30 日，Shineroad Investment 共有 15 名员工，主要为管理人员和销售人員，与发行人不存在员工重合。报告期内，Shineroad Food Technology 未开展实际业务，无实际经营人员。

报告期内，发行人与蒂娜可可、香港上市公司欣融国际控股旗下的 2 家越南公司不存在资金、业务往来，发行人的业务、资产、人员、财务、机构完全独立于该企业，发行人与该企业不存在业务、资产、人员、财务、机构方面的混同。

三、结合上述内容，参照《审核问答》内容，补充披露该企业与发行人是否对发行人构成重大不利影响的同业竞争

依据《审核问答》问题 5 的规定：

“申请在创业板上市的企业，如存在同业竞争情形认定同业竞争是否构成重大不利影响时，保荐人及发行人律师应结合竞争方与发行人的经营地域、产品或服务的定位，同业竞争是否会导致发行人与竞争方之间的非公平竞争，是否会导致发行人与竞争方之间存在利益输送、是否会导致发行人与竞争方之间相互或者单方让渡商业机会情形，对未来发展的潜在影响等方面，核查并出具明确意见。竞争方的同类收入或毛利占发行人主营业务收入或毛利的比例达 30%以上的，如无充分相反证据，原则上应认定为构成重大不利影响。

发行人应当结合目前经营情况、未来发展战略等，在招股说明书中充分披露未来对上述构成同业竞争的资产、业务的安排，以及避免上市后出现重大不利影响同业竞争的措施。”

蒂娜可可已于 2010 年 5 月 28 日注销。

香港上市公司欣融国际控股旗下的 2 家越南公司 Shineroad Investment、Shineroad Food Technology 均为 2019 年新设立的公司，报告期内尚未开展业务。Shineroad Investment、Shineroad Food Technology 拟在越南从事食品原料和添加剂贸易业务，与欣融食品的业务相似，与发行人的产品不具有竞争性和可替代性，不存在同业竞争的情形。

四、补充披露情况

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、同业竞争情况”之“（一）发行人与控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员控制的其他企业的同业竞争情况”中进行了补充披露。

（5）核查情况及核查结论

保荐机构和发行人律师对发行人、欣融食品及其子公司、蒂娜可可、香港上市公司欣融国际控股旗下的2家越南公司进行了如下核查：

- 1、获取了欣融国际在香港联交所披露招股书、年度报告等材料；
- 2、获取了欣融食品及其子公司的主要同业竞争对手名单并进行了网络核查；查看了欣融食品及其子公司的营业执照、销售清单、采购清单等；
- 3、对中国食品添加剂和配料协会的简介、公告及协会章程等进行了网络核查；
- 4、获取了国家统计局发布的《国民经济行业分类》并进行分析；
- 5、获取了欣融食品及其子公司的资产清单、租赁合同清单、商标和专利权利证书、员工花名册；对欣融食品及其子公司境内专利及商标进行网络核查；获取了欣融食品及其子公司出具的书面确认；与发行人的房屋、土地、商标、专利等资产以及员工花名册进行比对；
- 6、获取了欣融食品及其子公司出具的不竞争承诺函；
- 7、获取了蒂娜可可的工商登记及注销档案；
- 8、获取了香港上市公司欣融国际控股旗下的2家越南公司的注册文件、2019年度财务报表、员工花名册；获取了香港上市公司欣融国际控股旗下的2家越南公司的书面确认及不竞争承诺函。
- 9、获取了发行人控股股东和实际控制人调查表，通过国家企业信用信息公示系统等公开方式进行了核查。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

- 1、欣融食品与发行人各自前五大客户及供应商不存在重合；欣融食品的同行业竞争对手企业与发行人及其竞争对手不存在重合；欣融食品作为食品添加剂的经销商，主要为提高公司的行业知名度，拓宽公司的销售和分销网络加入中国食品添加剂和配料协会。欣融食品除了作为中国食品添加剂和配料协会第六届理事会成员理事单位，未在中国食品添加剂和配料协会担任其他职务。欣融食品作

为理事单位，行使中国食品添加剂和配料协会章程规定的理事权利、履行相应义务，参加理事会会议；根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》，将欣融食品划分为“批发业”（分类编码：F51）大类下的“其他食品批发”（分类编码：F5129）子行业是合理的；

2、发行人与欣融食品在房屋、土地、商标、专利等资产以及人员方面不存在混同；发行人独立于欣融食品；

3、欣融食品及其子公司对发行人不构成重大不利影响的同业竞争；

4、发行人与蒂娜可可、香港上市公司欣融国际控股旗下的 2 家越南公司不存在业务、资产、人员、财务、机构方面的混同；蒂娜可可、香港上市公司欣融国际控股旗下的 2 家越南公司不对发行人构成重大不利影响的同业竞争；

5、发行人已完整披露控股股东及实际控制人控制的其他企业，不存在遗漏披露的情况。

2. 关于收入。请发行人补充披露以下内容：（1）招股说明书披露，发行人产品类型包括植脂奶油、巧克力、果酱、香精香料，其中植脂奶油又可分为内销含乳脂植脂奶油、内销不含乳脂植脂奶油、出口植脂奶油、印度植脂奶油。请发行人以表格形式补充披露以上产品销售数量和销售单价的变动对各产品销售收入影响。（2）请补充披露：①报告期内销含乳脂植脂奶油销售数量增长较快的原因；②内销不含乳脂植脂奶油 2019 年销售数量下降较快的原因；③印度植脂奶油报告期销售数量增长较快、2018 年单价下滑的原因。（3）招股说明书披露“按《中华人民共和国企业所得税法》的规定……免征出口销售环节的增值税，并对采购环节的增值税额，按规定的退税率计算后予以退还”，请补充披露公司出口退税金额与出口销售金额的匹配关系，说明差异原因及合理性。（4）2019 年发行人境外销售占营业收入比为 27.65%，境外收入增长金额占当年营业收入增长金额的 50.43%，其中海融科技占 4.72%，海融印度占 45.71%；请充分披露海融印度的生产经营情况，包括但不限于固定资产原值、净值、成新率，主要固定资产内容及金额，产能及产能利用率，各类人员构成、数量、人均工资与当地水平比较情况，新增、退出、持续合作的客户数量及对应收入金额，充分说明并披露海融印度收入增长的合理性、真实性。（5）请补充披露新冠肺炎疫情对公司 2020 年上年度的经营情况和财务数据的影响。（6）请结合国际贸易形势及各国新冠疫情等因素，补充披露其对公司出口业务、印度海外业务的影响。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

落实情况：

（1）招股说明书披露，发行人产品类型包括植脂奶油、巧克力、果酱、香精香料，其中植脂奶油又可分为内销含乳脂植脂奶油、内销不含乳脂植脂奶油、出口植脂奶油、印度植脂奶油。请发行人以表格形式补充披露以上产品销售数量和销售单价的变动对各产品销售收入影响。

一、发行人各产品销售数量和销售单价的变动对销售收入的影响

（一）销售数量和销售单价变化对 2018 年和 2017 年销售收入的影响分析

2017 年度至 2018 年度各产品销售情况及产品销售数量和单价的变动对各产品的影响如下：

单位：十吨、万元、元/公斤

项目	2018 年度			2017 年度		
	数量	金额	销售单价	数量	金额	销售单价
	A1	B1	C1=B1/A1	A	B	C=B/A
植脂奶油	4,167.50	48,730.31	11.69	3,730.53	42,859.88	11.49
其中：						
内销含乳脂植脂奶油	2,031.95	28,181.64	13.87	1,723.40	23,318.30	13.53
内销不含乳脂植脂奶油	1,063.31	10,524.21	9.90	1,096.73	10,441.93	9.52
出口植脂奶油	243.25	2,562.67	10.53	228.85	2,393.87	10.46
印度植脂奶油	828.99	7,461.79	9.00	681.55	6,705.78	9.84
巧克力	121.18	2,783.03	22.97	99.53	2,087.52	20.97
果 酱	82.06	1,724.35	21.01	83.61	1,696.04	20.29
香精香料	9.17	477.31	52.05	5.99	322.83	53.90
合 计	4,379.91	53,715.00		3,919.65	46,966.26	

1、控制变量法下，以单价、数量的顺序分别进行迭代的情况如下：

2017 年度至 2018 年度各产品销售单价、销售数量的变动对销售收入的影响如下：

单位：十吨、万元、元/公斤

项目	单价变动	单价影响	数量变动	数量影响	合计
	①=C1-C	②=①*A	③=A1-A	④=③*C1	②+④=B1-B
植脂奶油	0.20	760.90	436.98	5,109.54	5,870.43
其中：					
内销含乳脂植脂奶油	0.34	583.93	308.55	4,279.42	4,863.34
内销不含乳脂植脂奶油	0.38	413.11	-33.43	-330.83	82.28
出口植脂奶油	0.07	17.05	14.40	151.75	168.80
印度植脂奶油	-0.84	-571.14	147.44	1,327.14	756.00
巧克力	1.99	198.27	21.65	497.23	695.51
果 酱	0.73	60.76	-1.54	-32.44	28.32
香精香料	-1.85	-11.08	3.18	165.56	154.48
合 计	0.82	690.91	460.26	6,057.83	6,748.74
影响占比		10.24%		89.76%	100.00%

2、控制变量法下，以数量、单价的顺序分别进行迭代的情况如下：

2017 年度至 2018 年度各产品销售数量、销售单价的变动对销售收入的影响如下：

单位：十吨、万元、元/公斤

项目	数量变动	数量影响	单价变动	单价影响	合计
	①=A1-A	②=①*C	③=C1-C	④=③*A1	②+④=B1-B
植脂奶油	436.98	5,020.41	0.20	850.02	5,870.43
其中：					
内销含乳脂植脂奶油	308.55	4,174.87	0.34	688.47	4,863.34
内销不含乳脂植脂奶油	-33.43	-318.24	0.38	400.52	82.28
出口植脂奶油	14.40	150.68	0.07	18.12	168.80
印度植脂奶油	147.44	1,450.70	-0.84	-694.70	756.00
巧克力	21.65	454.10	1.99	241.40	695.51
果 酱	-1.54	-31.32	0.73	59.63	28.32
香精香料	3.18	171.44	-1.85	-16.96	154.48
合 计	460.26	6,052.23	0.82	696.50	6,748.74
影响占比		89.68%		10.32%	100.00%

由上述控制变量法下分析可知，2018 年销售收入的增长主要来源于内销含乳脂植脂奶油销售数量的增长。

（二）销售数量和销售单价变化对 2019 年和 2018 年销售收入的影响分析

2018 年度至 2019 年度各产品销售情况如下：

单位：十吨、万元、元/公斤

项目	2019 年度			2018 年度		
	数量	金额	销售单价	数量	金额	销售单价
	A1	B1	C1=B1/A1	A	B	C=B/A
植脂奶油	4,340.98	52,876.10	12.18	4,167.50	48,730.31	11.69
其中：						
内销含乳脂植脂奶油	2,183.51	32,144.50	14.72	2,031.95	28,181.64	13.87
内销不含乳脂植脂奶油	866.05	8,560.69	9.88	1,063.31	10,524.21	9.90
出口植脂奶油	248.28	2,736.07	11.02	243.25	2,562.67	10.53
印度植脂奶油	1,043.15	9,434.84	9.04	828.99	7,461.79	9.00
巧克力	112.64	2,587.86	22.97	121.18	2,783.03	22.97
果 酱	96.57	2,062.27	21.35	82.06	1,724.35	21.01
香精香料	9.39	488.74	52.07	9.17	477.31	52.05
合 计	4,559.58	58,014.96		4,379.91	53,715.00	

1、控制变量法下，以单价、数量的顺序分别进行迭代的情况如下：

2018 年度至 2019 年度各产品销售单价、销售数量的变动对销售收入的影响如下：

单位：十吨、万元、元/公斤

项目	单价变动	单价影响	数量变动	数量影响	合计
	①=C1-C	②=①*A	③=A1-A	④=③*C1	②+④=B1-B
植脂奶油	0.49	2,032.75	173.47	2,113.04	4,145.79
其中：					
内销含乳脂植脂奶油	0.85	1,731.74	151.55	2,231.11	3,962.86
内销不含乳脂植脂奶油	-0.01	-13.66	-197.26	-1,949.85	-1,963.52
出口植脂奶油	0.49	118.06	5.02	55.35	173.40
印度植脂奶油	0.04	36.09	214.16	1,936.96	1,973.05
巧克力	0.01	0.83	-8.53	-196.00	-195.17
果 酱	0.34	28.12	14.51	309.80	337.91
香精香料	0.02	0.15	0.22	11.28	11.43
合 计	1.73	1,901.32	179.67	2,398.64	4,299.96
影响占比		44.22%		55.78%	100.00%

2、控制变量法下，以数量、单价的顺序分别进行迭代的情况如下：

2018 年度至 2019 年度各产品销售数量、销售单价的变动对销售收入的影响如下：

单位：十吨、万元、元/公斤

项目	数量变动	数量影响	单价变动	单价影响	合计
	①=A1-A	②=①*C	③=C1-C	④=③*A1	②+④=B1-B
植脂奶油	173.47	2,028.42	0.49	2,117.36	4,145.79
其中：					
内销含乳脂植脂奶油	151.55	2,101.95	0.85	1,860.91	3,962.86
内销不含乳脂植脂奶油	-197.26	-1,952.39	-0.01	-11.13	-1,963.52
出口植脂奶油	5.02	52.91	0.49	120.49	173.40
印度植脂奶油	214.16	1,927.63	0.04	45.42	1,973.05
巧克力	-8.53	-195.94	0.01	0.77	-195.17
果 酱	14.51	304.83	0.34	33.09	337.91
香精香料	0.22	11.28	0.02	0.15	11.43

合 计	179.67	2,250.27	1.73	2,049.69	4,299.96
影响占比		52.33%		47.67%	100.00%

由上述控制变量法下分析可知，2019 年销售收入的增长主要受内销含乳脂植脂奶油销售数量的增加和销售单价的上升，以及印度植脂奶油销售数量的增长，上述增长抵消了内销不含乳脂植脂奶油销售数量下降带来的不利影响。

综上，报告期内，销售收入的增长主要来源于内销含乳脂植脂奶油销售数量的增加和销售单价的上涨，以及印度植脂奶油销售数量的增长。

内销含乳脂植脂奶油的销量增加主要是由于含乳脂植脂奶油能更好的兼具口感及操作性，其市场需求逐年提升，同时，顺应市场需求的变化，公司加强了含乳脂植脂奶油的推广和销售，其销售收入占植脂奶油产品的销售收入比从 2017 年度的 54.41%上涨至 2019 年度的 60.79%。

内销含乳脂植脂奶油销售单价的上涨原因如下：1）受到国内增值税率变动的影响，2017-2019 年度税率逐年下降（2017 年 1 月-2018 年 4 月适用增值税税率为 17%，2018 年 5 月-2019 年 3 月适用增值税税率为 16%，2019 年 3 月-2019 年 12 月适用增值税税率为 13%），公司的含税销售价格基本未发生变动，增值税率的下降导致各类产品不含税的销售单价逐年增长，2）受到销售单价较高的产品系列占比逐年增长的影响亦带来了销售单价的增长，公司 2018 年 4 季度还推出了销售单价较高的“飞青花”系列植脂奶油产品，“飞青花”系列植脂奶油产品销售金额占内销含乳植脂奶油的比例由 2018 年度的 1.24%上升至 2019 年度的 12.80%，2019 年度的平均销售价格为 16.08 元/公斤，而其他系列产品平均价格为 13.88 元/公斤（各系列价格平均数），因此“飞青花”系列植脂奶油产品的销售占比上升也拉高了部分内销含乳脂植脂奶油产品的销售单价。

印度植脂奶油销售数量的增长主要系随着印度居民生活水平的日益提高，并且随着全球化的发展，印度烘焙食品行业进入了一个蓬勃发展期：根据 Euromonitor International（欧睿国际）的调查显示，印度烘焙市场规模由 2014 年 109,107.8 百万印度卢比上升至 2019 年 178,742.8 百万印度卢比，复合增长率达到 10.38%，潜力巨大，蓬勃发展的烘焙市场对烘焙原料市场的发展产生了驱动作用，带动了发行人子公司海融印度销售收入的增长。

二、补充披露情况

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二 经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动情况分析”中进行了补充披露。

（2）请补充披露：①报告期内销含乳脂植脂奶油销售数量增长较快的原因；②内销不含乳脂植脂奶油 2019 年销售数量下降较快的原因；③印度植脂奶油报告期销售数量增长较快、2018 年单价下滑的原因。

一、报告期内销含乳脂植脂奶油销售数量增长较快的原因

报告期内，公司的内销含乳脂植脂奶油的销售数量变动情况如下：

单位：吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	较上年度 增减	2018 年度	较上年度 增减	2017 年度
内销含乳脂植 脂奶油	9,208.75	21,835.08	7.46%	20,319.53	17.90%	17,233.98

由于含乳脂植脂奶油含有天然乳脂成分，口感顺滑，可以提升终端产品的口感、味道、营养等特性，越来越受到市场的青睐，报告期内，公司的内销含乳脂植脂奶油一直是植脂奶油产品中销售占比最大的产品，其数量呈现逐年上涨的趋势。

2018 年度较 2017 年度含乳脂植脂奶油产品的销售增长了 3,085.55 吨，主要是当年主推含乳脂植脂奶油-丝诺系列产品，2018 年度较 2017 年度该系列产品的销量从 6,493.26 吨增至 9,961.92 吨，大幅增长了 3,468.67 吨，该系列产品由于口感好、可塑性强，受到经销商和下游终端客户的青睐，2019 年度丝诺系列产品的销售继续保持了增长的势头，销售增至 11,163.40 吨，从而导致 2019 年度的内销含乳脂植脂奶油产品在 2018 年度增长的继续上继续保持增长。报告期内，丝诺系列植脂奶油产品的销售数量增长是公司含乳脂植脂奶油产品销售数量增长的主要原因。同时，公司 2018 年 4 季度还推出了“飞青花”系列植脂奶油产品，其在 2019 年度实现了 2,795.44 吨的销售，成为了新的含乳脂植脂奶油销售主打产品之一。

二、内销不含乳脂植脂奶油 2019 年销售数量下降较快的原因

报告期内，公司的内销不含乳脂植脂奶油的销售数量变动情况如下：

单位：吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	较上年度 增减	2018 年度	较上年度 增减	2017 年度
内销不含乳脂 植脂奶油	3,156.34	8,660.50	-18.55%	10,633.09	-3.05%	10,967.34

报告期内，公司的内销不含乳脂植脂奶油产品呈现下降趋势，2019 年度销售数量较 2018 年度下降了 1,972.59 吨，降幅达到了 18.55%。近年来，公司加大了新产品的研发，根据产品的受欢迎程度和终端消费者的口感偏好等因素，不断推出含乳脂植脂奶油的新品，逐步减少了不含乳脂系列产品的研发和销售，公司不含乳脂植脂奶油桑爱、季歌、柚歌等系列产品报告期内呈现逐年下降的趋势，2019 年度，内销的桑爱、季歌和柚歌系列产品分别较 2018 年度下降了 780.70 吨、692.29 吨、258.64 吨，为满足国内市场的消费倾向和需求，国内新品的研发和推广主要以含乳脂植脂奶油为主，逐步由含乳脂植脂奶油替代不含乳脂植脂奶油，因此报告期内，公司内销的不含乳脂植脂奶油产品销售数量下降较快。

三、2018 年度印度植脂奶油销售单价下滑的原因

报告期内，印度植脂奶油销售单价变动情况如下：

印度植脂奶油	2020 年 1-6 月	较上年度 增减	2019 年度	较上年度 增减	2018 年度	较上年度 增减	2017 年度
销售单价 (人民币 元/公斤)	8.74	-3.32%	9.04	0.44%	9.00	-8.54%	9.84
销售单价 (印度卢比/公斤)	92.03	-2.94%	94.82	1.98%	92.98	0.60%	92.43

2018 年度，印度植脂奶油销售单价下降主要系受汇率影响。2017 年度印度卢比对人民币平均汇率为 1: 0.1038, 2018 年度印度卢比对人民币平均汇率为 1: 0.0968, 下降 6.74%，同期印度植脂奶油销售单价下降 8.54%，因此汇率影响系导致 2018 年度印度植脂奶油销售单价下降的主要因素，报告期内按印度卢比计价的销售单价波动较小。

四、报告期内印度植脂奶油销售数量情况

报告期内，印度植脂奶油销售数量变动情况如下：

单位：吨

印度植脂奶油	2020 年 1-6 月	2019 年度	较上年度增减	2018 年度	较上年度增减	2017 年度
销售数量	2,813.94	10,431.46	25.83%	8,289.90	21.63%	6,815.47

2017 年-2019 年度，印度植脂奶油销售数量持续增长，主要源于以下原因：

1、印度经济及烘焙食品原料行业的整体发展

2000 年-2018 年，印度人均 GDP 从 443.31 美元上升至 2,009.98 美元；根据世界银行发布的数据印度的人均 GNI 基于购买力评价从 2000 年的 2,130.00 国际元上升至 7,680.00 国际元。随着印度居民生活水平的日益提高，并且随着全球化的发展，印度烘焙食品行业进入了一个蓬勃发展期：根据 Euromonitor International（欧睿国际）的调查显示，印度烘焙市场规模由 2014 年 109,107.8 百万印度卢比上升至 2019 年 178,742.8 百万印度卢比，复合增长率达到 10.38%，潜力巨大，蓬勃发展的烘焙市场对烘焙原料市场的发展产生了驱动作用，带动了发行人子公司海融印度销售数量的增长。

2、加大产品售前售后服务力度，拓展销售渠道

发行人子公司海融印度高度重视产品的售前售后服务质量，积极扩展印度市场的销售渠道，并不断加强与经销商的协作，带动销售数量的增长。

3、重视产品品质，客户销售稳定，带动销售收入增长

发行人子公司海融印度高度重视产品品质，在下游烘焙食品加工销售企业中形成良好的口碑，提高最终用户重复购买率，进而带动销售增长。报告期内，海融印度前十大客户的销售金额从 2017 年度的 2,075.50 万元增长至 2019 年度的 3,306.13 万元。

五、补充披露情况

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二 经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动情况分析”中进行了补充披露。

（3）招股说明书披露“按《中华人民共和国企业所得税法》的规定……免征

出口销售环节的增值税，并对采购环节的增值税额，按规定的退税率计算后予以退还”，请补充披露公司出口退税金额与出口销售金额的匹配关系，说明差异原因及合理性。

公司报告期内涉及出口业务的企业主要为海融科技、海象食品，主要是销售给海外客户的奶油和境内出口到海融印度的预拌粉（该部分收入在合并报表时抵消），报告期内海融科技、海象食品出口销售金额与出口退税金额关系如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-6 月
当期出口销售额	3,130.63	3,246.13	3,695.67	1,717.80
其中：适用征收率 17%/退税率 13%的出口销售额	24.64	11.86	0.00	0.00
适用征收率 17%/退税率 15%的出口销售额	3,105.99	767.57	0.00	0.00
适用征收率 16%/退税率 13%的出口销售额	0.00	12.69	0.00	0.00
适用征收率 16%/退税率 15%的出口销售额	0.00	1,849.07	0.00	0.00
适用征收率 16%/退税率 16%的出口销售额	0.00	604.94	1,408.75	0.00
适用征收率 13%/退税率 13%的出口销售额	0.00	0.00	2,286.92	1,717.80
出口货物销售额乘退税率（a）	469.10	492.48	522.70	223.32
上期结转免抵退税额递减额(b)	0.00	0.00	0.00	0.00
免抵退税额抵减额(c)	0.00	0.00	0.00	0.00
免抵退税额(d)（如 a>b+c,则为 a-b-c,否则为 0）	469.10	492.48	522.70	223.32
当期应纳增值税（e）	2,949.77	3,232.09	2,532.84	1,220.77
当期应退税额（如 e≥0,则为 0;）	0.00	0.00	0.00	0.00

2017-2019 年度，由于海融科技及海象食品内销收入超过出口收入，海融科技及海象食品每期均需要缴纳增值税，且各月均无留抵税额，因此 2017-2019 年度内公司实际未收到出口退税，与公司的当期增值税缴纳情况和出口销售金额相匹配。2020 年 1-6 月，由于海象食品在收齐退（免）税凭证及相关电子信息后，申报时点应纳税额小于 0，产生出口退税，收到退税金额为 24.50 万元。与公司的当期增值税缴纳情况和出口销售金额相匹配。

补充披露情况：

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十、公司报告期内执行的税收政策和主要税种”之“（一）境内公司主要税种及计税范围”中进行了补充披露。

（4）2019 年发行人境外销售占营业收入比为 27.65%，境外收入增长金额占当年营业收入增长金额的 50.43%，其中海融科技占 4.72%，海融印度占 45.71%；请充分披露海融印度的生产经营情况，包括但不限于固定资产原值、净值、成新率，主要固定资产内容及金额，产能及产能利用率，各类人员构成、数量、人均工资与当地水平比较情况，新增、退出、持续合作的客户数量及对应收入金额，充分说明并披露海融印度收入增长的合理性、真实性。

一、主要固定资产情况

截至 2020 年 6 月 30 日，海融印度账面原值大于人民币 10 万元的主要固定资产明细情况如下：

单位：万元

序号	分类	名称	原值	净值	成新率
1	房屋建筑物	土地及厂房	647.63	563.86	87.07%
2	机器设备	半封闭式低温水冷却螺杆冷凝机组	336.18	22.01	6.55%
3	机器设备	植脂奶油新生产线	148.11	128.60	86.83%
4	机器设备	新冷藏库制冷设备	47.94	35.83	74.74%
5	机器设备	发电机（容量：750KVA）	41.37	31.71	76.66%
6	办公设备	办公家具	32.26	1.96	6.06%
7	机器设备	发电机（容量：500KVA）	23.44	0.80	3.43%
8	机器设备	冷却塔	23.03	19.63	85.25%
9	机器设备	灌装机（型号：CSK-S30）	22.00	20.04	91.08%
10	机器设备	变压器（容量：1600KVA）	21.80	18.17	83.34%
11	机器设备	预混包装机	21.48	15.44	71.86%
12	运输设备	JEEP 指南者汽车	21.10	9.36	44.37%
13	运输设备	丰田 CorollaAltis 汽车	19.97	2.40	12.03%
14	运输设备	丰田 InnovaCrysta 汽车	17.62	9.46	53.67%
15	机器设备	二级水净化装置	16.22	14.14	87.16%

16	机器设备	发电机（容量：380KVA）	15.94	0.55	3.43%
17	房屋建筑物	碾压混凝土车道	13.78	12.32	89.41%
18	机器设备	灌装机	13.43	5.06	37.68%
19	运输设备	丰田 INNOVA2 汽车	13.03	0.39	2.98%
20	机器设备	冷却装置压气机	11.74	7.87	67.07%
21	运输设备	丰田 TempoTraveller 汽车	11.55	0.78	6.78%
合 计			1,519.63	920.39	60.57%

截至 2020 年 6 月 30 日，海融印度的主要固定资产平均成新率为 60.57%，均处于正常使用状态，运行情况稳定。

补充披露情况：

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“八、公司在境外经营情况”中进行了补充披露。

二、产能及产能利用率情况

报告期内，海融印度的主要产品产能及利用情况如下：

项 目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
植脂奶油	产能（吨）	5,500.00	11,000.00	9,000.00	8,400.00
	产量（吨）	3,018.00	10,491.00	8,535.00	6,813.00
	产能利用率	54.87%	95.37%	94.83%	81.11%
果 酱	产能（吨）	250.00	500.00	500.00	500.00
	产量（吨）	48	292.00	285.00	302.00
	产能利用率	19.20%	58.40%	57.00%	60.40%

报告期内，海融印度主营产品植脂奶油的产能利用率呈逐年上升趋势。2017 年至 2019 年度，海融印度已基本处于满负荷生产状态。2020 年上半年，受疫情影响，海融印度的产能利用率较低。

补充披露情况：

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“八、公司在境外经营情况”中进行了补充披露。

三、人员构成及薪酬水平

1、海融印度员工人数及构成

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末，海融印度员工总数分

别为 161 人、166 人、174 人及 166 人。

报告期内各期末，海融印度各类人员构成、数量情况如下：

单位：名

专业结构	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
生产人员	46	27.71%	48	27.59%	44	26.51%	46	28.58%
研发人员	3	1.81%	5	2.87%	3	1.81%	4	2.48%
销售及市场营销人员	75	45.18%	78	44.83%	80	48.19%	72	44.72%
财务人员	8	4.82%	8	4.60%	8	4.82%	8	4.97%
行政管理人员	34	20.48%	35	20.11%	31	18.67%	31	19.25%
合 计	166	100.00%	174	100.00%	166	100.00%	161	100.00%

2、海融印度各岗位员工薪酬水平

报告期内，海融印度各类人员人均工资情况如下：

单位：万元/年

类别 ^{注1}	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
生产人员	1.23	3.41	2.95	2.83
研发人员	3.91	4.41	4.25	4.03
销售及市场营销人员	3.76	6.06	5.66	5.03
财务人员	5.67	8.60	8.68	7.01
行政管理人员	2.38	3.52	3.69	2.92
合计	2.89	4.90	4.61	4.10

注 1：薪酬=工资+奖金，不包括福利、社保公积金等；

平均薪酬=分类别薪酬/月平均人数；

月平均人数=（1 月末人数+2 月末人数+.....+12 月末人数）/12

2020 年 1-6 月未年化

报告期内，海融印度员工的人均年度薪酬呈逐年递增趋势，主要系考虑单位用工成本每年不断增加后给予员工的小幅调薪。报告期内，海融印度平均人工成本与同地区平均薪酬水平如下：

单位：万元/年

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海融印度平均薪酬 ^{注1}	2.89	4.90	4.61	4.10
印度最低工资要求 ^{注2}	暂未披露	1.44	1.37	1.33

注 1：薪酬=工资+奖金，不包括福利、社保公积金等；

平均薪酬=分类别薪酬/月平均人数；

月平均人数=（1 月末人数+2 月末人数+.....+12 月末人数）/12。

2020 年 1-6 月末年化

注 2：印度最低工资选自印度哈里亚纳邦政府（海融印度所在地）发布的当年各行业月最低工资要求中的最高工资。

报告期内，海融印度平均人工成本逐年上升，与海融印度业务发展趋势及印度当地的水平发展趋势一致。

补充披露情况：

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“八、公司在境外经营情况”中进行了补充披露。

四、海融印度客户变动情况

报告期内，海融印度新增、退出、持续合作的经销商数量及销售收入金额情况如下：

单位：万元

期 间	新增家数 (家)	新增经销商 营业收入	退出家数 (家)	退出经销商 上期营业收入	持续合作家 数(家)	持续合作经销 商营业收入
2020 年 1-6 月	10	27.91	50	518.94	158	2,488.16
2019 年度	45	380.53	34	147.93	163	9,240.24
2018 年度	54	663.14	36	456.18	143	7,131.66
2017 年度	47	750.76	34	153.54	132	6,244.54

报告期内，海融印度主要客户比较稳定，海融印度收入增长的原因主要系持续收入的经销商营业收入增加，海融印度的收入增长具有合理性、真实性。

补充披露情况：

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“八、公司在境外经营情况”中进行了补充披露。

五、海融印度收入增长的合理性分析

报告期内，海融印度的营业收入及其增长情况如下：

项 目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额 (万元)	增长率	金额 (万元)	增长率	金额 (万元)	增长率	金额 (万元)	增长率

营业收入	2,538.06	-	9,850.55	25.13%	7,872.41	10.37%	7,132.48	32.20%
------	----------	---	----------	--------	----------	--------	----------	--------

报告期内，海融印度的营业收入呈现逐年增长的态势，2017 年度、2018 年度和 2019 年度的营业收入分别较上年度增长 32.20%、10.37%和 25.13%。海融印度的业绩稳步增长，主要源于下列原因：

1、印度经济及烘焙食品原料行业的整体发展

2000 年-2018 年，印度人均 GDP 从 443.31 美元上升至 2,009.98 美元；根据世界银行发布的数据印度的人均 GNI 基于购买力评价从 2000 年的 2,130.00 国际元上升至 7,680.00 国际元。随着印度居民生活水平的日益提高，并且随着全球化的发展，印度烘焙食品行业进入了一个蓬勃发展期：根据 Euromonitor International（欧睿国际）的调查显示，印度烘焙市场规模由 2014 年 109,107.8 百万印度卢比上升至 2019 年 178,742.8 百万印度卢比，复合增长率达到 10.38%，潜力巨大，蓬勃发展的烘焙市场对烘焙原料市场的发展产生了驱动作用，带动了发行人子公司海融印度销售收入的增长。

2、加大产品售前售后服务力度，拓展销售渠道

发行人子公司海融印度高度重视产品的售前售后服务质量，积极扩展印度市场的销售渠道，并不断加强与经销商的协作。海融印度产品线涵盖植脂奶油和果酱，产品组合较为合理，不同品类能够产生渠道协同效应，有利于渠道渗透。报告期内，海融印度植脂奶油销售数量由 2017 年度的 6,815 吨增长至 2019 年度的 10,431 吨，从而带动销售收入的增长。

3、重视产品品质，客户销售稳定，带动销售收入增长

发行人子公司海融印度高度重视产品品质，在下游烘焙食品加工销售企业中形成良好的口碑，提高最终用户重复购买率，进而带动销售增长。报告期内，海融印度前十大客户的销售金额从 2017 年度的 2,075.50 万元增长至 2019 年度的 3,306.13 万元。

2020 年上半年，海融印度销售收入较去年同比下降 38.35%，受新冠疫情的影响较大，但随着印度政府逐步放开疫情管控措施重启经济，目前海融印度的生产和销售已基本恢复正常。

综上所述，海融印度收入增长具有合理性、真实性。

补充披露情况：

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“八、公司在境外经营情况”中进行了补充披露。

(5) 请补充披露新冠肺炎疫情对公司 2020 年上半年的经营情况和财务数据的影响。

一、生产、研发情况的影响

2020 年 1 月上旬、中旬，公司生产、研发活动基本维持正常。公司于 2020 年 1 月 23 日因春节假期正常停工放假。公司原定于 2020 年 2 月 3 日正常复工，因受疫情影响，复工实际有所推迟。公司按照上海市疫情防控要求提交复工申请，并获得批准于 2020 年 2 月 9 日部分复工。由于部分外地员工返回后尚需一定的自行隔离时间后才能陆续返回工作岗位，公司于 2020 年 2 月 24 日实现全面复工。

二、采购情况的影响

公司生产所需主要原材料有油脂、糖、葡萄糖、糖浆、酪蛋白酸钠、稀奶油、内盒、外箱等，主要原材料供应商均未处于疫情中高风险地区，其中华东地区占绝大部分。随着国内企业逐步复工复产，公路交通运输秩序恢复正常，疫情对公司的原材料采购影响较小。

三、销售、回款情况的影响

发行人的主要产品是植脂奶油、巧克力和果酱等烘焙食品原材料，下游终端客户为烘焙饼店、烘焙类食品生产企业。受疫情影响和根据疫情防控的要求，2020 年上半年消费者减少了出门次数，对蛋糕、面包等烘焙食品的消费减少，导致烘焙饼店、烘焙类食品生产企业销售减少，从而对烘焙食品原材料的需求下降。国内市场 2-3 月受疫情影响较为严重，4 月份开始缓步复苏；海外市场和印度 4-5 月受疫情影响较为严重，6 月份已开始缓步复苏，因此，新冠肺炎疫情对 2020 年上半年公司的产品销售产生了一定的不利影响。

四、财务情况的影响

公司 2020 年 1-6 月的主要经营情况与去年同期比较如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	变动比例	2019 年 1-6 月
营业收入	22,792.76	-12.16%	25,948.95
营业利润	3,210.41	24.00%	2,589.08
净利润	2,774.01	31.61%	2,107.80
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	2,579.27	21.73%	2,118.80

受到新冠肺炎疫情的对境内业务和境外业务的持续影响，公司 2020 年上半年营业收入同比下降 12.16%，但是综合毛利率较去年同期有所上涨，从 2019 年 1-6 月的 51.93%上涨到 2020 年 1-6 月的 53.03%，同时公司严格控制各项费用的支出，加上疫情期间部分原定的展会取消，销售人员差旅费用较上年同期亦有所减少，导致 2020 年上半年的期间费用较上年同期下降了 17.39%，公司 2020 年 1-6 月实现的净利润同比增长 31.61%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比增长 21.73%。

五、应对疫情的措施

自新冠肺炎疫情发生以来，公司第一时间成立了疫情防控领导小组，严格落实各级政府部门防控要求，并制定防控机制和应急方案，启动实施一系列公司防疫设施配备、防疫物资储备、内部防疫消毒、员工排查跟踪管理、防控宣传、安全生产准备等措施。同时，做好与客户、供应商的沟通。公司全力做好疫情防控与应对工作，力求将本次疫情对公司的不利影响降至最低。

综上所述，新冠肺炎疫情对公司 2020 年上半年的销售产生了一定的不利影响，由于公司严格控制费用支出，公司 2020 年上半年实现的净利润并未随着营业收入的下降而下降，新冠肺炎疫情对发行人持续经营能力及发行条件无重大不利影响。

六、补充披露情况

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“重大事项提示”之“十二、新冠肺炎疫情对公司 2020 年上半年的影响情况”中进行了补充披露。

(6) 请结合国际贸易形势及各国新冠疫情等因素，补充披露其对公司出口业务、印度海外业务的影响。

一、国际贸易形势及新冠疫情对公司出口业务的影响

报告期内，公司产品直接出口国家主要为泰国、印尼、马来西亚、越南等东南亚国家，上述国家未对公司出口、销售的相关产品采取贸易救济调查、加增关税等措施。因此各国贸易政策未对公司生产经营造成重大不利影响。

2020 年一季度，东南亚国家未受疫情重大影响，发行人出口业务收入较去年同期增长。随着 2020 年二季度疫情在东南亚国家爆发，各国采取限制经济活动、限制人员流动等防疫措施，发行人出口业务受到较大影响。但随着东南亚国家逐步恢复正常生产生活，发行人出口业务也逐步恢复。

公司 2020 年 1-6 月境内的出口收入与去年同期比较如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	变动比例	2019 年 1-6 月
境内出口收入	1,375.97	25.03%	1,100.48

从上表可以看出，2020 年上半年，新冠疫情并未对发行人的出口业务造成不利影响，出口收入较去年同期有所上涨。

二、新冠疫情及贸易政策对海融印度的影响

2020 年一季度，新冠疫情尚未在印度大规模爆发，海融印度业务正常开展，销售收入与去年同期基本持平。随着疫情在印度爆发，2020 年 3 月 25 日起印度实施全国性封锁措施，海融印度经营受到较大影响。2020 年 5 月，印度政府逐步放开疫情管控措施重启经济，海融印度于 2020 年 5 月 4 日取得恢复生产许可。同时，烘焙食品行业系印度政府允许开放的民生行业，海融印度作为烘焙食品原料生产企业，受到重启政策的支持，在一定程度上有助于恢复正常经营。

公司 2020 年 1-6 月海融印度的营业收入与去年同期比较如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	变动比例	2019 年 1-6 月
营业收入	2,538.06	-38.35%	4,117.03

2020 年上半年，海融印度销售收入较去年同比下降 38.35%，受新冠疫情的影响较大，但随着印度政府逐步放开疫情管控措施重启经济，目前海融印度的生产和销售已基本恢复正常。

海融印度在印度 Sonapat（索尼帕）设有生产基地，原材料主要来源为印度

本地采购。印度政府未对公司进口、采购的相关原材料采取贸易救济调查、加增关税等措施，因此疫情期间海融印度原材料供应正常。

三、补充披露情况

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“重大事项提示”之“十二、新冠肺炎疫情对公司 2020 年上半年的影响情况”中进行了补充披露。

（7）核查情况及核查结论

针对销售收入和国际贸易形势及各国新冠疫情对发行人经营业务的影响，保荐机构和申报会计师执行了如下核查程序：

1、对报告期内各会计年度销售收入超过 75 万或新增主要客户和海外重要客户实地查看、访谈，询问与发行人的合作情况、交易往来、结算及收款方式、信用政策、产品定价依据、折扣及退换货情况、关联情况，核查发行人的销售政策、实际销售流程是否与合同描述一致等；

2、对发行人收入进行抽凭测试：获取发行人的销售收入明细账，对报告期内的销售收入进行了抽凭测试：针对明细账上记录的销售收入查看相关的记账凭证、发货单、订单、发票，查看相关单位、金额和内容是否一致，核查收入发生的真实性和记录的准确性。

3、取得客户的销售订单，随机抽取相关销售订单，对报告期内的收入进行抽样穿行测试，查看发行人与被选样本间的《经销协议》、《购销协议》，核查销售订单、发货单发票及银行汇款单。

4、对报告期内各会计年度主要客户的销售收入进行函证，并针对报告期内已发函尚未回函的客户执行了查看相应合同条款、发货运输单及检查期后收款等替代程序，检查主营业务收入的确认条件、方法是否符合企业会计准则，前后期是否一致；关注周期性、偶然性的收入是否符合既定的收入确认原则、方法。对于出口销售，将销售记录与出口报关单、货运提单、销售发票等出口销售单据进行核对。以此确认销售收入真实性、准确性和完整性。

5、访谈了发行人负责境外销售的工作人员，了解出口国对发行人产品主要的监管要求及是否存在贸易摩擦、发行人的应对措施。

6、检索了中国贸易救济信息网（<http://cacs.mofcom.gov.cn/>）等公开信息，了

解出口国对发行人产品主要的监管要求及与主要出口国是否存在贸易摩擦。

7、检索了主要出口国新冠疫情的公开报道，了解主要出口国受新冠疫情影响的情况。

8、取得了发行人出具的说明，核查出口国国际贸易形势对发行人境外销售或生产经营是否存在重大不利影响。

9、查阅了发行人销售收入明细表，了解报告期内发行人出口业务的情况。

经核查，保荐机构和申报会计师认为报告期内海融印度收入增长真实、合理，疫情爆发以来，发行人主要出口国及印度贸易政策未发生重大变化，新冠肺炎疫情虽然对海融印度 2020 年上半年的销售产生了一定的不利影响，较去年同期营业收入有所下降，但总体来说，新冠肺炎疫情对发行人出口业务和海融印度生产经营未造成重大不利影响。

3. 关于销售客户。请发行人补充披露以下内容：（1）关于发行人与 Jyoti International 的合作时间，招股说明书披露为 2012 年，而反馈意见回复为 2014 年，请补充说明二者差异原因及合理性，请保荐人、申报会计师就公司向 Jyoti International 销售收入真实性核查的主要过程及结论意见。（2）请进一步说明对客户的走访核查情况，包括对境内、境外、经销、直销走访覆盖的比例，走访人员分工及时间安排，走访关注事项、经销商经营情况是否与其向发行人采购规模相匹配、是否存在异常情况。（3）关于海外客户，进一步补充说明走访程序执行情况，包括但不限于走访人员、走访时间、走访地点、是否系客户实际经营场所、访谈对象及其职位、发行人向其销售占采购比例等，是否存在异常情况及核查结果。

落实情况：

（1）关于发行人与 Jyoti International 的合作时间，招股说明书披露为 2012 年，而反馈意见回复为 2014 年，请补充说明二者差异原因及合理性，请保荐人、申报会计师就公司向 Jyoti International 销售收入真实性核查的主要过程及结论意见。

经核查，Jyoti International 于 2014 年起开始与发行人进行合作，发行人在招股说明书中将合作时间误写为 2012 年。发行人已对招股说明书中相关内容进行了修正。

核查过程及核查结论

保荐机构及发行人会计师执行了如下的核查程序：

1、获取了发行人报告期内与 Jyoti International 公司的相关合同，并对报告期内的交易情况抽查了销售订单、销售发票等交易凭证；

2、对 Jyoti International 公司进行了函证测试，取得了对方的回函及邮件确认；

3、实地走访了 Jyoti International 公司的生产经营场所，询问其与发行人的合作情况、交易往来、结算及收款方式、信用政策、产品定价依据、折扣及退换货情况、关联情况，核查发行人的销售政策、实际销售流程是否与合同描述一致等。

经核查，保荐机构及申报会计师认为，发行人与 Jyoti International 公司的合作情况正常，相关销售收入具备真实性。

补充披露情况：

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司销售及采购情况”之“（一）公司主要产品产销情况”中进行了补充披露。

（2）请进一步说明对客户的走访核查情况，包括对境内、境外、经销、直销走访覆盖的比例，走访人员分工及时间安排，走访关注事项、经销商经营情况是否与其向发行人采购规模相匹配、是否存在异常情况。

中介机构自 2015 年 4 月起开始对发行人的客户进行走访核查，走访范围涵盖发行人各地区的主要经销商及直销客户。报告期内，对于前期已经走访过，且报告期内收入平稳无重大异常的客户，主要通过函证方式进行二次确认。

截至本问询函回复出具日，中介机构履行过核查程序的客户销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
已履行走访或函证程序的客户销售收入	19,989.96	57,699.23	53,981.64	43,338.09
已履行走访程序的客户销售收入	10,638.19	38,415.41	39,338.17	36,133.18
已履行函证程序的客户销售收入	17,078.54	50,735.25	47,838.34	36,771.26
同时履行过走访及函证程序的客户销售收入	7,726.77	31,451.43	33,194.87	29,566.35
销售收入	22,792.76	58,357.18	54,106.35	47,124.49
核查比例（走访或函证）	87.70%	98.87%	99.77%	91.97%

截至本问询函回复出具日，中介机构已履行过走访程序的客户函证情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
已履行走访程序的客户销售收入	10,638.19	38,415.41	39,338.17	36,133.18
已履行走访程序的客户发函金额	7,726.77	31,451.43	33,194.87	29,566.35
已履行走访程序的客户发函比例	72.63%	81.87%	84.38%	81.83%
已履行走访程序的客户回函金额	4,541.79	12,441.61	26,412.40	22,964.31
已履行走访程序的客户回函比例	58.78%	39.56%	79.57%	77.67%

截至本问询函回复出具日，中介机构针对发行人经销商及客户的函证核查具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
当期销售收入	22,792.76	58,357.18	54,106.35	47,124.49
经销商、客户发函	17,078.54	50,735.25	47,838.34	36,771.26
经销商、客户发函金额占销售收入比	74.93%	86.94%	88.42%	78.03%
经销商、客户回函金额	9,939.95	22,631.99	39,974.94	30,131.04
经销商、客户回函金额占销售收入比	43.61%	38.78%	73.88%	63.94%
经销商、客户回函金额占发函金额比	58.20%	44.61%	83.56%	81.94%

2019 年度销售收入的询证函于 2020 年度 1 季度发出，受国内外新冠疫情的影响，回函比例较低。针对报告期内已发函尚未回函的客户，保荐机构及发行人会计师执行了查看相应合同条款、发货运输单及检查期后收款等替代程序，检查主营业务收入的确认条件、方法是否符合企业会计准则，前后期是否一致；关注周期性、偶然性的收入是否符合既定的收入确认原则、方法。对于出口销售，将销售记录与出口报关单、货运提单、销售发票等出口销售单据进行核对。以此确认销售收入真实性、准确性和完整性。

报告期内，针对新增主要客户和海外重要客户，中介机构进行了实地查看、访谈。在针对发行人客户的走访过程中，中介机构重点关注了客户与发行人的合作情况、交易往来、结算及收款方式、信用政策、产品定价依据、折扣及退换货情况、关联情况，核查发行人的销售政策、实际销售流程是否与合同描述一致等。具体核查内容如下：

(1) 与客户确认发行人历年合作的交易真实、准确、完整，并与客户确认

发行人相关产品及服务提供情况，以确认收入的真实、准确性；

（2）了解客户及具体经办人员基本情况、获取走访客户的营业执照、食品流通许可证等；

（3）与客户核实相关业务的定价原则及公允性、付款结算方式以及付款对象等核查确认发行人不存在通过相关方式虚增收入的情况。

（4）与客户核实与发行人或者发行人的关联方是否存在关联关系或潜在关联关系。

截至本问询函回复出具日，中介机构累计走访 286 家次，其中经销商 235 家次，直销客户 51 家次，已履行走访程序的客户在报告期内的收入及核查占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	走访核查 收入	走访核查 收入	走访核 查占比	走访核 查收入	主营业 务收入	走访核 查占比
报告期内销售情况	10,638.19	22,772.05	46.72%	36,133.18	46,966.26	76.93%
其中境内经销客户	7,308.66	16,309.23	44.81%	25,960.16	31,625.03	82.09%
境内直销客户	1,234.31	2,561.03	48.20%	4,474.92	5,853.12	76.45%
境外经销客户 (含印度)	2,073.22	3,879.80	53.44%	5,483.46	9,273.48	59.13%
境外直销客户 (含印度)	21.99	21.99	100.00%	214.64	214.64	100.00%
项目	2018 年度			2017 年度		
	走访核查 收入	主营业务 收入	走访核 查占比	走访核 查收入	主营业 务收入	走访核 查占比
报告期内销售情况	39,338.17	53,715.00	73.23%	36,133.18	46,966.26	76.93%
其中境内经销客户	29,537.15	37,859.75	78.02%	25,960.16	31,625.03	82.09%
境内直销客户	4,173.20	5,457.59	76.47%	4,474.92	5,853.12	76.45%
境外经销客户 (含印度)	5,551.43	10,321.27	53.79%	5,483.46	9,273.48	59.13%
境外直销客户 (含印度)	76.39	76.39	100.00%	214.64	214.64	100.00%

中介机构走访核查客户的具体安排如下：

走访时间	走访区域	走访人员	走访家数
2019年10月	西北	保荐机构：霍志诚 律师：孙秉彝 会计师：王超舟	1
	合 计		1
2019年9月	华南	保荐机构：陈杨 律师：刘桢一 会计师：张艺峰	1
	西南	保荐机构：霍志诚 律师：刘桢一 会计师：张艺峰	2
	华东	保荐机构：多飞帆 律师：孙秉彝 会计师：徐宁宁	2
	华中	保荐机构：多飞帆 律师：郭晋阳、刘桢一 会计师：陈强	4
	华北	保荐机构：郑雪慧 律师：万莉 会计师：乐易修	1
	华中	保荐机构：郑雪慧 律师：孙秉彝 会计师：徐宁宁	4
	合 计		14
2018年12月	华东	保荐机构：谢观 律师：王云涛 会计师：王红婷	3
	印度	保荐机构：于帅 律师：王云涛 会计师：朱宏	8
	印度	保荐机构：霍志诚 律师：陈璐宇 会计师：单小婵、王超舟	11
	合 计		22
2018年11月	境外	保荐机构：郑雪慧 律师：陈璐宇 会计师：朱宏	1
	华南	保荐机构：于帅 律师：陈璐宇 会计师：张艺峰	2
	西南	保荐机构：谢观 律师：王云涛 会计师：张艺峰	11
	华中	保荐机构：谢观 律师：王云涛 会计师：李豪	6
	华东	保荐机构：霍志诚 律师：陈璐宇、王云涛 会计师：浦闻捷、李豪	13
	合 计		33
2018年10月	西南	保荐机构：于帅 律师：王云涛 会计师：浦闻捷	6
	西北	保荐机构：谢观 律师：王云涛 会计师：张艺峰	4
	华东	保荐机构：霍志诚 律师：陈璐宇 会计师：浦闻捷、唐悦婕	8
	境外	保荐机构：霍志诚 律师：陈璐宇 会计师：朱宏	1
	合 计		19
2018年9月	华中	保荐机构：于帅 律师：王云涛 会计师：浦闻捷	7
	东北	保荐机构：霍志诚 律师：陈璐宇 会计师：舒颖菲	6
	华南	保荐机构：钟凌、郑雪慧、谢观 律师：陈璐宇、许张琦 会计师：朱宏、王涛、王超舟	13
	合 计		26
2018年8月	华南	保荐机构：钟凌、谢观 律师：许张琦 会计师：王涛	2
	东北	保荐机构：霍志诚 律师：陈璐宇 会计师：唐悦婕	4
	华中	保荐机构：陈杨、于帅 律师：王云涛 会计师：浦闻捷	5

	合 计		11
2017 年 11 月	印度	保荐机构：霍志诚 律师：周运 会计师：朱宏	2
		保荐机构：霍志诚 律师：周运 会计师：单小婵	1
	合 计		3
2017 年 8 月	西南	保荐机构：陈杨 律师：王驰 会计师：秦璇	3
	合 计		3
2017 年 7 月	华东	保荐机构：霍志诚 律师：王驰 会计师：胡双	2
	华中	保荐机构：霍志诚 律师：刘博文 会计师：王涛	4
	合 计		6
2017 年 3 月	华东	保荐机构：霍志诚 律师：陈雨虹 会计师：陈恺	6
		保荐机构：陈杨 律师：王月阳 会计师：王超舟	2
		小计	8
	华中	保荐机构：霍志诚 律师：陈雨虹 会计师：陈恺	3
	华南	保荐机构：郑雪慧 律师：连宁宁 会计师：单小婵	1
		保荐机构：霍志诚 律师：陈雨虹 会计师：陈恺	1
		保荐机构：陈杨 律师：王月阳 会计师：王超舟	2
		小计	4
	华北	保荐机构：霍志诚 律师：陈雨虹 会计师：陈恺	2
	合 计		17
2016 年 3 月	华东	保荐机构：钟凌 律师：李然 会计师：吴启帆	5
		保荐机构：郑雪慧 律师：李程程 会计师：舒颖菲	9
		保荐机构：张显维 律师：王月阳 会计师：吴启帆	7
		保荐机构：霍志诚 律师：古逸沁、甘甜 会计师：孙昱坤	4
		保荐机构：陈杨 律师：王月阳 会计师：王超舟	1
		小计	26
	华南	保荐机构：周游 律师：连宁宁 会计师：舒颖菲	6
		保荐机构：张显维 律师：周运 会计师：吴启帆	8
		保荐机构：陈杨 律师：周运 会计师：刘凡源	5
		小计	19
	西南	保荐机构：陈杨 律师：周运 会计师：刘凡源	3
	华北	保荐机构：陈杨 律师：彭钰 会计师：刘凡源	9
	东北	保荐机构：郑雪慧 律师：彭钰 会计师：温永至	9
	西北	保荐机构：陈杨 律师：周运 会计师：刘凡源	5
	境外	保荐机构：郑雪慧 律师：彭钰 会计师：舒颖菲	3

	印度	保荐机构：张显维 律师：周运 会计师：温永至	6
	合 计		80
2016 年 1 月	华东	保荐机构：郑雪慧 律师：彭钰 会计师：刘凡源	5
2015 年 12 月	华东	保荐机构：郑雪慧 律师：连宁宁 会计师：单小婵	4
		保荐机构：张显维 会计师：文涛涛	4
		小计	8
	华中	保荐机构：张显维 会计师：王涛	8
		保荐机构：陈杨 会计师：文涛涛	10
		小计	18
	华南	保荐机构：郑雪慧 律师：连宁宁 会计师：单小婵	5
		保荐机构：陈杨 会计师：文涛涛	1
		小计	6
	西南	保荐机构：钟凌 律师：连宁宁 会计师：朱宏	4
	华北	保荐机构：钟凌 律师：连宁宁 会计师：朱宏	3
		保荐机构：陈杨 会计师：文涛涛	2
		小计	5
	西北	保荐机构：钟凌 律师：连宁宁 会计师：朱宏	2
		保荐机构：陈杨 会计师：文涛涛	1
		小计	3
	合 计		44
2015 年 4 月	印度	保荐机构：于力、钟凌、陈杨 律师：石锦娟 会计师：屈侃元	2
总 计			286

经核查，发行人报告期内与主要经销商及直销客户的交易真实，销售价格公允，经销商经营情况与其向发行人采购规模相匹配，发行人主要经销商及直销客户不存在异常情况。

(3) 关于海外客户，进一步补充说明走访程序执行情况，包括但不限于走访人员、走访时间、走访地点、是否系客户实际经营场所、访谈对象及其职位、发行人向其销售占采购比例等，是否存在异常情况及核查结果。

截至本问询函回复出具日，中介机构共进行了 35 家次海外走访核查，走访范围涵盖 24 家不同的海外客户，其中境外经销商 23 家。境外直销客户 1 家。具

体走访安排情况如下：

序号	走访对象名称	走访时间	走访人员	走访地点	是否系客户实际经营场所	访谈对象姓名	访谈对象职务	客户向发行人采购金额占其同类产品采购总额的比例
1	Shree Nathji Traders-Ghaziabad	2018 年 12 月	保荐机构：于帅、律师：王云涛、会计师：朱宏	印度 Ghaziabad	是	Vineet Aggarwal	实际控制人	-
2	Miskin Foods Pvt. Ltd.-Ahamdabad			印度 Ahamdabad	是	Saluddin Imamuddin Shaikh	经理	-
3	Royal Traders			印度 Koliwad	是	Kamil Navsariwala	实际控制人	-
4	Sai Global Service - Mumbai			印度 Mumbai	是	Bijal Jinesh	实际控制人	-
5	Lutf Foods Pvt. Ltd. (Mogininis)-Pune			印度 Pune	是	Riayat Khan	采购经理	-
6	Cream Land - Hyderabad			印度 Hyderabad	是	Rahim Lalani	实际控制人	-

序号	走访对象名称	走访时间	走访人员	走访地点	是否系客户实际经营场所	访谈对象姓名	访谈对象职务	客户向发行人采购金额占其同类产品采购总额的比例
7	Kismis Food Agency-banglore			印度 Banglore	是	Naremaddepalli Shankarappa Padmaja	实际控制人	-
8	Sri Devi Enterprises - Banglore			印度 Banglore	是	M Jayendra	实际控制人	-
9	Shruti Enterprises- Gurgaon(Sale From haryana)		保荐机构：霍 志诚、律师： 陈璐宇、会计 师：单小婵、 王超舟	印度 Gurgaon	是	Pankaj Gupta	实际控制人	奶油产品占比为 100%
10	Gupta Traders-Ambala			印度 Ambala	是	Vikas Gupta	实际控制人	奶油产品占比为 100%
11	New Khalsa Departmental Store- Ludhiana			印度 Ludhiana	是	Daljeet Singh	实际控制人	奶油产品占比为 100%
12	Satkartar Trading Co.- Jalandhar			印度 Jalandhar	是	Ajit Pal Singh	实际控制人	奶油产品占比为 100%

序号	走访对象名称	走访时间	走访人员	走访地点	是否系客户实际经营场所	访谈对象姓名	访谈对象职务	客户向发行人采购金额占其同类产品采购总额的比例
13	Shobha Foods-Amritsar			印度 Amritsar	是	Gaurav Bhardwaj	实际控制人	奶油产品占比为 100%
14	Manvi Enterprises - Pathankot			印度 Pathankot	是	Kishore Kumar	实际控制人	奶油产品占比为 100%
15	J.P.P.Marketing (India)- Agra			印度 Agra	是	Vinay Agarwal	实际控制人	-
16	PURVA TRADING CO.- INDORE			印度 Indore	是	Gopal Agrawal	实际控制人	奶油产品占比为 100%
17	Ambika Enterprises- Nagpur			印度 Nagpur	是	Shyam Sumarmal Ahuja	实际控制人	奶油产品占比为 100%
18	Jyoti International- Kolkata			印度 Kolkata	是	Amritesh Agarwal	实际控制人之 子	奶油产品占比为 100%

序号	走访对象名称	走访时间	走访人员	走访地点	是否系客户实际经营场所	访谈对象姓名	访谈对象职务	客户向发行人采购金额占其同类产品采购总额的比例
19	V V Organics- Ranchi			印度 Ranchi	是	Vineet Kabra	实际控制人	奶油产品占比为 100%
20	PT.SUKANDA DJAYA	2018 年 11 月	保荐机构：郑 雪慧、律师： 陈璐宇、会计 师：朱宏	印度尼西亚 雅加达	是	Asmarani Eka S.	采购经 理	-
21	KCG CORPORATION CO.,LTD	2018 年 10 月	保荐机构：霍 志诚、律师： 陈璐宇、会计 师：朱宏	泰国 曼谷	是	Weerayut Kusolsongserm	副总裁	奶油产品占比为 100%
22	DUC MY CO., LTD	2016 年 3 月	保荐机构：郑 雪慧、律师： 彭钰、会计 师：舒颖菲	越南 胡志明市	是	Nguyen Quang Hien	经理	奶油产品占比为 100%

序号	走访对象名称	走访时间	走访人员	走访地点	是否系客户实际经营场所	访谈对象姓名	访谈对象职务	客户向发行人采购金额占其同类产品采购总额的比例
23	Mahavir Enterprises-Guwahati	2016 年 3 月	保荐机构：张显维、律师：周运、会计师：温永至	印度 Guwahati	是	Ajay Singh	分公司经理	-
24	Milan Provisions-Patna			印度 Patna	是	Mr. Kavshik	总经理	-

经核查，发行人报告期内与海外客户的交易真实，交易价格公允，海外客户的经营情况与其向发行人采购规模相匹配，发行人主要海外客户不存在异常情况。

4. 关于营业成本。(1) 招股说明书披露，发行人植脂奶油产品包括四类，分别为“内销含乳脂植脂奶油、内销不含乳脂植脂奶油、出口植脂奶油、印度植脂奶油”。请补充披露上述四类植脂奶油产品单位成本金额及其明细构成情况，结合各类原材料的成本占比、原材料采购单价，分析四类植脂奶油产品单位成本变动的原因及合理性。(2) 关于四类植脂奶油产品，请补充披露单位产量下各类原材料的投料和产出数量，同一产品原材料投料产出比在报告期内是否发生较大变化。(3) 请补充披露印度植脂奶油 2018 年单位成本下降的原因及合理性。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

落实情况：

(1) 招股说明书披露，发行人植脂奶油产品包括四类，分别为“内销含乳脂植脂奶油、内销不含乳脂植脂奶油、出口植脂奶油、印度植脂奶油”。请补充披露上述四类植脂奶油产品单位成本金额及其明细构成情况，结合各类原材料的成本占比、原材料采购单价，分析四类植脂奶油产品单位成本变动的原因及合理性。

一、植脂奶油产品单位成本金额及其明细构成情况

1、报告期内，公司按照产品系列分类的植脂奶油单位成本情况如下：

单位：元/公斤

项目	2020 年 1-6 月	较上年度 增减	2019 年 度	较上年度 增减	2018 年度	较上年度 增减	2017 年度
内销含乳脂	6.04	2.03%	5.92	1.20%	5.85	2.63%	5.70
内销不含乳脂	4.98	0.81%	4.94	0.61%	4.91	1.66%	4.83
出口	4.82	2.99%	4.68	-2.70%	4.81	-4.18%	5.02
印度	5.41	-2.70%	5.56	1.09%	5.50	-10.71%	6.16

各类植脂奶油的单位成本明细构成如下：

(1) 内销含乳脂植脂奶油的单位成本构成

项 目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（元）	比例	金额（元）	比例	金额（元）	比例	金额（元）	比例
直接原料	4.98	82.45%	5.00	84.44%	5.03	86.01%	4.83	84.85%
直接工资	0.38	6.29%	0.31	5.29%	0.24	4.03%	0.19	3.42%
制造费用	0.68	11.26%	0.61	10.26%	0.58	9.96%	0.67	11.73%
合 计	6.04	100.00%	5.92	100.00%	5.85	100.00%	5.70	100.00%

(2) 内销不含乳脂植脂奶油的单位成本构成

项 目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（元）	比例	金额（元）	比例	金额（元）	比例	金额（元）	比例
直接原料	3.92	78.72%	4.00	80.92%	4.09	83.20%	3.97	82.15%
直接工资	0.38	7.63%	0.32	6.49%	0.24	4.84%	0.19	4.03%
制造费用	0.68	13.65%	0.62	12.59%	0.59	11.96%	0.67	13.82%
合 计	4.98	100.00%	4.94	100.00%	4.91	100.00%	4.83	100.00%

(3) 出口植脂奶油的单位成本构成

项 目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（元）	比例	金额（元）	比例	金额（元）	比例	金额（元）	比例
直接原料	3.70	76.76%	3.75	80.17%	3.96	82.36%	4.11	81.74%
直接工资	0.40	8.30%	0.32	6.75%	0.24	5.09%	0.21	4.12%
制造费用	0.72	14.94%	0.61	13.08%	0.60	12.55%	0.71	14.14%
合 计	4.82	100.00%	4.68	100.00%	4.81	100.00%	5.02	100.00%

(4) 印度植脂奶油的单位成本构成

项 目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（元）	比例	金额（元）	比例	金额（元）	比例	金额（元）	比例
直接原料	4.70	86.87%	4.85	87.14%	4.85	88.04%	5.47	88.73%
直接工资	0.08	1.48%	0.12	2.07%	0.13	2.42%	0.13	2.18%
制造费用	0.63	11.65%	0.60	10.79%	0.52	9.53%	0.56	9.09%
合 计	5.41	100.00%	5.56	100.00%	5.50	100.00%	6.16	100.00%

报告期内，公司植脂奶油各类产品的单位成本中直接原料的占比最高，内销和出口的植脂奶油单位成本中的直接工资在报告期内呈现逐年上涨的趋势，占比亦是逐年增长，印度植脂奶油单位成本中的直接工资波动幅度较小，各类产品单位成本中的制造费用在报告期内小幅波动。

二、各类主要原材料在产品单位成本中的占比情况

报告期内，公司的主要原材料的单位耗用及其在四类植脂奶油单位成本中的占比情况如下：

1、含乳脂植脂奶油

(1) 2020 年 1-6 月

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
油脂	0.185	7.81	7.82	1.45	24.00%
葡萄糖	0.142	2.75	2.75	0.39	6.45%
糖	0.049	5.39	5.37	0.26	4.30%
糖浆	0.063	2.42	2.42	0.15	2.48%
稀奶油	0.032	26.33	26.23	0.84	13.90%
合 计				3.09	51.14%

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

(2) 2019 年度

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
油脂	0.178	8.55	8.56	1.52	25.74%
葡萄糖	0.143	2.73	2.74	0.39	6.62%
糖	0.049	5.30	5.31	0.26	4.40%
糖浆	0.063	2.42	2.43	0.15	2.59%
稀奶油	0.037	24.52	24.47	0.91	15.29%
合 计	-	-		3.23	54.63%

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

(3) 2018 年度

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
油脂	0.176	9.28	9.31	1.64	28.01%

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
葡萄糖	0.143	2.85	2.84	0.41	6.94%
糖	0.051	5.70	5.72	0.29	4.99%
糖浆	0.063	2.32	2.32	0.15	2.50%
稀奶油	0.035	23.19	23.19	0.81	13.87%
合 计				3.29	56.31%

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

(4) 2017 年度

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
油脂	0.173	9.76	9.73	1.68	29.53%
葡萄糖	0.146	2.74	2.74	0.40	7.02%
糖	0.051	6.30	6.27	0.32	5.61%
糖浆	0.063	2.26	2.27	0.14	2.51%
稀奶油	0.027	23.07	23.05	0.62	10.92%
合 计				3.17	55.59%

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

报告期内，含乳脂植脂奶油产品的主要原材料中葡萄糖、糖和糖浆的单位耗用数量基本维持稳定，随着公司含乳脂植脂奶油的新品推出，油脂和稀奶油的单位耗用数量均有所提升。各类主要原材料在含乳脂植脂奶油产品单位成本中的占比变动较大的主要是稀奶油、油脂和糖，变动情况如下：

①稀奶油的采购单价在报告期内逐年小幅上涨，同时，随着耗用数量的上涨稀奶油在含乳脂植脂奶油产品成本中的占比逐年提升，从 2017 年度的 10.92% 上升至 2019 年度的 15.29%，**2020 年 1-6 月耗用数量略有下降，稀奶油在单位成本中的占比有所回落；**

②由于油脂的采购单价在报告期内逐年下降，且降幅大于耗用数量的涨幅，因此，油脂在含乳脂植脂奶油产品单位成本中的占比逐年下降，**从 2017 年度的**

29.53%下降到2020年1-6月的24.00%;

③糖的采购单价在2017-2019年度逐年下降,在耗用数量稳定的情况下,其在含乳脂植脂奶油单位成本中的占比亦是逐年下降,从2017年度的5.61%降至2019年度的4.40%;2020年1-6月糖的采购单价略有上涨,但受含乳脂植脂奶油单位成本的上升其占比基本保持稳定。

2、不含乳脂植脂奶油

(1) 2020年1-6月

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
油脂	0.172	7.81	7.82	1.35	27.08%
葡萄糖	0.157	2.75	2.75	0.43	8.63%
糖	0.057	5.39	5.37	0.31	6.22%
糖浆	0.063	2.42	2.42	0.15	3.01%
合 计				2.24	44.94%

注:耗用金额=单位耗用*耗用单价;原材料的采购单价为境内的采购均价,耗用单价为生产的耗用均价

(2) 2019年度

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
油脂	0.169	8.55	8.56	1.45	29.28%
葡萄糖	0.157	2.73	2.74	0.43	8.71%
糖	0.054	5.30	5.31	0.29	5.80%
糖浆	0.065	2.42	2.43	0.16	3.20%
合 计				2.32	46.99%

注:耗用金额=单位耗用*耗用单价;原材料的采购单价为境内的采购均价,耗用单价为生产的耗用均价

(3) 2018年度

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
油脂	0.171	9.28	9.31	1.59	32.42%

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
葡萄糖	0.156	2.85	2.84	0.44	9.02%
糖	0.054	5.70	5.72	0.31	6.29%
糖浆	0.063	2.32	2.32	0.15	2.98%
合 计				2.49	50.71%

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

(4) 2017 年度

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
油脂	0.170	9.76	9.73	1.65	34.25%
葡萄糖	0.159	2.74	2.74	0.44	9.02%
糖	0.053	6.30	6.27	0.33	6.88%
糖浆	0.064	2.26	2.27	0.15	3.01%
合 计				2.57	53.15%

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

报告期内，公司的主要原材料在不含乳脂植脂奶油产品中的耗用数量基本维持稳定，各类原材料在单位成本中的占比变动主要受采购单价的影响较大，报告期内占比变动较大的主要是油脂和糖，变动情况如下：

①主要原材料中油脂的采购单价逐年下降，导致其在不含乳脂植脂奶油单位成本中的占比从 2017 年度的 34.25% 降到 2020 年 1-6 月的 27.08%；

②糖的采购单价在 2017-2019 年度逐年下降，在耗用数量稳定的情况下，其在不含乳脂植脂奶油单位成本中的占比亦是逐年下降，从 2017 年度的 6.88% 降至 2019 年度的 5.80%；2020 年 1-6 月，糖的采购单价小幅上涨，耗用数量不变的情况下占比亦随之上涨。

3、出口植脂奶油

(1) 2020 年 1-6 月

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
油脂	0.166	7.81	7.82	1.30	26.99%
葡萄糖	0.163	2.75	2.75	0.45	9.34%
糖	0.051	5.39	5.37	0.27	5.61%
糖浆	0.071	2.42	2.42	0.17	3.53%
合 计				2.19	45.47%

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

(2) 2019 年度

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
油脂	0.167	8.55	8.56	1.43	30.55%
葡萄糖	0.166	2.73	2.74	0.45	9.72%
糖	0.050	5.30	5.31	0.27	5.67%
糖浆	0.070	2.42	2.43	0.17	3.63%
合 计				2.32	49.57%

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

(3) 2018 年度

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
油脂	0.166	9.28	9.31	1.55	32.13%
葡萄糖	0.161	2.85	2.84	0.46	9.51%
糖	0.052	5.70	5.72	0.30	6.18%
糖浆	0.069	2.32	2.32	0.16	3.33%
合 计				2.46	51.15%

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

(4) 2017 年度

项目	单位耗用	采购单价	耗用单价	耗用金额	占单位成本
----	------	------	------	------	-------

	(公斤)	(元/公斤)	(元/公斤)	(元)	的比例
油脂	0.166	9.76	9.73	1.62	32.17%
葡萄糖	0.162	2.74	2.74	0.44	8.84%
糖	0.052	6.30	6.27	0.33	6.49%
糖浆	0.069	2.26	2.27	0.16	3.12%
合 计				2.54	50.63%

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为境内的采购单价

报告期内，公司的主要原材料在出口植脂奶油产品中的耗用数量波动较小，各类原材料在单位成本中的占比变动主要受采购单价的影响较大，报告期内占比变动较大的主要是油脂、葡萄糖和糖，变动情况如下：

①主要原材料中油脂的采购单价逐年下降，导致其在出口植脂奶油单位成本中的占比从 2017 年度的 32.17%下降到 2020 年 1-6 月的 26.99%；

②葡萄糖采购采购单价 2018 年度较 2017 年度有所增长，导致其在出口植脂奶油单位成本中的占比从 2017 年度的 8.84%上升至 2018 年度的 9.51%，2019 年度的耗用数量较 2018 年度有所提升，导致其在出口植脂奶油单位成本中的占比从 2018 年度的 9.51%上升至 2019 年度的 9.72%，2017-2019 年度呈现逐年上涨的趋势；2020 年 1-6 月采购单价略有上涨，耗用数量略有下降，其耗用金额基本稳定，随着出口植脂奶油单位成本的上升占比略有下降；

③糖的采购单价在报告期内亦是逐年下降，在耗用数量稳定的情况下，其在出口植脂奶油单位成本中的占比亦是逐年下降，从 2017 年度的 6.49%降至 2019 年度的 5.67%；2020 年 1-6 月，糖的采购单价小幅上涨，但对单位成本的影响较小。

4、印度植脂奶油

(1) 2020 年 1-6 月

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
油脂	0.166	10.21	10.51	1.74	32.18%
葡萄糖	0.111	3.94	3.94	0.44	8.14%
糖	0.105	3.4	3.43	0.36	6.66%

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
糖浆	0.054	3.06	3.07	0.17	3.14%
合 计				2.71	50.12%

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为印度的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

(2) 2019 年度

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
油脂	0.164	11.06	11.11	1.82	32.77%
葡萄糖	0.110	3.89	3.88	0.43	7.68%
糖	0.106	3.48	3.47	0.37	6.62%
糖浆	0.054	3.14	3.13	0.17	3.04%
合 计				2.79	50.10%

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为印度的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

(3) 2018 年度

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
油脂	0.165	11.39	11.30	1.86	33.90%
葡萄糖	0.109	3.49	3.49	0.38	6.92%
糖	0.103	3.37	3.43	0.35	6.42%
糖浆	0.056	2.66	2.66	0.15	2.71%
合 计				2.75	49.95%

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为印度的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

(4) 2017 年度

项目	单位耗用 (公斤)	采购单价 (元/公斤)	耗用单价 (元/公斤)	耗用金额 (元)	占单位成本 的比例
油脂	0.169	12.16	11.65	1.97	31.96%
葡萄糖	0.106	3.61	3.47	0.37	5.97%

糖	0.100	4.17	4.06	0.41	6.59%
糖浆	0.060	2.93	2.95	0.18	2.87%
合 计				2.92	47.40%

注：耗用金额=单位耗用*耗用单价；原材料的采购单价为印度的采购均价，耗用单价为生产的耗用均价

报告期内，公司的主要原材料在印度植脂奶油产品中的耗用数量波动较小，各类原材料在单位成本中的占比变动主要受采购单价的影响较大，报告期内占比变动较大的主要是油脂和葡萄糖，变动情况如下：

①主要原材料中油脂的采购单价虽然 2018 年度较 2017 年度有所下降，但由于其他原材料采购单价亦有一定的下降，印度植脂奶油产品的单位成本从 2017 年度的 6.16 元下降至 2018 年度的 5.50 元，导致油脂在印度植脂奶油单位成本中的占比从 2017 年度的 31.96%反而升至 2018 年度的 33.90%；2019 年度，随着油脂的采购单价进一步下降，油脂在印度植脂奶油单位成本中的占比从 2018 年度的 33.90%降至 2019 年度的 32.77%；**2020 年 1-6 月，油脂采购单价较 2019 年度略有下降，油脂在单位成本中的占比小幅下降；**

②葡萄糖的耗用数量在报告期内略有上涨，同时其采购单价亦逐年上涨，因此，葡萄糖在印度植脂奶油单位成本中的占比从 2017 年度的 5.97%上升至 2020 年 1-6 月的 8.14%。

报告期内，公司的原材料分境内和印度分别进行采购，采购价格存在较大的差异，因此境内销售的植脂奶油的原材料采购价格与印度植脂奶油的原材料采购价格不一致且变动趋势不一致，导致境内生产的植脂奶油产品各类原材料占单位成本比例和印度生产的植脂奶油产品各类原材料占单位成本的比例差异较大。

综上，报告期内，结合公司各类原材料的成本占比、原材料采购单价进行分析，公司四类植脂奶油产品单位成本变动具有合理性。

三、内销不含乳脂植脂奶油和出口植脂奶油的直接材料成本比较分析

报告期内，内销不含乳脂植脂奶油和出口植脂奶油的营业成本中直接材料的变动情况如下：

单位：元/公斤

项目	2020 年 1-6 月	增减额	2019 年度	增减额	2018 年度	增减额	2017 年度
内销不含乳脂	3.92	-0.08	4.00	-0.09	4.09	0.12	3.97
出口	3.70	-0.05	3.75	-0.21	3.96	-0.15	4.11

其中，主要原材料的耗用金额如下：

单位：元/公斤

项目	材料名称	2020 年 1-6 月	增减额	2019 年度	增减额	2018 年度	增减额	2017 年度
内销不含乳植脂奶油	油脂	1.35	-0.10	1.45	-0.14	1.59	-0.06	1.65
	葡萄糖	0.43	-	0.43	-0.01	0.44	-	0.44
	糖	0.31	0.02	0.29	-0.02	0.31	-0.02	0.33
	糖浆	0.15	-0.01	0.16	0.01	0.15	-	0.15
	合计	2.24	-0.08	2.32	-0.17	2.49	-0.08	2.57
出口植脂奶油	油脂	1.30	-0.13	1.43	-0.12	1.55	-0.07	1.62
	葡萄糖	0.45	-	0.45	-0.01	0.46	0.02	0.44
	糖	0.27	-	0.27	-0.03	0.3	-0.03	0.33
	糖浆	0.17	-	0.17	0.01	0.16	-	0.16
	合计	2.19	-0.13	2.32	-0.14	2.46	-0.08	2.54

公司的植脂奶油产品除上述主要原材料外，还有若干其他原材料，包括各类食品添加剂、辅料、包装物等，内销不含乳脂植脂奶油产品和出口植脂奶油产品的单位材料成本差异主要是由于配方差异导致的，两类产品的主要原材料耗用数量差异较小，但添加的食品添加剂和辅料差异较大，食品添加剂主要包含酪蛋白酸钠、硬脂酰乳酸钠、蔗糖脂肪酸酯等，辅料主要包括奶粉、炼乳等。

报告期内的两种植脂奶油的食品添加剂和辅料的单位成本差异情况如下：

单位：元/公斤

项目	材料名称	2020 年 1-6 月	增减额	2019 年度	增减额	2018 年度	增减额	2017 年度
内销不含乳植脂奶油	食品添加剂	0.84	0.04	0.80	0.04	0.77	0.09	0.68
	辅料	0.19	0.02	0.17	0.06	0.12	0.06	0.06
	合计	1.03	0.06	0.97	0.09	0.88	0.15	0.74
出口植脂奶油	食品添加剂	0.78	0.04	0.74	0.05	0.69	0.07	0.62
	辅料	0.02	-0.01	0.03	0.01	0.02	0.00	0.02
	合计	0.80	0.03	0.77	0.06	0.71	0.07	0.64

从上表可以看出来，报告期内，内销不含乳脂植脂奶油的食品添加剂和辅料的单位成本耗用金额高于出口植脂奶油产品的耗用金额，同时，内销不含乳脂植脂奶油的耗用金额逐年增长，且增长额大于出口植脂奶油的增长。

除上述因素的影响之外，出口植脂奶油产品的单位成本在报告期内呈现逐年下降的趋势，主要受到出口退税的影响。出口业务中，出口退税率小于货物增值税征收率（当期免抵退税不得免征和抵扣税额）的部份计入当期营业成本，报告期内公司出口奶油出口退税率及征收率变化对公司出口植脂奶油单位成本的影响金额如下：

单位：元/公斤

项目	2020 年 1-6 月	增减额	2019 年度	增减额	2018 年度	增减额	2017 年度
出口退税对单位成本影响	0.00	-	0.00	-0.12	0.12	-0.09	0.21

2017 年度，公司植脂奶油产品的增值税征收率为 17%，出口退税率为 15%，当期免抵退税不得免征和抵扣税额应结转至营业成本，这部分成本对当期出口奶油单位成本影响为 0.21 元/公斤；自 2018 年 5 月开始，公司植脂奶油产品的增值税征收率变更为 16%，出口退税率也调整为 15%，2019 年 4 月公司奶油征收率再次调整为 13%，出口退税率也调整为 13%，故自 2018 年 5 月开始公司出口植脂奶油不存在当期免抵退税不得免征和抵扣税额，因此出口退税对公司出口植脂奶油单位成本影响 2018 年下降为 0.12 元/公斤，2019 年度和 2020 年 1-6 月为 0。

报告期内内销含乳脂植脂奶油和出口植脂奶油的单位材料成本的差异和变动趋势主要原因系：

1、2018 年度，内销不含乳脂植脂奶油单位材料成本上涨 0.12 元/公斤，而出口植脂奶油单位材料成本下降 0.15 元/公斤，两种植脂奶油产品的主要原材料的单位成本降幅基本一致，单位材料成本变动方向不一致的原因主要是出口植脂奶油产品的出口退税影响单位成本下降了 0.09 元/公斤，而含乳脂植脂奶油产品的食品添加剂和辅料的单位成本上涨了 0.15 元/公斤，出口植脂奶油产品的食品添加剂和辅料的单位成本仅上涨了 0.06 元/公斤，小于含乳脂植脂奶油产品的涨幅；

2、2019 年度，内销不含乳脂植脂奶油单位材料成本下降 0.09 元/公斤，而出口植脂奶油单位材料成本下降 0.21 元/公斤，其中，主要原材料的单位成本均有所下降，内销不含乳脂植脂奶油产品下降了 0.17 元/公斤，出口植脂奶油产品下降了 0.14 元/公斤，出口植脂奶油产品的出口退税影响单位成本下降了 0.12 元/公斤，两种植脂奶油产品的食品添加剂和辅料的单位成本均有所上涨，内销含乳脂植脂奶油产品上涨了 0.09 元/公斤，出口植脂奶油产品上涨了 0.06 元/公斤。

3、2020 年 1-6 月，内销不含乳脂植脂奶油单位材料成本下降 0.08 元/公斤，而出口植脂奶油单位材料成本下降 0.05 元/公斤，其中，主要原材料的单位成本均有所下降，内销不含乳脂植脂奶油产品下降了 0.08 元/公斤，出口植脂奶油产品下降了 0.13 元/公斤，两种植脂奶油产品的食品添加剂和辅料的单位成本均有所上涨，内销含乳脂植脂奶油产品上涨了 0.06 元/公斤，出口植脂奶油产品上涨了 0.03 元/公斤。

综上，报告期内内销含乳脂植脂奶油和出口植脂奶油的单位材料成本的差异和变动趋势是合理的。

(2) 关于四类植脂奶油产品，请补充披露单位产量下各类原材料的投料和产出数量，同一产品原材料投料产出比在报告期内是否发生较大变化。

报告期内，公司分系列的植脂奶油产品的单位产量（每公斤）下主要原材料的投料情况如下：

1、内销含乳脂植脂奶油

单位：公斤

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
油脂	0.185	0.178	0.176	0.173
葡萄糖	0.142	0.143	0.143	0.146
糖	0.049	0.049	0.051	0.051
糖浆	0.063	0.063	0.063	0.063
稀奶油	0.032	0.037	0.035	0.027

2、内销不含乳脂植脂奶油

单位：公斤

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
油脂	0.172	0.169	0.171	0.170
葡萄糖	0.157	0.157	0.156	0.159
糖	0.057	0.054	0.054	0.053
糖浆	0.063	0.065	0.063	0.064

3、出口植脂奶油

单位：公斤

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
油脂	0.166	0.167	0.166	0.166
葡萄糖	0.163	0.166	0.161	0.162
糖	0.051	0.050	0.052	0.052
糖浆	0.071	0.070	0.069	0.069

4、印度植脂奶油

单位：公斤

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
油脂	0.166	0.164	0.165	0.169
葡萄糖	0.111	0.110	0.109	0.106
糖	0.105	0.106	0.103	0.100
糖浆	0.054	0.054	0.056	0.060

报告期内，公司的四类植脂奶油产品的主要原材料的单位投料未发生较大变化，主要原材料油脂的单位投料基本平稳，内销含乳脂植脂奶油产品的油脂单位投料最高，稀奶油仅用于内销的含乳脂植脂奶油，各个系列产品根据终端客户的甜度需求相应调整葡萄糖、糖和糖浆的投料占比，除以上原材料外，植脂奶油产品的其他添加剂种类较多，占比较小，主要根据不同的产品配方进行调整。

(3) 请补充披露印度植脂奶油 2018 年单位成本下降的原因及合理性。

报告期内，印度植脂奶油单位成本变动情况如下：

印度植脂奶油	2020 年 1-6 月	较上年度增减 (%)	2019 年度	较上年度增减 (%)	2018 年度	较上年度增减 (%)	2017 年度
单位成本 (人民币元/公斤)	5.41	-2.70	5.56	1.09	5.50	-10.71	6.16
单位成本 (印度卢比/公斤)	60.22	5.96	56.83	-0.05	56.86	-4.20	59.35

2018 年度印度植脂奶油主要原材料油脂的采购价格为 11.39 元/公斤,较 2017 年度的 12.16 元/公斤下降了 6.33%,同时其他原材料亦有一定幅度的下降,从而导致印度植脂奶油 2018 年度单位成本的下降。

2018 年度,印度植脂奶油单位成本折合人民币金额的下降主要系受汇率影响,2017 年度印度卢比对人民币平均汇率为 1:0.1038,2018 年度印度卢比对人民币平均汇率为 1: 0.0968,下降 6.74%,导致同期印度植脂奶油单位成本折合人民币的金额下降了 10.71%。

综上,除受原材料采购单价下降的影响外,汇率变动的影响是导致 2018 年度印度植脂奶油单位成本下降的主要因素。

(4) 补充披露情况

上述需补充披露的内容,公司已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十二、经营成果分析”之“(二)营业成本构成及变动情况分析”中进行了补充披露。

(5) 核查情况及核查结论

保荐机构、发行人会计师核查了发行人植脂奶油产品的成本核算方法及过程,执行了成本倒轧测试,对营业成本金额及占比同各产品的营业收入、产销量变动执行分析型复核程序,复核了采购明细表,核查了各类植脂奶油产品的单位投料产出比,结合原材料采购单价,对主要原材料在营业成本中的占比情况进行了核查。

经核查,保荐机构、发行人会计师认为:公司四类植脂奶油产品单位成本变动有其合理性,同一产品原材料投料产出比在报告期内未发生较大变化;印度植脂奶油 2018 年单位成本下降主要受汇率变动影响,是合理的。

5. 关于发出商品与存货结转。请发行人：（1）分别披露内销含乳植脂奶油、内销不含乳植脂奶油、出口植脂奶油、印度植脂奶油各年末发出商品余额及数量，2019 年末发出商品余额较 2018 年显著增加的原因及合理性，是否存在年末月份发出商品余额较其他月份显著增长的情形及合理性，发出商品是否真实存在。（2）补充披露四种产品的运输方式，从发货到确认收入时长的差异，四种产品发出商品余额与各自收入规模匹配的合理性。（3）按照原材料、库存商品、发出商品项下的明细类别，结合其数量和单位成本，补充说明各项存货的采购、流转、结转成本的变动情况，采购单价、存货单位成本、结转的单位营业成本之间是否匹配，是否存在调节各环节数量和单位成本进而调节营业成本的情形。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

落实情况：

（1）分别披露内销含乳植脂奶油、内销不含乳植脂奶油、出口植脂奶油、印度植脂奶油各年末发出商品余额及数量，2019 年末发出商品余额较 2018 年显著增加的原因及合理性，是否存在年末月份发出商品余额较其他月份显著增长的情形及合理性，发出商品是否真实存在。

一、发出商品合理性分析

1、报告期各期末植脂奶油产品发出商品的情况

报告期内各期末，公司内销含乳植脂奶油、内销不含乳植脂奶油、出口植脂奶油、印度植脂奶油发出商品余额及数量情况如下：

单位：万元、吨

发出商品		2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
		金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量
内销植脂奶油	含乳脂	224.60	368.16	999.11	1,690.26	547.26	886.33	388.62	646.91
	不含乳脂	35.32	77.07	293.24	639.82	169.09	346.58	155.20	304.22
出口植脂奶油		-	-	8.21	16.63	-	-	-	-
印度植脂奶油		-	-	-	-	-	-	-	-
合计		259.92	445.23	1,300.56	2,346.70	716.35	1,232.91	543.82	951.13

公司根据实际发货数量，依据月末一次加权平均计价方式将发出的库存商品由库存商品结转至发出商品。2019 年末发出商品余额较 2018 年显著增加的主要原因系发出的尚未验收对账确认收入的商品增加。印度植脂奶油系只在印度海融销售的奶油类别，由于印度海融在部分邦与物流仓储公司有协同合作，印度植脂奶油销售运输半径小，从发货到与客户核对确认收货通常可以在当天完成，所以报告期内各期末印度植脂奶油没有发出商品。

2019 年末发出商品金额较 2018 年增加的主要原因系受春节假期的影响。2019 年春节法定假期从 2019 年 2 月 4 日开始，2020 年春节法定假期从 2020 年 1 月 24 日开始，2020 年春节法定假期较 2019 年提前了 11 天。考虑到物流企业的停运日期，以及春节前属于物流行业忙季的情况，经销商和客户为了在春节前备足库存，将备货的日期提前，导致公司 2019 年末发出商品余额较 2018 年末显著增加。

2、报告期各月月末发出商品余额情况

报告期各月末发出商品平均余额与当期期末发出商品的余额情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
月末发出商品平均余额	211.93	381.23	318.82	188.31
期末发出商品余额	282.66	1,414.91	767.81	658.35

公司报告期各期末发出商品主要为内销植脂奶油。公司每天根据客户订单情况及时安排发货，不存在月末一次性集中发货的情形。公司内销植脂奶油主要销售区域为华东、华中、华南地区，前述地区运输天数主要为 1-5 天，最长不超过 7 天。少数省份如新疆、宁夏、甘肃、内蒙古等销售区域运输天数超过一周。因此，公司大部分内销植脂奶油运输在途时间较短，报告期发出商品余额较小。

报告期内，由于每年第四季度开展促销活动，同时每年年末客户和经销商由于考虑到元旦和春节假期因素的影响，会进行提前备货，导致公司每年年末发出商品余额较当年月平均发出商品余额呈现增长。

二、补充披露情况

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十三、财务状况分析”之“（一）资产状况分析”中进行了补充披

露。

(2) 补充披露四种产品的运输方式，从发货到确认收入时长的差异，四种产品发出商品余额与各自收入规模匹配的合理性。

一、报告期内，发行人四种产品的运输方式分别如下：

产品名称	运输方式	储藏方式
内销含乳植脂奶油、 内销不含乳植脂奶油	公路运输	零下 18 摄氏度冷冻储藏
出口植脂奶油	海运	
印度植脂奶油	公路运输	

公司选取具有冷链运输资质的物流企业进行产品运输，植脂奶油采取全程冷链运输的方式，运输过程始终保持在零下 18 摄氏度冷冻储藏，从而保证植脂奶油产品在运输途中的品质。

二、发行人从发货到确认收入时长的情况

1、内销含乳植脂奶油、内销不含乳植脂奶油

对于内销植脂奶油，公司在国内的产品销售范围和涉及区域较广，覆盖全国大部分省、自治区、直辖市，从发货到与客户核对确认收货通常在 2 周以内，具体从发货到确认收货的时间根据客户所在地的路程远近和物流企业的运力调配情况有所差异。公司内销植脂奶油主要销售区域为华东、华中、华南地区，前述地区运输天数主要为 1-5 天，最长不超过 7 天。少数省份如新疆、宁夏、甘肃、内蒙古等销售区域运输天数超过一周。

公司内销植脂奶油产品分区域的运输在途天数情况如下：

销售区域	运输在途天数（天）
华东	1-4
华中	2-5
华南	4-7
西南	5-7
华北	2-11
东北	3-7
西北	5-10

发出商品从公司发出后，公司会及时跟踪物流状态，了解商品的签收时间，并将信息反馈给财务部门。财务人员对发货数据、客户收货信息进行匹配确认，公司财务部门在确认相关商品由经销商和客户已签收后确认商品销售收入，同时结转发出商品至主营业务成本。

2、出口植脂奶油

发行人在第三方公司完成报关手续，取得报关单以及提单/货代公司收货凭证后，根据报关单和提单/货代公司收货凭证日期所在当月确认收入。公司一般出库当天可进港，次日报关，一至两日后装船取得提单，从发出商品到确认收入平均时长在 3-4 天。

3、印度植脂奶油

印度植脂奶油系只在印度公司销售的奶油类别，由于印度公司在部分邦与物流仓储公司有协同合作，印度植脂奶油销售运输半径小，从发货到与客户核对确认收货通常可以在当天完成，所以报告期内各期末印度植脂奶油没有发出商品。

三、四种产品发出商品余额与各自收入规模的匹配情况

单位：万元

项 目		2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		收入	发出商品余额	收入	发出商品余额	收入	发出商品余额	收入	发出商品余额
内销植脂奶油	含乳脂	13,613.91	224.60	32,144.50	999.11	28,181.64	547.26	23,318.30	388.62
	不含乳脂	3,148.70	35.32	8,560.69	293.24	10,524.21	169.09	10,441.93	155.20
出口植脂奶油		1,375.27	-	2,736.07	8.21	2,562.67	-	2,393.87	-
印度植脂奶油		2,460.00	-	9,434.84	-	7,461.79	-	6,705.78	-
合计		20,597.88	259.92	52,876.10	1,300.56	48,730.31	716.35	42,859.88	543.82

1、内销含乳脂植脂奶油、内销不含乳脂植脂奶油发出商品余额与收入规模的匹配情况

报告期内，发行人内销植脂奶油发出商品金额随销售收入的增长呈正相关变动，发出商品与销售收入具备匹配性，符合实际经营情况。

2019 年末发出商品金额较 2018 年增加的主要原因系受春节假期的影响。2019 年春节法定假期从 2019 年 2 月 4 日开始，2020 年春节法定假期从 2020 年 1 月 24 日开始，2020 年春节法定假期较 2019 年提前了 11 天。考虑到物流企业

的停运日期，以及春节前属于物流行业忙季的情况，经销商和客户为了在春节前备足库存，将备货的日期提前，导致公司 2019 年末发出商品余额较 2018 年末显著增加。

公司每天根据客户订单情况及时安排发货，不存在月末一次性集中发货的情形。公司内销植脂奶油主要销售区域为华东、华中、华南地区，前述地区运输天数主要为 1-5 天，最长不超过 7 天。少数省份如新疆、宁夏、甘肃、内蒙古等销售区域运输天数超过一周。因此，公司大部分内销植脂奶油运输在途时间较短，报告期发出商品余额较小。

2、出口植脂奶油发出商品余额与收入规模的匹配情况

发行人出口植脂奶油采取船运方式，且出口植脂奶油客户和发货批次较少，受客户订单下达时间和船期影响，报告期各期末基本无发出商品。

3、印度植脂奶油与收入规模的匹配情况

印度植脂奶油系只在印度公司销售的奶油类别，由于印度公司在部分邦与物流仓储公司有协同合作，印度植脂奶油销售运输半径小，从发货到与客户核对确认收货通常可以在当天完成，所以报告期内各期末印度植脂奶油没有发出商品。

综上所述，四种产品发出商品余额与各自收入规模及业务情况相匹配。

四、补充披露情况

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司销售及采购情况”之“（一）公司主要产品产销情况”中进行了补充披露。

（3）按照原材料、库存商品、发出商品项下的明细类别，结合其数量和单位成本，补充说明各项存货的采购、流转、结转成本的变动情况，采购单价、存货单位成本、结转的单位营业成本之间是否匹配，是否存在调节各环节数量和单位成本进而调节营业成本的情形。

一、原材料的变动情况

报告期内，公司主要原材料的采购数量、单价和耗用数量、单价情况如下：

1、2017 年度

项 目	采购情况		生产耗用	
	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）
油脂	6,746.91	10.16	6,797.16	10.06
葡萄糖	5,444.19	2.86	5,367.58	2.84
糖	2,796.06	5.68	2,739.80	5.69
酪蛋白酸钠	179.16	48.79	170.41	48.60
糖浆	2,519.06	2.40	2,520.98	2.41
稀奶油	478.01	23.07	480.13	23.05
内盒	3,793.10	0.48	3,866.84	0.48
外箱	317.48	2.70	318.55	2.68

2、2018 年度

项 目	采购情况		生产耗用	
	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）
油脂	7,858.83	9.67	7,849.56	9.67
葡萄糖	6,050.20	2.95	6,051.61	2.95
糖	3,196.86	5.07	3,232.48	5.08
酪蛋白酸钠	184.02	53.95	185.48	53.15
糖浆	2,809.08	2.39	2,801.29	2.39
稀奶油	758.74	23.19	758.85	23.19
内盒	4,496.86	0.48	4,308.94	0.48
外箱	397.86	2.64	386.34	2.66

3、2019 年度

项 目	采购情况		生产耗用	
	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）
油脂	8,302.58	9.12	8,210.45	9.09
葡萄糖	6,079.13	2.95	6,187.08	2.95
糖	3,303.36	4.69	3,386.19	4.69
酪蛋白酸钠	193.61	58.09	194.40	57.95
糖浆	2,940.16	2.59	2,980.03	2.59
稀奶油	843.04	24.52	829.99	24.47
内盒	4,493.57	0.47	4,540.46	0.47
外箱	409.64	2.54	405.37	2.56

4、2020 年 1-6 月

项 目	采购情况		生产耗用	
	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）	数量（吨，万个）	单价（元/公斤，个）
油脂	2,907.89	8.13	3,000.14	8.27
葡萄糖	2,304.88	2.92	2,267.14	2.93
糖	1,206.02	4.86	1,190.33	4.84
酪蛋白酸钠	80.00	60.93	75.45	60.31
糖浆	1,086.59	2.54	1,060.76	2.53
稀奶油	277.98	26.33	284.46	26.23
内盒	1,592.50	0.45	1,602.13	0.45
外箱	144.29	2.50	146.55	2.50

报告期内，公司主要原材料的采购和生产耗用单价存在较小差异，主要是由于公司存货成本计量采用月末一次加权平均法，由于每月采购的实际成本不完全一致，导致耗用单价与采购单价存在一定的差异，总体来看，公司的原材料采购和耗用情况是匹配的。

二、库存商品和发出商品的结转情况

每月末，公司根据当月实际消耗的直接材料成本、分摊的直接人工及制造费用成本计算出当月完工产品的总成本，将生产成本结转至库存商品成本；根据实际发货数量依据月末一次加权平均计价方式将发出的库存商品由库存商品结转至发出商品，月末根据客户确认情况在确认销售收入同时将成本由发出商品结转至主营业务成本。

报告期内，公司的主要产品的生产入库情况和销售结转情况如下：

1、2017 年度

项 目	生产入库		销售出库结转	
	数量（吨）	单价（元/公斤）	数量（吨）	单价（元/公斤）
植脂奶油	37,139	5.49	37,305	5.49
巧克力	944	14.22	995	13.28
果酱	867	11.06	836	10.88
香精香料	73.21	44.23	59.89	54.14

注：销售出库结转指已实现销售结转至营业收入的产品，下同。

2、2018 年度

项 目	生产入库		销售出库结转	
	数量（吨）	单价（元/公斤）	数量（吨）	单价（元/公斤）
植脂奶油	42,272	5.48	41,675	5.48
巧克力	1,301	15.08	1,212	15.48
果酱	822	11.30	821	12.05
香精香料	93.65	44.97	91.70	45.52

3、2019 年度

项 目	生产入库		销售出库结转	
	数量（吨）	单价（元/公斤）	数量（吨）	单价（元/公斤）
植脂奶油	44,164	5.58	43,410	5.57
巧克力	1,059	14.97	1,126	14.69
果酱	1,018	12.67	966	12.47
香精香料	98.22	42.73	93.87	43.86

4、2020 年 1-6 月

项 目	生产入库		销售出库结转	
	数量（吨）	单价（元/公斤）	数量（吨）	单价（元/公斤）
植脂奶油	15,890	5.68	16,444	5.64
巧克力	382	15.36	393	15.25
果酱	387	16.11	357	15.51
香精香料	52.30	34.62	49.45	38.14

报告期内，公司主要原材料的采购、生产耗用的数量是相互匹配的，其采购单价、耗用单价无异常波动情况；公司产成品产量与结转库存商品数量及单价相匹配，公司主要产品报告期内耗用主要原材料数量无异常波动，不存在调节各环节数量和单位成本进而调节营业成本的情形。

（4）核查情况及核查结论

针对发出商品与存货，保荐机构和会计师执行了如下核查程序：

1、了解公司关于产品发出相关的内部控制制度，对涉及产品销售及发出商品管控的环节执行了穿行测试及控制测试，了解及测试公司关于发出商品相关的内部控制的有效性；

2、取得报告期末发出商品的明细清单，选取一定样本抽查发出商品流转相

关的出库单据、运输单据，查验发出商品数据的准确性；

3、根据整理的分客户的发出商品清单，选取一定样本量客户对发出商品实施函证程序，向客户函证发出商品数量的准确性。

4、期后对发出商品的收入确认进行测试，抽查了发出商品的签收单和收入凭证查看发出时间、客户签收时间以及公司收入确认时间，确认期末发出商品期后已确认收入。

5、就存货收发存管理等情况与相关人员进行访谈、进行了实地核查，核查了发行人植脂奶油、果酱、巧克力和香精香料等主要产品的成本核算方法及过程，执行了成本倒轧测试，对营业成本金额及占比同各产品的营业收入、产销量变动执行分析型复核程序，复核了采购明细表，对比公司向供应商采购主要原材料的单价与市场价格，查阅了主要原材料的市场价格波动，分析报告期内发行人原材料、能源价格的变动趋势以市场同期变化的匹配情况。

经核查，保荐机构和会计师认为，2019 年末发出商品余额较 2018 年显著增加具有合理的原因，由于发行人年末存在促销活动以及发行人的客户和经销商考虑到元旦和春节的因素提前备货，导致期末发出商品余额与其他月份相比存在增长的情形，发出商品真实存在。发行人收入确认时长合理，客户期末发出商品余额与各自销售收入相匹配。报告期内发行人各项存货的采购、流转、结转成本的变动合理，采购单价、存货单位成本、结转的单位营业成本相匹配，不存在调节各环节数量和单位成本进而调节营业成本的情形。

6. 关于现金流。2018 年“销售商品、提供劳务收到的现金”占营业收入的比例较 2017 年有所降低,“购买商品、接受劳务支付的现金”和“支付给职工以及为职工支付的现金”占当年营业成本的比例较 2017 年有所提高,其中“经营性应付项目的增加”较 2017 年差异为 5,293.1 万元;请发行人进一步补充披露,在 2018 年“销售商品、提供劳务收到的现金”占当期收入降低的情形下,2018 年经营活动现金流出显著增加的原因及合理性。

落实情况:

一、2018 年“销售商品、提供劳务收到的现金”占当期收入降低原因

公司 2018 年及 2017 年销售商品、提供劳务收到的现金占当期收入比例情况如下:

单位:万元

项目	2018 年度	2017 年度
营业收入(A)	54,106.35	47,124.49
销售商品、提供劳务收到的现金 B	58,049.62	55,036.13
销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入 (C=B/A)	107.29%	116.79%

公司 2018 年及 2017 年销售商品、提供劳务收到的现金与资产负债表、利润表相关项目的勾稽关系如下:

单位:万元

现金流量表 主要项目	资产负债表/ 利润表相关科目	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金		58,049.63	55,036.13
	营业收入	54,106.35	47,124.49
	应收账款的减少(增加以“-”号填列)	-252.24	-748.57
	预收款项的增加(减少以“-”号填列)	-5,186.46	440.26
	应交税金-销项税额	9,381.97	8,219.94
差异		0.00	0.00

由于 2017 年末公司存在较大的预收款项,这部分预收款绝大多数都转化为 2018 年度的营业收入,公司 2018 年度对经销商参与促销活动的金额上限根据其

日常采购量进行了一定的限制，加上 2018 年第四季度的促销活动早于 2017 年第四季度促销活动的开始日期，因此部分参与活动的经销商提货时点相应提前，两项因素叠加导致 2018 年末的预收款项余额较 2017 年末下降。公司 2018 年末预收款较 2017 年末有所下降，导致 2018 年度销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例有所下降。

二、购买商品、接受劳务支付的现金增加原因

由于公司 2018 年度业务规模扩大，公司销售额提升带来营业成本增加，公司 2018 年及 2017 年购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本的勾稽关系如下：

单位：万元

现金流量表主要项目	资产负债表/利润表相关科目	2018 年度	2017 年度
购买商品、接受劳务支付的现金		28,779.60	24,266.27
	营业成本	26,464.81	23,116.75
	预付款项的增加（减少以“-”号填列）	-70.22	148.13
	存货的增加（减少以“-”号填列）	671.73	258.22
	应付账款的减少（增加以“-”号填列）	-1,442.99	-1,134.48
	应交税费的进项税额（与采购劳务相关）	5,327.61	3,961.68
	营业成本中不计入购买商品、接受劳务支付的现金	-2,171.35	-2,084.03
差异		0.00	0.00

2018 年度，购买商品、接受劳务支付的现金占营业成本的比例较高主要系原材料采购增加，支付的税金增加。报告期内，报告期内发行人的营业成本、存货等资产负债表、利润表科目变动与公司购买商品、接受劳务支付的现金是相符、匹配的。

三、支付给职工以及为职工支付的现金增加原因

2017 年度和 2018 年度现金流量表中“支付给职工以及为职工支付的现金”的具体明细如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度
工资、奖金、津贴和补贴	9,078.05	7,330.04
基本养老保险	1,192.69	922.55
医疗保险费	545.95	420.44
住房公积金	373.98	288.81
工会经费和职工教育经费	96.97	143.07
职工福利费	360.91	312.8
生育保险费	56.74	43.52
失业保险费	28.37	21.93
工伤保险费	15.15	22.97
辞退福利	51.30	-
合 计	11,800.12	9,506.13

报告期内，公司“支付给职工以及为职工支付的现金”主要为支付的工资、奖金、津贴、补贴、基本养老保险、医疗保险费和住房公积金，随着公司经营业绩的提升，员工的薪酬逐年增加，因此，支付给职工以及为职工支付的现金随之逐年增加，与当期支付的职工薪酬一致。报告期内，公司不存在以实物支付薪酬的情况，所有的职工薪酬皆通过货币现金的方式进行支付。

四、“经营性应付项目的增加”较 2017 年差异较大原因

公司 2018 年及 2017 年经营性应付项目的增加具体情况如下：

单位：万元

经营性应付变动	2018 年度	2017 年度	变动
预收款项	-5,186.46	440.26	-5,626.72
应交税费	272.94	521.71	-248.77
应付职工薪酬	86.48	165.14	-78.66
其他应付款	19.80	36.69	-16.89
递延收益	183.00	-	183.00
应付账款	1,604.65	1,109.68	494.97
合计	-3,019.59	2,273.48	-5,293.07

公司 2018 年度经营性应付相较于 2017 年变动差异为 5,293.07 万元，主要受预收款项减少所致，具体原因参见前述回复 1、2018 年“销售商品、提供劳务收到的现金”占当期收入降低原因。

五、2018 年经营活动现金流出显著增加的原因

公司 2018 年及 2017 年经营性现金流具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年	2017 年	变动金额	变动比率
购买商品、接受劳务支付的现金	28,779.60	24,266.27	4,513.33	18.60%
支付给职工以及为职工支付的现金	11,800.12	9,506.14	2,293.97	24.13%
支付的各项税费	5,264.84	5,045.96	218.88	4.34%
支付其他与经营活动有关的现金	8,956.29	7,630.11	1,326.18	17.38%
经营活动现金流出合计	54,800.84	46,448.49	8,352.36	17.98%

公司 2018 年经营性现金流出显著增加主要项目为购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金增加导致。具体原因参见前述分析。

六、补充披露情况

上述需补充披露的内容，公司已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十四、偿债能力、流动性与持续经营能力的分析”之“（四）现金流量分析”中进行了补充披露。

七、核查情况及核查结论

保荐机构、发行人会计师对发行人报告期内的现金流情况进行了核查，获取了发行人报告期内的银行账户明细和银行流水，核查了发行人的大额银行流水（单笔发生金额 10 万元以上），获取了每笔收付款的原始凭证，包括采购/销售对应的发票、订单、出（入）库单、付款审批单等，核实大额资金支付或收入的真实性，同时，分析了公司的现金流量表主要项目与资产负债表、利润表相关科目的勾稽关系。

经核查，保荐机构和发行人会计师认为：报告期内发行人的应收账款、预收款项、营业收入、营业成本、净利润等主要科目的变动与公司经营活动现金流的变动符合相应的逻辑关系，不存在人为调节经营活动现金流的情况，不存在异常情况。

（本页以下无正文）

（本页无正文，为《上海海融食品科技股份有限公司关于首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

法定代表人签字



黄海瑚

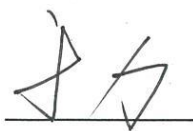


上海海融食品科技股份有限公司

2020年 10月 12 日

(本页无正文，为东方证券承销保荐有限公司《关于上海海融食品科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》的签章页)

保荐代表人：



于 力



李 鹏

东方证券承销保荐有限公司

2020 年 10 月 12 日



保荐机构董事长声明

本人已认真阅读关于上海海融食品科技股份有限公司首发申请文件审核问询函回复的全部内容，了解该回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，确认审核问询函的回复内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

董 事 长： 金文忠

金文忠



保荐机构首席执行官声明

本人已认真阅读关于上海海融食品科技股份有限公司首发申请文件审核问询函回复的全部内容，了解该回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，确认审核问询函的回复内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

法定代表人、总经理、首席执行官：



马 骥



东方证券承销保荐有限公司
2020年10月12日