

苏州市味知香食品股份有限公司

SUZHOU WEIZHIXIANG FOOD CO., LTD.

(苏州吴中经济开发区旺山工业园兴东路7号)



首次公开发行股票招股意向书

保荐人（主承销商）



国泰君安证券股份有限公司
GUOTAI JUNAN SECURITIES CO., LTD.

(中国（上海）自由贸易试验区商城路618号)

发行概况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	1.00元
发行股数	2,500万股，占发行后总股本的比例不低于25%，全部为公司公开发行新股，不安排股东公开发售股份
每股发行价	【】元/股
发行日期	2021年4月15日
拟申请上市证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	10,000万股
本次发行前股东所持股份的流通限制及自愿锁定股份的承诺	<p>1、公司控股股东、实际控制人、董事长、总经理夏靖，公司股东、董事章松柏，公司股东、高级管理人员夏九林承诺：</p> <p>（1）自公司股票上市之日起36个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份。</p> <p>（2）公司股票上市后6个月内如公司股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长6个月。</p> <p>若公司股票在此期间发生除权、除息的，发行价格及减持股份数量将作相应调整，下同。</p> <p>（3）本人担任味知香董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的25%；从公司离职后6个月内，不转让本人持有的公司股份。本人在任期届满前离职的，本人在就任味知香董事、监事或高级管理人员时确定的任期内和任期届满后6个月内，每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的25%。</p> <p>（4）本人所持公司股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。</p> <p>（5）上述承诺持续有效，本人保证不会因职务变更、离职等原因终止履行上述承诺。</p> <p>（6）本人如违反上述股份变动相关承诺，除按照法律、法规、中国证券监督管理委员会和上海证券交易所的相关规定承担法律责任外，本人还应将因违反承诺而获得的全部收入上缴给公司，本人保证在接到董事会发出的收入上缴通知之日起20日内将该等收入上缴公司。</p> <p>2、公司股东苏州市金花生管理咨询企业（有限合伙）承诺：</p> <p>（1）自公司股票上市之日起36个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份。</p> <p>（2）公司股票上市后6个月内如公司股票连续20个交易日的收</p>

	<p>盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本企业持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。</p> <p>若公司股票在此期间发生除权、除息的，发行价格及减持股份数量将作相应调整，下同。</p> <p>(3) 本企业所持公司股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。</p> <p>(4) 本企业如违反上述股份变动相关承诺，除按照法律、法规、中国证券监督管理委员会和上海证券交易所的相关规定承担法律责任外，本企业还应将因违反承诺而获得的全部收入上缴给公司，本企业保证在接到董事会发出的收入上缴通知之日起 20 日内将该等收入上缴公司。</p> <p>3、公司股东陈洪承诺：</p> <p>(1) 自公司股票上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份。</p> <p>(2) 公司股票上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。</p> <p>若公司股票在此期间发生除权、除息的，发行价格及减持股份数量将作相应调整，下同。</p> <p>(3) 本人如违反上述股份变动相关承诺，除按照法律、法规、中国证券监督管理委员会和上海证券交易所的相关规定承担法律责任外，本人还应将因违反承诺而获得的全部收入上缴给公司，本人保证在接到董事会发出的收入上缴通知之日起 20 日内将该等收入上缴公司。</p> <p>4、除公司控股股东、实际控制人、董事长夏靖，公司股东、董事章松柏，公司股东、高级管理人员夏九林外，间接持有发行人股份的其他董事、监事、高级管理人员承诺：</p> <p>(1) 自公司股票上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份。</p> <p>(2) 公司股票上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。</p> <p>若公司股票在此期间发生除权、除息的，发行价格及减持股份数量将作相应调整，下同。</p> <p>(3) 本人担任味知香董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的 25%；从公司离职后 6 个月内，不转让本人持有的公司股份。本人在任期届满前离职的，本人在就任味知香董事、监事或高级管理人员时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的 25%。</p>
--	---

	<p>(4) 本人所持公司股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。</p> <p>(5) 上述承诺持续有效，本人保证不会因职务变更、离职等原因终止履行上述承诺。</p> <p>(6) 本人如违反上述股份变动相关承诺，除按照法律、法规、中国证券监督管理委员会和上海证券交易所的相关规定承担法律责任外，本人还应将因违反承诺而获得的全部收入上缴给公司，本人保证在接到董事会发出的收入上缴通知之日起 20 日内将该等收入上缴公司。</p>
保荐机构、主承销商	国泰君安证券股份有限公司
招股意向书签署日期	2021 年 4 月 7 日

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股意向书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股意向书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

本公司提醒投资者特别关注以下重大事项及风险，并认真阅读本招股意向书“风险因素”章节的全部内容。

一、本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺

1、公司控股股东、实际控制人、董事长、总经理夏靖，公司股东、董事章松柏，公司股东、高级管理人员夏九林承诺：

（1）自公司股票上市之日起36个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份。

（2）公司股票上市后6个月内如公司股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长6个月。

若公司股票在此期间发生除权、除息的，发行价格及减持股份数量将作相应调整，下同。

（3）本人担任味知香董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的25%；从公司离职后6个月内，不转让本人持有的公司股份。本人在任期届满前离职的，本人在就任味知香董事、监事或高级管理人员时确定的任期内和任期届满后6个月内，每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的25%。

（4）本人所持公司股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。

（5）上述承诺持续有效，本人保证不会因职务变更、离职等原因终止履行上述承诺。

（6）本人如违反上述股份变动相关承诺，除按照法律、法规、中国证券监督管理委员会和上海证券交易所的相关规定承担法律责任外，本人还应将因违反承诺而获得的全部收入上缴给公司，本人保证在接到董事会发出的收入上缴通知之日起20日内将该等收入上缴公司。

2、公司股东苏州市金花生管理咨询企业（有限合伙）承诺：

（1）自公司股票上市之日起36个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企

业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份。

(2) 公司股票上市后6个月内如公司股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本企业持有公司股票的锁定期限自动延长6个月。

若公司股票在此期间发生除权、除息的，发行价格及减持股份数量将作相应调整，下同。

(3) 本企业所持公司股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。

(4) 本企业如违反上述股份变动相关承诺，除按照法律、法规、中国证券监督管理委员会和上海证券交易所的相关规定承担法律责任外，本企业还应将因违反承诺而获得的全部收入上缴给公司，本企业保证在接到董事会发出的收入上缴通知之日起20日内将该等收入上缴公司。

3、公司股东陈洪承诺：

(1) 自公司股票上市之日起12个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份。

(2) 公司股票上市后6个月内如公司股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长6个月。

若公司股票在此期间发生除权、除息的，发行价格及减持股份数量将作相应调整，下同。

(3) 本人如违反上述股份变动相关承诺，除按照法律、法规、中国证券监督管理委员会和上海证券交易所的相关规定承担法律责任外，本人还应将因违反承诺而获得的全部收入上缴给公司，本人保证在接到董事会发出的收入上缴通知之日起20日内将该等收入上缴公司。

4、除公司控股股东、实际控制人、董事长、总经理夏靖，公司股东、董事章松柏，公司股东、高级管理人员夏九林外，间接持有发行人股份的其他董事、监事、高级管理人员承诺：

(1) 自公司股票上市之日起12个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份。

(2) 公司股票上市后6个月内如公司股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长6个月。

若公司股票在此期间发生除权、除息的，发行价格及减持股份数量将作相应调整，下同。

(3) 本人担任味知香董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的25%；从公司离职后6个月内，不转让本人持有的公司股份。本人在任期届满前离职的，本人在就任味知香董事、监事或高级管理人员时确定的任期内和任期届满后6个月内，每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的25%。

(4) 本人所持公司股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。

(5) 上述承诺持续有效，本人保证不会因职务变更、离职等原因终止履行上述承诺。

(6) 本人如违反上述股份变动相关承诺，除按照法律、法规、中国证券监督管理委员会和上海证券交易所的相关规定承担法律责任外，本人还应将因违反承诺而获得的全部收入上缴给公司，本人保证在接到董事会发出的收入上缴通知之日起20日内将该等收入上缴公司。

二、关于上市后三年内的股价稳定措施

为维护公司上市后股票价格的稳定，保护投资者利益，公司2019年第一次临时股东大会审议通过了《苏州市味知香食品股份有限公司关于稳定股价的预案》（以下简称“本预案”），主要内容如下：

（一）启动稳定股价措施的条件

公司上市后36个月内，公司股价连续20个交易日（公司股票全天停牌的交易日除外，下同）的收盘价低于公司每股净资产（如果因公司派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，按照上海证券交易所的有关规定作相

应调整，下同），且公司股价低于每股净资产非因不可抗力因素所致时，公司将启动稳定公司股价的预案。

（二）稳定股价的具体措施

当公司股价触发稳定股价预案的启动条件时，公司将按如下顺序及时采取相应措施稳定股价：

1、公司回购股票

（1）公司应在符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等法律、法规的要求，且不会导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，向社会公众股东回购股份。

（2）公司董事会对回购股份做出决议时，公司董事（不包括独立董事）承诺就该等回购股份的相关决议投赞成票。

（3）公司股东大会对回购股份做出决议时，公司控股股东承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

（4）公司为稳定股价之目的进行股份回购的，除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项条件：

① 公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格原则上不超过公司最近一期经审计的每股净资产；

② 公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行股票所募集资金的净额；

③ 公司单次用于回购股份的资金金额不高于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%，但不高于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%；

④ 公司单次回购股份不超过公司总股本的 2%。如与指标③有冲突的，以不超过 2%为准；

⑤ 同一会计年度内用于稳定股价的回购资金合计不超过上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%。

（5）公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续 5 个交易日收盘价均超过公司最近一期经审计的每股净资产，公司董事会可做出决议终止回购股份事宜。

2、控股股东增持公司股票

(1) 在下列任一条件成就时，公司控股股东应在符合《上市公司收购管理办法》、上海证券交易所《上市公司股东及其一致行动人增持股份行为指引》、《上市公司日常信息披露工作备忘录第五号—上市公司控股股东稳定公司股价措施的信息披露规范要求》等法律、法规、规范性文件的要求，且不会导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行增持：

① 公司回购股份方案实施完毕之次日起的连续 10 个交易日公司股票收盘价低于公司每股净资产；

② 公司回购股份方案实施完毕之次日起的 3 个月内启动稳定股价预案的条件被再次触发。

(2) 控股股东为稳定股价增持股票时，除应符合相关法律、法规及规范性文件的要求之外，还应符合下列各项条件：

① 控股股东增持股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产；

② 控股股东用于增持股份的资金金额原则上不低于自公司上市后累计从公司所获得现金分红金额的 20%，且不超过自公司上市后累计从公司所获得现金分红总额；

③ 控股股东单次及/或连续 12 个月增持公司股份数量不超过公司总股本的 2%。如与指标②冲突，按照本项执行；

④ 控股股东通过增持获得的股票，在增持完成后 6 个月内不得转让。

(3) 公司公告控股股东增持计划后，若公司股价连续 5 个交易日的收盘价超过其每股净资产，控股股东可终止增持股份事宜。

3、董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票

(1) 在下列任一条件成就时，在公司领取薪酬的公司董事（独立董事除外）、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律、法规的要求，且不会导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行增持：

① 控股股东增持股份方案实施完毕之次日起的连续 10 个交易日公司股票收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产；

② 控股股东增持股份方案实施完毕之次日起的 3 个月内启动稳定股价预案的

条件被再次触发。

(2) 有义务增持的董事（独立董事除外）、高级管理人员为稳定股价增持股票时，除应符合相关法律、法规及规范性文件的要求之外，还应符合下列各项条件：

① 增持股份的价格不超过公司每股净资产；

② 用于增持股份的资金不少于董事（独立董事除外）、高级管理人员上年度税后薪酬总和的 20%，但不超过董事（独立董事除外）、高级管理人员上年度税后薪酬总和的 50%；

③ 董事（独立董事除外）、高级管理人员通过增持获得的股票，在增持完成后 6 个月内不得转让。

(3) 公司未来若有新选举或聘任的董事（不包括独立董事）、高级管理人员且从公司领取薪酬的，均应当履行公司首次公开发行股票并上市时董事（不包括独立董事）、高级管理人员已作出的相应承诺。公司将促使该等新选举或新聘任的董事和高级管理人员根据本预案及相关约束措施出具承诺书。

(4) 在公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持完成后，如果公司股票价格再次出现连续 20 个交易日收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产值，则公司应依照本预案的规定，依次开展公司回购、控股股东增持及董事（独立董事除外）、高级管理人员增持工作。

(三) 稳定股价措施的启动程序

1、公司回购股票

(1) 公司董事会应在上述公司回购股票启动条件触发之日起的 15 个交易日内做出回购股份的决议；

(2) 公司董事会应当在做出回购股份决议后的 2 个交易日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知；

(3) 公司回购应在公司股东大会决议做出之日起次日开始启动回购，并应在履行相关法定手续后的 30 日内实施完毕；

(4) 公司回购方案实施完毕后，应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

2、控股股东及董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票

(1) 控股股东及董事（独立董事除外）、高级管理人员应在上述控股股东及董

事（独立董事除外）、高级管理人员稳定股价的条件触发之日起 2 个交易日内，就其增持公司 A 股股票的具体计划（应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司，并由公司董事会做出增持公告；

（2）控股股东及董事（独立董事除外）、高级管理人员应在增持公告做出之日起次日开始启动增持，并应在履行相关法定手续后的 90 日内实施完毕。

（四）稳定股价预案的终止条件

自稳定股价方案公告之日起，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案可终止执行：

- 1、公司股票连续 10 个交易日的收盘价均高于公司每股净资产。
- 2、继续回购或增持公司股票将导致公司不符合上市条件。
- 3、控股股东、董事（独立董事除外）、高级管理人员等相关责任主体继续增持公司股份将导致其和/或其一致行动人（依上市公司收购相关管理规则项下所界定）触发要约收购且不符合法定的免于发出要约申请情形或豁免要约方式增持股份情形的。

（五）约束措施

1、公司未履行稳定股价承诺的约束措施

（1）如公司未能履行或未按期履行稳定股价承诺，需在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护公司投资者利益。

（2）如公司董事会未按照本预案的规定履行内部决策或公告义务的，全体董事（独立董事除外）以上一年度薪酬为限对股东承担赔偿责任。

2、控股股东未履行稳定股价承诺的约束措施

（1）如控股股东未能履行或未按期履行稳定股价承诺，需在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，应同意在履行完毕相关承诺前暂不领取公司分配利润中归属于控股股东的部分，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；如因不可抗力导致，

尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。

(2) 控股股东负有增持股票义务，但未按本预案的规定向公司送达增持通知或虽送达增持通知未按披露的增持计划实施的，公司有权责令控股股东在限期内履行增持股票义务。控股股东仍不履行的，公司有权将该年度及以后年度应向控股股东支付的现金分红收归公司所有，直至累计金额达到 1,000 万元。

3、董事（独立董事除外）、高级管理人员未履行稳定股价承诺的约束措施

(1) 如上述负有增持义务的董事（独立董事除外）、高级管理人员未能履行或未按期履行稳定股价承诺，需在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，应调减或停发薪酬或津贴，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。

(2) 负有增持义务的董事（独立董事除外）、高级管理人员拒不履行本预案规定的股票增持义务情节严重的，控股股东、董事会、监事会及半数以上的独立董事有权提请股东大会更换相关董事，公司董事会有权解聘相关高级管理人员。

三、公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

公司控股股东、实际控制人、董事长、总经理夏靖，公司股东、董事章松柏，公司股东、高级管理人员夏九林，公司股东苏州市金花生管理咨询企业（有限合伙）承诺：

1、对于本次上市前持有的公司股份，本人/本企业将严格遵守已做出的关于所持公司股份流通限制及自愿锁定的承诺，在锁定期内，不出售本次上市前持有的公司股份。

2、在锁定期满后两年内减持股票的，减持价格不低于本次上市的发行价。如公司上市后发生分红派息、送股、公积金转增股本、配股等除权除息事项的，发行价将相应进行调整。

3、本人/本企业减持公司股份的方式应符合相关法律、法规及证券交易所规则的规定，减持方式包括但不限于二级市场竞价交易、大宗交易方式、协议转让方式等。

4、锁定期届满后，在本人/本企业减持公司股份时，本人/本企业将遵守中国证券监督管理委员会、证券交易所有关法律、法规的相关规定，并提前三个交易日公

告，按照相关法律、法规及证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

5、如未履行上述承诺出售公司股票，本人/本企业将该部分出售股票所取得的收益（如有），上缴公司所有。

6、如相关法律、行政法规、中国证券监督管理委员会和上海证券交易所另有要求的，则本人/本企业将按相关要求执行。

四、发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于因信息披露重大违规导致回购新股、购回股份、赔偿损失的承诺

（一）发行人承诺

1、公司首次公开发行股票招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、若公司招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将在中国证监会或其他有权机关就公司存在上述重大信息披露瑕疵作出有法律效力的决定或认定之日起30个工作日内（或中国证监会等有权机关要求的其他期限内）按照届时有效的法律、法规、规范性文件的规定及中国证监会等有权机关的要求回购公司首次公开发行的全部新股，回购价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，按照上海证券交易所的有关规定作复权处理）不低于首次公开发行的价格。

3、招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会或人民法院等有权部门认定后，公司将本着积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，对投资者直接遭受的、可测算的经济损失，选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式进行赔偿。

4、公告程序。若本次公开发行股票招股意向书被中国证监会、公司上市所在证券交易所或司法机关认定为有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，在公司收到相关认定文件后2个交易日内，相关各方应就该等事项进行公告，并在前述事项公告后及时公告相应的回购新股、购回股份、赔偿损失的方案的制定和进展情况。

5、约束措施。若公司未及时履行上述承诺，将在股东大会及中国证监会指定

报刊上公开就未履行上述回购、赔偿措施向股东和社会公众投资者道歉，并按中国证监会及有关司法机关认定的实际损失向投资者进行赔偿。

（二）发行人控股股东、实际控制人夏靖承诺

1、公司首次公开发行股票招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，并已由有权部门作出行政处罚或人民法院作出相关判决的，将依法赔偿投资者损失，确保投资者的合法权益得到有效保护。在司法机关等有权机关就赔偿责任主体、赔偿范围、赔偿对象作出最终决定前，本人将本着积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，对投资者直接遭受的、可测算的经济损失，选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式进行赔偿。

3、约束措施。若本人未及时履行上述承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述回购、赔偿措施向股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起5个工作日内，停止在发行人处领取股东分红，同时持有的发行人股份将不得转让，直至按上述承诺采取相应措施并实施完毕时为止。

（三）公司董事、监事、高级管理人员承诺

1、公司首次公开发行股票招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，并已由有权部门作出行政处罚或人民法院作出相关判决的，将依法赔偿投资者损失，确保投资者的合法权益得到有效保护。在司法机关等有权机关就赔偿责任主体、赔偿范围、赔偿对象作出最终决定前，本人将本着积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，对投资者直接遭受的、可测算的经济损失，选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式进行赔偿。

3、约束措施。若本人未及时履行上述承诺，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述赔偿措施发生之日起停止在公司领取薪酬（或津贴）及股东现金分红（如有），同时其持有的公司股票（如有）将不得转让，直至其按上述承诺采取相应的赔偿措施并

实施完毕时为止。

五、本次发行相关中介机构的承诺

保荐人及主承销商国泰君安证券股份有限公司承诺：因本公司为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

审计机构公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行人律师北京国枫律师事务所承诺：本所为本项目制作、出具的申请文件真实、准确、完整、及时，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；若因本所未能勤勉尽责，为本项目制作、出具的申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

资产评估机构江苏中企华中天资产评估有限公司承诺：因本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

六、填补被摊薄即期回报的承诺

（一）填补被摊薄即期回报的措施

1、加强募集资金管理并加快募投项目建设

为保障公司规范、有效使用募集资金，最大限度保护投资者权益，公司将按照《公司法》等法律、法规、规范性文件的规定，并结合公司实际情况，对募集资金的存储、使用、管理和监督进行明确规定。本次募集资金到位后，公司董事会将监督公司按照该规定，对募集资金进行专项存储、专户专储、专款专用，严格募集资金的使用管理。同时，严格进行募投项目的建设管理，加快推进募投项目建设，争取募投项目早日竣工投产发挥效益，提升公司盈利能力。

2、加强内部管理，提升市场竞争力

公司将在现有基础上进一步完善优化业务流程，提高生产水平，加强对采购、生产、仓储、销售各环节的信息化管理，为提高公司的经营效率提供支持；同时公

公司将加强企业内部控制，发挥企业管控效能；推进全面预算管理，优化预算管理流程，加强成本管理，强化预算执行监督。通过以上措施，公司将有效提升自身的运营效率，降低成本并提高公司的经营业绩，提升市场竞争力。

3、完善利润分配机制，强化投资者回报

公司将根据中国证监会的相关规定，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配政策作出制度性安排，保证利润分配政策的连续性和稳定性，制定上市后适用的《公司章程（草案）》。公司将严格执行《公司章程（草案）》及股东回报规划文件中的利润分配政策，积极推动对股东的利润分配，增强现金分红透明度，建立较为完善和有效的股东回报机制。未来公司将进一步完善利润分配制度，强化投资者回报。

（二）填补被摊薄即期回报的承诺

发行人董事、高级管理人员根据中国证监会相关规定对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、承诺在自身职责和权限范围内，全力促使公司董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并对公司董事会和股东大会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）；

5、如果公司实施股权激励，承诺在自身职责和权限范围内，全力促使公司拟公布的股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并对公司董事会和股东大会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）；

6、本承诺函出具日后，若中国证监会作出关于摊薄即期回报的填补措施及其承诺的其他监管规定，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺；

7、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的承诺。若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和证券交易所等证券监管机构制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关监管措

施；若因违反承诺给公司或者股东造成损失的，依法承担补偿责任。

七、未履行公开承诺事项的约束措施

（一）发行人承诺

发行人承诺将严格履行就首次公开发行股票并上市所做出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

1、如非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，经相关监管机构认定，公司将提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）要求对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；

（3）不批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更；

（4）给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任。

2、如因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，经相关监管机构认定，公司将提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护公司投资者利益。

（二）控股股东、实际控制人承诺

本人作为发行人控股股东、实际控制人，承诺将严格履行就公司首次公开发行股票并上市所做出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

1、如非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，经相关监管机构认定后，将提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因

并向股东和社会公众投资者道歉；

(2) 不得转让公司股份。因合并分立、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

(3) 暂不领取公司分配利润中归属其的部分；

(4) 如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给公司指定账户；

(5) 未履行上述承诺及招股意向书的其他承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；

(6) 未履行上述承诺及招股意向书的其他承诺事项，给投资者造成损失的，其依法承担连带赔偿责任。

2、如因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，经相关监管机构认定后，其将提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

(1) 在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

(2) 尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护本公司投资者利益。

(三) 董事、监事、高级管理人员承诺

发行人董事、监事、高级管理人员承诺将严格履行其就公司首次公开发行股票并上市所做出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

1、如非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，经相关监管机构认定后，其将提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

(1) 在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

(2) 不得转让公司股份。因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

(3) 暂不领取公司分配利润中归属于其本人的部分；

(4) 可以职务变更但不主动要求离职；

(5) 主动申请调减或停发薪酬或津贴；

(6) 如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给公司指定账户；

(7) 其未履行上述承诺及招股意向书的其他承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；

(8) 公司未履行上述承诺及招股意向书的其他承诺事项，给投资者造成损失的，其依法承担连带赔偿责任。

2、如因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，经相关监管机构认定后，其将提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

(1) 在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

(2) 尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护本公司投资者利益。

八、滚存利润分配方案

公司第一届董事会第四次会议、2019年第一次临时股东大会审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票前滚存利润分配方案的议案》，公司首次公开发行股票前滚存的未分配利润由发行后的新老股东按持股比例共同享有。

九、上市后股利分配政策及分红回报规划

公司第一届董事会第四次会议、2019年第一次临时股东大会审议通过了《公司章程（草案）》、《关于公司上市后三年分红回报规划的议案》，对公司公开发行后的利润分配政策及分红回报规划进行了明确的约定，具体如下：

（一）利润分配原则

1、重视对投资者的合理投资回报，在有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、外部监事（不在公司担任职务的监事）和公众投资者的意见。

2、保持利润分配政策的连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远和可持续发展。

3、优先采用现金分红的利润分配方式。

4、充分听取和考虑中小股东的要求。

5、充分考虑货币政策。

（二）利润分配形式

公司可以采用现金分红、股票股利、现金分红与股票股利相结合或者其他法律、法规允许的方式分配利润。其中现金分红优先于股票股利。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

（三）利润分配的条件及比例

公司在当年盈利、累计未分配利润为正且公司现金流可以满足公司正常经营和持续发展的情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司应当优先采取现金方式分配利润，且每年以现金方式分配的利润不低于当年实现的可分配利润10%。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

- 1、公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的10%，且绝对金额超过1,000万元；
- 2、公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的10%；
- 3、中国证监会或者上海证券交易所规定的其他情形。

上述重大资金支出应按照公司相关事项决策权限履行董事会或股东大会审议程序。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出差异化的现金分红政策：

- 1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%；
- 2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%；
- 3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的或者公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%。

若公司经营状况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出并实施股票股利分配预案。

（四）利润分配应履行的审议程序

1、公司制定利润分配政策时，应当履行公司章程规定的决策程序。公司的利润分配预案由公司董事会结合公司章程、盈利情况、资金需求和股东回报规划提出并拟定。

2、董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，且需事先书面征询全部独立董事的意见，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

3、董事会就利润分配方案形成决议后提交股东大会审议。股东大会在审议利润分配方案时，应充分听取中小股东的意见和诉求，为股东提供网络投票的方式。

4、监事会应对董事会执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。

5、公司当年盈利但未提出现金利润分配预案的，董事会应在当年的定期报告中说明未进行现金分红的原因以及未用于现金分红的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见。

十、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险

（一）食品安全风险

公司主营肉禽类、水产类、其他类三大产品品类 200 余种半成品菜的开发、生产、销售，食品安全问题不仅会影响公司业绩，更会对企业品牌形象造成重大影响。

近年来，我国接连发生了地沟油、瘦肉精、大米镉超标等一系列食品安全问题，引起了消费者对食品安全和权益保护意识的增强，以及政府部门对食品安全日益严格的监管。若发行人在采购、生产、运输、销售等任何一个环节出现疏忽或者发生偶然性事件，比如冷库温度控制不当、运输车辆故障、交通事故等，则存在出现食品安全问题的可能性，进而公司需要承担相应责任，并支付赔偿，对公司经营业绩与品牌形象产生不利影响。

（二）公司业绩增长速度降低乃至业绩下滑的风险

报告期各期，公司营业收入分别为 46,595.10 万元、54,242.45 万元及 62,246.85 万元，净利润分别为 7,112.49 万元、8,624.33 万元及 12,505.27 万元。未来，随着行业竞争的日趋激烈、公司经营规模的不断扩大，以及下游市场的需求变动、原材

料价格的波动等原因，公司面临业绩增长速度可能有所降低，亦可能出现业绩较上期下滑的风险。

（三）租赁房产产权存在瑕疵的风险

公司位于苏州市吴中经济开发区旺山工业园兴东路7号约8,700平方米的房产为向苏州鑫惠光学制品有限公司租赁取得，该处房产为公司主要的生产经营地，租赁期限为10年，自2017年1月21日至2027年1月20日。截至本招股意向书签署日，该处房产目前尚未取得房屋权属证明，若未来该处房产应政府要求被拆除或其他因素导致公司无法继续使用该处房产，将对公司的正常生产经营带来不利影响。

（四）发生动物疫情或自然灾害风险

公司的主要原材料包括牛肉、猪肉、鸡肉等肉禽及鱼、虾等水产，若上述原材料养殖基地发生重大疫情或者自然灾害，在短时间内公司主要供应商可能会失去对公司的供货能力，公司将面对原材料供应中断或者供货数量不足的问题。此外，动物疫情还会影响消费者对于特定食品消费的积极性，导致市场总需求量减少，对包括公司在内的食品行业公司业绩产生不利影响。

（五）新型冠状病毒肺炎疫情影响正常生产经营的风险

2020年初，我国发生了新型冠状病毒肺炎疫情，此次疫情对公司正常的生产经营产生了不利影响，主要体现在：疫情期间，公司响应当地政府的延迟复工政策，推迟了员工返岗时间；按规定复工后，受各地防疫措施的限制，部分员工无法按时返岗，公司物流车辆也无法完成特定区域的产品配送。公司客户广泛分布于农贸市场、食品批发市场，由于此类场所部分时间处于关闭状态，导致部分客户无法进行产品销售。同时，公司牛肉类原材料主要来源于进口，若境外主要原材料产地疫情大范围失控导致相关原材料进出口贸易受到影响，公司需要寻找国内替代原材料供应商，短期内可能面临原材料供应紧张的问题。上述情形可能对公司的短期业绩产生一定影响，具体影响程度取决于疫情防控的进展情况、持续时间以及各地防控政策的实施情况。

（六）经销商管理风险

经销模式为公司基本的销售方式，为了扩大销售范围和业务规模，公司下游经

销商的分布和数量也不断增加，截至 2020 年 12 月 31 日，公司的经销商客户共有 1,997 家，这意味着对经销商客户的管理难度也在不断加大。若未来重要经销商发生较大变动，将对公司的经营业绩及市场竞争力造成较大影响。由于经销商在人、财、物上皆独立于公司，其发展战略、利益诉求等可能会与公司的发展目标并不一致。因此如果公司对经销商的管理未及时跟上业务的发展速度，可能会导致产品销售受阻、公司品牌形象受到不利影响，进而导致公司的经营业绩下滑。

（七）现金收款风险

由于公司大部分客户为个体工商户且经营规模较小，对于选择货到付款模式的客户，部分客户在收到货物的同时以现金形式支付货款。报告期各期，公司现金收款占营业收入的比重分别为 2.09%、0.26%及 0.15%，呈逐年下降趋势。由于公司部分经销商仍不熟练使用移动支付，尽管公司现金收款比例逐年降低，预计现金收款的情况仍将存在一段时间。如果公司资金管理内控制度不能严格、有效执行，因现金交易相对银行转账安全性较差，存在现金保管不善，造成资金损失的风险。

十一、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况

公司审计报告的截止日为 2020 年 12 月 31 日，财务报告审计截止日至本招股意向书签署日，公司内外部经营状况良好，生产和销售情况正常，公司经营模式、采购模式，主要产品的市场规模和盈利能力，税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化。公司的持续盈利能力不存在重大不确定性及其他可能影响投资者判断的重大事项。

公司预计 2021 年一季度营业收入为 14,000 万元至 18,000 万元，同比增长 10.35%至 41.88%；归属于母公司所有者的净利润为 2,400.00 万元至 3,100.00 万元，同比增长 13.80%至 46.99%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润为 2,500 万元至 3,200 万元，同比增长 13.17%至 44.86%。（上述有关公司 2021 年一季度业绩预计数据未经注册会计师审计或审阅，不构成公司所作的盈利预测）。

十二、发行人关于股东信息披露的承诺

- 1、公司已在招股意向书中真实、准确、完整的披露了股东信息。
- 2、公司历史沿革中不存在股权代持、委托持股等情形，不存在股权争议或潜

在纠纷等情形。

3、公司不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有发行人股份的情形；

4、本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有发行人股份情形；

5、公司不存在以发行人股权进行不当利益输送情形。

6、若本公司违反上述承诺，将承担由此产生的一切法律后果。

目 录

发行人声明	4
重大事项提示	5
一、本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺	5
二、关于上市后三年内的股价稳定措施	7
三、公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向	12
四、发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于因信息披露重大违规导致回购新股、购回股份、赔偿损失的承诺	13
五、本次发行相关中介机构的承诺	15
六、填补被摊薄即期回报的承诺	15
七、未履行公开承诺事项的约束措施	17
八、滚存利润分配方案	19
九、上市后股利分配政策及分红回报规划	19
十、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险	21
十一、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况	23
十二、发行人关于股东信息披露的承诺	23
第一节 释义	30
第二节 概览	32
一、发行人简介	32
二、发行人控股股东和实际控制人简介	32
三、主要财务数据及主要财务指标	32
四、本次发行情况	34
五、募集资金主要用途	35
第三节 本次发行概况	36
一、本次发行的基本情况	36
二、本次发行的有关当事人	36
三、发行人与中介机构的权益关系	38
四、本次发行工作时间表	38
第四节 风险因素	39

一、经营风险	39
二、市场及行业风险	40
三、管理风险	42
四、财务风险	43
第五节 发行人基本情况	46
一、发行人基本信息	46
二、发行人改制重组情况	46
三、发行人股本形成及其变化和重大资产重组情况	48
四、发行人历次验资情况	53
五、发行人的组织结构	53
六、发行人控股子公司、参股公司、分公司及其他重要对外投资情况	55
七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	56
八、发行人股本情况	59
九、发行人内部职工股情况	61
十、发行人工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况	61
十一、发行人员工及其社会保障情况	61
十二、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况	66
第六节 业务和技术	68
一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况	68
二、发行人所处行业基本情况	68
三、发行人在行业中的竞争地位	83
四、发行人的主营业务情况	87
五、发行人主要固定资产和无形资产	129
六、发行人的特许经营情况和主要经营资质	151
七、发行人核心技术和研发情况	155
八、发行人质量控制情况	158
第七节 同业竞争与关联交易	161
一、发行人的独立性	161

二、同业竞争	162
三、关联方与关联交易	166
四、关联交易履行的程序及独立董事意见	176
五、规范关联交易的制度安排	176
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	181
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员情况	181
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有公司 股权情况	184
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况	184
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年的薪酬情况	185
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况	185
六、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系情 况	186
七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议、所做承诺及 其履行情况	186
八、公司董事、监事、高级管理人员的任职资格	187
九、公司董事、监事、高级管理人员近三年的变动情况	187
第九节 公司治理	189
一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等机构和人员的 运行及履职情况	189
二、发行人最近三年违法违规情况	193
三、发行人最近三年资金占用和对外担保情况	194
四、公司管理层对内部控制的评价及注册会计师意见	195
第十节 财务会计信息	196
一、财务报表	196
二、审计意见	201
三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况	202
四、主要会计政策及会计估计	203
五、执行的主要税收政策及适用的税率情况	237

六、经注册会计师核验的非经常性损益明细表	240
七、主要资产情况	241
八、主要负债情况	242
九、所有者权益情况	244
十、现金流量主要项目	246
十一、会计报表附注中的期后事项、或有事项和其他重要事项	246
十二、主要财务指标	246
十三、盈利预测报告	249
十四、资产评估	249
十五、历次验资情况	249
十六、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况	249
第十一节 管理层讨论与分析	251
一、财务状况分析	251
二、盈利能力分析	286
三、现金流量分析	337
四、资本性支出	342
五、财务状况和盈利能力未来趋势分析	342
六、发行人首次公开发行股票摊薄即期回报的测算及相关填补回报措施	343
第十二节 业务发展目标	348
一、公司发展战略	348
二、公司发行当年和未来两年的发展计划	348
三、实施上述计划的假设条件、面临的主要困难	350
四、上述发展计划与现有业务的联系	351
第十三节 募集资金运用	352
一、募集资金运用概况	352
二、董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见	353
三、募集资金投资项目实施的背景	355
四、募集资金投资项目分析	356
第十四节 股利分配政策	379

一、最近三年的股利分配政策	379
二、最近三年实际股利分配情况	380
三、本次发行后的股利分配政策	380
四、滚存利润的分配安排	382
第十五节 其他重要事项	383
一、信息披露和投资者关系相关情况	383
二、重要合同	383
三、对外担保情况	385
四、重大诉讼或仲裁情况	385
五、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁及涉及刑事诉讼的情况	385
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构的声明	386
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	386
二、保荐机构（主承销商）声明	387
三、发行人律师声明	389
四、审计机构声明	390
五、资产评估机构声明	391
六、验资机构声明	392
第十七节 备查文件	394
一、备查文件	394
二、备查文件查阅时间和地点	394

第一节 释义

本招股意向书，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

一、普通术语		
味知香、发行人、公司、股份公司、本公司	指	苏州市味知香食品股份有限公司
味知香有限	指	苏州味知香食品有限公司，系发行人前身
金花生	指	苏州市金花生管理咨询企业（有限合伙）
靖哥哥食品	指	苏州靖哥哥食品科技有限公司
真滋味	指	苏州真滋味美食食品有限公司
新雅食品	指	上海新雅食品有限公司
好得睐	指	苏州市好得睐食品科技有限责任公司
福成股份	指	河北福成五丰食品股份有限公司
绿进食品	指	厦门绿进食品有限公司
安井食品	指	福建安井食品股份有限公司
海欣食品	指	海欣食品股份有限公司
惠发食品	指	山东惠发食品股份有限公司
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
国家质检总局	指	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局，现该机构主要职能已整合进国家市场监督管理总局
保荐人、保荐机构、主承销商、国泰君安	指	国泰君安证券股份有限公司
北京国枫、律师	指	北京国枫律师事务所
公证天业、会计师、验资机构	指	公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《苏州市味知香食品股份有限公司章程》
元、万元	指	人民币元、万元
本次发行	指	本次发行人首次公开发行 2,500 万股 A 股股票的行为
招股意向书、本招股意向书	指	《苏州市味知香食品股份有限公司首次公开发行股票招股意向书》

报告期	指	2018年、2019年、2020年
Wind 资讯	指	万得资讯，中国大陆领先的金融数据、信息和软件服务企业
二、专业术语		
半成品菜	指	将食材预先加工好并配好调味料，消费者购买后经过简单加热或蒸炒后即可食用的便捷菜品。
冷链	指	某些食品原料、经过加工的食品或半成品，在产品加工、贮藏、运输、分销和零售、使用过程中，其各个环节始终处于产品所必需的特定低温环境下，减少损耗，防止污染和变质，以保证产品食品安全的特殊供应链系统。
速冻	指	采用专业设备，将预处理的产品在低于-30℃的环境下，迅速通过其最大冰晶区域，使被冻产品的热中心温度达到-18℃及以下的冻结方法。
第三方物流	指	由供方与需方以外的物流企业提供物流服务的业务模式。
ISO 9001	指	ISO9000 族标准是国际标准化组织于 1987 年颁布的在全世界范围内通用的关于质量管理与质量保证方面的系列标准，ISO9001 是其中的质量管理体系核心标准之一，用于证实组织或机构具有提供满足顾客要求和使用法规要求的产品的能力。
ISO 22000	指	一种全面分析食品状况预防食品安全问题的控制体系，应用于从初级生产至最终消费过程中，通过对特定危害及控制措施进行确定和评价，从而确保食品安全，具有科学性、高效性、可操作性及易验证性。
ISO 14001	指	国际标准化组织制定的环境管理体系标准，旨在识别、评价重要环境因素，并制定环境目标、方案和运行程序对重要环境因素进行控制。
OHSAS 18001	指	OHSAS18000 职业健康安全管理体系是由英国标准协会、挪威船级社等 13 个组织于 1999 年联合推出的国际性标准，其中的 OHSAS18001 标准是认证性标准，是组织（企业）建立职业健康安全管理体系的基础，也是企业进行内审和认证机构实施认证审核的主要依据。

第二节 概览

本概览仅对招股意向书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股意向书全文。

一、发行人简介

(一) 发行人概览

公司名称	(中文) 苏州市味知香食品股份有限公司
	(英文) SUZHOU WEIZHIXIANG FOOD CO., LTD.
注册资本	7,500 万元
统一社会信用代码	91320506683510172F
法定代表人	夏靖
成立日期	2008 年 12 月 10 日
整体变更设立日期	2018 年 4 月 10 日
公司住所	苏州吴中经济开发区旺山工业园兴东路 7 号
邮政编码	215103
公司电话	0512-80806931
公司传真	0512-69381885
公司网址	www.weizhixiang.com
电子信箱	info@weizhixiang.com

(二) 发行人主营业务概况

公司主要从事半成品菜的研发、生产和销售。自成立以来，公司主营业务及主要产品未发生重大变化。

二、发行人控股股东和实际控制人简介

本公司控股股东、实际控制人为夏靖。截至本招股意向书签署日，夏靖直接持有发行人 5,475.00 万股股份，持股比例为 73.00%，通过金花生间接控制发行人 10.00% 股份，合计控制公司 83.00% 股份。

三、主要财务数据及主要财务指标

根据公证天业出具的苏公W[2021]A005号《审计报告》，发行人报告期内的主要财务数据及财务指标如下：

（一）主要财务数据

1、简要资产负债表

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动资产	391,022,105.79	278,873,109.39	201,514,769.91
非流动资产	35,936,372.90	24,748,582.57	14,160,108.58
总资产	426,958,478.69	303,621,691.96	215,674,878.49
流动负债	35,626,168.48	37,342,057.24	35,638,521.27
非流动负债	-	-	-
负债合计	35,626,168.48	37,342,057.24	35,638,521.27
股东权益合计	391,332,310.21	266,279,634.72	180,036,357.22
归属于母公司股东权益合计	391,332,310.21	266,279,634.72	180,036,357.22

2、简要利润表

单位：元

项目	2020年	2019年	2018年
营业收入	622,468,529.81	542,424,535.17	465,951,044.55
营业利润	132,439,958.75	90,189,428.71	74,089,511.20
利润总额	131,054,659.41	89,920,035.83	73,793,265.66
净利润	125,052,675.49	86,243,277.50	71,124,903.61
归属于母公司股东的净利润	125,052,675.49	86,243,277.50	71,124,903.61
扣除非经常性损益后的净利润	124,102,029.38	85,978,441.62	72,517,516.75

3、简要现金流量表

单位：元

项目	2020年	2019年	2018年
经营活动产生的现金流量净额	134,802,572.82	72,830,612.07	93,557,357.28
投资活动产生的现金流量净额	-15,575,030.68	-13,561,639.21	28,898,119.93
筹资活动产生的现金流量净额	-	-	-14,000,000.00
现金及现金等价物净增加额	119,227,542.14	59,268,972.86	108,455,477.21

（二）主要财务指标

发行人报告期内的主要财务指标如下：

主要财务指标	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率（倍）	10.98	7.47	5.65
速动比率（倍）	9.96	6.11	4.33
资产负债率	8.34%	12.30%	16.52%
归属于母公司股东的每股净资产（元）	5.22	3.55	2.40
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例	0.18%	0.31%	0.46%
主要财务指标	2020年	2019年	2018年
应收账款周转率（次）	287.86	1,265.80	1,729.75
存货周转率（次）	10.09	8.31	9.44
总资产周转率（次）	1.70	2.09	2.62
息税折旧摊销前利润（万元）	13,432.67	9,330.56	7,683.72
利息保障倍数（倍）	-	-	-
归属母公司股东净利润（万元）	12,505.27	8,624.33	7,112.49
归属母公司股东扣除非经常损益后净利润（万元）	12,410.20	8,597.84	7,251.75
每股经营活动现金净流量（元/股）	1.80	0.97	1.25
每股净现金流量（元/股）	1.59	0.79	1.45

四、本次发行情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	1.00元
发行股数	本次发行数量为2,500万股，占发行后总股本的比例不低于25%，全部为公司公开发行新股，不安排股东公开发售股份
每股发行价格	通过向询价对象询价，由公司和保荐机构（主承销商）根据询价结果和市场情况确定发行价格
发行方式	采用网下向符合条件的投资者询价配售和网上向持有上海市场非限售A股股份或非限售存托凭证一定市值的社会公众投资者定价发行相结合的方式
发行对象	符合资格的询价对象和在上海证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、行政法规禁止购买者除外）。中国证监会或上海证券交易所等监管部门另有规定的，按其规定处理
承销方式	主承销商余额包销

拟上市证券交易所	上海证券交易所
预计募集资金总额	【】万元

五、募集资金主要用途

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	募集资金投入
1	年产5千吨的食品用发酵菌液及年产5万吨发酵调理食品项目	28,618.00	27,500.00
2	研发检验中心和信息化建设项目	7,001.46	7,000.00
3	营销网络和培训中心建设项目	6,985.00	6,900.00
4	补充流动资金	24,000.00	23,261.74
合计		66,604.46	64,661.74

各募集资金投资项目的具体情况详见本招股意向书“第十三节 募集资金运用”部分。在本次募集资金到位前，公司将根据募集资金投资项目实施进度的实际情况通过自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。如果本次发行募集资金扣除发行费用后少于上述项目募集资金拟投入的金额，公司将综合考虑实际募集资金净额和项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金投入的优先顺序及各项目的具体投资额等使用安排，募集资金不足部分由公司自筹资金解决。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）	
每股面值	1.00元	
发行股数	2,500万股，占发行后总股本的比例不低于25%，全部为公司公开发行新股，不安排股东公开发售股份	
每股发行价	【】元/股	
发行市盈率	【】倍，按照发行当时最近一年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算	
发行前每股净资产	5.22元（以2020年12月31日归属于母公司所有者权益除发行前总股本全面摊薄计算）	
发行后每股净资产	【】元	
发行后市净率	【】倍，按照每股发行价除以发行后的每股净资产	
发行方式	采用网下向符合条件的投资者询价配售和网上向持有上海市场非限售A股股份或非限售存托凭证一定市值的社会公众投资者定价发行相结合的方式	
发行对象	符合资格的询价对象和在上海证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、行政法规禁止购买者除外）。中国证监会或上海证券交易所等监管部门另有规定的，按其规定处理	
承销方式	主承销商余额包销	
预计募集资金总额和净额	预计募集资金总额为【】万元，扣除发行费用后募集资金净额为【】万元	
本次发行相关的发行费用 （不含增值税）	承销和保荐费用	4,898.82万元
	审计和验资费用	728.00万元
	律师费用	509.43万元
	用于本次发行的信息披露费用	462.26万元
	本次发行相关的发行手续费用及材料制作费用	48.58万元
	印花税	16.17万元
	合计	6,663.26万元

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：苏州市味知香食品股份有限公司

法定代表人	夏靖
-------	----

住所	苏州吴中经济开发区旺山工业园兴东路7号
电话	0512-80806931
传真	0512-69381885
联系人	谢林华

(二) 保荐人（主承销商）：国泰君安证券股份有限公司

法定代表人	贺青
住所	中国（上海）自由贸易试验区商城路618号
电话	021-38676666
传真	021-38670666
保荐代表人	周丽涛、薛波
项目协办人	嵇坤
项目组其他成员	施嘉豪、杨辰韬、马经纬、方亮

(三) 律师事务所：北京国枫律师事务所

负责人	张利国
住所	北京市东城区建国门内大街26号新闻大厦7层
电话	010-88004488
传真	010-66090016
经办律师	曹一然、陈志坚、王思晔

(四) 会计师事务所：公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人	张彩斌
住所	无锡市太湖新城嘉业财富中心5-1001室
电话	0512-65728187
传真	0512-65186030
经办会计师	刘勇、谭国荣

(五) 资产评估机构：江苏中企华中天资产评估有限公司

法定代表人	谢肖琳
住所	常州市天宁区北塘河路8号恒生科技园二区6幢1号
电话	0512-65728217
传真	0512-65183136
经办评估师	谢顺龙、胡泊

(六) 股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公

司

地址	上海市浦东新区杨高南路 188 号
电话	021-68870204
传真	021-58899400

(七) 申请上市的交易所：上海证券交易所

地址	上海市浦东南路 528 号证券大厦
电话	021-68808888
传真	021-68804868

三、发行人与中介机构的权益关系

截至本招股意向书签署日，发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排及直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行工作时间表

事项	时间
初步询价日期	2021 年 4 月 9 日
发行公告刊登日期	2021 年 4 月 14 日
网下、网上申购日期	2021 年 4 月 15 日
网下、网上缴款日期	2021 年 4 月 19 日
股票上市日期	本次股票发行结束后公司将尽快申请在上海证券交易所主板上市

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行的股票时，除本招股意向书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，本公司风险如下：

一、经营风险

（一）食品安全风险

公司主营肉禽类、水产类、其他类三大产品品类 200 余种半成品菜的开发、生产、销售，食品安全问题不仅会影响公司业绩，更会对企业品牌形象造成重大影响。

近年来，我国接连发生了地沟油、瘦肉精、大米镉超标等一系列食品安全问题，引起了消费者对食品安全和权益保护意识的增强，以及政府部门对食品安全日益严格的监管。若发行人在采购、生产、运输、销售等任何一个环节出现疏忽或者发生偶然性事件，比如冷库温度控制不当、运输车辆故障、交通事故等，则存在出现食品安全问题的可能性，进而公司需要承担相应责任，并支付赔偿，对公司经营业绩与品牌形象产生不利影响。

（二）跨区域经营风险

目前公司产品销售主要覆盖江浙沪地区，并已逐步在重庆、成都、武汉等地展开布局，未来计划向全国市场扩张。由于进入不同地域的市场需要考虑到不同区域消费者饮食习惯、消费能力等多种因素，公司的畅销产品在一些特定区域未必能带来相同的收益，并且公司在短时间内也难以针对特定区域迅速作出调整与改变。此外，公司在进入新区域的初始阶段难以形成物流配送、规模效应等竞争优势，新区域的消费者也需要花费时间尝试并接受新产品。在面对新区域复杂的市场情况时，公司存在一定的跨区域经营风险。

（三）新产品推广风险

为扩大市场规模以及满足顾客消费需求的不断升级，公司自成立以来一直致力于研发并且不断推出全新菜品，但是公司推出的新菜品最终能否被消费者广泛接受仍存在一定的不确定性。如果新产品的推出不能带来预期效果，无法吸引并培育足够的消费群体，则会对公司未来业绩的持续增长带来一定的不利影响。

（四）公司业绩增长速度降低乃至业绩下滑的风险

报告期各期，公司营业收入分别为 46,595.10 万元、54,242.45 万元及 62,246.85 万元，净利润分别为 7,112.49 万元、8,624.33 万元及 12,505.27 万元。未来，随着行业竞争的日趋激烈、公司经营规模的不断扩大，以及下游市场的需求变动、原材料价格的波动等原因，公司面临业绩增长速度可能有所降低，亦可能出现业绩较上期下滑的风险。

（五）租赁房产产权存在瑕疵的风险

公司位于苏州市吴中经济开发区旺山工业园兴东路 7 号约 8,700 平方米的房产为向苏州鑫惠光学制品有限公司租赁取得，该处房产为公司主要的生产经营地，租赁期限为 10 年，自 2017 年 1 月 21 日至 2027 年 1 月 20 日。截至本招股意向书签署日，该处房产目前尚未取得房屋权属证明，若未来该处房产应政府要求被拆除或其他因素导致公司无法继续使用该处房产，将对公司的正常生产经营带来不利影响。

（六）募集资金投资项目风险

1、募集资金投资项目实施效果未达预期的风险

公司本次募集资金将用于“年产 5 千吨的食品用发酵菌液及年产 5 万吨发酵调理食品项目”、“研发检验中心和信息化建设项目”、“营销网络和培训中心建设项目”及补充流动资金，上述项目的实施将有效提高公司的生产能力，丰富公司的产品结构。若市场环境发生较大变化、项目实施过程中发生不可预见因素等，则会导致项目延期、无法实施或无法实现预期收益的风险，从而增加公司经营的不确定性。

2、固定资产折旧费用增加而导致利润下滑的风险

本次募集资金投资项目建成后，公司固定资产将增加 31,723.46 万元，根据公司现行的会计政策，预计每年将新增折旧费用 2,279.90 万元。如果本次募集资金投资项目未实现预期效益，则新增的固定资产折旧费用将对公司整体盈利水平产生不利影响。

二、市场及行业风险

（一）同行业重大食品安全事故引起的经营风险

目前国内半成品菜行业企业数量众多，生产规模和发展水平参差不齐，许多企业仍然停留在初级加工阶段，企业规模偏小。部分企业技术较为落后、生产环境较差、产品质量较低，无法有效地对生产环节中的各个过程进行食品安全控制，如果同行业的其他公司由于未能严格控制食品安全质量，发生食品安全事故，所产生的负面影响将会波及整个行业，对行业形象和消费者的信心造成严重损害，进而对包括本公司在内的行业内其他企业的产品销售产生重大不利影响。

（二）市场出现假冒伪劣产品的风险

随着公司品牌知名度的上升，部分不法分子或企业可能会假冒公司品牌销售伪劣以及侵权产品，若上述行为没有被消费者及时辨别，将会对公司声誉、品牌形象造成一定不利影响，最终影响公司的经营业绩。

（三）市场竞争风险

我国的半成品菜市场参与者众多，竞争较为激烈，进入门槛相对不高，生产企业仅需要具备半成品菜的基础加工设备和必要的前期投入就可参与半成品菜市场。如果公司不能强化自身的产品质量、研发能力、创新能力，不能抓住行业发展的有利趋势，快速做大做强，抢占市场份额，将被竞争对手赶超并争夺市场份额，影响主营业务收入。因此，公司面临一定的市场竞争风险。

（四）发生动物疫情或自然灾害风险

公司的主要原材料包括牛肉、猪肉、鸡肉等肉禽及鱼、虾等水产，若上述原材料养殖基地发生重大疫情或者自然灾害，在短时间内公司主要供应商可能会失去对公司的供货能力，公司将面对原材料供应中断或者供货数量不足的问题。此外，动物疫情还会影响消费者对于特定食品消费的积极性，导致市场总需求量减少，对包括公司在内的食品行业公司业绩产生不利影响。

（五）原材料价格波动风险

公司的主要原材料包括肉禽、水产等，在公司的主营业务成本中占有较高比例。报告期各期，上述直接材料在公司的主营业务成本中占比分别为 94.81%、94.89% 及 94.47%。如若原材料的价格受到自然因素、供求关系、通货膨胀、主要供应商的供货能力等因素影响而发生大幅波动，而公司无法对产成品价格进行及时调整或采取其他有效措施，则会对公司的利润水平带来不利影响。

（六）电商销售对传统线下经销模式冲击的风险

随着移动互联网及信息技术的发展，电子商务已经成为日常消费的重要渠道，对传统商超、店铺的线下零售形成了较大的冲击。公司的半成品菜需要低温保存和冷链运输，其线上销售需要使用生鲜物流，短期来看较高的物流成本对现有线下经销模式的影响较小，但是消费者对线上购买食材的偏好愈发显著，且随着生鲜物流配送能力的提升以及成本的下降，长期来看电商销售模式也将覆盖半成品菜产品。若公司不能及时适应电商模式，可能会对公司业绩产生不利影响，因此公司存在受到电商销售模式冲击的风险。

（七）新型冠状病毒肺炎疫情对正常生产经营的风险

2020年初，我国发生了新型冠状病毒肺炎疫情，此次疫情对公司正常的生产经营产生了不利影响，主要体现在：疫情期间，公司响应当地政府的延迟复工政策，推迟了员工返岗时间；按规定复工后，受各地防疫措施的限制，部分员工无法按时返岗，公司物流车辆也无法完成特定区域的产品配送。公司客户广泛分布于农贸市场、食品批发市场，由于此类场所部分时间处于关闭状态，导致部分客户无法进行产品销售。同时，公司牛肉类原材料主要来源于进口，若境外主要原材料产地疫情大范围失控导致相关原材料进出口贸易受到影响，公司需要寻找国内替代原材料供应商，短期内可能面临原材料供应紧张的问题。上述情形可能对公司的短期业绩产生一定影响，具体影响程度取决于疫情防控的进展情况、持续时间以及各地防控政策的实施情况。

三、管理风险

（一）规模扩张带来的管理风险

随着公司主营业务规模的持续扩张，尤其是本次股票发行募集资金到位后，公司业务规模、资产规模等都将进一步扩大，对公司的战略规划、组织机构、内部控制、运营管理、财务管理等方面提出了更高的要求。如果公司管理层素质及管理水平不能适应公司规模迅速扩张的需要，组织模式和管理制度未能随着公司规模的扩大而及时调整、完善，将削弱公司的市场竞争力，存在规模扩张导致的管理风险。

（二）实际控制人不当控制风险

公司控股股东、实际控制人为夏靖。本次发行前，夏靖合计控制公司 83.00% 的股份，本次发行后，夏靖仍将处于控股地位。若夏靖利用其控制地位，通过行使表决权对公司的发展战略、生产经营决策、人事安排、关联交易和利润分配等重大事项实施影响，从而影响公司决策的科学性和合理性，则会损害本公司及本公司其他股东的利益。

（三）技术风险

1、技术泄露风险

公司产品是以肉禽、水产等为主要原料，经处理后，配以辅料调味，经搅拌、静置、包装、速冻、冷冻等加工工序制成的预制包装产品。每一道工序或配方都决定了公司产品的独特性，但上述工艺配方难以通过专利形式得到有效保护。公司的部分高级管理人员与核心技术人员掌握了公司的核心技术，包括产品配方、生产工艺等。尽管公司采取了严密的措施对公司的核心技术进行保护，仍然存在因人员疏忽造成的核心技术泄露，引起大量竞争对手的效仿，对公司的主营业务形成冲击的可能性。因此，公司具有技术泄露风险。

2、核心技术人员流失风险

公司部分高级管理人员与核心技术人员掌握了公司的核心技术，而这部分核心技术人员存在着流向其他竞争对手的可能性。人员流失会对公司的技术安全形成冲击，最终对公司的生产经营过程产生不利影响，影响公司业绩。

（四）经销商管理风险

经销模式为公司基本的销售方式，为了扩大销售范围和业务规模，公司下游经销商的分布和数量也不断增加，截至 2020 年 12 月 31 日，公司的经销商客户共有 1,997 家，这意味着对经销商客户的管理难度也在不断加大。若未来重要经销商发生较大变动，将对公司的经营业绩及市场竞争力造成较大影响。由于经销商在人、财、物上皆独立于公司，其发展战略、利益诉求等可能会与公司的发展目标并不一致。因此如果公司对经销商的管理未及时跟上业务的发展速度，可能会导致产品销售受阻、公司品牌形象受到不利影响，进而导致公司的经营业绩下滑。

四、财务风险

（一）本次发行导致净资产收益率下降的风险

报告期内，公司加权平均净资产收益率（按扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润计算）分别为 50.53%、38.53%和 37.74%。本次发行完成后，公司净资产规模将有较大幅度的增长。由于募集资金投资项目从投入到产生经济效益需要经历一定的建设及运营周期，募集资金投资项目在短期内难以快速产生效益，达到预期收益水平尚具有一定的不确定性。因此，在本次发行后一定期限内，公司净利润增长幅度可能小于净资产增长幅度，公司净资产收益率将面临下降的风险。

（二）税收优惠政策变化风险

根据《企业所得税法》第二十七条第（一）款、《企业所得税法实施条例》第八十六条以及《财政部、国家税务总局关于发布享受企业所得税优惠政策的农产品初加工范围（试行）的通知》（财税[2008]149号）、《财政部、国家税务总局关于享受企业所得税优惠的农产品初加工有关范围的补充通知》（财税[2011]26号）、《国家税务总局关于实施农、林、牧、渔业项目企业所得税优惠问题的公告》（国家税务总局公告 2011 年第 48 号）规定，公司生产的蔬菜便捷菜、肉制品便捷菜和水产品便捷菜符合农产品初加工范围，业务所得享受农产品初加工免征企业所得税的税收优惠政策。如果未来国家税收优惠政策出现变化，公司将不能享受税收优惠政策，净利润将受到不利影响。

（三）毛利率下降的风险

报告期各期，公司的毛利率分别为 25.10%、24.97%和 29.46%，毛利率水平稳中有升。但随着市场竞争的加剧，或受到经济环境和上下游市场不利变动的影响，可能出现毛利率下降的风险，从而影响公司的盈利能力。

（四）存货跌价风险

公司的存货主要由原材料和库存商品构成，报告期各期末，公司的存货净额分别为 4,723.65 万元、5,066.08 万元与 3,633.37 万元，占公司总资产的比例分别为 21.90%、16.69%与 8.51%。随着公司生产、销售规模的不断扩大，未来公司的存货规模可能继续增加。若未来公司原材料市场价格出现大幅下滑或者公司产品销售受阻，而公司未能及时作出有效应对，公司面临存货跌价的风险。

（五）现金收款风险

由于公司大部分客户为个体工商户且经营规模较小，对于选择货到付款模式的

客户，部分客户在收到货物的同时以现金形式支付货款。报告期各期，公司现金收款占营业收入的比重分别为 2.09%、0.26%及 0.15%，呈逐年下降趋势。由于公司部分经销商仍不熟练使用移动支付，尽管公司现金收款比例逐年降低，预计现金收款的情况仍将存在一段时间。如果公司资金管理内控制度不能严格、有效执行，因现金交易相对银行转账安全性较差，存在现金保管不善，造成资金损失的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本信息

公司名称	(中文) 苏州市味知香股份有限公司
	(英文) SUZHOU WEIZHIXIANG FOOD CO., LTD.
注册资本	7,500 万元
法定代表人	夏靖
成立日期	2008 年 12 月 10 日 (有限公司)、2018 年 4 月 10 日 (股份公司)
住所	苏州吴中经济开发区旺山工业园兴东路 7 号
邮政编码	215103
电话号码	0512-80806931
传真号码	0512-69381885
互联网网址	www.weizhixiang.com
电子信箱	info@weizhixiang.com

二、发行人改制重组情况

(一) 发行人设立方式

公司前身系苏州味知香食品有限公司，成立于 2008 年 12 月 10 日。2018 年 3 月 3 日，味知香有限股东会作出决议，全体股东一致同意按照各自在公司的出资比例，以味知香有限截至 2017 年 11 月 30 日经审计的净资产折合为股份有限公司的股份 7,500 万股（每股面值 1 元），净资产扣除股本后的部分转为资本公积，整体变更设立股份有限公司，股份公司名称为“苏州市味知香股份有限公司”。

2018 年 2 月 28 日，江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）出具苏公 W[2018]A035 号《审计报告》，确认截至 2017 年 11 月 30 日，味知香有限经审计净资产为 101,019,718.07 元。2018 年 3 月 1 日，江苏中企华中天资产评估有限公司出具苏中资评报字（2018）第 6022 号《评估报告》，确认截至 2017 年 11 月 30 日，公司评估后的净资产为 11,948.86 万元，增值额为 1,846.89 万元，评估增值率为 18.28%。

2018 年 3 月 21 日，江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）出具了苏公 W[2018]B027 号《验资报告》，对本次整体变更出资事项予以验证。

2018年3月23日，公司召开创立大会，审议通过整体变更设立股份公司相关事宜。味知香有限以经审计的净资产101,019,718.07元按照1:0.7424的比例折为股份公司的股本总额75,000,000股，每股面值人民币1元，剩余净资产转入资本公积。

2018年4月10日，公司在苏州市行政审批局登记注册，取得统一社会信用代码为91320506683510172F的《营业执照》。

（二）发起人情况

本公司发起人名称及持股情况如下：

单位：万股

序号	股东名称	持股数量	持股比例
1	夏靖	5,475.00	73.00%
2	夏九林	750.00	10.00%
3	金花生	750.00	10.00%
4	章松柏	375.00	5.00%
5	陈洪	150.00	2.00%
	合计	7,500.00	100.00%

上述发起人的相关内容详见本节“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人基本情况”。

（三）发行人改制前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司由味知香有限整体变更设立，主要发起人（即为持有公司5%以上股份的股东）为夏靖、夏九林、金花生和章松柏。

在本公司变更设立前后，夏靖、夏九林和金花生拥有的主要资产均为本公司的股权，从事的主要业务为本公司的经营管理；章松柏拥有的主要资产为本公司的股权及苏州博纺天织、宜兴博纺天织的股权，从事的主要业务为苏州博纺天织、宜兴博纺天织的经营管理，苏州博纺天织、宜兴博纺天织主要从事纺织品的研发、生产和销售。

在改制前后，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务均未发生重大变化。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司由味知香有限整体变更设立，原味知香有限的资产和债务全部由本公司承继，本公司变更设立前后均主要从事半成品菜的研发、生产和销售，并拥有相应资产，本公司在变更前后的主要资产和实际从事的主要业务均未发生变化。

（五）改制前后，发行人的业务流程及其联系

本公司由味知香有限整体变更设立，变更设立前后的业务流程没有变化。本公司拥有完整的业务体系，面向市场独立经营。有关业务流程的相关内容详见本招股意向书“第六节 业务和技术”之“四、（三）主要经营模式”。

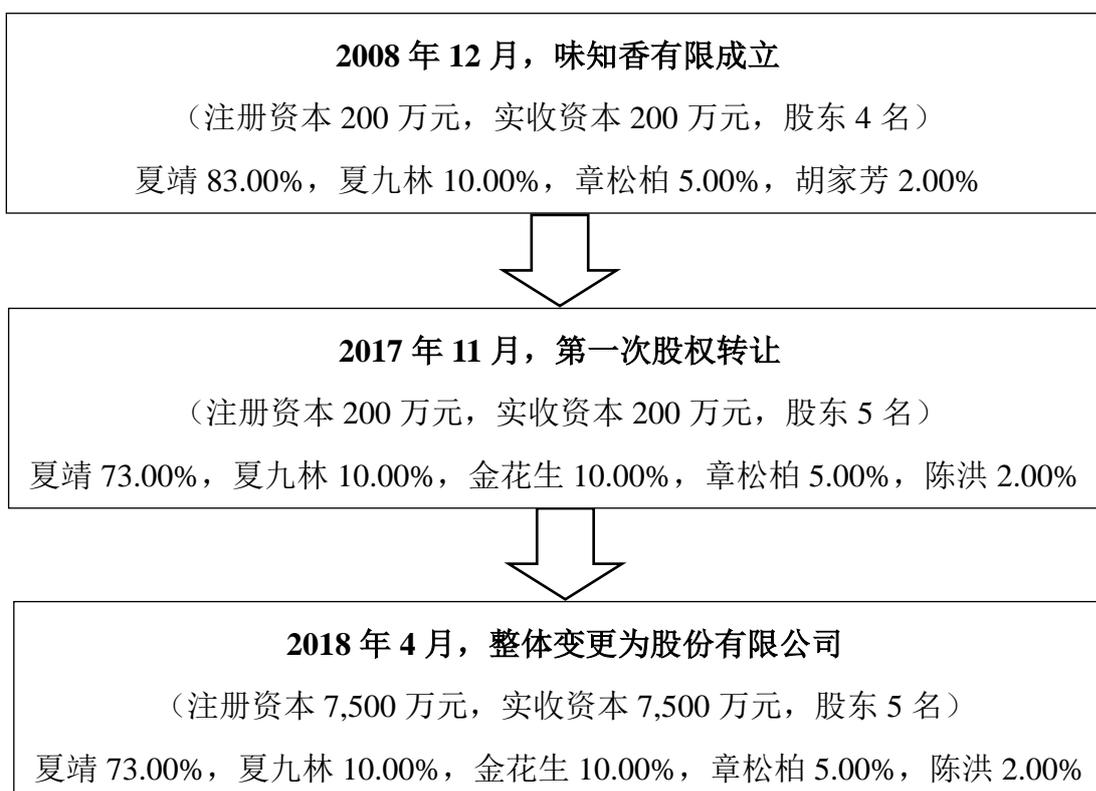
（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

公司设立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系详见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方与关联交易”相关内容。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司由味知香有限整体变更设立，原味知香有限的资产负债全部由本公司继承，相关资产均已完成产权变更手续，变更至本公司名下。

三、发行人股本形成及其变化和重大资产重组情况



（一）发行人的股本形成及变化情况

1、2008年12月，有限公司成立

2008年12月，夏靖、夏九林、章松柏和胡家芳共同投资设立味知香有限，注册资本200万元，实收资本200万元。其中夏靖实缴出资额166万元；夏九林实缴出资额20万元；章松柏实缴出资额10万元；胡家芳实缴出资额4万元。

2008年12月9日，苏州兴远联合会计师事务所出具苏兴远验字（2008）第629号《验资报告》，验证味知香有限已收到全体股东缴纳的实收资本200万元，各股东均以货币出资。

2008年12月10日，苏州市吴中工商行政管理局向公司核发了《企业法人营业执照》。

成立时，味知香有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	夏靖	166.00	83.00%
2	夏九林	20.00	10.00%
3	章松柏	10.00	5.00%
4	胡家芳	4.00	2.00%
合计		200.00	100.00%

2、2017年11月，第一次股权转让

2017年11月30日，味知香有限通过股东会决议，同意夏靖将所持公司10.00%股权（对应出资额20万元）以20万元价格转让给苏州市金花生管理咨询企业（有限合伙），同意胡家芳将所持公司2.00%股权（对应出资额4万元）以400万元价格转让给陈洪。

同日，夏靖、胡家芳与苏州市金花生管理咨询企业（有限合伙）、陈洪就上述股权转让签订《股权转让协议书》。

本次股权转让的原因、价格、定价依据、价款支付情况、资金来源及税费缴纳等情况如下：

序号	转让方	受让方	股权转让的原因	资金来源	价格（元/出资额）	定价依据	支付情况	税收缴纳情况	是否履行公司决策	有权机关核准情况
----	-----	-----	---------	------	-----------	------	------	--------	----------	----------

1	夏靖	金花生	引入持股平台	自有资金	1.00	按注册资本平价转让	已支付	已纳税	是	不涉及
2	胡家芳	陈洪	个人资金筹措	自有资金	100.00	双方协商确定	已支付	已纳税	是	不涉及

陈洪女士，1974年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2002年3月至今担任苏州新优化投资咨询有限公司执行董事；2005年3月至今，担任苏州工业园区优客里邻餐饮有限公司执行董事兼总经理；2011年4月至今，经营苏州工业园区坛香膳餐厅；2016年5月至今，担任苏州禧屋住宅科技有限公司监事；2018年3月至今，担任江苏中欧投资股份有限公司董事。截至本招股意向书签署日，除持有发行人2%的股份外，陈洪及其近亲属的对外投资情况如下：

序号	企业名称	持股情况	主营业务	是否为发行人客户、供应商
1	苏州新优化投资咨询有限公司	陈洪持股96.60%，陈洪母亲李忠英持股3.40%	房地产投资	否
2	苏州工业园区优客里邻餐饮有限公司	陈洪持股80.00%，陈洪配偶唐春雷持股20.00%	餐饮	否
3	苏州工业园区坛香膳餐厅	陈洪持股100.00%	餐饮	否
4	苏州禧屋住宅科技有限公司	陈洪持股4.54%	整体卫浴	否
5	江苏中欧投资股份有限公司	陈洪持股2.13%	股权投资	否
6	广德天运新技术股份有限公司（832684）	陈洪持股2.84%	汽车配件	否
7	苏州旭杰建筑科技股份有限公司（836149）	陈洪持股2.14%	装配式建筑	否
8	苏州工业园区海融道生股权投资合伙企业（有限合伙）	陈洪持有12.50%出资份额	股权投资	否
9	安康市京康房地产开发有限公司	陈洪配偶之兄唐承运持股24.00%	地产开发	否

截至本招股意向书签署日，陈洪及其近亲属对外投资的企业不属于发行人的客户或供应商。陈洪及其近亲属不曾任在发行人处任职，与发行人实际控制人不存在亲属关系或者其他利益安排。

陈洪从事餐饮、房地产咨询等领域的工作并使用自有资金对外投资，其看好发行人及发行人所处的半成品菜行业，对发行人具有投资意愿。适逢2017年胡家芳之子因筹备结婚，其家庭存在资金需求。在发行人实际控制人夏靖的引荐下，陈洪

与胡家芳在平等、自愿的基础上，经过协商一致同意陈洪按照 100 元/出资额的价格受让胡家芳持有的味知香有限 4 万元出资额，合计转让价款为 400.00 万元。

在本次股权转让前，陈洪与发行人不存在股权、任职上的关联关系，与发行人客户、供应商也不存在潜在关联关系，系公司无关联第三方外部投资者。胡家芳是味知香有限的发起人之一，2008 年出资 4 万元取得味知香有限 2.00% 的股份。相较于入股价格，胡家芳转让该部分股权取得了较高的投资收益。本次股权转让价格是双方基于各自资金需要以及对公司投资价值、发展前景的认识，经自主协商确定的，定价公允。

发行人股权转让真实且具有合理原因，价格及定价依据合理，股权转让价款已足额支付，资金来源及相关税收缴纳合法、合规，已经履行公司决策程序，不存在纠纷或潜在纠纷亦不存在委托持股、利益输送或其他利益安排。

2017 年 11 月 30 日，苏州市吴中区市场监督管理局向公司核发了本次变更后的《营业执照》。

本次股权转让完成后，味知香有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	夏靖	146.00	73.00%
2	夏九林	20.00	10.00%
3	苏州市金花生管理咨询企业（有限合伙）	20.00	10.00%
4	章松柏	10.00	5.00%
5	陈洪	4.00	2.00%
合 计		200.00	100.00%

3、2018 年 4 月，整体变更为股份有限公司

2018 年 3 月 3 日，味知香有限股东会作出决议，全体股东一致同意按照各自在公司的出资比例，以味知香有限截至 2017 年 11 月 30 日经审计的净资产折合为股份有限公司的股份 7,500 万股（每股面值 1 元），净资产扣除股本后的部分转为资本公积，整体变更设立股份有限公司，股份公司名称为“苏州市味知香食品股份有限公司”。

2018 年 2 月 28 日，江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）出具苏公 W[2018]A035 号《审计报告》，确认截至 2017 年 11 月 30 日，公司审计后的资产总

额合计为 135,306,106.55 元，负债合计为 34,286,388.48 元，净资产为 101,019,718.07 元。

2018 年 3 月 1 日，江苏中企华中天资产评估有限公司出具苏中资评报字(2018)第 6022 号《评估报告》，确认截至 2017 年 11 月 30 日，公司评估后的资产总额合计为 15,377.50 万元，负债合计为 3,428.64 万元，净资产为 11,948.86 万元，增值额为 1,846.89 万元，评估增值率为 18.28%。

2018 年 3 月 21 日，江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）出具了苏公 W[2018]B027 号《验资报告》，确认截至 2018 年 3 月 20 日，各发起人以有限公司截至 2017 年 11 月 30 日的净资产 10,101.97 万元折为股份公司股本 7,500 万股，各发起人均已缴足其认购的股份。

2018 年 3 月 23 日，公司召开创立大会，审议通过整体变更设立股份公司相关事宜。味知香有限以经审计的净资产 101,019,718.07 元按照 1: 0.7424 的比例折为股份公司的股本总额 75,000,000 股，每股面值人民币 1 元，剩余净资产转入资本公积。

2018 年 4 月 10 日，苏州市行政审批局向味知香核发了变更后的《营业执照》。

股份公司设立后，味知香的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	夏靖	5,475.00	73.00%
2	夏九林	750.00	10.00%
3	金花生	750.00	10.00%
4	章松柏	375.00	5.00%
5	陈洪	150.00	2.00%
合计		7,500.00	100.00%

针对公司整体变更涉及未分配利润转增股本应缴纳个人所得税，公司就享受股东缓征个人所得税政策主体资格获得了苏州市金融办、苏州市吴中区人民政府及苏州市吴中区金融办的确认，并向主管税务机关进行了分期五年缓缴个人所得税备案。

（二）公司设立以来的资产重组情况

公司自设立以来，未发生过重大资产重组。

四、发行人历次验资情况

本公司自成立以来共进行过2次验资，具体情况如下：

（一）2008年12月，公司成立时的验资

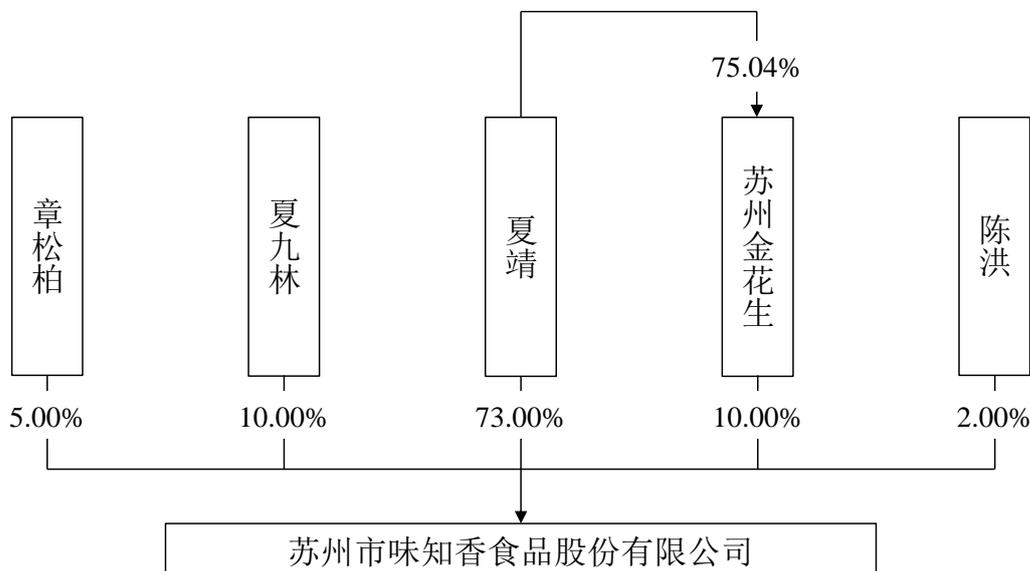
2008年12月9日，苏州兴远联合会计师事务所对味知香有限成立时股东的出资情况进行了审验，出具了苏兴远验字（2008）第629号《验资报告》，验证味知香有限已收到全体股东缴纳的实收资本200万元，各股东均以货币出资。

（二）2018年3月，整体变更为股份公司时的验资

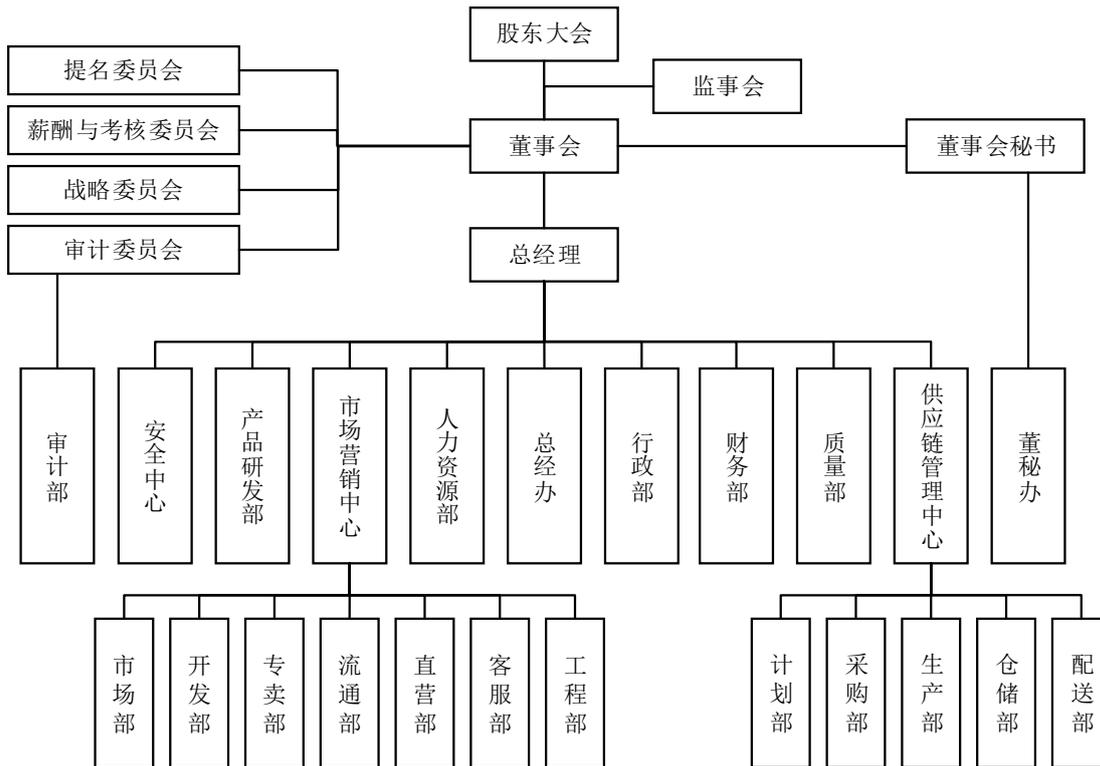
2018年3月21日，江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）出具了苏公W[2018]B027号《验资报告》，确认截至2018年3月20日，公司全体发起人以有限公司截至2017年11月30日的净资产10,101.97万元折为股份公司股本7,500万股，各发起人均已缴足其认购的股份。

五、发行人的组织结构

（一）发行人股权结构图



（二）发行人内部组织结构图



(三) 发行人各部门主要职能

部门名称	职责
总经办	负责执行董事会下达的年度经营管理计划；负责监督各部门经营目标及管理目标的执行情况；负责协助总经理做好各部门的协助工作；根据总经理意见，组织召开各类高层管理人员办公会议，并做好会议记录，撰写会议纪要；负责收集整理各部门工作动态信息，协助总经理开展业务工作。
安全中心	负责组织制订、修订和审批安全生产规章制度、安全管理规定、安全应急预案、安全技术规程及安全技术措施计划并组织实施；监督检查各班组、安全管理员的安全职责履行和各项安全生产规章制度的执行情况，及时纠正生产活动中的失职和违章行为；负责组织生产事故的调查处理，落实重大生产事故隐患的整改；负责安全培训、教育和考核工作；负责定期召开安全生产工作会议，分析公司安全生产动态，及时解决安全生产中存在的问题。
产品研发部	根据公司的发展战略，基于充分的市场调研，拟定产品研发计划，完成新产品的开发及老产品改良目标，保障公司达成经营指标；负责公司新品开发及老品改良工作；负责公司产品评价及品质提升工作；负责公司产品工艺的标准化工作；负责产品信息、技术资料管理，协助行政部做好专利申报工作；负责对营销、生产、质量等相关部门进行产品知识培训。
市场营销中心	根据公司下达给营销中心的任务及对市场的预测制定年度营销战略；制定年度营销目标及目标分解，完成年度销售目标；组织制定营销中心各项规章制度，报批并实施、监督及检查；拟定销售政策（包括价格政策、激励政策等），报批并实施；根据营销战略发展

	方案，组织开辟新的目标市场、巩固完善原有市场，提高品牌形象等；负责门店装潢形象标准的统一及门店装潢工作执行。
供应链管理中心	根据公司发展战略组织建立供应链管理中心流程标准及相关管理制度，保障业务工作的正常开展；科学规划产能、仓储、物流布局，提高原辅料、成品周转效率；负责公司合格供应商的开发、选取、维护与考核工作，督促供应商持续提升服务水平；负责采购订单编制、下达与执行跟踪，并开展采购物资种类及数量的到厂验收，确保供货及时；负责组织开展销售预测与订单评审，并制定主生产计划、车间作业计划、物料需求计划与成品发运计划；负责车间作业计划执行情况的跟踪与调整，确保各生产环节按时保质完成生产任务；负责原辅包、成品出入库管理工作，做到库存准确，及时准确发货；负责成品物流配送方式设计与配送线路规划工作；负责成品物流配送车辆的采购、保险、检查、保养、维修、年审、违章处理、事故处理、过户处置等工作。
质量部	负责从采购、生产、仓储、运输、销售全过程出发，监控产品及服务质量，确保向顾客输送优质的产品与服务；负责组织制定公司质量管理规划，制定质量目标和质量方针，并监督落实；负责组织建立和实施公司质量管理体系；负责食品安全管理体系的制定和推动运行；负责客诉的处理及产品品质的改进工作。
财务部	负责建立完善公司财务内控体系并监督执行；负责公司成本管理及费用控制工作；负责合理安排资金运用，提高资金使用效率；负责财务预算管理；负责财务分析，对公司经营决策提供建议。
人力资源部	负责公司年度人力资源规划的制定；负责人员招聘与岗位配置管理工作；负责培训与组织学习管理工作；负责公司绩效管理体系建立，绩效目标的分解、测量、分析、改进工作；负责公司薪酬及福利体系的建立；负责劳动关系管理工作。
行政部	负责公司各类项目申报工作；负责公司印章管理工作；负责消防等对外政府关系的对接；负责公司食堂、厂区卫生、安全等管理工作；负责公司网络、电脑、电话等信息管理工作。
董秘办	负责公司信息披露事务，组织公司定期报告、临时报告等的编制、报送和公告，负责公司与证监会、交易所等监管机构和投资者的沟通工作。
审计部	负责建立、完善内部审计制度，负责公司内部稽核并对公司各部门经营的合规性以及会计信息的真实性、资产的安全、完整进行检查、监督和评价，保证相关会计控制制度的贯彻实施。

六、发行人控股子公司、参股公司、分公司及其他重要对外投资情况

（一）发行人控股子公司

截至本招股意向书签署日，发行人无控股子公司。

（二）发行人参股公司、分公司及其他重要对外投资情况

截至本招股意向书签署日，发行人无参股公司、分公司，无其他重要对外投资情况。

七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人基本情况

公司共有5名发起人，具体情况如下：

1、夏靖

夏靖，男，身份证号码：34262219780916****。住所：江苏省苏州市吴中区石湖天玺花园，中国国籍，无境外永久居留权。

2、夏九林

夏九林，男，身份证号码：34262219741105****。住所：安徽省巢湖市庐江县泥河镇夏院村，中国国籍，无境外永久居留权。

3、金花生

截至本招股意向书签署日，金花生的基本情况如下表所示：

企业名称	苏州市金花生管理咨询企业（有限合伙）
成立日期	2017年11月29日
经营场所	苏州市吴中经济开发区兴东路7号
认缴出资额	20万元
实缴出资额	20万元
统一社会信用代码	91320506MA1TCL200M
执行事务合伙人	夏靖
经营范围	企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本招股意向书签署日，金花生合伙人及其出资结构如下：

单位：万元

序号	合伙人名称	合伙人性质	出资额	出资比例	在发行人任职情况
1	夏靖	普通合伙人	15.06	75.28%	董事长、总经理
2	谢林华	有限合伙人	0.80	4.00%	董事、财务总监、 董事会秘书

3	夏骏	有限合伙人	0.58	2.90%	副总经理
4	姚旌江	有限合伙人	0.48	2.40%	配送部经理
5	刘晓维	有限合伙人	0.38	1.90%	监事会主席、 质量部经理
6	李金云	有限合伙人	0.38	1.90%	行政部经理
7	刘苏珍	有限合伙人	0.34	1.70%	财务部经理
8	江艺	有限合伙人	0.34	1.70%	市场部经理
9	江秀妹	有限合伙人	0.34	1.70%	人力资源部经理
10	王国华	有限合伙人	0.28	1.40%	副总经理
11	夏宗利	有限合伙人	0.16	0.80%	开发部经理
12	潘爱蓉	有限合伙人	0.08	0.40%	监事、计划部副经理
13	张孩	有限合伙人	0.08	0.40%	生产部1号车间主任
14	王刚	有限合伙人	0.08	0.40%	生产部3号车间主任
15	左宪锋	有限合伙人	0.08	0.40%	专卖部业务经理
16	张春梅	有限合伙人	0.07	0.34%	专卖部业务经理
17	夏劲松	有限合伙人	0.05	0.26%	配送部配送组长
18	王业军	有限合伙人	0.05	0.26%	生产部污水处理员
19	钱虹	有限合伙人	0.05	0.26%	流通部业务经理
20	张礼	有限合伙人	0.05	0.24%	专卖部业务经理
21	王吉顺	有限合伙人	0.05	0.24%	流通部经理
22	纪鹏	有限合伙人	0.05	0.24%	专卖部业务经理
23	李琴珍	有限合伙人	0.04	0.20%	财务部成本主管
24	张妮	有限合伙人	0.04	0.20%	市场营销中心客服主管
25	赵强	有限合伙人	0.04	0.20%	监事、质量部工程师
26	张清状	有限合伙人	0.03	0.14%	仓储部成品收货员
27	杨清举	有限合伙人	0.03	0.14%	仓储部成品收货员
合计		-	20.00	100.00%	-

金花生最近一年及一期的总资产、净资产、净利润指标如下：

单位：万元

项目	2020年12月31日/2020年度	2019年12月31日/2019年度
总资产	20.00	20.06
净资产	20.00	20.06
净利润	-0.06	-0.06

注：上述财务数据未经审计。

金花生离职合伙人情况如下：

序号	离职时间	离职合伙人名称	曾任职务	离职原因	是否为核心技术人员
1	2018.06.28	马璧城	运维工程师	个人原因辞职	否
2	2018.06.28	谢庆有	研发工程师	个人原因辞职	否
3	2018.06.28	李湘华	流通部经理	个人原因辞职	否
4	2019.05.27	王华	流通部业务经理	个人原因辞职	否
5	2019.06.28	沈新路	流通部业务经理	个人原因辞职	否
6	2019.06.28	吕宗强	软件开发工程师	个人原因辞职	否
7	2019.07.31	王娟	流通部业务经理	个人原因辞职	否
8	2020.08.05	黄亚文	专卖部业务经理	个人原因辞职	否

金花生部分合伙人出于家庭因素、职业选择等个人原因申请离职。发行人的核心技术人员为夏九林、王国华、赵强，上述离职人不属于发行人核心技术人员。

4、章松柏

章松柏，男，身份证号码：34262219781025****。住所：江苏省苏州市相城区康桥花园，中国国籍，无境外永久居留权。

5、陈洪

陈洪，女，身份证号码：52210119740304****。住所：江苏省苏州市工业园区春晓别墅，中国国籍，无境外永久居留权。

（二）持有发行人5%以上股份的主要股东

截至本招股意向书签署日，持有公司5%以上股份的股东为夏靖、夏九林、金花生、章松柏。

1、夏靖

详见本节“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人基本情况”。

2、夏九林

详见本节“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人基本情况”。

3、金花生

详见本节“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基

本情况”之“（一）发起人基本情况”。

4、章松柏

详见本节“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人基本情况”。

（三）控股股东、实际控制人情况

截至本招股意向书签署日，夏靖直接持有公司股份5,475.00万股，占公司总股本的73.00%，并通过金花生间接控制公司10.00%的股份。夏靖合计控制公司83.00%的股份，为公司控股股东、实际控制人。

（四）控股股东、实际控制人控制的其他企业

截至本招股意向书签署日，除本公司外，公司控股股东、实际控制人夏靖控制的企业还包括金花生，金花生的具体情况详见本节“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人基本情况”。

（五）控股股东、实际控制人持有发行人股份的质押或争议情况

截至本招股意向书签署日，本公司控股股东、实际控制人持有的本公司股份不存在质押或其他权利限制或其他有争议的情况。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后公司股本情况

本次发行前公司股份总额为7,500万股。本次公开发行股份数量为2,500万股。不考虑公司股东公开发售股份，暂以本次发行2,500万新股计算，本次发行完成后，公司的总股本为10,000万股。公司本次公开发行股票数量占发行后总股本的比例不低于25.00%。

按照上述假设，本次发行前后发行人的股权结构如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量 (万股)	持股比例	持股数量 (万股)	持股比例
一、有限售条件流通股		7,500.00	100.00%	7,500.00	75.00%
1	夏靖	5,475.00	73.00%	5,475.00	54.75%
2	夏九林	750.00	10.00%	750.00	7.50%

3	金花生	750.00	10.00%	750.00	7.50%
4	章松柏	375.00	5.00%	375.00	3.75%
5	陈洪	150.00	2.00%	150.00	1.50%
二、本次发行流通股		-	-	2,500.00	25.00%
合计		7,500.00	100.00%	10,000.00	100.00%

（二）前十名股东

本次发行前，公司前十名股东情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例
1	夏靖	5,475.00	73.00%
2	夏九林	750.00	10.00%
3	金花生	750.00	10.00%
4	章松柏	375.00	5.00%
5	陈洪	150.00	2.00%
合计		7,500.00	100.00%

（三）前十名自然人股东及其在发行人处担任职务情况

本次发行前，公司前十名自然人股东在发行人处任职情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数（万股）	持股比例	在发行人处任职情况
1	夏靖	5,475.00	73.00%	董事长、总经理
2	夏九林	750.00	10.00%	副总经理
3	章松柏	375.00	5.00%	董事
4	陈洪	150.00	2.00%	未任职

（四）股东中的战略投资者持股及其简况

公司股东中无战略投资者持股情况。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及持股比例

本次发行前，公司各股东间的关联关系具体如下：

- 1、发行人自然人股东夏靖、夏九林为兄弟关系，章松柏与夏靖、夏九林为表兄弟关系。
- 2、发行人股东金花生为公司员工持股平台，受夏靖控制。
- 3、金花生出资人张礼、张妮为夫妻关系，杨清举系张清状的妹夫。

（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份承诺详见本招股意向书“重大事项提示”之“一、本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺”。

九、发行人内部职工股情况

本公司没有发行过内部职工股。

十、发行人工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

本公司不存在任何形式的工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况。

十一、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工情况

报告期各期末，公司员工人数分别为 341 人、372 人及 411 人。

（二）员工结构

截至 2020 年 12 月 31 日，公司员工结构如下：

1、专业结构

专业	员工人数（人）	占员工总数比例
管理及行政人员	52	12.65%
研发人员	4	0.97%
生产人员	188	45.74%
财务人员	6	1.46%
采购人员	7	1.70%
销售人员	154	37.47%
合计	411	100.00%

2、教育结构

学历	员工人数（人）	占员工总数比例
本科及以上	52	12.65%

大专	77	18.73%
中专（或高中）	80	19.46%
中专以下	202	49.15%
合计	411	100.00%

3、年龄结构

年龄	员工人数（人）	占员工总数比例
30岁以下	137	33.33%
31-40岁	173	42.09%
41-50岁	80	19.46%
51岁以上	21	5.11%
合计	411	100.00%

（三）员工社会保障情况

截至本招股意向书签署日，发行人及子公司缴纳社会保险和住房公积金的具体情况如下：

1、社会保险和住房公积金的缴纳费率

所在地	项目	2020年		2019年		2018年	
		公司	个人	公司	个人	公司	个人
苏州	养老保险	-	8%	19%	8%	19%	8%
	医疗保险	8%（1月） 4.5%（2-6月） 7%（7-12月）	2%+5元	9%	2%+5元	9%	2%+5元
	失业保险	-	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%
	工伤保险	-	-	0.5%（1-4月） 0.25%（5-12月）	-	0.5%（1-4月） 0.25%（5-12月）	-
	生育保险	0.8%	-	0.8%	-	0.8%	-
	住房公积金	8%	8%	8%	8%	8%	8%

注：根据《苏州市受新型冠状病毒感染的肺炎疫情影响的中小企业缓缴社会保险费政策实施细则》（苏人保养〔2020〕1号），公司免征基本养老保险、失业保险、工伤保险单位缴费部分。

2、报告期各期末缴纳社会保险和住房公积金的人数

时间	项目	员工人数	缴纳人数
2020 年末	养老保险	411	400
	医疗保险	411	400
	失业保险	411	400
	工伤保险	411	400
	生育保险	411	400
	住房公积金	411	400
2019 年末	养老保险	372	363
	医疗保险	372	363
	失业保险	372	363
	工伤保险	372	363
	生育保险	372	363
	住房公积金	372	368
2018 年末	养老保险	341	311
	医疗保险	341	311
	失业保险	341	311
	工伤保险	341	311
	生育保险	341	311
	住房公积金	341	306

截至 2020 年末,公司 411 名在册员工中尚有 11 人未缴纳养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险,其中 11 人系退休返聘员工。

公司 411 名在册员工中尚有 11 人未缴纳住房公积金,其中 11 人系退休返聘员工。

2019 年 9 月、2020 年 2 月、2021 年 1 月,苏州市吴中区人力资源和社会保障局出具证明,证明报告期内,发行人能按照有关规定为员工参加社会保险等,没有因违反相关法律法规而被处罚的情形。

2019 年 10 月、2020 年 3 月、2021 年 1 月,苏州市住房公积金管理中心出具证明,证明发行人在住房公积金方面未受过任何行政处罚和行政处理。

3、实际控制人的承诺

2019 年 11 月,公司实际控制人夏靖承诺:“如果公司住所地社会保险管理部门、住房公积金主管部门要求公司对社会保险费或住房公积金进行补缴,承诺人将无条件按主管部门核定的金额无偿代其补缴;如果公司因未按规定为职工缴纳社会

保险费或住房公积金而带来任何其他费用支出或经济损失，承诺人将无条件全部无偿代其承担”。

（四）发行人使用劳务派遣员工的相关情况

发行人产品销售存在一定的季节性特征，每年春节前夕为一年之中生产最为繁忙的时期，这一时期发行人通常会产生一些临时性的用工缺口，因此报告期内公司以劳务派遣作为公司劳动用工的一种补充方式。发行人使用的劳务派遣员工从事的均为生产或物流配送环节中对工作技能要求较低的辅助性岗位，可替代性较高。

报告期各期，公司劳动合同制员工和劳务派遣员工人数如下：

项目	2020年	2019年	2018年
合同制员工人数	367	323	292
劳务派遣员工人数	-	-	8
总用工人数	367	323	300
劳务派遣员工人数占总用工人数比例	-	-	2.67%

注：上表员工数量为全年平均数（各月员工数量之和/12）。

自2019年起，随着公司对员工素质、工作质量要求的提升，公司增加了合同制员工的数量，同时不再使用劳务派遣员工。

报告期内，发行人使用劳务派遣员工的工资情况如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
劳务派遣员工平均工资	-	-	7.34

发行人使用劳务派遣员工的工资较合同工略低，符合劳务派遣岗位特点。

报告期内，公司以劳务派遣形式用工，符合《劳动法》、《劳动合同法》等法律法规的规定。根据苏州市吴中区人力资源和社会保障局出具的证明，报告期内发行人没有因违反相关法律法规而被处罚的情形。

（五）发行人劳务外包的相关情况

1、报告期内劳务外包情况

由于发行人客户包含部分商超，公司将货物销售给商超后，商超通常会要求发行人指派员工常驻商超协助进行产品营销工作，由于此类工作可替代性强、工作地点分散，因此公司将此类工作交由专业的劳务外包公司，由其提供相应的专业服务。

报告期各期，发行人劳务外包费用分别如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
劳务外包费用	153.92	113.84	118.41

2、合作劳务外包单位情况

报告期内，发行人（甲方）与江苏恩泽服务外包集团有限公司（乙方）签订了《服务外包协议》，约定甲方根据自身经营管理需要，委托乙方提供产品销售等外包服务，并由甲方根据服务成果支付相应的外包服务费。江苏恩泽服务外包集团有限公司基本情况如下：

公司名称	江苏恩泽服务外包集团有限公司
法定代表人	陈兵兵
成立日期	2014年10月8日
住所	苏州工业园区唯新路58号30栋101单元
注册资本	1,000万元
经营范围	以承接服务外包的方式从事企业生产流程处理和品质检测处理；产线制程改善；劳务派遣经营；人才中介服务；企业管理咨询与市场调查、企业管理服务、商务信息咨询、物业管理、保洁服务；以服务外包的方式从事货物装卸、货物打包、货物分拣、仓储服务（不含冷库）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	陈建持股80%，陈兵兵持股20%

江苏恩泽服务外包有限公司与发行人无关联关系。

（六）员工人数与业务发展及业绩变动情况

公司报告期总用工人数及产销量数据如下表：

项目	2020年		2019年		2018年
	数量	变化率	数量	变化率	数量
合同制员工人数	367	13.62%	323	10.62%	292
劳务派遣员工人数	-	-	-	-	8
总用工人数	367	13.62%	323	7.67%	300
产量（吨）	14,877.17	15.47%	12,884.14	5.40%	12,224.05
销量（吨）	15,330.44	16.35%	13,176.28	10.73%	11,899.79

注：上表员工数量为全年平均数（各月员工数量之和/12）；

根据上表，报告期内公司员工人数的变动与产销量变动趋势基本一致。

十二、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

（一）公司股东股份锁定期承诺

具体内容详见“重大事项提示”之“一、本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺”。

（二）关于上市后三年内的股价稳定措施

具体内容详见本招股意向书“重大事项提示”之“二、关于上市后三年内的股价稳定措施”。

（三）公司控股股东、董事、监事、高级管理人员关于首次公开发行股票相关文件真实性、准确性、完整性的承诺

具体内容详见本招股意向书“重大事项提示”之“四、发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于因信息披露重大违规导致回购新股、购回股份、赔偿损失的承诺”。

（四）公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向的承诺

具体内容详见本招股意向书“重大事项提示”之“三、公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向”。

（五）关于避免同业竞争的承诺

具体情况详见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（三）控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺”。

截至本招股意向书签署日，上述承诺均严格履行。

（六）关于避免关联交易的承诺

具体情况详见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“五、规范关联交易的制度安排”。

截至本招股意向书签署日，上述承诺均严格履行。

（七）关于承担“五险一金”补缴风险的承诺

基于公司在报告期内执行的社会保障、住房公积金制度曾存在与国家法律法规

不一致的情况，公司实际控制人夏靖出具了相关承诺，详见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“十一、发行人员工及其社会保障情况”之“（三）员工社会保障情况”。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况

味知香专注于半成品菜的研发、生产和销售，为消费者提供健康绿色、便捷美味的半成品菜肴。公司产品以良好的菜品口味、可靠的产品质量、便捷的用餐体验赢得了广大消费者的认可。

经过不断地发展和积累，公司成为了行业领先的半成品菜生产企业之一，并建立了以“味知香”和“饕玉”两大品牌为核心的产品体系。公司产品包括肉禽类、水产类及其他类，涵盖数百种菜品，有效地满足了不同地区消费者的饮食习惯和口味偏好。

发行人自成立以来，主营业务未发生重大变化。

二、发行人所处行业基本情况

（一）发行人所属行业

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所属行业为“制造业”之“农副食品加工业”（分类代码：C13）。根据《国民经济行业分类标准》（GB/T4754-2017），公司属于“C13 农副食品加工业”中的“C1353 肉制品及副产品加工”、“C1362 鱼糜制品及水产品干腌制加工”及“C1371 蔬菜加工”。

（二）行业主管部门、监管体制及法律法规、政策

1、行业主管部门与监管体制

半成品菜行业的监管部门有国家发改委、国家市场监督管理总局（包括原国家食药监局、国家质检总局、国家工商总局）、商务部及各级商务主管部门等。国家发改委主要拟定食品行业中长期规划并指导行业发展运行。国家市场监督管理总局通过食品、质量监督部门制定食品安全监督管理的政策，并对食品的研究、生产、流通、使用进行行政监督和技术监督；通过工商行政管理部门进行市场监督管理和行政执法，制定食品工商行政管理规章和政策等。商务部及各级商务主管部门主要职责是推进食品流通产业结构调整，指导食品流通企业改革、商贸服务业和社区商

业发展，推动物流配送、电子商务等现代流通方式的发展等。

行业相关的自律组织主要为中国食品工业协会，其主要职能是：对食品安全情况进行调查分析，向政府有关部门提出食品安全建议和意见；协助立法机关和行政机关，制定和完善食品安全方针政策、法律法规；举办报告会、研讨会、经验交流会等，促进行业学习交流，指导和帮助企业改善经营管理；参与或经国家有关部门授权组织制定食品行业有关标准，并组织宣传和贯彻实施等。

2、主要法律法规及产业政策

(1) 法律法规

国家针对食品行业特点、结合行业具体情况，相继出台了多项行业管理规定，对食品安全、消费者权益、产品质量、食品添加剂等重要方面进行了制度规范，主要法律法规如下：

序号	文件名	实施时间	颁布单位
1	《中华人民共和国食品安全法实施条例》（2019年修订）	2019.12.01	国务院
2	《中华人民共和国食品安全法》（2018年修订）	2018.12.29	全国人大常委会
3	《中华人民共和国产品质量法》（2018年修订）	2018.12.29	全国人大常委会
4	《食品生产许可管理办法》（2017年修订）	2017.11.17	国家食品药品监督管理总局
5	《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》	2017.03.28	国家食品药品监督管理总局
6	《食品生产许可审查通则》	2016.10.01	国家食品药品监督管理总局
7	《定量包装商品计量监督管理办法》	2016.01.01	国家质检总局
8	《食品生产通用卫生规范》	2014.06.01	国家卫生和计划生育委员会
9	《中华人民共和国消费者权益保护法》（2013年修订）	2014.03.15	全国人大常委会
10	《国务院关于加强食品安全工作的决定》	2012.06.02	国务院
11	《国务院办公厅关于严厉打击食品非法添加行为切实加强食品添加剂监管的通知》	2011.04.20	国务院办公厅
12	《食品标识管理规定》	2009.10.22	国家质检总局
13	《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》	2007.07.26	国务院
14	《商业特许经营管理条例》	2007.05.01	国务院
15	《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》	2005.09.01	国务院

	例》		
16	《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》	2005.09.01	国家质检总局

（2）产业政策

随着经济水平的发展，居民收入稳步上升推动居民饮食消费升级，食品行业市场不断扩张。为扶持我国食品行业的发展，国家相关部门出台了一系列产业扶持政策。近年来推出的主要产业政策如下：

序号	产业政策	发文时间	颁布单位	主要内容
1	《关于深化改革加强食品安全工作的意见》	2019.05.09	中共中央、国务院	严把食品加工质量安全关，实行生产企业食品安全风险分级管理；严把流通销售质量安全关，建立覆盖基地贮藏、物流配送、市场批发、销售终端全链条的冷链配送系统；建立食品安全追溯体系，食品生产企业对其产品追溯负责。
2	《国民营养计划（2017—2030年）》	2017.06.30	国务院	加快食品加工营养化转型。提出食品加工工艺营养化改造路径，集成降低营养损耗和避免有毒有害物质产生的技术体系。研究不同贮运条件对食物营养物质等的影响，控制食物贮运过程中的营养损失。
3	《“十三五”食品科技创新专项规划》	2017.05.24	科技部	加快食品高新技术产业发展，推进科技和产业深度融合；增强食品科技创新，培育食品新业态和新兴产业；强化食品品牌建设，促进一二三产业融合发展。
4	《关于加快发展冷链物流保障食品安全促进消费升级的意见》	2017.04.13	国务院办公厅	健全冷链物流标准和服务规范体系、完善冷链物流基础设施网络、鼓励冷链物流企业经营创新、提升冷链物流信息化水平、加快冷链物流技术装备创新和应用。
5	《“十三五”国家食品安全规划》	2017.02.14	国务院	全面落实企业主体责任，确保生产过程整洁卫生并符合有关标准规范，确保生产经营各环节数据信息采集留存真实、可靠、可溯源；加快食品安全标准与国际接轨，建立最严谨的食品安全标准体系。
6	《关于促进食品工业健康发展的指导意见》	2017.01.05	国家发改委、工信部	营造食品工业良好发展环境，提高政府公共服务能力和水平，优化行政审批流程，为企业提供优质公共服务；完善食品工业支持政策，充分利用现有资金渠道，重点支持食品行业重大技术改造；加强人才队伍建设，鼓励高等院校加强食品行业亟需中高端人才的培养。

7	《关于进一步促进农产品加工业发展的意见》	2016.12.28	国务院办公厅	拓宽主食供应渠道，加快培育示范企业，积极打造质量过硬、标准化程度高的主食品牌。研制生产一批传统米面、杂粮、预制菜肴等产品，加快推进马铃薯等薯类产品主食化。
8	《关于做好“十三五”时期消费促进工作的指导意见》	2016.12.23	商务部	培育和壮大消费热点，优化消费供给结构；推进内贸流通创新，拓宽消费供给渠道；加强流通基础设施建设，提升消费供给条件；整顿和规范市场秩序，改善消费供给环境四项主要任务，推动消费规模扩大和消费结构升级。
9	《全国绿色食品产业发展规划纲要》（2016-2020年）	2016.04.06	农业部	着力扶强生产主体，持续扩大总量规模，大力引导各类龙头企业，发挥骨干企业的引领作用；不断强化市场营销服务，完善市场流通体系，推动绿色食品步入“以品牌引导消费、以消费拉动市场、以市场促进生产”的发展轨道。
10	《中国食物与营养发展纲要（2014-2020年）》	2014.01.28	国务院	重点发展方便营养加工食品。加快发展符合营养科学要求和食品安全标准的方便食品、营养早餐、快餐食品、调理食品等新型加工食品，不断增加膳食制品供应种类。加快传统食品生产的工业化改造，推进农产品综合开发与利用。

（三）行业发展概况

1、半成品菜行业概述

半成品菜是以农产、畜禽、水产品等为主要原料，经过洗、切及配制加工等处理后可直接进行烹饪的预制菜品。半成品菜具备便捷、新鲜、健康等特点，丰富的菜品选择能够符合全国不同地区人群的口味，逐渐成为家庭及餐饮业所喜爱的产品。

半成品菜由净菜逐步发展、本土化而来。净菜最早起源于美国，20世纪60年代起实现商业化经营。净菜是我国较为简单通俗的称呼，其在国外也被称作部分加工菜（partially processed vegetables）或切分菜（fresh-cut vegetables），指新鲜蔬菜原料经过分级、清洗、去皮、切分、消毒和包装等处理加工，达到直接烹食或生食的卫生要求。20世纪80年代，净菜加工配送在日本、加拿大及部分欧洲国家也开始兴起。净菜最初供应餐饮行业，使餐厅、配餐公司等外食产业，降低其人工费、水电费和垃圾处理费，减少厨房面积和设备采购；之后，部分净菜企业也面向家庭、个人零售，方便了居民日常烹饪。

蔬菜是我国日常饮食中消费量最大的食物之一，长期以来绝大部分的蔬菜品种均以未经加工整理的毛菜形式出现在各地农贸菜市场上。20世纪90年代后期，随麦当劳、肯德基等快餐店的进入，我国开始出现净菜加工配送工厂，北京、上海、广州等大型城市相继发展净菜加工配送产业。近年来，我国餐饮行业快速发展，快餐业、团体饮食业、企事业单位后勤供给等成为人们日常饮食场景的重要组成部分。随着人工成本和场地租金的上涨，以及对蔬菜安全要求的提高，企业食堂和配餐企业逐渐减少或停止后厨蔬菜的清洗、切分等作业，转为由专业企业提供成品净菜。

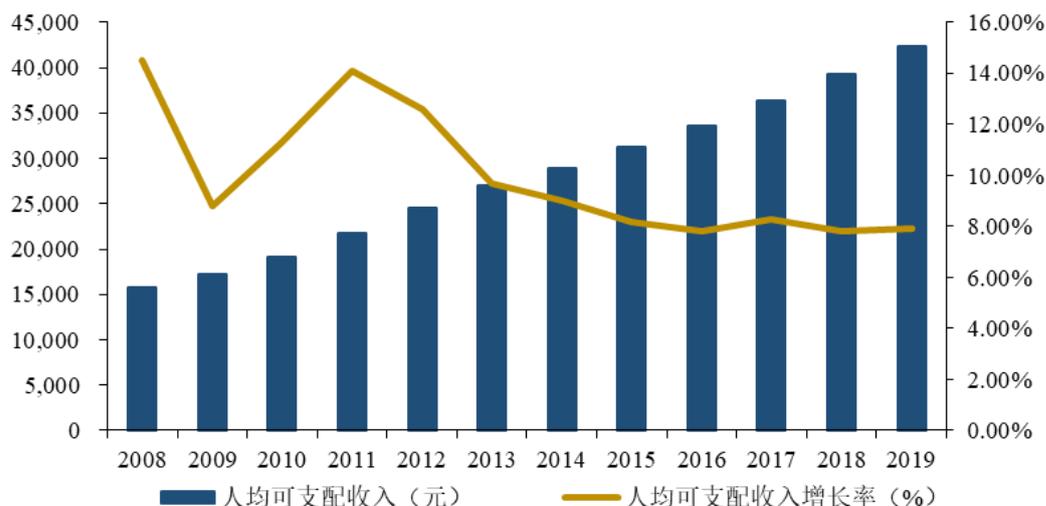
2000年前后，我国陆续出现了半成品菜生产企业，通过对肉禽和水产等原材料的进一步加工，提供了比净菜更加丰富的产品种类并进一步精简了客户的烹饪环节。受限于早期冷冻技术和冷链运输的高成本，半成品菜行业在发展初期存在销售区域小、企业数量多、集中度低的特点，行业内规模以上企业较少。随着速冻技术的发展，半成品菜的储存时间得以大幅延长。国产速冻设备和冷链运输车辆的推广大幅降低了企业物流配送成本，企业的辐射范围扩大。经过多年的发展及竞争，行业内部分优质企业开始树立自身品牌并建立粘性更高的销售渠道，以此建立相对于同行业的竞争优势和竞争壁垒，巩固自身领先地位。

2、行业需求分析

（1）居民收入水平提高，食品消费支出增多

近年来，我国宏观经济从高速增长转变为中高速增长，国内经济结构逐步优化，消费成为需求增长的重要推动力，而居民收入水平的增长是社会消费能力提升的重要支撑，根据国家统计局数据，2013-2019年，我国居民人均可支配收入从18,311元增长至30,733元，年均复合增长率达9.01%；城镇居民人均可支配收入从2008年的15,780.76元增长到2019年的42,359元，复合增长率为9.39%。

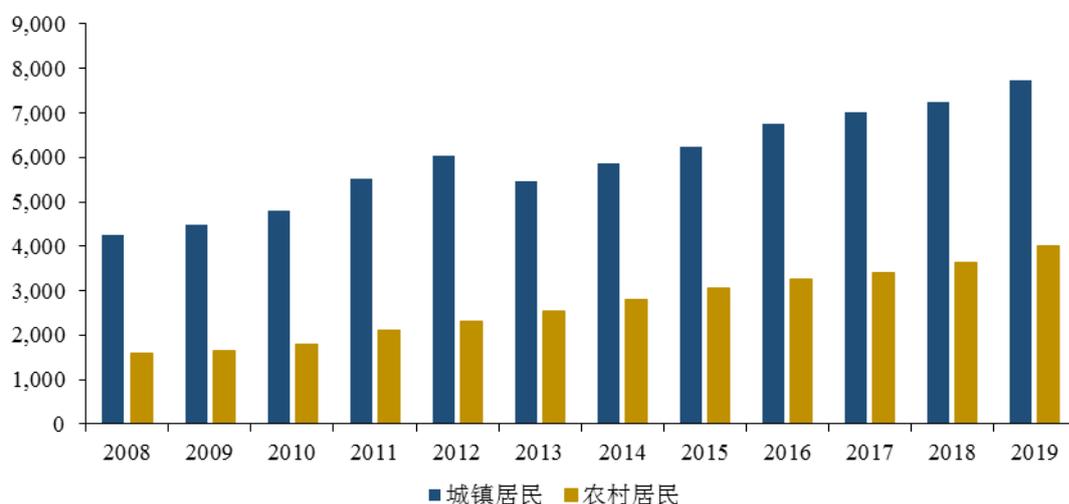
2008-2019 年全国城镇居民人均可支配收入及增长率



数据来源：国家统计局。

在收入水平上升的背景下，我国居民人均食品消费支出整体呈上升趋势。城镇居民 2008 年人均食品消费金额为 4,260 元，2019 年则达到了 7,733 元，复合增长率为 5.57%；农村居民年度人均食品消费金额在 2008 年和 2019 年分别为 1,599 元和 3,998 元，复合增长率为 8.69%。

2008-2019 年城乡居民年度食品消费支出（单位：元）



数据来源：国家统计局。

同时，我国居民的饮食结构也发生了变化，主食类消费量及占比逐年下降，肉蛋菜类消费占比上升。国家统计局数据显示，我国人均粮食消费量从 2013 年 148.71 千克逐步下降到 2018 年 127.23 千克，肉（禽）、蛋、水产品的消费量从 2013 年 51.41 千克上升到 2018 年 59.88 千克。虽然粮食消费减少，但是肉类及其他主要食品消

费量的上升表明了我国居民饮食在逐步升级。

（2）现代社会生活形态变迁，便捷类食品需求上升

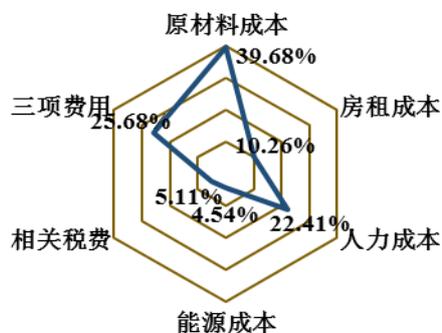
经济快速发展给社会形态带来了诸多影响，也深刻地影响了人们生活方式。我国城镇化趋势不断加强，劳动人口结构发生了巨大改变，农业人口在向非农业人口转换的过程也伴随着微观家庭劳动力结构的变化。受传统文化及社会分工的影响，我国家庭三餐通常由女性料理，越来越多的女性进入职场客观上使得家务烹饪时间缩短。国家统计局发布的《2018年<中国妇女发展纲要（2011-2020年）>统计监测报告》显示，2018年全国女性就业人员占全社会就业人员比重为43.70%。

快节奏的生活及工作压力导致职场人员缺乏足够的时间和精力去制作三餐，快餐、外卖以及便利店即热食品等便捷类食品成为了多数人的选择。除部分品牌餐饮企业外，不少快餐、外卖食品的制作过程不透明，其卫生状况和食品安全难以得到保障。便利店即热食品则面临品种少、微波加热口感较差的问题。随着生活水平的提高，人们在考虑食品便捷性的同时，更加关注食物的口味口感、绿色健康等因素，对健康卫生的便捷类食品需求上升。

（3）餐饮企业对第三方代工菜品需求增加

我国餐饮市场是一个规模巨大、分散程度高且竞争激烈的市场，众多餐饮企业独立参与市场竞争，未能规模化经营，导致成本居高不下。餐饮企业的经营成本主要由原材料成本、房租成本、人力成本、能源成本及相关税费构成。根据中国饭店协会《2019中国餐饮业年度报告》数据，正餐类餐饮企业平均人力费用占营业收入比例达22.41%，房租成本比例达10.26%。

正餐类餐饮企业成本构成



数据来源：中国饭店协会。

第三方代工菜品是指代工厂商统一采购并处理好食材或者代为加工成半成品

菜。相对于传统餐厅在后厨进行食材加工和菜品烹制，第三方代工菜品的优势体现在：①第三方代工企业会批量采购原材料，在食材采购、物流运输上具有更强的议价权，具备规模效应，有效降低原材料成本；②第三方代工厂原材料周转要好于单个餐厅，冷藏及物流运输更有保障，食材更加新鲜安全；③代工厂标准化的生产流程保证菜品口味稳定；④减少后厨所需人员，提高出菜速度。

目前，以连锁餐饮为代表的餐饮企业开始逐步与第三方代工厂或食材供应链企业达成合作，在降低成本的同时，避免了繁琐的食材处理过程，使餐厅集中资源和精力打造独家菜品，凸显餐厅特色。

（四）行业竞争情况

1、竞争格局

半成品菜生产企业众多、竞争较为激烈，本行业的竞争体现出如下特点：

（1）地域特征明显。由于我国幅员辽阔、人口众多，地区之间物产种类、丰足程度不一，导致各地居民饮食习惯及口味不一致。半成品菜产品依赖冷链运输，物流成本及产品新鲜度要求限制了单个企业产品配送半径。目前半成品菜企业通常只能覆盖一定地区，尚未出现全国性的半成品菜龙头企业。

（2）集中度低，规模化企业较少。全国范围内半成品菜生产商数量众多，其中多数依然停留于作坊式生产加工模式，达到规模以上生产水平的企业较少。作坊式加工商只供应少量客户，产品单一、标准化程度较低，食品安全及品质难以保证。目前，部分企业已开始采购自动化设备实现规模化生产，具备一定区域知名度。

（3）渠道竞争逐步转化为品牌竞争。半成品菜企业主要客户是区域内各加盟商，包括生鲜食品店、农贸市场摊贩、超市等，少部分产品直接销售给餐厅、终端消费者。由于加盟商的零售性质，其覆盖范围较小，对产品推广力度有限。目前，行业内企业开始重视品牌建设，通过投放广告、举办推广活动、聘请代言人等方式提升品牌知名度。

2、市场化程度

各级政府部门对半成品菜行业的发展进行统筹指导和监督管理，行业协会负责行业企业的自律管理。由于半成品菜行业进入门槛相对较低，行业内企业众多，行业的市场化程度高，竞争充分。

（五）行业利润水平的变动趋势和变动原因

半成品菜行业存在众多同类型中小企业及个体工商户，其中多数采用作坊式生产，竞争较为激烈，从而导致行业整体毛利率较低。随着消费者食品安全意识的加强、政府部门对食品安全卫生的重视，行业内企业需要投入更多的成本保障产品质量安全，盈利空间被进一步压缩。但是，行业内部分企业已经实现规模化生产，产品质量管理体系较为完善，在原材料采购、规范食品安全等方面的成本要低于其它体量较小的同行业企业，利润水平相对较高。未来，规模化经营企业与作坊式生产企业的利润差距将进一步拉大，体量较小的半成品菜企业若不能进一步发展，则会在激烈的竞争中被逐步淘汰。

半成品菜成本中直接材料占比较大，主辅料以农林牧渔产品为主，因而产品成本容易受自然条件、供求关系的影响。由于半成品菜主要流向终端消费者和餐饮企业，产品零售价通常不会频繁变动，短期内原材料成本变动将影响行业利润水平。但是食品消费是相对刚性的需求，原材料成本的上升会逐渐传导，行业盈利水平会恢复到正常水平。在销售渠道、品牌建设、质量控制等方面具备优势的企业传导速度会更快。

（六）行业发展趋势

1、食品卫生安全重视程度不断加强

食品卫生安全关乎消费者健康甚至人身安全，经济发展带动消费水平提升的同时也增强了人们食品安全卫生意识。近年来出现的食材过期、添加剂超标、使用病死禽畜等问题进一步加深了消费者对食品安全问题的担忧。同时，针对食品安全问题，国家也不断推出相关政策法规进行改善，比如《国务院关于加强食品安全工作的决定》（国发[2012]20号）中要求落实食品生产经营单位的主体责任，食品生产经营单位要配备专、兼职食品安全管理人员，并建立健全并严格落实进货查验、出厂检验等管理制度。对于规模以上生产企业，要设置食品安全管理机构，明确分管负责人。因此，不管是消费者还是政府部门均越来越重视食品卫生安全问题，这也促使行业内企业完善管理制度，加强内部管理，保障食品安全。

2、产品形态日益多样化

半成品菜产品定位于便捷且健康的菜品，这决定了其目标消费人群整体较为年轻。现代餐饮形态多样，而青年人群热衷于新兴热门菜品，这促使半成品菜企业需要密切跟踪市场动态，把握消费者的口味和偏好，及时研发并推出迎合年轻人的产

品。此外，本行业长期以来以中国传统菜系菜品为主，近年来部分企业跟随消费群体偏好的改变逐步推出西餐类、油炸类、火锅类等近年来热门形态的餐食产品。

3、品牌建设成为核心竞争力

随着社会经济发展及居民生活水平的大幅提升，消费者更加注重食品的安全卫生以及口味，满足上述要求的产品能够从一众产品中脱颖而出，成为消费者的首选。因此，越来越多的企业着力塑造自身品牌，通过打造健康、绿色、美味的品牌特点吸引消费者，提高企业的核心竞争力。虽然半成品菜行业市场空间大，但行业内竞争日趋激烈，价格竞争导致企业利润空间下降。企业树立品牌形象能够区别于同类竞品，走出激烈的价格竞争，建立自身优势、提升产品附加值。

4、企业经营更依赖信息化

为了满足消费者不同的饮食需求，半成品菜企业要预备数十甚至上百种菜品种类供消费者选择。菜品数量不断增多导致采购、生产、运输等环节管理难度的上升。不同菜品的所用的食材、配料的品种以及相互间的配比关系存在差异，采购部门需要根据生产计划采购不同品种、数量准确的食材；生产部门要设立柔性化生产线针对不同菜品精准地配比食材、调料，也要满足部分非主销产品小规模、多样化的生产需求；物流部门要根据订单将不同产品组合准时、准确地配送至客户。企业通过信息化管理可以对原材料进行追溯管理，深度参与从原材料采购到终端配送的多个环节，实现半成品菜产品的精细化生产和质量管控，最终提高企业经营效率。

5、电子商务及物流发展培育新的销售渠道

近年来，随着我国电信基础设施趋于完备、移动互联网及电子商务的快速发展，我国网民数量、线上交易规模显著上升。商务部电子商务和信息化司发布的《中国电子商务报告（2018）》显示，2018年我国电子商务交易规模达到了31.63万亿元，快递业务量超507亿件。同时，物流行业经过飞速发展后竞争愈发激烈，生鲜物流成为了新的增长点，未来生鲜物流成本将进一步降低，为半成品菜互联网销售创造了更加有利的环境。电子商务深入地影响了我国消费者的消费方式，虽然现有半成品菜以线下销售为主，但电商平台日益丰富的半成品菜产品也将吸引越来越多的消费者。

（七）进入本行业的主要壁垒

1、品牌壁垒

随着居民收入不断提高，生活水平大幅提升，居民消费升级的趋势明显，消费者对半成品菜的质量、口味、营养等方面提出了更高的要求。消费者通常倾向于选购品牌知名度更高的产品，对品牌的信任度和依赖度越来越高。知名的品牌和良好的产品口碑业已成为企业的核心竞争力，有助于公司打开市场，获取更高的产品附加值。品牌是公司综合实力的体现，是企业在产品宣传、新品研发、生产控制、物流配送、食品安全等多方面持续努力、不断改进的结果，需要长期投入和积累。本行业的新进入者短期内无法积累消费者口碑，难以建立自有知名品牌。

2、销售渠道壁垒

半成品菜终端客户是个人消费者及餐饮企业，产品销售依赖于中间渠道，直销的比例较小，销售渠道的覆盖程度很大程度上影响了市场销售情况。由于半成品菜使用场景在家庭或餐厅厨房，且需要冷链运输、低温保存，上述条件对销售网络的建立提出了较高的要求。同时，行业内企业多采用经销和加盟方式进行销售，以个体工商户为中间渠道经营主体，单个门店覆盖消费者人群有限，需要足够的门店、摊位数量来组成相对完善的销售网络。部分优秀的企业经过持续的业务拓展，已经在区域内形成了较为成熟的产品销售渠道，拥有长期合作客户和较为稳定的消费群体。建立完善的销售渠道需要构建销售网络和培育消费者群体，需要较高的持续不断的推广投入、行之有效的管理体系和长期的时间积累，这对行业新进入者构成一定的壁垒。

3、食品质量及安全壁垒

随着法律法规、监管政策和食品安全标准体系日趋完善，半成品菜产品质量标准将会进一步提高。同时，社会公众对于食品安全重视程度逐步加强，选择食品时愈发谨慎和严格，对食品卫生问题容忍度日益降低。这些因素都给半成品菜企业生产经营提出了更高的要求。目前，多数作坊式半成品生产企业在原材料采购、生产流程、仓储物流等方面与规模化生产经营企业差距较大，难以实现原材料追溯、标准化生产和冷链物流配送，无法保证食品卫生安全，未来将会被逐步淘汰。行业新进入者在短期内难以达到较高的食品质量安全标准，获得消费者认可也是个长期的过程，面临较大的食品质量及安全壁垒。

4、规模化经营壁垒

半成品菜行业处于市场化竞争的环境中，产品之间销售价格差异较小，企业需

要通过规模化经营降低整体经营成本,获得合理的利润空间。半成品菜产品多品种、小规模的生产特点也要求企业生产线在具备规模化生产的同时能够柔性化调整,以适应不同产品切换生产的状态。而企业实现规模化生产需要达到一定的销售规模作为支撑,否则会出现生产线空置、产能过剩。对于行业新进入者来讲,不能实现规模化经营,则无法形成自身的竞争优势,在激烈的竞争中容易被淘汰。

(八) 影响行业发展的有利及不利因素

1、有利因素

(1) 居民消费升级推动市场空间扩张

随着社会经济的发展,我国居民收入快速提升,居民饮食消费经历着多次升级。根据国家统计局数据,2013-2019年,我国居民人均可支配收入从18,311元增长至30,733元,年均复合增长率达9.01%。居民收入的上升为消费升级打下了基础,2019年全年最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为57.8%,全国居民人均消费支出达到了21,559元,同比上升8.59%。

目前,社会大众对半成品菜了解较少,许多人尚未使用过此类产品。随着消费习惯被逐步培育,半成品菜市场正处于快速发展阶段。当前生活节奏加快,人们对于饮食品质的要求却未降低,在消费升级潮流的推动下,消费者对于绿色、健康、美味的食品需求大幅提升。半成品菜能够契合消费者对快捷方便食品需求,提供高质量食材,具有广阔的市场前景。

(2) 法律及政策的完善使行业日趋规范

国家陆续出台了一系列法律法规,对食品生产、加工、流通等环节进行了规范,并建立了食品安全追溯机制,包括《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国产品质量法》、《食品生产许可管理办法》、《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》等一系列法律法规及文件。同时,国家也通过立法加强了消费者权益保护、对企业商业特许经营活动进行了规范。这类法律法规促进行业有序发展,维护了市场秩序。

为帮助我国食品行业的发展,国家相关部门也出台了一系列产业扶持政策。《关于促进食品工业健康发展的指导意见》(下称“《指导意见》”)提出营造食品工业良好发展环境,包括提高政府公共服务能力和水平,优化行政审批流程,为企业提供优质公共服务;加强知识产权保护,加大对专利、产品标识、商业秘密等方面侵

权假冒的打击力度，降低企业维权成本；加强市场、价格、安全等方面的监管，形成有利于企业、行业、产业良性发展格局。《指导意见》还要求完善食品工业支持政策，充分利用现有资金渠道，重点支持食品行业重大技术改造、食品工业“三品”战略和特色食品加工示范基地建设等。

《国务院办公厅关于加快发展冷链物流保障食品安全促进消费升级的意见》要求相关部门依据食品安全法、农产品质量安全法和标准化法，率先研究制定对鲜肉、水产品、乳及乳制品、冷冻食品等易腐食品温度控制的强制性标准并尽快实施。积极发挥行业协会和骨干龙头企业作用，大力发展团体标准，并将部分具有推广价值的标准上升为国家或行业标准。

（3）冷链物流配送能力加强，扩大企业辐射范围

半成品菜行业下游客户较为零散且订购产品的数量、品种各异，产品配送具有单个客户规模小、配送频率高、区域内客户分散、时效性要求高等特点。出于保鲜需要，半成品菜的运输配送过程需要在低温的环境下进行，需要先进的仓储物流体系及冷链运输技术支撑。目前，行业内企业多为单一生产基地，仓储物流及冷链运输能力决定了产品销售的区域，直接影响着业务辐射范围。

随着电子商务的兴起，我国物流行业得到了飞速发展，部分物流企业开始进入生鲜物流领域，直接促进了我国冷链运输行业发展。在专业物流企业的带动下，低温保鲜技术、车辆设计制造技术、信息化物流配送技术得到了进一步发展，上述技术的运用成本大幅降低。本行业也受益于冷链物流技术的提升，组建自有冷链运输车队、购置信息化物流系统的成本大幅下降。在先进的物流配送体系下，半成品菜企业扩大了配送范围，提升了产品配送效率，保障食品安全的同时扩大市场覆盖面，为行业发展提供了有利的条件。

2、不利因素

（1）受原材料价格波动影响较大

半成品菜主要原材料是肉禽及水产等食材，油、盐及其他调料在产品成本中占比较小。肉禽及水产等通常占产品成本的90%以上，其价格对产品成本影响较大。由于肉禽及水产的产量容易受自然条件等不可抗力的影响而产生波动，并通过市场供求关系影响原材料价格，产生价格波动，对半成品菜行业的成本造成影响。

（2）食品安全问题影响行业信誉

人们对于食品安全问题的重视程度逐步加强，食品安全问题不仅影响单个企业声誉，也会对整个行业的信誉造成影响。目前，我国半成品行业中规模以上企业较少，多数仍采用作坊式加工模式。这类企业生产、销售规模较小，设备工艺落后，相应的质量控制体系和管理制度不够完善，无法对生采购、生产、销售过程的主要环节进行充分可靠的食品安全控制。这类企业如果发生食品安全问题，可能会波及整个行业，使消费者丧失对半成品菜产品的信心，有损行业信誉。

（九）行业的经营模式及行业的季节性、区域性和周期性特征

1、经营模式

半成品菜企业的经营包括采购、生产、销售、配送等环节，不同企业由于生产规模、产品种类差异，采用了不同的经营模式，具体如下：

（1）采购模式

行业内企业通常根据生产需求采购原材料，即“以产定购”。根据企业生产规模的不同，采购模式分为批量采购和零散采购。规模以上半成品菜企业生产量大、产品种类多，一般会建立供应商名录，选取符合条件的厂商批量供应原材料；小规模企业由于产量较小，部分企业尚不能实现连续生产，且多数缺乏仓储设施，无法维持一定量的原材料库存，从而采用少量多次的零散采购模式。

根据原材料性质不同，企业通常也会采取不同的采购策略。对于鲜活易腐、不易储存的原材料，行业内企业会根据生产计划、食材保鲜期及到货周期判断采购时点；对于供应季节性特征明显的原材料，企业则会在市场供应充足的时期足量采购，降低原材料成本；对于供应充足、价格稳定的原材料，企业会根据生产周期适时采购，寻求运输成本和仓储成本的最优采购时点和采购数量。

（2）生产模式

半成品菜行业生产模式主要分为规模化生产和作坊式生产。

规模化生产企业数量较少，是行业中较为优质的企业，具备较强的竞争力。企业进行规模化生产，需要具备完整的质量控制体系、标准化生产线、完善的销售网络，除了考虑食品的口味，也要结合当代健康理念，采用先进食品加工及保鲜技术。

作坊式生产主要是小型企业，是行业内较为普遍的半成品菜企业。由于缺乏相应的设备，这类企业不具备自动化生产能力，采用的工艺较为简单，无法实现生产流程标准化。企业采用作坊式生产，其产品种类相对单一、质量及稳定性较差，食

品卫生安全难以完全保障。

（3）销售模式

行业主要的销售模式有经销商模式、加盟商模式以及零售模式。规模化生产企业主要采用经销商模式、加盟商模式，部分规模化生产企业出于品牌建设和渠道建设需要，也会开设网上商城或者在第三方电商平台开设直营店铺进行零售；作坊式企业主要采用零售模式。

经销商模式是经销商从半成品菜生产企业购入产品，面向终端消费者、餐饮企业等客户销售。由于产品消费场景是日常餐饮，终端客户单次使用量较小，因此经销商以个体工商户为主且不专门销售半成品菜。

加盟商模式是加盟商经企业特许，使用其品牌来进行半成品菜产品销售。加盟店通常按照企业统一的要求进行店铺装修和产品陈列，面向终端消费者销售企业产品。

零售模式是企业直接向终端客户销售半成品菜，可以是顾客上门购买、电话预定、电商平台销售等方式。

2、行业特征

（1）季节性

半成品菜产品主要原材料为肉禽及水产，由于部分食材的供应存在季节性差异，部分产品供应受到季节限制。而且消费者在选购产品时也会受习惯影响，偏向于选择含有时令蔬菜的半成品菜产品，产品销售也呈现出一定季节性特征。另一方面，在元旦、春节、元宵等中国家庭团圆的传统节日，家庭成员料理三餐的工作量较大，越来越多的消费者购买半成品菜以简化做饭过程，丰富餐桌菜品。因此，在我国节假日前后产品销量会出现一定的上升。

（2）区域性

我国半成品菜行业存在较大的区域性特征。一方面，我国幅员辽阔，气候、土壤、环境差异较大，不同地区物产各异，长期以来各地区形成了不同的饮食习惯和口味，最明显的特征就是中餐具有众多菜系。另一方面，经济的发展带动居民饮食结构的变化，居民主食类消费逐步降低，肉食类消费上升。地区之间的经济发展程度不同，居民饮食结构也会相应产生差异，因而半成品菜消费也具有一定的地区特征。

（3）周期性

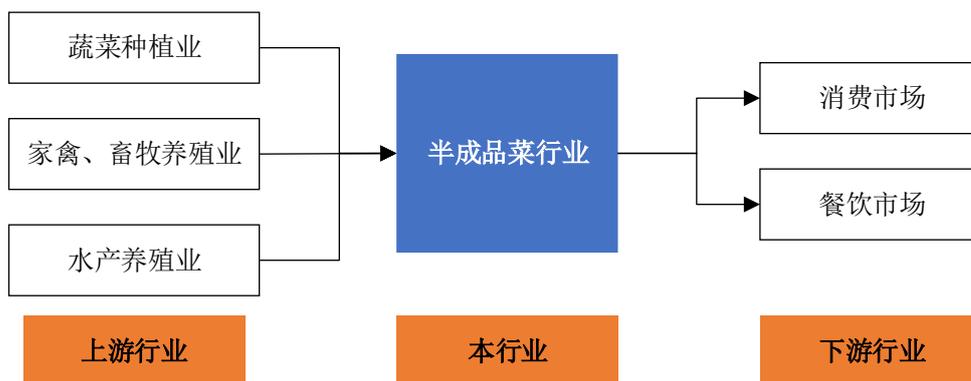
随着经济的发展和居民对饮食要求的提升，半成品菜产品销售量逐步提升。国家社会经济环境对整体消费有一定影响，客观上也会影响到半成品菜的消费，但行业整体处于上升区间，周期性不明显。

（十）与上下游行业的关联性及相互影响

半成品菜的上游行业包括家禽养殖、畜牧养殖、水产养殖、蔬菜种植以及调味品生产业，为本行业的生产提供相关的原材料。据统计，半成品菜产品直接材料成本（包括主材、辅材及调味品等直接原材料投入）占产品总成本的90%以上，原材料的价格变动对半成品菜成本影响较大，最终影响到本行业的利润水平。反之，本行业的发展也将促进上游行业的标准化种植/养殖，提升上游行业的产业化水平。

半成品菜行业的下游是消费市场及餐饮市场。随着经济发展和城乡居民生活水平的提高，人们对饮食的要求越来越高，而生活节奏的加快限制了消费者在家自行处理加工食材。消费者通过半成品菜能够简化烹饪流程，满足自身饮食要求。对于餐饮企业而言，日常经营成本较高，使用半成品菜能够实现菜品标准化并降低人工成本和厨房租金成本，提升餐厅经营效率，逐渐成为餐饮市场热门的采购品种。半成品菜影响着下游消费者的生活方式和餐厅的经营方式。同样，下游市场对半成品菜食品卫生安全的要求、口味偏好的变化也促使本行业提高食品安全意识、加强食品安全保护，根据消费者偏好研发新的菜品。

本行业与上下游的关系如下：



三、发行人在行业中的竞争地位

（一）发行人行业地位和市场份额

公司深耕半成品菜行业，是集菜品研发、生产、销售为一体的食品加工企业，在行业中处于领先地位。公司先后被授予“2016 年度江苏省食品行业优秀品牌企业”、“长江三角洲地区名优食品”、“2014-2017 江苏省著名商标”、“上海食用农产品‘金篮子’品牌”、“苏州市知名商标（2014-2017）”、“苏州市质量奖”、“苏州市质量管理金奖（2017 年）”、“中国连锁新锐奖”等荣誉称号，是中国肉类协会副会长单位。2017 年，公司被农业部授予“全国主食加工业示范企业”称号。

目前，半成品菜行业以中小规模企业为主，市场集中程度较低，区域性特征明显，尚未形成全国化经营企业。行业中各企业市场份额有限，目前比较知名的规模化生产企业包括发行人、新雅食品、好得睐、福成股份及绿进食品等。

（二）发行人主要竞争对手概况

发行人主要竞争对手为半成品菜生产企业。行业内企业众多，其中成规模的企业有新雅食品、好得睐、福成股份及绿进食品等，其中新雅食品、好得睐主要销售区域与发行人存在较多重叠。发行人主要竞争对手情况如下：

1、上海新雅食品有限公司

上海新雅食品有限公司成立于 2005 年，主要从事月饼和半成品菜肴及粽子、青团等时令食品的生产、销售，拥有大型食品生产基地及数百家食品专卖店及网点。新雅食品先后荣膺“中华老字号”、“上海市文明单位”等荣誉。新雅食品陆续推出了“新雅滑虾仁”、“蚝油牛肉”、“咕咾肉”等一些在上海家喻户晓的半成品菜，获得了广大消费者的喜爱。

2、苏州市好得睐食品科技有限责任公司

苏州市好得睐食品科技有限责任公司（曾用名“苏州市好得睐美食食品有限责任公司”）成立于 2002 年，位于江苏省苏州市吴中经济开发区。公司拥有占地两万平方米的食品生产厂房和覆盖江、浙、沪、京、闽、粤的销售网络，是全国半成品菜行业早期进入者，拥有“好得睐”半成品菜品牌。好得睐产品涵盖牛肉类、水产类、家禽类、猪肉类、什锦类、煲汤类六大系列多种产品。

3、河北福成五丰股份有限公司

河北福成五丰股份有限公司于 2004 年在上交所上市，前期主业为畜牧养殖屠宰及食品加工，后经过并购重组逐步增加了餐饮服务业务及殡葬服务业务。福成股份三河速食品分公司拥有占地面积 6,000 多平方米的工厂及 200 多人的服务团

队，研发了“鲜到家”品牌方便菜速食系列产品，不断地完善产品口味、质量及科学的营养配方。

4、厦门绿进食品有限公司

厦门绿进食品有限公司成立于 2004 年，是一家专注绿色健康食品研发与生产的科技型企业，为各大酒店、各种宴会、连锁、团膳、餐饮等企业单位定制美食研发与生产，旗下拥有“绿进”、“松板”、“绿烹”等多个子品牌，产品包括速冻肉制品、菜肴制品（生）制品、鱼糜制品等。

（三）发行人的竞争优势

1、品牌优势

随着社会经济发展及居民生活水平的大幅提升，消费者更加注重食品的安全卫生以及口味，对半成品菜产品逐步提出了品质、食用体验及产品创意等要求。经过多年的发展，公司以消费者为导向、严把质量关，生产符合广大消费者口味的热门产品，严格保障消费者食品安全。与此同时，公司深入市场调研把握消费者饮食偏好的变化，推出了一系列新产品。在公司持续不懈地努力下，公司在消费者心中树立了良好的品牌形象，产品老少皆宜。

公司所处的半成品菜领域属于大消费行业，行业未来竞争将由产品层面上升至品牌层面，具有品牌优势的企业将会获得更多的产品附加值，盈利空间 and 市场份额将进一步提升。

2、营销网络优势

经过多年的市场开拓和建设，公司在主要市场区域内形成了较为完善的营销网络，主要体现在如下层面：

（1）渠道深度下沉

公司终端客户为个人消费者和餐饮企业，主要通过经销商和加盟商体系将产品销售至终端客户。截至 2020 年 12 月 31 日，公司经销商（不含加盟店）数量为 880 家、加盟店数量为 1,117 家，广泛分布在苏州、上海等地各大农贸市场、集市、街道门店，贴近消费者生活区域。此类经销商、加盟店主要采用零售方式进行销售，服务范围限于周边社区及街道的居民，公司通过构建高密度的销售网络弥补覆盖范围的不足。销售渠道下沉一方面使得产品更加贴近顾客消费场景，让更多的人了解半成品菜产品，培育潜在消费者；另一方面也便于服务和巩固存量消费者，便利日

常选购公司产品。

（2）物流配送时效性高

半成品菜出于保鲜需要，从仓储到物流配送均需要保持低温环境。公司自建了较为完善的冷链物流配送体系，从客户下单到产品出库、装车运输、配送签收耗时较短，既降低客户等待时间也更大程度地保障了产品的新鲜程度。由于行业内多数企业生产规模较小，仅服务于周边少数客户，没有能力和动力去建立相应的物流配送体系。高效、及时的物流体系能够帮助公司进一步扩大产品销售区域，更好地服务经销商客户，形成了对于同行业其他企业难以替代的优势。

3、多元化产品结构优势

行业中多数企业规模较小、产销量低，产品种类较为单一。公司通过数年的研发积累，形成了种类丰富、形态多样的产品结构，除了肉禽类、水产类等主打产品外，还推出了蔬菜类、礼盒类产品，为消费者提供多元化的选择。公司建立了柔性化生产线，能够根据下游需求灵活地生产多种产品。

4、产品质量优势

公司注重产品质量，对采购、生产、销售、仓储物流各环节均建立了完善的管理体制。公司在采购端建立了合格供应商名录，对供应商进行严格的筛选，只有产品品质高、具备相应资质的企业才能进入公司供应链。采购原材料到货时需进行入库检验，合格后方可入库；在生产端，公司遵循 ISO9001 质量管理体系、ISO22000 食品安全管理体系、ISO14001 环境管理体系以及 OHSAS18001 职业健康安全管理体系，设立质量控制岗由品质专员全程监督生产过程，保证生产的安全合规；在仓储配送端，公司拥有低温仓储设施和自有冷链运输车队，从产品储存、出库、运输过程中均能保证产品处于低温环境中。其中，储存场所、运输车辆会定期进行严格的清洗消毒，进行微生物检验，全面保障运输过程中的食品安全，让终端消费者能够购买到高质量的半成品菜产品。

5、经营管理优势

公司主要管理人员有着丰富的行业从业经历。随着产销量的提升，公司为了提高生产经营效率引入了先进的管理体系。同时，公司也是行业中较早采用信息化管理系统的企业，通过信息化建设帮助管理者进行采购、生产、销售及仓储、物流等多个环节的管理控制。

（四）发行人的竞争劣势

1、融资渠道单一限制公司进一步发展

为了公司进一步发展，提高经营效率，公司加大了在管理信息系统、研发、仓储物流配送上的资金投入。半成品菜市场竞争较为激烈，如果公司不能及时扩大销售渠道建设、加强信息化建设、提高生产环节的管理能力，众多小规模企业也会占据公司一部分潜在市场，公司将在竞争中处于弱势地位，对长期发展和品牌建设产生不利影响。公司目前融资渠道单一，主要依靠内源融资，自有资金难以满足未来市场竞争和公司发展需求，需要增强融资能力。

2、销售区域较为集中

目前，公司主要市场在华东地区，其中江浙沪是核心销售区域。公司多数经销商和加盟店集中在江浙沪地区，但在其他城市和地区的销售网络尚不成熟。由于业务拓展方向和资本实力约束，公司在周边其他县市布局有所欠缺。随着公司销售额逐步扩大，公司未来发展要求公司扩大销售区域，进一步开拓新市场。公司需要在其他区域引入更多经销商和加盟商，扩充销售网络，提升公司整体销售额。

3、销售方式较为单一

公司主要销售模式为经销模式，客户包括经销店、加盟店及批发商，销售渠道均在线下。随着移动互联网及电子商务的快速发展，越来越多的消费者选择在电商平台上购买食材，去集贸市场的频率逐渐降低。公司目前尚未建立线上销售渠道，在消费场景及消费体验上对年轻消费者群体的吸引力不足。为了拓展销售渠道，满足更多消费者的消费需求，公司需要积极跟踪消费者消费方式的改变，适时探索线上销售模式。

四、发行人的主营业务情况

（一）主要业务与主要产品情况

公司专注于半成品菜的研发、生产、销售，主要产品包括肉禽类、水产类半成品菜。除上述主要产品外，公司还推出了蔬菜类、礼盒类等半成品菜产品以及酱包、调料包等预制调味品。公司不断进行菜品的开发创新，现已推出 200 余种不同口味、规格的半成品菜产品，为消费者提供了丰富的饮食形式和菜品选择。

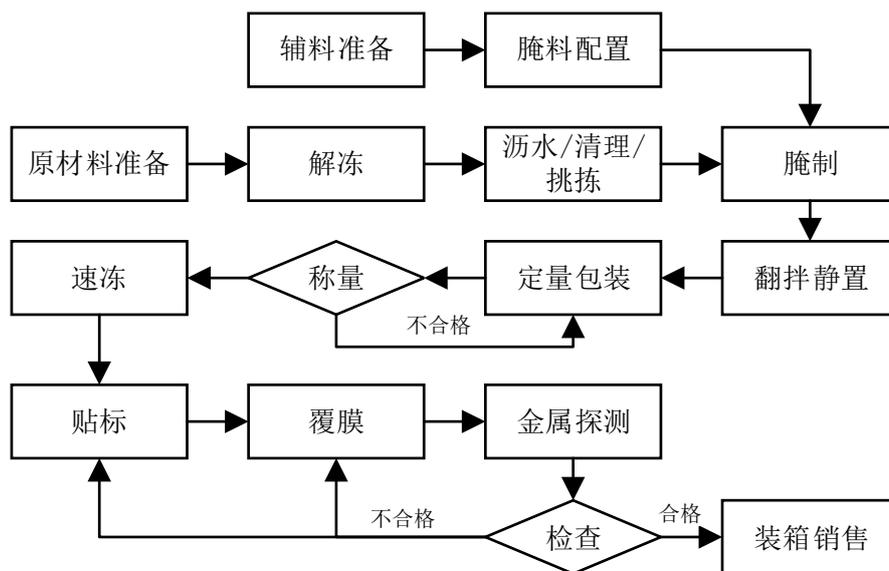
公司部分产品如下：

产品类别	产品展示		
肉禽类	 <p>黑椒牛排</p>	 <p>蚝油牛肉片</p>	
	 <p>奥尔良烤翅</p>	 <p>宫保鸡丁</p>	
	 <p>鱼香肉丝</p>	 <p>老坛雪菜肉丝</p>	
	水产类	 <p>铁板鱿鱼须</p>	 <p>水晶虾仁</p>
		 <p>清溜鱼片</p>	 <p>翡翠炒蛤肉</p>
		 <p>如意小炒 (鱿鱼虾仁)</p>	 <p>免浆黑鱼片 250gx20盒/箱</p>

其他类		
		

(二) 主要产品生产流程

公司主要产品半成品菜的生产流程如下：



(三) 主要经营模式

公司的经营模式为食品加工行业通用的业务模式，即首先采购肉禽、水产、调味品、包装材料等原材料，通过加工包装之后，销售给下游的加盟店或者经销商。

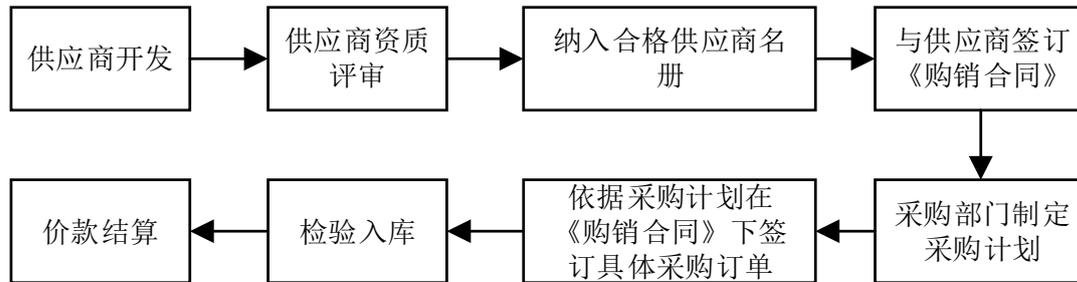
1、采购模式

公司主要向外部供应商采购肉禽、水产等制作产品所需的原材料，以及各式调料、包装材料等辅料；2019年下半年，公司也对外采购部分火锅类产品成品。对于生产产品所需的主要原材料和辅料，公司采用合约采购的方式与合格供应商签订购销合约并在合约框架下以采购订单进行具体采购；对于外购的成品，公司经过考察、

筛选，委托具备一定实力、生产供应能力稳定且食品质量安全把控严格供应商进行生产，并与供应商就原材料、包装材料、产品质量标准进行约定，以确保产品达到公司的质量控制标准。

（1）采购流程

公司的采购流程如下：



（2）供应商的开发与选择

公司采购部门通过行业展会、行业协会等渠道进行供应商的开发。在选定有合作潜力的供应商后，公司产品研发部、质量部、采购部、财务部分别对供应商的技术能力、质量管理能力、供应能力、采购成本进行评价，并由采购部依据上述评价情况形成评估报告，并据此决定是否将供应商纳入合格供应商名录。对于已纳入合格供应商名录的供应商，公司每半年复核一次，并不定期进行品质检验，以保障采购产品的质量。

（3）采购计划

公司采购部门每月根据生产部门提供的生产计划及销售部门的销售预测，结合库存状况和市场价格变动趋势等因素制定原辅料、外购成品的采购计划。

（4）采购价格的确定

对于大宗的集中采购，采购专员结合市场情况对合格供应商名录中的多家供应商进行询价，并选择最优的进行采购。对于合约采购，采购专员通过参考行业协会发布的市场报价，结合供应商的品质，与长期合作的纳入合格供应商名录的供应商签订采购框架协议，具体执行时，采购专员再结合当下的市场报价与供应商确定每笔订单的采购价格。

（5）原材料及外购成品的入库检验

公司原材料及外购成品入库时由公司质量部门进行抽检并形成检验报告，检验合格的原材料才会办理入库手续，不合格则与供应商办理退货。除上述入库检验外，公司还会定期聘请第三方检验机构对公司的原材料和产成品进行检验，以确保产品

质量合格。

（6）采购管理制度

为规范采购管理，保障原材料及产品质量，降低采购成本，公司制定了《采购管理制度》，对采购人员的行为规范、采购部门的职责、采购流程及其控制等方面进行了较为详细的规定。

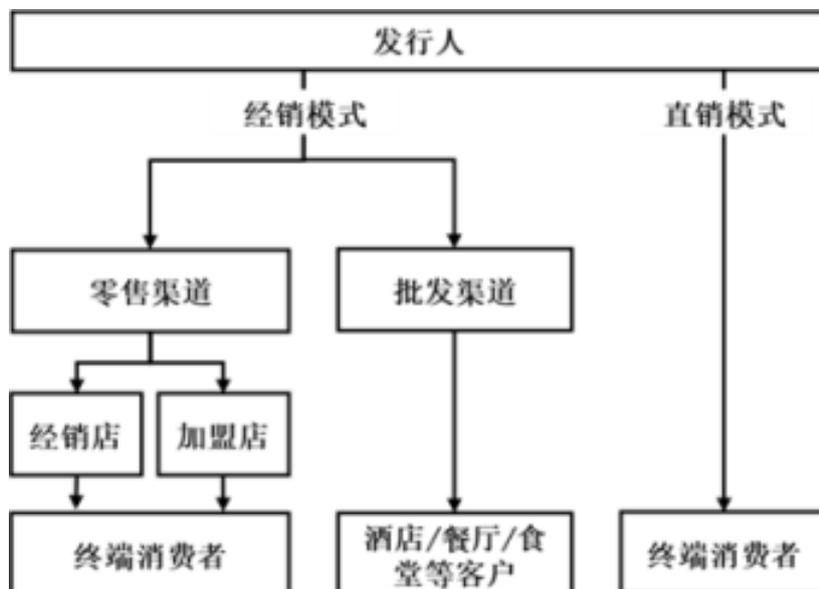
2、生产模式

公司主要根据历史销售数据以及区域经理反馈的市场需求情况，制定生产计划并组织生产，生产过程总体较为平稳。针对批发类客户的个性化的订单或大额订单，公司依据该类客户的特定订单安排生产，即存在少量订单式生产的模式。

公司生产过程中设置了专门的车间质量控制人员，对生产全过程进行质量监督与控制。公司质量部对每批产成品进行抽检，检验合格的产品作为产成品入库，检验不合格的则进行销毁。此外，公司定期聘请第三方检验机构对公司的原材料和产成品进行检验，以保证公司产品的质量。

3、销售模式

公司销售模式以经销为主，存在少量直销情况，全部为买断式销售。公司对经销渠道客户根据销售对象及终端客户不同分为零售渠道和批发渠道。零售渠道客户面向个人消费者，主要从公司采购“味知香”品牌产品后销售给个人消费者，此类客户分为经销店和加盟店；批发渠道客户一般从事冷冻食品批发业务，此类客户主要从公司采购“馐玉”品牌产品后销售给酒店、餐厅、食堂等客户。公司销售模式示意图如下：



（1）销售渠道

公司销售渠道分为零售渠道和批发渠道，其中零售渠道按照公司管理政策、品牌授权和客户条件的不同分为经销店渠道和加盟店渠道，具体如下：

① 经销店渠道

经销店渠道是指公司与经销客户签署《产品经销合同》，客户从公司采购产品后在约定的经销区域内对外销售。日常生活中，消费者通常在菜市场、农贸集市或商超的生鲜区采购一日三餐所需食材，而公司半成品菜产品作为日常饮食的新选择，其消费场景与果蔬生鲜消费场景高度重合。公司在发展初期通过与菜市场、农贸市场摊位业主签署经销协议，以此为切入点在上海、江苏等地建立了广泛且密集的销售网络。

经销店客户多为菜市场、农贸市场业主，主要从事农副产品或加工食品的零售。客户除采购味知香半成品菜产品销售外，也兼营其它种类或形态的产品，例如生鲜肉食、冷冻食品或熟食等，不专门销售公司产品。

公司与经销店客户签订的合同主要约定如下：经销店有指定的销售区域，不得跨区域销售；公司向客户提供产品零售指导价，客户可以根据当地消费水平、市场竞争情况在指导价基础上进行小幅调整，但零售价不得低于公司供货价格；经销商必须具备储存和销售公司产品必配的场所及设施。产品冷冻储藏及解冻销售均要满足公司对温度、环境的要求；经销商具有有限程度使用公司品牌及商标的权利；经销商不得采购其他厂家的半成品更换成味知香包装或以其名义销售等。

经销店模式是一种较为灵活的合作形式，客户可以在已有摊位或柜台基础上销售味知香产品，新增投入较少，合作成本低。与此相对应，公司给予经销店有限程度的支持。

② 加盟店渠道

加盟店渠道指公司与加盟客户签订《特许经营合同书》，授权加盟客户使用公司名称、品牌、商标等资产从事味知香产品的对外销售。加盟店主营半成品菜销售，专门销售发行人半成品菜产品，实行自主经营、自负盈亏、独立核算，由味知香进行业务指导和监督。

依据《特许经营合同书》的约定，加盟店需向公司支付开业支持费和押金；公司为加盟店提供风格统一的装修、运营培训和商品配送。相对于经销店，公司对加

盟商客户实行更加精细的管理并给予较高的支持力度。

A、加盟店选择

加盟店具有明显的品牌特征，是树立“味知香”品牌并发挥品牌效应的重要途径，加盟店的面貌会影响消费者对公司整体品牌的认知。因此，公司对加盟客户提出了如下要求：一是加盟客户需要认同“味知香”的经营理念 and 经营模式，需要有敬业精神和脚踏实地的品质；二是需要具有承担加盟店初期投资及产品备货的资金能力；三是要熟悉当地消费市场以及有效的店铺经营管理能力。公司会对加盟商及其所定的区域进行考察和了解，对加盟商理念、资质、市场前景、经济效益进行评估和预测，以保障加盟店开店成功率。

目前，公司加盟店多数是从原有经销店升级而来，其原因：一、加盟店初期投入相对于经销店较高，而原有经销店有一定的存量客户，盈利能力可以得到保障；二、原有经销店通过一定时期的经营对于提升品牌知名度、扩大销量有着更高的需求，公司对加盟店较大的支持力度有助于提高客户收入；三、公司稳步探索加盟店的经营管理方式，避免激进的渠道升级策略给广大客户带来经济负担。

随着对加盟店的管理措施日臻完善，公司未来将结合发展需要丰富加盟商筛选方式和培育模式，提高加盟店开店成功率及客户收入水平。

B、加盟店管理

公司制定了《味知香标准手册》，从品牌、销售、食品卫生等方面强化了对加盟店的管理。

公司实施区域保护制度，加盟店在所在市场及周边特定区域内享有独家经营的权利。公司在加盟店特许经营范围内不会增设新的加盟店或者经销店。同时，公司为加盟店设计了有辨识度的商标颜色、字体及店面风格，强化公司品牌特征。

公司对加盟店的销售流程进行细化：规范店员着装，营业时统一着带有品牌标识的工作服；设计销售步骤，引导消费者购买产品；培养沟通语言，给消费者提供良好周到的销售服务。同时，对食品零售中容易出现的问题进行规范，杜绝短斤少两、私藏发票、渠道窜货等现象。

公司对加盟店的食品卫生严加管控，定期组织加盟店业主进行线上和线下培训，并在《味知香标准手册》中明确了产品的储存、解冻和售卖温度以及店铺环境、容器道具和产品卫生要求。公司区域经理负责对加盟店进行日常监督、考评，对不

符合要求的地方进行规范；质量部对加盟店食品卫生状况进行不定期抽查。同时，公司要求加盟商在售卖产品时应对应售出产品进行感官检查：对小包装、盒装产品是否破损及拆包散售产品的颜色、形状、是否存有杂质等事项进行检查确认，不符合要求的须停止售卖，并及时反馈给区域经理，避免将不符合要求的产品销售给顾客。

报告期内，发行人对新开业的加盟店统一收取 10,000 元的开业支持费，如果加盟店为原先经销店升级而来，则免收上述费用。开业支持费对应的服务内容包括向客户提供培训服务、宣传物料以及半成品菜赠品、样品。如果经销店客户开业时也需要公司提供开业支持服务，则亦可向公司申请并缴纳上述费用。

报告期各期，开业支持费收入情况及新增加盟店数量（不包含经销店升级为加盟店）如下表：

单位：万元、家

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
开业支持费	336.94	197.28	107.21
新增加盟店数量	421	251	107

2019 年及 2020 年，公司新开加盟店数量相较于收取的开业支持费收入较高，主要是各期存在当期新开店又关店的情形，相关门店尚未申请开业促销，因此公司未收取费用及确认收入。

C、加盟店支持政策

加盟店是公司着重发展的销售渠道，是公司品牌战略的探索和实践。因此，公司对加盟店提供全面的支持政策和完善的客户服务：公司会根据新加盟业主提供的选址意向和范围，安排专业人员实地进行测算和评估，筛选出较为合适的店铺地址供业主参考；对加盟业主提供办证咨询和销售技术培训，帮助其更好地经营、管理店铺；不定期举行面向加盟店客户的促销活动，加盟店购买产品即赠送特定产品作为礼品；不定期对味知香品牌形象进行广告策划及宣传，向加盟商赠送宣传物料等。

为了促进零售渠道客户销售收入增长，提高客户销售积极性，公司制定了返利政策，对经销店、加盟店客户中销售收入较高、销售增长速度较快的客户以等值货物的形式提供返利。

③ 批发渠道

批发渠道指公司产品经由从事冷冻食品批发业务的客户销售至下游客户。批发客户主要从事各类冷冻食品的批发销售，不专门销售公司产品，同样实行自主经营、

自负盈亏、独立核算，其买断公司产品后可以在特定市场或区域内向终端酒店、餐厅、食堂等客户供货。此类客户是公司产品经销渠道的重要一环，有助于公司产品推广。味知香产品精简了食材采购、清洗、调制等程序，帮助餐厅、食堂类客户实现类似“中央厨房”的效果，降低菜品成本、提升了制作效率。

为了与零售渠道相区隔，公司设立了“饌玉”品牌主要向批发商客户进行销售。双方签订的《饌玉半成品菜产品经销合同》主要约定如下：批发客户有指定的销售区域，非经发行人书面同意不得跨区域、跨渠道销售；公司给予批发客户一般授权，并保留在同一区域内授权其他批发客户的权利；批发客户可以“饌玉经销商”的名义销售公司产品；批发客户不得变更、修改、移除饌玉商标，也不得使用饌玉包装及商标销售其他产品；批发客户零售、团购、促销价格不得低于公司供货价格；批发客户必须具备符合食品安全的储存及销售场所，保障食品安全等。

公司对批发渠道客户也制定了返利政策，对前一年度销量较大并达到当年约定订货金额的批发客户提供等值货物形式的销售返利。

公司非门店销售渠道主要为批发渠道，公司与批发客户关于主要销售条款约定如下：

交货时点	甲方（指发行人）收到乙方（指客户）货款后一周内将货发出，如遇特殊情况，经乙方书面同意，甲方可以延迟发货。
运费承担	甲方承担运费（不在公司配送范围内的客户，与客户约定由客户承担的除外）。
验收程序	乙方应于收到货物当日指定专人进行验收。
食品安全赔偿责任	乙方因未按照国家的法律法规和甲乙双方约定的条款规范经营而产生的食品安全事故或造成负面社会影响的，一切法律责任均由乙方承担，因此给甲方造成的任何经济损失均由乙方负责赔偿。 如因甲方产品问题使乙方收到顾客投诉、政府主管部门处罚、新闻媒体网络曝光等情形，若是因产品质量本身的问题造成的，相关费用由甲方承担；若是因乙方的原因（保管不善、虚假宣传、称重不实、售卖过期产品等）造成的，除相关费用由乙方承担外，如给甲方品牌形象造成影响的，甲方有权单方解除合约，并要求乙方赔偿由此给甲方造成的一切损失（包括但不限于直接和间接的经济损失、诉讼费、赔偿金、合理支出费用及律师费等）。
退货政策	乙方在验收中如发现货物的品种、规格、质量和数量不符合合同的约定，应在妥善保管货物的同时，自验收产品后的 24 小时内向甲方提出异议或传真。乙方未及时提出异议或者自验收产品之日起满 24 小时未通知甲方的，视为产品符合本合同的约定。 自验收合格后，乙方若因使用、保管不善等人为原因造成产品损坏（如破包、受潮、淋雨、串味等）使质量下降的，甲方可予拒绝退换货。

	除甲方产品质量原因（含有杂质、包装漏气、变质等）外，乙方不得借以任何理由拒收甲方产品，甲方亦不接受乙方的退货或换货要求。
--	--

上述三种销售模式均属于经销模式。除此之外，公司还存在少量直销，即部分客户直接联系公司采购少量产品用于个人及家庭消费。公司计划未来建立部分直营门店作为公司零售渠道，并作为品牌宣传和推广的重要措施。

报告期内，公司不存在经销商为公司员工的情形，但存在经销商为公司前员工的情况，具体如下：

项目	类型	2020 年末	2019 年末	2018 年末
数量	加盟店（家）	5	5	3
	经销店（家）	2	2	3
	合计	7	7	6
项目	类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入	加盟店（万元）	131.56	286.32	95.87
	经销店（万元）	192.56	179.12	414.62
	合计	324.12	465.43	510.49

上述前员工认可公司产品质量，在离职后经营本公司经销店或者加盟店。

报告期内，公司存在现员工直系亲属为经销店客户的情形，具体如下：

项目	类型	2020 年末	2019 年末	2018 年末
数量	加盟店（家）	-	-	-
	经销店（家）	-	-	1
	合计	-	-	1
项目	类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入	加盟店（万元）	-	-	-
	经销店（万元）	-	-	0.17
	合计	-	-	0.17

公司副总经理夏骏配偶张桂芬报告期内曾经营经销店零售发行人半成品菜产品，2018年张桂芬向发行人采购金额为0.17万元，金额较小，采购价格与发行人统一产品出厂价一致，定价公允。

报告期内，除上述前员工及现员工直系亲属为公司经销商外，不存在其他经销商与公司及公司实际控制人、董事、监事、高管和核心技术人员存在关联关系的情况。

自2020年上半年起，发行人与同程生活等网络销售平台开展合作，通过第三方

平台销售公司产品。发行人与上述网络销售平台亦采用买断式销售方式，网络销售平台买断发行人产品后通过网络销售给最终消费者。

发行人主要通过发行人主动宣传和潜在客户主动联系两种方式进行客户的开发、开拓：一方面，发行人各区域业务经理会对各自覆盖区域内菜市场等经营场所进行全面走访，通过主动宣传的方式吸引原先从事其他类食品或其他品牌半成品菜销售的店主成为公司的经销店或加盟店；另一方面，发行人自身品牌经营过程中，会吸引部分有创业意愿的潜在客户，潜在客户通过自身了解、已有客户或亲戚、朋友的介绍，主动接触发行人寻求合作。

为使潜在客户充分了解发行人加盟体系，发行人制作了专门的宣传材料，主要包含加盟条件、门店要求、加盟政策、加盟支持、资金投入一览表、资金回报率测算表等内容。其中资金投入一览表部分简要列示了客户开设加盟店所需的前期支出，包括开业支持费、保证金、电子设备等前期投入，店面装修广告、初始订货、网络铺设等后期投入，以及冰箱等其他投入。资金回报率测算表部分，发行人以敏感性分析的形式简要列示了在假设日均销售额为1,000元、2,000元、3,000元及4,000元四档日均销售额情况下日均毛利以及投资回收期情况。上述内容旨在为潜在客户提供开店成本以及在不同假设收入情况下的投资回收周期测算可能收益的详细信息，发行人并未对投资回报进行预计或对于收益作出承诺，预计实际投资回报取决于加盟店的日销售额情况，发行人的宣传推广信息中预计了投资成本，但不存在通过预计投资回报或承诺收益等方式吸引经销店、加盟店的情况，预计内容客观、合理，未违反《中华人民共和国广告法》第二十五条不得含有“对未来效果、收益或者与其相关的情况作出保证性承诺，明示或者暗示保本、无风险或者保收益等，国家另有规定的除外”内容的法律规定，且未提供承诺收益，开发方式符合相关法律法规的要求。

为维护发行人品牌形象，发行人会为加盟店提供风格统一的装修设计，但装修费用由加盟店经营者自行承担。发行人加盟店选址通常位于人流较为密集的居民区附近的菜市场内，店铺面积通常在15m²左右。加盟店的选址由实际经营者决定，但发行人会根据经验给予指导和建议。

综上所述，发行人加盟店和经销商的开发方式合法合规，不存在通过预计投资成本和投资回报或承诺投资收益率等方式吸引加盟门店和经销商的情形。

（2）产品定价

① 产品供应价格

经过多年的市场探索与经营反馈，公司已经形成了较为成熟的定价体系，产品供应价格的设定通常会考虑生产成本、目标利润率、市场行情等因素。若原材料价格或市场同类产品售价出现大幅波动，公司会酌情调整产品供应价，并提前告知客户；对于新产品，公司会参考同类型产品的售价并结合新品推广策略确定产品销售价格。

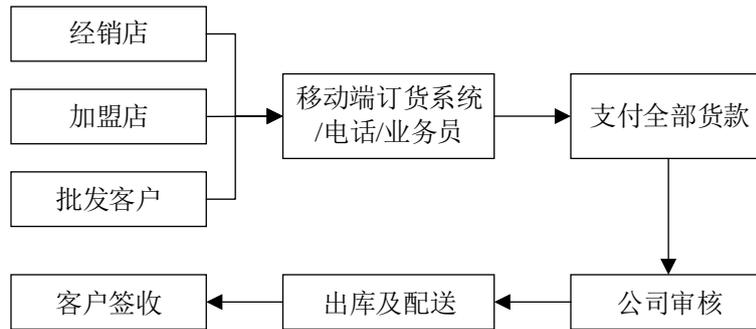
② 产品终端售价

由于公司下游客户分布较为广泛，地区之间经济水平及消费能力存在差异，公司对下游专卖客户仅提供建议零售价，除规定终端售价不得低于公司供货价外无其他硬性规定。客户在经营过程中可以灵活调整产品零售或批发价。

(3) 销售流程及结算方式

公司分别与加盟店签订特许经营协议、与经销店及批发客户签订产品经销协议。经销店和加盟店可以采用电话方式订货，批发客户通过对应区域味知香销售经理订货。除此之外，为了方便经销店、加盟店客户订货，公司开发并于2019年上线了移动端订货系统“味知香商户”，客户在公司登记注册后可以通过手机APP或微信小程序向公司订购产品。

2017年5月以前，公司款到发货和货到付款的结算模式并存，客户可自由选择结算模式，对于货到付款方式结算的客户，只有将前次货款付清之后，方可在公司进行下一次订货。2017年5月，公司转变为统一采用款到发货的结算方式，少数客户经公司审批后可以先货后款，对此公司给予一定的信用额度。客户通过移动端订货系统（手机APP或微信小程序）、电话或区域销售经理下单后，公司在ERP系统中生成订单。除少数授信客户外，其他客户均需要先向公司支付全部货款，经后台人员审核货款到账后生成出库单。仓储部门根据出库单办理产品出库，交由物流运输人员装车配送。根据客户所在区域不同，公司采用自有物流配送或者第三方物流配送的方式将货物送达指定地点交由客户签收。



4、物流模式

经过多年发展，公司建立了以冷链运输车辆为主体的专用物流配送体系。当客户完成约定的付款程序后，公司生成出库单交由仓库管理人员进行配货及出库，并由质量部门相关人员检查产品生产日期、外观完好情况，确认无误后装车发出。配送人员在运输过程中实时掌握冷藏车厢内的温度及行车路线，确保了物流环节上的质量控制，使产品能够在低温环境下储存、运输。同时，公司会定期对冷链车辆进行检查和消毒，保证食品运输过程中不受污染，保障食品安全。

除此之外，公司与第三方物流公司进行合作，对安徽、湖北、江西、福建等距离较远且集中度不高的客户进行配送。自有物流的成本及第三方物流的费用均由公司承担，同类产品公司向各地客户的供货价格保持一致。

截至本招股意向书签署日，公司自有的运输车辆共计 25 辆。公司正在履行的运输服务合同的情况如下：

序号	供应商名称	道路运输经营许可证编号	运输区域	服务车辆数（辆）	合同有效期限
1	无锡新康达冷藏物流有限公司	苏交运管许可锡字320206307699号	山东、河北、天津地区	18	2020.04.01至2021.03.31
2	福州安达圣东物流有限公司	闽交运管许可榕字350111197656号	福建省内地区	16	2020.03.01至2021.02.28
3	无锡星勇运输有限公司	苏交运管许可锡字320206308127号	江西、湖南、广东等地区	9	2020.04.01至2021.03.31
4	无锡嘉劲运输有限公司	苏交运管许可锡字320200000882号	武汉及周边地区	15	2020.04.07至2021.04.06
5	无锡市友盛物流有限公司	苏交运管许可锡字320206307909号	重庆、四川地区	13	2020.03.01至2021.02.28

6	无锡市老朱货运有限公司	苏交运管许可锡字320200000670号	湖南、江西等地区	4	2020.05.15 至 2021.05.14
7	深圳市质达零担冷链物流有限公司	粤交运管许可深字440300602797	湖北省内地区	4	2020.08.01 至 2021.07.31
8	苏州顺啸丰供应链管理公司	苏交运管许可苏字320500103981	江浙沪皖等地区	3	2020.12.18 至 2021.12.17

公司主要从以下方面保证外包车辆运输质量：

1、主要通过以下标准选择运输服务供应商：①已取得道路运输经营许可证，并且具备“冷藏保鲜”的许可经营范围；②拥有足够的车辆保证运输需求；③具有较好的业内声誉及服务质量；

2、与运输服务供应商签署的冷链货物运输服务合同约定，运输服务供应商需保证车辆状态符合道路运输安全和《食品安全法》所规定的冷链运输要求，保证车辆的冷藏制冷度在-18度；任何情况下均不得将发行人产品与有毒、有害、污染、腐蚀、有异味及任何化学品、药品等任何非食用物品同车运输；未经发行人同意，不得擅自将货物委托其他公司运输；否则，发行人有权解除合同或要求运输服务供应商承担赔偿责任；

3、通过不定期对外包运输车辆进行测温、定期回访客户等方式对运输服务供应商的服务质量进行考核，并及时淘汰、更换服务质量不符合要求的运输服务供应商。

公司与运输服务供应商就运输责任的约定如下：

“7、承运期间货物发生损毁、灭失、被盗、丢失、淋湿、残损、交货不清、短件等事故（包括包装破损、肮脏、货物解冻、货物损坏等），由乙方承担全部赔偿责任，但乙方有证据证明货物毁损、灭失是由下列原因之一造成的除外：

- （1）不可抗力
- （2）货物的自然损耗
- （3）外部包装完整无损且车辆在运输途中的冷藏制冷度保持在-18度而内部货物短损、变质（乙方须提供覆盖全部运输期间的配送车辆温度记录证明）
- （4）甲方或收货方的责任

发生上述情形之一，乙方应立即通知甲方，并采取必要的措施防止甲方损失扩

大；否则，乙方应赔偿甲方扩大的经济损失”。

报告期内，公司与运输服务供应商签署的相关合同履行正常，未出现过纠纷或诉讼情况，相关合同中运输责任条款的约定对公司不存在重大风险。

运输单位从事普通货物冷链运输需要办理《道路运输经营许可证》，无冷链运输业务特殊资质要求。报告期内，公司自有和合作运输单位均具备有效的《道路运输经营许可证》。

随着公司未来进一步拓展市场，公司当前的运输能力可能不能够满足未来发展需要。公司将继续购买运输设备，加强与第三方物流公司的合作以提升运输能力以匹配业务发展。

5、原材料来源安全性及防范输入性疫情的管控措施

发行人在防范输入性疫情的主要措施如下：

（1）采购及仓储环节

① 根据《关于加强苏州市进口冷链食品疫情防控工作的通告》（苏州市疫情防控第 21 号通告），供应商的所有进口原材料入关后均须进入苏州市疫情防控相关部门统一要求的集中监管仓，进行消毒和抽样核酸检测；

② 发行人要求供应商须以货柜为单位提供相关进口原材料的核酸检测报告、消毒证明和《苏州市进口冷链食品集中监管仓出仓证明》，经发行人验收人员审查合格后方可进入发行人厂区；验收人员对运输车辆外部及货柜内部进行全面消毒、仓储人员对原材料外包装进行二次消毒后，相关进口原材料方可验收入库，并且验收人员、仓储人员每周进行核酸检测；

③ 发行人每柜进口原材料样本均交由第三方检测机构进行新冠病毒核酸检测，检测合格后相关原材料方可出库进入生产环节。

（2）生产环节

① 生产人员进入车间须佩戴一次性口罩并进行体温监测及消毒；

② 发行人对生产车间及所有生产设备在上班前、午休时、下班后均进行消毒；

③ 对于进口原材料，发行人在产线设置专岗人员对包装进行消毒后，再进行拆封，并且拆封人员每周进行核酸检测。

（3）销售环节

① 配送人员送货时须佩戴口罩，随车配备医用酒精及时进行消毒，每天配送

完成须对车辆及外衣进行消毒；

② 发行人要求各加盟店均配备消毒酒精，每天对门店区域、售卖器具、工作服等进行消毒并记录。

综上所述，发行人已根据疫情防控要求及公司生产经营特点采取了有效的管控措施。

（四）主要产品生产销售情况

1、主要产品的产销情况

单位：吨

项目		2020年	2019年	2018年
产能		15,000.00	15,000.00	15,000.00
产量		14,877.17	12,884.14	12,224.05
产能利用率		99.18%	85.89%	81.49%
销量		15,330.44	13,176.28	11,899.79
产销率		103.05%	102.27%	97.35%
牛肉类	产量	6,055.21	5,165.48	4,880.24
	销量	6,093.62	5,244.96	4,714.62
	产销率	100.63%	101.54%	96.61%
家禽类	产量	3,516.46	2,885.21	2,783.13
	销量	3,528.46	2,992.45	2,629.32
	产销率	100.34%	103.72%	94.47%
猪肉类	产量	1,352.41	1,031.26	995.34
	销量	1,353.91	1,049.23	949.55
	产销率	100.11%	101.74%	95.40%
虾类	产量	1,078.26	1,081.73	1,149.19
	销量	1,084.36	1,082.76	1,127.30
	产销率	100.57%	100.09%	98.09%
鱼类	产量	2,315.24	2,268.70	2,057.90
	销量	2,493.07	2,259.37	2,037.39
	产销率	107.68%	99.59%	99.00%
其他类	产量	559.60	451.75	358.25
	销量	777.02	547.51	441.61
	产销率	138.85%	121.20%	123.27%

注：其他类产品中存在外购成品，因此报告期内其他类产品产量均低于销量。

（1）产能情况

公司产品主要分为肉禽类、水产类和其他类。肉禽类和水产类生产工序存在一定差异；其他类产品虽然形态较多，但主要生产流程可共用肉禽类或水产类产品的生产线，因此公司在设计产能时一般仅考虑肉禽类和水产类。

2017年初，公司拥有8,000吨产能（肉禽类5,500吨、水产类2,500吨）。随着销售渠道的拓展和销售规模的扩大，原有产能已无法满足业务发展需要。2017年9月，公司投产新增产能7,000吨（肉禽类5,000吨，水产类2,000吨）。

（2）产量和产能利用率

报告期各期，公司产量分别为12,224.05吨、12,884.14吨和14,877.17吨，产能利用率分别为81.49%、85.89%和99.18%。2017年9月，公司结合业务增长情况新增产能7,000吨，故2018年产能利用率有所降低。随着业务拓展，报告期内发行人产能利用率持续上升。

（3）销量和产销率情况

报告期内，公司销量分别为11,899.79吨、13,176.28吨和15,330.44吨，各期整体产销率均高于97%，产销情况良好。公司会根据未来预期销量灵活调整生产计划，产量与销量相适应，因此产销率较为稳定。

2、主要产品销售收入及构成情况

（1）分产品销售情况

报告期内，公司主营业务分产品销售收入如下：

单位：万元

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
肉禽类	43,640.95	71.00%	36,527.47	68.36%	30,358.77	66.03%
其中：牛肉类	30,825.48	50.15%	26,044.40	48.74%	22,120.10	48.11%
家禽类	8,392.16	13.65%	7,597.05	14.22%	5,977.21	13.00%
猪肉类	4,423.31	7.20%	2,886.02	5.40%	2,261.46	4.92%
水产类	16,024.92	26.07%	15,730.16	29.44%	14,923.97	32.46%
其中：虾类	7,005.09	11.40%	7,097.70	13.28%	7,274.84	15.82%
鱼类	9,019.84	14.67%	8,632.46	16.16%	7,649.13	16.64%

其他类	1,803.25	2.93%	1,175.27	2.20%	692.46	1.51%
合计	61,469.12	100.00%	53,432.90	100.00%	45,975.20	100.00%

报告期各期，公司主营业务收入分别为 45,975.20 万元、53,432.90 万元和 61,469.12 万元，主要产品营业收入总体呈上升趋势。从收入占比来看，公司产品收入结构较为稳定，肉禽类占比最大，水产类次之。

(2) 分渠道销售情况

报告期内，公司主营业务分渠道销售情况如下：

单位：万元

类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
零售渠道	42,480.02	69.11%	36,254.34	67.85%	31,038.89	67.51%
其中：加盟店	32,000.44	52.06%	25,978.66	48.62%	15,006.17	32.64%
经销店	10,479.58	17.05%	10,275.68	19.23%	16,032.72	34.87%
批发渠道	18,477.59	30.06%	17,074.14	31.95%	14,857.06	32.32%
直销及其他	511.51	0.83%	104.41	0.20%	79.25	0.17%
合计	61,469.12	100.00%	53,432.90	100.00%	45,975.20	100.00%

公司加盟店销售占比逐期提高，从 2018 年的 32.64% 逐步上升至 2020 年的 52.06%。主要是由于公司为树立良好的品牌形象、建立更加高效的零售渠道，报告期内着力发展加盟店渠道。

3、产品销售市场区域分布

单位：万元

区域	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东	59,504.43	96.80%	51,726.56	96.81%	44,873.20	97.60%
华中	677.91	1.10%	740.12	1.39%	539.08	1.17%
西南	450.43	0.73%	525.04	0.98%	501.79	1.09%
华南	1.78	0.00%	26.29	0.05%	19.47	0.04%
华北	820.93	1.34%	393.09	0.74%	8.70	0.02%
东北	-	-	-	-	4.62	0.01%
西北	13.64	0.02%	21.80	0.04%	28.33	0.06%
总计	61,469.12	100.00%	53,432.90	100.00%	45,975.20	100.00%

报告期内，公司销售范围主要覆盖华东地区，在江苏、上海及浙江部分地区建

立了密集的销售网络，通过经销店、加盟店覆盖县市中心区域菜市场、农贸市场，通过批发客户辐射饭店餐厅及周边乡镇。未来公司将立足于长三角地区，逐步向其他区域拓展客户。

4、报告期内前五名客户销售情况

报告期各期，发行人对前五名客户销售情况如下：

序号	客户名称	销售金额（万元）	占主营业务收入比例
2020 年度			
1	上海钱大妈农产品有限公司	1,123.78	1.83%
	无锡市钱大妈供应链有限公司	179.44	0.29%
	杭州钱大妈供应链有限公司	44.56	0.07%
	合肥钱大妈供应链管理有限公司	3.69	0.01%
2	上海傲鲜食品有限公司	1,260.92	2.05%
3	卢春国	1,071.77	1.74%
4	河北元富裕丰食品有限公司	720.95	1.17%
5	费建友	706.27	1.15%
	浙江膳和食品有限公司	4.49	0.01%
合计		5,115.86	8.32%
2019 年度			
1	卢春国	1,349.52	2.49%
2	上海傲鲜食品有限公司	964.03	1.78%
3	费建友	746.45	1.38%
	浙江膳和食品有限公司	28.61	0.05%
4	安徽生鲜传奇商业有限公司	698.91	1.29%
5	济南森沃食品有限公司	685.57	1.26%
合计		4,473.09	8.25%
2018 年度			
1	济南森沃食品有限公司	1,057.03	2.27%
2	卢春国	1,011.91	2.17%
3	费建友	490.51	1.05%
	浙江膳和食品有限公司	271.34	0.58%
4	安徽生鲜传奇商业有限公司	642.82	1.38%
	安徽乐城投资股份有限公司	-2.99	-0.01%
5	徐建军	612.55	1.31%

合计	4,083.18	8.76%
----	-----------------	--------------

注：1、上海钱大妈农产品有限公司、无锡市钱大妈供应链有限公司、杭州钱大妈供应链有限公司、合肥钱大妈供应链管理有限公司为同一控制下的关联客户，合并计算销售额。

2、费建友同时使用个体工商户和浙江膳和食品有限公司两个主体向发行人购买产品，合并计算销售额。

3、安徽乐城投资股份有限公司与安徽生鲜传奇商业有限公司属于同一控制下的关联方，合并计算销售额。2018年度，发行人对安徽乐城投资股份有限公司的销售金额为-2.99万元，系客户内部业务架构调整，将发行人前期发出的货物调整至由安徽生鲜传奇商业有限公司结算，因此发行人冲回前期对其销售收入2.99万元。

报告期各期，发行人对客户销售半成品菜产品，对各渠道前五名客户销售情况如下：

(1) 加盟店模式前五大客户销售情况

序号	客户名称	销售金额 (万元)	占营业收入 比例	占加盟店总 收入比例
2020年度				
1	东台市苏味香食品商贸有限公司	256.34	0.42%	0.80%
2	顾春卫	203.30	0.33%	0.64%
3	赖小马	199.90	0.33%	0.62%
4	房晨龙	194.40	0.32%	0.61%
5	汤云	191.85	0.31%	0.60%
合计		1,045.79	1.70%	3.27%
2019年度				
1	徐培	293.52	0.54%	1.13%
2	陈小龙	203.40	0.37%	0.78%
3	赖小马	195.00	0.36%	0.75%
4	东台市苏味香食品商贸有限公司	194.77	0.36%	0.75%
5	汤云	176.58	0.33%	0.68%
合计		1,063.27	1.96%	4.09%
2018年度				
1	徐培	262.32	0.56%	1.75%
2	陶爱华	195.34	0.42%	1.30%
3	陈小龙	191.59	0.41%	1.28%

4	赖小马	187.76	0.40%	1.25%
5	朱爱红	182.78	0.39%	1.22%
合计		1,019.79	2.19%	6.80%

(2) 经销店模式前五大客户销售情况

序号	客户名称	销售金额 (万元)	占营业收入 比例	占经销店总 收入比例
2020 年度				
1	上海钱大妈农产品有限公司	1,123.78	1.83%	10.72%
	无锡市钱大妈供应链有限公司	179.44	0.29%	1.71%
	杭州钱大妈供应链有限公司	44.56	0.07%	0.43%
	合肥钱大妈供应链管理有限公司	3.69	0.01%	0.04%
2	安徽生鲜传奇商业有限公司	473.07	0.77%	4.51%
3	杭州升迅贸易有限公司	315.97	0.51%	3.02%
4	苏州嘉宜鲜食品商贸有限公司	270.64	0.44%	2.58%
5	蔡乐顺	218.94	0.36%	2.09%
合计		2,630.08	4.28%	25.10%
2019 年度				
1	安徽生鲜传奇商业有限公司	698.91	1.29%	6.80%
2	杭州升迅贸易有限公司	308.88	0.57%	3.01%
3	蔡乐顺	216.15	0.40%	2.10%
4	刘珍萍	172.24	0.32%	1.68%
5	柏琴娣	146.85	0.27%	1.43%
合计		1,543.04	2.84%	15.02%
2018 年度				
1	安徽生鲜传奇商业有限公司	642.82	1.38%	4.01%
	安徽乐城投资股份有限公司	-2.99	-0.01%	-0.02%
2	杭州升迅贸易有限公司	350.79	0.75%	2.19%
3	季跃忠	244.01	0.52%	1.52%
4	姚旌霞	220.66	0.47%	1.38%
5	刘珍萍	178.70	0.38%	1.11%
合计		1,633.99	3.51%	10.19%

(3) 批发模式前五大客户销售情况

序号	客户名称	销售金额 (万元)	占营业收入 比例	占批发渠道 总收入比例
----	------	--------------	-------------	----------------

2020 年度				
1	上海傲鲜食品有限公司	1,260.92	2.05%	6.82%
2	卢春国	1,071.77	1.74%	5.80%
3	河北元富裕丰食品有限公司	720.95	1.17%	3.90%
4	费建友	706.27	1.15%	3.82%
	浙江膳和食品有限公司	4.49	0.01%	0.02%
5	山东泽康牧业有限公司	695.29	1.13%	3.76%
合计		4,459.69	7.26%	24.14%
2019 年度				
1	卢春国	1,349.52	2.49%	7.90%
2	上海傲鲜食品有限公司	964.03	1.78%	5.65%
3	费建友	746.45	1.38%	4.37%
	浙江膳和食品有限公司	28.61	0.05%	0.17%
4	济南森沃食品有限公司	685.57	1.26%	4.02%
5	徐建军	523.31	0.96%	3.06%
合计		4,297.49	7.92%	25.17%
2018 年度				
1	济南森沃食品有限公司	1,057.03	2.27%	7.11%
2	卢春国	1,011.91	2.17%	6.81%
3	费建友	490.51	1.05%	3.30%
	浙江膳和食品有限公司	271.34	0.58%	1.83%
4	徐建军	612.55	1.31%	4.12%
5	上海傲鲜食品有限公司	585.52	1.26%	3.94%
合计		4,028.87	8.65%	27.12%

报告期内,公司不存在对单个客户的销售比例超过销售总额的 50%或严重依赖于少数客户的情况。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员,主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在上述客户中均不拥有权益。

5、主要客户基本情况

公司向上述主要客户销售的产品均为半成品菜,上述主要客户的基本情况如下:

(1) 加盟店

① 公司客户

公司名称	东台市苏味香食品商贸有限公司
法定代表人	曹洪波
注册资本	80 万元
注册时间	2015 年 8 月 27 日
经营地址	东台市海陵南路 55 号东台新鼓楼农贸市场有限公司 0193-0194 号
经营规模	年销售额约 300 万元
股权结构	曹洪波持股 100.00%
获取方式	业务员市场拜访
结算支付条款	款到发货
合作年限	2015 年至今

② 个体工商户

序号	客户名称	出生时间	经营地址	经营规模	结算支付条款	合作年限	获取方式
1	徐培	1983 年	上海市奉贤区南中路 32 号	年销售额约 400 万元	款到发货	2011 年至今	业务员市场拜访
2	陈小龙	1964 年	江都市大会堂南路中心市场 17 号	年销售额约 250 万元	款到发货	2010 年至今	业务员市场拜访
3	赖小马	1978 年	台州市三门县海游街道平安路 62-1 号	年销售额约 250 万元	款到发货	2015 年至今	客户主动联系开展合作
4	汤云	1985 年	南京鼓楼区狮子桥步行街 1 号天狮百盛商厦 1 层	年销售额约 250 万元	款到发货	2011 年至今	客户主动联系开展合作
5	朱爱红	1975 年	泰州市海陵区金田路 28 号	年销售额约 200 万元	款到发货	2010 年至今	其他客户介绍
6	房晨龙	1988 年	上海松江区岳阳街道谷阳南路 451 弄 77 号	年销售额约 150 万元	款到发货	2015 年至今	客户主动联系开展合作
7	顾春卫	1986 年	江苏省南通启东市江龙人民中路人民桥市场 47 号	年销售额约 200 万元	款到发货	2010 年至今	客户主动联系开展合作
8	陶爱华	1970 年	泰州市高港区丽都新寓 5 栋 9 室	年销售额约 200 万元	款到发货	2015 年至今	业务员市场拜访

(2) 经销店

① 公司客户

A、安徽生鲜传奇商业有限公司

公司名称	安徽生鲜传奇商业有限公司
法定代表人	王卫
注册资本	1,276.34 万元
注册时间	2017 年 8 月 24 日
经营地址	安徽省合肥市包河区金寨路 136 号
经营规模	年销售额约 9 亿元
股权结构	王卫持股 16.21%，安徽小美投资有限公司持股 15.58%，合肥鲜前食品销售合伙企业（有限合伙）持股 12.61%，北京红杉盛德股权投资中心（有限合伙）持股 13.60%，北京红杉盛德股权投资中心（有限合伙）持股 12.61%，钱意持股 8.38%，吴国香持股 8.36%，高德康持股 7.95%，和谐成长二期（义乌）投资中心（有限合伙）持股 6.45%。
获取方式	业务员市场拜访
结算支付条款	每周结算
合作年限	2017 年至今

安徽生鲜传奇商业有限公司主要经营社区生鲜连锁超市，拥有百家左右的门店，具有较为广泛的客户群体，因此年销售额较高，其采购发行人半成品菜产品主要用于门店销售。安徽乐城投资股份有限公司于 2016 年与发行人开始合作，自 2017 年起因自身需要将合作主体逐步转换成安徽生鲜传奇商业有限公司，基于前者的合作基础，安徽生鲜传奇商业有限公司与发行人迅速建立了良好的合作关系。

B、安徽乐城投资股份有限公司

公司名称	安徽乐城投资股份有限公司
法定代表人	王卫
注册资本	4,500 万元
注册时间	2012 年 3 月 1 日
经营地址	安徽省合肥市包河区金寨路 136 号
经营规模	相关业务已转移至安徽生鲜传奇商业有限公司
股权结构	沈业林持股 38.57%，吴国香持股 13.52%，王卫持股 12.86%，钱意持股 12.86%，浙江德意控股有限公司持股 12.86%，安徽徽皖商业投资有限公司持股 9.33%。
获取方式	业务员市场拜访
结算支付条款	每周结算
合作年限	2016 年至 2018 年

C、杭州升迅贸易有限公司

公司名称	杭州升迅贸易有限公司
法定代表人	郑迅泉
注册资本	600 万元
注册时间	2005 年 12 月 08 日
经营地址	浙江省杭州市上城区钱江路 453 号
经营规模	年销售额约 3,500 万元
股权结构	郑迅泉持股 70.00%，徐敬东持股 30.00%。
获取方式	客户主动联系开展合作
结算支付条款	款到发货
合作年限	2015 年至今

D、上海钱大妈农产品有限公司

公司名称	上海钱大妈农产品有限公司
法定代表人	冯卫华
注册资本	100 万元
注册时间	2019 年 3 月 22 日
经营地址	上海市青浦区华新镇新府中路 1536 弄 6 号 926 室
经营规模	年销售额约 1 亿元
股权结构	广州市钱大妈农产品有限公司持股 100.00%。
获取方式	业务员市场拜访
结算支付条款	每 10 天结算
合作年限	2019 年至今

2020 年下半年，发行人陆续与上海钱大妈农产品有限公司同一控制下的关联公司进行合作，包括无锡市钱大妈供应链有限公司、杭州钱大妈供应链有限公司、合肥钱大妈供应链管理有限公司，上述公司均由广州市钱大妈供应链有限公司 100% 持股。发行人对上述客户的结算支付条款保持一致。

② 个体工商户

序号	客户名称	出生时间	经营地址	经营规模	结算支付条款	合作年限	获取方式
1	蔡乐顺	1987 年	常州市溧阳市钱家路与建设路交叉口	年销售额约 300-400 万元	款到发货	2013 年至今	业务员市场拜访
2	柏琴娣	1973 年	镇江市丹徒区新城镇南村	年销售额约 6,000-7,000	款到发货	2010 年至今	其他客户介绍

				0 万元			
3	季跃忠	1959 年	南通州市交通路 50 号	年销售额约 700-800 万元	款到发货	2010 年至今	业务员市场拜访
4	姚旌霞	1992 年	无锡梁溪区上马墩一村 168-5 号	年销售额约 300 万元	款到发货	2012 年至今	从公司离职后开店
5	刘珍萍	1987 年	安庆市宜秀区迎宾西路与浮山路口	年销售额约 200 万元	款到发货	2017 年至今	从公司离职后开店

(3) 批发客户

① 公司客户

A、上海傲鲜食品有限公司

公司名称	上海傲鲜食品有限公司
法定代表人	朱同玲
注册资本	100.00 万元
注册时间	2015 年 9 月 15 日
经营地址	上海市普陀区绥德路 889 弄 3 号 212-14 室
经营规模	年销售额约 2,800 万元
股权结构	朱同玲持股 55.00%，张松持股 45.00%。
获取方式	业务员市场拜访
结算支付条款	款到发货
合作年限	2016 年至今

B、浙江膳和食品有限公司

公司名称	浙江膳和食品有限公司
法定代表人	陈群英
注册资本	1,000 万元
注册时间	2016 年 4 月 11 日
经营地址	德清县新安镇百富兜村槽塘路 198 号
经营规模	年销售额约 3,000-4,000 万元
股权结构	陈群英持股 51.00%，费建友持股 49.00%。
获取方式	业务员市场拜访
结算支付条款	款到发货
合作年限	2016 年至今

C、济南森沃食品有限公司

公司名称	济南森沃食品有限公司
法定代表人	麦小宁
注册资本	100 万元
注册时间	2016 年 9 月 20 日
经营地址	山东省济南市历城区工业北路 303 号济南维尔康肉类水产批发市场 2 号厅西区 177-2 号
经营规模	年销售额约 1,000 万元
股权结构	麦小宁持股 100%。
获取方式	业务员市场拜访
结算支付条款	款到发货
合作年限	2016 年至 2019 年

D、河北元富裕丰食品有限公司

公司名称	河北元富裕丰食品有限公司
法定代表人	李红杰
注册资本	300 万元
注册时间	2017 年 10 月 9 日
经营地址	河北省沧州市黄骅市迎宾北大街 141 号
经营规模	年销售额约 3,000 万元
股权结构	李红杰持股 100%。
获取方式	业务员市场拜访
结算支付条款	款到发货
合作年限	2019 年合作至今

E、山东泽康牧业有限公司

公司名称	山东泽康牧业有限公司
法定代表人	刘阳氧
注册资本	500 万元
注册时间	2019 年 11 月 6 日
经营地址	山东省济南市历城区辛祝路 17 号 633-6
经营规模	年销售额约 3,000 万元
股权结构	李红伟持股 70%，刘阳氧持股 30%。
获取方式	业务员市场拜访
结算支付条款	款到发货
合作年限	2019 年合作至今

F、六安市怡馨园商贸有限公司

公司名称	六安市怡馨园商贸有限公司
法定代表人	郑青
注册资本	50 万元
注册时间	2014 年 1 月 9 日
经营地址	六安市解放北路清水河村安徽省西商食品有限公司物流配送 1#库房 101、201 室
经营规模	年销售额约 1.20 亿元
股权结构	郑青持股 60%，朱鹏生持股 40%。
获取方式	客户主动联系开展合作
结算支付条款	款到发货
合作年限	2015 年合作至今

② 个体工商户

序号	客户名称	出生时间	经营地址	经营规模	结算支付条款	合作年限	获取方式
1	卢春国	1971 年	无锡市通江大道通沙路 88 号天鹏食品城 C 区 49-53 号	年销售额约 5 亿元	款到发货	2011 年至今	业务员市场拜访
2	费建友	1970 年	杭州市沟庄冷冻食品批发市场 F 区 108-109 号	年销售额约 3,000-4,000 万元	款到发货	2018 年至今	业务员市场拜访
3	徐建军	1963 年	台州市椒江区东环大道 2388 号农港城 3 楼	年销售额约 1 亿元	款到发货	2011 年至今	其他客户介绍

浙江膳和食品有限公司由费建友实际经营，自 2016 年起与发行人进行合作。2018 年起，费建友因经营需要新增个体工商户杭州农副产品物流中心冷冻食品交易市场费建友食品经营部与发行人进行合作。

发行人批发客户主要为下游餐饮酒店提供冻品、生鲜食材，通常覆盖所在区域内较多数量的酒店、餐馆，因此年销售额通常较大。

6、与主要客户的主要条款

(1) 加盟店主要条款

交货时点	甲方（指发行人）收到乙方（指客户）货款后一周内将货发出，如遇特
------	---------------------------------

	殊情况，经乙方书面同意，甲方可以延迟发货。
运费承担	甲方承担运费（不在公司配送范围内的客户，与客户约定由客户承担的除外）。
验收程序	乙方应于收到货物当日进行验收。
食品安全赔偿责任	甲方供应的产品必须符合国家食品生产相关法规；乙方一切经营活动必须遵循国家相关法律，诚信经营；乙方门店不得销售非甲方提供产品，不得张贴非甲方产品宣传海报，违反此款甲方有权作出相应处罚和单方终止合同；乙方经营活动中不得以次充好、销售假冒产品，一经查实，甲方有权单方终止合同，没收保证金；乙方因未按照国家的法律和甲乙双方约定的《味知香标准手册》规范经营而产生的食品安全事故或负面社会影响，一切法律责任均由乙方承担，造成甲方的任何经济损失由乙方负责赔偿；乙方必须严格按照《味知香标准手册》的规定进行食品安全管控，在销售时应时刻注意产品质量问题，发现食品出现变质现象的应当立即告知公司并进行销毁不得再进行销售，因乙方未按照国家规定的食品标准销售不合格食品，造成相关人员食物中毒等安全事故，由乙方承担全部的法律赔偿责任，因此给甲方造成的损失由乙方赔偿。
退货政策	允许退货的产品规定如下：小包装酱包损坏，要求进行酱包更换的；净含量不足的；发串货、错货的；送货当天验收不合格的。 不予退货产品规定如下：没有生产日期（生产日期人为涂抹无法辨别确认的）；人为将生产日期剪掉无法确认的；零头及拆包产品；拆包后产品；产品有解冻变软现象。 以上规定的允许退货产品，必须提前反馈给甲方业务经理，由甲方开具《退货受理单》办理退货事宜。

（2）经销店主要条款

交货时点	甲方（指发行人）收到乙方（指客户）货款后一周内将货发出，如遇特殊情况，经乙方书面同意，甲方可以延迟发货。
运费承担	甲方承担运费（不在公司配送范围内的客户，与客户约定由客户承担的除外）。
验收程序	乙方应于收到货物当日指定专人进行验收。
食品安全赔偿责任	乙方因未按照国家的法律法规和甲乙双方约定的条款规范经营而产生的食品安全事故或造成负面社会影响的，一切法律责任均由乙方承担，因此给甲方造成的任何经济损失均由乙方负责赔偿。 如因甲方产品问题使乙方收到顾客投诉、政府主管部门处罚、新闻媒体网络曝光等情形，若是因产品质量本身的问题造成的，相关费用由甲方承担；若是因乙方的原因（保管不善、虚假宣传、称重不实、售卖过期产品等）造成的，除相关费用由乙方承担外，如给甲方品牌形象造成影响的，甲方有权单方解除合同，并要求乙方赔偿由此给甲方造成的一切损失（包括但不限于直接和间接的经济损失、诉讼费、赔偿金、合理支出费用及律师费等）。
退货政策	乙方在验收中如发现货物的品种、规格、质量和数量不符合合同的约定，应在妥善保管货物的同时，自验收产品后的24小时内向甲方提出异议或传真。乙方未及时提出异议或者自验收产品之日起满24小时未通知甲方

	<p>的，视为产品符合本合同的约定。</p> <p>自验收合格后，乙方若因使用、保管不善等人为原因造成产品损坏（如破包、受潮、淋雨、串味等）使质量下降的，甲方可予拒绝退换货。</p> <p>除甲方产品质量原因（含有杂质、包装漏气、变质等）外，乙方不得借以任何理由拒收甲方产品，甲方亦不接受乙方的退货或换货要求。</p>
--	---

（3）批发客户主要条款

交货时点	甲方（指发行人）收到乙方（指客户）货款后一周内将货发出，如遇特殊情况，经乙方书面同意，甲方可以延迟发货。
运费承担	甲方承担运费（不在公司配送范围内的客户，与客户约定由客户承担的除外）。
验收程序	乙方应于收到货物当日指定专人进行验收。
食品安全赔偿责任	<p>乙方因未按照国家的法律法规和甲乙双方约定的条款规范经营而产生的食品安全事故或造成负面社会影响的，一切法律责任均由乙方承担，因此给甲方造成的任何经济损失均由乙方负责赔偿。</p> <p>如因甲方产品问题使乙方收到顾客投诉、政府主管部门处罚、新闻媒体网络曝光等情形，若是因产品质量本身的问题造成的，相关费用由甲方承担；若是因乙方的原因（保管不善、虚假宣传、称重不实、售卖过期产品等）造成的，除相关费用由乙方承担外，如给甲方品牌形象造成影响的，甲方有权单方解除合约，并要求乙方赔偿由此给甲方造成的一切损失（包括但不限于直接和间接的经济损失、诉讼费、赔偿金、合理支出费用及律师费等）。</p>
退货政策	<p>乙方在验收中如发现货物的品种、规格、质量和数量不符合合同的约定，应在妥善保管货物的同时，自验收产品后的 24 小时内向甲方提出异议或传真。乙方未及时提出异议或者自验收产品之日起满 24 小时未通知甲方的，视为产品符合本合同的约定。</p> <p>自验收合格后，乙方若因使用、保管不善等人为原因造成产品损坏（如破包、受潮、淋雨、串味等）使质量下降的，甲方可予拒绝退换货。</p> <p>除甲方产品质量原因（含有杂质、包装漏气、变质等）外，乙方不得借以任何理由拒收甲方产品，甲方亦不接受乙方的退货或换货要求。</p>

（五）主要原材料和能源供应情况

1、主要原材料采购、能源供应情况

公司主要原材料包括牛肉、猪肉、鸡肉等肉禽及鱼、虾等水产。公司建了合格供应商名录，与主要原材料供应商建立了稳定的合作关系，在原材料选择、质量控制形成了完整的规范体系，能够保证原材料的供应和质量的稳定。

报告期内，公司原材料采购情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占采购总	金额	占采购总	金额	占采购总

		额比重		额比重		额比重
牛肉	18,627.09	45.68%	18,929.51	46.98%	14,559.45	42.65%
家禽	4,265.61	10.46%	4,467.89	11.09%	3,331.00	9.76%
猪肉	2,247.55	5.51%	1,500.32	3.72%	941.62	2.76%
虾	5,602.71	13.74%	5,467.85	13.57%	6,613.33	19.38%
鱼	5,048.58	12.38%	5,914.45	14.68%	5,365.35	15.72%
调料及辅料	3,364.99	8.25%	2,652.52	6.58%	2,022.32	5.92%
包材及其他	1,617.23	3.97%	1,358.64	3.37%	1,300.15	3.81%
合计	40,773.78	100.00%	40,291.19	100.00%	34,133.21	100.00%

公司在生产所需能源为电力、水等，其中电力由国网江苏省电力有限公司苏州供电分公司提供，水由苏州吴中供水有限公司提供。公司所处苏州市基础设施建设完善，供电、供水能够得到保证。

报告期内，公司主要消耗的能源情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电费	279.59	285.45	271.33
水费	26.81	25.05	25.33
合计	306.40	310.51	296.66

2、主要原材料的价格变动情况

公司主要原材料分为肉禽类和水产类，涉及农牧、水产养殖及捕捞业，其价格变动与国内宏观经济、自然环境及市场环境密切相关。同时，公司采购的牛肉产品多为进口，国外市场环境及汇率变动也会影响公司采购价格。

报告期内，公司主要原材料按品种的平均采购价格如下：

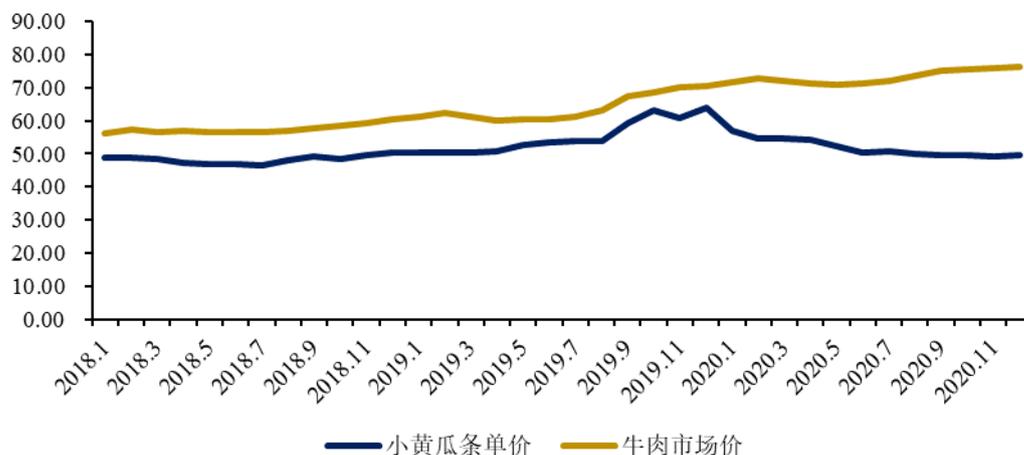
单位：元/千克

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
肉禽类	牛肉	50.04	56.18	48.63
	家禽	16.25	21.59	15.88
	猪肉	35.70	31.82	21.00
水产类	虾类	53.76	53.57	54.65
	鱼类	27.69	29.37	28.19

针对牛肉类原材料，公司主要采购小黄瓜条、米龙、肩胛肉等部位的牛肉和牛

仔骨，各期采购价格与市场价格变动趋势相符。由于发行人采购的牛肉类细分品种较多，发行人采购量最大的小黄瓜条的采购价格与农业部发布的牛肉批发价格走势如下：

单位：元/千克

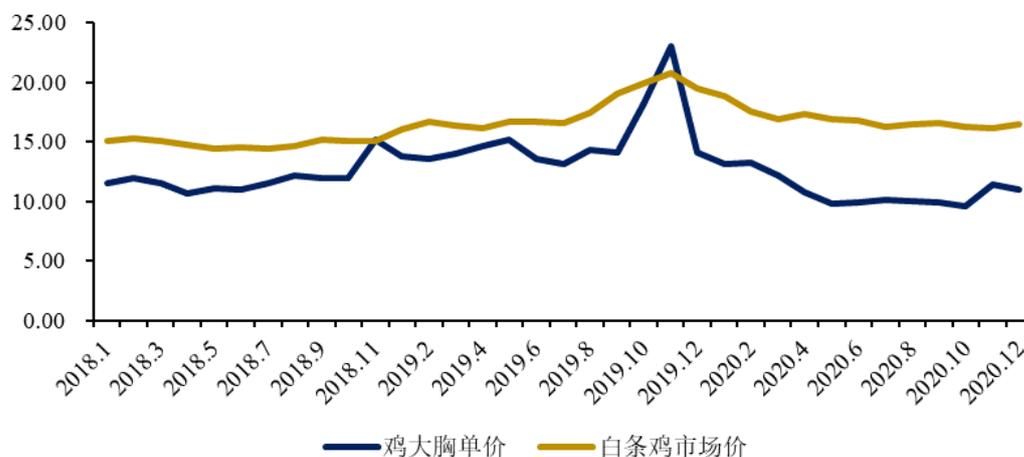


数据来源：农业部。

2018年及2019年，发行人采购的小黄瓜条单价与市场价格变动趋势基本一致；2020年，市场批发价格保持稳定而发行人采购价格小幅下降，主要是部分牛肉类贸易商受疫情影响存在库存周转压力，发行人通过不同供应商比价及谈判能够获得更低的采购价格。

针对家禽类原材料，发行人主要采购鸡大胸、鸡中翅、鸡膝软骨、鸭大胸等，各期采购价格与市场价格变动趋势相符。发行人采购的家禽类细分品种较多，其中占比最大的鸡大胸采购价格与农业部发布的白条鸡批发均价的变动情况如下：

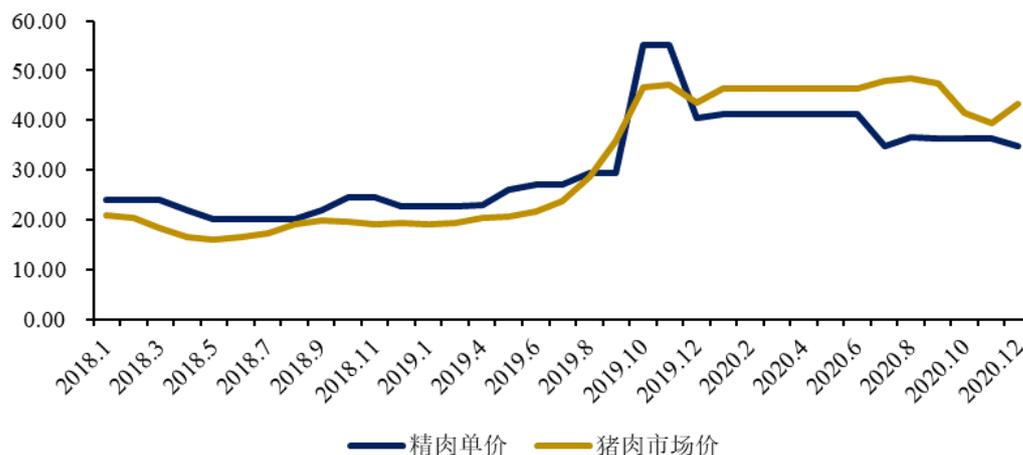
单位：元/千克



数据来源：农业部。

针对猪肉类原材料，发行人主要采购精肉、大排肌肉（3号肉）等，各期采购价格与市场价格变动趋势相符。其中，发行人采购的猪肉类原材料中占比最大的精肉与农业部发布的猪肉批发均价的变动情况如下：

单位：元/千克



数据来源：农业部。

注：发行人2020年2-6月未采购精肉，上图中该区间价格为2020年1月价格。

发行人采购的水产品种较多，主要包括特定规格的青虾仁、罗氏虾仁及鱿鱼、巴沙鱼柳等。由于上述水产品尚未形成统一的市场参考价格，且不同地区产品报价存在差异，发行人通过周边地区批发市场的水产报价跟踪相关产品价格走势。报告期内，虾类采购价格较为稳定，鱼类产品中鱿鱼价格出现较大幅度的上涨，相关产品采购价格变动情况与市场同类产品变动趋势相符。

综上，报告期内，公司各类原材料采购价格受市场影响存在波动，其变动趋势符合行业走势情况。

3、报告期内前五名供应商采购情况

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占当期采购总额比例
2020 年度			
1	上海碧迎食品有限公司	5,097.52	12.50%
2	诏安东福水产有限公司	2,690.70	6.60%
3	汕头市锦泰水产实业有限公司	2,052.12	5.03%
4	上海侨邦国际贸易有限公司	1,630.37	4.00%
5	上海睿创国际贸易有限公司	1,510.33	3.70%

合计		12,981.04	31.84%
2019 年度			
1	诏安东福水产有限公司	3,022.96	7.50%
2	北京二商穆香源清真肉类食品有限公司	2,107.36	5.23%
3	蜀海（上海）供应链管理有限公司	2,057.27	5.11%
4	滨州高盛食品有限公司	1,722.52	4.28%
5	重庆和一进出口贸易有限公司	1,641.66	4.07%
合计		10,551.77	26.19%
2018 年度			
1	诏安东福水产有限公司	5,319.07	15.58%
2	重庆和一进出口贸易有限公司	1,884.12	5.52%
3	舟山晶和食品有限公司	1,853.87	5.43%
4	厦门玖新实业有限公司	1,800.37	5.27%
5	熙和（天津）国际贸易有限公司	1,600.82	4.69%
合计		12,458.25	36.50%

(1) 主要供应商的基本情况、合作历史、采购方式、采购内容、定价方式、结算方式

上述主要供应商基本情况、合作历史、采购内容、定价与结算方式等情况如下：

北京二商穆香源清真肉类食品有限公司，成立于1992年，是集牛羊屠宰、冷却肉分割、批发零售、国际贸易为一体的大型国有清真食品加工企业，2019年开始与发行人合作。发行人主要采购特定部位的牛肉、牛板腱等，根据具体采购需求与其签订订单合同。双方结合市场行情约定采购价格，结算方式为款到发货。

滨州高盛食品有限公司，成立于2013年，是新盛集团2016年兴建的大型肉鸡生产企业，2017年开始与发行人合作。发行人主要采购鸡大胸、鸡脆骨、鸡翅根等，根据具体采购需求与其签订订单合同。双方结合市场行情约定采购价格，结算方式为款到发货。

厦门玖新实业有限公司，成立于2016年，主要从事肉制品及副产品进出口及批发、零售，2017年开始与发行人合作。发行人主要采购特定部位的牛肉和牛仔骨等，根据具体采购需求与其签订订单合同。双方结合市场行情约定采购价格，结算方式为货物签收且供应商开具发票后的周四支付货款

蜀海（上海）供应链管理有限公司，成立于2015年，是蜀海下属供应链企业之

一，集销售、研发、采购、生产、品保、仓储、运输、信息、金融为一体的餐饮供应链服务企业，2019年开始与发行人合作。发行人主要采购特定部位的牛肉、巴沙鱼等肉类、水产类原材料，根据具体采购需求与其签订订单合同。双方结合市场行情约定采购价格，结算方式为货物签收且供应商开具发票后的周四支付货款。

熙和（天津）国际贸易有限公司，成立于2015年，主要经营货物进出口业务，2017年开始与发行人合作。发行人主要采购特定部位的牛肉等，根据具体采购需求与其签订订单合同。双方结合市场行情约定采购价格，结算方式为款到发货。

诏安东福水产有限公司，成立于2011年，主要从事南美白虾、青虾等虾类产品的生产、加工、销售，2013年开始与发行人合作。发行人主要采购青虾、凤尾虾等水产品，与其签订总定量合同并根据需求分次电话订货。双方协商后在合同中约定产品单价，根据订货量每半个月进行结算。

重庆和一进出口贸易有限公司，成立于2014年，主要从事动物牲畜肉类、禽肉类及副产品的进口与销售，2018年开始与发行人合作。发行人主要采购特定部位的牛肉等，根据具体采购需求与其签订订单合同。双方结合市场行情约定采购价格，结算方式为货物签收且供应商开具发票后的周四支付货款。

舟山晶和食品有限公司，成立于2006年，主要从事海洋精深食品加工，是集原料收购、冷冻储藏于一体的水产食品加工企业，2012年开始与发行人合作。发行人主要采购鱿鱼类原材料，与其签订年度合同并根据需求分次电话订货。双方协商确定年度采购价格，根据订货量按月结算。

上海碧迎食品有限公司，成立于2014年，主要从事牛肉进口销售，2017年开始与发行人合作。发行人主要采购特定部位的牛肉等，根据具体采购需求与其签订订单合同。双方结合市场行情约定采购价格，结算方式为款到发货。

汕头市锦泰水产实业有限公司，成立于1997年，主要从事水产品进出口加工和销售，2019年开始与发行人合作。发行人主要采购不同规格的青虾类产品，根据具体采购需求与其签订订单合同。双方结合实际供求约定采购价格，结算方式为票到付款。

上海侨邦国际贸易有限公司，成立于2017年，主要从事牛肉进口销售，2018年开始与发行人合作。发行人主要采购特定部位的牛肉等，根据具体采购需求与其签订订单合同。双方结合市场行情约定采购价格，结算方式为款到发货。

上海睿创国际贸易有限公司，成立于 2007 年，主要从事牛肉进口销售，2016 年开始与发行人合作。发行人主要采购特定部位的牛肉等，根据具体采购需求与其签订订单合同。双方结合市场行情约定采购价格，结算方式为款到发货。

报告期内，公司不存在对单个供应商的采购比例超过采购总额的 50% 或严重依赖于少数供应商的情况。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有公司 5% 以上股份的股东在上述供应商中均不拥有权益。

(2) 分类型主要供应商

报告期内，各类原材料主要供应商情况如下：

① 牛肉类

单位：万元、吨、元/千克

序号	供应商名称	采购金额	占牛肉类采购比例	采购量	平均单价	主要采购内容
2020 年						
1	上海碧迎食品有限公司	4,913.90	26.38%	969.54	50.68	小黄瓜条
2	上海侨邦国际贸易有限公司	1,630.37	8.75%	303.20	53.77	小黄瓜条
3	上海睿创国际贸易有限公司	1,510.33	8.11%	305.70	49.41	小黄瓜条、牛仔骨
4	上海胜鸿国际贸易有限公司	1,421.48	7.63%	304.13	46.74	小黄瓜条、去盖米龙
5	上海伊禾食品国际贸易有限公司	1,394.79	7.49%	255.39	54.61	小黄瓜条
合计		10,870.87	58.36%	2,137.96	50.85	-
2019 年						
1	北京二商穆香源清真肉类食品有限公司	2,107.36	11.13%	392.25	53.72	小黄瓜条、去盖米龙
2	重庆和一进出口贸易有限公司	1,641.66	8.67%	339.57	48.35	去盖米龙、小黄瓜条
3	卜蜂进出口贸易（上海）有限公司	1,570.90	8.30%	313.02	49.99	小黄瓜条
4	蜀海（上海）供应链管理有 限公司	1,501.79	7.93%	254.04	59.12	小黄瓜条
5	上海伊禾食品国际贸易有 限公司	1,459.45	7.71%	253.05	57.67	小黄瓜条
合计		8,281.15	43.75%	1,551.93	53.32	-
2018 年						
1	重庆和一进出口贸易有限	1,884.12	12.94%	402.82	46.77	小黄瓜条、去

	公司					盖米龙
2	厦门玖新实业有限公司	1,800.37	12.37%	363.24	49.56	小黄瓜条、牛仔骨
3	熙和(天津)国际贸易有限公司	1,600.82	11.00%	333.07	48.06	小黄瓜条
4	江苏海企长城股份有限公司	1,350.52	9.28%	242.68	55.65	牛仔骨
5	卜蜂进出口贸易(上海)有限公司	1,141.97	7.84%	233.30	48.95	小黄瓜条、精霖肉
合计		7,777.81	53.42%	1,575.11	49.38	-

注：部分供应商提供多种原材料，此处为牛肉类原材料采购金额。

报告期内，发行人牛肉类原材料前五名供应商变动较大，主要原因是发行人采购的牛肉主要自国外进口，其供应商多为贸易商，行业竞争充分。供应商根据自身库存情况、周转策略、回款需求等因素，在产品报价和供货能力上存在差异。发行人采购时会综合考虑不同供应商对同类产品的报价及供货能力择优选择采购对象，因此在某一时期会侧重向特定供应商进行采购，从而导致报告期各期主要供应商变动较大。

2018年，发行人向主要牛肉类供应商采购同种产品的价格基本一致；2019年及2020年，牛肉市价价格波动较大，而特定时点报价较低、供货充足的供应商不同，发行人在不同市场价格水平选择的供应商并不一致，进而导致同一年度/同一期间向不同供应商采购的同种产品价格存在差异。根据农业部发布的全国农产品批发市场牛肉价格，2019年牛肉市场价格呈上升趋势，以2019年主要供应小黄瓜条的供应商为例，发行人向卜蜂进出口贸易(上海)有限公司(1月、4月、6月)的采购时间集中于上半年，而向蜀海(上海)供应链管理有限公司(8月-12月)和上海伊禾食品国际贸易有限公司(7月-8月，10月-12月)的采购时间集中于下半年，因此发行人在同一年度向不同供应商采购的同类原材料价格存在差异。

② 家禽类

单位：万元、吨、元/千克

序号	供应商名称	采购金额	占家禽类采购比例	采购量	平均单价	主要采购内容
2020年						
1	滨州高盛食品有限公司	1,219.15	28.58%	1,109.52	10.99	鸡大胸
2	济宁鸿润食品股份有限公司	638.77	14.97%	463.23	13.79	鸭大胸、鸡大

	司					胸、鸡中翅
3	杭州沽买特贸易有限公司	460.51	10.80%	122.57	37.57	鸡中翅
4	济宁鸿润食品股份有限公司金庄分公司	404.09	9.47%	281.87	14.34	鸡大胸、鸡中翅
5	蚌埠大成食品有限公司	261.96	6.14%	77.79	33.68	鸡膝软骨
合计		2,984.48	69.97%	2,054.98	14.52	-
2019年						
1	滨州高盛食品有限公司	1,722.52	38.55%	1,071.51	16.08	鸡大胸
2	杭州沽买特贸易有限公司	591.46	13.24%	155.00	38.16	鸡中翅
3	蚌埠大成食品有限公司	455.25	10.19%	130.92	34.77	鸡膝软骨
4	昆山海尔辛格贸易有限公司	430.34	9.63%	99.83	43.11	鸡中翅
5	利辛强英食品有限公司	380.08	8.51%	249.17	15.25	鸭大胸
合计		3,579.66	80.12%	1,706.43	20.98	-
2018年						
1	滨州高盛食品有限公司	1,210.05	36.33%	953.89	12.69	鸡大胸
2	上海睿创国际贸易有限公司	391.98	11.77%	132.56	29.57	鸡中翅
3	百佑佳食品贸易(上海)有限公司	335.37	10.07%	105.34	31.84	鸡中翅
4	枣庄华宝牧业开发有限公司	303.95	9.12%	268.72	11.31	鸡大胸
5	蚌埠大成食品有限公司	249.31	7.48%	76.12	32.75	鸡膝软骨
合计		2,490.66	74.77%	1,536.63	16.21	-

注：部分供应商提供多种原材料，此处为家禽类原材料采购金额。

③ 猪肉类

单位：万元、吨、元/千克

序号	供应商名称	采购金额	占猪肉类采购比例	采购量	平均单价	主要采购内容
2020年						
1	山东龙大肉食品股份有限公司	1,204.22	53.58%	316.00	38.11	精肉
2	苏州工业园区高昌国际贸易有限公司	215.30	9.58%	64.95	33.15	3号肉、朱背排、2号肉
3	上海碧迎食品有限公司	183.62	8.17%	57.62	31.87	3号肉
4	昆山海尔辛格贸易有限公司	174.04	7.74%	51.17	34.01	肋排、3号肉

5	布瑞克（苏州）农业互联网股份有限公司	137.27	6.11%	36.03	38.10	3号肉
合计		1,914.46	85.18%	525.76	36.41	-
2019年						
1	山东龙大肉食品股份有限公司	845.28	56.34%	265.00	31.90	精肉
2	临沂新程金锣肉制品集团有限公司	253.99	16.93%	82.64	30.74	3号肉、大排
3	无锡市东昕源旺食品有限公司	246.98	16.46%	98.98	24.95	3号肉
4	蚌埠大成食品有限公司	77.92	5.19%	30.00	25.97	肋排、猪肚
5	昆山海尔辛格贸易有限公司	66.21	4.41%	18.12	36.53	肋排
合计		1,490.38	99.34%	494.73	30.12	-
2018年						
1	山东龙大肉食品股份有限公司	505.65	53.70%	228.18	22.16	精肉
2	无锡市东昕源旺食品有限公司	230.45	24.47%	130.98	17.60	3号肉
3	百佑佳食品贸易（上海）有限公司	53.32	5.66%	21.25	25.09	肋排
4	漯河美可食品有限公司	35.77	3.80%	15.65	22.85	肚尖丝
5	遂宁市高金食品有限公司	34.14	3.63%	16.00	21.34	3号肉
合计		859.34	91.26%	412.05	20.85	-

注：部分供应商提供多种原材料，此处为猪肉类原材料采购金额。

④ 水产虾类

单位：万元、吨、元/千克

序号	供应商名称	采购金额	占虾类采购比例	采购量	平均单价	主要采购内容
2020年						
1	诏安东福水产有限公司	2,690.70	48.02%	525.58	51.19	青虾
2	汕头市锦泰水产实业有限公司	2,052.12	36.63%	408.21	50.27	青虾
3	高邮市应天水产有限公司	364.87	6.51%	41.13	88.71	罗氏虾
4	淮安市闰成发水产品有限公司	259.23	4.63%	38.92	66.61	河虾
5	扬州兴湖食品有限公司	192.30	3.43%	21.29	90.35	罗氏虾
合计		5,559.23	99.22%	1,035.13	53.71	-

2019年						
1	诏安东福水产有限公司	3,022.96	55.29%	606.32	49.86	青虾
2	福建海棠食品有限公司	616.51	11.28%	126.41	48.77	青虾
3	汕头市锦泰水产实业有限公司	562.87	10.29%	114.01	49.37	青虾
4	扬州兴湖食品有限公司	491.87	9.00%	58.95	83.44	罗氏虾
5	高邮市应天水产有限公司	434.07	7.94%	54.00	80.38	罗氏虾
合计		5,128.28	93.79%	959.69	53.44	-
2018年						
1	诏安东福水产有限公司	5,319.07	80.43%	1,024.82	51.90	青虾
2	高邮市应天水产有限公司	712.26	10.77%	82.47	86.37	罗氏虾
3	福建海棠食品有限公司	294.49	4.45%	60.40	48.76	青虾
4	扬州海潮水产有限公司	169.38	2.56%	20.93	80.95	罗氏虾
5	淮安市闫成发水产品有限公司	59.62	0.90%	10.98	54.30	河虾
合计		6,554.82	99.12%	1,199.59	54.64	-

⑤ 水产鱼类

单位：万元、吨、元/千克

序号	供应商名称	采购金额	占鱼类采购比例	采购量	平均单价	主要采购内容
2020年						
1	荣成浦臣水产有限公司	891.44	17.66%	242.82	36.71	鱿鱼头
2	欧肽贡(广州)贸易有限公司	842.45	16.69%	397.87	21.17	巴沙鱼柳
3	丹东元一海产精制品有限公司	587.17	11.63%	164.35	35.73	鱿鱼头
4	荣成石岛广信食品有限公司	541.36	10.72%	183.86	29.44	鱿鱼头
5	舟山品食客食品有限公司	449.01	8.89%	175.92	25.52	鱿鱼片
合计		3,311.43	65.59%	1,164.81	28.43	-
2019年						
1	舟山晶和食品有限公司	916.73	15.50%	272.47	33.64	鱿鱼头
2	荣成浦臣水产有限公司	720.56	12.18%	188.10	38.31	鱿鱼头
3	舟山品食客食品有限公司	625.33	10.57%	229.28	27.27	鱿鱼片
4	丹东泰华食品有限公司	605.57	10.24%	268.22	22.58	蛤肉
5	蜀海(上海)供应链管理有	513.00	8.67%	201.48	25.46	巴沙鱼柳

	限公司					
合计		3,381.19	57.17%	1,159.55	29.16	
2018年						
1	舟山晶和食品有限公司	1,853.87	34.55%	577.77	32.09	鱿鱼头
2	舟山品食客食品有限公司	934.18	17.41%	358.71	26.04	鱿鱼片、鱿鱼丁
3	上海裕品鲜供应链管理有 限公司	677.01	12.62%	249.43	27.14	巴沙鱼柳
4	丹东泰华食品有限公司	578.99	10.79%	254.35	22.76	蛤肉
5	延边盛威商贸有限公司	504.50	9.40%	162.00	31.14	鱿鱼头
合计		4,548.56	84.78%	1,602.26	28.39	-

由于发行人销售的牛肉类产品占比最高，牛肉原材料采购量较大，故发行人主要供应商中的贸易商基本为牛肉供应商。牛肉作为国际大宗贸易商品之一，其供应链分工程度较高，涵盖养殖、屠宰、贸易等环节。国外大型牛肉生产商一般通过贸易商进行销售，不会直接面向用户销售。发行人通过贸易商采购进口牛肉是行业通行做法。虽然各期贸易商存在变动，但牛肉最终生产商相对固定，牛肉原材料标准统一、品质稳定，产品具有同质性。

报告期各期，发行人前五大供应商采购金额存在变动，主要受以下因素共同影响：

① 发行人牛肉类供应商多为贸易商。虽然各期贸易商存在变动，但牛肉最终生产商相对固定，牛肉原材料标准统一、品质稳定，产品具有同质性。牛肉作为国际大宗贸易商品之一，其供应链分工程度较高，涵盖养殖、屠宰、贸易等环节。国外大型牛肉生产商一般通过贸易商进行销售，不会直接面向用户销售。发行人通过贸易商采购进口牛肉是行业通行做法。由于发行人销售的牛肉类产品占比最高，牛肉原材料采购量较大，因此发行人主要供应商中贸易商较多。

② 肉禽类、水产类原材料市场供应充足、行业竞争充分。发行人有较为充足的供货渠道，更换供应商的难度及成本较低，可以根据自身采购需求在供应商之间切换。

③ 贸易商因为库存情况、对产品未来价格走势判断不同，在同一时期对同一产品的定价策略会有所不同。发行人采购时会综合考虑不同供应商的供货能力和报价择优选择采购对象。牛肉购进成本较低的贸易商有更大的降价空间以促进库存周转，因此发行人在某一时期会侧重向报价较低的供应商进行采购，从而导致报告期

各期主要供应商变动较大。

④ 发行人采购原材料具备大宗采购的特点，对于牛肉、家禽、水产等主要原材料单次采购规模大、采购金额高。对于特定品种的原材料，发行人会在一段时间内集中向少数几家供应商进行采购。因此，发行人一旦更换供应商，双方交易金额会大幅波动，从而导致前五大供应商发生变动。

（六）环保和安全生产情况

1、环境保护情况

公司自成立以来，严格执行国家有关环境保护的法律法规，制定了内部环境和健康监控控制程序，并通过了 ISO14001 环境管理体系认证。公司生产过程中产生的污染主要包括废气、清洗废水、固体废弃物及噪音。

（1）废气

公司研发部门及员工食堂的厨房灶头会产生油烟废气，经油烟净化设施处理后排放。油烟废气经处理后达到《饮食业油烟排放标准》（GB18483-2001）中规定的排放标准。

（2）废水

公司生产过程中所产生的废水主要来源于原料解冻、原料清洗、地面冲洗及器具消毒。上述生产废水及员工生活污水经厂区内废水预处理装置处理，达到《肉类加工工业水污染物排放标准》（GB13457-92）及城镇污水处理厂接管标准后，通过市政污水管网排放至苏州市吴中区城南污水厂进行进一步处理。上述污水经城南污水厂处理后达到《太湖地区城镇污水处理厂及重点工业行业主要水污染物排放限值》（DB32/1072—2018）中表 1 规定的水污染物排放限值。

（3）固体废弃物

公司的固体废弃物主要为生产过程中产生的原料废料、包装废料及生活垃圾等。公司对上述固体废弃物进行分类处理：对纸箱、塑料桶等可回收利用的废料，公司打包后出售给废品回收站；不可利用的原料废料和生活垃圾则由专业处置单位或环卫公司清运处理。公司产生的固体废弃物均有妥善的处理途径，不会给周围环境造成污染。

（4）噪音

公司的生产噪音主要来自于切片、搅拌、绞肉及滚揉机器等加工机械和车间外

制冷机，此类噪音经墙壁隔音后厂界噪音能够达到《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008），不会对外界声环境产生影响。

根据苏州市吴中区环境保护局于 2019 年 8 月、2020 年 2 月、2020 年 7 月出具的《情况说明》，发行人报告期内无环保行政处罚记录。

2、安全生产情况

公司在生产经营过程中重视安全生产工作，严格贯彻落实《食品安全法》、《安全生产法》、《江苏省安全生产管理条例》等有关安全生产的法律法规，制定了《安全管理制度》等内部规章制度。公司定期开展安全生产宣传及员工安全培训，保障员工劳动安全及生产质量。

公司对主要机器、办公设备、仓储物及建筑物均投保了财产保险，对公司产品投保了食品安全责任保险。

报告期内，公司未发生过重大安全生产事故。根据苏州市吴中区应急管理局出具的证明，公司报告期内无生产安全事故记录。

五、发行人主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产情况

公司的主要固定资产为机器设备、运输设备、办公设备等。截至 2020 年 12 月 31 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	净值	成新率
机器设备	1,412.70	666.32	746.38	52.83%
运输设备	587.39	201.59	385.80	65.68%
电子设备及其他	308.17	148.65	159.52	51.76%
合计	2,308.27	1,016.56	1,291.70	55.96%

1、主要生产设备情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司主要生产设备如下：

单位：万元

设备名称	数量	账面原值	净值	成新率
污水处理设备	1	185.78	156.37	84.17%
速冻隧道	2	364.78	120.06	32.91%

冷库制冷设备	2	178.05	115.11	64.65%
冷库	3	306.28	99.83	32.59%
滚揉机	10	78.98	64.49	81.65%
砍排机	3	44.44	25.98	58.45%
蛋饺机	1	34.19	24.17	70.71%
燃气热水锅炉	1	23.89	22.75	95.25%
全自动连续拉伸真空包装机	1	30.77	21.27	69.12%

2、房屋所有权情况

截至本招股意向书签署日，公司无自有房产。

3、房屋租赁情况

截至本招股意向书签署日，公司承租的房产情况如下：

序号	出租方	承租方	物业位置	租赁面积 (m ²)	租金	用途	租赁期限	产权证明
1	苏州鑫惠光学制品有限公司	味知香	苏州市吴中经济开发区旺山工业园兴东路7号	8,700	第一年至第三年为167.04万元/年，第四年至第六年为192.09万元/年，第七年至第十年为220.91万元/年	生产、办公	2017.01.21-2027.01.20	-
2	苏州市顺浩电动车制造有限公司	味知香	苏州市吴中大道1333号	1,465	33.40万元/年	仓库	2016.07.20-2021.08.19	苏房权证吴中字第00081931号

注：发行人自2009年1月起即租赁苏州鑫惠光学制品有限公司位于苏州市吴中经济开发区旺山工业园兴东路7号的房产作为生产办公地，目前正在执行的租赁合同期限为2017年1月21日至2027年1月20日。

如果发行人需要更换租赁厂房，对生产经营和业绩的影响测算如下：

单位：万元

项目	金额	测算过程及依据
不可重复利用设备的账面价值 (A)	535.94	发行人固定资产主要为机器设备、运输设备、办公设备等。其中，污水处理设备、速冻隧道、冷库由于无法搬迁到新厂房，此处按照账面价值作为设备损失。
新厂房设备安装费用及装修费用 (B)	500.00	根据发行人厂房及办公面积预估装修费用

直接损失合计	1,035.94	
年销售额 (C)	54,242.45	2019 年全年营业收入
营业收入减少额 (D)	13,560.61	$D=C \times 3/12$, 因更换租赁厂房停工预计 3 个月
综合毛利率 (E)	24.97%	2019 年发行人综合毛利率
毛利减少额 (F)	3,386.67	$F=D \times E$
平均所得税率 (G)	4.09%	$G=2019$ 年所得税费用/利润总额, 发行人部分产品享受农产品初加工所得税免税优惠, 实际所得税负比率低于 25%
净利润减少额 (I)	3,248.19	$H=F \times (1-G)$

根据上表, 发行人更换租赁房产对生产经营的影响主要体现在需要额外购置的设备、额外付出的装修费的直接损失以及因更换厂房导致暂停经营导致收入、利润减少。其中, 发行人预计设备损失 535.94 万元、装修费用 500.00 万元, 合计直接损失 1,035.94 万元; 因停工 3 个月导致发行人营业收入减少 13,560.61 万元, 净利润减少 3,248.19 万元。

上表中公司租赁的苏州鑫惠光学制品有限公司的厂房因报建手续存在瑕疵未取得房产证。根据苏州市吴中区人民政府横泾街道办事处、苏州市自然资源和规划局吴中分局、苏州吴中经济技术开发区管理委员会共同出具的证明:

“苏州鑫惠光学制品有限公司合法拥有位于苏州市吴中经济开发区兴东路 7 号的土地使用权 (土地证号: 吴国用〔2008〕第 20462 号, 土地使用权面积为 10,000 平方米, 坐落: 苏州市吴中经济开发区兴东路北侧), 地上厂房权属归属于苏州鑫惠光学制品有限公司。苏州市味知香食品股份有限公司租赁苏州鑫惠光学制品有限公司上述地址的厂房及土地进行工业生产。上述厂房所在地块尚未纳入城市更新改造范围, 未来五年内, 规划上不会调整上述土地用途, 不会对上述厂房进行拆迁。

2016 年至今, 苏州市味知香食品股份有限公司租赁上述厂房进行工业生产, 不存在违反国家和地方有关国土、规划、建设等管理法律、法规、规章、规范性文件的情形, 对苏州市味知香食品股份有限公司亦不存在处罚计划。”

根据公司与鑫惠光学签署的补充协议, 即使该房产被拆除, 出租方须提前 6 个月通知发行人相关拆迁计划, 如因出租方未能及时通知或出租方过错导致发行人无法获得足够的搬迁时间, 出租方愿意承担赔偿责任。此外, 发行人现有厂房周边同等条件场地较多, 发行人能够在较短时间内找到合适的替代性场所, 并且相关厂房装修及生产设备转移较为容易, 不会产生时间、费用等较大的耗费; 生产经营所需

相关资质许可的变更、换领不存在障碍。

同时，公司控股股东、实际控制人夏靖针对上述事项承诺如下：

“1、如因公司租赁的上述厂房无法办理权属证书而影响公司使用该等场地、房产从事正常业务经营，本人将积极采取有效措施，包括但不限于协助安排提供相同或相似条件的场地、房产供公司经营使用等，保证公司业务经营持续正常进行，以减轻或消除不利影响。

2、如因公司租赁的上述厂房无法办理权属证书而影响其生产经营或被有关主管部门责令进行被动搬迁、强制拆除、停产整改，或者被出具行政处罚等（以下简称‘损失触发情形’），本人将无条件、连带地、全额承担搬迁、拆除费用、因生产停滞所造成的损失以及其他额外费用、或有关行政处罚的罚款等，确保公司不会因此遭受任何损失。

3、本人承担的有关费用自损失触发情形发生之日起5个工作日内，以现金方式汇入公司指定的银行账户。”

因此，如需更换房产，预计不会对发行人的生产经营和业绩造成重大不利影响。

公司所租赁房产的出租方与公司股东、董事、监事、高级管理人员及客户不存在关联关系。公司租赁房产的租赁价格均由双方按照市场原则平等协商确定，价格公允，且相关出租方与公司及其股东、董事、监事、高级管理人员不具有关联关系，公司已就该等租赁履行了必要的审批程序，合法合规。

公司与出租方签订的租赁合同系双方真实意思的表示，出租方均拥有租赁房产的所有权，租赁合同合法、有效，租赁关系稳定、持续，截至本招股意向书签署日，公司未因使用、承租前述房屋发生过任何纠纷，或受到任何政府部门的调查或处罚；出租方已出具说明，租赁期限届满时其愿意将前述房产继续出租给公司使用，公司不存在不能续租的风险；苏州吴中经济技术开发区管理委员会、苏州市自然资源和规划局吴中分局、苏州市吴中区人民政府横泾街道办事处已出具《证明》，未来五年内公司现有租赁厂房不会被拆迁。即使需要更换现有租赁厂房，周边同等条件场地较多，发行人能够在较短时间内找到合适的替代性场所，并且相关厂房装修及生产设备转移较为容易，不会产生较大的耗费，生产经营所需相关资质许可的变更、换领不存在障碍，因此不会对公司的生产经营和业绩造成重大不利影响，相关租赁房产不会影响公司的资产完整性。

（二）主要无形资产情况

1、土地使用权

截至本招股意向书签署日，公司拥有土地使用权 1 宗，具体如下：

序号	权证号	坐落	用途	取得方式	终止日期	面积 (m ²)
1	苏(2020)苏州市不动产权第6002460号	苏州吴中经济开发区吴淞江产业园松芦路北侧	工业用地	出让	2070.01.01	26,371.40

2、商标

（1）境内商标

截至本招股意向书签署日，公司持有境内商标共计 333 个，具体如下：

序号	注册号	商标	类别	商标有效期	商标权人	取得方式
1	18798373		30	2018.09.07-2028.09.06	发行人	原始取得
2	18798489		31	2018.07.14-2028.07.13	发行人	原始取得
3	18798579		35	2018.05.21-2028.05.20	发行人	原始取得
4	18796732		3	2017.05.21-2027.05.20	发行人	原始取得
5	18797230		8	2017.02.14-2027.02.13	发行人	原始取得
6	18797366		9	2017.02.14-2027.02.13	发行人	原始取得
7	18797467		10	2017.02.14-2027.02.13	发行人	原始取得
8	18798641		36	2017.02.14-2027.02.13	发行人	原始取得
9	18796518		1	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
10	18796631		2	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
11	18796737		4	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
12	18796808		5	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
13	18796973		6	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得

14	18796994		7	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
15	18797470		11	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
16	18797530		12	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
17	18797603		13	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
18	18797674		14	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
19	18797747		15	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
20	18797768		16	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
21	18797836		17	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
22	18797952		18	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
23	18797957		19	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
24	18798032		20	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
25	18798100		21	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
26	18798118		22	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
27	18798145		23	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
28	18798093		24	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
29	18798283		25	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
30	18798231		26	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
31	18798297		27	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
32	18798362		28	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
33	18798301		29	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
34	18798435		32	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得

35	18798504		33	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
36	18798551		34	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
37	18798683		37	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
38	18798703		38	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
39	18798857		39	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
40	18799056		40	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
41	18798985		41	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
42	18799154		42	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
43	18799074		43	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
44	18799152		44	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
45	18799245		45	2017.02.07-2027.02.06	发行人	原始取得
46	17241029		39	2017.02.14-2027.02.13	发行人	原始取得
47	17241967		43	2017.01.28-2027.01.27	发行人	原始取得
48	17242000		44	2016.12.07-2026.12.06	发行人	原始取得
49	17238286		6	2016.11.21-2026.11.20	发行人	原始取得
50	17238368		5	2016.10.28-2026.10.27	发行人	原始取得
51	17238473		7	2016.10.28-2026.10.27	发行人	原始取得
52	17238798		11	2016.10.28-2026.10.27	发行人	原始取得
53	17239151		16	2016.10.28-2026.10.27	发行人	原始取得
54	17239521		21	2016.10.28-2026.10.27	发行人	原始取得
55	17239786		24	2016.10.28-2026.10.27	发行人	原始取得

56	17240398		32	2016.10.28-2026.10.27	发行人	原始取得
57	17240779		36	2016.10.28-2026.10.27	发行人	原始取得
58	17238225		3	2016.10.21-2026.10.20	发行人	原始取得
59	17238495		9	2016.10.21-2026.10.20	发行人	原始取得
60	17239304		18	2016.10.21-2026.10.20	发行人	原始取得
61	17240865		37	2016.10.21-2026.10.20	发行人	原始取得
62	17239827		25	2016.09.07-2026.09.06	发行人	原始取得
63	17238222		2	2016.08.28-2026.08.27	发行人	原始取得
64	17238295		4	2016.08.28-2026.08.27	发行人	原始取得
65	17238655		10	2016.08.28-2026.08.27	发行人	原始取得
66	17239055		15	2016.08.28-2026.08.27	发行人	原始取得
67	17239369		19	2016.08.28-2026.08.27	发行人	原始取得
68	17239445		20	2016.08.28-2026.08.27	发行人	原始取得
69	17239606		22	2016.08.28-2026.08.27	发行人	原始取得
70	17239699		23	2016.08.28-2026.08.27	发行人	原始取得
71	17239942		26	2016.08.28-2026.08.27	发行人	原始取得
72	17240116		28	2016.08.28-2026.08.27	发行人	原始取得
73	17240582		34	2016.08.28-2026.08.27	发行人	原始取得
74	17238160		1	2016.08.14-2026.08.13	发行人	原始取得
75	17238795		13	2016.08.14-2026.08.13	发行人	原始取得
76	17238905		14	2016.08.14-2026.08.13	发行人	原始取得

77	17239232		17	2016.08.14-2026.08.13	发行人	原始取得
78	17240007		27	2016.08.14-2026.08.13	发行人	原始取得
79	27797071		29	2018.11.07-2028.11.06	发行人	原始取得
80	20031006		29	2018.07.07-2028.07.06	发行人	继受取得
81	17344429		29	2017.09.21-2027.09.20	发行人	继受取得
82	17343740		30	2016.11.21-2026.11.20	发行人	继受取得
83	17344038		35	2016.11.21-2026.11.20	发行人	继受取得
84	17345276		39	2016.11.21-2026.11.20	发行人	继受取得
85	17344480		43	2016.11.21-2026.11.20	发行人	继受取得
86	17343956		32	2016.10.28-2026.10.27	发行人	继受取得
87	17362144		1	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
88	17349533		3	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
89	17349691		4	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
90	17343469		5	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
91	17349760		6	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
92	17349827		7	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
93	17349866		8	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
94	17344394		9	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
95	17350005		10	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
96	17350060		11	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
97	17350692		12	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得

98	17353280		13	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
99	17350796		14	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
100	17351048		15	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
101	17351364		17	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
102	17351629		19	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
103	17351880		20	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
104	17352074		21	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
105	17352195		22	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
106	17352393		23	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
107	17352460		24	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
108	17352699		26	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
109	17352965		27	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
110	17343999		33	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
111	17353259		34	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
112	17344772		37	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
113	17345030		38	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
114	17344167		40	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
115	17346202		41	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
116	17344212		42	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
117	17345422		44	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
118	17346537		45	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得

119	17362258		2	2016.08.14-2026.08.13	发行人	继受取得
120	17351157		16	2016.08.14-2026.08.13	发行人	继受取得
121	17351434		18	2016.08.14-2026.08.13	发行人	继受取得
122	17352639		25	2016.08.14-2026.08.13	发行人	继受取得
123	17353035		28	2016.08.14-2026.08.13	发行人	继受取得
124	17343794		31	2016.08.14-2026.08.13	发行人	继受取得
125	17344940		35	2016.12.07-2026.12.06	发行人	继受取得
126	17343493		5	2016.11.21-2026.11.20	发行人	继受取得
127	17351498		18	2016.11.21-2026.11.20	发行人	继受取得
128	17343637		29	2016.11.21-2026.11.20	发行人	继受取得
129	17352512		24	2016.10.28-2026.10.27	发行人	继受取得
130	17352571		25	2016.10.28-2026.10.27	发行人	继受取得
131	17352883		27	2016.10.28-2026.10.27	发行人	继受取得
132	17343934		32	2016.10.21-2026.10.20	发行人	继受取得
133	17362210		1	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
134	17349574		3	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
135	17349674		4	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
136	17349799		6	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
137	17349812		7	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
138	17349890		8	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
139	17343534		9	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得

140	17349961	蓉儿	10	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
141	17350420	蓉儿	11	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
142	17350633	蓉儿	12	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
143	17350852	蓉儿	14	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
144	17350957	蓉儿	15	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
145	17351235	蓉儿	16	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
146	17351335	蓉儿	17	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
147	17351587	蓉儿	19	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
148	17351943	蓉儿	20	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
149	17352233	蓉儿	22	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
150	17352355	蓉儿	23	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
151	17352756	蓉儿	26	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
152	17353064	蓉儿	28	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
153	17343711	蓉儿	30	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
154	17344686	蓉儿	36	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
155	17344768	蓉儿	37	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
156	17344931	蓉儿	38	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
157	17344993	蓉儿	39	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
158	17344213	蓉儿	40	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
159	17345242	蓉儿	41	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
160	17344255	蓉儿	42	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得

161	17345350	蓉儿	44	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
162	17346544	蓉儿	45	2016.09.07-2026.09.06	发行人	继受取得
163	17362236	蓉儿	2	2016.08.14-2026.08.13	发行人	继受取得
164	17362298	蓉儿	13	2016.08.14-2026.08.13	发行人	继受取得
165	17352034	蓉儿	21	2016.08.14-2026.08.13	发行人	继受取得
166	17343878	蓉儿	31	2016.08.14-2026.08.13	发行人	继受取得
167	17353172	蓉儿	34	2016.08.14-2026.08.13	发行人	继受取得
168	17344343	蓉儿	43	2016.08.14-2026.08.13	发行人	继受取得
169	15157088	味爱疯狂	29	2016.09.14-2026.09.13	发行人	原始取得
170	15157129	味爱疯狂	30	2016.09.14-2026.09.13	发行人	原始取得
171	15157285	味爱疯狂	35	2016.09.14-2026.09.13	发行人	原始取得
172	15157183	味爱疯狂	31	2015.09.28-2025.09.27	发行人	原始取得
173	15157210	味爱疯狂	32	2015.09.28-2025.09.27	发行人	原始取得
174	15157258	味爱疯狂	33	2015.09.28-2025.09.27	发行人	原始取得
175	15157358	味爱疯狂	38	2015.09.28-2025.09.27	发行人	原始取得
176	15157357	味爱疯狂	40	2015.09.28-2025.09.27	发行人	原始取得
177	15157390	味爱疯狂	43	2015.09.28-2025.09.27	发行人	原始取得
178	17242081	味知香	25	2016.08.14-2026.08.13	发行人	原始取得
179	15681706	味知香	5	2015.12.28-2025.12.27	发行人	原始取得
180	15682068	味知香	9	2015.12.28-2025.12.27	发行人	原始取得
181	15682640	味知香	16	2015.12.28-2025.12.27	发行人	原始取得

182	15684816	味知香	38	2015.12.28-2025.12.27	发行人	原始取得
183	15684878	味知香	39	2015.12.28-2025.12.27	发行人	原始取得
184	15685321	味知香	41	2015.12.28-2025.12.27	发行人	原始取得
185	15685484	味知香	42	2015.12.28-2025.12.27	发行人	原始取得
186	15685612	味知香	44	2015.12.28-2025.12.27	发行人	原始取得
187	15685829	味知香	45	2015.12.28-2025.12.27	发行人	原始取得
188	13038499	味知香	29	2014.12.28-2024.12.27	发行人	原始取得
189	7896123	味知香	31	2014.05.07-2024.05.06	发行人	原始取得
190	7892859	味知香	29	2013.10.21-2023.10.20	发行人	原始取得
191	7892994	味知香	30	2012.08.28-2022.08.27	发行人	原始取得
192	7911698	味知香	43	2011.05.21-2031.05.20	发行人	原始取得
193	7906683	味知香	40	2011.03.14-2031.03.13	发行人	原始取得
194	7903144	味知香	35	2011.02.21-2031.02.20	发行人	原始取得
195	7899413	味知香	32	2011.01.07-2031.01.06	发行人	原始取得
196	7899601	味知香	33	2011.01.07-2031.01.06	发行人	原始取得
197	16514228	e做饭	9	2016.07.21-2026.07.20	发行人	原始取得
198	16515118	e做饭	42	2016.06.14-2026.06.13	发行人	原始取得
199	16515087	e做饭	38	2016.05.07-2026.05.06	发行人	原始取得
200	16514125	e做菜	9	2016.06.28-2026.06.27	发行人	原始取得
201	16515052	e做菜	38	2016.05.07-2026.05.06	发行人	原始取得
202	16514480	e碟小菜	9	2016.05.07-2026.05.06	发行人	原始取得

203	16515028	e碟小菜	35	2016.05.07-2026.05.06	发行人	原始取得
204	16515122	e碟小菜	38	2016.05.07-2026.05.06	发行人	原始取得
205	16515155	e碟小菜	42	2016.05.07-2026.05.06	发行人	原始取得
206	16514365	e顿饭	9	2016.05.07-2026.05.06	发行人	原始取得
207	16515013	e顿饭	35	2016.05.07-2026.05.06	发行人	原始取得
208	16515086	e顿饭	38	2016.05.07-2026.05.06	发行人	原始取得
209	16515138	e顿饭	42	2016.05.07-2026.05.06	发行人	原始取得
210	16514948	e盆菜	35	2016.05.14-2026.05.13	发行人	原始取得
211	16514292	e盆菜	9	2016.05.07-2026.05.06	发行人	原始取得
212	16515081	e盆菜	38	2016.05.07-2026.05.06	发行人	原始取得
213	16515135	e盆菜	42	2016.05.07-2026.05.06	发行人	原始取得
214	16514408	e起做饭	9	2016.05.07-2026.05.06	发行人	原始取得
215	16515093	e起做饭	38	2016.05.07-2026.05.06	发行人	原始取得
216	16515200	e起做饭	42	2016.04.28-2026.04.27	发行人	原始取得
217	9779102	Vzc® 味知香	31	2014.06.07-2024.06.06	发行人	原始取得
218	9771104	Vzc® 味知香	30	2014.02.14-2024.02.13	发行人	原始取得
219	9772699	Vzc® 味知香	29	2013.06.07-2023.06.06	发行人	原始取得
220	9779167	Vzc® 味知香	32	2013.02.07-2023.02.06	发行人	原始取得
221	9779238	Vzc® 味知香	33	2013.02.07-2023.02.06	发行人	原始取得
222	9779206	Vzc® 味知香	35	2012.09.21-2022.09.20	发行人	原始取得
223	9779489	Vzc® 味知香	36	2012.09.21-2022.09.20	发行人	原始取得

224	9779525	 味知香	40	2012.09.21-2022.09.20	发行人	原始取得
225	9779549	 味知香	43	2012.09.21-2022.09.20	发行人	原始取得
226	10547965	 饌玉 ZHUAN YU	40	2013.07.28-2023.07.27	发行人	原始取得
227	10545595	 饌玉 ZHUAN YU	30	2013.07.14-2023.07.13	发行人	原始取得
228	10547828	 饌玉 ZHUAN YU	32	2013.07.07-2023.07.06	发行人	原始取得
229	10545534	 饌玉 ZHUAN YU	29	2013.04.21-2023.04.20	发行人	原始取得
230	10547863	 饌玉 ZHUAN YU	33	2013.04.21-2023.04.20	发行人	原始取得
231	10547884	 饌玉 ZHUAN YU	35	2013.04.21-2023.04.20	发行人	原始取得
232	10299057	知味香	29	2014.04.21-2024.04.20	发行人	原始取得
233	10299048	味香知	29	2013.03.07-2023.03.06	发行人	原始取得
234	10299101	味之香	29	2013.03.07-2023.03.06	发行人	原始取得
235	10299065	香味知	29	2013.03.07-2023.03.06	发行人	原始取得
236	10299079	香知味	29	2013.03.07-2023.03.06	发行人	原始取得
237	10299062	知香味	29	2013.03.07-2023.03.06	发行人	原始取得
238	13344163	味知仙	29	2015.02.07-2025.02.06	发行人	原始取得

239	10299037		29	2013.02.14-2023.02.13	发行人	原始取得
240	11979457		29	2015.12.14-2025.12.13	发行人	原始取得
241	7906675		40	2011.04.14-2031.04.13	发行人	原始取得
242	7896117		31	2011.03.14-2031.03.13	发行人	原始取得
243	7903125		35	2011.02.21-2031.02.20	发行人	原始取得
244	7892978		30	2011.01.07-2031.01.06	发行人	原始取得
245	7896241		32	2011.01.07-2031.01.06	发行人	原始取得
246	7899569		33	2011.01.07-2031.01.06	发行人	原始取得
247	8402958	乐吃乐香	29	2012.04.21-2022.04.20	发行人	原始取得
248	8403000	乐吃乐香	31	2021.09.21-2031.09.20	发行人	原始取得
249	8403131	乐吃乐香	40	2011.08.07-2031.08.06	发行人	原始取得
250	8402986	乐吃乐香	30	2011.07.21-2031.07.20	发行人	原始取得
251	8403019	乐吃乐香	32	2011.07.21-2031.07.20	发行人	原始取得
252	8403032	乐吃乐香	33	2011.07.21-2031.07.20	发行人	原始取得
253	8403071	乐吃乐香	35	2011.07.14-2031.07.13	发行人	原始取得
254	8403155	乐吃乐香	43	2011.07.14-2031.07.13	发行人	原始取得
255	8142896	复旺	29	2011.04.21-2031.04.20	发行人	原始取得
256	8142952	复旺	31	2011.04.21-2031.04.20	发行人	原始取得
257	8143056	复旺	35	2011.04.21-2031.04.20	发行人	原始取得
258	8143085	复旺	36	2011.04.21-2031.04.20	发行人	原始取得
259	8143145	复旺	40	2011.04.21-2031.04.20	发行人	原始取得

260	8143173	复旺	43	2011.04.21-2031.04.20	发行人	原始取得
261	8142917	复旺	30	2011.03.28-2031.03.27	发行人	原始取得
262	8142979	复旺	32	2011.03.28-2031.03.27	发行人	原始取得
263	8143011	复旺	33	2011.03.28-2031.03.27	发行人	原始取得
264	7892886	VZC	29	2011.03.14-2031.03.13	发行人	原始取得
265	7896140	VZC	31	2011.03.14-2031.03.13	发行人	原始取得
266	7906694	VZC	40	2011.03.14-2031.03.13	发行人	原始取得
267	7906607	VZC	35	2011.02.28-2031.02.27	发行人	原始取得
268	7911704	VZC	43	2011.02.28-2031.02.27	发行人	原始取得
269	7893014	VZC	30	2011.01.07-2031.01.06	发行人	原始取得
270	7899441	VZC	32	2011.01.07-2031.01.06	发行人	原始取得
271	7899637	VZC	33	2011.01.07-2031.01.06	发行人	原始取得
272	7892908	快乐味知香	29	2011.03.14-2031.03.13	发行人	原始取得
273	7896154	快乐味知香	31	2011.03.14-2031.03.13	发行人	原始取得
274	7906704	快乐味知香	40	2011.03.14-2031.03.13	发行人	原始取得
275	7906610	快乐味知香	35	2011.02.28-2031.02.27	发行人	原始取得
276	7911711	快乐味知香	43	2011.02.28-2031.02.27	发行人	原始取得
277	7899465	快乐味知香	32	2011.01.21-2031.01.20	发行人	原始取得
278	7896059	快乐味知香	30	2011.01.07-2031.01.06	发行人	原始取得
279	7899677	快乐味知香	33	2011.01.07-2031.01.06	发行人	原始取得
280	7892936	轻松味知香	29	2011.03.14-2031.03.13	发行人	原始取得
281	7896203	轻松味知香	31	2011.03.14-2031.03.13	发行人	原始取得
282	7906728	轻松味知香	40	2011.03.14-2031.03.13	发行人	原始取得
283	7906627	轻松味知香	35	2011.02.28-2031.02.27	发行人	原始取得

284	7911718	轻松味知香	43	2011.02.28-2031.02.27	发行人	原始取得
285	7899518	轻松味知香	32	2011.01.21-2031.01.20	发行人	原始取得
286	7896085	轻松味知香	30	2011.01.07-2031.01.06	发行人	原始取得
287	7903083	轻松味知香	33	2011.01.07-2031.01.06	发行人	原始取得
288	7892923	阳光味知香	29	2011.03.14-2031.03.13	发行人	原始取得
289	7896174	阳光味知香	31	2011.03.14-2031.03.13	发行人	原始取得
290	7906717	阳光味知香	40	2011.03.14-2031.03.13	发行人	原始取得
291	7906617	阳光味知香	35	2011.02.28-2031.02.27	发行人	原始取得
292	7911713	阳光味知香	43	2011.02.28-2021.03.27	发行人	原始取得
293	7899489	阳光味知香	32	2011.01.21-2031.01.20	发行人	原始取得
294	7896074	阳光味知香	30	2011.01.07-2031.01.06	发行人	原始取得
295	7899708	阳光味知香	33	2011.01.07-2031.01.06	发行人	原始取得
296	7681833	饌玉	29	2020.12.14-2030.12.13	发行人	原始取得
297	7411500	搜香	29	2020.10.21-2030.10.20	发行人	原始取得
298	7411473	夏靖	29	2010.10.21-2020.10.20	发行人	原始取得
299	7297314	黄陂湖	29	2010.10.14-2020.10.13	发行人	原始取得
300	7317487	夏晶	29	2010.10.14-2020.10.13	发行人	原始取得
301	5999184		29	2019.08.14-2029.08.13	发行人	继受取得
302	5379027		29	2019.07.28-2029.07.27	发行人	继受取得
303	5089627		29	2018.12.21-2028.12.20	发行人	继受取得
304	38862598	搜香索味	35	2020.02.07-2030.02.06	发行人	原始取得
305	38858963	搜香索味	30	2020.02.07-2030.02.06	发行人	原始取得
306	38852739	搜香索味	43	2020.02.07-2030.02.06	发行人	原始取得
307	38852623	搜香索味	33	2020.02.07-2030.02.06	发行人	原始取得

308	38850522	搜香索味	40	2020.02.07-2030.02.06	发行人	原始取得
309	38844244	搜香索味	31	2020.02.07-2030.02.06	发行人	原始取得
310	38844205	搜香索味	9	2020.02.07-2030.02.06	发行人	原始取得
311	38842907	搜香索味	42	2020.02.07-2030.02.06	发行人	原始取得
312	38840394	搜香索味	32	2020.02.07-2030.02.06	发行人	原始取得
313	38836005	搜香索味	29	2020.02.14-2030.02.13	发行人	原始取得
314	38477230	搜香索味	42	2020.02.28-2030.02.27	发行人	原始取得
315	38476034	搜香索味	40	2020.02.07-2030.02.06	发行人	原始取得
316	38470385	搜香索味	31	2020.02.28-2030.02.27	发行人	原始取得
317	38466715	搜香索味	43	2020.02.28-2030.02.27	发行人	原始取得
318	38465891	搜香索味	30	2020.02.28-2030.02.27	发行人	原始取得
319	38465880	搜香索味	29	2020.02.07-2030.02.06	发行人	原始取得
320	38459532	搜香索味	9	2020.03.07-2030.03.06	发行人	原始取得
321	38457046	搜香索味	33	2020.02.07-2030.02.06	发行人	原始取得
322	38451335	搜香索味	35	2020.02.07-2030.02.06	发行人	原始取得
323	38451309	搜香索味	32	2020.02.28-2030.02.27	发行人	原始取得

324	37663409		29	2019.12.07-2029.12.06	发行人	原始取得
325	37663401	饌玉 ZHUANYU	29	2019.12.07-2029.12.06	发行人	原始取得
326	42505454	味知香菜市	43	2020.09.21-2030.09.20	发行人	原始取得
327	42499538	味知香菜市	29	2020.09.21-2030.09.20	发行人	原始取得
328	21810499	快手菜	29	2017.12.21-2027.12.20	发行人	继受取得
329	46160177	味知香工坊	32	2021.01.14-2031.01.13	发行人	原始取得
330	46156520	味知香工坊	30	2021.01.14-2031.01.13	发行人	原始取得
331	46146675	味知香工坊	35	2021.01.14-2031.01.13	发行人	原始取得
332	46143715	味知香工坊	29	2021.01.14-2031.01.13	发行人	原始取得
333	46139186	味知香工坊	33	2021.01.14-2031.01.13	发行人	原始取得

根据国家知识产权局出具的“商标撤三字[2020]第 W019218 号”《关于第 17344821 号第 36 类“靖哥哥 JINGGEGE.COM”注册商标连续三年不使用撤销申请的决定》，发行人持有的第 17344821 号第 36 类“靖哥哥 JINGGEGE.COM”商标被撤销，原第 17344821 号《注册商标证》作废。该商标的注册类别与发行人主营业务属于不同类别，发行人未曾实际使用且无使用计划，因此该商标被撤销不会对发行人的生产经营造成不利影响。

（2）境外商标

截至本招股意向书签署日，公司持有境外商标共计 2 个，具体如下：

序号	注册号	商标	类别	注册国家/地区	商标有效期	商标权人	取得方式
1	TMA792,181		29	加拿大	2011.03.07-2026.03.06	味知香有限	原始取得

2	01463097		29	台湾	2011.07.01- 2021.06.30	味知香 有限	原始取得
---	----------	---	----	----	---------------------------	-----------	------

注：上述境外商标注册至今，发行人并未实际使用，此后亦无使用计划，并且除第 1 项外，上述境外商标注册有效期均即将届满，因此发行人并未就该等境外商标办理权利人变更登记手续。

3、专利

截至本招股意向书签署日，公司共持有专利 21 个，其中实用新型专利 15 个，外观设计专利 6 个，具体如下：

序号	专利名称	专利号	专利申请日	类别	取得方式
1	一种除膜机	ZL201720423115.0	2017.04.21	实用新型	原始取得
2	一种自动卸料砍排机	ZL201720423816.4	2017.04.21	实用新型	原始取得
3	一种切菜机	ZL201720036338.1	2017.01.12	实用新型	原始取得
4	一种搅拌机	ZL201620918771.3	2016.08.23	实用新型	原始取得
5	一种自动排料金属探测器	ZL201620918809.7	2016.08.23	实用新型	原始取得
6	一种后端调节真空滚揉机	ZL201620919088.1	2016.08.23	实用新型	原始取得
7	一种金属探测器	ZL201620919178.0	2016.08.23	实用新型	原始取得
8	一种真空滚揉机	ZL201620919267.5	2016.08.23	实用新型	原始取得
9	一种前端调节真空滚揉机	ZL201620919268.X	2016.08.23	实用新型	原始取得
10	一种精确检测金属探测器	ZL201620919269.4	2016.08.23	实用新型	原始取得
11	一种自动化金属探测器	ZL201620919612.5	2016.08.23	实用新型	原始取得
12	一种便于卸料的真空滚揉机	ZL201620919613.X	2016.08.23	实用新型	原始取得
13	自动包装机	ZL201821984673.5	2018.11.29	实用新型	原始取得
14	塑盒自动封口机	ZL201821984177.X	2018.11.29	实用新型	原始取得
15	一种骨头带锯机	ZL201821984707.0	2018.11.29	实用新型	原始取得
16	食品包装袋（一）	ZL201630006057.2	2016.01.08	外观设计	原始取得
17	食品包装袋（二）	ZL201630006052.X	2016.01.08	外观设计	原始取得
18	包装盒	ZL202030490318.9	2020.08.25	外观设计	原始取得
19	包装盒（1）	ZL202030490310.2	2020.08.25	外观设计	原始取得
20	包装袋（黑椒牛仔骨）	ZL202030490631.2	2020.08.25	外观设计	原始取得
21	包装袋（黑椒牛排）	ZL202030490309.X	2020.08.25	外观设计	原始取得

4、著作权

截至本招股意向书签署日，发行人拥有已登记的作品著作权的情况如下：

序号	作品名称	登记日期	登记号	登记单位	权利人
1	味知香	2019.08.06	苏著变更备字 -2019-F-00000013	江苏省版权局	发行人

截至本招股意向书签署日，发行人拥有已登记的软件著作权情况如下：

序号	软件名称	著作权人	证书号	登记号	开发完成日期	权利取得方式
1	味知香客户后端管理系统软件 V1.0	发行人	软著登字第 4175965 号	2019SR0755208	2017.10.10	原始取得
2	味知香产品追溯查询系统软件 V1.0	发行人	软著登字第 4176246 号	2019SR0755489	2018.03.01	原始取得
3	味知香味微管管理系统软件 V1.0	发行人	软著登字第 4176267 号	2019SR0755510	2018.05.10	原始取得

六、发行人的特许经营情况和主要经营资质

（一）发行人的特许经营权情况

截至本招股意向书签署日，公司不存在已经取得的特许经营权。

（二）发行人的主要经营资质

发行人业务流程中包含原材料采购及到货检验，产品生产、包装及检测入库，产品配送等环节。

根据《食品生产许可管理办法》第二条第一款规定，“在中华人民共和国境内，从事食品生产活动，应当依法取得食品生产许可”，第二十三条规定，“县级以上地方市场监督管理部门应当根据申请材料审查和现场核查等情况，对符合条件的，作出准予生产许可的决定，并自作出决定之日起 5 个工作日内向申请人颁发食品生产许可证；对不符合条件的，应当及时作出不予许可的书面决定并说明理由，同时告知申请人依法享有申请行政复议或者提起行政诉讼的权利”；《食品经营许可管理办法》第二条第一款规定，“中华人民共和国境内，从事食品销售和餐饮服务活动，应当依法取得食品经营许可。”第十八条规定，“县级以上地方食品药品监督管理部门应当根据申请材料审查和现场核查等情况，对符合条件的，作出准予经营许可的决定，并自作出决定之日起 10 个工作日内向申请人颁发食品经营许可证；对不符合条件的，应当及时作出不予许可的书面决定并说明理由，同时告知申请人依法享

有申请行政复议或者提起行政诉讼的权利”，发行人从事食品生产业务需取得《食品生产许可证》；从事食品经营业务需取得《食品经营许可证》。

根据《排污许可管理办法（试行）》第三条规定，“环境保护部依法制定并公布固定污染源排污许可分类管理名录，明确纳入排污许可管理的范围和申领时限。纳入固定污染源排污许可分类管理名录的企业事业单位和其他生产经营者（以下简称排污单位）应当按照规定的时限申请并取得排污许可证；未纳入固定污染源排污许可分类管理名录的排污单位，暂不需申请排污许可证”，发行人需要取得《排污许可证》。

根据《城镇污水排入排水管网许可管理办法》第四条规定，“城镇排水设施覆盖范围内的排水户应当按照国家有关规定，将污水排入城镇排水设施。排水户向城镇排水设施排放污水，应当按照本办法的规定，申请领取排水许可证。未取得排水许可证，排水户不得向城镇排水设施排放污水。城镇居民排放生活污水不需要申请领取排水许可证。在雨水、污水分流排放的地区，不得将污水排入雨水管网”，发行人从事工业活动向城镇排水设施排放污水，需要取得《排水许可证》。

根据《中华人民共和国道路运输条例》第二十四条“申请从事货运经营的，应当依法向工商行政管理机关办理有关登记手续后，按照下列规定提出申请并分别提交符合本条例第二十一条、第二十三条规定条件的相关材料：（一）从事危险货物运输经营以外的货运经营的，向县级道路运输管理机构提出申请；（二）从事危险货物运输经营的，向设区的市级道路运输管理机构提出申请。依照前款规定收到申请的道路运输管理机构，应当自受理申请之日起 20 日内审查完毕，作出许可或者不予许可的决定。予以许可的，向申请人颁发道路运输经营许可证，并向申请人投入运输的车辆配发车辆营运证；不予许可的，应当书面通知申请人并说明理由。使用总质量 4,500 千克及以下普通货运车辆从事普通货运经营的，无需按照本条规定申请取得道路运输经营许可证及车辆营运证”，发行人若从事道路货物运输经营且达到前述规定的需办理道路运输经营许可证条件的，需要取得《道路运输经营许可证》。

根据《商业特许经营管理条例》第八条规定，“特许人应当自首次订立特许经营合同之日起 15 日内，依照本条例的规定向商务主管部门备案”，《商业特许经营备案管理办法》第三条规定，“商务部及省、自治区、直辖市人民政府商务主管部

门是商业特许经营的备案机关。在省、自治区、直辖市范围内从事商业特许经营活动的，向特许人所在地省、自治区、直辖市人民政府商务主管部门备案；跨省、自治区、直辖市范围从事特许经营活动的，向商务部备案。商业特许经营实行全国联网备案。符合《条例》规定的特许人，依据本办法规定通过商务部设立的商业特许经营信息管理系统进行备案”，发行人从事特许经营活动，作为特许人应通过商务部设立的商业特许经营信息管理系统进行备案。

报告期内，公司的主要经营资质如下：

1、食品经营许可证及食品生产许可证

序号	主体	发证机关	证书名称	证书编号	许可范围	有效期
1	发行人	苏州市吴中区市场监督管理局	食品经营许可证	JY13205060006947	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售	2020.11.10至2025.11.09
2	发行人	苏州市吴中区市场监督管理局	食品经营许可证	JY13205060006947	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售	2018.05.15至2020.12.30
3	发行人（食堂）	苏州市吴中区市场监督管理局	食品经营许可证	JY33205060076699	热食类食品制售	2018.05.11至2021.12.08
4	味知香有限	苏州市吴中区市场监督管理局	食品经营许可证	JY13205060006974	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售	2015.12.31至2020.12.30
5	发行人	苏州市市场监督管理局	食品生产许可证	SC10332050600057	调味品：半固体（酱）调味料（复合调味酱）；速冻食品：生制品【（裹面制品、调味水产制品、菜肴制品、汤料制品）（SB/T 10379）、调制肉制品和水产品（Q/SZWZX 0002S）】	2020.10.15至2025.10.14
6	发行人	苏州市市场监督管理局	食品生产许可证	SC10332050600057	调味品：半固体（酱）调味料（复合调味酱）；速冻食品：生制品【（裹面制品、调味水产制品、菜肴制品、汤料制品）（SB/T 10379）、调制肉制品和水产品（Q/SZWZX 0002S）】	2019.05.29至2020.11.08
7	味知香有限	苏州市食品药品监督管理局	食品生产许可证	SC10332050600057	调味品：半固体（酱）调味料（复合调味酱）；速冻食品：生制品【（裹面制品、调味水产制品、菜	2017.05.09至2020.11.08

					肴制品、汤料制品)(SB/T 10379)、调制肉制品和水产品(Q/SZWZX 0002S)】	
8	味知香有限	江苏省食品药品监督管理局	全国工业产品生产许可证	QS32051 010214	速冻食品【速冻其他食品(速冻肉制品、速冻果蔬制品)速冻其他类制品)】	2015.08.11 至 2018.11.15

注：根据《食品生产许可管理办法（2015 修订）》及国家食品药品监管总局关于贯彻实施《食品生产许可管理办法》的通知，自 2015 年 10 月 1 日起启用新版食品生产许可证，味知香有限于 2017 年 5 月取得《食品生产许可证》后，不再需要办理《全国工业产品生产许可证》。

2、排污许可证

序号	主体	发证机关	证书名称	证书编号	有效期
1	发行人	苏州市环境保护局	排污许可证	91320506683510172F001P	2018.09.30 至 2021.09.29
2	味知香有限	苏州市吴中区环境保护局	排污许可证	320506-2017-000027-B	2017.04.21 至 2020.04.21
3	味知香有限	苏州市吴中区环境保护局	江苏省排放污染物许可证	3205062013000094	2014.05.26 至 2017.05.25

3. 排水许可证

序号	主体	发证机关	证书名称	证书编号	有效期
1	发行人	苏州市吴中区水利局	城镇污水排入排水管网许可证	苏吴排水字第 18-060 号	2018.06.26 至 2023.06.25
2	味知香有限	苏州市吴中区水利局	城市排水许可证	苏吴排水字第 13-018 号	2013.04.12 至 2018.04.11

根据《城镇污水排入排水管网许可管理办法》第十条规定，“排水许可证有效期届满需要继续排放污水的，排水户应当在有效期届满 30 日前，向城镇排水主管部门提出申请”。

在“苏吴排水字第 13-018 号”到期前味知香有限已向苏州市吴中区水利局（以下简称“吴中水利局”）申请延续换证，但鉴于 2018 年 4 月 10 日味知香有限整体变更为股份公司，由于公司名称及营业执照发生变更，在提供更新的营业执照前，吴中水利局暂无法向发行人核发新的排水许可证；同时由于味知香有限自 2017 年 12 月开始改造升级污水处理设备，2018 年 5 月前述污水处理设备改造完成并正式运行，故发行人于 2018 年 5 月 15 日再次向吴中水利局提交延续申请。根据吴中水利局于 2020 年 4 月 29 日出具的《证明》“本单位知悉上述情况，并于 2018 年 6 月

26日向发行人核发‘苏吴排水字第18-060号’《城镇污水排入排水管网许可证》。苏州市味知香食品股份有限公司自2017年1月1日至今能够遵守城镇排水及污水处理相关法律、行政法规及规范性文件的规定，不存在违法违规行为，未受到行政处罚。”

4、道路运输经营许可证

序号	主体	发证机关	证书名称	证书编号	有效期
1	发行人	苏州市吴中区运输管理处	道路运输经营许可证	320506307991	2018.04.09至2022.04.08
2	味知香有限	苏州市吴中区运输管理处	道路运输经营许可证	320506307991	2014.04.09至2018.04.08

5、商业特许经营备案资质

截至本招股意向书签署日，公司已完成商业特许经营备案，取得了《商业特许经营备案证明》，备案号为0320500911200016，备案情况如下：

序号	特许人	特许品牌	授权类型	权利号	权利到期日
1	发行人	味知香	注册商标	7892886	2021.03.13
2	发行人	味知香	注册商标	10299037	2023.02.13
3	发行人	味知香	注册商标	7892859	2023.10.20
4	发行人	味知香	注册商标	13038499	2024.12.27
5	发行人	味知香	注册商标	11979457	2025.12.13
6	发行人	味知香	注册商标	18798301	2027.02.06

2019年10月，发行人办理了《商业特许经营备案证明》名称变更的备案手续。

综上，截至本招股意向书签署日，发行人已取得生产经营所需的所有业务资质，除已披露情形外，不存在无证经营或有效期断档的情形，亦不存在剩余有效期限在3个月以内的资质证书。

七、发行人核心技术和研发情况

（一）主要产品生产技术

公司的半成品菜产品因多样的品种、良好的口味及口感获得广大消费者喜爱，在同类产品中具备较大的竞争力。这源于公司出色的菜品开发能力和良好的生产工艺。

1、产品开发技术

随着消费者对饮食的要求逐步提升，食品类产品研发呈现需求导向特点。半成品菜多用于家庭饮食及餐厅烹饪，公司建立了多种渠道获取各类型消费者对产品食材、口味、营养健康等维度的需求及变化情况，包括市场调研、客户反馈及自身销量数据分析等。基于消费者对饮食的需求，公司不断进行新产品的研发，保持新品推出节奏，使产品更替适应消费需求的变化。

由于半成品菜产品需要经过速冻、解冻才能进入烹饪环节，其制作流程的复杂程度远高于直接烹饪。即使配料相同，两者最后的菜品口味、口感也会存在差异。公司从最终产品食用体验出发，结合原材料物理、生化特性和冷冻、解冻对产品的影响，有针对性地调整调料配比、改进加工工艺，以满足消费者多样化的饮食需求。

2、产品生产工艺

公司在长期生产过程中持续对原有生产工艺进行改进，在产品产出率、口感、质量稳定性上取得了显著的成果。公司主要的生产工艺如下：

序号	工艺名称	适用产品类型	生产工艺概述
1	微解冻及除膜工艺	牛肉类	公司以进口牛小条为牛肉类产品的主要原材料。国外采用流水线批量处理牛肉产品，牛小条本身不规则覆盖的筋膜难以直接去除，而保留筋膜直接加工会影响最终产品口感。本工艺是将牛小条从冷冻状态在特定温度解冻至微解冻状态，使原材料除膜过程更加简便，提高牛肉出率，并且使原材料维持后续切割所需的坚硬程度。
2	真空滚揉工艺	肉禽类	为保证产品保质期，其生产过程均在低温状态下进行，这给使得配置好的调料难以渗入原材料。公司采用的真空滚揉工艺一方面使得肉类在真空状态下膨胀，另一方面通过滚揉、按压，使调料、辅料搅拌均匀，加快了产品腌制速度。肉类纤维经过滚揉被打断，肉质会更加软嫩。公司根据肉类特性及最终产品的口味要求，设定了不同的滚揉时间和程序，使得各产品均能达到较好的腌制效果和状态。
3	虾仁水分保持工艺	水产类	虾仁采购到食用会因多次解冻、冷冻而流失水分，影响食用口感。公司在解冻环节控制解冻速度以降低水分流失，同时在腌制搅拌环节通过挤压和振动结合特制的腌料使蛋白质变性，引起轻微凝固和沉淀，使水分与蛋白质充分结合，提高虾仁吸水、保水能力。

(二) 公司正在研究开发的新技术、新产品

1、正在研发的新技术

技术名称	技术特点
产品微调理	产品微调理能保持原料原有品质的同时还能增加产品的口感，让其更加的美味以符合消费者的需求，增强市场竞争力。
调理食品用发酵菌种及发酵工艺	研发适用于半成品调制食品的发酵菌种，通过在半成品食品腌制过程中加入发酵菌液来提升食物风味及口感，并针对特定菌种调整相应的发酵工艺。

2、正在研发的新产品

产品名称	产品介绍	所处阶段
高端火锅食材系列	为了满足消费者冬季火锅食用需求，公司经过对火锅行业的调研，明确了火锅食材的品类并选取合适的供应商、研究生产工艺。公司目前正研发牛肉卷、羊肉卷、毛肚片、白千层、猪黄喉、虾滑等火锅产品，未来将进一步丰富研发品种。	中试
地方特色食品系列	公司搜寻各地有代表性的特色食品，研究生产工艺实现产品批量生产。公司目前正研发太湖白虾、徽州刀板香等产品。	小试
烟熏风味食品系列	为了满足消费者对多种口味食品的需求，公司立足现有产品类型，对烟熏酱料和生产腌制工艺进行研究。	前期研发

（三）研发机制及研发激励制度

1、研发机制

（1）公司销售部门通过市场调研，提出全新产品研发或者现有产品线扩展需求，会同公司管理层及研发部主要人员进行审核，在原材料、技术、设备、生产工艺等条件均具备的条件下，通过新产品研发立项。

（2）新产品研发立项后，研发部门接受研发任务，挑选适当的原辅料、包装，开展小试工作，落实相关技术标准和生产工艺。

（3）小试产品经公司管理层、销售部门评价合格后进行小批量生产推向市场，收集市场反馈意见后再针对性地对原辅料、包装、技术标准和生产工艺等进行改进。

2、研发激励制度

为充分调动公司研发团队的积极性，促进产品创新，公司针对研发部门制定了较为完善的激励措施。公司会根据工艺改进对生产过程的提升效果、新产品市场销售情况，对研发人员给予一定的奖励。

公司制定了《核心员工管理制度》及《核心技术人员保密管理规定》，其中《核

心员工管理制度》对核心员工的组成与分类、核心员工的选拔条件与程序、员工的关怀与管理进行了规定；《核心技术人员保密管理规定》规定了公司核心技术的保密范围、保密措施、关联部门等内容，并明确“对违反本制度的员工，可视情节轻重，分别给予批评教育、警告、经济处罚等行政处分；情节严重的，公司有权与其解除劳动合同，并依法追究其刑事责任。”

公司在聘任技术人员及关键管理人员时，均与相关人员签订保密及竞业限制协议书，该协议对保密信息的内容和范围、员工的保密义务和保密期限、竞业限制以及违反义务的责任等内容进行了约定。公司已与包括董事、高级管理人员、核心技术人员在内的所有员工签署保密及竞业限制协议书。

（四）研发投入情况

报告期内，公司每年投入一定研究开发费用用于新菜品、新工艺的开发，研发费用金额逐年增长，具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入（万元）	62,246.85	54,242.45	46,595.10
研发费用（万元）	125.23	94.88	87.37
占比	0.20%	0.17%	0.19%

八、发行人质量控制情况

公司作为食品生产企业，十分重视食品安全问题，在经营中引进了国际先进的食品安全和质量控制标准，保障产品质量和消费者生命健康安全。

公司建立了以 ISO9000 国际质量管理体系和 ISO22000 食品安全管理体系为核心的管理体系，并结合行业特点引入了 ISO14001 环境管理体系以及 OHSAS18001 职业健康安全管理体系，形成了一整套较为全面的质量控制标准。公司在采购、生产、仓储、物流、配送等环节强化质量控制，在重要节点设置验收、检验、质量控制等岗位。

（一）产品质量标准

公司注重产品质量，对生产的产品采用了高标准并严格执行。目前，公司在生产过程中执行 SB/T 10379-2012《速冻调制食品》标准。同时，公司结合质量控制需要，对采购的原材料建立了一系列企业标准。

（二）质量控制体系

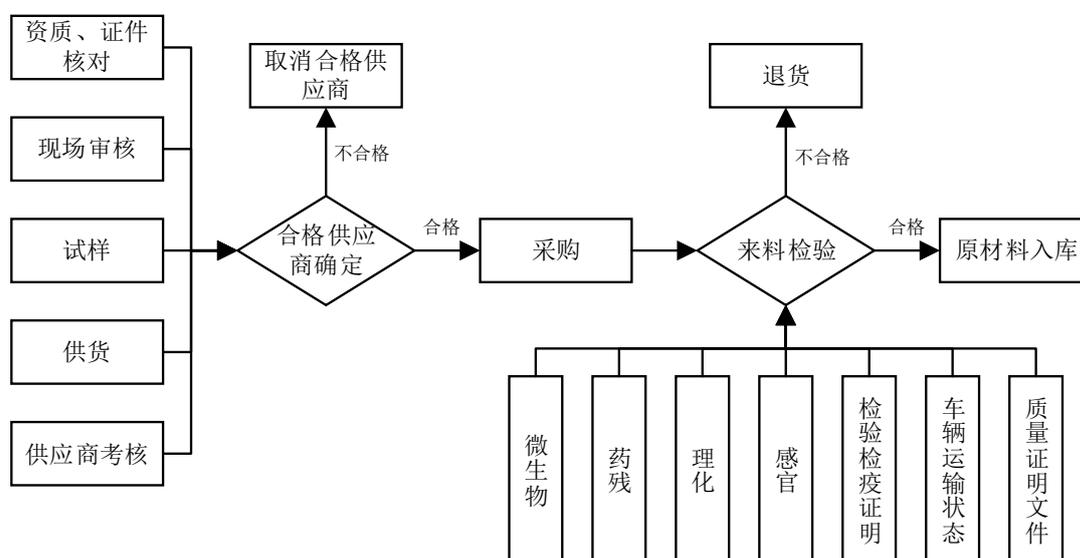
公司参照国际先进的质量管理理念，结合自身经营实际，建立了一系列内部质量管理流程，涵盖了采购环节、生产环节、物流环节。

1、采购环节质量控制流程

公司在采购环节主要从供应商筛选和到货检验两个方面进行质量控制。

供应商筛选主要是建立合格供应商名录。公司首先通过合理方式在市场上寻找相关产品供应商，对其是否具备相关产品生产、销售资质进行审核，对相关证明文件进行查验及复印留档；其次，派遣采购部及质量部人员去供应商现场查看经营环境、仓储运输等条件是否满足公司原材料质量要求；接着，公司会要求供应商提供样品进行试验和检查，合格后会少量采购用于小规模生产并将该厂商纳入合格供应商名录。

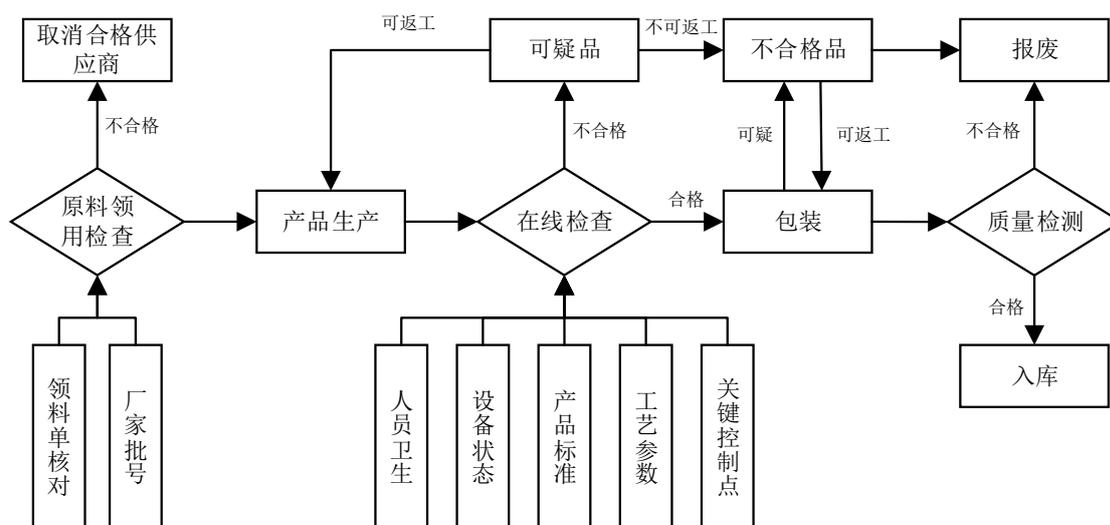
到货检验是产品入库前置程序，在供应商将原材料运抵公司时，质量部门人员会对相关质量文件进行查验，并对其进行抽检，包含微生物数量、药物残留、理化状态等，检测合格后方可入库。



2、生产环节质量控制流程

公司在每个车间均设置质量控制人员对生产环节的质量进行控制，在生产过程中发现的不合格品会按照公司内部的标识及追溯程序进行标识并处理，必要时采取相应的纠正预防和改进措施。在所有规定的验证、过程产品测量和监控均已完成后，制作完成的产品进入包装程序。质量控制人员继续对包装过程进行监控，避免因包材质量、包装工艺和瑕疵率影响到产品储存效果，引发食品变质，包装后的产品经

金属检测合格后入库。



3、物流环节质量控制流程

公司以自有物流配送为主，少部分客户由于区域较为分散会采用第三方物流配送。为保证食品安全，公司自有物流均采用专门购置的冷链运输车辆进行配送，并定期对车辆进行清洗消毒。公司自有物流车队仅对内服务，不承接外部物流配送服务，避免复杂的使用状态给产品运输环境带来不利影响。在产品配送过程中，公司相关人员实时监控产品运输储存及搬运状态，严格控制产品装车及卸货交付时间，减少产品暴露在非低温环境的时长。

（三）发行人产品质量情况

公司高度重视产品质量，严格遵守国家检验检疫、食品安全卫生和安全生产的相关法律制度，生产的产品符合国家相关产品质量标准和食品安全要求。公司采取自行抽检、第三方送检的方式保障产品质量和食品安全。

报告期内，公司未发生因产品质量问题、食品安全问题引发消费者投诉、纠纷或因损害消费者健康而引发的诉讼、索赔。公司坚持守法合规经营，截至本招股意向书签署日，公司不存在产品质量纠纷、食品安全事故及食品安全违法违规行为，未因食品问题受到相关部门调查或行政处罚。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人的独立性

公司自成立以来，按照《公司法》、《证券法》和《公司章程》及其他法律法规和规章制度的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于公司各主要股东，具备独立完整的业务体系及面向市场自主经营的能力，拥有完整的研发、采购、生产和销售体系。

（一）资产独立

公司具备与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权。公司对所有资产拥有完全的控制权和支配权，不存在资产、资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用而损害公司利益的情况。

（二）人员独立

公司拥有独立的员工招聘、人事管理、绩效考核制度，拥有从事半成品菜研发、生产和销售的各类专业人员。发行人董事、监事及高级管理人员的任免严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定执行。公司董事、监事及高级管理人员均依合法程序选举或聘任，不存在控股股东干预公司董事会和股东大会已经做出的人事任免决定的情形。公司高级管理人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

公司设立了独立的财务会计部门，配备了相应数量具备资质的会计人员，建立了符合《会计法》、《企业会计准则》的财务核算体系及规范、独立的财务会计制度。公司能够独立做出财务决策，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业干预。公司拥有独立的银行账户，除2017年5月以前存在通过以实际控制人个人名义开立的银行账户收取货款外，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。公司独立进行纳税申报并缴纳税款，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业混合纳税的情况。

（四）机构独立

公司根据《公司法》的有关规定建立了股东大会、董事会、监事会等完备的治理结构，根据经营发展的需要，建立了符合公司实际情况的独立、完整的经营管理机构，独立行使经营管理权。公司机构设置未受到控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的干预，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业机构混同的情况。

（五）业务独立

公司由味知香有限整体变更设立，拥有完整的法人财产权和独立的供应、生产和销售系统，独立开展业务，独立进行核算和决策，独立承担责任与风险。公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争及显失公平的关联交易。为避免潜在的同业竞争，公司控股股东、实际控制人出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺不从事与股份公司构成竞争或可能构成竞争的业务。

保荐机构经核查认为：发行人拥有独立完整的业务体系及面向市场自主经营的能力，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均具有独立性，已达到发行监管对公司独立性的基本要求，上述内容真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业同业竞争情况

公司控股股东、实际控制人为夏靖，截至本招股意向书签署日，夏靖直接持有公司73.00%股份，通过金花生间接控制公司10.00%股份，合计控制公司83.00%股份，为公司控股股东、实际控制人。

除味知香外，夏靖持有金花生75.04%的出资额。金花生为发行人实施股权激励的持股平台，除持有发行人股权外无实际经营。

（二）与控股股东、实际控制人近亲属控制的企业同业竞争情况

发行人实际控制人夏靖配偶胡家红之兄胡家武持股75%并担任执行董事，胡家武配偶项秋华持股25%并担任监事的企业苏州真滋味美食食品有限公司，经营范围为食品生产（按有效《食品生产许可证》核定范围经营）；食品销售（按有效《食

品经营许可证》核定范围经营)；食用农产品销售。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)。该公司实际从事半成品菜的研发、生产和销售，与发行人的主营业务相同，存在竞争关系。

1、真滋味基本情况

真滋味原名吴江市阿伍美食食品有限公司，成立于2007年8月3日，注册地址为吴江区松陵镇八坼交通北路，注册资本20万元，法定代表人为项秋华，项秋华持有公司100%股权；2015年11月5日，公司名称变更为苏州真滋味美食食品有限公司；2017年11月23日，真滋味注册资本增加至1,000万元，法定代表人变更为胡家武，胡家武、项秋华、吴世宇分别持有公司75%、20%、5%股权；2018年7月31日，吴世宇将其持有的真滋味5%股权转让给项秋华，胡家武、项秋华分别持有公司75%、25%股权。

截至本招股意向书签署日，胡家武担任真滋味法定代表人、执行董事、总经理，胡家武身份证号为34262319760703****；项秋华担任真滋味监事，项秋华身份证号为34102119770816****，胡家武和项秋华为夫妻关系。

根据真滋味提供的财务报表，真滋味2018年实现营业收入8,252.91万元，净利润258.57万元；2019年实现营业收入10,051.91万元，净利润182.12万元；2020年实现营业收入12,970.88万元，净利润310.20万元（以上财务数据未经审计）。

2、真滋味不属于公司控股股东、实际控制人控制的企业

江苏苏州地区半成品菜相关产业比较发达，区域内从事半成品菜生产的企业数量较多，因此相关产业从业人员数量较多，同一家族内部及其近亲属从事半成品菜行业的现象比较多见。

公司控股股东、实际控制人夏靖及其配偶未曾直接或间接持有真滋味股权，胡家武及其配偶亦未曾直接或间接持有公司股权，夏靖及其配偶始终未对真滋味形成过控制或重大影响，胡家武及其配偶亦始终未对发行人形成过控制或重大影响。此外，胡家武、项秋华一直独立经营真滋味至今，拥有较长时间的半成品菜行业从业经历，可独立经营、管理企业，不受第三方控制或影响。

3、真滋味与公司在历史沿革、资产、业务、人员、财务等方面各自独立

(1) 历史沿革独立

发行人实际控制人夏靖及其配偶胡家红未曾直接或间接持有真滋味股权，真滋

味实际控制人胡家武及其配偶项秋华亦未曾直接或间接持有发行人股权。双方在历史沿革方面具有独立性。

(2) 资产独立

发行人的经营场所位于苏州市吴中区横泾街道，真滋味的经营场所位于苏州市吴江区松陵镇，不存在混同生产、混用生产设备等情况；同时，双方拥有并使用自己独立的商号、商标、品牌拓展市场，在商号、商标、品牌上不存在混用、混同或近似的情况。双方在资产方面具有独立性。

(3) 业务独立

① 采购渠道独立

发行人与真滋味各自建立了供应商体系，具有独立的采购渠道及采购人员，各自独立与供应商开展业务往来。由于双方采购的原材料基本类似，因此存在少量供应商重叠的情形。报告期内，发行人主要供应商（前五十大）中存在部分供应商向真滋味销售原材料的情形，具体如下：

单位：万元

年份	重叠供应商家数	味知香		真滋味	
		采购金额	采购占比	采购金额	采购占比
2020年	9	7,543.40	18.50%	981.48	10.95%
2019年	10	11,030.98	27.38%	3,050.35	32.06%
2018年	9	5,822.97	17.06%	2,298.12	21.74%

发行人独立与重叠供应商签署采购合同，采购业务团队和采购流程与真滋味相互独立，采购价格公允、合理，不存在发行人与真滋味向同一供应商统一采购以降低采购成本或相互承担成本的情形。

② 销售渠道独立

发行人与真滋味各自建立了经销商网络，具有独立的销售渠道及销售人员，各自独立与客户开展业务往来。由于双方客户所在区域存在一定重叠，因此存在少量客户重叠的情形。报告期内，发行人主要客户（前五十大）中有少量客户存在销售真滋味产品的情形，具体如下：

单位：万元

年份	重叠客户家数	味知香		真滋味	
		销售金额	销售占比	销售金额	销售占比

2020年	2	1,601.16	2.57%	0.55	0.00%
2019年	3	1,363.17	2.51%	11.92	0.12%
2018年	2	890.28	1.91%	-	-

发行人独立与重叠客户签订销售合同，且具有独立的销售渠道及销售人员，独立与客户开展业务往来，销售价格为发行人产品统一出厂价格。

综上，2018年至今双方无业务往来；双方虽存在少量重叠供应商与客户，但发行人向重叠供应商及客户采购、销售的价格公允、合理，双方有各自的采购及销售渠道，双方在业务方面具有独立性。

（4）人员独立

发行人及真滋味的董事、监事、高级管理人员均不存在在对方公司兼职或领薪的情形，双方不存在员工交叉任职、人员混用或合署办公的情形，亦不存在互相干预人事管理的情形。双方在人员方面具有独立性。

（5）财务独立

发行人与真滋味具有各自独立的财务核算体系，均设立了独立的财务部门，并配备了专职的财务人员，不存在财务人员混同、共用银行账户、干预对方财务决策等情形。双方在财务方面具有独立性。

综上，真滋味并非公司控股股东、实际控制人控制或施加重大影响的企业，发行人与真滋味在历史沿革、资产、业务、人员、财务等方面保持独立，发行人与真滋味不存在同业竞争。截至本招股意向书签署日，发行人不存在收购真滋味的安排或计划。

（三）控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

为避免与发行人发生同业竞争，公司控股股东、实际控制人夏靖出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，确认与发行人不存在同业竞争，承诺：

“1、截至本承诺函出具之日，本人及本人控制的其他企业（包括但不限于本人及本人所控制的全资、控股公司以及本人及本人控制的其他企业拥有实际控制权的公司，下同）目前未从事与发行人现从事的业务相同或近似的业务活动，与发行人不构成同业竞争。

2、在本人拥有发行人控制权期间，本人及本人控制的其他企业不会以任何形式直接或间接从事与发行人届时所从事的业务相同或近似的业务活动。

3、如果本人及本人届时所控制的其他企业将来有任何商业机会可从事、参与任何可能与发行人生产经营构成同业竞争的活动，本人及本人届时所控制的其他企业将立即将上述商业机会通知发行人，发行人在通知中指定的合理期限内作出愿意利用该商业机会的肯定答复的，则尽力将该商业机会给予发行人。

4、自本承诺函出具日之日起，如发行人进一步拓展其产品和业务范围，本人及本人届时所控制的其他企业保证将不与发行人拓展后的产品或业务相竞争；若出现可能与发行人拓展后的产品或业务产生竞争的情形，本人及本人届时所控制的其他企业保证按照包括但不限于以下方式退出与发行人的竞争：（1）停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；（2）停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；（3）经发行人同意将相竞争的业务纳入到发行人来经营；（4）将相竞争的业务转让给无关联的第三方。

5、本人及本人控制的其他企业确认本承诺函旨在保障发行人及发行人全体股东权益而作出，本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺。任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。如因本人及本人控制的其他企业违反本承诺而导致发行人遭受损失、损害和开支，将由本人及本人控制的其他企业予以全额赔偿。”

三、关联方与关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则第36号—关联方披露》、《交易所上市规则》、《上市公司信息披露管理制度》等有关法律法规对于关联方的披露要求，公司报告期内的关联方及关联关系情况披露如下：

1、公司的控股股东和实际控制人

截至本招股意向书签署日，夏靖直接持有公司73.00%股份，通过金花生间接控制公司10.00%股份，合计控制公司83.00%股份，为公司控股股东、实际控制人。

2、控股股东、实际控制人控制的其他企业

控股股东、实际控制人控制的其他企业情况详见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（四）控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

3、持有公司 5%以上股份的其他股东

截至本招股意向书签署日，其他持有公司5%以上的股份的股东如下：

序号	股东名称	关联关系
1	夏九林	持有发行人 10%股份的股东
2	金花生	持有发行人 10%股份的股东
3	章松柏	持有发行人 5%股份的股东

夏九林、金花生、章松柏具体情况详见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。

4、公司控股子公司和参股公司

截至本招股意向书签署日，公司无控股子公司和参股公司。

5、关联自然人

除控股股东、实际控制人夏靖，持股5%以上的其他股东外，关联自然人还包括公司董事、监事和高级管理人员及与其关系密切的家庭成员。

公司董事、监事和高级管理人员相关内容详见本招股意向书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员情况”。

6、关联自然人控制或担任董事、高级管理人员的企业

序号	企业名称	经营范围	关联关系
1	苏州博纺天织纺织品有限公司	销售：纺织面料、里料、辅料、服装、鞋帽。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	章松柏持股 50%并担任执行董事兼总经理、章松柏姐姐章方芳持股 50%的企业
2	武汉瑞威特机械有限公司	铆接机、精冲机、绣花机的设计、生产、销售及相关技术服务；机械设备、模具、金属结构设计、制造、销售；精冲零件、汽车零部件生产、销售及相关技术服务；自营和代理各类商品和技术的进出口（国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营）。	张薇儿子配偶的父亲唐千否持股 40%并担任执行董事兼总经理的企业
3	苏州安洁科技股份有限公司	包装装潢印刷品印刷；其他印刷品印刷。生产销售：电子绝缘材料、玻璃及塑胶类防护盖板、触控盖板以及电子产品零配件组装；销售：电子零配件、工业胶带、塑胶制品；自营和代理各类商品及技术的进	张薇担任独立董事的企业

		出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）；道路普通货物运输。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）；一般项目：模具制造；模具销售；塑料制品制造（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	
4	苏州瑞玛精密工业股份有限公司	研发、制造、加工、销售：冲压板金件、模具、机械零配件、五金紧固件；销售：电子元器件、注塑件、金属材料；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。通信设备制造；通讯设备销售；电子专用材料制造；电子元器件制造；特种陶瓷制品制造；新型陶瓷材料销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	张薇担任独立董事的企业
5	苏州国芯科技股份有限公司	微电子技术与设计、开发、生产；集成电路工程技术培训；软件工程及技术服务；经营本企业自产产品及技术的进出口业务；经营本企业生产、科研所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进口业务（国家限定公司经营和国家禁止进出口的商品及技术除外）；经营进料加工和“三来一补”业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	张薇担任独立董事的企业
6	上海怀翊商务咨询中心（有限合伙）	企业管理咨询，商务信息咨询，营销策划。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	梁俪琼持有 50% 财产份额、梁俪琼配偶周诚持有 50% 并担任执行事务合伙人财产份额的企业
7	上海旻羽商务咨询中心（有限合伙）	企业管理咨询，商务信息咨询，营销策划。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	梁俪琼母亲冯霞持有 50% 财产份额并担任执行事务合伙人、梁俪琼父亲梁永就持有 50% 财产份额的企业
8	苏州星诺奇科技股份有限公司	研发、生产、销售：精密传动零部件、微型精密零组件、精密金属、塑胶零部件、模具、夹具、治具，并提供相关的技术咨询、技术服务；电子产品、汽车、医疗器械的零部件组装；传动系统集成；工业产品外观设计、机构设计，传动链设计和组	梁俪琼担任独立董事的企业

		装方式设计；一类医疗器械（一次性可调节注射器）注塑生产、销售；从事生产所需原辅材料、技术设备的进口和自产产品的出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
9	苏州天脉导热科技股份有限公司	研发、生产、加工、销售：硅胶导热材料、热扩散膜、散热器及零配件、隔热材料，石墨及碳素制品；销售：机械设备及配件、电子产品、光电材料、绝缘材料、屏蔽材料；自营和代理各类商品及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	梁俪琼、张薇担任独立董事的企业
10	创元科技股份有限公司	国内贸易；自营和代理各类商品和技术的进出口业务；仪器仪表、电子、环保、电工器材、机械、自动化控制设备的开发、制造加工、销售；资产经营，物业管理，信息网络服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	梁俪琼担任独立董事的企业
11	苏州龙杰特种纤维股份有限公司	化学纤维及化学纤维品制造、加工，化纤原料购销；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营和禁止进出口的商品及技术除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	梁俪琼担任独立董事的企业
12	苏州真滋味美食食品有限公司	食品生产（按有效《食品生产许可证》核定范围经营）；食品销售（按有效《食品经营许可证》核定范围经营）；食用农产品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	夏靖配偶胡家红之兄胡家武持股 75% 并担任执行董事，胡家武配偶项秋华持股 25% 并担任监事的企业
13	姑苏区张桂芬冷冻食品店	零售：散装食品、冷冻食品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	夏骏配偶张桂芬担任经营者

7、报告期内曾与公司存在关联关系的其他关联方

序号	企业名称	主营业务	原关联关系	关联关系解除情况
1	苏州靖哥哥食品科技有限公司	报告期初通过互联网销售半成品菜，后转为食品供应链管理，主要销售大米、粮油等食材	夏靖持股 91% 并担任执行董事兼总经理，谢林华担任监事的企业	由于经营状况不佳，于 2018 年 10 月 11 日注销
2	靖哥哥（北京）科技有限公司	为苏州靖哥哥食品科技有限公司	苏州靖哥哥食品科技有限公司持股	由于夏靖拟注销其母公司靖哥哥食品，

		提供信息系统服务	100%，夏靖担任执行董事兼总经理，谢林华担任监事的企业	该企业于 2017 年 11 月 27 日注销
3	苏州靖哥哥和他小伙伴们投资管理中心（有限合伙）	拟作为苏州靖哥哥食品科技有限公司员工持股平台	夏靖持有 99% 出资额并担任执行事务合伙人的企业	由于夏靖拟注销靖哥哥食品，该企业于 2018 年 2 月 9 日注销
4	香港味知香国际集团有限公司	报告期内无实际生产经营	夏靖持股 100% 并担任董事的企业	由于其并无实际生产经营，且未来亦无经营计划，于 2019 年 1 月 18 日注销
5	苏州美极食品有限公司	报告期内无实际生产经营	夏靖配偶胡家红之兄胡家武持股 50% 并担任执行董事，胡家武配偶项秋华持股 50% 并担任监事的企业	由于其并无实际生产经营，且未来亦无经营计划，于 2018 年 11 月 15 日注销
6	苏州宝馨科技实业股份有限公司	医疗器械钣金件、各种精密钣金结构件、充电桩、智能消费设备、通信和其他电子设备、环保设备、能源设备、轨道交通设备、运输设备、自动化设备及其相关零部件的研发、生产、销售；电气柜、电源柜等输配电及控制设备的研发、生产、销售；各种控制软件的研发、销售；电锅炉、电子专用材料的销售；热力生产和销售（学校、医院、商业体、住宅小区等小规模）；厂房及设备的租赁；机电工程施工；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的	独立董事张薇担任独立董事的企业	张薇于 2020 年 1 月任期届满辞职

		货物和技术进出口除外)。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)(外资比例小于25%)		
--	--	---	--	--

(二) 报告期内的关联交易

1、经常性关联交易

(1) 报告期内发行人向关联方采购商品或接受劳务及占同类交易比例的情况
报告期内,发行人不存在向关联方进行采购的情况。

(2) 报告期内发行人向关联方出售商品或提供劳务及占总收入比例的情况
报告期内,发行人向关联方销售的情况如下:

单位:万元

关联方名称	关联交易内容	2020年		2019年		2018年	
		金额	占收入比例	金额	占收入比例	金额	占收入比例
张桂芬	销售商品	-	-	-	-	0.17	0.00%
谢林华	销售商品	0.28	0.00%	0.25	0.00%	0.23	0.00%
刘晓维	销售商品	0.66	0.00%	0.08	0.00%	0.16	0.00%
潘爱蓉	销售商品	0.50	0.00%	0.64	0.00%	0.29	0.00%
赵强	销售商品	0.34	0.00%	0.53	0.00%	0.87	0.00%
夏九林	销售商品	0.73	0.00%	0.33	0.00%	0.98	0.00%
王国华	销售商品	0.16	0.00%	0.14	0.00%	0.03	0.00%
夏骏	销售商品	0.02	0.00%	0.13	0.00%	0.04	0.00%
刘扣和	销售商品	-	-	3.48	0.01%	-	-
合计	-	2.69	0.00%	5.58	0.01%	2.76	0.01%

注:张桂芬为发行人高级管理人员夏骏配偶,刘扣和为发行人董事、持股5%股东章松柏姐夫。

张桂芬报告期内曾经营经销店零售发行人半成品菜产品,其已于2018年终止与发行人的合作。2018年张桂芬向发行人采购金额为0.17万元,金额较小,采购价格与发行人统一产品出厂价一致,定价公允。

报告期内,发行人向关联方销售价格定价原则为统一定价,价格与同一产品出

厂价一致，定价公允。同时发行人报告期内关联方出售商品总额较低，占总收入比例分别为0.01%、0.01%及0.00%。

(3) 向董事、监事和高级管理人员支付薪酬和津贴

报告期内，发行人向董事、监事和高级管理人员支付薪酬和津贴情况如下：

单位：万元

年度	2020年	2019年	2018年
金额	425.55	366.54	297.27

报告期内，发行人向董事、监事和高级管理人员关系密切的家庭成员支付薪酬和津贴情况如下：

单位：万元

年度	2020年	2019年	2018年
金额	75.97	60.96	56.94

2、偶发性关联交易

(1) 关联方资金拆借

报告期内，发行人与关联方不存在资金拆借情况。2017年，公司与关联方之间的资金拆借情况如下：

单位：万元

年度	资金借入方	资金拆出方	期初余额	拆出资金	收回资金	期末余额	备注
2017	夏九林	味知香	-	64.00	64.00	-	按银行同期借款利率收取或支付利息
	味知香	靖哥哥食品	-	400.00	400.00	-	

报告期初，由于公司经营及个人资金周转需求，发行人与关联方存在资金拆借，其中2016年、2017年合计拆借1,304万元。发行人向关联方靖哥哥食品拆入部分用于发行人经营；发行人向关联方夏靖、夏九林拆出部分用于该等自然人买房所需资金周转。发行人、夏靖、夏九林已如期归还了前述资金并已按照银行同期贷款利率支付利息。

根据《贷款通则》第21条的规定，“贷款人必须经中国人民银行批准经营贷款业务，持有中国人民银行颁发的《金融机构法人许可证》或《金融机构营业许可证》，并经工商行政管理部门核准登记。”发行人及靖哥哥食品不具备《贷款通则》第21条关于贷款人的资质要求，其拆借资金的行为违反了《贷款通则》第21条等规定。

但是根据《最高人民法院关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》（法释[2015]18号）第1条规定，“本规定所称的民间借贷，是指自然人、法人、其他组织之间及其相互之间进行资金融通的行为。”第十一条规定，“法人之间、其他组织之间以及它们相互之间为生产、经营需要订立的民间借贷合同，除存在合同法第五十二条、本规定第十四条规定的情形外，当事人主张民间借贷合同有效的，人民法院应予支持。”第十四条规定，“具有下列情形之一，人民法院应当认定民间借贷合同无效：（一）套取金融机构信贷资金又高利转贷给借款人，且借款人事先知道或者应当知道的；（二）以向其他企业借贷或者向本单位职工集资取得的资金又转贷给借款人牟利，且借款人事先知道或者应当知道的；（三）出借人事先知道或者应当知道借款人借款用于违法犯罪活动仍然提供借款的；（四）违背社会公序良俗的；（五）其他违反法律、行政法规效力性强制性规定的”。发行人报告期初与关联方的资金拆借行为属于民间借贷，且系双方当事人的真实意思表示，发行人与关联方的资金拆借系满足公司经营及个人资金周转需求，不存在《中华人民共和国合同法》第五十二条、《最高人民法院关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》第十四条规定合同无效的情形，其资金拆借行为有效。

上述资金往来属于偶发性关联交易，报告期内涉及金额较小，均发生在股份公司成立规范前，且拆借资金已及时归还并支付了合理利息，自2017年8月起未再发生过关联方资金拆借的情形。报告期内，关联方资金拆借金额及利息对发行人财务费用造成的影响较小，并未对报告期内经营成果产生重大不利影响，上述行为不会对本次发行上市构成实质性法律障碍。

上述关联方资金拆借发生在发行人前身味知香有限存续期间，但该关联交易已经发行人第一届审计委员会第三次会议、第一届董事会第四次会议和2019年第一次临时股东大会在关联委员、关联董事、关联股东回避表决的情况下审议确认，发行人独立董事发表独立意见认为“公司2016-2018年度及2019年1-6月与关联方在购销商品、提供和接受劳务、资金拆借等方面存在的关联交易，均系公司正常业务发展的需要，有助于公司业务地开展，保证公司的正常生产经营；公司与关联方本着公平、自愿的原则，关联交易的定价公允，遵循市场定价原则，没有损害公司、中小股东以及债权人的利益”。上述关联交易定价公允，不存在损害发行人及其他股东利益的情况，不影响发行人内控有效性。

为防范控股股东及关联方占用公司资金，发行人分别于 2019 年 10 月 28 日召开第一届董事会第四次会议、于 2019 年 11 月 13 日召开了 2019 年第一次临时股东大会，审议通过《关于制定<苏州市味知香股份有限公司防止控股股东及关联方占用公司资金管理制度>的议案》，明确规定了防范控股股东及关联方占用发行人资金的原则、责任和措施、公司关联方资金往来支付程序、责任追究及处罚等内容，以防止控股股东及关联方占用发行人资金。

同时，为避免实际控制人及其控制的其他企业与发行人未来产生非经营性资金占用的情形，发行人实际控制人夏靖出具了《关于规范关联方与公司资金往来的承诺函》，承诺：“本人及本人控制的企业、关系密切的家庭成员将严格执行中国证监会有关规范上市公司与关联方资金往来的相关规定，不以借款、代偿债务、代垫款项或者其它任何方式占用味知香及其控制的企业的资金；如未能履行已作出的《关于规范关联方与公司资金往来的承诺函》，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反承诺发生之日起 5 个工作日内，停止在发行人处获得股东分红，同时其持有的发行人股份不得转让，直至按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。如因未履行承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。”

公证天业会计师对公司内部控制进行了审计，并出具了无保留意见的《内部控制鉴证报告》。

(2) 资金拆借利息

2017 年至 2020 年，公司支付或收取关联方资金拆借利息情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
靖哥哥食品	支付拆借资金利息	-	-	-	0.46
夏靖	收取拆借资金利息	-	-	-	-
夏九林	收取拆借资金利息	-	-	-	0.93

发行人向关联方提供资金收取利息的具体情况如下：

单位：万元

年度	关联方	起始日	到期日	拆借金额	借款时间 (天)	利率	利息金额 (含税)	说明
----	-----	-----	-----	------	-------------	----	--------------	----

2016 年	夏靖	2016.04.22	2016.12.31	40.00	253	4.35%	1.22	已归还
		2016.06.08	2016.12.31	25.00	206	4.35%	0.62	已归还
		2016.08.25	2016.12.31	15.00	128	4.35%	0.23	已归还
		2016.09.21	2016.12.31	240.00	101	4.35%	2.93	已归还
		2016.10.31	2016.12.31	50.00	61	4.35%	0.37	已归还
		2016.11.14	2016.12.31	40.00	47	4.35%	0.23	已归还
		小计	-	410.00	-	-	5.60	-
2016 年	夏九林	2016.02.24	2016.12.31	100.00	311	4.35%	3.76	已归还
		2016.03.02	2016.12.31	30.00	304	4.35%	1.10	已归还
		小计	-	130.00	-	-	4.86	-
2017 年	夏九林	2017.01.24	2017.05.31	64.00	127	4.35%	0.98	已归还
		小计	-	64.00	-	-	0.98	-

注：1、资金拆借利率为中国人民银行公布的同期 1 年期银行贷款基准利率；

2、利息=本金×利率×借款时间/360，全年按照 360 天计算。

2017 年 6 月，夏靖、夏九林自发行人取得的借款均已按时归还，并按照实际借款时间、同期银行贷款基准利率支付利息，利息金额公允，不存在损害发行人利益的情况。

(3) 关联方资产转让

报告期内，发行人与关联方不存在资产转让情况。2017 年，公司与关联方之间的资产转让情况如下：

单位：万元

年度	转让方	受让方	交易内容	交易金额	备注
2017	味知香	夏靖	银行理财产品	1,508.61	-
	靖哥哥食品	味知香	商标	-	无偿转让

由于报告期前期公司以实际控制人夏靖个人名义开立银行卡用于收取货款并购买理财产品，2017 年 5 月，为规范上述行为，发行人将用于公司收取货款的个人卡购买的本金 1,480 万元的理财产品按照本金及按理财产品收益率计算的利息转让给夏靖，发行人自此不再使用以夏靖个人名义开立的银行账户。

2017 年，由于发行人实际控制人拟注销其控制的靖哥哥食品，因此双方签订商标转让合同，将靖哥哥食品持有的 91 项注册商标无偿转让给发行人。2017 年靖哥哥食品因盈利状况不佳停止运营，发行人实际控制人夏靖拟注销靖哥哥食品，由

于靖哥哥食品的业务规模较小，业务过程中已注册的相关商标未产生实际的使用价值，考虑到未来发行人可能拓展相关业务，为充分利用已注册商标，靖哥哥食品于2017年5月30日与发行人签署了《注册商标转让协议书》，将其持有的91项注册商标无偿转让给发行人；鉴于靖哥哥食品与发行人均为同一实际控制人控制的企业，截至转让前，靖哥哥食品仅支付该等商标的申请成本、账面价值较小，并且转让时该等商标对靖哥哥食品已不具有实际使用价值，截至本招股意向书签署日，发行人并未使用该等商标，因此本次商标转让为无偿转让，具有合理性，上述商标仅登记备查，未作账务处理；发行人所受让的91项商标均已办理权利人变更登记手续，已取得国家工商总局商标局下发的《商标转让证明》，该等商标已登记在发行人名下，因此转让不存在障碍。

发行人无偿受让商标具有合理性，定价公允，所受让的91项注册商标已办理完毕转让登记手续，不存在转让障碍。

（三）关联方应收应付款余额情况

报告期各期末，发行人无关联方应收应付款余额。

四、关联交易履行的程序及独立董事意见

发行人2019年10月28日召开的第一届董事会第四次会议、2019年11月13日召开的2019年第一次临时股东大会、2020年3月6日召开的第一届董事会第五次会议、2020年3月26日召开的2019年年度股东大会分别对发行人报告期内的关联交易进行了确认。

2019年10月28日、2020年3月6日，公司独立董事出具独立意见，对公司报告期内发生的关联交易进行了确认：

公司报告期内与关联方在购销商品、提供和接受劳务、资金拆借等方面存在的关联交易，均系公司正常业务发展的需要，有助于公司业务的开展，保证公司的正常生产经营；公司与关联方本着公平、自愿的原则，关联交易的定价公允，遵循市场定价原则，没有损害公司、中小股东以及债权人的利益。

五、规范关联交易的制度安排

为规范关联交易，保证关联交易的公允，维护股东权益，公司已在《公司章程》

及《关联交易管理制度》中对关联交易决策权力与程序作出规定，同时规定了关联股东或利益冲突的董事在关联交易表决中的回避制度。另外，公司在《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》中对关联交易的决策权力与程序作了更加详尽的规定和相关决议。

（一）《公司章程》关于关联交易的规定

第三十八条 股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

……

（十四）审议批准公司拟与关联人发生的交易（公司提供担保、受赠现金资产、单纯减免公司义务的债务除外）金额在3,000万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的关联交易；

……

第三十九条 公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：

……

（六）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；

……

股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联人提供的担保议案时，该股东或者受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

第七十六条 股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

第一百零八条 董事会行使下列职权：

……

（八）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；

……

第一百一十一条 董事会应当确定对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。

第一百二十条 董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的，应将该事项提交股东大会审议。

（二）《关联交易管理制度》的规定

为进一步规范关联交易，确保关联交易的公允，发行人于2018年3月召开的创立大会暨首次股东大会决议通过了《关联交易管理制度》，对关联交易的决策程序和定价机制进行了规定。与关联交易决策程序相关主要条款如下：

第十三条 公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。关联董事未主动声明并回避的，知悉情况的董事应要求关联董事予以回避。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足3人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。

第十四条 股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；应由出席本次股东会议的非关联交易方股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过，方能形成决议。

第十八条 公司上市后，公司与关联自然人发生的交易金额在30万元以上，与关联法人发生的交易金额在300万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上的关联交易（公司提供担保除外），应当经董事会审议后及时披露；低于上述金额的，由公司董事长审议批准。

公司不得直接或通过子公司向董事、监事和高级管理人员提供借款。

第十九条 公司与关联人拟发生的关联交易达到以下标准之一的，除应当及时披露外，还应当提交股东大会审议：

（一）交易（公司提供担保、受赠现金资产、单纯减免公司义务的债务除外）金额在3,000万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的重大关联交易。公司拟发生重大关联交易的，应当提供具有执行证券、期货相关业务资格的证券服务机构对交易标的出具的审计或者评估报告。本制度第二十五条所述与日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或者评估；

(二) 公司为关联人提供担保。

第二十条 未达到前款规定标准的关联交易事项股东大会授权董事会审议批准。

第二十一条 公司发生的关联交易涉及“提供财务资助”、“委托理财”等事项时，应当以发生额作为交易金额，分别适用本规则第十八条、第十九条第（一）项的规定。

第二十二条 公司进行下列关联交易的，应当按照连续12个月内累计计算的原则，计算关联交易金额，分别适用本规则第十八条、第十九条第（一）项规定：

(一) 与同一关联人进行的交易；

(二) 与不同关联人进行的与同一交易标的相关的交易。

上述同一关联人，包括与该关联人受同一法人或其他组织或者自然人直接或间接控制的，或相互存在股权控制关系；以及由同一关联自然人担任董事或高级管理人员的法人或其他组织。

已经按照累计计算原则履行股东大会决策程序的，不再纳入相关的累计计算范围。

第二十三条 公司拟与关联人发生重大关联交易的，应当在独立董事发表事前认可意见后，提交董事会审议。独立董事作出判断前，可以聘请独立财务顾问出具报告，作为其判断的依据。

第二十四条 公司监事会应当对关联交易的审议、表决、披露、履行等情况进行监督并在年度报告中发表意见。

(三) 规范和减少关联交易的措施

公司控股股东、实际控制人出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，承诺内容如下：

“1、本人及其控制的其他企业与发行人之间现时不存在任何依照法律、法规和规范性文件的规定应披露而未披露的关联交易。

2、本人将严格按照《公司法》等法律法规以及公司章程的有关规定，依法行使股东权利或者督促董事依法行使董事权利，同时承担相应的股东义务，在董事会、股东大会对涉及本人及其控制的其他企业的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

3、本人及其控制的其他企业承诺将尽量减少与发行人的关联交易，对于不可避免的关联交易，均应按照公平、公允和等价有偿的原则进行，遵循市场化的定价原则，履行国家有关法律法规、公司章程要求的程序，并按照规定履行信息披露义务。

4、本人及其控制的其他企业保证严格遵守公司章程的规定，与其他股东一样平等的行使股东权利、履行股东义务，不利用其控股股东/实际控制人的地位谋求不当利益，占用发行人资金，不损害发行人和其他股东的合法权益。

5、为保证发行人的独立运作，本人承诺在作为发行人的控股股东/实际控制人期间，保证自身以及其控制的其他企业与发行人在人员、财务、机构、资产、业务等方面相互独立。

6、如本人违反上述承诺，本人将赔偿由此给发行人造成的全部直接经济损失。”

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员情况

(一) 董事基本情况

截至本招股意向书签署日，公司董事会由5名成员组成，其中独立董事2名。董事由股东大会选举产生，任期3年，可连选连任。

公司现任董事的基本情况如下：

姓名	职务	任期
夏靖	董事长	2018.03.23-2021.03.22
谢林华	董事	2018.03.23-2021.03.22
章松柏	董事	2018.03.23-2021.03.22
张薇	独立董事	2018.03.23-2021.03.22
梁俪琼	独立董事	2018.03.23-2021.03.22

公司现任董事简历如下：

夏靖先生，1978年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，高级经济师。2008年12月至2018年3月任味知香有限执行董事、总经理；2018年4月至今任味知香董事长、总经理。

谢林华先生，1976年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，高级经济师、中级会计师。2011年8月至2012年5月任江苏亨通光电股份有限公司财务经理；2012年6月至2014年9月任江苏亨通线缆科技有限公司财务经理；2014年9月至2018年3月任味知香有限财务总监；2018年4月至今任味知香董事、董事会秘书、财务总监。

章松柏先生，1978年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2014年9月至今任苏州博纺天织纺织品有限公司执行董事、总经理；2018年4月至今任味知香董事；目前兼任宜兴博纺天织纺织品有限公司监事。

张薇女士，1962年出生，中国国籍，无境外永久居留权，经济学硕士，会计学副教授。1984年8月至今在苏州大学东吴商学院任教，现为会计系副教授、硕士生导师；2018年4月至今任味知香独立董事；目前兼任苏州安洁科技股份有限公司独立董事、苏州瑞玛精密工业股份有限公司独立董事、苏州国芯科技股份有限

公司、苏州天脉导热科技股份有限公司独立董事。

梁俪琼女士，1987 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，执业律师、具有注册会计师资格。2010 年 1 月至 2017 年 12 月任上海肖波律师事务所专职律师；2018 年 1 月至今任上海锦天城律师事务所资深律师；2018 年 4 月至今任味知香独立董事；目前兼任苏州星诺奇科技股份有限公司独立董事、苏州天脉导热科技股份有限公司独立董事、创元科技股份有限公司、苏州龙杰特种纤维股份有限公司独立董事。

（二）监事基本情况

截至本招股意向书签署日，公司共有3名监事，其中职工代表监事2名。股东代表监事由股东大会选举产生，职工代表出任的监事由职工代表大会选举产生。监事任期为3年，任期届满可连选连任。公司现任监事情况如下：

姓名	职务	任期
刘晓维	监事会主席	2018.03.23-2021.03.22
潘爱蓉	职工代表监事	2018.03.23-2021.03.22
赵强	职工代表监事	2018.03.23-2021.03.22

公司现任监事简历如下：

刘晓维女士，1964 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2013 年 5 月至 2014 年 5 月任上海新成格林尔食品有限公司品控经理；2014 年 5 月至 2018 年 3 月任味知香有限品控经理，2018 年 4 月至今任味知香监事会主席、质量部经理。

潘爱蓉女士，1986 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2009 年 7 月至 2012 年 8 月任味知香有限客服经理；2012 年 9 月至 2018 年 3 月任味知香有限计划部副经理；2018 年 4 月至今任味知香监事、计划部副经理。

赵强先生，1986 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2009 年 7 月至 2016 年 2 月任苏州高峰糖业有限公司质量部科长；2016 年 4 月至 2016 年 12 月任苏州华测检测技术有限公司助理检测工程师；2016 年 12 月至 2018 年 3 月任味知香有限质量工程师；2018 年 4 月至今任苏州市味知香监事、质量工程师。

（三）高级管理人员基本情况

截至本招股意向书签署日，公司的高级管理人员共5人，其基本情况如下：

姓名	职位	任期
夏靖	总经理	2018.03.23-2021.03.22
谢林华	财务总监、董事会秘书	2018.03.23-2021.03.22
夏九林	副总经理	2018.03.23-2021.03.22
王国华	副总经理	2018.03.23-2021.03.22
夏骏	副总经理	2018.03.23-2021.03.22

公司高级管理人员简历如下：

夏靖先生简历详见本节“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员情况”之“（一）董事基本情况”。

谢林华先生简历详见本节“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员情况”之“（一）董事基本情况”。

夏九林先生，1974 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2008 年 12 月至 2018 年 3 月任味知香有限研发总监；2018 年 4 月至今任味知香副总经理。

王国华先生，1978 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2012 年 5 月至 2017 年 12 月任湖州思念食品有限公司生产厂长；2018 年 1 月至 2018 年 3 月任味知香有限供应链总监；2018 年 3 月至今任味知香副总经理。

夏骏先生，1978 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2011 年 6 月至 2018 年 3 月任味知香有限专卖部经理；2018 年 4 月至今任味知香副总经理。

（四）核心技术人员

截至本招股意向书签署日，公司拥有3名核心技术人员，基本情况如下：

姓名	职位
夏九林	副总经理
王国华	副总经理
赵强	质量工程师

公司核心技术人员简历如下：

1、夏九林先生简历详见本节“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员情况”之“（三）高级管理人员基本情况”。

2、王国华先生简历详见本节“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员情况”之“（三）高级管理人员基本情况”。

3、赵强先生简历详见本节“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员情况”之“（二）监事基本情况”。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有公司股权情况

截至本招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接和间接持有公司股份的情况如下：

单位：万股

序号	名称	职务/关系	持股比例		持股数量	
			直接	间接	直接	间接
1	夏靖	董事长、总经理	73.00%	7.50%	5,475.00	562.80
2	谢林华	董事、财务总监、董事会秘书	-	0.40%	-	30.00
3	章松柏	董事	5.00%	-	375.00	-
4	张薇	独立董事	-	-	-	-
5	梁俐琼	独立董事	-	-	-	-
6	刘晓维	监事会主席	-	0.19%	-	14.25
7	潘爱蓉	职工代表监事	-	0.04%	-	3.00
8	赵强	职工代表监事	-	0.02%	-	1.50
9	夏九林	副总经理	10.00%	-	750.00	-
10	王国华	副总经理	-	0.14%	-	10.50
11	夏骏	副总经理	-	0.29%	-	21.75

除以上股份持有情况以外，公司其他现任董事、监事、高级管理人员及核心技术人员及其近亲属，不存在其他直接或间接持有公司股份的情况。

截至本招股意向书签署日，上述人员所持有的本公司股份不存在质押或冻结的情况。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

截至本招股意向书签署日，除持有本公司的股份及金花生的出资额以外，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的其他对外投资情况如下：

姓名	职务	对外投资公司	持股比例
章松柏	董事	苏州博纺天织纺织品有限公司	50%

		宜兴博纺天织纺织品有限公司	40%
梁俪琼	独立董事	上海怀翊商务咨询中心（有限合伙）	50%

上述对外投资与本公司不存在利益冲突。截至本招股意向书签署日，公司其他董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员无其他重大对外投资。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年的薪酬情况

发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员2020年度从公司及其关联企业领取的薪酬情况如下：

单位：万元

姓名	职务	2020年税前薪酬
夏靖	董事长、总经理	98.53
谢林华	董事、财务总监、董事会秘书	72.56
章松柏	董事	-
张薇	独立董事	8.00
梁俪琼	独立董事	8.00
刘晓维	监事会主席	35.43
潘爱蓉	职工代表监事	22.49
赵强	职工代表监事	11.29
夏九林	副总经理	38.80
王国华	副总经理	61.46
夏骏	副总经理	69.00

除以上情况外，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未在公司及关联企业领取薪酬，也未在公司及关联企业享受其他待遇或退休金计划。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况

截至本招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员的兼职情况如下：

姓名	本公司职务	兼职单位名称	兼职单位与发行人关系	兼职职务
夏靖	董事长、总经理	苏州市金花生管理咨询企业（有限合伙）	发行人股东	执行事务合伙人
章松柏	董事	苏州博纺天织纺织品有限公司	无其他关联关系	执行董事、总经理
		宜兴博纺天织纺织品有限公司	无其他关联关系	监事

张薇	独立董事	苏州安洁科技股份有限公司	无其他关联关系	独立董事
		苏州瑞玛精密工业股份有限公司	无其他关联关系	独立董事
		苏州国芯科技股份有限公司	无其他关联关系	独立董事
		苏州天脉导热科技股份有限公司	无其他关联关系	独立董事
梁俪琼	独立董事	苏州龙杰特种纤维股份有限公司	无其他关联关系	独立董事
		苏州星诺奇科技股份有限公司	无其他关联关系	独立董事
		苏州天脉导热科技股份有限公司	无其他关联关系	独立董事
		创元科技股份有限公司	无其他关联关系	独立董事

除上述情况外，截至本招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均未在其他单位兼职。

本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员兼职单位与发行人的关系情况详见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方与关联交易”之“（一）关联方及关联关系”。

六、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系情况

公司董事长、总经理夏靖与副总经理夏九林为兄弟关系，公司董事章松柏与夏靖、夏九林为表兄弟关系。公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议、所做承诺及其履行情况

（一）公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议

截至本招股意向书签署日，公司5名董事分别与公司签署了《董事聘任协议》，3名监事分别与公司签署了《监事聘任协议》。在本公司任职并领取薪酬的监事、高级管理人员及核心技术人员均与公司签订了《劳动合同》及《保密协议》。

截至本招股意向书签署之日，上述协议履行状况良好，不存在违反协议的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺

截至本招股意向书签署日，公司董事、监事及高级管理人员、核心技术人员做出的重要承诺具体内容详见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“十二、持有5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况”。

截至本招股意向书签署日，上述承诺人履行承诺的情况良好。

八、公司董事、监事、高级管理人员的任职资格

发行人董事、监事、高级管理人员不存在《公司法》第一百四十六条规定的不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情形，其聘任均符合公司章程所规定的程序，符合法律法规规定的任职资格。发行人董事、监事、高级管理人员由公司股东大会、董事会和职工大会依法定程序产生，符合法律法规规定的任职资格。

九、公司董事、监事、高级管理人员近三年的变动情况

味知香整体变更为股份公司之前，未设董事会、监事会，设执行董事、监事各一人；发行人设立后，选举出了第一届公司董事、监事和高级管理人员。报告期内，味知香董事、监事、高级管理人员任职变动情况如下：

（一）董事变动情况

报告期期初，夏靖为公司执行董事。

2018年3月23日，味知香召开创立大会暨首次股东大会，选举夏靖、谢林华、章松柏、张薇、梁俪琼为公司第一届董事会董事，其中张薇、梁俪琼为独立董事。

（二）监事变动情况

报告期期初，夏九林为公司监事。

2018年3月4日，味知香召开职工代表大会，选举潘爱蓉、赵强为公司第一届监事会职工代表监事。

2018年3月23日，味知香召开创立大会暨首次股东大会，选举刘晓维为公司股

东代表监事。

（三）高级管理人员变动情况

报告期期初，夏靖为公司总经理，谢林华为财务总监。

2018年3月23日，味知香召开第一届董事会第一次会议，聘任夏靖为总经理，夏九林、王国华、夏骏为副总经理，谢林华为财务总监兼董事会秘书。

上述人员变动系公司为完善法人治理结构，提高经营管理水平而进行的正常变动，履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。报告期内，公司董事、监事、高级管理人员比较稳定，未发生重大变化。

第九节 公司治理

公司按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等相关法律法规的规定，结合公司实际情况制定了《公司章程》，建立了由股东大会、董事会、监事会、独立董事、经理层组成的法人治理结构。公司已逐步建立健全了符合上市要求的、能够保证各股东充分行使权利的公司治理结构。

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等机构和人员的运行及履职情况

（一）报告期内公司治理存在的缺陷及改进情况

在整体变更设立股份公司前，公司未设董事会、监事会，设执行董事、监事各一人。2018年3月23日，公司召开了创立大会暨首次股东大会，整体变更为股份公司，并建立了股东大会、董事会、监事会、独立董事制度，确立了相互独立、权责明确、监督有效的法人治理制度。

根据《公司法》、《上市公司章程指引》、《上市公司治理准则》等有关法律法规要求，公司制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作制度》、《董事会战略委员会工作制度》、《董事会审计委员会工作制度》、《董事会提名委员会工作制度》、《董事会薪酬与考核委员会工作制度》、《对外担保管理制度》、《关联交易管理制度》、《对外投资管理制度》、《募集资金管理制度》、《信息披露管理制度》等法人治理制度文件，并根据上述制度规范公司日常经营、管理、决策活动。

（二）发行人设立以来股东大会、董事会、监事会运行情况

1、股东大会制度的建立健全及运行情况

公司制定了《股东大会议事规则》、上市后适用《公司章程（草案）》，对股东大会的权责和运作程序进行了具体规定。

自2018年3月整体变更设立以来，截至本招股意向书签署日，公司共召开了5次股东大会，历次股东大会召开情况如下：

序号	会议编号	召开时间
----	------	------

1	创立大会暨首次股东大会	2018年3月23日
2	2018年年度股东大会	2019年6月18日
3	2019年第一次临时股东大会	2019年11月13日
4	2019年年度股东大会	2020年3月26日
5	2020年第一次临时股东大会	2020年11月13日

公司历次股东大会的会议通知方式、召开方式、表决方式均符合相关规定，会议记录完整规范，决议内容及决议的签署合法、合规、真实、有效。股东大会、股东依法履行了《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等相关规定赋予的权利和义务，不存在董事会、管理层等违反《公司法》及其他相关规定行使职权的情形。

2、董事会制度及运行情况

公司制定了《董事会议事规则》，上市后适用《公司章程（草案）》，对董事会的权责和运作程序进行了具体规定。

公司设董事会，对股东大会负责。董事会由5名董事组成，其中独立董事2名，由公司股东大会选举或更换，任期三年。董事会设董事长1名。公司现任董事的选举符合《公司法》及相关法规要求的任职资格。

自2018年3月整体变更设立以来，截至本招股意向书签署日，公司共召开了8次董事会，历次董事会召开情况如下：

序号	会议编号	召开时间
1	第一届董事会第一次会议	2018年3月23日
2	第一届董事会第二次会议	2018年10月16日
3	第一届董事会第三次会议	2019年5月28日
4	第一届董事会第四次会议	2019年10月28日
5	第一届董事会第五次会议	2020年3月6日
6	第一届董事会第六次会议	2020年8月28日
7	第一届董事会第七次会议	2020年10月28日
8	第一届董事会第八次会议	2021年1月18日

公司全体董事均出席了会议，董事会秘书、监事和高管列席了会议，董事会会议均由董事长主持。历次董事会会议的召集、出席、议事、表决均符合相关规定，会议记录完整规范，决议内容及决议的签署合法、合规、真实、有效。历次董事会按照《公司章程》、《董事会议事规则》及相关规定，规范运作，不存在董事会、管

理层等违反《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》及其他相关规定行使职权的情形。

3、董事会专门委员会的设置及运行情况

2018年3月23日，公司第一届董事会第一次会议批准设立战略委员会、审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会，并审议通过了《董事会战略委员会工作制度》、《董事会审计委员会工作制度》、《董事会提名委员会工作制度》、《董事会薪酬与考核委员会工作制度》。截至本招股意向书签署日，公司各专门委员会情况如下：

委员会名称	召集人	委员
战略委员会	夏靖	夏靖、谢林华、张薇
审计委员会	张薇	张薇、梁俪琼、章松柏
提名委员会	张薇	张薇、梁俪琼、夏靖
薪酬与考核委员会	梁俪琼	梁俪琼、张薇、谢林华

(1) 战略委员会

公司战略委员会由夏靖、谢林华、张薇3人组成，其中董事长夏靖担任召集人。根据《董事会战略委员会工作制度》，董事会战略委员会是董事会设立的专门工作机构，主要负责对公司长期发展战略、重大投资和资本运作决策进行研究并提出建议。

(2) 审计委员会

公司审计委员会由张薇、梁俪琼、章松柏3人组成，其中独立董事张薇担任召集人，张薇为会计专业人士。根据《董事会审计委员会工作制度》，董事会审计委员会是董事会设立的专门工作机构，主要负责提议聘请或更换公司外部审计机构、指导和监督公司的内部审计制度及其实施、负责公司内部审计与外部审计之间的沟通、审核公司的财务信息及其披露和审查公司的内控制度。

(3) 提名委员会

公司提名委员会由张薇、梁俪琼、夏靖3人组成，其中独立董事张薇担任召集人。根据《董事会提名委员会工作制度》，董事会提名委员会是董事会设立的专门工作机构，主要负责对公司董事、董事会各专门委员会成员和高级管理人员的人选，按选择标准和程序进行选择并提出建议。

(4) 薪酬与考核委员会

公司薪酬与考核委员会由梁俪琼、张薇、谢林华3人组成，其中独立董事梁俪

琼担任召集人。根据《董事会薪酬与考核委员会工作制度》，薪酬与考核委员会是董事会设立的专门工作机构，主要负责制定公司董事及高级管理人员的考核标准并进行考核，制定、审查公司董事及高级管理人员的薪酬政策与方案。

4、监事会制度及运行情况

公司制定了《监事会议事规则》，上市后适用《公司章程（草案）》，对监事会的权责和运作程序进行了具体规定。

公司设监事会。监事会由3名监事组成，其中股东代表监事1人，职工代表监事2人。职工代表监事由公司职工代表大会民主选举产生。监事会设主席1人。监事会主席由全体监事过半数选举产生。

自2018年3月整体变更设立以来，截至本招股意向书签署日，公司共召开了7次监事会会议，历次监事会的召开情况如下：

序号	会议编号	召开时间
1	第一届监事会第一次会议	2018年3月23日
2	第一届监事会第二次会议	2018年10月16日
3	第一届监事会第三次会议	2019年5月28日
4	第一届监事会第四次会议	2019年10月28日
5	第一届监事会第五次会议	2020年3月6日
6	第一届监事会第六次会议	2020年8月28日
7	第一届监事会第七次会议	2021年1月18日

历次监事会会议的召集、出席、议事、表决均符合相关规定，会议记录完整规范，决议内容及决议的签署合法、合规、真实、有效。历次监事会按照《公司章程》、《监事会议事规则》及相关规定，规范运作，不存在监事会、管理层等违反《公司法》及其他相关规定行使职权的情形。

前述股东大会、董事会、监事会的召开及决议内容符合相关法律法规及《公司章程》，不存在违法违规行为。

（三）发行人改制以来独立董事、董事会秘书制度及运行情况

1、独立董事制度及运行情况

2018年3月23日，公司召开创立大会暨首次股东大会，会议审议通过了《独立董事工作制度》。《独立董事工作制度》对独立董事的任职资格、权利和义务等作了规定，符合《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《关于在上市公司建立独

立董事制度的指导意见》等关于上市公司治理的规范性文件要求。

根据《独立董事工作制度》，公司设独立董事2名；公司独立董事人数达到了董事会人数的1/3以上；公司独立董事任期为3年，可以连选连任，但连任时间不得超过6年。公司2位独立董事均符合公司章程规定的任职条件，具备中国证监会《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》所要求的独立性。

自2018年3月23日公司创立大会暨首次股东大会建立独立董事工作制度以来，各独立董事严格按照《公司法》、《公司章程》、《独立董事工作制度》等相关规定，出席历次董事会，勤勉尽职地履行职责，积极参与公司的重大生产经营决策。不存在连续三次未亲自出席董事会会议的情形，且独立董事均未曾对有关决策事项提出异议。

2、董事会秘书制度及运行情况

2018年3月23日公司第一届董事会第一次会议审议通过了《董事会秘书工作制度》，《董事会秘书工作制度》对董事会秘书的任职资格、主要职责和工作制度等作了规定，符合中国证监会发布的《上市公司治理准则》等规范性文件的要求。自受聘以来，公司董事会秘书认真履行了各项职责，在公司法人治理结构的完善、董事、监事及其他高级管理人员证券知识的系统培训、与监管部门的交流沟通、与各中介机构的配合协调以及重大项目投资决策等事宜中发挥重要作用。

根据《董事会秘书工作制度》，董事会秘书为公司的高级管理人员，对公司和董事会负责。法律、法规及公司章程对公司高级管理人员的有关规定，适用于董事会秘书。

公司董事会秘书自任职以来依法筹备了历次董事会及股东大会会议，确保了公司董事会和股东大会的依法召开。

二、发行人最近三年违法违规情况

公司严格遵守国家的有关法律和法规，依法开展经营活动。报告期初至今，公司存在受税务部门、交通运输部门处罚的情形，但不构成重大违法违规行为，具体情况如下：

（一）税务处罚

2017年6月19日，苏州市吴中区国家税务局第一税务分局出具吴中国税简罚

[2017]4119号《税务行政处罚决定书（简易）》，认为公司由于丢失发票，根据《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条第二款的规定，处以罚款140元。公司已于当日缴纳了上述罚款。

根据《发票管理法》第三十六条“跨规定的使用区域携带、邮寄、运输空白发票，以及携带、邮寄或者运输空白发票出入境的，由税务机关责令改正，可以处1万元以下的罚款；情节严重的，处1万元以上3万元以下的罚款；有违法所得的予以没收。丢失发票或者擅自损毁发票的，依照前款规定处罚。”发行人丢失发票的行为不属于前述规定的情节严重情形，且发行人被处罚后已缴纳了罚款。同时，国家税务总局苏州吴中经济开发区税务局亦出具文件，证明公司报告期内无重大违法违规记录。因此，该项处罚不属于重大行政处罚。

（二）交通运输处罚

2019年5月30日，苏州市吴中区运输管理处出具F[2019]05011112437号《行政（当场）处罚决定书》，认为公司因未按照规定参加年度审验，根据《江苏省道路运输条例》第68条第1项、《江苏省道路运输条例》第六十四条的规定，给予罚款1,000元的行政处罚，并责令立即改正，记道路运输业户道路运输经营许可证件05分。公司已于当日缴纳罚款并及时补充办理年度审验手续。

根据《江苏省道路运输条例》第十六条“道路运输以及相关业务经营者不得有下列行为：（一）使用未经年度审验或者年度审验不合格的车辆从事道路运输”；根据《交通运输部关于规范交通运输行政处罚自由裁量权的若干意见》第三条第（三）项之规定“重大行政处罚案件是指交通行政执法部门作出的吊销证照、责令停产停业、五千元以上罚款的行政处罚决定”。发行人受到的罚款金额未超过5,000元，且已于当日缴纳罚款并及时补充办理年度审验手续，因此发行人上述处罚不属于重大行政处罚。同时，苏州市吴中区交通运输局亦于2019年12月出具证明，证明上述处罚不属于重大行政处罚，未对社会公众利益造成损失。因此，该项处罚不属于重大行政处罚。

综上，上述处罚不属于重大违法违规，未对公司的生产经营造成不利影响，不构成公司本次发行上市的实质性障碍。

三、发行人最近三年资金占用和对外担保情况

公司已按照《公司法》、《上市公司章程指引》、《上市公司治理准则》等相关法律法规的规定制定了《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》，并经相关股东大会或董事会审议通过。

（一）资金占用情况

报告期内公司的资金占用相关内容详见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方与关联交易”部分。

（二）对外担保的情形

《公司章程》及《对外担保制度》中已明确对外担保的审批权限和审议程序，报告期内公司不存在为控股股东、实际控制人和其它关联方进行违规担保的情形。

四、公司管理层对内部控制的评价及注册会计师意见

（一）公司管理层对内部控制的评估意见

公司管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为，根据《企业内部控制基本规范》的有关规定，截至2020年12月31日，公司的内部控制所有重大方面是有效的。

（二）注册会计师对公司内部控制制度的鉴证意见

公证天业会计师事务所对本公司的内部控制制度进行了专项审核，出具了苏公W[2021]E1008号《内部控制鉴证报告》，报告意见为：“我们认为，味知香按照《企业内部控制基本规范》规定的标准于2020年12月31日在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。”

第十节 财务会计信息

公司聘请公证天业会计师事务所对本公司截至 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 12 月 31 日资产负债表，2018 年度、2019 年度和 2020 年度的利润表、现金流量表、所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计。公证天业会计师事务所出具了苏公 W[2021]A005 号标准无保留意见的审计报告。

一、财务报表

(一) 资产负债表

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动资产：			
货币资金	330,272,663.22	211,390,721.08	151,330,548.22
交易性金融资产	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	3,619,613.12	488,932.43	322,221.92
应收款项融资	-	-	-
预付款项	19,829,836.89	14,579,889.40	2,076,798.01
其他应收款	758,375.08	571,584.03	488,997.61
存货	36,333,682.30	50,660,782.19	47,236,506.04
合同资产	-	-	-
持有待售资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	207,935.18	1,181,200.26	59,698.11
流动资产合计	391,022,105.79	278,873,109.39	201,514,769.91
非流动资产：	-	-	-
债权投资	-	-	-
其他债权投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	-	-	-

其他权益工具投资	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-
投资性房地产	-	-	-
固定资产	12,917,019.01	12,552,257.94	10,243,809.37
在建工程	11,832,775.47	925,627.09	1,405,360.45
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-
使用权资产	-	-	-
无形资产	9,794,838.83	833,546.81	824,521.57
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	1,115,151.97	1,404,922.57	1,670,142.08
递延所得税资产	60,060.38	18,267.16	16,275.11
其他非流动资产	216,527.24	9,013,961.00	-
非流动资产合计	35,936,372.90	24,748,582.57	14,160,108.58
资产总计	426,958,478.69	303,621,691.96	215,674,878.49

(续)

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动负债：			
短期借款	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	14,641,231.26	15,644,733.08	20,267,133.82
预收款项	-	6,887,986.07	3,175,139.24
合同负债	3,224,599.38	-	-
应付职工薪酬	8,083,299.82	6,980,062.45	6,500,090.96
应交税费	2,367,720.87	1,546,563.06	910,556.19
其他应付款	6,780,325.10	5,459,147.39	4,482,520.95
持有待售负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	528,992.05	823,565.19	303,080.11
流动负债合计	35,626,168.48	37,342,057.24	35,638,521.27

非流动负债：			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
租赁负债	-	-	-
长期应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	35,626,168.48	37,342,057.24	35,638,521.27
所有者（股东）权益：			
实收资本（或股本）	75,000,000.00	75,000,000.00	75,000,000.00
其他权益工具	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
资本公积	28,884,778.07	28,884,778.07	28,884,778.07
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	28,242,085.66	15,736,818.11	7,112,490.36
未分配利润	259,205,446.48	146,658,038.54	69,039,088.79
所有者（股东）权益合计	391,332,310.21	266,279,634.72	180,036,357.22
负债和股东权益总计	426,958,478.69	303,621,691.96	215,674,878.49

（二）利润表

单位：元

项目	2020年	2019年	2018年
一、营业收入	622,468,529.81	542,424,535.17	465,951,044.55
减：营业成本	439,061,355.12	406,957,714.45	349,000,838.69
税金及附加	2,246,570.01	1,723,312.09	1,531,983.14

销售费用	32,557,870.11	28,658,574.08	24,823,745.75
管理费用	20,009,393.83	17,936,650.10	18,977,931.38
研发费用	1,252,330.31	948,781.29	873,663.07
财务费用	-2,108,235.90	-2,780,934.30	-1,129,667.71
其中：利息费用	-	-	-
利息收入	2,133,417.07	2,817,705.56	1,157,397.38
加：其他收益	3,109,813.59	1,147,301.64	1,290,554.13
投资收益	-	-	929,292.58
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	-	-	-
净敞口套期收益	-	-	-
公允价值变动收益	-	-	-
信用减值损失	-167,472.82	-38,828.17	-
资产减值损失	-	-	-23,034.68
资产处置收益	48,371.65	100,517.78	20,148.94
二、营业利润	132,439,958.75	90,189,428.71	74,089,511.20
加：营业外收入	138,337.98	34,147.80	33,082.58
减：营业外支出	1,523,637.32	303,540.68	329,328.12
三、利润总额	131,054,659.41	89,920,035.83	73,793,265.66
减：所得税费用	6,001,983.92	3,676,758.33	2,668,362.05
四、净利润	125,052,675.49	86,243,277.50	71,124,903.61
（一）持续经营净利润	125,052,675.49	86,243,277.50	71,124,903.61
（二）终止经营净利润	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1.重新计量设定受益计划变动额	-	-	-
2.权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-
3.其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-
4.企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-

1.权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-
2.其他债权投资公允价值变动	-	-	-
3.金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-
4.其他债权投资信用减值准备	-	-	-
5.现金流量套期储备	-	-	-
6.外币财务报表折算差额	-	-	-
六、综合收益总额	125,052,675.49	86,243,277.50	71,124,903.61
七、每股收益		-	-
（一）基本每股收益	1.67	1.15	0.95
（二）稀释每股收益	1.67	1.15	0.95

（三）现金流量表

单位：元

项目	2020年	2019年	2018年
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	676,582,906.25	599,959,332.11	519,104,876.89
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	7,111,424.36	5,112,374.65	3,113,424.89
经营活动现金流入小计	683,694,330.61	605,071,706.76	522,218,301.78
购买商品、接受劳务支付的现金	452,945,252.88	452,405,575.01	355,913,549.46
支付给职工以及为职工支付的现金	49,049,281.59	42,376,307.04	37,045,960.11
支付的各项税费	26,059,032.36	19,114,154.92	19,212,036.41
支付其他与经营活动有关的现金	20,838,190.96	18,345,057.72	16,489,398.52
经营活动现金流出小计	548,891,757.79	532,241,094.69	428,660,944.50
经营活动产生的现金流量净额	134,802,572.82	72,830,612.07	93,557,357.28
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	32,000,000.00
取得投资收益收到的现金	-	-	929,292.58
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	697,162.00	394,113.18	118,464.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	697,162.00	394,113.18	33,047,756.58

购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	16,272,192.68	13,955,752.39	4,149,636.65
投资支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	16,272,192.68	13,955,752.39	4,149,636.65
投资活动产生的现金流量净额	-15,575,030.68	-13,561,639.21	28,898,119.93
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	-
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	14,000,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	-	-	14,000,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-	-	-14,000,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	119,227,542.14	59,268,972.86	108,455,477.21
加：期初现金及现金等价物余额	210,599,521.08	151,330,548.22	42,875,071.01
六、期末现金及现金等价物余额	329,827,063.22	210,599,521.08	151,330,548.22

二、审计意见

（一）审计意见

发行人审计机构公证天业会计师事务所认为，公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了发行人 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日以及 2020 年 12 月 31 日的财务状况以及 2018 年度、2019 年度以及 2020 年度的经营成果和现金流量。

（二）关键审计事项

关键审计事项	审计应对
1、收入确认	

<p>公司的营业收入主要为销售商品收入。报告期内，味知香各期的营业收入分别为2018年度46,595.10万元，2019年度54,242.45万元，2020年度62,246.85万元，2019年度较上年度增长16.41%，2020年度较上年度增长14.76%。由于销售收入是味知香的关键业绩指标之一，从而存在管理层为了达到特定目标或期望而操纵收入确认的固有风险；同时，收入对财务报表影响重大。因此，会计师将收入确认识别为关键审计事项。</p>	<p>报告期内，会计师针对收入确认执行的审计程序包括：1、了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制设计和运行的有效性，并对重要的控制点执行控制测试；2、选取样本，检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售订单、产品发货单、物流信息、客户签收信息等；3、对报告期内的各期各月的销售业务收入进行比较，分析波动原因，关注产品销售的结构和价格变动是否异常；比较主要产品各期收入、成本、毛利率，检查是否存在异常；4、针对报告期内销售金额较大的客户，通过走访、交易函证等方式检查合同的执行情况；5、对报告期内各期末前后记录的收入交易进行截止测试，确认收入是否记录于正确的会计期间。</p>
2、存货的存在、计价与分摊	
<p>公司的存货主要为冷冻食品，有着严格的保质期，同时，绝大部分存货存放于低温冷库中，对保管较为严格，可能存在过期、变质，滞销的风险。存货跌价准备计提是否充分对财务报表影响重大，因此，会计师将期末存货的存在、计价与分摊作为关键审计事项。</p>	<p>报告期内，会计师针对存货的存在、计价与分摊执行的审计程序包括：1、了解和评价管理层与存货的存在、计价与分摊相关的关键内部控制设计和运行的有效性，并对重要的控制点执行控制测试；2、对期末存货执行监盘，检查存货的数量、状况等，重点关注是否存在滞销、变质、毁损等迹象的存货；3、获取存货的库龄表，对存货进行分析，以判断是否存在减值；4、计算各期存货周转率，检查是否存在异常；比较前后各期及各月份存货余额及其构成，以判断期末余额及其构成的总体合理性；5、检查存货可变现净值的确定依据，存货跌价准备的计提方法是否正确。</p>

三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司财务报表以持续经营假设为编制基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》、各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释和其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证监会公布的《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》的规定，并基于本公司制定的各项会计政策和会计估计进行编制。

（二）合并财务报表范围及变化范围

公司在报告期内无纳入合并范围的子公司。

四、主要会计政策及会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

本公司的会计期间分年度和中期，会计中期指短于一个完整的会计年度的报告期间。本公司会计年度采用公历年度，自公历1月1日起至12月31日止。

（三）营业周期

正常营业周期，是指企业从购买用于加工的资产起至实现现金或现金等价物的期间。本公司以一年（12个月）作为正常营业周期。

（四）记账本位币

本公司的记账本位币为人民币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并

企业合并，是指将两个或两个以上单独的企业合并形成一个报告主体的交易或事项。企业合并分为同一控制下企业合并和非同一控制下企业合并。

1、同一控制下的企业合并，本公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的投资成本。长期股权投资投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的投资成本。按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

合并方发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。与发行权益性工具作为合并对价直接相关的交易费用，应

当冲减资本公积（股本溢价），资本公积（股本溢价）不足冲减的，冲减留存收益。

2、非同一控制下企业合并，本公司在购买日对为取得被购买方控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券按公允价值计量，对合并成本大于合并中取得的被购买方于购买日可辨认净资产公允价值的份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值的份额的差额，计入当期损益。

为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他管理费用于发生时计入当期损益。购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（六）合并财务报表的编制方法

1、合并财务报表范围的确定原则

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定，不仅包括根据表决权（或类似权利）本身或者结合其他安排确定的子公司，也包括基于一项或多项合同安排决定的结构化主体。控制是指本公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响该回报金额。子公司，是指被本公司控制的企业或主体。

2、合并财务报表编制的方法

（1）合并程序

在编制合并财务报表时，以公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。子公司与本公司采用的会计政策、会计期间不一致的，按照本公司的会计政策和会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。编制合并财务报表时，遵循重要性原则，对母公司与子公司、子公司与子公司之间的内部往来、内部交易及权益性投资项目予以抵销。

子公司的股东权益及当期净损益中不属于本公司所拥有的部分作为少数股东权益及少数股东损益在合并财务报表中股东权益及净利润项下单独列示。少数股东分担的子公司的亏损超过了少数股东在该子公司期初股东权益中所享有的份额，冲减少数股东权益。

（2）增加子公司以及业务

本公司从取得子公司的净资产和生产经营决策的实际控制权之日起，将其纳入

合并范围。

报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，编制合并资产负债表时，调整合并资产负债表的期初数；编制利润表时，将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；合并现金流量表时，将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表；同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

报告期内因非同一控制下企业合并或其他方式增加的子公司以及业务，编制合并资产负债表时，不调整合并资产负债表的期初数；编制利润表时，将该子公司以及业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；编制现金流量表时，将该子公司购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

公司对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，在合并财务报表中确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后计入合并当期损益。

通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并的，在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益、其他所有者权益变动的，应当转为购买日所属当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

本公司因购买子公司的少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日开始持续计算的可辨认净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积（股本溢价），资本公积（股本溢价）不足冲减的，调整留存收益。

（3）处置子公司以及业务

本公司从丧失对子公司实际控制权之日起停止将其纳入合并范围，处置日前的经营成果和现金流量纳入合并利润表和合并现金流量表中，不调整合并资产负债表的期初数。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司的控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，在丧失控制权时转为当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

本公司通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中（股本溢价），资本公积（股本溢价）不足冲减的，调整留存收益。

（七）合营安排分类及共同经营

合营安排分为共同经营和合营企业。共同经营，是指合营方享有该安排相关资产且承担该安排相关负债的合营安排。合营企业，是指合营方仅对该安排的净资产享有权利的合营安排。

合营方确认其与共同经营中利益份额相关的下列项目：确认单独所持有的资产，以及按其份额确认共同持有的资产；确认单独所承担的负债，以及按其份额确认共同承担的负债；确认出售其享有的共同经营产出份额所产生的收入；按其份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；确认单独所发生的费用，以及按其份额确认共同经营发生的费用。

（八）现金及现金等价物的确定标准

现金等价物是指企业持有的期限短（一般指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（九）外币业务和外币报表折算

对发生的外币交易，以交易发生日中国人民银行公布的市场汇率中间价折算为记账本位币记账。其中，对发生的外币兑换或涉及外币兑换的交易，按照交易实际采用的汇率进行折算。

资产负债表日，将外币货币性资产和负债账户余额，按资产负债表日中国人民银行公布的市场汇率中间价折算为记账本位币金额。按照资产负债表日折算汇率折算的记账本位币金额与原账面记账本位币金额的差额，作为汇兑损益处理。其中，与购建固定资产有关的外币借款产生的汇兑损益，按借款费用资本化的原则处理；属开办期间发生的汇兑损益计入开办费；其余计入当期的财务费用。

资产负债表日，对以历史成本计量的外币非货币项目，仍按交易发生日中国人民银行公布的市场汇率中间价折算，不改变其原记账本位币金额；对以公允价值计量的外币非货币性项目，按公允价值确定日中国人民银行公布的市场汇率中间价折算，由此产生的汇兑损益作为公允价值变动损益，计入当期损益。

对于境外经营，本公司在编制财务报表时将其记账本位币折算为人民币：对资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算，股东权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生当期平均汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，确认为其他综合收益并在资产负债表中股东权益项目下单独列示。处置境外经营时，将与该境外经营相关的其他综合收益转入处置当期损益，部分处置的按处置比例计算。

外币现金流量以及境外子公司的现金流量，采用现金流量发生当期平均汇率折算。汇率变动对现金的影响额作为调节项目，在现金流量表中单独列报。

（十）金融工具

（以下与金融工具有关的会计政策自 2019 年 1 月 1 日起适用）

金融工具，是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。

1、金融工具的确认和终止确认

本公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

满足下列条件的，终止确认金融资产（或金融资产的一部分，或一组类似金融资产的一部分），即从其账户和资产负债表内予以转销：

(1) 收取金融资产现金流量的权利届满；

(2) 转移了收取金融资产现金流量的权利，或在“过手协议”下承担了及时将收取的现金流量全额支付给第三方的义务；并且①实质上转让了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，或②虽然实质上既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但放弃了对该金融资产的控制。

如果金融负债的责任已履行、撤销或届满，则对金融负债进行终止确认。如果现有金融负债被同一债权人以实质上几乎完全不同条款的另一金融负债所取代，或现有负债的条款几乎全部被实质性修改，则此类替换或修改作为终止确认原负债和确认新负债处理，差额计入当期损益。

以常规方式买卖金融资产，按交易日会计进行确认和终止确认。常规方式买卖金融资产，是指按照合同条款的约定，在法规或通行惯例规定的期限内收取或交付金融资产。交易日，是指本公司承诺买入或卖出金融资产的日期。

2、金融资产分类和计量

本公司的金融资产于初始确认时根据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、被指定为有效套期工具的衍生工具。金融资产在初始确认时以公允价值计量，但是初始确认应收账款未包含重大融资成分或不考虑不超过一年的融资成分的，按照交易价格确认。

对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

金融资产的后续计量取决于其分类：

(1) 以摊余成本计量的债务工具投资

金融资产同时符合下列条件的，分类为以摊余成本计量的金融资产：管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。此类金融资产采用实际利率法确认利息收入，其终止确认、修改或减值产生的利得或损失，均计入当期损益。

此类金融资产主要包含货币资金、应收账款、应收账款保理、其他应收款和长

期应收款等。本公司将自资产负债表日起一年内到期的债权投资和长期应收款列报为一年内到期的非流动资产，原到期日在一年以内的债权投资列报为其他流动资产。

(2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

金融资产同时符合下列条件的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：本公司管理该金融资产的业务模式是既以收取合同现金流量为目标又以出售金融资产为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。此类金融资产采用实际利率法确认利息收入。除利息收入、减值损失及汇兑差额确认为当期损益外，其余公允价值变动计入其他综合收益。当金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益转出，计入当期损益。

此类金融资产列报为其他债权投资，自资产负债表日起一年内到期的其他债权投资列报为一年内到期的非流动资产，原到期日在一年以内的其他债权投资列报为其他流动资产。

(3) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

上述以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，所有公允价值变动计入当期损益。

此类金融资产列报为交易性金融资产，自资产负债表日起超过一年到期且预期持有超过一年的列报为其他非流动金融资产。

企业在初始确认时将某金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产后，不能重分类为其他类金融资产；其他类金融资产也不能在初始确认后重新指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

按照上述条件，本公司指定的这类金融资产主要为权益性投资，且在初始计量时并未指定为公允价值计量且其变动计入其他综合收益。

3、金融负债分类和计量

本公司的金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债、被指定为有效套期工具的衍生工具。对于以公允价

值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关交易费用直接计入当期损益，其他金融负债的相关交易费用计入其初始确认金额。

金融负债的后续计量取决于其分类：

(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

满足下列条件之一的，属于交易性金融负债：承担相关金融负债的目的主要是为了在近期内出售或回购；属于集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明企业近期采用短期获利方式模式；属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、符合财务担保合同的衍生工具除外。交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具），按照公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，所有公允价值变动均计入当期损益。

(2) 其他金融负债

对于此类金融负债，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

4、金融工具减值

本公司对分类为以摊余成本计量的金融资产、分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产和财务担保合同以预期信用损失为基础确认损失准备。

信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于本公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

本公司基于单项和组合评估金融工具的预期信用损失。本公司考虑了不同客户的信用风险特征，以账龄组合为基础评估金融工具的预期信用损失。

本公司在评估预期信用损失时，考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

(1) 应收款项

对于应收款项，无论是否包含重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续

期内预期信用损失的金额计量其损失准备，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

本公司将该应收款项按类似信用风险特征（账龄）进行组合，并基于所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，对该应收款项坏账准备的计提比例进行估计如下：

应收款项账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1年以内（含1年，以下同）	5%	5%
1至2年	20%	20%
2至3年	30%	30%
3至4年	80%	80%
4至5年	80%	80%
5年以上	100%	100%

如果有客观证据表明某项应收账款已经发生信用减值，则本公司对该应收款项单项计提坏账准备并确认预期信用损失。

本公司对应收票据、长期应收款等其他应收款项，于每一期末进行核查，如果有客观证据表明某项应收账款已经发生信用减值，则本公司分别转入应收账款及其他应收款，对该应收款项单项计提坏账准备并确认预期信用损失。

（2）其他金融资产

除上述采用简化计量方法以外的金融资产，本公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加，如果信用风险自初始确认后未显著增加，处于第一阶段，本公司按照相当于未来12个月内预期信用损失的金额计量损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入；如果信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，本公司按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入；如果初始确认后发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备，并按照摊余成本和实际利率计算利息收入。对于资产负债表日只具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后未显著增加。

通常逾期超过30日，本公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果金融工具于资产负债表日的信用风险较低，本公司即认为该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

当本公司不再合理预期能够全部或部分收回金融资产合同现金流量时，本公司直接减记该金融资产的账面余额。

5、金融工具抵销

同时满足下列条件的，金融资产和金融负债以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

6、财务担保合同

财务担保合同，是指特定债务人到期不能按照债务工具条款偿付债务时，发行方向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。财务担保合同在初始确认时按照公允价值计量，除指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同外，其余财务担保合同在初始确认后按照资产负债表日确定的预期信用损失准备金额和初始确认金额扣除按照收入确认原则确定的累计摊销额后的余额两者孰高者进行后续计量。

7、衍生金融工具

衍生金融工具初始以衍生交易合同签订当日的公允价值进行计量，并以其公允价值进行后续计量。公允价值为正数的衍生金融工具确认为一项资产，公允价值为负数的确认为一项负债。

除与套期会计有关外，衍生工具公允价值变动产生的利得或损失直接计入当期损益。

8、金融资产转移

本公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产。

本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

通过对所转移金融资产提供财务担保方式继续涉入的，按照金融资产的账面价值和财务担保金额两者之中的较低者，确认继续涉入形成的资产。财务担保金额，是指所收到的对价中，将被要求偿还的最高金额。

（以下与金融工具有关的会计政策适用于 2018 年度）

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

2、金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

本公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

本公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：（1）持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；（2）在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

本公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；（2）与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；（3）不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者

进行后续计量：①按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；②初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动损益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。（2）可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

本公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：（1）放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；（2）未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）所转移金融资产的账面价值；（2）因转移而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）终止确认部分的账面价值；（2）终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

4、主要金融资产和金融负债的公允价值确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值；不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术（包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等）确定其公允价值；初始取得或源生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

5、金融资产的减值测试和减值准备计提方法

资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。

按摊余成本计量的金融资产，期末有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间的差额确认减值损失。在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生减值时，将该权益工具投资或衍生金融资产的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失。

可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，确认其减值损失，并将原直接计入其他综合收益的公允价值累计损失一并转出计入减值损失。

（十一）应收款项

自 2019 年 1 月 1 日起适用的与应收款项减值有关的会计政策参见本节之“四、（十）4、金融工具减值”。

（以下与应收款项有关的会计政策适用于 2018 年度）

1、单项金额重大并单项计提坏账的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	期末金额为 200 万元（含 200 万元）以上的应收款项
------------------	-------------------------------

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备。经减值测试后，预计未来现金流量净值不高于其账面价值的，则按账龄分析法计提坏账准备
----------------------	--

2、按组合计提坏账准备应收款项

确定组合的依据	
账龄组合	以应收款项的账龄为信用风险特征划分组合
无风险组合	无坏账风险或收回期限较短的应收款项
按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	按账龄分析法计提坏账准备
无风险组合	不计提坏账准备

账龄分析法计提坏账准备比例

应收款项账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1年以内（含1年，以下同）	5%	5%
1至2年	20%	20%
2至3年	30%	30%
3至4年	80%	80%
4至5年	80%	80%
5年以上	100%	100%

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	单项金额不重大且按照账龄分析法计提坏账准备不能反映其风险特征的应收款项
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备。

（十二）存货

1、存货核算

存货是指公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。公司存货包括原材料、低值易耗品、在产品、产成品等。

存货在取得时，按实际成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。

原材料及产成品发出采用移动加权平均法；低值易耗品在领用时采用一次转销法摊销。

2、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

期末存货按成本与可变现净值孰低原则计价；期末，在对存货进行全面盘点的基础上，对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。产成品及大宗原材料的存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取，其他数量繁多、单价较低的原辅材料按类别提取存货跌价准备。

产成品、商品和用于出售的材料等可直接用于出售的存货，其可变现净值按该等存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定；用于生产而持有的材料等存货，其可变现净值按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、估计的销售费用和相关税费后的金额确定；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算；企业持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为基础计算。

3、存货的盘存制度

公司存货盘存采用永续盘存制，并定期进行实地盘点。

低值易耗品和包装物的摊销方法：

（1）低值易耗品的摊销方法

公司领用低值易耗品采用一次转销法或分次摊销法进行摊销。

（2）包装物的摊销方法

公司领用包装物采用一次转销法或分次摊销法进行摊销。

（十三）合同资产/合同负债

自 2020 年 1 月 1 日起适用的会计政策。

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司将同一合同下的合同资产和合同负债相互抵销后以净额列示。

合同资产，是指公司已向客户转让商品而有权收取对价的权利，且该权利取决于时间流逝之外的其他因素。如公司向客户销售两项可明确区分的商品，因已交付其中一项商品而有权收取款项，但收取该款项还取决于交付另一项商品的，公司将该收款权利作为合同资产。

合同资产的预期信用损失的确定方法，详见本节之“（十）金融工具”。

合同负债反映本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务。本公司

在向客户转让商品之前，客户已经支付了合同对价或本公司已经取得了无条件收取合同对价权利的，在客户实际支付款项与到期应支付款项孰早时点，按照已收或应收的金额确认合同负债。

（十四）合同成本

1、与合同成本有关的资产金额的确定方法

公司与合同成本有关的资产包括合同履约成本和合同取得成本。

合同履约成本，即公司为履行合同发生的成本，不属于其他企业会计准则规范范围且同时满足下列条件的，作为合同履约成本确认为一项资产：该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；该成本增加了公司未来用于履行履约义务的资源；该成本预期能够收回。

合同取得成本，即公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产；该资产摊销期限不超过一年的，在发生时计入当期损益。增量成本，是指公司不取得合同就不会发生的成本（如销售佣金等）。公司为取得合同发生的、除预期能够收回的增量成本之外的其他支出（如无论是否取得合同均会发生的差旅费等），在发生时计入当期损益，但是，明确由客户承担的除外。

2、与合同成本有关的资产的摊销

公司与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

3、与合同成本有关的资产的减值

公司在确定与合同成本有关的资产的减值损失时，首先对按照其他相关企业会计准则确认的、与合同有关的其他资产确定减值损失；然后根据其账面价值高于公司因转让与该资产相关的商品预期能够取得的剩余对价以及为转让该相关商品估计将要发生的成本这两项差额的，超出部分应当计提减值准备，并确认为资产减值损失。

以前期间减值的因素之后发生变化，使得前述差额高于该资产账面价值的，转回原已计提的资产减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不应超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

（十五）长期股权投资

长期股权投资包括对子公司、合营企业和联营企业的权益性投资。

长期股权投资在取得时以初始投资成本进行初始计量。通过同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，以合并日取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为初始投资成本；初始投资成本与合并对价账面价值之间差额，调整资本公积（不足冲减的，冲减留存收益）；合并日之前的其他综合收益，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他股东权益变动而确认的股东权益，在处置该项投资时转入当期损益；其中，处置后仍为长期股权投资的按比例结转，处置后转换为金融工具的则全额结转。通过非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，以合并成本作为初始投资成本（通过多次交易分步实现非同一控制下的企业合并的，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和作为初始投资成本），合并成本包括购买方付出的资产、发生或承担的负债、发行的权益性证券的公允价值之和；购买日之前持有的因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他股东权益变动而确认的股东权益，在处置该项投资时转入当期损益；其中，处置后仍为长期股权投资的按比例结转，处置后转换为金融工具的则全额结转；购买日之前持有的股权投资作为其他权益工具计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时全部转入留存收益。除企业合并形成的长期股权投资以外方式取得的长期股权投资，按照下列方法确定初始投资成本：支付现金取得的，以实际支付的购买价款及与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出作为初始投资成本；发行权益性证券取得的，以发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本；通过非货币性资产交换取得的，按照《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》确定初始投资成本；通过债务重组取得的，按照《企业会计准则第12号——债务重组》确定初始投资成本。

（十六）持有待售资产

本公司将同时满足下列条件的公司组成部分（或非流动资产）确认为持有待售：该组成部分必须在其当前状况下仅根据出售此类组成部分的惯常条款即可立即出售；公司已经就处置该组成部分作出决议，如按规定需得到股东批准的，已经取得

股东大会或相应权力机构的批准；公司已经与受让方签订了不可撤销的转让协议；该项转让将在一年内完成。

（十七）固定资产

1、确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一年，单位价值较高的有形资产。

2、折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限	估计残值率	年折旧率
房屋建筑物	直线法	20年	5%	4.75%
机器设备	直线法	10年	5%	9.50%
运输工具	直线法	4年	5%	23.75%
电子设备及其他	直线法	3-5年	5%	19.00%-31.67%

3、融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法

本公司将符合下列一项或数项标准的，认定为融资租赁固定资产：

(1)在租赁合同中已经约定(或者在租赁开始日根据相关条件作出合理判断)，在租赁期届满时，租赁固定资产的所有权能够转移给本公司；

(2)本公司有购买租赁固定资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁固定资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定本公司将会行使这种选择权；

(3)即使固定资产的所有权不转移，但租赁期占租赁固定资产使用寿命的75%及以上；

(4)本公司在租赁开始日的最低租赁付款额现值，相当于租赁开始日租赁固定资产公允价值的90%及以上；出租人在租赁开始日的最低租赁收款额现值，相当于租赁开始日租赁固定资产公允价值的90%及以上；

(5)租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有本公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。

4、固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节之“（二十一）长期资产减值”。

（十八）在建工程

本公司建造的固定资产在达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或工程实际成本等，按估计的价值结转固定资产，次月起开始计提折旧。待办理了竣工决算手续后再对固定资产原值差异作调整。

在建工程的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节之“（二十一）长期资产减值”。

（十九）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

借款费用包括因借款而发生的利息、折价或溢价的摊销和辅助费用，以及因外币借款而发生的汇兑差额。本公司发生的借款费用，属于需要经过1年以上（含1年）时间购建的固定资产、开发投资性房地产或存货所占用的专门借款或一般借款所产生的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时确认为费用，计入当期损益。相关借款费用当同时具备以下三个条件时开始资本化：

- （1）资产支出已经发生；
- （2）借款费用已经发生；
- （3）为使资产达到预定可使用状态所必要的购建活动已经开始。

2、借款费用资本化的期间

为购建固定资产、投资性房地产、存货所发生的借款费用，满足上述资本化条件的，在该资产达到预定可使用状态或可销售状态前所发生的，计入资产成本；若固定资产、投资性房地产、存货的购建活动发生非正常中断，并且中断时间连续超过3个月，暂停借款费用的资本化，将其确认为当期费用，直至资产的购建活动重新开始；在达到预定可使用状态或可销售状态时，停止借款费用的资本化，之后发生的借款费用于发生当期直接计入财务费用。

3、借款费用资本化金额的计算方法

为购建或者生产开发符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定。

为购建或者生产开发符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，

计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

（二十）无形资产

1、无形资产的计价方法

本公司的无形资产包括土地使用权、专利技术和非专利技术等。

购入的无形资产，按实际支付的价款和相关的其他支出作为实际成本。

投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。

通过非货币资产交换取得的无形资产，具有商业实质的，按换出资产的公允价值入账；不具有商业实质的，按换出资产的账面价值入账。

通过债务重组取得的无形资产，按公允价值确认。

2、无形资产摊销方法和期限

本公司的土地使用权从出让起始日（获得土地使用权日）起，按其出让年限平均摊销；本公司专利技术、非专利技术和其他无形资产按预计使用年限、合同规定的受益年限和法律规定的有效年限三者中最短者分期平均摊销。摊销金额按其受益对象计入相关资产成本和当期损益。

本公司受益年限不确定的无形资产不摊销。

无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节之“（二十一）长期资产减值”。

3、内部研究开发支出会计政策

自行研究开发的无形资产，其研究阶段的支出，应当于发生时计入当期损益；其开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产（专利技术和非专利技术）：

- （1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- （2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- （3）运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场；
- （4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；
- （5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。前期已计入损益的开发支出不在以后期间确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产。

（二十一）长期资产减值

固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产及对子公司、合营企业、联营企业的长期股权投资等，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试；尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少每年进行减值测试。减值测试结果表明资产的可回收金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可回收金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可回收金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可回收金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

在财务报表单独列示的商誉，无论是否存在减值迹象，至少每年进行减值测试。减值测试时，商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。测试结果表明包含分摊的商誉的资产组或资产组组合的可回收金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至该资产组或资产组组合的商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉以外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

（二十二）长期待摊费用

本公司长期待摊费用为已经支出，但受益期限在 1 年以上的费用，该等费用在受益期内平均摊销。

（二十三）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为其提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益，其他会计准则要求或允许计入资产成本的除外；发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量；企业为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、

生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为其提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额，并确认相应负债，计入当期损益或相关资产成本。

2、离职后福利的会计处理方法

本公司将离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划。离职后福利计划，是指企业与职工就离职后福利达成的协议，或者企业为向职工提供离职后福利制定的规章或办法等。其中，设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，企业不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划，是指除设定提存计划以外的离职后福利计划。

3、辞退福利的会计处理方法

本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系、或者为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿，在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。职工内部退休计划采用上述辞退福利相同的原则处理。本公司将自职工停止提供服务日至正常退休日的期间拟支付的内退人员工资和缴纳的社会保险费等，在符合预计负债确认条件时，计入当期损益（辞退福利）。

4、其他长期职工福利的会计处理方法

本公司亦向满足一定条件的职工提供国家规定的保险制度外的补充退休福利，该等补充退休福利属于设定受益计划，资产负债表上确认的设定受益负债为设定受益义务的现值减去计划资产的公允价值。设定受益义务每年由独立精算师采用与义务期限和币种相似的国债利率、以预期累积福利单位法计算。与补充退休福利相关的服务费用（包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失）和利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益。

（二十四）预计负债

1、确认原则

当与对外担保、未决诉讼或仲裁、产品质量保证、裁员计划、亏损合同、重组义务、固定资产弃置义务等或有事项相关的业务同时符合以下条件时，本公司将其

确认为负债：

- (1) 该义务是本公司承担的现时义务；
- (2) 该义务的履行很可能导致经济利益流出企业；
- (3) 该义务的金额能够可靠地计量。

2、计量方法

按清偿该或有事项所需支出的最佳估计数计量。

(二十五) 股份支付

股份支付，分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。以权益结算的股份支付，是指本公司为获取服务以股份或其他权益工具作为对价进行结算的交易。

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积；完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内每个资产负债表日，本公司根据最新取得的可行权职工人数变动、是否达到规定业绩条件等后续信息对可行权权益工具数量作出最佳估计，以此为基础，按照授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

在满足业绩条件和服务期限条件的期间，应确认以权益结算的股份支付的成本或费用，并相应增加资本公积。可行权日之前，于每个资产负债表日为以权益结算的股份支付确认的累计金额反映了等待期已届满的部分以及本公司对最终可行权的权益工具数量的最佳估计。

对由于未满足非市场条件和/或服务期限条件而最终未能行权的股份支付，不确认成本或费用。股份支付协议中规定了市场条件或非可行权条件的，无论是否满足市场条件或非可行权条件，只要满足其他业绩条件和/或服务期限条件，即视为可行权。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款，至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外，增加所授予权益工具公允价值的修改，或在修改日对职工有利的变更，均确认取得服务的增加。

如果取消了以权益结算的股份支付，则于取消日作为加速行权处理，立即确认尚未确认的金额。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足

的，作为取消以权益结算的股份支付处理。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

（二十六）收入

（自 2020 年 1 月 1 日起适用）

1、收入确认原则

于合同开始日，公司对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：

（1）客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；

（2）客户能够控制公司履约过程中在建商品或服务；

（3）公司履约过程中所产出的商品或服务具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：

（1）公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；

（2）公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；

（3）公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；

（4）公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；

（5）客户已接受该商品；

（6）其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

2、收入计量原则

（1）公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格是公司

因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额,不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。

(2) 合同中存在可变对价的,公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数,但包含可变对价的交易价格,不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。

(3) 合同中存在重大融资成分的,公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额,在合同期间内采用实际利率法摊销。合同开始日,公司预计客户取得商品或服务控制权与客户支付价款间隔不超过一年的,不考虑合同中存在的重大融资成分。

(4) 合同中包含两项或多项履约义务的,公司于合同开始日,按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例,将交易价格分摊至各单项履约义务。

3、收入确认的具体方法

公司主要销售半成品菜,属于在某一时点履行的履约义务。收入确认需满足以下条件:公司已根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品,已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入,商品所有权上的主要风险和报酬已转移,商品的法定所有权已转移。

公司已向客户转让商品或服务而有权收取对价的权利作为合同资产列示,合同资产以预期信用损失为基础计提减值。公司拥有的无条件向客户收取对价的权利作为应收款项列示。公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务作为合同负债列示。

(适用于 2019 年度、2018 年度)

1、销售商品收入确认时间的具体判断标准

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方;公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权,也没有对已售出的商品实施有效控制;收入的金额能够可靠地计量;相关的经济利益很可能流入企业;相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时,确认商品销售收入实现。

本公司销售商品收入确认的确认标准及收入确认时间的具体判断标准:本公司为国内销售,以按照合同条款将产品交付客户,经客户签收并核对无误后作为收入的确认时点。

2、确认让渡资产使用权收入的依据

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时，分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

(1) 利息收入金额：按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。

(2) 使用费收入金额：按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

(3) 租赁收入：在出租合同（或协议）规定日期收取租金后，确认收入实现。如果虽然在合同或协议规定的日期没有收到租金，但是租金能够收回，并且收入金额能够可靠计量的，也确认为收入。

3、按完工百分比法确认提供劳务的收入和建造合同收入时，确定合同完工进度的依据和方法

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量（已经提供的劳务占应提供劳务总量的比例或已经发生的成本占估计总成本的比例）确定。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入。同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

(1) 已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

(2) 已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

4、执行新收入准则对公司的影响分析

根据财政部于 2006 年 2 月 15 日印发的《企业会计准则第 14 号——收入》、《企业会计准则第 15 号——建造合同》及相应的《应用指南》（以下简称“原准则”），本公司制定了报告期内收入确认会计政策。2017 年，财政部发布修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号，以下简称“新收入准则”），要求申请

首发企业应当自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据中国证监会于 2020 年 1 月 16 日颁布的《发行监管问答——关于申请首发企业执行新收入准则相关事项的问答》，公司对新收入准则实施前后的影响分析如下。

(1) 新收入准则实施前后，公司收入确认会计政策的主要差异情况

① 将原收入和建造合同两项准则纳入统一的收入确认模型

原准则是根据《收入》及《建造合同》制定的，区分销售商品、提供劳务、让渡资产使用权和建造合同等业务类型，分别采用不同的收入确认模式；新准则不再区分业务类型，采用统一的收入确认模式。

② 以“控制权转移”替代“风险报酬转移”作为收入确认时点的判断标准

新收入准则改革了原有的“风险报酬转移”为核心原则的收入确认模型，明确收入确认的核心原则为“控制权转移”，即“企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务的控制权时确认收入”，强调企业确认收入的方式应当反映其向客户转让商品或服务的模式，确认金额应当反映企业因交付该商品或服务而预期有权收取的金额。

(2) 实施新收入准则在业务模式、合同条款、收入确认等方面产生的影响

公司属于生产制造业，一直从事半成品菜的研发、生产和销售，公司的业务模式不会因实施新收入准则而发生变化。

公司与客户的销售合同或订单约定了产品数量、价款、交货期等条款，公司承担的合同义务为整体性的单项履约义务，交易价格与合同价款一致。公司的合同条款不会因实施新收入准则而发生变化。

对于公司的收入确认时点，原准则的收入确认时点即为“控制权转移”的时点，执行新收入准则后收入确认时点与原准则一致。

综上，新收入准则的实施，对公司的业务模式、合同条款、收入确认等方面不会产生影

(3) 实施新收入准则对公司报告期各年合并财务报表主要财务指标的影响

假定自报告期期初开始全面执行新收入准则，公司的营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额、归属于公司普通股股东的净资产等主要财务指标不受影响。

5、收入确认、销售退回的会计政策、确认时点及其合规性

公司对经销店、加盟店客户的销售收入确认政策如下：公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

收入确认时点：已按照合同条款将产品交付客户，经客户签收并核对无误后作为收入的确认时点。具体时点包括：①已获取客户签字或盖章确认签收单据；②客户使用公司 APP 或微信小程序线上确认收货。

当确认收货后发生销售退回的，公司按照原收入确认金额冲减退回当月的销售收入，同时冲减当月的销售成本。

综上所述，公司收入确认、销售退回的会计政策、确认时点符合《企业会计准则》的规定。报告期内，公司退货金额分别为 10.77 万元、46.72 万元及 41.03 万元，金额较小。

（二十七）政府补助

1、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）。

2、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

本公司取得的政策性优惠贷款贴息，区分以下两种情况，分别进行会计处理：

(1) 财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向本公司提供贷款的，本公司以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

(2) 财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

(二十八) 递延所得税资产/递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

(二十九) 租赁

1、经营租赁的会计处理方法

公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁收入确认相同

的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

2、融资租赁的会计处理方法

融资租入资产：公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费用。公司采用实际利率法对未确认的融资费用，在资产租赁期间内摊销，计入财务费用。公司发生的初始直接费用，计入租入资产价值。

融资租出资产：公司在租赁开始日，将应收融资租赁款，未担保余值之和与其现值的差额确认为未实现融资收益，在将来收到租金的各期间内确认为租赁收入。公司发生的与出租交易相关的初始直接费用，计入应收融资租赁款的初始计量中，并减少租赁期内确认的收益金额。

（三十）重要会计政策、会计估计的变更

1、重要会计政策变更

会计政策变更的内容和原因	备注
执行财政部于 2017 年 3 月 31 日修订发布的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期保值》以及财政部于 2017 年 5 月 2 日修订发布的《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（统称“新金融工具准则”）	1、资产负债表项目 （1）因报表项目名称变更，将“以公允价值计且其变动计入当期损益的金融资产”重分类至“交易性金融资产”。 （2）可供出售权益工具投资重分类为“交易性金融资产”、“其他权益工具投资”。 （3）可供出售债务工具投资重分类为“交易性金融资产”。 （4）持有至到期投资重分类为“以摊余成本计量的金融资产”、“债权投资”、“交易性金融资产”。 （5）可供出售债务工具投资重分类为“以摊余成本计量的金融资产”。 （6）持有至到期投资重分类为“以摊余成本计量的金融资产”、“债券投资”、“其他流动资产”、“交易性金融资产”。 2、利润表项目 （1）对“以摊余成本计量的金融资产”和“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）”计提预期信用损失准备。
执行财政部于 2019 年 4 月 30 日发布了《财政部关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6 号）文件，变更财务报表格式	除执行上述新金融工具准则涉及项目变更外，其他列报格式的变更对本公司财务报表无影响。

执行财政部于 2017 年 7 月 5 日发布的《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》（财会〔2017〕22 号）（简称“新收入准则”）	涉及资产负债表“合同资产”和“合同负债”项目。
---	-------------------------

注：按照《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》和《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》的规定，企业变更会计政策或发生重要的前期差错更正，采用追溯调整法的，应当对可比会计期间的比较数据进行相应调整。

为了提高信息在会计期间的可比性，向报表使用者提供与理解当期财务报表更加相关的比较数据，对于上述会计政策变更，除新金融工具准则外，本公司采用完全追溯调整法调整前期比较数据。

为执行新收入准则，本公司重新评估主要合同收入的确认和计量、核算和列报等方面。首次执行的累积影响金额调整首次执行当期期初（即 2020 年 1 月 1 日）的留存收益及财务报表其他相关项目金额，对 2019 年度及以前年度财务报表不予调整。

执行新收入准则对公司的影响如下：

单位：元

变更内容	报表项目	2020 年 1 月 1 日（变更后）金额	2019 年 12 月 31 日（变更前）金额
列报	合同负债	6,887,986.07	-
列报	预收款项	-	6,887,986.07

新金融工具准则对公司在风险管理、金融资产分类、金融资产减值等方面产生的变化情况如下：

（1）风险管理方面

公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 22 号--金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号--金融资产转移》《企业会计准则第 24 号--套期保值》以及《企业会计准则第 37 号--金融工具列报》（以下简称“新金融工具准则”）。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。

报告期内，公司持有的金融资产主要为货币资金、应收账款、其他应收款、理财产品等，承担的金融负债主要为应付账款、其他应付款等。新金融工具准则施行后，公司金融资产和金融负债的相关风险性质及特征未发生明显变动，因此在风险管理方面亦未发生重大变化。

(2) 金融资产分类方面

2019年1月1日，公司金融资产和金融负债按照新金融工具准则和按原金融工具准则的规定进行分类和计量结果对比如下表：

单位：万元

项目	原金融工具准则		新金融工具准则	
	计量类别	账面价值	计量类别	账面价值
应收账款	贷款和应收款项	32.22	以摊余成本计量的金融资产	32.22
其他应收款	贷款和应收款项	48.90	以摊余成本计量的金融资产	48.90
应付账款	以摊余成本计量的金融负债	2,026.71	以摊余成本计量的金融负债	2,026.71
其他应付款	以摊余成本计量的金融负债	448.25	以摊余成本计量的金融负债	448.25

(3) 金融资产减值方面

2019年1月1日，公司原金融资产减值准备期末金额调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的损失准备的调节表如下：

单位：万元

项目	按原金融工具准则计提的损失准备 (2018.12.31)	重分类	重新计量	按新金融工具准则计提的损失准备 (2019.01.01)
应收账款	2.02	-	-	2.02
其他应收款	4.49	-	-	4.49

综上所述，新金融工具准则的施行对发行人不存在重大不利影响。

(4) 对财务状况的影响

新金融工具准则施行后对发行人金融资产和金融负债的重新认定和科目列示的具体影响详见本问题的第一部分回答，新金融工具准则的施行对发行人期初留存收益没有影响。

自2019年1月1日起执行新金融工具准则时，因为公司的客户结构及其信用状况较2016年-2018年未发生重大变化，以及参考历史信用损失经验，并基于所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，对账龄组合应收款项预期信用损失的计提比例与账龄分析法下坏账准备计提比例保持一致，对相关会计政策和估计无重大影响。

2、重要会计估计变更

本期未发生重要的会计估计变更。

（三十一）重大会计判断和估计

公司根据历史经验和其他因素，包括对未来事项的合理预期，对所采用的重要会计估计进行持续的评价。于资产负债表日，公司需对财务报表项目金额进行判断、估计和假设的重要领域如下：

1、采用会计政策的关键判断

下列重要会计估计及关键假设的存在会导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整的重要风险：

信用风险显著增加的判断：

公司判断信用风险显著增加的主要标准为逾期天数超过 30 日，或者以下一个或多个指标发生显著变化：债务人所处的经营环境、内外部信用评级、实际或预期经营成果的显著变化、担保物价值或担保方信用评级的显著下降等。

公司判断已发生信用减值的主要标准为逾期天数超过 90 日（即，已发生违约），或者符合以下一个或多个条件：债务人发生重大财务困难，进行其他债务重组或很可能破产等。

2、重要会计估计及其关键假设

（1）预期信用损失的计量

本公司通过违约风险敞口和预期信用损失率计算预期信用损失，并基于违约概率和违约损失率确定预期信用损失率。在确定预期信用损失率时，本公司使用内部历史信用损失经验等数据，并结合当前状况和前瞻性信息对历史数据进行调整。在考虑前瞻性信息时，本公司使用的指标包括经济下滑的风险、预期失业率的增长、外部市场环境、技术环境和客户情况的变化等。本公司定期监控并复核与预期信用损失计算相关的假设。上述估计技术和关键假设于本年度未发生重大变化。

（2）存货跌价准备

本公司根据存货会计政策，按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值及陈旧和滞销的存货，计提存货跌价准备。存货减值至可变现净值是基于评估存货的可售性及其可变现净值。鉴定存货减值要求管理层在取得确凿证据，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素的基础上作出判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响存货的账面价值及存货跌价准备的计提或转回。

(3) 长期资产减值

本公司管理层于资产负债表日评估固定资产、在建工程、无形资产、商誉等长期资产是否出现减值。可收回金额为资产预计未来产生的现金流量的现值与公允价值减去处置费用后的净额两者中较高者，是按可以取得的最佳信息作出估计，以反映知情自愿各方于各资产负债表日进行公平交易以处置资产而获取的款项（应扣减处置成本）或持续使用该资产所产生的现金。该估计于每次减值测试时都可能予以调整。如果重新估计的可收回金额高于本公司管理层原先的估计，本公司不能转回原已计提的资产减值损失。

(4) 折旧和摊销

本公司对投资性房地产、固定资产和无形资产在考虑其残值后，在使用寿命内按直线法计提折旧和摊销。本公司定期复核使用寿命，以确定将计入每个报告期的折旧和摊销费用金额。使用寿命是本公司根据对同类资产的以往经验并结合预期的技术更新而确定的。如果以前的估计发生重大变化，则会在未来期间对折旧和摊销费用进行调整。

(5) 内部退养福利及补充退休福利

本公司内部退养福利和补充退休福利费用支出及负债的金额依据各种假设条件确定。这些假设条件包括折现率、平均医疗费用增长率、内退人员及离退人员补贴增长率和其他因素。实际结果和假设的差异将在发生时立即确认并计入当期费用。尽管管理层认为已采用了合理假设，但实际经验值及假设条件的变化仍将影响本公司内部退养福利和补充退休福利的费用及负债余额。

(6) 所得税

本公司在正常的经营活动中，有部分交易其最终的税务处理和计算存在一定的不确定性。部分项目是否能够在税前列支需要税收主管机关的审批。如果这些税务事项的最终认定结果同最初估计的金额存在差异，则该差异将对其最终认定期间的当期所得税和递延所得税产生影响。

(7) 递延所得税资产

本公司确认税务亏损及其他可抵扣暂时性差异所产生的递延所得税资产在很大程度上取决于本公司很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税项抵减的未来应纳税所得额，而计算该未来应纳税所得额需要运用大量的判断及估计。不同的判断及估

计会影响确认的递延所得税资产的金額。

五、执行的主要税收政策及适用的税率情况

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	应税销售收入	6%、9%、10%、11%、13%、16%、17%
城市维护建设税	应纳流转税额	5%
教育费附加	应纳流转税额	3%
地方教育费附加	应纳流转税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%

（二）税收优惠及批文

1、企业所得税

公司农产品初加工享受企业所得税免税优惠。

根据《企业所得税法》第二十七条第（一）款、《企业所得税法实施条例》第八十六条以及《财政部、国家税务总局关于发布享受企业所得税优惠政策的农产品初加工范围（试行）的通知》（财税[2008]149号）、《财政部、国家税务总局关于享受企业所得税优惠的农产品初加工有关范围的补充通知》（财税[2011]26号）、《国家税务总局关于实施农、林、牧、渔业项目企业所得税优惠问题的公告》（国家税务总局公告2011年第48号）规定，公司生产的蔬菜便捷菜、肉制品便捷菜和水产品便捷菜符合农产品初加工范围，业务所得享受农产品初加工免征企业所得税的税收优惠政策。具体政策和依据如下：

（1）《中华人民共和国企业所得税法》

“第二十七条 企业的下列所得，可以免征、减征企业所得税：（一）从事农、林、牧、渔业项目的所得；”

（2）《中华人民共和国企业所得税法实施条例》

“第八十六条 企业所得税法第二十七条第（一）项规定的企业从事农、林、牧、渔业项目的所得，可以免征、减征企业所得税，是指：（一）企业从事下列项目的所得，免征企业所得税：7. 灌溉、农产品初加工、兽医、农技推广、农机作业和维修等农、林、牧、渔服务业项目；”

（3）《财政部、国家税务总局关于发布享受企业所得税优惠政策的农产品初

加工范围（试行）的通知》（财税[2008]149号）

“一、种植业类（三）园艺植物初加工 1.蔬菜初加工（1）将新鲜蔬菜通过清洗、挑选、切割、预冷、分级、包装等简单加工处理，制成净菜、切割蔬菜。（2）利用冷藏设施，将新鲜蔬菜通过低温贮藏，以备淡季供应的速冻蔬菜，如速冻茄果类、叶类、豆类、瓜类、葱蒜类、柿子椒、蒜苔。（3）将植物的根、茎、叶、花、果、种子和食用菌通过干制等简单加工处理，制成的初制干菜，如黄花菜、玉兰片、萝卜干、冬菜、梅干菜、木耳、香菇、平菇。

二、畜牧业类（一）畜禽类初加工 1.肉类初加工

通过对畜禽类动物（包括各类牲畜、家禽和人工驯养、繁殖的野生动物以及其他经济动物）宰杀、去头、去蹄、去皮、去内脏、分割、切块或切片、冷藏或冷冻、分级、包装等简单加工处理，制成的分割肉、保鲜肉、冷藏肉、冷冻肉、绞肉、肉块、肉片、肉丁。

三、渔业类（一）水生动物初加工

将水产动物（鱼、虾、蟹、鳖、贝、棘皮类、软体类、腔肠类、两栖类、海兽类动物等）整体或去头、去鳞（皮、壳）、去内脏、去骨（刺）、搯溃或切块、切片，经冰鲜、冷冻、冷藏等保鲜防腐处理、包装等简单加工处理，制成的水产动物初制品。”

（4）《财政部、国家税务总局关于享受企业所得税优惠的农产品初加工有关范围的补充通知》（财税[2011]26号）

“二、畜牧业类（一）畜禽类初加工。1.肉类初加工。《范围》规定的肉类初加工产品还包括火腿等风干肉、猪牛羊杂骨。”

（5）《国家税务总局关于实施农、林、牧、渔业项目企业所得税优惠问题的公告》（国家税务总局公告 2011 年第 48 号）

“五、农产品初加工相关事项的税务处理。（一）企业根据委托合同，受托对符合《财政部 国家税务总局关于发布享受企业所得税优惠政策的农产品初加工范围（试行）的通知》（财税〔2008〕149号）和《财政部 国家税务总局关于享受企业所得税优惠的农产品初加工有关范围的补充通知》（财税〔2011〕26号）规定的农产品进行初加工服务，其所收取的加工费，可以按照农产品初加工的免税项目处理。”

公司在报告期内享受农产品初加工免征企业所得税的税收优惠政策，并且已在主管税务机关备案，符合上述法律法规规定。

2、增值税

公司购进农产品进项税享受进项税加计扣除的税收优惠。

根据《财政部、国家税务总局关于简并增值税税率有关政策的通知》（财税〔2017〕37号）规定，自2017年7月1日起，简并增值税税率结构，取消13%的增值税税率。纳税人销售或者进口农产品（含粮食）税率调整为11%。同时规定，纳税人购进用于生产销售或委托受托加工17%税率货物的农产品维持原扣除力度不变，保持13%的扣除率。自2018年5月1日起，《财政部、国家税务总局关于调整增值税税率的通知》（财税〔2018〕32号）将原适用11%扣除率的购进农产品，扣除率调整为10%。对纳税人购进用于生产销售或委托加工16%税率货物的农产品，给予2%的加计扣除，即按照12%的扣除率计算进项税额。自2019年4月1日起，《财政部、税务总局、海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部、税务总局、海关总署公告2019年第39号）将农产品税率进一步调整为9%，同时将加计扣除率调整为1%。

（1）《财政部、国家税务总局关于简并增值税税率有关政策的通知》（财税〔2017〕37号）

“二、纳税人购进农产品，按下列规定抵扣进项税额：（一）除本条第（二）项规定外，纳税人购进农产品，取得一般纳税人开具的增值税专用发票或海关进口增值税专用缴款书的，以增值税专用发票或海关进口增值税专用缴款书上注明的增值税额为进项税额；从按照简易计税方法依照3%征收率计算缴纳增值税的小规模纳税人取得增值税专用发票的，以增值税专用发票上注明的金额和11%的扣除率计算进项税额；取得（开具）农产品销售发票或收购发票的，以农产品销售发票或收购发票上注明的农产品买价和11%的扣除率计算进项税额。”

（2）《财政部、国家税务总局关于调整增值税税率的通知》（财税〔2018〕32号）

“为完善增值税制度，现将调整增值税税率有关政策通知如下：一、纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用17%和11%税率的，税率分别调整为16%、10%。二、纳税人购进农产品，原适用11%扣除率的，扣除率调整为10%。

三、纳税人购进用于生产销售或委托加工 16%税率货物的农产品，按照 12%的扣除率计算进项税额。”

(3)《财政部、税务总局、海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》(财政部、税务总局、海关总署公告 2019 年第 39 号)

“二、纳税人购进农产品，原适用 10%扣除率的，扣除率调整为 9%。纳税人购进用于生产或者委托加工 13%税率货物的农产品，按照 10%的扣除率计算进项税额。”

公司在报告期内享受购进农产品进项税加计扣除的税收优惠政策，符合上述法律法规规定。

3、税收优惠总额及占净利润比重

报告期内，公司享受了上述农产品初加工免征企业所得税的税收优惠政策，减免税额分别为 1,665.72 万元、1,953.67 万元及 2,763.85 万元，占当期公司净利润的比例分别为 23.42%、22.65%及 22.10%，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
农产品初加工免税收入金额	10,861.34	7,623.25	6,343.63
企业所得税税率优惠（减免）税额	2,715.34	1,905.81	1,585.91
购进农产品进项税加计扣除税额	48.51	47.86	79.81
税收优惠（减免）税额合计	2,763.85	1,953.67	1,665.72
净利润	12,505.27	8,624.33	7,112.49
税收优惠（减免）税额占净利润的比例	22.10%	22.65%	23.42%

公司根据国家政策享受税收优惠，且报告期各期税收优惠总额占公司净利润的比例均未超过 30%，公司对税收优惠不存在依赖的情况。

六、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

报告期内，公司非经常性损益项目及金额如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年度	2018 年度
非流动资产处置损益	2.52	9.80	-0.37
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额	270.05	52.20	35.50

或定量享受的政府补助除外)			
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	92.93
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-145.81	-26.69	-27.24
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-286.51
所得税影响额	31.69	8.83	-46.42
少数股东权益影响额	-	-	-
合计	95.06	26.48	-139.26

报告期内,公司非经常性损益净额分别为-139.26万元、26.48万元以及95.06万元。

七、主要资产情况

(一) 固定资产

截至报告期末,公司的固定资产原值为2,308.27万元,累计折旧为1,016.56万元,固定资产账面价值为1,291.70万元,公司固定资产具体情况如下:

单位:万元

类别	账面原值	累计折旧	资产减值准备	账面价值	折旧年限
机器设备	1,412.70	666.32	-	746.38	10年
运输设备	587.39	201.59	-	385.80	4年
电子设备及其他	308.17	148.65	-	159.52	3-5年
合计	2,308.27	1,016.56	-	1,291.70	-

(二) 在建工程

截至报告期末,公司在建工程具体情况如下:

单位:万元

项目	账面原值	资产减值准备	账面价值
----	------	--------	------

新建生产厂房项目	1,183.28	-	1,183.28
合计	1,183.28	-	1,183.28

报告期内，公司在建工程未发生减值情形，故未计提在建工程减值准备。

（三）无形资产

截至报告期末，公司无形资产具体情况如下：

单位：万元

类别	账面原值	累计摊销	资产减值准备	账面价值	取得方式	摊销年限
土地使用权	926.05	18.52	-	907.52	出让	50年
软件	113.93	41.97	-	71.96	购买	10年
商标	13.70	13.70	-	-	原始取得	10年
合计	1,053.67	74.19	-	979.48	-	-

八、主要负债情况

（一）银行借款

报告期末，公司不存在银行借款。

（二）应付账款

报告期末，公司应付账款余额为1,464.12万元，主要是应付供应商的原材料采购款，且无应付关联方款项。公司应付账款账龄情况如下：

单位：万元

序号	账龄	金额	占比
1	1年以内	1,463.93	99.99%
2	1至2年	0.19	0.01%
	合计	1,464.12	100.00%

报告期末，公司不存在账龄超过1年的重要应付账款。

（三）合同负债

报告期末，公司合同负债余额为322.46万元，主要为预收公司客户的货款。公司合同负债账龄情况如下：

单位：万元

序号	账龄	金额	占比
----	----	----	----

1	1年以内	319.38	99.05%
2	1至2年	2.42	0.75%
3	2至3年	0.49	0.15%
4	3至4年	0.17	0.05%
合计		322.46	100.00%

报告期末，公司不存在账龄超过1年的重要合同负债。

（四）对内部人员和关联方的负债

1、对内部人员的负债

报告期末，公司对内部员工的负债为应付职工薪酬，余额为808.33万元。公司应付职工薪酬情况如下：

单位：万元

项目	金额
短期薪酬	808.33
离职后福利-设定提存计划	-
合计	808.33

报告期内，公司不存在拖欠员工工资情况。

2、对关联方的负债

报告期末，公司无对关联方的负债。

（五）应交税费

报告期末，公司应交税费明细如下：

单位：万元

项目	金额
企业所得税	143.71
增值税	67.01
城建税	3.37
教育费附加	3.37
个人所得税	14.88
印花税	1.13
土地使用税	3.30
合计	236.77

九、所有者权益情况

报告期各期末，公司资产负债表中股东权益项目明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
实收资本（或股本）	7,500.00	7,500.00	7,500.00
资本公积	2,888.48	2,888.48	2,888.48
盈余公积	2,824.21	1,573.68	711.25
未分配利润	25,920.54	14,665.80	6,903.91
归属于母公司所有者权益合计	39,133.23	26,627.96	18,003.64
所有者权益合计	39,133.23	26,627.96	18,003.64

（一）实收资本（或股本）

报告期内，公司股本变动情况详见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本形成及其变化和重大资产重组情况”。

（二）资本公积

报告期内各期末，公司资本公积的明细情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
股本溢价	2,888.48	2,888.48	2,888.48
合计	2,888.48	2,888.48	2,888.48

报告期各期末，公司资本公积分别为2,888.48万元、2,888.48万元和2,888.48万元。

报告期内，公司资本公积的变动说明如下：

1、2018 年的变动情况

单位：万元

项目	2018.01.01	本期增加	本期减少	2018.12.31
股本溢价	-	2,888.48	-	2,888.48
合计	-	2,888.48	-	2,888.48

2018年3月3日，味知香有限股东会通过决议，同意味知香有限依法整体变更为股份有限公司，味知香有限全体股东作为发起人，以其拥有的味知香有限截至2017年11月30日经审计净资产10,101.97万元，按照1:0.7424折股比例折股投入，注册资

本为7,500.00万元，剩余部分2,601.97万元计入资本公积-股本溢价。

2017年11月30日，味知香有限股东会通过决议，同意控股股东夏靖将其持有的10.00%的股权转让给金花生。2018年3月，金花生的合伙人将其持有的合伙份额转让给公司的员工，转让价格为50.50元/出资额，转让的份额占持股平台的28.94%。转让后，金花生成为本公司员工持股的持股平台，因转让价格低于当时可参考公允价值（每股100元），其实质为以权益结算的涉及职工的股份支付，因此将可参考公允价值与实际支付对价差异2,865,060.00元计入2018年管理费用，并确认资本公积-股本溢价286.51万元。

2、2019 年的变动情况

单位：万元

项目	2019.01.01	本期增加	本期减少	2019.12.31
股本溢价	2,888.48	-	-	2,888.48
合计	2,888.48	-	-	2,888.48

3、2020 年的变动情况

单位：万元

项目	2020.01.01	本期增加	本期减少	2020.12.31
股本溢价	2,888.48	-	-	2,888.48
合计	2,888.48	-	-	2,888.48

（三）盈余公积

报告期各期末，公司盈余公积明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
法定盈余公积	2,824.21	1,573.68	711.25
任意盈余公积	-	-	-
合计	2,824.21	1,573.68	711.25

报告期内，公司根据公司法 and 公司章程规定，分别按照当期实现的净利润计提法定盈余公积。

（四）未分配利润

报告期各期末，公司未分配利润明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初未分配利润	14,665.80	6,903.91	10,296.06
加：本期归属于母公司所有者的净利润	12,505.27	8,624.33	7,112.49
减：提取法定盈余公积	1,250.53	862.43	711.25
应付普通股股利		-	-
其他（股份制改造由留存收益转入）		-	9,793.39
期末未分配利润	25,920.54	14,665.80	6,903.91

十、现金流量主要项目

报告期内，公司现金流量简表如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
经营活动产生的现金流量净额	13,480.26	7,283.06	9,355.74
投资活动产生的现金流量净额	-1,557.50	-1,356.16	2,889.81
筹资活动产生的现金流量净额	-	-	-1,400.00
现金及现金等价物净增加额	11,922.75	5,926.90	10,845.55
期末现金及现金等价物余额	32,982.71	21,059.95	15,133.05

十一、会计报表附注中的期后事项、或有事项和其他重要事项

（一）期后事项

截至本招股意向书签署日，公司未发生影响本财务报表阅读和理解的重大资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至报告期末，公司无需披露的或有事项。

（三）其他重要事项

截至报告期末，公司无其他对投资者决策有影响的重要事项。

十二、主要财务指标

（一）报告期公司主要财务指标

单位：万元

主要财务指标	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率（倍）	10.98	7.47	5.65
速动比率（倍）	9.96	6.11	4.33
资产负债率	8.34%	12.30%	16.52%
归属于母公司股东的每股净资产（元）	5.22	3.55	2.40
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例	0.18%	0.31%	0.46%
主要财务指标	2020年	2019年	2018年
应收账款周转率（次）	287.86	1,265.80	1,729.75
存货周转率（次）	10.09	8.31	9.44
总资产周转率（次）	1.70	2.09	2.62
息税折旧摊销前利润（万元）	13,432.67	9,330.56	7,683.72
利息保障倍数（倍）	-	-	-
归属母公司股东净利润（万元）	12,505.27	8,624.33	7,112.49
归属母公司股东扣除非经常损益后净利润（万元）	12,410.20	8,597.84	7,251.75
每股经营活动现金净流量（元/股）	1.80	0.97	1.25
每股净现金流量（元/股）	1.59	0.79	1.45

注：上述财务指标相关计算公式如下：

- 1、流动比率=期末流动资产/期末流动负债
- 2、速动比率=(期末流动资产-期末存货)/流动负债
- 3、资产负债率=期末总负债/期末总资产
- 4、归属母公司股东每股净资产=归属于母公司所有者权益/期末股份总数（以股份公司成立后的最新股本75,000,000股计算）
- 5、无形资产（扣除土地使用权等后）占净资产的比例=无形资产（扣除土地使用权等后）/净资产
- 6、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额
平均应收账款余额=(期初应收账款余额+期末应收账款余额)/2
- 7、存货周转率=营业成本/平均存货
平均存货=(期初存货+期末存货)/2
- 8、总资产周转率=营业收入/平均总资产

平均总资产=（期初总资产+期末总资产）/2

9、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+折旧+摊销+利息支出

10、利息保障倍数=（税前利润+利息支出）/利息支出

11、每股经营活动现金净流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股份总数（以股份公司成立后的最新股本75,000,000股计算）

12、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股份总数（以股份公司成立后的最新股本75,000,000股计算）

（二）报告期公司净资产收益率和每股收益

按照中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号-净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010年修订）》要求，公司报告期内的净资产收益率及每股收益如下：

项目		2020年	2019年	2018年
扣除非经常性损益前	加权平均净资产收益率	38.03%	38.65%	49.56%
	基本每股收益（元/股）	1.67	1.15	0.95
	稀释每股收益（元/股）	1.67	1.15	0.95
扣除非经常性损益后	加权平均净资产收益率	37.74%	38.53%	50.53%
	基本每股收益（元/股）	1.65	1.15	0.97
	稀释每股收益（元/股）	1.65	1.15	0.97

注：上述指标的计算公式如下：

1、加权平均净资产收益率= $P_0 / (E_0 + N_P \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中： P_0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润； N_P 为归属于公司普通股股东的净利润； E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产； E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产； E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、基本每股收益= $P_0 \div S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中： P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润； S 为发行在外的普通股加权平均数； S_0 为期初股份总数； S_1 为报告期因公积金转增股本

或股票股利分配等增加股份数； S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 为报告期月份数； M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、在发行可转换债券、股份期权、认股权证等稀释性潜在普通股情况下，稀释每股收益可参照如下公式计算：

稀释每股收益= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$ 其中， P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到小值。

十三、盈利预测报告

发行人未编制盈利预测报告。

十四、资产评估

公司整体变更为股份有限公司时，聘请江苏中企华中天资产评估有限公司对公司改制所涉及的全部资产及负债进行评估。江苏中企华中天资产评估有限公司以2017年11月30日为评估基准日，以资产基础法为评估方法进行评估，并出具了苏中资评报字（2018）第6022号《苏州味知香食品有限公司拟变更设立股份有限公司所涉及的净资产价值资产评估报告》。评估基准日，味知香有限经审计账面净资产10,101.97万元，评估的账面净资产为11,948.86万元，评估增值率为18.28%。

十五、历次验资情况

发行人设立时及以后历次验资报告的相关内容详见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况”。

十六、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况

公司审计报告的截止日为2020年12月31日，财务报告审计截止日至本招股意向书签署日，公司内外部经营状况良好，生产和销售情况正常，公司经营模式、

采购模式，主要产品的市场规模和盈利能力，税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化。公司的持续盈利能力不存在重大不确定性及其他可能影响投资者判断的重大事项。

公司预计 2021 年一季度营业收入为 14,000 万元至 18,000 万元，同比增长 10.35%至 41.88%；归属于母公司所有者的净利润为 2,400.00 万元至 3,100.00 万元，同比增长 13.80%至 46.99%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润为 2,500 万元至 3,200 万元，同比增长 13.17%至 44.86%。（上述有关公司 2021 年一季度业绩预计数据未经注册会计师审计或审阅，不构成公司所作的盈利预测）。

第十一节 管理层讨论与分析

根据公司经审计的财务报告，公司管理层作出以下讨论与分析。投资者阅读本章内容时，应同时参考本招股意向书“第十节 财务会计信息”中的相关财务报告及其附注的内容。

一、财务状况分析

（一）资产结构

1、报告期各期末资产构成

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	39,102.21	91.58%	27,887.31	91.85%	20,151.48	93.43%
非流动资产	3,593.64	8.42%	2,474.86	8.15%	1,416.01	6.57%
资产总计	42,695.85	100.00%	30,362.17	100.00%	21,567.49	100.00%

报告期内，公司业务不断发展，公司的资产规模逐年增长。其中，流动资产占比整体呈增长趋势，非流动资产规模相对稳定。

报告期各期末，公司资产总额分别为21,567.49万元、30,362.17万元及42,695.85万元，2019年末、2020年末分别较上年末增长40.78%及40.62%，主要是由于经营和收入规模扩大所致。

2、流动资产构成分析

报告期各期末，公司流动资产构成明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	33,027.27	84.46%	21,139.07	75.80%	15,133.05	75.10%
应收账款	361.96	0.93%	48.89	0.18%	32.22	0.16%
预付款项	1,982.98	5.07%	1,457.99	5.23%	207.68	1.03%
其他应收款	75.84	0.19%	57.16	0.20%	48.90	0.24%
存货	3,633.37	9.29%	5,066.08	18.17%	4,723.65	23.44%
其他流动资产	20.79	0.05%	118.12	0.42%	5.97	0.03%

流动资产合计	39,102.21	100.00%	27,887.31	100.00%	20,151.48	100.00%
---------------	------------------	----------------	------------------	----------------	------------------	----------------

报告期各期末，公司流动资产主要由货币资金、预付款项、存货及其他流动资产构成，上述四项流动资产占当期期末流动资产总额的比例分别为99.60%、99.62%及98.88%。

(1) 货币资金

报告期各期末，公司货币资金明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
现金	5.64	3.88	2.83
银行存款	32,974.39	21,056.08	15,130.22
其他货币资金	47.24	79.12	-
合计	33,027.27	21,139.07	15,133.05

报告期各期末，公司的货币资金由现金、银行存款及其他货币资金构成，余额分别为15,133.05万元、21,139.07万元及33,027.27万元，占流动资产的比例分别为75.10%、75.80%及84.46%，呈逐年上升趋势。

2019年末，货币资金较2018年末增加6,006.02万元，增幅为39.69%，主要因为2019年实现净利润8,624.33万元，相应产生经营活动现金流净额7,283.06万元。

2020年末，货币资金较2019年末增加11,888.19万元，增幅为56.24%，主要因为2020年实现净利润12,505.27万元，相应产生经营活动现金流净额13,480.26万元。

(2) 应收账款

① 应收账款基本情况

报告期各期末，公司应收账款变动情况及与同行业可比公司对比如下：

单位：万元

公司简称	项目	2020.12.31/ 2020年	2019.12.31/ 2019年	2018.12.31/ 2018年
安井食品	应收账款余额	-	18,148.57	12,569.36
	营业收入	-	526,666.30	425,909.02
	应收账款余额占当期 营业收入比例	-	3.45%	2.95%
惠发食品	应收账款余额	-	17,658.14	17,307.50
	营业收入	-	120,981.43	104,177.65
	应收账款余额占当期	-	14.60%	16.61%

	营业收入比例			
海欣食品	应收账款余额	-	21,235.21	16,993.62
	营业收入	-	138,518.37	114,451.30
	应收账款余额占当期营业收入比例	-	15.33%	14.85%
味知香	应收账款余额	381.01	51.47	34.24
	营业收入	62,246.85	54,242.45	46,595.10
	应收账款余额占当期营业收入比例	0.61%	0.09%	0.07%

注：截至本招股意向书签署日，上述可比公司尚未披露2020年年度报告。

报告期各期末，公司的应收账款余额分别为34.24万元、51.47万元及381.01万元，占营业收入的比例分别为0.07%、0.09%及0.61%。报告期各期末，公司应收账款余额及占流动资产比例均较低，主要系公司下游经销商客户大多为个体工商户，通常规模较小，同时公司凭借竞争优势地位，采用严格的信用政策，报告期内大多采用款到发货的结算模式。报告期内，公司统一采用款到发货的结算方式，少数客户经公司审批后可以先货后款，对此公司给予一定的信用额度，一般账期不超过45天，信用额度不超过50万元。

报告期各期末，应收账款占营业收入的比例均极低，其变动情况对公司生产经营影响较小。

味知香与同行业公司应收账款余额占当期营业收入比例显著低于同行业可比公司，主要是由于客户结构和结算模式的不同，同行业可比公司经销商中规模较大的经销商和大型商超较发行人更多，对于此类客户通常采用赊销模式，因此各期末应收账款余额较高。

② 应收账款账龄分析及坏账计提情况

报告期各期末，公司应收账款具体账龄结构以及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

账龄	账面余额		坏账准备		账面金额
	金额	占比	金额	计提比例	
2020.12.31					
1年以内	381.01	100.00%	19.05	5.00%	361.96
1至2年	-	-	-	-	-
2至3年	-	-	-	-	-

3年以上	-	-	-	-	-
合计	381.01	100.00%	19.05	5.00%	361.96
2019.12.31					
1年以内	51.47	100.00%	2.57	5.00%	48.89
1至2年	-	-	-	-	-
2至3年	-	-	-	-	-
3年以上	-	-	-	-	-
合计	51.47	100.00%	2.57	5.00%	48.89
2018.12.31					
1年以内	32.21	94.08%	1.61	5.00%	30.60
1至2年	2.03	5.92%	0.41	20.00%	1.62
2至3年	-	-	-	-	-
3年以上	-	-	-	-	-
合计	34.24	100.00%	2.02	5.89%	32.22

公司应收账款主要账期在一年以内，报告期各期末，一年以内应收账款余额占比分别为94.08%、100.00%及100.00%，公司应收账款账龄较短，单个客户应收账款金额较小，并且绝大多数应收账款均在期后如期收回，发生坏账损失的可能性较低。因此，公司按照应收账款账龄计提坏账准备，计提充分。

报告期内，公司不存在收入确认时以应收账款进行初始确认后转为票据结算的情形。

③ 报告期各期末应收账款主要客户情况

2020年末，公司应收账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	账龄	账面余额	占应收账款余额的比例
1	上海钱大妈农产品有限公司	1年以内	213.56	56.05%
2	杭州钱大妈供应链有限公司	1年以内	33.84	8.88%
3	上海傲鲜食品有限公司	1年以内	16.05	4.21%
4	九江联盛超市连锁股份有限公司	1年以内	13.47	3.53%
5	无锡市钱大妈供应链有限公司	1年以内	11.74	3.08%
	合计	-	288.65	75.76%

2019年末，公司应收账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	账龄	账面余额	占应收账款余额的比例
1	六安市怡馨园商贸有限公司	1年以内	14.54	28.25%
2	九江联盛超市连锁股份有限公司	1年以内	10.47	20.35%
3	海宁市华联购物中心有限公司	1年以内	9.54	18.53%
4	上海钱大妈农产品有限公司	1年以内	6.77	13.15%
5	安徽生鲜传奇商业有限公司	1年以内	5.14	9.99%
合计		-	46.45	90.26%

2018年末，公司应收账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	账龄	账面余额	占应收账款余额的比例
1	安徽生鲜传奇商业有限公司	1年以内	10.33	30.17%
2	苏州中晟水处理有限公司	1年以内	8.18	23.89%
3	殷军民	1年以内	6.05	17.68%
4	海宁市华联购物中心有限公司	1年以内	3.91	11.42%
5	苏州市吴中区横泾商会	1年以内	2.38	6.96%
合计		-	30.86	90.12%

报告期末，公司应收账款余额中无应收持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位的款项。

④ 合作年限和渠道应收账款情况

报告期各期末，公司对经销商客户的应收账款余额及占比按客户合作年限分类如下：

单位：万元

类型	合作年限	2020年末		2019年末		2018年末	
		期末余额	占应收账款余额比例	期末余额	占应收账款余额比例	期末余额	占应收账款余额比例
加盟店	1年以内	2.59	0.68%	-	-	-	-
	5年以上	4.79	1.26%	-	-	0.00	0.00%
	小计	7.38	1.94%	-	-	0.00	0.00%
经销店	1年以内	61.61	16.17%	9.12	17.73%	-	-

	1-2年	223.92	58.77%	0.00	0.01%	10.33	30.17%
	2-3年	-	-	8.79	17.08%	1.24	3.61%
	3-4年	14.22	3.73%	0.40	0.78%	0.00	0.00%
	4-5年	-	-	-	-	1.00	2.91%
	5年以上	-	-	5.49	10.66%	4.90	14.30%
	小计	299.76	78.67%	23.81	46.25%	17.46	50.99%
批发客户	1年以内	20.57	5.40%	13.12	25.50%	-	-
	1-2年	16.57	4.35%	-	-	-	-
	3-4年	1.62	0.42%	-	-	-	-
	4-5年	16.25	4.27%	14.54	28.25%	-	-
	5年以上	8.70	2.28%	-	-	0.00	0.00%
	小计	63.71	16.72%	27.66	53.75%	0.00	0.00%
经销商应收账款余额合计		370.84	97.33%	51.47	100.00%	17.46	50.99%

注：1、2018年末除了经销客户外，公司对直销客户存在16.78万元应收账款。

2、2020年末，公司对直销客户和电商客户合计存在10.17万元应收账款。

除少数客户经公司审批给予一定信用额度和信用期限外，公司对经销商客户均采用款到发货的结算模式。加盟店及经销店客户的信用政策与其他销售模式一致，不存在显著宽松于其他销售方式的情况。

⑤ 分地域应收账款情况

报告期各期末，公司对经销商客户的应收账款余额及占比按地域分类如下：

单位：万元

类型	地域	2020年末		2019年末		2018年末	
		期末余额	占应收账款余额比例	期末余额	占应收账款余额比例	期末余额	占应收账款余额比例
加盟店	华东	7.38	1.94%	-	-	0.00	0.00%
	小计	7.38	1.94%	-	-	0.00	0.00%
经销店	华北	-	-	-	-	-	-
	华东	299.76	78.67%	23.81	46.25%	17.46	50.99%
	小计	299.76	78.67%	23.81	46.25%	17.46	50.99%
批发客户	华东	55.52	14.57%	27.66	53.75%	0.00	0.00%
	西北	8.19	2.15%	-	-	-	-

	小计	63.71	16.72%	27.66	53.75%	0.00	0.00%
经销商应收账款余额合计		370.84	97.33%	51.47	100.00%	17.46	50.99%

注：1、2018年末除了经销客户外，公司对直销客户存在16.78万元应收账款。

2、2020年末，公司对直销客户和电商客户合计存在10.17万元应收账款。

报告期各期末，发行人对加盟店、经销店及批发客户的应收账款账面余额合计分别为17.46万元、51.47万元和370.84万元，占当期营业收入的比例分别为0.04%、0.09%和0.60%，加盟店和经销店应收账款未显著增大，应收账款占比仍处于较低水平。

(3) 预付款项

① 预付款项基本情况

报告期各期末，公司预付款项明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
预付款项	1,982.98	1,457.99	207.68

报告期内，公司预付款项主要为预付原材料采购款以及预付电费以及聘请中介机构费用等，各期末预付款项余额随着期末采购需求、备货计划及采购价格的变动有所浮动。报告期各期末，预付款项余额分别为207.68万元、1,457.99万元及1,982.98万元，占流动资产的比例分别为1.03%、5.23%及5.07%。

2019年末，预付款项余额较2018年末增加1,250.31万元，同比增加602.04%，主要原因为2019年下半年原材料价格上涨较快，公司为预防原材料供应不足，提前预订了部分原材料。

2020年末，预付款项余额较2019年末增加524.99万元，同比增加36.01%，主要原因是预付原材料供应商款项增加。

② 报告期各期末预付款项主要供应商情况

2020年末，公司预付款项前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	账龄	账面余额	占预付款项余额的比例
1	上海侨邦国际贸易有限公司	1年以内	285.70	14.41%
2	公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）	1年以内及1	266.80	13.45%

		至2年		
3	上海碧迎食品有限公司	1年以内	223.36	11.26%
4	吉林省长春皓月清真肉业股份有限公司	1年以内	152.83	7.71%
5	百佑佳食品贸易（上海有限公司）	1年以内	151.24	7.63%
合计		-	1,079.93	54.45%

2019年末，公司预付款项前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	账龄	账面余额	占预付款项余额的比例
1	上海睿创国际贸易有限公司	1年以内	342.14	23.47%
2	公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）	1年以内	169.60	11.63%
3	高邮市应天水产有限公司	1年以内	150.00	10.29%
4	国泰君安证券股份有限公司	1年以内	110.00	7.54%
5	扬州兴湖食品有限公司	1年以内	109.71	7.52%
合计		-	881.45	60.46%

2018年末，公司预付款项前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	账龄	账面余额	占预付款项余额的比例
1	上海牧仙神牛食品发展有限公司	1年以内	27.47	13.23%
2	上海侨邦国际贸易有限公司	1年以内	20.00	9.63%
3	重庆和一进出口贸易有限公司	1年以内	20.00	9.63%
4	江苏省电力公司苏州供电公司	1年以内	19.22	9.26%
5	北京多麦机械设备有限公司	1年以内	18.18	8.75%
合计		-	104.87	50.49%

（4）其他应收款

① 其他应收款基本情况

报告期各期末，公司其他应收款账面余额如下：

单位：万元

款项性质	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
押金及保证金	10.42	1.52	8.64
员工备用金	23.46	18.17	14.34
代收代付款	46.93	42.20	28.98

其他	-	-	1.43
账面余额合计	80.81	61.89	53.39
坏账准备	4.97	4.73	4.49
账面价值	75.84	57.16	48.90

报告期内，公司的其他应收款主要为代扣社保公积金、员工备用金及外部单位往来款。报告期各期末，其他应收款账面价值分别为48.90万元、57.16万元及75.84万元，占流动资产的比例分别为0.24%、0.20%及0.19%。

2019年末，公司其他应收款余额较上年末增加8.50万元，其中为员工代扣代缴的社会保险、住房公积金增加14.36万元，主要是由于员工人数以及社保公积金缴纳基数均有增长；保证金较上年减少7.12万元，主要是由于2019年发行人根据合同约定将向苏州市华盛复合包装厂及苏州金益达塑业有限公司缴纳的保证金转为制版费及模具费，计入营业成本；员工备用金增加3.83万元，主要由于暂支医疗费用所致。

2020年末，公司其他应收款余额较上年末增加18.92万元，其中保证金较上年增加8.90万元，主要是支付的网店开店保证金。

② 其他应收款坏账准备分析

报告期内，公司其他应收款余额及坏账准备情况如下表所示：

单位：万元

种类	2020.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	80.81	100.00%	4.97	6.15%	75.84
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	80.81	100.00%	4.97	6.15%	75.84
种类	2019.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-

按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	61.89	100.00%	4.73	7.65%	57.16
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	61.89	100.00%	4.73	7.65%	57.16
种类	2018.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	53.39	100.00%	4.49	8.42%	48.90
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	53.39	100.00%	4.49	8.42%	48.90

报告期内，公司不存在单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款以及单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款。按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款及其坏账计提明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31		计提比例		
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备			
账龄组合	1年以内	75.59	3.78	52.99	2.65	43.91	2.20	5.00%	
	1至2年	3.72	0.74	5.87	1.17	5.46	1.09	20.00%	
	2至3年	1.50	0.45	3.04	0.91	4.02	1.21	30.00%	
	3至4年	-	-	-	-	-	-	-	80.00%
	4年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	80.81	4.97	61.89	4.73	53.39	4.49	-	-
无风险组合	-	-	-	-	-	-	-	0.00%	
合计	80.81	4.97	61.89	4.73	53.39	4.49	-	-	

报告期内其他应收款账龄情况如下：

2020年末，公司其他应收款具体情况如下：

单位：万元

款项性质	期末余额	账龄	坏账准备期末余额
代收代付款	39.08	1年以内	1.95

员工备用金	23.46	1年以内及1至2年	1.73
保险理赔	7.85	1年以内	0.39
保证金	6.60	1年以内及2至3年	0.71
押金	3.82	1年以内及1至2年	0.19
合计	80.81	-	4.97

2019年末，公司其他应收款具体情况如下：

单位：万元

款项性质	期末余额	账龄	坏账准备期末余额
代收代付款	35.38	1年以内	1.77
员工备用金	18.17	1年以内及1至2年	1.27
保险理赔	6.82	1年以内、1至2年及2至3年	1.39
保证金	1.50	1至2年	0.30
押金	0.02	1年以内	-
合计	61.89	-	4.73

2018年末，公司其他应收款具体情况如下：

单位：万元

款项性质	期末余额	账龄	坏账准备期末余额
代收代付款	21.54	1年以内	1.08
员工备用金	14.34	1年以内、1至2年及2至3年	1.76
保证金	8.64	1年以内	0.43
保险理赔	7.44	1年以内及1至2年	1.15
员工赔款	1.43	1年以内	0.07
合计	53.39	-	4.49

报告期内，账龄超过1年的其他应收款主要为员工备用金、房租保证金以及代垫保险理赔款。发行人的产品配送主要依靠发行人建立的以冷链运输车辆为主的专用物流配送体系，物流部门因处理车辆事故产生暂支备用金，由于事故处理周期较长导致核销备用金的期限较长；根据合同约定，发行人与苏州市顺浩电动车制造有限公司的仓库租期至2021年8月，保证金待租赁结束结清水电等费用后退还，报告期内保证金尚未到期；公司代垫的保险理赔款因保险公司处理周期较长导致账龄较长。

③ 报告期内应收账款核销情况

报告期内，不存在其他应收款核销的情况。

④ 期末其他应收款前五名情况

2020年末，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	与发行人关系	账龄	账面余额	形成原因	期后转销情况
代扣个人社保	非关联方	1年以内	24.95	代扣代缴社保个人承担部分	冲减应付职工薪酬 24.95 万元
代扣个人住房公积金	非关联方	1年以内	13.88	代扣代缴住房公积金个人承担部分	冲减应付职工薪酬 13.88 万元
唐素蓉	员工	1年以内	12.96	暂支医疗费	尚未收款
新华人寿保险股份有限公司苏州中心支公司	非关联方	1年以内	5.11	代垫保险理赔款	尚未收款
韩红梅	员工	1年以内	5.00	暂支医疗费	尚未收款
合计	-	-	61.90	-	-

2019年末，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	与发行人关系	账龄	账面余额	形成原因	期后转销情况
代扣个人社保	非关联方	1年以内	23.14	代扣代缴社保个人承担部分	冲减应付职工薪酬 23.14 万元
代扣个人住房公积金	非关联方	1年以内	11.67	代扣代缴住房公积金个人承担部分	冲减应付职工薪酬 11.67 万元
唐素蓉	员工	1年以内	7.68	暂支医疗费、年会费用	收款 4.21 万元
新华人寿保险股份有限公司苏州中心支公司	非关联方	1年以内、1至2年及2至3年	5.89	代垫保险理赔款	收款 5.89 万元
蔡永岗	员工	1年以内	4.00	暂支医疗费	尚未收款
合计	-	-	52.38	-	-

2018年末，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	与发行人关系	账龄	账面余额	形成原因	期后转销情况
代扣个人社保	非关联方	1年以内	13.29	代扣代缴社保个人承担部分	2019年冲减应付职工薪酬 13.29 万元

新华人寿保险股份有限公司苏州中心支公司	非关联方	1年以内及1至2年	7.44	代垫保险理赔款	2019年收款2.46万元
代扣个人住房公积金	非关联方	1年以内	7.16	代扣代缴住房公积金个人承担部分	2019年冲减应付职工薪酬7.16万元
苏州市华盛复合包装厂	供应商	1年以内	5.94	制版保证金	2019年计入主营业务成本5.94万元
唐素蓉	员工	1年以内	5.60	暂支医疗费、年会费用	2019年收款5.60万元
合计	-	-	39.43	-	-

(5) 存货

报告期各期末，公司存货明细如下：

单位：万元

项目	账面余额		跌价准备		账面金额
	金额	占比	金额	计提比例	
2020.12.31					
原材料	2,441.80	67.20%	-	-	2,441.80
发出商品	71.62	1.97%	-	-	71.62
库存商品	1,119.95	30.82%	-	-	1,119.95
合计	3,633.37	100.00%	-	-	3,633.37
2019.12.31					
原材料	3,285.49	64.85%	-	-	3,285.49
发出商品	185.50	3.66%	-	-	185.50
库存商品	1,595.09	31.49%	-	-	1,595.09
合计	5,066.08	100.00%	-	-	5,066.08
2018.12.31					
原材料	2,758.67	58.40%	-	-	2,758.67
发出商品	120.87	2.56%	-	-	120.87
库存商品	1,844.11	39.04%	-	-	1,844.11
合计	4,723.65	100.00%	-	-	4,723.65

报告期各期末，公司存货的账面价值分别为4,723.65万元、5,066.08万元及3,633.37万元，占流动资产的比例分别为23.44%、18.17%及9.29%。公司存货主要由原材料及库存商品构成，由于公司产品生产周期短，一般当天可完成生产，因此

期末无在产品。

① 存货构成情况

A、原材料

公司生产所需要的原材料主要为肉禽、水产等食材。报告期各期末，公司存货中原材料的金额分别为2,758.67万元、3,285.49万元及2,441.80万元，占存货余额的比例分别为58.40%、64.85%及67.20%。

公司根据生产经营需要保有适当的原材料储备，2019年12月31日原材料较2018年末增加526.82万元，主要原因为2019年以来原材料价格普遍上涨所致；2020年12月31日原材料较2019年末减少843.69万元，主要原因2020年原材料采购价格整体较为平稳，部分家禽类原材料价格呈下降趋势，公司根据原材料市场价格走势动态调整原材料库存，提高库存管理效率。

报告期各期末，公司原材料余额与当期每日平均直接材料成本分别如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
原材料余额（A）	2,441.80	3,285.49	2,758.67
当期每日平均直接材料成本（B）	112.35	104.35	89.50
原材料储备天数（C=A/B）	21.73	31.49	30.82

在冷冻条件下，公司大多数原材料保质期为1-2年¹，由上表可见，2018年至2020年各年末公司均备有大约一个月生产所需要的原材料，由于发行人主要原材料大部分时间市场供应较为充足，因此发行人原材料备货规模较为合理。

B、发出商品

公司发出商品是指已经发出但尚未达到收入确认条件的存货。报告期各期末，公司存货中发出商品的金额分别为120.87万元、185.50万元及71.62万元，占存货余额的比例分别为2.56%、3.66%及1.97%。由于公司客户主要集中在江苏、上海、浙江等地，配送周期通常在1天以内，因此公司的发出商品金额较小。

C、库存商品

报告期各期末，公司存货中库存商品的金额分别为1,844.11万元、1,595.09万元及1,119.95万元，占存货余额的比例分别为39.04%、31.49%及30.82%。由于公司生

¹ 此处的冷冻条件是指在低于-18°C的温度条件下冷冻，在此条件下，一般细菌生长会被抑制，因此存放食品具有更好的保鲜作用，使得其保质期较长。

产周期短，仅需维持较小的安全库存，因此公司的期末库存商品余额较小。

报告期各期末，发行人库存商品余额与当期每日平均销售额分别如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
库存商品余额（A）	1,119.95	1,595.09	1,844.11
当期每日平均销售额（B）	170.54	148.61	127.66
库存商品储备天数（C=A/B）	6.57	10.73	14.45

在冷冻条件下，公司大多数产成品保质期为1年，由上表可见，报告期各期末公司备有1-2周销售所需要的产成品，整体库存商品余额控制在较低水平。

② 存货库龄情况

报告期各期末，公司的原材料、库存商品和发出商品的库龄情况如下：

单位：万元

项目	账面余额	库龄			
		0-90天	90-180天	180天-1年	1年以上
2020.12.31					
原材料	2,441.80	2,349.20	69.87	14.52	8.21
其中：牛肉类	794.34	737.28	52.03	5.03	-
家禽类	302.66	302.66	-	-	-
猪肉类	286.80	286.80	-	-	-
水产虾类	460.63	460.63	-	-	-
水产鱼类	381.88	376.79	1.67	1.88	1.54
辅料	74.09	69.75	4.31	0.03	-
包材	81.42	60.80	10.76	3.98	5.88
其它原材料	26.44	26.44	-	-	-
易耗品	33.54	28.05	1.10	3.60	0.79
库存商品	1,119.95	1,116.35	3.60	-	-
发出商品	71.62	71.62	-	-	-
合计	3,633.37	3,537.17	73.47	14.52	8.21
2019.12.31					
原材料	3,285.49	2,881.12	100.71	200.13	103.53
其中：牛肉类	1,397.68	1,230.46	54.22	112.95	0.05
家禽类	276.76	273.79	2.97	-	-

猪肉类	660.11	641.62	18.49	-	-
水产虾类	203.82	92.58	8.86	-	102.38
水产鱼类	594.34	499.34	8.62	86.38	-
辅料	62.77	62.56	0.17	0.04	-
包材	31.89	22.65	7.38	0.76	1.10
其它原材料	25.57	25.57	-	-	-
易耗品	32.55	32.55	-	-	-
库存商品	1,595.09	1,591.46	3.63	-	-
发出商品	185.50	185.50	-	-	-
合计	5,066.08	4,658.08	104.34	200.13	103.53
2018.12.31					
原材料	2,758.67	2,671.25	83.22	2.09	2.11
其中：牛肉类	724.32	684.24	38.08	2.00	-
家禽类	283.76	278.70	5.06	-	-
猪肉类	48.60	44.43	4.17	-	-
水产虾类	1,303.60	1,303.60	-	-	-
水产鱼类	215.95	194.60	20.17	-	1.18
辅料	61.15	60.87	0.20	0.06	0.02
包材	49.56	33.08	15.54	0.03	0.91
其它原材料	27.72	27.72	-	-	-
易耗品	44.01	44.01	-	-	-
库存商品	1,844.11	1,838.54	5.57	-	-
发出商品	120.87	120.87	-	-	-
合计	4,723.65	4,630.66	88.79	2.09	2.11

从存货构成及库龄来看：

A、原材料

发行人原材料分为主要原材料（包括牛肉、家禽、猪肉、虾、鱼）和调料、包材等其他原材料。

发行人主要原材料库龄较短，其中库龄在 90 天以内主要原材料占比分别为 97.26%、87.39%和 97.21%。根据上表，主要原材料库龄在 1 年以上金额分别为 2.11 万元、103.53 万元及 8.21 万元，除 2019 年外，1 年以上库龄的原材料金额很小。2019 年末，库龄在 1 年以上的原材料主要是 102.38 万元的虾仁，该部分原材料已

于 2020 年 1 季度使用完毕。2019 年末虾类原材料库龄较长主要是发行人在每年年末会对虾仁集中备货，发行人于 2018 年末备货较多所致。

发行人其他原材料主要为保质期较长的调料、包装材料等，报告期各期末，库龄在 1 年以上其他原材料合计金额分别为 0.93 万元 1.10 万元及 6.67 万元，金额很小。

B、库存商品

发行人库存商品库龄较短，报告期各期末库存商品库龄均在 180 天以内。

C、发出商品

报告期各期末，发行人发出商品库龄均在 90 天以内。

综上所述，报告期各期末，发行人大部分存货库龄均在 90 天以内，存货库龄较短。由于在冷冻条件下，发行人大多数原材料保质期为 1-2 年，产成品保质期为 1 年，上述存货因超过保质期而贬值的风险较小。

③ 期后出库情况

报告期各期末，公司的原材料、库存商品和发出商品的期后出库情况如下：

单位：万元

项目	账面余额	期后出库时间			
		1个月以内	3个月以内	6个月以内	6个月以上
2020年12月31日					
原材料	2,441.80	1,867.78	574.02	-	-
库存商品	1,119.95	1,044.38	75.57	-	-
发出商品	71.62	71.62	-	-	-
合计	3,633.37	2,983.78	649.59	-	-
2019年12月31日					
原材料	3,285.49	790.86	826.69	1,634.07	33.87
库存商品	1,595.09	1,433.16	136.44	24.48	1.01
发出商品	185.50	185.50	-	-	-
合计	5,066.08	2,409.52	963.13	1,658.55	34.88
2018年12月31日					
原材料	2,758.67	1,025.57	739.20	32.77	961.13
库存商品	1,844.11	1,363.24	386.11	88.89	5.87
发出商品	120.87	120.87	-	-	-

合计	4,723.65	2,509.68	1,125.31	121.66	967.00
----	----------	----------	----------	--------	--------

注：2020年12月31日期后出库中，1个月以内的金额为期后截至2020年1月27日的出库存货金额，3个月以内的金额为后续出库或截至本招股意向书签署日尚未出库的存货金额。

由上表可见，报告期各期末公司大部分原材料均在6个月内出库使用，2018年末公司原材料中有961.13万元6个月以后方出库使用，主要是由于公司原材料虾仁的采购存在季节性特征，冬季是供应商集中供货的季节，2018年末之前公司采购了较多数量的虾仁以备次年使用。

报告期各期末，公司绝大部分库存商品均在3个月以内出库销售，如上文分析，公司库存商品余额控制在较低水平，周转较快。由于公司客户主要在江浙沪区域，配送时间较短，期末发出商品均能在数天内送达客户。

综上所述，公司各期末存货均能在期后较短时间内使用，因为滞销而贬值的风险较小。

④ 可比公司存货跌价准备计提情况

报告期内，同行业可比公司存货跌价准备计提情况如下：

公司名称	2020年度	2019年度	2018年度
安井食品	-	0.02%	0.51%
海欣食品	-	-	-
惠发食品	-	0.31%	0.07%
行业平均	-	0.11%	0.19%
味知香	-	-	-

注：截至本招股说签署日，上述可比公司尚未披露2020年年度报告。

由上表可见，同行业可比公司存货跌价准备计提比例均很低，发行人与其不存在显著差异。安井食品与惠发食品计提了少量存货跌价准备，而发行人未计提存货跌价准备，主要是因为发行人从事肉类、水产品的加工，原材料、产品单价较高，存货管理效率对公司经营效率的影响相对较大，因此发行人更为注重存货管理，严格控制存货规模，报告期各期末存货不存在减值迹象。

⑤ 存货跌价准备计提充分性

发行人结合公司存货库龄、存货周转及可变现净值情况，未发现可变现净值低于账面价值的情况，未对存货计提跌价准备，主要原因如下：

A、各类存货库龄短，不存在过期变质风险

报告期各期末，发行人原材料、库存商品和发出商品库龄较短。原材料库龄主要在 90 天以内，超过 1 年以上的原材料金额较小且全部实现了最终领用，不存在原材料长期未使用或者过期无法使用的情况。库存商品和发出商品库龄基本在 90 天内，不存在无法销售而长期存放变质风险。

B、存货周转较快，不存在滞销风险

报告期内，发行人存货周转率分别为 9.44、8.31 及 10.09，远高于同期可比公司的存货周转率，周转速度较快。库存商品和发出商品库龄基本在 90 天内，结合库存商品的期后销售情况，表明产品能够迅速实现销售，不存在产品滞销情形。

C、存货可变现净值高于账面价值

报告期各期末，发行人分别计算了原材料及库存商品的可变现净值。

针对原材料，发行人根据原材料对应加工的产成品期末最新销售价格扣除进一步加工成本、预计销售费用及相关税费计算原材料的可变现净值。鉴于产品能够持续销售，发行人以各期末产品最近销售价格作为预计售价，并根据产品成本的料工费构成、销售费用率及相关税费比例对进一步加工成本、预计销售费用及相关税费进行计算，最终得出原材料可变现净值。经对比，报告期各期末不存在原材料的可变现净值低于账面价值的情形。

针对库存商品，发行人根据各期末产成品最新销售价格扣除平均销售费用及相关税费计算其可变现净值，各期末不存在库存商品可变现净值低于账面价值的情形。

综上所述，公司各类存货库龄短且周转较快，各类存货可变现净值均高于账面价值，不存在跌价风险，因此发行人各期末未计提存货跌价准备的依据充分。

(6) 其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
待摊费用	20.79	20.48	5.97
待抵扣进项税	-	97.64	-
合计	20.79	118.12	5.97

公司其他流动资产主要由待摊费用及待抵扣进项税构成。报告期各期末，公司其他流动资产分别为 5.97 万元、118.12 万元及 20.79 万元，占流动资产的比例分别

为 0.03%、0.42% 及 0.05%。

3、非流动资产构成分析

报告期各期末，公司非流动资产构成明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	1,291.70	35.94%	1,255.23	50.72%	1,024.38	72.34%
在建工程	1,183.28	32.93%	92.56	3.74%	140.54	9.92%
无形资产	979.48	27.26%	83.35	3.37%	82.45	5.82%
长期待摊费用	111.52	3.10%	140.49	5.68%	167.01	11.79%
递延所得税资产	6.01	0.17%	1.83	0.07%	1.63	0.11%
其他非流动资产	21.65	0.60%	901.40	36.42%	-	-
非流动资产	3,593.64	100.00%	2,474.86	100.00%	1,416.01	100.00%

报告期各期末，公司非流动资产主要由固定资产、在建工程、无形资产、长期待摊费用及其他非流动资产构成，上述五项非流动资产占当期期末非流动资产总额的比例分别为99.89%、99.93%及99.83%。

(1) 固定资产

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为1,024.38万元、1,255.23万元及1,291.70万元，占非流动资产的比例分别为72.34%、50.72%及35.94%。公司固定资产明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
一、原价合计	2,308.27	2,152.67	1,759.05
其中：房屋建筑物	-	-	-
机器设备	1,412.70	1,342.12	1,155.01
运输设备	587.39	554.24	385.26
电子设备及其他	308.17	256.32	218.78
二、累计折旧	1,016.56	897.45	734.67
其中：房屋建筑物	-	-	-
机器设备	666.32	588.01	477.12
运输工具	201.59	183.32	162.70
电子设备及其他设备	148.65	126.11	94.85

三、固定资产减值准备累计金额	-	-	-
其中：房屋建筑物	-	-	-
机器设备	-	-	-
运输工具	-	-	-
电子设备及其他设备	-	-	-
四、账面价值合计	1,291.70	1,255.23	1,024.38
其中：房屋建筑物	-	-	-
机器设备	746.38	754.11	677.89
运输工具	385.80	370.92	222.55
电子设备及其他设备	159.52	130.20	123.93

① 固定资产变动分析

报告期各期末，公司固定资产账面原值分别为 1,759.05 万元、2,152.67 万元及 2,308.27 万元，呈逐年增长趋势，主要是由于公司为进一步扩大生产及销售规模，增加了对机器设备、运输工具及电子设备的投资。

2019 年末，公司固定资产原值较 2018 年末增加 393.62 万元，其中机器设备增加 187.10 万元，主要系当期污水处理设备在建工程转为固定资产所致；其中运输设备增加 168.98 万元，主要系当期新增冷链物流车辆所致。

2020 年末，公司固定资产原值较 2019 年末增加 155.59 万元，其中机器设备增加 70.59 万元，电子设备及其他增加 51.86 万元，运输工具增加 33.15 万元。

报告期各期，发行人新增固定资产具体情况如下：

单位：万元

类别	资产名称	金额	开工/竣工时间	验收情况	投产情况
2020 年度					
电子设备及其他	其他生产研发用电子设备	39.79	无需安装施工	验收合格	正常使用中
电子设备及其他	计算机及配套设备	30.03	无需安装施工	验收合格	正常使用中
电子设备及其他	家具及电器	3.84	无需安装施工	验收合格	正常使用中
机器设备	燃气热水锅炉	23.89	无需安装施工	验收合格	正常使用中
机器设备	滚揉机	21.15	无需安装施工	验收合格	正常使用中
机器设备	包装机	20.35	无需安装施工	验收合格	正常使用中
机器设备	制冰机	11.50	无需安装施工	验收合格	正常使用中

机器设备	上料机	11.33	无需安装施工	验收合格	正常使用中
运输工具	冷藏车辆	179.98	无需安装施工	验收合格	正常使用中
合计	-	341.86	-	-	-
2019 年度					
机器设备	污水处理设备	185.78	2017 年 11 月至 2019 年 6 月	验收合格	正常使用中
机器设备	切丁机	14.48	无需安装施工	验收合格	正常使用中
运输设备	冷藏车辆	247.39	无需安装施工	验收合格	正常使用中
电子设备及其他	计算机及配套设备	5.04	无需安装施工	验收合格	正常使用中
电子设备及其他	家具及电器	5.22	无需安装施工	验收合格	正常使用中
电子设备及其他	其他生产研发用电子设备	36.11	无需安装施工	验收合格	正常使用中
合计	-	494.02	-	-	-
2018 年度					
机器设备	滚揉机	13.27	无需安装施工	验收合格	正常使用中
运输设备	冷藏车辆	130.51	无需安装施工	验收合格	正常使用中
电子设备及其他	计算机及配套设备	4.66	无需安装施工	验收合格	正常使用中
电子设备及其他	家具及电器	6.60	无需安装施工	验收合格	正常使用中
电子设备及其他	其他生产研发用电子设备	68.58	无需安装施工	验收合格	正常使用中
合计	-	223.62	-	-	-

上述固定资产均按企业会计准则的相关规定，以达到预定可使用状态作为转固的时点，其中需要安装施工的设备以取得竣工验收报告为转固时间点，无需安装施工的设备以设备到货并验收合格为固定资产入账时间点。

② 固定资产成新率

报告期末，公司固定资产综合成新率为 55.96%，各类固定资产状况良好，运行正常。

截至 2020 年末，公司固定资产成新率情况如下：

单位：万元

项目	原值	净值	成新率
机器设备	1,412.70	746.38	52.83%

运输设备	587.39	385.80	65.68%
电子设备及其他设备	308.17	159.52	51.76%
合计	2,308.27	1,291.70	55.96%

③ 固定资产减值准备

公司按照企业会计准则的要求，每期末对存在减值迹象的固定资产进行减值测试，并对固定资产账面价值高于可收回金额的部分计提减值准备。报告期各期末，公司的固定资产均不存在减值迹象，故未计提资产减值准备。

④ 固定资产折旧年限及残值率的合理性

发行人与同行业可比公司固定资产折旧年限、残值率比较如下：

公司名称	类别	折旧方法	折旧年限	估计残值率	年折旧率
味知香	房屋建筑物	年限平均法	20年	5%	4.75%
	机器设备	年限平均法	10年	5%	9.50%
	运输工具	年限平均法	4年	5%	23.75%
	电子设备及其他	年限平均法	3-5年	5%	19.00-31.67%
安井食品	房屋建筑物	年限平均法	10-30年	5-10%	3-9.5%
	机器设备	年限平均法	3-10年	4-10%	3-9.5%
	办公电子设备及其他	年限平均法	3-5年	4-10%	18-32%
	运输设备	年限平均法	3-5年	4-10%	18-32%
	其他设备	年限平均法	5-10年	4-10%	9-19.2%
海欣食品	房屋建筑物	年限平均法	30年	5%	3.17%
	机器设备	年限平均法	5-10年	5%	9.50-19.00%
	运输设备	年限平均法	10年	5%	9.50%
	电子设备	年限平均法	5年	5%	19.00%
	其他设备	年限平均法	3-5年	5%	19.00-31.67%
惠发食品	房屋建筑物	年限平均法	15-20年	5%	4.75-6.33%
	机器设备	年限平均法	10年	5%	9.50%
	运输工具	年限平均法	5年	5%	19.00%
	电子设备及其他	年限平均法	3-5年	5%	19.00-31.67%

发行人根据固定资产预计使用年限以及行业惯例确定其折旧年限及残值率，由上表可见，发行人固定资产折旧年限、残值率与同行业公司不存在重大差异。

⑤ 固定资产周转率情况

发行人与同行业可比公司固定资产周转率比较如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
味知香	48.88	47.59	45.63
安井食品	-	3.63	3.36
海欣食品	-	4.60	3.73
惠发食品	-	2.67	2.27

注：1、固定资产周转率=营业收入/平均固定资产净值；

2、截至本招股意向书签署日，上述可比公司尚未披露 2020 年年度报告。

报告期各期，发行人固定资产周转率明显高于同行业可比公司，主要是由于公司报告期内没有自有房产，固定资产净值远小于同行业可比公司。

(2) 在建工程

报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 140.54 万元、92.56 万元及 1,183.28 万元，占非流动资产的比例分别为 9.92%、3.74%及 32.93%。在建工程的明细情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
新建生产厂房项目	1,183.28	88.94	-
污水处理设备工程	-	-	138.77
车间锅炉工程	-	3.62	-
装修工程	-	-	1.77
合计	1,183.28	92.56	140.54

报告期内，公司在建工程的具体情况如下：

单位：万元

项目名称	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	预算金额	是否完工
2020 年度							
新建生产厂房项目	88.94	1,094.34	-	-	1,183.28	28,618.00	否
车间锅炉工程	3.62	-	3.62	-	-	-	是
合计	92.56	1,094.34	3.62	-	1,183.28	-	-
2019 年度							
新建生产厂房	-	88.94	-	-	88.94	28,618.00	否

项目							
车间锅炉工程	-	3.62	-	-	3.62	-	否
污水处理设备工程	138.77	-	138.77	-	-	205.00	是
装修工程	1.77	-	-	1.77	-	-	是
合计	140.54	92.56	138.77	1.77	92.56	-	-
2018 年度							
污水处理设备工程	55.41	83.36	-	-	138.77	205.00	否
装修工程	-	1.77	-	-	1.77	-	否
合计	55.41	85.13	-	-	140.54	-	-

注：装修工程其他减少为施工结束后转入长期待摊费用进行摊销。

报告期内，公司用于在建工程的支出均为自有资金，不涉及利息资本化。

公司报告期内各项在建工程的工程持续时间均不长，且不存在减值迹象，因此未对在建工程计提减值准备。

(3) 无形资产

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 82.45 万元、83.35 万元及 979.48 万元，占非流动资产的比例分别为 5.82%、3.37% 及 27.26%。无形资产的明细情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
一、原价合计	1,053.67	127.63	115.24
土地使用权	926.05	-	-
计算机软件	113.93	113.93	101.54
商标	13.70	13.70	13.70
二、累计摊销	74.19	44.27	32.79
土地使用权	18.52	-	-
计算机软件	41.97	30.57	20.70
商标	13.70	13.70	12.08
三、减值准备累计金额	-	-	-
四、账面价值合计	979.48	83.35	82.45
土地使用权	907.52	-	-
计算机软件	71.96	83.35	80.84

商标	-	-	1.62
----	---	---	------

(4) 长期待摊费用

公司的长期待摊费用主要为办公室及厂房装修费、服务费。报告期各期末，公司长期待摊费用账面余额分别为 167.01 万元、140.49 万元及 111.52 万元，占非流动资产的比例分别为 11.79%、5.68% 及 3.10%。长期待摊费用的明细情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
办公室及厂房装修费	99.60	120.06	155.37
软件使用维护费	11.91	20.43	11.65
合计	111.52	140.49	167.01

(5) 递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为1.63万元、1.83万元及6.01万元，为资产减值准备形成的可抵扣暂时性差异确认而来，占非流动资产的比例分别为 0.11%、0.07% 及 0.17%。公司递延所得税资产明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
资产减值准备	6.01	1.83	1.63
合计	6.01	1.83	1.63

(6) 其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
工程性预付款	21.65	901.40	-
合计	21.65	901.40	-

报告期各期末，公司其他非流动资产主要为工程性预付款。

(二) 负债结构

1、报告期各期末负债构成

报告期各期末，公司负债构成明细如下：

单位：万元

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

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	3,562.62	100.00%	3,734.21	100.00%	3,563.85	100.00%
非流动负债	-	-	-	-	-	-
负债总计	3,562.62	100.00%	3,734.21	100.00%	3,563.85	100.00%

报告期各期末，公司负债均为流动负债。

2、流动负债构成分析

报告期各期末，公司流动负债构成明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款	1,464.12	41.10%	1,564.47	41.90%	2,026.71	56.87%
预收款项	-	-	688.80	18.45%	317.51	8.91%
合同负债	322.46	9.05%	-	-	-	-
应付职工薪酬	808.33	22.69%	698.01	18.69%	650.01	18.24%
应交税费	236.77	6.65%	154.66	4.14%	91.06	2.55%
其他应付款	678.03	19.03%	545.91	14.62%	448.25	12.58%
其他流动负债	52.90	1.48%	82.36	2.21%	30.31	0.85%
流动负债合计	3,562.62	100.00%	3,734.21	100.00%	3,563.85	100.00%

报告期各期末，公司的流动负债主要由应付账款、预收款项（2020年1月1日起以合同负债列报）、应付职工薪酬及其他应付款构成，上述四项流动负债占当期期末流动负债总额的比例分别为96.59%、93.65%及91.87%。

（1）应付账款

公司的应付账款主要为购买原材料的应付货款。报告期各期末，公司应付账款账面价值分别为2,026.71万元、1,564.47万元及1,464.12万元，占流动负债的比例分别为56.87%、41.90%及41.10%。

① 应付账款账龄

报告期内，应付账款账龄情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
1年以内	1,463.93	1,564.47	2,026.71
1年以上	0.19	-	-

合计	1,464.12	1,564.47	2,026.71
----	----------	----------	----------

② 报告期各期末应付账款前五名情况

2020年末，公司应付账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	应付单位	金额	占应付账款余额的比例	款项性质
1	诏安东福水产有限公司	214.13	14.63%	应付材料采购款
2	无锡市东昕源旺食品有限公司	114.54	7.82%	应付材料采购款
3	苏州市华盛复合包装厂	106.06	7.24%	应付材料采购款
4	苏州鑫惠光学制品有限公司	85.79	5.86%	应付房租
5	苏州捷亚怡通供应链管理有限公 司	64.10	4.38%	应付材料采购款
合计		584.62	39.93%	-

2019年末，公司应付账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	应付单位	金额	占应付账款余额的比例	款项性质
1	蜀海（上海）供应链管理有限公 司	519.58	33.21%	应付材料采购货款
2	诏安东福水产有限公司	136.82	8.75%	应付材料采购货款
3	汕头市锦泰水产实业有限公司	91.50	5.85%	应付材料采购货款
4	苏州鑫惠光学制品有限公司	82.94	5.30%	应付房租
5	舟山品食客食品有限公司	59.98	3.83%	应付材料采购货款
合计		890.82	56.94%	-

2018年末，公司应付账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	应付单位	金额	占应付账款余额的比例	款项性质
1	舟山晶和食品有限公司	311.75	15.38%	应付材料采购货款
2	诏安东福水产有限公司	281.22	13.88%	应付材料采购货款
3	高邮市应天水产有限公司	188.87	9.32%	应付材料采购货款
4	扬州兴湖食品有限公司	154.91	7.64%	应付材料采购货款
5	福建海棠食品有限公司	147.50	7.28%	应付材料采购货款
合计		1,084.24	53.50%	-

（2）预收款项（2020年1月1日起以合同负债列报）

公司的预收款项主要为预收货款。报告期各期末，预收账款的账面价值分别为317.51万元、688.80万元及322.46万元，占流动负债的比例分别为8.91%、18.45%及9.05%。预收款项产生的原因为公司的产品销售主要采用先款后货的结算方式。报告期各期末，公司预收账款整体呈上升趋势，主要系公司销售规模增加所致。

报告期内，发行人对新开业的加盟店统一收取 10,000 元的开业支持费，如果加盟店为原先经销店升级而来，则免收上述费用。开业支持费对应的服务内容包括向客户提供培训服务、宣传物料以及半成品菜赠品、样品。如果经销店客户开业时也需要公司提供开业支持服务，则亦可向公司申请并缴纳上述费用。开业支持费退回条件为客户因自身原因无法完成开业，并且发行人尚未提供培训服务以及尚未交付宣传物料、半成品菜赠品、样品。

报告期各期，公司开业支持费收入分别为 107.21 万元、197.28 万元及 336.94 万元，当期新增的加盟店数量（不包含经销店升级为加盟店）分别为 107 家、251 家及 421 家。2019 年及 2020 年，公司新开加盟店数量相较于收取的开业支持费收入较高，主要是各期存在当期新开店又关店的情形，相关门店尚未申请开业促销，因此公司未收取费用及确认收入。

公司在客户完成开业当月确认与开业支持费相关的营业收入及成本，会计处理符合《企业会计准则》的规定。

（3）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬的账面价值分别为650.01万元、698.01万元及808.33万元，占流动负债的比例分别为18.24%、18.69%及22.69%。公司应付职工薪酬明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
短期薪酬	808.33	698.01	650.01
离职后福利-设定提存计划	-	-	-
合计	808.33	698.01	650.01

① 员工薪酬政策

发行人员工薪酬主要由基本工资、岗位工资、绩效工资、加班工资等构成，薪酬水平会依据相关人员岗位性质、工作年限、出勤情况等各方面确定，并结合当地

市场水平，予以及时调整。其中绩效工资根据岗位的不同有所差异，生产人员的绩效工资主要依据其当月生产计件情况计算确定，销售人员的绩效工资主要依据其当月销售业绩情况计算确定，管理及其他人员的绩效工资主要依据公司整体业绩，结合个人工作情况确定。

② 上市前后高管薪酬安排

发行人上市前已经建立了较为完善的薪酬制度。报告期内，公司的高级管理人员薪酬水平主要根据公司所处行业及地区的薪酬水平、公司实际经营状况以及高管个人绩效情况进行调整，能够满足公司现阶段发展的需要。

发行人高级管理人员的薪酬水平在上市后的一段时期内将继续维持上市前的标准，同时会结合发行人的实际业绩情况进行调整。此外，上市后发行人还会考虑上调工资、股权激励等其他奖励措施，进一步提升高管工作积极性及工作热情，促进公司业绩稳步成长。

③ 薪酬与考核委员会对工资奖金的规定

发行人薪酬与考核委员会成员由董事会选举，主要负责制定公司董事及高级管理人员的薪酬政策与方案，对董事会负责。公司薪酬与考核委员会由梁俪琼、张薇、谢林华等三人组成，其中独立董事梁俪琼担任召集人。

A、薪酬与考核委员会的主要职责权限

- a. 根据公司年度预算及关键业绩指标，核定公司年度工资总额；
- b. 拟定、审查董事、监事、高级管理人员的薪酬制度与考核标准；
- c. 组织实施对董事、监事、高级管理人员的考核。

B、薪酬与考核委员会对董事和高级管理人员考评程序

a. 每年财务结果经审计认定后，公司董事和高级管理人员向委员会作述职或提交自我评价报告；

b. 委员会按绩效评价标准和程序，以经审计认定的公司财务结果、述职报告为基础，对董事及高级管理人员进行绩效考核；

c. 根据绩效考核结果及薪酬政策，提出绩效考核兑现方案，并报公司董事会审议。

发行人薪酬与考核委员会对工资奖金的规定体现在《薪酬与考核委员会工作制度》中，对薪酬与考核委员会的人员组成、职责权限、决策程序、议事规则等作了

详细规定。

④ 发行人各层级员工薪酬水平及变动情况

报告期内，发行人各层级员工薪酬水平如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	总薪酬	平均薪酬	增长率	总薪酬	平均薪酬	增长率	总薪酬	平均薪酬	增长率
高层	333.55	66.71	16.11%	287.27	57.45	8.11%	265.72	53.14	23.91%
中层	423.94	28.26	-1.76%	431.52	28.77	-2.89%	414.72	29.62	13.85%
普通	3,797.66	10.07	-2.30%	3,402.31	10.31	10.56%	2,778.82	9.32	8.04%

注：1、各层级员工平均薪酬=该层级全体员工年度工资总额÷该年度该层级平均员工数量，平均员工数量为各月末该层级员工数量的平均数四舍五入而得。

2、“高层”包括总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人；“中层”包括各部门经理等；“普通”包括经理以下人员。

报告期内，由于公司经营业绩提升，公司整体薪酬水平逐年上升。2019 年中层员工平均工资较 2018 年略有下降，主要原因系公司流通部经理于 2019 年初离职，该员工薪酬较高，离职后导致 2019 年中层人员平均薪酬较 2018 年略有下降。2020 年高层员工平均工资略有上升，主要是因为 2020 年全年经营业绩较好，业绩考核达标，中层与普通员工平均工资基本保持稳定。

⑤ 发行人与同行业公司薪酬水平比较

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安井食品平均薪酬	-	6.97	6.46
海欣食品平均薪酬		16.38	16.55
惠发食品平均薪酬	-	9.31	8.17
行业平均	-	10.89	10.40
味知香	11.47	11.75	10.90

数据来源：同行业可比公司定期报告。同行业可比公司平均薪酬=期间短期薪酬增加额÷该期间期初期末平均员工人数。

报告期内，发行人员工平均薪酬逐年稳步增长，薪酬水平高于同行业可比公司平均薪酬。

⑥ 发行人与当地平均薪酬水平比较

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
苏州城镇单位在岗职工平均工资	-	10.56	9.52
公司员工平均工资	11.47	11.75	10.90

数据来源：苏州市统计局。

报告期内，发行人员工平均薪酬逐年稳步增长，薪酬水平高于所在地企业平均薪酬，薪酬水平整体合理。

(4) 应交税费

公司的应交税费主要为企业所得税及应交增值税。报告期各期末，公司的应交税费余额分别为91.06万元、154.66万元及236.77万元，占流动负债的比例分别为2.55%、4.14%及6.65%。公司应交税费明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
企业所得税	143.71	143.17	49.21
增值税	67.01	-	31.16
城建税	3.37	-	1.64
教育费附加	3.37	-	1.64
个人所得税	14.88	10.30	6.47
印花税	1.13	1.19	0.92
土地使用税	3.30	-	-
合计	236.77	154.66	91.06

(5) 其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为448.25万元、545.91万元及678.03万元，占流动负债的比例分别为12.58%、14.62%及19.03%。公司其他应付款明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
其他应付款	678.03	545.91	448.25
合计	678.03	545.91	448.25

其中，其他应付款的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
保证金	671.02	534.97	427.48
往来款	1.69	2.95	17.47
其他	5.32	7.99	3.29
合计	678.03	545.91	448.25

报告期内，保证金金额逐年增加，主要系公司销售规模增加，收取的客户保证金增加所致。

截至报告期末，公司其他应付款中无欠持公司5%（含5%）以上股份的股东单位及其他关联方的款项。

（6）其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债余额分别为30.31万元、82.36万元及52.90万元，占流动负债的比例分别为0.85%、2.21%及1.48%。公司的其他流动负债主要为预提费用，包括公司为加强成本管理、实现精细化考核而预先计提的各类管理费用和销售费用。

预提费用是公司按照合同约定预先计提但尚未支付的费用以及部分归属于当期但尚未收到发票而未能及时结算的费用。公司对当期已经发生但还未及时结算的费用，采用预提的方式确认为当期费用，同时计入其他应付款，待结算费用时，冲销其他应付款。

公司各报告期末预提费用明细如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
咨询服务费用	-	35.38	-
会议费	5.10	18.99	18.00
营销活动费	-	16.12	9.39
其他各项杂费	15.56	11.87	2.91
合计	20.65	82.36	30.31

根据《企业会计准则——基本准则》第九条的规定，企业应当以权责发生制为基础进行会计确认、计量和报告，故公司对当期已经发生但还未及时结算的费用，采用预提的方式确认为当期费用，公司预提费用的计提符合企业会计准则中的权责发生制原则。

公司严格控制成本费用的时间配比，按成本费用受益期平均计入各期，以减少跨期费用对公司财务核算的影响。因不能及时结算费用的发生具有偶然性，所以报告期预提费用各期末余额存在一定波动。

3、非流动负债构成分析

报告期各期末，公司无非流动负债。

（三）偿债能力分析

报告期各期末，公司偿债能力的主要财务指标如下：

财务指标	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率（倍）	10.98	7.47	5.65
速动比率（倍）	9.96	6.11	4.33
资产负债率	8.34%	12.30%	16.52%
财务指标	2020年	2019年	2018年
息税折旧摊销前利润（万元）	13,432.67	9,330.56	7,683.72
利息保障倍数（倍）	-	-	-

同行业可比公司偿债能力比较如下：

偿债能力指标	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率			
安井食品	-	1.21	1.33
海欣食品	-	1.83	2.13
惠发食品	-	1.12	1.22
行业平均	-	1.39	1.56
味知香	10.98	7.47	5.65
速动比率			
安井食品	-	0.58	0.76
海欣食品	-	1.10	1.45
惠发食品	-	0.81	0.87
行业平均	-	0.83	1.03
味知香	9.96	6.11	4.33
合并资产负债率			
安井食品	-	51.73%	55.12%
海欣食品	-	34.08%	30.29%
惠发食品	-	46.96%	42.97%

行业平均	-	44.26%	42.79%
味知香	8.34%	12.30%	16.52%

注：1、由于福成股份速食品业务占其整体收入比例较低，因此未纳入比较范围；

2、截至本招股意向书签署日，上述可比公司尚未披露 2020 年年度报告。

1、流动比率、速动比率分析

报告期各期末，公司流动比率分别为 5.65、7.47 及 10.98，速动比率分别为 4.33、6.11 及 9.96。

2019 年末，公司的流动比率和速动比率都较 2018 年末有明显提高，一方面，公司 2019 年实现净利润 8,624.33 万元，相应产生经营活动现金流净额 7,283.06 万元，使得公司货币资金金额显著增加，流动资产规模增加 38.39%；另一方面，2019 年末公司应付账款较上年末下降 462.24 万元，使得公司流动负债基本保持稳定。

2020 年末，公司的流动比率和速动比率相较于 2019 年末继续提升，主要是公司 2020 年实现净利润 12,505.27 万元，产生经营活动现金流净额 13,480.26 万元，使得公司货币资金进一步增加，流动资产规模增加 40.22%。

与同行业可比公司相比，报告期各期末，公司的流动比率及速动比率均显著高于同行业平均水平，体现了公司具备较强的短期偿债能力。

2、资产负债率分析

报告期各期末，公司资产负债率分别为 16.52%、12.30% 及 8.34%。报告期内，公司经营规模不断扩大，盈利能力持续增长，总资产和净资产呈现逐年上升态势，但总负债水平基本保持稳定，所以公司资产负债率整体逐步下降。

与同行业相比，报告期各期末，公司的资产负债率均显著低于同行业平均水平，体现了公司偿债风险较小。

（四）资产周转能力分析

报告期各期末，公司及同行业可比公司资产周转能力的主要财务指标如下：

资产周转能力指标	2020 年	2019 年	2018 年
应收账款周转率			
安井食品	-	34.29	34.28
海欣食品	-	7.25	6.93
惠发食品	-	8.73	7.48
行业平均	-	16.76	16.23

味知香	287.86	1,265.80	1,729.75
存货周转率			
安井食品	-	2.70	3.17
海欣食品	-	3.71	3.46
惠发食品	-	6.47	6.12
行业平均	-	4.29	4.25
味知香	10.09	8.31	9.44
总资产周转率			
安井食品	-	1.02	1.09
海欣食品	-	1.18	1.03
惠发食品	-	1.02	0.96
行业平均	-	1.07	1.03
味知香	1.70	2.09	2.62

注：1、由于福成股份速食品业务占其整体收入比例较低，因此未纳入比较范围；

2、截至本招股意向书签署日，上述可比公司尚未披露 2020 年年度报告。

报告期各期，公司应收账款周转率分别为1,729.75、1,265.80及287.86，显著高于同行业可比公司，主要是由于公司大多采用款到发货的形式进行销售，与同行业可比公司收款模式存在较大差异，使得应收账款余额保持在较低水平。

报告期各期，公司存货周转率分别为9.44、8.31及10.09，基本保持稳定。公司存货周转率高于同行业可比公司，主要是由于同行业可比公司主要生产火锅料速冻食品，每年秋冬季节为消费高峰期，与公司半成品菜产品相比季节性更强，年末备货更多所致。此外，为了降低存货价格波动给公司带来的财务风险，公司也对存货规模进行了主动控制，使得存货周转率较高。

报告期各期，公司总资产周转率分别为2.62、2.09及1.70，呈现逐年下降趋势，主要是由于公司净利润保持稳健增长且现金流状况良好，使得资产规模不断扩张，同时总资产增长速度高于营业收入增长速度，导致总资产周转率逐年下降。公司总资产周转率高于同行业可比公司，一方面是由于同行业可比公司主要产品火锅料速冻食品季节性更强，存货规模更大，另一方面公司现有经营用地、房产均为租赁取得，总资产规模小于同行业可比公司。

二、盈利能力分析

报告期内，公司营业收入、营业成本、利润等经营成果如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	62,246.85	54,242.45	46,595.10
营业成本	43,906.14	40,695.77	34,900.08
营业毛利	18,340.72	13,546.68	11,695.02
营业利润	13,244.00	9,018.94	7,408.95
利润总额	13,105.47	8,992.00	7,379.33
归属于母公司所有者的净利润	12,505.27	8,624.33	7,112.49
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	12,410.20	8,597.84	7,251.75

（一）营业收入分析

1、营业收入的构成及变动分析

报告期内，公司营业收入构成如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	61,469.12	98.75%	53,432.90	98.51%	45,975.20	98.67%
其他业务收入	777.73	1.25%	809.56	1.49%	619.90	1.33%
合计	62,246.85	100.00%	54,242.45	100.00%	46,595.10	100.00%

公司营业收入主要来源于主营业务收入。报告期内，公司主营业务收入占比均在 98% 以上，主营业务突出，收入来源较为稳定。公司其他业务收入主要为向客户销售宣传物料收入以及生产过程中产生的肉类边角料、包装材料回收收入，占营业收入比重较低。报告期内，公司主营业务销量及单价情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务收入（万元）	61,469.12	53,432.90	45,975.20
主营业务销量（吨）	15,330.44	13,176.28	11,899.79
平均单价（元/千克）	40.10	40.55	38.64

报告期内，随着公司业务规模不断扩大，主要受产品销量上升的影响，公司营业收入稳步增长。2019 年公司营业收入同比增长 16.41%，2020 年同比增长 14.76%。

报告期内，公司各类别产品单价及销量情况如下：

产品类别		项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
肉禽类	牛肉类	单价（元/千克）	50.59	49.66	46.92
		销量（吨）	6,093.62	5,244.96	4,714.62
	家禽类	单价（元/千克）	23.78	25.39	22.73
		销量（吨）	3,528.46	2,992.45	2,629.32
	猪肉类	单价（元/千克）	32.67	27.51	23.82
		销量（吨）	1,353.91	1,049.23	941.59
水产类	虾类	单价（元/千克）	64.60	65.55	64.53
		销量（吨）	1,084.36	1,082.76	1,127.31
	鱼类	单价（元/千克）	36.18	38.21	37.54
		销量（吨）	2,493.07	2,259.37	2,037.38
其他类		单价（元/千克）	23.21	21.47	15.68
		销量（吨）	777.02	547.51	449.57
主营业务合计		单价（元/千克）	40.10	40.55	38.64
		销量（吨）	15,330.44	13,176.28	11,899.79

由上表可见，报告期内发行人各类产品的单价、销量均呈现稳步增长态势。发行人各类产品单价变动主要受原材料价格变动影响，由于发行人产品属于正餐类食品，且各类产品价格波动幅度往往与其主要原料价格波动幅度一致，价格变动易于被消费者接受。

报告期内，发行人产品销量不断增长，主要受下游市场需求上升以及发行人持续市场开拓影响。从下游市场需求角度，一方面，快节奏的生活及工作压力使得消费者对健康卫生的便捷类食品需求上升，半成品菜兼具安全卫生、食用方便、口味俱全的特点，顺应了社会发展趋势；另一方面，为了降低成本、保证菜品口味稳定、提高出菜速度，餐饮企业对第三方代工菜品需求也在持续增加。

从市场竞争格局角度，目前半成品菜行业以中小规模企业为主，市场集中程度较低，区域性特征明显。发行人凭借多元化产品结构、较高的产品质量、深度下沉的渠道以及高效的物流配送体系，逐渐成长为行业内知名企业，得到下游消费者的认可，品牌知名度不断提高，也带动了产品销量的持续增长。

报告期内，同行业可比公司产品单价及销量变动情况如下：

可比公司	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安井食品	单价（元/千克）	-	10.76	10.30

	销量（吨）	-	489,434.39	413,404.47
惠发食品	单价（元/千克）	-	10.96	9.74
	销量（吨）	-	110,342.51	106,907.07
海欣食品	单价（元/千克）	-	13.43	12.81
	销量（吨）	-	103,112.30	89,334.20

注：截至本招股意向书签署日，可比公司尚未披露 2020 年年度报告。

由上表可见，报告期内同行业公司产品单价及销量大多呈现逐年上涨的态势，变动趋势与发行人一致。

2、主营业务收入构成及变化趋势

（1）按产品类别分类

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
肉禽类	43,640.95	71.00%	36,527.47	68.36%	30,358.77	66.03%
其中：牛肉类	30,825.48	50.15%	26,044.40	48.74%	22,120.10	48.11%
家禽类	8,392.16	13.65%	7,597.05	14.22%	5,977.21	13.00%
猪肉类	4,423.31	7.20%	2,886.02	5.40%	2,261.46	4.92%
水产类	16,024.92	26.07%	15,730.16	29.44%	14,923.97	32.46%
其中：虾类	7,005.09	11.40%	7,097.70	13.28%	7,274.84	15.82%
鱼类	9,019.84	14.67%	8,632.46	16.16%	7,649.13	16.64%
其他类	1,803.25	2.93%	1,175.27	2.20%	692.46	1.51%
合计	61,469.12	100.00%	53,432.90	100.00%	45,975.20	100.00%

报告期内，公司主营业务收入主要来源于肉禽类、水产类半成品菜的销售，收入占比均在 97% 以上。其中，肉禽类半成品菜的销售收入占比最大。报告期内各细分产品占比变动不大，产品结构较为稳定。

（2）按销售地域分类

单位：万元

区域	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东	59,504.43	96.80%	51,726.56	96.81%	44,873.20	97.60%
华中	677.91	1.10%	740.12	1.39%	539.08	1.17%
西南	450.43	0.73%	525.04	0.98%	501.79	1.09%

华南	1.78	0.00%	26.29	0.05%	19.47	0.04%
华北	820.93	1.34%	393.09	0.74%	8.70	0.02%
东北	-	-	-	-	4.62	0.01%
西北	13.64	0.02%	21.80	0.04%	28.33	0.06%
总计	61,469.12	100.00%	53,432.90	100.00%	45,975.20	100.00%

报告期内，公司对华东地区客户销售占比最高，达到了96%以上。公司生产的半成品菜产品需要冷链运输，运输条件客观上限制了产品的销售半径。公司所处的苏州市位于华东地区，早期从上海、苏州开始进行业务拓展，销售区域逐步覆盖周边省市，因此销售区域主要位于华东地区。

随着冷链运输技术的发展，公司向其它地区开拓客户的能力逐步提升。未来，募投项目中新建产能及物流体系建设也将对公司开拓其他地区提供有力支撑，帮助公司产品走向全国市场。

① 按地域数量构成情况

报告期各期末，公司经销商客户按照所处地域分类如下：

单位：家

类别	地域	2020年	2019年	2018年
加盟店	华东	1,086	779	427
	华中	31	22	13
	小计	1,117	801	440
经销店	华东	485	593	884
	华中	5	2	2
	华南	-	-	1
	华北	1	1	2
	西北	-	1	1
	小计	491	597	890
零售渠道合计		1,608	1,398	1,330
批发客户	华东	361	336	339
	华中	5	6	4
	西南	15	11	10
	华南	1	1	1
	华北	5	3	-
	东北	-	-	-

	西北	2	2	1
	小计	389	359	355
合计		1,997	1,757	1,685

根据上表，公司加盟店、经销店及批发客户均集中于华东地区。

② 按地域收入构成情况

报告期内，公司按合作地域分类的经销商客户销售收入及占比如下：

单位：万元

类别	地域	2020年		2019年		2018年	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
加盟店	华东	31,487.20	98.40%	25,356.07	97.60%	14,565.07	97.06%
	华中	513.24	1.60%	622.59	2.40%	441.10	2.94%
	小计	32,000.44	100.00%	25,978.66	100.00%	15,006.17	100.00%
经销店	华东	10,439.10	99.61%	10,242.74	99.68%	16,006.94	99.84%
	华中	25.50	0.24%	5.50	0.05%	12.85	0.08%
	华南	-	-	0.32	0.00%	0.81	0.01%
	华北	14.98	0.14%	26.65	0.26%	8.70	0.05%
	西北	-	-	0.47	0.00%	3.42	0.02%
	西南	-	-	-	-	-	-
	小计	10,479.58	100.00%	10,275.68	100.00%	16,032.72	100.00%
零售渠道合计		42,480.02	-	36,254.34	-	31,038.89	-
批发客户	华东	17,110.54	92.60%	16,023.33	93.85%	14,221.93	95.73%
	华中	139.17	0.75%	112.03	0.66%	85.13	0.57%
	西南	450.43	2.44%	525.04	3.08%	501.79	3.38%
	华南	1.78	0.01%	25.97	0.15%	18.66	0.13%
	华北	762.04	4.12%	366.44	2.15%	-	-
	东北	-	-	-	-	4.62	0.03%
	西北	13.64	0.07%	21.34	0.12%	24.91	0.17%
	合计	18,477.59	100.00%	17,074.14	100.00%	14,857.06	100.00%

公司经销商主要分布于华东地区，报告期各期末华东地区的经销商数量分别为1,650家、1,708家和1,932家，占经销商总数比例分别为97.92%、97.21%和96.75%。报告期各期，华东地区经销商收入占比分别为97.43%、96.61%和96.04%，与经销商地域分布情况一致。

(3) 按销售渠道分类

报告期内，发行人分渠道客户销售额如下：

单位：万元

类型	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
零售渠道	42,480.02	69.11%	36,254.34	67.85%	31,038.89	67.51%
其中：加盟店	32,000.44	52.06%	25,978.66	48.62%	15,006.17	32.64%
经销店	10,479.58	17.05%	10,275.68	19.23%	16,032.72	34.87%
批发渠道	18,477.59	30.06%	17,074.14	31.95%	14,857.06	32.32%
直销及其他	511.51	0.83%	104.41	0.20%	79.25	0.17%
合计	61,469.12	100.00%	53,432.90	100.00%	45,975.20	100.00%

报告期内，公司以经销商零售和批发为主要销售渠道，直销收入占比较低。公司零售渠道和批发渠道销售额占比相对稳定，但零售渠道内部收入结构变化较大。公司零售渠道包含加盟店和经销店，其中加盟店销售收入占主营业务收入比例从2018年的32.64%上升至2020年的52.06%，而经销店销售收入从2018年的34.87%下降至2020年的17.05%。报告期内，经销商数量变动情况如下：

单位：家

类型	2018年				
	期初	增加	减少	经销转加盟	期末
经销店	1,323	111	-252	-292	890
加盟店	58	107	-17	292	440
批发客户	325	226	-196	-	355
类型	2019年				
	期初	增加	减少	经销转加盟	期末
经销店	890	50	-196	-147	597
加盟店	440	251	-37	147	801
批发客户	355	157	-153	-	359
类型	2020年				
	期初	增加	减少	经销转加盟	期末
经销店	597	86	-180	-12	491
加盟店	801	421	-117	12	1,117
批发客户	359	241	-211	-	389

公司经销店及加盟店总数相对稳定，报告期各期末分别为 1,330 家、1,398 家和 1,608 家，其中加盟店和经销店结构变化较大。加盟店数量从 2018 年末的 440 家上升至 2020 年末的 1,117 家，而经销店从 890 家降至 491 家。经销店和加盟店的增减变动一方面是由于公司开拓新客户及部分原有客户停止经营而产生的自然流动，另一方面系：公司为树立良好的品牌形象、建立更加高效的零售渠道，着重打造了加盟店体系。公司对加盟店进行细致的管理并给予更多的经营支持，包括品牌营销、产品促销等。经过前期部分门店的试运营，原经销店转换成加盟店后客户经营状况显著提升，众多原有经销店客户认同并积极响应公司的加盟店政策，申请将自己的经销店升级为加盟店，报告期分别有 292 家、147 家和 12 家经销店转换成加盟店。报告期各期末，公司批发客户家数分别为 355 家、359 家和 389 家，客户数量总体呈现上升趋势。

① 按合作年限数量构成情况

报告期各期末，公司按合作年限分类的经销商客户数量如下：

单位：家

类别	合作年限	2020 年	2019 年	2018 年
加盟店	1 年以内	380	245	98
	1-2 年	200	82	46
	2-3 年	76	55	39
	3-4 年	48	49	28
	4-5 年	49	38	40
	5 年以上	364	332	189
	小计	1,117	801	440
经销店	1 年以内	30	37	66
	1-2 年	20	49	101
	2-3 年	34	64	124
	3-4 年	55	84	93
	4-5 年	69	56	89
	5 年以上	283	307	417
	小计	491	597	890
零售渠道合计		1,608	1,398	1,330
批发客户	1 年以内	119	113	99

	1-2 年	66	57	81
	2-3 年	44	50	71
	3-4 年	42	56	39
	4-5 年	48	28	8
	5 年以上	70	55	57
	小计	389	359	355
经销商客户合计		1,997	1,757	1,685

报告期内,发行人加盟店及经销商客户中,合作时间 5 年以上的客户占比最高,表明发行人经过长期发展形成了相对稳定、粘性较高的客户群体。2018 年至 2019 年,加盟店和经销商总数变动较小,其中发行人合作 5 年以上的加盟店数量快速上升,而经销商中合作 5 年以上客户数量逐步下降,除客户留存、撤销因素外,主要原因是经销商升级为加盟店;2020 年,发行人加盟店数量稳步上升,经销商数量略有下降,整体门店数量出现较为明显的上升。

② 按合作年限收入构成情况

报告期内,公司按合作年限分类的经销商客户销售收入及占比如下:

单位:万元

类型	合作年限	2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
加盟店	1 年以内	3,920.43	12.25%	2,746.42	10.57%	1,191.81	7.94%
	1-2 年	5,219.21	16.31%	2,498.02	9.62%	1,412.41	9.41%
	2-3 年	2,644.91	8.27%	1,957.02	7.53%	1,417.23	9.44%
	3-4 年	1,976.59	6.18%	2,152.28	8.28%	1,595.03	10.63%
	4-5 年	2,108.54	6.59%	2,053.46	7.90%	1,290.99	8.60%
	5 年以上	16,130.76	50.41%	14,571.47	56.09%	8,098.70	53.97%
	小计	32,000.44	100.00%	25,978.66	100.00%	15,006.17	100.00%
经销商	1 年以内	734.07	7.00%	283.91	2.76%	614.08	3.83%
	1-2 年	1,550.86	14.80%	615.97	5.99%	1,935.44	12.07%
	2-3 年	483.74	4.62%	1,566.27	15.24%	1,964.63	12.25%
	3-4 年	1,201.22	11.46%	1,583.63	15.41%	1,654.29	10.32%
	4-5 年	1,439.66	13.74%	1,050.06	10.22%	1,370.62	8.55%
	5 年以上	5,070.03	48.38%	5,175.84	50.37%	8,493.67	52.98%
	小计	10,479.58	100.00%	10,275.68	100.00%	16,032.72	100.00%

零售渠道合计		42,480.02	-	36,254.34	-	31,038.89	-
批发客户	1年以内	1,424.78	7.71%	1,863.02	10.91%	2,013.25	13.55%
	1-2年	3,860.47	20.89%	3,092.48	18.11%	1,132.87	7.63%
	2-3年	2,729.74	14.77%	995.31	5.83%	3,761.33	25.32%
	3-4年	873.84	4.73%	4,323.14	25.32%	2,580.98	17.37%
	4-5年	4,419.89	23.92%	2,028.01	11.88%	274.57	1.85%
	5年以上	5,168.85	27.97%	4,772.17	27.95%	5,094.05	34.29%
	小计	18,477.59	100.00%	17,074.14	100.00%	14,857.06	100.00%

(4) 销售返利情况

公司以抵扣货款的方式对经销商进行销售返利，返利金额根据各经销商上一年度销售任务完成情况计算。报告期内，公司对经销商的返利金额如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
返利金额	354.99	249.61	259.25
其中：加盟店	138.22	76.77	91.59
经销店	19.83	8.51	13.13
批发客户	196.94	164.33	154.54
主营业务收入	61,469.12	53,432.90	45,975.20
返利金额占主营业务收入比例	0.58%	0.47%	0.56%

公司对部分经销商客户制定了销售折扣政策，该政策考核维度包括业绩规模及业绩增速。报告期内，公司销售返利金额分别为 259.25 万元、249.61 万元和 354.99 万元。2019 年，公司主营业务收入同比上升但返利金额相较于 2018 年小幅下降，主要是 2019 年营收增速小于 2018 年，多数经销商按照折扣政策享受的销售折扣比例降低；2020 年，随着较多新增加盟店客户完成业绩增长指标，当年加盟店返利金额有较大增长。

公司根据合同条款计提经销商的销售返利，对经销商的销售返利不计提销售费用，在未来年度销售时冲减当期销售收入。报告期内，公司适用的《企业会计准则第 14 号——收入》（2006）第七条规定：“销售商品涉及商业折扣的，应当按照扣除商业折扣后的金额确定销售商品收入金额。商业折扣，是指企业为促进商品销售而在商品标价上给予的价格扣除”。公司以抵扣货款方式给予客户的销售折扣为商业折扣，会计处理方式符合《企业会计准则》的规定。

3、现金收款情况

2017年5月以前，公司款到发货和货到付款的结算模式并存，客户可自由选择结算模式。由于早前移动终端设备普及程度较低、移动支付便利性远不及当前，公司大部分客户为个体工商户且经营规模较小，经营场所多在农贸市场，且客户及终端消费者习惯使用现金，对移动支付、线上转账的了解、使用滞后于年轻人群。出于结算的便利性，部分选择货到付款模式的客户在收到货物的同时以现金形式支付货款；对于选择款到发货模式的客户，也存在通过ATM机或银行柜台向公司收款账户存入现金的行为。公司加盟店、经销店和批发客户均存在现金回款情况。随着移动支付逐渐普及，2017年5月，公司转变为统一采用款到发货的结算方式并要求客户使用银行或支付宝、微信转账的方式支付货款，现金收款的情形开始大幅减少。

报告期内，公司现金收款金额及比例的情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
现金收款	101.86	153.78	1,082.32
含税营业收入	68,200.04	59,615.31	51,854.73
现金收款占比	0.15%	0.26%	2.09%

由上表可见，报告期内，公司现金收款的金额及比例逐年降低，已处于合理可控范围内。2019年现金收款金额仅为153.78万元，2020年现金收款金额为101.86万元，均为通过ATM机存现。

由于行业特性，公司大部分经销商为个体工商户且经营规模较小，出于付款习惯存在以现金回款的情况，该情况符合行业特点，不影响发行人销售收入确认的真实性。同时报告期内发行人对现金收款情况进行了积极的整改，并取得了明显的成效。发行人将继续利用移动支付普及的趋势对客户进行引导，进一步降低直至杜绝现金回款的情形。

由于同行业可比公司安井食品、海欣食品、惠发食品上市时间均较早，因此选取近期披露招股说明书的食品行业企业一鸣股份、巴比食品、菊乐股份的现金收款情况与发行人进行比较。

报告期内，同类型公司的现金收款占含税营业收入比例情况如下：

项目	2020年	2019年	2018年
一鸣股份	-	4.91%	10.10%

巴比食品	-	0.44%	0.77%
菊乐股份	-	1.24%	2.67%
同类型公司平均	-	2.20%	4.51%
味知香	0.15%	0.26%	2.09%

注：截至本招股意向书签署日，一鸣股份、巴比食品、菊乐股份尚未披露2020年年度报告。

由上表可见，报告期内，同类型公司现金收款比例逐年下降，整体变动趋势与发行人相符，发行人与类似公司不存在重大差异。

除发行人高级管理人员夏骏之配偶张桂芬曾于报告期内使用现金进行支付货款外，发行人现金交易的客户与发行人、发行人实际控制人、股东、董监高及其关联方无关联关系，无其他利益安排。张桂芬于报告期内使用现金支付的金额如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
张桂芬	-	-	0.07

发行人对现金收款建立了较为严格的内控制度：发行人交货单一式四联，分别由市场营销中心、仓储部、财务部和客户留存。其中，财务联和客户联由配送部配送员携带，送货时交由客户签字并将财务联与收取的现金带回公司，当天回公司分别交给财务部会计及出纳。财务部会计负责记账，并将存款银行回单与账面金额进行核对，出纳负责清点现金货款。由于行业特性，发行人大部分经销商为个体工商户且经营规模较小，出于付款习惯存在以现金回款的情况，该情况符合行业特点，不影响发行人内部控制有效性。

公司建立了完善的现金管理制度，对现金收支适用的业务范围、现金收支的审批流程和单据流转、库存现金的限额和保管、现金盘点与监督管理等方面的业务流程进行了规定。此外，根据公司财务管理制度，办理货币资金业务的不相容岗位已作分离，相关机构和人员存在相互制约关系。截至报告期末，公司的各项财务管理制度有效运行且与公司业务模式相匹配。

4、个人账户收款情况

(1) 以实际控制人个人名义开立银行账户收款情况

① 形成原因

公司下游客户大部分为个体工商户且经营规模较小，因此公司主要采用钱货两

清或者款到发货的方式进行结算。实务中，在采用款到发货方式时，客户通过自身银行账户向公司对公账户直接付款存在受营业时间、节假日、网点和到账时间等限制，可能导致公司查收款项会有延迟，特别在非工作时间（例如周末），延迟更加严重。因此如果采用对公账户直接收款，客户支付款项之后公司不能及时查收，进而导致不能及时发货，将会给客户经营造成不便，而个人银行账户收款方式能够实现1周7天、全天24小时实时到账功能。为此，公司以实际控制人名义开立个人银行账户专用于公司收款，客户将款项支付到个人银行账户可以即时到账。

② 资金金额、流向、用途、利息

报告期内用于公司收款的个人银行账户明细如下：

银行卡号	户名	开户银行
622707296009XXXX	夏靖	中国建设银行
552245200002XXX	夏靖	中国建设银行
621080200116XXX	夏靖	中国建设银行
6236682000002007XXX	夏靖	中国建设银行
6236682000009390XXX	夏靖	中国建设银行
6236682000009393XXX	夏靖	中国建设银行
6228490400016499XXX	夏靖	中国农业银行
6228480400253691XXX	夏靖	中国农业银行

报告期内，发行人通过上述个人账户收款的金额及比例如下表所示：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
个人账户收款金额	-	-	-
含税营业收入	68,200.04	59,615.31	51,854.73
个人账户收款占比-	-	-	-

公司对实际控制人用于收款的个人银行账户控制管理方式与发行人对公账户相同，由发行人出纳保管，专用于发行人收款或购买理财产品，不作其他用途。上述收款账户资金利息、理财收益均计入公司账目。销售人员代收货款的则由销售人员收到货款后上缴至公司收款账户。上述个人账户收取的货款以及获取的理财收益均已依法纳税，不存在通过个人账户收款规避税务监管情形。

公司使用个人账户收款存在合理的原因及必要性，不存在规避税务监管情形，不存在被处罚的法律风险。个人账户收款不影响销售的真实性，报告期初公司存在

个人账户收款情形与公司的实际经营情况相符，具备合理性。

(2) 销售人员代收款情况

① 形成原因

公司个人卡收款主要通过实际控制人的个人账户收取，但由于部分客户为方便起见直接将货款支付给公司销售人员，因此亦存在部分货款由销售人员代收，销售人员收到货款后上缴至公司收款账户的情形。

② 资金金额、流向、用途及利息

报告期内，公司销售人员代收款金额及占比如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
销售人员代收款金额	1.45	0.05	19.34
含税营业收入	68,200.04	59,615.31	51,854.73
个人卡收款占比	0.00%	0.00%	0.04%

上述资金由客户直接支付给公司销售人员，销售人员收款后立即将货款转交至公司收款账户。

(3) 法律后果、承担机制、整改措施、相关内控建立及运行情况

根据《公司法》第148条规定，“董事、高级管理人员不得有下列行为：（二）将公司资金以其个人名义或者以其他个人名义开立账户存储。”第171条规定，“公司除法定的会计账簿外，不得另立会计账簿。对公司资产，不得以任何个人名义开立账户存储”。

报告期初公司通过个人卡账户收款的行为存在不合规的情形，使用实际控制人个人卡账户收款主要是基于对公账户难以满足客户及时发货需求的商业考虑，金额占比较小，上述个人卡用于服务公司的生产经营，且通过实际控制人收款的账户由发行人财务人员管理，通过上述个人账户收取的货款均反映在发行人财务账册中，并已依法纳税；公司通过销售人员个人账户代为收取货款行为系临时转付之用，金额占比较小，实质上不构成开立账户存储的情况。对于上述不规范收款情形，发行人采取了如下整改措施：

① 2017年6月前，公司将此类个人银行账户余额、可以提前赎回的理财本金及收益转至公司对公账户，并将相应的银行账户注销。无法提前赎回的理财本金及收益转让给夏靖个人，并在理财到期赎回后将相应的银行账户注销。上述用于收款的

实际控制个人卡均于2017年完成注销。

② 公司制定了《货币资金管理制度》、《销售货款结算管理制度》等相关内部控制管理制度，强化了对于销售收款的内部控制。

③ 加强对销售人员、客户的教育培训，通过区域销售人员指导客户操作转账流程，规范销售人员通过个人账户代为收取货款的行为。

④ 安排专门财务人员逐周监测收款情况，对于发生销售人员代收货款情形的立即告知责任人并要求其改正。

2018年至2020年，发行人未再发生实际控制人个人卡收款情形；销售人员代收货款金额分别为19.34万元、0.05万元及1.45万元，代收货款金额大幅减少。经过整改，公司上述个人账户收取货款的情况得到极大改善，内控制度有效执行。

（4）上述行为对内部控制有效性的影响

报告期内，以实际控制人名义开立用于收取公司货款的相关账户由发行人财务人员管理，相关货款均反映在发行人财务账册中，并依法纳税；销售人员在收到客户货款时将电话通知财务部门，并及时将货款通过银行转账方式转至公司账户，发行人收到货款后才进行产品出库及配送，报告期内，销售人员个人卡回款已完整缴存至发行人账户，并已全部记入发行人财务账册，发行人与客户之间不存在因销售人员代收货款问题而发生纠纷、仲裁的情形。同时，会计师对公司内部控制进行了审计，并出具了无保留意见的《内部控制鉴证报告》。发行人通过个人账户收取货款不影响发行人内控的有效性。

5、第三方回款情况

发行人加盟店、经销店和批发客户均存在第三方回款的情况，该情况是基于发行人业务模式发生的，具有商业合理性及必要性。发行人的销售模式以经销为主，经销商主要由个体工商户性质的非法人经营单位或小型有限公司，由夫妻、父母、子女、兄弟等直系亲属家庭成员和商业合作伙伴共同参与经营，部分经营者因为资金临时性周转困难、年纪较大对手机转账付款操作不熟悉等原因，请亲属或者朋友代为付款，这一现象符合发行人下游客户特点。发行人在报告期内受到上述因素的影响，存在第三方回款的情形。

公司非签约客户本人回款情况主要分为以下几类：客户为个体工商户，由家庭直系亲属代为支付货款；客户为自然人控制的企业，该企业实际控制人代为支付货

款；除以上两种情况外的第三方回款。报告期内，公司回款金额及比例按回款账户性质分类的情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
第三方回款金额	2,286.47	2,692.65	4,353.76
实际控制人直系亲属代付	10,169.84	7,873.42	5,143.67
法定代表人或实际控制人支付金额	1,027.93	1,312.94	1,358.78
含税营业收入	68,200.04	59,615.31	51,854.73
第三方回款占比	3.36%	4.52%	8.40%

报告期内，公司积极对第三方回款情形进行整改，要求客户使用本人/本公司账户向公司支付货款，本人因特殊原因确实不能支付货款的，须由直系亲属代为支付。公司安排专门财务人员逐周监测收款情况，统计第三方回款金额较大的客户，及时提示客户使用本人/本公司账户进行付款。公司的整改措施取得了积极成效，报告期内，第三方回款占含税营业收入比例持续下降，分别为 8.40%、4.52% 及 3.36%，整体处于合理可控范围。

发行人选取面向门店销售为主的食品类企业进行对比，其第三方回款情况如下：

公司名称	项目	2020年度	2019年度	2018年度
味知香	第三方回款金额	2,286.47	2,692.65	4,353.76
	营业收入	68,200.04	59,615.31	51,854.73
	占当期营业收入的比例	3.36%	4.52%	8.40%
佳禾食品	第三方回款金额	-	9,198.54	16,456.60
	营业收入	-	183,645.01	159,545.50
	占当期营业收入的比例	-	5.01%	10.31%
千味食品	第三方回款金额	-	11,249.59	13,053.79
	营业收入	-	101,148.99	81,560.79
	占当期营业收入的比例	-	11.12%	16.00%
巴比食品	第三方回款金额	-	13.97	1,784.63
	营业收入	-	106,397.32	99,021.09
	占当期营业收入的比例	-	0.01%	1.80%

注：1、佳禾食品指佳禾食品工业股份有限公司，千味食品指郑州千味央厨食品股份有限公司，巴比食品指中饮巴比食品股份有限公司，上表数据来源于相关公司招股说明书；

2、千味食品第三方回款金额未剔除客户约定或委托关联方付款金额。

根据上述公司招股说明书披露，其存在第三方回款的原因如下：

公司名称	第三方回款原因
佳禾食品	1、个体工商户、个人独资企业等因资金阶段性紧张、对公账户使用不便等原因，经常通过其可控制的内部人账户（控股股东、实际控制人及其亲属、同一控制下其他企业、公司员工账户等）进行货款支付； 2、部分境外客户主要是由于客户同一集团控制下资金统一安排以及部分客户所在国家存在外汇管制等原因而通过第三方支付货款。
千味食品	公司的经销商在组织形式上主要为小型公司制商贸公司或个体工商户性质的非法人实体，其经营方式主要是夫妻、父子、兄弟等家庭成员共同经营，从业人员较少，关键岗位如财务主要由家庭核心成员担任。同时公司一贯对经销商采取先款后货的销售模式，出于便利考虑，客户使用个人卡支付更为快捷。
巴比食品	1、加盟客户主要为自然人，从业人员以夫妻、父子、兄弟等家庭成员为主；公司团餐客户主要为连锁超市、工业企业、单位食堂等，基于交易习惯，存在由其法定代表人、亲属、员工等第三方代客户支付货款的情形； 2、员工代收货款：客户主要为个体工商户，经营方式主要是夫妻、父子、兄弟及其他亲属等，通常客户规模较小，基于操作便利性的考虑，客户直接将款项交付给公司员工，由公司员工转存至公司账户； 3、第三方物流公司代收货款：全资子公司克圣新材针对零星客户销售的包材类产品，因客户较为分散且单次订货量较小，基于业务发展与货款结算的客观需要，约定由物流公司在将货物转交给客户时，待客户签收确认收货后，收取相应的货款。

上述公司与发行人的客户都是以个体工商户或小型公司为主，此类客户出于交易习惯、资金周转等原因通过第三方支付款项，具有商业合理性。

公司第三方回款的付款方与公司、公司实际控制人、股东、董监高及其关联方无关联关系，无其他利益安排。

公司制定了《内部控制制度》、《授权审批制度》、《销售货款结算管理制度》、《销售收入管理制度》等销售循环相关内部控制制度，对销售、发货、收款等业务的具体流程以及各岗位职责作出了详尽规定，明确了对现金、银行存款的管理要求，相关部门的职责做到了明确分离，相关人员和部门存在相互制约关系。

此外，针对第三方回款情形，公司也建立了相应的内控制度：一方面，公司建立了第三方回款客户信息档案，确保财务核算的准确性并避免货款归属纠纷；另一方面，财务部门与业务部门每月定期核对第三方回款情况，核实第三方回款统计的准确性，同时便于业务部门与客户沟通，降低第三方回款比例。

报告期各期，公司各客户回款金额和与该客户相关的第三方回款金额之和与公司对该客户的销售收入存在对应关系，第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有

可验证性，第三方回款情况未对相关内部控制有效性造成不利影响，销售与收款循环内部控制有效。

申报会计师已对公司的内部控制情况进行了专项审核，并出具了苏公W[2021]E1008号《内部控制鉴证报告》，报告意见为：“我们认为，味知香按照《企业内部控制基本规范》规定的标准于2020年12月31日在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。”

（二）营业成本分析

1、营业成本构成及变动趋势

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	43,407.37	98.86%	40,137.08	98.63%	34,453.21	98.72%
其他业务成本	498.77	1.14%	558.69	1.37%	446.87	1.28%
合计	43,906.14	100.00%	40,695.77	100.00%	34,900.08	100.00%

报告期内，公司营业成本主要是主营业务成本，与营业收入结构一致。2019年同比增长16.61%，与同期营业收入增幅相匹配；2020年同比增长7.89%，略低于同期收入增幅，主要是产品毛利率上升所致。

报告期内，公司营业收入、营业成本及其变动情况如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
营业收入	62,246.85	54,242.45	46,595.10
营业成本	43,906.14	40,695.77	34,900.08
营业收入同比增长	14.76%	16.41%	29.87%
营业成本同比增长	7.89%	16.61%	28.90%

2、主营业务成本构成分析

报告期内，按产品分的公司主营业务成本构成及占比如下：

单位：万元

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

肉禽类	29,803.06	68.66%	27,081.42	67.47%	21,693.27	62.96%
其中：牛肉类	21,150.56	48.73%	19,592.15	48.81%	16,042.98	46.56%
家禽类	5,632.52	12.98%	5,522.03	13.76%	4,141.52	12.02%
猪肉类	3,019.97	6.96%	1,967.25	4.90%	1,508.76	4.38%
水产类	12,322.39	28.39%	12,236.47	30.49%	12,291.47	35.68%
其中：虾类	5,691.69	13.11%	5,540.90	13.80%	6,039.27	17.53%
鱼类	6,630.71	15.28%	6,695.57	16.68%	6,252.20	18.15%
其他类	1,281.92	2.95%	819.19	2.04%	468.48	1.36%
合计	43,407.37	100.00%	40,137.08	100.00%	34,453.21	100.00%

公司主营业务成本中，肉禽类产品营业成本占比最高，其次是水产类产品。报告期内，各类产品营业成本占比变动较小，营业成本结构相对稳定。

按成本来源划分，公司的主营业务成本由直接材料、直接人工和制造费用构成。报告期内，公司主营业务成本构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	41,006.47	94.47%	38,087.87	94.89%	32,666.44	94.81%
直接人工	1,502.94	3.46%	1,173.39	2.92%	1,010.29	2.93%
制造费用	897.96	2.07%	875.81	2.18%	776.47	2.25%
主营业务成本	43,407.37	100.00%	40,137.08	100.00%	34,453.21	100.00%

报告期内，公司主营业务主要由直接材料构成，包括主料、辅料及包装材料。2018 年、2019 年和 2020 年直接材料占主营业务比例分别为 94.81%、94.89% 和 94.47%，占比较为稳定。报告期内，直接人工成本占比约为 3%，制造费用占比约为 2%。

公司报告期内按产品分类的营业成本构成与营业收入构成相匹配，按来源划分的成本结构未出现较大变化，主营业务成本构成较为稳定。

(1) 产品销量及单位成本

报告期内，公司各类产品的销量、单位成本及营业成本情况如下：

2020 年度						
项目	销量		单位成本		营业成本	
	数量 (吨)	变动率	金额 (元/千克)	变动率	金额 (万元)	变动率

牛肉类	6,093.62	16.18%	34.71	-7.08%	21,150.56	7.95%
家禽类	3,528.46	17.91%	15.96	-13.49%	5,632.52	2.00%
猪肉类	1,353.91	29.04%	22.31	18.97%	3,019.97	53.51%
虾类	1,084.36	0.15%	52.49	2.57%	5,691.69	2.72%
鱼类	2,493.07	10.34%	26.60	-10.25%	6,630.71	-0.97%
其他类	777.02	41.92%	16.50	10.27%	1,281.92	56.50%
2019 年度						
项目	销量		单位成本		营业成本	
	数量 (吨)	变动率	金额 (元/千克)	变动率	金额 (万元)	变动率
牛肉类	5,244.96	11.25%	37.35	9.76%	19,592.15	22.12%
家禽类	2,992.45	13.81%	18.45	17.14%	5,522.03	33.33%
猪肉类	1,049.23	10.50%	18.75	18.00%	1,967.25	30.39%
虾类	1,082.76	-3.95%	51.17	-4.48%	5,540.90	-8.25%
鱼类	2,259.37	10.90%	29.63	-3.45%	6,695.57	7.09%
其他类	547.51	23.98%	14.96	41.00%	819.19	74.86%
2018 年度						
项目	销量		单位成本		营业成本	
	数量 (吨)	变动率	金额 (元/千克)	变动率	金额 (万元)	变动率
牛肉类	4,714.62	31.64%	34.03	4.13%	16,042.98	37.07%
家禽类	2,629.32	30.50%	15.75	-1.32%	4,141.52	28.79%
猪肉类	949.55	6.16%	15.89	-1.49%	1,508.76	4.57%
虾类	1,127.30	14.57%	53.57	0.37%	6,039.27	15.01%
鱼类	2,037.39	18.05%	30.69	11.40%	6,252.20	31.48%
其他类	441.61	2.62%	10.61	2.71%	468.48	5.35%

报告期各期，公司各类产品销量受下游客户需求影响而变动。

(2) 直接材料构成

公司半成品菜成本中直接材料成本构成如下：

① 牛肉类

公司牛肉类半成品菜主要原材料是不同部位的牛肉及牛仔骨等。牛肉类产品直接材料成本构成如下：

单位：万元

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
牛肉等	19,110.29	94.33%	17,841.89	94.78%	14,494.04	94.31%
辅料及调料	672.83	3.32%	584.97	3.11%	514.58	3.35%
包材	475.03	2.34%	398.09	2.11%	359.80	2.34%
合计	20,258.15	100.00%	18,824.94	100.00%	15,368.42	100.00%

报告期内，公司牛肉类产品直接材料中牛肉、辅料及调料、包材的占比较为稳定，其中牛肉等原材料占比较高，是主要原材料。

② 家禽类

公司家禽类产品种类较多，主要使用的原材料为鸡大胸、鸡翅、鸭大胸等。家禽类产品直接材料成本构成如下：

单位：万元

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
家禽	4,605.08	89.25%	4,664.10	91.07%	3,448.01	91.34%
辅料及调料	343.70	6.66%	285.64	5.58%	167.24	4.43%
包材	210.98	4.09%	171.57	3.35%	159.74	4.23%
合计	5,159.75	100.00%	5,121.31	100.00%	3,774.99	100.00%

报告期内，公司家禽类产品的直接材料成本中家禽等肉类原材料占比较为稳定，未发生明显变动。

③ 猪肉类

公司猪肉类产品主要原材料为猪肉、肋骨等，其直接材料成本构成如下：

单位：万元

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
猪肉	2,180.00	79.42%	1,382.02	76.75%	912.34	67.68%
辅料及调料	446.09	16.25%	325.13	18.06%	344.67	25.57%
包材	118.76	4.33%	93.44	5.19%	91.10	6.76%
合计	2,744.84	100.00%	1,800.60	100.00%	1,348.11	100.00%

2019年及2020年，受原材料价格大幅上升影响，主要原材料猪肉占比明显上升，

包材、辅料及调料占比有所下降。

④ 水产虾类

公司虾类产品主要使用青虾仁、罗氏虾仁及凤尾虾等，其直接材料成本构成如下：

单位：万元

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
虾	5,261.57	94.46%	5,140.60	95.03%	5,534.91	93.86%
辅料及调料	230.74	4.14%	192.84	3.57%	283.76	4.81%
包材	77.68	1.39%	75.73	1.40%	78.59	1.33%
合计	5,570.00	100.00%	5,409.17	100.00%	5,897.26	100.00%

报告期内，虾类产品直接材料成本中主要原材料的成本占比较为稳定，未发生明显变动。

⑤ 水产鱼类

公司虾类产品主要使用鱿鱼、巴沙鱼等鱼类原材料，其直接材料成本构成如下：

单位：万元

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
鱼	5,788.46	93.39%	5,857.50	93.54%	5,504.09	93.84%
辅料及调料	244.95	3.95%	257.06	4.11%	231.39	3.95%
包材	164.77	2.66%	147.23	2.35%	129.86	2.21%
合计	6,198.18	100.00%	6,261.79	100.00%	5,865.34	100.00%

报告期内，公司鱼类产品的直接材料成本中主要原材料占比较为稳定，未发生明显变动。

(3) 制造费用构成

报告期各期，公司制造费用明细如下：

单位：万元

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工资	248.13	29.45%	310.73	36.53%	259.59	32.20%
水电费	200.91	23.84%	188.39	22.15%	189.75	23.54%

租赁费	131.04	15.55%	131.04	15.41%	129.46	16.06%
折旧费	86.55	10.27%	94.93	11.16%	96.71	12.00%
维修费	85.35	10.13%	47.61	5.60%	46.61	5.78%
燃气费	29.26	3.47%	24.00	2.82%	3.46	0.43%
煤气费	-	-	-	-	17.92	2.22%
其他	61.44	7.29%	53.84	6.32%	62.60	7.77%
合计	842.68	100.00%	850.54	100.00%	806.10	100.00%

由上表可见，随着生产规模的扩大，折旧费等相对固定的成本在制造费用中的占比逐步下降；2020年制造费用中工资占比有所下降，主要是在新冠疫情的背景下，当地政府为支持企业发展、降低企业负担，减免了企业的社保费用；水电费、维修费占比基本保持稳定。自2018年11月起，公司开始用热值更高的天然气取代煤气，因此煤气费和燃气费呈现此消彼长的关系。

3、成本核算方法

公司成本核算流程和方法具体如下：

主要生产流程	成本费用归集情况		成本费用归集与结转是否与实际生产流转一致
	主要核算方法	会计分录	
原料采购	外购原材料系以实际成本入账，外购原材料成本包括原材料从采购到入库前所发生的全部支出，财务部根据入库单、验收单、采购单等记录原材料增加。月末，对于货到发票未到的原材料暂估入库。原材料发出成本采用月末一次加权平均法计算	借：原材料 贷：应付账款、银行存款	是
领料、解冻、切割等加工流程	按产品种类归集：		
	①直接材料主要核算直接归集到各品种，月末按各类产品直接领用的材料数量及该材料月末一次加权平均单价归集材料成本；	借：生产成本 贷：原材料、周转材料、应付账款等	是
	②直接人工主要核算与生产直接相关人员的工资、福利费、社保、住房公积金等，按照产值分配计入相关产品中；	借：生产成本 贷：应付职工薪酬	是
	③制造费用主要核算生产过程中发生的间接费用，如间接人工费、累计折旧、水电费用等，按照产值分配计入相关产品中。	借：制造费用 贷：累计折旧、应付职工薪酬、应付账款等	是
产品检验	完工产品与在产品之间成本按照约当产量法进行分配，完工产品入库计入库存商品。	借：库存商品 贷：生产成本	是

产成品出 库	财务根据《发货通知单》上的产品类别、数量计算已出库产品的总成本，编制会计分录并录入财务系统；	借：发出商品	是
		贷：库存商品	
	待达到确认该笔销售收入的时点，根据实际收货数量乘以单位成本，计算结转营业成本金额并录入系统。	借：主营业务成本	是
		贷：发出商品	

（三）毛利及毛利率分析

1、综合毛利构成

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	18,061.76	98.48%	13,295.82	98.15%	11,521.99	98.52%
肉禽类	13,837.89	75.45%	9,446.05	69.73%	8,665.51	74.10%
其中：牛肉类	9,674.92	52.75%	6,452.25	47.63%	6,077.12	51.96%
家禽类	2,759.63	15.05%	2,075.02	15.32%	1,835.69	15.70%
猪肉类	1,403.34	7.65%	918.77	6.78%	752.70	6.44%
水产类	3,702.53	20.19%	3,493.69	25.79%	2,632.49	22.51%
其中：虾类	1,313.40	7.16%	1,556.80	11.49%	1,235.56	10.56%
鱼类	2,389.13	13.03%	1,936.89	14.30%	1,396.93	11.94%
其他类	521.33	2.84%	356.08	2.63%	223.99	1.92%
其他业务毛利	278.96	1.52%	250.86	1.85%	173.03	1.48%
综合毛利	18,340.72	100.00%	13,546.68	100.00%	11,695.02	100.00%

报告期内，公司综合毛利稳步增长，2018年、2019年和2020年综合毛利分别为11,695.02万元、13,546.68万元及18,340.72万元。主营业务毛利是综合毛利的主要来源，其中肉禽类产品毛利额占比最高，分别为74.10%、69.73%及75.45%。报告期内，各产品毛利额占比变动较小，公司毛利结构较为稳定。

2、主营业务毛利率变动分析

报告期内，公司主要产品平均单价、平均成本及毛利率情况如下：

单位：元/千克

产品类别		项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
肉禽类	牛肉类	平均单价	50.59	49.66	46.92
		平均成本	34.71	37.35	34.03
		毛利率	31.39%	24.77%	27.47%

	家禽类	平均单价	23.78	25.39	22.73
		平均成本	15.96	18.45	15.75
		毛利率	32.88%	27.31%	30.71%
	猪肉类	平均单价	32.67	27.51	23.82
		平均成本	22.31	18.75	15.89
		毛利率	31.73%	31.84%	33.28%
水产类	虾类	平均单价	64.60	65.55	64.53
		平均成本	52.49	51.17	53.57
		毛利率	18.75%	21.93%	16.98%
	鱼类	平均单价	36.18	38.21	37.54
		平均成本	26.60	29.63	30.69
		毛利率	26.49%	22.44%	18.26%
其他类	平均单价	23.21	21.47	15.68	
	平均成本	16.50	14.96	10.61	
	毛利率	28.91%	30.30%	32.35%	
主营业务合计	平均单价	40.10	40.55	38.64	
	平均成本	28.31	30.46	28.95	
	毛利率	29.38%	24.88%	25.06%	

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 25.06%、24.88% 和 29.38%，毛利率较为稳定，其原因主要是：①公司持续跟踪主要原材料的采购价格和市场零售价，结合自身存货成本和同类产品市场价对产品价格作出相应的调整；②半成品菜的最终消费群体与农贸市场消费者、食品批发市场客户重合程度较高，公司参考市场价格调价的方式也易于被客户接受，公司具备对下游客户的调价能力。但由于各类产品原材料价格变动趋势和幅度不同，且发行人对产品的调价幅度与成本变动不完全一致，导致细分类别产品的毛利率存在一定波动：

公司主要产品毛利率变动情况如下：

(1) 牛肉类

报告期内，公司牛肉类产品毛利率、平均收入及成本构成情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
毛利率	31.39%	24.77%	27.47%
平均单价（元/千克）	50.59	49.66	46.92
平均成本（元/千克）	34.71	37.35	34.03

其中：直接材料（元/千克）	33.24	35.89	32.60
直接材料占成本比重	95.78%	96.08%	95.80%
耗用的主要原材料价格（元/千克）	52.82	58.06	50.27
单位耗用量（千克）	0.59	0.59	0.61

从成本角度来看牛肉类产品直接材料、直接人工、制造费用占比较为稳定，其中直接材料占比最高。直接材料成本一方面受产品生产原材料耗用量影响，另一方面受原材料价格影响。根据上表，牛肉类产品平均耗用的牛肉类原材料分别为0.61千克、0.59千克和0.59千克，单位耗用量较为稳定。因此，牛肉类产品成本变动主要受原材料价格影响。公司牛肉类原材料采购价格与市场价格变动趋势一致，受市场价格变动影响，2019年，产品耗用的牛肉类原材料平均价格上升至58.06元/千克，直接材料成本上升推动了产品成本从34.03元/千克上升至37.35元/千克。从售价来看，由于2019年原材料及产品成本涨幅较大，而公司上调产品售价的幅度小于成本上涨幅度，产品毛利率相较以前年度有所下降。2020年，随着牛肉类原材料采购价格回落，而产品销售价格调整滞后，牛肉类产品毛利率上升。

（2）家禽类

报告期内，公司家禽类产品毛利率、平均收入及成本构成情况如下：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
毛利率	32.88%	27.31%	30.71%
平均单价（元/千克）	23.78	25.39	22.73
平均成本（元/千克）	15.96	18.45	15.75
其中：直接材料（元/千克）	14.62	17.11	14.36
直接材料占成本比重	91.61%	92.74%	91.15%
耗用的主要原材料价格（元/千克）	17.01	21.00	15.97
单位耗用量（千克）	0.73	0.73	0.75

报告期内，家禽类产品毛利率分别为30.71%、27.31%和32.88%。从成本角度来看，报告期内家禽类产品直接材料占比均超过90%且较为稳定，其中耗用的主要原材料分别为0.75千克、0.73千克和0.73千克，变动较小。因此，家禽类产品成本主要受直接材料中原材料的价格影响。2019年家禽类产品毛利率同比下降了3.40%，主要原因是鸡肉原材料价格上升，单位直接材料成本由15.75元/千克上升至18.45元/千克，导致家禽类产品平均成本上涨。从售价来看，公司产品销售价格调整幅度略低于成本涨幅，产品毛利率有所下滑。2020年，受鸡大胸、鸡中翅、鸭大胸等主

要原材料采购价格下降影响,家禽类产品单位成本下降,而公司产品售价调整滞后、未同步下调,因此家禽类产品毛利率上升。

(3) 猪肉类

报告期内,公司猪肉类产品毛利率、平均收入及成本构成情况如下:

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
毛利率	31.73%	31.84%	33.28%
平均单价(元/千克)	32.67	27.51	23.82
平均成本(元/千克)	22.31	18.75	15.89
其中:直接材料(元/千克)	20.27	17.16	14.20
直接材料占成本比重	90.89%	91.53%	89.35%
耗用的主要原材料价格(元/千克)	36.79	30.07	21.73
单位耗用量(千克)	0.44	0.45	0.44

从成本角度来看,报告期内猪肉类产品直接材料占比分别为89.35%、91.53%和90.89%,直接材料占比基本保持稳定。报告期内,公司猪肉类产品平均使用0.44千克、0.45千克和0.44千克的猪肉类原材料,单位耗用量较为稳定。因此,猪肉类产品成本主要受原材料价格影响。自2019年5月起,猪肉价格受市场供需影响快速上涨,猪肉类原材料平均采购价格从25元/千克左右上升至2019年末40元/千克左右。从售价来看,虽然原材料采购价格上涨导致猪肉类产品成本大幅上升,但公司结合市场价格和成本变动情况调整了产品售价,因此2019年猪肉类产品毛利率相对于去年同期仅下降了1.45%,保持在较为稳定的水平。2020年,猪肉类原材料价格虽然高于2019年全年平均采购价格,但与2019年末的猪肉价格相比变动较小,猪肉类产品定价也未大幅调整,因此2020年猪肉类产品毛利率保持稳定。

(4) 水产虾类

报告期内,公司虾类产品毛利率、平均收入及成本构成情况如下:

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
毛利率	18.75%	21.93%	16.98%
平均单价(元/千克)	64.60	65.55	64.53
平均成本(元/千克)	52.49	51.17	53.57
其中:直接材料(元/千克)	51.37	49.96	52.31
直接材料占成本比重	97.86%	97.62%	97.65%
耗用的主要原材料价格(元/千克)	53.94	53.24	55.34

单位耗用量（千克）	0.88	0.88	0.89
-----------	------	------	------

报告期内，虾类产品毛利率分别为16.98%、21.93%和18.75%。根据上表，虾类产品成本主要由直接材料成本构成，报告期内，公司虾类产品生产较为稳定，单位耗用量分别为0.89千克、0.88千克、0.88千克，未发生明显波动。因此虾类产品直接材料成本主要受原材价格影响。2019年产品毛利率相较于2018年上升了4.95%，其原因一方面是在耗用的虾类原材料价格整体从55.34元/千克下降至53.24元/千克导致产品单位成本降低，另一方面是公司上调了部分虾类产品的销售价格导致产品平均销售价格小幅上升。2020年，虾类原材料价格小幅上升，虾类产品成本上升，公司未同步上调虾类产品售价，因此产品毛利率相较于2019年度出现下降。

（5）水产鱼类

报告期内，公司鱼类产品毛利率、平均收入及成本构成情况如下：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
毛利率	26.49%	22.44%	18.26%
平均单价（元/千克）	36.18	38.21	37.54
平均成本（元/千克）	26.60	29.63	30.69
其中：直接材料（元/千克）	24.86	27.71	28.79
直接材料占成本比重	93.48%	93.52%	93.81%
耗用的主要原材料价格（元/千克）	28.07	29.34	28.33
单位耗用量（千克）	0.77	0.86	0.94

报告期内鱼类产品毛利率分别为18.26%、22.44%和26.49%，存在一定波动。从产品成本来看，鱼类产品主要受直接材料成本影响。报告期内主要原材料单位耗用量分别为0.94千克、0.86千克和0.77千克。报告期内，鱼类原材料价格基本保持稳定，产品单位耗用量持续下降，并导致鱼类产品平均成本持续下降。其中，单位产品耗用量下降主要是因为鱿鱼产品在生产过程中经过烫制工序使得含水量减少，因此单位产品耗用的鱿鱼原材料较多，鱿鱼类产品单位耗用量较大。报告期内，鱿鱼产品产量占比分别为32.55%、22.79%和23.56%，受2019年及2020年鱿鱼产品产量占比下降影响，鱼类产品单位耗用量明显下降。剔除鱿鱼类产品后，鱼类产品单位耗用量分别为0.63千克、0.65千克和0.63千克，处于较为稳定的水平。

报告期内，公司其他类产品毛利率分别为32.35%、30.30%和28.91%。公司其他类产品包括素菜半成品菜、冷冻丸子、礼盒及火锅类产品等，由于其他类产品收

入规模较小，其毛利率的变化对整体毛利率影响较小。

3、可比上市公司毛利率比较分析

目前，上市公司中福成股份有部分方便菜速食系列产品业务。此外，鉴于公司产品的生产、销售、储运等环节与速冻调理食品较为相似，另外选取安井食品、惠发食品和海欣食品作为可比上市公司。

报告期内，公司与上述四家可比公司主营业务毛利率对比情况如下：

公司简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
福成股份	-	13.20%	15.08%
安井食品	-	25.76%	26.53%
海欣食品	-	28.56%	32.94%
惠发食品	-	17.79%	22.86%
可比公司均值	-	21.33%	24.35%
发行人	29.38%	24.88%	25.06%

注：1、福成股份主营业务领域差异较大，此处为速食品业务毛利率。福成股份 2020 年半年度报告未分速食品业务披露产品毛利率；

2、截至本招股意向书签署日，上述可比公司尚未披露 2020 年年度报告。

根据上表，公司报告期内主营业务毛利率与安井食品、海欣食品较为接近且相对稳定，未发生明显波动。其中 2018 年及 2019 年，公司主营业务毛利率高于福成股份、惠发食品但低于安井食品、海欣食品。福成股份业务种类较多，涉及肉制品、餐饮服务、速食品等，速食品业务收入占总营业收入比例不高，该业务毛利率与其他可比公司的可比性较低。由于福成股份速食品业务毛利率明显低于其他可比公司，分别为 15.08% 和 13.20%，公司主营业务毛利率整体略高于可比公司均值。

公司与海欣食品、安井食品、惠发食品毛利率差异的原因如下：①产品形态不同。公司生产半成品菜产品，可比公司主要生产速冻鱼肉（糜）制品、速冻肉制品等；②产品加工流程不同。可比公司速冻鱼肉（糜）制品、速冻肉制品的生产流程主要包括斩拌、成型、蒸煮、冷却、速冻等步骤，与公司产品生产流程存在一定差异；③产品消费场景及定价机制不同。半成品菜主要面向家庭及餐厅等客户，消费者和餐厅经营者对于市场价格感知较为充分。因此，当公司产品售价根据原材料价格变动进行适度调整时，消费者接受程度较高。可比公司产品销售渠道复杂、销售环节多，产品销售价格具有一定的刚性，原材料价格上涨时上述公司难以及时调整

产品售价，缩小了毛利空间。

报告期内，发行人与可比公司通过经销商模式实现的销售收入占主营业务比例及经销商模式毛利率如下：

公司	项目	2020年	2019年	2018年
惠发食品	经销收入占比	-	80.56%	85.59%
	经销毛利率	-	18.81%	24.53%
安井食品	经销收入占比	-	85.99%	85.54%
	经销毛利率	-	23.58%	24.33%
味知香	经销收入占比	99.15%	99.80%	99.83%
	经销毛利率	29.36%	24.88%	25.05%

注：1、海欣食品和福成股份定期报告未按照销售模式披露销售收入或毛利率；

2、截至本招股意向书签署日，安井食品和惠发食品尚未披露2020年年度报告。

根据上表，发行人与可比公司的主要销售模式均为经销商模式。发行人经销商销售收入占比高于惠发食品和安井食品，原因是公司目前销售渠道较为单一，尚未建立同行业可比公司的商超、电商等渠道。

2018年及2019年，发行人与可比公司经销商模式毛利率不存在显著差异。其中，2018年发行人与可比公司经销渠道毛利率较为接近；2019年，发行人与安井食品经销渠道毛利率小幅下降，保持在同一水平；惠发食品毛利率从24.53%降至18.81%，降幅相对较大。

4、分合作年限和渠道毛利率情况

报告期内，公司按照合作年限分类的经销商毛利率情况如下：

类型	合作年限	2020年	2019年	2018年
加盟店	1年以内	31.97%	25.71%	26.48%
	1-2年	30.04%	26.11%	25.83%
	2-3年	29.91%	25.87%	25.70%
	3-4年	29.85%	25.87%	25.80%
	4-5年	29.83%	25.42%	25.47%
	5年以上	29.46%	25.73%	25.82%
	小计	29.95%	25.76%	25.83%
经销店	1年以内	27.15%	24.26%	27.10%
	1-2年	30.02%	26.21%	26.94%

	2-3 年	30.83%	28.03%	27.58%
	3-4 年	34.01%	26.75%	26.77%
	4-5 年	30.11%	26.62%	24.69%
	5 年以上	29.30%	25.51%	24.56%
	小计	29.98%	26.21%	25.55%
零售渠道合计		29.96%	25.89%	25.69%
批发客户	1 年以内	30.36%	23.51%	23.47%
	1-2 年	29.34%	22.99%	22.77%
	2-3 年	27.62%	21.75%	23.32%
	3-4 年	27.90%	22.22%	25.94%
	4-5 年	28.03%	24.23%	23.13%
	5 年以上	26.50%	22.28%	23.26%
	合计	27.99%	22.73%	23.73%

根据上表，发行人对经销店和加盟店客户的销售毛利率较为一致，批发客户的销售毛利率略低于经销店及加盟店客户，不同销售模式的毛利率不存在较大差异。批发客户毛利率略低的原因是其与零售渠道客户产品结构有所不同，例如公司向批发客户销售收入中黑椒牛仔骨产品占比较高，而该产品毛利率低于公司整体毛利率。

5、分地域渠道毛利率情况

报告期内，发行人按地域分类的经销商销售毛利率如下：

类型	地域	2020 年	2019 年	2018 年
加盟店	华东	29.91%	25.73%	25.79%
	华中	32.23%	26.99%	27.19%
	小计	29.95%	25.76%	25.83%
经销店	华东	29.97%	26.22%	25.55%
	华中	33.82%	22.39%	24.93%
	华南	-	31.18%	34.39%
	华北	30.24%	23.18%	26.78%
	西北	-	22.70%	25.25%
	西南	-	-	-
	小计	29.98%	26.21%	25.55%
零售渠道合计		29.96%	25.89%	25.69%

批发客户	华东	27.97%	22.74%	23.88%
	华中	29.70%	25.69%	24.12%
	西南	23.40%	19.46%	19.83%
	华南	24.43%	25.10%	25.79%
	华北	30.83%	26.31%	-
	东北	-	-	32.57%
	西北	27.40%	16.39%	14.18%
	小计	27.99%	22.73%	23.73%

报告期内，发行人对同类客户不同地区销售毛利率存在一定差异，主要原因是发行人客户主要集中于华东地区，在其他地区的客户数量较少。报告期内，华南、西南、西北、东北等地区仅有数家经销商，其毛利率与华东地区客户存在差异的主要原因是采购产品的结构存在一定差异。

6、分产品渠道毛利率情况

报告期内，公司同种产品分渠道的毛利率情况如下：

类别	渠道	2020年	2019年	2018年
牛肉类	加盟店	33.34%	26.68%	30.17%
	经销店	34.11%	27.76%	30.02%
	批发客户	28.65%	22.10%	24.34%
	直销及其他	32.17%	26.09%	31.21%
	小计	31.39%	24.77%	27.47%
家禽类	加盟店	33.05%	27.17%	29.60%
	经销店	31.98%	28.21%	31.12%
	批发客户	33.12%	26.80%	32.47%
	直销及其他	35.57%	22.56%	28.21%
	小计	32.88%	27.31%	30.71%
猪肉类	加盟店	33.53%	32.22%	32.87%
	经销店	30.31%	32.91%	34.09%
	批发客户	24.60%	29.30%	32.37%
	直销及其他	33.67%	27.30%	32.13%
	小计	31.73%	31.84%	33.28%
水产虾类	加盟店	18.55%	21.47%	17.13%
	经销店	18.33%	22.24%	16.73%
	批发客户	19.92%	23.09%	17.34%

	直销及其他	23.87%	24.73%	17.72%
	小计	18.75%	21.93%	16.98%
水产鱼类	加盟店	27.10%	23.45%	18.92%
	经销店	26.29%	21.71%	18.65%
	批发客户	24.77%	20.75%	16.62%
	直销及其他	26.87%	28.88%	23.53%
	小计	26.49%	22.44%	18.26%
主营业务	加盟店	29.95%	25.76%	25.83%
	经销店	29.98%	26.21%	25.55%
	批发客户	27.99%	22.73%	23.73%
	直销及其他	32.15%	28.16%	29.05%
	合计	29.38%	24.88%	25.06%

整体来看，公司来源于直销渠道的毛利率最高，加盟店和经销店的毛利率相对一致，批发渠道的毛利率略低。由于公司对于规格相同的同种产品采用统一的出厂价，因此按照产品类别统计的各渠道毛利率差异主要是产品结构不同所致。报告期内，不同渠道产品毛利率差异情况如下：

（1）牛肉类

经销店、加盟店和直销渠道牛肉类产品毛利率高于批发客户，主要原因是批发客户采购的牛仔骨占比较高，分别为28.98%、33.42%和25.89%，而经销店和加盟店客户采购牛仔骨占比均未超过3%。报告期内，牛仔骨平均毛利率分别为16.34%、15.39%和26.03%，低于同期牛肉类产品平均毛利率27.47%、24.77%和31.39%。低毛利率的牛仔骨占比较高导致批发客户毛利率低于其他渠道。

（2）家禽类

2018年及2019年，公司经销商渠道的毛利率高于直销渠道毛利率，主要原因是直销渠道中鸡翅类产品毛利率较低而销售占比较高。报告期内，鸡翅类产品平均毛利率为25.40%、19.99%和21.44%，低于家禽类产品整体毛利率30.71%、27.31%和32.88%。2018年及2019年，加盟店和经销店鸡翅产品占比约为20%，批发客户约为15%，而直销渠道销售的鸡翅产品占比在50%左右，导致直销渠道产品毛利率相对较低。2020年，直销及其他渠道鸡翅销售占比下降至17.57%，同时受原材料价格走低影响，鸡丁类产品毛利率上升，销售占比提升至38.32%，因此直销及其他渠道毛利率相较于以前年度明显上升。

（3）猪肉类

2018年，公司各渠道猪肉类产品毛利率差异较小；2019年及2020年，批发客户渠道猪肉类产品毛利率相较其他渠道下降较多，主要是公司面向批发客户推出了毛利率较低的蒜香排骨产品，该产品毛利率较低，批发客户购买的产品中蒜香排骨占比分别为13.76%和23.47%，占比高于其他渠道。2019年，直销渠道猪肉类产品毛利率低于2018年及2020年，主要是因为该渠道猪肉产品销售规模较小，2019年仅销售4.33万元，毛利率受产品结构影响波动较大。

（4）水产虾类

报告期内，公司来源于各渠道的虾类产品销售毛利率差异较小。2019年及2020年，公司直销渠道的虾类产品毛利率高于经销商渠道，主要原因是直销渠道销售的高毛利率的虾饼、虾滑收入占比较高，直销及其他渠道的收入规模较小，分别为7.79万元、7.10万元及16.28万元，毛利率受产品结构影响存在波动。

（5）水产鱼类

2018年及2019年，鱼类产品直销渠道毛利率明显高于其他销售渠道，主要原因是直销渠道销量较少，销售收入占鱼类产品比例分别为0.14%、0.34%，该渠道毛利率较高的小包装产品占比较高，导致与其他渠道存在一定差异。2020年，受原材料成本下降影响，鱼类产品毛利率整体上升，经销商渠道毛利率相较于2019年均有上升；直销渠道新增了部分连锁餐饮门店及企业客户，此类客户采购产品自用，采购的品种规格与经销渠道类似，因此直销渠道毛利率有所下降。

（四）利润来源分析

报告期内，公司利润总额的来源情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
营业利润	13,244.00	9,018.94	7,408.95
加：营业外收入	13.83	3.41	3.31
减：营业外支出	152.36	30.35	32.93
利润总额	13,105.47	8,992.00	7,379.33
营业利润占利润总额比重	101.06%	100.30%	100.40%

报告期内，公司利润总额主要来源于营业利润，营业外收入主要来源于无需支付的款项，营业外支出主要来源于公益性捐赠支出。

（五）税金及附加分析

报告期内，公司税金及附加及其占营业收入比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
城建税	92.74	71.46	67.04
教育费附加	92.74	71.46	67.04
印花税	16.94	19.47	11.22
基金税费	10.15	9.94	7.90
土地使用税	12.09	-	-
合计	224.66	172.33	153.20
占营业收入比例	0.36%	0.32%	0.33%

报告期内，公司税金及附加主要由城建税、教育费附加、印花税、基金税费构成。2018-2020年，公司的税金及附加分别为153.20万元、172.33万元和224.66万元，占营业收入的比例分别为0.33%、0.32%和0.36%。税金及附加占营业收入的比例基本保持稳定。

（六）期间费用分析

报告期内，公司期间费用及其占营业收入比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
销售费用	3,255.79	5.23%	2,865.86	5.28%	2,482.37	5.33%
管理费用	2,000.94	3.21%	1,793.67	3.31%	1,897.79	4.07%
研发费用	125.23	0.20%	94.88	0.17%	87.37	0.19%
财务费用	-210.82	-0.34%	-278.09	-0.51%	-112.97	-0.24%
合计	5,171.14	8.31%	4,476.31	8.25%	4,354.57	9.35%

报告期内，随着公司业务规模的增长，公司期间费用有所增长，主要包括人员薪酬、日常经营费用等各项增支因素的影响；公司期间费用在报告期内占营业收入的比例分别为9.35%、8.25%和8.31%，期间费用结构保持稳定，期间费用的增加与营业收入规模的扩大相匹配。

报告期内，发行人各项期间费用率与同行业可比公司比较情况如下：

可比公司	2020年	2019年	2018年
销售费用率			
安井食品	-	12.28%	13.43%
海欣食品	-	20.76%	22.46%
惠发食品	-	6.29%	5.73%
行业平均	-	13.11%	13.87%
味知香	5.23%	5.28%	5.33%
管理费用率			
安井食品	-	2.88%	2.79%
海欣食品	-	4.72%	5.88%
惠发食品	-	7.26%	7.49%
行业平均	-	4.95%	5.39%
味知香	3.21%	3.31%	4.07%
研发费用率			
安井食品	-	1.41%	1.61%
海欣食品	-	1.10%	1.88%
惠发食品	-	1.49%	2.05%
行业平均	-	1.33%	1.85%
味知香	0.20%	0.17%	0.19%
财务费用率			
安井食品	-	0.14%	0.38%
海欣食品	-	-0.01%	-0.03%
惠发食品	-	1.28%	1.17%
行业平均	-	0.47%	0.50%
味知香	-0.34%	-0.51%	-0.24%

注：1、由于福成股份速食品业务占其整体收入比例较低，因此未纳入比较范围；

2、截至本招股意向书签署日，上述可比公司尚未披露2020年年度报告。

公司在报告期内对各项费用支出进行了有效的控制，期间费用率低于同行业上市公司的平均水平。

1、销售费用分析

报告期内，公司销售费用主要明细如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
工资	2,002.67	1,843.81	1,649.02
其中：劳务费	153.92	113.84	118.41
运输费	567.27	464.76	399.03
广告及业务宣传费	258.50	178.31	81.71
折旧及摊销	137.13	103.83	86.40
差旅费	133.58	102.63	90.39
办公费	75.32	88.97	88.96
仓储及租赁费	41.76	45.58	34.17
业务招待费	39.43	37.83	52.41
其他	0.13	0.15	0.28
合计	3,255.79	2,865.86	2,482.37

发行人的销售费用主要由人员工资、运输费、广告业务宣传费、折旧及摊销、差旅费、办公费、仓储及租赁费、业务招待费等构成，其中工资、运输费、广告与业务宣传费所占比例较大。

2018-2020年，公司销售费用分别为2,482.37万元、2,865.86万元和3,255.79万元，占营业收入比重分别为5.33%、5.28%和5.23%。公司销售费用逐年递增，2019年销售费用较2018年增加383.48万元，增幅15.45%；2020年销售费用较2019年增加389.93万元，增幅13.61%。

公司销售模式以经销为主，通过下游经销店、加盟店以及批发客户将产品销售给最终消费者。公司下游客户主要集中在公司周边的江浙沪地区，公司在此区域拥有较为深厚的业务基础，产品以良好的菜品口味、可靠的产品质量、便捷的用餐体验赢得了广大消费者的认可。因此，公司主要依靠良好的口碑，由销售人员下沉到集贸市场进行推广，并根据销售人员实现业绩情况计提报酬，因此公司销售费用中工资占比较高且与公司整体收入情况呈现明显正相关关系，而广告及业务宣传费占比相对较低。半成品菜行业正处于发展阶段，行业内企业通常只能覆盖一定地区，尚无企业构建覆盖全国的销售网络，因此广告投放效果相较于渠道广泛的速冻调理食品行业较差。因此，其他半成品菜行业企业也主要采用与发行人类似的营销策略，在主要销售区域内通过销售人员逐步推广的方式进行渠道拓展及品牌宣传。

公司支付的人员工资以及销售过程中的运输费的增长，是公司销售费用增长的主要原因。2019年销售人员工资较2018年增加194.79万元，2020年销售人员工

资较 2019 年增加 158.86 万元，人员工资增加是由于发行人为加大市场开拓力度，补充了销售人员的数量，提高绩效奖励，适度提升了员工薪酬水平。2019 年运费较 2018 年增加 65.73 万元，2020 年运费较 2019 年增加了 102.51 万元，运输费增长是由于业务规模增长和新市场开拓使得配送范围扩大所致。

（1）运费构成情况

公司的产品配送主要依靠公司建立的以冷链运输车辆为主的专用物流配送体系。除此之外，公司还与第三方物流公司进行合作，对安徽、湖北、江西、福建等距离较远且集中度不高的客户进行配送。自有物流的成本及第三方物流的费用均由公司承担，体现为自有车辆费用与第三方物流费。其中自有车辆费用包含油费、过路费、维修保养费、保险费等，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
自行运输费用	403.62	359.80	314.66
其中：油费	195.57	180.01	159.70
过路费	100.26	84.34	81.66
维修保养费	58.33	50.54	49.52
保险费	46.92	43.40	20.52
其他	2.55	1.50	3.27
第三方物流费	163.65	104.96	84.36
合计	567.27	464.76	399.03

2019 年，保险费相较 2018 年出现了大幅增长，主要是由于公司对每辆车的保额从 50 万元提升至 100 万元所致。由于保险费与车辆里程、配送数量没有明显的直接联系，下文的比较中均剔除保险费。

（2）运费与销量匹配情况

报告期各期，公司运输费用与销量对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
剔除保险费后自行运输费用	356.70	316.40	294.14
第三方物流费	163.65	104.96	84.36
合计	520.35	421.36	378.51
销量（吨）	15,330.44	13,176.28	11,899.79

单位运费（元/吨）	339.42	319.79	318.08
-----------	--------	--------	--------

2019年相比2018年，公司运费增加与销量增加相匹配，单位运费保持稳定；2020年相比2019年，公司单位运费有所上升，主要是因为受到疫情影响，部分周边地区客户不接受冷链车配送，转而采用较昂贵的快递配送，导致公司平均配送成本有所上升。整体而言，运费水平较为合理，与公司经营情况相符。

（3）自行运输与第三方运输情况

① 公司自行运输与第三方物流占比情况

报告期各期，公司自行运输与第三方物流配送量及占比情况如下：

单位：吨

项目	2020年		2019年		2018年	
	重量	占比	重量	占比	重量	占比
自行运输配送量	12,775.45	82.77%	11,043.84	82.42%	10,619.38	88.00%
第三方物流配送量	2,658.79	17.23%	2,356.16	17.58%	1,448.62	12.00%
合计	15,434.24	100.00%	13,400.00	100.00%	12,068.00	100.00%

报告期各期，公司自行运输配送量与第三方物流配送量比例基本保持稳定，自行运输费用占比均超过80%，2019年第三方物流配送量占比相比2018年略有上升，主要是由于公司随着销售区域的扩张，远距离客户数量增加，第三方物流配送量增加，2020年第三方物流配送量占比与2019年基本持平。

报告期各期，公司自行运输与第三方物流费用及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
剔除保险费后自行运输费用	356.70	68.55%	316.40	75.09%	294.14	77.71%
第三方物流费用	163.65	31.45%	104.96	24.91%	84.36	22.29%
合计	520.35	100.00%	421.36	100.00%	378.51	100.00%

报告期内，公司自行运输费用与第三方物流费用比例基本保持稳定，自行运输费用占比较高。报告期内自行运输费用占比略有下滑，主要是由于公司对距离较远的客户采取第三方物流配送的方式，随着销售区域的扩张，远距离客户占比有所增加，第三方物流费用有所增长。

② 自行运输情况

公司自有车辆均具备冷链运输能力，随着公司营业规模扩大，公司自有车辆数

量逐年上升。报告期各期，公司使用自有车辆进行配送的总配送量、车辆数量具体情况如下：

项目	2020年	2019年	2018年
总配送量（吨）	12,865.45	11,043.84	10,619.38
车辆数量（辆）	26	21	18
总配送量（吨）/车辆数量（辆）	494.83	525.90	589.97

注：车辆数量=每月实际使用车辆数量之和/12。

报告期内，公司自有物流配送量持续上升，但平均车辆的运输量逐步降低，主要是因为公司陆续购进新的运输车辆，导致每辆车的负载较低。整体而言，公司冷链运输设备情况与自行运输能力相匹配。

综上所述，公司运输费与销量增长相匹配，单位运费合理，冷链运输设备与自行运输能力匹配，运费核算准确、完整。

2、管理费用分析

报告期内，公司管理费用主要明细如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
工资	1,268.72	1,048.62	843.19
办公费	230.53	217.48	190.91
服务费	168.94	167.15	297.99
业务招待费	86.14	87.30	58.62
办公与仓储租赁费	83.38	79.55	79.85
水电费	57.24	61.29	48.91
折旧和摊销	47.80	43.07	38.38
车辆费用及差旅费	42.62	75.74	20.02
股份支付费用	-	-	286.51
其他	15.57	13.46	33.42
合计	2,000.94	1,793.67	1,897.79

发行人的管理费用主要由人员工资、办公费、服务费、业务招待费、办公与仓储租赁费、折旧和摊销、车辆费用及差旅费等构成。其中人员工资、办公费、服务费所占比例较大。2018-2020年，公司管理费用分别为1,897.79万元、1,793.67万元和2,000.94万元，占营业收入比重分别为4.07%、3.31%和3.21%。

公司在 2018 年一次性计提股份支付费用 286.51 万元，股份支付情况如下：

(1) 股份支付的具体情况

2017 年 11 月 29 日，公司控股股东、实际控制人夏靖及其配偶胡家红共同出资设立苏州市金花生管理咨询企业（有限合伙）作为员工持股平台。2017 年 11 月 30 日，夏靖以 20.00 万元的对价向金花生转让发行人 10% 的股份，本次转让涉及股数为 20.00 万股，每股转让价格为 1.00 元。2018 年 3 月，胡家红将其持有的金花生 0.20 万元出资额转让给夏靖，夏靖将其持有的金花生 5.788 万元出资额，以 50.50 元/出资额的价格转让给谢林华、夏骏、姚旌江等 34 名味知香核心员工。

(2) 相关股份支付所涉及的员工人数

本次股份支付初始涉及的员工人数为 34 人，后由于部分员工离职，通过金花生间接持有公司股权的核心员工人数有所减少，相关人数变化的具体情况如下：

① 股权激励员工初始情况

2018 年 3 月，金花生出资情况如下所示：

单位：万元

序号	合伙人	出资额	出资比例
1	夏靖	14.212	71.06%
2	谢林华	0.800	4.00%
3	夏骏	0.580	2.90%
4	李湘华	0.480	2.40%
5	姚旌江	0.480	2.40%
6	刘晓维	0.380	1.90%
7	李金云	0.380	1.90%
8	刘苏珍	0.340	1.70%
9	江艺	0.340	1.70%
10	江秀妹	0.340	1.70%
11	王国华	0.280	1.40%
12	夏宗利	0.160	0.80%
13	谢庆有	0.100	0.50%
14	潘爱蓉	0.080	0.40%
15	张孩	0.080	0.40%
16	王刚	0.080	0.40%

17	左宪锋	0.080	0.40%
18	张春梅	0.068	0.34%
19	吕宗强	0.064	0.32%
20	夏劲松	0.052	0.26%
21	王业军	0.052	0.26%
22	钱虹	0.052	0.26%
23	黄亚文	0.048	0.24%
24	王吉顺	0.048	0.24%
25	纪鹏	0.048	0.24%
26	张礼	0.048	0.24%
27	王华	0.044	0.22%
28	李琴珍	0.040	0.20%
29	张妮	0.040	0.20%
30	王娟	0.040	0.20%
31	马璧城	0.040	0.20%
32	赵强	0.040	0.20%
33	张清状	0.028	0.14%
34	杨清举	0.028	0.14%
35	沈新路	0.028	0.14%
合计		20.00	100.00%

② 第一次员工合伙人份额变动

2018年6月，因从公司离职，原有限合伙人李湘华、谢庆有、马璧城分别与夏靖签订《关于苏州市金花生管理咨询企业（有限合伙）的出资份额转让协议》，李湘华、谢庆有、马璧城退伙，并将其分别持有的0.48万元、0.10万元和0.04万元出资额转让给夏靖。

本次转让完成后，金花生出资情况如下所示：

单位：万元

序号	合伙人	出资额	出资比例
1	夏靖	14.832	74.16%
2	谢林华	0.800	4.00%
3	夏骏	0.580	2.90%
4	姚旌江	0.480	2.40%

5	刘晓维	0.380	1.90%
6	李金云	0.380	1.90%
7	刘苏珍	0.340	1.70%
8	江艺	0.340	1.70%
9	江秀妹	0.340	1.70%
10	王国华	0.280	1.40%
11	夏宗利	0.160	0.80%
12	潘爱蓉	0.080	0.40%
13	张孩	0.080	0.40%
14	王刚	0.080	0.40%
15	左宪锋	0.080	0.40%
16	张春梅	0.068	0.34%
17	吕宗强	0.064	0.32%
18	夏劲松	0.052	0.26%
19	王业军	0.052	0.26%
20	钱虹	0.052	0.26%
21	黄亚文	0.048	0.24%
22	王吉顺	0.048	0.24%
23	纪鹏	0.048	0.24%
24	张礼	0.048	0.24%
25	王华	0.044	0.22%
26	李琴珍	0.040	0.20%
27	张妮	0.040	0.20%
28	王娟	0.040	0.20%
29	赵强	0.040	0.20%
30	张清状	0.028	0.14%
31	杨清举	0.028	0.14%
32	沈新路	0.028	0.14%
合计		20.00	100.00%

③ 第二次员工合伙人份额变动

2019年5月至7月，因从公司离职，原有限合伙人王华、吕宗强、沈新路、王娟分别与夏靖签订《关于苏州市金花生管理咨询企业（有限合伙）的出资份额转让协议》，王华、吕宗强、沈新路、王娟退伙，并将其分别持有的0.044万元、0.064

万元、0.028 万元及 0.04 万元出资额转让给夏靖。

本次转让完成后，金花生出资情况如下所示：

单位：万元

序号	合伙人	出资额	出资比例
1	夏靖	15.008	75.04%
2	谢林华	0.800	4.00%
3	夏骏	0.580	2.90%
4	姚旌江	0.480	2.40%
5	刘晓维	0.380	1.90%
6	李金云	0.380	1.90%
7	刘苏珍	0.340	1.70%
8	江艺	0.340	1.70%
9	江秀妹	0.340	1.70%
10	王国华	0.280	1.40%
11	夏宗利	0.160	0.80%
12	潘爱蓉	0.080	0.40%
13	张孩	0.080	0.40%
14	王刚	0.080	0.40%
15	左宪锋	0.080	0.40%
16	张春梅	0.068	0.34%
17	夏劲松	0.052	0.26%
18	王业军	0.052	0.26%
19	钱虹	0.052	0.26%
20	黄亚文	0.048	0.24%
21	王吉顺	0.048	0.24%
22	纪鹏	0.048	0.24%
23	张礼	0.048	0.24%
24	李琴珍	0.040	0.20%
25	张妮	0.040	0.20%
26	赵强	0.040	0.20%
27	张清状	0.028	0.14%
28	杨清举	0.028	0.14%
合计		20.00	100.00%

④ 第三次员工合伙人份额变动

2020年7月，因从公司离职，原有限合伙人黄亚文与夏靖签订《关于苏州市金花生管理咨询企业（有限合伙）的出资份额转让协议》，并将其持有的0.048万元出资额转让给夏靖。

本次转让完成后，金花生出资情况如下所示：

单位：万元

序号	合伙人	出资额	出资比例
1	夏靖	15.056	75.28%
2	谢林华	0.800	4.00%
3	夏骏	0.580	2.90%
4	姚旌江	0.480	2.40%
5	刘晓维	0.380	1.90%
6	李金云	0.380	1.90%
7	刘苏珍	0.340	1.70%
8	江艺	0.340	1.70%
9	江秀妹	0.340	1.70%
10	王国华	0.280	1.40%
11	夏宗利	0.160	0.80%
12	潘爱蓉	0.080	0.40%
13	张孩	0.080	0.40%
14	王刚	0.080	0.40%
15	左宪锋	0.080	0.40%
16	张春梅	0.068	0.34%
17	夏劲松	0.052	0.26%
18	王业军	0.052	0.26%
19	钱虹	0.052	0.26%
20	王吉顺	0.048	0.24%
21	纪鹏	0.048	0.24%
22	张礼	0.048	0.24%
23	李琴珍	0.040	0.20%
24	张妮	0.040	0.20%
25	赵强	0.040	0.20%

26	张清状	0.028	0.14%
27	杨清举	0.028	0.14%
合计		20.00	100.00%

(3) 权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程

本次股份支付涉及金花生的出资额 5.788 万元，对应公司股份 5.788 万股，转让价格折合每股 50.50 元，系在同期外部投资者陈洪入股价格 100.00 元/股的基础上给予的优惠价格，因此本次交易构成股份支付。

2017 年 10 月，味知香原股东胡家芳将其持有的 2% 的股权转让给陈洪，转让金额为每股 100.00 元。鉴于该次增资与 2018 年 3 月控股股东、实际控制人夏靖向员工转让持股平台金花生出资额的时间相近、企业经营情况未发生重大变化，且陈洪为独立第三方外部投资者，故发行人以本次股权转让中外部投资者的入股价格（100.00 元/股）作为公司股权的公允价值。本次股份支付费用的计算情况如下：

项目	金额	备注
每股公允价格（元）	100.00	A
本次转让持股平台出资额对应的公司股份数（万股）	5.788	B
本次转让股份对应的公允价值（万元）	578.80	C=A*B
每股转让价格（元）	50.50	D
员工实际缴纳的对价（万元）	292.29	E=D*B
计入股份支付的金额（万元）	286.51	F=C-E

因相关协议并未对服务期限、离职转让股份等事项进行约定，因此本次股权激励属于在授予后立即可行权的股份支付，故味知香在员工实际取得股份时，一次性确认股份支付费用 286.51 万元。

由于发行人同行业公司均未上市，尚无公开信息，此处选取发行人可比公司海欣食品、安井食品、惠发食品上市前外部投资者增资或转让市盈率、市销率对比如下：

项目	味知香	海欣食品	安井食品	惠发食品
营业收入（万元）	35,878.68	30,413.77	122,408.03	89,067.93
净利润（万元）	4,953.21	2,642.15	6,789.01	7,278.32
市盈率（倍）	4.04	4.28	16.80	9.07
市销率（倍）	0.56	0.37	0.93	0.74

注：1、味知香、海欣食品、安井食品的营业收入为外部投资者入股当年合并报表口径营

业收入，净利润为外部投资者入股当年扣除非经常性损益后归属母公司股东净利润；

2、惠发食品未披露外部投资者入股当年财务数据，其营业收入为外部投资者入股次年合并报表口径营业收入，净利润为外部投资者入股次年扣除非经常性损益后归属母公司股东净利润。

根据上表，发行人外部投资者转让市盈率与海欣食品较为接近，市销率高于海欣食品，两项指标低于安井食品和惠发食品。发行人外部投资者入股当年营业收入及净利润规模均较小，其发展阶段与海欣食品外部投资者入股时所处阶段较为接近；安井食品与惠发食品外部投资者入股时，其发展已相对成熟，营业收入与净利润规模均明显高于发行人及海欣食品。

半成品菜行业发展初期产品受众小、社会知名度不高，发行人虽然是行业中较早实现规模化、规范化生产的企业，但在外部投资人陈洪入股时，发行人整体收入及利润规模仍然较小。对于当时的消费者、社会公众及外部专业投资人来说，发行人尚未建立明显的品牌效应及社会影响力，公司市场估值较低。鉴于陈洪具有长期的投资经验和丰富的餐饮业经营经验，本次股权转让价格可以公允反映该时点的公司价值。

综上所述，外部投资人陈洪入股价格及对应市盈率与发行人所处的发展阶段相匹配，与处于相同发展阶段的海欣食品相比，两者外部投资者入股市盈率及市销率不存在重大差异。因此，发行人按照陈洪入股价格作为股份支付公允价值具备合理性。

(4) 股份支付会计处理符合《企业会计准则》相关规定

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的规定，以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。权益工具的公允价值，应当按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定。授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

股份支付中权益工具的公允价值的确定，应当以市场价格为基础。2017 年 10 月，原股东胡家芳将其持有的味知香有限 2% 股权给外部投资者陈洪，该投资者为比较专业的外部投资人，拥有较为丰富的股权投资经验，其入股价格能够较为客观的反映公司股份的公允价值，因此可以作为授予职工权益工具的公允价值计价标

准。

根据中国证监会《首发业务若干问题解答》的相关规定，确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。对设定服务期限等限制条件的股份支付，股份支付费用可采用恰当的方法在服务期内进行分摊，并计入经常性损益。

综上所述，鉴于本次股权授予对象均为公司核心员工，公司参照同期外部投资者入股价格计提股份支付费用，于股权授予转让完成当期一次性计入管理费用，并相应增加资本公积，符合《企业会计准则》相关规定。

3、研发费用分析

报告期内，公司研发费用主要明细如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
工资	96.44	68.20	73.87
材料	13.25	14.56	1.69
折旧	2.09	1.49	1.49
其他	13.45	10.63	10.31
合计	125.23	94.88	87.37

发行人的研发费用主要由人员工资、材料、折旧等构成，其中工资所占比例较大。报告期内，公司研发费用分别为 87.37 万元、94.88 万元和 125.23 万元，占营业收入比重分别为 0.19%、0.17% 和 0.20%。

4、财务费用分析

报告期内，公司财务费用主要明细如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
利息支出	-	-	-
减：利息收入	213.34	281.77	115.74
汇兑损失	-	-	-
手续费支出	2.52	3.68	2.77
合计	-210.82	-278.09	-112.97

发行人的财务费用主要由手续费支出构成，利息收入为公司存款利息收入。报

告期内，公司财务费用分别为-112.97万元、-278.09万元和-210.82万元，占营业收入比重分别为-0.24%、-0.51%和-0.34%。报告期内，公司借款较少，财务费用总额较低。

（七）其他收益分析

报告期内，公司的其他收益明细如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
企业日常活动相关的政府补助	308.95	100.06	115.32
个人所得税代扣代缴手续费	2.03	14.67	13.74
合计	310.98	114.73	129.06

报告期内，公司的其他收益主要来源于企业日常活动相关的政府补贴，具体情况如下：

单位：万元

2020年			
项目	补贴文件	发生额	与资产/与收益相关
吴中区金融业发展专项资金	吴财企[2019]56号	100.00	与收益相关
吴中区企业高质量发展奖励	吴财预[2020]13号	20.00	与收益相关
重点企业员工返岗补贴	吴人社[2020]22号	1.98	与收益相关
财政局产出效益贡献奖	吴开工委[2020]12号、吴开管委[2020]25号	20.00	与收益相关
财政局金融业专项奖金	吴财企[2020]35号	100.00	与收益相关
吴中就管企业就业补贴	苏府办[2020]34号	0.1	与收益相关
中小微企业稳岗返还	苏人保职[2020]19号	6.58	与收益相关
以工代训补贴	苏人保职[2020]19号	5.20	与收益相关
增值税加计抵减	财政部、税务总局、海关总署公告2019年第39号 财税[2018]32号	48.51	与收益相关
稳岗补贴	苏府[2020]15号	6.58	与收益相关
合计	-	308.95	-
2019年			
2018年度东吴现代农业重点人才计划资助奖励	吴财行[2018]126号	5.00	与收益相关

开发区创新转型发展企业奖励	吴开工委[2019]9号、吴开管委[2019]43号	22.00	与收益相关
2019年度第二批专利专项经费	吴财科[2019]9号	0.30	与收益相关
增值税加计抵减	财政部、税务总局、海关总署公告2019年第39号 财税〔2018〕32号	47.86	与收益相关
2019年稳岗补贴	苏人保规[2016]6号	4.90	与收益相关
吴中区企业高质量发展奖励	吴财预[2019]5号	20.00	与收益相关
合计	-	100.06	-
2018年			
2017年度作风效能奖励	吴财预[2018]10号	30.00	与收益相关
2018年度第一批专利专项经费	吴科专[2018]5号、吴财科[2018]34号	1.50	与收益相关
2018年稳岗补贴	苏人保规[2016]6号	4.00	与收益相关
增值税加计抵减	财税〔2018〕32号 财税〔2017〕37号	79.81	与收益相关
合计	-	115.32	-

（八）投资收益

报告期内，公司的投资收益均来源于理财收益。报告期各期，公司购买理财产品分别产生投资收益92.93万元、0.00万元和0.00万元，分别占公司当年利润总额的1.26%、0.00%和0.00%。自2018年起，公司投资收益大幅减少，主要是由于公司资金使用计划调整，自2018年4月起未再购买理财产品。

（九）信用减值损失及资产减值损失分析

报告期内，公司的信用减值损失明细如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
坏账损失	-16.75	-3.88	-
合计	-16.75	-3.88	-

报告期内，公司的资产减值损失明细如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
坏账损失	-	-	-2.30

合计	-	-	-2.30
----	---	---	-------

报告期内，公司的信用减值损失及资产减值损失均为坏账损失，分别为-2.30万元、-3.88万元和-16.75万元。

（十）营业外收支情况分析

1、营业外收入

报告期内，公司营业外收入明细如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
与企业日常活动无关的政府补助	9.60	-	-
无需支付的款项	2.85	2.03	3.30
其他	1.38	1.37	0.00
固定资产报废收入	-	0.01	-
合计	13.83	3.41	3.31

报告期内，公司的营业外收入金额较低，主要是由于无需支付的款项以及与企业日常活动无关的政府补助而产生。

2、营业外支出

报告期内，公司营业外支出明细如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
固定资产报废损失	2.32	0.26	2.38
公益性捐赠支出	150.00	30.00	30.00
其他	0.05	0.09	0.55
合计	152.36	30.35	32.93

报告期内，公司的营业外支出主要为公益性捐赠支出。

（十一）所得税

1、所得税缴纳情况

报告期内，公司所得税缴纳情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
利润总额	13,105.47	8,992.00	7,379.33

当期所得税费用	604.38	367.88	267.41
递延所得税费用	-4.18	-0.20	-0.57
所得税费用合计	600.20	367.68	266.84

报告期内，公司适用25%所得税税率。公司税率的相关内容详见本招股书“第十节 财务会计信息”之“五、执行的主要税收政策及适用的税率情况”之“（一）主要税种及税率”。

2、会计利润与所得税费用调整过程

报告期内，公司会计利润与所得税费用调整过程如下表所示：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
利润总额	13,105.47	8,992.00	7,379.33
按法定/适用税率计算的所得税费用	3,276.37	2,248.00	1,844.83
子公司适用不同税率的影响	-	-	-
调整以前期间所得税的影响	-	-	-
非应税收入的影响	-	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	39.17	25.49	7.91
农林牧渔免所得税额	-2,715.34	-1,905.81	-1,585.91
研发费用加计扣除的影响	-	-	-
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	-	-	-
所得税费用	600.20	367.68	266.84

报告期内，公司享受农产品初加工免征企业所得税的税收优惠政策，因此所得税费用较低。

三、现金流量分析

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
一、经营活动产生的现金流量			
经营活动现金流入小计	68,369.43	60,507.17	52,221.83
经营活动现金流出小计	54,889.18	53,224.11	42,866.09
经营活动产生的现金流量净额	13,480.26	7,283.06	9,355.74

二、投资活动产生的现金流量：			
投资活动现金流入小计	69.72	39.41	3,304.78
投资活动现金流出小计	1,627.22	1,395.58	414.96
投资活动产生的现金流量净额	-1,557.50	-1,356.16	2,889.81
三、筹资活动产生的现金流量：			
筹资活动现金流入小计	-	-	-
筹资活动现金流出小计	-	-	1,400.00
筹资活动产生的现金流量净额	-	-	-1,400.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	11,922.75	5,926.90	10,845.55
加：期初现金及现金等价物余额	21,059.95	15,133.05	4,287.51
六、期末现金及现金等价物余额	32,982.71	21,059.95	15,133.05

（一）经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
销售商品、提供劳务收到的现金	67,658.29	59,995.93	51,910.49
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	711.14	511.24	311.34
经营活动现金流入小计	68,369.43	60,507.17	52,221.83
购买商品、接受劳务支付的现金	45,294.53	45,240.56	35,591.35
支付给职工以及为职工支付的现金	4,904.93	4,237.63	3,704.60
支付的各项税费	2,605.90	1,911.42	1,921.20
支付其他与经营活动有关的现金	2,083.82	1,834.51	1,648.94
经营活动现金流出小计	54,889.18	53,224.11	42,866.09
经营活动产生的现金流量净额	13,480.26	7,283.06	9,355.74

1、销售商品、提供劳务收到的现金和营业收入比较分析

报告期各期，公司的经营活动现金流入分别为52,221.83万元、60,507.17万元和68,369.43万元，其中销售商品、提供劳务收到的现金分别为51,910.49万元、59,995.93万元和67,658.29万元，占营业收入的比例分别为111.41%、110.61%和108.69%，公司的销售回款情况良好，主营业务产生现金能力较强。

2、购买商品、接受劳务支付的现金和营业成本比较分析

报告期各期，公司购买商品、接受劳务支付的现金分别为35,591.35万元、45,240.56万元和45,294.53万元，占营业成本的比重分别为101.98%、111.17%和103.16%。公司购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本增长变动趋势相同。

3、支付的各项税费

报告期各期，公司支付的各项税费金额分别为1,921.20万元、1,911.42万元和2,605.90万元。2019年与2018年基本持平，2020年相比2019年有所上升。主要是因为报告期内各年度公司的营业收入、盈利规模，较上一年度均有所增加，故公司所缴纳的增值税和所得税增加。

4、收到与支付其他与经营活动有关的现金

报告期各期，公司收到其他与经营活动有关的现金分别为311.34万元、511.24万元和711.14万元，主要为收到靖哥哥食品的借款、收取的客户保证金及利息收入等。

报告期各期，公司支付其他与经营活动有关的现金分别为1,648.94万元、1,834.51万元和2,083.82万元，主要为车辆费用及支付的水电费等。

报告期内，公司经营性活动产生的现金流量净额与净利润之间的关系如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年度	2018年度
经营活动产生的现金流量净额	13,480.26	7,283.06	9,355.74
净利润	12,505.27	8,624.33	7,112.49
差额	974.99	-1,341.27	2,243.25

报告期内，公司实现的净利润与经营活动产生的现金流量净额的调节关系如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
净利润	12,505.27	8,624.33	7,112.49
加：信用减值损失	16.75	3.88	-
资产减值准备	-	-	2.30
固定资产折旧	246.20	238.32	206.46
无形资产摊销	22.20	11.49	11.51
长期待摊费用摊销	58.80	88.75	86.42
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的	-4.84	-10.05	-2.01

损失			
固定资产报废损失	2.32	0.25	2.38
公允价值变动损失	-	-	-
财务费用	-	-	-
投资损失	-	-	-92.93
递延所得税资产减少	-4.18	-0.20	-0.57
递延所得税负债增加	-	-	-
存货的减少	1,432.71	-342.43	-2,056.97
经营性应收项目的减少	-776.16	-1,391.27	2,164.33
经营性应付项目的增加	-53.37	139.12	1,922.32
其他	34.56	-79.12	-
经营活动产生的现金流量净额	13,480.26	7,283.06	9,355.74

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润差额分别为 2,243.25 万元、-1,341.27 万元及 974.99 万元。由于公司主要采用款到发货的结算模式，应收账款余额较小，经营活动现金流入与营业收入较为匹配，经营活动产生的现金流量净额与净利润的差额主要受各期末应付账款、预付款项、存货等科目余额变动等因素的影响。发行人与供应商的结算方式较为灵活，且会根据原材料价格波动趋势进行适度备货，因此上述科目报告期各期末均存在一定变动。

2018 年度公司经营活动产生的现金流量净额高于同期净利润 2,243.25 万元，主要原因是公司存货金额较上年末增加 2,056.97 万元，预付款项余额较上年末减少 2,194.70 万元，应付账款余额较上年末增加 1,514.36 万元，上述事项综合影响为减少经营活动现金流出 1,652.09 万元。

2019 年度公司经营活动产生的现金流量净额低于同期净利润 1,341.27 万元，主要原因是公司存货金额较上年末增加 342.43 万元，预付款项余额较上年增加 1,250.31 万元，应付账款余额较上年末减少 462.24 万元，预收款项余额较上年末增加 371.28 万元，上述事项综合影响为增加经营活动现金流出 1,683.69 万元。

2020 年度公司经营活动产生的现金流量净额高于同期净利润 974.99 万元，主要原因是公司存货金额较上年末减少 1,432.71 万元，应收账款余额较上年增加 329.55 万元，预付款项余额较上年增加 524.99 万元，预收款项余额较上年末减少 688.80 万元，合同负债余额较上年末增加 322.46 万元，上述事项综合影响为减少经营活动现金流出 1,161.47 万元。

综上，发行人经营活动产生的现金流量净额高于同期净利润具有合理性，与行业惯例不存在重大差异，与发行人销售政策、采购政策、信用政策变化情况相匹配。

（二）投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
收回投资收到的现金	-	-	3,200.00
取得投资收益收到的现金	-	-	92.93
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	69.72	39.41	11.85
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	69.72	39.41	3,304.78
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,627.22	1,395.58	414.96
投资支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	1,627.22	1,395.58	414.96
投资活动产生的现金流量净额	-1,557.50	-1,356.16	2,889.81

报告期内，公司的投资活动产生的现金流量净额分别为2,889.81万元、-1,356.16万元和-1,557.50万元。主要投资活动现金流入为公司购买理财产品的本金收回，主要投资活动现金流出为公司购买理财产品的本金支出以及购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金。2019年与2020年购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金金额较大，主要为支付的土地出让金及运输车辆购置款。

（三）筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
吸收投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-

筹资活动现金流入小计	-	-	-
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	1,400.00
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	-	-	1,400.00
筹资活动产生的现金流量净额	-	-	-1,400.00

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-1,400.00万元、0万元和0万元，主要为公司分配股利所支付的现金。

四、资本性支出

（一）报告期内重大资本性支出情况

报告期内，公司资本性支出情况如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,627.22	1,395.58	414.96
合计	1,627.22	1,395.58	414.96

报告期内，公司为扩大产能、丰富产品种类、提升物流效率，投资新增了生产线、运输设备等固定资产，并支付相应的安装建设及设备款。公司投资支付的现金均为购买理财产品。

2019年，公司支付的固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金为1,395.58万元，主要为支付的土地出让金及运输车辆购置款。2020年，公司支付的固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金为1,627.22万元，主要为新厂房建造支出。

报告期内，公司的资本性投资促进了公司核心竞争力的提高和经营的扩展。

（二）未来重大资本性支出计划及资金需求量

截至本招股意向书签署日，公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次募集资金投资项目的投资支出，具体情况详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。

五、财务状况和盈利能力未来趋势分析

（一）财务状况的未来趋势分析

报告期内，公司的资产负债结构、资产及负债构成均与公司的经营模式特征相符，资本结构合理，资产结构符合行业特点，体现了公司良好的运营管理能力；公司的资产质量良好，流动资产占总资产比重较高，主要为货币资金与存货，流动性较好。公司的负债总额较低，其中流动负债占总负债比重较高，流动负债主要为应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费等经营性负债，负债结构合理。总体来看，公司的财务状况良好。

本次募集资金到位后，公司的资产规模、资本实力将进一步提升，抗风险能力进一步增强，随着募集资金投资项目的逐步实施，规模效应进一步显现，公司将具备更强的竞争力和盈利能力。

（二）盈利能力的未来趋势分析

公司专注于半成品菜的研发、生产和销售，为消费者提供健康绿色、便捷美味的半成品菜肴。公司产品以良好的菜品口味、可靠的产品质量、便捷的用餐体验赢得了广大消费者的认可。

报告期内，公司的营业收入分别为 46,595.10 万元、54,242.45 万元和 62,246.85 万元，营业收入增长较快。本次募集资金投资项目建设完成后，公司将加大研发投入、扩充产能，使得公司的综合竞争力将进一步提升，有望实现营业收入和利润的持续稳步增长。

六、发行人首次公开发行股票摊薄即期回报的测算及相关填补回报措施

根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发〔2013〕110号）、《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发〔2014〕17号）以及中国证监会《关于首发及其再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告〔2015〕31号）等相关规定，公司就本次发行上市对即期回报摊薄的影响进行了认真、审慎、客观地分析并提出了填补即期回报的具体措施。

（一）本次发行摊薄即期回报对发行人每股收益的影响

公司发行前的总股本为 7,500.00 万股，本次拟公开发行 2,500.00 万股。本次发行募集资金到位后，公司的总股本和净资产将会大幅增加。本次发行募集资金扣除

发行费用后将投入“年产5千吨的食品用发酵菌液及年产5万吨发酵调理食品项目”、“味知香研发检验中心及信息化建设项目”、“味知香营销网络和培训中心建设项目”等项目。由于本次募集资金投资项目的建设和投产需要一定时间，新建项目在建设期和投产初期对公司盈利的贡献较小，收益具有滞后性，无法在发行当年即达到预期收益。

受上述主要因素的影响，在本次发行后的一段时间内，公司存在因股本规模和净资产增长较快而摊薄每股收益的情形，公司的每股收益将有所下降。

1、影响分析的假设条件

测算本次发行摊薄即期回报的主要假设如下：

(1) 本次公开发行于2021年3月完成，该完成时间仅用于计算本次公开发行对摊薄即期回报的影响，最终以经证监会核准并实际发行完成时间为准；

(2) 不考虑现有股东公开发售股份的情形，本次公开发行新股数量为2,500.00万股；

(3) 宏观经济环境、产业政策、行业发展状况、产品市场情况等方面没有发生重大变化；

(4) 2020年经审计的归属于母公司所有者的净利润为12,505.27万元，扣除非经常性损益后的净利润为12,410.20万元。此次测算，假设2021年扣除非经常性损益前后归属于母公司所有者的净利润均与2020年持平；

(5) 免责声明：前述利润值不代表公司对未来利润的盈利预测，仅用于测算本次发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

2、本次发行实施完成后对主要财务指标的影响

单位：万元

项目		2020年	2021年 (未考虑首次 公开发行)	2021年 (考虑首次公 开发行)
归属于母公司所有者净利润		12,505.27	12,505.27	12,505.27
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润		12,410.20	12,410.20	12,410.20
扣除非经常 性损益前	基本每股收益(元/股)	1.67	1.67	1.30
	稀释每股收益(元/股)	1.67	1.67	1.30
扣除非经常	基本每股收益(元/股)	1.65	1.65	1.29

性损益后	稀释每股收益（元/股）	1.65	1.65	1.29
------	-------------	------	------	------

由上表，根据上述测算，本次募集资金到位当年，公司每股收益指标相对上年每股收益指标将会出现一定程度的下降。因此，公司存在短期内每股收益指标被摊薄的风险。

（二）董事会选择本次融资的必要性和合理性

公司本次发行募集资金扣除发行费用后，将围绕公司主营业务投资于“年产5千吨的食品用发酵菌液及年产5万吨发酵调理食品项目”、“研发检验中心及信息化建设项目”、“营销网络和培训中心建设项目”等项目以及补充流动资金。上述项目建成后，将有助于扩大产能并丰富产品结构，有助于增强公司对市场风险的应变能力，从而进一步提升公司的盈利能力和综合竞争力。公司董事会选择本次融资的必要性和合理性的具体内容详见本招股意向书“第十三节 募集资金运用”部分相关内容。

（三）本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系，发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

本次募集资金投资项目均与发行人主营业务有关。关于本次募集资金与发行人现有业务的关系，详见本招股意向书“第十三节 募集资金运用”部分相关内容。

公司专注于半成品菜的研发、生产和销售，为消费者提供健康绿色、便捷美味的半成品菜肴。公司在人员、技术、市场等方面储备的具体内容详见本招股意向书“第十三节 募集资金运用”部分相关内容。

（四）公司填补即期回报、增强持续回报能力的措施

本次发行后，公司募集资金用于募投项目建设至募投项目产生效益需要一定的周期，为降低本次公开发行摊薄即期回报的影响，公司承诺将采取以下措施实现公司经营可持续发展从而增厚未来业绩并加强投资者回报，以填补被摊薄即期回报：

1、加强募集资金管理并加快募投项目建设

为保障公司规范、有效使用募集资金，最大限度保护投资者权益，公司将按照中国证监会及上海证券交易所的相关要求，并结合公司实际情况，对募集资金的存储、使用、管理和监督进行明确规定。本次募集资金到位后，公司董事会将监督公司按照该规定，对募集资金进行专项存储、专户专储、专款专用，严格募集资金的

使用管理。同时，严格进行募投项目的建设管理，加快推进募投项目建设，争取募投项目早日竣工投产发挥效益，提升公司盈利能力。

2、加强内部管理，提升市场竞争力

公司将在现有基础上进一步完善优化业务流程，提高生产水平，加强对采购、生产、仓储、销售各环节的信息化管理，为提高公司的经营效率提供支持；同时公司将加强企业内部控制，发挥企业管控效能；推进全面预算管理，优化预算管理流程，加强成本管理，强化预算执行监督。通过以上措施，公司将有效提升自身的运营效率，降低成本并提高公司的经营业绩，提升市场竞争力。

3、完善利润分配机制，强化投资者回报

公司将根据中国证监会的相关规定，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配政策作出制度性安排，保证利润分配政策的连续性和稳定性，制定上市后适用的《公司章程（草案）》。公司将严格执行《公司章程（草案）》及股东回报规划文件中的利润分配政策，积极推动对股东的利润分配，增强现金分红透明度，建立较为完善和有效的股东回报机制。未来公司将进一步完善利润分配制度，强化投资者回报。

（五）公司董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

为使公司首次公开发行股票摊薄即期回报的填补措施能够得到切实履行，公司控股股东、实际控制人董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

“1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、承诺在自身职责和权限范围内，全力促使公司董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并对公司董事会和股东大会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）；

5、如果公司实施股权激励，承诺在自身职责和权限范围内，全力促使公司拟公布的股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并对公司董事会

和股东大会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）；

6、本承诺函出具日后，若中国证监会作出关于摊薄即期回报的填补措施及其承诺的其他监管规定，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺；

7、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的承诺。若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和证券交易所等证券监管机构制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施；若因违反承诺给公司或者股东造成损失的，依法承担补偿责任。”

（六）保荐机构核查意见

保荐机构认为：公司关于摊薄即期回报测算的依据和方法合理可靠；本次募集资金到位当年，公司每股收益指标相对上年度每股收益指标将会出现一定程度的下降；本次融资具有必要性和合理性；本次募集资金投资项目围绕公司现有业务展开，关联度较高，公司在人员、技术、市场等方面储备充足；公司已制定切实可行的填补即期回报、增强持续回报能力的措施，公司董事、高级管理人员已对公司填补回报措施切实履行作出承诺，该等措施有助于减少首次公开发行股票摊薄即期回报的不利影响、有利于公司的健康可持续发展。

第十二节 业务发展目标

一、公司发展战略

（一）总体发展战略

公司秉承“传承中华美食精髓，为社会奉献好产品”的使命，始终将“安全”、“品质”、“美味”作为企业发展的重要基石，专注于把“省时”“省钱”“省力”“安全”“营养”“美味”的产品端上餐桌。公司将在深耕现有品类半成品菜产品的基础上，开发“味爱疯狂”系列高端火锅食材、“搜香寻味”系列各地特色美食、“味知香工坊”系列火锅底料及调料包等全新品类产品，进一步丰富产品线，致力于从半成品原料加工企业升级成为餐桌美味解决方案的提供商。同时，公司将通过加强营销网点建设、提升公司品牌知名度、搭建连接线下销售网点的网络销售平台等措施，打造“立足江浙沪、辐射全国”的多渠道、多层次的营销网络，进一步全面提升公司核心竞争能力和竞争优势，成为行业龙头企业。

（二）业务发展目标

围绕公司整体发展战略，至 2021 年，一方面公司将在巩固并提升现有业务经营的基础上，完成年产 5 千吨的食品用发酵菌液及年产 5 万吨发酵调理食品生产基地的建设，同时实现研发检验硬件设施的全面升级并储备相应的高层次研发人才，打造品类丰富、产能充足、快速创新的产品线。另一方面，公司将通过设立直营展示门店、建立先进的现代化物流体系、品牌推广、搭建网络销售平台、建设完善的培训体系等措施，升级公司营销网络，进一步发掘市场潜力，提升市场份额。

二、公司发行当年和未来两年的发展计划

为实现公司整体发展战略，公司拟定的发行当年和未来两年的具体发展计划如下：

（一）产能扩张计划

随着生活水平的提高以及生活节奏的加快，消费者对健康卫生的便捷类食品需求持续上升，半成品菜行业也由此获得了快速发展。2017 年下半年，公司半成品菜产品产能从 8,000 吨/年提高到 15,000 吨/年，但产品依然供不应求，产能已成为

公司发展的瓶颈。公司拟使用募集资金新建厂房，将公司半成品菜产品产能提高到65,000吨/年的水平。新投入的产能将满足当前客户及未来新增客户的需求，有利于提升公司的市场占有率和市场地位，也有利于公司降低产品的平均成本，形成更明显的规模优势。

（二）市场开拓计划

目前，公司主要市场在华东地区，其中江浙沪是核心销售区域。公司多数经销商和加盟店集中在江浙沪地区，但在其他城市和地区的销售网络尚不成熟。针对江浙沪以外的市场，公司未来将利用销售团队在前期市场开发过程中积累的丰富经验，加大对经销商的营销力度，建立样板市场，不断吸引江浙沪以外地区客户的加入，扩充销售网络，同时加强物流体系建设，实现跨区域的业务突破，发掘市场潜力，提升公司整体销售额。

此外，公司计划搭建连接线下销售网点的网络销售平台，实现“客户网上下单，门店就近配送”的销售模式，助力下游销售网点更加便利地服务最终消费者，提升经营业绩。

（三）新产品开发计划

半成品菜行业进入门槛相对不高，行业内企业数量众多，竞争充分。要想在长期激烈的市场竞争中始终保持领先地位，就必须紧跟市场需求，不断推出消费者欢迎的优质产品。公司将在深耕现有产品线的基础上，研发高端火锅食材、各地特色美食、火锅底料及调料包系列等贴近消费者需求的新产品，进一步丰富现有产品种类和品类。公司将通过扩充研发队伍、提升研发硬件设施、优化研发流程、加快研发成果转化等一系列措施积极推进新产品开发计划。

（四）品牌推广计划

经过多年的发展和积累，基于多样的品种、良好的口味口感以及可靠的质量，公司成功建立了以“味知香”和“饕玉”两大品牌为核心的产品体系。公司十分重视品牌建设，未来将采用给予销售网点宣传物料支持、建设直营门店、广告投放、聘请代言人等方式加大在品牌推广方面的投入，进一步强化品牌定位，提升品牌知名度与影响力，在扩大产品销量的同时，提升公司在产业链中的话语权和议价能力，增强公司核心竞争力。

（五）治理结构完善计划

完善的公司治理结构是保证公司规范运行和维护股东权益的关键。公司将抓住本次发行上市的契机，进一步完善股东大会、董事会、监事会和管理层的组织架构，建立以“三会”议事规则为核心的决策和经营制度，规范经营决策程序，加强公司信息化建设，着力构建规范、高效的公司治理模式，推动公司在生产规模不断扩大的同时确保管理水平再上新台阶。

（六）人才发展计划

人才是企业可持续发展的核心，公司高度重视人才建设工作。公司将以现有团队为基础，以内部人才培养为主要途径，保证公司人才队伍的稳定，同时加强引进“高精尖”专业人才，充实公司的人才储备。公司将开展多种形式的员工培训，帮助员工提升工作技能、制定适应个人特点的职业发展规划，同时进一步完善考核激励机制，激发员工工作的内动力，为公司持续稳健发展提供有力的人力资源保障。

（七）再融资计划

若本次发行上市成功，公司将严格按照募集资金管理的相关规定管理和使用募集资金，提高资金利用水平，维护股东利益。此外，公司将根据市场形势、发展战略、经营目标，并结合本次募集资金投资项目的建设运营情况和公司的财务状况，在考虑资金成本和资本结构的前提下，适时采用银行借款、定增、配股、可转债、公司债等方式筹集资金，为企业实现未来又好又快的发展提供有力的资金保障。

三、实施上述计划的假设条件、面临的主要困难

（一）实施上述计划所依据的假设条件

- 1、国家宏观经济继续保持平稳发展，国内经济、政治和社会环境基本稳定；
- 2、行业现行的国家产业政策、税收优惠政策不发生重大变化；
- 3、公司产品的市场前景、消费者偏好没有发生重大不利变化；
- 4、公司现有的对生产经营有重大影响的主要管理层人员、核心技术人员和业务骨干不出现较大幅度的人员变动；
- 5、本次股票发行能够如期完成，募集资金能足额、按时到位，拟投资项目能按计划顺利实施；

6、无其他不可抗力及不可预测因素对公司造成重大不利影响。

（二）实施上述计划所面临的主要困难

1、上述业务发展计划的实施需要大量的资金投入，在募集资金到位之前，由于公司融资渠道单一，仅仅依靠自有资金和对外借款，公司将面对较大的资金压力，从而影响战略目标的实现。

2、随着公司业务规模的扩大，特别是本次募集资金投资项目实施后，公司生产销售规模将进一步增长，产品品类进一步丰富，将给公司的采购、研发、生产、销售等各方面的管理能力带来一定压力。同时，公司对各类型、各层次人才的需求将持续上升，也对公司高素质生产、研发和销售人才的储备提出了更高的要求。

四、上述发展计划与现有业务的联系

公司一直致力于半成品菜的研发、生产和销售，已经成为行业内规模较大、具备较强竞争力的企业。上述业务发展计划是基于公司现有业务发展状况，结合国家产业政策和行业发展规划，充分考虑行业发展趋势，为落实公司发展目标而制定的，是在巩固公司现有业务基础上的发展和提高。一方面，公司现有的行业地位和经营积累将为发展计划的实施提供有力保障。另一方面，以募集资金投资项目为核心的业务发展计划的顺利实施，可以有效提升公司生产经营规模，提高公司的经营管理水平，增强公司品牌影响力，进一步巩固和强化公司在行业中的领先地位。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

(一) 募集资金投资项目概况

2019年10月28日、2019年11月13日，公司分别召开第一届董事会第四次会议、2019年度第一次临时股东大会，审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票募集资金投资项目的议案》，批准了本次发行的募集资金投资项目。公司本次拟公开发行人民币普通股（A股）2,500万股，占发行后总股本的比例不低于25%，本次募集资金扣除发行费用后，将用于公司主营业务相关的项目及补充流动资金，拟投资项目的具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	拟使用募集资金投资额
1	年产5千吨的食品用发酵菌液及年产5万吨发酵调理食品项目	28,618.00	27,500.00
2	研发检验中心和信息化建设项目	7,001.46	7,000.00
3	营销网络和培训中心建设项目	6,985.00	6,900.00
4	补充流动资金	24,000.00	23,261.74
合计		66,604.46	64,661.74

在本次募集资金到位前，公司将根据募集资金投资项目实施进度的实际情况通过自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。如果本次发行募集资金扣除发行费用后少于上述项目募集资金拟投入的金额，公司将综合考虑实际募集资金净额和项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金投入的优先顺序及各项目的具体投资额等使用安排，募集资金不足部分由公司自筹资金解决。

(二) 本次募集资金投资管理制度及专户存储安排

公司已根据相关法律法规的要求制定了《募集资金管理制度》，公司将严格按照《募集资金管理制度》及证券监督管理部门的要求，管理和使用本次募集资金。同时，公司将按照相关要求，将募集资金存放于董事会指定的专项账户中，并根据项目实施的资金需求计划支取使用。

（三）募集资金投资项目履行的审批、核准或备案情况

本次募集资金投资项目履行了必要的审批、核准或备案程序，具体情况如下：

序号	项目名称	立项核准或项目备案文件	环境影响批复
1	年产 5 千吨的食品用发酵菌液及年产 5 万吨发酵调理食品项目	吴开管委审备 [2019]295 号	吴开管委审环建 [2019]44 号
2	研发检验中心和信息化建设项目	吴开管委审备 [2019]297 号	吴开管委审环建 [2019]59 号
3	营销网络和培训中心建设项目	吴开管委审备 [2019]313 号	-
4	补充流动资金	-	-

（四）募集资金投资项目实施后对发行人业务独立性的影响

本次募集资金投资项目用于发展公司原有主营业务，且项目均由发行人实施。项目实施后，发行人生产经营模式不会发生重大变化，不会导致公司与控股股东、实际控制人及其下属企业之间产生同业竞争，不会对发行人的独立性产生不利影响。

（五）保荐机构及发行人律师的结论性意见

保荐人认为：发行人本次募集资金投资项目已经取得了必需的批准和授权，并办理了必需的审批、核准或备案手续。募集资金有明确使用方向且均与发行人主营业务相关。募集资金金额和投资项目与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，不存在违反国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定的情形。

发行人律师认为：发行人本次募集资金投资项目已经有权政府部门备案/批准和发行人内部批准，募投项目不涉及与他人进行合作的情形，亦不会导致同业竞争。

二、董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司董事会对本次募集资金投资项目进行了可行性分析，认为本次募集资金投资项目均围绕公司主营业务展开，是对公司现有业务的发展和完善，符合公司的发展战略，有利于提高公司主营业务盈利能力，增强公司持续发展能力和核心竞争力。因此，本次发行股票募集资金运用具有可行性。

本次募集资金数额和投资项目与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管

理能力相适应，具体分析如下：

（一）经营规模

在经营规模方面，随着近年来半成品菜行业的快速发展，公司的经营规模持续保持较高增长，报告期内营业收入呈现快速上升趋势。报告期各期，公司产能利用率分别为 81.49%、85.89%和 99.18%，处在较高水平，现有产能已经无法充分满足市场消费者的需求，未来发展受到产能瓶颈的限制。年产 5 千吨的食品用发酵菌液及年产 5 万吨发酵调理食品项目建成投产后，公司产能将得到有效扩大，产品种类也将更加丰富，从而公司能够更好地满足消费者不断增长的需求，扩大市场领先优势，提升公司的行业竞争力，实现业务的持续增长。

（二）财务状况

在财务状况方面，公司资产质量良好，资产负债结构合理，财务状况良好，报告期内公司业务规模快速发展，盈利规模持续增长，但公司仅靠自身经营积累及银行贷款渠道筹集项目资金存在较大的困难。募集资金投资项目实施后，由于项目投资、运营和实现收益需要一定周期，因此，短期内净资产收益率可能会有一定程度的摊薄。但随着募集资金投资项目逐渐产生效益，公司经营业绩将出现一定幅度的增长。同时，募集资金到位后，公司资本实力将大幅增强，盈利能力及抵御风险能力也将显著提高。因此，本次募集资金投资项目与公司的财务状况相适应。

（三）技术水平

公司自成立以来专注于半成品菜的研发、生产与销售，积累了丰富的行业知识以及产品开发经验。在菜品方面，公司在深耕现有产品的基础上，不断推出新鲜品类，建立起丰富的产品结构，以满足客户多样化的需求。在生产方面，公司不断优化生产工艺，改进生产流程。截至本招股意向书签署日，公司共拥有 12 项实用新型专利及 2 项外观设计专利，大大提升了公司的生产效率。此外，公司为江南大学的一级博士生实践点，与江南大学建立了长期友好的学术及技术合作关系，并不断根据市场需求进行创新研发，并掌握了发酵菌体培养及生产所需技术。因此本次募集资金投资项目与公司现有技术水平相适应。

（四）管理能力

公司管理团队核心人员具有多年食品行业从业经验，对食品行业尤其是半成品

菜领域有着深刻的理解,且核心人员自公司成立以来一直保持了良好稳定的合作关系。此外,公司已经建立健全了内部控制制度,形成了切实可行、权责清晰、符合公司所处业务领域和实际情况的业务流程,能够保证公司的经营得以有序运行。公司管理层已经树立了规范运作和内部控制意识,并且计划在制度的运行过程中,根据公司的实际情况,对相关制度进行改进、完善和提升,以便更好地发挥作用。同时,公司已制定了《募集资金管理制度》,以规范募集资金的管理,最大限度维护投资者的合法权益。

(五) 市场需求

近年来,我国宏观经济从高速增长转变为中高速增长,国内经济结构逐步优化,消费成为需求增长的重要推动力,而居民收入水平的增长是社会消费能力提升的重要支撑,根据国家统计局数据,2013-2019年,我国居民人均可支配收入从18,311元增长至30,733元,年均复合增长率达9.01%;城镇居民人均可支配收入从2008年的15,780.76元增长到2019年的42,359元,复合增长率为9.39%。同时,快节奏的生活及工作压力导致职场人员缺乏足够的时间和精力去制作三餐,快餐、外卖以及便利店即热食品等便捷类食品成为了多数人的选择,人们在考虑食品便捷性的同时,更加关注食物的口味口感、绿色健康等因素,因此消费者对高质量半成品菜产品的需求将持续快速上升。

(六) 政策支持

随着经济水平的发展,居民收入稳步上升推动居民饮食消费升级,食品行业市场规模不断扩大。为扶持我国食品行业的发展,国家相关部门出台了一系列产业扶持政策,其中2016年12月国务院办公厅发布的《关于进一步促进农产品加工业发展的意见》明确提出“研制生产一批传统米面、杂粮、预制菜肴等产品”。因此,本次募投项目的建设符合国家产业政策。

三、募集资金投资项目实施的背景

(一) 消费升级带动居民饮食消费上升

随着经济发展,居民收入稳步增长,中高层收入人群迅速壮大,消费升级成为了热门话题。在我国居民收入分配中,饮食一直占据较大比例,消费升级一方面体现在外出餐饮消费的旺盛,另一方面体现在居民对日常饮食要求的提升。

目前，绿色有机、健康无污染的食品成为大众的一致追求，消费者对食材品质、新鲜程度要求逐步提高。由于主流消费人群生活节奏加快，客观上缺乏时间和精力自行采购食材并处理加工，半成品菜产品能够很好地满足此类人群的需求。半成品菜为消费者简化了食材采购、加工处理环节，节省菜品准备时间，降低制作门槛，在契合现代人快节奏生活的同时满足了他们对食材品质、菜品口味的要求。

（二）食品安全问题愈发引起重视

目前，广大消费者缺乏精力或者技能自行完成食品制作的全过程，日常饮食通常选择方便食品或者外卖食品。方便食品及外卖食品经常因食品安全问题受到人们的广泛关注：方便食品为了长期保存，不可避免地含有较多的食品添加剂、防腐剂，即使用量在国家规定范围内也难以打消消费者的顾虑；外卖食品则存在制作过程不透明的问题，消费者难以知晓食材是否新鲜、制作环节是否干净卫生。再加上近期频繁发生的外卖食品卫生问题更是引发了消费者的疑虑。

（三）国家政策重视和支持食品行业发展

国家十分重视食品安全问题，出台了一系列政策规范、支持食品行业的健康发展，鼓励食品企业进行品牌建设。

2017年1月5日，国家发展改革委、工业和信息化部发布了《关于促进食品工业健康发展的指导意见》（发改产业[2017]19号）指出，“加强食品全产业链质量安全管理，健全食品安全诚信自律制度。营造良好市场环境，提高食品监管能力。实施品牌提升行动，强化食品品牌建设，培育国际品牌”；“坚持‘创新、协调、绿色、开放、共享’的发展理念，围绕提升食品质量和安全水平，以满足人民群众日益增长和不断升级的安全、多样、健康、营养、方便食品消费需求为目标，以供给侧结构性改革为主线，以创新驱动为引领，着力提高供给质量和效率，推动食品工业转型升级、膳食消费结构改善，满足小康社会城乡居民更高层次的食品需求。”

2017年2月14日，国务院发布了《“十三五”国家食品安全规划》（国发[2017]12号），全面实施食品安全战略，着力推进监管体制机制改革和依法治理，着力解决群众反映强烈的突出问题，推动食品安全现代化治理建设，促进食品产业发展，推进健康中国建设。

四、募集资金投资项目分析

（一）年产 5 千吨的食品用发酵菌液及年产 5 万吨发酵调理食品项目

1、项目概况

年产 5 千吨的食品用发酵菌液及年产 5 万吨发酵调理食品项目计划总投资金额 28,618.00 万元。该项目由公司投资建设，计划于苏州市吴中经济技术开发区吴淞江科技产业园淞芦路北侧新建年产 5 千吨的食品用发酵菌液及年产 5 万吨发酵调理食品生产基地，基地包含生产厂房、总部办公楼等，该项目计划建设期 2 年。项目实施后，可大幅度提升公司产能，巩固公司主营业务体系，提高公司产品的市场占有率和持续竞争力。

公司“年产 5 千吨的食品用发酵菌液及年产 5 万吨发酵调理食品项目”生产的发酵调理食品亦为半成品菜，其与公司现有半成品菜的生产流程基本一致。相较于公司现有半成品菜产品，公司将在生产腌制环节中加入食用发酵菌液，利用特制的菌类发酵改善产品现有风味，提升消费者食用体验。

2、项目建设的必要性

（1）满足公司产能扩张需要，实现业务的持续增长

在生活节奏加快的大环境下，加工简便、绿色健康的食品成为广大消费者的一致追求，半成品菜行业因此得到了快速发展。受到行业发展的带动，公司的经营规模不断提升，报告期内营业收入呈现快速上升趋势。报告期各期，公司产能利用率保持较高水平，现有产能已经无法充分满足市场消费者的需求。若公司无法抓住市场机遇，及时扩大生产规模，未来将面临无法适应市场需求，并失去市场领先地位的风险。

年产 5 千吨的食品用发酵菌液及年产 5 万吨发酵调理食品项目建成投产后，公司产能将从现有的 1.5 万吨/年提升至 6.5 万吨/年，产品种类也将更加丰富，从而公司能够更好地满足消费者不断增长的需求，扩大市场领先优势，提升公司的行业竞争力，实现业务的持续增长。

（2）优化现有工艺条件，达到更高标准的食品安全要求

随着我国经济的持续稳步增长，居民收入水平日益提高，居民对日常饮食安全的要求也随之提升。国务院、国家发改委、工信部、农业部等部门先后出台了多项政策与规划，对食品行业的健康发展起到了积极的引导作用。2017 年 2 月，国务

院发布了《“十三五”国家食品安全规划》（国发[2017]12号），提出推动食品安全现代化治理建设，促进食品产业发展，推进健康中国建设。

味知香现有厂房及生产设备已投入使用多年，部分设施存在生产效率不高的情况。年产5千吨的食品用发酵菌液及年产5万吨发酵调理食品项目计划对现有设备进行全方位升级，引进国际先进水平的生产设备，优化现有的工艺条件，从生产环节的各方面进一步强化安全标准，以达到更高标准的食品安全要求。同时，公司将在生产腌制环节中加入食用发酵菌液，利用特制的菌类发酵改善产品现有风味，提升消费者食用体验。新建年产5千吨的食品用发酵菌液可以满足公司未来年产5万吨调理食品所需的食品发酵液。

（3）适应消费升级，进一步提升品牌形象的需要

半成品菜作为食品行业的细分行业，品类、风味、规格繁多，且推陈出新的速度较快。随着中产阶级和年轻消费者购买力的不断提升，在其品质化、个性化、细分化、多变化的消费需求推动下，半成品菜生产企业必须不断推出新产品，丰富和完善产品体系，并配套相应的生产和供应链管理能力和能力，才能使客户群体保持品牌忠诚度，提升消费者对产品的重复购买欲望，在消费者心中树立历久弥新的品牌形象。

公司“年产5千吨的食品用发酵菌液及年产5万吨发酵调理食品项目”建成投产后，公司生产能力和供应链管理能力和能力将得到显著提高，从而拥有更大的空间满足消费者消费升级的要求，提升公司品牌形象，带动公司的可持续发展。

3、投资概算

本项目总投资为28,618.00万元，其中建设投资25,222.00万元，具体构成明细如下表：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占比
1	土地费用	896.00	3.13%
2	固定资产	25,222.00	88.13%
2.1	建筑工程费	18,786.00	65.64%
2.2	设备购置及安装费	6,436.00	22.49%
3	其他费用	500.00	1.75%
4	铺底流动资金	2,000.00	6.99%
	合计	28,618.00	100.00%

项目所需资金的分析与测算依据具体如下：

单位：万元

序号	工程或费用名称	投资额				总价值
		建筑工程	设备购置	安装工程	其他费用	
1	土地费用	-	-	-	896.00	896.00
2.1	建筑工程费	18,786.00	-	-	-	18,786.00
2.1.1	桩基工程	593.00	-	-	-	593.00
2.1.2	土建工程	9,790.00	-	-	-	9,790.00
2.1.3	室内装修工程	4,905.00	-	-	-	4,905.00
2.1.4	室外景观绿化工程	400.00	-	-	-	400.00
2.1.5	室外市政工程	100.00	-	-	-	100.00
2.1.6	围墙、零星设施	150.00	-	-	-	150.00
2.1.7	供配电工程	820.00	-	-	-	820.00
2.1.8	弱电工程	100.00	-	-	-	100.00
2.1.9	其他	1,928.00	-	-	-	1,928.00
2.2	设备购置及安装费	-	5,521.50	914.50	-	6,436.00
2.2.1	车间解冻间设施	-	135.00	15.00	-	150.00
2.2.2	水产系列产品解冻线	-	19.00	1.00	-	20.00
2.2.3	家禽牛肉产品分割工序	-	250.00	-	-	250.00
2.2.4	水产产品分割工序	-	147.00	-	-	147.00
2.2.5	滚揉腌制工序	-	219.00	5.00	-	224.00
2.2.6	车间蒸煮工序	-	260.00	22.00	-	282.00
2.2.7	发酵产品发酵工序	-	36.00	4.00	-	40.00
2.2.8	各产品线工艺保鲜工序	-	70.00	10.00	-	80.00
2.2.9	车间各工序输送线	-	86.00	4.00	-	90.00
2.2.10	搬运设备	-	60.00	-	-	60.00
2.2.11	包装自动化工序	-	372.50	1.50	-	374.00
2.2.12	产品包装冷冻工序	-	1,392.00	348.00	-	1,740.00
2.2.13	产品包装冷冻冷藏储存	-	1,130.00	280.00	-	1,410.00
2.2.14	蒸汽能源锅炉房	-	34.00	6.00	-	40.00
2.2.15	车间压缩空气泵房	-	8.00	1.00	-	9.00
2.2.16	车间门禁风淋设施	-	37.00	3.00	-	40.00
2.2.17	车间制冰设备	-	38.00	2.00	-	40.00

2.2.18	车间工作服及劳保用品 清洗消毒设施	-	28.00	2.00	-	30.00
2.2.19	车间衡器设备	-	10.00	-	-	10.00
2.2.20	车间管线布局安装	-	40.00	10.00	-	50.00
2.2.21	污水处理设施	-	1,150.00	200.00	-	1,350.00
3	工程建设其他费用	-	-	-	500.00	500.00
3.1	工程设计费	-	-	-	130.00	130.00
3.2	工程监理费	-	-	-	150.00	150.00
3.3	工程勘察费	-	-	-	30.00	30.00
3.4	建设单位临时设施费	-	-	-	30.00	30.00
3.5	办公与生活家具购置费	-	-	-	60.00	60.00
3.6	工器具及生产家具购置费	-	-	-	100.00	100.00
4	铺底流动资金	-	-	-	2,000.00	2,000.00
合计			18,786.00	5,521.50	914.50	3,396.00
					28,618.00	

4、主要设备

本项目计划购置生产设备 6,436.00 万元（包含安装费用），包括螺旋隧道、冷库设备机组等。本项目购置的主要设备情况如下表所示：

单位：万元

序号	设备名称	数量（台/套）	单价	总价
1	速冻隧道	4	435.00	1,740.00
2	速冻线	3	470.00	1,410.00
3	污水处理设备	1	1,350.00	1,350.00
4	厨房设备（双眼大锅灶）	5	50.00	250.00
5	滚揉机	8	20.00	160.00
6	解冻间	3	50.00	150.00
7	砍排机	6	20.00	120.00
8	输送线	3	30.00	90.00
9	全自动连续拉伸真空包装机	2	40.00	80.00
10	包装机	3	20.00	60.00
11	真空滚揉机	3	20.00	60.00
12	牛排包装机	3	20.00	60.00
13	码垛机器人	2	30.00	60.00
14	保鲜库机组	3	20.00	60.00

15	叉车	6	10.00	60.00
16	混料机	2	20.00	40.00
17	发酵罐	2	20.00	40.00
18	热水锅炉	2	20.00	40.00
19	风淋室	4	10.00	40.00
20	制冰机	2	20.00	40.00
21	切丁机	3	12.00	36.00
22	注射机	3	12.00	36.00
23	晾晒烘房箱	1	30.00	30.00
24	金属探测仪	5	5.00	25.00
25	自动封箱机	5	5.00	25.00
26	盐水注射机	2	12.00	24.00
27	斩拌机	3	7.00	21.00
28	气泡清洗机	2	10.00	20.00
29	冷却塔	1	20.00	20.00
30	蒸柜	1	20.00	20.00

5、产品标准和工艺流程

(1) 产品标准

本项目生产的产品将按照 SB/T 10379-2012《速冻调制食品》标准进行生产。

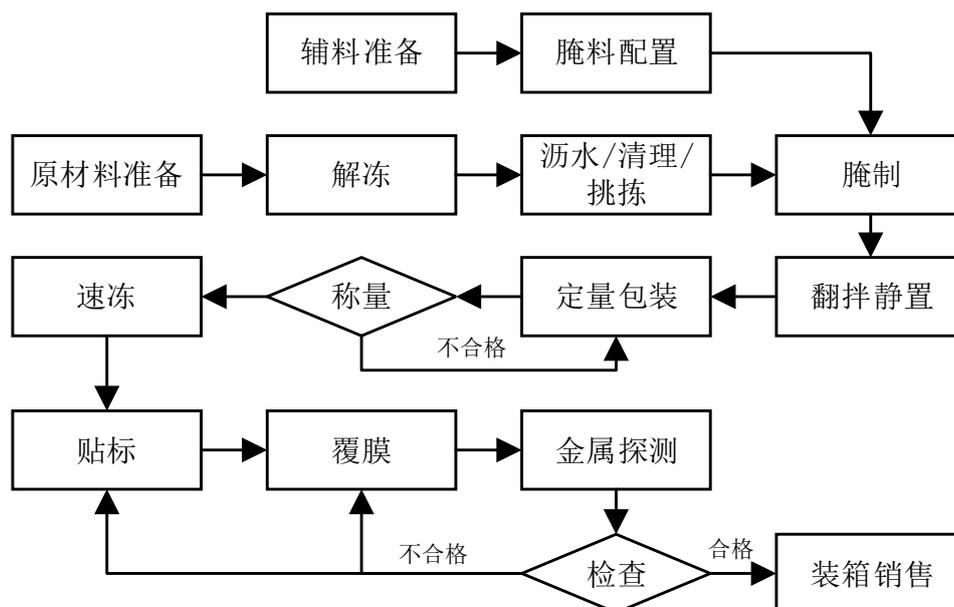
(2) 技术来源

本项目实施的技术来源主要为发行人自有技术，其中发酵菌液生产流程涉及发行人与江南大学（扬州）食品生物技术研究所在合作研发的技术。

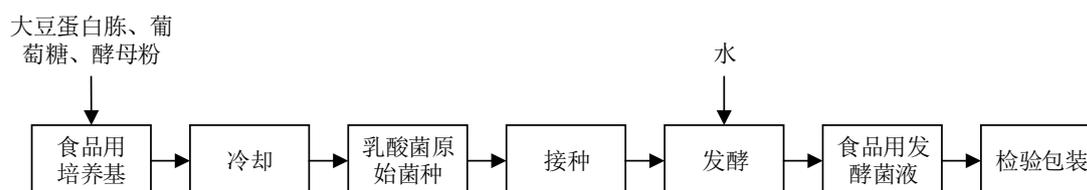
2019年12月，发行人与江南大学（扬州）食品生物技术研究所在签订了《技术开发（委托）合同》，委托其研究发酵菌液菌株筛选方案，发酵菌液的配方、生产工艺标准方案，发酵菌液应用技术方案等内容，并对技术要求、研发进度、经费报酬、保密义务、成果归属等内容作出了约定，双方约定研发成果由双方共同享有，非经对方书面同意，任何一方不得擅自将相关技术成果、专利转让或许可他人使用。

(3) 工艺流程

公司发酵调理食品与目前半成品菜的生产流程一致，具体如下：



上述腌制过程会加入食品用发酵菌液，其生产流程如下：



6、主要原、辅材料及能源供应

本项目需对外采购原材料主要为牛肉、猪肉、鸡肉等肉禽及鱼、虾等水产，原材料市场竞争充分、供应充足，所有原材料均可通过市场购得。公司与主要供应商建立了长期良好的合作关系，原材料来源稳定，不存在对本项目运转形成制约的情况。项目运转所需能源和动力主要是水、电、蒸汽等，项目所在地配套设施较为完善，可满足需求。

7、项目选址

本项目选址位于苏州市吴中经济技术开发区吴淞江科技产业园淞芦路北侧，公司已取得苏（2020）苏州市不动产权第 6002460 号《不动产权证书》，土地用途为工业用地，面积 26,371.40 平方米。

8、项目环保情况

本项目在运营阶段会产生一定的废气、废水、固体废物和噪音，公司将严格执行环境保护措施，并增强环境管理和环境监测，落实清洁生产。公司对于上述废气、废水、固体废物和噪音的处理措施如下：

(1) 废气

本项目产生的废气主要为油烟、液化石油气燃烧废气及污水处理站废气等。油烟经油烟净化器处理，液化石油气燃烧废气经低氮处理器处理，污水处理废气经集气罩收集后采用水喷淋+光氧催化处理后，分别经高度 25 米的排气筒排放。

(2) 废水

本项目产生的废水主要为解冻含油废水、清洗含油废水、设备清洗含油废水、场地清洗废水等生产污水和生活污水。生产污水排入厂区内的污水处理站，通过混凝沉淀+ABR 厌氧工艺+A/O+沉淀等步骤处理，达到河东污水处理厂接管要求后排入市政污水管网。

本项目产生的生活污水直接或经化粪池后排入市政污水管网。

(3) 固体废物

本项目产生的固体废物主要包括废包装材料、餐厨垃圾、污水处理污泥以及办公生活过程产生的生活垃圾等。废包装材料由公司收集外售，餐厨垃圾、污水处理污泥和生活垃圾交专业处置单位或环卫部门统一处置。

(4) 噪声

本项目产生的噪声主要来源于生产机器设备，公司将通过选用低噪声先进设备，同时积极采用消声、隔声、减震防护及加强厂区绿化等措施，使厂界噪声达到《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）表 1 中 3 类标准。

9、项目组织方式及实施进展

本项目实施主体为发行人，项目建设期为 2 年。项目实施进展情况如下：

序号	内容	建设期（月）											
		1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12	13-14	15-16	17-18	19-20	21-22	23-24
1	项目申报审批	■	■										
2	技术交流			■									
3	施工设计			■	■	■							
4	设备订货					■	■	■					
5	土建基础施工							■	■	■	■		
6	设备及管道安装									■	■	■	
7	设备调试											■	
8	考核及验收												■

10、项目经济效益分析

本项目财务评价计算期为 10 年，其中建设期 2 年，生产期 8 年。预计生产期内年均实现销售收入 95,072.61 万元，年均净利润 10,379.78 万元，税后内部收益率 23.55%。

11、市场前景

(1) 未来市场发展状况

半成品菜未来市场发展状况详见招股意向书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“(三) 行业发展概况”及“(六) 行业发展趋势”。

(2) 公司主要客户情况

公司主要销售模式为经销模式，客户包括经销店、加盟店及批发商。报告期各期末公司经销商数量分别为 1,685 家、1,757 家及 1,997 家，呈现稳中有升态势，其中品牌效应更加明显的加盟店数量快速增长，报告期各期末数量分别为 440 家、801 家及 1,117 家。随着经销商数量尤其是加盟店数量的增长，一方面公司销售网络的深度和广度将得到提升，受众范围继续扩大；另一方面公司品牌知名度将得到提升，进而促进销量增长。

同时，借助互联网经济发展的东风，公司正在筹备建立线上销售渠道，进一步发掘潜在客户，提升经营规模。

综上所述，在半成品菜行业发展向好以及公司继续着力拓展客户渠道的背景下，本次募集资金项目前景良好。

12、对产能、产量、销量、产能利用率、产销率的影响

受消费者消费习惯的影响，公司半成品菜的销售通常呈现一定的季节性特征。在我国传统的春节前夕，消费者对公司产品需求最为旺盛，2018-2020 年各年 12 月份公司产量占当年总产量的比例分别为 10.65%、10.41%及 9.66%。为了应对节假日前后生产高峰期，公司产能通常需保留一定富余。

2017 年初，公司半成品菜产能为 8,000 吨/年，2017 年 9 月，公司投产新增产能 7,000 吨。报告期内，公司产能利用率逐步上升，分别为 81.49%、85.89%及 99.18%，。报告期各期，发行人产销率一直保持在 100%左右的水平，分别为 97.35%、102.27%及 103.05%。

募投项目建成后，公司将新增半成品菜产能 50,000 吨/年。随着产能的提升，公司各类产品的产量、销量也将有相应增长，但由于扩张产能的逐步释放需要一段

时间，短期内公司产能利用率会出现一定程度的下降，随着扩张产能释放完成，公司产品的产能利用率将逐步恢复。由于公司会根据市场需求相应制定生产计划，因此公司产销率将一直维持较高水平。

13、新增产能、产量、经营规模的市场消化能力

公司拟通过以下措施消化新增产能：

(1) 深耕现有销售区域，同时继续扩张销售半径

虽然公司销售区域已经覆盖江浙沪大部分地区，但是公司客户主要依托于农贸市场，江浙沪区域内仍有较多农贸市场没有公司门店覆盖。同时，随着募集资金投资项目中“营销网络和培训体系建设项目”的实施，公司物流车队、配送人员都将得到有效补充，物流配送能力将有进一步提升，对江浙沪区域内边远地区以及周边安徽等省份的覆盖也将进一步加强。因此，公司将在江浙沪及周边区域内继续增加门店布局，提升门店数量，进而扩大销量。

(2) 加强消费者培育，提升单店销售额

目前，大部分消费者对于半成品菜的了解程度偏低，尚未培育起一定频次的使用习惯。公司未来计划通过设立直营展示门店向消费者展示半成品菜应用产品以强化消费者认知、有针对性地在线下及线上投放有代表性的产品广告以塑造味知香品牌形象、加强对经销商客户销售技巧培训以提高客单价等手段发掘消费者潜力，提升经销商单店销售额，从而增加公司整体销量。

(3) 借助互联网平台，发掘新增长点

在互联网经济飞速发展的背景下，一方面，公司计划搭建连接线下销售网点的网络销售平台，实现“客户网上下单，门店就近配送”的销售模式，助力下游销售网点更加便利地服务最终消费者，提升经营业绩，目前相应的手机 APP 及微信小程序正在测试当中。另一方面，公司也从 2020 年上半年起与同程生活等网络销售平台开展合作，通过第三方平台销售公司产品。借助于互联网平台，公司可以有效扩大产品受众范围，提升经营规模。

(4) 扩充产品种类，满足消费者多场景需求

目前公司半成品菜产品主要为煎炒类菜品，主要满足消费者正餐类饮食需求。但随着生活水平的逐渐提高，消费者对于不同生活场景下饮食产品的多样性需求也不断提升。随着公司产能的扩张，公司将根据消费者需求开发适合不同场景的半成

品类产品，例如火锅类产品、西餐类产品等，进一步丰富公司产品线，扩大产品销量。

未来市场对于半成品菜的需求将会持续上升，结合上述措施，公司增加的产能够匹配未来市场需求，新增产能、产量、经营规模预计可以得到消化。

14、募投项目新增产能单位投资金额与历史投资和同行业可比公司的差异情况及其合理性

发行人募投项目投资总额包括土地费用、建筑工程相关费用及设备购置安装费用。由于发行人现有生产场地系租赁取得，没有相应的土地、厂房投入，且产能主要与生产设备相关，因此新增产能单位投资金额按照单位产能的设备投资金额进行计算。发行人及可比公司产能的单位投资金额如下：

公司名称	产能	设备购置及安装费 (万元)	产能(吨)	产能单位投资金额 (元/吨)
味知香	历史产能	1,392.82	15,000.00	928.55
	新增产能	6,436.00	50,000.00	1,287.20
安井食品	历史产能	42,568.40	288,983.34	1,473.04
	新增产能一	21,339.02	160,000.00	1,333.69
	新增产能二	4,878.77	45,000.00	1,084.17
惠发食品	历史产能	18,058.50	110,000.00	1,641.68
	新增产能	18,610.00	80,000.00	2,326.25
海欣食品	历史产能	6,532.56	46,232.00	1,413.00
	新增产能	5,600.00	30,000.00	1,866.67

注：1、历史产能根据可比公司招股说明书报告期最后一期产能数据年化计算，设备购置及安装费根据招股书说明书报告期末机器设备原值计算；

2、新增产能根据可比公司招股书说明书披露的募投项目产能计算，设备购置及安装费根据募投项目中投资金额计算。

根据上表，发行人募投项目新增产能单位投资金额高于发行人历史产能，主要原因是发行人现有生产设备购置时间较早，设备单价较低。发行人募投项目拟购置的生产设备相较于早期设备有所升级、改进，可以满足发行人未来进一步改善工艺流程、提升产品质量的需求，因此单位产能投资金额有所上升。与可比公司相比，发行人单位投资金额与安井食品较为接近，低于惠发食品及海欣食品。上述差异的原因是发行人与可比公司的产品类型存在差异，其生产流程不同，对生产设备的要求也存在差异。可比公司速冻鱼肉（糜）制品、速冻肉制品的生产流程主要包括斩

拌、成型、蒸煮、冷却、速冻等步骤，发行人生产流程没有成型、蒸煮（除鱿鱼类产品存在烫制过程）、冷却过程。

综上所述，发行人募投项目新增产能单位投资金额高于历史产能，其差异较小且具有合理性。发行人与可比公司在历史产能、新增产能的单位投资金额均存在一定差异，主要是产品类型和生产流程差异，其差异具有合理性。

（二）研发检验中心和信息化建设项目

1、项目概况

味知香研发检验中心和信息化建设项目计划总投资金额 7,001.46 万元。该项目包含两项内容，一是建设具有国内领先水平的半成品菜研发检验中心，完善公司研发体系，提升公司检验水平；二是新建信息化系统，通过引进先进 ERP 系统，扁平化、精细化管理公司运营中的各个环节，提升公司的综合管理能力，最大化提升公司竞争力。项目建设地点为苏州市吴中经济技术开发区吴淞江科技产业园，研发检验中心项目计划建设期为 12 个月，信息化建设项目计划建设期为 18 个月。

2、项目建设的必要性

（1）研发检验中心建设项目

① 提升公司新产品的研发能力，丰富产品结构

随着社会整体消费水平的提升，下游消费者对食品口味、营养健康的要求越来越高，半成品菜行业中各种新菜品也是层出不穷。公司要想在竞争激烈的食品行业中保持竞争力并扩大市场份额，除了继续深耕现有产品之外，还需要不断推出新鲜品类，以更好满足市场需求。虽然公司已是半成品菜生产企业中的佼佼者，但是目前公司的研发能力仍有待提高，产品种类也存在优化的空间。研发检验中心建成后，公司将继续巩固现有研发优势，不断提升研发能力，丰富产品结构，推出更多受下游客户欢迎的优质产品，扩大销售收入，在激烈的市场竞争中立于不败之地。

② 优化生产工艺和产品质量，提升公司产品品质

公司半成品菜的生产环节需经过多道工序，各道工序中任何一项工艺的改变都有可能对产品的味道、口感、营养成分含量等指标产生影响。通过业内先进的研发检验中心的建设，公司能够对半成品菜生产过程中各项变量的影响进行细致分析，对产品的技术指标进行更为精准的把控，从而改进生产流程，优化生产工艺，提升产品品质，增强公司产品的市场竞争力，促进公司主营业务的发展。

③ 加强与学术机构的成果互动，提升公司品牌形象

良好的企业品牌形象不仅依靠优秀的产品，还要依靠良好的社会形象。公司作为国内食品专业领先院校江南大学的一级博士生实践点，与江南大学建立了长期友好的学术合作关系。建立研发检验中心有助于公司继续加强与学术机构的成果互动，为公司接触业内先进技术和工艺提供了有利平台，同时为高学历人才提供了更好的学术实践机会，提升了公司的品牌形象。从长远来看，公司也有机会吸收更多的行业优秀人才，为公司未来长期的稳健发展打下坚实的基础。

④ 构建更为可靠的食品安全保障体系

公司自成立以来一直将保障食品安全作为公司生产经营的重中之重，在原材料采购入库、产品生产加工、仓储物流等各个环节，公司品控部工作人员都会对产品进行多道检验，确保产品质量符合标准，坚决杜绝食品安全事故的发生。通过本次募投项目的实施，公司将具备现代化的食品检验中心并配备更多专业人才，以对公司产品的安全性实施更加科学、全面的监督管控，构建更为可靠的食品安全保障体系，巩固公司的核心竞争力。

(2) 信息化建设项目

① 为公司重大决策提供科学依据，提升公司战略规划能力

本次信息化建设项目的目标是将公司日常生产运营环节中的采购、生产、仓储物流、销售等环节的数据进行统一的信息化管理，将相对分散的不同环节数据进行整合，为公司建立统一的数据管理平台。通过本项目的实施，公司管理层可以依靠信息系统取得高质量、全面、精准的定量运营数据作为决策依据，更加精准、有效地进行战略规划和重大决策。因此，先进的信息化系统将有效提升公司战略规划能力，为公司持续稳定发展奠定坚实基础。

② 有效、快速集成各业务单元信息，提升公司经营效率

作为半成品菜制造企业，采购、生产、仓储是公司内部经营管理的重要内容，如果公司各个业务单元的信息不能有效、快速集成，将会降低公司的经营管理效率，降低公司的市场竞争力。本次信息化建设项目涵盖了采购、制造、仓储物流等诸多环节，能够提升公司与供应商之间的信息交互水平，科学制定采购计划，降低采购成本；能够提高公司的生产自动化程度，实现对生产线的精益化管理，降低生产过程中的损耗；能够加快库存物资周转速度，合理安排库存水平，从而提升企业竞争

力。

③ 加强销售数据管理，提升公司综合服务能力

在竞争越来越激烈的市场环境下，优秀的产品和服务是公司获得客户认同的关键所在。通过建立完善的信息系统，公司能够更好地对销售数据进行系统化的整理与分析，对不同客户进行分类管理，分析不同客户群体需求变化的趋势，准确把握市场风向，满足市场需求。同时，公司还能够对不同产品的销售情况及波动进行细致分析，了解自身产品的优势与不足并针对性地提出改进方案，充分发挥信息化带来的优势，提升公司的综合服务能力。

3、投资概算

本项目总投资为 7,001.46 万元，具体构成明细如下表：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占比	其中：	
				研发检验中心	信息化项目
1	房产装修费	1,030.00	14.71%	850.00	180.00
2	设备购置和安装费用	4,811.46	68.72%	2,391.46	2,420.00
3	软件购置费用	1,160.00	16.57%	-	1,160.00
合计		7,001.46	100.00%	3,241.46	3,760.00

4、主要设备

(1) 研发检验中心建设项目

本项目计划购置设备 2,391.46 万元（包含安装费用），包括液相质谱联用仪、气相色谱质谱联用仪、多功能灶台等。本项目购置的主要设备情况如下表所示：

单位：万元

序号	设备名称	数量（台/套）	单价	总价
1	液相质谱联用仪	1	600.00	600.00
2	气相色谱质谱联用仪	1	500.00	500.00
3	多功能灶台	1	300.00	300.00
4	ICP-ONE	1	100.00	100.00
5	实验室耗材	1	100.00	100.00
6	烟熏炉	1	70.00	70.00
7	速冻机	1	60.00	60.00
8	肉块成型机	1	59.00	59.00

9	鱼肉成型机	1	58.00	58.00
10	实验室器具	1	50.00	50.00
11	冷冻库	1	50.00	50.00
12	切花机	1	35.00	35.00
13	灌装机	1	30.00	30.00
14	杀菌锅	1	30.00	30.00
15	烤箱	1	25.00	25.00
16	绞肉机	1	25.00	25.00
17	灌肠机	1	25.00	25.00
18	保鲜库	1	20.00	20.00
19	炒菜机	2	10.00	20.00
20	滚揉机	1	20.00	20.00
21	炒饭机	1	18.00	18.00
22	肉丸成型机	1	18.00	18.00
23	制冰机	1	15.00	15.00
24	搅拌机	1	15.00	15.00
25	切丝机	1	15.00	15.00
26	切丁机	1	15.00	15.00
27	注射机	1	12.00	12.00
28	超净工作台	1	10.00	10.00
29	凯氏定氮仪	1	10.00	10.00
30	旋转蒸发仪	2	5.00	10.00
31	氮吹仪	1	10.00	10.00

(2) 信息化建设项目

本项目计划购置设备 2,420.00 万元（包含安装费用），包括现代化机房系统工程、多媒体会议系统、生产可视化系统、桌面虚拟化应用等。本项目购置的主要设备情况如下表所示：

单位：万元

序号	设备名称	数量（台/套）	单价	总价
1	现代化机房系统工程	1	600.00	600.00
2	多媒体会议系统	1	450.00	450.00
3	生产可视化系统	1	200.00	200.00
4	桌面虚拟化应用	1	200.00	200.00

5	信息安全系统	1	150.00	150.00
6	综合布线系统	1	100.00	100.00
7	视频监控系统	1	100.00	100.00
8	车辆识别管理系统	1	100.00	100.00
9	电话/400 呼叫系统	1	90.00	90.00
10	网络交换系统	1	80.00	80.00
11	一卡通/考勤系统	1	70.00	70.00
12	企业级 WIFI 覆盖	1	60.00	60.00
13	公共广播系统	1	50.00	50.00
14	周界安防系统	1	50.00	50.00
15	访客系统	1	50.00	50.00
16	多媒体信息发布系统	1	50.00	50.00
17	电子巡更系统	1	20.00	20.00

5、主要软件投资

(1) 研发检验中心项目

研发检验中心项目无软件投资。

(2) 信息化建设项目

本项目计划购置软件 1,160.00 万元，包括 ERP 全模块管理系统、行为管理系统、门店收银管理系统等。本项目购置的主要软件情况如下表所示：

单位：万元

序号	软件名称	数量（套）	单价	总价
1	ERP 全模块管理系统	1	300.00	300.00
2	行为管理系统	1	200.00	200.00
3	门店收银管理系统	1	200.00	200.00
4	门店监控集成平台	1	100.00	100.00
5	OA 集成管理系统	1	80.00	80.00
6	备份存储系统	1	80.00	80.00
7	移动办公审批系统	1	80.00	80.00
8	VPN 系统	1	70.00	70.00
9	门户网站	1	50.00	50.00

6、项目选址

本项目将在募集资金投资项目之一“年产 5 千吨的食品用发酵菌液及年产 5 万吨发酵调理食品项目”建设的总部办公楼中实施。

7、项目环保情况

(1) 研发检验中心项目

本项目在运营阶段会产生少量的废气、废水、固体废物和噪音，公司将严格执行环境保护措施，并增强环境管理和环境监测，落实清洁生产。公司对于上述废气、废水、固体废物和噪音的处理措施详见本节之“四、（一）8、项目环保情况”。

(2) 信息化建设项目

本项目不产生废气、废水等污染物，不会对环境造成破坏，符合国家相关环保标准和要求。

8、项目组织方式及实施进展

(1) 研发检验中心项目

本项目实施主体为发行人，项目建设期为 12 个月。项目实施进展情况如下：

工作内容	进度
研发检验中心场所装修	第 1-6 个月
研发检验中心硬件和软件购置及安装	第 6-12 个月

(2) 信息化建设项目

本项目实施主体为发行人，项目建设期为 18 个月。项目实施进展情况如下：

序号	实施内容	时间
1	ERP 评估	第 1-2 个月
2	信息化基础设施建设	第 3-5 个月
3	营销管理平台项目	第 6-7 个月
4	研发管理平台项目	第 8 个月
5	供应链管理项目	第 9-11 个月
6	财务管理平台项目	第 12-13 个月
7	行政管理平台项目	第 14-15 个月
8	应用系统集成项目	第 16-18 个月

9、项目经济效益分析

(1) 研发检验中心项目

本项目不直接产生经济效益，但是通过研发检验中心的建设，能够补充公司在研发检验人才、技术、设备等方面的不足，进一步扩大公司的行业技术领先优势，帮助公司丰富产品种类，提升产品品质，提高效率，降低成本，保障食品安全。就公司及行业的现实和长远的发展而言，具有重要的意义。

（2）信息化建设项目

本项目建设完成并投入运行后不直接产生经济效益，但是通过优化并完善信息化系统，能够进一步整合公司业务体系，规范管理模式，改善业务流程，全面提升管理决策效率和业务响应能力，强化业务操作透明度和公司监管，为公司生产规模的扩大提供强力支撑。

（三）营销网络和培训中心建设项目

1、项目概况

味知香营销网络和培训中心建设项目计划总投资金额 6,985.00 万元。该项目包含两项内容，一是以苏州为中心，建立覆盖长三角、辐射全国的营销网络，包括设立直营展示门店、建立先进的现代化物流体系、品牌推广三个方面；二是为员工建设新的培训场所、购置相应设备，创设良好的培训环境，并聘请专业讲师针对不同岗位开设课程，提升员工专业技能及工作效率。

其中，营销网络建设项目将在苏州、上海选取人流量集中、租金适当、交通便捷的大型社区周边租赁场地开设直营展示门店，以便辐射消费者、开拓市场。味知香培训设施建设地点为苏州市吴中经济技术开发区吴淞江科技产业园。

味知香直营展示门店建设期为 3 年，物流车辆及系统的购置、安装时间为 3 年，培训中心建设项目时间为 1 年。

2、项目建设的必要性

（1）优化线下营销布局，培育消费者使用习惯

公司现有业务拓展模式为业务员开拓个体商户，由个体商户培育终端消费者购买半成品菜产品。该方式成本低、灵活性高，但是消费者培育速度较慢。随着公司发展步伐加快，现有业务拓展模式难以跟上公司发展速度，广大消费者对于半成品菜的了解程度偏低，尚未培育起一定频次的使用习惯。终端直营展示门店作为公司直接面向客户的主要途径，在品牌推广、市场拓展中具有重要的战略地位。公司通过设立直营展示门店，向客户展示公司产品应用场景、菜品种类，让客户了解并尝试使用公司半成品菜，有助于提升客户对品牌忠诚度。

直营展示门店将设立产品展示区域、菜品体验区域和零售柜台：产品展示区域通过视频介绍、人员讲解让消费者了解公司食材选购、菜品生产、物流运输的全过程，使消费者打消疑虑放心选购公司产品；菜品体验区域将由门店厨师选用公司产

品制作成品菜肴给顾客品尝，一方面展示菜品制作过程，另一方面让消费者了解公司产品的口味，有针对性地选购产品；零售柜台向客户销售公司产品，作为公司销售网络的补充。

直营展示店通过直接向终端消费者展示公司半成品菜应用场景，能够加快消费者培育速度，并通过专业化的展示门店提升公司品牌形象，强化消费者的认知，加深其对公司产品的信赖。

(2) 物流配送能力达到瓶颈，难以满足未来需求

公司建立了自有物流配送车队，每日安排物流车辆从厂区装车配送至各地客户，配送方式以自营物流为主，第三方物流作为补充。目前的物流体系建设尚不完善，配送能力相对不足。随着公司业务拓展，发货量逐步增大，现有物流配送能力达到了瓶颈，主要表现在：冷链运输车辆数量不足，部分车辆长时间高负荷运转，亟待更新；物流设备、设施不能联网，信息化程度低。因此，若要满足公司未来业务的增长，需要建设更为先进的现代化物流体系。

项目建成后，公司将扩充物流车队、购置终端配送设备并招聘配送人员来满足日益增长的物流配送需求；同时购置信息化物流系统，实时掌握库存、在途和配送情况，便于公司进行发货管理和记录。

(3) 加强产品推广，塑造品牌形象

长三角地区半成品菜行业企业数量较多，竞争激烈。随着消费水平的提高和理念升级，消费者在关注产品价格等因素的同时，也更加关注产品质量、消费体验和市场形象等多重因素。公司品牌既代表了公司产品质量、定位与特色，也是企业文化的体现。在激烈的市场竞争中，品牌形象已然是公司区别于对手、吸引消费者并取得优势的重要因素。加强品牌建设有利于提升产品附加值、扩大销售额和市场占有率、增强消费者粘性。

味知香将研究各地区潜在消费者偏好、口味等，在此基础上有针对性地在线下及线上投放有代表性的产品广告，吸引更多消费者，塑造味知香品牌。

(4) 组织员工及客户培训，提升运营效率和产品销量

公司定期组织员工进行培训，一般性培训和针对不同岗位的专业性培训，以适应不断变化的客户需求与公司发展需要。通过培训来强化员工对公司的认同，提高员工的忠诚度，培养员工的客户服务意识，提高员工的适应性和灵活性，从而改善

员工的知识、技能、工作方法、工作态度，发挥其潜力，最终提高个人和公司业绩，推动公司不断发展。

公司对新增经销商客户开设产品介绍、销售技巧、购销流程课程。产品介绍、销售技巧课程让经销商客户了解公司产品并学习有效的宣传手段，便于其开拓周边市场，提升产品销量。购销流程课程是让客户熟悉公司订货、付款、配送、签收环节，满足公司内部控制要求、便于双方顺利合作。公司会不断改进营销方式，定期组织存量客户培训来帮助其销售公司产品，实现共赢。

3、投资概算

本项目总投资为 6,985.00 万元，具体构成明细如下表：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占比
1	直营展示门店建设费用	1,440.00	20.62%
1.1	门店场地租赁费用	360.00	5.15%
1.2	设计及装修费用	450.00	6.44%
1.3	配套设施	630.00	9.02%
2	物流体系建设费用	985.00	14.10%
2.1	冷链车辆	840.00	12.03%
2.2	物流信息系统	145.00	2.08%
3	品牌推广费用	3,950.00	56.55%
3.1	市场调研	100.00	1.43%
3.2	宣传物料	50.00	0.72%
3.3	广告投放	3,800.00	54.40%
4	培训中心建设费用	410.00	5.87%
4.1	培训场所装修费用	190.00	2.72%
4.2	配套设施	220.00	3.15%
5	预备费用	200.00	2.86%
合计		6,985.00	100.00%

4、主要设备

(1) 营销网络项目主要设备

公司计划购置 30 台冷链物流车辆，并采购配套物流信息系统，预计费用如下：

单位：万元

序号	设备名称	数量（台/套）	单价	总价
1	冷链物流车辆	30	28.00	840.00
2	物流系统	1	145.00	145.00

（2）培训中心建设项目主要设备

培训中心购置设备及预计费用如下：

单位：万元

序号	设备名称	数量（台/套）	单价	总价
1	培训中心办公座椅	200	0.20	40.00
2	灯光音响系统	1	40.00	40.00
3	显示系统	1	30.00	30.00
4	培训中心空调新风系统	1	30.00	30.00
5	综合显示控制平台	1	25.00	25.00
6	中控系统	1	18.00	18.00
7	拾音系统	1	15.00	15.00
8	摄像机	1	5.00	5.00
9	电话会议系统	1	5.00	5.00
10	音频处理系统	1	5.00	5.00
11	录播系统	1	4.00	4.00
12	门禁识别系统	1	3.00	3.00

5、项目选址

首批味知香直营展示门店将建设在苏州、上海两地。在每个城市将综合考虑产消费者分布、物业性价比、交通、物流配送等因素进行选址，并要求水、电、暖、气供应正常。

培训中心建设项目将在募集资金投资项目之一“年产5千吨的食品用发酵菌液及年产5万吨发酵调理食品项目”建设的总部办公楼中实施。

6、项目环保情况

直营展示门店建设项目在运营阶段会产生部分生活垃圾，交环卫部门统一处置。本项目其他建设内容不产生废气、废水等污染物，不会对环境造成破坏，符合国家相关环保标准和要求。

7、项目组织方式及实施进展

项目的实施主体为发行人。味知香直营展示门店建设期为3年，物流车辆及系统的购置、安装时间为3年，培训中心建设项目时间为1年。项目实施进展情况如下：

（1）直营展示门店建设

序号	城市	建设区域	门店数量（家）			
			第1年	第2年	第3年	3年累计
1	苏州	姑苏区、工业园区、吴中区	3	3	4	10
2		其他区/县	-	2	3	5
3	上海	全市范围内	-	-	3	3
合计			3	5	10	18

（2）现代化物流体系建设

公司将购买物流信息系统并在未来3年内分批购置30辆冷链运输车辆作为现有运力补充以及老旧车辆的更新换代，并完成物流信息系统的采安装、调试及运行工作。

（3）品牌推广

公司将聘请专业机构对半成品菜市场进行调研，在此基础上根据产品推广需求确定广告投放时点及投放期。

（4）培训中心建设

公司将在新厂房及办公场所建筑主体建设完成后1年内进行培训场所的装修及设备购置，并同步招聘培训人员。

8、项目经济效益分析

本项目投入后，除了直营展示门店零售产品产生的部分收入外，不直接产生经济收入，其效益主要表现为营销网络建设完成后给公司培育消费者、维护客户渠道、进行品牌推广，从而扩大市场份额、树立公司形象等。其主要经济效益表现为：

（1）营销网络项目完成后，借助直营展示门店能够在主要销售区域直接面向消费者宣传半成品菜，扩大消费群体；凭借完善便捷的物流配送体系给客户良好的购买体验，有助于维护好客户关系，巩固存量客户群体；通过多媒介的广告宣传，扩大产品认知度、品牌影响力，有助于向更多消费者进一步推广公司产品，提升产品附加值和竞争力。营销网络建设为未来公司战略的有效实施提供了可靠的渠道保障，有利于推动公司业务的发展。

(2) 培训中心建成后，公司定期对员工及客户开展各类型培训，包括员工岗前培训和在职培训、客户营销培训等。通过培训来提升员工业务水平，进而提升公司运行效率；帮助经销商客户改进产品销售技巧，提升产品销量。

(四) 补充流动资金

1、项目概况

公司拟将本次募集资金中的 24,000.00 万元用于补充与主营业务相关的流动资金。

2、补充流动资金的必要性和合理性

随着公司业务规模的不断扩大，公司在扩大生产、提高市场占有率等方面均需要大量流动资金的补充。募集资金补充流动资金后，将有效地提升公司的运营效率，降低营运风险，增加在主营业务方面的收入和利润。同时，随着本次募集资金投资项目的建成，公司在技术研发、原材料采购、新增员工等方面需要更多的流动资金投入，补充流动资金有利于提升公司价值，促进公司的可持续发展。

公司综合考虑了所处行业特点、经营规模扩张、财务状况以及市场融资环境等自身及外部条件合理确定了上述补充流动资金计划，以支持销售规模的扩大。

3、补充流动资金的管理营运安排

公司将严格执行中国证监会、上海证券交易所关于募集资金使用的相关规定，并按照公司《募集资金管理制度》的要求，将尚未使用的募集资金存放于董事会决定的专户集中管理。公司将根据实际业务发展需要，在科学测算和合理调度的基础上，合理安排该部分资金投放的进度和金额，确保募集资金的安全和高效使用，保障和不断提高股东收益。

第十四节 股利分配政策

一、最近三年的股利分配政策

（一）公司整体变更设立为股份公司前的股利分配政策

公司税后利润按下列顺序分配：

- 1、弥补以前年度亏损；
- 2、提取法定公积金；
- 3、支付股利。

法定公积金按利润10%提取。

（二）公司整体变更设立为股份公司后的股利分配政策

依据《公司章程》规定，公司实行如下股利分配政策：

第一百六十一条 公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

第一百六十二条 公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的25%。

第一百六十三条 公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

第一百六十四条 公司利润分配政策为：公司重视对投资者的合理投资回报，在满足公司正常生产经营所需资金的前提下，实行持续、稳定的利润分配政策，公司采取现金或者股票方式分配利润，积极推行现金分配的方式。

二、最近三年实际股利分配情况

报告期内，公司未进行股利分配。

三、本次发行后的股利分配政策

公司第一届董事会第四次会议、2019年第一次临时股东大会审议通过了《公司章程（草案）》、《关于公司上市后三年分红回报规划的议案》，对公司公开发行后的利润分配政策及分红回报规划进行了明确的约定，具体如下：

（一）利润分配原则

- 1、重视对投资者的合理投资回报，在有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、外部监事（不在公司担任职务的监事）和公众投资者的意见。
- 2、保持利润分配政策的连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远和可持续发展。
- 3、优先采用现金分红的利润分配方式。
- 4、充分听取和考虑中小股东的要求。
- 5、充分考虑货币政策。

（二）利润分配形式

公司可以采用现金分红、股票股利、现金分红与股票股利相结合或者其他法律、法规允许的方式分配利润。其中现金分红优先于股票股利。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

（三）利润分配的条件及比例

公司在当年盈利、累计未分配利润为正且公司现金流可以满足公司正常经营和持续发展的情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司应当优先采取现金方式分配利润，且每年以现金方式分配的利润不低于当年实现的可分配利润10%。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

- 1、公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超

过公司最近一期经审计净资产的10%，且绝对金额超过1,000万元；

2、公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的10%；

3、中国证监会或者上海证券交易所规定的其他情形。

上述重大资金支出应按照公司相关事项决策权限履行董事会或股东大会审议程序。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的或者公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%。

若公司经营状况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出并实施股票股利分配预案。

（四）利润分配应履行的审议程序

1、公司制定利润分配政策时，应当履行公司章程规定的决策程序。公司的利润分配预案由公司董事会结合公司章程、盈利情况、资金需求和股东回报规划提出并拟定。

2、董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，且需事先书面征询全部独立董事的意见，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

3、董事会就利润分配方案形成决议后提交股东大会审议。股东大会在审议利润分配方案时，应充分听取中小股东的意见和诉求，为股东提供网络投票的方式。

4、监事会应对董事会执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。

5、公司当年盈利但未提出现金利润分配预案的，董事会应在当年的定期报告中说明未进行现金分红的原因以及未用于现金分红的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见。

四、滚存利润的分配安排

公司2019年第一次临时股东大会审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票前滚存利润分配方案的议案》，公司首次公开发行股票前滚存的未分配利润由发行后的新老股东按持股比例共同享有。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露和投资者关系相关情况

（一）信息披露管理办法

根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《上海证券交易所股票上市规则》和中国证监会的有关规定，公司制定了《信息披露管理制度》，计划在公司股票上市后实施。

（二）负责信息披露和投资者关系的机构

- 1、负责机构：董秘办
- 2、负责人：谢林华
- 3、电话：0512-80806931
- 4、传真：0512-69381885
- 5、电子邮箱：info@weizhixiang.com

二、重要合同

重要合同指截至本招股意向书签署日仍在执行中，且合同金额在500万元以上，或者虽未达到前述标准但对公司经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同。依此标准，截至本招股意向书签署日，公司已签署且仍在执行中的重大合同协议如下：

（一）特许经营合同

2020年，发行人前五大加盟商的特许经营合同情况如下：

序号	客户名称	特许经营地点	合同期限
1	东台市苏味香食品商贸有限公司	江苏省盐城市东台鼓楼市场	2020.01.01-2021.12.31
2	顾春卫	启东市人民桥农贸市场	2019.12.31-2021.12.30
3	赖小马	浙江省台州市三门丹峰市场	2020.01.01-2021.12.31
4	房晨龙	上海启源农副产品市场	2020.01.01-2021.12.01
5	汤云	江苏省南京市鼓楼区许府巷味洲农贸市场	2020.01.01-2021.12.31

（二）经销合同

截至本招股意向书签署日，发行人正在履行的预计交易金额在500万元以上的经销合同具体情况如下：

序号	客户名称	合同标的	合同期限
1	上海傲鲜食品有限公司	半成品菜	2021.01.04-2023.01.03
2	卢春国	半成品菜	2020.12.31-2022.12.30
3	安徽生鲜传奇商业有限公司	半成品菜	2019.10.11-2021.10.10
4	六安市怡馨园商贸有限公司	半成品菜	2019.08.31-2021.08.30
5	阮孟君	半成品菜	2020.12.31-2022.12.30
6	费建友	半成品菜	2020.04.11-2022.04.10
7	杭州升迅贸易有限公司	半成品菜	2020.01.01-2021.12.31
8	常州市于发餐饮管理服务有限公司	半成品菜	2020.05.19-2022.05.18
9	林贺云	半成品菜	2020.12.31-2022.12.30
10	朱永祥	半成品菜	2020.12.31-2022.12.30
11	徐建军	半成品菜	2020.12.31-2022.12.30
12	河北元富裕丰食品有限公司(曾用名为黄骅市元富食品有限公司)	半成品菜	2019.08.15-2021.08.15
13	山东泽康牧业有限公司	半成品菜	2019.11.14-2021.11.13
14	无锡冰珍海味食品有限公司	半成品菜	2020.12.31-2022.12.30
15	江苏美好超市有限公司	半成品菜	2020.12.31-2022.12.30
16	陶东北	半成品菜	2019.08.08-2021.08.07
17	上海森沃食品有限公司	半成品菜	2021.01.04-2023.01.03
18	苏州嘉宜鲜食品商贸有限公司	半成品菜	2020.06.29-2022.06.28

（三）采购合同

截至本招股意向书签署日，发行人正在履行的预计交易金额在500万元以上的采购合同具体情况如下：

序号	供应商名称	合同标的	合同数量	合同期限
1	上海碧迎食品有限公司	进口牛肉	以具体订单为准	2021.01.01-2021.12.31
2	重庆和一进出口贸易有限公司	进口牛肉	以具体订单为准	2021.01.01-2021.12.31
3	欧肽贡(广州)贸易有限公司	巴沙鱼	以具体订单为准	2021.01.01-2021.12.31
4	济宁鸿润食品股份有限公司	家禽产品	以具体订单为准	2021.01.01-2021.12.31

5	厦门玖新实业有限公司	进口牛肉	以具体订单为准	2021.01.01-2021.12.31
---	------------	------	---------	-----------------------

（四）承销协议及保荐协议

发行人与国泰君安签订了《保荐协议》和《承销协议》，协议就公司首次公开发行股票并上市的承销和保荐事宜做出了规定，内容包括发行数量、发行价格、承销方式、费用及支付方式、双方的权利和义务、保密条款等。以上协议的签署符合《中华人民共和国证券法》以及相关法规和政策性文件的规定。

三、对外担保情况

截至本招股意向书签署日，发行人不存在对外担保。

四、重大诉讼或仲裁情况

截至本招股意向书签署日，发行人不存在其他对财务状况、经营成果、声誉和业务活动可能产生重大影响的诉讼、仲裁或被行政处罚的案件。

五、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁及涉及刑事诉讼的情况

截至本招股意向书签署日，发行人不存在董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁，也不存在刑事诉讼事项。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构的声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

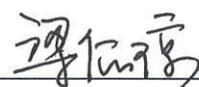
全体董事签名：


夏 靖


谢林华

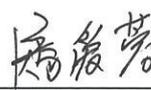

章松柏


张 薇


梁俐琼

全体监事签名：


刘晓维


潘爱蓉


赵 强

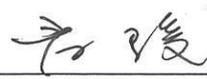
全体高级管理人员签名：


夏 靖


谢林华


夏九林


王国华


夏 骏

苏州市味知香食品股份有限公司



2021年4月7日

保荐机构董事长、总经理声明

本人已认真阅读苏州市味知香食品股份有限公司招股意向书的全部内容，确认招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股意向书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理（总裁）： 王松

王松
贺青

保荐机构董事长：

贺青



国泰君安证券股份有限公司

2021年4月7日

三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股意向书及其摘要,确认招股意向书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议,确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。



负责人

张利国

经办律师

曹一然

陈志坚

王思晔

2021年4月7日

五、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字资产评估师：



谢顺龙



胡泊

资产评估机构负责人：



谢肖琳

江苏中企华中天资产评估有限公司

2024年4月7日



六、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师： 刘勇 谭国荣

会计师事务所负责人： 张彩斌

张彩斌

公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）



2024年9月7日

验资机构更名的说明

2018年3月21日，本所（江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙））出具了《苏州市味知香股份有限公司（筹）验资报告》（苏公 W[2018]B027 号）。

2019年6月17日，本所更名为公证天业会计师事务所（特殊普通合伙），更名完成后的事务所完全享有原江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）的全部权利和义务（包括对江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）已经提供的服务承担责任），因此，验资机构声明由公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）出具。

特此说明。

公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）



2021年4月7日

第十七节 备查文件

一、备查文件

- (一) 发行保荐书及发行保荐工作报告；
- (二) 财务报表及审计报告；
- (三) 内部控制鉴证报告；
- (四) 经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- (五) 法律意见书及律师工作报告；
- (六) 公司章程（草案）；
- (七) 中国证监会核准本次发行的文件；
- (八) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅时间和地点

投资者可以在如下列示的发行人住所和保荐机构办公地址处查阅本招股意向书的备查文件，查阅时间为除法定节假日以外的每日上午9:30-11:30，下午2:00-5:00。备查文件同时将在上海证券交易所指定披露网站（www.sse.com.cn）上披露。

发行人办公地址：苏州吴中经济开发区旺山工业园兴东路7号。

保荐机构办公地址：上海市静安区新闻路669号博华广场35楼。