
**安徽中联合国信资产评估有限责任公司关于
合肥丰乐种业股份有限公司答复
中国证监会上市公司并购重组委
关于合肥丰乐种业股份有限公司发行股份及支付现金购买资产
并募集配套资金方案审核意见的专题报告的核查意见**

中国证券监督管理委员会：

2018年11月1日，经贵会上市公司并购重组审核委员会（以下简称“并购重组委”）2018年第54次会议审核，合肥丰乐种业股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金方案获有条件通过。

根据并购重组委审核意见，安徽中联合国信资产评估有限责任公司（以下简称“评估师”）作为合肥丰乐种业股份有限公司（以下简称“丰乐种业”或“上市公司”或“公司”）发行股份及支付现金购买四川同路农业科技有限责任公司（以下简称“标的公司”或“同路农业”）100%股权并募集配套资金项目（以下简称“本次交易”或“本次重组”）的资产评估机构，本着勤勉尽责、诚实信用的原则，认真履行尽职调查义务，会同丰乐种业、同路农业，以及国元证券股份有限公司（以下简称“独立财务顾问”）和大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”），针对有关问题进行了核查。现结合各有关中介机构的核查意见，将有关事项报告如下，请予审核。

除非文义另有所指，本回复中所使用的词语含义与重组报告书中一致。

问题：请申请人进一步说明 2019 年、2020 年标的公司业绩预测可实现的依据和保障措施。

回复：

一、标的公司 2019 年、2020 年业绩预测可实现的具体依据

（一）标的公司业绩预测方法

同路农业 2019 年、2020 年业绩预测主要是在目前国内玉米种子市场的发展现状、国家产业政策的基础上，结合同路农业的种子产品在市场上的市场接受程度、品种研发储备、品种推广规划等综合因素分析得出。

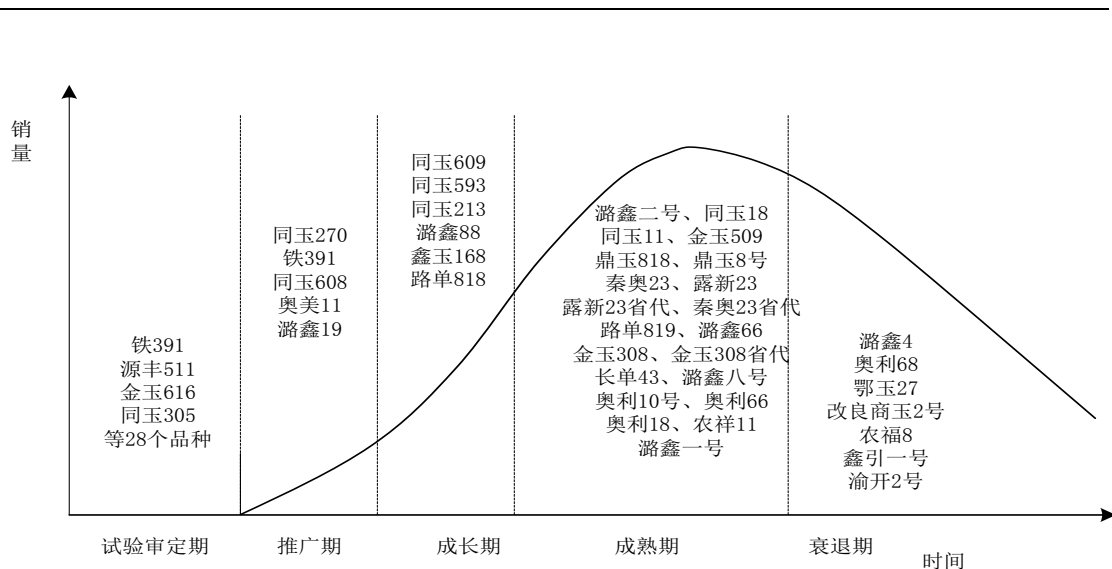
预测期内，同路农业玉米品种收入来源主要为处于推广期、成长期与成熟期的品种。本次交易中，各交易对方根据资产评估报告收益法评估预测结果进行业绩承诺。2018-2020 年，各预测期内，收益法评估预测可实现的业绩情况如下：

单位：万公斤、万元

项目	2018 年	2019 年	2020 年
预测销售收入	9,669.05	11,998.70	14,092.20
预测销售数量	566.50	696.00	788.00
预测销售利润总额	1,596.66	2,398.82	3,242.50
预测销售净利润	1,596.66	2,398.82	3,242.50

基于目前经营情况及业务合同执行情况等因素，同路农业编制了盈利预测报告，包括盈利预测报告的编制基础及基本假设、盈利预测表以及盈利预测报告的编制说明。会计师审核了上述报告并出具大华核字[2018]004959号《盈利预测审核报告》。根据盈利预测报告，同路农业2018年、2019年净利润分别为1,794.99万元、2,587.62万元，由于目前在手订单及合同执行情况较好，盈利预测报告中预测可实现的净利润水平高于本次交易资产评估报告收益法中预测的净利润，上述收益法对应业绩预测具有可实现性。

目前，同路农业农作物品种的生命周期特征情况如下：



本次预测，同路农业根据目前所拥有的产品种类及其生命周期特征，在预测期内 2018-2020 年测算的主要业务收入来源如下：

单位：万公斤、万元

生命周期	项目	2018 年	2019 年	2020 年
推广期	销售收入	779.00	916.50	1,078.00
	销售数量	47.00	52.00	58.00
成长期	销售收入	2,937.00	5,361.50	8,304.00
	销售数量	167.00	308.00	478.00
成熟期	销售收入	4,887.10	4,700.00	3,738.00
	销售数量	347.00	333.00	252.00

预测期内，同路农业主要根据所拥有的产品种类在市场上的接受程度和品种推广规划，结合现有新品种的试验进展情况，在预测期内依据不同产品的生命周期进行分别预测。

推广期品种预测：根据同路农业以前年度的经营情况及制定的品种推广规划以及产品从推广期进入成长期、成熟期的规律进行预测，预测期内销量总体占比较小，在未来一定时期内逐步进入成长期。

成长期品种预测：根据同路农业以前年度的经营情况及制定的品种推广规划进行预测，预测期内，销量存在一定的增幅，但随着时间的推移，销量逐步趋于稳定，进入成熟期。

成熟期品种预测：根据同路农业以前年度的经营情况，预测期内主要依据品种的市场表现，对目前市场反映较好的品种在预测前期保持一定的销量稳定性，但随着品种进入成熟期的后期，预测的销量开始逐步下降，逐步进入衰退期，适

时退出市场。

（二）标的公司 2018-2019 业务年度的在手订单覆盖率较高

截至 2018 年 10 月末，同路农业已签订归属于 2018-2019 业务年度合同合计销量为 806.48 万公斤，处于推广期、成长期和成熟期的主要品种已签数量情况如下：

单位：万公斤

已签品种名称	品种所处生命周期	已签数量
奥美 11	推广期	15.30
潞鑫 19	推广期	13.73
同玉 270	推广期	12.50
同玉 609	成长期	90.10
同玉 593	成长期	70.41
同玉 213	成长期	103.99
潞鑫二号	成熟期	86.63
同玉 18	成熟期	71.14
同玉 11	成熟期	36.70
潞鑫 88	成熟期	15.63
潞鑫 66	成熟期	12.53
合 计		528.66

同路农业 2018—2019 业务年度已签订合同中，上述统计的 3 个处于成长期和 5 个处于成熟期的主要品种销量为 487.13 万公斤，占 2018—2019 业务年度已签合同总量的 60.40%。根据公司历史经营数据反映，该类覆盖率较高的品种在未来 3 年内均可保持一定的销售量与增长量。目前已签订合同的品种，不仅能够保证标的公司完成 2018 年度预测的业绩，还为 2019-2020 年度的业绩实现打下了良好的基础。

鉴于预测期内收入占比较高的品种多处于成长期及成熟期，同时根据同路农业对品种试验、区域推广及种植等反馈信息的收集与判断，预计预测期内的订单数量将持续增长。

以下根据对同路农业目前处于成长期和成熟期的历史销售情况结合 2018-2019 业务年度订单情况，对 2019 年-2020 年的业绩可实现性进行分析：

单位：万公斤

品种名称	生命周期	报告期			预测期				
		2016年	2017年	2018年 1-6月①	2018年 预测②	2018-2019 业务年度已 签订合同③	覆盖率④ =(①+③) /②	2019年 预测	2020年 预测
同玉 609	成长期	0.65	9.98	2.26	50	90.10	184.72%	75	80
同玉 593	成长期	0.39	6.84	3.73	40	70.41	185.35%	55	60
同玉 213	成长期	-	29.33	12.72	50	103.99	233.42%	60	65
同玉 18	成熟期	44.89	64.98	7.19	48	74.14	169.44%	48	48
同玉 11	成熟期	40.19	33.22	11.89	32	36.7	151.84%	32	32
潞鑫 88	成熟期	11.35	28.32	19.29	15	15.63	232.80%	20	10
潞鑫 66	成熟期	34.44	13.24	8.67	12	12.53	176.67%	9	9
潞鑫二号	成熟期	30.7	26.76	71.28	55	86.63	287.11%	70	75
合计		162.61	212.67	137.03	302	487.13	206.68%	369	379

上表为同路农业目前处于成长期和成熟期的8个主要品种的报告期销售情况和2018年-2020年的预测情况。同路农业依据品种的市场表现和接受程度，预计同玉609、同玉593和同玉213在2018年进入成长期，销售数量增长较快，由2018-2019业务年度已签合同的订单数量显示，订单数量增长较大，已签订合同的覆盖率分别为184.72%、185.35%、233.42%，不仅可以覆盖2018年的预测销售，还为2019年、2020年的该类品种业绩实现打下良好的基础，假设2019年、2020年的合同订单维持在2018年的水平不变，其合同覆盖率均在100%以上；潞鑫二号、潞鑫88，2018年上半年已实现销售71.28万公斤、19.29万公斤，已完成了2018年预测销售业绩，并新增了86.63万公斤、15.63万公斤的订单量，订单数量增长较大，为2019年、2020年的该类品种业绩实现打下良好基础；其他处于成熟期的品种，同路农业预测的销量对比历史年度的业绩和已签订合同的量分析，2018年已签订合同量较预测销售数量的覆盖率均在100%以上，已签订合同的销售价格均不低于预测销售价格，而预测期2018年-2020年预测的销售数量和销售价格基本稳定，2019年、2020年该等品种预测业绩具有可实现性。

通过对上述处于成长期和成熟期的主要品种的分析，结合2018年目前已完成业绩情况，同路农业目前处于成长期和成熟期的品种已签订销售合同能充分覆盖2018年预测收入，2018年业绩完成具有较好可实现性；结合同路农业未来品种储备、销售推广和市场表现反馈等情况，2019年、2020年未来销售合同签订将保持持续增长，即使2019年、2020年订单数量维持在2018年水平不变，2019

年和 2020 年预测的销量、收入也具有可实现性，符合种子品种生命周期性的特征。

（三）预测期内，同路农业主要品种推广区域不断拓展，新增区域订单签订情况良好

预测期内，同路农业主要品种推广区域不断拓展，已有品种已经开启了原推广市场以外区域的销售，新推出的品种也符合其他玉米主产区的销售条件。如潞鑫二号不仅适应山西产区的种植，还拓展了河南、河北、山东等黄淮海地区及东北地区的销售；同玉 609、同玉 593 等品种开拓了云南市场；铁 391、奥美 11、同玉 608 这些新推出的品种打开了东北市场的销售。按推广区域划分的主要品种订单签订情况良好，新拓展区域合同订单情况如下：

单位：万公斤、元/公斤、万元

品种	品种名称	2018-2019 业务年度已签订合同		
		数量	单价	金额
河南	潞鑫二号	15.00	14.00	210.00
河北	潞鑫二号	5.00	14.00	70.00
山东	潞鑫二号	21.00	14.00	294.00
云南	同玉 213	78.20	16.00	1,251.20
	同玉 609	17.25	19.00	327.75
	同玉 593	43.00	18.50	795.50
	同玉 008	3.00	17.00	51.00
	同玉 606	3.00	19.50	58.50
	小计	144.45	17.20	2,483.95
广西	同玉 609	19.50	19.00	370.50
	同玉 270	10.80	18.00	194.40
	小计	30.30	18.64	564.90
东北	铁 391	10.50	16.50	173.25
	奥美 11	7.92	16.00	126.72
	同玉 608	5.17	16.00	82.72
	潞鑫 19	11.15	16.00	178.40
	潞鑫二号	8.00	14.00	112.00

	同玉 11	8.00	16.00	128.00
	小计	50.74	15.79	801.09
	合 计	266.49	16.60	4,423.94

同路农业目前处于成长期的品种销售稳定增长，部分优势品种增速较快，如同玉 609、同玉 593、同玉 213 等，成熟期的品种销售稳定，保障了存量市场销售实现的可能性。

通过近两年的推广，一些成熟期的优势品种不仅夯实了其在原有存量市场的销售，还拓展到其他玉米产区的销售，如潞鑫二号、同玉 18 等，销售区域的扩展也保障了同路农业销售收入的增加。

预测期逐年推广的新品种，不仅满足成熟市场的品种迭代和衔接，还扩大了其他玉米主产区的销售，如铁 391、奥美 11、潞鑫 19 等，为同路农业销售的持续稳定增长提供了了保证。

（四）同路农业市场拓展区域及潜在订单的跟进计划

在保持四川、重庆、湖南、山西等原有市场的优势地位外，同路农业未来将通过现有优势品种及持续推出、适应不同地域特点的新品种，不断拓展河南、河北和山东等黄淮海区域、广西和云南等西南区域、东北区域等市场份额。上述新区域的市场拓展及订单签订情况良好，并针对上述区域制定了不同的营销策略，与当地种植大户、农技推广中心保持紧密联系，持续密切关注和跟踪未来潜在订单，充分抓住市场机遇，积极开拓市场，在进一步巩固自身竞争地位的同时，为确保完成业绩预测奠定基础。

截至目前，按照对新增业务区域的划分，同路农业已跟踪和开拓了多个潜在意向客户，根据所掌握的潜在订单进展信息和前期沟通与准备情况，针对不同区域的种植规模和对玉米种子需求的预计数量，结合以前年度实际订单签订情况，拟定了 2019 年、2020 年的订单目标，具体如下：

单位：万公斤

市场区域	省份	品种名称	2019 年 目标订单数量	2020 年 目标订单数量
黄淮海区域	河南	潞鑫二号	25.00	30.00
		源丰 511	6.00	15.00
		小计	31.00	45.00

	河北	潞鑫二号	15.00	20.00
		源丰 511	6.00	20.00
		小计	21.00	40.00
	山东	潞鑫二号	35.00	40.00
		源丰 511	5.00	15.00
		小计	40.00	55.00
西南区域	云南	同玉 213	85.00	95.00
		同玉 609	22.00	28.00
		同玉 593	55.00	65.00
		同玉 008	10.00	15.00
		同玉 606	10.00	15.00
		小计	182.00	218.00
	广西	同玉 609	25.00	35.00
		同玉 270	15.00	20.00
		小计	40.00	55.00
东北区域	内蒙、黑龙江、吉林、辽宁	铁 391	25.00	45.00
		奥美 11	18.00	25.00
		同玉 608	10.00	15.00
		潞鑫 19	15.00	20.00
		潞鑫二号	15.00	25.00
		同玉 11	12.00	18.00
		小计	95.00	148.00
合 计			409.00	561.00

随着玉米去库存逐步完成，玉米供需改善带来价格上涨。根据同花顺 iFind 数据，玉米市场价格已由 2018 年初的 1,844.00 元/吨上涨至 2018 年 10 月末的 1,946 元/吨。随着工业消费、养殖饲料消费量的持续增长，同时优质玉米依然稀缺，未来玉米价格将保持稳定增长。

出于谨慎原则，按照 2018-2019 业务年度实际签订销售合同的价格，同路农业在黄淮海区域、西南区域、东北区域等重点新增区域，未来两年计划争取的订单金额为 1.6 亿元左右。公司现有的四川、重庆、湖南、山西等省市区域已签订订单数量为 539.99 万公斤，假定 2019 年、2020 年保持不变，则 2019 年、2020 年订单数量分别为 948.99 万公斤、1,100.99 万公斤。因此，假如这些订单能够

如期获得，并结合目前已签订合同的实际执行情况，足以保障 2019 年、2020 年预测业绩的实现。同时，潜在订单的实施主体主要为与同路农业已开展业务合作的种植大户等经销商，截至目前，同路农业与这些客户的合作关系良好、稳定，为同路农业在未来潜在项目中持续竞得供种业务奠定重要基础。

（五）影响标的公司 2016-2017 年度业绩的“镰刀弯”区域调整政策已提前完成，且标的公司已推出适宜种植的青贮品种，保障预测期业绩可实现

2015年11月，农业部发布了《农业部关于“镰刀弯”地区玉米结构调整的指导意见》（农农发[2015]4号），主动调整我国“镰刀弯”地区玉米种植结构，适当调减一些非优势产区的玉米种植。“镰刀弯”地区包括东北冷凉区、北方农牧交错区、西北风沙干旱区、太行山沿线区及西南石漠化区。预计到2020年，“镰刀弯”地区玉米种植面积稳定在1亿亩，较《意见》下发日减少5,000万亩以上，重点发展青贮玉米、大豆、优质饲草、杂粮杂豆、春小麦、经济林果和生态功能型植物等。

2017年3月，农业部负责人表示，在2016年“镰刀弯”地区玉米种植已经调减近3,000万亩的基础上，2017年继续适当调减，累计调减总量争取达到4,000万亩；2018年4月，农业农村部表示，截至2018年度，我国“镰刀弯”地区玉米种植累计已调减4,500万亩，距离调整目标较近。因此，我国“镰刀弯”区域调整政策已提前基本完毕，对预测期内标的公司业绩影响较小。

“镰刀弯”地区玉米种植面积调减主要集中于2016、2017年度，同路农业秉承稳健经营、持续发展的经营理念，坚持立足于长远，保持发展后劲，适时调整了经营战略，主动调减部分抗性、品质一般的品种产销量、有效避免高库存的市场风险，持续优化现有库存品种结构，库龄1年以内的玉米种子存货占比为98.15%，优于同行业可比公司。

同时国家鼓励技术创新并加快选育适宜镰刀弯地区种植的青贮玉米专用品种，同路农业适时推出了潞鑫二号（蒙审玉（饲）2018015号）、鼎玉678（蒙审玉（饲）2018016号）两个青贮玉米品种，于2018年5月在内蒙以饲料玉米审定通过，为国家产业结构调整牧区的粮改饲料提供了优良品种，同时打开较为稀缺的青贮饲料品种市场，拓宽了标的公司产品结构，保障预测期业绩可实现。

(六) 同路农业拥有的种质资源、品种储备、科研体系及综合实力持续提升
为未来盈利预测打下了良好基础

1、丰富的种质资源和具备良好梯度、衔接的品种储备

同路农业拥有较为丰富的种质资源，目前已收集国内核心种质资源400余份、国外优质种质资源100余份；同时将自育抗性资源导入已收集的种质资源，成功创制自育种质资源1万余份，骨干种质资源2,000余份。特别是对热带亚热带抗性材料（苏湾类种质做基础材料）的系统建群及驯化利用，选育出40余个骨干自交系，提升了同路农业产品在西南和黄淮海地区的抗病、抗逆能力，产品具有明显的市场竞争优势，且经营区域横跨南北，种质资源储备较为丰富。

2014年至今，同路农业累计新增审定品种12项，其中2014年审定1项，2017年审定5项，2018年审定6项，品种审定呈加速状态；同时，公司2项品种正在申请审定中，7项品种处于区域试验第2年及生产试验阶段，16项品种处于区域试验第1年，上述品种预计将在报告期内陆续取得审定，并陆续推向市场；另有十几项已审品种取得扩区引种审定。

同路农业玉米品种按品种生命周期分布的梯度和衔接情况具体如下表所示：

衰退期品种	成熟期品种	成长期品种	2018年推广品种	2019年推广品种	2020年推广品种
潞鑫 4	同玉 18	同玉 609	同玉 270	同玉 305	同玉 898
奥利 68	同玉 11	同玉 593	铁 391	源丰 511	金玉 616
鄂玉 27	潞鑫二号	同玉 213	同玉 608	同玉 008	华奥 336
改良商玉 2 号	金玉 509	潞鑫 88	奥美 11	同玉 606	奥美 899
农福 8	鼎玉 818	鑫玉 168	潞鑫 19	-	同玉 906
鑫引一号	鼎玉 8 号	路单 818	-	-	同玉 116
渝开 2 号	秦奥 23 (含省代)	-	-	-	同玉 1608
-	露新 23 (含省代)	-	-	-	-
-	路单 819	-	-	-	-
-	潞鑫 66	-	-	-	-
-	金玉 308 (含省代)	-	-	-	-
-	长单 43	-	-	-	-

-	潞鑫八号	-	-	-	-
-	奥利 10 号	-	-	-	-
-	奥利 66	-	-	-	-
-	奥利 18	-	-	-	-
-	农祥 11	-	-	-	-
-	潞鑫一号	-	-	-	-

因此，同路农业原有品种退出、新品种迭代研发推广和未来品种储备均有较为完善的规划，品种基本覆盖全生命周期，处于不同生命周期的种子品种存在较好的梯度和衔接，能够保障新品种的持续性和多样性，同时也是未来业绩可实现性的有利保障。

2、同路农业已建立从育种、制种到销售覆盖全过程的生产经营体系，能有效保障品种生产、推广和销售

同路农业建立了四川绵阳、山西长治、海南乐东、云南罗雄等研发育种基地，并已山西、云南等主要制种基地建立了良好的合作关系。同路农业运用 DPS 数据处理系统 (Data Processing System)，并将其与新品种评价的技术标准、新品种的遗传基础、新品种产业化开发经验相结合，进一步完善玉米新品种迭代创新开发的技术体系。

立足于优势区域，同路农业进行多品种创新迭代推广。对于推广期和成长期的品种，加大宣传力度，安排能力强的营销团队拓展推广渠道，保证销售数量持续增长；对于成熟期的品种，稳定销售网络、加强技术服务、稳定销量；对于衰退期品种，主动调减销量，适时退出市场，进行新品种的迭代推广。同路农业目前已建立了全国主要玉米产区的销售网络，能够有力保障上述推广策略的实施。

同路农业建立了覆盖全国主要玉米产区的营销网络，分产品线重点深度开发山西、四川、重庆、湖南、云南、广西、山东、河南、河北等市场，充分发挥各自的地域和网络优势，加快品种推广销售和服务，提高市场占有率，确保重点市场的可持续发展。标的公司于 2017 年 10 月正式引入了产品追溯系统，产品出库即嵌入产品流向信息，加强了标的公司对销售终端的管理以及精准服务能力。上述营销网络能保障标的公司产品及时、有效地推向市场。

3、已取得品种审定绿色通道，并建立迭代创新的品种研发体系，保障未来新品种的持续推出

同路农业于2015年获得了国家级玉米品种审定绿色通道试验资质，可自行开展区域试验和生产试验，通常区域试验为2年，生产试验1年，生产试验可与区域试验第2年同时开展，完成生产试验即可申请品种审定，自申请后3-5个月即可取得品种审定；因此，公司品种审定将更快、更确定。

同路农业是国内较早开展玉米商业化育种的企业之一，已建立了品种迭代创新开发科研体系。技术研发是种子企业发展的源动力，同路农业自成立以来，大力研究开发优良新品种，强化了品种科研优势。同路农业经过多年发展，吸引、聚集了一批在玉米、油菜等作物育种领域具有行业领先技术、经验丰富的科研人员，形成了稳定的创新型育种团队，开展科研育种研发。同路农业研发工作主要分绵阳、云南、长治、黎城4个课题组。绵阳课题组主要研发适宜于大西南区域七省一市的品种，云南课题组主要研发适宜于热带亚热带地区的品种，长治课题组主要研发适宜于东华北区域的品种，黎城课题组主要研发适宜于黄淮海地区的品种。此外，同路农业还在四川绵阳、山西长治、海南乐东等建立了研发育种基地。未来同路农业将加大科研投入，继续引进人才，在关键技术上取得创新和突破。在西南、东华北、黄淮海、西北等玉米主产区设立了200余个玉米新品种测试点，建立了玉米新品种筛选、评价体系。同路农业已建立迭代创新的品种研发体系，在原有品种退出、新品种迭代研发推广和未来品种储备均有较为完善的规划，品种基本覆盖全生命周期，处于不同生命周期的种子品种存在较好的梯度和衔接，能够保障新品种的持续性和多样性。

4、已树立良好的产品品牌形象，综合实力持续提升

得益于种子产品的优良品质和市场的精耕细作，同路农业在我国主要玉米种植区域逐步建立了稳定的营销网络和良好的品牌形象，“TLA”、“鼎盛”、“奥利”系列玉米杂交种以其高产、稳产、多抗、适应性广的特点深受广大农户的认可，品牌影响力不断增强，客户美誉度持续提高。根据全国农业技术推广服务中心发布的《2017年全国玉米、水稻、小麦领域前20强种企名单》，同路农业的排名已从原来的18位上升至目前的11位，企业综合实力不断加强。

综上，标的公司2019年、2020年业绩预测具有可实现性，具有充分依据。

二、业绩可实现的保障措施

为了推动标的公司持续发展，保证业绩可实现性，根据品种推广种植情况、

市场反馈情况等因素，同路农业与各推广区域的农技推广中心、种子站及种植大户通过技术指导、售后服务等方式，保持紧密联系，在维持现有订单的基础上，持续追踪潜在订单需求。从品种研发、制种生产、营销网络等方面提供切实保障，具体保障措施如下：

（一）品种保障措施

同路农业将继续通过已有的优秀科研团队，发挥丰富的种植资源、完善的迭代研发体系，国家绿色通道资格，完善的测试系统等科研优势，为公司的持续发展提供更多的优势品种。预测年度，同路农业既有能够保障存量市场的优势品种，又有优势品种的扩区引种，如潞鑫二号、同玉 18 等，更有其他可以满足品种迭代和衔接的优势新品种，如同玉 609、同玉 593、奥美 11、铁 391、源丰 511 等。目前各课题组研发品种的特性、适应区域及推出时间等情况具体如下：

1、绵阳课题组

研发品种	品种特性	适应区域	推出时间
同玉 11	抗倒	西南七省	2012 年
同玉 18	品质好	四川、湖南、重庆、陕西、湖北	2014 年
同玉 609	适应广、抗性强	西南七省一市、江西、浙江	2016 年
同玉 270	耐热、耐瘠	广西	2018 年
同玉 593	品质好、适应广、抗灰斑	西南七省	2016 年
同玉 305	品质优、抗倒	西南七省	2019 年
同玉 898	齿深、秆矮	西南 7 省	2020 年
奥美 899	抗倒	四川	2020 年
金玉 616	品质好	四川	2020 年

2、云南课题组

研发品种	特性	适应区域	推出时间
同玉 213	品质好、抗灰斑	西南七省	2017 年
同玉 606	抗倒、抗灰斑	西南七省	2019 年
同玉 008	早熟、抗灰斑	西南七省	2019 年
华奥 336	品质好、抗灰斑	西南七省	2020 年

3、黎城课题组

研发品种	特性	适应区域	推出时间
潞鑫 88	早熟、穗大	山西	2015 年

鑫玉 168	品种好、宜机收	西南七省	2017 年
源丰 511	抗高温、棒大	黄淮海 (河南、山东、河北等)	2019 年

4、长治课题组

研发品种	特 性	适应区域	推出时间
潞鑫二号	适应广、品质优	山西	2012 年
潞鑫二号	适应广、品质优	山东、陕西、内蒙、河南	2017 年
潞鑫 19	早熟、抗灰斑	西南七省	2018 年
奥美 11	品质好、抗灰斑	西南七省	2018 年
铁 391	适应广、抗倒	东华北 4 省	2018 年
同玉 608	早熟、机收	东华北 4 省	2018 年
同玉 906	早熟	黑龙江、吉林	2020 年
同玉 116	早熟	黑龙江、吉林	2020 年
同玉 1608	早熟	黑龙江、吉林	2020 年

5、海南三亚南繁中心

充分利用海南的光热资源条件，加速育种进程，公司在海南三亚建立了南繁中心，课题组冬季集中在海南育种，进一步保障了持续发展的品种跟进。

(二) 生产保障措施

同路农业已在甘肃、新疆等国家级制种基地与实力较强的制种公司建立了长期稳定的委托制种关系，并组建了一支常年在生产一线开展生产技术指导和质量检验团队。既可保障品种的生产 and 质量，并能对制种成本进行跟踪和控制。如潞鑫二号、同玉 18 等成熟期的品种经过多年的种植，种植技术已稳定，品种质量优良；如同玉 609、同玉 593、同玉 213、鑫玉 168 等成长期的品种，同路农业已能满足较高的销售增速需要，实现大面积生产；如奥美 11、潞鑫 19、同玉 270、铁 391、源丰 511、同玉 008、同玉 606 等在预测期逐年推出的新品种，同路农业已完全掌握其制种技术，保证品种质量。

(三) 营销团队措施

在已建立的营销中心的基础上，同路农业组建黄淮海营销中心负责开拓河南、山东、陕西夏播区市场，组建秦皇岛分公司负责开拓内蒙、吉林等东北市场。各区域营销团队是由具有多年种子销售经验的区域负责人带领，负责渠道建设和

网络优化、品牌推广、组织渠道经销商开展下游网络建设、技术服务、品种推广等工作。营销团队的扩充拓展了销售渠道，保障品种的销售可实现性。

（四）市场拓展措施

同路农业在夯实原有四川、重庆、湖南、山西等成熟市场销售的基础上，积极拓展云南、广西、河南、山东、河北、东北等主要玉米市场。2018年，市场拓展已见成效，成熟市场销量稳定、新开拓市场销量快速提升。在云南、广西等西南区域，河南、山东、河北等黄淮海区域及东北区域，同路农业针对区域特点和推广品种特性，分别采取以下市场拓展措施：

1、四川、重庆、湖南、山西等原有优势、成熟市场

针对以上成熟市场，通过网络维护、技术指导保持成熟品种销量基本稳定，如同玉 11、同玉 18、潞鑫二号、潞鑫 88 在现阶段销量稳定，通过同玉 609、同玉 593、鑫玉 168 等新品种的逐步投入，在以上区域的三台县、仁寿县、万州区、开县、长阳县、原平县等 10 余个县区通过联合经销商及农技推广中心开展技术服务和高产种植大赛、县域主推品种评比等方式实现网络下沉，促进成熟区域的新品种推广，保障销售增量。

2、云南、广西等西南区域

在云南、广西等西南区域，加强和完善营销网络建设，2017-2018 年已建立营销网点 200 余个，通过开展寻找“最佳乡镇经销商”活动，快速聚结了 1,000 余个乡镇经销和服务网点，开展“科技种植能手评选活动”为近 3,000 户种植户一对一服务，通过种植户传递同路农业种子品种和品牌。

在上述区域，2018-2019 业务年度，已经与种植户签订了 174.75 万公斤合同，同玉 213、同玉 270 等区域性优势品种销量较上年增长约 40 万公斤。

同路农业将继续与现有种植户保持联系，在客户口碑相传及对农户种植指导的过程中，将进一步与潜在合作意向的种植户保持紧密合作，目前有潜在意向客户已有 2,000 余户，2019 年、2020 年，上述区域销量将保持持续增长。

3、河南、山东、河北等黄淮海区域

通过具有品质、抗性优势的潞鑫二号、2019 年拟推出的源丰 511 等品种，重点开展联合收粮企业发展同种植大户合作，加强对种植大户的培训、技术服务和收粮对销售的促进，提升优势品种的终端市场占有率，提升销量。

2018年1-6月，潞鑫二号在该区域销量提升较快，较上年全年增加了30万公斤；2019年、2020年，同路农业将继续深化和拓宽区域，新增源丰511等优势品种，上述区域品种销量将快速提升。

4、东北区域

同路农业以奥美11、铁391、潞鑫19、同玉608品种优势打开市场格局，铁391抗倒性强、奥美11、潞鑫19品质优，通过前期市场布点深得种植户的认可。2018年，开始重点开展“线上宣传和线下推广”相结合的营销推广措施，以优势品种促进培育青年农场主等方式拓展市场、建立渠道。2018-2019业务年度，主要品种已签订合同50万公斤，为后续新增销量开辟了新的市场空间。

综上，2018-2019业务年度，同路农业已签订销售合同较2017-2018年度增长约40%，同时通过同玉213、同玉609、同玉270等同玉系列品种，强化了云南、广西市场，通过潞鑫二号已打开了河南、河北、山东和东北市场的销售，奥美11、同玉608、潞鑫19、铁391也开始了东北市场的销售，2019年、2020年同路农业销售业绩将持续提升，为同路农业业绩预测的实现提供良好支撑。

（五）营销管理措施

同路农业已率先在行业内建立了二维码追溯系统，通过该追溯系统，可对各经销商进行实时动态管理，对在途产品流向进行精准跟进，对品种销售终端有效追溯，实现营销管理的方便快捷，降低营销成本；通过在途货物、产品流向管理，能及时进行货物调配，减少销售退货；通过终端追溯，公司能够更好掌握终端客户购买信息，方便统计产品销售区域分布。二维码追溯系统在使用过程中，已进行针对销售中发现的问题进行完善，既能提升管理水平、降低成本，又能形成新的销售推广手段。

（六）技术服务与推广措施

结合二维码追溯系统对产品销售区域分布统计的数据分析，联合各区域经销商在核心区域组建“地推”团队，加强对种粮大户等终端客户进行技术服务和种植指导，通过农户对技术服务的依耐性，提高品牌信任度，推广品种；协助农户与收粮企业的对接，减少售粮的中间环节，增加种植户的收入，降低收购企业的收购成本，确保收粮品质。

（七）交易对方已签订盈利预测补偿协议及出具相关承诺，具有较好的承诺履行保障

根据交易各方签订的《发行股份及支付现金购买资产协议》、《盈利预测补偿协议》，若同路农业在 2018 年、2019 年、2020 年（以下简称“业绩承诺期间”）任何一年的截至当期期末累计实际净利润数低于截至当期期末累计承诺净利润数，则业绩补偿义务人应当先以股份方式进行补偿；若股份不足补偿的，不足部分以现金方式补偿。补偿金额能够覆盖全部交易作价。

交易各方承诺，自其认购的新增股份在法定登记机构登记于其名下并上市之日起届满 36 个月之日和《盈利预测补偿协议》约定的补偿义务履行完毕之日中的较晚日之前，不转让或者委托他人管理其拥有的该等新增股份。

因此，考虑到同路农业目前经营及业务拓展等情况，同路农业业绩承诺的可实现性较高，业绩补偿义务人具有较好的承诺履行保障。

上述保障措施已在 2018 年度经营过程中取得了明显成效，不仅销售订单的数量取得了较大的增长，而且销售区域也得到了较为广泛的扩展。同路农业将继续履行上述保障措施，并在持续经营中对相关保障措施进行改进和完善，确保公司业绩预测有效实现。

三、中介机构意见

经核查，评估师认为，标的公司业绩预测具有可实现性，具体依据充分、合理，标的公司已采取有效措施保障业绩预测实现。

（此页无正文，为《安徽中联合国信评估资产有限责任公司关于合肥丰乐种业股份有限公司答复中国证监会上市公司并购重组委关于合肥丰乐种业股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金方案审核意见的专题报告的核查意见》之签章页）

经办资产评估师： _____
夏妍 张晓泉

法定代表人（或授权代表）： _____
叶煜林

安徽中联合国信评估资产有限责任公司（公章）

年 月 日