

众华会计师事务所（特殊普通合伙）

关于亚洲渔港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

众会字（2021）第 8254 号

深圳证券交易所：

贵所下发的《关于亚洲渔港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”）收悉。

众华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“众华”、“会计师”或“申报会计师”）作为亚洲渔港股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“亚洲渔港”）申请首次公开发行股票并在创业板上市之申报会计师，对问询函中涉及本次发行的特定事项进行了认真核查，并在此基础上，出具了《众华会计师事务所（特殊普通合伙）<关于亚洲渔港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》（以下简称“本问询函回复”）。

本问询函回复中所称“报告期”指 2018 年度、2019 年度和 2020 年度，本问询函回复中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能存在差异，这些差异系因数据四舍五入形成的误差。

现对问询函回复如下：

目 录

问题 2.....	3
问题 3.....	6
问题 4.....	11
问题 5.....	18
问题 6.....	30
问题 7.....	41
问题 8.....	54
问题 10.....	62
问题 11.....	66
问题 12.....	74
问题 13.....	79
问题 14.....	88
问题 15.....	91
问题 16.....	94
问题 17.....	100
问题 18.....	105
问题 19.....	114
问题 20.....	121
问题 21.....	125
问题 22.....	128
问题 23.....	134
问题 24.....	138
问题 25.....	142
问题 26.....	146

问题 2

关于各产品和业务收入。审核问询回复显示：

(1) 发行人深加工贝类产品收入 2019、2020 年分别为 11,276.56 万元、6,663.04 万元，下滑幅度显著大于其他产品；

(2) 2020 年一季度，受新冠疫情的影响，发行人营业收入出现大幅下降，2020 年二季度，随着新冠疫情逐步控制，发行人营业收入逐步恢复。

请发行人：

(1) 补充说明深加工贝类产品 2020 年收入下滑显著的原因；

(2) 补充说明各季度收入构成情况，若相同季度占比在各期差异较大，请说明原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

(一) 关于发行人 2020 年业绩的总体说明

1、2020 年度由于新冠疫情对下游餐饮市场冲击较大，全国餐饮行业收入同比下降 16.6%。受该不可抗力因素影响，发行人经营业绩出现下降，营业收入同比下降 25.48%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润同比下降 24.33%。

2、发行人 2020 年度各类别产品，由于销售渠道受到疫情影响程度不同，销售额下降幅度不同，其中贝类产品终端主要为中式宴席，该等渠道受疫情冲击，远高于西式快餐、西餐等渠道，导致贝类产品销售额下降 40.91%，下降幅度超过其他类别产品。

3、发行人产品为速冻产品，销售存在一定季节性。总体来说，上半年销售额少于下半年销售额，由于 2020 年上半年全国疫情防控措施，2020 年上半年销售额占比显著下降。

4、2021 年以来，随着中国疫情得到有效控制，餐饮市场回暖，发行人经营业绩复苏。发行人 2021 年 1-6 月营业收入 56,077.81 万元，扣除非经常性损益后

归属于母公司所有者的净利润 3,171.44 万元。经营业绩已经基本恢复到 2019 年度水平。

5、但目前全球疫情仍存在蔓延趋势，中国疫情防控仍在进行中，新冠疫情对于发行人所处的餐饮供应链行业具有较大的关联性，且新冠疫情尚存在一定的不确定性。若未来新冠疫情出现新的不利变化，可能会对发行人的经营业绩造成不利影响。

（二）补充说明深加工贝类产品 2020 年收入下滑显著的原因

发行人贝类深加工产品主要以粉丝贝系列产品为主。2020 年收入下滑显著的原因与其产品特点及市场竞争有关。具体如下：

1、该系列产品主要通过经销、批发等渠道客户最终销售至中式宴席餐饮市场。2020 年受疫情影响，全国城乡各地方政府对聚会宴席等限制较多，发行人客户中以中式宴席渠道为主的客户销售情况均受到不同程度的下滑，主要宴席产品粉丝贝销量下滑幅度较为明显。

2、粉丝贝系列产品系流通市场中较为成熟的产品，竞争产品较多，竞争激烈，价格较为透明，利润空间小。2020 年受疫情影响，发行人的市场策略及重心转向其竞争力较强的产品如虾类深加工产品及鱼类深加工产品，导致该等贝类产品的收入下降较多。

发行人贝类深加工产品 2019 年前五名客户在 2020 年度均出现下降，同比变动情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2020 年度		2019 年度
		金额	同比	金额
1	昆明市官渡区远华冻品经营部	467.58	-32.75%	695.24
2	崇安区春国冷冻副食品商行	168.77	-52.96%	358.75
3	福州市马尾区天誉伯利冻品商行	291.84	-7.47%	315.42
4	成都章成海益商贸有限公司	155.25	-48.16%	299.50
5	扬州食宝食品商贸有限公司	146.06	-50.32%	294.00
	合计	1,229.50	-37.36%	1,962.90

注：上述销售金额仅系发行人向该等客户销售的贝类深加工产品金额。

综上，发行人主要贝类深加工产品客户销售额与贝类深加工产品整体销售额的变动趋势一致。

2021 年 1-6 月，发行人贝类深加工产品实现销售收入 4,305.56 万元，受疫情

期间全国城乡各地方政府对聚会宴席等限制较大而销售基数较低的影响，相比 2020 年同期增长 84.15%；受发行人的市场策略及重心转向竞争力较强的虾类及鱼类深加工产品的影响，相比 2019 年同期下降 25.16%。

（三）补充说明各季度收入构成情况，若相同季度占比在各期差异较大，请说明原因及合理性

报告期各期，发行人合并报表层面各季度收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	28,160.87	18,547.56	20.69%	26,572.95	22.08%	24,253.13	26.54%
二季度	27,916.95	20,108.16	22.43%	27,786.14	23.09%	19,214.87	21.03%
三季度	-	26,599.22	29.67%	31,810.28	26.44%	23,678.24	25.91%
四季度	-	24,409.50	27.22%	34,158.32	28.39%	24,223.69	26.51%
合计	56,077.81	89,664.44	100.00%	120,327.69	100.00%	91,369.93	100.00%

由于 2019 年度海燕号、海鹰号等初加工产品业务开始拓展，2019 年 6 月收购柠檬供应链（后更名为前进宝（上海））拓展餐饮城市配送业务，因此导致个别季度的收入波动。

生鲜餐饮食材受餐饮行业、家庭消费季节性影响。中国居民节假日主要分布于下半年，下半年至次年春节是生鲜餐饮食材行业销售旺季。考虑下游餐饮门店需提前采购食材及原料，整体而言，每年下半年至春节，生鲜餐饮食材的销售情况略高于其他期间。

报告期各期，发行人扣除上述海燕号、前进宝（上海）等业务影响的母公司报表层面各季度收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	24,282.74	13,738.40	17.85%	24,320.58	24.75%	24,129.77	26.59%
二季度	22,012.32	16,253.71	21.11%	21,697.01	22.08%	19,093.38	21.04%
三季度	-	24,654.05	32.03%	25,346.88	25.80%	23,522.10	25.92%
四季度	-	22,332.20	29.01%	26,893.35	27.37%	24,009.63	26.46%
合计	46,295.06	76,978.35	100.00%	98,257.82	100.00%	90,754.88	100.00%

除 2020 年一季度、二季度受新冠疫情的影响，销售收入出现较大的波动之外，报告期其他季度的销售收入及占比波动不大，符合下游餐饮食材行业的采购习惯及餐饮行业的消费习惯。

综上，发行人报告期各季度收入构成合理。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

- 1、获取发行人报告期各期销售收入、成本明细表，分析比较深加工贝类产品销售变动趋势；
- 2、分析比较贝类深加工产品主要客户销售额的变动情况，对发行人销售部门负责人进行访谈，了解贝类产品的销售情况；
- 3、获取发行人报告期各期销售收入、成本明细表，汇总并分析发行人报告期内各季度收入及占比情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、发行人深加工贝类产品 2020 年度收入下滑的原因真实、合理；
- 2、发行人 2017-2020 年各季度收入构成合理。

问题 3

关于审计截止日后财务信息及经营状况。发行人 2018 年至 2020 年主营业务收入分别为 91,305.68 万元、120,247.36 万元和 89,564.37 万元，2020 年下滑幅度较大。

请发行人补充说明 2021 上半年主要财务数据情况，若较 2020 年同期继续呈现显著下滑趋势，请说明原因及合理性，以及持续经营能力是否发生重大不利变化。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

发行人为餐饮食材供应商，新冠疫情对于发行人所处的餐饮供应链行业具有较大的关联性。2020 年度下游餐饮市场受到负面冲击较大，导致发行人营业收入下降 25.48%。2021 年随着疫情得到有效控制，下游餐饮市场回暖，发行人经

营业绩显著回升。因此，发行人持续经营能力、持续盈利能力未发生重大不利变化。

2021年11月，大连地区再次出现疫情，进口冷链食品单位包括冷库、相关食品生产及销售单位暂停营业，因此发行人的自有工厂亚渔食品、中联食品暂停生产经营，发行人的代工厂商大连兴强、海秀鲜等暂停生产经营，对发行人的经营造成一定的影响。截至本问询函回复之日，上述工厂尚未恢复生产经营。发行人通过其他地区的代工厂商转移生产订单，产品销售及供应链暂未受到重大影响，2021年12月，随着大连地区疫情得到控制，发行人的自有工厂亚渔食品、中联食品及发行人大连地区的代工厂商将根据政府部门的复工复产通知及要求有序开展和组织生产。

但新冠疫情尚存在一定的不确定性，若未来新冠疫情出现新的不利变化，可能会对发行人的经营业绩造成重大不利影响。

具体说明如下：

（一）发行人 2021 年上半年主要财务数据及同比变动情况

发行人 2021 年 1-6 月、2020 年 1-6 月及 2019 年 1-6 月合并利润简表及同比变动情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月			2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月
	金额	2020 年同比	2019 年同比	金额	金额
营业收入	56,077.81	45.07%	3.16%	38,655.72	54,359.09
营业成本	47,040.44	46.72%	3.11%	32,060.55	45,621.06
销售费用	2,123.41	-13.97%	-36.91%	2,468.34	3,365.42
管理费用	1,825.43	41.27%	78.83%	1,292.12	1,020.77
研发费用	398.22	11.24%	-16.99%	357.99	479.71
财务费用	-156.13	-75.79%	-78.86%	-644.89	-738.72
营业利润	4,909.40	69.19%	10.27%	2,901.79	4,452.04
利润总额	4,827.39	73.20%	8.29%	2,787.24	4,457.94
净利润	3,343.50	70.61%	0.51%	1,959.76	3,326.52
归属于公司股东的净利润	3,326.50	57.33%	1.77%	2,114.41	3,268.61
扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润	3,171.44	47.97%	-2.83%	2,143.33	3,263.70

注：发行人 2020 年 1-6 月及 2021 年 1-6 月数据已经审计，2019 年 1-6 月数据未经审计

发行人 2021 年 1-6 月营业收入、归属于公司股东的净利润及扣除非经常性

损益后归属于母公司的净利润分别较去年同期增长 45.07%、57.33%和 47.97%，较 2019 年 1-6 月同比变动 3.16%、1.77%、-2.83%。发行人 2021 年 1-6 月销售费用相比 2020 年及 2019 年同期降幅较大，主要系执行新收入准则后，公司将与合同履约相关的运输费用纳入营业成本核算；财务费用相比 2020 年及 2019 年同期降幅较大，主要系执行新租赁准则后，公司开始产生租赁负债按摊余成本计量的利息费用。

2021 年 1-6 月，随着下游餐饮行业的快速复苏，市场逐步恢复常态，尽管疫情对下游需求仍然产生负面影响，发行人业绩相比 2020 年同期取得了较快增长，已基本恢复至 2019 年同期水平，发行人不存在较 2020 年同期继续呈现显著下滑趋势的情况，持续经营能力亦不存在发生重大不利变化的情况。

（二）发行人 2021 年上半年按照产品类别的主营业务收入变动情况

发行人 2021 年 1-6 月各产品类别及服务整体已经恢复至 2019 年同期水平，且各产品类别及服务经过 2020 年疫情之后进行了优化和调整。发行人 2021 年 1-6 月、2020 年 1-6 月及 2019 年 1-6 月，按产品类型分类的主营业务收入变动情况如下：

单位：万元

产品服务类别		具体产品	2021 年 1-6 月			2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月
			金额	2020 年 同比	2019 年 同比	金额	金额
生鲜食材产品	深加工产品	虾类产品	25,777.88	89.43%	32.11%	13,608.27	19,512.83
		贝类产品	4,305.56	84.15%	-25.16%	2,338.11	5,752.97
		鱼类产品	7,456.71	18.09%	25.30%	6,314.58	5,951.19
		鱿鱼类产品	2,713.25	119.18%	30.32%	1,237.91	2,082.07
		面点类产品	4,221.24	62.01%	-22.39%	2,605.57	5,438.82
		牛羊肉产品	471.65	58.66%	-46.60%	297.27	883.22
		其它产品	1,622.72	56.85%	14.05%	1,034.59	1,422.85
		小计	46,569.02	69.74%	13.46%	27,436.30	41,043.95
	初加工产品	虾类产品	2,841.99	-51.90%	-72.66%	5,908.76	10,393.84
		其他产品	2,999.01	47.13%	34.01%	2,038.32	2,237.86
		小计	5,840.99	-26.50%	-53.76%	7,947.08	12,631.70
仓储物流服务			3,579.13	10.23%	465.40%	3,246.99	633.03
合 计			55,989.14	44.94%	3.09%	38,630.37	54,308.68

注：发行人 2020 年 1-6 月及 2021 年 1-6 月数据已经审计，2019 年 1-6 月数据未经审计

深加工产品方面，2021 年 1-6 月，随着下游餐饮行业的快速复苏，市场逐步恢复常态，公司深加工产品收入相比 2020 年同期均取得了较快增长。2021 年 1-6 月，公司虾类、鱿鱼类深加工产品收入相比 2020 年及 2019 年同期增幅均较大，主要系发行人收购的中联食品的主要产品为虾类及鱿鱼类深加工产品，扣除中联食品的影响后，发行人 2021 年 1-6 月虾类深加工产品收入相比 2020 年及 2019 年同期分别增长 46.49%和 2.16%，鱿鱼类深加工产品收入相比 2020 年及 2019 年同期分别增长 77.67%和 5.63%，已恢复至 2019 年同期水平；贝类深加工产品客户主要以中式宴席渠道为主，疫情期间，全国城乡各地方政府对聚会宴席等限制较大，因此 2020 年 1-6 月销售基数较低，2021 年 1-6 月增幅较大，而贝类深加工产品系流通市场中较为成熟的产品，竞争产品较多，竞争激烈，价格较为透明，利润空间小，发行人的市场策略及重心转向竞争力较强的虾类及鱼类深加工产品，导致该产品的收入相比 2019 年同期下降；鱼类深加工产品受 2020 年疫情以来发行人下游经销商网红带货、社区拼团等模式的带动，该类产品收入持续增长；面点类产品及牛羊肉类产品销售收入相比 2019 年同期下降，主要系受产品结构及价格调整带来的需求变动的影响。

初加工产品方面，由于疫情负面冲击仍然较大，2021 年 1-6 月，初加工产品受主要产品进口南美白虾产品的市场影响及自身策略调整的影响，未再进一步拓展，而以去库存销售为主，因此销售收入相比 2020 年及 2019 年同期下降，发行人在收购了中联食品及海燕号少数股权后，未来将结合中联食品的海外进口资源及经验，统一整合并开展加工产品的进口及销售业务。

仓储物流服务方面，发行人城市配送业务的覆盖地区于 2021 年新增北京、青岛后达到 9 个城市，业务收入相比 2020 年同期取得了稳步增长。其中，前进宝（上海）及亚渔冷链收入相比 2020 年同期分别增长 4.65%和 15.62%，而发行人于 2019 年 6 月末合并前进宝（上海），因此仓储物流服务收入较 2019 年同期增幅较大。

（三）发行人与同行业可比公司 2021 年 1-6 月主营业务收入变动对比情况

2021年1-6月、2020年1-6月及2019年1-6月，公司与可比公司主营业务收入变动情况对比如下：

单位：万元

公司名称	2021年1-6月			2020年1-6月	2019年1-6月
	主营业务收入	2020年同比	2019年同比	主营业务收入	主营业务收入
安井食品	388,140.10	36.14%	66.60%	285,105.86	232,978.98
千味央厨	56,606.15	54.49%	41.89%	36,639.80	39,895.25
味知香	36,113.40	31.44%	未披露	27,474.38	未披露
发行人	55,989.14	44.94%	3.09%	38,630.37	54,308.68

注：上述可比公司数据均根据企业公开招股说明书和年报、半年报数据计算，发行人2020年1-6月及2021年1-6月数据已经审计，2019年1-6月数据未经审计

1、2021年1-6月，随着下游餐饮行业的快速复苏，市场逐步恢复常态，发行人与同行业可比公司主营业务收入相比2020年同期均取得了较快增长。发行人与千味央厨2020年1-6月受疫情影响，主营业务收入下降，基数较低，因此增长率高于安井食品；

2、发行人2021年1-6月较2019年同期增长幅度，低于可比上市公司，主要原因：

（1）发行人经营产品主要为海水产品，受新冠疫情管控因素影响，该等品类产品收到冲击程度，明显高于同行业上市公司经营的面点类、调味品类、鱼丸类等品类。

（2）海燕号初加工业务于2019年度开展，发行人2019年1-6月收入基数较大，发行人2021年1-6月收入相比2019年同期增长率低于可比公司。整体而言，发行人2021年1-6月主营业务收入增长趋势与行业可比公司基本一致。

综上，发行人2021年1-6月不存在业绩较2020年同期继续呈现显著下滑趋势的情况，随着新冠疫情整体的有效控制，下游餐饮行业复苏，发行人2021年1-6月经营业绩也较去年同期快速恢复，主营业务收入变动趋势与行业可比公司基本一致，持续经营能力亦不存在发生重大不利变化的情况。2021年11月大连地区新发疫情已经有效控制，尽管对发行人的生产经营短期内造成一定的影响，但随着政府部门有序复工复产，发行人的生产经营将逐步全面恢复正常，发行人的持续经营能力未发生重大不利变化。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

- 1、获取发行人 2020 年 1-6 月及 2021 年 1-6 月经审计的合并利润表、2019 年 1-6 月未经审计的合并利润表,比较发行人合并利润表各主要指标的变动情况;
- 2、获取发行人 2021 年 1-6 月、2020 年 1-6 月及 2019 年 1-6 月的销售收入、成本明细表,比较发行人各主要产品及服务的销售收入变动情况;
- 3、访谈发行人实际控制人关于 2021 年上半年的经营业绩变化情况;
- 4、获取发行人可比公司 2019 年 1-6 月、2020 年 1-6 月及 2021 年 1-6 月主营业务收入及变动情况,与发行人同期指标进行比较分析。

(二) 核查意见

经核查,申报会计师认为:

- 1、发行人 2021 上半年主要财务数据不存在呈现显著下滑的趋势、持续经营能力未发生重大不利变化;
- 2、发行人 2021 年上半年主营业务收入变动趋势与行业可比公司基本一致。

问题 4

关于发行人销售模式。审核问询回复显示:

(1) 发行人将销售渠道分为重点连锁客户、经销商、批发商或终端等,其中重点连锁客户收入占比约为 20%;

(2) 经销发行人产品金额占经销商的销售额比重基本不超过 10%,发行人对于经销商的影响力较弱;

(3) 与批发商或终端相比,发行人对经销商约定了授权销售区域,约定了按季度分解的目标销售额及销售返利政策,此外未见其他差异。

请发行人:

(1) 补充说明发行人将销售渠道分为“重点连锁客户、经销商、批发商或终端”的标准和原因,将“经销商”与“批发商或终端”区分列示的原因及合理性,对于各个客户,上述分类是否存在混淆的情形;

(2) 按直销、经销口径,补充说明收入构成及占比、客户数量及平均收入规模、毛利率情况。

请保荐人、申报会计师补充说明各销售模式下对客户的函证和走访数量及

占比情况，对应的收入及占比情况。

【回复】

一、发行人情况说明

基于客户管理需要、风险特征不同，发行人将销售渠道分为重点连锁客户、经销商、批发商或终端。发行人经销商、批发商客户销售规模较小，其中批发商在风险特征、客户管理上与终端客户一致，与公司的合作地位是平等的，公司采用相同的管理方式，对两种客户的定价方法和原则、结算模式、退换货政策、风险转移时点、权利义务的承担均无实质性区别。因此发行人将批发商客户归为直销渠道。报告期各期，发行人批发商渠道销售收入如下：

单位：万元

产品额类别	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年年度	2018 年年度
深加工产品	3,045.53	4,765.12	6,652.67	7,131.78
初加工产品	2,189.55	7,965.16	17,661.63	319.54
合计	5,235.08	12,730.28	24,314.30	7,451.32
销售占比	9.34%	14.20%	20.21%	8.16%

具体说明如下：

（一）补充说明发行人将销售渠道分为“重点连锁客户、经销商、批发商或终端”的标准和原因，将“经销商”与“批发商或终端”区分列示的原因及合理性，对于各个客户，上述分类是否存在混淆的情形

按照销售渠道的风险特征，发行人将销售渠道分为经销渠道、直销渠道。其中直销渠道分为批发商或终端、重点连锁客户。

1、将客户分为经销客户、直销客户的标准

（1）经销客户

经销客户与发行人签署经销合同，规定年度销售任务、返利与优惠条件、部分产品签约价格、产品定制化服务、有计划的营销及推广费用投入等经销条款，在管理上作为发行人经销客户。发行人对经销客户存在经销商管理行为，包括退换货、区域非竞争性管理、价格管理等，风险、特征与直销客户存在明显不同。

（2）直销客户

除经销商以外的其他客户为直销客户，发行人销售后，与收入相关的控制权、风险与报酬完全转移，不存在售后的返利等经销条款。具体来说，直销客户又分

为批发商、终端客户、重点连锁客户3类，具体情况如下：

序号	类型	划分标准
1	终端客户	终端餐饮店（3家以下）或自然人
2	重点连锁客户	一般含有3家及以上的连锁终端餐饮店，发行人一般与总部进行商谈，对总部及下属连锁终端店进行销售、配送，但执行相同销售条款。
3	批发商	除了终端客户，未签署经销合同的渠道商。发行人向该等渠道商销售产品，不存在退换货、区域非竞争性管理、价格管理、销售折扣与返利等与经销模式有关的合作条款或约定，发行人与批发商的合作方式及特点与经销模式存在本质性区别。

2、将客户分为重点连锁客户、经销商、批发商或终端的原因及合理性

（1）将客户分为经销商、直销客户（重点连锁客户、批发商或终端）的原因

发行人将客户类型分为重点连锁客户、经销商、批发商或终端，主要是基于管理需要、风险特征进行划分：

序号	划分原因	内容
1	客户管理需要	1、对于经销商客户，发行人需要与经销商：（1）签署年度销售合同，规定年度销售任务、返利与优惠条款；（2）对于特定产品，需要进行定制化开发和服务，对于纳入销售任务的品相，需要进行价格管理；（3）公司推广服务时，需要与经销商共同制定推广内容，同时对经销商存在推广优惠；（4）在区域管理上，发行人根据地区分布，需要综合考虑经销商的分布、覆盖地区，避免与同区域经销商存在过度竞争情形。 2、对于直销客户，发行人无需实施经销渠道管理措施：（1）对于重点连锁客户，发行人与总部进行商谈，对所有门店执行相同的销售条款；（2）其他类型客户无特殊的销售管理措施。
2	风险特征不同	1、对于经销商客户，发行人买断式销售，销售完成后，与收入控制权的主要风险、报酬转移，但由于返利、优惠、退换货措施，可能影响收入确认金额，风险特征与直销渠道不同； 2、对于直销渠道客户，发行人销售完成后，与收入相关的控制权、风险和报酬完全转移，不存在返利、优惠等行为。

（2）发行人将销售渠道分为“重点连锁客户、经销商、批发商或者终端”是合理的

①发行人将销售渠道分为经销商、直销客户（重点连锁客户、批发商或终端），与发行人客户管理是匹配的，不同类型客户，发行人执行不同的管理措施；

②对于不同类型的客户，发行人销售的权利、义务不同，导致与收入相关的风险特征存在明显不同。

因此，发行人将销售渠道分为“重点连锁客户、经销商、批发商或者终端”是合理的。

（二）按直销、经销口径，补充说明收入构成及占比、客户数量及平均收入规模、毛利率情况

1、不同渠道销售数据

以发行人与客户之间销售合同约定的权责义务关系为口径进行划分，可将重点连锁客户与批发商客户划分为直销客户，经销商客户划分为经销客户。报告期各期，发行人深加工及初加工产品（不含仓储物流服务）直销与经销客户收入构成、客户数量、平均收入规模及毛利率情况如下：

单位：万元、个、万元/个

项目	2021 年 1-6 月				
	收入	占比	客户数量	平均收入	毛利率
直销	21,829.96	41.65%	561	38.91	16.72%
经销	30,580.05	58.35%	819	37.34	21.02%
合计	52,410.01	100.00%	1,380	37.98	19.23%
项目	2020 年度				
	收入	占比	客户数量	平均收入	毛利率
直销	30,517.75	37.12%	1,542	19.79	14.79%
经销	51,705.98	62.88%	940	55.01	21.31%
合计	82,223.73	100.00%	2,482	33.13	18.89%
项目	2019 年度				
	收入	占比	客户数量	平均收入	毛利率
直销	48,493.76	41.89%	1,168	41.52	13.60%
经销	67,265.22	58.11%	957	70.29	18.80%
合计	115,758.98	100.00%	2,125	54.47	16.62%
项目	2018 年度				
	收入	占比	客户数量	平均收入	毛利率
直销	26,487.54	29.19%	2,139	12.38	19.20%
经销	64,241.18	70.81%	917	70.06	17.35%
合计	90,728.72	100.00%	3,056	29.69	17.89%

2019 年度，发行人直销客户收入、占比及平均收入提升，主要原因系海燕号虾类初加工产品业务的客户以大宗产品批发行业的批发商为主，单个客户的销售额较高；客户数量减少，主要系 2018 年度发行人在华中、华北地区等地开展的客户渠道下沉计划，即引导经销商的下游小型批发商及餐饮终端直接在发行人的订货平台订货的计划，鉴于成本、效益等原因陆续停止，受此影响 2019 年度发行人直销客户数量减少；由于毛利率较低的海燕号初加工产品客户主要为批发商客户，直销客户的毛利率降低。

2020 年度，受疫情影响，发行人直销与经销收入降低，受疫情后发行人通过社区拼团、直播带货等方式开拓家庭消费市场的影响，直销客户数量有所提升；

直销比例受海燕号疫情后业务量的减少而降低；直销客户平均收入降幅较大系受家庭消费市场的开拓及海燕号业务量的减少而降低；直销客户毛利率由于毛利率较低的海燕号初加工产品销量的减少而提升，经销客户毛利率受自产比例的提升及促销活动的减少等因素的影响而提升。

2021 年 1-6 月，直销占比提升，主要原因系发行人于 2020 年末收购了中联食品，其客户主要为直销客户；直销与经销客户数量减少，主要系受海燕号初加工业务量的减少及疫情管控措施放松后发行人逐步退出了社区拼团业务的影响；直销毛利率提升主要系海燕号初加工产品销量的减少所致。

2、深加工、初加工产品不同渠道销售数据

上述表格按照深加工产品、初加工产品分类列示的客户收入构成、客户数量、平均收入规模及毛利率情况如下：

单位：万元、个、万元/个

深加工产品						
项目		2021 年 1-6 月				
		收入	占比	客户数量	平均收入	毛利率
经销		29,669.39	63.71%	808	36.72	21.42%
直销	重点连锁	8,047.22	17.28%	47	171.22	18.94%
	批发	3,045.53	6.54%	392	7.77	19.65%
	外贸直销	5,806.87	12.47%	8	725.86	11.71%
合计		46,569.02	100.00%	1255	37.11	19.67%
项目		2020 年度				
		收入	占比	客户数量	平均收入	毛利率
经销		50,396.39	74.73%	910	55.38	21.57%
直销	重点连锁	12,274.38	18.20%	57	215.34	22.28%
	批发	4,765.12	7.07%	1,280	3.72	22.40%
	外贸直销	-	-	-	-	-
合计		67,435.90	100.00%	2247	30.01	21.76%
项目		2019 年度				
		收入	占比	客户数量	平均收入	毛利率
经销		64,017.51	72.41%	929	68.91	19.37%
直销	重点连锁	17,744.31	20.07%	59	300.75	21.46%
	批发	6,652.67	7.52%	861	7.73	20.86%
	外贸直销	-	-	-	-	-
合计		88,414.49	100.00%	1849	47.82	19.78%
项目		2018 年度				
		收入	占比	客户数量	平均收入	毛利率
经销		63,091.76	73.06%	895	70.49	17.51%
直销	重点连锁	16,137.63	18.69%	75	215.17	20.40%
	批发	7,131.78	8.26%	1,948	3.66	21.02%
	外贸直销	-	-	-	-	-

合计		86,361.17	100.00%	2918	29.60	18.34%
初加工产品						
项目		2021年1-6月				
		收入	占比	客户数量	平均收入	毛利率
经销		910.65	15.59%	191	4.77	8.01%
直销	重点连锁	2,740.79	46.92%	17	161.22	14.41%
	批发	2,189.55	37.49%	141	15.53	20.51%
	外贸直销	-	-	-	-	-
合计		5,840.99	100.00%	349	16.74	15.70%
项目		2020年度				
		收入	占比	客户数量	平均收入	毛利率
经销		1,309.59	8.86%	267	4.90	11.35%
直销	重点连锁	5,513.08	37.28%	16	344.57	14.57%
	批发	7,965.16	53.86%	797	9.99	-1.19%
	外贸直销	-	-	-	-	-
合计		14,787.83	100.00%	1080	13.69	5.80%
项目		2019年度				
		收入	占比	客户数量	平均收入	毛利率
经销		3,247.71	11.88%	311	10.44	7.48%
直销	重点连锁	6,435.15	23.53%	20	321.76	8.23%
	批发	17,661.63	64.59%	343	51.49	5.51%
	外贸直销	-	-	-	-	-
合计		27,344.49	100.00%	674	40.57	6.39%
项目		2018年度				
		收入	占比	客户数量	平均收入	毛利率
经销		1,149.42	26.32%	257	4.47	8.70%
直销	重点连锁	2,898.59	66.37%	20	144.93	8.26%
	批发	319.54	7.32%	453	0.71	16.26%
	外贸直销	-	-	-	-	-
合计		4,367.55	100.00%	730	5.98	8.96%

2020年度发行人初级工产品批发渠道毛利率为-1.19%，主要是批发发渠道主要海燕号虾类产品。进口虾类初加工产品受疫情影响较大（截至目前仍然尚未完全恢复），销售价格下降较多，导致毛利率为负。

二、中介机构核查说明

（一）请保荐人、申报会计师补充说明各销售模式下对客户的函证和走访数量及占比情况，对应的收入及占比情况

1、各销售模式下客户的走访情况

报告期内，申报会计师各销售模式下合计走访的客户涉及的各期取得的收入及占比情况如下：

单位：万元、个

报告期	项目	经销	直销			仓储物流服务	合计
			重点连锁	批发	外贸直销		
2018年度	收入	64,241.18	19,036.23	7,451.32	-	576.96	91,369.93
	走访客户当期收入	46,029.93	14,853.84	670.91	-	-	61,554.67
	走访比例	71.65%	78.03%	9.00%	-	-	67.37%
2019年度	收入	67,265.22	24,179.46	24,314.30	-	4,488.38	120,327.69
	走访客户当期收入	45,403.95	19,406.24	11,494.75	-	2,141.98	78,446.92
	走访比例	67.50%	80.26%	47.28%	-	47.72%	65.19%
2020年度	收入	51,705.98	17,787.46	12,730.29	-	7,340.64	89,664.44
	走访客户当期收入	33,231.62	13,872.63	5,302.35	-	5,061.08	57,467.68
	走访比例	64.27%	77.99%	41.65%	-	68.95%	64.09%
2021年1-6月	收入	30,580.05	16,594.88	5,235.09	5,806.87	3,579.13	56,077.81
	走访客户当期收入	18,952.90	7,898.47	2,603.61	5,026.44	2,321.55	36,802.97
	走访比例	61.98%	47.60%	49.73%	86.56%	64.86%	65.63%
报告期合计	收入	213,792.43	77,598.03	49,730.99	5,806.87	15,985.11	357,439.87
	走访客户当期收入	143,618.39	56,031.17	20,071.61	5,026.44	9,524.62	234,272.23
	走访比例	67.18%	72.21%	40.36%	86.56%	59.58%	65.54%
	走访家数	457	40	45	3	6	551

2、各销售模式下客户的函证回函情况

报告期内，申报会计师各销售模式下合计回函的客户各期取得的收入及占比情况如下：

单位：万元、个

报告期	项目	经销	直销			仓储物流服务	合计
			重点连锁	批发	外贸直销		
2018年度	收入	64,241.18	19,036.23	7,451.32	-	576.96	91,369.93
	回函客户当期收入	38,769.55	15,735.35	725.76	-	-	55,233.12
	回函比例	60.35%	82.66%	9.74%	-	-	60.45%
	回函家数	205	35	9	-	-	249
2019年度	收入	67,265.22	24,179.46	24,314.30	-	4,488.38	120,327.69
	回函客户当期收入	43,789.66	21,519.72	9,788.94	-	483.40	75,577.82
	回函比例	65.10%	89.00%	40.26%	-	10.77%	62.81%
	回函家数	221	30	40	-	8	299
2020年度	收入	51,705.98	17,787.46	12,730.29	-	7,340.64	89,664.44
	回函客户当期收入	23,779.58	15,693.88	6,960.92	-	4,313.36	50,750.07
	回函比例	45.99%	88.23%	54.68%	-	58.76%	56.60%
	回函家数	84	17	29	-	7	137
2021年1-6月	收入	30,580.05	16,594.88	5,235.08	5,806.87	3,579.13	56,077.81
	回函客户当期收入	18,179.39	8,013.62	2,235.64	3,770.19	2,056.71	34,255.55

	期收入						
	回函比例	59.45%	48.29%	42.70%	64.93%	57.46%	61.09%
	回函家数	132	15	22	2	3	174

问题 5

关于前五名客户。审核问询回复显示，发行人向前五名客户收入合计占当期营业收入的比例报告期分别为 16.00%、18.95%和 21.33%。

请发行人：

(1) 在前五名客户表格中，补充说明对应的渠道类型；前五名客户对应的毛利率情况，若差异较大请说明原因及合理性；

(2) 补充说明前五名客户对应的深加工产品、初加工产品、仓储物流服务等项目的收入构成情况；

(3) 在深加工产品、初加工产品、仓储物流服务前五大客户销售情况的表格中，补充说明各客户收入占该渠道收入的比例情况，若个别客户占该渠道收入比例较大，请说明原因及合理性；在初加工产品各渠道前五大客户销售情况标注“是否系祝海红导入的客户”。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

(一) 在前五名客户表格中，补充说明对应的渠道类型；前五名客户对应的毛利率情况，若差异较大请说明原因及合理性

经补充前五大客户的渠道类型及毛利率，其中初加工产品和深加工产品分为经销商、重点连锁、批发商或终端渠道，仓储物流服务客户单独列示。发行人报告期各期前五大客户情况如下：

单位：万元

报告期	序号	公司名称	销售金额	销售占比	渠道类型	销售毛利率
2021年 1-6月	1	重庆雪峰冷藏物流有限公司	1,098.91	1.96%	重点连锁	26.18%
		夏晖物流（北京）有限公司	1,000.36	1.78%	重点连锁	25.60%
		东恩国际物流（上海）有限公司	842.83	1.50%	重点连锁	10.34%

		夏晖物流（上海）有限公司	577.87	1.03%	重点连锁	25.33%
		小计：宜家业务	3,519.97	6.28%		22.08%
	2	EXPORT PACKERS CO. LTD	3,367.36	6.00%	外贸直销	5.01%
	3	沈阳亚食联贸易有限公司	561.55	1.00%	经销商	22.20%
		北京三快在线科技有限公司	2.51	0.00%	仓储物流服务	1.01%
		美团（03690.HK）下属其他企业	2,736.50	4.88%	重点连锁	16.88%
		小计：美团（03690.HK）下属企业【注】	3,300.56	5.89%		17.77%
	4	上海绿地优鲜超市有限公司	1,539.25	2.74%	仓储物流服务	30.84%
	5	福建省华莱士食品股份有限公司	1,044.24	1.86%	重点连锁	2.46%
		合计	19,122.98	22.77%		
2020 年度	1	沈阳亚食联贸易有限公司	993.88	1.11%	经销商	22.40%
		北京三快在线科技有限公司	70.25	0.08%	仓储物流服务	-9.43%
		美团（03690.HK）下属其他企业	5,199.47	5.80%	重点连锁	17.36%
		小计：美团（03690.HK）下属企业【注】	6,263.60	6.99%		17.86%
	2	重庆雪峰冷藏物流有限公司	2,012.25	2.24%	重点连锁	23.43%
		夏晖物流（北京）有限公司	1,763.79	1.97%	重点连锁	21.71%
		夏晖物流（上海）有限公司	1,481.63	1.65%	重点连锁	21.74%
		东恩国际物流（上海）有限公司	662.10	0.74%	重点连锁	20.85%
		小计：宜家业务	5,919.76	6.60%		22.21%
	3	上海绿地优鲜超市有限公司	3,842.04	4.28%	仓储物流服务	28.31%
	4	济南市历城区渔友水产经营部	1,600.53	1.79%	批发商	1.30%
	5	章贡区当麦基炸鸡汉堡店	1,497.05	1.67%	经销商	22.44%
		合计	19,122.98	21.33%		
2019 年度	1	东恩国际物流（上海）有限公司	5,228.27	4.35%	重点连锁	22.24%
		夏晖物流（北京）有限公司	1,440.84	1.20%	重点连锁	19.72%
		重庆雪峰冷藏物流有限公司	1,154.60	0.96%	重点连锁	22.60%
		夏晖物流（上海）有限公司	726.42	0.60%	重点连锁	19.59%
		小计：宜家业务	8,550.13	7.11%		21.64%
	2	沈阳亚食联贸易有限公司	1,230.50	1.02%	经销商	21.38%
		北京三快在线科技有限公司	3.81	0.00%	仓储物流服务	-37.16%
		美团（03690.HK）下属其他企业	4,861.52	4.04%	重点连锁	10.78%
		小计：美团（03690.HK）下属企业	6,095.82	5.06%		12.89%
	3	莘县淞鲜汇水产经销行	3,796.05	3.15%	批发商	4.10%
	4	福建省华莱士食品股份有限公司	2,382.76	1.98%	重点连锁	9.66%

		司				
	5	济南市历城区渔友水产经营部	1,989.96	1.65%	批发商	6.85%
		合计	22,814.72	18.95%		
2018 年度	1	东恩国际物流（上海）有限公司（宜家业务）	5,872.57	6.43%	重点连锁	25.64%
	2	福建省华莱士食品股份有限公司	3,356.94	3.67%	重点连锁	8.15%
	3	大连彤德莱餐饮管理集团有限公司	2,034.15	2.23%	重点连锁	8.04%
	4	沈阳亚食联贸易有限公司	1,087.67	1.19%	经销商	19.71%
		美团（03690.HK）下属其他企业	929.44	1.02%	重点连锁	8.27%
		小计：美团（03690.HK）下属企业	2,017.11	2.21%		14.44%
	5	章贡区当麦基炸鸡汉堡店	1,336.42	1.46%	经销商	18.29%
		合计	14,617.18	16.00%		

注：上述客户销售金额披露口径为合并客户口径；基于可比性，上述 2020 年度毛利率不考虑运输成本；沈阳亚食联贸易有限公司与发行人签署的是经销合同，因此其渠道划分为经销商渠道，北京三快在线科技有限公司与发行人签署的是仓储物流服务合同，因此其渠道划分为仓储物流渠道，美团（03690.HK）下属其他企业渠道划分为重点连锁渠道。

报告期内，发行人向前五名客户销售毛利率存在差异，主要系由销售产品的结构差异所致，其中初加工产品的毛利率较低，而深加工产品通常毛利率较高。部分客户存在销售毛利率与其他客户差异较大的原因及合理性如下：

1、福建省华莱士食品股份有限公司

2018 年度及 2019 年度，发行人向福建省华莱士食品股份有限公司销售的毛利率较低，为 8.15%和 9.66%，主要原因系该客户仅向发行人采购汉堡虾排（品号：0067）一种定制产品。因该单品采购金额较大，单独定价，发行人向其销售的毛利率较低具有合理性。2021 年 1-6 月，受市场竞争加剧的影响，发行人向华莱士销售的毛利率较低。

2、大连彤德莱餐饮管理集团有限公司

2018 年度前五大客户大连彤德莱餐饮管理集团有限公司销售的毛利率为 8.04%，毛利率较低主要原因系其向发行人采购的产品主要为初加工产品好虾仁产品及牛肉类产品。

2018 年度，发行人向大连彤德莱餐饮管理集团有限公司销售的主要产品的收入及毛利率对比向其他客户销售的情况如下：

单位：万元

产品名称	大连彤德莱		其他客户	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
好虾仁（挑肠）	1,430.65	6.27%	254.77	8.72%
至尊肥牛	593.51	11.89%	0.47	11.00%

2018 年度，上述两类产品大连彤德莱合计采购金额为 2,024.16 万元，占大连彤德莱当年采购总额的 99.51%。其中至尊肥牛产品销售的毛利率与其他客户差异不大；好虾仁（挑肠）产品销售的毛利率低于其他客户，主要系大连彤德莱采购金额较大，其与发行人谈判协商后确定了较低的价格，而该单品其他 77 家客户的平均采购金额为 3.31 万元，仅为大连彤德莱采购金额 0.23%。

综上，发行人向大连彤德莱餐饮管理集团有限公司销售产品的毛利率较低具有合理性。

3、美团（03690.HK）下属企业

（1）北京三快在线科技有限公司

北京三快在线科技有限公司为美团下属企业，发行人为其提供少量仓储物流服务，2019 年及 2020 年，发行人向其提供服务的毛利率分别为-37.16%和-9.43%。

发行人子公司前进宝（杭州）于 2019 年度开始为美团快驴餐饮门店客户提供仓储及城市配送服务，由于前进宝（杭州）采取包仓及包车模式运营，运营初期，其业务量未饱和，分摊的成本较高，因此 2019 年度发行人向该客户提供服务的毛利率较低。随着业务量的逐渐提升，该客户 2020 年度毛利率提升。

综上，发行人向北京三快在线科技有限公司提供服务的毛利率较低具有合理性。

（2）其他美团下属企业

报告期各期，发行人向北京小蚁在线科技有限公司、天津小蚁科技有限公司、长沙小蚁在线科技有限公司等三家公司合计销售的毛利率每年分别为 8.27%、10.78%、17.36%和 16.88%，相比其他客户，其毛利率较低，主要原因系前述美团下属企业采购的产品主要为鱼类初加工产品，其毛利率较低。报告期内，发行人向上述企业销售的毛利率持续提升，主要原因系发行人于 2019 年下半年开始自行从越南源头供应商处直接采购巴沙鱼类产品，采购成本下降，因此毛利率逐年提升，且 2020 年度提升幅度较大。

综上，发行人向前述三家美团下属企业销售的毛利率较低具有合理性。

4、莘县淞鲜汇水产经销行、济南市历城区渔友水产经营部

2019 年度，发行人向莘县淞鲜汇水产经销行与济南市历城区渔友水产经营部销售的毛利率较低，分别为 4.10%和 6.85%。莘县淞鲜汇水产经销行与济南市历城区渔友水产经营部均为海燕号客户，由于海燕号从事的是虾类初加工产品业务，毛利率较低，与同期海燕号毛利率无重差异。

综上，发行人向莘县淞鲜汇水产经销行与济南市历城区渔友水产经营部销售产品的毛利率较低具有合理性。

5、东恩国际物流（上海）有限公司

2021 年 1-6 月，发行人向东恩国际物流(上海)有限公司销售的毛利率较低，主要原因系 2021 年 1-6 月发行人向该客户销售的产品主要为芝士焗龙虾，该产品为发行人于 2020 年度推出的新品，产品上市初期的毛利率较低。

6、EXPORT PACKERS CO. LTD

EXPORT PACKERS CO. LTD 为发行人收购的中联食品的客户。2021 年 1-6 月，发行人向其销售的毛利率较低，主要原因系中联食品为海外客户提供产品的加工服务，加工端的毛利率较低，且发行人向其销售的运输费用由客户承担，其销售价格不包含运输费用，毛利率较低。

（二）补充说明前五名客户对应的深加工产品、初加工产品、仓储物流服务等项目的收入构成情况

报告期各期，发行人前五名客户对应的深加工产品、初加工产品、仓储物流服务等项目的收入构成情况如下：

单位：万元

2021 年 1-6 月					
序号	公司名称	销售金额			
		深加工产品	初加工产品	仓储物流服务	合计
1	宜家业务客户	3,508.79	11.18	0.00	3,519.97
2	EXPORT PACKERS CO. LTD	3,367.36	0.00	0.00	3,367.36
3	美团（03690.HK）下属企业	1,030.54	2,267.50	2.51	3,300.56
4	上海绿地优鲜超市有限公司	0.00	0.00	1,539.25	1,539.25
5	福建省华莱士食品股份有限公司	1,044.24	0.00	0.00	1,044.24
	合计	8,950.93	2,278.68	1,541.76	12,771.38
2020 年度					
序号	公司名称	销售金额			
		深加工产品	初加工产品	仓储物流服务	合计
1	美团（03690.HK）下属企业	1,630.89	4,562.46	70.25	6,263.60

2	宜家业务客户	5,919.76	0.00	0.00	5,919.76
3	上海绿地优鲜超市有限公司	0.00	0.00	3,842.04	3,842.04
4	济南市历城区渔友水产经营部	0.00	1,600.53	0.00	1,600.53
5	章贡区当麦基炸鸡汉堡店	1,496.19	0.86	0.00	1,497.05
	合计	9,046.84	6,163.85	3,912.29	19,122.98

2019 年度

序号	公司名称	销售金额			
		深加工产品	初加工产品	仓储物流服务	合计
1	宜家业务客户	8,550.13	0.00	0.00	8,550.13
2	美团（03690.HK）下属企业	1,825.37	4,266.65	3.81	6,095.82
3	莘县淞鲜汇水产经销行	0.00	3,796.05	0.00	3,796.05
4	福建省华莱士食品股份有限公司	2,382.76	0.00	0.00	2,382.76
5	济南市历城区渔友水产经营部	0.00	1,989.96	0.00	1,989.96
	合计	12,758.26	10,052.66	3.81	22,814.72

2018 年度

序号	公司名称	销售金额			
		深加工产品	初加工产品	仓储物流服务	合计
1	宜家业务客户	5,872.57	0.00	0.00	5,872.57
2	福建省华莱士食品股份有限公司	3,356.94	0.00	0.00	3,356.94
3	大连彤德莱餐饮管理集团有限公司	603.50	1,430.65	0.00	2,034.15
4	美团（03690.HK）下属企业	1,260.10	757.01	0.00	2,017.11
5	章贡区当麦基炸鸡汉堡店	1,335.21	1.21	0.00	1,336.42
	合计	12,428.32	2,188.87	0.00	14,617.18

注：上述客户销售金额披露口径为合并客户口径。

（三）在深加工产品、初加工产品、仓储物流服务前五大客户销售情况的表格中，补充说明各客户收入占该渠道收入的比例情况，若个别客户占该渠道收入比例较大，请说明原因及合理性；在初加工产品各渠道前五大客户销售情况标注“是否系祝海红导入的客户”

1、深加工产品、初加工产品、仓储物流服务各渠道前五大客户销售情况

（1）报告期发行人深加工产品前五大客户情况

报告期各期，发行人深加工产品各渠道前五大客户及其占各渠道销售额的比例情况如下：

单位：万元

经销商渠道						
报告期	序号	公司名称	销售金额	销售占比	渠道占比	销售标的
2021 年 1-6 月	1	章贡区当麦基炸鸡汉堡店	847.53	1.51%	2.77%	虾类等
	2	杭州铭欣食品有限公司	750.66	1.34%	2.45%	贝类、面点类等
	3	沈阳亚食联贸易有限公司	557.45	0.99%	1.82%	虾类、鱿鱼类等
	4	么志勇（个体户）	519.02	0.93%	1.70%	贝类、虾类等
	5	上海鸿钊实业有限公司	470.97	0.84%	1.54%	面点类、鱼类、虾类等
		合计	3,145.62	5.61%	10.29%	

2020 年度	1	章贡区当麦基炸鸡汉堡店	1,496.19	1.67%	2.89%	虾类等
	2	杭州铭欣食品有限公司	1,190.02	1.33%	2.30%	贝类、面点类等
	3	沈阳亚食联贸易有限公司	987.54	1.10%	1.91%	虾类、鱿鱼类等
	4	赣榆区海头镇锐鲜海鲜店	941.86	1.05%	1.82%	鱼类等
	5	么志勇（个体户）	897.62	1.00%	1.74%	贝类、虾类等
		合计	5,513.24	6.15%	10.66%	
2019 年度	1	章贡区当麦基炸鸡汉堡店	1,544.65	1.28%	2.30%	虾类等
	2	么志勇（个体户）	1,379.95	1.15%	2.05%	贝类、虾类等
	3	沈阳亚食联贸易有限公司	1,225.96	1.02%	1.82%	虾类、鱿鱼类等
	4	杭州铭欣食品有限公司	1,081.78	0.90%	1.61%	贝类、虾类等
	5	上海鸿钥实业有限公司	945.31	0.79%	1.41%	面点类、鱼类、虾类等
		合计	6,177.64	5.13%	9.18%	
2018 年度	1	章贡区当麦基炸鸡汉堡店	1,335.21	1.46%	2.08%	虾类等
	2	么志勇（个体户）	1,219.48	1.33%	1.90%	贝类、虾类等
	3	沈阳亚食联贸易有限公司	1,081.46	1.18%	1.68%	虾类、鱿鱼类等
	4	崇安区春国冷冻副食品商行	1,021.71	1.12%	1.59%	贝类、鱼类等
	5	福州市马尾区天誉伯利冻品商行	988.85	1.08%	1.54%	贝类等
		合计	5,646.71	6.18%	8.79%	

重点连锁客户渠道

报告期	序号	公司名称	销售金额	销售占比	渠道占比	销售标的
2021 年 1-6 月	1	宜家业务客户	3,508.79	6.26%	32.52%	虾类、鱼类等
	2	福建省华莱士食品股份有限公司	1,044.24	1.86%	9.68%	虾类等
	3	湊湊餐饮管理有限公司	1,024.04	1.83%	9.49%	鱼类、其他类等
	4	美团（03690.HK）下属企业	473.09	0.84%	4.39%	鱼类、虾类等
	5	必胜（上海）食品有限公司	433.45	0.77%	4.02%	虾类等
		合计	6,483.61	11.56%	60.10%	
2020 年度	1	宜家业务客户	5,919.76	6.60%	33.28%	虾类、鱼类等
	2	湊湊餐饮管理有限公司	1,463.57	1.63%	8.23%	鱼类、其他类等
	3	厦门千尊餐饮管理有限公司	1,064.82	1.19%	5.99%	虾类等
	4	福建省华莱士食品股份有限公司	1,039.35	1.16%	5.84%	虾类等
	5	美团（03690.HK）下属企业	643.35	0.72%	3.62%	鱼类、虾类等
		合计	10,130.84	11.30%	56.95%	
2019 年度	1	宜家业务客户	8,550.13	7.11%	35.36%	虾类、鱼类等
	2	福建省华莱士食品股份有限公司	2,382.76	1.98%	9.85%	虾类等
	3	湊湊餐饮管理有限公司	997.96	0.83%	4.13%	鱼类、其他类等
	4	厦门千尊餐饮管理有限公司	989.93	0.82%	4.09%	虾类、鱿鱼类等
	5	美团（03690.HK）下属企业	599.42	0.50%	2.48%	鱼类、虾类等
		合计	13,520.19	11.24%	55.92%	
2018 年度	1	宜家业务客户	5,872.57	6.43%	30.85%	虾类、鱼类等
	2	福建省华莱士食品股份有限公司	3,356.94	3.67%	17.63%	虾类等
	3	厦门千尊餐饮管理有限公司	880.93	0.96%	4.63%	虾类、鱿鱼类等
	4	大连彤德莱餐饮管理集团有限公司	603.50	0.66%	3.17%	虾类、牛羊肉类等
	5	湊湊餐饮管理有限公司	561.21	0.61%	2.95%	鱼类、其他类等
		合计	11,275.15	12.34%	59.23%	

批发商或终端渠道

报告期	序号	公司名称	销售金额	销售占比	渠道占比	销售标的
2021 年 1-6 月	1	沙河口区众心冻品店	187.93	0.34%	3.59%	虾类、鱼类等
	2	上海淳旺贸易有限公司	142.03	0.25%	2.71%	虾类、鱼类等
	3	上海步景国际贸易有限公司	131.48	0.23%	2.51%	面点类等
	4	长沙市雨花区味莱美食品经营部	114.56	0.20%	2.19%	虾类、鱼类等
	5	黄才栩	98.51	0.18%	1.88%	虾类、其他类等

		合计	674.52	1.20%	12.88%	
2020 年度	1	沙河口区众心冻品店	263.69	0.29%	2.07%	虾类、鱼类等
	2	黄才棚	211.78	0.24%	1.66%	虾类、其他类等
	3	上海淳旺贸易有限公司	186.79	0.21%	1.47%	虾类、鱼类等
	4	上海大享食品贸易有限公司	161.11	0.18%	1.27%	虾类等
	5	长沙市雨花区馨望冻货经营部	122.45	0.14%	0.96%	虾类、面点类等
		合计	945.82	1.05%	7.43%	
2019 年度	1	陈新善	192.14	0.16%	0.79%	鱼类、面点类等
	2	沙河口区众心冻品店	190.66	0.16%	0.78%	虾类、鱼类等
	3	黄才棚	175.96	0.15%	0.72%	虾类、其他类等
	4	上海大享食品贸易有限公司	127.88	0.11%	0.53%	虾类等
	5	大同市康圆市场薯莱堡餐饮原料经销部	118.62	0.10%	0.49%	虾类等
		合计	805.26	0.67%	3.31%	
2018 年度	1	李永和	124.84	0.14%	1.68%	面点类等
	2	张志国	107.76	0.12%	1.45%	鱼类、其他类等
	3	九原区华莱士炸鸡汉堡九原店	96.87	0.11%	1.30%	虾类、其他类等
	4	陈新善	96.48	0.11%	1.29%	鱼类、面点类等
	5	舟山市定海菲滋比萨店	95.96	0.11%	1.29%	虾类、鱿鱼类等
		合计	521.92	0.57%	7.00%	

外贸直销渠道

报告期	序号	公司名称	销售金额	销售占比	渠道占比	销售标的
2021 年 1-6 月	1	EXPORT PACKERS CO. LTD	3,367.36	6.00%	57.99%	虾类、鱿鱼类等
	2	Nippon Suisan Kaisha Ltd	925.01	1.65%	15.93%	虾类等
	3	INTERNATIONAL PACIFIC, LLC.	734.07	1.31%	12.64%	面点类等
	4	LYONS SEAFOODS LIMITED	402.84	0.72%	6.94%	虾类、鱼类等
	5	HIGH LINER FOODS INCORPORATED	277.30	0.49%	4.78%	虾类、其他类等
		合计	5,706.58	10.18%	98.27%	

注：上述客户销售金额披露口径为合并客户口径。

(2) 报告期发行人初加工产品前五大客户情况

报告期各期，发行人初加工产品各渠道前五大客户及其占各渠道销售额的比例情况如下：

单位：万元

经销商渠道							
报告期	序号	公司名称	销售金额	销售占比	渠道占比	是否系祝海红导入的客户	销售标的
2021 年 1-6 月	1	金华市金东区宇欢食品商行	192.55	0.34%	0.63%	否	其他类等
	2	佳木斯市向阳区光大水产品商店	70.68	0.13%	0.23%	否	虾类等
	3	扬州食宝食品商贸有限公司	47.16	0.08%	0.15%	否	虾类、其他类等
	4	集宁区志彪海天水产旗舰店	46.91	0.08%	0.15%	否	虾类、鱼类等
	5	南京乐肴食品供应链管理有限公司	42.57	0.08%	0.14%	否	虾类、鱼类等
		合计	399.86	0.71%	1.31%		
2020 年度	1	杭州大沃餐饮管理有限公司	155.48	0.17%	0.30%	否	虾类等
	2	金华市金东区宇欢食品商行	145.31	0.16%	0.28%	否	其他类等
	3	集宁区志彪海天水产旗舰店	106.18	0.12%	0.21%	否	虾类、鱼类等
	4	扬州食宝食品商贸有限公司	72.82	0.08%	0.14%	否	虾类、其他类等
	5	南京乐肴食品供应链管理有限公司	51.58	0.06%	0.10%	否	虾类、鱼类等

		司					
		合计	531.36	0.59%	1.03%		
2019 年度	1	银川金海虹商贸有限公司	1,159.66	0.96%	1.72%	否	虾类等
	2	金华市金东区宇欢食品商行	200.78	0.17%	0.30%	否	其他类等
	3	集宁区志彪海天水产旗舰店	101.76	0.08%	0.15%	否	虾类、鱼类等
	4	南京乐肴食品供应链管理有限公司	86.62	0.07%	0.13%	否	虾类、鱼类等
	5	昆明市官渡区远华冻品经营部	64.23	0.05%	0.10%	否	虾类等
		合计	1,613.05	1.34%	2.40%		
2018 年度	1	金华市金东区宇欢食品商行	137.56	0.15%	0.21%	否	其他类等
	2	扬州食宝食品商贸有限公司	50.88	0.06%	0.08%	否	虾类、其他类等
	3	集宁区志彪海天水产旗舰店	44.33	0.05%	0.07%	否	虾类、鱼类等
	4	郑州市惠济区信基调味食品城聚四方食品干调商行	40.61	0.04%	0.06%	否	虾类、其他类等
	5	南京乐肴食品供应链管理有限公司	38.60	0.04%	0.06%	否	虾类、鱼类等
		合计	311.98	0.34%	0.49%		
重点连锁客户渠道							
报告期	序号	公司名称	销售金额	销售占比	渠道占比	是否系祝海红导入的客户	销售标的
2021 年 1-6 月	1	美团（03690.HK）下属企业	2,263.40	4.04%	13.64%	否	虾类、鱼类等
	2	必胜（上海）食品有限公司	190.01	0.34%	1.14%	否	贝类等
	3	大连彤德莱餐饮管理集团有限公司	158.89	0.28%	0.96%	否	虾类等
	4	厦门千尊餐饮管理有限公司	40.73	0.07%	0.25%	否	虾类等
	5	北京米斯特比萨餐饮管理有限公司	32.71	0.06%	0.20%	否	虾类等
		合计	2,685.74	4.79%	16.18%		
2020 年度	1	美团（03690.HK）下属企业	4,556.12	5.08%	25.61%	否	虾类、鱼类等
	2	大连彤德莱餐饮管理集团有限公司	313.44	0.35%	1.76%	否	虾类等
	3	大连品安供应链管理有限公司	257.18	0.29%	1.45%	否	其他类等
	4	沈阳伊斯美清真餐饮管理咨询有限公司	87.36	0.10%	0.49%	否	虾类等
	5	天津初丽云餐饮管理有限公司	80.23	0.09%	0.45%	否	虾类等
		合计	5,294.33	5.90%	29.76%		
2019 年度	1	美团（03690.HK）下属企业	4,262.11	3.54%	17.63%	否	虾类、鱼类等
	2	大连彤德莱餐饮管理集团有限公司	755.00	0.63%	3.12%	否	虾类等
	3	杭州沙日晚食品有限公司	386.72	0.32%	1.60%	否	虾类等
	4	沈阳伊斯美清真餐饮管理咨询有限公司	241.64	0.20%	1.00%	否	虾类、其他类等
	5	大连品安供应链管理有限公司	233.21	0.19%	0.96%	否	虾类、其他类等
		合计	5,878.67	4.89%	24.31%		
2018 年度	1	大连彤德莱餐饮管理集团有限公司	1,430.65	1.57%	7.52%	否	虾类等
	2	美团（03690.HK）下属企业	750.80	0.82%	3.94%	否	虾类、鱼类等
	3	厦门千尊餐饮管理有限公司	287.28	0.31%	1.51%	否	虾类等
	4	北京米斯特比萨餐饮管理有限公司	218.20	0.24%	1.15%	否	虾类等
	5	天津初丽云餐饮管理有限公司	75.60	0.08%	0.40%	否	虾类等

		合计	2,762.52	3.02%	14.51%		
批发商或终端渠道							
报告期	序号	公司名称	销售金额	销售占比	渠道占比	是否系祝海红导入的客户	销售标的
2021 年 1-6 月	1	大连中睿国际贸易有限公司	574.02	1.02%	10.96%	是	虾类等
	2	莘县淞鲜汇水产经销行	330.99	0.59%	6.32%	是	虾类等
	3	大连品善食品有限公司	170.48	0.30%	3.26%	否	贝类等
	4	山东云航水产有限公司	160.36	0.29%	3.06%	是	虾类等
	5	王丹	114.46	0.20%	2.19%	否	虾类等
		合计	1,350.32	2.41%	25.79%		
2020 年 度	1	济南市历城区渔友水产经营部	1,600.53	1.79%	12.57%	是	虾类等
	2	福建省新膳海洋食品有限公司	622.78	0.69%	4.89%	否	其他类等
	3	上海明奋实业有限公司	362.62	0.40%	2.85%	是	虾类等
	4	华厨科技有限公司	285.75	0.32%	2.24%	是	虾类等
	5	郑州市惠济区新洲洋水产商行	282.78	0.32%	2.22%	是	虾类等
		合计	3,154.46	3.52%	24.78%		
2019 年 度	1	莘县淞鲜汇水产经销行	3,796.05	3.15%	15.61%	是	虾类等
	2	济南市历城区渔友水产经营部	1,989.96	1.65%	8.18%	是	虾类等
	3	北京两餐网络技术有限公司	1,025.92	0.85%	4.22%	是	虾类等
	4	济南市历城区东泰水产品经营部	951.23	0.79%	3.91%	是	虾类等
	5	广东丰尚商业有限公司	612.77	0.51%	2.52%	是	虾类等
		合计	8,375.92	6.96%	34.45%		
2018 年 度	1	陈淑敏	30.29	0.03%	0.41%	否	其他类等
	2	靖江市鸿宁贸易行	29.82	0.03%	0.40%	否	其他类等
	3	南昌牛男手造餐饮管理有限公司	22.87	0.03%	0.31%	否	虾类等
	4	姜海波	12.44	0.01%	0.17%	否	其他类等
	5	李士利	11.67	0.01%	0.16%	否	其他类等
		合计	107.09	0.12%	1.44%		

注：上述客户销售金额披露口径为合并客户口径。

（3）仓储物流服务前五大客户情况

报告期各期，发行人仓储物流服务前五大客户及其销售额占比情况如下：

单位：万元

报告期	序号	公司名称	销售金额	销售占比	渠道占比	销售标的
2021 年 1-6 月	1	上海绿地优鲜超市有限公司	1,539.25	2.74%	43.01%	仓储、物流等
	2	上海绝配柔性供应链服务有限公司	397.05	0.71%	11.09%	仓储、物流等
	3	上海丰之绪餐饮管理有限公司	159.93	0.29%	4.47%	仓储、物流等
	4	维益食品（苏州）有限公司	143.06	0.26%	4.00%	物流等
	5	大连海德福食品有限公司	140.93	0.25%	3.94%	仓储、物流等
		合计	2,368.20	4.24%	66.17%	
2020 年 度	1	上海绿地优鲜超市有限公司	3,842.04	4.28%	52.34%	仓储、物流等
	2	金鹰国际货运代理有限公司	333.11	0.37%	4.54%	仓储、物流等
	3	上海锦恒供应链管理有限公司	312.20	0.35%	4.25%	仓储、物流等
	4	上海绝配柔性供应链服务有限公司	297.64	0.33%	4.05%	仓储、物流等
	5	维益食品（苏州）有限公司	228.40	0.25%	3.11%	物流等
		合计	5,013.38	5.59%	68.30%	
2019 年 度	1	上海绿地优鲜超市有限公司	1,803.40	1.50%	40.18%	仓储、物流等
	2	金鹰国际货运代理有限公司	311.29	0.26%	6.94%	仓储、物流等
	3	鑫通物流发展（上海）有限公司	278.27	0.23%	6.20%	仓储、物流等

	4	维益食品（苏州）有限公司	155.66	0.13%	3.47%	物流等
	5	东港市富润食品有限公司	107.25	0.09%	2.39%	物流等
		合计	2,655.87	2.21%	59.17%	
2018 年 度	1	浙江顶顺物流有限公司	89.37	0.10%	15.49%	物流等
	2	大连大连湾渔市有限公司	75.97	0.08%	13.17%	物流等
	3	大连三岛食品有限公司	37.23	0.04%	6.45%	仓储、物流等
	4	西亚斯（大厂）食品有限公司	26.98	0.03%	4.68%	物流等
	5	大连海德福食品有限公司	25.14	0.03%	4.36%	物流等
		合计	254.70	0.28%	44.15%	

注：上述客户销售金额披露口径为合并客户口径。

2、个别客户占渠道收入比例较大的原因及合理性

（1）经销商渠道

由于速冻产品需要低温冷链物流，冷链物流需要专业化，成本较高，报告期各期，发行人经销商受限于自身营业规模及低温冷链成本，服务半径一般为单一城市及周边地区，具有区域性的特点。因此，发行人经销商数量较多，单个经销商销售额相对较低，不存在个别经销商占经销商渠道收入比例较大的情形。

（2）重点连锁客户渠道

报告期内，发行人向宜家业务客户及美团下属企业的销售额占重点连锁客户渠道销售额的比例较高，主要情况如下：

①发行人与宜家业务客户合作情况

发行人于 2010 年前后成为宜家大连商场的供应商，仅供货玉米片虾排产品，因发行人产品的品质较好，客户接受度较高，与宜家大连商场建立了稳定合作。随着宜家将玉米片虾排产品列为全国售卖产品，亚洲渔港 2014 年开始直接与宜家合作。

亚洲渔港在 GFSI 认证、海鲜产品质量等方面均能满足宜家的要求，同时也具有研发推荐新品的能力，报告期内，发行人向宜家供应的产品品类逐年增加，逐渐成为宜家的重要餐饮食材供货商。

②发行人与美团下属企业合作情况

美团下属企业中与发行人的合作主体包括沈阳亚食联和以天津小蚁、长沙小蚁、北京小蚁为主体的“快驴”B2B 餐饮食材供应业务。

沈阳亚食联的主要股东陈林自 2004 年开始经销“亚洲渔港”的产品。2017 年初，沈阳亚食联曾系发行人子公司亚食联发展持股 51% 的企业。2017 年 6 月，

发行人转让亚食联发展的 80.10%的股份予美团下属企业天津三快。沈阳亚食联一直为发行人东北地区的餐饮食材经销商，与发行人保持稳定的合作关系。

发行人于 2017 年开始与美团下属企业天津小蚁等合作，业务主要覆盖美团“快驴”平台的海鲜食材供应，为美团“快驴”各城市采购业务提供包括巴沙鱼等海水初加工和深加工产品。报告期各内，美团“快驴”覆盖城市的持续增加，发行人向其销售占比提升。

综上，由于上述发行人重点连锁客户均因其自身业务不断拓展，其向发行人采购金额占重点连锁客户采购金额的比例较高具有合理性。

（3）批发或终端渠道

2018 年度，发行人批发或者终端渠道客户主要为批发商或小型终端，其单体销售额较小，不存在个别客户占批发或者终端渠道收入比例较大的情形。

2019 年起，发行人开始从事虾类初加工产品业务后，批发商客户则主要为虾类大宗产品批发商。由于该类客户从事的为大宗交易，因此部分客户交易金额较大，占批发商客户销售额比例较高具有合理性。

（4）外贸直销渠道

报告期内，发行人向 EXPORT PACKERS CO. LTD 的销售额占外贸直销渠道销售额的比例较高，主要情况如下：

EXPORT PACKERS CO. LTD 为中联食品长期客户，系加拿大的大型食品贸易公司，向全球 70 多个国家提供肉类蛋白产品，对接食品分销商、大型连锁店和超市。

综上，由于该客户自身的发展及与中联食品长期的合作，其向发行人采购金额占外贸直销渠道采购金额的比例较高具有合理性。

（5）仓储物流服务业务

2018 年度，发行人仓储物流服务的业务模式主要为利用多余的运力和仓储空间对外提供仓储物流服务，因对其服务的提供需基于发行人运力的安排及仓储空间的使用状况，其业务以满足客户一次性需求为主。因此，不存在单一客户销售额占比较高的情形。

2019 年度和 2020 年度，发行人向上海绿地优鲜超市有限公司提供仓储物流服务的金额较大，其原因和合理性如下：

①发行人与上海绿地优鲜超市有限公司合作情况

绿地优鲜系绿地控股集团股份有限公司下属公司，从事华东地区城市生鲜连锁超市业务，为发行人下属子公司前进宝（上海）的主要客户。前进宝（上海）自 2015 年底即为绿地优鲜提供门店的商品仓储配送服务。2019 年 6 月，发行人收购柠檬供应链（后更名为“前进宝（上海）”）。报告期内，前进宝（上海）与绿地优鲜保持长期稳定的合作关系。

②上海绿地优鲜超市有限公司销售额占比较高的原因及合理性

由于前进宝（上海）具备自有租赁仓库及车队，其可满足客户定期和临时性的仓储物流需求，且前进宝（上海）深耕上海城市配送业务多年，具备成熟的城市配送网络，与上海绿地优鲜超市有限公司的仓储物流需求相匹配。

由于绿地优鲜超市本身为大型连锁超市，仓储物流需求较大，且随着发行人为其提供服务的城市的增加，发行人向其提供服务的金额较大及占比较高具有合理性。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取发行人报告期各期销售收入、成本明细表，分析比较发行人各渠道主要客户各期收入与毛利率水平及变动情况、发行人主要客户分产品的收入构成情况；

2、向发行人管理层询问了发行人与主要客户的合作渊源、报告期各期与主要客户的合作情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人前五名客户对应的毛利率差异原因合理；

2、深加工产品、初加工产品、仓储物流服务前五大客户中，个别客户占该渠道收入比例较大的原因合理。

问题 6

关于现场督导发现的发行人向多个客户销售地址与祝海红、苏少洁、邹恭

林等人同位于济南维尔康市场。审核问询回复显示：

（1）发行人 71 个客户地址位于济南维尔康市场，对应报告期收入 5,918.15 万元，其中经营地不在济南维尔康市场的客户 61 个，对应报告期收入 4,381.04 万元；

（2）经营地不在济南维尔康市场的客户，收货地址在济南维尔康市场主要基于如下原因：①海燕号设立之前，祝海红家族的下游客户一般选择由维尔康市场的物流车辆进行配送，费用由客户承担；海燕号设立后，海燕号客户仍以祝海红原客户为主，客户也仍习惯原维尔康市场物流车辆配送的方式，费用仍由客户承担；②维尔康市场是北方地区规模较大的冻品批发市场及冷链物流配送的集散中心，由于其规模较大，到全国各地均有运输路线覆盖，发车频次高，冷链干线物流具有规模效应，成本较低；

（3）保荐人及申报会计师走访或者电话访谈了主要的收货地址重复的客户，经核查，上述客户并非由祝海红、苏少洁、王雨、邹恭林等相关人员实际控制并经营；

（4）针对海燕号 2019 年度、2020 年度的销售及采购情况在补充年报过程中执行了函证程序。客户有效回函占各期海燕号销售收入比例分别为 86.93%、81.25%。

请发行人补充说明：

（1）经营地不在济南维尔康市场的 61 个客户中，公司、自然人（个体户）数量及对应收入情况；

（2）发行人向“经营地不在、但收货地在维尔康”的客户销售时，相关货物的签收人情况，是否主要系祝海红、苏少洁、王雨、邹恭林等相关人员；货物到达维尔康市场后后续物流工作的安排情况，是否由祝海红、苏少洁、王雨、邹恭林等人负责将相关货物发给客户。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并补充说明：

（1）对货物到达济南维尔康市场后，货物后续的真实去向，相关客户是否最终真实收到货物，对销售的真实性核查时的主要关注点及是否发现异常情形，中介机构对此的核查程序及结论；

(2) 对经营地不在济南维尔康市场的 61 个客户，走访和电话访谈分别对应数量及收入占比情况；上述客户是否涉及第三方回款，金额及占比情况；

(3) 对经营地不在济南维尔康市场的 61 个客户函证时，是否仍以维尔康市场作为收件地址，结合发函收件地址、回函寄件地址，回函发件人等信息，补充说明函证的可靠性及有效性。

【回复】

一、发行人情况说明

(一) 关于海燕号销售收入真实性的总体说明

由于进口南美白虾批发业务属于低毛利率的购销业务，经走访维尔康市场的商户、海燕号的客户，批发商存在直接将其采购的货物发往该等批发商的下游客户从中赚取差价的情况。批发商的下游客户信息属于其核心资源，因此普遍存在客户自行委托物流商自提或者通过批发商市场的物流车发往客户指定落点的情形，货物的实际去向与批发商的经营地不一致属于大宗水产品批发行业内较为常见的情形。海燕号客户往往通过维尔康市场自提货物，通过自己委托的物流商发往其下游客户或者自身经营所在地冷库仓储，该等地址往往与客户经营地址不一致。

申报会计师对于海燕号销售收入的真实性的主要关注点在于：

1、海燕号是否建立了与业务特征相符的内控制度且整体有效。

海燕号设立后，发行人主要负责具体的资金、财务和存货的管理，日常向供应商的采购和客户的销售主要由祝海红负责开拓，祝海红原则上“不动款、不动货”。海燕号整体建立了与业务相适应的内控制度。具体如下：

(1) 资金管理：采购付款方面，海燕号通过与优合集团向境外源头供应商采购，定期追踪采购进度，根据合同支付款项，并取得完整的进口报关单及检验检疫记录，确保采购付款资金流和实物流相符；销售回款方面，海燕号采取“先款后货”的原则，客户签署合同下达订单后，需要先支付货款，且客户支付账号应当与客户名称（或经营者）一致，确认收款后方可发货，确保销售回款系签署合同的客户，并按照客户的要求发货，履行合同义务，确保销售回款和实物流相符。

(2) 存货管理： 发行人每月对海燕号的存货进行盘点或对账，其中对于放置于优合集团海关仓的存货进行月度对账并由优合集团盖章确认，对于放置于发行人仓库的存货进行盘点确认，确定每月底存货的真实及准确性。

经核查，海燕号的内控整体有效。

2、海燕号的客户是否真实。

申报会计师通过主要客户的合同、客户的销售回款核查，以及走访、函证等执行程序。其中，实地走访及电话访谈的海燕号客户 2019 年、2020 年的销售额占海燕号销售收入比例分别为 54.69%、53.03%；选取大额客户进行函证，获取有效回函占 2019 年、2020 年海燕号销售收入比例分别为 86.93%、81.25%。

经核查，海燕号的客户系真实的。

3、海燕号的销售行为是否有对应的实物流、销售数量是准确的。

海燕号每期销售数量=当期采购数量-存货净增加。

考虑到进口南美白虾批发业务存在产品标准化、可销售性强、速冻食品具有质保期、冷链物流成本高、毛利率低等业务特点来看，进口采购证据充足，其真实性可以验证实物流的真实性，从而验证销售的真实性。

因此，经核查采购数量、存货净增加数量，海燕号的销售数量系真实的。

4、海燕号是否存在资金流转的异常。

申报会计师核查了报告期内海燕号的银行流水、海燕号的供应商优合集团提供向境外供应商的支付凭证、发行人董监高的银行流水以及祝海红的银行流水。经核查，海燕号资金流转系向境外供货商真实支付，自客户处真实流入，均为单向流转。

经核查，海燕号不存在资金流转的异常。

因此，海燕号营业收入是真实的。海燕号营业收入、净利润占发行人比重较小。海燕号内控瑕疵不影响发行人整体内部控制健全、财务基础规范。

(二) 经营地不在济南维尔康市场的 61 个客户中，公司、自然人（个体户）数量及对应收入情况

2019-2020 年，经营地不在济南维尔康市场但货物发往维尔康市场的 61 个客户分公司、自然人（个体户）的数量及对应收入情况下：

单位：万元

客户类型	数量	收入	占比（%）
公司	51	2,702.79	67.93%
自然人（个体户）	10	1,678.25	32.07%
合计	61	4,381.04	100.00%

（三）发行人向“经营地不在、但收货地在维尔康”的客户销售时，相关货物的签收人情况，是否主要系祝海红、苏少洁、王雨、邹恭林等相关人员；货物到达维尔康市场后后续物流工作的安排情况，是否由祝海红、苏少洁、王雨、邹恭林等人负责将相关货物发给客户

海燕号根据客户的要求，将货物发往维尔康市场，通常由客户指定人员收货，物流运输主要以自行委托物流司机运输，或由祝海红协助寻找运输公司物流司机（客户支付费用）的形式，由维尔康市场发往客户指定的收货地址。由于上述运输人员并非货主，因此普遍存在配送单不愿意签字的情形。

维尔康市场是全国性肉类、水产、农产品冻品集散地，商户众多，冻品品类贸易齐全，并且冷链物流便捷实惠。由于冻品交易量大，此处存在大型冷链物流配送体系，物流车随时发货，一车装满即发车。

海燕号成立之前，祝海红家族主要经营地为济南维尔康市场，对客户的物流模式以客户自提为主，维尔康市场物流车辆资源丰富，客户通常自行承担运费，自行委托物流司机或者由祝海红协助联系物流司机，由维尔康市场的物流车辆配送至客户。

海燕号成立之后，在祝海红原有模式的基础上，海燕号逐步丰富物流配送模式，存在港口自提、仓储自提、亚渔物流配送等三种物流模式，但是该等客户仍沿用海燕号成立之前的模式，通过维尔康市场的物流资源，由自行委托物流司机或者由祝海红协助联系物流司机，将货物由维尔康市场运输至客户指定地址。

因此该等货物发往维尔康市场，后续物流由客户自行安排或由祝海红协助联系物流商的方式进行，货物直接发至客户指定的地点，经申报会计师实地走访维尔康市场及访谈祝海红，存在货物由祝海红协助发往客户指定地点的情形。

由于进口南美白虾批发业务属于低毛利率的购销业务，经走访维尔康市场的商户、海燕号的客户，批发商存在直接将其采购的货物发往该等批发商的下游客客户从中赚取差价的情况。批发商的下游客客户信息属于其核心资源，因此普遍存在

客户自行委托物流商自提，或通过批发商市场的物流车发往客户指定物流节点情形，货物的实际去向与批发商的经营地不一致属于大宗水产品批发行业内较为常见的情形。

二、申报会计师说明

（一）对货物到达济南维尔康市场后，货物后续的真实去向，相关客户是否最终真实收到货物，对销售的真实性核查时的主要关注点及是否发现异常情形，中介机构对此的核查程序及结论

由于进口南美白虾属于速冻餐品，需要专业化的仓储、物流管理，产品交割、运输需全程冷链，因此，交割地点往往集中于冷冻仓储集中地（如维尔康市场），在该等地址，批发商进行自提或委托冷链物流商发往客户指定地址（具备冷冻仓储的目的地）。基于业务特性，交割地址往往与客户经营地址不一致。

海燕号根据客户的要求，货物到达维尔康市场后，发货物流车辆由客户自行联系，或经客户委托由祝海红协助联系，其业务实质为客户通过委托物流商的方式自行从维尔康市场提货。因此，自相关货物交由物流商提货发运起，发行人已履行货物的交付义务，商品已由客户委托的物流商实物占有，且客户根据合同约定已拥有该商品的法定所有权，符合《企业会计准则》对客户取得商品控制权的判断标准。报告期内，该等客户均已支付货款，未发生该等客户因未收到货物或货物权属争议向发行人提起的纠纷或诉讼。同时，申报会计师实地走访及电话访谈的海燕号客户 2019 年、2020 年的销售额占海燕号销售收入比例分别为 54.69%、53.03%，选取大额客户进行函证，获取有效回函占 2019 年、2020 年海燕号销售收入比例分别为 86.93%、81.25%，未出现不符情形。因此，能够认定相关货物后续已按照客户要求送达其指定地点，并由其指定的提货人真实收到货物。

申报会计师在核查销售真实性的主要关注点在于：

1、发行人是否建立了与业务特征相符的内控制度且整体有效。

经申报会计师核查，海燕号的采购、销售环节的内控制度建立及执行情况如下：

①采购环节内控设计及执行情况

海燕号产品主要通过优合集团境外进口，其内控设计及执行情况如下：

模式	具体流程及内控环节	具体执行情况及原因
境外采购	1、海燕号与境外供应商（老船长、桑塔等）洽谈确定采购条款； 2、优合集团向境外供应商下达订单； 3、海燕号向优合集团付款，优合集团向境外供应商支付货款； 4、优合集团报关进口，产品进入海关仓，优合集团业务人员通过微信通知海燕号的货物入库； 5、财务部根据优合集团流转的货物到港情况编制采购台账，追踪产品的到港时间、海关代理费用结算以及尾款支付，与优合集团结算款项 6、财务部每月从优合集团以及亚渔物流获取月末的存货数量，以确定期末库存数量，通过进销存数据核对采购入库数据的准确性。	1、保留完整的订单记录； 2、保留完整的报关记录（进口报关单、检验检疫证明）； 3、保留完整的向优合集团支付记录； 4、未系统保留优合集团通知海燕号到港后入海关仓的原始入库记录。

海燕号留存该等入库单据比例为 14.96%；经补充核查发行人销售人员、销售支持人员、财务人员与优合集团人员的微信沟通记录，沟通记录了进口货柜的入库安排，检查微信沟通记录涉及的进口货物入库信息占比为 68.37%，部分内容因具体职位人员变动及个人手机原因未能保存完全，合计保存的入库信息占比 83.33%。

发行人已取得了优合集团关于海燕号 100%的报关记录（进口报关单、检验检疫证明）单据，相关的采购真实。另外，发行人定期编制采购台账、库存盘点报告以及月度库存进销存表核对采购入库的准确性。

综上，采购原始单据部分缺失不影响采购的真实性、准确性以及完整性。

②销售环节内控设计及执行情况

模式	具体环节	具体流程及内控环节	具体执行情况
资 金 流（付款）	下达订单	所有客户通过亚洲渔港销售管理平台后台下单（电话通知销售人员，母公司销售支持人员录入）；	保留所有订单数据（包括数量、价格、客户名称）
	支付货款	客户下达订单后，通过银行账户转账；	保留完整的支付信息
	货款核对	1、母公司委派财务人员核对客户支付款项，只有客户的公司账户、经营者本人（个体户或自然人）账户付款才是有效付款，否则将返还； 2、确认支付正确后，财务人员通知销售支持人员，成为有效订单	保留完整的支付账户为经营者本人账户或客户公司账户， 保证客户真实性。
货物流（物流）	港口自提	1、海燕号委托优合集团进口产品未到港之前，下游客户已签订单，并支付预付款，由亚洲渔港财务人员核实支付信息； 2、优合集团报关入港后，通知海燕号； 3、在确认客户已全额支付货款后，海燕号销售人员通知客户港口自提；并将客户车辆信息通知优合集团； 4、下游客户提货后，优合集团向海燕号发送	海燕号通过与海关仓相关人员微信沟通确认货物发出，未完整保留海关仓出库单据；

		《销售单》	
	仓储自提	1、公司进口产品入库后，客户下单、支付货款； 2、财务人员确认收到款项后，财务人员通知销售人员，销售人员将客户提货车辆信息通知仓储管理人员； 3、仓储管理人员通过 <u>L 网打印出库单，同时需要提货司机签收。</u>	1、保留完整的出库单； 2、客户提货人员为货车司机，其在出库单上签字的意愿不高，存在推脱或拒签情况，故出库单签收率不高。
	亚渔物流配送	1、公司进口产品入库后，客户下单、支付货款； 2、财务人员确认收到款项后，财务人员通知销售人员，物流人员将客户配送信息录入L网； 3、仓储管理人员通过 <u>L 网打印配送单</u> ，委托第三方物流公司进行配送	1、出库单保存完整； 2、第三方物流信息保存完整 3、由于海燕号客户相对固定的交易习惯，签收率不高。

海燕号遵循“先款后货”原则，由客户直接付款至海燕号账户，仓库方可发货。由于采用预收款的销售模式，相关存货发货风险较低，故海燕号销售相关签署的单据未作为关键证据留存，且实际运行过程中，也存在提货司机或者客户不配合的情形。销售原始单据未由客户签字并未影响销售的真实性、准确性以及完整性。

在具体内控制度执行过程中，海燕号及时发现祝海红存在未严格执行“先款后货”销售政策的情形并对其追责，也说明发行人设置的内控制度运行整体有效。

综上所述，经核查，尽管存在原始单据保存不全的情形，但并不影响海燕号的内控整体有效性。

2、海燕号的客户是否真实。

经申报会计师核查，发行人订单与客户均为真实的，具体核查如下：

序号	核查内容	核查手段
1	客户合同及订单核查	获取海燕号销售合同，并与销售收入明细、销售回款明细核对，海燕号大额销售均已签订销售合同，销售收入与回款金额与合同约定一致。
2	打款客户真实性核查	海燕号收款由发行人委派人员实施。在收款环节，严格执行公司内控措施，财务人员验证支付账号与客户名称一致性，必须为销售对象或其个体户经营者付款，才是有效付款，否则将退回。经申报会计师获取、核对报告期内海燕号销售收款明细，逐笔核查了销售回款的资金流水并抽查了其中大额回款的银行收款凭证，报告期内不存在第三方回款的情况。
3	走访、函证	1、核查海燕号报告期销售明细，选取大额客户进行实地走访及电话访谈，核查客户是否真实存在，实地走访及电话访谈的海燕号客户的销售额占海燕号销售收入比例分别为 54.69%、53.03%，不存在被访谈客户对业务情况的描述与海燕号销售模式不符情形；不存在被

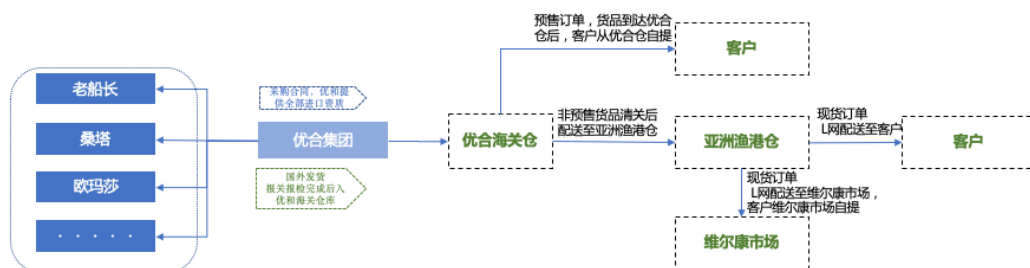
		访谈客户与海燕号存在纠纷或诉讼； 2、选取大额客户进行函证，获取有效回函占 2019 年、2020 年海燕号销售收入比例分别为 86.93%、81.25%，不存在回函存在不符事项；查询中国裁判文书网，不存在客户与海燕号之间存在经济纠纷或诉讼；海燕号销售货物系真实向客户或客户指定的收货人交付。
--	--	---

经核查，海燕号的客户系真实的。

3、销售行为是否有相应的实物流转。

考虑到进口南美白虾批发业务存在产品标准化可销售性强、速冻食品具有质保期、冷链物流成本高、毛利率低等业务特点来看，采购的真实性可以验证实物流的真实性，从而验证销售的真实性。

海燕号采购、销售流程如下：



海燕号每期销售数量=当期采购数量-存货净增加。

申报会计师对当期采购数量、存货净增加的核查，可以确保数量准确性，具体核查如下：

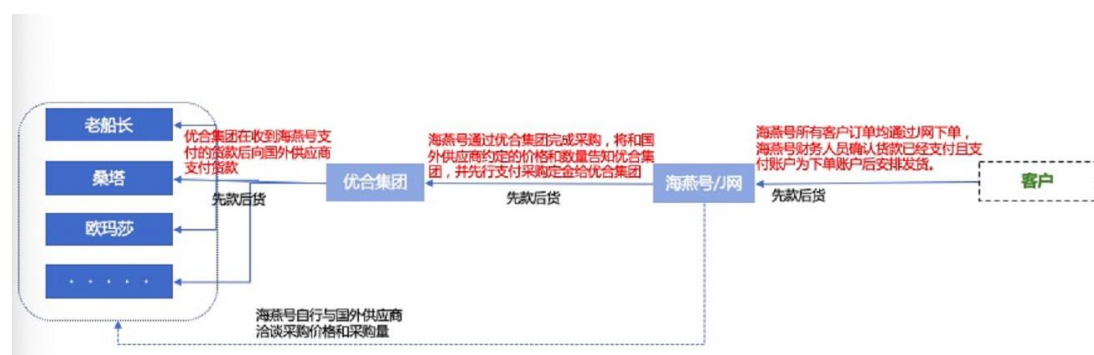
序号	核查内容	核查手段
1	采购数量	海燕号通过优合集团向海外供应商采购，货物到港后，未完整保存原始入库单，一方面主要系优合集团使用的第三方仓储，原始单据的流转环节较多，因此海燕号未能系统保存。但海燕号保存了所有货物报关单、进口检验检疫证明等证据。 申报会计师执行了如下核查程序： 1、已取得并核查了通过优合集团进口海燕号相关货物的报关单、检验检疫证明，与海燕号采购入账明细一致； 2、获取发行人与优合集团对放置于优合集团海关仓的存货进行月度对账并盖章的文件，核查各月对账数据与账面结存数量的一致性，未发现存在异常差异；结合报告期末对存放于发行人仓库的货物的存货监盘程序，核查了发行人进口南美白虾产品的期末实存数与账面数量是否一致，库存品牌及类型是否与采购品类吻合，未发现盘点中存在重大差异或异常品类存货；海燕号期末存货系真实存在。因此，通过上述数据，可以准确核查采购数量
2	存货净增加	1、获取发行人与优合集团对放置于优合集团海关仓的存货进行月度对账并盖章的文件，核查各月对账数据与账面结存数量的一致性，

	未发现存在异常差异； 2、结合报告期末对存放于发行人仓库的货物的存货监盘程序，核查了发行人进口南美白虾产品的期末实存数与账面数量是否一致，库存品牌及类型是否与采购品类吻合，未发现盘点中存在重大差异或异常品类存货；海燕号期末存货系真实存在； 3、通过上述程序，可以准确核查存货数量净增加（期末存货数量-期初存货数量）
--	--

因此，经申报会计师核查，海燕号采购数量、存货净增加数量，海燕号的销售数量系真实的。

4、海燕号是否存在资金流转的异常

海燕号采购、销售资金流转流程如下:



序号	核查内容	核查手段
1	采购资金	1、获取报告期内海燕号的资金流水，核查了超过 50 万元以上的资金流出，除已经披露的 2019 年 9 月 29 日偿还祝海红、亚渔管理的借款以及少量因客户打款不规范退款之外，均为向优合集团等进口供应商支付采购货款； 2、海燕号的采购资金流出系真实发生，通过上述数据，可以准确核查与采购数量的匹配性。经核查，不存在与采购订单金额明显不匹配的资金流出；不存在对客户、祝海红及其关联方的大额或频繁的异常资金流出。 3、就报告期各期的采购额向优合集团进行了函证，回函金额相符； 4、已自优合集团获取了其向境外出口商支付采购款的付款凭证，其向供货商付汇的时间及金额与海燕号向优合付款能够匹配一致； 5、针对中信银行等能够显示境外收款人信息的付款凭证，核查优合集团向境外支付货款的收款人名称，与海燕号实际进口货品的品牌商一致； 6、取得了海燕号与源头供应商之间的采购订货的邮件往来，不存在向境外供货商以外的异常付款。 因此，海燕号与优合集团的采购金额系真实发生。
2	销售资金	1、获取报告期内海燕号销售收款明细，逐笔核查了销售回款的资金流水并抽查了其中大额回款的银行收款凭证，不存在第三方回款的情况；海燕号的销售收款系对应客户真实支付； 2、核查了发行人资金流水、实际控制人及其配偶、子女（18 周岁以上）、主要核心人员（内部董事、监事、高级管理人员）等核心岗位人员的资金流水，不存在上述人员向海燕号客户的资金流出，从而通过销售款回流虚增收入情况。 3、核查祝海红提供的报告期内的银行流水。经核查，祝海红并未与发行人的实际控制人、董监高及其关键管理人员等存在资金往来，祝海红与其家族成员及维尔康市场的部分商户暨发行人客户存在资金往来。申报会计师就该

	等资金往来访谈了祝海红、王雨、苏少洁等人，经核查，在大型水产批发市场，由于现款现货交易的习惯，普遍存在关系密切人员或者个体户之间的相互采购调货以及资金往来的情形。由于祝海红家族仍从事水产批发及加工业务，因此祝海红与其家族成员存在资金往来和交易，与维尔康市场的部分商户因系多年朋友存在资金往来具有合理性，且海燕号成立之后，随着祝海红将客户资源导入至海燕号，祝海红与该等人员的资金往来规模整体上也已经显著下降。 经核查，发行人销售资金与订单、销售数量匹配。
--	---

海燕号资金流转系向境外供货商真实支付，自客户处真实流入，均为单向流转。

经核查，海燕号不存在资金流转的异常。

综上所述，申报会计师认为海燕号业务销售收入是真实的。

（二）对经营地不在济南维尔康市场的 61 个客户，走访和电话访谈分别对应数量及收入占比情况；上述客户是否涉及第三方回款，金额及占比情况。

申报会计师对经营地不在济南维尔康市场的 61 个客户中 8 家客户进行了实地走访及电话访谈，其中 2 家客户为实地走访，占该等客户到货地址为维尔康市场的收入的 19.71%；其余 6 家客户为电话访谈，占该等客户到货地址为维尔康市场的收入的 51.16%。对电话访谈的客户，申报会计师将记录的访谈纪要邮寄至客户所在地，经客户盖章签字确认后已全部收回。

经申报会计师核查，海燕号收款由发行人委派人员实施。在收款环节，严格执行公司内控措施，财务人员验证支付账号与客户名称一致性，必须为销售对象或其个体户经营者付款，才是有效付款，否则将退回。申报会计师已逐笔核对上述 61 家客户的全部销售回款的资金流水，银行收款凭证，报告期内该等客户不存在第三方回款。

（三）对经营地不在济南维尔康市场的 61 个客户函证时，是否仍以维尔康市场作为收件地址，结合发函收件地址、回函寄件地址，回函发件人等信息，补充说明函证的可靠性及有效性。

申报会计师对上述 61 家客户中的 21 家寄发函证，共收回 20 份确认相符的回函，回函确认金额占该 61 家客户报告期收入总额的 83.98%。其中，除莘县淞鲜汇水产经销行（王雨经营的个体工商户）作为祝海红家族成员也在维尔康市场经营，收件地址为维尔康肉联厂外，其余客户收件地址均与非济南维尔康市场，

收件地址与客户经营所在地一致。申报会计师逐一查询了上述 20 份回函的寄件地址，与发函收件地址及客户经营所在地的市、区（县）一致；经核查回函寄件人信息，上述 20 份函证不存在由发行人员或祝海红寄件的情况。申报会计师保持了对函证发出及收回过程中的控制，上述客户的函证可靠、有效。

（四）核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、对到货地为维尔康市场的货物，发行人已真实向客户或其指定收货人交付货物，客户或其指定收货人最终真实收到货物，海燕号的销售是真实的；
- 2、经营地不在济南维尔康市场的 61 个客户不存在第三方回款情况；
- 3、对经营地不在济南维尔康市场的 61 个客户函证时，以客户实际所在地作为收件地址，申报会计师保持了对函证过程的控制，相关函证真实、可靠。

问题 7

关于现场督导发现的发行人、海燕号、祝海红、客户苏少洁、王雨等人之间的资金往来。

现场督导发现：2019 年 9 月 29 日存在资金由海燕号流出后以贷款形式流回海燕号的情形，具体为海燕号向祝海红、亚渔管理支付借款及利息，其中向祝海红支付 246.67 万元，同日祝海红收到款项后向客户苏少洁转账 104.4 万元（两笔转账分别为 100 万元、4.4 万元）、向客户王雨转账 100 万元，同日苏少洁向发行人支付货款 327.9 万元（包括一笔 100 万元，一笔 4.4 万元），王雨向发行人支付货款 350.11 万元（包括一笔 100 万元）。

审核问询回复显示：

（1）2019 年 9 月 29 日发行人向祝海红支付 246.67 万元，系前期借款及其利息；祝海红分别向苏少洁转账 104.4 万元，向王雨转账 100 万元，系祝海红与苏少洁、王雨之间的资金拆借；苏少洁、王雨向海燕号分别支付货款 327.9 万元、350.11 万元，系正常采购款，发行人不存在通过体外循环虚增收入情形；

（2）中介机构核查了祝海红提供的农行尾号为 9212、4112、7212、8374，交行 3701，齐鲁 2349、0306、1988，工行 5989，中行 2739 流水，认为祝海红

与海燕号客户及相关人员的资金往来情况及原因属实，具有合理性，海燕号客户向海燕号的采购系真实采购，不存在虚增收入情形。

请发行人：

（1）结合祝海红、苏少洁、王雨等人之间的关系，补充说明祝海红与苏少洁、王雨等人之间的资金拆借规模、原因和合理性；资金拆借规模与海燕号成立时间前后之间的对应关系；

（2）补充论证 2019 年 9 月 29 日相关款项从发行人流出后，是否以贷款形式流回发行人。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并补充说明：

（1）对祝海红银行流水核查的完整性及相关证据；

（2）祝海红与苏少洁、王雨等人之间的资金往来系一项拆借安排的相关证据情况，“以偿还货物的方式结清”对应的证据情况，结合三者之间的关系，补充说明证据的完整性、合理性。

（3）在采购、销售相关单据缺失，祝海红与客户存在大额资金往来，向多个客户发货地址流向祝海红、苏少洁、王雨等人所在地济南维尔康市场的情况下，详细说明“海燕号客户向海燕号的采购系真实采购，不存在虚增收入情形”结论的合理性，支撑该结论的逻辑和依据。

【回复】

一、发行人情况说明

（一）祝海红与苏少洁、王雨资金拆借的相关说明

1、海燕号成立后，祝海红仍然与苏少洁、王雨存在资金往来的原因及合理性

（1）王雨、苏少洁与祝海红关系

①王雨系祝海红家族成员，王雨与祝海红系亲属。在海燕号成立之前，祝海红家族（包括王雨）主要在济南维尔康市场进行虾类批发业务。王雨系莘县淞鲜汇水产经销行经营者。

②苏少洁系济南维尔康市场的商户。苏少洁经营的济南市历城区渔友水产经

营部（以下简称“渔友水产”）是较大的批发商。苏少洁与祝海红系朋友关系，但渔友水产独立经营，与祝海红家族不存在混同经营情形。

（2）海燕号成立后，祝海红与王雨、苏少洁存在资金往来的合理性（截至2020年底）

海燕号成立前后，根据祝海红2017年-2020年的银行流水统计，祝海红与家族成员、苏少洁资金往来的规模情况如下：

单位：万元

关系	对象	海燕号成立前 (2017年1月至2018年11月)			海燕号成立后 (2018年12月至2020年12月)			
		收款	支出	净额	收款	支出	净额	海燕号销售额
配偶	徐邦景	774.74	1,727.42	-952.68	66.34	341.46	-275.12	0.00
家族成员	邹恭林	13.62	100.00	-86.38	358.34	171.99	186.35	781.97
	王雨	-		0.00	452.77	352.65	100.12	2,298.25
	祝国栋	3,468.82	2,079.01	1,389.81	73.20	186.39	-113.19	453.12
合作方	苏少洁	-	10.00	-10.00	-	104.40	-104.40	3,590.48
	李达	14.70		14.70	20.00	-	20.00	1,158.90

①海燕号成立前后，祝海红与家族成员资金往来规模均较大。祝海红家族成员从事虾类初加工产品业务，业务以货到付款模式为主，需要周转资金，因此祝海红与家族成员之间存在大额资金拆借，具有合理性。

②海燕号成立后，由于发行人未要求祝海红竞业禁止。祝海红家族仍然进行虾类初加工产品贸易业务。鉴于规范运作要求，祝海红及其配偶徐邦景经营虾类初加工产品业务，未从海燕号直接采购，而是从家族其他成员采购调货，导致祝海红与其家族成员之间仍存在资金往来及交易。因此，海燕号成立后，祝海红与家族成员王雨存在频繁、大额资金往来，存在合理性，符合其业务性质特点。

③苏少洁与祝海红不存在业务混同情形，因此海燕号成立前后，苏少洁与祝海红资金往来较少。主要系苏少洁向祝海红借款。

2、祝海红与苏少洁资金拆借规模，及与海燕号成立时间前后之间的对应关系

（1）祝海红与苏少洁资金拆借规模较小

单位：万元

海燕号成立前	海燕号成立后
--------	--------

(2017年1月至2018年11月)			(2018年12月至2020年12月)		
收款	支出	净额	收款	支出	净额
-	10.00	-10.00	-	104.40	-104.40

①海燕号成立前(2017年1月至2018年11月),祝海红向苏少洁支出10万元,系个人资金拆借;

②海燕号成立后(2018年12月至2020年12月),祝海红向苏少洁支出104.40万元,系个人资金拆借。

(2) 与海燕号成立之间的对应关系、资金往来合理性

由于苏少洁及其经营的渔友水产系独立经营,与祝海红家族不存在混同经营情形。因此,海燕号成立前后,苏少洁与祝海红资金往来均较少。均系苏少洁向祝海红借款。祝海红与苏少洁存在偶发性的资金往来,不存在海燕号与该等人员交易形成体外循环情形。

3、祝海红与王雨资金拆借规模,及与海燕号成立时间前后之间的对应关系

(1) 祝海红与王雨资金拆借规模情况

单位:万元

海燕号成立前 (2017年1月至2018年11月)			海燕号成立后 (2018年12月至2020年12月)		
收款	支出	净额	收款	支出	净额
-		0.00	452.77	352.65	100.12

①海燕号成立前(2017年1月至2018年11月),祝海红与王雨无资金往来,但与祝国栋等家族成员存在较大资金往来。

②海燕号成立后(2018年12月至2020年12月),祝海红向王雨累计支出352.65万元,累计收到王雨打款452.77万元。

(2) 与海燕号成立之间的对应关系、资金往来合理性

①海燕号成立前,祝海红家族经营虾类初加工产品批发业务,下游客户的销售仍然以“货到付款”模式为主,与该等客户交易需要周转资金,因此祝海红其他家族成员向祝海红存在资金拆借行为,存在一定资金、货物混同情形,因此,祝海红与家族成员邹恭林、祝国栋存在大额资金往来,符合其家族经营特点。

②海燕号成立后,执行“先款后货”的交易模式。基于规范运作要求,祝海红及其配偶与海燕号不存在销售往来情形。

③海燕号成立后，由于发行人未要求祝海红竞业禁止。祝海红家族仍然进行虾类初加工产品贸易业务。祝海红及其配偶徐邦景经营虾类初加工产品业务从家族其他成员采购调货，因此祝海红与其家族成员之间仍存在资金往来及交易。

④海燕号成立前，祝海红与王雨无资金往来，但与邹恭林、祝国栋存在大额资金往来；海燕号成立后，祝海红与王雨、邹恭林、祝国栋仍然存在资金往来。

⑤从资金往来规模角度，海燕号成立后与家族成员（配偶除外）资金往来规模已远少于海燕号成立前的规模：

单位：万元

海燕号成立前 (2017年1月至2018年11月)			海燕号成立后 (2018年12月至2020年12月)		
收款	支出	净额	收款	支出	净额
3,468.82	2,079.01	1,389.81	884.31	711.03	173.28

海燕号成立后，对业务进行规范，基本采取“先款后货”模式。但部分规模较小客户因多年的货到付款采购模式无法导入成为海燕号客户，仍然由祝海红家族经营。祝海红家族经营规模已下降，因此，祝海红与家族成员总体资金往来规模下降，具有合理性。

(二) 补充论证 2019 年 9 月 29 日相关款项从发行人流出后，是否以贷款形式流回发行人。

2019 年 9 月 29 日，发行人向祝海红支付 246.67 万元，系前期借款及其利息。祝海红分别向苏少洁转账 104.4 万元，向王雨转账 100 万元，系祝海红与苏少洁、王雨之间的资金拆借，苏少洁、王雨向海燕号分别支付货款 327.9 万元、350.11 万元，系正常采购款。发行人不存在通过体外循环虚增收入情形。具体说明如下：

1、2019 年 9 月 29 日相关资金往来事项

2019 年 9 月 29 日的海燕号、祝海红、王雨、苏少洁之间的资金往来，详情如下：

项目	资金往来事项
1	王雨向海燕号支付货款 100 万元、100 万元、47.55 万元、100 万元、2.56 万元，合计 350.11 万元
2	苏少洁向海燕号支付 100 万元、23.5 万元、100 万元、100 万元、4.4 万元，合计 327.9 万元
3	海燕号向祝海红、亚渔管理支付借款及利息，其中向祝海红支付 246.67 万元
4	祝海红向苏少洁分别支付 100 万元、4.4 万元
5	祝海红向王雨支付 100 万元

根据上述资金流水记录，苏少洁、王雨与祝海红、海燕号之间资金往来，属于正常资金往来。9月29日王雨共向海燕号打款350.11万元，接收祝海红资金100万元；苏少洁向海燕号打款327.9万元，接收祝海红资金104.4万元。海燕号、祝海红与苏少洁、王雨不存在一对一的资金循环。

2、苏少洁、王雨支付货款对应交易是真实的

（1）货物流与货款存在对应关系

①海燕号执行“先款后货”销售政策，苏少洁、王雨向海燕号下达订单，同时支付款项。

②苏少洁、王雨采取海关自提方式取货，发行人、申报会计师通过核查海燕号进口数据、客户访谈、IT系统数据，确认苏少洁、王雨已取得货款对应货物，货物流是真实的。

（2）苏少洁、王雨2019年度向发行人采购金额，远高于9月29日向祝海红借款金额

①2019年度海燕号向苏少洁及其经营的渔友水产销售额为3,590.48万元，苏少洁2019年9月29日收到祝海红104.4万元，占销售额2.91%；

②向王雨及其经营的莘县淞鲜汇水产经销行销售额为2,298.25万元。王雨2019年9月29日收到祝海红100万元，占销售额4.35%；王雨2019年度共收到祝海红款项352.65万元，占销售额15.34%。

因此，海燕号不存在通过祝海红打款给苏少洁、王雨，虚增营业收入情形。

③自海燕号设立以来，除正常支付薪酬与报销款外，祝海红与海燕号的资金往来如下：

序号	交易日期	金额（万元）	用途
1	2018-12-11	245	祝海红出资款
2	2019-7-23	245	祝海红增资款
3	2019-8-8	150	祝海红借款给海燕号，用于日常经营，系与亚渔管理同比例借款
4	2019-8-9	50	
5	2019-8-19	45	
6	2019-9-29	-245	海燕号归还祝海红借款
7	2019-9-29	-1.67	海燕号支付向祝海红借款利息

因此，苏少洁、王雨收到祝海红款项，远低于海燕号向该等客户销售金额；海燕号与祝海红资金往来，均为借款、缴纳出资等事项款项，且金额远低于海燕

号向苏少洁、王雨销售金额。因此，不存在海燕号通过体外循环，虚增销售收入情形。

因此，海燕号向祝海红归还借款，苏少洁、王雨向海燕号购买产品，是真实、合理的。苏少洁、王雨与祝海红的资金往来，属于正常个人拆借事项。2019 年 9 月 29 日相关款项不存在通过体外循环，虚增销售收入情形。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序及补充说明

1、对祝海红银行流水核查的完整性及相关证据

（1）申报会计师获取了祝海红 2017 至 2020 年的资金流水并进行核查，具体情况如下：

开户银行	报告期有流水账户数量	时间
工商银行	1	2017.1.1-2021.1.8
中国农业银行	6	2017.1.1-2020.12.31
		2017.1.1-2021.1.8
		2017.1.1-2021.1.8
		2017.1.1-2020.12.31
		2017.1.1-2021.1.19
		2017.1.1-2021.1.19
中国银行	1	2017.1.1-2021.1.8
交通银行	1	2017.1.1-2021.1.12
齐鲁银行	3	2017.1.1-2021.1.8
		2012.5.14-2021.1.8
		2017.1.1-2021.1.8

（2）申报会计师核查了上述银行流水中对手方信息，未发现祝海红未申报的账户，账户清单范围完整；

（3）结合祝海红的收入来源、消费能力、消费习惯等，申报会计师确定流水核查金额的重要性水平为单笔 5 万元或同时段多笔累计 5 万元，对上述账户的 5 万元以上的大额流水进行了重点核查。

综上，对祝海红银行流水检查完整并有相关证据支持。

2、祝海红与苏少洁、王雨等人之间的资金往来系一项拆借安排的相关证据情况，“以偿还货物的方式结清”对应的证据情况，结合三者之间的关系，补充说明证据的完整性、合理性。

申报会计师于 2021 年 3 月对祝海红、苏少洁、王雨等人进行了访谈，上述

人员对其之间资金往来性质的答复一致，均答复称系资金拆借安排，并表示“以偿还货物的方式结清”。

申报会计师取得了祝海红与苏少洁、王雨等人之间的资金往来流水、被访谈人签字的访谈纪要、以货抵债的说明等证据。

由于个人交易的货物流转单据未得到有效保管，苏少洁无法提供以货偿还欠款的具体货物流转单据。

申报会计师通过对维尔康市场其他商户的走访，了解该市场中批发商之间存在互相调货且以互相货款进行轧抵的情况普遍存在。因此，苏少洁以交付货物作为对借款的偿还符合该市场中商户交易的普遍习惯，具有合理性。

祝海红与苏少洁、王雨等人之间的资金往来，系其个人行为，与海燕号无关。海燕号与上述人员的资金往来均存在充分证据，如销售合同、借款协议、资金流水等。

申报会计师已通过延伸走访了解祝海红与苏少洁、王雨等人之间的资金往来的合理性，基于该等批发市场的个体户普遍没有完善的财务系统和账本记录，保荐机构、申报会计师无法获取祝海红、苏少洁、王雨等人进一步证据。

根据申报会计师核查，祝海红与苏少洁、王雨等人之间的资金往来，不影响发行人财务报表真实性。

3、在采购、销售相关单据缺失，祝海红与客户存在大额资金往来，向多个客户发货地址流向祝海红、苏少洁、王雨等人所在地济南维尔康市场的情况下，详细说明“海燕号客户向海燕号的采购系真实采购，不存在虚增收入情形”结论的合理性，支撑该结论的逻辑和依据。

尽管存在采购、销售单据缺失的情形，但并不影响海燕号的内控整体有效性。

经申报会计师核查，海燕号的采购、销售环节的内控制度建立及执行情况如下：

①采购环节内控设计及执行情况

海燕号产品主要通过优合集团境外进口，其内控设计及执行情况如下：

模式	具体流程及内控环节	具体执行情况及原因
境外采购	1、海燕号与境外供应商（老船长、桑塔等）洽谈确定采购条款； 2、优合集团向境外供应商下达订单； 3、海燕号向优合集团付款，优合集团向境外供	1、保留完整的订单记录； 2、保留完整的报关记录（进口报关单、检验检疫证明）； 3、保留完整的向优合集团

	应商支付货款； 4、优合集团报关进口，产品进入海关仓，优合集团业务人员通过微信通知海燕号的货物入库； 5、财务部根据优合集团流转的货物到港情况编制采购台账，追踪产品的到港时间、海关代理费用结算以及尾款支付，与优合集团结算款项 6、财务部每月从优合集团以及亚渔物流获取月末的存货数量，以确定期末库存数量，通过进销存数据核对采购入库数据的准确性。	支付记录； 4、未系统保留优合集团通知海燕号到港后入海关仓的原始入库记录。
--	--	--

海燕号留存该等入库单据比例为 14.96%；经补充核查发行人销售人员、销售支持人员、财务人员与优合集团人员的微信沟通记录，沟通记录了进口货柜的入库安排，检查微信沟通记录涉及的进口货物入库信息占比为 68.37%，部分内容因具体职位人员变动及个人手机原因未能保存完全，合计保存的入库信息占比 83.33%。

发行人已取得了优合集团关于海燕号 100%的报关记录（进口报关单、检验检疫证明）单据，相关的采购真实。另外，发行人定期编制采购台账、库存盘点报告以及月度库存进销存表核对采购入库的准确性。

综上，采购原始单据部分缺失不影响采购的真实性、准确性以及完整性。

②销售环节内控设计及执行情况

模式	具体环节	具体流程及内控环节	具体执行情况
资 金 流（付款）	下达订单	所有客户通过亚洲渔港销售管理平台后台下单（电话通知销售人员，母公司销售支持人员录入）；	保留所有订单数据（包括数量、价格、客户名称）
	支付货款	客户下达订单后，通过银行账户转账；	保留完整的支付信息
	货款核对	1、母公司委派财务人员核对客户支付款项，只有客户的公司账户、经营者本人（个体户或自然人）账户付款才是有效付款，否则将返还； 2、确认支付正确后，财务人员通知销售支持人员，成为有效订单	保留完整的支付账户为经营者本人账户或客户公司账户， 保证客户真实性 。
货 物 流（物流）	港口自提	1、海燕号委托优合集团进口产品未到港之前，下游客户已签订单，并支付预付款，由亚洲渔港财务人员核实支付信息； 2、优合集团报关入港后，通知海燕号； 3、在确认客户已全额支付货款后，海燕号销售人员通知客户港口自提；并将客户车辆信息通知优合集团； 4、下游客户提货后，优合集团向海燕号发送《销售单》	海燕号通过与海关仓相关人员微信沟通确认货物发出，未完整保留海关仓出库单据；
	仓储自提	1、公司进口产品入库后，客户下单、支付货款； 2、财务人员确认收到款项后，财务人员通知销售人员，销售人员将客户提货车辆信息通知	1、保留完整的出库单； 2、客户提货人员为货车司机，其在出库

		仓储管理人员； 3、仓储管理人员通过 物流管理平台打印出库单 ，同时需要提货司机签收。	单上签字的意愿不高，存在推脱或拒签情况，故出库单签收率不高。
	亚渔物流配送	1、公司进口产品入库后，客户下单、支付货款； 2、财务人员确认收到款项后，财务人员通知销售人员，物流人员将客户配送信息录入物流管理平台； 3、仓储管理人员通过 物流管理平台打印配送单 ，委托第三方物流公司进行配送	1、出库单保存完整； 2、第三方物流信息保存完整 3、由于海燕号客户相对固定的交易习惯，签收率不高。

海燕号遵循“先款后货”原则，由客户直接付款至海燕号账户，仓库方可发货。由于采用预收款的销售模式，相关存货发货风险较低，故海燕号销售相关签署的单据未作为关键证据留存，且实际运行过程中，也存在提货司机或者客户不配合的情形。销售原始单据未由客户签字并未影响销售的真实性。

在具体内控制度执行过程中，祝海红存在未严格执行“先款后货”销售政策的情形，海燕号及时发现，并对其追责，也说明发行人设置的内控制度运行整体有效。

综上所述，尽管存在原始单据保存不全的情形，但并不影响海燕号的内控整体有效性。申报会计师对于销售的真实性从客户及订单的真实性核查、资金流转的真实性以及货物流转的真实性出发进行核查，具体如下：

A、客户及订单真实性核查

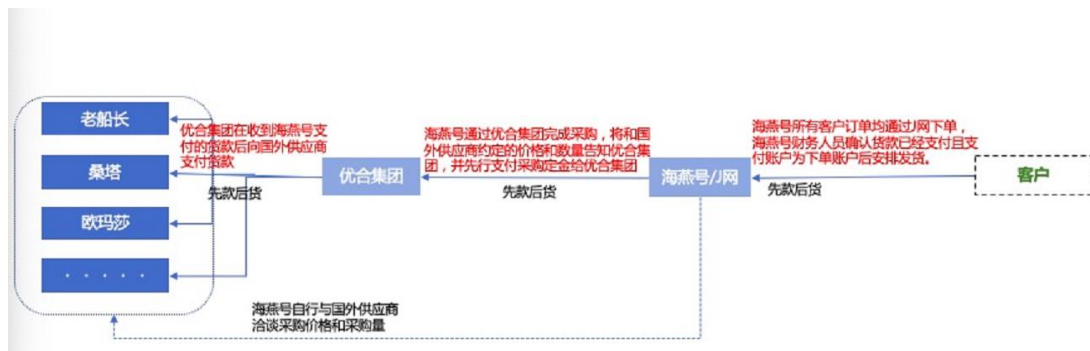
经申报会计师核查，发行人订单与客户均为真实的，具体核查如下：

序号	核查内容	核查手段
1	客户合同及订单核查	获取海燕号销售合同，并与销售收入明细、销售回款明细核对，海燕号大额销售均已签订销售合同，销售收入与回款金额与合同约定一致。
2	打款客户真实性核查	海燕号收款由发行人委派人员实施。在收款环节，严格执行公司内控措施，财务人员验证支付账号与客户名称一致性，必须为销售对象或其个体户经营者付款，才是有效付款，否则将退回。经申报会计师获取、核对报告期内海燕号销售收款明细，逐笔核查了销售回款的资金流水并抽查了其中大额回款的银行收款凭证，报告期内不存在第三方回款的情况。
3	走访、函证	1、核查海燕号报告期销售明细，选取大额客户进行实地走访及电话访谈，核查客户是否真实存在，实地走访及电话访谈的海燕号客户的销售额占海燕号销售收入比例分别为 54.69%、53.03%，不存在被访谈客户对业务情况的描述与海燕号销售模式不符情形；不存在被访谈客户与海燕号存在纠纷或诉讼； 2、选取大额客户进行函证，获取有效回函占 2019 年、2020 年海燕号销售收入比例分别为 86.93%、81.25%，不存在回函存在不符事项；

		查询中国裁判文书网，不存在客户与海燕号之间存在经济纠纷或诉讼；海燕号销售货物系真实向客户或客户指定的收货人交付。
--	--	--

B、资金流转的真实性核查

海燕号采购、销售资金流转流程如下：



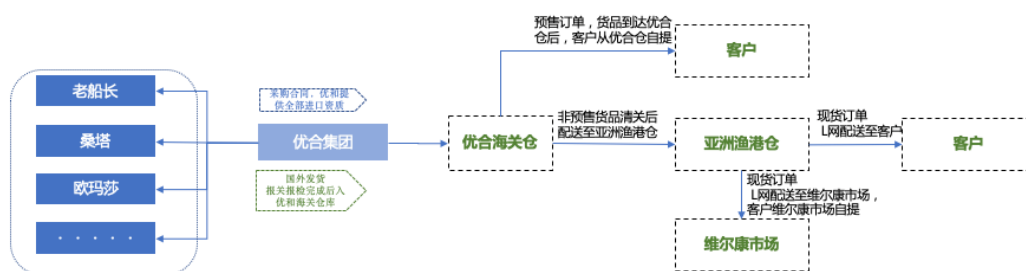
通过资金流转，可以核查采购资金、销售资金流转的真实性及与销售数量的匹配性：

序号	核查内容	核查手段
1	采购资金	1、获取报告期内海燕号的资金流水，核查了超过 50 万元以上的资金流出，除已经披露的 2019 年 9 月 29 日偿还祝海红、亚渔管理的借款以及少量因客户打款不规范退款之外，均为向优合集团等进口供应商支付采购货款； 2、海燕号的采购资金流出系真实发生，通过上述数据，可以准确核查与采购数量的匹配性。经核查，不存在与采购订单金额明显不匹配的资金流出；不存在对客户、祝海红及其关联方的大额或频繁的异常资金流出。 3、就报告期各期的采购额向优合集团进行了函证，回函金额相符； 4、已自优合集团获取了其向境外出口商支付采购款的付款凭证，其向供货商付汇的时间及金额与海燕号向优合付款能够匹配一致； 5、针对中信银行等能够显示境外收款人信息的付款凭证，核查优合集团向境外支付货款的收款人名称，与海燕号实际进口货品的品牌商一致； 6、取得了海燕号与源头供应商之间的采购订货的邮件往来。未发现存在向境外供货商以外的异常付款。 因此，海燕号与优合集团的采购金额系真实发生。
2	销售资金	1、获取报告期内海燕号销售收款明细，逐笔核查了销售回款的资金流水并抽查了其中大额回款的银行收款凭证，未发现存在第三方回款的情况；海燕号的销售收款系对应客户真实支付； 2、核查了发行人资金流水、实际控制人及其配偶、子女（18 周岁以上）、主要核心人员（内部董事、监事、高级管理人员）等核心岗位人员的资金流水，未发现上述人员存在向海燕号客户的资金流出，从而通过销售款回流虚增收入情况。 3、核查祝海红提供的报告期内的银行流水。经核查，祝海红并未与发行人的实际控制人、董监高及其关键管理人员等存在资金往来，祝海红与其家族成员及维尔康市场的部分商户暨发行人客户存在资金往来。申报会计师就该等资金往来访谈了祝海红、王雨、苏少洁等人，经核查，在大型水产批发市场，由于现款现货交易的习惯，普遍存在

		关系密切人员或者个体户之间的相互采购调货以及资金往来的情形。由于祝海红家族仍从事水产批发及加工业务，因此祝海红与其家族成员存在资金往来和交易，与维尔康市场的部分商户因系多年朋友存在资金往来具有合理性，且海燕号成立之后，随着祝海红将客户资源导入至海燕号，祝海红与该等人员的资金往来规模整体也已经显著下降。 经核查，发行人销售资金与订单、销售数量匹配。
--	--	---

C、货物流转数量的真实性

海燕号采购、销售流程如下：



海燕号每期销售数量=当期采购数量-存货净增加。

申报会计师对当期采购数量、存货净增加的核查，可以确保数量准确性，具体核查如下：

序号	核查内容	核查手段
1	采购数量	海燕号通过优合集团向海外供应商采购，货物到港后，未完整保存原始入库单，一方面主要系优合集团使用的第三方仓储，原始单据的流转环节较多，因此海燕号未能系统保存。但海燕号保存了所有的货物报关单、进口检验检疫证明等证据。 申报会计师执行了如下核查程序： 1、已取得并核查了通过优合集团进口海燕号相关货物的报关单、检验检疫证明，与海燕号采购入账明细一致； 2、获取发行人与优合集团对放置于优合集团海关仓的存货进行月度对账并盖章的文件，核查各月对账数据与账面结存数量的一致性，未发现存在异常差异；结合报告期末对存放于发行人仓库的货物的存货监盘程序，核查了发行人进口南美白虾产品的期末实存数与账面数量是否一致，库存品牌及类型是否与采购品类吻合，未发现盘点中存在重大差异或异常品类存货；海燕号期末存货系真实存在 因此，通过上述数据，可以准确核查采购数量
2	存货净增加	1、获取发行人与优合集团对放置于优合集团海关仓的存货进行月度对账并盖章的文件，核查各月对账数据与账面结存数量的一致性，未发现存在异常差异； 2、结合报告期末对存放于发行人仓库的货物的存货监盘程序，核查了发行人进口南美白虾产品的期末实存数与账面数量是否一致，库存品牌及类型是否与采购品类吻合，未发现盘点中存在重大差异或异常品类存货；海燕号期末存货系真实存在 3、通过上述程序，可以准确核查存货数量净增加（期末存货数量-

	期初存货数量)
--	---------

因此，经申报会计师核查，海燕号采购数量、存货净增加数量，海燕号的销售数量是准确的。

综上所述，海燕号的销售收入是真实的。祝海红与客户存在大额资金往来，向多个客户发货地址流向维尔康市场不影响收入确认真实性，具体如下：

序号	相关发现	对收入确认影响程度及申报会计师核查
1	祝海红与家族成员资金往来	核查祝海红提供的报告期内的银行流水。经核查，祝海红并未与发行人的实际控制人、董监高及其关键管理人员等存在资金往来，祝海红与其家族成员及维尔康市场的部分商户暨发行人客户存在资金往来。 申报会计师就该等资金往来访谈了祝海红、王雨、苏少洁等人，经核查，在大型水产批发市场，由于现款现货交易的习惯，普遍存在关系密切人员或者个体户之间的相互采购调货以及资金往来的情形。由于祝海红家族仍从事水产批发及加工业务，因此祝海红与其家族成员存在资金往来和交易，与维尔康市场的部分商户因系多年朋友存在资金往来具有合理性，且海燕号成立之后，随着祝海红将客户资源导入至海燕号，祝海红与该等人员的资金往来规模整体也已经显著下降。 综上，祝海红与其家族成员及维尔康市场的部分商户暨发行人客户存在的资金往来与发行人及海燕号无关。
2	维尔康市场收货	1、对收货地为济南维尔康市场的主要客户进行了实地走访或电话访谈，经核查，该等客户均表示与海燕号之间的交易真实，不存在货物的纠纷。该等客户到货地为济南维尔康市场的主要原因如下： 其中，对经营地在济南维尔康市场的 6 家客户进行了实地走访，占该等客户销售额的比例为 88.03%，经访谈，该类客户经营地在维尔康市场，在市场内有档口及冷库，货物到达维尔康市场后可以直接进行售卖或储存。 2、对经营地不在济南维尔康市场的 8 家客户进行了实地走访及电话访谈，占该等客户销售额的比例为 70.88%。经营地不在济南维尔康市场的客户，收货地址在济南维尔康市场主要基于如下原因： （1）海燕号设立之前，祝海红家族的下游客户一般选择由维尔康市场的物流车辆进行配送，费用由客户承担。海燕号设立后，海燕号客户仍以祝海红原客户为主，客户也仍习惯原维尔康市场物流车辆配送的方式，费用仍由客户承担； （2）维尔康市场是北方地区规模较大的冻品批发市场及冷链物流配送的集散中心，由于其规模较大，到全国各地均有运输路线覆盖，发车频次高，冷链干线物流具有规模效应，成本较低。 （3）经访谈，该类客户经营地虽不在济南，但由于济南维尔康市场具备冷链物流网络完善、运价较低、零单也能配送、时效性较好等特点，因此海燕号将产品配送至维尔康市场后，该等客户可根据自身需求，将海燕号的产品与其他商户以拼车的形式发出，或者与该等客户采购的其他产品同时发往目的地，从而有效地提升效率并节约成本。因此，上述客户将济南维尔康市场作为货品采购运输或销售运输的中转地具有合理性。

综上所述，报告期内，海燕号货物流转系自境外进口后向客户交付的单向流转，不存在货物出售后回流发行人的物流闭环；海燕号资金流转系向境外供货商

真实支付，自客户处真实流入，均为单向流转，不存在通过采购支付资金后通过销售款回流发行人的资金流闭环；海燕号的内控整体有效。因此，“海燕号客户向海燕号的采购系真实采购，不存在虚增收入情形”结论合理，存在支撑该结论的逻辑和依据。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、祝海红与苏少洁、王雨等人之间的资金拆借具有合理性；
- 2、2019 年 9 月 29 日相关款项从发行人流出后，不存在通过体外循环虚增收入流回发行人的情形；
- 3、对祝海红银行流水核查具有完整性；
- 4、海燕号客户向海燕号的采购系真实采购，不存在虚增收入情形。

问题 8

关于中介机构聘请第三方机构深圳市智信经纬信息咨询有限公司对发行人客户的终端进行走访。

现场督导发现：

（1）经办会计师聘请第三方机构深圳市智信经纬信息咨询有限公司（以下简称智信经纬）对发行人经销商终端销售情况进行了实地核查，但实际走访工作由保荐人主导；《发行保荐书》“本次发行中直接或间接有偿聘请第三方的情况”中未见与智信经纬相关事项；

（2）第三方机构对发行人 28 个省份的 609 家经销商终端客户进行走访，合计用时仅 12 天，且 130 多名走访人员绝大多数为临时招募，结算方式为按走访家数付费。

审核问询回复显示：

（1）智信经纬系专业第三方市场调研机构，曾为多个 IPO 项目案例提供终端核查服务，本次项目第三方机构共安排项目经理 1 人、公司各地办事处督导各 1 人共 7 人、数据录入及报告撰写各 1 人，共 10 人，各省访问员共计 130 多人，访问员来源于各地办事处以及合作单位的人员；

(2) 保荐人核查了经销商库存的盘点记录以及发行人业务系统应客户的销售记录，对报告期内发行人前 20 大经销商客户的库存情况进行抽样分析，并根据第三方机构深圳市智信经纬信息咨询有限公司 2020 年 9 月对该等经销商的存货的监盘结果核实库存量的准确性；

(3) 中介机构回复，由于终端核查的调查内容执行性强，主要通过询问和观察等基本常识即可执行，通过一定时间的培训即能具备胜任能力，人员的财务、会计背景并非必要条件；

(4) 在现场督导前中介机构取得了 609 家终端客户签字盖章的访谈纪要，在现场督导后中介机构于 2021 年 4 月对终端网点进行了走访，数量为 138 家，约占前次第三方机构走访数量的 22%，经复核，本次实地走访的核查结果与前次第三方机构的核查结果无重大差异。

请保荐人、申报会计师：

(1) 补充说明智信经纬的相关情况，其主营业务是否主要向券商等中介机构提供走访核查服务，是否专为本次中介机构服务，是否系本次中介机构的长期合作方；

(2) 补充说明智信经纬的员工规模情况，其在各地办事处的分布情况，其向中介机构提供服务的具体运作模式，本次走访人员中智信经纬专职员工的比例，其他合作单位人员的来历及基本情况；

(3) 补充说明智信经纬 2020 年 9 月对该发行人前 20 大经销商客户存货的监盘情况；在相关人员“财务、会计背景并非必要条件”的情况下，存货监盘如何开展；中介机构利用其工作成果的可靠性；

(4) 补充说明 2021 年 4 月中中介机构走访终端对应的时间、走访人员等具体工作安排情况，对应的客户数量、收入及占比情况，“无重大差异”的具体含义，与前次第三方机构核查存在的差异情况；

(5) 补充说明聘请第三方机构智信经纬进行走访核查是否符合《中国注册会计师审计准则第 1421 号——利用专家的工作》《关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的意见》的规定。

【回复】

一、中介机构情况说明

申报会计师通过经销商走访、函证、管理层访谈、经销商关联关系核查、经销商模式销售内部控制测试等多种方式充分核查发行人的经销商模式。经核查，报告期内公司经销商模式的收入真实，不存在发行人向经销商压货或要求其囤货等异常情形，已符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29、《首发业务若干问题解答》问题 46 等相关规定，核查过程充分、审慎。

聘请智信经纬进行走访终端及主要经销商库存盘点仅供申报会计师作为参考的补充核查手段。聘请第三方专业机构不减轻申报会计师对审计意见承担的责任。

（一）关于聘请第三方机构进行终端核查的总体说明

1、申报会计师根据发行人深加工业务特点，制定了经销渠道客户核查方案。发行人深加工产品经销商客户高度分散，每年最大的经销商年销售额不超过 1,400 万元，经销金额较低，经销发行人产品金额占其销售额比重基本不超过 10%。且经销商服务半径一般为单一城市及周边地区。

2、在申报阶段，申报会计师共走访了 529 家客户，覆盖 2017-2020 年 6 月发行人营业收入的比重分别为 75.44%、60.46%、54.21%、48.22%，合计占报告期总收入的比例为 60.48%。其中，申报会计师走访了 447 家经销商客户，覆盖 2017-2020 年 6 月发行人经销商总收入的 63.22%。中介机构走访，符合《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 46 之规定。

3、补充 2020 年中报时，根据发行人经营渠道终端客户高度分散的特点，在充分尽调且已满足核查要求的前提，制定了进一步补充核查方案，聘请智信经纬对于发行人前 20 大经销商对应终端客户进行走访。核查方案、过程控制均由申报会计师执行。

4、终端走访主要是问卷调查、实地拍照，智信经纬曾为国信证券保荐的养元饮品、珀莱雅、贝泰妮及中信证券保荐的天能电池、财通证券保荐的李子园等提供终端走访服务，具有胜任能力。中介机构聘请第三方机构进行终端走访，符合《中国注册会计师审计准则第 1421 号——利用专家的工作》《关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的意见》的规定

5、2020 年报补充期间，申报会计师再次走访的终端网点 138 家，约占前次第三方机构走访数量的 22%。

（二）补充说明智信经纬的相关情况，其主营业务是否主要向券商等中介机构提供走访核查服务，是否专为本次中介机构服务，是否系本次中介机构的长期合作方。

智信经纬系专业市场调查机构，业务范围包括渠道调研、品牌调研、消费者调研、满意度调研、产品调研、神秘客户调研等专业调研服务。服务的客户包括多家跨国快速消费品企业如箭牌糖果、高露洁、葛兰素史克等，也为政府机关、企事业单位提供市场调研服务，并非主要向券商等中介机构提供走访核查服务。智信经纬为国信证券保荐的养元饮品、贝泰妮、甘源食品等提供终端走访服务之外，也为中信证券保荐的天能电池、财通证券保荐的李子园等提供终端走访服务。智信经纬市场调查的范围区域具有覆盖全国各主要城市及大部分的县城乡镇的调研能力。智信经纬在通过上述遍布全国的执行网络，可以在短时间内按照市场调研项目设计的需求在全国范围内统一执行具体的市场调研项目，以满足客户具体需求。

申报会计师结合其过往项目经验聘请其为本项目提供终端走访服务，因此并非专为本次中介机构服务。

综上所述，智信经纬系专业的市场调研机构，其主营业务并非主要向券商等中介机构提供走访核查服务，并非专为本次中介机构服务，并非中介机构的长期合作方。

（三）补充说明智信经纬的员工规模情况，其在各地办事处的分布情况，其向中介机构提供服务的具体运作模式，本次走访人员中智信经纬专职员工的比例，其他合作单位人员的来历及基本情况；

聘请第三方专业机构进行终端客户市场调研，是市场战略定位中通用的尽调方式，也是投行工作中比较常见的尽调方式。就工作内容本身，在申报会计师制定实地走访计划、访谈内容，并进行全程管控基础上，第三方专业机构主要解决如何对高度分散的终端网点进行实地走访，无需财务、会计背景。申报会计师聘请智信经纬，具有胜任能力，具体说明如下：

1、员工规模及各地办事处分布情况

智信经纬的员工 24 人，其中项目执行及管理人员 15 名，包括项目管理、质量控制管理等人员，专职访问员 7 名以及 2 名市场研究员。公司在华东区徐州、华南区桂林、华中区郑州、华北区赤峰、西北区兰州、东北区长春、西南区玉溪设立办事处及并在每个区域配备项目督导人员。

2、本次终端核查向中介机构提供服务的具体运作模式

（1）申报会计师独立确定核查范围、调研内容。

申报会计师结合地域及经销商的终端渠道特点，确定核查范围为前 200 家经销商，由每家经销商提供 5 家左右的下游终端客户以及发行人的前 100 个小型餐饮食材批发商终端作为选样范围，最后确定终端门店核查 617 个样本（后因样本统计错误，实际有效样本为 609 家），并盘点主要 25 家经销商的库存，共涉及 28 个省市。

由于终端网点的分布遍布全国各大区域的城市及乡镇，申报会计师聘请专业的第三方市场调查公司执行具体的走访及调查问卷。问卷的内容包括：门店营业情况、网点类型、网点经营面积、是否销售发行人产品、何时开始销售发行人产品、销售的发行人产品的情况、网点与供货方的结算方式、是否存在质量纠纷等。

（2）申报会计师确定走访要求及第三方机构需要交付的调研文件。

申报会计师对第三方机构的走访及交付的底稿资料具有明确的要求。包括含访问员的门店照片、店内悬挂的营业执照、产品货架陈列、产品生产日期等，并将调查问卷的内容统计形成统计表及报告；对于库存盘点提交各方签字的盘库报告以及盘库的照片等资料。

（3）第三方机构具体工作安排及执行情况

第三方机构根据项目的具体要求安排一名项目经理整体负责协调项目开展，项目按区域开展工作，并由各地办事处的项目人员联系样本所在区域的合作调研公司及访问员进行线上培训。各地办事处人员负责该区域项目及人员管理。质量控制人员负责对访谈员走访登记过的数据进行复核及数据录入工作的监督，专访员负责数据采集及数据录入工作。所有的专访员在进入项目前必须统一接受全面系统的培训，包括产品基本知识、问卷指标及内容、寻找普查单位地址、访问技巧等内容。

经项目经理及各区域督导人员统一培训后，各地专访员同时开展走访工作，并负责数据采集及录入工作。最后经质控人员复核后及项目经理整体把关后提交报告及工作底稿。

3、本次走访人员中智信经纬专职员工的比例，其他合作单位人员的来历及基本情况

智信经纬本次终端走访共安排项目经理 1 人、公司各地办事处督导各 1 人共 7 人、数据录入及报告撰写各 1 人，共 10 人，各省访问员共计 130 多人。访问员来源于各地办事处以及合作单位的人员，广东地区的走访工作由智信经纬指派专职人员，本次走访人员（不含项目管理督导人员）中智信经纬专职人员的比例占比约 6.15%。其他合作单位的人员的来历为各地合作的市场调研公司专职市场调研的访问员，相关人员具有市场调研的执行经验，并经项目管理人员统一培训后执行走访。

（四）补充说明智信经纬 2020 年 9 月对该发行人前 20 大经销商客户存货的监盘情况；在相关人员“财务、会计背景并非必要条件”的情况下，存货监盘如何开展；中介机构利用其工作成果的可靠性。

聘请智信经纬对于发行人前 20 大经销商客户库存盘点并非出于对于经销商存货出具鉴证意见或者财务报告目的，主要系盘点经销商的实际库存情况，仅用于分析经销商的库存周转情况，作为数据参考及补充核查手段。第三方专业机构的盘库结果不影响申报会计师发表的审计意见，聘请第三方专业机构不减轻申报会计师对审计意见承担的责任。

1、智信经纬开展存货盘点的情况：

智信经纬 2020 年 9 月对发行人前 20 大经销商客户存货盘点的开展情况具体如下：

（1）申报会计师确认主要经销商客户名单，并明确盘点要求为经销商库存中亚洲渔港的产品数量，并提交经销商、发行人销售人员以及第三方机构签字的盘点表、盘点照片等留痕资料。

（2）智信经纬项目经理将任务分配至各办事处，由各办事处驻点督导安排专职盘库人员，并进行考核培训合格后参与实际盘库。该等人员均并在市场调研

行业工作 2 年以上，均都执行过同类盘库项目。

(3) 专职盘库人员与经销商、发行人销售人员约定盘点日期，前往经销商仓库与发行人销售人员、经销商共同盘点发行人产品，并记录盘点商品的箱数，最后由相关人员签字确定。

(4) 智信经纬项目经理及质量控制人员复核相关盘点的签署以及照片等留痕资料整理后提交申报会计师。

2、中介机构利用其工作成果的可靠性

申报会计师已经获取了发行人报告期内各季度末对于主要经销商的库存盘点表，并对经销商的库存周转进行分析，聘请第三方机构参与盘库主要系辅助中介机构获取独立的数据来源作为参考，盘库并非对发行人经销商的库存商品作鉴证，第三方专职人员与发行人的经销商、销售人员共同参与盘点，如实记录经销商库存中发行人产品数量，中介机构利用其工作成果作为数据来源具有一定的可靠性，且利于中介机构进一步识别可能存在的风险。

(五) 补充说明 2021 年 4 月中中介机构走访终端对应的时间、走访人员等具体工作安排情况,对应的客户数量、收入及占比情况,“无重大差异”的具体含义,与前次第三方机构核查存在的差异情况

1、2021 年 4 月中中介机构走访情况

申报会计师于 2021 年 4 月实地走访了发行人经销商客户，并对前次第三方机构走访的终端网点中位于此次客户走访所在城市的终端网点进行了实地走访并复核了前次第三方机构的核查结果。

此次走访的客户合计 69 家，其中经销商客户 54 家、批发商客户 12 家、仓储物流客户 3 家，走访终端合计 138 家。走访共分 8 组进行，除仓储物流客户走访时间为 5 月 6 日-5 月 8 日外，其余客户及终端的走访时间均在 4 月 10 日至 4 月 22 日期间。

此次走访客户确认的收入占发行人 2018-2020 年各期收入的比例分别为 30.35%、26.03%和 28.96%，占 2018-2020 年发行人总收入的 28.21%。其中经销商客户走访确认的收入占发行人 2018-2020 年各期经销商收入的比例分别为 42.40%、43.97%和 44.23%，占 2018-2020 年发行人经销商总收入的 43.49%。

2、此次核查与前次第三方机构核查存在的差异情况

本次申报会计师走访的终端网点数量为 138 家，约占前次第三方机构走访数量的 22%。本次走访问卷与前次第三方走访问卷的问题相同。由于本次中介机构走访时间及前次第三方机构走访时间存在差异，本次终端核查与前次第三方机构核查存在的差异具体体现为店内销售产品的生产日期的变化、终端客户根据自身产品销售状况，对销售价格及销售品种的调整。因上述差异与行业发展情况相适应，且在是否销售发行人产品等关键问题上的核查结果无差异，因此，申报会计师得出“本次实地走访的核查结果与前次第三方机构的核查结果无重大差异”的结论。

（六）补充说明聘请第三方机构智信经纬进行走访核查是否符合《中国注册会计师审计准则第 1421 号——利用专家的工作》《关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的意见》的规定

聘请智信经纬执行终端走访符合《中国注册会计师审计准则第 1421 号——利用专家的工作》和《关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的意见》的规定。具体情况如下：

1、聘请智信经纬执行终端走访符合《中国注册会计师审计准则第 1421 号——利用专家的工作》

根据《中国注册会计师审计准则第 1421 号——利用专家的工作》第八条规定：“如果在会计或审计以外的某一领域的专长对获取充分、适当的审计证据是必要的，注册会计师应当确定是否利用专家的工作。”

申报会计师在 IPO 审计过程中，为了提高执业质量，经销商终端核查对于识别审计风险有所帮助。因此，申报会计师聘请及利用第三方机构进行终端走访核查，符合审计准则的相关规定。

申报会计师与保荐代表人进行了充分沟通，结合智信经纬在第三方终端核查的项目经验，聘请智信经纬作为第三方终端核查机构，符合《中国注册会计师审计准则第 1421 号——利用专家的工作》的规定。

聘请第三方专业机构进行终端走访核查作为补充核查手段以识别可能存在的风险。第三方专业机构的核查结果不影响申报会计师发表的审计意见，聘请第三方专业机构不减轻申报会计师对审计意见承担的责任。

问题 10

关于发行人 2021 年收购海燕号剩余 49% 股权。审核问询回复显示：

(1) 2018 年底发行人子公司亚渔管理与自然人祝海红设立海燕号，从事进口虾类初加工产品业务，祝海红是行业专业人士，设立海燕号之前，祝海红及其家庭一直从事水产品经销及加工业务；

(2) 设立海燕号之后，祝海红将采购渠道和客户资源引入至海燕号体系；

(3) 2021 年 4 月，发行人以 120 万元收购海燕号剩余 49% 股权，定价依据系双方根据海燕号 2021 年 3 月末财务情况协商确定。

请发行人：

(1) 补充说明截至 2021 年 3 月末（1-3 月）海燕号财务、经营情况；

(2) 补充说明发行人收购海燕号剩余股权的原因和必要性，收购价格确定的依据，是否存在利益输送；发行人以海燕号存货作为支付对价收购祝海红持有的海燕号剩余股权的会计处理；

(3) 补充说明收购海燕号剩余股权后，祝海红引入的采购渠道和客户资源的去向情况，发行人是否与祝海红存在其他关系或利益安排。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

(一) 截至 2021 年 3 月末海燕号财务、经营情况

1、海燕号资产负债表

2021 年 3 月 31 日，海燕号资产负债表情况如下：

单位：万元

资 产	2021 年 3 月 31 日	负债及所有者权益	2021 年 3 月 31 日
流动资产：		流动负债：	
货币资金	26.62	应付账款	7.73
应收账款	111.26	应付职工薪酬	2.58
预付款项	10.35	应交税费	0.29
其他应收款	0.37	其他应付款	1,029.16
存货	698.39	流动负债合计	1,039.76

其他流动资产	41.50	非流动负债合计	0.31
流动资产合计	888.49	负债合计	1,040.07
非流动资产合计	238.60	所有者权益合计	87.02
资产总计	1,127.09	负债和所有者权益合计	1,127.09

注：上述财务数据未经审计

截止 2021 年 3 月 31 日，海燕号主要资产为存货，存货账面余原值 1,273.44 万元，跌价准备 575.05 万元，账面净值 698.39 万元；海燕号主要负债为应付母公司往来款。

2、海燕号利润表

2021 年 1-3 月，海燕号利润表主要情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月
一、营业收入	1,291.75
减：营业成本	1,063.42
税金及附加	0.41
期间费用	294.24
加：其他收益	0.01
二、营业利润	-66.32
减：营业外支出	9.00
三、利润总额	-75.32
减：所得税费用	-
四、净利润	-75.32

注：上述财务数据未经审计

2021 年 1-3 月，进口南美白虾的消费信心尚未恢复，海燕号已不再进口南美白虾，主要集中精力处理已购入的库存商品，因此海燕号经营仍有所亏损。

（二）发行人收购海燕号剩余股权的原因和必要性，收购价格确定的依据，是否存在利益输送

1、收购海燕号剩余股权的原因和必要性

发行人收购海燕号剩余股权主要基于以下方面：

（1）海燕号业务受疫情影响较大导致经营不佳，发行人管理层决定在处理完库存后暂停进口南美白虾，因此双方有意结束合作；

（2）海燕号业务开展过程中少数股东规范管理意识不强，导致出现未严格按“先款后货”的内部规定执行，且海燕号未能妥善保管货物流转的原始单据等内控瑕疵，针对该等内控瑕疵，发行人决定进行规范运作整改，彻底解决内部控

制规范问题。

因此，发行人做出收购海燕号少数股东股权的行为具有合理性和必要性。

2、收购价格确定的依据，是否存在利益输送

本次收购整体定价合理、公允，不存在利益输送行为。

（1）收购定价基于清算价值，定价公允、合理

根据 2021 年 4 月 14 日签署的《股权转让协议》，亚渔管理以取得的海燕号账面值（不含存货跌价准备、不含增值税）120 万元库存商品受让祝海红所持有的海燕号 49%股权。

作价原则为：参考 2021 年 3 月末祝海红按照 49%比例海燕号净资产（不含存货跌价准备和应收账款坏账准备）210.02 万元为基础，同时扣除其担保的尚未收回的济南市历城区渔友水产经营部 90.80 万元应收账款，最终确定为 120 万元。

股权转让协议后，亚渔管理向祝海红支付了 50 万元库存商品，双方同时约定，股权转让完成后，祝海红或其指定第三方需购买 504 万元（不含存货跌价准备、不含增值税）库存商品。2021 年 7 月，祝海红因自身原因不再履行购买 504 万元库存商品的义务，双方协商后，发行人也无需履行向祝海红交付剩余 70 万元库存商品的义务，双方互不追究违约责任。

本次股权转让的定价基于海燕号 2021 年 3 月末的清算价值。由于本次股权转让实际系发行人与祝海红基于双方各自业务发展战略而不再继续合作，因此基于账面资产的清算价值定价具有公允性。

海燕号的资产主要系库存商品，且受疫情影响，库存商品销售不佳，价格下降而存在减值。因此祝海红以库存商品作为对价获取方面具有合理性和公平性。

（2）本次收购前后，不存在利益输送行为

本次股权转让后，截至问询函回复之日，发行人与祝海红不再有业务合作，收购海燕号不存在利益输送。

（三）发行人以海燕号存货作为支付对价收购祝海红持有的海燕号剩余股权的会计处理

单体报表中，以存货作为支付对价自海燕号少数股东处新取得的长期股权投资，根据《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》的规定，以支付的存货及相

关税费合计 50.27 万元作为长期股权投资的入账价值；另外，亚渔管理承担了祝海红因担保渔友水产的应收账款 90.80 万元作为支付股权对价的一部分计入长期股权投资。收购少数股东股权合计新增长期股权投资账面价值 141.07 万元。

合并财务报表中，根据《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》的规定，将因购买少数股东股权新取得的长期股权投资 141.07 万元，与按照新增持股比例计算应享有海燕号自设立日开始持续计算的净资产份额 105.61 万元之间的差额 35.46 万元，调整冲减资本公积-股本溢价。

（四）收购海燕号剩余股权后，祝海红引入的采购渠道和客户资源的去向情况，发行人是否与祝海红存在其他关系或利益安排。

收购海燕号剩余股权后，发行人未继续向祝海红引入的采购渠道供应商优合集团采购。由于疫情因素仍然影响初加工产品销售，海燕号向祝海红引入的主要客户销售金额仍然较低。未来发行人拟通过中联食品的境外采购渠道向境外源头供应商直接采购开展虾类初加工产品，并自行拓展销售渠道。

根据发行人与祝海红签订的《股权转让协议》及其补充协议，自本次股权转让完成工商变更登记日，即 2021 年 4 月 16 日起，祝海红完全退出海燕号公司，不再持有海燕号任何股权，不得以任何方式干预发行人经营管理活动，且不得就本次股权转让相关事宜向发行人及其关联方主张任何权利或提出任何纠纷。本次股权转让后，发行人与祝海红不再存在其他关系或利益安排。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

- 1、访谈管理层关于发行人收购海燕号少数股东股权的原因和理由；
- 2、核查发行人收购海燕号少数股东股权相关协议、管理层审批文件，确认交易的真实性、审批合规性；
- 3、核查发行人股权收购作价依据，确认交易价格公允性；
- 4、核查发行人作为股权收购对价的存货交付凭证、股权交割和工商变更手续，确认对价支付真实性、股权交割时点准确性；
- 5、核查发行人股权收购会计处理是否符合会计准则规定，确认交易处理合

规性；

6、核查发行人实际控制人、董监高、关键管理人员的调查表，对外投资和任职公司情况，确认发行人是否与祝海红存在其他关系或利益安排。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人收购海燕号剩余股权存在合理原因及必要性，收购价格确定合理，不存在利益输送；发行人收购祝海红持有的海燕号剩余股权的会计处理符合企业会计准则的规定；

2、收购海燕号剩余股权后，发行人未继续向祝海红引入的采购渠道供应商优合集团采购，亦未再向祝海红引入的主要客户继续销售，发行人与祝海红不存在其他关系或利益安排。

问题 11

关于自产产品和营业成本。审核问询回复显示：

（1）发行人自产产品占自产和外购产品合计的比例不断上升，例如虾类产品由 2018 年的 0.60%上升至 2020 年的 6.11%，面点类产品由 11.31%上升至 53.15%；

（2）截至 2020 年末，发行人生产人员人数 494 人，占员工的 53.18%；

（3）2020 年度发行人经销及重点连锁渠道销售毛利率提升较快，主要原因系受季节性影响、疫情影响及发行人产品自产率提升的影响。

请发行人：

（1）补充说明自产产品收入及占比、毛利率情况，自产产品与同类型外购产品的毛利率差异情况；

（2）补充说明自产产品及项下主要产品的料工费及其单位成本情况；

（3）结合自产产品产量，补充说明报告期生产人员的人均产量变动情况，人均薪酬与其工作量的匹配情况，发行人生产人员薪酬与同行业公司的比较情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

（一）自产产品收入及占比、毛利率情况，自产产品与同类型外购产品的毛利率差异情况

报告期各期发行人自产产品的收入及占比、毛利率情况如下：

单位：万元

报告期	自产产品收入	自产产品成本	自产毛利率	产品销售收入总额	自产产品销售占收入比
2021年1-6月	11,693.36	9,088.25	22.28%	52,410.01	22.31%
2020年度	8,233.77	5,439.38	33.94%	82,223.73	10.01%
2019年度	8,586.11	5,892.37	31.37%	115,758.98	7.42%
2018年度	4,762.11	3,559.80	25.25%	90,728.72	5.25%

注：考虑可比性，2020年度及2021年1-6月成本不包含运输成本

报告期内，发行人自产产品毛利率及占比逐年增长，主要原因系发行人提高了增值率较高的深加工虾类及面点类产品的自产比例，其中虾类产品主要为供应宜家客户的芝士奶油焗大虾、芝士焗龙虾产品，面点类产品主要为洋风椰蓉大福产品；同时，发行人自2018年起，逐年大幅减少了毛利率较低的深加工贝类产品生产；2021年1-6月，发行人自产产品比例大幅上升且毛利率下降，主要原因系发行人收购中联食品（大连）有限公司导致合并范围变化，中联食品产品均系自产，中联食品自产产品销售额占2021年1-6月产品销售总额的12.55%，自产毛利率12.58%，发行人原有工厂自产产品销售额占2021年1-6月产品销售总额的9.76%，自产毛利率34.75%。

报告期各期，发行人自产产品与同类型外购产品的毛利率比较情况如下：

单位：万元

产品类别	2021年1-6月					
	自产产品			外购产品		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
虾类深加工产品	8,569.71	6,958.54	18.69%	17,220.05	13,993.48	18.74%
贝类深加工产品	631.62	519.16	17.05%	3,679.71	2,914.88	20.78%
面点类深加工产品	2,262.07	1,376.50	39.15%	1,959.17	1,576.39	19.54%
其他深加工产品	6.13	18.45	-200.73%	12,258.20	9,854.39	19.61%
初加工产品	241.48	215.60	10.72%	5,599.51	4,906.67	12.37%
合计	11,693.36	9,088.25	22.28%	40,716.65	33,245.80	18.35%
产品类别	2020年度					
	自产产品			外购产品		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率

虾类深加工产品	4,294.31	2,862.40	33.34%	28,700.91	23,112.87	19.47%
贝类深加工产品	354.53	329.17	7.16%	6,308.50	5,027.83	20.30%
面点类深加工产品	3,257.30	1,958.52	39.87%	3,476.76	2,816.54	18.99%
其他深加工产品	176.11	139.67	20.69%	20,867.47	16,500.94	20.93%
初加工产品	151.52	149.63	1.24%	14,636.31	13,795.31	5.75%
合计	8,233.77	5,439.38	33.94%	73,989.95	61,253.48	17.21%
产品类别	2019 年度					
	自产产品			外购产品		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
虾类深加工产品	4,722.61	3,328.96	29.51%	39,337.45	32,332.04	17.81%
贝类深加工产品	884.51	696.75	21.23%	10,392.05	8,826.57	15.06%
面点类深加工产品	2,655.29	1,606.07	39.51%	6,948.64	5,573.10	19.80%
其他深加工产品	236.47	176.13	25.52%	23,237.48	18,526.12	20.27%
初加工产品	87.24	84.46	3.19%	27,257.25	25,369.24	6.93%
合计	8,586.11	5,892.37	31.37%	107,172.87	90,627.06	15.44%
产品类别	2018 年度					
	自产产品			外购产品		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
虾类深加工产品	143.02	126.09	11.83%	42,562.53	35,323.11	17.01%
贝类深加工产品	3,724.17	2,858.84	23.24%	10,141.42	8,370.21	17.47%
面点类深加工产品	818.82	508.04	37.95%	8,654.25	7,206.17	16.73%
其他深加工产品	2.20	2.78	-26.53%	20,314.76	16,128.83	20.61%
初加工产品	73.90	64.05	13.34%	4,293.65	3,912.03	8.89%
合计	4,762.11	3,559.80	25.25%	85,966.61	70,940.35	17.48%

注：考虑可比性，2020 年度及 2021 年 1-6 月成本不包含运输成本

报告期内，发行人主要自产产品为深加工虾类产品、深加工贝类产品和深加工面点类产品。

自产深加工虾类产品报告期 2018-2021 年 6 月毛利率分别为 11.83%、29.51%、33.34%和 18.68%，分别较外购同类型产品下降 5.18 个百分点、提高 11.70 个百分点、提高 13.87 个百分点、下降 0.05 个百分点，其中 2018 年度深加工虾类自产产品为临时排产产品，产品产量较低未形成规模效应导致毛利率较低；2019 年起发行人深加工虾类产品以供应宜家客户的芝士奶油焗大虾、芝士焗龙虾产品为主，其中芝士奶油焗大虾产品毛利率较高；2020 年起，发行人通过进口成型机等设备提高生产线自动化程度，使得玉米片虾排自产成本低于外购同规格成品采购单价，并开始批量生产该产品，2020 年度玉米片虾排自产产品已占到该产品总销售量的 72.54%，使得自产深加工虾类产品毛利率进一步提升；2021 年 1-6 月自产深加工虾类产品毛利率大幅下滑，主要原因为收购中联食品导致合并范围变化，且中联食品的虾类产品主要系为海外客户提供产品的加工服务，加工端的毛利率较低，且发行人向其销售的运输费用由客户承担，其销售价格不包含运输

费用，毛利率低于发行人原有深加工虾类产品，中联食品 1-6 月自产深加工虾类产品销售收入 5,843.48 万元，销售毛利率 11.99%，发行人原有自产深加工虾类产品销售收入 2,714.35 万元，销售毛利率 33.11%。

自产深加工贝类产品报告期 2018-2021 年 1-6 月毛利率分别为 23.24%、21.23%、7.16%和 17.05%，分别较外购同类型产品提高 5.77 个百分点、提高 6.16 个百分点、下降 13.15 个百分点和下降 3.73 个百分点。由于发行人自产的深加工贝类产品较同类型外购产品相比，成本优势较小，因此自 2019 起发行人将产能逐步转至生产增值率较高的虾类及面点类产品。2020 年度，受新冠疫情影响，自有工厂上半年开工率不足，为保持工厂开工率临时生产部分贝类产品，但产量较低，分摊固定成本后，自产单位成本较高，而外购的产品以发行人与代工厂商已经协商确定的批量价格进行采购，因此 2020 年度自产深加工贝类产品毛利率低于外购同类型产品；2021 年 1-6 月自产深加工贝类产品毛利率有所上升，主要原因为收购中联食品导致合并范围变化，中联食品 1-6 月自产深加工贝类产品销售收入 513.90 万元，销售毛利率 19.85%，发行人原有自产深加工贝类产品销售收入 111.95 万元，销售毛利率 4.18%。

自产深加工面点类产品报告期 2018-2021 年 1-6 月毛利率分别为 37.95%、39.51%、39.87%和 39.15%，分别较外购同类型产品提高 21.22 个百分点、19.72 个百分点、20.88 个百分点和 19.61 个百分点。发行人自产深加工面点类产品主要为各类大福产品，发行人的大福产品市场中属于定位较高的产品，整体的产品毛利率较高，生产环节的利润率也相应较高，因此发行人自产深加工面点类产品毛利率大幅高于同类型外购产品。

发行人自产的其他类别产品，主要为根据订单需求的临时排产产品，加工批量较小且人员熟练度不高，该部分产品占发行人自产产品比例极低，毛利率水平较外购同类型产品无明显优势。

（二）自产产品及项下主要产品的料工费及其单位成本情况

报告期内，发行人自产产品的料工费及单位成本情况如下：

单位：吨、万元、万元/吨

产品类别	2021年1-6月					
	产量	产值	单位成本	直接材料	直接人工	制造费用
虾类深加工产品	1,669.13	7,816.30	4.68	5,958.59	926.25	931.46

贝类深加工产品	31.68	240.74	7.60	214.21	14.17	12.36
面点类深加工产品	857.92	1,457.74	1.70	955.79	232.32	269.63
其他深加工产品	140.11	454.92	3.25	306.05	70.58	78.29
初加工产品	30.80	139.81	4.54	121.65	4.77	13.39
合计	2,729.64	10,109.51		7,556.29	1,248.09	1,305.13
产品类别	2020年度					
	产量	产值	单位成本	直接材料	直接人工	制造费用
虾类深加工产品	529.30	2,657.61	5.02	2,123.54	360.21	173.86
贝类深加工产品	111.90	419.00	3.74	277.98	92.48	48.53
面点类深加工产品	1,210.95	2,043.13	1.69	1,320.28	316.32	406.52
其他深加工产品	18.55	81.48	4.39	55.95	19.57	5.96
初加工产品	77.58	164.81	2.12	118.87	31.72	14.21
合计	1,948.28	5,366.02	-	3,896.63	820.31	649.09
主要产品	2019年度					
	产量	产值	单位成本	直接材料	直接人工	制造费用
虾类深加工产品	417.79	3,920.87	9.38	3,391.90	367.69	161.28
贝类深加工产品	256.02	724.40	2.83	490.22	147.26	86.91
面点类深加工产品	1,129.50	1,905.10	1.69	1,222.90	351.99	330.21
其他深加工产品	73.40	297.66	4.06	212.94	57.88	26.84
初加工产品	14.55	79.01	5.43	70.70	5.81	2.50
合计	1,891.25	6,927.04	-	5,388.66	930.64	607.74
主要产品	2018年度					
	产量	产值	单位成本	直接材料	直接人工	制造费用
虾类深加工产品	70.82	427.99	6.04	340.70	54.92	32.37
贝类深加工产品	1,008.96	2,733.78	2.71	1,914.82	450.71	368.25
面点类深加工产品	341.51	693.31	2.03	438.05	107.35	147.91
其他深加工产品	0.21	0.31	1.46	0.31	-	-
初加工产品	76.38	242.31	3.17	235.59	4.14	2.58
合计	1,497.88	4,097.69	-	2,929.47	617.12	551.10

其中，发行人主要自产产品种类下主要产品的料工费及单位成本情况如下：

单位：吨、万元、万元/吨

产品类型	主要产品	2021年1-6月					
		产量	产值	单位成本	直接材料	直接人工	制造费用
虾类深加工产品	芝士焗龙虾	39.10	455.67	11.65	10.57	0.84	0.25
	芝士奶油焗大虾	110.26	860.87	7.81	6.49	1.01	0.31
	玉米片虾排	197.65	672.59	3.40	2.55	0.52	0.34
贝类深加工产品	情侣贝	-	-	-	-	-	-
	宝宝贝	-	-	-	-	-	-
面点类深加工产品	洋风椰蓉酸奶大福	104.36	177.40	1.70	1.11	0.27	0.32
	洋风椰蓉黄桃大福	89.92	150.80	1.68	1.10	0.27	0.31
	洋风椰蓉蓝莓大福	130.47	217.51	1.67	1.07	0.28	0.32
	洋风椰蓉抹茶大福	283.73	483.42	1.70	1.11	0.27	0.32
产品类型	主要产品	2020年度					
		产量	产值	单位成本	直接材料	直接人工	制造费用
虾类深加工产品	芝士焗龙虾	8.99	104.86	11.66	10.60	0.69	0.37
	芝士奶油焗大虾	130.83	1,045.23	7.99	6.59	1.06	0.35

	玉米片虾排	278.96	972.68	3.49	2.64	0.53	0.32
贝类深加工产品	情侣贝	65.49	203.52	3.11	1.79	0.85	0.47
	宝宝贝	1.09	4.01	3.67	2.31	1.08	0.27
面点类深加工产品	洋风椰蓉酸奶大福	154.98	254.82	1.64	1.05	0.26	0.34
	洋风椰蓉黄桃大福	149.14	246.38	1.65	1.07	0.26	0.33
	洋风椰蓉蓝莓大福	209.83	344.35	1.64	1.04	0.26	0.34
	洋风椰蓉抹茶大福	419.11	717.49	1.71	1.12	0.25	0.34
产品类型	主要产品	2019年度					
		产量	产值	单位成本	直接材料	直接人工	制造费用
虾类深加工产品	芝士焗龙虾	134.23	1,697.79	12.65	11.54	0.77	0.33
	芝士奶油焗大虾	247.72	2,056.49	8.30	7.00	0.91	0.40
	玉米片虾排	35.01	152.54	4.36	2.77	1.09	0.49
贝类深加工产品	情侣贝	217.95	609.24	2.80	1.84	0.60	0.35
	宝宝贝	8.32	25.39	3.05	2.08	0.66	0.31
面点类深加工产品	洋风椰蓉酸奶大福	182.77	299.86	1.64	1.03	0.32	0.29
	洋风椰蓉黄桃大福	181.19	308.48	1.70	1.10	0.31	0.30
	洋风椰蓉蓝莓大福	204.26	331.27	1.62	1.04	0.30	0.28
	洋风椰蓉抹茶大福	376.49	643.49	1.71	1.10	0.31	0.30
产品类型	主要产品	2018年度					
		产量	产值	单位成本	直接材料	直接人工	制造费用
虾类深加工产品	芝士焗龙虾	20.58	242.60	11.79	10.71	0.70	0.38
	芝士奶油焗大虾	1.23	10.25	8.34	7.47	0.48	0.38
	玉米片虾排	-	-	-	-	-	-
贝类深加工产品	情侣贝	495.55	1,305.73	2.63	1.82	0.44	0.37
	宝宝贝	244.68	704.16	2.88	2.07	0.45	0.35
面点类深加工产品	洋风椰蓉酸奶大福	62.19	126.79	2.04	1.29	0.31	0.44
	洋风椰蓉黄桃大福	68.13	126.04	1.85	1.13	0.31	0.41
	洋风椰蓉蓝莓大福	53.58	96.89	1.81	1.11	0.30	0.39
	洋风椰蓉抹茶大福	93.67	181.35	1.94	1.20	0.31	0.42

发行人深加工虾类自产产品中，芝士焗龙虾产品因 2019 年客户需求量较大，公司原料备货不及导致在非龙虾产季采购原料，因此该产品 2019 年度产量较大的同时，单位直接材料成本较高，2018 年度、2020 年度、2021 年 1-6 月料工费基本保持稳定；芝士奶油焗大虾产品主要于 2019-2021 年 1-6 月生产，2020 年、2021 年 1-6 月因原料虾价格下跌，单位直接材料成本有所下降，2020 年受新冠肺炎疫情影响产量减少，导致单位产品分摊的直接人工费增长，2021 年 1-6 月产量增加，导致单位产品分摊的直接人工费下降；玉米片虾排产品因 2020 年发行人通过进口成型机等设备提高了自动化程度，单位产品的直接人工成本大幅下降。

发行人深加工贝类自产产品单位材料成本基本保持稳定，由于自产贝类产品自 2019 年起产量大幅减少，导致 2019-2020 年度单位产品分摊的直接人工费逐年增长。其中 2021 年上半年不再自产情侣贝、宝宝贝。

发行人深加工面点类自产产品自 2018 年投产后，经工艺改进及生产人员熟练度提升，2019 年起单位成本及直接材料、直接人工成本基本保持稳定。

（三）结合自产产品产量，补充说明报告期生产人员的人均产量变动情况，人均薪酬与其工作量的匹配情况，发行人生产人员薪酬与同行业公司的比较情况

发行人截至 2020 年末生产人员人数 494 人中，包括了年末合并中联食品而纳入的生产人员 251 人。剔除中联食品的生产人员，发行人 2020 年末生产人员人数为 243 人。

除中联食品生产人员外，发行人报告期 2018-2020 年度，月平均生产人员人数分别为 122.08 人、197.17 人和 224.00 人。报告期内，发行人直接生产人员主要分布于速冻水产品加工及面点产品加工两类，生产人员分布具体情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
速冻水产品加工人数	397.99	111.33	103.50	95.58
面点产品加工人数	83.67	73.92	81.75	21.17
其他产品加工人数	29.17	23.33	-	-
直接人工小计	510.83	208.58	185.25	116.75
生产管理人员人数	89.67	15.42	11.92	5.33
生产人员平均人数合计	600.50	224.00	197.17	122.08

注：其他产品加工人数主要系第二工厂的生产工人，尚未开展自有产品的加工。因此未做进一步的自产产品产量分析。

发行人各期直接生产人员人数与自产产品产量的变动情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
速冻水产品产量（吨）	1,871.72	737.33	761.76	1,156.37
速冻水产品加工人数	398.00	111.33	103.50	95.58
人均产量（吨/人/年）	9.41	6.62	7.36	12.10
面点产品产量（吨）	857.92	1,210.95	1,129.50	341.51
面点产品加工人数	83.67	73.92	81.75	21.17
人均产量（吨/人/年）	20.51	16.38	13.82	16.13

2019 年度速冻水产品人均产量较 2018 年大幅下降，系主要生产产品变化所致，2018 年度速冻水产品生产以贝类为主，自 2019 年起发行人将大部分速冻水产品产能转为生产虾类产品，由于两类产品工艺及原辅料差异，导致人均产量差异较大。2020 年度，速冻水产品人均产量略低于 2019 年度，系 2020

年2月受疫情防控措施及自产虾类产品主要客户宜家门店停业影响，当月发行人速冻水产品生产人员合计111人，但产成品产量仅5.40吨，拉低了2020年度人均产量。2021年1-6月，冷冻水产品人均产量较2020年度提升42.02%，主要原因系收购中联食品后合并范围变化，中联食品1-6月加工冷冻水产品1,468.99吨，人均产量达9.82吨/人/年。

发行人面点类产品2018年度人均年产量16.13吨，自2019年1月起，发行人将“洋风椰蓉大福”类产品全部转为自产，根据订单情况变化及备货需要，发行人各月面点类产品产量波动较大，低产量月份出现生产人员部分冗余。2020年4月起，发行人自产面点类产品月产量及生产人员人数趋于稳定，人员利用率及人均产量恢复至正常水平。

报告期各期发行人生产人员人均薪酬及产量匹配情况如下：

类别	项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
速冻水产品	直接人工薪酬（万元）	1,011.72	534.43	480.47	414.68
	速冻水产品加工人数	427.16	134.67	103.50	95.58
	人均薪酬（万元/年）	4.74	3.97	4.64	4.34
	人均产量（吨/人/年）	9.41	6.62	7.36	12.10
面点产品	直接人工薪酬（万元）	190.71	294.66	300.45	94.74
	面点产品加工人数	83.67	73.92	81.75	21.17
	人均薪酬（万元/年）	4.56	3.99	3.68	4.48
	人均产量（吨/人/年）	20.51	16.38	13.82	16.13

由上表可见，除2019年起速冻水产品业务转换主要产品类别导致的影响外，发行人直接生产人员薪酬水平与人均产量成正相关变动，发行人直接生产人员人均薪酬水平与其工作量变化匹配。

发行人生产人员薪酬与同行业公司比较情况如下：

单位：万元、万元/年

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
发行人生产人员职工薪酬	1,706.42	1,046.74	1,043.57	696.70
发行人生产人员平均人数	600.50	224.00	197.17	122.08
发行人生产人员人均薪酬	5.64	4.68	5.28	5.76
安井食品生产人员人均薪酬	未披露	4.36	3.96	3.94
千味央厨生产人员人均薪酬	未披露	4.64	5.05	5.21
味知香生产人员人均薪酬	未披露	7.93	未披露	未披露

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
同行业生产人员平均人均薪酬	-	5.64	4.51	4.58

注：上述发行人生产人员平均工资包含了生产管理人员，因此较生产直接人工工资略高。与同行业公司相比，发行人生产人员人均薪酬符合行业平均水平，不存在重大差异。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

- 1、对产品生产入库执行穿行测试，获取并检查生产任务单、生产领料单、产品入库单，核查发行人生产情况及产量数据；
- 2、获取发行人报告期各期的成本计算表，检查生产成本的归集及分配是否合理，成本计算表产成品单价、数量是否与库存商品变动一致；
- 3、获取发行人报告期各期工资表、生产人员员工花名册及薪酬政策变动资料，核查生产人员人数变动信息及薪酬成本归集、分配是否准确；
- 4、分析发行人不同产品线的生产人员人均产量及人均薪酬匹配情况，并与同行业公司进行对比，核查发行人生产人员产量及薪酬变动是否合理。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人自产产品收入占比及毛利率变化合理；生产成本中料工费核算准确，人均产量变动合理，生产人员人均薪酬与其工作量匹配，符合行业水平。

问题 12

关于收购中联食品（大连）有限公司。审核问询回复显示：

（1）为进一步提升发行人自主生产能力，2020年末发行人收购中联食品（大连）有限公司，交易价格12,675.60万元，不构成重大资产重组；

（2）中联食品成立于2000年8月15日，原由中联太平洋有限公司持有100.00%股权，是虾类深加工产品生产商，国外最终客户为Red Lobster、Panda Express等美国、加拿大、英国、德国餐饮连锁品牌；国内客户为必胜客、肯德

基等餐饮连锁品牌；

(3) 中联食品 2019 年、2020 年营业收入分别为 27,816.71 万元、19,375.58 万元，归属于母公司净利润分别为 409.47 万元、-984.32 万元，2020 年亏损系受疫情影响；

(4) 经众华会计师审计，截至 2020 年 12 月 31 日，中联食品净资产为 9,444.60 万元；双方确定最终交易价格为 12,675.60 万元；根据辽宁元正资产评估有限公司出具的元正评报字[2020]第 247 号资产评估报告（评估基准日为 2020 年 8 月 31 日），中联食品股东全部权益评估价值 13,524.68 万元。

请发行人：

(1) 补充说明收购中联食品合并日的确定，对发行人 2020 年业绩的影响情况，商誉金额；

(2) 结合中联食品及其原股东的相关情况，报告期发行人、实控人、董监高与中联食品及其原股东的合作历史或业务往来情况等因素，补充说明本次收购的背景；

(3) 结合中联食品的盈利情况，补充说明本次收购的市盈率及定价的合理性，相关对价的支付情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

发行人生产模式以外协加工为主。发行人 2020 年末收购中联食品，主要是服务重点连锁客户的要求。收购中联食品后，发行人经营模式未发生重大不利变化，仍然以外协加工为主，但对于重点连锁客户，将逐步提升自产比例。收购中联食品的相关情况说明如下：

(一) 收购中联食品合并日的确定，对发行人 2020 年业绩的影响情况，商誉金额

1、合并日的确定

根据发行人与中联食品原股东签订的股权转让协议，本次股权转让的交割日定为 2020 年 12 月 31 日，前置条件为不晚于 2020 年 12 月 20 日完成工商信息变

更登记。

2020年12月10日，发行人作为中联食品100%股东完成工商登记信息变更手续。2020年12月23日，发行人支付第一笔股权转让款11,271.00万元，占交易总价的88.92%。截止2020年12月31日，发行人向中联食品派驻新的管理层人员，实际控制了中联食品财务和经营决策。

因此，发行人收购中联食品的合并日确定于2020年12月31日，符合《企业会计准则第20号—企业合并》相关规定。

2、对发行人2020年业绩、2021年1-6月的影响情况

中联食品2020年度实际由原股东经营并享有其收益，发行人于2020年12月获得中联食品控制权，合并日确定为2020年12月31日。发行人将中联食品2020年12月31日资产和负债纳入合并资产负债表，未将中联食品2020年度经营成果、现金流量纳入合并利润表、合并现金流量表。因此，中联食品对发行人2020年度经营业绩不产生重大影响。

2021年1-6月中联食品营业收入6,633.91万元，净利润154.88万元，占发行人营业收入、归属于母公司净利润比重分别为11.83%、4.66%，中联食品对发行人2021年1-6月经营业绩影响较小。

3、商誉金额

截止2020年12月31日，中联食品可辨认净资产的公允价值为12,123.70万元，公允价值与转让对价12,675.60万元的差额551.90万元确认为商誉。

（二）结合中联食品及其原股东的相关情况，报告期发行人、实控人、董监高与中联食品及其原股东的合作历史或业务往来情况等因素，补充说明本次收购的背景

1、收购前中联食品情况及与发行人业务往来情况

收购中联食品前，发行人、实控人、董监高与中联食品及其原股东王汉镇家族无业务往来。

中联食品创始人王汉镇及其家族成员均为中国香港籍。中联食品主要从事虾类深加工产品的研发、自主生产和销售，产品主要通过美国、加拿大、英国、德国的贸易商最终销售到各国的连锁餐厅和超市；国内主要服务于必胜客、肯德基等餐饮连锁。尽管产品相似度较高，但由于销售渠道及业务模式有所差异，发行

人与中联食品并无业务往来。

2、发行人收购中联食品背景

(1) 发行人生产模式以外协加工为主。发行人近年来逐步拓展了宜家等重点客户，该等重点客户对生产条件、原料标准要求远超出一般市场标准。且倾向于供应商具备自有工厂。为提升供应重点客户的服务能力，发行人近年来寻求并购加工条件较好、资质较高的加工厂。

(2) 中联食品以虾类深加工产品为主，以出口业务为主，具有品质较高的加工条件，且具有高品质的原材料采购渠道。符合发行人对加工条件的要求。收购中联食品之前，发行人已开展自有业务，服务重点连锁客户。但加工条件、场地面积仍然无法满足未来开拓重点客户的需求。

(3) 受中美贸易战、疫情等因素影响，中联食品业务下滑，原股东出售股权的意愿增强。经过多次商谈，2020 年末，发行人收购中联食品。

(4) 收购中联食品后，发行人经营模式未发生重大不利变化，仍然以外协加工为主，但对于重点连锁客户，将逐步提升自产比例。且利用自产工厂，逐步开拓其他重点客户。

(三) 结合中联食品的盈利情况，补充说明本次收购的市盈率及定价的合理性，相关对价的支付情况

1、收购定价合理性

2020 年度中联食品实现净利润-984.32 万元，经营亏损，故本次收购不适用市盈率分析，以下以市净率分析该定价合理性。

2020 年 12 月 31 日，中联食品及可比上市公司的估值水平如下：

可比上市公司	市净率（倍）	市盈率（倍）
百洋股份	1.56	99.33
国联水产	2.30	-16.97
好当家	1.25	65.12
可比企业平均	1.70	82.23
中联食品	1.34	-12.88

2020 年度，中联食品与可比上市公司的主要财务指标情况如下：

项目	中联食品	百洋股份	国联水产	好当家
应收账款周转天数	54.21	68.50	48.16	10.67
流动比率	4.16	1.38	1.41	0.71

资产负债率	17.54%	49.13%	60.64%	49.34%
收入增长率	-30.35%	-12.71%	-2.89%	0.33%
销售毛利率	5.54%	11.37%	11.54%	19.72%
销售净利率	-5.08%	1.07%	-6.31%	5.04%

由于中联食品 2020 年度营运能力与同行业上市公司平均水平基本相同，偿债能力优于同行业上市公司，盈利能力弱于同行业上市公司。由于中联食品 2020 年亏损，导致市盈率为负数，不具有可比性。综合上述情况，中联食品合并日的市净率为 1.34 倍，较可比上市公司平均市净率 1.70 倍有所折价，本次收购的定价具有合理性。

2、相关对价支付情况

2020 年 12 月 23 日，发行人支付首笔股权转让款 11,271.00 万元，其中 10,945.61 万元向原股东中联太平洋有限公司转账，325.39 万元为代扣代缴所得税。

2021 年 2 月 26 日，发行人支付剩余转让款 1,404.60 万元，其中 1,264.14 万元向原股东中联太平洋有限公司转账，140.46 万元为代扣代缴所得税。

发行人本次收购的股权转让款已支付完毕。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

1、核查发行人收购中联食品股权的相关协议、董事会决议等审批文件，确认交易的真实性、审批合规性；

2、核查发行人股权收购款支付凭证、股权交割和工商变更手续，确认款项支付真实性、股权交割时点准确性；

3、核查发行人股权收购定价依据，比较分析同行业可比上市公司估值水平，分析交易定价是否合理；

4、检查定价相关的资产评估报告等文件，确认购买日商誉确认的准确性；

5、对于收购完成后的中联食品，通过视频访谈方式及电子邮件发送访谈问卷方式对中联食品 2021 年 1-6 月前三大客户进行了访谈；

6、取得了中联食品 2021 年 1-6 月前五大客户的中信保资料；

7、调取海关系统中的中联食品报关资料，并取得了中联食品进口与出口业

务相关的报关单、完税凭证等资料，并与中联食品采购与销售订单核对一致。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，收购中联食品具有商业背景和业务合理性，合并日的确定合理，商誉计量准确，交易定价具有合理性。

问题 13

关于仓储物流成本。审核问询回复显示：

（1）发行人业务包括生鲜食材产品的销售和对外提供仓储物流服务；

（2）仓储物流服务对应的主营业务成本报告期分别为 476.39 万元、3,858.69 万元和 5,924.62 万元；

（3）2018 年度，发行人在为自有产品配送的基础上对外部客户提供的餐饮食材物流配送业务，该业务规模整体较小，当年业务量较少；因收购柠檬供应链，2019 年下半年新增超市、餐饮零售终端的仓储物流配送业务，2019 年度仓储物流服务主营业务成本大幅增长。

请发行人：

（1）补充说明发行人销售生鲜食材产品业务和提供仓储物流服务是否共用一套仓储和物流体系；

（2）补充说明发行人报告期整体发生的仓储、物流相关的成本和费用情况，其在发行人生鲜食材产品业务和提供仓储物流服务的分摊情况，分摊的方法和具体依据，两项业务各自分摊的成本与各自销量或业务量的匹配情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

作为生鲜食材供应商，以冷链物流为主的仓储物流能力，是发行人的核心竞争力，有利于降低履约成本。发行人仓储物流，在服务自身产品体系的同时，向外提供运输、仓储服务，有利于提升全国网络布局，降低成本。生鲜食材供应链企业蜀海供应链、美团快驴也采用了类似的模式。

（一）补充说明发行人销售生鲜食材产品业务和提供仓储物流服务是否共用一套仓储和物流体系

1、发行人自建仓储物流体系

发行人销售生鲜食材产品业务和提供仓储物流服务共用一套仓储和物流体系。发行人主营生鲜食材产品销售，产品储存于冷库，并通过冷链物流运输。为了保障产品仓储物流及时性和高效性，发行人不断扩充物流业务团队，积累业务经验，并打造全资子公司亚渔冷链单独负责仓储物流业务。

发行人仓储物流业务团队原主要为公司自有销售产品的仓储和物流提供服务，负责对接仓库供应商和物流承运商，随着对该项业务的逐渐深入，公司于2018年开始对外承接仓储物流服务。

发行人的仓储物流业务优势为供应链管理，自主开发了物流管理平台，不投入重资产组建仓库和车队，均租赁第三方仓库，并甄选优质第三方承运商进行合作，由发行人统一管理和配货，与客户和仓库供应商、物流承运商分别约定账期结算。

因此，发行人销售生鲜食材产品业务和提供仓储物流服务共用一套仓储和物流体系，具有合理性，符合行业发展趋势。

2、前进宝（上海）仓储物流体系

（1）前进宝（上海）原名柠檬供应链，为一家位于上海的服务于超市、餐饮零售终端客户的优质仓储物流服务商。前进宝（上海）的业务优势为供应链管理，与发行人自建的城市配送（仓储物流）体系类似。2019年6月，发行人收购前进宝（上海）100%股权。2019年下半年，前进宝（上海）的仓储物流业务纳入发行人合并利润表。

（2）从性质上分析，发行人自身的物流体系包括干线物流、城配物流，前进宝（上海）主要是上海地区城配物流。收购完成后，基于前进宝（上海）体系，发行人城配物流体系进一步完善。

（3）收购后，前进宝（上海）纳入发行人物流体系统一管理。前进宝（上海）承担发行人上海地区的多温层城市配送服务，与原有体系进行融合，除配送发行人自身产品外，向外部客户提供多温层城市配送服务。

（二）补充说明发行人报告期整体发生的仓储、物流相关的成本和费用情

况，其在发行人生鲜食材产品业务和提供仓储物流服务的分摊情况，分摊的方法和具体依据，两项业务各自分摊的成本与各自销量或业务量的匹配情况

1、发行人报告期整体发生的仓储、物流相关的成本和费用情况

发行人在各报告期整体发生仓储、物流相关成本和费用分别为 4,808.60 万元、8,585.45 万元、9,624.44 万元和 4,918.46 万元，具体列示如下：

单位：万元

科目名称	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业成本	仓储成本	1,116.63	2,111.67	751.92	35.94
营业成本	物流成本	1,586.58	3,251.61	2,740.70	440.44
营业成本	劳务费成本	124.74	435.77	253.72	-
营业成本	其他成本	48.49	125.57	112.36	-
仓储物流服务业务	小计	2,876.44	5,924.62	3,858.69	476.39
销售费用	仓储费	127.86	300.00	322.82	245.39
销售费用/营业成本	运输费	1,914.16	3,399.82	4,403.94	4,086.83
生鲜食材产品业务	小计	2,042.02	3,699.82	4,726.76	4,332.21
合计		4,918.46	9,624.44	8,585.45	4,808.60

发行人为外部客户提供仓储物流服务业务的仓储、物流支出计入营业成本，具体包括：仓储成本为承租第三方仓库产生的仓库租金、物业费、水电费、装卸费、搬运费等直接支付给第三方仓库的与货物存储相关的支出；物流成本为外包给第三方承运商的运输服务支出；劳务费成本为聘请的仓库分拣、搬运等临时工的成本；其他成本为仓储托盘租金、叉车租金、虫害防治费等支出。

2019-2021 年 6 月，第三方仓储物流成本大幅增加，且仓储费用远高于自有生鲜食材产品业务发生的仓储费系 2019 年 6 月，发行人收购前进宝（上海）100% 股权。2019 年下半年，前进宝（上海）的仓储物流业务纳入发行人合并利润表。前进宝（上海）承担发行人上海地区的多温层城市配送服务，主要为第三方提供仓储物流服务业务。

前进宝（上海）为单独仓储物流体系，其仓储物流成本明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年 7-12 月	2018 年度
物流成本	1,009.45	2,280.56	1,257.13	不适用
仓储成本	889.14	1,576.90	596.36	不适用
劳务费成本	124.74	435.77	253.72	不适用
其他成本	48.12	119.69	112.36	不适用
合计	2,071.45	4,412.92	2,219.57	不适用

注：前进宝（上海）租赁仓库为每月固定租金，故仓储成本为固定支出；劳务费成本为

聘请的仓库分拣、搬运等临时工的成本；其他成本为仓储托盘租金、叉车租金、虫害防治费等支出。

发行人自有生鲜食材产品业务发生的仓储、物流支出计入销售费用，具体包括：仓储费为承租第三方仓库产生的仓库租金、物业费、水电费、装卸费、搬运费等；运输费为外包给第三方承运商的运输服务支出。仓储费一般与供应商约定日单价，根据发行人存货的重量或货架（托）为标准按日计价；装卸费一般与供应商约定每吨单价，按出库货物重量计价，与发行人生鲜食材产品业务量匹配合理。

执行新收入准则后，发行人将与合同履行相关的运输费用纳入营业成本核算。2020 年度，发行人自有生鲜食材产品业务发生的运输费 3,399.82 万元，其中在利润表列报为营业成本 3,296.07 万元，销售费用运输费 103.75 万元；2021 年 1-6 月发行人自有生鲜食材产品业务发生的运输费 1,914.16 万元，其中在利润表列报为营业成本 1,828.05 万元，销售费用运输费 86.11 万元。

2、仓储、物流相关的成本和费用的分摊情况、方法和具体依据

发行人总部仓储物流体系为生鲜食材产品业务及外部客户提供仓储物流服务，涉及不同业务之间的成本费用分摊，具体费用分摊方法和依据如下：

①仓储相关成本和费用

仓储相关成本和费用主要为仓储费和装卸费，其中：仓储费一般与供应商约定日单价，根据存储货物的重量或货架（托）为标准按日计价；装卸费一般与供应商约定每吨单价，按出库货物重量计价。

发行人系统中记录各仓库的仓储费和装卸费系数，即单位货物的日单价和每吨单价，根据所属货物货主不同，分别计算自有货物和外部客户货物的仓储费、装卸费，并分别进行财务入账。因此，发行人生鲜食材产品业务及外部客户提供仓储物流服务的仓储费用根据货物所属主体不同分别按计费系数进行核算，分别记录仓储费用。

②物流相关成本和费用

物流相关成本和费用主要为外包给第三方承运商的运输服务支出，按运输线路不同分别报价，整车价与零担价有所不同，整车价折算单件货物运费相对较低。

发行人一般整车发货，以控制运输成本，货物体积与装载量相关，故发行人对每一订单发运货物按体积折算分摊该订单的运输费用，货物体积按包装箱长×

宽×高计算。物流业务人员对每单货物按体积分拆折算标准箱，分摊每笔订单自有货物和外部客户货物的运输费用。因此，发行人生鲜食材产品业务及外部客户提供仓储物流服务的物流费用根据货物体积分摊运输费用，分别记录自有业务和外部客户业务的运输费用。

3、两项业务各自分摊的成本与各自销量或业务量的匹配情况

发行人生鲜食材产品业务和对外提供仓储物流服务业务分别发生的仓储、物流相关的成本和费用构成明细如下：

单位：万元

报告期	项目	生鲜食材产品业务	对外提供仓储物流服务业务	合计
2021 年 1-6 月	仓储成本	127.86	1,116.63	1,244.49
	物流成本	1,914.16	1,586.58	3,500.74
	劳务费成本	-	124.74	124.74
	其他成本	-	48.49	48.49
	小计	2,042.02	2,876.44	4,918.46
2020 年度	仓储成本	300.00	2,111.67	2,411.67
	物流成本	3,399.82	3,251.61	6,651.44
	劳务费成本	-	435.77	435.77
	其他成本	-	125.57	125.57
	小计	3,699.82	5,924.62	9,624.44
2019 年度	仓储成本	322.82	751.92	1,074.74
	物流成本	4,403.94	2,740.70	7,144.64
	劳务费成本	-	253.72	253.72
	其他成本	-	112.36	112.36
	小计	4,726.76	3,858.69	8,585.45
2018 年度	仓储成本	245.39	35.94	281.33
	物流成本	4,086.83	440.44	4,527.27
	劳务费成本	-	-	-
	其他成本	-	-	-
	小计	4,332.21	476.39	4,808.60

发行人总部涉及生鲜食材产品业务和对外提供仓储物流服务业务共用体系，前进宝（上海）作为城配相对独立，分体系仓储、物流相关的成本和费用构成明细如下：

单位：万元

报告期	项目	生鲜食材产品业务-总部体系	对外提供仓储物流服务业务-总部体系	对外提供仓储物流服务业务-前进宝（上海）体系	合计
2021 年 1-6 月	仓储成本	127.86	227.49	889.14	1,244.49
	物流成本	1,914.16	577.13	1,009.45	3,500.74
	劳务费成本	-	-	124.74	124.74

	其他成本	-	0.37	48.12	48.49
	小计	2,042.02	720.92	2,155.52	4,918.46
2020 年度	仓储成本	300.00	534.77	1,576.90	2,411.67
	物流成本	3,399.82	971.05	2,280.56	6,651.44
	劳务费成本	-	-	435.77	435.77
	其他成本	-	5.88	119.69	125.57
	小计	3,699.82	1,511.71	4,412.92	9,624.44
2019 年度	仓储成本	322.82	155.56	596.36	1,074.74
	物流成本	4,403.94	1,483.56	1,257.13	7,144.64
	劳务费成本	-	-	253.72	253.72
	其他成本	-	-	112.36	112.36
	小计	4,726.76	1,639.12	2,219.57	8,585.45
2018 年度	仓储成本	245.39	35.94	-	281.33
	物流成本	4,086.83	440.44	-	4,527.27
	劳务费成本	-	-	-	-
	其他成本	-	-	-	-
	小计	4,332.21	476.39	-	4,808.60

(1) 仓储成本与销量或业务量的匹配情况

① 总部体系

发行人总部仓储物流体系负责自有产品和外部业务，分生鲜食材产品业务和提供仓储物流服务业务的仓储成本如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	比例	2020 年度	比例	2019 年度	比例	2018 年度	比例
生鲜食材产品业务	127.86	35.95%	300.00	35.94%	322.82	67.48%	245.39	87.22%
仓储物流服务业务	227.85	64.05%	534.77	64.06%	155.56	32.52%	35.94	12.78%
合计	355.71	100.00%	834.77	100.00%	478.38	100.00%	281.33	100.00%

发行人于 2018 年开展对外仓储物流业务，当年发生额较小，故提供仓储物流服务业务仓储成本较小；2020 年开始在大连、沈阳、杭州和广州等地拓展市内仓储配送业务，故提供仓储物流服务业务仓储成本增长较快，占比提高。

发行人仓储相关成本主要包括仓储费和装卸费等，根据各仓库约定单价和业务量计算。发行人与部分代工厂商约定销售出库结算的方式，该库存在库发生的相关仓储成本由代工厂商承担，发行人定期与代工厂商结算收取该仓储相关费用。发行人与仓库供应商结算的仓储成本扣除发行人向代工厂商收取的部分计入各期仓储成本。

报告期，发行人总部仓储物流体系中主要五个仓库发生的仓储成本如下：

单位：万元

报告期	仓库名称	仓储费	装卸费	代工厂商承担费用	仓储成本
-----	------	-----	-----	----------	------

报告期	仓库名称	仓储费	装卸费	代工厂商承担费用	仓储成本
2021 年 1-6 月	大连仓	57.35	59.50	-40.82	76.02
	天津仓	18.75	1.62	-	20.37
	苏州仓	52.28	30.43	-40.23	42.47
	沈阳仓	15.21	10.72	-11.10	14.83
	杭州仓	102.89	8.29	-16.50	94.68
	小计	246.48	110.56	-108.65	248.37
2020 年度	大连仓	156.73	128.27	-80.53	204.48
	天津仓	106.20	9.34	-0.00	115.54
	昆山仓	55.41	45.97	-52.98	48.41
	沈阳仓	35.84	18.47	-24.45	29.86
	杭州仓	186.45	8.07	-8.94	185.58
	小计	540.64	210.12	-166.89	583.87
2019 年度	大连仓	117.62	118.87	-71.29	165.20
	天津仓	112.68	56.57	-84.91	84.35
	昆山仓	95.65	64.01	-96.95	62.70
	郑州仓	73.08	56.95	-115.63	14.40
	杭州仓	75.82	-	-	75.82
	小计	474.85	296.40	-368.78	402.47
2018 年度	大连仓	128.91	110.77	-76.03	163.65
	天津仓	36.49	40.27	-65.66	11.10
	昆山仓	66.38	58.10	-82.24	42.25
	沈阳仓	9.78	4.38	-2.42	11.74
	郑州仓	49.63	38.14	-68.28	19.49
	小计	291.20	251.66	-294.63	248.23

发行人仓储费按日均库存量计价，装卸费按发货量计价，相关业务量及对应合同单价比较如下：

报告期	仓库名称	日均库存量 (吨)	仓库发运量 (吨)	平均仓储 费(元/ 天/吨)	平均装卸 费(元/天 /吨)	合同约定仓 储费标准(元 /天/吨)	合同约定装 卸费标准(元 /吨)
2021 年 1-6 月	大连仓	900.38	9,707.09	3.70	64.97	3-3.8	30-68
	天津仓	217.83	343.68	5.00	50.00	5.0-8.0	50-105
	苏州仓	303.65	2,956.07	10.00	109.10	6.6-10.00	50-110
	沈阳仓	218.01	1,730.20	4.05	65.65	2.2-4.5	45-68
	杭州仓	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
2020 年 度	大连仓	1,272.49	22,343.70	3.58	60.85	3-3.8	30-68
	天津仓	580.99	1,804.49	5.31	54.86	5.0-8.0	50-105
	昆山仓	161.67	4,514.22	9.95	107.95	10.00	115
	沈阳仓	295.72	3,539.27	3.52	55.31	2.2-4.5	45-68
	杭州仓	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
2019 年 度	大连仓	951.60	22,062.20	3.59	57.11	3.5-3.8	30-66
	天津仓	548.99	6,552.40	5.96	91.51	5.0-8.0	50-105
	昆山仓	255.53	5,704.27	10.87	118.95	10.0-11.0	115-121
	郑州仓	203.97	5,294.10	10.40	114.03	8.8-10.5	90-115.5
	杭州仓	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用

报告期	仓库名称	日均库存量(吨)	仓库发运量(吨)	平均仓储费(元/天/吨)	平均装卸费(元/天/吨)	合同约定仓储费标准(元/天/吨)	合同约定装卸费标准(元/吨)
2018 年度	大连仓	1,235.13	17,865.14	3.03	65.72	2.8-3.6	66.00
	天津仓	170.45	4,539.73	6.22	94.03	6.2-8.0	90-105
	昆山仓	178.31	5,086.25	10.81	121.09	10.0-11.0	110-121
	沈阳仓	29.08	715.97	9.77	64.91	10.00	66.00
	郑州仓	144.14	3,712.25	10.00	108.90	10.00	110.00

注: 平均仓储费=仓储费/日均仓储存量/一年天数×1.06; 平均装卸费=装卸费/仓库发运量/一年天数×1.06; 一年天数为 365 天或 366 天; 1.06 为折算含税价, 含 6% 增值税额。

合同约定仓储费标准和装卸费标准存在价格区间的原因: 各地仓库存在若干分仓的情况, 各分仓计费单价不同; 对不同货品存在不同计费单价; 合同续签或变更供应商调整计费单价等因素。

杭州仓主要为餐饮城配业务, 为固定租金, 故未统计业务量。

如上表所示, 发行人经统计主要仓库的日均库存量、仓库发货量折算平均仓储费、平均装卸费, 与合同约定的计价标准比较, 平均费用在合同约定的区间内, 发行人仓储成本与业务量的匹配情况合理。

②前进宝(上海)体系

前进宝(上海)为单独仓储物流体系, 其仓储成本明细如下:

单位: 万元

项目	2021年1-6月	比例	2020 年度	比例	2019 年度	比例	2018 年度	比例
仓储成本	889.14	83.72%	1,576.90	73.95%	596.36	61.96%	不适用	不适用
劳务费成本	124.74	11.75%	435.77	20.44%	253.72	26.36%	不适用	不适用
其他成本	48.12	4.53%	119.69	5.61%	112.36	11.67%	不适用	不适用
合计	1,062.01	100.00%	2,132.36	100.00%	962.43	100.00%	不适用	不适用

前进宝(上海)仓库为租赁上海磊鑫建筑装潢有限公司位于上海市松江区寅西路 99 号的仓库, 原租赁仓库面积 13,336 平方米, 2020 年 10 月新增 2,216.55 平方米。

前进宝(上海)租赁仓库为每月固定租金, 故仓储成本为固定支出; 劳务费成本为聘请的仓库分拣、搬运等临时工的成本, 受业务量变动有所波动; 其他成本为仓储托盘租金、叉车租金、虫害防治费等支出, 发生额存在一定波动性。

综上所述, 发行人仓储成本与业务量匹配较为合理。

(2) 物流成本与销量或业务量的匹配情况

①总部体系

发行人总部仓储物流体系负责自有产品和外部业务, 分生鲜食材产品业务和

提供仓储物流服务业务的物流成本如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	比例	2020年度	比例	2019年度	比例	2018年度	比例
生鲜食材产品业务	1,914.16	79.52%	3,399.82	77.78%	4,403.94	74.80%	4,086.83	90.27%
仓储物流服务业务	493.07	20.48%	971.05	22.22%	1,483.56	25.20%	440.44	9.73%
合计	2,407.23	100.00%	4,370.88	100.00%	5,887.50	100.00%	4,527.27	100.00%

发行人于 2018 年开展对外仓储物流业务，当年发生额较小，故提供仓储物流服务业务物流成本较小；2020 年度受疫情影响，运输业务量下降，故物流成本下降，2019 年度和 2020 年度提供仓储物流服务业务物流成本占比波动较小。

发行人物流相关成本受运输路线、车辆大小、整车或零担多重因素影响，因此统计报告期整车发运的车次/件数作为业务量标准。

由于发行人生鲜食材产品业务和提供仓储物流服务业务存在共用车辆的情况，无法按车次在两项业务直接分拆。

统计总部仓储物流体系相关的运费支出及车辆情况，列示业务量匹配情况如下：

报告期	类型	运费金额(万元)	车次	单价(元/车)
2021年1-6月	整车（长途）	1,976.19	3,140.00	6,293.59
	市配及零担	511.67	——	——
	小计	2,491.29	——	——
2020年度	整车（长途）	3,530.54	5,488.00	6,433.19
	市配及零担	840.34	——	——
	小计	4,370.88	——	——
2019年度	整车（长途）	4,872.93	7,568.00	6,438.86
	市配及零担	1,014.14	——	——
	小计	5,887.08	——	——
2018年度	整车（长途）	3,576.20	4,440.00	8,054.50
	市配及零担	951.07	——	——
	小计	4,527.27	——	——

如上表所示，报告期整车单价有所减少，主要原因为报告期发行人仓库节点增加，使用小规格车辆的频次增加，故整车平均单价有所下降。

②前进宝（上海）体系

统计前进宝（上海）的运费支出及车辆情况列示业务量匹配情况如下：

报告期	类型	运费金额(万元)	车次/件数	单价(元/车·件)
2021年1-6月	整车（长途）	484.96	2,730.00	1,776.42
	市配及零担	524.49	——	——
	小计	1,009.45	——	——
2020年度	整车（长途）	1,213.00	6,697.00	1,811.26
	市配及零担	1,067.56	——	——

	小计	2,280.56	——	——
2019 年 7-12 月	整车（长途）	671.06	3,698.00	1,814.66
	市配及零担	586.17	——	——
	小计	1,257.13	——	——

如上表所示，前进宝（上海）主要配送上海及周边区域，路程较短，故单价较低。

综上所述，发行人物流成本与业务量匹配合理。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

1、询问发行人销售生鲜食材产品业务和提供仓储物流服务对应仓储和物流体系的使用情况；

2、询问发行人仓储运输服务成本费用核算方式，获取发行人主要仓储物流客户及供应商合同，分析不同仓储物流服务商价格差异情况及原因；

3、核查发行人实际仓储运输费用、仓储运输数量、运输里程，与收入成本核算依据是否一致，分析仓储运输成本的变动情况及合理性；

4、获取并核查了主要客户及供应商的对账单，获取并核对了仓储物流运输订单明细及收付款，确认收入成本的真实性及完整性；

5、核查并分析了主要客户仓储物流服务收入成本及毛利率，确认交易的合理性。

（二）核查意见

经核查，发行人销售生鲜食材产品业务和提供仓储物流服务共用一套仓储和物流体系；发行人报告期整体发生的仓储、物流相关的成本和费用情况合理，其在发行人生鲜食材产品业务和提供仓储物流服务的分摊情况、分摊的方法和具体依据合理，两项业务各自分摊的成本与各自销量或业务量的匹配合理。

问题 14

关于各类产品采购价格。审核问询回复显示：

（1）发行人从代工厂采购深加工虾类产品的价格约在 3 万元/吨，而代工厂

采购虾原料价格约在 4.5 万元/吨，发行人向代工厂采购初加工虾类产品价格大约在 5.5 万元/吨；

（2）发行人从代工厂采购深加工贝类产品的价格约在 3 万元/吨，而贝类原料价格约在 2 万元/吨；

（3）发行人采购南美白虾价格低于厄瓜多尔水产养殖协会公布的市场价格。

请发行人：

（1）补充说明，与深加工贝类产品相比，向代工厂采购深加工虾产品价格低于其虾原料价格的原因；

（2）补充说明发行人采购南美白虾价格低于厄瓜多尔水产养殖协会公布的市场价格原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

深加工产品是原材料（初加工产品）与原辅料（裹粉、裹浆）综合加工的预制菜肴产品，价格不存在一比一对应关系，总体小于初加工产品单位重量价格。发行人采购南美白虾价格低于厄瓜多尔水产养殖协会公布的同规格产品价格，主要原因系该协会公布的均价为所有规格的采购价格。具体说明如下：

（一）补充说明，与深加工贝类产品相比，向代工厂采购深加工虾产品价格低于其虾原料价格的原因

1、深加工产品价格与主要海鲜原料的价格差异主要与深加工产品的生产工艺配方相关

发行人的深加工产品特征以海鲜类原料经过裹粉、裹浆等形式调味、生产加工后形成的预制品供餐饮渠道客户快速出餐使用。通常海鲜类原料的单位货值较高，辅料的值较低，根据规定的工艺原辅料配方，每吨产成品的价格通常较海鲜原料的价格低。少数情况下，也存在辅料配方价格较高，使得每吨产成品的价格较海鲜原料价格高的情形。

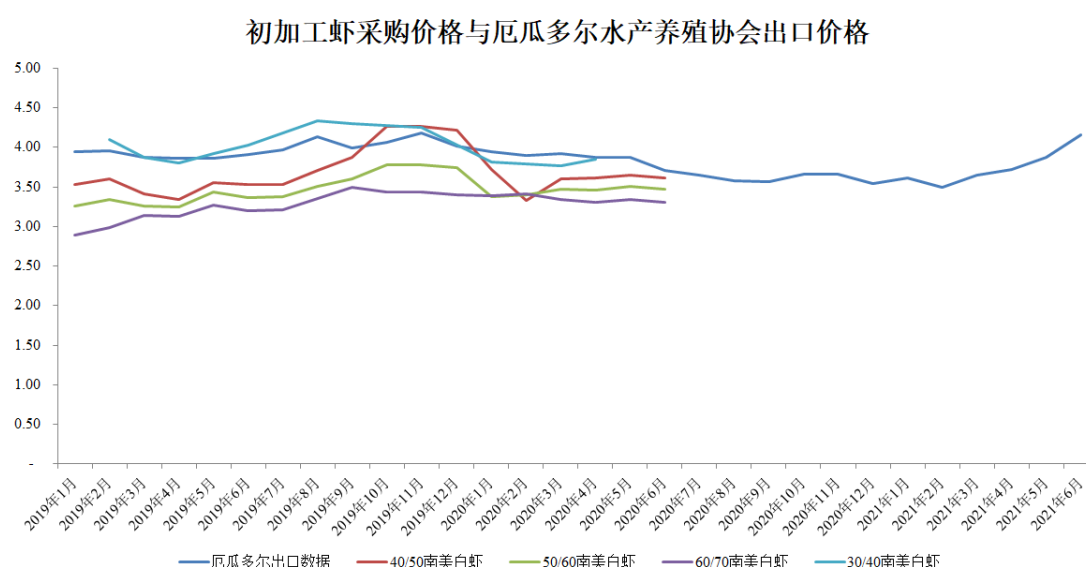
2、与深加工贝类产品相比，向代工厂商采购深加工虾产品价格低于其虾原料价格的原因

深加工贝类产品，主要产品系蒜蓉粉丝贝，所使用的辅料中包括贝壳、粉丝等，该类辅料的使用量较大，辅料成本较高，使得每一吨产成品中所使用辅料的成本高于贝类原料的成本；且包装材料中，使用的托盘、袋子的单价较高、数量较多，因此每吨产成品中所使用包装材料的成本基本与贝类原料的成本相当，综合核算后，每吨深加工贝类产品的价格比贝类原料较高。

而深加工虾类产品，主要产品系裹粉裹屑类虾产品，因生产工艺的要求，所使用的面包糠等辅料、纸盒等包装材料的成本均远低于虾类原料的成本，因此每吨深加工虾类产品的价格比虾类原料较低。

（二）补充说明发行人采购南美白虾价格低于厄瓜多尔水产养殖协会公布的的市场价格原因

单位：万元/吨



上图中引用的厄瓜多尔出口数据源自厄瓜多尔水产养殖协会（CÁMARA NACIONAL DE ACUACULTURA）每月公布的市场价格，由当月虾的总出口金额除以当月虾的总出口重量所得，因此该价格囊括了所有规格大小的南美白虾的出口价格情况。

发行人主要采购的 40/50、50/60、60/70 三种规格的南美白虾采购价格均低于厄瓜多尔水产养殖协会公布的价格，而采购的 30/40 的价格高于厄瓜多尔水产养殖协会公布的价格。因此，发行人采购单一规格的单价与厄瓜多尔水产养殖协会公布的综合出口价格存在差异系正常情况。2021 年 1-6 月，海燕号除 2021 年 2 月的一批次产品为退运换货到港之外，未再采购进口南美白虾产品。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、与发行人生产部门相关人员访谈，了解深加工贝类、虾类产品的生产过程，所需辅料、包装物材料的具体情况；
- 2、获取了发行人主要产品的生产工艺文件，核查主原料、辅料、包装物材料的价格情况；
- 3、获取了厄瓜多尔水产养殖协会公布各月度南美白虾出口价格情况等公开资料；
- 4、核查海燕号采购厄瓜多尔南美白虾的采购合同、报关单、进口关税及增值税缴款书等资料，并对不同规格南美白虾的采购价格进行汇总。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、与深加工贝类产品相比，向代工厂商采购深加工虾产品价格低于其虾原料价格的原因主要系不同产品的生产工艺配料价格不同造成；
- 2、发行人采购南美白虾价格低于厄瓜多尔水产养殖协会公布的市场价格原因系不同规格的产品价格有所差异导致。

问题 15

关于主要供应商。审核问询回复显示：

（1）发行人采购深加工产品金额报告期分别为 67,516.06 万元、65,337.36 万元和 46,993.72 万元，2020 年采购规模下降-28.08%；

（2）发行人前五大深加工供应商中，向大连兴强食品有限公司采购金额报告期分别为 14,937.13 万元、12,839.41 万元和 7,376.36 万元，2020 年采购金额下降 42.55%.

请发行人结合向大连兴强采购产品情况，补充说明 2020 年向大连兴强采购金额下降显著的原因，对应产品收入是否亦显著下降。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

（一）2020 年相比 2019 年，发行人向大连兴强采购及相关产品的销售情况

发行人向大连兴强采购，主要系向重点客户供应 1436 玉米片虾排、0912 芝士奶油焗大虾产品。2020 年度受疫情影响，该等大客户采购量下降，同时由于该等产品对加工条件、品质、原料标准的要求远高于市场标准，为控制产品质量，发行人将该等产品逐步转移至亚渔食品加工。

报告期内，发行人向大连兴强采购呈下降趋势，主要系发行人自有工厂亚渔食品产能增加从而降低了向大连兴强相关产品的采购，2020 年发行人向大连兴强采购金额下降显著的原因除玉米片虾排、芝士奶油焗大虾等采购订单转移至自有工厂亚渔食品之外，其他虾排类产品受 2020 年新冠疫情的影响，下游的餐饮需求受到影响，导致采购量减少。2019 年和 2020 年，发行人向大连兴强采购主要产品的情况及金额变动情况，以及主要产品的销售金额变动比例具体如下：

单位：万元

品号	产品名称	2019 年		2020 年		2020 年较 2019 年采购金额变动比例	销售金额		2020 年较 2019 年销售金额变动比例
		采购金额	金额占比	采购金额	金额占比		2019 年	2020 年	
0067	汉堡虾排 H	2,459.65	19.16%	1,218.33	16.52%	-50.47%	2,722.10	1,353.58	-50.27%
0110	汉堡虾排 （餐饮量贩装）	2,105.91	16.40%	1,710.96	23.20%	-18.75%	2,685.66	2,097.02	-21.92%
1436	玉米片虾排	2,006.23	15.63%	317.58	4.31%	-84.17%	2,477.78	1,948.52	-21.36%
0039	汉堡虾排	1,088.87	8.48%	581.46	7.88%	-46.60%	1,386.58	771.00	-44.40%
0042	蟹黄堡（裹面包屑模拟蟹肉）	827.25	6.44%	656.48	8.90%	-20.64%	1,298.67	1,026.42	-20.96%
0043	至 Q 虾滑 （餐饮量贩装）	675.20	5.26%	327.01	4.43%	-51.57%	778.38	389.07	-50.02%
0069	好多虾特惠全虾排	672.55	5.24%	362.48	4.91%	-46.10%	866.99	467.47	-46.08%
0037	千丝万缕情侣虾（春卷虾）	438.94	3.42%	298.59	4.05%	-31.98%	605.96	394.65	-34.87%
0038	至珍鲜虾堡	413.57	3.22%	239.37	3.25%	-42.12%	526.59	319.55	-39.32%
0912	芝士奶油焗大虾	317.40	2.47%	-	0.00%	-100.00%	2,962.18	2,313.32	-21.90%
	其他产品	1,833.84	14.28%	1,664.09	22.56%	-	-	-	-
	合计	12,839.41	100.00%	7,376.36	100.00%	-	16,310.89	11,080.61	-

上述主要产品中，玉米片虾排和芝士奶油焗大虾属于采购订单转移至发行人

自有工厂亚渔食品的情形，扣除该等因素导致的采购下降，其他主要产品的采购金额下降的幅度为 32.87%，主要系新冠疫情影响了下游的餐饮需求。

2020 年较 2019 年向大连兴强采购金额下降较多，主要系玉米片虾排、芝士奶油焗大虾产品均转移至自有工厂生产。而产品销售金额同比下降 21.36%和 21.90%，均小于发行人总体采购深加工产品 28.08%的下降幅度。除此之外，其他主要产品的采购金额变动比例与销售金额变动比例较为接近。

因此，总体上相关产品销售收入与采购金额变动相匹配。

（二）2021 年 1-6 月发行人向大连兴强采购及相关产品的销售情况

2021 年 1-6 月，发行人向大连兴强采购金额为 4,085.93 万元，相比 2020 年 1-6 月的采购金额 2,887.23 万元回升了 41.52%，主要系 2020 年初新冠疫情爆发，对餐饮行业、水产加工企业造成较大影响，2020 年上半年的采购额下降较多。

发行人向大连兴强采购的主要产品品类，2021 年 1-6 月同期相比不存在较大差异。2021 年 1-6 月，大连兴强主要供应的品类的销售额为 4,754.80 万元，相比 2020 年 1-6 月的销售额 2,908.92 万元回升了 63.46%，主要系受疫情影响，2020 年 1-6 月销售基数较低。

2021 年 1-6 月，发行人向大连兴强采购主要产品的情况及金额变动情况，以及主要产品的销售金额变动比例具体如下：

单位：万元

品号	产品名称	2021 年 1-6 月		2021 年 1-6 月 采购金额同 比变动比例	销售金额	2021 年 1-6 月销售金额 同比变动比 例
		采购金额	金额 占比		2021 年 1-6 月	
0067	汉堡虾排 H	1,130.21	27.66%	75.27%	1,210.96	55.40%
0110	汉堡虾排（餐饮量 贩装）	734.90	17.99%	22.56%	1,179.15	41.20%
0042	蟹黄堡（裹面包屑 模拟蟹肉）	362.17	8.86%	53.63%	627.23	66.50%
0039	汉堡虾排	291.69	7.14%	65.23%	411.49	49.80%
2135	七珍虾堡	213.69	5.23%	182.13%	262.56	175.84%
0676	玉米片虾排（非 ASC/MSC 认证原 料）	202.16	4.95%	443.93%	290.86	511.86%
0069	好多虾特惠全虾排	158.70	3.88%	39.42%	237.74	43.19%
0038	至珍鲜虾堡	134.83	3.30%	62.24%	189.94	74.10%
0037	千丝万缕情侣虾 （春卷虾）	117.13	2.87%	20.13%	208.37	42.68%
1711	七珍大虾堡	116.19	2.84%	66.80%	136.51	72.17%
	其他产品	624.25	15.28%	-17.15%	-	-

	合计	4,085.93	100.00%	-	4,754.80	-
--	----	----------	---------	---	----------	---

2021 年 1-6 月，发行人自大连兴强采购的主要产品，其采购金额、产品销售金额同比均出现了较大幅度的增长，主要系 2020 年年初受新冠疫情影响，采购与销售基数较低，而 2021 年餐饮市场逐步复苏引起采购与销售的同步恢复所致。

其中 2135 七珍虾堡、0676 玉米片虾排两款产品金额同比变动相对较大的原因主要系下游客户对该等产品的订单量增长较快所致。除此之外其他产品的金额均有不同程度的增长。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取发行人报告期内的采购明细、收入成本明细表，核查大连兴强各期的采购产品种类、金额，以及各期金额的变动情况，大连兴强主要产品各期销售收入的变动情况；

2、获取亚渔食品购买虾排成型机的购置合同；获取亚渔食品各期自产产品的种类和金额情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

受玉米片虾排和芝士奶油焗大虾转移至自有工厂生产的影响，发行人自大连兴强 2020 年的采购额较 2019 年出现了下降。若扣除该因素的影响，发行人自大连兴强采购金额的下降比例，与深加工产品总体采购金额的下降比例相差不大。而对应的产品收入与采购金额变动整体匹配。

问题 16

关于关联方采购。审核问询回复显示：

（1）发行人关联供应商主要包括海秀鲜（大连）食品有限公司、大连港铭食品有限公司；

（2）中介机构通过对海秀鲜、大连港铭产品采购价格进行比较，发行人自海秀鲜、大连港铭采购同种产品的价格不存在显著差异。发行人向海秀鲜、大

连港铭采购的价格整体公允。

请发行人：

结合向其采购产品的主要种类，补充说明同种产品向海秀鲜、大连港铭与其他代工厂商在采购金额、数量、单价的比较情况，关联采购价格的公允性；相关产品采购是否主要集中于海秀鲜、大连港铭。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

基于实质性判断，海秀鲜（大连）食品有限公司、大连港铭食品有限公司不是发行人关联方，但基于审慎性原则，发行人将 2 家供应商作为类关联方进行披露与核查。发行人向该等供应商采购金额占比较小，总体价格公允，说明如下：

（一）结合向其采购产品的主要种类，补充说明同种产品向海秀鲜、大连港铭与其他代工厂商在采购金额、数量、单价的比较情况，关联采购价格的公允性

基于谨慎性原则，发行人将虽不是关联方，但在报告期内与发行人存在交易且系发行人的员工、前员工、与员工存在亲属关系等情形的第三方作为类关联方单独列出，比照关联交易的标准予以披露。海秀鲜、大连港铭属于类关联方，申报会计师对发行人与类关联方之间的交易进行核查。

海秀鲜主要向发行人供应虾类产品及牛肉类产品，大连港铭主要向发行人供应虾类产品及面点类产品。

1、同种产品海秀鲜与其他代工厂商在采购金额、数量、单价的比较情况，关联采购价格的公允性

海秀鲜在与发行人开展合作之前，主要经营虾类产品的加工与销售，具有一定的生产经验，开展合作后，海秀鲜为承接发行人牛羊肉产品订单，建设了牛羊肉类产品的生产线。由于发行人牛羊肉产品的采购与销售相对较少，为保证单品的规模化经济效益，因此生产订单主要由海秀鲜承接。具体产品类型而言，海秀鲜主要供应裹屑裹粉虾类产品、肥牛、牛肉串产品等。

报告期内，发行人自海秀鲜的采购总额为 14,136.72 万元，发行人向海秀鲜

采购的前十大产品金额占向其采购总金额的比例为 84.98%。发行人对该前十大产品的采购明细进行汇总与比较。其中虾类产品，主要系海秀鲜与其他代工厂商共同供应，牛羊肉产品基本由海秀鲜供应。

（1）其中四种产品海秀鲜与其他代工厂商同时供应，占海秀鲜采购额的 45.63%

黄金蝴蝶虾产品为发行人主要产品，海秀鲜仅承接了小部分生产订单；千丝万缕（冻裹面包丝虾）、金玉良缘虾 T（香辣裹粉片虾）等发行人非主要单品，主要由海秀鲜供应，但采购金额较小。对于发行人自海秀鲜与其他代工厂商的采购单价，在报告期内不存在较大差异。具体单品的采购金额、重量与单价情况具体如下：

单位：万元、吨、万元/吨

品号	产品名称	年份	金额		重量		单价		占发行人采购该产品总金额的比例	
			海秀鲜	其他代工厂商	海秀鲜	其他代工厂商	海秀鲜	其他代工厂商	海秀鲜	其他代工厂商
0109	黄金蝴蝶虾（冻裹面包屑蝴蝶虾）餐饮量贩装	2018 年	865.52	3,597.57	305.85	1,264.59	2.83	2.84	14.29%	81.16%
		2019 年	631.16	4,534.03	223.90	1,607.06	2.82	2.82		
		2020 年	588.73	4,227.25	211.27	1,520.38	2.79	2.78		
		2021 年 1-6 月	524.73	2,465.59	191.51	896.95	2.74	2.75		
0018	黄金蝴蝶虾 B（冻裹面包屑蝴蝶虾）	2018 年	168.58	1,269.44	50.49	377.36	3.34	3.36	50.59%	49.41%
		2019 年	1,008.68	527.88	315.49	163.74	3.20	3.22		
		2020 年	744.64	35.28	235.73	11.18	3.16	3.16		
		2021 年 1-6 月	67.33	110.36	21.44	35.63	3.14	3.10		
0003	千丝万缕（冻裹面包丝虾）	2018 年	550.05	17.97	151.55	4.80	3.63	3.74	44.80%	12.30%
		2019 年	373.41	-	104.19	-	3.58	-		
		2020 年	-	58.70	-	16.88	-	3.48		
		2021 年 1-6 月	-	176.95	-	50.90	-	3.48		
0622	金玉良缘虾 T（香辣裹粉片虾）	2018 年	531.57	-	165.53	-	3.21	-	84.66%	15.34%
		2019 年	301.82	69.21	95.87	21.36	3.15	3.24		
		2020 年	54.45	71.30	17.29	22.16	3.15	3.22		
		2021 年 1-6 月	40.02	27.59	12.71	8.51	3.15	3.24		

（2）另外六种产品主要由海秀鲜供应，占海秀鲜采购额的 39.35%

主要由海秀鲜供应的产品均为非主要单品，各期采购金额较小。其中香草凤尾虾在报告期内的价格变动趋势与海秀鲜供应的其他虾类产品的单价变动一致，且不存在较大波动。牛肉串、肥牛等产品的价格受上游原材料价格的波动而波动。

具体单品的采购金额、重量与单价情况具体如下：

单位：万元、吨、万元/吨

品号	产品名称	年份	金额	重量	单价
0151	香草凤尾虾	2018 年	585.72	145.06	4.04
		2019 年	538.31	134.69	4.00
		2020 年	377.75	96.93	3.90
		2021 年 1-6 月	242.51	63.86	3.80
0705	雪龙原味牛肉串	2018 年	345.29	78.01	4.43
		2019 年	476.12	102.54	4.64
		2020 年	668.08	143.89	4.64
		2021 年 1-6 月	383.72	80.55	4.76
N004	雪龙至尊肥牛	2018 年	536.43	138.47	3.87
		2019 年	234.69	58.57	4.01
		2020 年	0.71	0.17	4.20
		2021 年 1-6 月	-	-	-
0798	雪龙精品肥牛	2018 年	305.02	91.60	3.33
		2019 年	146.10	39.21	3.73
		2020 年	-	-	-
		2021 年 1-6 月	-	-	-
N002	雪龙相间肥牛	2018 年	272.11	73.48	3.70
		2019 年	96.50	23.98	4.02
		2020 年	-	-	-
		2021 年 1-6 月	-	-	-
N001	雪龙精制牛肉	2018 年	251.12	100.17	2.51
		2019 年	102.04	34.64	2.95
		2020 年	-	-	-
		2021 年 1-6 月	-	-	-

综上所述，对于海秀鲜与其他代工厂商同时供应的产品，采购单价不存在较大差异，主要由海秀鲜供应的产品，在报告期内不存在较大波动，且与原料市场价格具有相关性，因此发行人向海秀鲜采购主要产品的单价具有公允性。

2、同种产品大连港铭与其他代工厂商在采购金额、数量、单价的比较情况，关联采购价格的公允性

大连港铭建立之初以生产虾类产品为主，后逐步开始生产以手工加工程序为主的面点类产品。发行人综合考虑供应风险、保证各代工厂商的产能利用率、合理分配不同代工厂商之间的订单，将主要虾类产品的小部分订单转交大连港铭承接，且逐渐增加面点类产品的生产。

报告期内，发行人自大连港铭的采购总额为 11,557.94 万元，发行人向大连港铭采购的前十大产品金额占向其采购总金额的比例为 82.33%。其中发行人虾

类产品、面点类的主要单品均由多家代工厂商供应，而虾类非主要单品则主要由大连港铭供应。

（1）其中六种产品大连港铭与其他代工厂商同时供应，占大连港铭采购额的 62.71%

千丝万缕虾（冻裹面包丝虾）、黄金蝴蝶虾（冻裹面包屑蝴蝶虾）餐饮量贩装均为发行人的主要单品，大连港铭仅承接小部分订单。面点类产品逐步由其他代工厂商转移至大连港铭生产。对于发行人自大连港铭与其他代工厂商的采购单价，在报告期内不存在较大差异。具体单品的采购金额、重量与单价情况具体如下：

单位：万元、吨、万元/吨

品号	产品名称	年份	金额		重量		单价		占发行人采购该产品总金额的比例	
			大连港铭	其他代工厂商	大连港铭	其他代工厂商	大连港铭	其他代工厂商	大连港铭	其他代工厂商
0627	千丝万缕虾（冻裹面包丝虾）	2018 年	1,308.29	3,870.93	473.26	1,421.28	2.76	2.72	16.34%	83.66%
		2019 年	1,091.01	3,844.92	395.28	1,485.39	2.76	2.59		
		2020 年	160.92	3,352.62	58.28	1,311.65	2.76	2.56		
		2021 年 1-6 月	8.88	2,086.65	3.23	817.12	2.75	2.55		
0856	笑口常开（水晶敞口虾饺）	2018 年	877.94	88.50	305.80	29.76	2.87	2.97	87.16%	12.84%
		2019 年	480.21	130.45	171.29	45.27	2.80	2.88		
		2020 年	108.75	-	37.38	-	2.91	-		
		2021 年 1-6 月	18.90	-	6.37	-	2.97	-		
0008	mini 至 Q 虾饺	2018 年	216.82	501.15	57.43	130.31	3.78	3.85	60.22%	39.78%
		2019 年	410.02	180.13	108.48	47.04	3.78	3.83		
		2020 年	309.09	112.43	87.03	31.10	3.55	3.61		
		2021 年 1-6 月	275.82	6.61	77.92	1.89	3.54	3.50		
0003	千丝万缕（冻裹面包丝虾）	2018 年	286.33	17.97	74.98	4.80	3.82	3.74	42.89%	12.30%
		2019 年	293.84	-	80.18	-	3.66	-		
		2020 年	272.45	58.70	74.73	16.88	3.65	3.48		
		2021 年 1-6 月	31.54	176.95	8.65	50.90	3.65	3.48		
0109	黄金蝴蝶虾（冻裹面包屑蝴蝶虾）餐饮量贩装	2018 年	19.70	3,597.57	6.83	1,264.59	2.88	2.84	4.55%	81.16%
		2019 年	47.41	4,534.03	16.74	1,607.06	2.83	2.82		
		2020 年	752.09	4,227.25	265.71	1,520.38	2.83	2.78		
		2021 年 1-6 月	11.72	2,465.59	4.14	896.95	2.83	2.75		
0743	萌面人企鹅家族奶黄包	2018 年	75.61	173.34	32.67	73.01	2.31	2.37	46.08%	53.92%
		2019 年	67.62	129.51	28.56	53.31	2.37	2.43		
		2020 年	80.86	8.56	34.68	3.48	2.33	2.46		
		2021 年	42.03	-	17.66	-	2.38	-		

		1-6 月							
--	--	-------	--	--	--	--	--	--	--

(2) 另外四种产品主要由大连港铭供应，占大连港铭采购额的 19.63%

大连港铭主要供应的四种产品，均为发行人非主要单品，且部分为客户定制化产品。2018 年和 2019 年增值税率两次调整，由于四种单品各期总体采购金额较少，集中由大连港铭生产有利于发挥定制产品的规模化优势，因此大连港铭与发行人协商，同意该等产品的含税单价不作调整，造成采购的未税单价略有上升。具体的采购金额、重量与单价情况具体如下：

单位：万元、吨、万元/吨

品号	产品名称	年份	金额	重量	单价
0001	金玉良缘虾（玉米片拉伸虾）	2018 年	269.32	67.18	4.01
		2019 年	405.55	98.94	4.10
		2020 年	361.73	87.86	4.12
		2021 年 1-6 月	286.17	69.64	4.11
1129	金缕玉丝虾（裹粉丝虾）	2018 年	135.48	31.80	4.26
		2019 年	224.47	51.91	4.32
		2020 年	84.72	19.43	4.36
		2021 年 1-6 月	31.83	7.30	4.36
0629	MP 椰蓉飞燕虾（预炸）	2018 年	138.49	26.78	5.17
		2019 年	52.53	10.00	5.25
		2020 年	29.34	5.50	5.34
		2021 年 1-6 月	16.85	3.16	5.33
0034	金玉良缘虾（玉米片拉伸虾）	2018 年	97.46	25.65	3.80
		2019 年	60.81	15.55	3.91
		2020 年	48.73	12.42	3.92
		2021 年 1-6 月	24.89	6.34	3.92

综上所述，对于大连港铭与其他代工厂商同时供应的产品，采购单价不存在较大差异，主要由大连港铭供应的产品，在报告期内不存在较大波动，因此发行人向大连港铭采购主要产品的单价具有公允性。

(二) 相关产品采购是否主要集中于海秀鲜、大连港铭

海秀鲜的前十大产品中，牛羊肉类产品主要由海秀鲜生产，主要基于其具备牛羊产品生产线的考虑，且有利于实现生产的规模化经济效益。大连港铭的前十大产品中，客户定制化、非主要虾类单品由大连港铭生产，便于发行人订单管理与质量把控。除此之外，海秀鲜与大连港铭的其他产品均有其他代工厂商进行供应。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、核查海秀鲜与大连港铭的走访记录，了解其成立至今的业务演变，生产优势等情况；
- 2、访谈发行人主管人员，了解订单分配原则及分配情况；
- 3、获取了发行人关于海秀鲜、大连港铭的采购明细，核查其主要供应产品与其他供应商的采购价格是否存在差异。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人向类关联方海秀鲜与大连港铭的采购金额和采购重量具有合理性，与其他供应商共同供应的产品的采购价格之间不存在较大差异，具有公允性。发行人牛羊肉类产品集中采购于海秀鲜，发行人虾类非主要单品分别集中采购于海秀鲜与大连港铭，与发行人订单分配原则相符。

问题 17

关于供应商大连品善食品有限公司、发行人子公司海鹰号。审核问询回复显示：

（1）发行人与供应商大连品善食品有限公司于 2019 年合资设立海鹰号，发行人持股 51%；

（2）发行人向大连品善食品有限公司采购金额报告期分别为 196.17 万元、198.06 万元和 10.35 万元；

（3）海鹰号成立之前，发行人鲍鱼类产品较少，而大连品善食品有限公司经营鲍鱼深加工产品多年，具有专业化的采购渠道优势，但受限于规模，需要寻求市场销售能力较强的行业内公司合作。

请发行人：

（1）补充说明向大连品善食品有限公司采购产品内容、金额、单价情况，相关产品是否主要从大连品善采购，与第三方供应商价格的比较的公允性；2020 年向大连品善采购规模显著下降的原因，2021 年鲍鱼类业务规模是否收缩；

(2) 补充说明在初加工产品业务中，发行人采购鲍鱼类的金额、数量、单价情况，主要供应商情况；发行人销售鲍鱼类产品的收入、数量、单价、毛利率情况，主要客户情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

(一) 补充说明向大连品善食品有限公司采购产品内容、金额、单价情况，相关产品是否主要从大连品善采购，与第三方供应商价格的比较的公允性；2020 年向大连品善采购规模显著下降的原因，2021 年鲍鱼类业务规模是否收缩

1、向大连品善采购产品内容、金额、单价情况

报告期，发行人向大连品善主要采购的产品包括富贵喜鲍、佛跳墙（速冻菜肴制品）等鲍鱼类深加工产品以及原壳豪鲍等鲍鱼初加工产品。报告期内，发行人向大连品善的采购情况如下：

单位：万元、万元/吨

产品类型	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
富贵喜鲍	-	-	-	-	50.65	4.15	169.68	4.15
富贵喜鲍宴席版	-	-	-	-	9.17	3.73	26.49	3.87
佛跳墙	-	-	3.74	9.45	3.74	9.45	-	-
其他鲍鱼深加工产品	1.63	3.54	6.61	4.65	-	-	-	-
原壳豪鲍（带脏）	10.72	11.79	-	-	103.12	10.95	-	-
原壳豪鲍（去脏）	-	-	-	-	31.38	14.74	-	-
合计	12.35	9.02	10.35	5.70	198.06	7.44	196.17	4.11

2、相关产品是否主要从大连品善采购，与第三方供应商价格的比较的公允性

大连品善主要从事富贵喜鲍及鲍鱼类深加工产品的生产和销售，发行人富贵喜鲍及鲍鱼类深加工产品的市场尚在拓展中，并未形成大规模销售。除大连品善之外，发行人也向大连华龙采购富贵喜鲍等产品。发行人向大连品善的采购定价公允，具体情况如下：

(1) 富贵喜鲍产品采购情况及定价公允性分析：

富贵喜鲍产品系发行人研发的产品，2018 年订单由大连品善加工生产，由

于该等产品销售未达预期，后转由大连华龙加工生产。同时期发行人自大连品善与大连华龙采购富贵喜鲍产品的价格相同。

（2）佛跳墙、浇汁鲍鱼汤等其他产品的采购情况及定价公允性分析：

佛跳墙、浇汁鲍鱼汤等产品系发行人 2020 年前后开拓电商零售渠道时推出的产品，报告期内的采购金额较小，尚未形成销售规模，因此产品主要从大连品善采购，未引入其他供应商。该等产品的价格基于市场化定价原则，经核查大连品善对于其他客户的销售价格，发行人向大连品善采购的佛跳墙、浇汁鲍鱼汤等产品定价总体公允。

（3）原壳豪鲍产品采购情况及定价公允性分析

原壳豪鲍属于鲍鱼类初加工产品，系海鹰号销售的初加工产品。2019 年海鹰号设立初期，处于初始发展阶段，为业务开展需要，通过大连品善向其供应商福清市明信海产品有限公司采购一批原壳豪鲍初加工产品。2021 年上半年发行人尝试开拓礼品、零售端市场，海鹰号向大连品善采购了少量小包装原壳豪鲍。除此之外海鹰号以委托加工模式开展鲍鱼初加工产品的采购，即通过合作社采购鲍鱼原料，再委托福建龙翔水产食品有限公司等加工厂商加工。向大连品善采购、委托加工模式采购的主要为 7 头、8 头、10 头规格的原壳豪鲍，2019 年采购单价如下表：

单位：万元/吨

品名	大连品善	同期委托加工模式
原壳豪鲍（带脏）7 头	11.67	10.40
原壳豪鲍（带脏）8 头	11.04	9.67
原壳豪鲍（带脏）10 头	10.69	9.01

大连品善与委托加工模式下的价格存在差异的原因系，委托加工模式下代工厂商不必承担原料的资金成本，且不需承担原料价格波动的风险，因此差异具有合理性，发行人向大连品善采购原壳豪鲍的价格具有公允性。

3、2020 年向大连品善采购规模显著下降的原因，2021 年鲍鱼类业务规模是否收缩

2020 年向大连品善采购规模显著下降的原因主要系产品品类减少所致。其中 2019 年主要的采购品类富贵喜鲍与原壳豪鲍 2020 年不再向大连品善采购。富贵喜鲍产品由于采购订单调整，由大连华龙生产。原壳豪鲍产品在海鹰号以委托加工模式采购后，直接向合作社采购鲍鱼原料，因此未再向大连品善采购。2020

年，大连品善仅供应了少量定制产品，用于开拓电商零售市场。

由海鹰号开展的鲍鱼初加工产品业务，2021 年上半年业务较去年同期已有所恢复，为 656.97 万元；鲍鱼类深加工产品如富贵喜鲍、佛跳墙、浇汁鲍鱼汤尚未形成销售规模。

（二）补充说明在初加工产品业务中，发行人采购鲍鱼类的金额、数量、单价情况，主要供应商情况；发行人销售鲍鱼类产品的收入、数量、单价、毛利率情况，主要客户情况

1、采购鲍鱼类的金额、数量、单价情况，主要供应商情况

2019 年-2021 年 1-6 月，发行人采购鲍鱼类产品的金额、数量及单价情况具体如下：

单位：万元、吨、万元/吨

品类	2021 年 1-6 月			2020 年			2019 年		
	金额	数量	单价	金额	数量	单价	金额	数量	单价
原壳豪鲍（带脏）	656.97	108.44	6.06	575.77	113.98	5.05	1,424.10	173.57	8.20
原壳豪鲍（去脏）	-	-	-	2.64	0.26	10.15	31.38	2.13	14.74
合计	656.97	108.44	6.06	578.41	114.24	5.06	1,455.48	175.70	8.28

主要供应商情况：2019 年至 2021 年 6 月，发行人鲍鱼类产品的前五大供应商包括连江县龙井水产养殖专业合作社、福建省裕海水产有限公司、福清市龙翔水产养殖场（普通合伙）（福建龙翔水产食品有限公司为同一控制下公司）、连江县可门口鲍鱼养殖专业合作社、福清市明信海产品有限公司，合计采购金额为 2,483.60 万元，占采购总额的比例为 92.30%。

2、发行人销售鲍鱼类产品的收入、数量、单价、毛利率情况，主要客户情况

2019 年-2021 年 6 月，发行人销售鲍鱼类产品的金额、数量、单价及毛利率情况具体如下：

单位：万元、吨、万元/吨

品类	2021 年 1-6 月				2020 年			
	金额	数量	单价	毛利率	金额	数量	单价	毛利率
原壳豪鲍（带脏）	316.94	41.98	7.55	7.90%	1,198.90	156.78	7.65	0.66%
原壳豪鲍（去脏）	16.95	1.34	12.66	-21.97%	7.12	0.54	13.19	18.52%

合计	333.89	43.32	7.71	6.38%	1,206.02	157.32	7.67	0.77%
品类	2019 年							
	金额	数量	单价	毛利率				
原壳豪鲍(带脏)	508.09	46.01	11.04	18.69%				
原壳豪鲍(去脏)	8.44	0.51	16.55	10.63%				
合计	516.53	46.52	11.10	18.56%				

2019-2021 年 6 月，发行人各期鲍鱼类产品销售收入前五大客户情况如下：

单位：万元

2021 年 1-6 月			
序号	客户名称	销售金额	占比
1	大连品善食品有限公司、大连善品国际贸易有限公司	155.75	46.65%
2	青岛三和渔丰贸易有限公司	43.06	12.90%
3	北京山之川日式料理有限公司	26.94	8.07%
4	上海大肆食品贸易有限公司	19.21	5.75%
5	吉林省良泽商贸有限公司	13.13	3.93%
合计		258.09	77.30%
2020 年度			
序号	客户名称	销售金额	占比
1	福建省新膳海洋食品有限公司	622.78	51.64%
2	大连品善食品有限公司、大连善品国际贸易有限公司	230.98	19.15%
3	新疆长福宫餐饮管理有限公司 长春南路分公司	123.85	10.27%
4	青岛三和渔丰贸易有限公司	64.59	5.36%
5	大连渔公岛海洋食品有限公司	27.43	2.27%
合计		1,069.64	88.69%
2019 年度			
序号	客户名称	销售金额	占比
1	大连品善食品有限公司、大连善品国际贸易有限公司	308.03	59.63%
2	乌鲁木齐市火宴山火一店餐饮有限公司	50.64	9.80%
3	宋剑平	34.43	6.66%
4	上海逸晟国际贸易有限公司	17.35	3.36%
5	甘肃雪木工贸有限公司	12.82	2.48%
合计		423.26	81.94%

上述客户中，发行人向大连品善食品有限公司及福建省新膳海洋食品有限公司的销售额占比较大，主要原因系大连品善食品有限公司主要从事生产和销售鲍鱼深加工产品，如“佛跳墙”等产品，本身对鲍鱼需求较大，海鹰号成立前其直接从福建采购，海鹰号成立后其通过海鹰号采购；福建省新膳海洋食品有限公司有鲍鱼类产品加工及出口的需求，疫情后基于谨慎性考虑其生产经营规模较小，其在 2020 年下半年订单增加后，由于不是鲍鱼产季的原因，市场上符合其规格

要求的鲍鱼产品极少，而发行人于 2019 年采购的产品尚有库存，且规格能满足该客户的要求，因此发行人向其销售占比较大亦具有合理性。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、获取关于大连品善报告期的采购明细，核查同种产品与其他第三方供应商的价格比较；获取相关产品的销售情况等；
- 2、访谈发行人相关人员，了解海鹰号成立初期的经营模式；
- 3、获取委托加工模式下，鲍鱼原料采购合同、委托加工合同等资料。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人从大连品善主要采购的富贵喜鲍、原壳豪鲍等产品与第三方供应商的价格差异不大，具有公允性。大连品善采购规模显著下降的原因主要系产品品类减少所致，主要产品转移至其他代工厂商或加工厂商生产，2021 年上半年发行人鲍鱼类业务较去年同期已有所恢复。

问题 18

关于发行人主要代工厂商。审核问询回复显示：

（1）除代工厂商荣成渔都食品有限公司、大连华龙食品有限公司外，其余主要代工厂商向销售发行人金额占其总销售的比重均在 85%以上；

（2）大连兴强系发行人主要代工厂商，督导发现其 2017 年至 2019 年向发行人员工黄某某分别转账 1,489.74 万元、4,093.64 万元和 116.48 万元，合计 5,699.86 万元；黄某某 2012 年 9 月入职发行人，现场督导时任湛江采购主任；保荐人、申报会计师对黄某某以及上述主要虾原料供应商进行了实地走访，相关资金不存在通过客户或其他渠道流回发行人，不存在体外资金循环等情形；

（3）现场督导发现发行人主要代工厂商东港富润在收到发行人货款后大额取现的情形，2017 年至 2020 年 1-6 月取现金额分别为 6,880.00 万元、5,130.00 万元、2,965.00 万元和 1,266.48 万元；就相关资金的用途和去向，东港富润对于

2017年至2020年存在大额取现的情况出具了说明:大额取现主要用于购买原料,不存在通过客户或其他渠道流回发行人,不存在体外资金循环,发行人相关采购真实、准确;

(4) 主要代工厂商大连港铭的实际控制人田明曾系发行人子公司亚渔国贸的生产经理,田明2016年7月设立大连港铭并受让发行人全资子公司亚渔国贸固定资产后为亚洲渔港提供产品的外协加工业务。大连港铭以企业经营的隐私为由未提供其银行账户流水;根据大连港铭及发行人声明,发行人不存在通过客户或其他渠道流回发行人的情形,不存在体外资金循环,发行人采购真实、准确。

请发行人:

(1) 补充说明向大连兴强、东港富润、大连港铭、荣成渔都食品有限公司、丹东大丰食品有限公司2017年至2020年采购金额的比较情况,结合向其采购的主要产品类型、金额、数量、单价情况,比较说明发行人向大连兴强、东港富润、大连港铭与荣成渔都、丹东大丰之间的采购差异情况;

(2) 补充说明黄某某的背景,在发行人主要从采购代工厂成品的情况下,其在发行人担任湛江采购主任的原因和职能,大连兴强选择黄某某合作的原因和必要性;

(3) 补充说明2017年至2020年,东港富润取现金额及其占发行人向其支付金额比例情况;

(4) 补充说明发行人亚渔国贸停止生产后,由田明接手继而向其采购的背景,上述是否系一揽子安排。

请保荐人、申报会计师发表明确意见,补充说明:

(1) 对黄某某流水的核查情况,包括账户数量,2017年至2020年其从大连兴强收款、退款金额及向“湛江”供应商支付金额、金额情况,对“湛江”供应商走访数量及占上述金额的比例情况;除大连兴强外,黄某某是否与发行人其他供应商存在大额资金往来;

(2) 其他主要代工厂商流水中是否存在与东港富润类似规模的大额取现情形,东港富润大额取现的合理性;除东港富润出具的说明外,其他核查证据情况。

【回复】

一、发行人情况说明

（一）关于发行人代工厂商的总体说明

1、发行人供应商向发行人销售占其销售比重较高，与发行人品牌生鲜餐饮食材供应链的运营模式有关。为保证生鲜餐饮食材的供应效率、质量，发行人在选取供应商时，一般选择曾有出口经验、加工条件较好的厂商，且在国内市场约定排他条款，即主要供应商应主要供应发行人，以保证产品品质、供应效率。

2、发行人聘请黄某某（常驻广东湛江）进行品控工作，主要是基于产品质量、溯源的要求，将管理深度向前端延伸。发行人虾类、鱼类、贝类产品均设置了品控人员。黄某某负责广东、越南等地的产品品控工作。黄某某为大连兴强提供采购服务，系其个人行为，未得到亚洲渔港授权。发行人已经对其他产品品控人员、入职半年以上的发行人驻代工厂商人员银行开立户情况，大额转账情况，是否存在与代工厂商及其供应商存在资金往来的情况进行了核查，未发现与代工厂商存在资金、利益往来行为。

3、东港富润是发行人鱿鱼类、虾类产品供应商，其鱿鱼、海捕小虾主要在本地采购，因此，其现金取现主要系原料采购。

4、亚渔国贸原为发行人自有工厂，因自身规划调整，停止生产。为保证虾类产品等原自主产品的供应，经与原经理田明商谈，由田明成立大连港铭，承接亚渔国贸生产，大连港铭自负盈亏。因此上述交易不属于一揽子安排。

（二）补充说明向大连兴强、东港富润、大连港铭、荣成渔都食品有限公司、丹东大丰食品有限公司 2017 年至 2020 年采购金额的比较情况，结合向其采购的主要产品类型、金额、数量、单价情况，比较说明发行人向大连兴强、东港富润、大连港铭与荣成渔都、丹东大丰之间的采购差异情况

1、五家代工厂商 2017 年至 2021 年 1-6 月采购金额比较

2017 年至 2021 年 1-6 月，发行人向大连兴强、东港富润、大连港铭、荣成渔都、丹东大丰的采购金额具体如下：

单位：万元

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
大连兴强	4,102.84	7,516.49	13,002.09	14,979.96	12,730.02

东港富润	4,651.31	8,358.97	10,599.60	8,282.61	8,278.14
大连港铭	1,209.40	2,645.02	3,770.49	3,933.03	2,679.41
荣成渔都	4,552.03	7,765.93	8,656.59	4,346.11	1,809.64
丹东大丰	4,542.82	7,192.88	8,776.78	8,808.43	8,081.53

2、发行人向大连兴强、东港富润、大连港铭与荣成渔都、丹东大丰之间的采购差异情况

2017 年至 2021 年 1-6 月，大连兴强具备自动化虾排生产线，因此主要供应虾排类产品；东港富润由于当地原料资源丰富，主要供应贝类、虾类、鱿鱼类产品；大连港铭基于前期生产经验积累，主要供应虾类、面点类产品；荣成地区多为水产品鱼类加工企业，故发行人主要向荣成渔都采购鱼类产品；丹东大丰基于生产经验，主要供应虾类产品。在现有的供应商管理体系下，代工厂商均向发行人供应各自的优势产品品类，因此向代工厂商采购的品类存在差异。

（1）虾类产品采购金额、数量、单价的差异情况

大连兴强、东港富润、大连港铭、丹东大丰的主要产品为虾类产品，2017 年至 2021 年 1-6 月虾类产品的采购金额、数量、单价情况如下表所示：

单位：万元、吨、万元/吨

品类	年度	项目	大连兴强	东港富润	大连港铭	丹东大丰
虾类产品	2017 年	金额	11,794.31	1,828.31	2,360.61	8,078.49
		数量	3,455.34	573.59	683.63	2,442.86
		单价	3.41	3.19	3.45	3.31
	2018 年	金额	14,084.21	2,361.95	2,515.71	8,808.43
		数量	4,182.53	777.88	775.79	2,765.99
		单价	3.37	3.04	3.24	3.18
	2019 年	金额	12,101.43	2,341.85	2,456.25	8,742.16
		数量	3,924.67	772.62	746.06	3,014.64
		单价	3.08	3.03	3.29	2.90
	2020 年	金额	6,825.33	2,565.43	1,764.98	7,026.90
		数量	2,483.14	841.10	534.69	2,473.63
		单价	2.75	3.05	3.30	2.84
	2021 年 1-6 月	金额	3,718.60	1,425.72	445.95	4,482.89
		数量	1,405.46	453.16	109.51	1,558.07
		单价	2.65	3.15	4.07	2.88

2017 年至 2021 年 1-6 月，发行人向 4 家代工厂商采购的虾类产品种类不存在重大变化，各年度采购价格有所波动，主要受虾原料市场价格变动、各期采购的具体单品所占比重不同的影响。其中由于芝士奶油焗大虾、玉米片虾排等单价较高的产品转移至发行人自有工厂生产，造成向大连兴强采购的单价降幅较大。

丹东大丰向发行人销售金额最大的两款产品 0109 黄金蝴蝶虾、0627 千丝万缕虾的单价较低，且在 2017 年至 2020 年各年度，占向发行人销售总金额的比重逐年增加，因此丹东大丰供应产品的平均价格有所下降。大连港铭 2021 年 1-6 月向发行人销售的主要系 0001 金玉良缘虾、1129 金缕玉丝虾两款单价较高的产品，因此 2021 年上半年大连港铭向发行人销售产品的单价有所上升。

总体上看，发行人采购的虾类产品的单价均在 3 万元/吨左右，不存在较大差异。

（2）贝类、鱿鱼类等其他主要产品采购金额、数量、单价的差异情况

除虾产品外，东港富润主要供应的贝类产品、鱿鱼类产品；荣成渔都主要供应的鱼类产品，大连港铭主要供应的面点类产品，其采购金额、数量、单价情况如下表所示：

单位：万元、吨、万元/吨

年度	项目	东港富润 贝类产品	东港富润 鱿鱼类产品	荣成渔都 鱼类产品	大连港铭 面点类产品
2017 年	金额	2,117.44	2,742.57	562.98	296.82
	数量	610.53	901.39	333.87	100.83
	单价	3.47	3.04	1.69	2.94
2018 年	金额	1,871.65	2,219.96	2,541.11	1,319.11
	数量	613.89	712.85	1,445.76	454.46
	单价	3.05	3.11	1.76	2.90
2019 年	金额	3,963.17	2,006.47	6,919.98	1,278.37
	数量	1,332.81	649.11	4,203.16	419.35
	单价	2.97	3.09	1.65	3.05
2020 年	金额	2,496.81	1,458.48	6,063.72	847.29
	数量	888.19	479.57	3,661.52	296.23
	单价	2.81	3.04	1.66	2.86
2021 年 1-6 月	金额	1,233.25	957.53	3,279.14	758.93
	数量	433.37	306.98	2,015.50	251.06
	单价	2.85	3.12	1.63	3.02

2017 年至 2021 年 1-6 月，向东港富润采购的贝类单品种类不存在重大变化，主要为蒜蓉粉丝贝产品，各期单价持续下跌的原因包括：贝类原料价格稳中有降，蒜蓉粉丝贝产品在下游终端市场中的品牌较多，市场竞争较为激烈的情况，该产品的销售价格承压，同时发行人调整了该类产品的生产工艺降低产品成本。

东港富润鱿鱼类产品、荣成渔都鱼类产品、大连港铭面点类产品，2017 年至 2021 年 1-6 月期间，单价均有波动，主要系原料价格变动造成价格变动，以及发行人各期采购的具体单品所占比重不同所致。

因此，发行人向不同代工厂商采购虾类、贝类、鱿鱼类、鱼类、面点类产品，主要基于代工厂商的生产优势，采购金额、采购数量有所不同，同类产品的单价较为接近；不同类产品的单价，各年相比，差异变动不大。

（三）补充说明黄某某的背景，在发行人主要从采购代工厂成品的情况下，其在发行人担任湛江采购主任的原因和职能，大连兴强选择黄某某合作的原因和必要性

1、补充说明黄某某的背景，在发行人主要从采购代工厂成品的情况下，其在发行人担任湛江采购主任的原因和职能

黄某某系湛江人，原就职于当地某水产公司，负责水产品检测及成本核算工作。自 2012 年，发行人为及时准确掌握上游原料特别是主要深加工产品虾类原料市场动向，实现采购端成本的管控，开始招聘有经验的原料品质控制及市场人员，并开发原料主产地或集散区域的优质供应商向代工厂商推荐。因此聘任黄某某为湛江采购员。2018 年后，发行人开始向美团快驴销售巴沙鱼初加工品，黄某某又承担对越南等地供应商的选择与品质把控。

2、大连兴强选择黄某某合作的原因和必要性

大连兴强为发行人提供各类虾排产品，对虾类原料的要求较高。广东湛江系国内虾产品主要供应地区之一，但虾养殖户和商贩较为零散，采购过程中商户通常要求款到发货，无法开具正规发票，且湛江与大连相距较远，给大连兴强的采购带来诸多不便。大连兴强在湛江地区采购虾类原料时，与黄某某结识，同时黄某某系湛江人，对虾类原料质量控制较为熟悉。大连兴强考虑上述因素，与黄某某多次协商后，在 2017 年度、2018 年度、2019 年 1 月，在大连兴强洽谈确定采购标的后，向黄某某转账，黄某某收到款项后，协助检查产品质量，向个体商贩支付，拼成整箱，向大连兴强发货。

经核查，发行人其他五名品控、采购相关人员的个人银行流水，不存在与大连兴强或其他代工厂商及其供应商等的资金往来记录。入职时间在半年以上的发行人七名驻代工厂商人员的个人流水，不存在与代工厂商及其供应商的资金往来记录。

（四）补充说明 2017 年至 2020 年，东港富润取现金额及其占发行人向其支付金额比例情况

东港富润地处沿海城市丹东市，当地鱿鱼、虾等的原料供应充足，东港富润原材料采购来源主要为当地渔民捕捞的鱿鱼、虾等。该等采购渠道通常采取现款现结的方式展开，现金交易较为普遍。根据东港富润提供的银行流水，柜台取现的金额汇总，以及占各年度发行人向其采购支付的金额及比例具体如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
取现金额	7,377.00	5,130.00	2,965.00	2,646.48
发行人采购支付金额	8,278.14	8,282.61	10,599.60	8,358.97
取现占比	89.11%	61.94%	27.97%	31.66%

注：除现场督导获取的银行流水资料之外，东港富润未再进一步提供其自身的银行流水。

发行人每月按照订单与东港富润结算并支付采购款项，与东港富润的取现不相关。

（五）补充说明发行人亚渔国贸停止生产后，由田明接手继而向其采购的背景，上述是否系一揽子安排

大连港铭成立于 2016 年，田明系唯一股东。田明系原发行人子公司亚渔国贸的生产经理，2016 年亚渔国贸因规划调整停止生产，由于田明具备管理与生产经验，熟悉发行人的代工厂商管理体系以及对产品的质量要求标准，发行人与田明存在合作基础，因此大连港铭受让亚渔国贸固定资产后开展发行人代加工业务。双方在合作过程中，基于市场化谈判安排订单，大连港铭自负盈亏。因此上述交易不属于一揽子安排。

二、申报会计师说明

（一）对黄某某流水的核查情况，包括账户数量，2017 年至 2020 年其从大连兴强收款、退款金额及向“湛江”供应商支付金额、金额情况，对“湛江”供应商走访数量及占上述金额的比例情况；除大连兴强外，黄某某是否与发行人其他供应商存在大额资金往来

1、对黄某某流水的核查情况，包括账户数量，2017 年至 2020 年其从大连兴强收款、退款金额及向“湛江”供应商支付金额、金额情况

申报会计师调取了黄某某在工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、招商银行、大连银行、浦发银行等 8 家银行开立的银行账户，共计核查账户数量 15 个。针对 2017 年至 2020 年间，黄某某与代工厂商、原料供应商之

间的转账记录，申报会计师进行了核查。

2017 年至 2020 年，黄某某除从大连兴强收取原料款外，还存在帮助其他与发行人无关的采购商进行采购，并收取原料款。

2017 年至 2020 年间，黄某某从大连兴强收款合计 7,276.44 万元，从其他采购商处收款合计 187.71 万元；退款至大连兴强相关人员处 4,825.02 万元，向“湛江”供应商支付 2,648.31 万元。

2、对“湛江”供应商走访数量及占上述金额的比例情况

申报会计师 2021 年 3 月于广东湛江实地走访与黄某某存在资金往来的虾原料供应商 9 家，该等个体工商户确系当地的虾原料加工商，并向该等人员核查黄某某在大连兴强原料采购中协助的内容，该等虾原料加工商与大连兴强、黄某某、发行人不存在关联关系，不存在与发行人体外资金循环的情形，上述走访供应商的采购金额占黄某某向“湛江”供应商支付金额的比例为 60.45%。

3、除大连兴强外，黄某某是否与发行人其他供应商存在大额资金往来

根据对黄某某资金流水的核查，以及对其的访谈，黄某某与发行人其他供应商不存在大额资金往来。

（二）其他主要代工厂商流水中是否存在与东港富润类似规模的大额取现情形，东港富润大额取现的合理性；除东港富润出具的说明外，其他核查证据情况

1、其他主要代工厂商流水中不存在大额取现情形

申报会计师获取并核查了大连兴强、东港富润、丹东大丰、荣成渔都、海秀鲜、大连华龙、大连品善等 7 家主要代工厂商的与发行人相关的银行账户流水。

除东港富润之外，根据大连兴强、丹东大丰、海秀鲜、荣成渔都、大连华龙、大连品善等 6 家其他主要代工厂商提供的主要银行账户流水，不存在日常性或类似于东港富润规模的大额取现的情形。

2、东港富润大额取现的合理性

东港富润地处沿海城市丹东市，当地鱿鱼、虾等的原料供应充足，东港富润原材料采购来源为当地渔民捕捞的鱿鱼、虾等。该等采购渠道通常采取现款现结的方式展开，现金交易较为普遍。东港富润取现金额较大主要与其采购渠道特点有关，具有合理性。就相关资金的用途和去向，东港富润对于 2017 年至 2020 年

存在大额取现的情况出具了说明：取现主要用于原料鱿鱼、海捕小虾等港口采购现货交易及税收考虑，与发行人及相关人员无关。

3、除东港富润出具的说明外，其他核查证据情况

经发行人与东港富润沟通，获取了个人原料供应商向东港富润开具的部分发票。根据申报会计师对发行人及子公司、发行人实际控制人及其直系亲属、发行人董监高及关键管理人员、采购相关人员的银行流水的流水核查，代工厂商的取现不存在通过客户或其他渠道流回发行人，不存在体外资金循环，发行人相关采购真实、准确。

（三）核查程序和核查意见

1、核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

（1）获取发行人 2017 年至 2021 年 1-6 月采购明细；核查发行人自产产品、自产重量等情况；

（2）获取了大连兴强关于与黄某某合作建立的背景说明，访谈发行人相关人员关于黄某某的工作内容和职责，陪同其他全部五名发行人品控、采购人员前往银行调取流水，通过柜台及自助机询问、拍照等方式，核查相关人员在各银行的开户情况，并核查是否与代工厂商或其供应商之间存在交易往来以及单笔 5 万元或同时段多笔累计 5 万元以上的大额转账情况；获取了发行人全部入职半年以上的 7 名驻代工厂商人员的流水，通过柜台、手机银行查询的录制视频，确定银行账户开立情况，并核查了银行流水转账记录及单笔 5 万元或同时段多笔累计 5 万元以上的大额转账情况；

（3）获取了大连兴强、东港富润、丹东大丰、荣成渔都、海秀鲜、大连华龙、大连品善等 7 家主要代工厂商与发行人相关的银行账户流水；

（4）统计并汇总东港富润在 2017 年至 2020 年大额取现的情况，并获取了东港富润出具的关于大额取现的说明，以及个人原料供应商向东港富润开具的部分发票；

（5）访谈了发行人相关当事人，了解大连港铭承接亚渔国贸的经过，获取了大连港铭对于承接以及后续合作过程出具的承诺；

（6）调取并核查黄某某在 8 家商业银行的银行账户情况，对与代工厂商及

相关人员交易金额、向“湛江”供应商转账金额等进行汇总；

(7)对 9 家虾原料供应商的主要负责人或交易对手方进行实地走访并访谈，确认黄某某在大连兴强原料采购中协助的内容，该等虾原料加工商与大连兴强、黄某某、发行人不存在关联关系，不存在与发行人体外资金循环的情形；

(8)获取发行人及子公司、发行人实际控制人及其直系亲属、发行人董监高及关键管理人员、采购相关人员的银行流水，核查发行人与代工厂商、客户是否存在异常情况的交易。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1)发行人向不同代工厂商采购虾类、贝类、鱿鱼类、鱼类、面点类产品，主要基于代工厂商的生产优势，采购金额、采购数量有所不同，同类产品的单价较为接近，不同类产品的各年价格比较，差异变动不大；

(2)2012 年发行人为实现采购端成本管控，聘任黄某某为湛江采购主任，其工作职责包括实现及时准确掌握上游原料市场动向，开发优质原料供应商，向代工厂商推荐采购渠道；2018 年开始，黄某某又承担巴沙鱼初加工产品境外供应商的考查，因此黄某某各阶段的工作职责符合发行人的发展战略规划；

(3)大连兴强为采购原料需要，黄某某协助代付货款具有合理性和必要性，其行为系个人行为，未得到发行人及管理人士的授权；大连兴强的采购款项并非来源于发行人，款项的最终流向为虾原料供应商或退至大连兴强相关人员；

(4)亚渔国贸因计划调整停止生产，与大连港铭承接亚渔国贸固定资产并开展发行人代加工业务不属于一揽子安排；

(5)东港富润因地处沿海城市丹东市，取现用于大量海捕原料采购具有合理性和必要性，且不存在通过客户或其他渠道流回发行人，不存在体外资金循环，发行人相关采购真实、准确。

问题 19

关于深加工产品毛利率。审核问询回复显示：

(1)发行人主营业务收入报告期分别为 91,305.68 万元、120,247.36 万元和 89,564.37 万元，2020 受新冠疫情影响业绩有所下滑；

(2) 发行人深加工产品毛利率呈上升趋势，报告期分别为 18.34%、19.62% 和 21.78%，其中深加工虾类产品毛利率报告期分别为 16.99%、19.06% 和 21.28%，2020 年毛利率上涨原因系“减少了虾类深加工产品的促销力度，销售折扣总体减少”；

(3) 深加工虾类产品单位售价报告期分别为 3.83 万元/吨、3.91 万元/吨和 3.86 万元/吨。

请发行人补充说明：

(1) 在 2020 年受新冠疫情影响，发行人整体销售规模和规模效应下降的情况下，毛利率上升的合理性；

(2) 2020 年深加工虾类产品单位售价下降的原因，与“减少了虾类深加工产品的促销力度，销售折扣总体减少”的描述是否一致。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

(一) 在 2020 年受新冠疫情影响，发行人整体销售规模和规模效应下降的情况下，毛利率上升的合理性

发行人 2020 年度深加工产品毛利率与变动情况如下表所示：

单位：万元

深加工产品类别	2020 年度			2019 年度			毛利率变动
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	
虾类	32,995.22	25,975.26	21.28%	44,060.05	35,661.00	19.06%	2.21%
贝类	6,663.04	5,356.99	19.60%	11,276.56	9,523.32	15.55%	4.05%
鱼类	14,228.43	11,475.34	19.35%	14,630.86	11,919.62	18.53%	0.82%
鱿鱼类	3,418.33	2,646.04	22.59%	4,140.20	3,219.00	22.25%	0.34%
面点类	6,734.06	4,775.06	29.09%	9,603.92	7,179.17	25.25%	3.84%
牛羊肉类	763.88	650.77	14.81%	1,394.30	1,258.82	9.72%	5.09%
其他	2,632.95	1,868.47	29.03%	3,308.60	2,304.82	30.34%	-1.30%
合计	67,435.90	52,747.92	21.78%	88,414.49	71,065.74	19.62%	2.16%

2020 年，发行人深加工产品中，虾类、贝类、面点类和牛羊肉类毛利率较 2019 年增长幅度较大。

发行人 2021 年 1-6 月深加工产品毛利率与变动情况如下表所示：

单位：万元

深加工产品类别	2021 年 1-6 月			2020 年度			毛利率变动
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	
虾类	25,777.88	20,952.02	18.72%	32,995.22	25,975.26	21.28%	-2.56%
贝类	4,305.56	3,434.04	20.24%	6,663.04	5,356.99	19.60%	0.64%
鱼类	7,456.71	6,081.43	18.44%	14,228.43	11,475.34	19.35%	-0.91%
鱿鱼类	2,713.25	2,136.02	21.27%	3,418.33	2,646.04	22.59%	-1.32%
面点类	4,221.24	2,952.88	30.05%	6,734.06	4,775.06	29.09%	0.96%
牛羊肉类	471.65	411.87	12.68%	763.88	650.77	14.81%	-2.13%
其他	1,622.72	1,243.52	23.37%	2,632.95	1,868.47	29.03%	-5.66%
合计	46,569.02	37,211.78	20.09%	67,435.90	52,747.92	21.78%	-1.69%

2021 年 1-6 月，发行人深加工产品毛利率较 2020 年度下降 1.69 个百分点，其中，虾类和牛羊肉类毛利率较 2020 年下降幅度较大。

1、虾类产品毛利率变动分析

虾类产品 2020 年度毛利率 21.28%，较 2019 年上升 2.21 个百分点，变动原因为自产产品占比及毛利率提升，以及减少了虾类深加工产品的促销力度，销售折扣总体减少。2020 年度虾类产品自产部分收入占比及毛利率情况如下表所示：

单位：万元

类别	2020 年度				2019 年度			
	收入		成本	毛利率	收入		成本	毛利率
	金额	比例			金额	占比		
自产虾类产品	4,363.76	13.23%	2,932.67	32.79%	4,722.61	10.72%	3,328.96	29.51%
代工虾类产品	28,631.46	86.77%	23,042.59	19.52%	39,337.45	89.18%	32,332.04	17.81%
合计	32,995.22	100.00%	25,975.26	21.28%	44,060.05	100.00%	35,661.00	19.06%

自产虾类产品占比及毛利率上升原因系发行人 2020 年度新增自产玉米片虾排，且减少了毛利率较低的芝士焗龙虾产品产量。假设代工产品毛利率维持不变，按 2020 年度自产比例及毛利率计算，自产占比及毛利率上升对深加工虾类产品整体毛利上升贡献 0.73 个百分点；因减少促销及折扣力度等原因对深加工虾类产品整体毛利率上升贡献 1.49 个百分点。

虾类产品 2021 年 1-6 月毛利率 18.72%，较 2020 年下降 2.56 个百分点，变动原因为收购中联公司导致合并范围变化且中联公司深加工虾类产品毛利率较低，中联公司 2021 年 1-6 月深加工虾类产品销售收入 5,843.42 万元，销售毛利率 11.48%。剔除中联公司产品后，发行人其他深加工虾类产品 2021 年 1-6 月销售额 19,934.46 万元，销售毛利率 20.84%，与 2020 年度相比毛利率变动较小。2、

贝类产品毛利率变动分析

贝类产品 2020 年度毛利率 19.60%，较 2019 年度上升 4.05 个百分点。发行人贝类产品主要销售产品为“0235 情侣贝”及“0189 宝宝贝餐饮量贩装”，上述两种产品的毛利率及单位销售价格情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度	
	0235 情侣贝	0189 宝宝贝	0235 情侣贝	0189 宝宝贝
销售收入（万元）	2,632.11	2,602.56	4,039.78	4,237.51
销售成本（万元）	2,151.24	2,022.00	3,485.17	3,525.78
毛利率	18.27%	22.31%	13.73%	16.80%
销售额占深加工贝类产品比例	39.50%	39.06%	35.82%	37.58%
采购成本（万元/吨）	2.73	2.88	2.92	3.12

上述主要产品由于 2020 年度发行人采购成本降低，而发行人销售均价相对而言较为稳定，因此毛利率较 2019 年大幅上升。

贝类产品 2021 年 1-6 月毛利率 20.24%，较 2020 年度上升 0.64 个百分点，与 2020 年度相比毛利率变动较小。

3、面点类产品毛利率变动分析

面点类产品 2020 年度毛利率 29.09%，较 2019 年度上升 3.84 个百分点。发行人 2020 年度面点类产品毛利率大幅上升主要原因为自产比例提升，自产部分收入占比及毛利率情况如下表所示：

单位：万元

类别	2020 年度				2019 年度			
	收入		成本	毛利率	收入		成本	毛利率
	金额	比例			金额	比例		
自产面点产品	3,257.30	48.37%	1,958.52	39.87%	2,655.29	27.65%	1,606.07	39.51%
代工面点产品	3,476.76	51.63%	2,816.54	18.99%	6,948.64	72.35%	5,573.10	19.80%
合计	6,734.06	100.00%	4,775.06	29.09%	9,603.92	100.00%	7,179.17	25.25%

假设代工产品毛利率维持不变，按 2020 年度自产比例及毛利率计算，自产占比及毛利率上升对深加工面点类产品整体毛利上升贡献 4.26 个百分点；因代工面点产品毛利下降影响整体毛利率下降 0.42 个百分点。

面点类产品 2021 年 1-6 月毛利率 30.05%，较 2020 年度上升 0.96 个百

分点，主要原因为发行人自产比例持续提升，自产部分收入占比及毛利率情况如下表所示：

单位：万元

类别	2021 年 1-6 月				2020 年度			
	收入		成本	毛利率	收入		成本	毛利率
	金额	比例			金额	比例		
自产面点产品	2,262.07	53.59%	1,376.50	39.15%	3,257.30	48.37%	1,958.52	39.87%
代工面点产品	1,959.17	46.41%	1,576.39	19.54%	3,476.76	51.63%	2,816.54	18.99%
合计	4,221.24	100.00%	2,952.88	30.05%	6,734.06	100.00%	4,775.06	29.09%

4、牛羊肉类产品毛利率变动分析

牛羊肉类产品 2020 年度毛利率 14.81%，较 2019 年度上升 5.09 个百分点，系发行人 2020 年度调整产品结构，除少量库存清仓外，2020 年度未经营毛利较低的其他产品，仅销售原味牛肉串产品，该产品 2020 年度销售额占牛羊肉类销售总额的 99.78%，2020 年度该产品毛利率 14.84%，较 2019 年上升 4.75 个百分点，系牛肉价格上涨后销售价格涨幅大于成本涨幅所致。

牛羊肉类产品 2021 年 1-6 月毛利率 12.68%，较 2020 年度下降 2.13 个百分点，发行人 2021 年牛羊肉类产品均为原味牛肉串产品，该产品较毛利率 2020 年下降 2.17 个百分点，系牛肉价格持续上涨导致采购成本上升所致。

综上所述，发行人 2020 年度深加工产品毛利率上升，主要原因系自产占比提升、促销及折扣力度下降、贝类采购成本下降和产品结构调整等因素共同影响，毛利率上升存在合理性。

（二）2020 年深加工虾类产品单位售价下降的原因，与“减少了虾类深加工产品的促销力度，销售折扣总体减少”的描述是否一致。

发行人 2020 年度深加工虾类产品中主要产品销售占比及销售单价与 2019 年度对比情况如下：

单位：万元、吨、万元/吨

产品	2020 年度				2019 年度				售价变动
	金额	数量	单价	销售占比	金额	数量	单价	销售占比	
0627 千丝万缕虾 250g	3,956.77	1,356.12	2.92	11.99%	5,610.09	1,875.71	2.99	12.73%	明显降价

0067 汉堡虾排 H	1,353.58	398.51	3.40	4.10%	2,722.09	768.23	3.54	6.18%	明显降价
0110 汉堡虾排	2,097.02	705.29	2.97	6.36%	2,685.43	908.11	2.96	6.10%	保持平稳
0039 汉堡虾排	771.00	206.17	3.74	2.34%	1,386.53	369.15	3.76	3.15%	保持平稳
0109 黄金蝴蝶虾	6,629.13	1,966.11	3.37	20.09%	6,066.86	1,841.09	3.30	13.77%	明显提价
其他单价低于均价产品	6,401.45	1,279.04	5.00	19.40%	9,070.89	1,859.90	4.88	20.59%	明显提价
单价低于均价产品小计	21,208.95	5,911.24	3.59	64.28%	27,541.89	7,622.19	3.61	62.52%	
1869 芝士焗龙虾	363.20	26.85	13.53	1.10%	1,044.81	72.24	14.46	2.37%	明显降价
1436 玉米片虾排 B	1,948.52	384.06	5.07	5.91%	2,477.78	488.25	5.07	5.62%	保持平稳
0003 千丝万缕虾 280g	457.57	97.39	4.70	1.39%	801.54	179.51	4.47	1.82%	明显提价
0018 黄金蝴蝶虾 B	1,067.44	253.07	4.22	3.24%	1,970.79	471.29	4.18	4.47%	保持平稳
0036 至 Q 虾球	1,260.21	260.36	4.84	3.82%	1,531.68	332.02	4.61	3.48%	明显提价
0912 芝士奶油焗大虾	2,313.32	168.21	13.75	7.01%	2,962.18	215.61	13.74	6.72%	保持平稳
其他单价高于均价产品	4,376.01	1,445.89	3.03	13.26%	5,724.21	1,897.29	3.02	12.99%	保持平稳
单价高于均价产品小计	11,786.27	2,635.83	4.65	35.73%	16,512.99	3,656.21	4.64	37.47%	
合计	32,995.22	8,547.07	3.86	100.00%	44,054.88	11,278.39	3.91	100.00%	

由上表可见，发行人 2020 年度深加工虾类主要产品中，“0627 千丝万缕虾 250g”、“0067 汉堡虾排 H”和“1869 芝士焗龙虾”产品单位销售价格较 2019 年度下降较为明显，其余各类产品单位销售价格与 2019 年度相比保持平稳或小幅增长。

“0627 千丝万缕虾 250g”产品 2020 年度单位销售价格 2.92 万元/吨，较 2019 年度下降 0.07 万元/吨，降幅 2.34%。该产品 2020 年度采购单价 2.56 万元/吨，较 2019 年度下降 0.07 万元/吨，由于该产品市场同类型竞品较多，竞争激烈，因此同幅度下降销售价格以稳定市场份额。

“0067 汉堡虾排 H”产品 2020 年度单位销售价格 3.40 万元/吨，较 2019 年度下降 0.14 万元/吨，降幅 3.95%。该产品主要供应福建省华莱士食品股份有限公司，2020 年度向福建省华莱士食品股份有限公司的销售额占该产品总销售额的 76.78%。由于同类型产品市场竞争激烈，为维系客户，经双方协商，发行人向华莱士销售 0067 汉堡虾排 H 分别于 2020 年 6 月、12 月两次下调销售价格，下调幅度分别为 6.89%和 8.98%，导致该产品 2020 年度单位销售价格低于 2019 年度。

“1869 芝士焗龙虾”产品 2020 年度单位销售价格 13.53 万元/吨，较 2019 年度下降 0.93 万元/吨，降幅 6.43%。该产品系专供宜家客户产品，发行人自 2019

年 7 月起销售该产品，2019 年 9 月续签宜家业务年度合同时，双方经协商下调了该产品售价，调价幅度 5.54%，导致 2020 年度平均单位售价低于 2019 年度。

上述三项明显降价产品中，“0067 汉堡虾排 H”和“1869 芝士焗龙虾”主要直供华莱士与宜家，因客户议价导致价格有所下降，“0627 千丝万缕虾 250g”因市场竞争原因导致售价有所下降。

除此之外的其他产品，单位售价均保持稳定和增长，特别是对于传统存在销售优惠的经销类产品。因此，发行人 2020 年度减少了虾类深加工产品的促销力度，销售折扣总体减少，对该部分产品售价稳定和增长是支持的。

发行人 2020 年深加工虾类产品单位售价 3.86 元，比 2019 年度单位售价下降 1.28%，降幅较小。单位售价下降的原因主要为销售产品结构有所变动，其中：2020 年度单价低于均价产品销售占比由 62.52%增加到 64.28%，单价高于均价产品占比由 37.47%下降到 35.73%，即单价低的产品销售份额增加，导致深加工虾类产品总体平均售价有所下降。

综上所述，发行人 2020 年深加工虾类产品以售价稳定和增加为主，明显降价的品种多为直供产品。但是，由于销售结构变动，单价低的产品销售占比增加、单价高的产品销售占比减少，故 2020 年深加工虾类产品总体平均售价比 2019 年略有下降。

发行人 2020 年深加工虾类产品单位售价下降与“减少了虾类深加工产品的促销力度，销售折扣总体减少”的描述不存在重大矛盾。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

- 1、获取发行人报告期各期销售收入、成本明细表，分析比较各类产品毛利率水平及变动情况；
- 2、获取发行人 2020 年采购价格变动幅度较大的产品的供应商调价确认函，及调价后采购订单、对账单明细，核查发行人采购价格变动的真实性；
- 3、访谈发行人研发、生产、销售、财务部门负责人，了解产品定价政策、成本构成和原料价格的波动情况，分析毛利率影响因素及各期各类产品毛利率变

动原因。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、在 2020 年受新冠疫情影响，发行人整体销售规模和规模效应下降的情况下，发行人毛利率上升存在合理性；

2、2020 年深加工虾类产品单位售价下降系产品结构占比变化及个别产品调价影响，其他主要产品单位售价变动趋势与“减少了虾类深加工产品的促销力度，销售折扣总体减少”的描述不存在重大矛盾。

问题 20

关于初加工产品业务毛利率。审核问询回复显示：

（1）发行人初加工产品业务毛利率报告期分别为 8.96%、6.91%和 5.70%，其中初加工虾类产品毛利率分别为 9.04%、6.40%和 1.05%，初加工其他产品毛利率分别为 8.83%、8.85%和 11.96%；

（2）初加工产品中其他产品的毛利金额报告期分别为 146.77 万元、510.09 万元和 754.18 万元，2020 年其占比已超过初加工虾类产品。

请发行人补充说明初加工虾类产品、初加工其他产品项下具体产品的收入及占比、单价、单位成本、毛利率情况，对于收入和毛利率变动较大的产品，说明其原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

（一）请发行人补充说明初加工虾类产品、初加工其他产品项下具体产品的收入及占比、单价、单位成本、毛利率情况

1、发行人初加工产品的构成情况

（1）虾类初加工产品的构成情况

报告期内，发行人虾类初加工产品的构成及占比情况如下：

单位：万元

产品名称	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
海燕号南美白虾产品	1,687.14	59.36%	6,558.88	77.33%	18,896.54	87.55%	0.00	0.00%
好虾仁（91/110）挑肠	179.95	6.33%	441.68	5.21%	989.95	4.59%	1,424.03	52.63%
青虾仁（61/70）	199.83	7.03%	353.76	4.17%	353.70	1.64%	62.90	2.32%
虾仁（71/90 挑肠）	169.43	5.96%	225.65	2.64%	353.70	1.64%	548.96	20.29%
MP 单冻虾仁（41/50）	32.72	1.15%	58.36	0.69%	141.11	0.65%	218.20	8.06%
其他	572.93	20.16%	843.29	9.94%	952.18	4.41%	451.64	16.69%
合计	2,841.99	100.00%	8,481.62	100.00%	21,583.45	100.00%	2,705.73	100.00%

（2）其他类初加工产品的构成情况

报告期内，发行人其他类初加工产品的构成及占比情况如下：

单位：万元

产品名称	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
冷冻巴沙鱼柳	1,096.52	36.56%	2,449.53	38.84%	2,468.89	42.85%	387.34	23.31%
海鹰号鲍鱼产品	348.94	11.64%	1,206.02	19.12%	516.69	8.97%	0.00	0.00%
冻鱿鱼	284.27	9.48%	462.54	7.33%	444.39	7.71%	108.89	6.50%
海鲜三合一料包	273.94	9.13%	392.25	6.22%	707.92	12.29%	581.71	35.00%
东海带鱼段	131.50	4.38%	298.15	4.73%	243.33	4.22%	26.64	1.60%
其他	863.84	28.80%	1,497.72	23.75%	1,379.98	23.95%	571.55	34.10%
合计	2,999.01	100.00%	6,306.21	100.00%	5,761.04	100.00%	1,661.83	100.00%

2、发行人初加工产品的销售单价、单位成本及毛利率情况

（1）虾类初加工产品的销售单价、单位成本及毛利率情况

报告期内，发行人虾类初加工产品的销售单价、单位成本及毛利率情况如下：

单位：万元/吨

产品名称	2021 年 1-6 月			2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售单价	单位成本	毛利率	销售单价	单位成本	毛利率	销售单价	单位成本	毛利率	销售单价	单位成本	毛利率
海燕号南美白虾产品	3.27	2.95	9.80%	4.18	4.31	-3.16%	4.26	4.01	5.87%	-	-	-
好虾仁（91/110）挑肠	5.51	5.29	3.96%	5.93	5.55	6.35%	5.97	5.56	6.80%	5.95	5.55	6.74%
青虾仁（61/70）	6.14	5.23	14.82%	6.14	5.27	14.20%	5.90	5.27	10.68%	5.25	5.23	0.39%
虾仁（71/90 挑肠）	6.40	5.66	11.65%	6.71	5.73	14.64%	6.60	5.90	10.66%	6.88	6.20	9.83%
MP 单冻虾仁（41/50）	7.27	5.65	22.28%	7.61	5.61	26.27%	7.74	5.90	23.83%	7.58	6.18	18.40%
其他	5.99	4.96	17.16%	5.75	4.60	20.09%	5.28	4.69	11.14%	6.53	5.74	12.03%

（2）其他类初加工产品的销售单价、单位成本及毛利率情况

报告期内，发行人其他类初加工产品的销售单价、单位成本及毛利率情况如下：

单位：万元/吨

产品名称	2021 年 1-6 月			2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售单价	单位成本	毛利率	销售单价	单位成本	毛利率	销售单价	单位成本	毛利率	销售单价	单位成本	毛利率
冷冻巴沙鱼柳	1.59	1.44	9.49%	1.55	1.33	14.47%	2.01	1.86	7.63%	2.17	2.12	2.43%
海鹰号鲍鱼产品	7.87	7.16	9.06%	7.67	7.61	0.77%	11.10	9.04	18.56%	-	-	-
冻鱿鱼	2.39	2.01	15.86%	2.89	2.50	13.33%	3.25	2.89	11.08%	3.54	3.13	11.54%
海鲜三合一料包	5.12	4.48	12.34%	5.15	4.47	13.21%	5.19	4.48	13.56%	5.22	4.62	11.48%
东海带鱼段	1.51	1.30	13.84%	1.49	1.32	11.09%	1.38	1.24	10.11%	1.16	1.11	4.45%
其他	1.34	1.10	18.36%	1.13	0.94	16.29%	1.23	1.18	4.07%	1.60	1.43	10.38%

（二）对于收入和毛利率变动较大的产品，说明其原因及合理性

1、虾类初加工产品收入和毛利率变动情况

（1）虾类初加工产品收入和毛利率变动情况

海燕号于 2019 年度开始从事进口南美白虾业务，由于海燕号客户主要为虾类大宗产品批发行业批发商，交易金额较大，因此 2019 年度海燕号南美白虾产品销售收入较大。

2020 年度，受新冠疫情影响，特别是多地在进口海鲜产品的外包装检测出新冠病毒及“桑塔”公司产品检测出新冠病毒后，海燕号初加工产品价格及销量下跌，因此 2020 年度海燕号南美白虾产品销售收入及毛利率降幅较大。2020 年末，发行人对海燕号初加工产品计提了跌价准备，而 2021 年上半年，南美白虾产品售价回稳，因此，2021 年 1-6 月海燕号初加工产品毛利率提升。

（2）其他产品

报告期内，发行人除海燕号南美白虾产品外，其余虾类初加工产品客户以重点连锁渠道的餐饮终端为主，报告期各期占比分别为 82.55%、72.11%、69.24% 和 65.18%。由于重点连锁渠道客户向发行人采购的产品以定制化产品为主，且会根据经营的实际情况定期调整产品规格及品类，因此报告期各期产品收入结构存在差异，毛利率则受客户采购量影响存在波动。

2、其他类初加工产品收入和毛利率变动情况

（1）海鹰号鲍鱼产品收入和毛利率变动情况

2019 年 5 月，发行人子公司亚渔管理与大连品善设立海鹰号，从事鲍鱼类

初加工业务，主要开拓餐饮渠道、零售礼盒渠道市场，因此报告期内海鹰号鲍鱼产品收入增长较快。

2020 年度，海鹰号鲍鱼产品毛利率降幅较大，主要原因系发行人鲍鱼产品周转较慢，在 2020 年度鲍鱼产品采购单价降幅较大的背景下，发行人销售价格降幅亦较大，而发行人存货计价原则为按月加权平均，因此 2020 年度销售产品结转的成本较高，毛利率较低。

（2）鱼类初加工产品收入和毛利率变动情况

报告期内，发行人主要鱼类初加工产品为冷冻巴沙鱼柳和东海带鱼段。发行人自 2017 年开始与美团快驴构建合作关系以来，受客户需求的持续增加的影响，发行人于 2018 年下半年开始逐渐扩大鱼类初加工产品业务规模，更好地服务下游客户需求，因此报告期内发行人上述鱼类初加工产品销售收入逐年提升。

报告期内，上述鱼类初加工产品销售毛利率逐年提升，主要原因系发行人 2018 年及 2019 年主要通过国内分销商采购鱼类初加工产品，在客户需求迅速增加的背景下，发行人开始自行构建采购渠道，于 2019 年下半年开始逐步转向境内境外源头供应商处直接采购，缩短采购链条，因此毛利率提升。

（3）其他产品

报告期内，发行人冻鱿鱼、海鲜三合一料包等产品销售额受下游需求影响存在波动，毛利率受采购价格影响有所波动。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取发行人报告期各期销售收入、成本明细表，分析比较各类产品各期收入与毛利率水平及变动情况；

2、访谈发行人研发、生产、销售、财务部门负责人，了解产品定价政策、成本构成的波动情况，分析毛利率影响因素及各期各类产品毛利率变动原因。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：发行人报告期各期虾类初加工产品及其他类初加工产品收入及毛利率的变动合理。

问题 21

关于仓储物流服务收入、毛利率。审核问询回复显示：

(1) 发行人主营业务收入报告期分别为 91,305.68 万元、120,247.36 万元和 89,564.37 万元，主营业务毛利率报告期分别为 17.88%、16.52%和 15.24%，2020 年受新冠疫情影响收入和毛利率皆下滑；

(2) 发行人仓储物流服务收入报告期分别为 576.96 万元、4,488.38 万元和 7,340.64 万元，毛利率分别为 17.43%、14.03%和 19.29%，毛利金额分别为 100.57 万元、629.69 万元和 1,416.02 万元，占主营业务毛利的比例分比为 0.62%、3.17%和 8.36%，呈上升趋势。

请发行人结合主要客户情况，业务量情况，单位收入、成本等因素，补充说明仓储物流服务业绩上升的合理性。

请保荐人、申报会计师补充说明对仓储物流服务业务的核查情况，并发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

发行人的仓储物流服务系发行人在为自有产品配送的基础上对外部客户提供的餐饮食材物流配送业务，于 2018 年度开始从事该项业务。2019 年度及 2020 年度、2021 年 1-6 月，发行人仓储物流服务实现销售收入 4,488.38 万元和 7,340.64 万元、3,579.13 万元，占当年销售收入的比重为 3.73%和 8.20%、6.38%，业务规模增加，主要系公司于 2019 年 6 月底收购了柠檬供应链（后更名为“前进宝（上海）”），拓展了超市、餐饮零售终端的仓储物流配送业务。

发行人总部体系和前进宝（上海）体系各报告期仓储物流服务业务情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
前进宝（上海）体系	2,672.46	2,071.45	22.49%	5,699.58	4,412.92	22.57%
总部体系	906.67	804.98	11.22%	1,641.06	1,511.71	7.88%
合计	3,579.13	2,876.44	19.63%	7,340.64	5,924.62	19.29%
项目	2019 年度			2018 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
前进宝（上海）体系	2,864.60	2,219.57	22.52%	不适用	不适用	不适用

总部体系	1,623.77	1,639.12	-0.95%	576.96	476.39	17.43%
合计	4,488.38	3,858.69	14.03%	576.96	476.39	17.43%

如上表所示，发行人仓储物流服务业务业绩上升主要因收购前进宝（上海）所致。前进宝（上海）业务毛利率较为稳定，2020 年度比 2019 年度营业收入大幅增长的原因为 2019 年度仅合并前进宝（上海）业务 7-12 月业务。

发行人总部体系业务于 2018 年开始拓展，依托自有产品物流体系网络开展，2019 年开始在大连、沈阳、杭州和广州等地拓展市内仓储配送业务，由于城市配送业务前期不稳定，故 2019 年毛利率较低，2020-2021 年 6 月毛利率已有所回升。

综上所述，发行人仓储物流服务业务业绩波动受前进宝（上海）业务纳入和拓展市内仓储配送业务引起，具有合理性。

发行人仓储物流服务前五大客户销售情况如下：

单位：万元

报告期	序号	公司名称	销售金额（万元）	销售占比	销售标的
2021 年 1-6 月	1	上海绿地优鲜超市有限公司【注】	1,539.25	2.74%	仓储、物流等
	2	上海绝配柔性供应链服务有限公司	397.05	0.71%	仓储、物流等
	3	上海丰之绪餐饮管理有限公司【注】	159.93	0.29%	仓储、物流等
	4	维益食品（苏州）有限公司	143.06	0.26%	物流等
	5	大连海德福食品有限公司	140.93	0.25%	仓储、物流等
		合计	2,368.20	4.24%	
2020 年 度	1	上海绿地优鲜超市有限公司	3,842.04	4.28%	仓储、物流等
	2	金鹰国际货运代理有限公司	333.11	0.37%	仓储、物流等
	3	上海锦恒供应链管理有限公司	312.20	0.35%	仓储、物流等
	4	上海绝配柔性供应链服务有限公司	297.64	0.33%	仓储、物流等
	5	维益食品（苏州）有限公司	228.40	0.25%	物流等
		合计	5,013.38	5.59%	
2019 年 度	1	上海绿地优鲜超市有限公司	1,803.40	1.50%	仓储、物流等
	2	金鹰国际货运代理有限公司	311.29	0.26%	仓储、物流等
	3	鑫通物流发展（上海）有限公司	278.27	0.23%	仓储、物流等
	4	维益食品（苏州）有限公司	155.66	0.13%	物流等
	5	东港市富润食品有限公司	107.25	0.09%	物流等
		合计	2,655.87	2.21%	
2018 年 度	1	浙江顶顺物流有限公司	89.37	0.10%	物流等
	2	大连大连湾渔市有限公司【注】	75.97	0.08%	物流等
	3	大连三岛食品有限公司	37.23	0.04%	仓储、物流等
	4	西亚斯（大厂）食品有限公司	26.98	0.03%	物流等

5	大连海德福食品有限公司	25.14	0.03%	物流等
	合计	254.70	0.28%	

注：1、上述客户销售金额披露口径为合并客户口径。

2、上海绿地优鲜超市有限公司客户还包含：上海绿地全球商品贸易港（集团）有限公司、上海绿地鲸选超市有限公司、绿地众选（上海）国际贸易有限公司、上海卢湾绿地商业管理有限公司、上海松江绿地商业管理有限公司、上海杨浦绿地商业管理有限公司、苏州绿地优鲜超市有限公司。

3、大连大连湾渔市有限公司客户还包含：大连瑞驰企业集团有限公司。

4、上海丰之绪餐饮管理有限公司客户还包含：上海丰之硕餐饮管理有限公司。

上述客户中，上海锦恒供应链管理有限公司、上海绿地优鲜超市有限公司、鑫通物流发展（上海）有限公司、金鹰国际货运代理有限公司、维益食品（苏州）有限公司、上海绝配柔性供应链服务有限公司均为前进宝（上海）客户，2019年合并该客户7-12月收入，2020-2021年6月合并该客户各期全部收入。

2020年度受疫情影响，前进宝（上海）仓储物流服务业务量比上年度有所下降。因2019年度发行人合并前进宝（上海）7-12月利润表，2020年合并其全年利润表，故反映为仓储物流服务业务收入增长。

2020年度前进宝（上海）主要客户上海绿地优鲜超市有限公司运输业务增加上海仓辐射范围，新增对武汉、虎门、衡阳门店的运输覆盖，向外地长途运输的毛利率有所增加，故2020年度仓储物流服务业务毛利率比上年增加。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取并核查了发行人与主要客户、供应商的仓储物流合同，确认合同约定的结算方式与业务情况相符；

2、对主要客户及供应商执行函证程序，对本年交易额、往来款项进行函证确认；

3、对仓储物流业务第一大客户绿地集团进行实地走访，确认主要客户情况及业务量情况；

4、获取并核查了主要客户及供应商的对账单，获取并核对了仓储物流运输订单明细及收付款，确认收入成本的真实性及完整性；

5、核查并分析了主要客户仓储物流服务收入成本及毛利率，确认交易的合理性。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为发行人主要客户情况真实，业务量情况变动情况真实、合理；仓储物流服务业绩上升存在合理性。

问题 22

关于销售费用。审核问询回复显示：

（1）销售费用中运输费报告期分别为 4,086.83 万元、4,403.94 万元和 103.75 万元；2019 年度，发行人运输费占营业收入的比例有所下降，主要系前进宝（上海）业务涉及的运输费不在费用核算，海燕号产品进口至港口仓库后，通常由客户自行提货再销往全国，运输费用依照行业惯例由客户自行承担；

（2）受新收入准则影响，2020 年营业成本中运输成本金额为 3,296.07 万元，与 2020 年销售费用中运输费 103.75 万元合计为 3,399.82 万元；

（3）扣除前进宝（上海）与海燕号的影响，销售运费金额报告期分别为 4,086.83 万元、4,371.30 万元和 3,376.43 万元，与运费总额的差异为 0 万元、32.64 万元和 23.39 万元；

（4）报告期发行人扣除前进宝（上海）与海燕号的影响的销售数量为 455.44 万箱、505.12 万箱和 413.78 万箱，对应单位运费为 8.97 元/件、8.65 元/件和 8.16 元/件；

（5）截至 2020 年 12 月 31 日，发行人分别在大连、沈阳、北京、天津、昆山、郑州等 10 个城市建立仓库物流节点，发行人销售费用中仓储费报告期分别为 245.39 万元、322.82 万元和 300.00 万元。

请发行人：

（1）补充说明各项业务下的运费由何方承担；

（2）补充说明运费总额，运费总额在成本和费用、在各项业务之间的构成情况，结合运费与相关业务的对应情况，补充说明运费与销量的匹配情况，若变动显著请说明原因；

（3）补充说明按箱统计销量的数据来源和具体方法，在整体销量规模下降的情况下，单位运费降低的原因及合理性；

（4）补充说明运输费用对应的主要供应商情况，是否与发行人仓储物流服务存在显著差异；若二者存在重叠，请补充说明相关费用和成本如何在生鲜食材产品和仓储物流服务之间分摊；

（5）补充说明发行人仓储费的计费标准和方式，费用与发行人经营规模的匹配情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

（一）补充说明各项业务下的运费由何方承担

发行人下属子公司海燕号和海鹰号分别经营虾类、鲍鱼初加工产品，该类初加工产品一般由客户自行提货，无相关运费发生，客户要求发货至收货地的，相关运费由客户自行承担。

2020 年末，发行人收购中联食品（大连）有限公司 100%股权。中联食品是虾类深加工产品生产商，主要服务国内外餐饮连锁客户，一般由客户自行承担运费。

除海燕号、海鹰号和中联食品三家公司之外的产品销售运费一般均由发行人承担，由发行人将货物运输到客户指定收货地。

（二）补充说明运费总额，运费总额在成本和费用、在各项业务之间的构成情况，结合运费与相关业务的对应情况，补充说明运费与销量的匹配情况，若变动显著请说明原因

报告期，发行人产品销售产生的运费总额各报告期分别为 4,527.27 万元、7,144.64 万元、6,651.44 万元和 3,500.74 万元，其中：仓储运输服务业务运费发生额分别为 440.44 万元、2,740.70 万元、3,251.61 万元和 1,586.58 万元，产品销售业务运费发生额分别为 4,086.83 万元、4,403.94 万元、3,399.82 万元和 1,914.16 万元。海燕号、海鹰号和中联食品产品销售运费基本由客户自行承担，其他产品销售运费由发行人承担，发行人运费在成本和费用、在各项业务之间的构成情况

列示如下：

单位：万元

业务类别	2021 年 1-6 月			
	营业收入	运费金额	运费计入科目	运费占收入比
海燕号、海鹰号、中联食品产品销售	8,157.27	35.10	营业成本/销售费用	0.43%
除海燕号、海鹰号、中联食品产品销售	44,252.74	1,879.06	营业成本/销售费用	4.25%
仓储运输服务	3,579.13	1,586.58	营业成本	44.33%
合计	55,989.14	3,500.74		6.25%
业务类别	2020 年度			
	营业收入	运费金额	运费计入科目	运费占收入比
海燕号、海鹰号产品销售	5,453.38	33.43	营业成本	0.61%
除海燕号、海鹰号产品销售	76,770.35	3,366.39	营业成本	4.39%
仓储运输服务	7,340.64	3,251.61	营业成本	44.30%
合计	89,564.37	6,651.44		7.43%
业务类别	2019 年度			
	营业收入	运费金额	运费计入科目	运费占收入比
海燕号、海鹰号产品销售	18,275.44	37.79	销售费用	0.21%
除海燕号、海鹰号产品销售	97,483.54	4,366.15	销售费用	4.48%
仓储运输服务	4,488.38	2,740.70	营业成本	61.06%
合计	120,247.36	7,144.64		5.94%
业务类别	2018 年度			
	营业收入	运费金额	运费计入科目	运费占收入比
海燕号、海鹰号产品销售	-	-		
除海燕号、海鹰号产品销售	90,728.72	4,086.83	销售费用	4.50%
仓储运输服务	576.96	440.44	营业成本	76.34%%
合计	91,305.68	4,527.27		4.96%

如上表所示，海燕号、海鹰号产品销售业务运费金额发生额较小，除海燕号、海鹰号产品销售业务运费占收入比分别为 76.34%、61.06%、44.30%和 44.33%，

2018 年度仓储运输业务发生额较小，其中仓储运输服务运费占收入比例较大。2019 年仓储运输服务业务运费占收入比例下降主要系 2019 年 6 月，发行人收购前进宝（上海）100%股权。2019 年下半年，前进宝（上海）的仓储物流业务纳入发行人合并利润表。

前进宝（上海）为单独仓储物流体系，其仓储物流成本明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年 7-12 月	2018 年度
物流成本	1,009.45	2,280.56	1,257.13	不适用
仓储成本	889.14	1,576.90	596.36	不适用
劳务费成本	124.74	435.77	253.72	不适用
其他成本	48.12	119.69	112.36	不适用
合计	2,071.45	4,412.92	2,219.57	不适用

注：前进宝（上海）租赁仓库为每月固定租金，故仓储成本为固定支出；劳务费成本为聘请的仓库分拣、搬运等临时工的成本；其他成本为仓储托盘租金、叉车租金、虫害防治费等支出。

前进宝（上海）承担发行人上海地区的多温层城市配送服务，主要为第三方提供仓储物流服务业务。2020-2021 年 6 月仓储运输服务业务运费占收入比波动较小。

（三）补充说明按箱统计销量的数据来源和具体方法，在整体销量规模下降的情况下，单位运费降低的原因及合理性

发行人通常按“箱”向客户销售及定价，按箱统计销量的数据来源于发行人销售订单数据的整箱、整件的销售数量汇总，扣除海燕号的相关数量。该数量未考虑散件数量和运输距离的影响。

报告期内，扣除前进宝（上海）与海燕号的影响，发行人销售数量、销售运费以及单位运费情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售数量-万箱	234.86	413.78	505.12	455.44
销售运费-万元	1,884.12	3,376.43	4,371.30	4,086.83
单位运费-元/件	8.02	8.16	8.65	8.97

在整体销量规模下降的情况下，单位运费降低的主要原因系发行人陆续新设仓库物流节点，减少了调拨次数，降低了单位运输成本。

仓库物流节点的增加，提高了运输效率，减少了各地调拨运输成本，降低了销售运输分摊的单位运输成本。因此，报告期发行人单位运费有所下降存在合理性。

（四）补充说明运输费用对应的主要供应商情况，是否与发行人仓储物流服务存在显著差异；若二者存在重叠，请补充说明相关费用和成本如何在生鲜食材产品和仓储物流服务之间分摊；

报告期，发行人运输费用前五大供应商情况如下：

报告期	序号	公司名称	运输费用（万元）	运费占比
2021 年 1-6 月	1	大连宏一冷链物流有限公司	451.72	23.60%
	2	大连松涛冷链物流有限公司	272.76	14.25%
	3	前景（大连）冷链物流有限公司	157.96	8.25%
	4	大连盈通集装箱运输有限公司	156.57	8.18%
	5	大连中达运通国际物流有限公司	106.35	5.56%
		合计	1,145.35	59.84%
2020 年度	1	青岛敬明承运物流有限公司	449.94	13.23%
	2	大连宏一冷链物流有限公司	379.40	11.16%
	3	大连松涛冷链物流有限公司	302.78	8.91%
	4	大连国峰集装箱货运有限公司	259.29	7.63%
	5	大连中达运通国际物流有限公司	221.95	6.53%
		合计	1,613.36	47.45%
2019 年度	1	青岛敬明承运物流有限公司	539.10	12.24%
	2	大连宏一冷链物流有限公司	533.35	12.11%
	3	沈阳鲜天顺供应链管理有限公司	434.62	9.87%
	4	大连中达运通国际物流有限公司	351.98	7.99%
	5	河南以利鲜程货运有限公司	337.84	7.67%
		合计	2,196.88	49.88%
2018 年度	1	大连宏一冷链物流有限公司	601.78	14.72%
	2	青岛敬明承运物流有限公司	525.49	12.86%
	3	大连中达运通国际物流有限公司	461.23	11.29%
	4	河南以利鲜程货运有限公司	401.15	9.82%
	5	大连连港集装箱运输有限公司	344.23	8.42%
		合计	2,333.88	57.11%

由于冷链公司负责发行人销售生鲜食材产品业务和提供仓储物流服务，各家运输供应商负责特定运输区域和线路，故当发行人自有货物和外部客户货物存在路线交叉情况时，会选择同一家运输供应商进行配送。因此，发行人运输费用主要供应商与仓储物流服务供应商存在重叠情况，主要涉及青岛敬明承运物流有限公司、大连宏一冷链物流有限公司和大连中达运通国际物流有限公司等。

若一项物流订单中存在自有货物和外部客户货物的，业务人员对每一订单发运货物按体积折算分摊该订单的运输费用。

（五）补充说明发行人仓储费的计费标准和方式，费用与发行人经营规模的匹配情况。

发行人仓储货物发生的费用主要为仓储费和装卸费，其中：仓储费一般与供应商约定日单价，根据存储货物的重量或货架（托）为标准按日计价；装卸费一般与供应商约定每吨单价，按出库货物重量计价。

报告期，发行人主要仓储供应商的计费标准和方式列示如下：

报告期	仓库	供应商名称	仓储费计费标准	装卸费计费标准
2021 年 1-6 月	大连仓	大连铁越集团有限公司大连城市物流共同配送中心	3.8 元/吨/日	66 元/吨
	杭州仓	西安京东讯成物流有限公司杭州分公司	4,976.82 元/日	不适用
	苏州仓	苏州市供应链金融服务有限公司	6.6-10 元/吨/日	50-110 元/吨
	北京仓	瑞云互联（北京）冷链物流有限公司	9.2 元/吨/日；1.5-4.2 元/板/日；门店订单货值 2%-5%	100 元/吨；门店订单货值 2%-5%
	广州仓	广州嘉欣冷链物流有限公司	7-10 元/吨/日	70 元-115/吨
2020 年 度	大连仓	大连铁越集团有限公司大连城市物流共同配送中心	3.8 元/吨/日	66 元/吨
	大连仓	海神岛（大连）冷链物流有限公司	3-3.5 元/吨/日	30 元/吨
	天津仓	上海艾亩法供应链管理有限公司	5 元/吨/日	50 元/吨
	昆山仓	昆山宇培速通物流有限公司	10 元/吨/日	115 元/吨
	广州仓	广州嘉欣冷链物流有限公司	5.5-10 元/吨/日	65 元-115/吨
2019 年 度	大连仓	大连铁越集团有限公司大连城市物流共同配送中心	3.6-3.8 元/吨/日	66 元/吨
	天津仓	天津优和物联网科技有限公司	5-8 元/吨/日	50-105 元/吨
	天津仓	上海艾亩法供应链管理有限公司	5 元/吨/日	50 元/吨
	昆山仓	昆山众品冷链物流有限公司	11 元/吨/日	121 元/吨
	郑州仓	河南鲜创供应链管理有限公司	10.5 元/吨/日	115.5 元/吨
2018 年 度	大连仓	大连铁越集团有限公司大连城市物流共同配送中心	2.8-3.6 元/吨/日	66 元/吨
	天津仓	天津百肯食品科技有限公司	6.2 元/吨/日	90 元/吨
	昆山仓	昆山众品冷链物流有限公司	11 元/吨/日	121 元/吨
	广州仓	深圳市中柱物流有限公司	9.5-10.5 元/吨/日	134-150 元/吨
	郑州仓	许昌鲜易供应链有限公司	10 元/吨/日	110 元/吨

发行人仓储费在成本和费用、在各项业务之间的构成情况列示如下：

单位：万元

业务类别	2021 年 1-6 月			
	营业收入	仓储费金额	仓储费计入科目	仓储费占收入比
产品销售	52,410.01	127.86	销售费用	0.24%
仓储运输服务	3,579.13	1,289.86	营业成本	36.04%
合计	55,989.14	1,417.72		2.53%
业务类别	2020 年度			
	营业收入	仓储费金额	仓储费计入科目	仓储费占收入比
产品销售	82,223.73	300.00	销售费用	0.36%
仓储运输服务	7,340.64	2,673.01	营业成本	36.41%
合计	89,564.37	2,973.01		3.32%
业务类别	2019 年度			
	营业收入	仓储费金额	仓储费计入科目	仓储费占收入比
产品销售	115,758.98	322.82	销售费用	0.28%
仓储运输服务	4,488.38	1,117.99	营业成本	24.91%
合计	120,247.36	1,440.81		1.20%
业务类别	2018 年度			
	营业收入	仓储费金额	仓储费计入科目	仓储费占收入比

产品销售	90,728.72	245.39	销售费用	0.27%
仓储运输服务	576.96	35.94	营业成本	6.23%
合计	91,305.68	281.33		0.31%

2020 年产品销售业务仓储费占比上升系受疫情影响，货品周转率同比下降，仓储费用占营业收入比例上升。2020 年仓储运输服务业务仓储费占比上升主要系前进宝（上海）7 月续签仓储租赁合同租金成本同比上升及 10 月签署新仓租赁合同，仓储成本增加。

发行人仓储供应商收费标准因地域库位不同存在一定差异，发行人综合各销售区域时效、运输成本及周转率情况，及时调整优化各仓库库存量，以平衡业务效率与成本效益。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

- 1、询问发行人不同业务运费承担情况，获取并核查主要客户运费归属实际履行情况；
- 2、核查发行人实际运输费用、运输数量、运输里程，与收入成本核算依据一致性，分析仓储运输成本与运输数量的匹配情况及变动合理性；
- 3、获取并核查主要物流供应商合同，核查分析不同业务对应物流供应商差异情况；
- 4、获取发行人主要仓储合同，核查主要客户实际仓储数量与仓储费匹配合理性。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为结合运费与相关业务的对应情况，运费与销量的匹配情况未考虑散件数量和运输距离的影响，故据此计算单位运费存在一定误差；在发行人生鲜食材产品业务和提供仓储物流服务的分摊情况、分摊的方法和具体依据合理；仓储费用发生额与发行人经营规模匹配。

问题 23

关于应收账款。审核问询回复显示：

(1)2018-2020 年,发行人应收账款账面余额占营业收入比重分别为 2.44%、4.67%和 9.40%,占比持续提升;

(2) 2020 年末,因合并中联食品带来了应收账款增加 2,833.73 万元;

(3) 2020 年应收账款前五大中,对 INTERNATIONAL PACIFIC,LLC.应收账款金额 2,245.66 万元,占总额比例 26.63%。

请发行人:

(1) 补充说明与中联食品有关的应收账款前五大构成情况, INTERNATIONAL PACIFIC,LLC.的具体情况,其应收账款金额较大的原因,其是否是中联食品的主要客户,该客户与中联食品及其原股东是否存在关联关系,是否影响该客户的稳定性;

(2) 补充说明应收账款及前五大的期后回款情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见,并说明对应收账款函证情况。

【回复】

一、发行人情况说明

报告期各期末,发行人应收账款账面价值分别为 2,118.17 万元、5,308.83 万元、7,975.78 万元和 7,076.23 万元,占营业收入比例较小。2020 年末,因合并中联食品应收账款增加 2,833.73 万元。报告期内,发行人应收账款回款率较高,其中 2020 年末增加的 INTERNATIONAL PACIFIC,LLC.应收账款期后已全额回收。具体说明如下:

(一) 补充说明与中联食品有关的应收账款前五大构成情况, INTERNATIONAL PACIFIC,LLC.的具体情况,其应收账款金额较大的原因,其是否是中联食品的主要客户,该客户与中联食品及其原股东是否存在关联关系,是否影响该客户的稳定性

1、2020 年末、2021 年 6 月末中联食品应收账款前五名情况

与中联食品有关的应收账款 2021 年 6 月末余额前五名客户情况如下:

单位:万元

客户名称	款项性质	期末余额	账龄	占中联食品期末应收账款余	坏账准备期末余额
------	------	------	----	--------------	----------

				额的比例	
EXPORT PACKERS CO. LTD	货款	1,269.91	1 年以内	42.57%	63.50
LYONS SEAFOODS LIMITED	货款	365.90	1 年以内	12.27%	18.30
必胜（上海）食品有限公司	货款	318.56	1 年以内	10.68%	15.93
INTERNATIONAL PACIFIC, LLC.	货款	301.92	1 年以内	10.12%	15.10
HIGH LINER FOODS INCORPORATED	货款	95.88	1 年以内	3.21%	4.79
合计		2,352.17		78.86%	117.61

与中联食品有关的应收账款 2020 年末余额前五名客户情况如下：

单位：万元

客户名称	款项性质	期末余额	账龄	占中联食品期末应收账款余额的比例	坏账准备期末余额
INTERNATIONAL PACIFIC, LLC.	货款	2,245.66	1 年以内	75.28%	112.28
EXPORT PACKERS CO. LTD	货款	310.37	1 年以内	10.41%	15.52
必胜（上海）食品有限公司	货款	230.64	1 年以内	7.73%	11.53
HIGH LINER FOODS INC	货款	89.71	1 年以内	3.01%	4.49
美心食品（广州）有限公司	货款	59.28	1 年以内	1.99%	2.96
合计		2,935.65		98.42%	146.78

2、INTERNATIONAL PACIFIC,LLC.的具体情况

INTERNATIONAL PACIFIC,LLC. 全名： INTERNATIONAL PACIFIC,LLC DBA Pacific Supreme Company，主营业务为水产冻品的进口及分销，服务于美国的连锁餐饮市场，系专业的食品分销商，成立于 2000 年，经营地位于美国加州。根据其提供的调查问卷，该公司的股东和管理层系两名自然人 Fatima Satya 和 Steve Kao。该客户股东和管理层与中联食品、发行人不存在关联关系。

INTERNATIONAL PACIFIC,LLC.应收账款余额 2,245.66 万元，系 2020 年 11-12 月已实现销售尚未到结算账期的款项，故余额较高。该应收账款 2,245.66 万元于 2021 年 1-3 月已全额收回。

2020 年度，INTERNATIONAL PACIFIC,LLC.是中联食品销售额前五大客户之一，是中联食品的重要客户，该客户与中联食品及其原股东不存在关联关系。INTERNATIONAL PACIFIC,LLC.仍是中联食品的重要客户，暂未影响该客户的

稳定性。中联食品股权交割时，原股东及管理层协助发行人对主要客户进行业务交接和沟通。股权交割后，中联食品的主要客户尚未出现重大流失。

未来公司将结合中联食品的生产优势与发行人的生产销售体系进行嫁接融合，若出现少数原中联食品的客户流失，则发行人将及时通过生产订单的调配或者新的重点连锁客户的开拓，保持中联食品生产订单的稳定。

（二）补充说明应收账款及前五大的期后回款情况

1、2021 年 6 月末应收账款回收情况

截至 2021 年 11 月末，中联食品应收账款前五大客户的余额均已足额收回。2021 年 6 月末中联食品记载的应收账款整体回款率在 99.78%，整体回款状况良好。具体期后回款情况具体如下：

单位：万元

客户名称	期末余额	回款比例
EXPORT PACKERS CO. LTD	1,269.91	100.00%
LYONS SEAFOODS LIMITED	365.90	100.00%
必胜（上海）食品有限公司	318.56	100.00%
INTERNATIONAL PACIFIC, LLC.	301.92	100.00%
HIGH LINER FOODS INCORPORATED	95.88	100.00%
其他客户	91.26	100.00%
合计	2,443.44	100.00%

2、2020 年末应收账款回收情况

截至 2021 年 11 月末，中联食品应收账款前五大客户的余额均已足额收回。

2020 年末中联食品记载的应收账款整体回款率在 99.82%，整体回款状况良好。具体期后回款情况具体如下：

单位：万元

客户名称	期末余额	回款比例
INTERNATIONAL PACIFIC, LLC.	2,245.66	100.00%
EXPORT PACKERS CO. LTD	310.37	100.00%
必胜（上海）食品有限公司	230.64	100.00%
HIGH LINER FOODS INC	89.71	100.00%
美心食品（广州）有限公司	59.28	100.00%
其他客户	47.23	100.00%
合计	2,982.87	100.00%

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取应收账款明细表，检查非记账本位币应收账款的币种、折算汇率及折算是否正确；

2、检查中联公司主要客户的销售订单，分析期末应收账款与销售订单金额是否匹配；

3、通过邮件向中联食品的主要客户询问基本信息及业务开展情况，是否与中联食品及其原股东存在关联关系等；

4、对前五大客户的应收账款余额实施函证程序，其中境内客户必胜（上海）食品有限公司和美心食品（广州）有限公司由申报会计师书面发函；境外客户由申报会计师通过邮件方式发函，发函邮箱为客户销售订单所记载邮箱或客户企业所属后缀邮箱。截至本问询函回复出具日，已收到美心食品回函，回函确认金额一致；保荐机构及申报会计师已对其余四家客户执行替代测试，核查了其销售合同、出库单、报关单、期后回款记录等支持文件，确认了期末应收账款的真实性和准确性；

5、检查期末应收账款期后收款凭证、银行回单，分析应收账款逾期情况及回款真实性。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：中联食品 2020 年末及 2021 年 6 月末前五大客户余额形成原因合理；INTERNATIONAL PACIFIC,LLC.系中联公司主要客户，与中联公司及其原股东不存在关联关系，中联食品仍与 INTERNATIONAL PACIFIC,LLC.保持业务关系，未影响该客户的稳定性。

问题 24

关于存货跌价准备。审核问询回复显示，2020 年末，公司计提了 1,543.02 万元存货跌价准备。其中，因合并中联食品增加存货跌价准备 519.81 万元、海燕号计提初加工产品存货跌价准备 945.64 万元。

请发行人补充说明存在跌价准备存货的具体情况，跌价准备金额占存货账面余额的比例情况，跌价准备金额具体的计算过程，可变现净值确定的来源，

存货跌价准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

基于发行人食材供应链的经营模式，发行人存货周转率高于同行业可比公司，2018 年度、2019 年度发行人产品发生存货跌价的风险较小。2020 年度受新冠疫情影响，发行人虾类进口初加工产品出现跌价情形，同时 2020 年末发行人收购中联食品。基于谨慎性原则，发行人充分计提了存货跌价准备，2021 年 6 月末，前期已计提存货跌价准备的库存商品和原材料基本已实现销售，因此期末存货跌价准备金额大幅减少。具体说明如下：

（一）存在跌价准备存货的具体情况，跌价准备金额占存货账面余额的比例情况，跌价准备金额具体的计算过程，可变现净值确定的来源，存货跌价准备计提是否充分

报告期各期末，发行人各类存货跌价准备金额与各类存货账面余额的对应关系如下：

单位：万元

存货类别	2021 年 6 月末			2020 年末		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
库存商品	5,389.83	89.54	1.66%	7,164.92	1,245.00	17.38%
原材料	3,868.86	9.91	0.26%	3,114.94	298.02	9.57%
发出商品	1,449.15	-	-	1,233.77	-	-
委托加工物资	3.07	-	-	3.39	-	-
合计	10,710.92	99.45	0.93%	11,517.03	1,543.02	13.40%
存货类别	2019 年末			2018 年末		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
库存商品	8,574.94	0.21	0.002%	2,478.37	-	-
原材料	416.92	-	-	1,099.92	-	-
发出商品	1,186.10	-	-	738.69	-	-
委托加工物资	3.48	-	-	-	-	-
合计	10,181.44	0.21	0.002%	4,316.98	-	-

发行人存货周转率较高，2018 年末和 2019 年末基本无需计提存货跌价准备，2020 年度由于疫情影响，特别是进口南美白虾产品销售不佳，故于 2020 年末计提大额存货跌价准备，另外 2020 年末，发行人收购中联食品，对于中联食品的

存货进行全面盘点，并对部分库存商品和原材料计提了跌价准备。2021 年 6 月末，前期已计提存货跌价准备的库存商品和原材料基本已实现销售，因此期末存货跌价准备金额大幅减少。

发行人根据《企业会计准则》规定，对期末各项存货的具体品类进行减值测试，按照成本与可变现净值孰低的原则计提跌价准备。发行人对不同类别存货的跌价准备计提情况如下：

（1）库存商品

发行人以各类产品的预计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定可变现净值，对于可变现净值低于存货成本的部分计提跌价准备。发行人以次年 1 月份实际对外售价为预计售价的主要参考标准；以预计售价的 7%作为估计的销售费用和相关税费。同时，由于临期 1 个月以内的食品预期无法以正常价格出售，发行人对期末临期 1 个月以内的库存商品全额计提跌价准备。

按产品类型区分，公司库存商品的存货跌价准备计提明细如下：

单位：万元

存货类别	2021 年 6 月末			2020 年末		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
虾类深加工产品	1,976.15	4.92	0.25%	2,130.15	181.58	8.52%
贝类深加工产品	162.91	10.23	6.28%	203.03	4.27	2.10%
鱼类深加工产品	244.79	4.43	1.81%	452.17	35.92	7.94%
鱿鱼类深加工产品	124.97	0.01	0.01%	126.97	1.94	1.53%
面点类深加工产品	531.27	1.28	0.24%	399.13	1.72	0.43%
牛羊肉类深加工产品	1.34	-	0.00%	24.91	-	-
其他深加工产品	249.50	5.51	2.21%	136.30	3.84	2.82%
虾类初加工产品	498.95	39.22	7.86%	2,910.39	1,001.23	34.40%
其他初加工产品	1,599.95	23.93	1.50%	781.87	14.49	1.85%
合计	5,389.83	89.54	1.66%	7,164.92	1,245.00	17.38%
存货类别	2019 年末			2018 年末		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
虾类深加工产品	1,312.72	0.03	0.002%	687.99	-	-
贝类深加工产品	279.42	-	-	295.72	-	-
鱼类深加工产品	356.02	-	-	200.95	-	-
鱿鱼类深加工产品	89.52	-	-	69.44	-	-
面点类深加工产品	513.43	0.01	0.001%	484.77	-	-
牛羊肉类深加工产品	215.18	-	-	42.72	-	-
其他深加工产品	109.71	0.14	0.131%	84.09	-	-
虾类初加工产品	4,178.79	0.03	0.001%	293.65	-	-
其他初加工产品	1,520.16	-	0.000%	319.03	-	-
合计	8,574.94	0.21	0.002%	2,478.37	-	-

2020 年末，深加工产品计提的存货跌价准备主要系因收购中联食品合并产生。具体情况如下：

2020 年末，因收购中联食品合并范围变化，增加虾类深加工产品期末存货跌价准备 168.94 万元，增加贝类深加工产品期末存货跌价准备 0.76 万元，增加鱿鱼类深加工产品存货跌价准备 0.56 万元；除 2020 年末收购中联新增的存货跌价准备外，发行人深加工产品期后销售情况良好，报告期各期末发行人深加工产品跌价准备金额及计提比例较低。

2020 年末，虾类初加工产品计提的存货跌价准备主要系海燕号的进口南美白虾业务受新冠疫情影响价格下降存在减值迹象。具体情况如下：

2020 年末，受新冠肺炎疫情影响，海燕号进口南美白虾产品存在明显减值迹象，期末账面原值 2,510.68 万元，计提存货跌价准备合计 945.64 万元，计提比例 37.66%。截至 2021 年 7 月末，上述原值 2,510.68 万元进口南美白虾库存已全部实现对外销售，平均销售毛利率为 10.85%。从期后销售情况来看，2020 年末对于该等库存商品计提存货跌价准备较为充分；另外 2020 年末，因收购中联食品合并范围变化，增加虾类初加工产品期末存货跌价准备 51.53 万元。

（2）原材料

发行人原材料 2020 年末存在跌价准备 298.02 万元，系 2020 年末，收购中联食品合并产生。具体情况如下：

原材料为用于自产工厂生产用原料物资，在计提跌价准备时，发行人以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费的金额确定其可变现净值。

产品的估计售价、估计的销售费用以及相关税费的确认方式与上述库存商品相同，完工时估计将要发生的成本根据发行人历史生产成本材料、人工和制造费用比例数据确定。

2020 年末，发行人原材料跌价准备为中联食品原材料计提的跌价准备 298.02 万元，发行人其他原材料经测试，均不存在明显减值迹象，无需计提存货跌价准备；2021 年 6 月末，发行人原材料跌价准备为中联食品原材料计提的跌价准备 9.91 万元，发行人其他原材料经测试，均不存在明显减值迹象，无需计提存货跌价准备。

(3) 发出商品

报告期内，发行人发出商品不存在计提跌价准备的情况。发行人发出商品为已发货尚未转移货物控制权的库存商品，存在明确订单售价，经比较其预计可变现净值与账面价值，无明显减值风险，无需计提存货跌价准备。

综上所述，发行人存货跌价准备按照企业会计准则规定进行计提，报告期计提存货跌价准备充分。

二、中介机构核查意见

(一) 核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取并检查发行人报告期各期末存货库龄明细表，结合抽盘和监盘程序复核库龄明细表中记录的库龄信息的真实性，分析存货跌价准备计提的充分性；

2、获取发行人期后销售明细表，将产品估计售价与期后的实际售价进行比较，检查存货预计售价的准确性；

3、获取发行人报告期生产成本计算表，通过历史同类原材料至完工时仍需发生的成本，检查估计的至完工时将要发生成本的合理性；

4、查询公开市场同规格产品报价，检查发行人可变现净值计算过程中使用的市场价格的真实性和恰当性。

(二) 核查意见

经核查，申报会计师认为：发行人报告期各期末跌价准备金额的计算过程正确，可变现净值的确定合理，存货跌价准备计提充分。

问题 25

关于对外投资。审核问询回复显示：

(1) 发行人于 2016 年 3 月参股大连彤德莱，2018 年可供出售金融资产中对其投资金额为 1,870.00 万元，2019 年根据新金融工具准则计入其他权益工具投资，对其 15.69% 股权以评估值 2,935.89 万元入账；

(2) 截至 2020 年末，大连彤德莱净资产 8,702.68 万元，当年净利润-2,765.25

万元；经“万隆评资字（2021）第 60034 号”估值报告以市场法评估后，发行人持有大连彤德莱 15.69%股权以评估值 2,535.64 万元入账；

（3）2017-2020 年，大连彤德莱餐饮管理集团有限公司经营状况正常，盈利较好，因此发行人经减值测试判断该项投资不存在减值。

请发行人：

（1）补充说明在大连彤德莱 2020 年亏损 2,765.25 万元的情况下，其“盈利较好，不存在减值”结论的准确性；

（2）结合报告期大连彤德莱的经营及业绩情况，资产评估中使用的预测及参数的合理性，补充说明大连彤德莱评估结果的准确性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人情况说明

大连彤德莱系火锅餐饮企业，总体经营正常，2020 年度疫情因素对餐饮行业冲击较大，导致大连彤德莱经营亏损，但该因素为暂时性的。2021 年以来，大连彤德莱经营业绩逐步复苏。因此，该短期因素对发行人持有彤德莱的股权价值影响较小。经减值测试，不存在减值迹象。但存在受疫情长期影响，彤德莱经营出现长期性亏损可能，若发生该等情形，发行人将根据彤德莱经营业绩情况进行评估，调整该股权投资的公允价值，并将其公允价值变动计入其他综合收益。

（一）在大连彤德莱 2020 年亏损 2,765.25 万元的情况下，其“盈利较好，不存在减值”结论的准确性；

大连彤德莱 2017-2019 年各期保持持续盈利，累计实现归属于母公司所有者的净利润 3,859.49 万元。2020 年度受新冠肺炎疫情影响导致出现大额亏损，当年归属于母公司所有者的净利润为-1,691.87 万元。在审核问询回复所属期间 2017-2020 年度内，大连彤德莱公司仅 2020 年由于新冠肺炎疫情导致亏损，2017-2020 年度累计实现归属于母公司所有者的净利润 2,167.63 万元。

大连彤德莱 2019 年度实现营业收入 33,879.99 万元，毛利率 49.88%；2020 年度实现营业收入 28,684.26 万元，较 2019 年度减少 5,195.73 万元，降幅 15.33%；2020 年度毛利率 52.78%，较 2019 年度上升 2.89 个百分点。其中 2020 年 1-6 月

由于餐饮行业受新冠肺炎疫情影响较为严重，大连彤德莱仅实现营业收入10,115.16万元，2020年7-12月疫情影响减轻后，大连彤德莱实现营业收入18,569.10万元，销售规模已恢复至2019年水平。尽管疫情对餐饮行业造成了短期的影响，但餐饮行业整体恢复良好。

2020年末对大连彤德莱的公允价值进行评估时，已充分考虑2020年度亏损对大连彤德莱权益价值的影响，2020年末大连彤德莱归属于母公司所有者权益评估值为1.6161亿元，较2019年末减少2,550.68万元，其中归属于发行人部分权益评估值为2,535.64万元，较2019年末减少400.25万元，期末评估值已公允反应发行人对彤德莱股权投资的价值。

审核问询回复中相关表述将修订为“2017-2020年，大连彤德莱餐饮管理集团有限公司经营状况正常，发行人经减值测试判断该项投资不存在减值。”

（二）结合报告期大连彤德莱的经营及业绩情况，资产评估中使用的预测及参数的合理性，补充说明大连彤德莱评估结果的准确性。

1、估值方法说明

对大连彤德莱公允价值的评估方法使用市场法中的上市公司比较法，通过获取和分析可比上市公司的经营和财务数据，选择恰当的价值比率，在与大连彤德莱比较分析的基础上，确定其期末归属于母公司权益的公允价值。目前国内上市公司中已有一定数量的可比企业，且信息披露较为充分，因此采用上市公司比较法具有合理性。

2、估值参数的合理性

可比上市公司的选取原则为上市时间达两年以上的非ST类企业，且主营业务收入属于餐饮业相关，按照上述原则选取3家上市公司作为可比企业。可比企业的选取与大连彤德莱经营业务相似，且已剔除可能存在价值比率异常的ST企业，可比公司的选择具有合理性。

根据大连彤德莱实际经营情况，选择权益价值比率中的资产比率（P/B）作为评估价值比率。大连彤德莱属于餐饮类企业，报告期2019-2020年度内，受新冠肺炎疫情影响，各地疫情防控要求及措施的实施对餐饮服务业产生较大影响，大连彤德莱2017-2021年6月各期归属于母公司净利润分别为746.55万元、752.57万元、2,360.37万元、-1,691.87万元和-657.60万元，各期盈利额存在波动，因

此结合宏观经济环境及企业实际经营情况，采用权益类资产比率（P/B）具有合理性。

对可比上市公司的价值比率进行修正时，综合大连彤德莱与可比企业的营运能力、偿债能力、盈利能力、发展能力和企业规模进行分析。评估时分别选取资产周转率、资产负债率、总资产回报率、主营业务收入同期增长率、总资产规模等指标，以大连彤德莱为基准，对价值比率进行修正，修正幅度根据可比公司与大连彤德莱指标的差额与区间间隔确定。经上述修正后，2019 年末、2020 年及 2021 年 6 月末确定的大连彤德莱 P/B 比率分别为 2.24、2.70 和 2.85，上述修正过程及指标选取能够充分体现大连彤德莱与可比上市公司的差异。2020 年末价值比率高于 2019 年末主要原因为 2020 年国内证券市场总体上涨，导致 2020 年末可比上市公司的价值比率高于 2019 年末，修正后的 P/B 比率合理；2021 年 6 月末价值比率高于 2020 年末主要原因为 2021 年 1-6 月可比公司股价总体上涨，导致 2020 年末可比上市公司的价值比率高于 2020 年末，修正后的 P/B 比率合理。

由于大连彤德莱是非上市公司，选用的可比公司为上市公司，因此在评估中应当考虑缺少流通性折扣，2019 年末、2020 年末及 2021 年 6 月末确认的流通性折扣分别为 30%、36%和 36%。

3、估值结果准确性

综上所述，发行人对大连彤德莱投资的公允价值=大连彤德莱归属于母公司所有者权益×修正后的可比企业 P/B 比率平均值×流通性折扣×发行人持股比例。经评估，2019 年末、2020 年末及 2021 年 1-6 月发行人持有彤德莱股权投资的公允价值分别为 2,935.89 万元、2,535.64 万元和 2,118.25 万元，占总资产比例分别为 4.00%、3.32%和 2.72%，占净资产比例分别为 5.61%、4.48%和 3.76%。

另外，发行人对大连彤德莱投资计入“其他权益工具投资”，其公允价值变动直接计入“不能重分类进损益的其他综合收益”，不影响报告期损益。因此，发行人对大连彤德莱投资的公允价值对合并资产负债表影响较小，对合并利润表无影响，对合并财务报表整体影响较小。

综上所述，大连彤德莱的估值中使用的参数合理，结果准确。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

1、取得 2017-2020 年大连彤德莱餐饮管理集团有限公司的审计报告，了解大连彤德莱餐饮管理集团有限公司经营情况，判断发行人管理层对该项投资减值测试是否合理；

2、取得 2019 年和 2020 年的大连彤德莱股权投资估值报告，判断评估中使用的预测和参数的合理性，分析评估结果是否准确。

3、取得 2021 年 1-6 月大连彤德莱餐饮管理集团有限公司的财务报表，核查发行人评估 2021 年 6 月末大连彤德莱股权投资估值使用的基础数据是否准确，关键假设及参数是否合理，分析估值结果是否准确。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人对大连彤德莱其他权益工具投资不存在减值的结论准确，资产评估中使用的预测及参数合理，评估结果准确。

问题 26

关于资金流水核查。请保荐人、申报会计师补充说明：

（1）对实控人及其控制的其他企业、董监高、其他关键人员银行账户的核查范围，包括银行账户数量，核查金额重要性水平、账户主要用途情况，流水对手方信息中是否存在未申报的账户，账户清单范围是否完整；

（2）上述银行账户是否存在大额取现、大额支付等情形，对手方情况，是否与发行人客户或供应商及其实控人存在大额资金往来，款项的主要用途及合理性，是否存在客观证据予以核实。

【回复】

一、申报会计师核查说明

（一）对实际控制人及其控制的其他企业、董监高、其他关键人员银行账户的核查范围，包括银行账户数量，核查金额重要性水平、账户主要用途情况，流水对手方信息中是否存在未申报的账户，账户清单范围是否完整

1、取得的相关主体账户流水情况统计

申报会计师综合考虑大连地区消费水平，结合相关人员的收入来源、消费能力、消费习惯等，对于自然人主体，确定流水核查金额的重要性水平为单笔 5 万元，筛选单笔 5 万元或同时段多笔累计 5 万元以上的银行流水录入自然人银行流水核查表，并对所涉及流水逐项核查，确定发行人实际控制人控制的其他企业流水核查金额的重要性水平为单笔或同时段多笔累计 50 万元以上。

申报会计师取得了发行人实际控制人及其配偶和子女、董事（不包括外部财务投资人委派董事、独立董事）、监事、高级管理人员、前董事、前董事会秘书、出纳、实际控制人控制的其他企业 2017 年至 2021 年 6 月的银行流水并进行复核，核查账户的范围包括报告期内所有借记卡（储蓄卡）以及报告期内注销的银行卡，相关统计情况如下表所示：

序号	对象	职位	银行范围	核查账户数量	核查金额重要性水平	账户主要用途
1	姜晓	实际控制人、董事长、总经理	中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、交通银行、招商银行、中信银行、民生银行、浦发银行、平安银行、广发银行、渤海银行	32	5 万元	收取工资、亲友往来、投资理财及其他日常支出等
2	姜辉	前董事、前董事会秘书	中国邮政储蓄银行、交通银行、中国工商银行、中国建设银行、招商银行、中信银行、渤海银行	15	5 万元	收取工资、亲友往来、投资理财及其他日常支出等
3	玄兆利	董事、副总经理	中国工商银行、中国银行、中国建设银行	9	5 万元	收取工资、亲友往来、买卖房款及其他日常支出等
4	王友敏	董事、副总经理	中国工商银行、中国建设银行、交通银行、民生银行、吉林银行、中国邮政储蓄银行、中信银行、光大银行、平安银行	24	5 万元	收取工资、亲友往来、投资理财、支付房款及其他日常支出等
5	徐秀艳	董事、副总经理、生产技术总监	中国工商银行、浦发银行、大连银行、中国农业银行、中国建设银行	7	5 万元	收取工资、亲友往来、投资理财及其他日常支出等
6	张世彬	前董事	中国银行、大连银行、中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、民生银行	8	5 万元	收取工资、亲友往来、投资理财及其他日常支出等
7	刘金庆	监事	中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、中信银行、大连银行、中国邮政储蓄银行、平安银行	11	5 万元	收取工资、亲友往来、投资理财、信用卡还贷、车贷还款及其他日常支出等
8	孙海贺	监事、IT 总监	中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、民生银行	9	5 万元	收取工资、亲友往来、卖房、还贷及其他日常支出等
9	王丽丽	前监事	中国工商银行、中国建设银行、兴业银行	7	5 万元	收取工资、投资理财及其他日常支出等
10	王政刚	监事	大连银行、中国建设银行、中国光大银行、中国工商银行、招商银行	9	5 万元	收取工资、投资理财、买房及其他日常支出等
11	李青平	财务总监	中国工商银行、中国银行、中国建设银行、招商银行、中信银行、民生银行	9	5 万元	收取工资、投资理财及其他日常支出等

12	夏珊珊	董事会秘书	中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、交通银行、招商银行、中信银行、光大银行、浦发银行、大连银行、东亚银行、华夏银行	19	5 万元	收取工资、亲友往来、购房、信用卡还贷及其他日常支出等
13	张茜	生产技术部经理	中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、招商银行、浦发银行、大连银行、锦州银行、中国银行、中国邮政储蓄银行、光大银行、民生银行	17	5 万元	收取工资、亲友往来及其他日常支出等
14	宁丽丽	销售支持总监	中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、大连银行	10	5 万元	收取工资、投资理财、亲友往来及其他日常支出等
15	程硕	出纳	中国农业银行、中国建设银行、中国工商银行	3	5 万元	收取工资及其他日常支出等
16	王晓萍	实际控制人姜晓之妻	中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、交通银行、中信银行、民生银行、浦发银行、平安银行、大连银行、渤海银行、汇丰银行	29	5 万元	亲友往来、投资理财及其他日常支出等
17	姜天润	实际控制人姜晓之子	大连银行、中国工商银行、中国建设银行、交通银行、招商银行、浦发银行、汇丰银行	8	5 万元	父母转款学费、生活费及其他日常支出等
18	亚渔实业	实际控制人控制的其他企业	中信银行、兴业银行、交通银行	3	50 万元	理财、分红收支、公司日常开支
19	亚渔文化	实际控制人控制的其他企业	中国农业银行、中国银行、交通银行	4	50 万元	结构性存款，公司日常开支
20	九贡投资	实际控制人控制的其他企业	中国工商银行	1	50 万元	收取投资款并进行股权投资

2、流水对手方信息中不存在未申报的账户，账户清单范围完整

（1）申报会计师对相关自然人、实际控制人控制的其他企业银行流水中对手方信息进行了核查，未发现未申报的账户，账户清单范围完整。

（2）申报会计师获取了发行人实际控制人及其配偶和子女、董事（不包括外部财务投资人委派董事、独立董事）、监事、高级管理人员、前董事、前董事会秘书、出纳的承诺函。相关自然人承诺：真实、完整的提供了报告期内/任职期内名下全部银行账户的所有银行流水。

综上所述，经申报会计师核查，流水对手方信息中不存在未申报的账户，账户清单范围完整。

（二）上述银行账户是否存在大额取现、大额支付等情形，对手方情况，是否与发行人客户或供应商及其实际控制人存在大额资金往来，款项的主要用途及合理性，是否存在客观证据予以核实。

1、大额取现情况

大额取现流水核查金额的重要性水平为单笔 5 万元或同时段多笔累计 5 万元以上。

2017 年至 2021 年 6 月，发行人实际控制人控制的其他企业不存在大额取现的情形；2017 年至 2021 年 6 月，发行人实际控制人及其配偶和子女、董事（不包括外部财务投资人委派董事、独立董事）、监事、高级管理人员、前董事、前董事会秘书、出纳大额取现共 292.48 万元。上述大额取现大部分用来作为家庭日常支出消费及老人赡养使用，其余取现用途包括春节给家人红包、取现付贷款，用途合理，取现次数较少，无大额频繁取现情况。具体情况如下：

人员名称	发生时间	大额取现金额 (万元)	资金用途	总计(万元)
姜晓	2017 年度	15.00	春节给家人红包	83.00
	2018 年度	20.00	取现家庭日常使用，老人赡养	
	2019 年度	28.00	取现家庭日常使用，老人赡养	
	2020 年度	10.00	取现家庭日常使用，老人赡养	
	2021 年 1-6 月	10.00	取现家庭日常使用	
王晓萍	2017 年度	37.00	取现家庭日常使用，老人赡养	82.00
	2018 年度	-	-	
	2019 年度	25.00	取现家庭日常使用、老人赡养	
	2020 年度	20.00	取现家庭日常使用、老人赡养	
	2021 年 1-6 月	-	-	
宁丽丽	2017 年度	-	-	5.00
	2018 年度	-	-	
	2019 年度	-	-	
	2020 年度	5.00	取现还贷款	
	2021 年 1-6 月	-	-	
姜辉	2017 年度	5.50	自用日常开支	21.50
	2018 年度	-	-	
	2019 年度	9.00	自用日常开支	
	2020 年度	7.00	自用日常开支	
	2021 年 1-6 月	-	-	
夏珊珊	2017 年度	5.00	自用日常开支	5.00
	2018 年度	-	-	
	2019 年度	-	-	
	2020 年度	-	-	
	2021 年 1-6 月	-	-	
玄兆利	2017 年度	-	-	8.56
	2018 年度	-	-	
	2019 年度	8.56	家庭支出	
	2020 年度	-	-	
	2021 年 1-6 月	-	-	
王友敏	2017 年度	10.80	支出还贷款	10.80
	2018 年度	-	-	

	2019 年度	-	-	
	2020 年度	-	-	
	2021 年 1-6 月	-	-	
孙海贺	2017 年度	9.62	取现家庭日常使用	14.62
	2018 年度	-	-	
	2019 年度	-	-	
	2020 年度	5.00	取现家庭日常使用	
	2021 年 1-6 月	-	-	
张世彬	2017 年度	15.00	取现家庭日常使用	62.00
	2018 年度	14.00	取现家庭日常使用	
	2019 年度	10.00	取现家庭日常使用	
	2020 年度	14.00	取现家庭日常使用	
	2021 年 1-6 月	9.00	取现家庭日常使用	

2、大额支付情况

大额支付流水核查金额的重要性水平为自然人单笔 5 万元或同时段多笔累计 5 万元以上，企业单笔 50 万元或同时段多笔累计 50 万元以上。

2017 年至 2021 年 6 月发行人实际控制人及其控制的其他企业、实际控制人配偶和子女、董事（不包括外部财务投资人委派董事、独立董事）、监事、高级管理人员、前董事、前董事会秘书、出纳大额支付情况如下：

单位：万元

对象	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年		2017 年		总计
	支付笔数	累计金额	支付笔数	累计金额	支付笔数	累计金额	支付笔数	累计金额	支付笔数	累计金额	
姜晓	4	1,115.00	4	2,765.00	3	519.30	14	2,330.39	7	578.52	6,193.21
姜辉	5	83.12	39	1,558.11	24	1,202.27	13	354.76	9	82.51	3,197.65
玄兆利	-	-	-	-	1	287.87	2	20.00	2	12.00	319.87
王友敏	-	-	4	55.60	4	33.00	2	33.00	4	214.80	336.40
徐秀艳	2	25.80	3	30.10	3	19.23	2	13.00	4	20.50	82.83
张世彬	-	-	-	-	1	5.00	-	-	12	440.37	445.37
刘金庆	7	246.50	3	20.04	3	17.62	2	10.50	1	5.00	53.16
孙海贺	-	-	1	7.00	2	20.45	1	22.67	-	-	50.12
王丽丽	3	66.60	5	101.28	7	80.60	8	56.70	4	25.30	263.88
王政刚	-	-	-	-	1	5.00	1	5.00	3	53.30	63.30
李青平	7	56.00	2	10.00	7	43.10	2	10.00	10	132.90	196.00
夏珊珊	-	-	2	12.00	5	49.20	2	256.00	1	5.00	322.20
张茜	-	-	3	71.03	3	15.00	2	10.00	-	-	96.03
宁丽丽	1	35.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
程硕	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

王晓萍	32	3,504.11	37	2,850.74	23	1,231.97	36	5,762.10	17	3,433.79	13,278.60
姜天润	5	1,254.02	-	-	1	23.00	1	20.00	-	-	43.00
亚渔实业	2	370	16	10,805.00	19	12,392.00	12	14,859.02	9	6,419.02	44,475.04
亚渔文化	1	140	3	340.00	3	300.00	5	600.00	5	631.00	1,871.00
九贡投资	3	155.15	6	268.79	2	54.00	4	326.00	9	282.00	930.79

(1) 发行人实际控制人姜晓 2017 年至 2021 年 6 月大额支付共 7,308.21 万元，主要用途为向家人（妻子、父母）转账（占比 77.35%，5,653.22 万元）、理财购买（占比 15.77%，1,152.83 万元）、信用卡还款、亲友间资金周转，相应对手方为妻子、父母与亲友账户、理财账户、信用卡账户，款项的用途合理；实际控制人妻子王晓萍 2017 年至 2021 年 6 月大额支付共 16,782.71 万元，主要用途为理财购买（占比 62.46%，10,483.10 万元）、家人间转账（占比 4.67%，783.02 万元）、购房款（占比 4.55%，763.65 万元）、境外体检、子女学费、亲友间资金周转，相应对手方为理财账户、家人与亲友账户、购房对应地产公司账户、体检公司账户、招生中介机构账户，款项的用途合理；前董事会秘书、发行人实际控制人妹妹姜辉 2017 年至 2021 年 6 月大额支付共 3,280.77 万元，主要用途为理财购买（占比 79.27%，2,600.61 万元）、购房款（占比 4.68%，153.41 万元）、家人间转账、亲友间资金周转，相应对手方为理财账户、购房对应地产公司账户、家人与亲友账户，款项的用途合理。

(2) 发行人其他上述相关自然人 2017 年至 2021 年 6 月大额支付共 3,956.08 万元，主要用途为购房款（占比 48.45%，1,916.67 万元）、理财购买（占比 26.96%，1,066.57 万元）、家人间转账（配偶间转账、子女生活费、赡养父母）、亲友间资金周转、信用卡还款，相应对手方为理财账户、购房对应地产公司账户、配偶与亲友账户、信用卡账户，款项的用途合理。

(3) 发行人控制的其他企业 2017 至 2021 年 6 月大额支付共 47,786.83 万元，主要用途为理财、结构性存款购买（占比 81.15%，38,781 万元）、缴税、股份分红、借款，相应对手方为理财账户、股东分红账户、缴税账务中心、借款员工账户（已取得还款），款项的用途合理。

(4) 申报会计师将上述大额资金流水与发行人客户、供应商及其实际控制人名单进行了比对，经核查，大额支付中不存在与发行人客户或供应商及其实际控制人存在大额资金往来的情况。

3、大额取现、大额支付情况真实、无异常

申报会计师通过对大额取现、大额支付的相关人员进行访谈、取得相关人员承诺函、取得借款说明、付款凭证、购房合同等客观证据的方式对款项用途进行了核实。

经核实，上述大额取现、大额支出真实、情况无异常。

二、中介机构核查意见

（一）核查程序

1、获取了发行人实际控制人及其配偶和子女、董事（不包括外部财务投资人委派董事、独立董事）、监事、高级管理人员、前董事、前董事会秘书、出纳的承诺函；

2、获取了发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员个人征信报告、实际控制人控制的其他企业的征信报告；

3、监督实际控制人、董监高、其他关键人员前往 20 家主要的国有大型商业银行、全国性股份制银行以及地区城商银行，通过柜台及自助机询问、拍照、视频及打印等方式，获取并核查相关人员在各银行的开户情况及资金流水。同时，针对相关人员银行资金流水，结合对手方账户信息，核查是否存在未在上述 20 家银行范围内的其他银行开立账户以及其他未申报的账户；

4、核查实际控制人、董监高、其他关键人员 2017 年至 2020 年银行账户流水大额取现、大额支付情形，选取 5 万元以上大额取现、大额支付流水逐笔核查对手方情况，并与相关人员进行访谈、收集相关证据核实；

5、获取实际控制人控制的其他企业银行账户流水及开立户清单，核查 50 万元以上大额现金、大额支出情况，逐笔核查对手方情况，并与相关人员进行访谈、收集相关证据核实；

6、获取客户和供应商清单、主要客户和供应商及其实际控制人、法人、董监高清单，并将上述清单中的单位和个人与所获取的银行流水交易对手方信息进行核对，确认是否存在资金往来等情形；

7、对公司主要客户、供应商进行了访谈，确认其是否存在与公司实际控制

人、董事、监事、高级管理人员、主要股东等关联方资金往来、利益安排等情形。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人实际控制人及其控制的其他企业、董监高、其他关键人员银行账户清单范围完整。

2、发行人实际控制人及其控制的其他企业、董监高、其他关键人员银行账户不存在频繁大额取现；大额取现、大额支付具有合理用途，具有客观证据；与发行人客户或供应商及其实际控制人不存在大额资金往来。

（本页无正文，为《关于亚洲渔港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》之盖章页）



中国注册会计师

刘磊



中国注册会计师

黄永捷



中国，上海

2021 年 12 月 23 日