



么麻子食品股份有限公司

Yaomazi Food Co.,Ltd.

(四川省眉山市洪雅县止戈镇五龙路15号)



首次公开发行股票并在主板上市

招股说明书

(申报稿)

免责声明：本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。
本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以
正式公告的招股说明书作为投资决定的依据

保荐人（主承销商）



(北京市朝阳区建国门外大街1号国贸大厦2座27层及28层)

发行人声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》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；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次拟公开发行股票不超过 4,400 万股，占发行后总股本的比例不低于 25%，本次发行全部为新股发行，公司股东不进行公开发售股份
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币 【】 元
预计发行日期	【】 年 【】 月 【】 日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	不超过 17,600 万股（不考虑超额配售选择权）
保荐机构、主承销商	中国国际金融股份有限公司
招股说明书签署日期	【】 年 【】 月 【】 日

目 录

发行人声明	2
本次发行概况	3
目 录	4
第一节 释义	8
一、普通术语	8
二、专业术语	10
第二节 概览	11
一、重大事项提示	11
二、发行人及本次发行的中介机构基本情况	13
三、本次发行概况	14
四、发行人主营业务经营情况	15
五、发行人板块定位情况	17
六、发行人报告期主要财务数据和财务指标	24
七、关于发行人财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况、盈利预测信息	25
八、发行人选择的具体上市标准	26
九、发行人公司治理特殊安排	26
十、募集资金运用与未来发展规划	26
十一、其他对发行人有重大影响的事项	27
第三节 风险因素	28
一、与发行人相关的风险	28
（一）质量控制风险	28
（二）食品安全风险	28
二、与行业相关的风险	31
三、其他风险	32
第四节 发行人基本情况	35
一、发行人基本情况	35

二、发行人的设立情况和报告期内的股本和股东变化情况	35
三、发行人成立以来的重要事件	42
四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况	42
五、发行人股权结构	42
六、发行人的分公司、子公司及参股公司	42
七、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	44
八、发行人股本的有关情况	60
九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员	65
十、发行人已经制定或实施的股权激励及相关安排	83
十一、发行人员工情况	90
第五节 业务与技术	98
一、发行人的主营业务、主要产品及设立以来变化情况	98
二、发行人所处行业的基本情况	129
三、发行人的销售和采购情况	158
四、发行人的资源要素情况	179
五、发行人核心技术及研发情况	205
六、发行人环境保护、安全生产和质量控制情况	210
七、发行人的境外经营情况	238
第六节 财务会计信息与管理层分析	239
一、发行人的财务报表	240
二、注册会计师的审计意见	247
三、财务报告审计基准日后主要财务信息和经营状况	248
四、财务报表的编制基础与合并财务报表范围	248
五、报告期内重要会计政策及会计估计	249
六、非经常性损益明细表	267
七、报告期内执行的主要税收政策	268
八、主要财务指标	269
九、经营成果及盈利能力分析	271
十、资产质量分析	324
十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析	347

十二、重大资本性支出和资产业务重组分析	372
十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	373
十四、重大担保、诉讼事项	373
十五、盈利预测	373
第七节 募集资金运用与未来发展规划	374
一、募集资金投向和使用管理制度	374
二、募集资金运用情况	377
三、发行人未来战略发展规划	412
第八节 公司治理与独立性	417
一、报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况	417
二、内部控制制度的评估意见	418
三、公司报告期内存在的违法违规行为及受到处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施的情况	418
四、公司报告期内资金占用和对外担保的情况	419
五、发行人直接面向市场独立持续经营的能力	419
六、发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同、相似业务的情况	422
七、关联方、关联关系和关联交易	423
第九节 投资者保护	441
一、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序	441
二、发行人的股利分配政策	441
三、发行人最近三年股利的分配情况	442
四、本次发行上市后的股利分配政策和未来三年分红规划	442
五、发行人存在特别表决权、协议控制架构或类似特殊安排采取的措施	446
第十节 其他重要事项	447
一、重大合同	447
二、对外担保事项	450
三、发行人重大诉讼或仲裁事项	451
四、涉及重要关联方的重大诉讼、仲裁和刑事诉讼情况	451
第十一节 声明	452

一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明	452
二、控股股东、实际控制人声明	462
三、保荐机构（主承销商）声明	464
保荐机构董事长声明	465
保荐机构总经理/首席执行官声明	466
四、发行人律师声明	467
五、会计师事务所声明	468
六、资产评估机构声明	469
七、验资机构声明	470
八、验资复核机构声明	471
第十二节 附件	472
一、本招股说明书的附件	472
二、查阅地点和时间	472
三、本次发行相关主体作出的重要承诺	473
四、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明	491
附表一：商标	505
一、境内注册商标	505
二、境外注册商标	529

第一节 释义

本招股说明书中，除文意另有所指，下列简称或名词具有如下含义：

一、普通术语

发行人、公司、本公司、幺麻子、股份公司	指	幺麻子食品股份有限公司
幺麻子有限	指	四川洪雅县幺麻子食品有限公司，发行人的前身
本次发行、本次发行上市	指	幺麻子食品股份有限公司首次公开发行A股股票并在深圳证券交易所主板上市
洪雅聚才	指	洪雅聚才股权投资中心（有限合伙），一家依据中国法律设立的有限合伙企业，现为发行人股东
网聚投资	指	深圳网聚投资有限责任公司，一家依据中国法律设立的有限责任公司，现为发行人股东
湖南肆壹伍	指	湖南肆壹伍私募股权基金企业（有限合伙），一家依据中国法律设立的有限合伙企业，现为发行人股东
中金启辰	指	中金启辰（苏州）新兴产业股权投资基金合伙企业（有限合伙），一家依据中国法律设立的有限合伙企业，现为发行人股东
幺麻子生物	指	四川幺麻子生物科技有限公司，发行人的全资子公司
德元楼	指	洪雅县德元楼餐饮有限公司，发行人于报告期内转让的全资子公司
天下大厨	指	四川天下大厨文化旅游有限公司，发行人于报告期内注销的全资子公司
幺麻子成都分公司	指	幺麻子食品股份有限公司成都分公司，发行人的分支机构
金铜餐饮	指	洪雅县金铜餐饮管理合伙企业（有限合伙），发行人实际控制人赵麒控制的企业
虎羊羊	指	四川虎羊羊品牌管理有限公司，发行人实际控制人赵麒控制的企业
高级管理人员	指	公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书
控股股东	指	赵跃军
实际控制人	指	赵跃军、龚万芬、赵麒、赵麟
三会	指	股东大会、董事会、监事会
湖南香与韵	指	湖南香与韵企业管理有限公司，发行人董事吴惠玲控制的企业
绝味食品	指	绝味食品股份有限公司
丁点儿食品	指	四川丁点儿食品开发股份有限公司
千禾味业	指	千禾味业食品股份有限公司
天味食品	指	四川天味食品集团股份有限公司
恒顺醋业	指	江苏恒顺醋业股份有限公司

海天味业	指	佛山市海天调味食品股份有限公司
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
保荐人、主承销商、保荐机构、中金公司	指	中国国际金融股份有限公司
申报会计师、审计机构、天职会计师、天职、天职国际	指	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙），本次发行及上市的申报会计师及验资机构
发行人律师、君合所、君合	指	北京市君合律师事务所
沃克森	指	沃克森（北京）国际资产评估有限公司
《公司章程》	指	在本招股说明书中，根据上下文意所需，指当时有效的《四川洪雅县么麻子食品有限公司章程》或《么麻子食品股份有限公司章程》以及章程修正案
《A股章程》	指	经发行人2021年第二次临时股东大会通过的、将于发行人本次发行及上市完成之日（即发行人股票在深圳证券交易所挂牌上市之日）起生效的《么麻子食品股份有限公司章程（草案）》
《内控鉴证报告》	指	天职会计师为本次发行及上市之目的于2022年9月23日出具的《么麻子食品股份有限公司内部控制鉴证报告》（天职业字[2022]39775-1号）
《审计报告》	指	天职会计师为本次发行及上市之目的于2022年9月23日出具的《么麻子食品股份有限公司审计报告》（天职业字[2022]39775号）
报告期、最近三年及一期、报告期各期	指	2019年度、2020年度、2021年度和2022年1-6月
报告期各期末	指	2019年12月31日、2020年12月31日、2021年12月31日和2022年6月30日
元、万元	指	人民币元、人民币万元
《招股说明书》	指	《么麻子食品股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书（申报稿）》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》（中华人民共和国主席令第37号）（1998年12月29日第九届全国人民代表大会常务委员会第六次会议通过，并于2019年12月28日经第十三届全国人民代表大会常务委员会第十五次会议第二次修订）
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》（中华人民共和国主席令第15号）（1993年12月29日第八届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过，并于2018年10月26日经第十三届全国人民代表大会常务委员会第六次会议修正）
《证券期货法律适用意见第17号》	指	《<首次公开发行股票注册管理办法>第十二条、第十三条、第三十一条、第四十四条、第四十五条和<公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第57号——招股说明书>第七条有关规定的适用意见——证券期货法律适用意见第17号》
《企业会计准则》	指	财政部颁布的《企业会计准则》及其应用指南和其他相关规定
商标局	指	国家知识产权局商标局，原国家工商行政管理总局商标局
工商局	指	工商行政管理局
市场监管局	指	市场监督管理局

二、专业术语

藤椒	指	“芸香科、花椒属、花椒亚属、竹叶花椒种”植物，藤椒果实呈青绿色，属于青花椒体系
红花椒	指	“芸香科、花椒属、花椒亚属、花椒种”植物，红花椒果实呈鲜红色
雅笋	指	产自四川省洪雅县的竹笋
闷制	指	使用高温油脂浸泡物料并从中萃取有效成分的提取方法
鲜榨	指	使用物理压榨机器破碎新鲜物料并从中萃取有效成分的提取方法
超临界萃取	指	使用超临界二氧化碳流体作为溶剂，利用其高溶解和高渗透能力，从物料中萃取有效成分的提取方法
复合调味料	指	用两种或两种以上的调味品配制，经特殊加工而制成的一种调味料
风味物质	指	调味品中存在的呈香呈味的成分
腐笋	指	雅笋表面或内部竹纤维呈腐坏状态，口感耙软。主要系新鲜雅笋采收过程中外力对雅笋表面的损伤及加工过程中的烘烤不及时产生
虫笋	指	生长过程中被虫啃食后的竹笋
藤椒基础油	指	通过闷制、鲜榨和超临界萃取工艺提取的尚未进行灌装的藤椒油半成品

本招股说明书中若出现表格内合计数与实际所列数值总和不符的情况，均为四舍五入所致。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者做出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、重大事项提示

发行人特别提请投资者注意以下重大事项及风险，并认真阅读“风险因素”章节的全文。

(一) 关于发行人财务报告审计截止日后主要经营状况的核查

发行人本次财务报告审计截止日为 2022 年 6 月 30 日。财务报告审计截止日至本招股说明书签署之日，发行人财务状况稳定，发行人经营模式、主要原材料及服务的采购规模及采购价格、主要产品服务的提供能力、主要客户及供应商的构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项均未发生重大变化。

相关数据及分析可参见本节之“七、关于发行人财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况、盈利预测信息”。

(二) 特别风险提示

公司特别提醒投资者注意“第三节 风险因素”中所列示的相关风险，并特别关注其中的以下风险因素：

1、食品安全风险

公司生产藤椒油及其他系列产品须经过原料采购、加工、储运、销售等多个环节，只有对各环节进行全面、准确、有效的把控才能确保产品质量。随着我国对食品安全的日趋重视、消费者食品安全意识及权益保护意识的增强，食品质量安全控制已成为食品类企业经营的重中之重，特别是近年来国内爆发的食品安全事件，对公司在产品质量安全控制方面提出更严格的要求。公司核心产品较为集中，如果核心产品未来发生不可预计的产品质量安全方面的问题，将会对公司的品牌、信誉度、市场形象、产品销售等造成负面影响，甚至影响公司的持续经营。

2、经营风险

（1）原材料价格波动的风险

公司生产的主要原材料为油料，以及藤椒、红花椒、木姜、竹笋等农副产品。公司采购的上述农副产品并非大宗商品，该等农副产品受种植面积、自然条件等多种因素的影响，历年的供求格局和采购价格存在较大波动。2021 年，公司采购的菜籽油价格同比上涨 36.98%，鲜藤椒价格同比上涨 51.78%，导致 2021 年采购成本增长幅度较大，当年主营业务毛利率同比下降 5.58%；2022 年 1-6 月，公司采购的菜籽油价格继续上涨 14.23%，当期主营业务毛利率相较 2021 年下降 6.21%。如果未来菜籽油、鲜藤椒等主要原材料价格进一步出现大幅上升，在公司不能有效向下游传导原材料价格波动的情况下，公司毛利率可能出现进一步下滑，经营业绩将因此受到不利影响。

（2）存货风险

报告期各期末，公司存货净额分别为 11,152.74 万元、15,559.18 万元、19,688.16 万元以及 15,834.66 万元，保持了较高的规模。其中以藤椒基础油为主的在产品和半成品系存货主要组成部分，报告期各期末净额合计分别为 8,249.47 万元、13,044.44 万元、17,554.75 万元以及 13,948.40 万元。总体而言，公司存货周转速度较快，库龄较短且质量较高。但如市场竞争加剧导致销售不畅，或仓储管理不善，则可能造成库存积压，存货库龄过长，导致其变质损耗风险上升。

3、财务风险

（1）财务内部控制有效性不足风险

报告期前期，公司存在使用个人卡进行销售回款、部分销售回款实际付款方与合同签署方不一致、签收单不齐全等内部控制不规范情形。目前公司已建立健全并有效执行相关内部控制制度，消除上述不规范情形。但如公司无法随经营规模的扩大而加强对经销商客户的管理，或内部控制制度无法随实际经营情况不断完善并有效执行，可能导致财务内部控制有效性不足，影响公司生产经营及管理活动的正常有序开展。

（2）经营性现金流量风险

2019-2021 年度以及 2022 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 12,495.99 万元、3,292.49 万元、11,679.90 万元以及 6,905.79 万元，同期净利润分别为

9,599.82 万元、10,205.30 万元、9,789.66 万元以及 2,971.85 万元。总体而言公司通过经营活动获取现金能力较强，净利润较高，但报告期内经营活动产生的现金流量净额及其与净利润的差异均有一定波动。如后续公司未能合理安排资金使用、下游客户预付款项规模缩减或上游供应商信用政策收紧，都将对公司经营活动产生的现金流量净额造成不利影响，导致现金流状况不佳，使得公司面临资金周转风险。

上述重大事项提示并不能涵盖公司全部的风险及其他重要事项，请投资者认真阅读本招股说明书“第三节 风险因素”章节的全部内容。

二、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称/英文名	么麻子食品股份有限公司 Yaomazi Food Co.,Ltd	成立日期	2008年3月20日
注册资本	13,200.00万元	法定代表人	赵跃军
注册地址	四川省眉山市洪雅县止戈镇五龙路15号	主要生产经营地址	四川省眉山市洪雅县止戈镇五龙路15号
控股股东	赵跃军	实际控制人	赵跃军、龚万芬、赵麒、赵麟
行业分类	C14 食品制造业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	中国国际金融股份有限公司	主承销商	中国国际金融股份有限公司
发行人律师	北京市君合律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	沃克森（北京）国际资产评估有限公司
发行人与本次发行的保荐机构中金公司存在如下关联关系：			
截至本招股说明书签署之日，中金公司全资子公司中金资本运营有限公司（简称“中金资本”）控制且出资占比0.0355%的中金启辰（苏州）新兴产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）（简称“中金启辰”）直接持有发行人6,947,368股股份，中金资本控制且出资占比0.04%的中金启融（厦门）股权投资基金合伙企业（有限合伙）为中金启辰的有限合伙人，间接持有发行人1,108,501股股份，因此中金公司通过中金启辰间接持有发行人2,909股股份，间接持股数量约占发行人股份总数的0.0022%。			
上市公司绝味食品（603517.SH）的全资子公司网聚投资直接持有发行人18,063,158股股份，并通过持有湖南肆壹伍65.3465%的合伙份额间接持有发行人3.4393%股份，合计持有发行人17.1235%股份。截至2022年6月30日，中金公司及其下属公司在二级市场共持有绝味食品1,204,953股股份，约占绝味食品股份总数的0.1980%，因此中金公司通过绝味食品间接持有发行人0.0339%的股份，具体持仓情况如下：			
单位：股			

持股对象	资管账户	中金基金 管理账户	中金财富 证券	内地自营 账户	中金香港 自营账户	中金融资 融券专户	合计持股 数	合计持股 比例
绝味食品	52,500	233,600	101,600	270,890	534,863	11,500	1,204,953	0.1980%
除上述情况外，截至本招股说明书签署之日，发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在其他直接或间接的股权关系或其他权益关系。								
(三) 本次发行其他有关机构								
股票登记机 构	中国证券登记结算有限责 任公司深圳分公司			收款银行	中国建设银行北京市分行国贸支行			
其他与本次发行有关的机构				保荐人(主承销 商) 律师	上海市锦天城律师事务所			
				保荐人(主承销 商) 会计师	信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)			

三、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	人民币1.00元/股		
发行股数	不超过4,400万股（最终发行数量授权公司董事会与主承销商按照深圳证券交易所审核通过和中国证监会同意注册的数量协商确定）	占发行后总股本比例	不低于25%
其中：发行新股数量	不超过4,400万股（最终发行数量授权公司董事会与主承销商按照深圳证券交易所审核通过和中国证监会同意注册的数量协商确定）	占发行后总股本比例	不低于25%
股东公开发售股份数量	本次发行不涉及股东公开发售股份	占发行后总股本比例	不适用
发行后总股本	不超过17,600万股（本次发行不采用超额配售选择权）		
每股发行价格	【】元/股		
发行市盈率	【】倍（按照每股发行价除以发行后每股收益计算）		
发行前每股净资产	【】元（按照本公司【】年【】月【】日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）	发行前每股收益	【】元（按照本公司【】年度经审计的扣除非经常性损益前后归属于母公司股东的净利润的较低者除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按照本公司【】年【】月【】日经审计的净资产加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后总股本计算）	发行后每股收益	【】元（按照本公司【】年度经审计的扣除非经常性损益前后归属于母公司股东的净利润的较低者除以本次发行前总股本计算）
发行市净率	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	本次发行采用网下向询价对象配售发行与网上按市值申购定价发行相结合的		

	方式，或者中国证监会要求或认可的其他方式（包括但不限于向战略投资者、公司高级管理人员与核心员工设立的专项资产管理计划等法律法规允许的投资者配售股票）
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象以及已开立深圳证券交易所股票交易账户的境内自然人、法人等投资者（法律、法规及深圳证券交易所业务规则禁止购买者除外），或中国证监会规定或认可的其他对象
承销方式	余额包销
募集资金总额	【】万元，根据发行价格乘以发行股数确定
募集资金净额	【】万元，由募集资金总额扣除发行费用后确定
募集资金投资项目	（1）年产20,000吨藤椒油及1,800吨藤椒系复合调味酱汁及休闲食品建设项目 （2）营销网络及信息化建设项目 （3）研发中心建设项目 （4）补充流动资金
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，其中： 1、承销保荐费【】万元（不含增值税）； 2、审计、验资费【】万元（不含增值税）； 3、律师费【】万元（不含增值税）； 4、与本次发行相关的信息披露费【】万元（不含增值税）； 5、发行手续费及其他费用【】万元（不含增值税）
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	本次股票发行结束后将尽快申请在深交所主板挂牌上市

四、发行人主营业务经营情况

公司秉承“给世界添一份椒香”的使命，以建设中国一流的藤椒产业为己任，自设立以来一直从事麻系味型特色调味食品的研发、生产和销售，已经初步形成了以藤椒调味油为主导、椒麻味型复合调味料和地方特产食品为特色的产品矩阵。公司拥有行业领先的“闷制+鲜榨+超临界萃取”藤椒油制作工艺，通过探索完善的供应链体系、多元的销售渠道和服务网络，致力于成为中国最具代表性的麻系调味品生产企业，为食品工业、餐饮企业和家庭消费者提供绿色、安全、美味的高品质产品。

公司是国内藤椒油相关调味品类的开拓者，是国内最大的藤椒油及椒麻味型复合调味品生产厂商之一。公司生产的核心产品“么麻子”牌藤椒油是该品类全国市场占有率领先的头部品牌产品，于2004年被国家农业部认证为第一批无公害农产品，并于2006

年获得中国绿色食品认证。根据和君咨询的调研数据，2019 年幺麻子在藤椒油市场中的占有率约为 35%。公司独立研发的藤椒油制备方法于 2009 年获得国家发明专利，进一步确立了“幺麻子”牌藤椒油的工艺壁垒和品牌优势。自品牌创立以来，“幺麻子”牌藤椒油在各地市场抽检合格率均为 100%，畅销全国并出口美国、加拿大、新加坡、日本等十多个国家和地区。

公司坚持通过产品创新、技术创新增强核心竞争力。公司在眉山、成都均设立了研发中心，积极培养和引进专业人才，提高自主创新能力。此外，公司通过产学研结合的方式，与四川农业大学、华南农业大学等科研院校合作，对生产设备和生产工艺进行优化升级。在工业数字化的时代潮流下，公司积极引进高端设备与技术，把高端药用分离系统、超临界萃取技术应用于生产，通过自动化、控制化的工艺提高工作效率和降低运营成本。

公司坚持“绿色生产，精益智造”的产业化发展理念，通过了 ISO9001 国际质量管理体系、ISO22000 食品安全管理体系认证与 HACCP 危害分析与关键控制点体系认证。自成立以来，公司坚持提供高标准、高品质藤椒风味产品，先后被授予“农业产业化省级重点龙头企业”、“川调行业创新发展领军企业”、“四川省企业技术中心”等 20 余项荣誉称号。“幺麻子”牌藤椒油凭借独特的风味，连续多年被列入地方特色产品推荐目录，先后获得“四川省优质品牌农产品”、“四川省著名商标”以及“四川名牌食品”等多项荣誉称号。

公司采购的主要原材料包括油料、农副产品和包装材料，其中，油料主要包括菜籽油、超临界萃取藤椒基础油，农副产品主要包括藤椒、红花椒和雅笋，包装材料主要包括玻璃瓶、马口铁罐、标签纸等。公司重要供应商包括油料供应商成都市新兴粮油有限公司、包装材料供应商成都市川泰玻璃有限责任公司、农副产品供应商成都五丰堂农产品有限公司等。

公司主要产品藤椒油的生产模式存在显著的季节性特征，该产品主要原材料鲜藤椒成熟采摘后其风味易在短期内流失，为确保产成品口味的“清、香、鲜、麻”，公司通常于鲜藤椒成熟季节（即每年夏季）集中进行原材料采购与半成品藤椒基础油的生产，上述期间生产的藤椒基础油将持续使用至下一年度鲜藤椒成熟及采购时节。因此，公司的半成品藤椒基础油存在集中生产、跨期使用的特征，各类产成品则采用“以销定产”的模式进行包装生产。

为扩大公司产品的销售覆盖范围，公司销售模式包括经销、直销两种方式，其中，经销是公司产品的主要销售渠道，经销收入占公司主营业务收入的比例在 85%以上。公司经销渠道主要面向全国各地的餐饮、酒店和商超进行销售，直销渠道主要面向线上客户、食品加工企业、连锁餐饮企业或其他大型客户进行销售。公司重要客户包括亚亨食品成都有限公司、四川比优特商贸有限公司、重庆天豪地杰贸易有限公司等经销商。

五、发行人板块定位情况

（一）公司业务模式成熟

1、公司拥有成熟的产品矩阵

公司自设立以来一直专注于麻系味型特色调味产品的研发、生产和销售，生产的主要产品可以分为调味油、复合调味料、蔬菜制品、休闲食品四个系列。经过十余年的发展，公司以原生态有机绿色食材为原料，坚守“绿色智造”理念，开拓了以“么麻子”为核心品牌的藤椒食品产业。

调味油系列产品主要包括藤椒油、花椒油、木姜油、熟香菜籽油四个系列，同时公司还少量生产红油、麻椒油等调味油产品。藤椒油是公司产品矩阵中的核心产品，公司生产的藤椒油采用先进的制作工艺，以川渝地区优质鲜藤椒、非转基因菜籽榨取油为原料，将传统阉制工艺制成的阉制藤椒基础油、超临界萃取工艺制成的萃取藤椒基础油、鲜榨工艺制成的鲜榨藤椒基础油按照一定比例进行混合调配，最终形成兼具四种风味的藤椒油成品。区别于花椒油单一的“麻香”特征，藤椒油“清、香、鲜、麻”的特色风味广受市场欢迎和用户喜爱。

复合调味料是公司计划重点发展的业务领域，公司围绕麻系复合调味食品的核心产品定位，持续研发符合餐饮市场、食品工业和家庭消费者需求的产品。复合调味料产品主要分为半固态调味料和液态调味料，报告期内的代表产品包括金麻子料哆哆大酱、藤椒肘子大酱、藤椒糊辣汁、钵钵鸡鸡汁等，可以有效提升餐饮连锁企业的菜品创新和标准化水平。除以上复合调味料产品外，公司在深耕川菜调味料多年的基础上，积极迎合川菜发展和方便速食的时代趋势，在 2021 年以来相继推出了么麻子汤锅系列、拌侣系列、小龙虾调味料系列、火锅底料系列、定制产品系列等复合调味料，让家庭消费者和餐饮企业能够轻松烹饪出美味菜肴。

公司生产的蔬菜制品主要为清水雅笋，休闲方便食品主要为钵钵鸡，均为地方特产食品。

2、公司拥有成熟的技术体系

公司自成立以来一直重视先进技术的开发与应用，将技术创新作为实现公司发展战略的重要路径。经过多年经营实践和自主创新，公司在调味油、复合调味料领域积累了丰富的技术成果。随着藤椒油及藤椒调味料的制备工艺不断改进，公司产品将衍生出丰富的风味体系，有望应用于更多场景和领域。

藤椒油閤制、鲜榨及超临界萃取技术是公司通过多年积累，自主研发且具有行业前瞻性的技术。公司率先采用閤制、鲜榨、超临界萃取三重工艺进行藤椒油的制备，创新的技术优势帮助公司迅速融入到调味品消费市场，形成了独有的竞争优势和技术壁垒。在閤制工艺方面，公司自主研发了模拟非遗閤制藤椒油的系统设备，能够实现閤制工序的自动化生产，独立研发的藤椒油閤制方法已获得国家发明专利；在鲜榨工艺方面，公司自主研发了鲜藤椒冷榨技术及相关生产线，针对鲜藤椒特点提取风味纯正的高浓度半成品基础油，目前发明专利的申请已受理；在超临界萃取工艺方面，公司使用二氧化碳超临界萃取技术和独有的锁鲜工艺，使提取的藤椒油风味物质成分得以最大限度地保留。

公司与科研院所合作探索藤椒的有效成分，率先将风味物质定量调配技术引入藤椒油行业。公司研发部门将藤椒的风味物质进行量化测定，并基于测定数据完善产品制备的操作程序，通过标准程序和固定配方确保最终产品香味、麻度等感官指标的一致性。公司致力于通过技术创新驱动产品发展，解决调味品风味不稳定的弊端，并通过差异化的风味特征构筑品牌壁垒。

3、公司拥有成熟的销售渠道网络

为扩大公司产品的销售覆盖范围，公司销售模式包括经销、直销两种方式，其中，经销是公司产品的主要销售渠道，经销收入占公司主营业务收入的比例在 85%以上。公司经销渠道主要面向全国各地的餐饮、酒店和商超进行销售，直销渠道主要面向线上客户、食品加工企业、连锁餐饮企业或其他大型客户进行销售。

在经销模式下，公司授权经销商在指定的销售区域和产品范围内，利用自有的渠道销售和配送公司的产品。截至 2022 年 6 月末，公司已经构建了由 400 多家经销商组成

的销售网络，以川渝地区为基础覆盖全国 34 个省、直辖市、自治区和多个海外地区。完善的经销网络帮助公司产品广泛触及消费者，快速到达餐饮酒店、社区超市、农贸批发市场等销售终端。

在直销模式下，公司已经形成线上、线下结合的全方位、立体化销售网络。公司线上直销渠道主要包括品牌直营旗舰店直发、电商平台入仓两种业务模式，线下直销渠道主要面向采购金额较大的食品企业、连锁商超和连锁餐饮，主要客户包括红旗连锁、绝味食品、想念食品、王家渡食品、四川航空等知名企业。

（二）公司经营业绩稳定

1、公司营业收入和净利润在外部环境影响冲击下具备韧性

报告期内，公司营业收入分别为 40,984.71 万元、35,649.95 万元、46,184.64 万元和 18,406.97 万元，公司净利润分别为 9,599.82 万元、10,205.30 万元、9,789.66 万元和 2,971.85 万元。2022 年 1-9 月，公司经审阅的营业收入为 32,935.18 万元，经审阅的净利润为 6,364.42 万元。

公司的终端客户以餐饮企业为主，2020 年**外部环境影响**严重冲击餐饮市场需求，导致公司当年营业收入有所下滑；2022 年 1-6 月**外部环境影响**导致的静默管理同样严重冲击下游市场需求，导致公司当期营业收入和净利润均有所下滑。但是，公司业绩在**外部环境影响**防控相对缓和的 2021 年和 2022 年下半年均取得了较大程度的修复，在行业普遍遭受市场冲击时保持稳健，证明公司的主营业务具备较强的韧性。

2、公司与主要经销商合作保持稳定

公司主要以经销模式进行销售，直接销售对象为覆盖全国主要地市的一级经销商，最终销售对象为餐饮企业和家庭消费者。公司通过经销渠道向终端客户持续提供产品，较有代表性的终端客户主要包括烤匠、蜀大侠、老乡鸡等连锁餐饮，以及永辉超市、伊藤洋华堂、沃尔玛、家乐福等连锁商超。

公司建立了全国性的销售体系，拥有一支长期合作、经验丰富、信誉良好的经销商团队。公司经销商目前主要集中在四川、重庆地区，在川渝等传统销售目标区域之外，公司也在其他区域不断发展和优化经销商队伍，已经形成陕西、北京、广东、河南、湖北等多个优势销售区域，推动公司销售收入的持续增长。2021 年，西南地区以外的经销收入占公司经销收入的比例已经超过 50%。

截至报告期末,公司合作的一级经销商共有 482 家。公司鼓励优质经销商做大做强,为经销商提供必要的业务开拓支持、市场维护指导、专业知识培训等方面的帮助和协调,销售金额在 100 万元以上的经销商在报告期内基本保持稳定。

3、公司突出的竞争优势能够维持长期业绩的稳健发展

(1) 品牌优势

公司位于藤椒种植历史悠久的眉山市洪雅县,先后获得农业产业化省级重点龙头企业、四川省川调行业创新发展领军企业等荣誉称号。公司生产的“幺麻子”牌藤椒油的市场份额在行业中占据领先优势,先后获得四川省著名商标、四川省名牌产品等荣誉称号。通过多年以来的潜心耕耘和口碑积累,“幺麻子”牌藤椒油已经获得了广大厨师和家庭消费者的认可,在藤椒油这一调味品细分品类中发展成为具有较强市场影响力的知名品牌。

(2) 技术优势

公司配备了先进的试验和检测设备,研发人员综合运用食品工程、食品安全与营养、食品分析与检验的设备进行技术和工艺的创新,充分发掘影响藤椒口感的风味要素,并据此开发各类新型复合调味产品。公司通过多年的探索和改良,在原有传统工艺的基础上引进先进工艺,形成了“闷制+鲜榨+超临界萃取”的藤椒油制作工艺。公司使用的三重工艺遵循自主研发的工艺图谱,合理地控制藤椒处理过程中的温度、压力、含水量等指标,大幅提升了藤椒等原材料的利用率,并且更好地激发了藤椒的麻味和清香。

(3) 质量优势

公司高度重视产品的质量控制,在采购、生产、储存、销售的每一个环节均建立了严格的食品安全保障体系,从源头保障藤椒产品品质的稳定性、可控性。公司制定了可以量化的生产流程,减少调味品生产对传统经验的依赖,致力于推进藤椒油风味的标准化。自公司创立以来,“幺麻子”牌藤椒油在各地市场抽检合格率均为 100%,从未发生任何重大的食品卫生事件,高质量已经成为公司品牌美誉度的有力保障。

(4) 销售渠道优势

公司在成都设立了营销中心,由专业销售团队对经销商进行指导和管理,以经销渠道为基础建立了覆盖广泛的营销网络。截至报告期末,公司已经发展了 400 多家经销商,

经销网络覆盖了全国 34 个省市，以及法国、澳大利亚等国家和地区。此外，公司积极与电商平台和食品企业展开直销合作，形成线上、线下结合的全方位、立体化销售网络。覆盖范围广泛的营销网络帮助公司构筑下沉能力极强的销售渠道，产品能够快速达到各个消费终端。

（5）营销模式优势

公司在长期实践中形成了独特的营销模式，与经销商和终端客户形成了粘性较强的合作关系。在经销商方面，公司根据销售渠道、市场覆盖能力和市场需求情况来划定经销区域，定期对经销商进行业务回访、课程培训，推动经销商在么麻子体系内快速成长，达成深度绑定的业务关系。在终端客户方面，公司定期组织厨师开展厨师培训、厨师交流等一系列活动，通过向全国各地的厨师进行藤椒风味菜品的市场推广教育，不断扩大么麻子品牌在餐饮渠道的知名度。

（三）公司规模较大

1、公司满足主板上市相关财务指标要求

根据《关于全面实行股票发行注册制前后相关行政许可事项过渡期安排的通知》，公司适用原《首次公开发行股票并上市管理办法》第二十六条之财务条件。

发行人近三年财务指标情况如下：（1）发行人 2019 年、2020 年、2021 年合并报表中归属于母公司的净利润（以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）分别为 8,746.10 万元、9,027.16 万元和 8,858.70 万元，最近 3 个会计年度净利润均为正数且累计超过人民币 3,000 万元；（2）发行人 2019 年、2020 年、2021 年合并报表中的营业收入分别为 40,984.71 万元、35,649.95 万元和 46,184.64 万元，最近 3 个会计年度营业收入累计超过人民币 3 亿元；（3）发行人本次发行并上市前股本总额为 13,200 万元，发行前股本总额不少于 3,000 万元；（4）发行人截至 2021 年 12 月 31 日的无形资产（扣除土地使用权后）为 58.98 万元，占发行人净资产的 0.09%，发行人无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例不高于 20%；（5）发行人最近一期末不存在未弥补亏损。因此，发行人规模较大，符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第二十六条之财务条件。

此外，公司业绩亦满足《深圳证券交易所股票上市规则》3.1.2 条第一款所规定第一套财务指标要求，具体情况如下：

第一套财务指标	公司情况	是否满足
最近三年净利润均为正，且最近三年净利润累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6,000 万元	2019 年、2020 年、2021 年，公司净利润分别为 8,746.10 万元、9,027.16 万元和 8,858.70 万元，累计 2.66 亿元	是
最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1 亿元或者营业收入累计不低于 10 亿元	2019 年、2020 年、2021 年，公司经营活动产生的现金流量净额累计 2.75 亿元，营业收入累计 12.28 亿元	是

2、公司利润规模基本与同行业上市公司持平

2019-2021 年，公司净利润分别为 9,599.82 万元、10,205.30 万元和 9,789.66 万元，根据万得数据库行业标准分类的 15 家 A 股调味品行业上市公司的净利润中位值分别为 9,163.81 万元、13,412.14 万元和 11,858.74 万元。调味品行业的上市公司包括海天味业、中炬高新、天味食品、千禾味业、恒顺醋业、涪陵榨菜等知名企业，相关企业在调味品行业各个细分领域均具有一定代表性，公司利润规模基本与前述 15 家同行业上市公司的中位数持平，证明公司在调味品行业内属于规模较大的企业。

（四）公司具有行业代表性

1、公司是藤椒调味品的开创者

公司是藤椒调味品的开创者之一，引领了藤椒这一味型在全国餐饮行业的应用推广。公司利用川渝地区优质藤椒的资源优势，结合自行研发的阉制工艺生产线，率先实现藤椒油的商业化生产，推动形成了一个独具特色的调味品消费品类。十余年来，公司围绕藤椒不断投入和研发，已经打造了一个深度开发的藤椒产品完整集群。公司坚持“给世界添一份椒香”的理念，根据市场需求不断丰富产品种类，近年来相继推出了料哆哆大酱、藤椒钵钵鸡鸡汁、藤椒风味方便火锅、藤椒糊辣汁、藤椒肘子大酱等新品，在为消费者提供多样化选择的同时，有力加强了藤椒风味食品的推广和普及。

在公司革新性地推出藤椒油产品后，其他调味品企业也纷纷跟随，市场上藤椒酱、藤椒鱼调料、藤椒火锅底料、藤椒瓜子、藤椒鸭脖等各式各样的藤椒复合调味料、藤椒休闲食品及藤椒菜品顺势而生，导致藤椒风味成为了当今的流行味型。公司的市场示范作用拓展了麻系调味品的内涵，推动了藤椒制品行业的快速发展，对“清、香、鲜、麻”的藤椒风味的市场推广具有重大积极意义。

2、公司在麻系调味品行业内具有优势地位

公司是国内率先开拓藤椒油这一调味品类的企业之一，自成立以来一直致力于藤椒风味调味料的研发。公司以原生态绿色食材为原料，将“传统闷制+常温鲜榨+超临界萃取”三重工艺有机结合，开拓了以藤椒油为核心品牌的藤椒文化生态产业。根据和君咨询的调研数据，2019年么麻子在藤椒油市场中的占有率约为35%，公司已经成为国内最大的藤椒油生产厂商之一。

作为藤椒油市场的领先企业，公司抓住消费升级的行业发展机遇，凭借优异稳定的产品品质、深入人心的品牌形象，着力提高公司在麻系调味油行业的话语权和市场份额。目前，么麻子麻系调味油在该细分品类市场已经具有较高的市场知名度和品牌影响力，么麻子已经发展成为高品质调味品中的代表性品牌之一，也是消费者购买藤椒油及相关麻系调味油产品的首要选择之一，产品长期以来畅销全国并出口欧美、亚太等多个国家和地区。

公司依托在藤椒油及相关麻系调味油产品上的品牌优势和渠道优势，积极开发和推广川式复合调味料产品，目前复合调味料出货量已经初具规模，并在行业内建立了较好口碑。虽然复合调味品市场空间较大且参与企业较多，主要竞争对手进入市场较早并已经形成先发优势，但是发行人在川式复合调味料特别是椒麻味型的复合调味料上具有较强的发展潜力。

3、公司是特色产业领军者

2018年，四川省出台《推进四川花椒产业持续健康发展工作方案（2018—2022年）》，围绕“建成全国花椒产业第一省”的总体目标，按照绿色发展、全链提升的基本思路，从建设花椒产业特优区、培育优质花椒基地、推进产品加工、强化科技引领、创建知名品牌、开拓产品市场等方面明确了主要任务、责任分工和时间安排，推动四川省花椒产业可持续发展并迈向中高端。2021年7月14日，四川省人民政府印发关于《四川省“十四五”推进农业农村现代化规划》的通知（川府发[2021]11号），该规划方案中四川将大力发展川菜加工工程及川菜文化，并将花椒列为四川省10大优势特色产业。花椒在川菜加工过程中是不可或缺的调味元素，公司作为四川省“农业产业化省级重点龙头企业”和“川调行业创新发展领军企业”，在四川花椒产业的优化发展中具有领军者地位。

4、公司获得多项行业代表性奖项

公司坚持“绿色生产，精益智造”的产业化发展理念，通过了 ISO9001 国际质量管理体系、ISO22000 食品安全管理体系认证与 HACCP 危害分析与关键控制点体系认证。自成立以来，公司坚持提供高标准、高品质藤椒风味产品，先后被授予“农业产业化省级重点龙头企业”、“川调行业创新发展领军企业”、“四川省企业技术中心”等 20 余项荣誉称号。“么麻子”牌藤椒油凭借独特的风味，连续多年被列入地方特色产品推荐目录，先后获得“四川省优质品牌农产品”、“四川省著名商标”以及“四川名牌食品”等多项荣誉称号。此外，公司凭借以藤椒味型为基础的麻系复合调味产品，在复合调味品领域也已经跻身“2022 年度餐饮定制复合调味料企业 TOP10”行列。

综上，发行人业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大、具有行业代表性，符合主板定位要求。

六、发行人报告期主要财务数据和财务指标

项目	2022 年 1-6 月/ 2022 年 6 月 30 日	2021 年度/ 2021 年 12 月 31 日	2020 年度/ 2020 年 12 月 31 日	2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日
资产总额（万元）	85,797.14	83,224.29	68,351.14	61,621.36
归属于母公司所有者权益（万元）	69,019.96	65,972.41	55,980.24	47,158.78
资产负债率（母公司）	19.14%	20.33%	18.10%	23.47%
营业收入（万元）	18,406.97	46,184.64	35,649.95	40,984.71
净利润（万元）	2,971.85	9,789.66	10,205.30	9,599.82
归属于母公司所有者的净利润（万元）	2,971.85	9,789.66	10,205.30	9,599.82
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	2,349.66	8,858.70	9,027.16	8,746.10
基本每股收益（元/股）	0.23	0.74	0.77	0.83
稀释每股收益（元/股）	0.23	0.74	0.77	0.83
加权平均净资产收益率	4.40%	16.05%	19.55%	31.13%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	6,905.79	11,679.90	3,292.49	12,495.99
现金分红（万元）	-	-	1,500.00	4,263.22
研发投入占营业收入的比例	2.64%	2.37%	1.95%	0.94%

注：上述财务数据已经天职审计。

七、关于发行人财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况、盈利预测信息

2022 年 1-9 月发行人业绩情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年 1-9 月	变动金额	变动比例
营业收入	32,935.18	32,157.97	777.21	2.42%
净利润	6,364.42	7,680.05	-1,315.63	-17.13%
归属于母公司股东的净利润	6,364.42	7,680.05	-1,315.63	-17.13%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	5,482.37	7,057.71	-1,575.34	-22.32%

注：上述财务数据已经天职审阅。

根据天职国际出具的审阅报告（天职业字[2022]43425 号），2022 年 1-9 月的营业收入为 32,935.18 万元，净利润、归属于母公司股东的净利润为 6,364.42 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 5,482.37 万元。上述指标与去年同期相比收入小幅上涨，净利润有所下滑，但下滑幅度较 2022 年 1-6 月同比降幅已收窄，发行人经营业绩在本报告期后呈现恢复向好的趋势。

发行人 2022 年度业绩预计情况如下：

单位：万元

项目	2022年度	2021年度	变动金额	变动比例
营业收入	43,735.18至 45,935.18	46,184.64	-2,449.46至-249.46	-5.30%至-0.54%
净利润	8,446.47至 9,063.57	9,789.66	-1,343.19至-726.09	-13.72%至-7.42%
归属于母公司股东的净利润	8,446.47至9,063.57	9,789.66	-1,343.19至-726.09	-13.72%至-7.42%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	6,656.77至7,273.87	8,858.70	-2,201.93至-1,584.83	-24.86%至-17.89%

根据公司管理层预计，2022 年的营业收入为 43,735.18 至 45,935.18 万元，净利润、归属于母公司股东的净利润为 8,446.47 至 9,063.57 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 6,656.77 至 7,273.87 万元。上述指标与去年同期相比均有所下滑。

收入下滑主要系受全国范围**外部环境**影响，下游餐饮行业的市场需求受到明显抑制；此外，受原材料价格波动的影响，扣除非经常性损益后的净利润下滑幅度大于收入下滑幅度。

前述财务数据不构成发行人所做的盈利预测。

八、发行人选择的具体上市标准

发行人依据《深圳证券交易所股票上市规则》第 3.1.2 条第（一）项规定选择的上市标准为“最近三年净利润均为正，且最近三年净利润累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6,000.00 万元，最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1 亿元或者营业收入累计不低于 10 亿元”。

发行人 2019 年度、2020 年度和 2021 年度实现归属于母公司所有者的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者为准）分别为 8,746.10 万元、9,027.16 万元和 8,858.70 万元，最近三年净利润均为正，累计净利润不低于 1.5 亿元，且最近一年净利润不低于 6,000 万元；发行人 2019 年度、2020 年度和 2021 年度营业收入分别为 40,984.71 万元、35,649.95 万元和 46,184.64 万元，最近三年营业收入累计不低于 10 亿元。因此发行人符合所选上市标准。

九、发行人公司治理特殊安排

截至本招股说明书签署日，发行人不存在公司治理特殊安排。

十、募集资金运用与未来发展规划

本次公开发行实际募集资金金额将由最终确定的发行价格和发行数量决定，募集资金总额在扣除了发行费用之后，将按照重要性和紧迫性安排投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金投资总额	项目备案	环评批复
1	年产20,000吨藤椒油及1,800吨藤椒系复合调味酱汁及休闲食品建设项目	37,394.67	32,394.67	川投资备【2102-511423-04-01-252109】FGQB-0005号	洪环建【2021】6号

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金投资总额	项目备案	环评批复
2	营销网络及信息化建设项目	16,152.65	16,152.65	川投资备【2102-511423-04-01-664953】FGQB-0006号	-
3	研发中心建设项目	4,013.96	4,013.96	川投资备【2102-510132-04-01-834634】FGQB-0019号	成津环承诺环评审【2021】10号
4	补充流动资金	4,000.00	4,000.00	-	
合计		61,561.28	56,561.28	-	

公司将严格按照有关的管理制度使用募集资金。如实际募集资金不足以按上述计划投资以上项目，公司将通过自有资金、银行借款等途径自筹资金来解决资金缺口，从而保证项目的顺利实施。若实际募集资金净额满足上述项目投资后有所剩余，剩余部分将用于补充与公司主营业务相关的营运资金。

为把握市场机遇，在本次发行募集资金到位前，公司将根据上述项目的实际付款进度，通过自筹资金进行先期投入。待本次发行募集资金到位后，公司将以募集资金置换先期已投入的自筹资金。具体置换事宜待募集资金到账后，由公司根据募集资金使用的有关规定和相关法定程序另行审议。

公司未来将持续扩展产业布局的深度和广度，打造公司可持续发展的三条发展曲线：第一，继续深耕藤椒油、花椒油、木姜油等麻系调味油系列产品，巩固行业头部企业位置；第二，大力发展以藤椒味型为主的差异化复合调味料，为消费者提供更多元、更优质的藤椒风味调味品，推动上述产品广泛运用于菜品烹饪、休闲食品等领域；第三，培育和开发眉山及周边区域的特色食物，推广钵钵鸡、竹笋等本地特色食品或生态资源食品。公司致力于通过以上三条发展曲线的打造，使公司成为中国最具代表性的麻系调味品生产企业。

十一、其他对发行人有重大影响的事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在对公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

第三节 风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的各项资料外，应特别认真的考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示下述风险会依次发生。

一、与发行人相关的风险

（一）质量控制风险

1、原辅材料采购过程中的质量控制风险

公司的主要原材料为油料、农副产品、包装材料及其他辅料等，上游原材料的质量与最终产品的质量具有密切关系。尽管公司建立了较为完善的采购管理制度，但是上游原材料的质量难以直接管控，导致下游食品生产企业存在潜在的食品安全问题。假设供应商的原材料质量出现瑕疵，且公司未能在原材料入库检验中发现问题，可能导致后续出现食品安全事故，对公司声誉及持续经营造成重大不利影响。

2、产品生产、销售过程中的质量控制风险

在公司生产经营的过程中，产品在生产、储存、运输和销售等环节均存在因质量不合格而引发食品安全风险的潜在因素。随着调味品行业质量安全标准的日趋严格，如果公司食品安全的控制程序和控制标准缺失，且在生产及销售过程中未能及时发现质量隐患，可能引发重大食品安全问题，对消费者购买信心产生负面作用，从而影响公司未来的经营业绩。

（二）食品安全风险

公司生产藤椒油及其他系列产品须经过原料采购、加工、储运、销售等多个环节，只有对各环节进行全面、准确、有效的把控才能确保产品质量。随着我国对食品安全的日趋重视、消费者食品安全意识及权益保护意识的增强，食品质量安全控制已成为食品类企业经营的重中之重，特别是近年来国内爆发的食品安全事件，对公司在产品质量安全控制方面提出更严格的要求。公司核心产品较为集中，如果核心产品未来发生不可预

计的产品质量安全方面的问题，将会对公司的品牌、信誉度、市场形象、产品销售等造成负面影响，甚至影响公司的持续经营。

（三）采购集中的风险

2019年、2020年、2021年和2022年1-6月，公司前五大供应商的采购占比分别为64.34%、59.35%、61.71%和68.34%。报告期内，公司的核心供应商群体较为稳定，如果核心供应商自身经营情况不佳，或公司与核心供应商的业务关系有所变化，公司的供应体系和成本管理或将受到较大不利影响。

（四）经销商管理风险

公司主要采取经销模式进行产品销售，借助经销商的渠道扩大终端市场覆盖面，降低交易及仓储成本。截至报告期末，公司已经拥有400余家经销商，经销收入占比超过90%。公司高度重视经销商队伍的管理与维护，建立了完善的经销商管理制度，但是随着经营规模和经销网络的持续扩大，公司对经销商管理的难度也随之增加。如果公司对经销商的管理未及时跟上业务的发展速度，或经销商不能较好地理解公司的品牌理念和发展目标，公司的品牌推广、渠道建设、产品销售等方面可能产生不利影响，进而导致公司的经营业绩下滑。

（五）单一产品依赖风险

报告期内，公司来自主要产品藤椒油的收入占主营业务收入的比例在80%以上，公司正在积极拓展复合调味品、休闲食品以及其他调味油产品的相关业务，短期内公司业绩对藤椒油产品仍然存在较大依赖。如果未来藤椒油产品市场需求增长不及预期，或公司无法持续保持在藤椒油业务领域的竞争优势，将对公司业绩造成重大不利影响。

（六）知识产权被侵权或者被宣告无效的风险

随着公司业务的发展和市场影响力的提高，公司所拥有的专利、商标等知识产权可能面临被竞争对手侵权、申请宣告撤销或无效的情形，将会对公司的知识产权管理能力提出更高的要求。如果对专利商标的保护措施实施不当，或者对仿冒产品的应对处理不当，可能导致公司产品在市场上的竞争力降低、声誉受损，进而影响公司相关产品的销售，并对公司的经营业绩产生不利影响。

（七）核心技术人员流失风险

核心技术研发能力和技术水平是公司持续创新、长期保持技术优势的重要基础。如果未来公司不能持续引进或者培养足够的优秀人才，或者核心技术人员流失，可能会对公司经营业绩的稳定性产生不利影响。

（八）存货风险

报告期各期末，公司存货净额分别为 11,152.74 万元、15,559.18 万元、19,688.16 万元以及 15,834.66 万元，保持了较高的规模。其中以藤椒基础油为主的在产品和半成品系存货主要组成部分，报告期各期末净额合计分别为 8,249.47 万元、13,044.44 万元、17,554.75 万元以及 13,948.40 万元。总体而言，公司存货周转速度较快，库龄较短且质量较高。但如市场竞争加剧导致销售不畅，或仓储管理不善，则可能造成库存积压，存货库龄过长，导致其变质损耗风险上升。

（九）实际控制人控制不当的风险

截至本招股说明书签署之日，公司实际控制人赵跃军、龚万芬、赵麒和赵麟四人合计直接持有发行人超过三分之二的股份，处于绝对控制地位。控股股东、实际控制人可能凭借其控制地位通过行使表决权等方式对公司的人事任免、经营决策等进行影响，从而满足个人利益，这类行为可能损害公司利益及中小股东权益。因此，公司在一定程度上存在实际控制人控制不当的风险。

（十）财务内部控制有效性不足风险

报告期前期，公司存在使用个人卡进行销售回款、部分销售回款实际付款方与合同签署方不一致、签收单不齐全等内部控制不规范情形。目前公司已建立健全并有效执行相关内部控制制度，消除上述不规范情形。但如公司无法随经营规模的扩大而加强对经销商客户的管理，或内部控制制度无法随实际经营情况不断完善并有效执行，可能导致财务内部控制有效性不足，影响公司生产经营及管理活动的正常有序开展。

（十一）经营性现金流量风险

2019-2021 年度以及 2022 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 12,495.99 万元、3,292.49 万元、11,679.90 万元以及 6,905.79 万元，同期净利润分别为 9,599.82 万元、10,205.30 万元、9,789.66 万元以及 2,971.85 万元。总体而言公司通过经

营活动获取现金能力较强，净利润较高，但报告期内经营活动产生的现金流量净额及其与净利润的差异均有一定波动。如后续公司未能合理安排资金使用、下游客户预付款项规模缩减或上游供应商信用政策收紧，都将对公司经营活动产生的现金流量净额造成不利影响，导致现金流状况不佳，使得公司面临资金周转风险。

（十二）未足额缴纳社会保险和住房公积金的风险

报告期内，公司存在未为部分员工缴纳社会保险、住房公积金，以及未按照实发工资作为基数为员工缴纳社会保险及住房公积金的情形。报告期内公司虽未因此问题受到相关主管部门的行政处罚，但仍存在未来被要求补缴社保及住房公积金、进而影响公司利润水平，以及被主管机关追责的风险。

二、与行业相关的风险

（一）竞争加剧的风险

随着消费者品质需求的升级，以及市场标准的日益完善，调味品行业对企业的研发能力、生产能力和营销能力的要求越来越高。在行业市场竞争加剧的情况下，若公司不能保持业务规模持续快速增长，将面临被市场淘汰的风险。此外，公司新进入复合调味料业务领域，面临复合调味料市场其他强有力市场参与者的竞争，如果不能快速适应市场需求，将导致公司产业规划无法达成的风险。

（二）原材料价格波动的风险

公司生产的主要原材料为油料，以及藤椒、红花椒、木姜、竹笋等农副产品。公司采购的上述农副产品并非大宗商品，该等农副产品受种植面积、自然条件等多种因素的影响，历年的供求格局和采购价格存在较大波动。2021 年，公司采购的菜籽油价格同比上涨 36.98%，鲜藤椒价格同比上涨 51.78%，导致 2021 年采购成本增长幅度较大，当年主营业务毛利率同比下降 5.58%；2022 年 1-6 月，公司采购的菜籽油价格继续上涨 14.23%，当期主营业务毛利率相较 2021 年下降 6.21%。如果未来菜籽油、鲜藤椒等主要原材料价格进一步出现大幅上升，在公司不能有效向下游传导原材料价格波动的情况下，公司毛利率可能出现进一步下滑，经营业绩将因此受到不利影响。

三、其他风险

（一）外部环境造成发行人业绩波动的风险

2020 年初，因强制隔离、交通管制等防疫管控措施的施行，全球范围内的物流、生产、贸易都受到巨大的影响，餐饮行业的市场需求亦受到明显抑制，导致公司 2020 年、2022 年 1-6 月营业收入同比有所下降。如果后续**外部环境**影响在国内出现反复或在全球范围内不能得到有效遏制，或受经济环境变化、市场竞争加剧导致的订单不及预期、成本管控不力等不确定性因素影响，公司可能面临新增订单不足、经营业绩下滑的风险。

（二）税收政策变化风险

根据 2011 年 7 月 27 日财政部、海关总署、国家税务总局发布的《关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税〔2011〕58 号），自 2011 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对设在西部地区的鼓励类产业企业减按 15% 的税率征收企业所得税。根据财政部、税务总局、国家发展改革委联合发布《关于延续西部大开发企业所得税政策的公告》（财政部公告 2020 年第 23 号），明确自 2021 年 1 月 1 日至 2030 年 12 月 31 日，继续实行上述政策。根据上述文件，本公司报告期适用所得税税率为 15%。报告期内公司享受的税收优惠金额及对公司经营成果的影响如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
税收优惠总计	314.53	905.17	1,153.86	1,080.76
利润总额	3,508.70	11,434.04	12,007.44	11,310.89
占比	8.96%	7.92%	9.61%	9.56%

由上表可见，报告期各期，公司税收优惠占利润总额比例分别为 9.56%、9.61%、7.92%以及 8.96%，如后续税收优惠政策变化，则可能对公司经营成果造成不利影响。

（三）资产和经营规模迅速扩张带来的管理风险

公司近年来以较快的速度发展，经营规模和业务范围不断扩大，组织结构和管理体系日益复杂，随着本次发行募集资金的到位和投资项目的实施，公司的规模将进一步扩大，对公司经营管理、资源整合、持续创新、市场开拓等方面都提出了更高的要求，经

营决策和风险控制难度进一步增加，公司管理团队的管理水平及控制经营风险的能力将面临更大考验。如果公司管理团队的人员配备和管理水平不能适应规模迅速扩张的需要，在本次发行上市后迅速建立起适应资本市场要求和公司业务发展需要的运作机制并有效运行，将直接影响公司的经营效率、发展速度和业绩水平，公司的日常运营及资产安全将面临管理风险。

（四）环境保护风险

公司的生产运营受到环境保护部门的日常监管。如果公司的日常运营出现环保问题，可能会受到环保主管部门的处罚，并被要求整改，进而对公司的正常生产经营产生不利影响。

（五）募集资金项目风险

公司本次发行募集资金主要计划用于年产 20,000 吨藤椒油及 1,800 吨藤椒系复合调味酱汁及休闲食品建设项目、营销网络及信息化建设项目、研发中心建设项目及补充流动资金项目，该等项目的开发进度和经营情况将对公司未来几年的发展和盈利水平产生较大影响。公司结合对未来市场的预测，已对本次募集资金投资项目进行了审慎、充分的可行性研究、论证。但如果行业市场形势等外部因素发生变化，不排除部分项目存在无法如期实施或实际投资收益水平低于预期的风险。

（六）股东即期回报被摊薄的风险

2019年、2020年、2021年和2022年1-6月，公司的加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润口径）分别为28.36%、17.30%、14.53%和3.48%。本次发行后，公司净资产规模将大幅增长，总股本也将相应增加，但由于募集资金投资项目存在一定的建设期及达产期，难以在短期内产生可观的经济效益，公司净利润增长幅度可能会低于净资产和总股本的增长幅度。因此每股收益、净资产收益率等财务指标将可能出现一定幅度的下降，公司存在股东即期回报被摊薄的风险。

（七）不可抗力事件的风险

诸如地震、台风、战争、疫病等不可抗力事件的发生，可能给公司的生产经营和盈利能力带来不利影响。

（八）发行认购不足的风险

公司及主承销商在股票发行过程中将积极推进投资者推介工作,扩大与投资者接触范围,加强与投资者沟通,紧密跟踪投资者动态。但投资者投资意向取决于股票供需关系、同时期市场环境以及投资者心理预期等因素,本次发行可能出现网下投资者股票申购数量低于网下初始发行量的情形,导致发行中止。

第四节 发行人基本情况

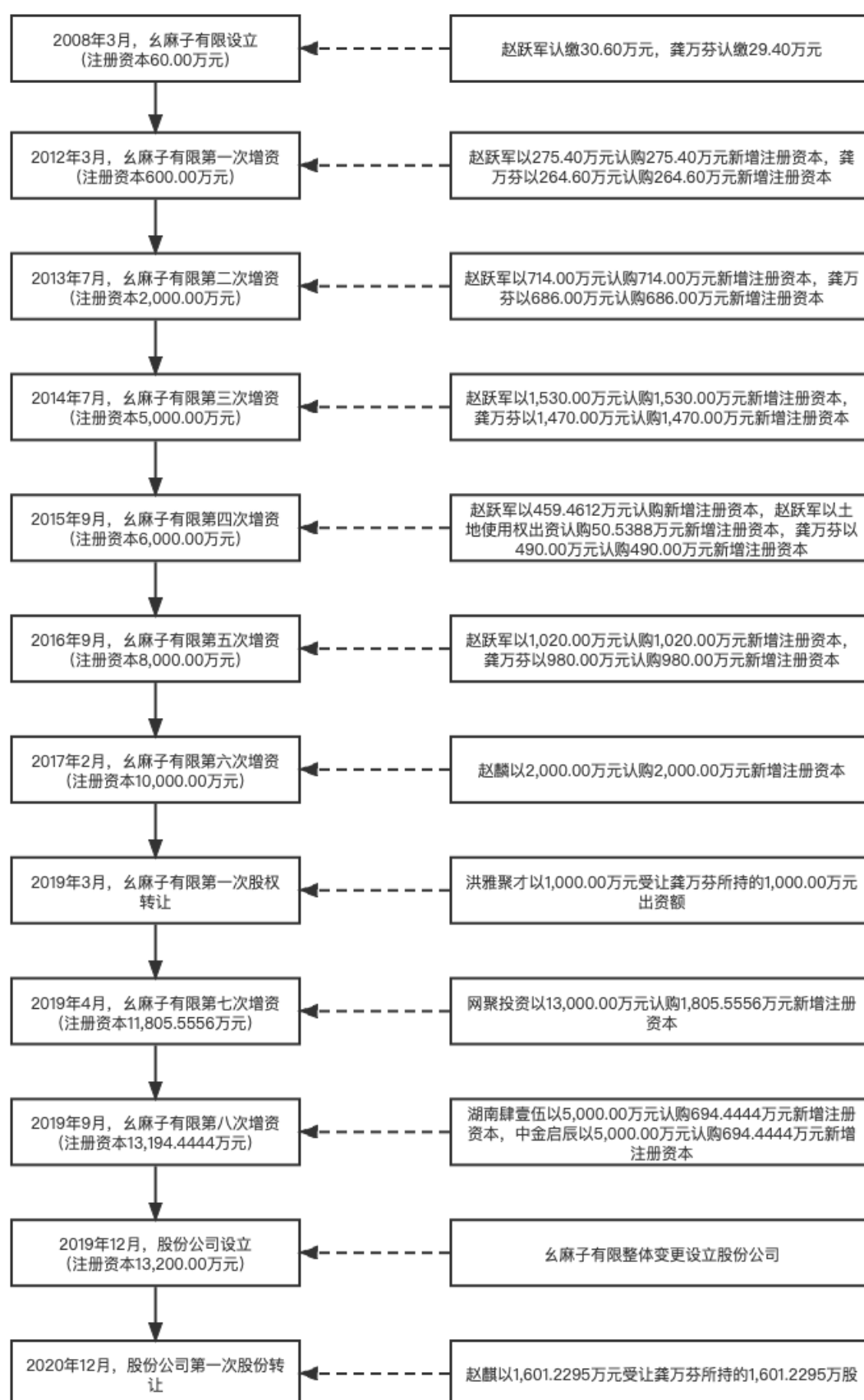
一、发行人基本情况

发行人中文名称	么麻子食品股份有限公司
发行人英文名称	Yaomazi Food Co.,Ltd.
注册资本	13,200.00万元
法定代表人	赵跃军
成立时间	2008年3月20日
整体变更时间	2019年12月23日
住所	四川省眉山市洪雅县止戈镇五龙路15号
邮政编码	620360
联系电话	028-3741 1928
传真	028-3741 1928
互联网网址	http://www.yaomazi.com/
电子邮箱	ir@yaomazi.com
负责信息披露和投资者关系的部门	证券事务部
证券事务部负责人	苏健
证券事务部负责人电话号码	028-3741 1928

二、发行人的设立情况和报告期内的股本和股东变化情况

(一) 发行人的股本形成及其变化

发行人股本形成过程经历了有限责任公司和股份有限公司两个阶段。么麻子有限成立于2008年3月20日，注册资本60.00万元；2019年12月23日，么麻子有限整体变更为股份公司，注册资本为13,200.00万元。发行人设立情况和股本、股东变化示意图如下：



（二）有限责任公司设立情况

发行人前身么麻子有限由赵跃军和龚万芬于 2008 年 3 月共同出资设立。

2008 年 3 月 17 日，赵跃军、龚万芬签署《洪雅县么麻子食品有限公司章程》，二人共同以货币形式出资设立么麻子有限，么麻子有限设立时的名称为“洪雅县么麻子食品有限公司”，注册资本为 60.00 万元，其中：赵跃军出资 30.60 万元（对应持有么麻子有限 51.00%股权），龚万芬出资 29.40 万元（对应持有么麻子有限 49.00%股权）。2013 年 4 月 11 日，四川省眉山市洪雅县工商行政管理局出具“（川工商）名称变核内字[2013]第 000571 号”《企业名称变更核准通知书》，核准么麻子有限的企业名称变更为“四川洪雅县么麻子食品有限公司”。

2008 年 3 月 18 日，四川鼎元会计师事务所有限公司出具《验资报告》（鼎元验报字[2008]051 号），经审验，截至 2008 年 3 月 18 日，么麻子有限（筹）已收到赵跃军、龚万芬以货币形式缴纳的注册资本合计 60.00 万元，么麻子有限实收资本为 60.00 万元。2021 年 3 月 9 日，天职会计师对上述《验资报告》进行了复核，并出具了《么麻子食品股份有限公司验资复核报告》（天职业字[2021]14639 号）。

2008 年 3 月 20 日，四川省眉山市洪雅县工商行政管理局核发《企业法人营业执照》（注册号：511423000001233），么麻子有限已办理公司设立登记手续。

么麻子有限成立时的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	赵跃军	30.60	51.00	货币
2	龚万芬	29.40	49.00	货币
合计		60.00	100.00	-

（三）股份有限公司设立情况

发行人系由四川洪雅县么麻子食品有限公司整体变更设立的股份有限公司。

经么麻子有限 2019 年 12 月 5 日股东会审议通过且发行人于 2019 年 12 月 21 日召开创立大会暨第一次临时股东大会审议，同意以么麻子有限截至 2019 年 10 月 31 日经审计确认的净资产 453,999,537.81 元折合 13,200 万股，每股面值 1.00 元，由么麻子有限截至 2019 年 10 月 31 日登记在股东名册的 7 名股东作为发起人按原出资比例持有整

体变更后股份有限公司的全部股份。整体变更后，股份有限公司的注册资本为人民币 13,200.00 万元，公司股本总额为 13,200 万股，净资产折合股本后余额计入股份有限公司的资本公积。

根据天职于 2019 年 12 月 5 日出具的《四川洪雅县么麻子食品有限公司净资产专项审计报告》（天职业字[2019]37427 号），以 2019 年 10 月 31 日为基准日，么麻子有限经审计的账面净资产为 453,999,537.81 元。

根据沃克森于 2019 年 12 月 5 日出具的《四川洪雅县么麻子食品有限公司拟整体变更为股份有限公司项目涉及净资产资产评估报告》（沃克森评报字（2019）第 1500 号），以 2019 年 10 月 31 日为评估基准日，按照资产基础法评估，么麻子有限净资产的评估价值为 46,938.88 万元。

2019 年 12 月 23 日，发行人完成了变更设立股份公司的工商变更登记手续，并取得了眉山市市场监督管理局核发的《营业执照》（统一社会信用代码：915114237400178797）。

2019 年 12 月 24 日，天职会计师出具了《验资报告》（天职业字[2019]39116 号），截至 2019 年 12 月 24 日，发行人已收到全体 7 名发起人缴纳的股本合计 13,200 万元整，发行人截至 2019 年 10 月 31 日经审计账面净资产为人民币 453,999,537.81 元，各发起人以其持有的么麻子有限出资额对应的权益出资，以么麻子有限截至 2019 年 10 月 31 日经审计的账面净资产按 1:0.2907（约）的比例折合成股份公司股份 13,200 万股，其中 13,200 万元计入股份公司股份，余额 321,999,537.81 元计入股份公司资本公积。

本次整体变更后，股份公司的股本结构如下：

序号	股东名称/姓名	所持股数（股）	持股比例（%）
1	赵跃军	40,817,179	30.9221
2	龚万芬	29,212,295	22.1305
3	赵麟	20,008,421	15.1579
4	网聚投资	18,063,158	13.6842
5	洪雅聚才	10,004,211	7.5789
6	湖南肆壹伍	6,947,368	5.2632
7	中金启辰	6,947,368	5.2632
总计		132,000,000	100.0000

（四）报告期内的股本和股东变化情况

1、报告期期初发行人的股权结构

2019 年 1 月 1 日，么麻子有限的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	赵跃军	4,029.4612	40.80	货币
		50.5388		土地使用权
2	龚万芬	3,920.00	39.20	货币
3	赵麟	2,000.00	20.00	货币
总计		10,000.00	100.00	-

2、2019 年 3 月，报告期内第一次股权转让

2019 年 3 月 2 日，么麻子有限召开股东会并作出决议，同意股东龚万芬将其持有的么麻子有限 1,000.00 万元出资额以 1,000.00 万元的价格平价转让给洪雅聚才。

2019 年 3 月 19 日，洪雅县市场监督管理局向么麻子有限换发《营业执照》（统一社会信用代码：915114237400178797），么麻子有限已就本次股权转让办理了变更登记手续。

本次转让完成后，么麻子有限的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	赵跃军	4,029.4612	40.80	货币
		50.5388		土地使用权
2	龚万芬	2,920.0000	29.20	货币
3	赵麟	2,000.0000	20.00	货币
4	洪雅聚才	1,000.0000	10.00	货币
总计		10,000.0000	100.00	-

3、2019 年 4 月，报告期内第一次增资

2019 年 3 月 26 日，么麻子有限召开股东会并作出决议，同意公司的注册资本增至 11,805.5556 万元；网聚投资以人民币 13,000.00 万元认购么麻子有限的全部新增注册资本，入股价格 7.2 元/注册资本，其中 1,805.5556 万元计入么麻子有限的注册资本，余下

11,194.4444 万元计入么麻子有限的资本公积。

2019 年 4 月 4 日，洪雅县市场监督管理局向么麻子有限换发《营业执照》（统一社会信用代码：915114237400178797），么麻子有限已就本次增资办理了变更登记手续。

2019 年 4 月 15 日，天职会计师出具《验资报告》（天职业字[2019]23524 号），经审验，截至 2019 年 4 月 15 日，么麻子有限累计实缴注册资本为人民币 11,805.5556 万元，实收资本为人民币 11,805.5556 万元，网聚投资以货币出资 13,000.00 万元，其中高于其认缴新增注册资本部分，即 11,194.4444 万元人民币计入么麻子有限资本公积。

本次增资完成后，么麻子有限的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	赵跃军	4,029.4612	34.5600	货币
		50.5388		土地使用权
2	龚万芬	2,920.0000	24.7341	货币
3	赵麟	2,000.0000	16.9412	货币
4	网聚投资	1,805.5556	15.2941	货币
5	洪雅聚才	1,000.0000	8.4706	货币
总计		11,805.5556	100.0000	-

4、2019 年 9 月，报告期内第二次增资

2019 年 8 月 26 日，么麻子有限召开股东会并作出决议，同意公司的注册资本增至 13,194.4444 万元；湖南肆壹伍和中金启辰分别向么麻子有限投资 5,000.00 万元，以各自认购么麻子有限 694.4444 万元注册资本，入股价格均为 7.2 元/注册资本，合计出资 10,000.00 万元中的 1,388.8888 万元计入么麻子有限的注册资本，剩余 8,611.1112 万元计入么麻子有限资本公积。

2019 年 9 月 5 日，洪雅县市场监督管理局向么麻子有限换发《营业执照》（统一社会信用代码：915114237400178797），么麻子有限已就本次增资办理了变更登记手续。

2019 年 10 月 30 日，天职会计师出具《验资报告》（天职业字[2019]35499 号），截至 2019 年 9 月 27 日，么麻子有限已收到中金启辰、湖南肆壹伍缴纳的新增实收资本合计 1,388.8888 万元，其中：中金启辰以货币出资 5,000.00 万元，湖南肆壹伍以货币出资 5,000.00 万元，出资超过认缴注册资本的部分计入么麻子有限资本公积。么麻子有限

的注册资本与实收资本变更为 13,194.4444 万元。

本次增资完成后，么麻子有限的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	赵跃军	4,029.4612	30.9221	货币
		50.5388		土地使用权
2	龚万芬	2,920.0000	22.1305	货币
3	赵麟	2,000.0000	15.1579	货币
4	网聚投资	1,805.5556	13.6842	货币
5	洪雅聚才	1,000.0000	7.5789	货币
6	湖南肆壹伍	694.4444	5.2632	货币
7	中金启辰	694.4444	5.2632	货币
总计		13,194.4444	100.0000	-

5、2019 年 12 月，股份公司设立

股份公司的设立过程详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“二、发行人的设立情况和报告期内的股本和股东变化情况”之“（二）股份有限公司设立情况”。

6、2020 年 12 月，股份公司第一次股份转让

龚万芬与赵麒于 2020 年 12 月 24 日签署《股份转让协议》，龚万芬同意将其持有的发行人 12.1305%股份（对应发行人 16,012,295 股股份）以 16,012,295 元的对价转让予赵麒。该次股份转让已于 2020 年 12 月 24 日完成公司股东名册的变更登记。

本次股份转让后，发行人的股本结构为：

序号	股东名称/姓名	所持股数（股）	持股比例（%）	出资方式
1	赵跃军	40,817,179	30.9221	净资产
2	赵麟	20,008,421	15.1579	净资产
3	网聚投资	18,063,158	13.6842	净资产
4	赵麒	16,012,295	12.1305	净资产
5	龚万芬	13,200,000	10.0000	净资产
6	洪雅聚才	10,004,211	7.5789	净资产
7	湖南肆壹伍	6,947,368	5.2632	净资产
8	中金启辰	6,947,368	5.2632	净资产

序号	股东名称/姓名	所持股数（股）	持股比例（%）	出资方式
	总计	132,000,000	100.0000	-

三、发行人成立以来的重要事件

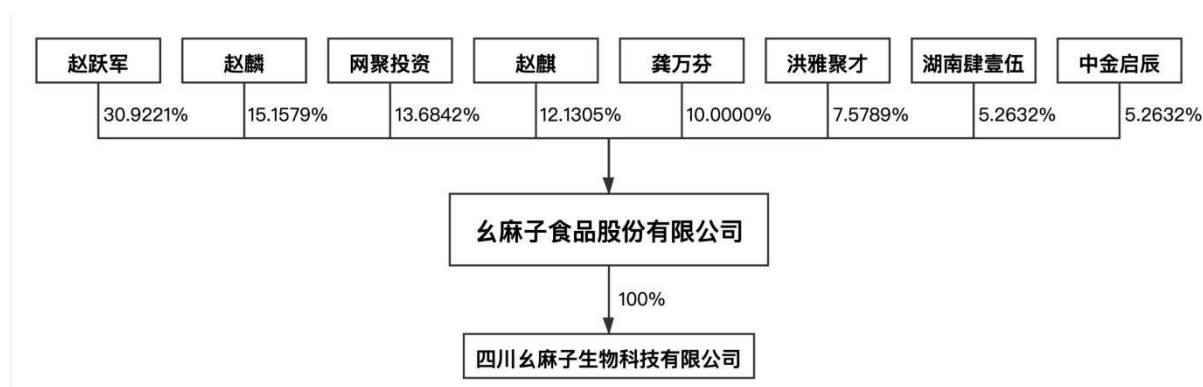
发行人自设立以来未发生重大资产重组，除本招股说明书已披露内容外，发行人不存在其他对管理层、控制权、业务发展及经营业绩产生重大影响的重要事件。

四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

本次公开发行股票前，发行人未在其他证券市场上市或挂牌。

五、发行人股权结构

截至本招股说明书签署之日，发行人的股权结构如下图：



六、发行人的分公司、子公司及参股公司

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有 1 家全资子公司，1 家分公司，无其他参股公司。

（一）发行人的子公司情况

1、么麻子生物

（1）基本情况

统一社会信用代码	91510132MA6812JW9U
注册资本	2,000.00万元
实收资本	1,800.00万元
法定代表人	赵麟
住所/主要生产经营地	成都市新津区普兴街道西新大道3109号
成立日期	2020年12月9日
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；食品添加剂销售；企业管理咨询（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）。许可项目：食品经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）。
主营业务情况及发行人业务板块中定位	暂无经营业务，为发行人研发型子公司
股权结构	么麻子持股100.00%

（2）最近一年及一期财务状况

么麻子生物最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：元

项目	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年度
资产总额	13,569,400.32	70,631.23
所有者权益	9,737,030.11	-152,856.19
营业收入	0.00	0.00
净利润	-610,113.70	-1,652,856.19

注：上述财务数据作为发行人合并财务报表的一部分已经天职审计。

（二）发行人的分公司情况

1、么麻子成都分公司

统一社会信用代码	91510100MA6C78EG9H
负责人	邓飞
住所	中国（四川）自由贸易试验区成都高新区天府大道中段530号1栋14楼1407号
成立日期	2017年11月30日
经营范围	食品经营（未取得相关行政许可（审批），不得开展经营活动）；销售农副产品；种植、销售蔬菜、农作物；综合文艺表演（未取得相关行政许可（审批），不得开展经营活动）；展览展示服务；货物进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

七、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) 发行人控股股东和实际控制人

1、控股股东、实际控制人基本情况

(1) 赵跃军系发行人的控股股东

赵跃军现任发行人董事长、总经理和法定代表人，截至本招股说明书签署之日，赵跃军直接持有发行人 40,817,179 股股份，直接持股比例为 30.9221%，为发行人的控股股东。

(2) 赵跃军、龚万芬、赵麒和赵麟系发行人的实际控制人

赵跃军、龚万芬系夫妻关系，赵麒、赵麟分别为赵跃军、龚万芬的长子和次子。赵跃军直接持有发行人 30.9221%股份，赵麟直接持有发行人 15.1579%股份，赵麒直接持有发行人 12.1305%股份，龚万芬直接持有发行人 10.00%股份，四人合计直接持有发行人 68.2105%股份，合计持有的股份表决权比例超过发行人全部股份表决权比例的三分之二，故四人为发行人的共同实际控制人，四人基本情况如下：

赵跃军，男，中国国籍，身份证号为：5111271963*****，无境外永久居留权，住所为四川省眉山市洪雅县。

龚万芬，女，中国国籍，身份证号为：5111271964*****，无境外永久居留权，住所为四川省眉山市洪雅县。

赵麒，男，中国国籍，身份证号：5138241986*****，无境外永久居留权，住所为四川省成都市高新区。

赵麟，男，中国国籍，身份证号为：5138241988*****，无境外永久居留权，住所为四川省眉山市洪雅县。

2、认定赵跃军、龚万芬、赵麒和赵麟为发行人的实际控制人的依据

(1) 赵跃军、龚万芬、赵麒和赵麟四人均直接持有公司的股份表决权

截至本招股说明书签署之日，赵跃军直接持有公司 4,081.7179 万股股份，持股比例为 30.92%；龚万芬直接持有公司 1,320.0000 万股股份，持股比例为 10%；赵麒直接持

有公司 1,601.2295 万股股份，持股比例为 12.13%；赵麟直接持有公司 2,000.8421 万股股份，持股比例为 15.16%。因此，赵跃军、龚万芬、赵麒、赵麟均直接持有公司股份，合计持股比例为 68.21%。

（2）发行人公司治理结构健全、运行良好，四人共同拥有公司控制权的情况不影响发行人的规范运作

发行人已按照《公司法》及《公司章程》的规定，建立了股东大会、董事会、监事会的议事制度，以及独立董事、董事会秘书、总经理、副总经理和财务总监等健全的组织机构，各组织机构的人员及职责明确，发行人已具有健全独立的法人治理结构且运行良好。

截至本招股说明书签署之日，赵跃军担任发行人董事长兼总经理、赵麒担任发行人董事、赵麟担任发行人董事兼副总经理、龚万芬担任公司供应部总监，四人均实际参与公司的日常经营与管理，对发行人的重大决策、经营管理等事项形成了有效的共同控制，其四人共同拥有公司控制权的情况不影响发行人的规范运作。

（3）四人已就共同控制关系签订《一致行动协议》

为了确认和巩固各方之间的共同控制关系，赵跃军、龚万芬、赵麒和赵麟于 2020 年 12 月 31 日共同签署了《关于共同控制么麻子食品股份有限公司之一致行动协议》（以下简称《一致行动协议》），内容包括：

1) 确认自 2018 年 1 月 1 日至《一致行动协议》签署日期间，各方在其直接或间接持有发行人股权/股份或担任发行人董事期间，均通过在发行人董事会及股东（大）会上采取相同意思表示的方式实施一致行动，以实现对其发行人的控制，同时，对 2018 年 1 月 1 日以来四人分别持有公司股份的情况进行了确认，如下：

①赵跃军、龚万芬、赵麟自 2018 年 1 月 1 日起直接持有发行人股权；赵麒自 2019 年 3 月至 2019 年 12 月期间担任洪雅聚才的执行事务合伙人并间接持有发行人股权，自 2019 年 12 月起担任发行人董事，并自 2020 年 12 月起直接持股。

②截至协议签署之日，赵跃军直接持有发行人 30.9221%的股份，龚万芬直接持有发行人 10%的股份，赵麒直接持有发行人 12.1305%的股份，赵麟直接持有发行人 15.1579%的股份。

2) 自《一致行动协议》签署之日起，就发行人的相关事项，各方内部在行使作为发行人股东/董事的权利时，应当事先进行充分沟通协商，在各方统一意见后再采取行动；若各方出现意见不一致的特殊情形，应以赵跃军的意见为准；

3) 未经各方一致同意，任何一方不得采取任何影响发行人控制权的单方行动；

4) 协议自发行人本次发行与上市之日起 3 年内不得解除或终止。

经核查发行人工商档案、历次股东（大）会的会议文件，赵跃军、龚万芬、赵麒和赵麟在其各自持有/控制公司股权/股份期间，就公司历次股东（大）会行使股东表决权时，均保持了一致的表决意见，同时基于上述《一致行动协议》的签订情况，保荐机构、发行人律师认为：赵跃军、龚万芬、赵麒和赵麟在《一致行动协议》中约定“在其直接或间接持有发行人股权/股份或担任发行人董事期间，均通过在发行人董事会及股东（大）会上采取相同意思表示的方式实施一致行动，以实现对发行人的控制”时已考虑赵麒在报告期内存在部分期间未持有发行人股权的情形，上述约定内容符合实际情况，且系各方的真实意思表示，真实并有效。此外，赵跃军、龚万芬、赵麒、赵麟均为直系亲属关系，且四人均已按照相关法律法规规定，签署了关于公司首次公开发行股票并上市的各项文件，确认了四人作为公司共同实际控制人应当承担的责任与义务，因此，四人共同控制权是真实、稳定的，该情况在最近 3 年内且在首发后的可预期期限内是稳定、有效存在的。

（4）最近三年实际支配公司股份表决权比例最高的人未发生变化

最近三年，发行人实际控制人通过直接持股及/或担任洪雅聚才的执行事务合伙人，实际支配的公司股份表决权变化情况如下：

日期 ¹	支配表决权方式	赵跃军	龚万芬	赵麒 ²	赵麟	合计
2019.01.01-2019.03.18	直接持股	40.80%	39.20%	--	20.00%	100.00%
	通过控制洪雅聚才	--	--	--	--	
2019.03.19-2019.04.03	直接持股	40.80%	29.20%	--	20.00%	100.00%
	通过控制洪雅聚才	--	--	10.00% （洪雅聚才设立时的出资人为赵麒与龚万芬，其中赵麒作为执行事务合伙人，持有洪雅	--	

¹ 为免疑义，此处所示日期系相关股权变动的工商变更登记完成之日。

² 在 2018 年 1 月 1 日至 2019 年 3 月 18 日，以及在 2020 年 1 月 20 日至 2020 年 12 月 23 日期间，赵麒未作为股东实际支配发行人的股份表决权，但其自 2016 年 7 月起即在发行人任职，历任董事长助理、营销副经理、电商负责人、董事等职务。

日期 ¹	支配表决权方式	赵跃军	龚万芬	赵麒 ²	赵麟	合计
				聚才1%的份额并通过洪雅聚才间接持有公司0.10%的股权。因赵麒为洪雅聚才执行事务合伙人,洪雅聚才所持公司10%股权对应的表决权实际由赵麒支配)		
2019.04.04-2019.09.04	直接持股	34.56%	24.74%	--	16.94%	84.71%
	通过控制洪雅聚才	--	--	8.47% (在此期间,赵麒持有洪雅聚才1%的份额并通过洪雅聚才间接持有公司0.08%的股权。因赵麒为洪雅聚才执行事务合伙人,洪雅聚才所持公司8.47%股权对应的表决权实际由赵麒支配)	--	
2019.09.05-2020.01.19	直接持股	30.92%	22.13%	--	15.16%	75.79%
	通过控制洪雅聚才	--	--	7.58% (在此期间,赵麒持有洪雅聚才1%的份额并通过洪雅聚才间接持有公司0.08%的股权。因赵麒为洪雅聚才执行事务合伙人,洪雅聚才所持公司7.58%股权/股份对应的表决权实际由赵麒支配)	--	
2020.01.20-2020.12.23	直接持股	30.92%	22.13%	--	15.16%	68.21%
	通过控制洪雅聚才	--	--	-- (自2020年1月20日至2020年9月9日,赵麒持有洪雅聚才1%的份额并通过洪雅聚才间接持有公司0.08%的股份。自2020年9月10日至2020年12月23日,赵麒持有洪雅聚才1.32%[注1]的份额并通过洪雅聚才间接持有公司0.10%的股份。因赵麒自2020年1月起不再担任洪雅聚才的执行事务合伙人,洪雅聚才所持公司股份对应的表决权不再由赵麒支配)	--	
2020.12.24至今	直接持股	30.92%	10.00%	12.13%	15.16%	68.21%
	通过控制洪雅聚才	--	--	-- (自2020年12月24日至2020年12月27日,赵麒持有洪雅聚才1.32%的份额并通过洪雅聚才间接持有公司0.10%的股份。自2020年12月28日至今,赵麒	--	

日期 ¹	支配表决权方式	赵跃军	龚万芬	赵麒 ²	赵麟	合计
				持有洪雅聚才1.52%[注2]的份额并通过洪雅聚才间接持有公司0.12%的股份。因赵麒自2020年1月起不再担任洪雅聚才的执行事务合伙人，洪雅聚才所持公司股份对应的表决权不再由赵麒支配）		

注 1：2020 年 9 月 10 日，激励对象胡异、林琪峻解除了与公司之间的劳动关系，赵麒作为洪雅聚才执行事务合伙人湛江波所指定且经公司董事会认可的收购方，受让了胡异、林琪峻所持洪雅聚才的全部出资份额，其出资比例由 1%变更为 1.32%。

注 2：2020 年 12 月 28 日，激励对象吴勇明解除了与公司之间的聘用关系，赵麒作为洪雅聚才执行事务合伙人湛江波所指定且经公司董事会认可的收购方，受让了吴勇明所持洪雅聚才的全部出资份额，其出资比例由 1.32%变更为 1.52%。

如上表所示，最近三年，赵跃军一直是发行人的第一大股东且持股比例始终超过 30%，因此实际支配公司股份表决权比例最高的人未发生变化，且不存在重大不确定性，不存在《证券期货法律适用意见第 17 号》第二条规定的公司控制权发生变更的情形。

（5）关于认定赵麒为共同实际控制人的事由

在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 3 月 18 日期间，赵麒未直接/间接持有公司股权，未实际支配发行人股份表决权；在 2020 年 1 月 20 日至 2020 年 12 月 23 日期间，赵麒作为洪雅聚才的有限合伙人间接持有发行人股份。虽然在上述期间，赵麒未作为股东直接支配发行人的股份表决权，但其自 2016 年 7 月起即在发行人任职，历任董事长助理、营销副经理、电商负责人、董事等职务，在公司的经营决策中发挥了重要的作用。并且，自 2020 年 12 月 24 日起，赵麒已通过受让龚万芬持有的发行人 12.1305%股份成为发行人的直接股东，可以直接行使股份表决权对发行人的股东大会决议施加影响。

此外，发行人认定赵麒与赵跃军、龚万芬、赵麟为共同实际控制人，已经发行人全体股东予以确认，所以，尽管赵麒在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 3 月 18 日期间未持有发行人股权，但将其认定为共同实际控制人符合《证券期货法律适用意见第 17 号》的相关规定。

（6）结论

综上所述，赵跃军、龚万芬、赵麒、赵麟作为公司共同实际控制人在最近 3 年内且在首发后的可预期期限内是稳定、有效存在的，将赵麒认定为共同实际控制人符合《证

券期货法律适用意见第 17 号》关于共同实际控制人的认定标准。

3、最近三年发行人实际控制人未发生变更

最近三年，发行人的实际控制人未发生变更，具体分析如下：

（1）报告期内，实际控制人合计控制的发行人股权/股份表决权比例始终保持在三分之二以上，可以实际控制发行人股东大会的表决结果

1）根据前述发行人实际控制人通过直接持股及/或担任洪雅聚才的执行事务合伙人实际支配的公司股份表决权变化情况的图表所示，自 2018 年 1 月 1 日起至本招股说明书签署之日，赵跃军、龚万芬和赵麟三人通过直接持股，合计拥有发行人不低于 56.08% 的股份表决权。

2019 年 1 月 1 日至 2019 年 3 月 18 日期间，以及在 2020 年 1 月 20 日至 2020 年 12 月 23 日期间，赵麒虽未作为股东实际支配发行人的股份表决权，但其在此期间一直在发行人担任重要职务，在公司的经营决策中发挥了重要作用。并且，自 2020 年 12 月 24 日起，赵麒已通过受让龚万芬持有的发行人 12.1305% 股份成为发行人的直接股东，可以直接行使股份表决权对发行人的股东大会决议施加影响。此外，发行人认定赵麒与赵跃军、龚万芬、赵麟为共同实际控制人，发行人股东均已予以确认。因此，认定赵麒为共同实际控制人之一符合《证券期货法律适用意见第 17 号》的相关规定。

2）根据《证券期货法律适用意见第 17 号》的相关规定，如果发行人最近三年内持有、实际支配公司股份表决权比例最高的主体发生变化，且变化前后的主体不属于同一实际控制人，视为公司控制权发生变更；发行人最近三年内持有、实际支配公司股份表决权比例最高的主体存在重大不确定性的，比照前款规定执行。最近三年，赵跃军一直是发行人的第一大股东且持股比例始终超过 30%，据此，实际支配公司股份表决权比例最高的人未发生变化，且不存在重大不确定性。

综上，最近三年，实际控制人合计持有的股权/股份表决权比例始终保持在三分之二以上，可以实质控制发行人股东大会的表决结果，且实际支配公司股份表决权比例最高的人未发生变化，不存在重大不确定性。

（2）最近三年，实际控制人在发行人及其前身的股东（大）会上均保持了一致行动，且已就共同控制发行人签署《一致行动协议》

具体情况可参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、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) 发行人控股股东和实际控制人”之“2、认定赵跃军、龚万芬、赵麒和赵麟为发行人的实际控制人的依据”之“(3) 四人已就共同控制关系签订《一致行动协议》”。

(3) 报告期内，实际控制人均在发行人处任职，对发行人董事会和日常经营管理产生重大影响

自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 3 月 25 日期间，么麻子有限未设董事会，由赵跃军担任执行董事兼总经理；自 2019 年 3 月 26 日³公司设立董事会至今，赵跃军一直担任董事长兼总经理，在发行人的重大经营方针、发展规划过程中始终处于领导核心地位。赵麒⁴、赵麟自么麻子有限整体变更为发行人以来一直担任公司董事，赵麟同时担任公司的副总经理，且二人在股改前亦实际参与公司的日常经营与管理，能够对发行人的发展规划和经营决策产生实质影响。自 2019 年 1 月 1 日至今，龚万芬一直担任公司的供应部总监，实际参与公司的日常经营，并可通过在发行人股东（大）会上行使表决权的方式对发行人重大经营决策事项施加影响。

综上所述，报告期内认定赵跃军、龚万芬、赵麒和赵麟为共同实际控制人依据充分，发行人的实际控制人在最近三年内未发生变更，不构成本次发行上市的障碍。

(二) 控股股东、实际控制人直接或间接持有的股份是否存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东和实际控制人直接或间接持有的本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

(三) 其他持有发行人 5%以上股份的主要股东情况

除前述发行人控股股东和实际控制人外，持有发行人 5%以上股份的主要股东有洪雅聚才、网聚投资、湖南肆壹伍和中金启辰，该等主要股东的情况如下：

³ 为免疑义，此处所示日期系么麻子有限设立董事会、相应增加董事人数的股东会决议作出之日。

⁴ 赵麒自 2019 年 3 月 26 日公司设立董事会时开始担任么麻子有限董事，并于 2019 年 12 月 31 日经公司创立大会暨第一次临时股东大会选举成为股份公司第一届董事会董事。

1、洪雅聚才

（1）基本情况

名称	洪雅聚才股权投资中心（有限合伙）
统一社会信用代码	91511423MA688K5K9L
出资总额	1,000.00万元
实收资本	1,000.00万元
执行事务合伙人	湛江波
住所	洪雅县止戈镇五龙村（么麻子二车间）1-2层等9处
成立日期	2019年3月1日
经营范围	对非上市企业的股权、上市公司非公开发行的股权等非公开交易的股权投资以及相关咨询服务。（不得从事非法集资、吸收公众资金等金融活动）（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）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	未实际开展经营，系发行人员工持股平台

洪雅聚才系发行人员工持股平台。截至本招股说明书签署之日，洪雅聚才的合伙人构成及出资情况如下表所示：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型	在公司的任职情况
1	龚万芬	526.20	52.62%	有限合伙人	供应部总监
2	李杰祥	50.00	5.00%		行政人事部副经理
3	赵桂林	30.00	3.00%		监事、工程部总监
4	李静	30.00	3.00%		董事、财务总监
5	黄凤祥	30.00	3.00%		销售部零售事业部总监
6	邓飞	28.40	2.84%		销售部总监
7	苏健	21.00	2.10%		副总经理、董事会秘书
8	刘洪钧	20.00	2.00%		品控部副总监
9	方志珍	20.00	2.00%		供应部副总监
10	吴洪艳	20.00	2.00%		综合部副总监
11	朱翔	20.00	2.00%		研发部副总监
12	赵麒	15.20	1.52%		董事
13	赵军	11.20	1.12%		研发部应用经理
14	李乔	10.00	1.00%		销售部大区经理
15	宋运峰	10.00	1.00%		销售部大区经理

序号	合伙人姓名	出资额(万元)	出资比例	合伙人类型	在公司的任职情况
16	马瑞	10.00	1.00%		销售部大区经理
17	郭万平	10.00	1.00%		销售部大区经理
18	吴祥	10.00	1.00%		销售部大区经理
19	刘君贵	10.00	1.00%		公司特邀顾问(非发行人员工,系四川省川联川菜调料商会秘书长)
20	王刚	8.00	0.80%		职工代表监事、销售部副总监
21	杨国超	6.00	0.60%		销售部大区经理
22	范光华	5.00	0.50%		销售部大区经理
23	何枷玲	5.00	0.50%		销售部区域经理
24	鲜芳	5.00	0.50%		行政人事部经理
25	杨方利	5.00	0.50%		研发部高级工程师
26	张海	5.00	0.50%		销售部区域经理
27	王崇旭	5.00	0.50%		工程部经理
28	胥中江	5.00	0.50%		销售部区域经理
29	王超	5.00	0.50%		销售部区域主管
30	殷燕霞	5.00	0.50%		销售部电商运营总监
31	李正远	5.00	0.50%		销售部区域经理
32	张宇茂	3.00	0.30%		销售部区域经理
33	凌杨	2.50	0.25%		审计部经理
34	唐受文	2.00	0.20%		销售部区域主管
35	金院生	2.00	0.20%		研发部应用工程师
36	文成刚	2.00	0.20%		研发部经理
37	黄勇	2.00	0.20%		销售部大用户经理
38	唐聪	2.00	0.20%		销售部区域主管
39	伍娟	2.00	0.20%		销售部商超经理
40	李廷政	2.00	0.20%		销售部区域主管
41	钟清	2.00	0.20%		研发部研发工程师
42	陈亮	1.50	0.15%		销售部区域主管
43	邱桂铃	1.00	0.10%		销售部外贸经理
44	湛江波	30.00	3.00%	普通合伙人	副总经理、董事长助理
合计		1,000.00	100%	-	-

(2) 最近一年及一期财务状况

洪雅聚才最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：元

项目	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年度
资产总额	10,004,020.20	10,004,163.97
所有者权益	9,994,020.20	9,994,163.97
营业收入	0.00	0.00
净利润	-143.77	846.74

注：上述财务数据未经审计。

2、网聚投资

（1）基本情况

名称	深圳网聚投资有限责任公司
统一社会信用代码	914403003116259807
注册资本	80,000.00万元
实收资本	80,000.00万元
法定代表人	彭刚毅
住所	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
成立日期	2014年9月12日
经营范围	一般经营项目是：投资兴办实业（具体项目另行申报）；投资咨询、财务顾问（以上均不含限制项目）。（以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。许可经营项目：无
基金备案	网聚投资系依据中国法律设立的有限责任公司。网聚投资不存在以非公开方式向合格投资者募集资金以及接受委托进行资产管理的情形；其严格按照公司章程经营，不存在聘请管理人管理日常经营及对外投资等经营性事务的情形，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》中规范的私募投资基金，无需根据该等规定办理私募基金备案。
主营业务及其与发行人主营业务的关系	股权投资，与发行人主营业务无关

截至本招股说明书签署之日，网聚投资的出资结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	绝味食品	80,000.00	100.00

（2）最近一年及一期财务状况

网聚投资最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：元

项目	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年度
资产总额	2,537,342,059.39	2,276,473,647.63
所有者权益	851,435,510.76	843,349,097.20
营业收入	0.00	0.00
净利润	-39,084,245.90	166,644,967.57

注：上述财务数据未经审计。

3、湖南肆壹伍

（1）基本情况

名称	湖南肆壹伍私募股权基金企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91430104MA4PPKNUXY
注册资本	45,450.00万元
实收资本	45,450.00万元
执行事务合伙人	湖南香与韵企业管理有限公司
住所	湖南省长沙市岳麓区观沙岭街道滨江路188号湘江基金小镇2#栋2层204-228房
成立日期	2018年7月10日
经营范围	从事非上市类股权投资活动及相关咨询服务（不得从事吸收公众存款或变相吸收公众存款、发放贷款等金融业务）。（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）
基金备案	2018年8月30日完成私募投资基金备案（备案编码为SEJ293），其基金管理人为长沙伍壹柒私募股权基金管理有限公司，已完成基金管理人登记，登记编号为P1070058
主营业务及其与发行人主营业务的关系	股权投资，与发行人主营业务无关

截至本招股说明书签署之日，湖南肆壹伍的出资结构如下：

序号	合伙人名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	深圳网聚投资有限责任公司	29,700.00	65.3465%	有限合伙人
2	李丽卿	3,000.00	6.6007%	
3	叶伟	2,000.00	4.4004%	
4	袁庆宏	2,000.00	4.4004%	

序号	合伙人名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
5	曾小丽	2,000.00	4.4004%	
6	陈轩	2,000.00	4.4004%	
7	闫永波	2,000.00	4.4004%	
8	湖南良师胜友企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	1,600.00	3.5204%	
9	赣州九派允公股权投资合伙企业（有限合伙）	850.00	1.8702%	
10	湖南香与韵企业管理有限公司	300.00	0.6601%	普通合伙人
合计		45,450.00	100%	

（2）最近一年及一期财务状况

湖南肆壹伍最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：元

项目	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年度
资产总额	431,447,533.69	439,980,866.70
所有者权益	431,447,533.69	439,980,866.70
营业收入	0.00	0.00
净利润	-8,533,333.01	-8,066,349.07

注：上述财务数据未经审计。

4、中金启辰

（1）基本情况

名称	中金启辰（苏州）新兴产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91320581MA1P593R3L
注册资本	282,030.00万元
实收资本	282,030.00万元
执行事务合伙人	中金资本运营有限公司
住所	常熟市联丰路58号4楼401室
成立日期	2017年6月7日
经营范围	从事对未上市企业的投资，对上市公司非公开发行股票的投资及相关咨询服务。（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）
基金备案	2019年2月26日在中国证券投资基金业协会完成了私募基金备案（基金编号为SEZ596），其基金管理人为中金资本，已完成基金管理人登记，登记编号

	PT2600030375
主营业务及其与发行人主营业务的关系	股权投资，与发行人主营业务无关

截至本招股说明书签署之日，中金启辰的合伙人具体出资情况如下：

序号	合伙人名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	中国国有企业结构调整基金股份有限公司	83,000.00	29.4295%	有限合伙人
2	中金启融（厦门）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	45,000.00	15.9557%	
3	苏州市创新产业发展引导基金（有限合伙）	37,000.00	13.1192%	
4	深圳市招商招银股权投资基金合伙企业（有限合伙）	30,000.00	10.6372%	
5	常熟市高新产业经营投资有限公司	21,000.00	7.4460%	
6	常熟市国发创业投资有限公司	10,000.00	3.5457%	
7	常熟市发展投资有限公司	9,000.00	3.1911%	
8	贵州铁路人保壹期壹号股权投资基金中心（有限合伙）	8,000.00	2.8366%	
9	上海张江科技创业投资有限公司	7,000.00	2.4820%	
10	苏州凯润股权投资合伙企业（有限合伙）	6,680.00	2.3685%	
11	成都武海置业有限公司	5,000.00	1.7729%	
12	王志宇	3,500.00	1.2410%	
13	滕文宏	3,000.00	1.0637%	
14	薛原	3,000.00	1.0637%	
15	叶佳	2,000.00	0.7091%	
16	王悦	2,000.00	0.7091%	
17	浙江融洲商贸有限公司	2,000.00	0.7091%	
18	宁波保税区明之投资合伙企业（有限合伙）	1,930.00	0.6843%	
19	宁波梅山保税港区荣言投资管理合伙企业（有限合伙）	1,520.00	0.5389%	
20	珠海横琴金斧子盘古柒拾号股权投资基金（有限合伙）	750.00	0.2659%	
21	宁波梅山保税港区荣余投资管理合伙企业（有限合伙）	550.00	0.1950%	
22	中金资本运营有限公司	100.00	0.0355%	普通合伙人
合计		282,030.00	100.0000%	-

（2）最近一年及一期财务状况

中金启辰最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：元

项目	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年度
资产总额	4,040,597,413.87	3,415,381,434.40
所有者权益	4,039,031,956.20	3,402,266,220.85
营业收入	-47,935,167.57	1,063,798,184.48
净利润	-70,780,164.10	1,009,014,620.09

注：上述财务数据未经审计。

（四）特别表决权股份、对赌协议等类似安排及解除情况

1、部分发行人股东享有特殊权利的情况

2019年3月26日，网聚投资与发行人、赵跃军、龚万芬、赵麟、洪雅聚才签署《有关四川洪雅县么麻子食品有限公司之股东协议》，该协议约定网聚投资享有回购权、新增注册资本/股份的优先认购权、优先购买权、共同出售权、优先清算权、反稀释、领售权、知情权、最优惠待遇等特殊权利。

2019年8月21日，网聚投资、湖南肆壹伍和中金启辰（以下简称为“投资方”）与赵跃军、龚万芬、赵麟和洪雅聚才（以下简称为“引资股东”）、发行人共同签署《有关四川洪雅县么麻子食品有限公司之股东协议》（以下简称为“《股东协议》”），该协议第9.2条约定前述2019年3月26日签署的《有关四川洪雅县么麻子食品有限公司之股东协议》即告终止。该协议第二条中约定了投资方享有“回购权”、“新增注册资本/股份的优先认购权”、“优先购买权”、“共同出售权”、“优先清算权”、“反稀释”、“领售权”、“知情权”和“最优惠待遇投资人”等特殊权利。同时，协议约定当触发股权回购时，投资方有权要求发行人和引资股东连带地、以现金方式按照约定的回购价格回购投资方所持有的全部或部分股权。

此外，《股东协议》第2.12.1条约定：协议项下投资方的回购权、共同出售权、优先清算权、反稀释权以及任何其他可能构成公司合格首次公开发行的法律障碍或对公司上市进程造成任何不利影响的条款于公司取得其所在省级证监局的辅导备案通知之日起自动失效。但同时，第2.12.2条又约定：若公司在取得省证监局的辅导备案通知之日

后发生如下任何一种情形，则根据上款自动失效或被投资方放弃之各项权利和安排立即自动恢复，并视同该等权利和安排从未失效或被放弃：

（1）若公司自取得辅导备案通知之日起十二（12）个月内（或投资方书面同意的更长期限内）未通过其所在省证监局上市辅导验收，或公司撤回辅导验收申请；

（2）公司在通过省证监局辅导验收合格之日起四（4）个月内未正式向中国证券监督管理委员会（“证监会”）提交正式首次公开发行并上市申请；

（3）公司主动撤回首次公开发行并上市申请；

（4）公司未能在提交正式上市申请之日起十八（18）个月内通过证监会发行审核委员会审核，或公司的上市保荐人撤回对公司的上市保荐，但投资方的特别权利根据本条恢复的前提是该等特殊权利的恢复不会影响公司未来继续申请上市；

（5）公司在其股票首次公开发行申请获得证监会发行批文之日起六（6）个月内，无论因任何原因导致没有完成在证券交易所的上市交易。

2、股东特殊权利的解除情况

为解除《股东协议》中发行人作为股东特殊权利的义务主体所承担的责任，投资方、引资股东与发行人于 2020 年 12 月 2 日共同签署《有关四川洪雅县么麻子食品有限股东协议之补充协议》（以下简称为“《股东协议补充协议一》”），同意发行人不再承担以现金方式购买投资方持有的全部或部分公司股权的回购义务，并同意和确认《股东协议》约定的发行人的回购义务自始无效。投资方可通过书面通知的方式要求引资股东以现金方式按照约定的回购价格回购投资方所持有的全部或部分股权。

此外，《股东协议补充协议一》第 1.5 条对《股东协议》第 2.12.1 条进行了修订，约定公司取得其所在省级证监局的辅导备案通知之日起，协议项下投资方的回购权、共同出售权、优先清算权、反稀释权以及任何其他可能构成公司合格首次公开发行的法律障碍或对公司上市进程造成任何不利影响的条款不仅自动失效，并且自始无效。

《股东协议补充协议一》第 1.6 条对《股东协议》第 2.12.2 条进行了修订，在保留原条款内容的前提下，增加约定：无论如何，本协议项下投资方的回购权、共同出售权、优先清算权、反稀释权等特别权利将于公司完成 IPO 之日终止。

为彻底解除《股东协议》和《股东协议补充协议一》约定的关于股东特殊权利因发

行人取得省证监局的辅导备案通知而自动失效后仍可能自动恢复的条款，投资方、引资股东与发行人于 2021 年 3 月 3 日又共同签署了《有关四川洪雅县么麻子食品有限股东协议之补充协议（二）》（以下简称为“《股东协议补充协议二》”），同意自始且不可撤销地删除《股东协议》第 2.12.2 条及《股东协议补充协议一》第 1.6 条有关股东特殊权利恢复的条款，并且一致确认，截至《股东协议补充协议二》签署之日，各投资方未曾依据《股东协议》第二条“投资方的特别权利”之约定，向公司主张行使包括但不限于回购权、优先清算权、反稀释、最优惠待遇等投资方的任何特别权利，亦未依据《股东协议》第四条“违约责任”之约定要求公司承担任何违约责任；各投资方溯及既往且不可撤销地放弃依据《股东协议》第二条之约定要求公司作为投资方特别权利项下义务承担主体的任何权利或主张，各方同意并确认公司自始且在未来任何条件下均不会就《股东协议》第二条项下投资方的特别权利承担任何义务或责任。

综上，发行人与其股东之间签署过的投资协议中未曾存在涉及经营业绩对赌或与发行人市值挂钩的股东特殊权利条款，其他涉及由发行人作为特殊权利义务承担主体的协议条款均已彻底终止且不附有恢复条件，发行人不会作为对赌协议等类似安排的当事人承担合同义务，不存在可能导致公司控制权变化或者严重影响发行人持续经营能力或投资者权益的情形。发行人与其股东之间签署过的投资协议中所涉及对赌条款中，涉及由发行人作为特殊权利义务承担主体的对赌条款均已彻底终止，发行人不会作为相关特殊权利的义务承担方。

3、保荐机构和发行人律师意见

保荐机构和发行人律师认为：鉴于发行人已在中国证监会四川监管局辅导备案，基于各方已自始并不可撤销地删除了特殊权利的终止恢复条款，前述投资方的特殊权利条款已自动失效。

除上述情形外，截至本招股说明书签署日，发行人不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

（五）协议控制架构

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在协议控制架构的情形。

（六）控股股东、实际控制人的刑事犯罪及重大违法行为情况

截至本招股说明书签署之日，控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、

挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

八、发行人股本的有关情况

（一）本次发行前后发行人股本变化情况

本次发行前发行人的总股本为 13,200 万股，发行人本次拟申请公开发行人民币普通股不超过 4,400 万股，占发行后总股本的比例不低于 25.00%。假设本次发行新股 4,400 万股，发行人本次发行前后股本结构如下表所示：

股东名称	发行前		发行后	
	持股数（股）	占比（%）	持股数（股）	占比（%）
一、有限售条件流通股	132,000,000	100.0000	132,000,000	75.0000
赵跃军	40,817,179	30.9221	40,817,179	23.1916
赵麟	20,008,421	15.1579	20,008,421	11.3684
赵麒	16,012,295	12.1305	16,012,295	9.0979
网聚投资	18,063,158	13.6842	18,063,158	10.2632
龚万芬	13,200,000	10.0000	13,200,000	7.5000
洪雅聚才	10,004,211	7.5789	10,004,211	5.6842
湖南肆壹伍	6,947,368	5.2632	6,947,368	3.9474
中金启辰	6,947,368	5.2632	6,947,368	3.9474
二、本次发行流通股	-	-	44,000,000	25.0000
合计	132,000,000	100.0000	176,000,000	100.0000

（二）本次发行前，发行人前十名股东情况

本次发行前，发行人共有八名股东，股东的持股情况如下表所示：

股东名称	所持股数（股）	持股比例（%）
赵跃军	40,817,179	30.9221
赵麟	20,008,421	15.1579
网聚投资	18,063,158	13.6842
赵麒	16,012,295	12.1305

股东名称	所持股数（股）	持股比例（%）
龚万芬	13,200,000	10.0000
洪雅聚才	10,004,211	7.5789
湖南肆壹伍	6,947,368	5.2632
中金启辰	6,947,368	5.2632
总计	132,000,000	100.0000

（三）本次发行前，前十名自然人股东及其在发行人处任职情况

本次发行前，发行人共有四名自然人股东。该四名自然人股东在发行人处的任职及直接持股情况如下表所示：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）	在公司担任职务
1	赵跃军	40,817,179	30.9221	董事长、总经理
2	赵麟	20,008,421	15.1579	董事、副总经理
3	赵麒	16,012,295	12.1305	董事
4	龚万芬	13,200,000	10.0000	供应部总监

（四）国有股份或外资股份

截至本招股说明书签署之日，发行人现有股东中不存在《上市公司国有股权监督管理办法》（国资委、财政部、证监会第 36 号令）第三条规定的应标注“SS”、“CS”的国有股东，亦不存在外资股东。

（五）发行人申报前十二个月新增股东情况

1、新增股东基本情况

截至首次申报之日前 12 个月，发行人新增一名自然人股东赵麒，赵麒的基本情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、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）发行人控股股东和实际控制人”，以及“第四节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员概况”。

2、最近 12 个月新增股东的持股数量、取得股权时间、入股原因及定价依据

赵跃军、龚万芬系夫妻，赵麒、赵麟分别为赵跃军、龚万芬之长子与次子。在赵麒入股前，赵跃军、龚万芬和赵麟分别持有发行人 30.9221%、22.1305%和 15.1579%的股份，赵麒通过持有洪雅聚才 1.52%的合伙份额间接持有发行人 0.1152%的股份。根据龚万芬、赵跃军提供的说明，基于合理分配家庭内部财产的原因，龚万芬以每股 1 元的价格将其所持发行人 16,012,295 股股份转让予赵麒。

就此次股份转让，赵麒已于 2021 年 2 月 28 日向龚万芬支付股份转让价款 16,012,295 元。龚万芬已于 2021 年 3 月 2 日就本次股权转让事宜在国家税务总局洪雅县税务局第一税务分局金税三期税收管理系统“分类所得个人所得税自行申报（ITS）”中进行申报。

3、最近 12 个月新增股东与发行人其他股东、董事、监事及高级管理人员是否存在关联关系

（1）最近 12 个月新增股东与发行人其他股东存在关联关系

新增股东	存在关联关系的其他股东	关联关系
赵麒	赵跃军，持有发行人30.9221%股份	赵麒系赵跃军和龚万芬之长子、赵麟之胞兄；赵跃军、龚万芬、赵麒和赵麟为公司的实际控制人，四人签署了《一致行动协议》，为一致行动人
	赵麟，持有发行人15.1579%股份	
	龚万芬，持有发行人10.0000%股份	
	洪雅聚才，持有发行人7.5789%股份	赵麒系洪雅聚才的有限合伙人，在洪雅聚才员工持股平台持有1.52%合伙份额

（2）最近 12 个月新增股东与发行人董事、监事及高级管理人员存在关联关系

新增股东	存在关联关系的董事、监事及高级管理人员	关联关系
赵麒	赵跃军，现任发行人董事长、总经理	赵麒系赵跃军和龚万芬之长子，系赵麟之胞兄
	赵麟，现任发行人董事、副总经理	

截至本招股说明书签署之日，除上述情形以外，最近 12 个月新增股东与发行人其他股东、董事、监事和高级管理人员不存在关联关系。

4、最近 12 个月新增股东与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员是否存在关联关系

新增股东赵麒与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系。

5、最近 12 个月新增股东是否存在股份代持情况

新增股东赵麒不存在股份代持情况。

6、最近 12 个月新增股东的减持承诺

根据赵麒作为新增股东出具的《关于不转让新增股份的承诺函》，其承诺：

“本人于 2020 年 12 月 24 日通过受让方式取得发行人 12.1305%股份（对应发行人 16,012,295 股股份），作为公司在提交申请前 12 个月内的新增股东，本人承诺所持前述新增股份自取得之日起 36 个月内不进行转让。

本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给公司及其下属企业造成的一切损失、损害和开支。”

此外，赵麒作为发行人的实际控制人、董事，亦同时出具了《关于所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺函》，并承诺：

“1、自发行人上市后 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不提议由发行人回购本人直接或间接持有的该部分股份；本人同时承诺，在前述锁定期内，本人不会以任何形式要求洪雅聚才为本人办理回购、转让本人持有的合伙份额的手续，亦不会要求洪雅聚才为本人办理出售本人间接持有的发行人股份的相关手续。

2、发行人股票上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，发行价将进行除权、除息调整）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有发行人上市前已发行股份的锁定期自动延长 6 个月。

3、前述第 1 至 2 项锁定期均届满后，在本人于公司任职期间（如本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内），每年转让的发行人股

份不超过本人所持公司股份总数的 25%；在本人离职后半年内，不转让本人所持有的公司股份；本人承诺遵守法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及证券交易所业务规则对本人股份转让的其他规定。

4、本人在前述锁定期届满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，发行价将进行除权、除息调整）。若未履行该承诺，减持公司股份所得收益归公司所有。

5、在本人被认定为公司实际控制人及/或在公司任职期间，将向公司申报本人直接或间接持有的公司股份及其变动情况。

6、如相关法律、法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深交所等证券监管机构对股份锁定期有其他要求，本人同意对本人所持公司股份的锁定期进行相应调整。

本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给公司及其下属企业造成的一切损失、损害和开支。”

（六）本次发行前各股东间的关联关系、一致行动关系及关联股东各自持股比例

1、赵跃军、龚万芬、赵麒、赵麟之间的关联关系及一致行动关系

赵跃军直接持有发行人 30.9221%股份，赵麟直接持有发行人 15.1579%股份，赵麒直接持有发行人 12.1305%股份，龚万芬直接持有发行人 10.00%股份。赵跃军、龚万芬系夫妻关系，赵麒、赵麟分别为赵跃军、龚万芬的长子和次子。

龚万芬和赵麒系洪雅聚才有限合伙人，龚万芬持有洪雅聚才 51.42%合伙份额，龚万芬通过洪雅聚才员工持股平台间接持有发行人 3.8971%股份；赵麒持有洪雅聚才 1.52%合伙份额，赵麒通过洪雅聚才员工持股平台间接持有发行人 0.1152%股份。

赵跃军、龚万芬、赵麒和赵麟已共同签署《一致行动协议》，具体情况请详见本招股说明书本章节之“七、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）发行人控股股东和实际控制人”之“2、认定赵跃军、龚万芬、赵麒和赵麟为发行人的实际控制人的依据”。

2、网聚投资与湖南肆壹伍之间的关联关系

发行人董事吴惠玲系湖南香与韵企业管理有限公司的执行董事、总经理和法定代表

人，且自 2022 年 5 月起控制该企业。湖南香与韵企业管理有限公司担任湖南肆壹伍的执行事务合伙人。网聚投资是湖南肆壹伍的有限合伙人，持有湖南肆壹伍 65.3465% 的合伙份额。吴惠玲曾于 2018 年 7 月至 2019 年 8 月任职于网聚投资，担任副总经理，湖南肆壹伍投资发行人时已离职。

截至本招股说明书签署之日，除上述情形以外，其他各股东之间不存在关联关系或一致行动关系。

（七）提示投资者关注发行人股东公开发售股份的影响

本次公开发行股票全部为新股发行，原股东不公开发售股份。

九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员概况

1、董事

公司共有 9 名董事，其中包括 3 名独立董事。本公司董事均由公司股东大会选举产生，任期 3 年，可连选连任。董事长经董事会全体董事的过半数同意选举产生。本公司现任董事基本情况如下：

序号	姓名	本公司任职	提名人	任职期限	选聘情况
1	赵跃军	董事长	全体发起人	2019年12月21日至 2022年12月20日	2023年第一次临时股东大会、第二届董事会第一次会议
2	赵麟	董事	全体发起人	2019年12月21日至 2022年12月20日	2023年第一次临时股东大会
3	赵麒	董事	全体发起人	2019年12月21日至 2022年12月20日	2023年第一次临时股东大会
4	李静	董事	全体股东	2020年7月16日至 2022年12月20日	2023年第一次临时股东大会
5	徐怡	董事	全体发起人	2019年12月21日至 2022年12月20日	2023年第一次临时股东大会
6	吴惠玲	董事	全体发起人	2019年12月21日至 2022年12月20日	2023年第一次临时股东大会
7	刘英	独立董事	全体股东	2021年7月30日至 2022年12月20日	2023年第一次临时股东大会
8	曹庸	独立董事	全体股东	2020年7月16日至 2022年12月20日	2023年第一次临时股东大会
9	王汉武	独立董事	全体股东	2020年7月16日至 2022年12月20日	2023年第一次临时股东大会

本公司现任董事简历如下:

赵跃军,男,中国国籍,1963年6月出生,无境外永久居留权,本科学历。1992年12月至2002年6月,投资经营以藤椒味菜品为特色的个体工商户么么饭店;2002年7月,在将么么饭店业务终止和注销后,投资设立了个体工商户洪雅县么麻子有机食品厂,开始从事藤椒油的生产和销售业务;2008年3月,为扩大藤椒油的生产和销售业务,与龚万芬共同投资设立了么麻子有限,并注销了洪雅县么麻子有机食品厂。2008年3月至今,历任发行人及其前身执行董事、董事长及总经理。

赵麟,男,中国国籍,1988年10月出生,无境外永久居留权,高中学历。2010年1月至2018年2月,任么麻子有限总经理助理;2018年3月至2018年8月,筹备设立深圳市岳睿餐饮管理有限公司;2018年8月至2019年11月,任深圳市岳睿餐饮管理有限公司总经理;2019年12月至今,担任发行人董事兼副总经理。

赵麒,男,中国国籍,1986年10月出生,无境外永久居留权,大专肄业。2008年6月至2013年6月,历任么麻子有限销售专员、行政专员;2013年7月至2015年9月,任洪雅县么麻子钵钵鸡小吃店经理;2015年10月,筹备设立成都厨宝宝信息技术有限公司;2015年11月至2016年7月,任成都厨宝宝信息技术有限公司总经理;2016年7月至2019年12月,历任么麻子有限董事长助理、营销副经理、董事;2017年8月至今,任德元楼执行董事、总经理;2019年12月至2021年1月,任么麻子董事、电商负责人;2021年2月至今,任么麻子董事。

李静,女,中国国籍,1980年11月出生,无境外永久居留权,大专学历。2000年7月至2005年7月,任洪雅县生产力促进中心文员;2005年7月至2009年9月,任洪雅县地震办联络员;2009年10月至2013年2月,就职于四川禾兴置业有限责任公司;2013年3月至2014年2月,任四川道泉茶业科技有限公司会计;2014年3月至今,任发行人及其前身的财务经理、财务总监;2020年7月至今,任发行人董事。

徐怡,女,中国国籍,1983年1月出生,无境外永久居留权,硕士研究生学历。2005年1月至2011年4月,就职于中国国际金融股份有限公司投资银行部;2011年5月至今,就职于中金资本运营有限公司,现任董事总经理;2019年12月至今,任发行人董事。

吴惠玲,女,中国国籍,1973年4月出生,无境外永久居留权,硕士研究生学历。

1995 年 7 月至 2008 年 5 月，任广东省食品进出口集团有限公司副总经理；2008 年 5 月至 2014 年 5 月，任广东珠江桥生物科技股份有限公司副董事长兼总经理；2014 年 5 月至 2014 年 9 月，筹备设立深圳筷做菜食品有限公司；2014 年 10 月至 2020 年 4 月，任深圳筷做菜食品有限公司董事长兼总经理；2018 年 7 月至 2019 年 8 月，任深圳网聚投资有限责任公司副总经理；2019 年 8 月至今，任长沙伍壹柒私募股权基金管理有限公司副总经理；2019 年 9 月至今，任湖南肆壹伍私募股权基金企业（有限合伙）执行事务合伙人委派代表；2021 年 8 月至今，任四川成都新津肆壹伍股权投资基金合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人委派代表；2019 年 3 月至今，任发行人及其前身董事。

刘英，女，中国国籍，1972 年 2 月出生，无境外永久居留权，博士研究生学历，拥有注册会计师资格。1991 年 7 月至 1998 年 8 月，任四川夹江县技术监督局质检所科员；1998 年 8 月至 2001 年 6 月，在四川大学攻读会计学硕士研究生学位；2001 年 7 月至今，就职于电子科技大学经济与管理学院，拥有副教授职称；2021 年 7 月至今，任发行人独立董事。

曹庸，男，中国国籍，1966 年 3 月出生，无境外永久居留权，博士研究生学历。1989 年 9 月至 2006 年 10 月，任吉首大学教师；2006 年 10 月至今，任华南农业大学食品学院教授；2020 年 7 月至今，任发行人独立董事。

王汉武，男，中国国籍，1967 年 5 月出生，拥有塞浦路斯永久居留权，硕士研究生学历。1993 年 9 月至 1995 年 12 月，就职于中山市乐百氏保健制品有限公司，任武汉市场部策划主管；1995 年 12 月至 1997 年 10 月，就职于可口可乐品牌旗下企业武汉地区子公司，任业务部副经理；1997 年 10 月至 1998 年 12 月，就职于百威品牌旗下企业武汉分公司，任市场部经理；1999 年 1 月至 2002 年 3 月，就职于法国达能集团旗下中国公司，任营销部总监；2002 年 4 月至 2006 年 8 月，自由职业；2006 年 9 月至今，任中国品牌管理研究中心主席；2009 年 12 月至今，任中品天地品牌咨询（北京）有限公司执行董事、经理；2020 年 7 月至今，任发行人独立董事。

2、监事

本公司监事会由 3 名监事组成，其中包括 1 名职工代表监事。其中股东代表监事由股东大会选举产生，职工代表监事王刚由发行人职工代表大会选举产生。本公司监事任期 3 年，任期届满可连选连任。本公司现任监事基本情况如下：

序号	姓名	本公司任职	提名人	任职期限	选聘情况
1	陈小龙	监事会主席	全体发起人	2019年12月21日至2022年12月20日	2023年第一次临时股东大会、第二届监事会第一次会议
2	赵桂林	监事	全体发起人	2019年12月21日至2022年12月20日	2023年第一次临时股东大会
3	王刚	职工监事	职工代表大会	2019年12月21日至2022年12月20日	发行人职工代表大会

本公司现任监事简历如下：

陈小龙，男，中国国籍，1975 年 1 月出生，无境外永久居留权，大专学历。1998 年 7 月至 2001 年 10 月，任佛山市海天调味食品有限公司营销部销售经理；2001 年 11 月至 2002 年 6 月，自由职业；2002 年 7 月至 2005 年 1 月，任福达（中国）投资有限公司营销部区域总经理；2005 年 2 年至 2006 年 5 月，自由职业；2006 年 6 月至 2015 年 7 月，任广州名道营销顾问有限公司执行董事、总经理；2015 年 8 月至 2018 年 2 月，任山西水塔醋业营销有限责任公司营销部大区总监；2018 年 3 月至 2018 年 6 月，任味立东方控股（广东）有限公司营销部副总裁；2018 年 7 月至今，任深圳网聚投资有限责任公司投资部副总裁；2019 年 12 月至今，任发行人监事会主席。

赵桂林，男，中国国籍，1980 年 12 月出生，无境外永久居留权，初中学历。2002 年 7 月至 2008 年 2 月，任洪雅县么麻子有机食品厂生产经理；2008 年 3 月至今，历任发行人及其前身生产中心总监、工程部总监；2019 年 12 月至今，任发行人监事。

王刚，男，中国国籍，1981 年 6 月出生，无境外永久居留权，大专学历。2001 年 12 月至 2003 年 4 月，任四川省和乐食品有限责任公司销售主管；2003 年 5 月至 2011 年 3 月，任四川水乡食品有限公司区域销售经理；2011 年 4 月至 2012 年 12 月，任合肥燕庄食用油有限责任公司四川 KA 主管与工业客户经理；2013 年 1 月至今，任发行人及其前身销售部副总监；2019 年 12 月至今，任发行人职工代表监事。

3、高级管理人员

根据《公司章程》，公司总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书为公司高级管理人员。本公司现任高级管理人员共有 5 名，具体情况如下：

序号	姓名	本公司任职	任职期限
1	赵跃军	总经理	2023年2月24日至2026年2月23日
2	赵麟	副总经理	2023年2月24日至2026年2月23日

序号	姓名	本公司任职	任职期限
3	李静	财务总监	2023年2月24日至2026年2月23日
4	苏健	副总经理、董事会秘书	2023年2月24日至2026年2月23日
5	湛江波	副总经理	2023年2月24日至2026年2月23日

本公司现任高管简历如下：

赵跃军的基本情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员概况”之“1、董事”。

赵麟的基本情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员概况”之“1、董事”。

李静的基本情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员概况”之“1、董事”。

苏健，男，中国国籍，1982年5月出生，无境外永久居留权，本科学历。2008年10月至2011年12月，任中共成都市委办公厅机要局信息处理及信息化主管；2012年1月至2013年2月，任四川明日宇航工业有限责任公司证券事务代表；2013年3月至2018年6月，任四川铁通公铁物流股份有限公司副总经理、董事会秘书，并担任该公司董事至2021年9月；2018年7月至2018年11月，任正源控股股份有限公司证券事务部经理；2018年11月至2019年9月，任成都兴原再生资源股份有限公司董事会秘书；2019年10月至今，任发行人及其前身董事会秘书、副总经理。

湛江波，男，中国国籍，1966年6月出生，无境外永久居留权，大专学历。1987年7月至1993年1月，任青海省格尔木市第二中学团委书记；1993年1月至1999年6月，任乐山宝岛娱乐有限公司企划经理；1999年6月至2014年9月，任乐山现代经济管理学校校长；2014年9月至2015年9月，自由职业；2015年9月至2016年4月，任么麻子有限董事长助理；2016年4月至2019年5月，任四川丁点儿食品开发股份有限公司企划总监；2019年5月至今，任发行人及其前身董事长助理、副总经理。

4、其他核心人员

本公司其他核心人员包括文成刚先生、赵桂林先生、刘洪钧女士和朱翔先生。

文成刚，男，中国国籍，1986年9月出生，无境外永久居留权，本科学历。2009年7月至2011年7月，任嘉里粮油（四川）有限公司品控部现场品控；2011年7月至2012年9月，待业；2012年9月至今，任发行人及其前身研发部经理。

赵桂林的基本情况详见“第四节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员概况”之“2、监事”。

刘洪钧，女，中国国籍，1963年8月出生，无境外永久居留权，大专学历。1982年9月至1985年8月，先后就职于四川省芒硝矿机修车间、宣教科；1985年8月至1998年9月，就职于四川省阳平种牛场；1998年9月至2004年5月，任四川省阳平种牛场乳制品厂质检中心主任；2004年6月至2012年9月，就职于四川新希望乳业有限公司洪雅阳平分公司品控部，历任质检主管、部门副经理、部门经理；2012年9月至2019年9月，任么麻子有限行政部副总经理；2019年10月至今任发行人及其前身品控部副总监。

朱翔，男，中国国籍，1990年5月出生，无境外永久居留权，本科学历，并取得农业硕士学位。2015年7月至2020年9月，历任四川东坡中国泡菜产业技术研究院新产品所研发人员、所长助理；2020年10月至今，任发行人研发部副总监。

5、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况以及相互之间的亲属关系

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在其他单位的兼职情况如下：

序号	姓名	公司职务	兼职单位名称	关联关系	兼职单位职务
1	赵麟	董事、副总经理	么麻子生物	发行人子公司	执行董事、经理、法定代表人
2	赵麒	董事	德元楼	发行人关联方	执行董事、经理、法定代表人
3			金铜餐饮	发行人关联方	执行事务合伙人
4	吴惠玲	董事	湖南香与韵	发行人关联方	执行董事、总经理、法定代表人

序号	姓名	公司职务	兼职单位名称	关联关系	兼职单位职务
5			湖南肆壹伍	发行人关联方	执行事务合伙人之委派代表
6			四川成都新津肆壹伍股权投资基金合伙企业(有限合伙)	发行人关联方	执行事务合伙人之委派代表
7			杭州云会股权投资合伙企业(有限合伙)	发行人关联方	执行事务合伙人之委派代表
8			长沙伍壹柒私募股权基金管理有限公司	发行人关联方	执行董事、总经理
9			四川香与韵企业管理有限公司	发行人关联方	执行董事、经理、法定代表人
10			长沙彩云农副产品有限公司	发行人关联方	董事
11			广州市仟壹生物技术有限公司	发行人关联方	董事
12			湖南彭记坊农业科技发展有限公司	发行人关联方	董事
13			成都伍壹柒私募基金管理有限公司	无	监事
14			湖南书带草私募股权投资合伙企业(有限合伙)	发行人关联方	执行事务合伙人之委派代表
15			海口喜恰投资合伙企业(有限合伙)	发行人关联方	执行事务合伙人
16			海口众甫投资合伙企业(有限合伙)	发行人关联方	执行事务合伙人
17			上海佰仟万企业发展合伙企业(有限合伙)	发行人关联方	执行事务合伙人
18			湖南重熙累盛私募股权基金企业(有限合伙)	发行人关联方	执行事务合伙人之委派代表
19	徐怡	董事	中金资本运营有限公司	无	董事总经理
20			常熟凯驰股权投资基金管理有限公司	发行人关联方	执行董事、总经理、法定代表人
21			上海腾瑞制药股份有限公司	无	监事
22			北京六合宁远医药科技股份有限公司	无	监事
23			长春海谱润斯科技股份有限公司	发行人关联方	董事
24			苏州中金卓誉股权投资中心(有限合伙)	发行人关联方	执行事务合伙人之委派代表
25			中金启辰(苏州)新兴产业股权投资基金合伙企业(有限合伙)	发行人关联方	执行事务合伙人之委派代表
26			中金启辰贰期(苏州)新兴产业股权投资基金合伙企业(有限合伙)	发行人关联方	执行事务合伙人之委派代表
27			中金启辰贰期(无锡)新兴产业股权投资基金	发行人关联方	执行事务合伙人之委派代表

序号	姓名	公司职务	兼职单位名称	关联关系	兼职单位职务
			合伙企业（有限合伙）		
28			共青城凯辰股权投资母基金合伙企业（有限合伙）	发行人关联方	执行事务合伙人之委派代表
29			共青城凯鑫投资合伙企业（有限合伙）	发行人关联方	执行事务合伙人之委派代表
30			共青城凯胜股权投资母基金合伙企业（有限合伙）	发行人关联方	执行事务合伙人之委派代表
31			新思考电机有限公司	发行人关联方	董事
32			上海卡地美得医疗科技有限公司	发行人关联方	董事
33			山东东岳未来氢能材料股份有限公司	无	监事
34			CICC GF No.1 Limited	发行人关联方	董事
35			苏州鲁信新材料科技有限公司	发行人关联方	董事
36			苏州依科赛生物科技股份有限公司	发行人关联方	董事
37			中品天地品牌咨询（北京）有限公司	发行人关联方	执行董事、经理、法定代表人
38			中品会基金管理（深圳）股份有限公司	发行人关联方	董事长、总经理、法定代表人
39	王汉武	独立董事	中品天地品牌管理（上海）有限公司	发行人关联方	执行董事、法定代表人
40			联合教育产业服务（深圳）有限公司	无	监事
41			中国品牌管理研究中心	无	主席
42			广东惠尔泰生物科技有限公司	发行人关联方	董事
43			广州酒家集团股份有限公司	无	独立董事
44	曹庸	独立董事	广州绿萃生物科技有限公司	无	监事
45			广州珠江啤酒股份有限公司	无	独立董事
46			华南农业大学	无	教授
47	刘英	独立董事	电子科技大学	无	经济与管理学院副教授
48			网聚投资	发行人关联方	投资部副总裁
49	陈小龙	监事会主席	广州名道营销顾问有限公司	发行人关联方	执行董事、总经理、法定代表人
50	赵桂林	监事、其他核心人员	幺麻子生物	发行人子公司	监事

序号	姓名	公司职务	兼职单位名称	关联关系	兼职单位职务
51	湛江波	副总经理	洪雅聚才	发行人关联方	执行事务合伙人

截至本招股说明书签署之日，除公司董事长赵跃军与董事赵麒、董事赵麟系父子关系外，公司其余董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间不存在亲属关系。

6、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的违法违规情况

截至本招股说明书签署之日，最近三年发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均不存在涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的违法违规情况。

（二）公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的有关协议及重要承诺

1、劳动合同及保密协议

截至本招股说明书签署之日，发行人与在公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均签订了《劳动合同》、《保密协议》、《竞业限制协议》，该等合同或协议对上述人员的权利和义务做了明确的规定，该等合同或协议不存在争议或违约情形。

2、重要承诺

发行人董事、监事、高级管理人员已就本次发行出具《关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺函》《关于上市申请文件真实、准确、完整的承诺函》《关于稳定公司股价的承诺函》《关于所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺函》《关于无特殊协议或安排的承诺函》《关于规范和减少与么麻子食品股份有限公司关联交易的承诺函》《关于与主要客户、供应商不存在关联关系的承诺函》《关于未履行承诺时的约束措施的承诺函》《关于就摊薄即期回报拟采取填补措施的承诺函》《关于无兼职的确认函》《关于不存在重大诉讼、仲裁或违法行为的承诺函》《关于因信息披露重大违规回购新股、赔偿损失及相应约束措施的承诺函》。

（三）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其关系密切的家庭成员持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署之日，发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及

其关系密切的家庭成员直接或间接持有公司股份的情况如下:

序号	姓名	与公司关系	持股情况
1	赵跃军	董事长、总经理	直接持有公司30.9221%股份
2	赵麟	董事、副总经理	直接持有公司15.1579%股份
3	赵麒	董事	直接持有公司12.1305%股份,通过洪雅聚才间接持有公司0.1152%股份
4	李静	董事、财务总监	通过洪雅聚才间接持有公司0.2274%股份
5	吴惠玲	董事	通过湖南肆壹伍间接持有公司0.2173%股份
6	徐怡	董事	通过中金启辰间接持有公司0.0672%股份
7	赵桂林	监事、核心技术人员	通过洪雅聚才间接持有公司0.2274%股份
8	王刚	监事	通过洪雅聚才间接持有公司0.0606%股份
9	苏健	副总经理、董事会秘书	通过洪雅聚才间接持有公司0.1592%股份
10	湛江波	副总经理	通过洪雅聚才间接持有公司0.2274%股份
11	刘洪钧	品控部副总监、核心技术人员	通过洪雅聚才间接持有公司0.1516%股份
12	文成刚	研发部经理、核心技术人员	通过洪雅聚才间接持有公司0.0152%股份
13	朱翔	研发部副总监、核心技术人员	通过洪雅聚才间接持有公司0.1516%股份
14	龚万芬	公司实际控制人,与赵跃军系夫妻,与赵麟和赵麒系母子关系	直接持有公司10.00%股份,通过洪雅聚才间接持有公司3.8971%股份
15	吴洪艳	与赵麟系夫妻关系	通过洪雅聚才间接持有公司0.1516%股份

上述公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其关系密切的家庭成员直接或间接持有的发行人股份均不存在质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况。除上述情况外,发行人无其他董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其关系密切的家庭成员以任何方式直接或间接持有公司股份的情况。

(四) 最近三年公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员变动情况

1、发行人董事的任职变动情况

序号	时间	董事	变动原因	变动影响
1	2019年1月1日至2019年3月25日	赵跃军	2019年1月1日至2019年3月25日,么麻子有限未设立董事会,由赵跃军担任公司执行董事	-
2	2019年3月26日至2019年12月20日	赵跃军、赵麒、吴惠玲	2019年3月26日,么麻子有限召开股东会,同意不再设执行董事;设董事会,成员3人,由赵跃军、赵麒和吴惠玲担任。同日召开的第一次董事会通过决议,选举赵跃军为么麻子有限董事长	引入外部董事,改善公司治理结构

3	2019年12月21日至2020年7月15日	赵跃军、赵麒、吴惠玲、徐怡、赵麟	2019年12月21日,发行人召开创立大会暨第一次临时股东大会,同意董事会人数增至5人,选举赵跃军、吴惠玲、徐怡、赵麒、赵麟为发行人第一届董事会董事。同日召开的第一届董事会第一次会议通过决议,选举赵跃军为发行人第一届董事会董事长	引入外部董事,改善公司治理结构
4	2020年7月16日至2021年7月29日	赵跃军、赵麒、吴惠玲、徐怡、赵麟、李静、刘利剑、曹庸、王汉武	2020年7月16日,发行人召开2020年第一次临时股东大会,同意董事会人数增至9人,增选李静为发行人第一届董事会非独立董事,增选刘利剑、曹庸、王汉武为发行人第一届董事会独立董事	新增独立董事,改善公司治理结构
5	2021年7月30日至今	赵跃军、赵麒、吴惠玲、徐怡、赵麟、李静、曹庸、王汉武、刘英	2021年7月30日,因独立董事刘利剑先生申请辞去公司独立董事职务及董事会专门委员会有关职务,发行人召开2021年第三次临时股东大会并审议通过了《关于选举公司独立董事的议案》,同意聘任会计专业人士刘英女士为公司独立董事,并担任发行人第一届董事会审计委员会主任委员职务、薪酬与考核委员会委员职务、战略委员会委员职务,任期自发行人股东大会审议通过之日起至第一届董事会任期届满之日止	未产生重大不利影响

2、发行人监事的任职变化情况

序号	时间	监事	变动原因	变动影响
1	2019年1月1日至2019年3月25日	龚万芬	2019年1月1日至2019年3月25日,么麻子有限未设立监事会,设监事1名,由龚万芬担任	-
2	2019年3月26日至2019年8月25日	赵麟	2019年3月26日,么麻子有限召开股东会,同意免去龚万芬监事职务;选举赵麟为公司监事。	未产生重大不利影响
3	2019年8月26日至2019年12月20日	陈小龙	2019年8月26日,么麻子有限召开股东会,同意赵麟辞去公司监事并免去其职务,选举陈小龙为公司监事。	引入外部监事,改善公司治理结构
4	2019年12月21日至今	陈小龙、赵桂林、王刚	2019年12月21日,发行人召开创立大会暨第一次临时股东大会,设立监事会,选举陈小龙、赵桂林为公司第一届监事会股东代表监事,与职工代表大会选举的职工代表监事王刚共同组成发行人第一届监事会。陈小龙为发行人第一届监事会主席	引入外部监事和职工监事,改善公司治理结构

3、发行人高级管理人员的任职变化情况

序号	时间	高级管理人员	变动原因	变动影响
1	2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 20 日	赵跃军：总经理	2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 20 日，么麻子有限总经理为赵跃军	-
2	2019 年 12 月 21 日至 2020 年 10 月 20 日	赵跃军：总经理 湛江波：副总经理 赵麟：副总经理 李静：财务总监 苏健：董事会秘书	2019 年 12 月 21 日，发行人召开第一届董事会第一次会议，同意聘任赵跃军为发行人总经理，聘任湛江波、赵麟为发行人副总经理，聘任李静为发行人财务总监，聘任苏健为发行人董事会秘书	改善公司 治理结构
3	2020 年 10 月 21 日至今	赵跃军：总经理 湛江波：副总经理 赵麟：副总经理 李静：财务总监 苏健：董事会秘书、 副总经理	2020 年 10 月 21 日，发行人召开第一届董事会第七次会议，同意聘任苏健为发行人副总经理。	改善公司 治理结构

4、发行人其他核心人员的任职变化情况

序号	时间	其他核心人员	变动原因	变动影响
1	2019 年 1 月至 2020 年 10 月	文成刚、赵桂林、 刘洪钧	文成刚自 2012 年 9 月至今，任公司研发部经理 赵桂林自 2008 年 3 月至今，历任公司生产中心总监、工程部总监 刘洪钧自 2012 年 9 月至今，历任公司行政部副总经理、品控部副总监	-
2	2020 年 10 月至今	文成刚、赵桂林、 刘洪钧、朱翔	朱翔入职公司担任研发部副总监	加强公司 产品研发 能力

发行人近三年来董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的变化主要原因为保证公司规范运作，完善公司治理结构或个人原因所致，该等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。该等变动过程保持了发行人经营决策和内部管理等方面的连续性和稳定性，没有发生对发行人持续经营产生实质性影响的重大不利变化，不会对发行人本次发行及上市构成实质性法律障碍。

5、报告期内发行人董事、高级管理人员未发生重大不利变化

(1) 报告期内发行人董事未发生重大不利变化

在发行人整体变更为股份有限公司前，么麻子有限未设立董事会，设执行董事 1

名，由赵跃军担任；2019年3月，因么麻子有限拟引进外部投资者网聚投资，么麻子有限设立公司董事会并引入投资人委派董事吴惠玲，与实际控制人赵跃军、赵麒三人组成公司董事会；2019年12月发行人改制为股份公司时，因么麻子有限此前增加引进了外部投资者湖南肆壹伍和中金启辰，发行人在创立大会暨第一次临时股东大会时增加董事会人数至5人，选举赵跃军、吴惠玲、徐怡、赵麒、赵麟为发行人第一届董事会董事；2020年7月，为继续完善公司治理结构，发行人引入独立董事并相应调整董事会的组成，新增3名独立董事；前述新增董事的情形均系完善公司治理结构、维护发行人及股东利益所需，不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不构成发行人董事的重大不利变化。

2021年7月，独立董事刘利剑因个人原因辞职，发行人及时召开2021年第三次临时股东大会选举刘英作为发行人第一届董事会独立董事，履行独立董事职责，该等变动过程保持了发行人经营决策和内部管理等方面的连续性和稳定性，没有发生对发行人持续经营产生实质性影响的重大不利变化，不构成发行人董事的重大不利变化。

（2）报告期内发行人高级管理人员未发生重大不利变化

整体变更前，么麻子有限设总经理1人，由赵跃军担任；整体变更时，为完善公司治理结构，经第一届董事会第一次会议决议，发行人新增聘任副总经理、董事会秘书、财务总监等高级管理人员共计4人；2020年10月，因发行人经营管理需要，发行人新增聘任董事会秘书苏健为副总经理。前述增设高级管理人员的情形均系完善公司治理结构，提高公司经营管理水平所需，相关人员在经第一届董事会第一次会议聘任为发行人的高级管理人员前均已在公司担任重要职务并履行管理职能，不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不构成发行人高级管理人员的重大不利变化。截至本招股说明书签署之日，发行人未发生高级管理人员离职的情形，主要管理层保持了稳定。

根据《审计报告》，发行人于2019年度、2020年度、2021年度以及2022年1-6月实现的营业收入（合并口径）分别为40,984.71万元、35,649.95万元、46,184.64万元以及18,406.97万元；同期归属于母公司股东的净利润分别为9,599.82万元、10,205.30万元、9,789.66万元以及2,971.85万元。据此，发行人董事、高级管理人员的变动未对发行人的生产经营产生重大不利影响。

综上所述，发行人的主要董事、高级管理人员在报告期内保持了稳定，部分董事、

高级管理人员的变更不构成发行人董事、高级管理人员重大不利变化，未对发行人的生产经营产生重大不利影响。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均不存在与发行人及其业务相关、形成利益冲突的对外投资情况，其中持有股权或出资额比例 5%以上的情况如下：

序号	姓名	对外投资企业名称	经营范围	认缴出资额 (万元)	持股比例
1	赵麒	德元楼	许可项目：餐饮服务；住宿服务；食品经营（销售预包装食品）；保健食品销售。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：会议及展览服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	100.0000	100.00%
		金铜餐饮	一般项目：餐饮管理；企业管理咨询；品牌管理；信息技术咨询服务；软件开发。（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）	499.0000	99.80%
2	徐怡	常熟凯驰股权投资基金管理有限公司	投资管理；资产管理；投资咨询。（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）	0.9900	99.00%
3		苏州凯润股权投资合伙企业（有限合伙）	私募股权投资、投资管理、资产管理。（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）	3,600.0000	53.88%
4		共青城凯润投资合伙企业（有限合伙）	项目投资，实业投资。（未经金融监管部门批准，不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	1,500.0000	51.72%
5	吴惠玲	湖南香与韵	企业管理服务；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）	1,199.0000	99.92%
6		广东食傅记餐饮管理有限公司	商业特许经营；餐饮管理；酒店管理；供应链管理；包装服务；商品信息咨询服务；企业总部管理；企业管理服务（涉及许可经营项目的除外）；企业管理咨询；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；营养健康咨询服务；仓储咨询服务；市场营销策划服务；企业形象策划服务；信息技术咨询服务；单位后勤管理服务（涉及许可经营的项目除外）；以服务外包方式从事职能管理服务和项目管理服务以及人	185.2500	18.53%

序号	姓名	对外投资企业名称	经营范围	认缴出资额 (万元)	持股比例
			力资源服务和管理；预包装食品批发		
7		湖南良师胜友企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	企业管理服务；企业管理咨询；企业形象策划服务；信息技术咨询服务；贸易咨询服务；数据资产咨询服务；商品信息咨询；企业营销策划；经济与商务咨询服务；企业财务咨询服务（不含金融、证券、期货咨询）；企业改制、IPO上市、新三板培育的咨询服务。（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）	1,860.0000	62.00%
8		上海佰仟万企业发展合伙企业（有限合伙）	一般项目：企业管理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；社会经济咨询服务；信息技术咨询服务；咨询策划服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；供应链管理；食用农产品批发；食用农产品零售；专业设计服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	277.5000	8.9806%
9		上海韬云企业发展合伙企业（有限合伙）	一般项目：企业管理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；社会经济咨询服务；信息技术咨询服务；咨询策划服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；广告设计、代理；互联网销售（除销售需要许可的商品）；城市绿化管理（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）。	427.4998	47.37%
10		海口喜恰投资合伙企业（有限合伙）	一般项目：以自有资金从事投资活动；自有资金投资的资产管理服务；创业投资（限投资未上市企业）（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	400.0000	30.7692%
11		海口众甫投资合伙企业（有限合伙）	一般项目：以自有资金从事投资活动；创业投资（限投资未上市企业）（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	392.4523	15.0769%
12		中品天地品牌咨询（北京）有限公司	经济信息咨询；市场调查；组织文化艺术交流活动。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	45.0000	90.00%
13	王汉武	中品天地品牌管理（上海）有限公司	品牌管理、咨询，企业管理咨询，商务信息咨询，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），会务会展服务，市场营销策划，企业形象策划，文化艺术交流策划。【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】	25.5000	51.00%

序号	姓名	对外投资企业名称	经营范围	认缴出资额 (万元)	持股比例
14		绿滴新能源投资 (北京)有限公司	项目投资；工程和技术研究与试验发展；技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；销售自行开发的产品；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件开发；软件开发；软件咨询；产品设计；模型设计；包装装潢设计；教育咨询（中介服务除外）；经济贸易咨询；文化咨询；体育咨询；公共关系服务；会议服务；投资咨询；工艺美术设计；电脑动画设计；投资管理；资产管理；企业策划；设计、制作、代理、发布广告；市场调查；企业管理咨询；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；文艺创作；承办展览展示活动；影视策划；翻译服务；餐饮管理；酒店管理。（1、不得以公开方式募集资金；2、不得公开交易证券类产品和金融衍生品；3、不得发放贷款；4、不得向所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。	50.0000	5.00%
15		联合教育产业服务 (深圳)有限公司	一般经营项目是：教育信息咨询；教育项目、教育科研项目、教育软件的技术研发；数字教育产品的技术开发、技术咨询；数字教育技术的开发、自有技术转让、技术咨询、技术服务；互联网教育、互联网大数据的技术开发；教育文化活动策划、文化艺术交流活动策划、会务策划；企业管理咨询；投资兴办实业（具体项目另行申报）；国内贸易（不含专营、专卖、专控商品）；经营进出口业务（以上法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营），许可经营项目是：教育培训	20.0000	20.00%
16	曹庸	广东惠尔泰生物科技有限公司	保健食品制造；保健食品批发（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）；保健食品零售（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）；预包装食品零售；预包装食品批发；食用植物油加工；饲料添加剂、添加剂预混合饲料生产；食品添加剂制造；食品科学技术研究服务；生物技术咨询、交流服务；健康科学项目研究、开发；生物技术开发服务；植物提取物原料的加工（不含许可经营项目，法律法规禁止经营的项目不得经营）；植物提取物原料的销售（不含许可经营项目，法律法规禁止经营的项目不得经营）；食品添加剂批发；食品添加剂零售；非食用植物油加工；销售本公司生产的产品（国家法律法规禁止	525.0000	52.50%

序号	姓名	对外投资企业名称	经营范围	认缴出资额 （万元）	持股比例
			经营的项目除外；涉及许可经营的产品需取得许可证后方可经营）；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；香精及香料零售；香精及香料批发；香料、香精制造		
17		广州绿萃生物科技有限公司	自然科学研究和试验发展；生物技术推广服务；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口；植物提取物原料的加工（不含许可经营项目，法律法规禁止经营的项目不得经营）；食品添加剂零售；通用机械设备零售；机械配件零售；化妆品及卫生用品零售；厨房用具及日用杂品零售；医疗用品及器材零售（不含药品及医疗器械）；日用家电设备零售；饲料添加剂零售；香精及香料零售；食品添加剂制造；固体饮料制造；预包装食品零售；非酒精饮料及茶叶零售；豆制品零售；酒类零售；中药饮片零售	20.0000	10.00%
18		广州生科数字投资合伙企业（有限合伙）	以自有资金从事投资活动	100.0000	25.00%
19	陈小龙	广州名道营销顾问有限公司	企业形象策划服务；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；会议及展览服务；策划创意服务；市场营销策划服务；商品信息咨询服务；企业管理咨询服务	0.5000	5.00%

。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

1、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬组成、确定依据及所履行的程序

发行人在 2020 年第一次临时股东大会上审议通过了《独立董事津贴制度》，除此向独立董事发放津贴外，发行人未就其他董事职位和监事职位发放薪酬、津贴。董事赵跃军、赵麟、赵麒⁵、李静和监事赵桂林、王刚因其在公司担任董事、监事外的职务而领取薪酬。

发行人高级管理人员和其他核心人员在发行人领取的薪酬由基本工资和绩效奖金

⁵ 赵麒在 2021 年 1 月仍在公司负责电商业务并据此领取薪酬，自 2021 年 2 月起，赵麒不再担任除公司董事外的其他职务，公司未再向其发放薪酬、津贴。

组成，其中，基本工资根据岗位要求、工作职责、工作经验、个人学历等综合因素确定，绩效奖金根据考核情况和公司经营情况确定。

发行人董事会下设薪酬与考核委员会，负责制定公司董事及其他高级管理人员的考核标准并进行考核，并制定公司董事及其他高级管理人员的薪酬政策与方案。薪酬与考核委员会提出的公司董事的薪酬政策、计划，须报经董事会同意后，提交股东大会审议通过后实施；公司高级管理人员的薪酬分配方案须报董事会批准。发行人向董事、监事、高级管理人员和其他核心人员发放薪酬的方案均按照《公司章程》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》等公司治理制度履行了相应的审议程序。

2、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年在公司及关联企业领取收入情况

公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员 2021 年度在公司及关联企业领取薪酬/津贴情况如下：

序号	姓名	现任公司职务	在公司领取薪酬/津贴（万元）	是否在关联企业领薪
1	赵跃军	董事长、总经理	70.00	否
2	赵麟	董事、副总经理	29.00	否
3	赵麒	董事	0.18	是，在德元楼领薪
4	李静	董事、财务总监	25.60	否
5	徐怡	董事	-	否
6	吴惠玲	董事	-	是，在长沙伍壹柒领薪
7	刘英	独立董事	3.00	否
8	曹庸	独立董事	7.20	是，在广东惠尔泰生物科技有限公司领取专家顾问费
9	王汉武	独立董事	7.20	是，在中品天地品牌咨询（北京）有限公司、中品天地品牌管理（上海）有限公司和上海鞠胜科技有限公司领薪
10	陈小龙	监事会主席	-	是，在网聚投资领薪
11	赵桂林	工程部总监、监事、其他核心人员	35.30	否
12	王刚	职工代表监事	32.32	否
13	苏健	副总经理、董事会秘书	38.07	否
14	湛江波	副总经理	37.60	否
15	文成刚	研发部经理、其他核心人员	15.00	否

序号	姓名	现任公司职务	在公司领取薪酬/津贴（万元）	是否在关联企业领薪
16	刘洪钧	品控部副总监、其他核心人员	20.00	否
17	朱翔	研发部副总监、其他核心人员	20.00	否

3、报告期内薪酬总额占各期发行人利润总额的比例

报告期内，公司的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬、津贴占利润总额的比例如下：

单位：万元

项目组	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
薪酬、津贴总额	138.45	340.47	307.22	296.24
利润总额	3,508.70	11,434.04	12,007.44	11,310.89
占利润总额的比例	3.95%	2.98%	2.56%	2.62%

4、公司对上述人员其他待遇和退休金计划

对于公司的高级管理人员及其他核心人员，公司按照国家和地方的有关规定，依法为其办理养老、医疗等社会保险和住房公积金，除以上薪酬、津贴和下述股权激励以外，公司的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未享受其他待遇或退休金计划。

十、发行人已经制定或实施的股权激励及相关安排

（一）发行人已经制定及实施的股权激励的基本情况

截至本招股说明书签署之日，发行人通过洪雅聚才作为持股平台实施了股权激励，激励对象为公司高级管理人员、技术骨干、优秀员工与公司顾问，并履行了相应的决策程序。

1、洪雅聚才的基本情况

洪雅聚才的基本情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东情况”。

2、股权激励的实施情况

(1) 第一期股权激励计划

2019年12月,发行人实施了第一期股权激励计划,激励对象均通过受让龚万芬所持洪雅聚才出资份额的方式成为洪雅聚才的合伙人⁶,具体情况如下:

序号	激励对象	激励份额数/洪雅聚才出资额(元)	授予价格(元/出资额)	取得激励份额时的任职情况	取得激励份额时的对外兼职情况
1	湛江波	300,000	5	副总经理、董事长助理	无
2	赵桂林	300,000	5	工程部总监、监事	无
3	李静	300,000	5	财务总监	无
4	刘洪钧	200,000	5	品控部副总监	无
5	方志珍	200,000	5	采购部经理	无
6	苏健	200,000	5	董事会秘书	担任四川铁通公铁物流股份有限公司董事
7	吴洪艳	200,000	5	综合部副总监	无
8	刘君贵	100,000	5	顾问	担任四川省川菜调料商会秘书长
9	邓飞	100,000	5	销售部总监	无
10	王刚	80,000	5	销售部副总监、职工代表监事	无
11	郭万平	80,000	5	销售部大区经理	无
12	李乔	80,000	5	销售部大区经理	无
13	吴祥	80,000	5	销售部大区经理	无
14	马瑞	80,000	5	销售部大区经理	无
15	宋运峰	60,000	5	销售部大区经理	无
16	文成刚	20,000	5	研发部经理	无
17	杨方利	20,000	5	研发部高级工程师	无
18	吴勇明	20,000	5	研发部应用经理	无
19	黄勇	20,000	5	销售部大用户经理	无
20	赵军	20,000	5	研发部应用主管	无
21	金院生	20,000	5	顾问	担任德元楼行政总厨
22	胡异	20,000	5	销售部社区事业部总监	无
23	李正远	20,000	5	销售部区域经理	无
24	何枷玲	20,000	5	销售部区域经理	无

⁶ 系于2020年1月完成工商变更登记手续。

序号	激励对象	激励份额数/洪雅聚才出资额（元）	授予价格（元/出资额）	取得激励份额时的任职情况	取得激励份额时的对外兼职情况
25	胥中江	20,000	5	销售部区域经理	无
26	郭鼎昊	20,000	5	销售部区域主管	无
27	李廷政	20,000	5	销售部区域主管	无
28	王超	20,000	5	销售部区域主管	无
29	刘俊良	20,000	5	研发部应用工程师	无
30	林琪峻	12,000	5	销售部区域主管	无
31	伍娟	10,000	5	销售部商超经理	无
32	唐受文	10,000	5	销售部区域主管	无
33	邱桂铃	10,000	5	销售部外贸事业部经理	无
34	唐聪	10,000	5	销售部区域主管	无

（2）第二期股权激励计划

2020 年 12 月，发行人实施了第二期股权激励计划，具体情况如下：

序号	激励对象	激励份额数/洪雅聚才出资额（元）	授予价格（元/出资额）	取得激励份额时的任职情况	取得激励份额时的对外兼职情况	新增/增持
1	李杰祥	500,000	6	成都分公司行政人事部经理	无	新增
2	黄凤祥	300,000	6	销售部零售事业部总监	无	新增
3	朱翔	200,000	6	研发部副总监	无	新增
4	王洪伟	200,000	6	市场企划部项目运营总监	无	新增
5	邓飞	184,000	6	销售部总监	无	增持
6	刘俊良	167,000	6	研发部应用工程师	无	增持
7	毛雨坤	150,000	6	研发部总监	无	新增
8	文达	100,000	6	销售部区域主管	无	新增
9	赵军	92,000	6	研发部应用经理	无	增持
10	杨国超	60,000	6	销售部大区经理	无	新增
11	范光华	50,000	6	销售部大区经理	无	新增
12	张海	50,000	6	销售部区域经理	无	新增
13	张宇茂	50,000	6	销售部区域经理	无	新增
14	殷燕霞	50,000	6	销售部电商运营总监	担任成都鼎实贸易有限责任公司执	新增

序号	激励对象	激励份额数/ 洪雅聚才出资额（元）	授予价格 （元/出资额）	取得激励份额时的任 职情况	取得激励份 额时的对外 兼职情况	新增/增持
					行董事兼总 经理	
15	王崇旭	50,000	6	工程部经理	无	新增
16	鲜芳	50,000	6	行政人事部经理	无	新增
17	宋运峰	40,000	6	销售部大区经理	无	增持
18	欧永福	30,000	6	生产部经理	无	新增
19	杨方利	30,000	6	研发部高级工程师	无	增持
20	李正远	30,000	6	销售部区域经理	无	增持
21	何枷玲	30,000	6	销售部区域经理	无	增持
22	胥中江	30,000	6	销售部区域经理	无	增持
23	郭鼎昊	30,000	6	销售部区域主管	无	增持
24	王超	30,000	6	销售部区域主管	无	增持
25	陈亮	25,000	6	销售部区域主管	无	新增
26	郭万平	20,000	6	销售部大区经理	无	增持
27	李乔	20,000	6	销售部大区经理	无	增持
28	吴祥	20,000	6	销售部大区经理	无	增持
29	马瑞	20,000	6	销售部大区经理	无	增持
30	苏健	10,000	6	副总经理、 董事会秘书	担任四川铁 通公铁物流 股份有限公 司董事	增持
31	伍娟	10,000	6	销售部商超经理	无	增持
32	唐受文	10,000	6	销售部区域主管	无	增持
33	唐聪	10,000	6	销售部区域主管	无	增持

（3）激励计划实施后的变动情况

2020 年，林琪峻、胡异和吴勇明因主动离职等原因解除了其与公司之间的劳动或聘用关系，根据《股权激励协议》退出了员工持股平台，赵麒为洪雅聚才执行事务合伙人指定的收购方，受让了胡异、林琪峻、吴勇明所持洪雅聚才的全部出资份额。

2021 年 8 月，激励对象郭鼎昊因家庭原因急需资金，经公司董事会同意后将所持部分出资份额（3 万元）以 18 万元的价格转让给董事会认可的新增激励对象凌杨。

2021 年 9 月，王洪伟因主动离职与公司解除劳动关系，丧失激励资格，实际控制

人龚万芬为执行事务合伙人指定的收购方，以 102 万元的价格受让王洪伟 17 万出资份额；王静作为董事会认可的新增激励对象，以 18 万元的价格受让了王洪伟所持洪雅聚才的 3 万元出资份额。陈亮及凌杨因个人原因，分别将 1 万元出资份额及 0.5 万元出资份额以 6 万元、3 万元的价格转让给执行事务合伙人指定的收购方龚万芬。

激励对象张宇茂曾代其亲友邓长江、江欢分别持有 1 万元出资份额，激励对象宋运峰和杨国超分别代持张宇茂 2 万元出资份额及 4 万元出资份额。截至本招股说明书签署之日，前述主体已分别解除并终止了前述代持关系，资金均已偿还完毕；其中，张宇茂还按照公司要求将其违规为外部第三方代持的 2 万元出资份额以 12 万元的价格转让给董事会认可的新增激励对象钟清。上述相关方已出具确认，确认前述代持关系及其解除不存在任何已经发生的、正在进行的或潜在的争议或纠纷。

2021 年 9 月 30 日，发行人召开第一届董事会第十二次会议，审议通过了《关于公司股权激励计划所涉激励人员及激励股权变动情况的议案》，发行人董事会已认可前述激励对象及激励股权的调整情况，并同意凌杨、王静、钟清为适格的激励对象，同意赵麒、龚万芬为指定的份额收购方。

2022 年 4 月-7 月期间，激励对象欧永福、毛雨坤、刘俊良、王静因主动离职等原因解除了其与公司之间的劳动关系，龚万芬作为洪雅聚才执行事务合伙人指定且经公司董事会认可的收购方，受让了欧永福、毛雨坤、刘俊良、王静所持洪雅聚才的全部出资份额。

2022 年 9 月 23 日，发行人召开第一届董事会第十七次会议，审议通过了《关于公司股权激励计划所涉激励人员及激励股权变动情况的议案》，发行人董事会已认可前述激励对象及激励股权的调整情况。

2022 年 10 月和 2023 年 1 月，激励对象文达因家庭原因急需资金、郭鼎昊因主动离职解除了其与公司之间的劳动关系，龚万芬作为洪雅聚才执行事务合伙人指定且经公司董事会认可的收购方，受让了文达、郭鼎昊所持洪雅聚才的全部出资份额。

2023 年 2 月 8 日，发行人召开第一届董事会第十九次会议，审议通过了《关于公司股权激励计划所涉激励人员及激励股权变动情况的议案》，发行人董事会已认可前述激励对象及激励股权的调整情况。

3、洪雅聚才的合伙人构成、出资情况

截至本招股说明书签署之日，洪雅聚才的合伙人构成、出资情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东情况”。

4、取得洪雅聚才合伙份额时的任职情况

截至本招股说明书签署之日，洪雅聚才合伙人取得合伙份额时在发行人的任职情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十、发行人已经制定或实施的股权激励及相关安排”之“2、股权激励的实施情况”。5、外部激励对象取得洪雅聚才合伙份额的情况

洪雅聚才的合伙人中，龚万芬和赵麒因设立洪雅聚才而取得合伙份额，该二人未参与股权激励；刘君贵和金院生在取得合伙份额时虽非发行人员工，但因其顾问身份而作为外部激励对象参与股权激励并取得洪雅聚才合伙份额。除赵麒、刘君贵及金院生外，洪雅聚才的其他合伙人均为发行人的员工，均系通过参与股权激励而取得合伙份额。

（1）外部激励对象入股背景

刘君贵系四川省川联川菜调料商会秘书长，其作为发行人特邀顾问参与么麻子 2019 年 12 月第一期股权激励。2019 年 12 月 28 日，发行人与刘君贵签署《顾问服务协议》，约定：“发行人授予持股平台（“洪雅聚才”）100,000 股，刘君贵以员工激励价格在规定的时间 2019 年 12 月 31 日前行权，发行人不再另行支付刘君贵固定的薪金报酬，刘君贵也不收取任何的其他费用。”

2019 年 12 月 30 日，刘君贵与龚万芬签署《洪雅聚才股权投资中心（有限合伙）出资份额转让协议》，同意龚万芬将其所持 10.00 万元出资份额以共计 50.00 万元的价格转让给刘君贵，入股价格为 5.00 元/股。

金院生在 2019 年 12 月作为公司厨务顾问参与了公司第一期股权激励，其当时系德元楼行政总厨，非发行人关联方。2019 年 11 月 11 日，发行人与金院生签署《顾问服务协议》，约定双方拟于 2019 年 12 月签署《股权激励协议》，据以约定金院生通过受让公司股权激励持股平台洪雅聚才股权投资中心（有限合伙）（“洪雅聚才”）份额的方式成为洪雅聚才的合伙人，并通过洪雅聚才间接持有么麻子 2 万股股份。双方确认，金院生在约定服务期限内担任公司特聘顾问并向公司提供顾问服务系金院生依照前述

条件获得并持续拥有前述激励股权的对价，据此公司无需就金院生在服务期限内提供的顾问服务再另行向金院生支付服务报酬，金院生也不收取任何其他费用。金院生具有多年的烹调经验，擅长制作藤椒口味等川味菜品，对消费者口味有独到的见解，其为发行人提供品牌推介、产品推广、业务拓展及展览展示等服务，因此发行人激励金院生具有必要性，发行人未对其服务形成依赖，此次股权激励不会对发行人独立性产生影响。

2019年12月30日，金院生与龚万芬签署《出资份额转让协议》，同意龚万芬将其所持2.00万元出资份额以共计10.00万元的价格转让给金院生，入股价格为5.00元/股。

2022年10月，金院生与公司签订《劳动合同书》，成为公司正式员工。

（2）是否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

刘君贵、金院生均不属于法律法规明确禁止持有发行人股份的主体，且均系以合法的自有或自筹资金出资参与股权激励，不存在委托持股、委托出资、信托持股、股权代持等任何代他人间接持股的情形或其他任何协议安排、利益安排。

（3）外部激励对象的基本情况

刘君贵，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为5110281950*****，住所为四川省郫县。

金院生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为5111271974*****，住所为四川省洪雅县。

5、股份锁定期安排

根据洪雅聚才出具的《关于所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺函》，其承诺：

“1、自发行人上市之日起12个月内，不转让或者委托他人管理本单位直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不提议由发行人回购本单位持有的该部分股份。

2、本单位在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（若公司股票有派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项的，发行价将进行除权、除息调整）。

3、如相关法律法规及规范性文件或中国证券监督管理委员会、深交所等证券监管机构对股份锁定期有其他要求，本单位同意对所持公司股份的锁定期进行相应调整。

本单位同意承担并赔偿因违反上述承诺而给公司造成的相关损失、损害和开支。”

6、对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响

发行人实施的上述股权激励旨在鼓励且激发公司管理人员、核心人员及骨干的积极性，既实现了公司利益和员工利益的一体化，又间接地提升了员工在公司经营和治理过程中的参与度，提高了公司的经营效率。

发行人实施的上述股权激励不会对公司的经营状况、财务状况、控制权产生重大不利影响。

（二）发行人已经制定、上市后实施的股权激励的基本情况

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在已经制定、上市后实施的股权激励计划。

十一、发行人员工情况

（一）员工人数情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司共有员工 375 人。报告期内，公司员工人数变化情况如下：

时间	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
员工人数（人）	375	362	288	245

（二）员工专业结构

截至 2022 年 6 月 30 日，公司员工按专业结构划分情况如下：

专业	职工人数（人）	占员工总数比例（%）
生产人员	168	44.80
销售人员	105	28.00
技术人员	51	13.60
行政管理人员	51	13.60
合计	375	100.00

（三）发行人执行社会保障制度、住房公积金管理制度的情况

1、发行人员工办理社会保险和住房公积金的人数、未缴纳的员工人数及原因

公司实行劳动合同制，与员工按照《中华人民共和国劳动合同法》的有关规定签署劳动合同，为员工提供必要的社会保障措施。公司已按照相关的法律规范，结合自身的实际情况，为员工办理和缴纳养老保险、医疗保险、生育保险、工伤保险、失业保险和住房公积金。

报告期各期末，发行人社会保险和住房公积金缴纳的具体情况如下：

年份	项目	已缴纳人数 (人)	正式员工人 数(人)	缴纳比例 (%)	未缴纳原因	人数(人)
2019年12月31日	社会保险	208	245	84.90	退休返聘	15
					新入职	18
					自愿放弃	4
	住房公积金	208	245	84.90	退休返聘	15
					新入职	18
					自愿放弃	4
2020年12月31日	社会保险	257	288	89.24	退休返聘	19
					新入职	9
					自愿放弃	3
	住房公积金	255	288	88.54	退休返聘	19
					新入职	10
					自愿放弃	4
2021年12月31日	社会保险	322	362	88.95	退休返聘	22
					新入职	16
					自愿放弃	2
	住房公积金	322	362	88.95	退休返聘	22
					新入职	16
					自愿放弃	2
2022年6月30日	社会保险	333	375	88.80	退休返聘	21
					新入职	19
					自愿放弃	2 ⁷

⁷ 根据发行人员工提供的说明，发行人1名员工系于2022年4月1日入职，因在其入职前洪雅县退役军人事务局已为其缴纳了2022年1至12月的医疗保险费（灵活就业人员基本医疗保险），故发行人在2022年无法为其缴纳医疗保险，但发行人已为其缴纳其他社会保险和住房公积金。

年份	项目	已缴纳人数 (人)	正式员工人 数(人)	缴纳比例 (%)	未缴纳原因	人数(人)
	住房公积金	334	375	89.07	退休返聘	21
					新入职	19
					自愿放弃	1

如上表所示，报告期内，除部分员工因新入职、退休返聘和自愿放弃等原因未办理社会保险和住房公积金以外，发行人及其子公司已为其余员工缴纳社会保险和住房公积金。就新入职的员工，发行人均从其试用期转正或其入职次月后为其缴纳社会保险与住房公积金；自愿放弃缴纳社会保险的员工签署了《关于自愿放弃缴纳社会保险及住房公积金之声明书》；退休返聘人员无需购买社会保险与住房公积金。此外，发行人存在未按照实发工资作为基数为员工缴纳社会保险及住房公积金的情形。

2、足额缴纳社会保险和住房公积金对经营业绩的影响

基于前述发行人存在未为部分员工缴纳社会保险、住房公积金，以及未按照实发工资作为基数为员工缴纳社会保险及住房公积金的情形，发行人按照全体员工及员工实发工资作为缴费基数标准进行模拟测算，发行人报告期内社会保险、住房公积金未足额缴纳的金额及对净利润的影响如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
社保未足额缴纳金额	153.31	267.44	45.418	164.63
公积金未足额缴纳金额	35.36	53.45	83.79	44.15
社保、公积金未足额缴纳金额合计	188.67	320.90	129.21	208.78
发行人各期末净利润	2,971.85	9,789.66	10,205.30	9,599.82
未缴金额占当期净利润比例	6.35%	3.28%	1.27%	2.17%

3、相关风险和应对方案

根据《社会保险法》第六十三条和《住房公积金管理条例》第三十八条的规定，发行人未足额缴纳社会保险费或逾期不缴、少缴住房公积金的，由社会保险费征收机构、住房公积金管理中心可责令其限期缴纳或者补足。

针对上述情况，发行人及其子公司所在地的社保及住房公积金管理部门，已出具《证

明》，确认自 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日期间，发行人及其子公司无涉及违反劳动、社会保障及住房公积金相关法律、法规而遭受行政处罚的记录。

此外，公司控股股东赵跃军、实际控制人赵跃军、龚万芬、赵麒、赵麟已出具书面承诺：“如果公司及/或其子公司被要求为其员工补缴或被追偿上市之前未足额缴纳的基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、生育保险、工伤保险和住房公积金（以下统称“五险一金”），或因“五险一金”缴纳问题受到有关政府部门的处罚，本人将全额承担应补缴或被追偿的金额、承担滞纳金和罚款等相关费用，保证公司及/或其子公司不会因此遭受损失。本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给公司造成的一切损失、损害和开支。”

综上，虽然报告期内发行人存在未为部分员工缴纳社会保险、住房公积金，以及未按照实发工资作为基数为员工缴纳社会保险及住房公积金的情形，但发行人已采取措施，取得了社保及住房公积金管理部门的合规证明，以及控股股东、实际控制人的兜底承诺。发行人报告期内亦未因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到处罚，因此，前述风险对公司持续经营造成的影响较小，未构成重大违法行为，不会构成本次发行上市的实质性法律障碍。

（四）劳务派遣、劳务外包及临时用工情况

1、劳务派遣

报告期内，发行人不存在劳务派遣用工情况。

2、劳务外包

（1）报告期内劳务外包情况

2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月期间，发行人将相关原料上料、拣选、生榨、分离、閤制以及种植藤椒等工作任务外包给四川天朗人力资源管理服务有限公司（以下简称为“外包服务公司”），外包服务公司为发行人提供临时性、季节性劳务用工（以下简称为“劳务人员”），发行人向外包公司支付劳务报酬。

为发行人提供业务外包服务的公司基本情况如下：

公司名称	四川天朗人力资源管理服务有限公司
成立时间	2009年12月29日

统一社会信用代码	91511423MA62J2WD94		
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
注册资本	609.00万元		
法定代表人	张梦玉		
注册地址	四川省眉山市洪雅县洪川镇广场南路二段2号		
经营范围	许可项目：劳务派遣服务；第二类增值电信业务；建筑劳务分包；职业中介活动（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：家政服务；互联网销售（除销售需要许可的商品）；物业管理；体验式拓展活动及策划；园林绿化工程施工（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）		
股权结构	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
	张梦玉	426.30	70.00
	徐红	182.70	30.00
	合计	609.00	100.00

为发行人提供外包服务的劳务公司的经营合法合规，不存在专门或主要为发行人服务的情形，与发行人不存在关联关系。报告期内，发行人与劳务公司保持固定的合作关系，劳务公司未发生变动。

报告期内，发行人劳务人员数量及外包具体内容如下：

年度	劳务人员数量	劳务外包具体内容		
		数量 ⁸	岗位	具体内容
2019年	417	175	生产环节	①预处理：将筛选后的椒壳、椒籽、椒杆进行打包称重，放在指定区域，以及根据工艺要求对雅笋进行平头、切片 ②转运：原材料和包装材料在车间和设备之间的转运 ③脱油：将椒壳放置离心机内进行脱油
		4	后勤	负责清理打扫车间、食堂的环境卫生和帮工
		242	藤椒基地	采摘藤椒、除草、修枝、施肥、打药、除草、修枝等
2020年	260	143	生产环节	①预处理：将筛选后的椒壳、椒籽、椒杆进行打包称重，放在指定区域，通过三级筛选剔除藤椒枝杆，以及根据工艺要求对雅笋进行平头、切片将鲜椒从货车上卸载至保鲜库房 ②转运：原材料、半成品和包装材料在车间和设备之间的转运 ③装箱：将半成品进行套外袋装箱 ④公司食堂帮厨
		12	后勤	负责清理打扫车间、食堂的环境卫生和帮工

⁸ 数量相加结果大于左列劳务人员数量的原因系存在部分劳务人员从事多个劳务外包岗位的情况。

年度	劳务人员数量	劳务外包具体内容		
		数量 ⁸	岗位	具体内容
		107	藤椒基地	采摘藤椒、除草、修枝、施肥、打药、除草、修枝等
2021年	263	163	生产环节	①预处理：将筛选后的椒壳、椒籽、椒杆进行打包称重，放在指定区域，通过三级筛选剔除藤椒枝杆，以及根据工艺要求对雅笋进行平头、切片将鲜椒从货车上卸载至保鲜库房 ②转运：原材料、半成品和包装材料在车间和设备之间的转运 ③装箱：将半成品进行套外袋装箱 ④榨油：将椒壳通过榨机进行藤椒油榨取 ⑤公司食堂帮厨
		24	后勤	负责清理打扫车间、食堂的环境卫生和帮工
		96	藤椒基地	采摘藤椒、除草、修枝、施肥、打药、除草、修枝等
2022年1-6月	125	108	生产环节	①预处理：将筛选后的椒壳、椒籽、椒杆进行打包称重，放在指定区域，通过三级筛选剔除藤椒枝杆，以及根据工艺要求对雅笋进行平头、切片将鲜椒从货车上卸载至保鲜库房 ②转运：原材料、半成品和包装材料在车间和设备之间的转运 ③装箱：将半成品进行套外袋装箱 ④榨油：将椒壳通过榨机进行藤椒油榨取 ⑤公司食堂帮厨
		17	藤椒基地	采摘藤椒、除草、修枝、施肥、打药、除草、修枝等

如上表所示，发行人劳务外包人员所提供的服务主要包括预处理、转运、装箱、清洁、种植藤椒等，其所在岗位属于发行人生产经营活动过程中的辅助性岗位，不涉及发行人生产经营核心工艺，劳务人员仅参与发行人生产经营过程中的部分岗位，所提供的劳务均为重复性劳动，可替代性较高，未涉及外包服务公司向发行人交付产品。因藤椒采摘和藤椒油生产具有明显的季节性特征（主要集中在每年 6-8 月），所以，发行人在藤椒基础油集中生产期对临时劳务外包人员的需求较大。

（2）报告期内的劳务费用情况

报告期内发行人劳务外包费用金额占当期营业成本比例情况如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
营业成本（元）	128,424,708.63	293,483,724.54	204,848,412.12	255,531,753.31
劳务费用（元，含税）	177,675.71	1,122,657.05	1,521,055.82	1,560,481.86
占比（%）	0.14	0.38	0.74	0.61

报告期内，发行人劳务费用系按照市场行情定价，不存在跨期核算情形，劳务费用变动情况与发行人经营业绩相匹配。

（3）劳务外包公司的责任划分符合食品生产管理规定

根据发行人与外包服务公司的签订的《劳务外包合同》，外包服务公司应按时并保质保量的完成发行人安排的劳务任务，如外包服务公司在提供劳务过程中因故意或过失给发行人造成损失的，发行人有权解除合同并要求外包服务公司赔偿实际损失；外包服务公司或外包服务公司提供的劳务人员在履行发行人安排的劳务任务期间，因故意或过失导致对任何第三方的侵权责任，均由外包服务公司自行承担，发行人对此不承担任何责任。

发行人劳务外包以及前述责任划分安排不存在违反食品生产管理规定的行为，符合食品生产管理规定。此外，经公开检索，在食品类上市公司中，天味食品（603317）、洽洽食品（002557）、三全食品（002216）、祖名股份（003030）等公司亦采用了劳务外包方式作为正常生产的有益补充。

3、临时用工

公司各报告期末无临时用工。

（1）发行人临时用工的情形不属于劳务派遣

发行人因藤椒油腌制工艺环节辅助用工等季节性用工需求较大，2018 年存在临时用工的情形。发行人在聘用临时用工时，直接与临时用工人员根据《中华人民共和国劳动法》签订了《临时工劳动合同》，用工期结束后发行人直接向临时用工人员支付报酬。在发行人的临时用工过程中，没有劳务派遣单位参与，所以，发行人的临时工用工性质属于劳动关系，而不属于劳务派遣。

（2）发行人临时用工情形不存在被劳动主管部门处罚的风险

由于临时用工期限较短，发行人没有为临时用工人员缴纳社会保险和住房公积金，但发行人已及时针对上述问题进行了整改并对用工方案进行了针对性调整：通过与具备资质的劳务外包公司签署劳务外包协议方式解决季节性用工。截至本招股说明书签署之日，公司已不存在临时用工情况。

发行人所在地的洪雅县人力资源和社会保障局于 2021 年 7 月、2022 年 1 月及 2022 年 7 月出具证明文件，确认发行人自 2019 年 1 月 1 日起至 2022 年 6 月 30 日止，发行人能够自觉遵守国家及地方关于劳动用工方面法律、法规和规范性文件的规定，依法聘用员工，与员工签订劳动合同，不存在违反国家及地方劳动用工方面法律、法规及规范性文件的情形，亦不存在因违反前述规定而受到劳动监察部门行政处罚的情形。

公司控股股东赵跃军、实际控制人赵跃军、龚万芬、赵麒、赵麟已就公司报告期内临时用工问题向本公司出具承诺：“如果公司及/或其子公司因本次发行上市前临时用工事宜而产生任何补偿、第三方索赔或赔偿责任，或被有关主管部门处罚的，本人将自愿承担全部经济责任，补偿发行人因此遭受的经济损失”。

第五节 业务与技术

一、发行人的主营业务、主要产品及设立以来变化情况

（一）发行人主营业务基本情况

公司秉承“给世界添一份椒香”的使命，以建设中国一流的藤椒产业为己任，自设立以来一直从事麻系味型特色调味食品的研发、生产和销售，已经初步形成了以藤椒调味油为主导、椒麻味型复合调味料和地方特产食品为特色的产品矩阵。公司拥有行业领先的“闷制+鲜榨+超临界萃取”藤椒油制作工艺，通过探索完善的供应链体系、多元的销售渠道和服务网络，致力于成为中国最具代表性的麻系调味品生产企业，为食品工业、餐饮企业和家庭消费者提供绿色、安全、美味的高品质产品。

公司是国内藤椒油相关调味品类的开拓者，是国内最大的藤椒油及椒麻味型复合调味品生产厂商之一。公司生产的核心产品“么麻子”牌藤椒油是该品类全国市场占有率领先的头部品牌产品，于 2004 年被国家农业部认证为第一批无公害农产品，并于 2006 年获得中国绿色食品认证。公司独立研发的藤椒油制备方法于 2009 年获得国家发明专利，进一步确立了“么麻子”牌藤椒油的工艺壁垒和品牌优势。自品牌创立以来，“么麻子”牌藤椒油在各地市场抽检合格率均为 100%，畅销全国并出口美国、加拿大、新加坡、日本等十多个国家和地区。

公司坚持通过产品创新、技术创新增强核心竞争力。公司在眉山、成都均设立了研发中心，积极培养和引进专业人才，提高自主创新能力。此外，公司通过产学研结合的方式，与四川农业大学、华南农业大学等科研院校合作，对生产设备和生产工艺进行优化升级。在工业数字化的时代潮流下，公司积极引进高端设备与技术，把高端药用分离系统、超临界萃取技术应用于生产，通过自动化、控制化的工艺提高工作效率和降低运营成本。

公司坚持“绿色生产，精益智造”的产业化发展理念，通过了 ISO9001 国际质量管理体系、ISO22000 食品安全管理体系认证与 HACCP 危害分析与关键控制点体系认证。自成立以来，公司坚持提供高标准、高品质藤椒风味产品，先后被授予“农业产业化省级重点龙头企业”、“川调行业创新发展领军企业”、“四川省企业技术中心”等

20 余项荣誉称号。“么麻子”牌藤椒油凭借独特的风味，连续多年被列入地方特色产品推荐目录，先后获得“四川省优质品牌农产品”、“四川省著名商标”以及“四川名牌食品”等多项荣誉称号。

报告期内，公司主营业务收入的构成情况如下：

单位：万元

产品分类	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
调味油	16,913.83	93.37%	42,913.88	95.02%	32,955.05	96.50%	38,412.36	96.37%
复合调味料	867.23	4.79%	1,358.88	3.01%	402.31	1.18%	349.41	0.88%
蔬菜制品	314.00	1.73%	792.46	1.75%	673.93	1.97%	720.30	1.81%
休闲食品	20.61	0.11%	96.99	0.21%	119.46	0.35%	375.44	0.94%
合计	18,115.67	100.00%	45,162.21	100.00%	34,150.75	100.00%	39,857.51	100.00%

（二）发行人主要产品基本情况

公司自设立以来一直专注于麻系味型特色调味品的研发、生产和销售，生产的主要产品可以分为调味油、复合调味料、蔬菜制品、休闲食品四个系列，其中蔬菜制品及休闲食品以地方特产食品为主，具体情况如下：

1、调味油

调味油系列产品主要包括藤椒油、花椒油、木姜油、熟香菜籽油四个系列，同时公司还少量生产红油、麻椒油等调味油产品。

藤椒油是公司产品矩阵中的核心产品。公司生产的藤椒油采用先进的制作工艺，以川渝地区优质鲜藤椒、非转基因菜籽榨取油为原料，将传统闷制工艺制成的闷制藤椒基础油、CO₂超临界萃取工艺制成的萃取藤椒基础油、鲜榨工艺制成的鲜榨藤椒基础油按照一定比例进行混合调配，最终形成兼具“清、香、鲜、麻”四种风味的藤椒油成品。区别于花椒油单一的“麻香”特征，藤椒油“清、香、鲜、麻”的特色风味广受市场欢迎和用户喜爱。近年来，用藤椒油制备的各类藤椒风味菜肴和藤椒风味食品兴起，为消费者带来全新的体验。藤椒油的使用场景越来越多元，在餐饮、家庭烹饪中应用广泛，可直接用于制作凉菜、拌面和蘸碟等，也可在烧菜、炒菜起锅后放入为菜品增添风味，藤椒味型已经逐渐成为一种快速发展的基础味型。

花椒油、木姜油、熟香菜籽油是公司调味油系列的主力产品。其中，花椒油以优质鲜红花椒为原料，使用閤制和超临界萃取技术调制而成，有效保存了红花椒特有的浓郁麻香，长期以来主要应用于麻辣味型的食品加工和菜肴烹饪。木姜油又名山胡椒油，使用传统浸取工艺调制而成，拥有姜香和柠檬香完美融合的独特口感，具有去腥除膻、提味增鲜的作效，主要应用于特色菜肴的复合调味。熟香菜籽油使用低温熟化技术，更好地保留了菜籽油中的营养成分，能够减少厨房炼油的步骤，提高餐饮行业的出菜效率。

报告期内，公司调味油系列的主要产品概况如下：

产品名称	产品图片	产品特点	产品规格
藤椒油		藤椒油用于各类川式菜品的调味，增添“清、香、鲜、麻”的独特风味。么麻子藤椒油以川渝当地特色藤椒及非转基因菜籽榨取油为主要原料，采用传统閤制、常温鲜榨、CO ₂ 超临界萃取三重工艺，完好保留藤椒营养成分不流失的同时，更好地突出藤椒油清香鲜麻的香浓气息。	45ml / 80ml / 110ml / 180ml / 210ml / 250ml / 400ml / 500ml / 1.8L / 2L / 2.5L / 4L / 5L / 18L / 20L
花椒油		花椒油色泽纯正，用于各类川式菜品的调味，增添麻香。么麻子花椒油采用非转基因菜籽榨取油与花椒，使用物理压榨提取技术配合冷法调配精制而成，有效地保持了花椒特有的麻香气和麻香味，麻香四溢，麻味绵长。	45ml / 80ml / 110ml, 180ml / 210ml / 250ml / 380ml / 400ml / 1.8L / 2.5L / 5L / 20L
木姜油		木姜油用于各类菜品的调味，增添独特的姜香和柠檬香。么麻子木姜油以野生山胡椒为原料，用物理压榨法提取，有一种特殊的果香味，有增香、提味、去腥等功效。	45ml / 80ml / 110ml, 210ml / 250ml / 2.5L / 5L / 20L
熟香菜籽油		熟香菜籽油用于各类菜品的基础烹饪，熟香菜油相比生菜油可以节约厨师烹饪时间。么麻子熟香菜籽油采用浓香型非转基因纯压榨菜籽油，经过低温熟化技术，更好地保留菜籽油中的营养成分，口味醇正，且省去繁多的炼油步骤，降低厨房炼油的危险系数，提高出菜效率。	280ml / 780ml / 2L / 4L / 5L / 20L

2、复合调味料

复合调味料是公司计划重点发展的业务领域，公司围绕麻系复合调味品的核心产品

定位，持续研发符合餐饮市场、食品工业和家庭消费者需求的产品。复合调味料产品主要分为半固态调味料和液态调味料，报告期内的代表产品包括金麻子料哆哆大酱、藤椒肘子大酱、藤椒糊辣汁、钵钵鸡鸡汁等，可以有效提升餐饮连锁企业的菜品创新和标准化水平。除以上复合调味料产品外，公司在深耕川菜调味料多年的基础上，积极迎合川菜发展和方便速食的时代趋势，在 2021 年以来相继推出了么麻子汤锅系列、拌侣系列、小龙虾调味料系列、火锅底料系列、定制产品系列等复合调味料，让家庭消费者和餐饮企业能够轻松烹饪出美味菜肴。

半固态调味料方面，公司生产的金麻子料哆哆大酱选用十余种优质川味泡菜原料，按小煎、小炒的川菜烹饪手法炒制后混合制酱，既保留了原有食材的味道，又使多种食材相互融合，形成麻辣鲜香、醇厚味浓的特色。公司生产的藤椒肘子大酱是专为制作四川眉山名菜“东坡肘子”调制的酱料，在保留咸甜特色之余，加入藤椒油以增色添香，使烹饪出的肘子肥而不腻、汁浓味厚。此外，公司还具有么麻子汤锅系列、小龙虾调味料系列、火锅底料系列、泰式酸辣调味料、油泼辣子、雅笋酱、烧椒酱、干拌料、火锅炒菜底料等半固态复合调味料产品。

液态调味料方面，公司生产的藤椒糊辣汁混合了“糊辣”、“糖醋”和“藤椒”三种川菜味型，可直接淋入各类新鲜蔬菜、鱼虾、肉类，食材在搅拌均匀后即可食用，做法简便快捷，味道独特香醇。公司生产的钵钵鸡鸡汁使用密闭熬制工艺，具有藤椒清汤、藤椒红汤、木香清汤、木香红汤四种口味，在降低制作菜品难度的同时保留洪雅当地特色，一汁成菜，方便快捷。此外，公司还具有拌侣系列、藤椒捞汁、红油系列、百搭拌料汁等液态复合调味料产品。

报告期内，公司复合调味料系列的主要产品概况如下：

产品名称	产品图片	产品特点	产品规格
金麻子料哆哆大酱		金麻子藤椒大酱选用十余种优质川味泡菜原料，按川菜小煎小炒烹饪手法单独炒制后再混合制酱，具有风味独特、麻辣鲜香、滋味互补、醇厚味浓等特点，用于提升烧菜、炒菜的风味，也可直接用于制作烤鱼、干锅、火锅、蘸料。	70g / 300g / 500g（定制） / 1.75kg / 2.5kg / 19kg / 20kg

产品名称	产品图片	产品特点	产品规格
藤椒肘子大酱		么麻子藤椒肘子大酱咸中有甜，具有双椒味香，用于制作东坡肘子。	250g / 1.75kg
藤椒糊辣汁		么麻子藤椒糊辣汁采用地道原料，使用传统技法，使清香诱人、糊辣浓郁、酸甜咸香的三重风味融合，用于增加拌菜、沙拉的风味。	300g / 2.5kg
钵钵鸡鸡汁		么麻子钵钵鸡鸡汁结合多种香辛料及新鲜食材慢火熬炖，再添加么麻子藤椒油调制而成。该产品汤汁浓郁，奇香扑鼻，麻香爽口，简单易操作，用于制作钵钵鸡。	160g / 380g / 500g
么麻子汤锅		么麻子汤锅酱料选用多种地道四川泡菜，同时使用动植物油脂混合提香，通过将多种优质川味原料按川菜小煎小炒之烹饪手法单独炒制后再混合制酱，使每一种食材在保留自有的味道的时候同时相互融合，形成风味独特、麻辣鲜香、滋味醇厚的特色。	200g / 280g
拌侣系列		么麻子拌侣系列产品分为面条拌侣、凉菜拌侣、河鲜拌侣、火锅拌侣四个系列，分别用于面食佐料、凉菜拌制、河鲜烹调、火锅蘸碟，使菜品具有清爽味醇、汁浓味厚的特点。	180ml
藤椒捞汁		么麻子藤椒捞汁是融合当下流行风味制作的新型复合调味汁，具有酸甜可口、好吃不腻、操作简单等特点，主要用来制作各类凉菜，也可用作火锅店自助调味汁，尤其适合烹调小海鲜。	1.2kg

产品名称	产品图片	产品特点	产品规格
红油系列		么麻子红油系列产品分为藤椒红油、香辣红油两个系列。藤椒红油甄选优质子弹头、二荆条等辣椒品种，经非转基因菜籽榨取油炼制，融合地道么麻子藤椒油，使调味食物椒香麻辣、芳香馥郁。香辣红油是川味凉拌菜中的经典调料，由么麻子坚持传统制油法和原生食材味的理念精心研制，具有麻辣鲜香、味道醇厚的特点，使调味食物色泽红亮、香气扑鼻。红油系列产品主要应用于拌菜、面食、凉卤食品和蘸料。	180ml / 480ml / 1.8L
小龙虾调味料系列		么麻子小龙虾调味料系列分为麻辣小龙虾调味料和十三香小龙虾调味料两个产品。产品甄选地道四川豆瓣和优质藤椒油，辅以多种香辛料及辣椒、花椒等匠心制作而成，主要用于烹饪小龙虾。	200g
火锅底料系列		么麻子火锅底料系列产品分为藤椒清汤火锅底料、藤椒红汤火锅底料、泰式火锅底料三个风味产品。藤椒火锅底料甄选定鲜榨藤椒油和纯正牛油，融合多种辣椒及植物香辛料，经过精心炒制加工而成。该产品适用于制作火锅，亦可用于冒菜、干锅、毛血旺等菜肴的烹饪。	500g
油泼辣子		么麻子油泼辣子甄选多种优质辣椒和香辛料炼制而成。经该产品调制的菜品，油亮红润，辣而不燥，川味十足。该产品适用于制作红油鸡片、麻辣牛肉、面条、饺子等菜品。	248g
泰式酸辣调味料		么麻子泰式酸辣调味料甄选多种优质食材，一料多用，风味独特，酸辣可口，使用便捷，适用于制作酸辣鱼、酸辣鸡、酸辣牛肉、酸辣海鲜等菜品。	300g

产品名称	产品图片	产品特点	产品规格
雅笋酱系列		么麻子雅笋酱系列包含雅笋酱、鸡肉雅笋酱、青椒雅笋酱三个产品。该产品甄选瓦屋山有机竹笋为主要原料，辅以优质菜籽油和藤椒油精心制作而成，麻香入味，清脆爽口，开罐即食，可用于佐餐、拌饭、拌面等。	248g
小龙虾泡汁		么麻子小龙虾泡汁甄选地道原料，经传统技法调配，将川菜味型中的糊辣风味、糖醋风味与藤椒风味完美融合，颠覆了传统小龙虾的烹饪手法，适用于制作泡小龙虾，亦可用于拌凉菜	1.08L
定制复合调味料产品		么麻子定制复合调味料产品包括藤椒鸡调料、口水鸡调料、清油火锅底料、香辣红油等产品，主要应用于餐饮渠道，为客户产品加工提供味型支持	定制规格
藤椒烧椒酱		藤椒烧椒酱通过传统工艺烧出辣椒虎皮花纹，产品入口具有浓郁椒香，适用于拌面、拌饭、拌菜、夹面点等	248g
藤椒青椒酱		藤椒青椒酱甄选高品质青椒，辅以菜籽油和藤椒油制作而成，麻香入味，荤素百搭，适用于炒菜、烧菜、焖煮、调味	500g / 800g
香辣干拌料		香辣干拌料由优质辣椒和天然香辛料炒制而成，香辣味浓，适用于凉菜、拌面、拌饭、蘸料调味等	800g
火锅炒菜浓缩底料		火锅炒菜浓缩底料甄选优质香辛料，辅以纯正牛油及地道鲜藤椒炒制而成，椒香浓郁，麻味十足，适用于火锅、干锅、串串、炒菜、烧菜、面食等	150g / 300g
百搭拌料汁		百搭拌料汁结合多种香辛料及食材慢火熬炖，并添加了藤椒油进行调制，汤汁浓郁，麻香爽口，配备独立料包	200g / 398g

3、蔬菜制品

蔬菜制品主要为清水雅笋。清水雅笋以竹笋为主要原料，其选用的竹笋产自大熊猫栖息地之一的四川省洪雅县瓦屋山地区，竹笋采区是位于海拔 1,400-2,000 米的竹林。公司选用的竹笋在采挖之后就地去壳，只保留柔嫩可口的笋尖部分，快速烟熏制成干笋进行储存，后续再进行恒温泡发，确保竹笋纤维稳定和口感清爽，最大程度保留了雅笋的原汁原味。公司生产的清水雅笋肉质鲜嫩，口感爽脆，富含多种维生素和氨基酸，已获得“产品+基地”双有机认证。

报告期内，公司蔬菜制品系列的主要产品概况如下：

产品名称	产品图片	产品特点	产品规格
清水雅笋		么麻子清水雅笋采自瓦屋山地区所产野生竹笋，口感爽脆，免煮免泡。产品开袋后经沸水漂洗即可食用，可用于制作烧菜、炒菜、凉菜、汤羹等。	260g / 300g

4、休闲食品

休闲方便食品主要为钵钵鸡。公司生产的钵钵鸡采用优质鸡肉作为主要原料，在鸡肉的基础上添加有机干笋，并加以各种植物香辛料炒制而成。公司生产的一系列休闲方便食品顺应了中国食品行业发展的趋势，是可用于居家小宴、外出旅游、工作加餐、赠送亲朋的理想食品。

报告期内，公司休闲食品系列的主要产品概况如下：

产品名称	产品图片	产品特点	产品规格
钵钵鸡		么麻子钵钵鸡具有藤椒、香辣、五香等系列，产品采用优质鸡肉，经传统工艺方式炒制而成。产品开袋即食，方便快捷。	64g / 96g

报告期前期，除生产、销售上述四个系列的产品之外，公司为更好地推广藤椒味型菜品和传播藤椒美食文化，还通过子公司洪雅县德元楼餐饮有限公司从事餐饮业务。

2019年11月，公司为专注于以藤椒调味品为核心的主营业务发展，将持有的洪雅县德元楼餐饮有限公司全部股权转让给股东赵麒，不再从事餐饮经营业务。

（三）发行人主要经营模式

报告期内，公司的主要经营模式基本保持稳定，预期未来经营模式亦不会出现重大变化。公司各项经营模式的具体情况如下：

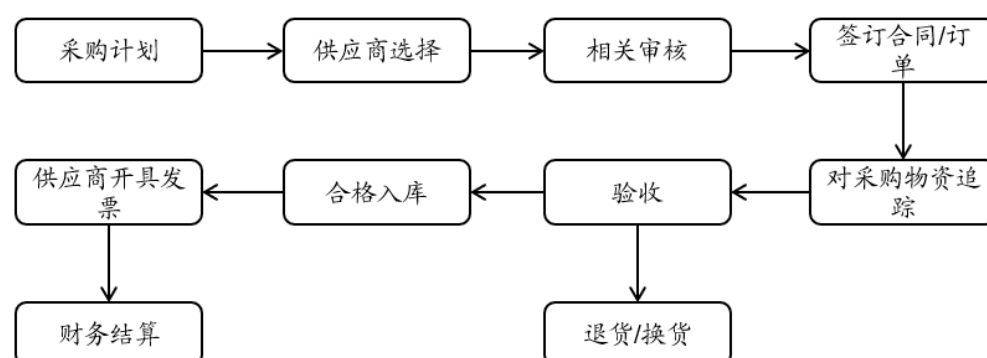
1、采购模式

为与销售、生产等环节的经营需求相结合，公司坚持以市场为导向，主要采取“以销定产、以产定采”的采购模式。销售部门提供销售数据和销售计划，生产部门据此制定生产计划，供应部门根据生产计划及原材料库存情况、安全库存量和经济采购量等因素制定采购计划，进行原辅材料的采购。公司为规范采购各业务环节，制订了《采购计划管理》、《采购预算管理》、《采购实施管理》、《采购验收管理》、《供应商准入管理》、《供应商退出管理》等完善的采购管理制度。

（1）采购流程

供应部依据各部门负责人填报的采购计划和采购申请，按照相关技术要求进行物料的寻货、比价，并组织招投标工作。财务部负责对谈判价格、采购数量进行审核决策，经总经理或授权人批复后，确定最终供应商并与之签订采购合同。供应部根据合同或订单进行采购，并对物资进行跟踪。采购物资到货后，生产类物资由品控部、生产部共同参与物资验收，资产类物资由需求部门、工程部、财务部、供应部、行政人事部共同参与物资验收。物资验收合格后，财务部根据合同约定和发票进行结算和付款。

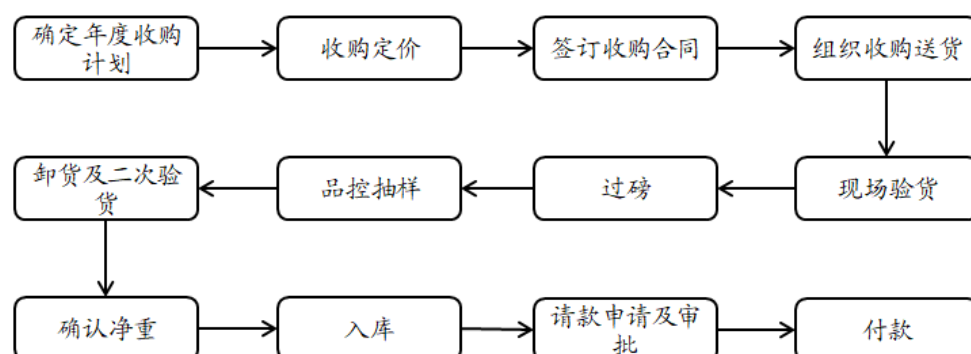
公司采购流程图如下：



公司采购的原材料主要包括藤椒、红花椒、木姜、竹笋等农产品，此类原材料主要向农业合作社或农户进行采购，具有一定特殊性。在采购农产品时，公司根据农产品年度收购计划，向农业合作社集中收购，并在发行人现场验货和过磅。在验货时，品控部负责抽样检查，着重检查原材料是否有腐败、霉变、生虫、污秽不洁或混有异物，同时对农药残留和二氧化硫进行检测；在过磅时，过磅人员一般配备两名，两人需要准确记录称重数量，并在过磅单据上签字确认。称量好的农副产品在指定地点进行分级存放，验收人员确认最终净重后签署入库单。供应部负责登记采购信息并申请付款，财务部收到付款签审单后，开具收购发票并支付货款。

公司的生产经营以藤椒为核心，由于藤椒属于一年一收的作物，为确保藤椒原材料采购的新鲜度、藤椒油半成品生产的及时性以及公司经营活动现金流的稳定性，公司的采购、生产及销售活动都具有季节性集中的特征。公司通常在每年 6-8 月集中收购鲜藤椒等农产品，同时集中安排藤椒油半成品的生产，并且集中举行促销活动收取经销商的预付款项用于支付鲜藤椒的采购货款。

公司农产品采购流程图如下：



（2）供应商的选择及管理

为加强对供应商的管控，保证原材料的质量安全，公司制定了《供应商管理制度》，并按照该制度对供应商进行选择与管理。

公司所有采购产品均具有稳定合作的供应商，通常按年签订采购协议。自 2020 年起，对于主要原材料供应商，供应部根据品控部的验收标准筛选潜在供应商，供应商将样品发出，由研发部和品控部确认，并交由生产部进行验产。品控部及其他相关技术岗出具《检测报告》，在确定供应商资质和样品检测合格后，公司组建由供应部、品控部、相关部门和第三方审核机构组成的供应商考察小组，对供应商进行现场考察，形成包括

规模、生产、质量、产能、运输、原料来源、食品安全性以及风险等方面的《考察评定报告》。供应部负责人及总经理对《考察评定报告》进行审批，审核通过的供应商纳入《合格供货商管理台账》，由供应部正式启动合同谈判，商定价格、交货期、起订量、付款周期、商业折扣、市场支持、质量保证、售后服务等条款。经内部审批后，公司与供应商签订正式协议。

根据供应部制定的《供应商评分细则》，自 2020 年起，公司每年年中或年末就产品质量、成本、交期、服务、创新能力等对主要供应商进行一次评价，形成《供应商考核报告》。供应商评价依据主要包括供应商的现场考评结果、公司相关部门组织的不定期飞行检查（检查内容主要为生产过程控制、产品质量保证、质量管理体系等方面）、质量部提供的供应商采购物资不合格汇总表。评定不合格的供应商需要限期整改，复审不通过则立即启动供应商淘汰程序。

（3）采购质量控制

公司在开发供应商的过程中会严格核查其经营资质、生产质量、原料来源等情况，要求成品供应商出具检验合格证明，并每年对合格供应商进行复查，从源头控制原辅料的品质。品控部对原辅材料按照既定标准进行检验，检测合格方可安排仓管员办理入库。品控部保存原料进货检验记录，以及供应商提供的合格证明，以便后续抽查复核。

（4）采购结算政策

报告期内，公司采购原辅材料主要通过银行转账的方式与供应商结算，少部分对个体农户的采购使用现金付款。对于原材料供应商，如果采购金额较大，公司确认供应商开具的对账单后，收到供应商开具的发票即付款。对于包材供应商，公司在采购合同中一般会约定账期，在结算账期期满前向供应商付款。

2、生产模式

报告期内，为控制生产环节的稳定性，公司的各类调味油及调味料产品以自主生产为主；但是考虑到设备投入的经济性，部分超临界萃取藤椒油会采用委托加工的方式进行生产。

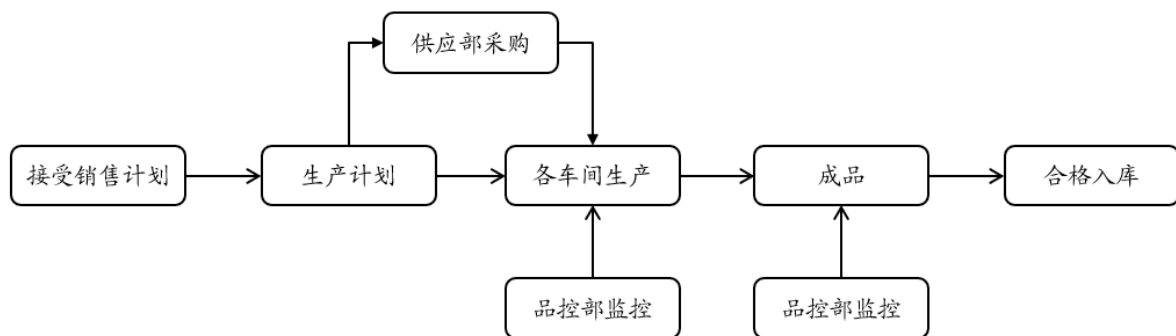
（1）自主生产模式

公司采用“以销定产”的生产模式。生产部基于对《年度经营计划》中生产目标的

分解，根据综合部、销售部定期反馈的计划订单、研发部根据其中试计划反馈的产能占用需求、仓库反馈的物料储备及产成品库即时数据、供应部反馈的物料周转时间及采购计划实施情况，结合各生产车间的实际产能，按月编制《生产计划》。生产部将月生产计划分解为日生产计划，最后由各生产车间落实具体生产工作，月中根据实际出货情况可对生产计划进行调整。此外，生产负责人对接临时销售订单，对订单中的产品规格、数量、交货周期等信息进行确认后，结合生产车间当前的产能及产量，视情况调整生产计划，将生产任务下达各车间。产品生产完毕经品控部检验合格后办理入库。

公司主要产品藤椒油的生产模式存在显著的季节性特征。该产品主要原材料鲜藤椒成熟采摘后其风味易在短期内流失，为确保产成品口味的“清、香、鲜、麻”，公司通常于鲜藤椒成熟季节（即每年夏季）集中进行原材料采购与半成品藤椒基础油的生产。上述期间生产的藤椒基础油将持续使用至下一年度鲜藤椒成熟及采购时节。因此，公司的藤椒基础油存在集中生产，跨期使用的特征。

公司生产流程图如下：



（2）委托加工模式

报告期前期，公司通过委托加工形式生产的半成品为超临界萃取藤椒基础油。公司超临界萃取藤椒基础油的来源分为自产、外购和委托加工三种，其中，自产和外购超临界萃取藤椒基础油的原料为干藤椒，委托加工超临界萃取藤椒基础油的原料为经过阉制工艺完成初次萃取后的椒壳。

2018年，公司为充分提取椒壳的有效成分，委托合作方对椒壳进行二次萃取加工；2019年11月，公司的超临界萃取设备正式投产，具备超临界萃取藤椒基础油的生产能力，生产效率和性价比明显提高；2020年上半年起椒壳市场价格较高，公司选择直接对外销售椒壳，对外委托加工二次萃取椒壳的规模大幅减少。

报告期内，公司根据加工质量及比价等情况选择委托加工方，主要委托外协生产厂商南阳汇萃植物制品有限公司、河南省明天食品有限公司进行超临界萃取藤椒油的代加工。报告期内，公司委托加工的成本分别为 750.33 万元、65.13 万元、0 万元和 0 万元，占主营业务成本的比例分别为 2.98%、0.32%、0%和 0%。委托加工的明细情况如下：

单位：万元

代工企业	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
南阳汇萃	-	-	-	-	65.13	100.00%	401.77	53.55%
明天食品	-	-	-	-	-	-	348.56	46.45%
合计	-	-	-	-	65.13	100.00%	750.33	100.00%

1) 报告期内外协生产厂商具备食品生产资质的情况

报告期内，南阳汇萃植物制品有限公司、河南省明天食品有限公司与发行人在 2019 年度、2020 年度有委托加工合作，相关供应商均持续具备食品生产资质，具体如下：

持证主体	证书	核发机构	证书内容及编号	有效期
南阳汇萃植物制品有限公司	营业执照	西峡县食品药品监督管理局	调味料生产销售；食品添加剂生产销售（凭有效许可证经营）；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品名单，但国家限定公司经营和禁止进出口的商品和技术除外）（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）	2013.11.20 - 无固定期限
	食品生产许可证	南阳市食品药品监督管理局	食品、食品添加剂类别：调味品类别编号：0305类别名称：调味料品种明细：食用调味油（香辛料调味油）：花椒风味香辛料调味油、辣椒风味香辛料调味油、姜风味香辛料调味油、胡椒风味香辛料调味油、八角风味香辛料调味油、孜然（枯茗）风味香辛料调味油、小茴香风味香辛料调味油、葱风味香辛料调味油、大蒜风味香辛料调味油、肉桂风味香辛料调味油、丁香风味香辛料调味油、肉豆蔻风味香辛料调味油、圆叶当归风味香辛料调味油、山奈风味香辛料调味油、月桂风味香辛料调味油、姜黄风味香辛料调味油、芫荽风味香辛料调味油、高良姜风味香辛料调味油、复合风味香辛料调味油； Q/NHC0001S-2017《香辛料调味油》 许可证编号：SC10341132300595	2018.01.23-2023.01.22
河南省明天食品有限公司	营业执照	西峡县市场监督管理局	调味料（固态、调味油）生产销售；农产品加工和销售；食品（果蔬罐头）加工和销售；猕猴桃加工和销售；食品添加剂生产销售；	2010.04.15 - 无固定期限

持证主体	证书	核发机构	证书内容及编号	有效期
			经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品名单，国家限定公司经营和禁止进出口的商品和技术除外）（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）	
	食品生产许可证	河南省市场监督管理局	食品、食品添加剂类别：调味品类别编号：0305类别名称：调味料品种明细：食用调味油（香辛料调味油）：花椒调味油、八角调味油、生姜调味油、孜然调味油、大蒜调味油、胡椒调味油、肉桂调味油、葱调味油、麻辣调味油、五香调味油、辣椒油及辣椒红油、肉豆蔻调味油；固态调味料：花椒味固态调味料、辣椒味固态调味料、姜味固态调味料、大蒜味固态调味料、胡椒味固态调味料、孜然味固态调味料、八角茴香味固态调味料、小茴香固态调味料、肉桂味固态调味料、肉豆蔻固态调味料；Q/HMS0003S-2016《香辛料调味油（调味品）》、Q/HMS0004S-2016《固态调味料（非即食）》 许可证编号：SC10341132300370	2017.02.15-2022.02.14

2）发行人保障外协产品质量与安全的措施

公司建立了采购物料的产品质量控制制度。公司对南阳汇萃植物制品有限公司、河南省明天食品有限公司代加工的超临界萃取藤椒油采取了与公司自产产品相同的验收检验标准，并通过供应商的产品出厂检验报告、公司自检的方式，对外协产品进行质量验收。

自 2020 年 5 月起，公司未再继续委托南阳汇萃植物制品有限公司、河南省明天食品有限公司或其他供应商代加工产品，此前已经生产和销售的外协产品未发生产品质量问题或食品安全事故。

3）外协生产厂商及相关人员与发行人及其董事、监事、高级管理人员不存在关联关系、亲属关系

①南阳汇萃植物制品有限公司

法定代表人	薛博
执行董事	薛博
监事	李宜明
股东	薛博持股90%、李宜明持股10%

②河南省明天食品有限公司

法定代表人	刘昭
执行董事	刘昭
监事	朱振华
股东	河南省养生殿酒业有限公司持股100%
河南省养生殿酒业有限公司股东	刘保明持股61.56%、刘昭持股20%、李六合持股2%、武大伟持股2%、朱振华持股1.6%、袁晓平持股1.6%、李芳持股1.6%、程彪持股1.6%、张亚普持股1.2%、杨长青持股0.8%、刘家瑞持股0.5%、张宗丽持股0.4%、周国焕持股0.3%、张磊持股0.3%、曾现超持股0.3%、曹义峰持股0.3%、张政伟持股0.3%、张浩持股0.3%、刘淼持股0.3%、马进国持股0.3%、杨建伟持股0.3%、林建波持股0.3%、刘文丽持股0.3%、王雪锋持股0.24%、魏朝文持股0.24%、庞晓华持股0.24%、高梅兰持股0.24%、史松峰持股0.24%、杜玉龙持股0.2%、庞少彦持股0.2%、张秋叶持股0.12%、杜玉虎持股0.12%

南阳汇萃植物制品有限公司、河南省明天食品有限公司及其相关人员与发行人及其董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系、亲属关系。

3、销售模式

为扩大公司产品的销售覆盖范围，公司销售模式包括经销、直销两种方式，其中，经销是公司产品的主要销售渠道，经销收入占公司主营业务收入的比例在 85%以上。公司经销渠道主要面向全国各地的餐饮、酒店和商超进行销售，直销渠道主要面向线上客户、食品加工企业、连锁餐饮企业或其他大型客户进行销售。

报告期内，公司分经销与直销的主营业务销售收入情况如下：

单位：万元

销售模式	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
经销模式	15,878.26	87.65%	41,832.45	92.63%	31,750.74	92.97%	38,040.19	95.44%
直销模式	2,237.41	12.35%	3,329.76	7.37%	2,400.01	7.03%	1,817.33	4.56%
合计	18,115.67	100.00%	45,162.21	100.00%	34,150.75	100.00%	39,857.51	100.00%

（1）经销模式

在经销模式下，公司授权经销商在指定的销售区域和产品范围内，利用自有的渠道销售和配送公司的产品。截至 2022 年 6 月末，公司已经构建了由 400 多家经销商组成

的销售网络，以川渝地区为基础覆盖全国 34 个省、直辖市、自治区和多个海外地区。完善的经销网络帮助公司产品广泛触及消费者，快速到达餐饮酒店、社区超市、农贸批发市场等销售终端。

报告期内，公司经销商数量及变动情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
期初家数	490	401	364	305
新增家数	49	120	80	69
减少家数	57	31	43	10
期末数量	482	490	401	364

随着公司持续拓展和深化营销网络，积极开发实力更强的经销合作伙伴，公司经销商客户总量持续提高。部分经销商在报告期内退出经销队伍，主要原因为无法满足合作条件、无法完成考核目标或自身业务结构调整。从收入角度看，公司报告期内新增和退出的经销商销售占比均较小，经销商队伍的稳定性较强。

报告期内，新增和退出的经销商销售占比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
经销收入合计	15,878.26	41,832.45	31,750.74	38,040.19
新增经销商当期收入	332.35	1,570.77	1,633.76	1,374.03
减少经销商上年收入	549.11	153.14	276.15	37.87
新增经销商当期收入占比	2.09%	3.75%	5.15%	3.61%
减少经销商上年收入占比	1.31%	0.48%	0.73%	0.13%

报告期各期新增的经销商对应的收入、毛利率、期末应收账款金额、对当期收入和利润的影响具体情况如下：

单位：万元

年度	新增经销商当期收入	毛利率	期末应收账款金额	占当期经销收入的比例	占当期净利润的比例
2022年1-6月	332.35	37.90%	-	2.09%	4.24%
2021年	1,570.77	36.32%	-	3.75%	5.83%
2020年	1,633.76	45.87%	-	5.15%	7.34%

年度	新增经销商当期收入	毛利率	期末应收账款金额	占当期经销收入的比例	占当期净利润的比例
2019年	1,374.03	37.28%	1.20	3.61%	5.34%

注：占当期经销收入的比例=新增经销商当期收入/当期经销模式销售收入；占当期净利润的比例=新增经销商当期毛利/当期净利润

报告期各期新增的经销商对当期收入和利润的影响较小，新增经销商的原因包括：

①公司为开拓空白区域业务、下沉经销渠道开发而来；②原二级分销商转化而来。

报告期各期退出的经销商对应的收入、毛利率、期末应收账款金额、对当期收入和利润的影响具体情况如下：

单位：万元

年度	退出经销商上期收入	毛利率	期末应收账款金额	占当期经销收入的比例	占当期净利润的比例
2022年1-6月	549.11	39.43%	-	3.46%	7.29%
2021年	153.14	46.11%	-	0.37%	0.72%
2020年	276.15	32.15%	-	0.87%	0.87%
2019年	37.87	37.68%	-	0.10%	0.15%

注：占当期经销收入的比例=退出经销商上期收入/当期经销模式销售收入；占当期净利润的比例=退出经销商上期毛利/当期净利润

报告期各期退出的经销商对当期收入和利润的影响较小，退出经销商退出原因包括：①未达到公司对经销商的考核要求，例如销售金额未达标、发生窜货扰乱市场的情形；②经销商自身业务结构或发展规划发生变化，例如不再从事调味品经销业务、因家庭因素离开原经销区域，故未再与发行人进行合作。

报告期各期，新增经销商家数分别为 69 家、80 家、120 家、49 家，2019-2021 年期间新增家数逐年增长，与公司持续拓展和深化营销网络，积极开发实力更强的经销合作伙伴的发展方向相契合，2022 年上半年新增经销商家数有所下降，主要系公司现有经销商区域覆盖已较为全面，对新增经销商的准入要求更高，新增家数的变动具有合理性。报告期各期，退出经销商家数分别为 10 家、43 家、31 家、57 家，退出家数在 2020 年、2022 年上半年大幅增加，系 2020 年初受外部环境影响，部分经销商经营情况受到较大冲击故而退出合作，2022 年上半年全国各地受外部环境影响较为严重，部分经销商经营情况受到影响故而在当期未向发行人采购。除此以外，退出经销商由无法满足合

作条件、无法完成考核目标或自身业务结构、发展规划调整主动退出所致，系公司经营发展中正常的客户变动。

发行人开发新经销商客户时主要考察经销商的资金实力、经营合规性、自身业务规模及其下游客户资源情况、信誉度等，对经销商的注册资本、成立时间不做重点考察。新增经销商采购发行人产品的规模较小，占发行人各期经销收入的比例较低，符合经销网络下沉及新客户开发规律。报告期内新增经销商不存在期后退款、退货的情形，采购发行人产品实现了最终销售。

由于发行人的终端客户主要为餐饮门店，具有数量极为分散且单店消费金额不高的特征，为提高终端客户的覆盖率和产品的渗透率，报告期内发行人加大对经销网络的建设力度，不断优化各区域内经销商布局，主动筛选经营规范、经销渠道完善经销商进行合作，持续提升公司产品覆盖广度和深度，2019-2021 年内经销商数量持续增长具有合理性。2022 年 6 月末经销商数量为 482 家，较 2021 年末 490 家小幅下降，主要系 2022 年上半年全国各地受**外部环境**影响较为严重，部分经销商经营情况受到影响故而在 2022 年上半年内未向发行人采购，退出经销商数量略高于新增经销商数量。

除经营发行人产品外，经销商通常还销售其他调味品、干杂食品、烟酒等，并非专门销售发行人产品。根据对新增主要经销商经营规模的了解，经销商向公司采购规模占其全部经营规模的 1%-30%之间，主要新增经销商均具有一定的经营规模，新增经销商采购规模与其经营规模相匹配。

① 经销商选取标准

公司制定了经销商准入标准，要求经销商至少需要满足以下条件：1) 有么麻子品牌认同感，愿意与公司共同成长并保持长期战略合作伙伴关系；2) 在拟经销区域有固定经营场所或平台；3) 有经营同行业产品的经验或正在经营同行业产品。

公司在与经销商签订协议时，进一步要求经销商负责营造当地市场良好的营销环境和公众形象，妥善处理工商、税务、卫生、防疫、质量监督等部门的沟通协调事宜；负责配合公司进行全国及区域性产品的上市推广；积极参与公司产品在当地市场的打假维权事宜，针对经销商授权区域内出现的假货，必须第一时间通知公司并全力配合公司处理打假维权事宜。

② 经销商合作制度

为提高经销商管理效率，加强与经销商的合作，公司制定了《经销商管理办法》。经销商管理制度范围涵盖经销商的准入管理、日常管理和考核管理，公司严格按照该办法对经销商进行选择和管理。

公司每年与经销商签订产品销售合同，通过合同来规范经销商的销售行为。经销商在双方协定的区域、销售渠道和主要产品范围内组织销售，不得跨区域和渠道进行销售。公司向经销商发货时提供终端市场指导价格，经销商参考市场指导价格进行销售。经销商有义务对公司的产品及品牌进行积极正面的宣传引导，并定期向公司反馈产品销售信息与市场信息。公司要求经销商需严格遵守合同中关于商业保密的有关规定，及时处理客户有关投诉和建议，对所销售的产品承担售后服务的义务。

公司定期对经销商进行业务指导，跟踪协助各项业务开展，组织经销商参与公司商学院课程，持续对经销商进行培训。市场部依据公司每年的营销战略，统筹各渠道的销售、定价策略，并提供产品相关宣传支持，实现对经销商的动态管控。公司每年定期组建考核小组，从订货、销量、指标完成情况、销售规范行为等多方面对经销商进行考核，对于考核合格的经销商续签经销合同，对于考核不合格的经销商公司视情况取缔经销权。

发行人与经销商建立了良好、互相信任的长期合作关系，且发行人对经销商主要采取先款后货模式，故发行人在实际经营过程中通常不会收取履约保证金。

③ 经销商激励政策

为激励经销商积极销售公司产品，公司制定了销售返利政策。公司每年根据市场反馈情况制定经销商销售任务，对于完成规定销售任务的经销商，公司按照合同约定给予一定年度返利，并以销售折扣形式体现。

2019 年，公司销售返利政策如下：

项目	考核目标	返利金额
基础任务奖励	完成净销售额 A/B/C/D 万元	当期净销售额*1/3/4/5%
新品任务奖励	完成新品销售额 E/F 万元	当期新品销售额*1/2%
年度市场维护考核奖励	达到公司年度市场维护考核的所有要求	当期净销售额*1%

注：销售净额是指客户通过订单方式向公司直接采购或推荐第三方向公司采购所实现的，扣除销售折扣、产品退回等相关款项后的销售金额

2020 年，公司销售返利政策如下：

项目	考核目标	返利金额
基础任务奖励	未完成销售任务	当期净销售额*1%
	完成净销售额 A/B/C 万元	当期净销售额*2/3/4%
年度市场维护考核奖励	达到公司年度市场维护考核的所有要求	当期净销售额*2%

餐饮行业 2020 年受**外部环境**影响严重，公司为分担经销商的经营压力，加大了销售返利支持力度，在实际操作中规定，无论经销商是否完成 2020 年度的基础销售任务，均按照当期合同约定的上表最高返利比例（4%）给予销售返利。

2021 年，公司销售返利政策如下：

项目	考核目标	返利金额
老款产品奖励	完成老款产品销售额 A/B/C 万元	当期老款产品净销售额*3/4.5/6%
新款产品奖励	完成新款产品销售额 D/E 万元	当期新款产品净销售额*3/6%
年度市场维护考核奖励	达到公司年度市场维护考核的所有要求	当期净销售额*2%

2022 年，公司销售返利政策如下：

经销商类型	项目	考核目标	返利金额
餐饮经销商	老款产品奖励	完成老款产品净销售额 A/B 万元	未完成销售目标给予当期老款产品净销售额的 3%作为奖励，完成销售目标给予当期老款产品净销售额的 4.5/6%作为奖励
	新款产品奖励	完成新款产品净销售额 C/D 万元	当期新款产品净销售额*3/6%
	年度市场维护考核奖励	达到公司年度市场维护考核的所有要求	当期净销售额*2%
特约餐饮经销商	老款产品奖励	完成老款产品净销售额 E/F 万元	未完成销售目标给予当期老款产品净销售额的 2%作为奖励，完成销售目标给予当期老款产品净销售额的 3/4%作为奖励
	新款产品奖励	完成新款产品净销售额 G/H 万元	当期新款产品净销售额*2/4%
	年度市场维护考核奖励	达到公司年度市场维护考核的所有要求	当期净销售额*1%
零售经销商	产品奖励	完成净销售额 I/J/K/L/M 万元	当期净销售额*1/2/3/4/5%

除根据合同约定给予返利之外，公司通常在藤椒集中收购季节之前，于每年的 5-6 月开展年度促销活动，鼓励经销商集中预付货款以确保收购资金的充裕，该等预存款折

扣一般采取“买十送一”等折扣形式。2020 年受**外部环境**影响，公司年度促销活动推迟至 7 月进行。

④ 经销商结算政策

公司与经销商主要采取“先款后货”的结算模式。经销商确认产品销售订单后，向公司指定的银行账户支付全部货款；公司在产品销售订单生效并收到经销商支付的全部款项后，于 15 个工作日内发货并向经销商开具发票。公司基本不存在销售账期，货款回收情况良好。

经销商订单流转的具体过程如下：公司销售部接到经销商订单后，协调落实库存和生产计划，通知经销商汇款并开具订单报送财务部。公司财务部审核货款情况，确认货款到账后通知综合部组织配货。公司生产部组织发货，并按实际发货数量开具出库单。货物发出并经经销商收货确认后，公司财务部确认销售收入并开具发票。

⑤ 经销商定价机制

公司均按照标准价格向经销商进行销售，对不同经销商销售相同产品的价格在同一期间内具有一致性。但是，公司与各经销商在合同中约定了基于销售目标的返利政策，并面向所有经销商开展无差异的年度促销活动，由于不同经销商的销售目标达成情况存在差异，且年度促销活动的参与程度不同，导致各经销商采购公司产品的实际价格可能存在差异。

⑥ 经销商物流配送政策

公司向经销商销售产品时，均由公司选择合适的运输方式运达交货地点，并承担相应的物流费用。根据双方的协议约定，如果出现经销商更改约定的交货地点或时间等情形，上述因经销商原因产生的物流费用由经销商自行承担。公司产品均直接发货给经销商，不会发货给经销商下游客户。

⑦ 经销商退换货政策

公司规定仅在产品存在质量问题时，经销商方可根据规定向公司申请退换。

根据双方的协议约定，若经销商在进行产品验收时，发现产品存在漏油、包装破损等质量问题，可向公司提交《产品换货申请表》。公司销售区域经理针对经销商的退换货要求，对预退换货产品进行质量判定，确定其符合公司退换货标准后报送综合部客服

人员，综合部客服人员提交品控部、销售部、财务部逐级报批，按照公司流程并经双方核实无误后，公司仓储部向经销商退/换存在质量问题的相关产品。

（2）直销模式

在直销模式下，公司已经形成线上、线下结合的全方位、立体化销售网络。

① 线上渠道

A. 品牌直营旗舰店（直发）

公司在天猫、京东、抖音小店等第三方 B2C 平台入驻开设品牌直营旗舰店，充分利用第三方平台的流量资源雄厚、客户基础广泛、技术先进、运营成熟等优势，并与公司自身在调味品领域的产品和品牌优势互补，从而形成互利共赢、合作发展的良好局面。

第三方平台提供在线商城的互联网信息服务及相关软件、技术与运营支持服务，公司主要负责店铺管理及客户关系维护等工作。在实际运作过程中，公司电商部具体对接么麻子线上品牌直营旗舰店的运营管理工作，根据公司销售管理制度完成货品规划、营销策划、售前服务、销售发货、售后服务等流程。

在价款结算方面，消费者购买后主要通过第三方支付工具将货款支付给第三方支付平台，待客户点击确认收货（或超过 15 天未确认，系统自动确认交易完成）后，支付平台再将该款项划拨给公司在第三方平台开设的账户。公司在收到相应货款时确认收入，并定期将第三方平台账户可用余额提现到绑定的公司银行账户中。第三方平台按照实际销售额的一定比例向公司收取平台服务费，平台服务费一般在每笔货款到账后自动进行扣除。

在营销推广方面，公司一般根据具体推广需求与第三方平台约定推广形式，包括展示位购买、点击付费营销等。在技术与运营支持方面，第三方平台可提供包括店铺管理、数据分析等在内的配套运营支持服务，帮助公司更加精准高效地满足客户需求。

B. 电商平台入仓

公司与天猫超市、京东自营等电商平台的合作均属于电商平台入仓模式。在电商平台入仓模式下，公司将商品发往天猫超市的成都周转仓库，或者由京东 TC 物流直接上门提货，电商平台收货后通过自有物流将公司产品转运至其全国各地的分销仓库进行销售。

公司电商部主要负责产品推广和营销策划，电商平台主要负责订单管理及后续的物流配送。消费者直接向电商平台下单并付款，电商平台在收到消费者款项后通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发货（或在货到付款等形式下先行发货）。售后环节一般由电商平台负责与消费者对接，公司按照与电商平台签署的合同所约定的义务为平台提供相关产品的售后服务。

在价款结算方面，公司在电商平台入仓产品实现销售后，在电商平台提供结算单时确认收入。电商平台在结算时将按照销售额或供货价的一定比例收取平台服务费，结算周期约为 30-60 天。

② 线下渠道

公司线下直销渠道主要面向采购金额较大的食品企业、连锁商超和连锁餐饮，主要客户包括红旗连锁、绝味食品、想念食品、王家渡食品、四川航空等知名企业。公司与客户进行独立洽谈并签订供货合同，客户根据自身需求向公司下达订单，公司通过物流公司完成送货，一般在客户签收货物或收到直营商超盖章签字的代销清单后确认收入。

4、研发模式

公司建立了较为完善的研发管理体系，涵盖产品研发管理、产品应用管理和知识产权管理等方面，为公司业务发展提供持续技术支持。

（1）产品研发管理

公司研发部的技术团队牵头负责基础科技研究、市场需求研判、产品研发管理、设备工艺优化、工业生产转化等工作。公司在进行产品开发时，根据市场调研结果或企业发展战略，由技术团队负责人组织召开研发项目启动会，明确研发方向，成立科研项目小组。项目小组项目成员分别从市场、生产、成本等方面开展调研，根据调研结果进行市场分析、工艺分析、产品价格分析，并提交立项申请。项目立项评审通过后，项目小组进行新产品开发或老产品改进设计。样品小试评审通过后进行中试生产，中试结束后进行中试评审。新产品开发完成后，品控部对新产品进行食品安全性检测、评价，新产品通过安全性评价后完成市场发布。

（2）产品应用管理

公司研发部的产品应用团队牵头负责应用研发评审、个性定制开发、典型菜品统筹、

操作流程规范、产品应用培训等工作。在新品完成市场发布后,产品应用团队将根据产品特色、市场需求制定相应的产品应用方案,通过厨师活动、大型展会、重要客户拜访、菜品发布会等活动进行展示,帮助客户更深入地了解产品,并及时解决产品应用中存在的问题。同时,产品应用团队将应用公司产品的典型菜品进行统筹管理,制作有关烹制操作流程的规范性文件《菜品基准书》,并把相关资料导入公司建立的菜品数据库,不定期对业务团队、餐饮企业和厨师群体进行产品应用指导和培训。

(3) 知识产权管理

公司在产品研发过程中,积极将研发成果转化为知识产权,与第三方代理机构合作对形成的专利、商标权、著作权等进行登记、申请、管理和保护。

(四) 发行人主营业务发展过程、模式成熟度、经营稳定性和行业地位情况

1、主营业务及主要产品变化情况

(1) 主营业务发展历程

自设立以来,公司一直致力于以藤椒油为核心的调味油、复合调味料和地方特色食品的研发、生产和销售。经过十余年的发展,公司以原生态有机绿色食材为原料,坚守“绿色智造”理念,开拓了以“么麻子”为核心品牌的藤椒食品产业。

公司主营业务的发展历程如下:

2008 年,洪雅县么麻子食品有限公司成立,公司新建藤椒油生产线和储油设备,满足日益增长的藤椒风味消费需求。

2011 年,公司与日本川田研究所签订藤椒精深加工研发合作项目,并在后续成立眉山藤椒工程技术研究中心,推动洪雅当地的藤椒产业快速发展。

2012 年,公司与四川农业大学开展产学研校企合作,并进一步与藤椒种植基地构建产业协同联系,积极推广藤椒的种植和应用。

2013 年,公司新建全自动鲜榨藤椒油生产线和 4 个 2,500 吨储油设备,逐步将主营业务产品从调味油扩展到休闲食品、复合调味料等藤椒系列产品,增强么麻子品牌的市场竞争力和创新创造力。

2017 年,公司新建多条藤椒油灌装生产线,推动藤椒油生产从现代化走向自动化。

2019 年，公司新建藤椒油超临界萃取生产线，初步形成自主生产体系。

2020 年，公司布局投资藤椒产业园，启动藤椒工程科研中心、仓储物流中心、营销及品牌展示中心的建设，并与华南农业大学、四川农业大学达成战略合作，加快藤椒创新成果、麻系创新制品的研发进程和应用转化。

(2) 主要产品发展历程

2002 年，公司实际控制人所经营的个体工商户洪雅县么麻子有机食品厂开始进行藤椒油的商业化生产，第一瓶商品包装的藤椒油在其工厂车间问世。

2008 年，四川洪雅县么麻子食品有限公司成立，公司主要从事以藤椒油为核心的调味品生产、制造和销售。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化，产品矩阵自公司成立以来的拓展过程如下：

时间	重要事件	产品图片
2011 年	■ 藤椒油产品升级	
2013 年	■ 休闲肉制品钵钵鸡上市	
2014 年	■ 花椒油产品上市 ■ 调味油系列产品升级	
2016 年	■ 清水雅笋上市	

时间	重要事件	产品图片
2017 年	■ 熟香菜籽油上市 ■ 料哆哆大酱上市	
2018 年	■ 钵钵鸡鸡汁上市 ■ 藤椒糊辣汁上市 ■ 藤椒肘子大酱上市	
2021 年	■ 汤锅系列上市 ■ 拌侣系列上市 ■ 藤椒捞汁上市 ■ 红油系列上市 ■ 小龙虾调味料系列上市 ■ 火锅底料系列上市 ■ 油泼辣子上市 ■ 泰式酸辣调味料上市 ■ 雅笋酱系列上市 ■ 定制复合调味料上市	
2022 年	■ 藤椒烧椒酱上市 ■ 藤椒青椒酱上市 ■ 香辣干拌料上市 ■ 火锅炒菜浓缩底料上市 ■ 百搭拌料汁上市	

2、模式成熟度

公司拥有成熟的产品矩阵。公司自设立以来一直专注于麻系味型特色调味品的研发、生产和销售，公司利用川渝地区优质藤椒的资源优势，结合自行研发的阉制工艺生产线，率先实现藤椒油的商业化生产，从此开创了一个独具特色的调味品消费品类。十余年来，公司围绕藤椒不断投入和研发，已经打造了一个深度开发的藤椒产品完整集群，生产的主要产品可以分为调味油、复合调味料、蔬菜制品、休闲食品四个系列。作为藤椒油市场的领先企业，公司抓住消费升级的行业发展机遇，凭借优异稳定的产品品质、深入人心的品牌形象，着力提高公司在麻系调味油行业的话语权和市场份额。

公司拥有成熟的技术体系。经过多年经营实践和自主创新，公司在调味油、复合调味料领域积累了丰富的技术成果。藤椒油阉制、鲜榨及超临界萃取技术是公司通过多年

积累，自主研发且具有行业前瞻性的技术。公司率先采用閤制、鲜榨、超临界萃取三重工艺进行藤椒油的制备，创新的技术优势帮助公司迅速融入到调味品消费市场，形成了独有的竞争优势和技术壁垒。随着藤椒油及藤椒调味料的制备工艺不断改进，公司产品将衍生出丰富的风味体系，有望应用于更多场景和领域。

公司拥有成熟的销售渠道网络。为扩大公司产品的销售覆盖范围，公司销售模式包括经销、直销两种方式，其中，经销是公司产品的主要销售渠道，经销收入占公司主营业务收入的比例在 85% 以上。在经销模式下，公司授权经销商在指定的销售区域和产品范围内，利用自有的渠道销售和配送公司的产品。截至 2022 年 6 月末，公司已经构建了由 400 多家经销商组成的销售网络，以川渝地区为基础覆盖全国 34 个省、直辖市、自治区和多个海外地区。完善的经销网络帮助公司产品广泛触及消费者，快速到达餐饮酒店、社区超市、农贸批发市场等销售终端。

3、经营稳定性

报告期内，公司营业收入分别为 40,984.71 万元、35,649.95 万元、46,184.64 万元和 18,406.97 万元，公司净利润分别为 9,599.82 万元、10,205.30 万元、9,789.66 万元和 2,971.85 万元。2022 年 1-9 月，公司经审阅的营业收入为 32,935.18 万元，经审阅的净利润为 6,364.42 万元。

公司的终端客户以餐饮企业为主，受 2020 年**外部环境影响**，严重冲击餐饮市场需求，导致公司当年营业收入有所下滑；2022 年 1-6 月**外部环境影响**导致的静默管理同样严重冲击下游市场需求，导致公司当期营业收入和净利润均有所下滑。但是，公司业绩在防控相对缓和的 2021 年和 2022 年下半年均取得了较大程度的修复，在行业普遍遭受市场冲击时保持稳健，证明公司的主营业务具备较强的韧性。此外，公司拥有长期合作、经验丰富的经销商团队，在品牌、技术、质量、销售渠道、营销模式等方面具备突出的竞争优势，预计能够维持长期业绩的稳健发展。

4、行业地位

公司行业地位参见本节“二、发行人所处行业的基本情况”之“（八）发行人的行业地位”的相关内容。

(五) 发行人主要业务经营情况和核心技术产业化情况

1、主要业务经营情况

公司主要业务经营情况参见本节“三、发行人的销售和采购情况”的相关内容。

2、核心技术产业化情况

藤椒油閤制、鲜榨及超临界萃取技术是公司通过多年积累，自主研发且具有行业前瞻性的技术。公司围绕藤椒油制备方法不断攻坚克难，已在这一领域形成专利布局和竞争壁垒。未来，随着藤椒油及藤椒调味料的制备工艺不断改进，公司产品将衍生出丰富的风味体系，有望应用于更多场景和领域。

报告期内，公司按照藤椒油閤制、鲜榨及超临界萃取三重工艺技术标准，生产的相关产品优势叠加、质量稳定、指标优异、产销良好，销售额分别为 38,412.36 万元、32,955.05 万元、42,913.88 万元和 16,913.83 万元，占主营业务收入的比例分别为 96.37%、96.50%、95.02%和 93.37%。

(六) 发行人主要产品的工艺流程图

1、调味油工艺流程图

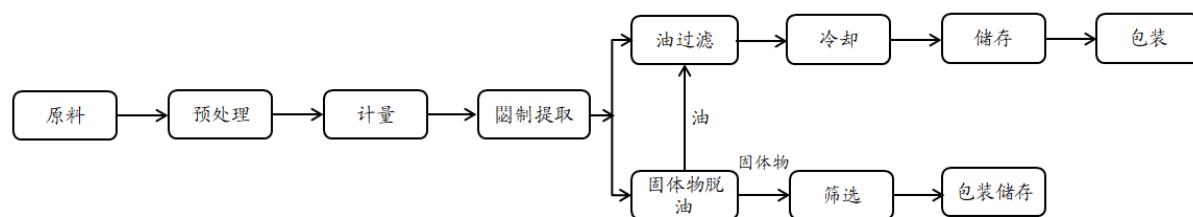
公司的藤椒油系列产品主要采用閤制、鲜榨和超临界萃取三种工艺进行生产，最终的产成品由三种工艺提取的基础油混合调配而成。花椒油、木姜油等其他调味油产品的生产流程与藤椒油基本相似，调味油生产的整体流程情况如下：

(1) 閤制工艺

閤制工艺需要把藤椒放在閤制容器中浸取，通过高温使藤椒的油腺和椒壳分离，藤椒有效成分溶入菜籽油中，最终过滤后得到藤椒基础油和椒壳。閤制藤椒基础油需要导入储油罐密闭储存，椒壳经过筛选后包装储存。閤制油具有麻味纯正、香味浓郁的特点。

藤椒油閤制生产工艺、藤椒油閤制加工用加热装置为公司核心技术，能够充分提取藤椒中麻味和香味物质，去除藤椒中水分，延长产品保质期。

閤制藤椒油的生产工艺流程如下：

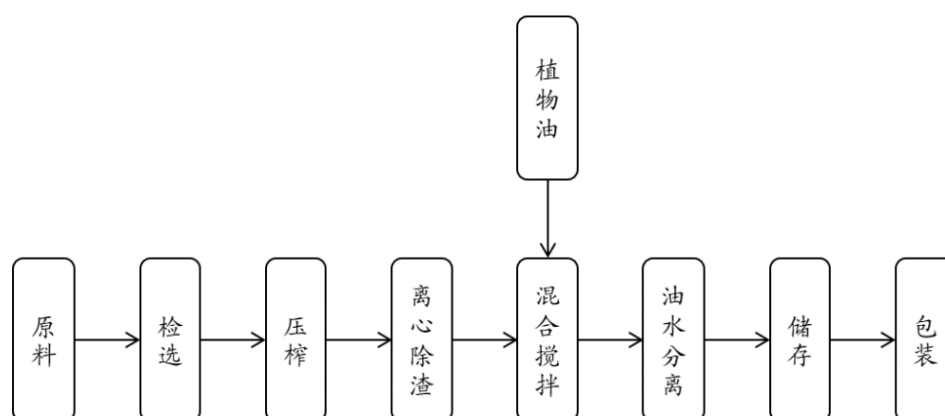


（2）鲜榨工艺

鲜榨工艺需要公司按照一定标准拣选藤椒，对藤椒进行压榨破碎后得到椒浆，获取椒浆后进行离心除渣，再按比例加入菜籽油并进行混合搅拌，最终油水分离后即得到鲜榨藤椒油。鲜榨油具有麻味突出、香味清新的特点。

藤椒油鲜榨生产工艺为公司核心技术之一，具有能耗小、成本低的特点，能够最大程度保留藤椒中所含营养物质。

鲜榨藤椒油的生产工艺流程如下：

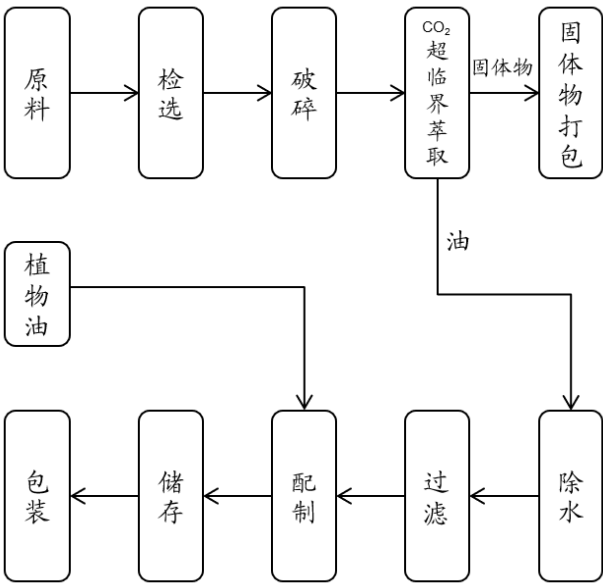


（3）超临界萃取工艺

超临界萃取工艺是指使用超临界流体作为溶剂，利用其高溶解性和高渗透能力，在低温、高压的条件下从藤椒等天然香辛料中高效萃取有效成分的提取方法。公司采用二氧化碳超临界萃取法，首先需要把拣选后的藤椒进行破碎，其次将在一定的温度和压力下通过二氧化碳超临界萃取出藤椒风味物质，最终经过除水、过滤和配制得到超临界萃取藤椒基础油。该方法具有萃取效率高、无害、天然活性成分和热敏性成分不易被分解破坏等特点，在萃取过程中最大程度地减少了藤椒风味物质成分的损失。

藤椒油超临界萃取生产工艺为公司核心技术之一，具有萃取效率高、能耗低、成本低、操作简便等优点。

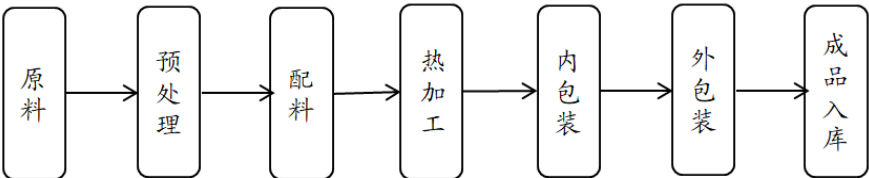
超临界萃取藤椒基础油的生产工艺流程如下：



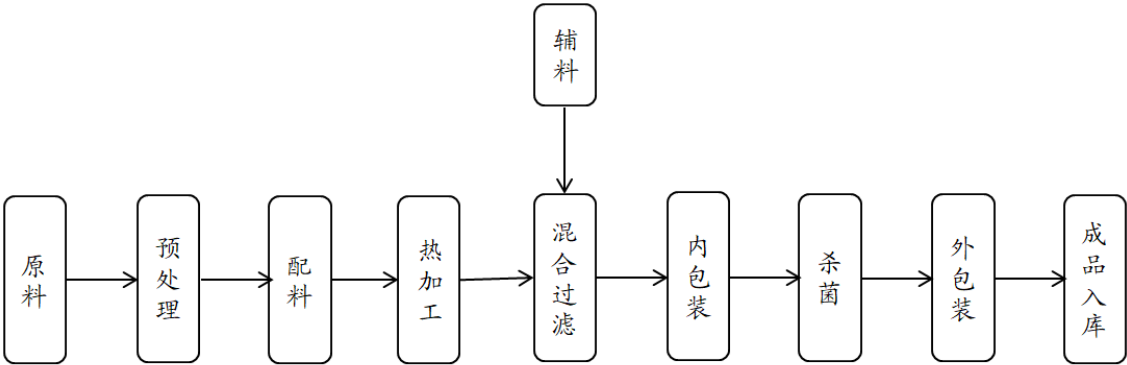
2、复合调味料工艺流程图

公司的复合调味料主要可以分为半固态调味料和液态调味料两种，为了使最终产品香味浓郁、独具特色，公司对两种形态的复合调味料采用的工艺流程存在一定差异。复合调味料的生产工艺流程如下：

(1) 半固态调味料

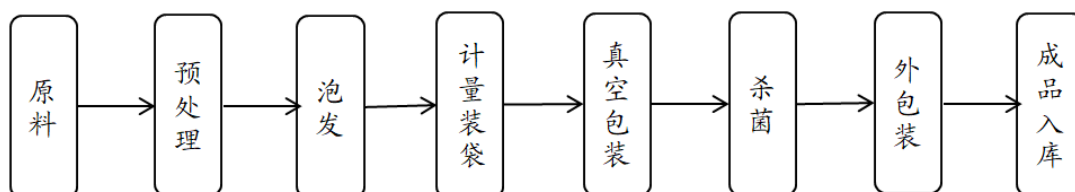


(2) 液态调味料



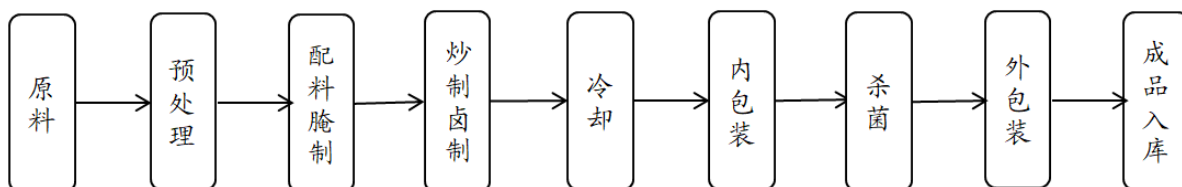
3、蔬菜制品工艺流程图

清水雅笋的生产工艺流程如下：



4、休闲食品工艺流程图

休闲食品的生产工艺流程如下：



（七）发行人具有代表性的业务指标

1、产品销量

销量能够较好地反映公司产品的市场需求情况，从而进一步判断消费者对公司品牌的认可程度，以及公司在调味品市场中的占有份额。

报告期内，公司核心产品调味油的销量分别为 12,147.05 吨、9,342.28 吨、13,374.87 吨和 4,955.31 吨。公司 2021 年销量保持较快增长，但是 2020 年、2022 年 1-6 月的产品销量有所下滑，主要原因为 2020 年受外部环境影响、2022 年静默管理措施推行严重冲击下游餐饮市场需求。

2、半成品产能利用率及产成品产销率

公司生产的藤椒基础油半成品存在集中生产、跨期使用的特征，因此公司在鲜藤椒成熟季节集中加工高峰期（即当年开始集中加工腌制藤椒基础油的月度期间）的产能利用率较高，在非鲜藤椒成熟季节可能存在一定的产能闲置。公司半成品的产能利用情况能够较好反映公司的生产效率，产成品的产销量能够较好反映公司的市场需求。

报告期内，公司高峰期藤椒油半成品集中加工的产能利用率分别为 91.90%、92.29%、92.09%和 98.17%，核心产品调味油的产成品产销率分别为 95.85%、108.07%、

99.69%和 100.33%，公司半成品产能利用率及产成品产销率保持在较高水平，反映公司生产运营良好，产品销售顺畅。

（八）发行人符合产业政策和国家经济发展战略的情况

食品工业是“为耕者谋利、为食者造福”的传统民生产业，在实施制造强国战略和推进健康中国建设中具有重要地位。当前，我国经济进入新常态，供给侧结构性改革处在关键期，加快食品行业健康发展，推动食品工业转型升级，有利于满足城乡居民安全、多样、健康、营养、方便的食品消费需求，促进农业增效、农民增收、农村发展，培育形成经济发展新动能。

国家发展和改革委员会、工业和信息化部于 2017 年联合印发《关于促进食品工业健康发展的指导意见》，四川省市场监督管理局于 2020 年印发《支持食品产业健康发展的若干措施》，此外，山东、湖南、安徽、云南等地方政府近年来也颁布了加快食品产业高质量发展若干措施，支持大型食品企业做优做强，中小型食品企业做优做精。

公司所处行业为食品制造业，食品工业健康发展是贯彻落实供给侧结构性改革的重要内容，公司符合产业政策和国家经济发展战略。

二、发行人所处行业的基本情况⁹

（一）发行人所属行业

根据公司主营产品工艺和用途，按照中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司属于“C14”之“食品制造业”。根据国民经济行业分类（GB/T 4754-2017），公司属于调味品、发酵制品制造行业。

（二）行业主管部门、监管体制及主要法律法规及政策

1、行业主管部门和监管体制

公司所属行业由不同的监管部门根据各自职责范围分别进行管理。行业主管部门包括国家市场监督管理总局、农业农村部、国家卫生健康委员会等。除此之外，公司还接受中国食品工业协会、中国调味品协会等行业内自律性管理机构的行业自律管理。

⁹ 本节引用的第三方数据并非专门为本次发行准备，发行人也并未为相关数据支付费用或提供帮助。

国家市场监督管理总局是国务院直属机构。国家市场监督管理总局的主要职责是：负责市场综合监督管理，统一登记市场主体并建立信息公示和共享机制，组织和指导市场监管综合执法工作，反垄断统一执法，监督管理市场秩序，宏观质量管理，产品质量安全监督管理，食品安全监督管理综合协调，食品安全监督管理等。

农业农村部是国务院组成部门。农业农村部主要职责是：统筹研究和组织实施“三农”工作战略、规划和政策，监督管理种植业、畜牧业、渔业、农垦、农业机械化、农产品质量安全，负责农业投资管理等。

国家卫生健康委员会是国务院组成部门。国家卫生健康委员会主要职责是：拟订国民健康政策，协调推进深化医药卫生体制改革，组织制定国家基本药物制度，监督管理公共卫生、医疗服务、卫生应急，负责计划生育管理和服务工作，拟订应对人口老龄化、医养结合政策措施等。

中国食品工业协会是经国务院批准成立的全国食品工业的自律性行业管理组织，主要职能和任务为协助政府和食品企业开展统筹、规划、协调工作，加强对食品企业的指导和服务。

中国调味品协会是国家一级协会，由全国酱油、食醋、酱类、酱腌菜、腐乳、烹调和各种调味料生产经营及相关的企业、事业单位组成，是跨地区、跨部门、不分所有制的全国性、非盈利性行业组织。中国调味品协会在业务上归国务院国有资产监督管理委员会指导，协会主要任务是在政府主管部门的指导下开展工作，在协会会员和政府之间发挥桥梁和纽带作用，既反映调味品行业的愿望和要求，为企业服务，又接受政府部门委托做好行业管理工作，推动调味品行业发展。

2、行业主要法律法规及政策

报告期初以来，行业新制定或修订的法规以食品安全法规为主，相关法规有利于推动食品行业的健康发展，规范程度较高的企业或将进一步占领市场，对公司生产经营、准入门槛、运营模式不存在重大影响。

行业主要法律法规及政策如下：

序号	生效日期	文件名称	主要内容
1	2020年3月	《食品生产许可管理办法》 (2020年修订)	为规范食品、食品添加剂生产许可活动，加强食品生产监督管理，保障食品安全而制定。分总则、申请与受理、审查与决定、许可证管理、

序号	生效日期	文件名称	主要内容
			变更、延续与注销、监督检查、法律责任、附则 8 章 61 条
2	2020 年 7 月	《食品安全地方标准：花椒油》	规定了花椒油的食品安全各类指标
3	2019 年 12 月	《中华人民共和国食品安全法实施条例》（2019 修订）	根据《中华人民共和国食品安全法》制定。分总则、食品安全风险监测和评估、食品与安全标准、食品生产经营、食品检验、食品进出口、食品安全事故处置、监督管理、法律责任、附则 10 章 86 条
4	2019 年 5 月	《中共中央国务院关于深化改革加强食品安全工作的意见》（2019 年 5 月 9 日）	到 2035 年，基本实现食品安全领域国家治理体系和治理能力现代化。食品安全标准水平进入世界前列，产地环境污染得到有效治理，生产经营者责任意识、诚信意识和食品质量安全管理水平明显提高等
5	2021 年 4 月	《中华人民共和国食品安全法》（2021 年修订）	为保证食品安全，保障公众身体健康和生命安全而制定。分总则、食品安全风险监测和评估、食品安全标准、食品生产经营、食品检验、食品进出口、食品安全事故处置、监督管理、法律责任、附则 10 章 154 条
6	2018 年 12 月	《食品安全国家标准：植物油》	规定了植物油的食品安全各类指标，取代《食用植物油卫生标准》和《食用植物油煎炸过程中的卫生标准》
7	2018 年 5 月	《四川省人民政府办公厅关于推进花椒产业持续健康发展的意见》	到 2022 年，四川省花椒种植面积稳定在 600 万亩，其中现代花椒基地突破 300 万亩，花椒果品加工转化率达到 70%，建成亿元级加工企业 10 个、省级以上花椒产业融合发展示范园区 10 个、省级以上花椒产业特色优势区 10 个，培育区域公共品牌和企业知名品牌 20 个，实现综合产值 300 亿元，主产区椒农人均年收入达到 3000 元，努力把四川省打造成全国种植面积最大、研究和开发水平领先、综合效益显著的花椒产业第一省
8	2017 年 11 月	《食品经营许可证管理办法》	为规范食品经营许可活动，加强食品经营监督管理，保障食品安全而制定。分总则、申请与受理、审查与决定、许可证管理、变更、延续、补办与注销、监督检查、法律责任、附则 8 章 57 条
9	2017 年 2 月	《“十三五”国家食品安全规划》	到 2020 年，食品安全治理能力、食品安全水平、食品产业发展水平和人民群众满意度明显提升。主要实现食品安全抽检覆盖全部食品类别、品种，农业源头污染得到有效治理，食品安全现场检查全面加强，食品安全标准更加完善，食品安全监管和技术支撑能力得到明显提升五大目标
10	2017 年 1 月	《国家发展改革委、工业和信息化部关于促进食品工业健康发展的指导意见》	到 2020 年，食品工业规模化、智能化、集约化、绿色化发展水平明显提升，供给质量和效率显著提高。产业规模不断壮大，产业结构持续优化，规模以上食品工业企业主营业务收入预期年均增长 7%左右；创新能力显著增强，

序号	生效日期	文件名称	主要内容
			“两化”融合水平显著提升，新技术、新产品、新模式、新业态不断涌现；食品安全保障水平稳步提升，标准体系进一步完善；资源利用和节能减排取得突出成效，能耗、水耗和主要污染物排放进一步下降
11	2016 年 12 月	《国务院办公厅关于进一步促进农产品加工业发展的意见》	到 2020 年，农产品加工转化率达到 68%，规模以上农产品加工业主营业务收入年均增长 6%以上，农产品加工业与农业总产值比达到 2.4：1；结构布局进一步优化，关键环节核心技术和装备取得较大突破，行业整体素质显著提升，支撑农业现代化和带动农民增收作用更加突出，满足城乡居民消费需求的能力进一步增强。到 2025 年，农产品加工转化率达到 75%，农产品加工业与农业总产值比进一步提高；自主创新能力显著增强，转型升级取得突破性进展，形成一批具有较强国际竞争力的知名品牌、跨国公司和产业集群，基本接近发达国家农产品加工业发展水平
12	2016 年 12 月	《“十三五”四川省食品安全规划》	要全面对接国家实施的食用农产品源头治理工程、食品安全监管行动计划、风险监测预警评估能力提升项目等 9 大食品安全项目，全力抢抓审评审批制度改革、标准提高行动计划、技术支撑能力建设项目等 9 大药品安全工作机遇，切实围绕全省实施的基层监管能力标准化建设工程、监管人才培养工程、社会共治推进工程、智能监管能力提升项目等 20 项专项工作，积极争取一批重大食品药品安全项目落户本地，推动安全保障水平整体提升。到 2020 年，全省食品药品安全治理能力、安全水平和产业发展得到明显提升，食品药品放心度、美誉度和人民群众满意度实现较大提高
13	2016 年 11 月	《全国农产品加工业与农村一二三产业融合发展规划（2016—2020 年）》	到 2020 年，产业融合发展总体水平明显提升，产业链条完整、功能多样、业态丰富、利益联结更加稳定的新格局基本形成，农业生产结构更加优化，农产品加工业引领带动作用显著增强，新业态新模式加快发展，产业融合机制进一步完善，主要经济指标比较协调、企业效益有所上升、产业逐步迈向中高端水平，带动农业竞争力明显提高，促进农民增收和精准扶贫、精准脱贫作用持续增强
14	2016 年 10 月	《食品生产许可审查通则》	为加强食品生产许可管理，规范食品生产许可审查工作而制定。分总则、材料审查、现场核查、审查结果与检查整改、附则 5 章 56 条
15	2020 年 10 月	《食品召回管理办法》	为加强食品生产经营管理，减少和避免不安全食品的危害，保障公众身体健康和生命安全而制定。分总则、停止生产经营、召回、处置、监督管理、法律责任和附则 7 章 46 条
16	2014 年 8 月	《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例实施办法》	企业取得生产许可证，应当符合下列条件： （一）有与拟从事的生产活动相适应的营业执

序号	生效日期	文件名称	主要内容
			照；（二）有与所生产产品相适应的专业技术人员；（三）有与所生产产品相适应的生产条件和检验检疫手段；（四）有与所生产产品相适应的技术文件和工艺文件；（五）有健全有效的质量管理制度和责任制度；（六）产品符合有关国家标准、行业标准以及保障人体健康和人身、财产安全的要求；（七）符合国家产业政策的规定，不存在国家明令淘汰和禁止投资建设的落后工艺、高耗能、污染环境、浪费资源的情况。法律、行政法规有其他规定的，还应当符合其规定

3、行业经营许可情况

根据《中华人民共和国食品安全法》，国家对食品生产经营实行许可制度，从事食品生产和食品经营应当依法分别取得食品生产许可证和食品经营许可证。

（三）行业技术水平和主要壁垒

1、行业技术水平

我国的调味品加工工艺已经实现从传统、原始到现代、高科技的转变。就香辛类调味品而言，香辛料植物的风味物质大多存在于油树脂当中，调味品厂商通过油浸、萃取、蒸馏等现代工艺将油树脂从香辛料植物中提取中出来，可以更充分的利用香辛料植物中的风味物质。香辛料油树脂具有占用空间小、杂质少、水分含量低的特点，所加工的调味配料清洁卫生，在食品中分散均匀，便于运输和储藏。香辛类调味品制造企业通过建立质量标准，统一处理不同产地和不同成熟季节的香辛料植物，可以使油树脂产品品质稳定、标准化，让下游企业和消费者得到良好的使用感受。

调味品细分领域较多，以藤椒油行业为例，行业内目前存在闷制、鲜榨、超临界萃取三类生产技艺工艺，大多数企业会选择 1-2 种技艺工艺进行生产，但是农产品原料质量、基础油萃取标准、生产工艺稳定性、基础油调配比例都将对藤椒油产品的最终风味造成非常大的影响。目前行业内部分企业对产品的核心指标“风味”的判断主要还是依靠经验，造成产品的质量起伏较大，这类产品也给下游企业的生产加工和风味稳定带来较大困难。因此，生产工艺的升级改进和产品风味的标准化一直是行业内部重要的技术课题。

藤椒油产品生产的三种主流工艺的具体情况如下：

① 热油浸提技术（闷制工艺）

热油浸提技术属于高温萃取工艺，是藤椒油生产的传统方式，基本操作流程如下：将藤椒进行筛选处理，去除原料里混杂的枝叶；将按一定油料比例计重后的植物油加热至规定的温度后，加入盛装藤椒的容器中进行浸提；藤椒经过高温油浸一定时间后进行离心脱油，分离的藤椒油进入过滤系统，过滤完成后储存待用。闷制技术提取的藤椒油具有浓郁的椒香味，高温浸取最大限度地保留了藤椒油的传统口感。

② 鲜榨技术

鲜榨技术属于常温萃取工艺，需要通过多道程序才能提取符合标准的藤椒油，具体流程如下：把预处理的藤椒鲜果通过压榨机进行破碎，取出藤椒果浆；将挤压出的藤椒果浆除渣，使藤椒果浆含渣量在一定标准以下；将按一定油料比例计重后的植物油加入除渣后的藤椒果浆中，进行搅拌一段时间；搅拌后的藤椒果浆通过分离设备进行油水分离，得到具有一定含水量的藤椒油；将具有一定含水量藤椒油进行干燥，保证鲜榨提取的藤椒油含水量达到一定标准以下。鲜榨技术是在相对低温的情况进行藤椒油提取，与传统闷制工艺通常在高温下提取的藤椒油相比，藤椒的香味、麻味得到了明显提升，且营养成分流失较少。

③ 超临界萃取技术

超临界萃取技术属于物理萃取工艺，通常需要二氧化碳等超临界流体作为萃取剂，把一种成分（高浓度藤椒油）从混合物（干藤椒或椒壳）中分离出来。超临界流体对脂肪酸、植物碱、醚类、酮类、甘油酯等具有特殊溶解作用，该技术的主要原理即通过控制压力和温度，利用超临界流体的溶解能力与其密度的关系，在超临界状态下将超临界流体与待分离的物质接触，使其有选择性地按照极性大小、沸点高低和分子量大小把有效成分依次萃取出来。不同压力范围所得到的萃取物并非是单一的，但可以控制条件得到最佳比例的混合成分，然后借助减压、升温的方法使超临界流体变成普通气体，完全或基本析出被萃取物质，从而达到分离提纯的目的。超临界萃取技术主要使用干藤椒或椒壳进行二次萃取，充分提高藤椒原料利用率，实现藤椒的有效成分提取度最大化。

2、行业进入的主要壁垒

（1）销售渠道壁垒

调味品行业的销售渠道结构相对复杂，面向餐饮客户销售一般以农贸批发市场等传统流通渠道为主，传统渠道层级多，渠道维护的运营难度较高；面向家庭客户销售一般以商超、便利店甚至电商等现代流通渠道为主，渠道类型更为多样化，需要投入较大精力进行渠道推广。对于我国这样地域广阔的国家而言，调味品企业只有建立起广泛且下沉的营销网络，才能获取更大的市场份额。全国性、多渠道、多层级的销售网络建设，需要企业具备丰富的销售渠道开拓、维护与管理经验。新进入企业如果想在调味品行业抢占市场，不仅需要在销售渠道建设上投入大量的资金，而且需要较长的渠道和销售队伍建设周期，不易在短期内构建完善的营销渠道网络体系。

（2）品牌壁垒

调味品品牌获得消费者的认可是一个时间较长且投入较高的过程。目前，市场上调味品种类繁多，产品同质化严重，消费者对市场中传统的头部品牌已经形成了认同感。新进入者需要进行大量营销投入以宣传新品牌，同时通过技术创新实现产品差异化，才能最终树立自己的品牌形象，让倾向于购买其他品牌产品的消费者转变消费倾向。与行业内优势品牌相比，新进入的企业需要在品牌建设上长期持续投入，才可能缩小与现有的调味品头部品牌间的差距。这一过程不仅需要投入大量资源，而且需要长时间的积累与沉淀，将使新进入者在较长的一段时间内在竞争中容易处于不利地位。

（3）技术研发壁垒

我国调味品行业历史悠久，形成了具有中国特色的饮食文化。调味品“色、香、味”感官指标的把握和判断难以完全通过仪器设备直接获得，需要企业在对消费者喜好进行深入、持续调查的基础上，对产品配方及生产工艺进行不断改进而逐渐形成。如何推出能够满足市场需求的产品，并在现有口味和传统工艺的基础上不断创新，保持消费者对于产品风味的粘性，这对于调味品企业是一项持续的挑战，需要企业具备强大的技术研发实力和长期的经验积累。新进入者必须具备一定的研发水平和调研能力，推出消费者认可的高品质、差异化的产品，才能最终在调味品行业立足。

（4）规模壁垒

调味品企业需要在原材料收获季节大量采购原材料，也需要投入大量的设备、产线和储存设施进行生产，公司达到一定的规模水平才能具备成本的经济性。同时，具有规模优势的调味品企业相对供应商、客户能够具有更强的议价能力，也更容易获得产业链

上、下游企业的认同，并与其形成互利双赢的战略合作关系。规模效应令调味品行业内现有的领先企业积累了先发优势，新进入企业难以在短时间内形成成本、规模方面的优势，面对激烈市场竞争的抵抗能力较弱。

（5）原材料产地壁垒

藤椒油及其衍生复合调味品的必需原材料为藤椒。藤椒一年一收，对生长环境的要求较高，主要分布于我国的眉山、乐山、雅安、资阳、重庆等地。藤椒种植较为分散，产业化程度不高，因此调味品企业主要面向农村合作社采购，需要具备季节性采收、品控、存储、加工的能力。由于藤椒油行业对上游原材料品质要求较高，如果新进入企业无法获得与优质原材料供应商的长期合作机会，或距离原材料供应地较远且运输能力有限，或缺乏季节性集中采购和储存的能力，将会对原材料质量和最终成品风味产生较大影响。

（四）行业发展态势

1、调味品行业发展概况

（1）调味品及其分类情况

调味品是指在饮食、烹饪和食品加工中广泛应用的，用于调和滋味和气味并具有去腥、除膻、解腻、增香、增鲜等作用的产品，是广大消费者日常生活离不开的生活必需品。近年来，经济持续增长，居民收入提高，消费者更加关注自身的饮食起居和生活品质，我国调味品行业由此取得了突破性的发展，产量销量迅速增长，产品种类日益丰富。

调味品细分品种较多，包括酱油、食醋、蚝油、调味酱、复合调味料、香辛料等，属于多品类大市场。调味品按产品成分分类，可以分为单味调味品（基础调味品）和复合调味品；按味觉感受分类，可以分为咸味调味品、甜味调味品、鲜味调味品、酸味调味品、辛辣调味品等；按成品形状分类，可以分为酱品类、酱油类、汁水类、味粉类、固体类等；按地方风味分类，可以分为川式、广式、西式及其他地方风味等。

（2）行业发展历程

随着社会经济的发展，现代餐饮行业所需要的调味品种类已经从原来单一的酱、油、醋、鸡精、味精，扩展到增香产品、增鲜产品、复合调味料、餐料等复合产品。根据 Euromonitor 的市场调研，我国约 70%的调味品销往餐饮消费和食品加工制造渠道，中

国餐饮业、食品工业的巨大需求推动调味品行业得到较快发展。调味品行业正处于产品不断细分、市场不断集中的成长阶段，行业发展稳定而繁荣。

我国调味品行业发展历史悠久。在 1998 年以前，调味品行业处于政府管制阶段。1998 年以后，随着价格管制放开，企业经济效益逐渐改善，调味品行业在洗牌调整后走向规模化生产的商品市场，进入量价齐升的高速发展时期。2015 年以后，调味品逐渐进入平稳增长阶段，子行业细分化、多元化，龙头品牌集中度提升。行业发展的主要历程及具体特征如下：

时间	行业阶段	具体特征
1998 年前	管制调整	政府管制调味品价格；受全国粮价放开及通货膨胀因素影响，许多面临巨大成本压力的企业由于经营不善出现破产危机
1999-2003 年	上升整合	成本压力减小，行业出现回暖，经营大幅改善；国营企业改制，行业逐渐以民营企业、外资企业为主，行业管理效率提升
2004-2014 年	十年高速发展	餐饮业和食品工业快速发展，调味品行业繁荣；调味品呈现量价齐升的特点，2004-2014 年调味品企业收入年均复合增长率达 19.4%，利润年均复合增长率达 25.4%；大批外资企业进驻，占据一定市场份额
2015 年后	消费升级，格局优化	受经济增速下滑等宏观因素，以及餐饮渠道竞争压力的影响，调味品行业增速放缓；调味品低端市场规模萎缩，高端市场逐步扩展；调味品细分化、多元化，呈现结构性升级趋势；随着成本波动，行业跟进提价；龙头品牌集中度提升，行业格局优化

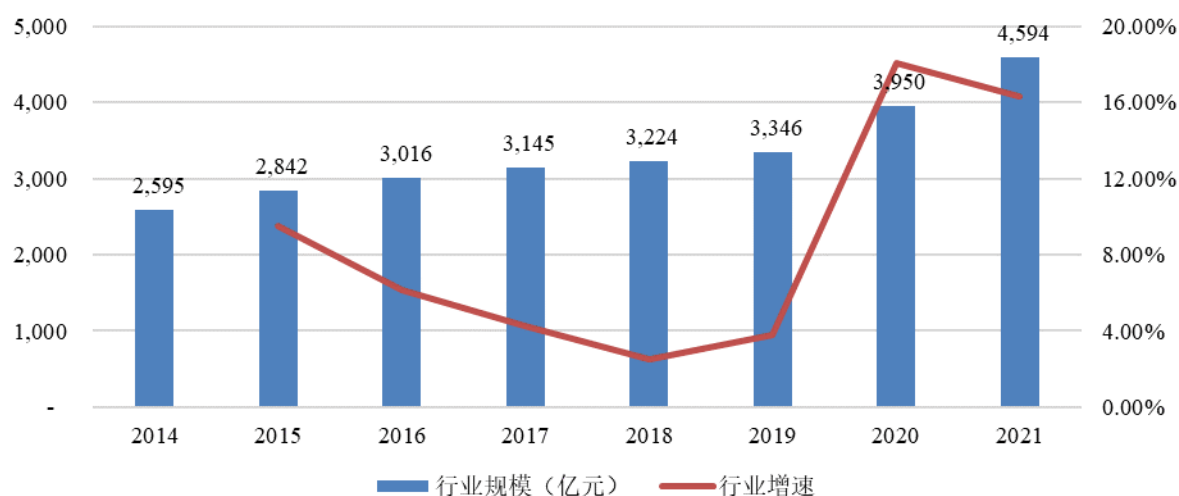
资料来源：智研咨询

（3）行业市场规模

近年来，我国调味品行业的产量、销售规模保持逐年上升趋势。根据艾媒咨询数据，2014-2021 年，我国调味品行业市场规模从 2,595 亿元增长至 4,594 亿元，年均复合增长率为 8.50%。2020 年、2021 年，我国调味品行业市场规模同比增长 18.05%、16.30%，主要原因为**外部环境**影响使调味品消费从餐饮烹饪转向家庭烹饪场景，提升了家庭端调味品需求，面向消费者的部分调味品企业在此期间保持了良好增长。

根据中国调味品协会发布的中国调味品企业 100 强统计数据，2019-2021 年调味品百强企业总产量分别为 1,428.91 万吨、1,833.00 万吨、1,830.60 万吨，总销售收入分别为 1,051.08 亿元、1,139.00 亿元、1,317.10 亿元。调味品行业头部企业的规模和收入保持稳步增长，行业发展趋势良好。

2014-2021 年我国调味品行业市场规模



资料来源：艾媒咨询

（4）行业未来发展趋势

① 调味品向品质化、健康化发展

近年来，随着我国经济的高速发展，居民消费水平的不断提高，消费者对食品风味、食品健康提出了更高的要求，愿意为特色美食、健康饮食支付更高的价格，调味品呈现出明显的消费升级趋势。特别是在国家健康饮食专项行动大力推进的背景下，调味品企业为迎合消费需求和适应发展浪潮，不断开发出品质高端且主打健康美味概念的调味品。越来越多的调味品开始强调零添加、低盐、有机等概念，并在外观上开始进行重新包装定位，推动主销产品的升级换代。

② 调味品向多味型、跨场景趋势发展

伴随着菜系的不断创新和扩散，调味品也经历了味型、品类和场景不断创新、创造的过程。随着家庭消费生活方式和餐饮企业生产方式的不断变迁，菜系菜品不断推陈出新，新的味型也层出不穷，消费场景边界逐渐模糊，进而推动调味品应用向多味型、跨场景趋势发展。

③ 复合调味品成为行业增长引擎

复合调味品是指用两种或两种以上的调味品配制，经过特殊加工而制成的调味品，典型的复合调味品有火锅调料、鸡精、中式复合调料和西式复合调料等。在家庭端，复

合调味品满足烹饪技能较弱，且追求烹饪便利性、口味一致性的消费者的需求；在餐饮端，复合调味品主要面向连锁餐馆和外卖餐饮，满足其标准化、去厨师化、口味定制化以及追求时效性的需求。

由于复合调味品把多种味道复合在一起，具有功能化、营养化、方便化的特征，餐饮企业和家庭消费者把食材加以复合调味品进行简单烹饪就能做出美味菜品，因此越来越成为行业增长的新引擎。根据艾媒咨询的数据，我国复合调味品 2011-2021 年市场规模年均复合增长率为 13.90%，高于同期调味品行业整体市场规模增速。相对饮食习惯和我国相似的日韩而言，我国目前复合调味品渗透率较低，人均复合调味品消费量也偏少。我国复合调味品市场目前还处于快速发展阶段，具有广阔的市场空间，引导调味品企业开发出类型多样、口味丰富的复合调味料。

2、藤椒油及相关麻系调味油行业发展概况

（1）藤椒油产品概况

藤椒是芸香科花椒属植物，属于青花椒体系，学名竹叶花椒，又名蔓椒、油椒、山椒子、香椒子，素有“椒中君子”之美誉。藤椒是重要的油料和香料，其鲜果色泽翠绿且表面散布大量凸起饱满的油腺，成熟果实含油量较高，香味芬芳且容易挥发，具有清香浓郁、麻味绵长的口感。

藤椒油由新鲜藤椒萃取提炼而成，色泽清澈，颜色黄绿，具有浓郁的藤椒清香，口感微麻。藤椒油的主要化学成分有挥发油、生物碱、酰胺、木脂素、香豆素、黄酮等，其中，酰胺物质中的花椒素、异花椒素、双氢花椒素、四氢花椒素、 α -山椒素、脱氢-山椒素等是藤椒油麻味的主要呈味物质；挥发油中所含的烯烴类、醇类、酮类、醛类、酯类及环氧化合物类等，如芳樟醇、柠檬烯、桉烯、月桂烯、大根香叶烯等是藤椒油清香味的主要呈味物质。在菜品烹调、食品制作中加入藤椒油，可以使成品具有独特的“清、香、鲜、麻”的风味，也被称为藤椒风味。

（2）行业发展历程

花椒作为中国本土的香辛料调味料，已经有上千年的应用历史，近年来更是随着川菜、火锅、麻辣休闲食品等在餐饮端和食品端的需求增长，应用场景不断扩大，需求量不断提升，成为继辣椒之后的第二大香辛料单品。

我国花椒产量近年来保持稳健增长，根据中商产业研究院统计数据，2012 年以来

我国花椒产量维持在 30 万吨以上，2020 年我国花椒产量达到 45.6 万吨，预计 2021 年中国花椒主产区产量将达 50.9 万吨。花椒果皮被誉为八大调味品之一，特别是在川渝地区有着传统的食用历史。根据 Wind 统计数据，2018 年四川、重庆、云南、陕西、甘肃、山东等花椒主产区合计占据了全国花椒产量的 86.9%，其中，四川占比 23.2%，重庆占比 15.7%。随着川味在全国的迅速普及，火锅、川菜等餐饮业态快速崛起，花椒需求将保持高景气度。

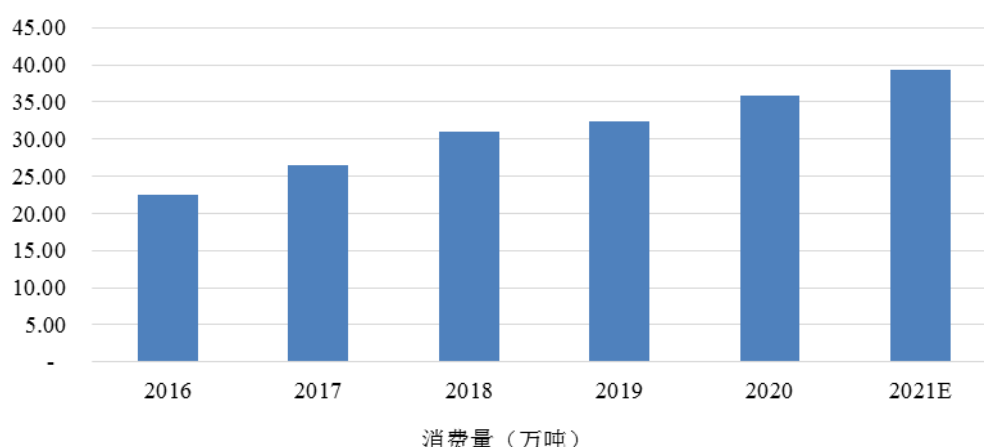
作为花椒的细分品种，藤椒比红花椒更柔和清新，且没有其他青花椒的苦涩味。相较于花椒主要提供麻味的功能，藤椒的味型更丰富和立体，因此藤椒味型不仅给川菜体系提供了香麻的新味型，而且更适宜川渝以外对麻度耐受程度更低的人群，其“清、香、鲜、麻”的独特味型逐渐成为一种单独的味觉体系。藤椒在我国产地主要分布于西南、华东、华中及华北等地，其中，四川省种植面积最为广泛且历史悠久，尤以四川洪雅、峨眉山为代表，当地藤椒已被评为国家地理标志产品。

藤椒作为主流调味品使用的时间较短，藤椒大规模运用于川菜烹调始于 20 世纪 80 年代，以眉山市洪雅县赵跃军等为代表的一批乡村饭店厨师，最早将洪雅的野生藤椒应用于川菜制作，使菜肴呈现特殊的“清、香、鲜、麻”风味。21 世纪以来，餐饮业内掀起了一股藤椒风味美食风潮，藤椒菜肴在川菜体系内广为流行。目前，除厨房烹饪、家庭烹饪使用藤椒油制作藤椒风味菜品以外，藤椒风味还运用到休闲零食、炸鸡快餐、方便面等食品制造业，市场上的藤椒味瓜子、藤椒味麻饼、藤椒味月饼、藤椒味粽子等点心食品也颇受食客欢迎。

（3）市场供求情况

我国具有悠久的历史花椒应用历史，花椒的消费对象主要为餐饮企业、食品企业和家庭消费者。随着人们生活水平的提高，以及川菜风味的普及和流行，花椒需求呈现多样化趋势，花椒消费量持续提高。根据中商产业研究院的数据，2020 年我国花椒主产区消费量为 35.81 万吨，预计 2021 年我国花椒主产区消费量将进一步增长至 39.4 万吨。

2016-2021 年中国花椒主产区消费量



数据来源：中商产业研究院

相对于花椒颗粒、花椒原粉等粗加工产品，花椒调味油代表的花椒深加工产品具备标准化程度高、溶解性好、有效成分利用率高等优点，有望持续替代粗加工产品。此外，作为花椒油的细分品类，藤椒油的口味普适性更强，近年来市场规模不断扩大，从川渝走向了全国，成为区域风味全国化的一个典型案例。在花椒消费量持续稳步增长的基础上，更加迎合消费者需求的藤椒油及相关麻系调味油的市场需求预计将持续增长。

总体来看，我国大部分地区的花椒加工工业仍然相对落后，加工企业以家庭作坊居多，存在设备差、档次低、产品少的情况，难以实现花椒精深加工研发和高端加工设备应用，因此整体产出的花椒产品多为粗加工产品。藤椒油及相关麻系调味油属于花椒的精深加工产品之一，从事相关产品生产且拥有一定技术实力的主流厂商较少，相对于不断增长的下游客市场需求，行业产能目前存在较大提升空间。

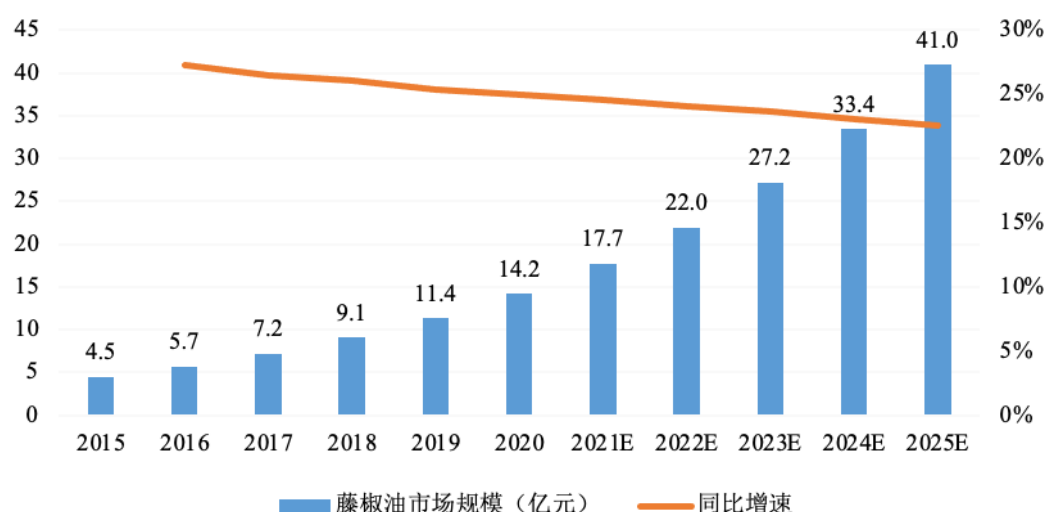
（4）目标市场容量

根据和君咨询的测算，2020 年中国花椒油市场的出厂口径销售规模约为 150 亿元。我国花椒油市场规模的年均复合增长率约为 20%，但是整体增速稳中有降，预计 2025 年花椒油市场规模将达到 350 亿元以上。

作为花椒油的细分品类，藤椒油产品口味普适性更强，“清、香、鲜、麻”的特性更具味觉记忆，因此近年来藤椒油及相关应用的细分市场快速渗透，规模快速成长。根据和君咨询的测算，2020 年中国藤椒油市场的出厂口径销售规模约为 14.2 亿元。我国藤椒油市场规模的年均复合增长率约为 25%，整体增速相较花椒油更高，增速稳中有降，

预计 2025 年藤椒油市场规模将成长至 41 亿元。

2015-2025 年藤椒油市场规模



数据来源：和君咨询

（5）行业未来发展趋势

香辛料植物在食品制造中的应用形态，主要可以分为以下几种类型：①香辛料原物或粉末——原香原味，符合传统使用习惯，但品质不稳定，使用效率不高；②低浓度调味油——主要指用食用油浸提或油炸香辛料得到的调味油，如花椒油、红油等，这类产品工艺简单、操作方便，但是原料利用率不足，产品浓度较低且不稳定；③香辛料精油、油树脂及其调配产品——主要指通过萃取、蒸馏等技术手段，对香辛料中的风味物质进行提取，添加植物油等辅料制成的产品，具有浓度高、在食品中溶散完全、原料利用率高等特点。

目前，我国藤椒的下游产品主要包括干藤椒颗粒、干藤椒粉末等粗加工产品，应用形态属于第一层级的香辛料原物或粉末；藤椒油、藤椒复合调味料、藤椒提取物等深加工产品在藤椒制品中的占比较低，应用形态属于二、三层级的低浓度调味油、香辛料精油、油树脂及其调配产品相对较少。以和君咨询对花椒的调研访谈为例，中国花椒下游的消费形态中，粗加工农副产品形态的干花椒和保鲜花椒占比仍然高达 70%，花椒油占比约 15%，花椒酱占比约 10%，花椒提取物占比约 5%。

我国藤椒油及相关应用市场正经历着从香辛调味原材料到藤椒调味油，再到藤椒味

型复合调味料的发展路径。相对于干花椒、保鲜藤椒等农副产品形态的使用方式，藤椒油具备标准化程度高、溶解性好、消费体验好等优点，有望持续替代干花椒、保鲜藤椒等原始形态的产品。此外，火锅底料、川菜调料等藤椒类复合调味品空间广阔，未来随着餐饮工业化率的提升，其市场规模和渗透率有望持续保持增长。因此，预计我国藤椒制品将从粗加工向精深加工持续升级。

3、复合调味料行业发展概况

（1）市场供求情况

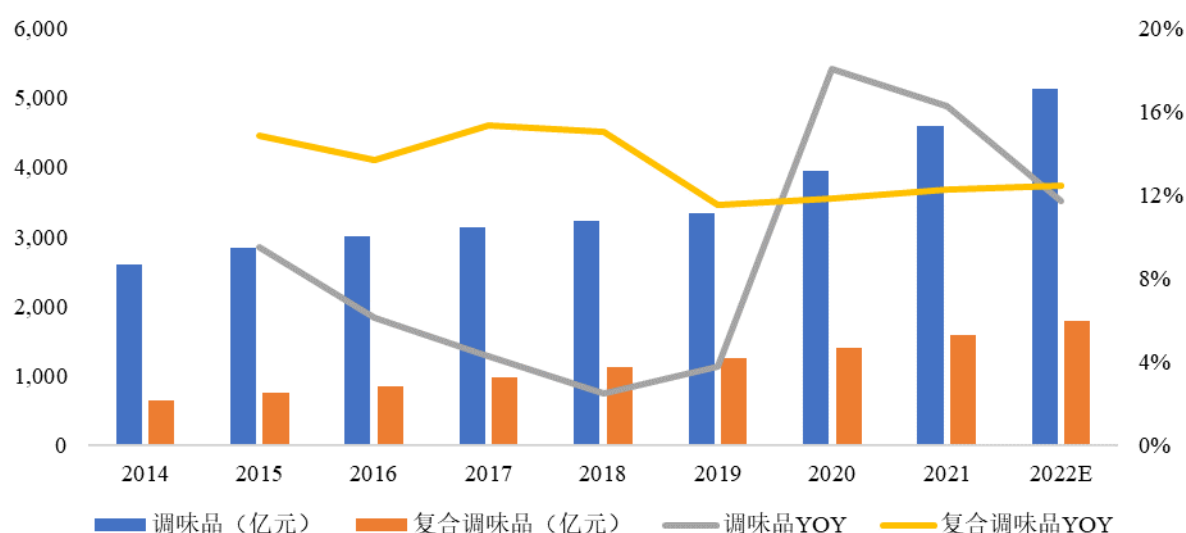
我国复合调味料处在前期导入期，整体消费需求保持高速增长。从零售端的需求来看，伴随人均收入水平提高，消费者对调味品需求逐渐从价格导向转向为功能和口味导向，复合调味料一方面能够降低烹饪难度和提升烹饪效率，另一方面能够迎合终端消费者对川菜、火锅等辣味菜系的偏好，因此导致复合调味料在家庭烹饪场景中逐渐取代传统单一调味品。从餐饮端的需求来看，在门店加工环节能够保持味型稳定和降低烹饪成本，从而达到去厨师化目的的复合调味品成为连锁餐饮的重要一环，随着餐饮连锁化的快速推进，餐饮企业未来对复合调味料的需求将持续提升。综合 C 端及 B 端的客户需求，结合目前我国复合调味料的渗透率仍处于低位的现状，预计复合调味料的下游市场消费需求将持续强劲。

复合调味料的细分赛道较多，多数企业均选择差异化的产品以避免同质化竞争，因此市场上存在各类川菜复合调味料、西餐复合调味料、火锅底料、火锅蘸料、小龙虾调料、麻辣香锅调料等产品，以满足特定饮食需求和特定消费群体。总体来看，复合调味料的下游市场需求多种多样，特别是餐饮企业的需求更具有较强的定制性，面对不断增长且味型丰富的消费需求，行业供给侧目前仍然存在较大的增长空间。

（2）目标市场容量

根据艾媒咨询的数据，2021 年我国复合调味料市场规模为 1,588 亿元，同时其预计 2022 年我国复合调味料市场规模将达到 1,786 亿元，2027 年我国复合调味料市场规模将进一步增长至 3,367 亿元。中商产业研究院测算的 2021 年我国复合调味料市场规模为 1,658 亿元，与艾媒咨询的测算数据基本一致，同时中商产业研究院也持续看好复合调味料的市场空间，其预计 2022 年我国复合调味料市场规模将达到 1,800 亿元。

2014-2022 年我国复合调味品市场规模



资料来源：艾媒咨询

根据艾媒咨询的数据，我国复合调味料 2011-2021 年市场规模年均复合增长率为 13.90%，高于同期调味品行业整体市场规模增速。相对饮食习惯和我国相似的日韩而言，我国目前复合调味料渗透率较低，人均复合调味料消费量也偏少。未来调味品行业核心消费品将从基础调味料（酱油、醋、味精）向功能化、复合化调味料迭代，引导调味品企业开发出类型多样、口味丰富的复合调味料。我国复合调味料市场目前还处于快速发展阶段，凭借便捷性、标准化、复合化等特征，复合调味料将具有广阔的市场空间。

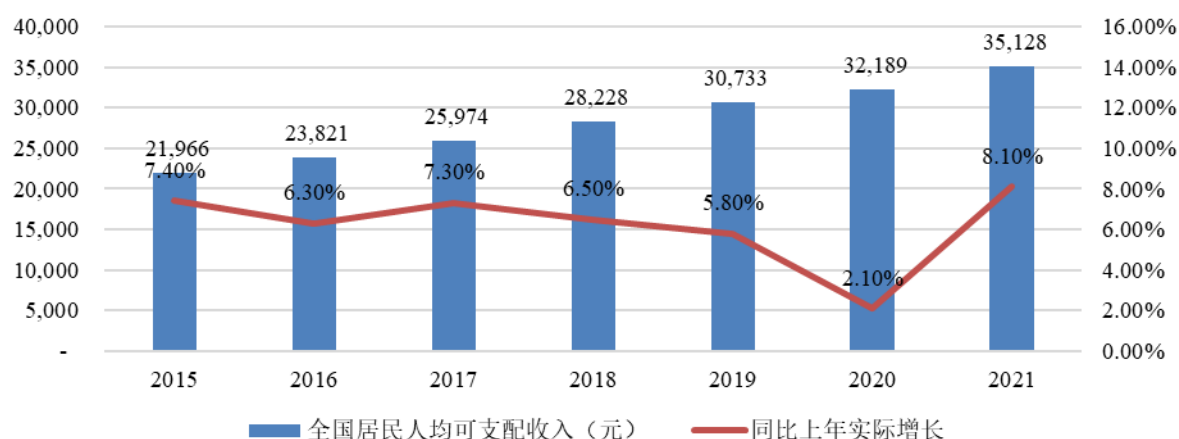
（五）行业发展面临的机遇与风险

1、行业发展机遇

（1）收入水平提高增强消费者购买力

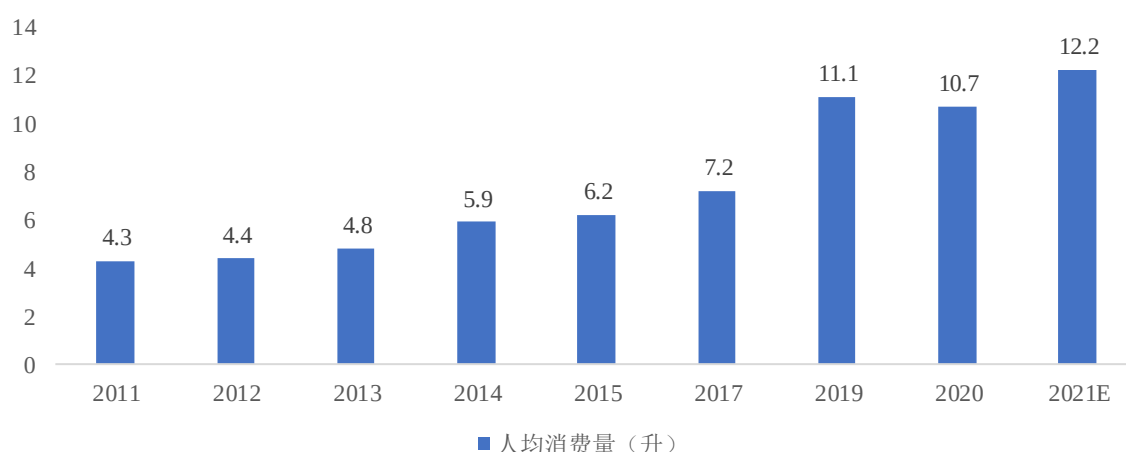
近年来，我国城镇居民人均可支配收入不断提升，2015-2021 年全国人均可支配收入复合增长率为 8.14%。随着居民收入水平的不断增长，消费者的餐饮消费结构迎来升级，对饮食风味的追求也在持续提高，我国消费者的人均调味品消费量正处在稳定上升期。未来，随着城镇化的进一步推进，人均可支配收入的持续提高，以及调味品产品结构的多样化和品牌化，预计居民对各类调味品的需求还将保持快速增长。

2015-2021 年全国居民人均可支配收入及增长情况



数据来源：国家统计局

2011-2021 年中国人均调味品消费量



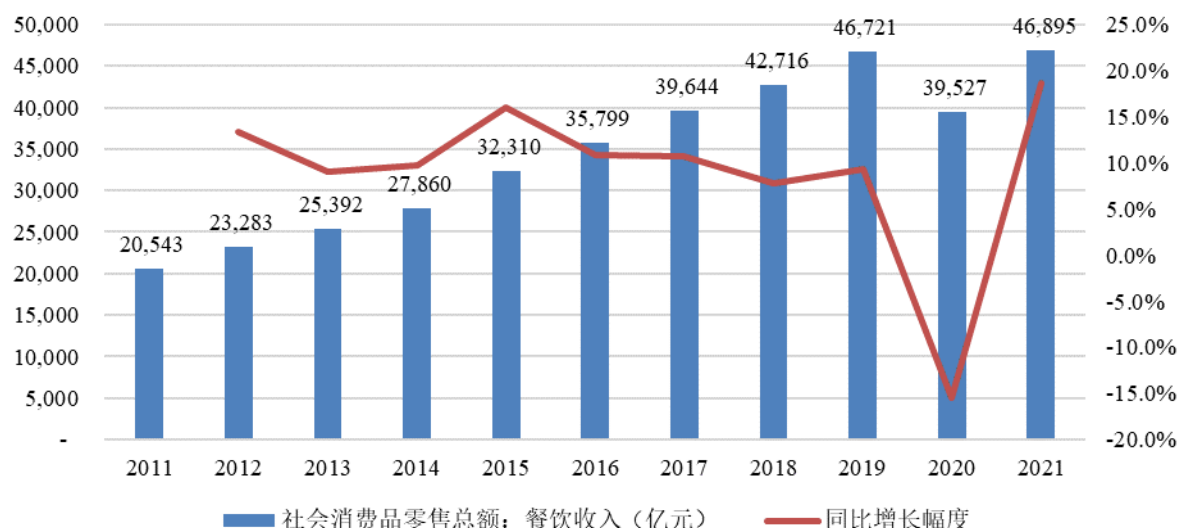
数据来源：中国产业信息网、中商产业研究院

（2）餐饮行业快速发展创造市场空间

食品加工、餐饮采购和家庭消费是调味品的三大消费渠道，其中餐饮采购是调味品的主要消费渠道。除**外部环境影响**导致 2020 年餐饮行业收入大幅下滑以外，我国餐饮市场长期保持快速发展，餐饮行业的整体收入从 2011 年的 20,543 亿元增长到 2021 年的 46,895 亿元，年均复合增长率达到 8.60%。随着现代社会生活节奏的加快以及居民收入水平的提高，消费者选择外出就餐、线上外卖的频率增加，餐饮市场整体规模有望保持快速增长。餐饮场景相较家庭场景更擅长也更倾向于使用大量调味品，因此下游餐饮行业的可持续发展为调味品行业提供了巨大的增量空间。此外，随着餐饮行业连锁化程

度提高，餐饮企业对调味品等食材的采购需求从小作坊向品牌商家过渡，为品质更好、标准化程度更高的龙头调味品企业提高市场占有率带来契机。

2011-2021 年我国餐饮行业收入及其增长情况



数据来源：国家统计局

（3）复合调味品渗透率持续上升

复合调味品具备便捷性、标准化、口味稳定性三大特征，近年来成为调味品行业中增速最快的品类，主要原因为：一方面，调味品的复合化可以符合更多的年轻家庭的做饭需求，解决其不会做和没有时间做的痛点；另一方面，餐饮的连锁化发展和规范化经营推动对标准复合调味料的需求快速增长。尤其在我国，受益于火锅、快餐、方便食品的迅速普及，火锅底料、快餐料包的消费需求在快速释放，复合调味品具有广阔的发展前景。

根据艾媒咨询的数据统计，2020 年我国复合调味品市场渗透率为 26%，而美国、日本、韩国的复合调味品市场渗透率分别达到 73%、66%和 59%；从市场渗透率来看，我国的复合调味料还有较大的成长潜力，市场渗透率有望持续提升，推动调味品行业整体增长。

2、行业发展挑战

（1）行业整体管理水平有待提升

我国调味品行业生产企业众多，市场集中度较低，存在大量管理水平较低的中小企

业。部分中小企业缺乏食品检测的技术设备，未建立起完善的质量控制体系，产品质量存在参差不齐的情况。此外，部分小企业仍以作坊式或手工生产为主，存在假冒伪劣、以次充好、低价竞争的情况，对行业信誉与市场环境产生一定冲击。

（2）行业标准体系滞后于产业发展

我国调味品标准化工作起步较晚，各种类型的调味品多达上千种，其中大多数缺乏完善的行业标准体系，食品质量安全市场准入制度尚不健全。近年来，随着国家对食品安全问题的日益重视，调味品行业陆续颁布一系列的行业标准，但是复合调味料种类繁多且持续创新，行业标准很难囊括以复合调味料为代表的全部品种，规范的市场运行仍是调味品行业发展的一大挑战。

3、行业经营环境分析

近年来，我国调味品行业的产量、销售规模保持逐年上升趋势。根据艾媒咨询数据，2014-2021年，我国调味品行业市场规模从2,595亿元增长至4,594亿元，年均复合增长率为8.50%。2020年、2021年，由于**外部环境影响**使调味品消费从餐饮烹饪转向家庭烹饪场景，有力提升了家庭消费者的调味品需求，我国调味品行业市场规模同比增长18.05%、16.30%。

在调味品市场规模持续增长的背景下，麻系调味油也保持良好的增长趋势。根据和君咨询的测算，2020年我国花椒油市场的出厂口径销售规模约为150亿元，花椒油市场规模的年均复合增长率约为20%，但是整体增速稳中有降，预计2025年花椒油市场规模将达到350亿元以上。作为花椒油的细分品类，2020年我国藤椒油市场的出厂口径销售规模约为14.20亿元，藤椒油市场规模的年均复合增长率约为25%，预计2025年藤椒油市场规模将成长至41亿元。

2022年1-6月，国内多地**受外部环境影响**，导致物流、生产、贸易都受到巨大影响，发行人主要的终端市场餐饮行业的市场需求亦受到明显抑制。但是在居民收入水平提高增强消费者购买力、餐饮行业快速发展创造市场空间、复合调味品渗透率持续上升等长期利好因素的影响下，调味油行业在未来仍将保持良好的发展态势，发行人所在的市场经营环境未发生重大不利变化。

（六）行业经营模式和主要特征

1、行业经营模式

调味品产业链的上游主要是养殖业、种植业、食品添加剂制造业、食品包装业等厂商，下游主要是农贸市场、商超、便利店、餐饮店等终端消费者。

在采购环节，调味品生产厂商向农业合作社或农户采购藤椒、红花椒等农产品原材料，向粮油、包材供应商采购菜籽油、包装品、标签纸等其他辅助材料，然后按照产品的生产工艺要求对原材料进行加工处理。藤椒属于相对细分的经济作物，为确保原料供应的稳定性，藤椒油生产企业一般会与农业合作社订立意向合作关系，并对原材料品质进行监控和指导。

在销售环节，调味品生产厂商主要通过餐饮、家庭、工业三大渠道销售其产品。根据华经产业研究院的数据，2021年，我国调味品行业销售以餐饮渠道为主，餐饮渠道的销量占比约为48%，且渠道占比预计还将保持扩大趋势。以餐饮端为终端客户的销售渠道以农贸批发市场、经销门市等传统批发渠道为主，餐饮端客户对调味品的消耗量大、需求稳定，对产品口味、质量要求更高，消费粘性更强；以家庭端为终端客户的销售渠道主要包括超市、便利店等现代流通渠道以及电商渠道，家庭端客户更关注品牌及价格，易受品牌宣传和促销的影响；以食品加工企业为终端客户的销售渠道以经销商和厂家直供的途径为主，工业客户具有较为长期的合作关系，一般会进行大宗采购。

2、行业季节性、周期性和区域性

（1）季节性

调味品需求全年保持平稳，但是根据产品特性和应用领域的不同具有一定的季节性特征。由于藤椒油具有“清、香、鲜、麻”的风味，被广泛应用于各类凉拌食品，消费者更倾向于在天气较热时食用，因此夏秋季节的销量相对较多。此外，经销商通常在春节消费旺季前备货，藤椒油等调味品的销量在年末也会有所增加。

（2）周期性

调味品作为日常生活的必需品，产品需求相对稳定，行业没有明显周期性。

（3）区域性

由于各地饮食习惯不同，调味品的消费特征呈现出一定的地域性。藤椒油属于川味

调味品，主要用于制作藤椒鱼、藤椒鸡、钵钵鸡等四川美食，深受川渝地区偏爱“麻香”味型的消费者喜爱，因此川渝地区是藤椒油销售的传统优势地区。但是随着人口流动的日益频繁，以及川味美食在全国的推广，藤椒油消费的区域性特征正在逐渐缩小。

（七）行业在产业链中的地位和作用

食品制造行业的上游行业主要为农产品种植业、包装材料制造业等行业，主要供应商为农业合作社、包装辅材制造企业等。

农产品种植业是关系国家粮食安全的基础性行业，我国积极落实各项农业补贴政策，着力提高农业机械化水平，持续增强农产品供给保障能力。包装材料制造行业从业人员及企业众多，市场化程度较高，发展成熟，供给充足。总体而言，食品制造行业的上游稳定，能够有力支持食品制造行业的快速发展。

食品制造行业的下游行业主要为食品工业、餐饮行业和贸易流通行业，主要客户为食品加工企业、餐饮企业、商贸企业和家庭消费者。

食品工业、餐饮行业和贸易流通行业均已进入成熟阶段，但是增长势头不减，整体水平逐年提升，发展质量不断提高。然而，下游行业的经营状况与社会经济的繁荣程度息息相关，如果出现疫情、战争、自然灾害等不可抗力事件，下游行业的市场需求将受到严重冲击，从而直接影响食品制造行业的经营效益和发展速度。总体而言，虽然目前的外部环境容易导致下游市场需求出现反复，但是食品工业、餐饮行业和商贸行业作为具有战略性意义的基础行业，长期保持着增长态势，推动食品制造行业持续发展。

（七）行业竞争格局和主要企业

1、行业竞争格局

我国调味品企业众多，且中小企业占比较高。根据国家统计局数据，2017 年我国调味品、发酵制品制造行业规模以上企业数量为 1,274 家，与其他食品饮料细分行业相比，行业内企业数量较多且单个企业工业销售产值较低。

我国调味品行业市场格局分散，长期以来的市场集中度较低。行业集中度较低的主要原因因为调味品的细分种类丰富，大多数调味品企业专业从事某一类调味品的生产；此外，受饮食习惯和渠道网络的影响，许多调味品品牌只能覆盖区域市场。但是，中国调味品企业正处于品牌化初期，细分领域的龙头企业正通过品牌、产品和渠道的组合运作

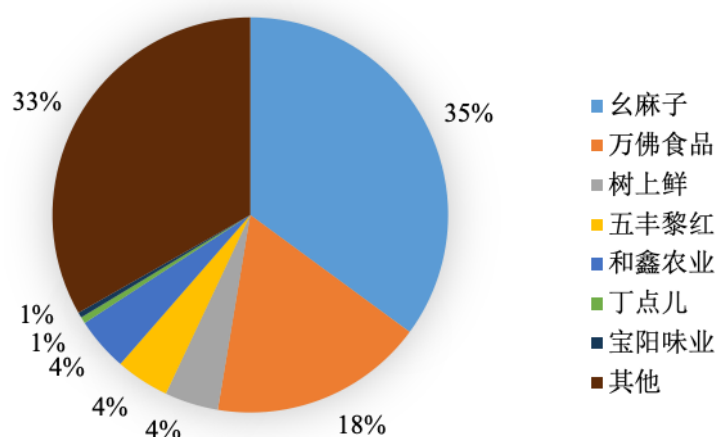
巩固和提高市场份额，有望通过强大的研发、品牌、渠道、供应链等优势整合市场，推动行业市场集中度的提升。根据欧睿国际的数据，2020 年中国调味品行业（零售口径）的 CR5 为 19.5%，但是美国、日本调味品行业的 CR5 分别为 34.2%、24.9%，我国调味品行业的市场集中度具有较大提升空间。

（1）藤椒油及相关麻系调味油行业

虽然市场规模日益增长，但是花椒油市场集中度仍然较低，目前花椒油头部企业的规模都还较小，尚未出现具备绝对优势的品牌。

相较于调味品行业和花椒油行业高度分散的竞争格局，藤椒油行业的市场集中度相对较高。根据和君咨询的调研数据，2019 年么麻子在藤椒油市场中的占有率约为 35%，是这一行业内的龙头企业。藤椒油行业头部企业的市场份额分布情况如下：

2019 年我国藤椒油行业市场份额



数据来源：和君咨询

由上图可知，藤椒油市场基本被么麻子、万佛、五丰黎红等主要品牌占据，且品牌企业的市场份额近年来呈现进一步增长的趋势。么麻子凭借独特的产品风味、广泛的经销渠道、强大的品牌影响力和完善的供应链网络成为这一细分领域内的头部企业，通过大单品策略持续引领市场。

（2）复合调味料行业

复合调味料行业当前处在快速发展阶段，由于市场空间广阔，细分赛道机会众多，许多食品企业纷纷进入复合调味料市场抢占增量空间。同时，由于准入门槛较低，产品同质化严重，因此行业中尚未产生绝对龙头。基于艾媒咨询的市场规模数据，根据复合

调味料行业两大头部企业颐海国际和天味食品的 2021 年营业收入测算，颐海国际和天味食品分别仅占据行业 3.75%和 1.28%市场份额，复合调味料行业竞争格局相对分散，市场集中度未来有较大提升空间。

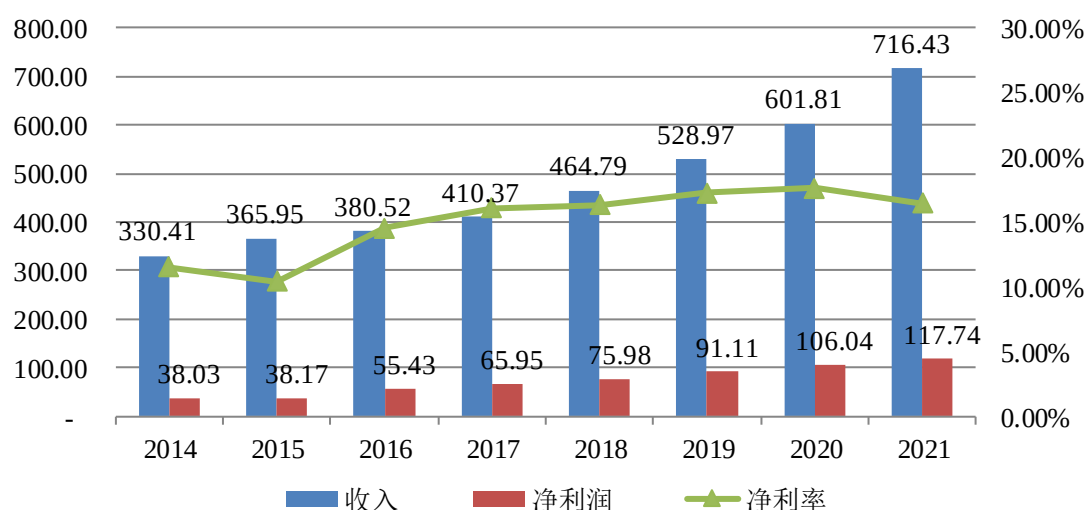
从品类看，当前行业产品竞争主要集中在火锅底料、中餐调味料以及佐餐酱三类。川菜、火锅和烧烤类餐饮业态相对契合连锁化模式，因此近年配套的火锅底料和川式复合调味料成为复合调味料行业中增速最快的细分赛道，大量调味品公司开始涉足这两类产品。目前，行业龙头颐海国际和天味食品已经在火锅底料和中餐调味料建立了较为完整的产品矩阵，单一调味品龙头海天味业和中炬高新跨界进入复合调味料行业后也推出了火锅底料和佐餐酱产品，从中长期看，具有技术实力和先发优势的企业有望保持领先地位和整合市场。

2、行业利润水平的变动趋势及原因

(1) 同行业上市公司利润水平变动趋势

近年来，调味品行业上市公司的营收及利润情况整体保持较快增长趋势。Wind 数据库显示，属于调味品行业的 14 家上市公司 2014-2021 年营业总收入从 330.41 亿元上升至 716.43 亿元，年均复合增长率为 11.69%；净利润从 38.03 亿元上升至 117.74 亿元，年均复合增长率为 17.52%；净利率从 11.51%增长至 16.43%，增长了 4.92 个百分点。

2014-2021 年调味品上市公司盈利情况（单位：亿元）



数据来源：Wind

(2) 同行业上市公司利润水平变动原因

近年来,调味品行业上市公司利润水平呈不断上升趋势。行业利润率持续提高的主要原因包括:(1)调味品作为居家、餐饮必备的日常消费品,产品单价较低,提价空间充足,议价能力较强的细分行业头部企业结合原材料价格上涨等背景,可以定期调高部分产品单价,推动调味品企业的利润率增长;(2)随着居民的消费水平不断提高,调味品企业持续推出高端化、健康化和多元化的高附加值产品,进而提高了行业整体的利润水平。

2010-2021 年调味品上市公司提价情况

年份	主要提价原因	公司	提价细则
2010	原材料成本上涨	海天味业	全线产品提价约 8%
	原材料成本上涨	恒顺醋业	高档产品提价 10%, 中低档提价 5%
2011	包装材料等成本上涨	中炬高新	全线产品提价约 5%
2012	原材料成本上涨	李锦记	普遍提价 5-10%
	原材料成本上涨	海天味业	部分提价约 4%
2013	产品结构升级	李锦记	酱油提价 7-10%
	原材料成本上涨	中炬高新	全线产品提价 5%
2014	原材料成本上涨	恒顺醋业	醋产品提价 9%
	调节市场、增厚利润	海天味业	约 6 成产品提价约 4%
	原材料成本上涨	中炬高新	部分提价 5-6%
2016	包材等成本上涨	恒顺醋业	经典醋系列提价 5-15%
	包材等成本上涨	海天味业	约 7 成产品提价约 5%
2017	原材料成本上涨	千禾味业	全线产品提价约 8-10%
	原材料成本上涨	中炬高新	全线产品提价 5-6%
	原材料成本上涨	海天味业	主要产品提价约 5%
2019	包材等成本上涨	恒顺醋业	部分产品提价 6-15%
2021	原材料等成本上涨	海天味业	酱油、蚝油、酱料等产品提价 3-7%
	原材料等成本上涨	李锦记	主要产品提价 6-10%
	原材料等成本上涨	恒顺醋业	部分产品提价 5-15%
	原材料成本上涨	中炬高新	大包装产品提价 1-5%

数据来源: 新闻整理, 公司公告

（八）发行人的行业地位

1、藤椒油及相关麻系调味油行业

发行人是国内率先开拓藤椒油这一调味品类企业之一，自成立以来一直致力于藤椒风味调味料的研发。公司以原生态绿色食材为原料，将“传统闷制+常温鲜榨+超临界萃取”三重工艺有机结合，开拓了以藤椒油为核心品牌的中国藤椒文化生态产业。根据和君咨询的调研数据，2019年么麻子在藤椒油市场中的占有率约为35%。发行人已经成为国内最大的藤椒油生产厂商之一。

作为藤椒油市场的领先企业，公司抓住消费升级的行业发展机遇，凭借优异稳定的产品品质、深入人心的品牌形象，着力提高公司在麻系调味油行业的话语权和市场份额。目前，么麻子麻系调味油在该细分品类市场已经具有较高的市场知名度和品牌影响力，么麻子已经发展成为高品质调味品中的代表性民族品牌之一，也是消费者购买藤椒油及相关麻系调味油产品的首要选择之一，产品长期以来畅销全国并出口美国、加拿大、新加坡、日本等十多个国家和地区。

2、复合调味料行业

发行人依托在藤椒油及相关麻系调味油产品上的品牌优势和渠道优势，积极开发和推广川式复合调味料产品，目前复合调味料出货量已经初具规模，并在行业内建立了较好口碑。由于复合调味品市场空间较大且参与企业较多，主要竞争对手进入市场较早并已经形成先发优势，因此发行人的行业地位目前整体处于中流水平，但是发行人在川式复合调味料特别是椒麻味型的复合调味料上具有较强的发展潜力，行业地位预计将存在广阔的提升空间。

（九）发行人的竞争优势和竞争劣势

1、发行人的竞争优势

（1）品牌优势

公司位于藤椒种植历史悠久的眉山市洪雅县，先后获得农业产业化省级重点龙头企业、四川省川调行业创新发展领军企业等荣誉称号。公司生产的“么麻子”牌藤椒油的市场份额在行业中占据领先优势，先后获得四川省著名商标、四川省名牌产品等荣誉称号。通过多年以来的潜心耕耘和口碑积累，“么麻子”牌藤椒油已经获得了广大厨师和

家庭消费者的认可，在藤椒油这一调味品细分品类中发展成为具有较强市场影响力的知名品牌。

(2) 技术优势

公司配备了先进的试验和检测设备，研发人员能够综合运用食品工程、食品安全与营养、食品分析与检验的设备进行技术和工艺的创新，充分发掘影响藤椒口感的风味要素，并据此开发各类新型复合调味产品。公司通过多年的探索和改良，在原有传统工艺的基础上引进先进工艺，形成了“闷制+鲜榨+超临界萃取”的藤椒油制作工艺。公司使用的三重工艺遵循自主研发的工艺图谱，合理地控制藤椒处理过程中的温度、压力、含水量等指标，大幅提升了藤椒等原材料的利用率，并且更好地激发了藤椒的麻味和清香。

(3) 质量优势

公司高度重视产品的质量控制，在采购、生产、储存、销售的每一个环节均建立了严格的食品安全保障体系，从源头保障藤椒产品品质的稳定性、可控性。公司制定了可以量化的生产流程，减少调味品生产对传统经验的依赖，致力于推进藤椒油风味的标准化。自公司创立以来，“么麻子”牌藤椒油在各地市场抽检合格率均为 100%，从未发生任何重大的食品卫生事件，高质量已经成为公司品牌美誉度的有力保障。

(4) 销售渠道优势

公司在成都设立了营销中心，由专业销售团队对经销商进行指导和管理，以经销渠道为基础建立了覆盖广泛的营销网络。截至报告期末，公司已经发展了 400 多家经销商，经销网络覆盖了全国 34 个省市，以及法国、澳大利亚等国家和地区。此外，公司积极与电商平台和食品企业展开直销合作，形成线上、线下结合的全方位、立体化销售网络。覆盖范围广泛的营销网络帮助公司构筑下沉能力极强的销售渠道，产品能够快速达到各个消费终端。

(5) 营销模式优势

公司在长期实践中形成了独特的营销模式，与经销商和终端客户形成了粘性极强的合作关系。在经销商方面，公司根据销售渠道、市场覆盖能力和市场需求情况来划定经销区域，定期对经销商进行业务回访、课程培训，推动经销商在么麻子体系内快速成长，达成深度绑定的业务关系。在终端客户方面，公司定期组织厨师开展厨师培训、厨师交

流等一系列活动，通过向全国各地的厨师进行藤椒风味菜品的市场推广教育，不断扩大么麻子品牌在餐饮渠道的知名度。

2、发行人的竞争劣势

（1）生产规模制约

公司近年来业务规模迅速增长，产品需求不断扩大，现有产能规模和公司市场需求的矛盾日趋显现，产能因素成为制约公司业务进一步快速增长的瓶颈。因此，公司必须适时扩大产能，丰富产品种类，为进一步提高市场份额和强化竞争优势打下基础。

（2）资金实力不足

公司业务目前处于快速发展期，藤椒油生产线需要尽快扩产升级，营销网络需要进一步下沉拓展，复合调味品的研发布局也有待加强。上述目标的达成均需大量资金投入，而公司目前主要依靠股东资本金投入、自身经营积累来解决资金问题，与同行业上市公司相比资金实力略显不足，对公司业务规模的进一步扩大形成制约。

（3）复合调味品产品积累较少

公司在复合调味品赛道的起步较晚，产品种类相对较为单一，滞后于复合调味品行业的主要竞争对手。虽然从 2021 年起，公司加强复合调味品的研发，陆续推出了一系列复合调味料的新产品，但是仍然需要通过持续的行业积累丰富产品矩阵，并在新产品中挖掘存在一定差异化且适应消费者需求的热门销售单品。

（十）发行人与同行业竞争对手的比较情况

1、藤椒油及相关麻系调味油行业

在藤椒油及相关麻系调味油行业，公司的主要竞争对手包括万佛食品、五丰黎红、树上鲜食品、和鑫农业以及宝阳味业。公司选择上述可比公司的依据为，公司与相关公司均主要从事藤椒油及相关麻系调味油的生产，公司与可比公司生产、销售的产品类型相似，业务可比程度较高。公司主要竞争对手的简要情况如下：

（1）峨眉山万佛绿色食品有限公司

峨眉山万佛绿色食品有限公司于 2005 年创立于四川省乐山市，是一家专业研发、生产、销售藤椒油及藤椒制品的现代化食品企业。公司的主要产品有鲜萃藤椒油、花椒油、芝麻油、木姜油等。

（2）四川五丰黎红食品有限公司

四川五丰黎红食品有限公司于 2000 年创立于四川省雅安市，前身是成立于 1979 年的四川省汉源县花椒油厂，目前是华润五丰旗下的调味品企业。公司是一家集研发、生产制造和销售服务为一体的现代化食品制造企业，拥有五丰黎红、黎红、先安香等品牌，专业研发生产花椒油、藤椒油、麻辣油、菜籽油。

（3）重庆市树上鲜食品（集团）有限公司

重庆市树上鲜食品（集团）有限公司于 2010 年创立于重庆市，是集花椒种植、研发、生产、销售为一体的国内花椒油生产骨干企业。公司拥有凉山州盐源县、德阳市罗江区、重庆市万州区三个产品生产基地，主要产品包括花椒油、胡椒油、木姜子调和油、藤椒油、芝麻油、复合调味料、火锅调料等产品系列。

（4）洪雅县和鑫农业科技发展有限公司

洪雅县和鑫农业科技发展有限公司于 2013 年创立于四川省眉山市，是一家集藤椒品种选育、栽培推广、科学管理、仓储保鲜、精深加工、市场销售为一体的农业产业化专业公司。公司主要产品为藤椒干货、保鲜藤椒、藤椒油、野生笋干等系列产品，创立了“麻香嘴”藤椒油品牌。

（5）成都宝阳味业有限责任公司

成都宝阳味业有限责任公司于 2006 年创立于四川省成都市，是一家专注生产经营花椒油、芝麻油等油品的公司，旗下包括“九斗碗”和“宝阳”两大品牌。

同行业主要企业资产规模、销售规模、经营状况及研发水平的具体情况如下：

名称	注册资本	资产规模	销售规模	经营状况	研发水平
万佛食品	3,000万元	-	-	主要以生产藤椒油为主，主营产品以“鲜萃”为主打特色，在藤椒油领域是仅次于发行人的主要品牌	拥有7项实用新型专利
五丰黎红	6,000万元	-	约3亿元	主要以生产花椒油为主，在雅安汉源建有花椒种植基地，主营产品获国家地理标志保护、绿色食品、清真食品等认证，在花椒油领域排名市场前列	拥有1项发明专利和7项实用新型专利
树上鲜食品	1,000万元	-	-	主要以生产花椒油为主，在重庆万州、凉山盐源、德阳罗江建有多个花椒种植基地和生产基地，具有年产花椒油1.2万吨、复合调	拥有1项发明专利和29项实用新型专利

名称	注册资本	资产规模	销售规模	经营状况	研发水平
				料1.5万吨的能力，在花椒油领域排名市场前列	
和鑫农业	1,120万元	-	-	主要以生产藤椒油为主，同时还生产藤椒干货、保鲜藤椒等产品，其品牌在川渝地区具有一定知名度	拥有3项发明专利和10项实用新型专利
宝阳味业	1,000万元	-	-	主要生产芝麻油、花椒油、藤椒油等调味油，其前身为新都宝光调味厂，其品牌在川渝地区具有一定知名度	无发明专利及实用新型专利

注：部分可比公司的资产规模、销售规模暂无公开披露数据

2、复合调味料行业

在复合调味料行业，公司的主要竞争对手包括丁点儿食品、天味食品和颐海国际。公司选择上述可比公司的依据为，公司与相关公司均从事川味复合调味料的生产，公司与可比公司生产、销售的产品类型相似，业务可比程度较高。公司主要竞争对手的简要情况如下：

（1）四川丁点儿食品开发股份有限公司

四川丁点儿食品开发股份有限公司于 2004 年创立于四川省成都市，主要从事川味特色调味料的研究、生产和销售。公司主要产品包括干锅酱、麻辣鸡鲜、酸辣粉酱、椒麻鸡汁、青花椒汁、藿香汁等川味复合调味料以及汉源红花椒油、藤椒油等川味特色花椒油。

（2）四川天味食品集团股份有限公司

四川天味食品集团股份有限公司于 2007 年创立于四川省成都市，自设立以来一直专注于复合调味料的研究、生产和销售，现已发展成以火锅调料和中式菜品调料为主的大型复合调味料生产企业。公司拥有“好人家”、“大红袍”、“天车”三大品牌。

（3）颐海国际控股有限公司

颐海国际控股有限公司是注册于中国香港的复合调味料生产商，公司依托于和海底捞的战略合作关系，主要专注于火锅调味料、中式复合调味料、休闲食品、方便速食等市场。

同行业主要企业资产规模、销售规模、经营状况及研发水平的具体情况如下：

名称	注册资本	资产规模	销售规模	经营状况	研发水平
丁点儿食品	9,100.50万元	3.72亿元	2.20亿元	主要生产川味复合调味料和川味特色花椒油, 曾获得四川省名牌产品及四川省著名商标等称号, 其品牌在川渝地区具有一定知名度	拥有4项发明专利和18项实用新型专利
天味食品	75,418.17万元	42.30亿元	20.26亿元	主要生产火锅调料、中式菜品调料和定制餐调产品, 在四川成都和四川自贡拥有三个生产基地, 营销网络覆盖全国和海外多个国家, 是中国最大的川味复合调味料生产厂商之一	拥有12项发明专利和32项实用新型专利
颐海国际	5万美元	50.05亿元	59.43亿元	主要生产中式复合调味料和火锅底料, 是中国最大的中高端火锅底料生产商, 也是海底捞集团在中国的火锅底料产品的独家供货商	拥有3项发明专利和19项实用新型专利

注: 天味食品和颐海国际的资产规模、销售规模为 2021 年末数据, 丁点儿食品的资产规模、销售规模为 2019 年末数据

三、发行人的销售和采购情况

(一) 发行人销售情况和主要客户

1、产能、产量及销量情况

(1) 产能、产量及销量分析

报告期内, 公司主要产品的产能、产量及销量情况如下:

单位: 吨

年度	产品类别	产能	产量	销量	产能利用率	产销率
2022 年 1-6 月	调味油	10,000.00	4,955.31	4,971.55	49.55%	100.33%
	复合调味料及休闲食品	1,340.00	374.17	346.74	27.92%	92.67%
	蔬菜制品	90.00	86.22	82.40	95.80%	95.57%
2021 年度	调味油	22,000.00	13,374.87	13,332.97	60.79%	99.69%
	复合调味料及休闲食品	2,885.00	699.76	654.17	24.26%	93.48%
	蔬菜制品	190.00	254.94	255.15	134.18%	100.08%
2020 年度	调味油	11,800.00	9,342.28	10,096.58	79.17%	108.07%
	复合调味料及休闲食品	300.00	206.32	181.12	68.77%	87.79%
	蔬菜制品	190.00	200.61	201.10	105.58%	100.24%
2019 年度	调味油	11,000.00	12,147.05	11,642.43	110.43%	95.85%

年度	产品类别	产能	产量	销量	产能利用率	产销率
	复合调味料及休闲食品	300.00	213.88	206.75	71.29%	96.67%
	蔬菜制品	190.00	251.34	228.57	132.28%	90.94%

注：（1）复合调味料和休闲食品存在共用生产线，因此在计算产能时予以合并计算；（2）2020年12月，公司1条调味油万瓶生产线（包含1条250毫升灌装生产线和1条500毫升灌装生产线）投产；2021年1月，公司新购置复合调味品炒制设备投产；上述因素导致公司2021年调味油、复合调味料及休闲食品产能大幅提升。

如上表所示，公司产能利用率在报告期内存在一定波动。公司的调味油产能利用率在2020年显著下滑，主要原因为**受外部环境影响**，下游餐饮市场导致需求减少；调味油产能利用率在2021年进一步下降，主要原因为2020年底新的调味油包装生产线投产导致成品灌装能力大幅提升；调味油产能利用率在2022年1-6月同比有所下滑，主要原因为上半年国内**受外部环境影响**，导致餐饮市场需求疲弱。公司的复合调味料及休闲食品产能利用率在2020年有所下降，主要原因为**受外部环境影响**，导致休闲食品主要客户的采购需求大幅减少；复合调味料及休闲食品产能利用率在2021年进一步下降，主要原因为2021年复合调味品生产线扩张导致产能大幅提升；复合调味料及休闲食品产能利用率在2022年1-6月同比有所上升，主要原因为公司陆续开发和推出新品，产品质量逐渐得到市场认可。公司的蔬菜制品产能利用率相对较高，报告期内产能利用较为充分。报告期内，调味油、蔬菜制品在部分年度的产能利用率超过100%，主要原因为下游市场需求旺盛，发行人要求生产线加班保证产品按期交付，导致实际产量高于设计产能。

如上表所示，公司产销情况在报告期内表现良好。公司的调味油、蔬菜制品产销率保持在90%以上，不存在销售积压的情况。复合调味料及休闲食品产销率在2020年较低，主要原因为**外部环境抑制下游消费需求**，部分产成品尚未实现销售。

（2）对产能利用率的进一步分析

①调味油产能利用率情况

发行人主要产品为藤椒油及相关麻系调味油，相关产品收入占发行人主营业务收入比重在95%以上。以藤椒油为代表的麻系调味油的生产模式存在显著的季节性特征，由于主要原材料鲜藤椒成熟并采摘后其风味易在短期内流失，为确保产成品“清、香、鲜、麻”的风味特征，发行人通常于鲜藤椒成熟季节（即每年6-7月）集中进行原材料

采购与半成品藤椒基础油的生产，上述期间生产的藤椒基础油将进行储存，并持续使用至下一年度鲜藤椒成熟及采购季节。

由于发行人的藤椒基础油存在集中生产、跨期使用的特征，因此发行人在鲜藤椒成熟季节集中加工高峰期的产能利用率较高，在非鲜藤椒成熟季节可能存在一定的产能闲置，发行人的产能利用情况与季节性集中生产的特点相适应。

报告期内，发行人藤椒油及相关麻系调味油的产能利用情况如下：

年度	产品类别	产成品包装产能利用率	高峰期半成品集中加工产能利用率
2022 年 1-6 月	调味油	49.55%	98.17%
2021 年度	调味油	60.79%	92.09%
2020 年度	调味油	79.17%	92.29%
2019 年度	调味油	110.43%	91.90%

注：高峰期半成品集中加工产能利用率=当年开始集中加工腌制藤椒基础油的月度实际总工时/最大月度理论总工时

如上表所示，发行人全年产成品包装产能利用率在报告期内持续下降，主要原因为发行人 1 条调味油万瓶生产线（包含 1 条 250 毫升灌装生产线和 1 条 500 毫升灌装生产线）在 2020 年 12 月投产，日生产件数的理论值同比增长 98.90%，导致调味油产成品灌装产能大幅提升，按产成品灌装口径核算的产能利用情况未达到饱和。但是，从上述高峰期产能利用率统计情况来看，在鲜藤椒集中采购和加工的高峰期，发行人产能利用率均在 90%以上，藤椒腌制加工环节产能较为饱和。

发行人调味油产能利用率不高且逐年下降，主要原因为发行人为与产量、销量的统计口径保持一致，以产成品口径披露产能利用率和产销率情况。随着发行人在报告期内使用自有资金新建产成品灌装生产线，产成品灌装不再成为发行人产能制约环节。发行人本次募集资金主要投向藤椒油生产的核心环节，即半成品生产的藤椒腌制和鲜榨的加工环节，不涉及目前产能相对富余的产成品灌装环节。

②复合调味料及休闲食品产能利用率情况

报告期内，发行人复合调味料及休闲食品的产能利用情况如下：

单位：吨

年度	产品类别	产能	产量	产能利用率

年度	产品类别	产能	产量	产能利用率
2022年1-6月	复合调味料及休闲食品	1,340.00	374.17	27.92%
2021年度	复合调味料及休闲食品	2,885.00	699.76	24.26%
2020年度	复合调味料及休闲食品	300.00	206.32	68.77%
2019年度	复合调味料及休闲食品	300.00	213.88	71.29%

发行人复合调味料及休闲食品产能利用率不高且逐年下降，主要原因为发行人在2021 年大规模购进新的复合调味料及休闲食品炒制设备，复合调味料及休闲食品产能从 300 吨增长至 2,885 吨，理论产能大幅扩张 861.67%，导致产能利用情况未达到饱和。

此外，复合调味料及休闲食品产能主要依据炒制设备的工作效率进行测算，发行人在测算时假设炒制设备均生产同一标准产品，且每台设备单次炒制重量按设定的最大容量进行计算，从而得到理论上可以实现的最大产能；但是，发行人复合调味料及休闲食品生产存在产品品类多、定制化程度高、单批次生产量小、现有生产线柔性生产能力不足等问题，导致日常经营活动中实际可以达到的产量远低于理论产能，进一步拉低了复合调味料及休闲食品产能利用率。

2、销售收入构成情况

报告期内，公司销售收入主要来自调味油产品，公司主营业务收入按产品种类划分的构成情况如下：

单位：万元

产品分类	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
调味油	16,913.83	93.37%	42,913.88	95.02%	32,955.05	96.50%	38,412.36	96.37%
复合调味料	867.23	4.79%	1,358.88	3.01%	402.31	1.18%	349.41	0.88%
蔬菜制品	314.00	1.73%	792.46	1.75%	673.93	1.97%	720.30	1.81%
休闲食品	20.61	0.11%	96.99	0.21%	119.46	0.35%	375.44	0.94%
合计	18,115.67	100.00%	45,162.21	100.00%	34,150.75	100.00%	39,857.51	100.00%

报告期内，公司销售收入主要来自经销渠道，公司主营业务收入按经销、直销模式划分的构成情况如下：

单位：万元

销售模式	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销模式	15,878.26	87.65%	41,832.45	92.63%	31,750.74	92.97%	38,040.19	95.44%
直销模式	2,237.41	12.35%	3,329.76	7.37%	2,400.01	7.03%	1,817.33	4.56%
合计	18,115.67	100.00%	45,162.21	100.00%	34,150.75	100.00%	39,857.51	100.00%

报告期内，公司销售收入主要来自线下渠道，公司主营业务收入按线下、线上模式划分的构成情况如下：

单位：万元

销售模式	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线上销售	1,127.58	6.22%	1,603.08	3.55%	960.82	2.81%	658.58	1.65%
线下销售	16,988.09	93.78%	43,559.12	96.45%	33,189.93	97.19%	39,198.93	98.35%
合计	18,115.67	100.00%	45,162.21	100.00%	34,150.75	100.00%	39,857.51	100.00%

3、主要产品销售价格变动情况

单位：万元/吨

产品	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	单价	同比增幅	单价	同比增幅	单价	同比增幅	单价	同比增幅
藤椒油	3.47	6.44%	3.26	-1.51%	3.31	-0.90%	3.34	5.36%
花椒油	3.05	4.45%	2.92	-0.34%	2.93	-0.68%	2.95	7.66%
木姜油	3.41	3.02%	3.31	3.12%	3.21	-2.13%	3.28	-1.50%
熟香菜籽油	1.53	9.29%	1.40	3.70%	1.35	-2.88%	1.39	6.92%
清水雅笋	3.81	22.51%	3.11	-7.16%	3.35	6.35%	3.15	1.61%

注：以上单价均不含税。

如上表所示，公司主要产品销售价格变动幅度较小，基本保持稳定。2022 年 1-6 月，清水雅笋销售单价大幅上升，主要原因为该产品当期未开展促销活动。

4、主要客户的销售情况

(1) 主要客户群体

公司主要以经销模式进行销售，直接销售对象为覆盖全国主要地市的一级经销商，最终销售对象为餐饮企业和家庭消费者。公司通过经销渠道向终端客户持续稳定提供产品，较有代表性的终端客户主要包括烤匠、蜀大侠、老乡鸡等连锁餐饮，以及永辉超市、伊藤洋华堂、沃尔玛、家乐福等连锁商超。

公司报告期内不断扩大直销模式占比，线上渠道的直销客户主要为终端的个体消费者，线下渠道的直销客户主要为红旗连锁等商超零售企业，四川航空等航空配餐企业，王家渡食品等连锁餐饮企业，以及绝味食品、想念食品、白家食品等食品制造企业。

（2）前五名客户的销售情况

报告期内，公司按同一控制下合并口径统计的前五名客户销售情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占当期营业收入比例
2022 年 1-6 月	1	亚亨食品成都有限公司	471.46	2.56%
		武侯区中泓食品经营部	580.43	3.15%
		成都中隆食品有限公司	46.30	0.25%
		小计	1,098.19	5.97%
	2	四川比优特商贸有限公司	67.90	0.37%
		成都市金牛区味源食品添加剂经营部	722.01	3.92%
		小计	789.91	4.29%
	3	重庆天豪地杰贸易有限公司	298.43	1.62%
		渝中区杰瀚餐料行	122.31	0.66%
		江北区国惠副食经营部	105.36	0.57%
		小计	526.11	2.86%
	4	武汉市黄陂区四季丰华和裕调味品商行	342.43	1.86%
	5	郑州市惠济区调味食品城恒祥调味批发部	322.97	1.75%
合计			3,079.61	16.73%
2021 年	1	亚亨食品成都有限公司	708.32	1.53%
		武侯区中泓食品经营部	1,434.93	3.11%
		成都中隆食品有限公司	167.48	0.36%
		小计	2,310.74	5.00%
	2	四川比优特商贸有限公司	502.77	1.09%
		成都市金牛区味源食品添加剂经营部	1,533.89	3.32%

年度	序号	客户名称	销售金额	占当期营业收入比例
		小计	2,036.66	4.41%
	3	重庆天豪地杰贸易有限公司	143.09	0.31%
		渝中区杰瀚餐料行	652.05	1.41%
		江北区国惠副食经营部	387.01	0.84%
		小计	1,182.14	2.56%
	4	西安文浩食品商贸有限公司	122.53	0.27%
		西安市莲湖区豫秦副食批发部	975.59	2.11%
		小计	1,098.12	2.38%
	5	北京信诚和泰商贸有限公司	444.06	0.96%
		保定白沟新城信诚和佳调味品销售部	455.78	0.99%
		小计	899.84	1.95%
	合计		7,527.50	16.30%
2020 年	1	亚亨食品成都有限公司	554.97	1.56%
		武侯区中泓食品经营部	1,322.45	3.71%
		成都中隆食品有限公司	17.98	0.05%
		小计	1,895.40	5.32%
	2	四川比优特商贸有限公司	261.64	0.73%
		成都市金牛区味源食品添加剂经营部	1,384.22	3.88%
		小计	1,645.86	4.62%
	3	西安文浩食品商贸有限公司	154.20	0.43%
		西安市莲湖区豫秦副食批发部	1,000.91	2.81%
		小计	1,155.11	3.24%
	4	重庆天豪地杰贸易有限公司	481.43	1.35%
		渝中区杰瀚餐料行	353.33	0.99%
		江北区国惠副食经营部	66.02	0.19%
		小计	900.77	2.53%
	5	郑州市惠济区调味食品城恒祥调味批发部	708.64	1.99%
	合计		6,305.77	17.68%
2019 年	1	亚亨食品成都有限公司	2,373.95	5.79%
	2	重庆天豪地杰贸易有限公司	2,230.62	5.44%
	3	四川比优特商贸有限公司	2,064.56	5.04%
	4	西安文浩食品商贸有限公司	1,325.58	3.23%

年度	序号	客户名称	销售金额	占当期营业收入比例
	5	北京信诚和泰商贸有限公司	1,209.46	2.95%
合计			9,204.17	22.46%

注：报告期内，公司将来自同一控制下主体的销售收入合并为同一客户进行列示，合并调整的依据如下：（1）亚亨食品成都有限公司股东为陈彦君、吴博（两人分别持股 50%，陈彦君为吴博之妻），武侯区中泓食品经营部的经营者吴国伦为吴博之父，成都中隆食品有限公司为陈彦君全资持有的公司；（2）四川比优特商贸有限公司控股股东为代桂华（持股 79%），成都市金牛区味源食品添加剂经营部的经营者车南林为代桂华之子；（3）西安文浩食品商贸有限公司股东为李浩、刘文文（两人分别持股 50%，刘文文为李浩前妻），西安市莲湖区豫秦副食批发部的经营者雷秋玲为李浩之母；（4）重庆天豪地杰贸易有限公司控股股东为余家会（持股 70%），渝中区杰瀚餐料行、江北区国惠副食经营部的经营者熊开国为余家会之夫；（5）北京信诚和泰商贸有限公司控股股东为北京城开国投投资管理有限公司（持股 97.5%），北京城开国投投资管理有限公司为李杰全资持有的公司，保定白沟新城信诚和佳调味品销售部经营者张勤为李杰之弟媳。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员，主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在公司前五名客户中未拥有任何权益。同时，公司不存在向单个客户销售比例超过 50%或严重依赖于少数客户的情况。

5、经销商客户的销售情况

公司建立了全国性的销售体系，拥有一支长期合作、经验丰富、信誉良好的经销商团队。截至报告期末，公司合作的一级经销商共有 482 家。报告期内，公司经销商数量变动情况如下：

单位：家

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
新增家数	49	120	80	69
减少家数	57	31	43	10
期末数量	482	490	401	364

公司经销商目前主要集中在四川、重庆地区，2019-2020 年度及 2022 年上半年西南地区的经销收入比重占公司经销收入的比例在 50%以上。在川渝等传统销售目标区域之外，公司也在其他区域不断发展和优化经销商队伍，已经形成陕西、北京、广东、河南、湖北等多个优势销售区域，推动公司销售收入的持续增长。2021 年，西南地区以外的经销收入占公司经销收入的比例已经超过 50%。报告期内，公司经销商按销售区域分类的情况如下：

单位：家；万元

经销区域	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	数量	销售金额	数量	销售金额	数量	销售金额	数量	销售金额
西南	229	8,406.61	218	20,057.85	193	16,114.54	173	19,987.71
华东	68	2,445.07	80	6,131.93	59	4,098.76	60	4,595.53
西北	54	1,089.34	50	4,423.12	41	3,252.92	36	3,481.59
华中	46	1,769.60	47	4,192.51	36	3,125.14	32	3,405.68
华北	43	1,161.94	47	3,992.16	39	3,013.14	37	3,844.50
华南	26	751.80	30	1,913.49	16	1,301.74	13	1,773.66
东北	11	182.93	12	942.72	10	759.36	9	885.28
海外	5	70.98	6	178.68	7	85.15	4	66.24
合计	482	15,878.26	490	41,832.45	401	31,750.74	364	38,040.19

公司鼓励优质经销商做大做强,为经销商提供必要的业务开拓支持、市场维护指导、专业知识培训等方面的帮助和协调,销售金额在 100 万元以上的经销商在报告期内基本保持稳定。报告期内,公司经销商按销售规模分类的情况如下:

单位：家；万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	数量	销售金额	数量	销售金额	数量	销售金额	数量	销售金额
500 万以上	3	2,414.20	16	14,475.28	8	7,998.26	13	14,602.13
300-500 万	4	1,287.38	11	4,280.36	14	5,701.23	10	4,142.16
100-300 万	24	4,094.43	83	13,010.22	50	8,070.51	68	11,394.51
100 万以内	451	8,082.26	380	10,066.59	329	9,980.75	273	7,901.39
合计	482	15,878.26	490	41,832.45	401	31,750.74	364	38,040.19

注：2020 年度减少的 5 家核心经销商（500 万以上）均是因为 2020 年受外部环境影响，销售额发生下降，未能满足 500 万元的标准，故未入选该年度的核心经销商，5 家经销商均未退出公司的经销商体系，报告期内仍向发行人采购产品。2022 年 1-6 月，核心经销商（500 万以上）数量与 2021 年上半年一致。

（二）发行人采购情况和主要供应商

1、主要原材料和能源采购情况

（1）主要原材料采购情况

公司采购的主要原材料包括油料、农副产品和包装材料，其中，油料主要包括菜籽油、超临界萃取藤椒基础油，农副产品主要包括藤椒、红花椒和雅笋，包装材料主要包括玻璃瓶、马口铁罐、标签纸等。报告期内，公司主要原材料采购情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占经营类采购总额比例	金额	占经营类采购总额比例	金额	占经营类采购总额比例	金额	占经营类采购总额比例
油料	3,606.20	41.73%	15,243.73	47.79%	10,777.03	43.68%	13,403.55	51.61%
农副产品	1,691.22	19.57%	10,228.55	32.06%	9,627.70	39.02%	7,112.22	27.39%
包装材料	2,454.44	28.40%	4,456.50	13.97%	3,033.81	12.29%	3,756.75	14.47%
其他	306.58	3.55%	465.54	1.46%	129.14	0.52%	397.83	1.53%
合计	8,058.44	93.25%	30,394.32	95.28%	23,567.68	95.51%	24,670.34	95.00%

注：农副产品仅包括公司生产核心产品所需的藤椒、红花椒、木姜、竹笋四种主要原材料。

1）油料

油料是占公司原材料采购额的比例最大的品类。2020 年，油料采购额显著下降，主要原因为公司开始通过自有设备生产超临界萃取藤椒基础油，并且提高自产的闷制藤椒基础油的麻度，因此减少对超临界萃取藤椒基础油的采购。2021 年，油料采购额增长幅度较大，主要原因为菜籽油大幅提价。2022 年 1-6 月，油料采购额大幅下降，主要原因为藤椒基础油的集中生产期为 6-7 月，公司当期在 6 月下旬开始藤椒基础油的集中生产，导致上半年生产所需的油料较少。

①发行人采购油料的产品质量控制措施

公司建立了采购物料的产品质量控制制度，采购物料均按照《采购控制程序》、《么麻子食品股份有限公司采购物资验收标准》及相关控制程序执行，公司通过审验供应商的经营资质（如营业执照、食品生产许可证、产品第三方检验报告等），选择质量合格的供应商进入公司的《合格供货商管理台账》，并建立供应商档案以实施管理。

公司依据 GB1536-2004《菜籽油》、NYT416-2000《低芥酸菜籽油》、GB2762-2017《食品安全国家标准 食品中污染物限量》标准及企业实际情况，制定了菜籽油的验收标准。公司通过供应商提供的产品出厂检验报告、公司自检和委托第三方抽检的方式，对采购的油料进行质量验收。公司设立产品留样管理制度，对每批采购油料均抽样留存，样品留存时间为检验合格后三年。

成都市新兴粮油有限公司为公司最主要的油料供应商，其在报告期各期供应的油料占公司油料采购总额的比例分别为 77.53%、97.87%、99.23%和 98.87%，因此，公司要求该供应商以专有的生产线和储油罐为公司提供油料，并由公司品控部在每年油料集中采购前对成都市新兴粮油有限公司的生产环境进行现场勘验。

②相关供应商报告期不存在产品质量问题、食品安全生产事故

报告期内，曾经和仍在持续向公司销售油料的供应商包括：成都市新兴粮油有限公司、中粮油脂（眉山）有限公司、广汉市迈德乐食品有限公司、郑州雪麦龙食品香料有限公司、四川溢洲油脂有限公司，公司向这些供应商采购的油料产品均不存在产品质量问题或食品安全事故，上述相关供应商亦未发生其他产品质量问题或食品安全事故。

2）农副产品

农副产品是公司原材料采购的重要品类。2020 年，农副产品采购额显著增加，主要原因为公司自当年起通过自有设备生产超临界萃取藤椒基础油，因此增加了对干藤椒等超临界萃取原材料的采购；此外，公司为提高自产的阆制藤椒基础油的麻度，在炼制阆制藤椒基础油时增加鲜藤椒的单位投料量，导致鲜藤椒的采购量增加。2021 年，农副产品采购额进一步增长，主要原因为藤椒、花椒等主要农副产品大幅提价。2022 年 1-6 月，农副产品采购额大幅下降，主要原因为藤椒基础油的集中生产期为 6-7 月，公司当期在 6 月下旬开始藤椒基础油的集中生产，导致上半年生产所需的农副产品较少。

藤椒是公司的核心原材料。公司所在的川渝地区是藤椒的主产区，该区域藤椒种植历史悠久，农户种植面积广阔，为公司原材料的供应提供了充分保障。公司与当地主要原材料供应商均建立了稳定的合作关系，在公司生产基地的周边地市就近收购藤椒兼具便利性和经济性。

2019 至 2020 年度，公司分别从自然人处收购鲜藤椒、木姜等农产品 1,303.27 万元和 217.56 万元，采购金额逐年降低。2021 年度、2022 年 1-6 月公司未再向自然人进行

采购。

向自然人采购农产品具体情况如下：

单位：万元

期间	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
鲜藤椒	-	-	189.11	812.84
木姜	-	-	28.44	26.28
竹笋	-	-	-	464.14
合计	-	-	217.56	1,303.27

采购款项基本以银行转账方式向农户支付，存在少量现金交易。2019-2020 年度，现金交易采购农产品的规模分别为 79.62 万元和 7.34 万元，2021 年度、2022 年 1-6 月不存在现金交易采购农产品的情形。

发行人建立了针对自然人农产品采购的内控措施，相关成本核算具有支持性凭证。2019 年度，公司在收购藤椒时会要求首次交易的农户出具身份证并进行拍照存档，后续再次收购时核对农户身份；农户在公司的采购过磅单上签字确认，公司负责人员在入库单及称重计量单上签字确认。为进一步规范采购农产品原材料的采购流程，公司主要向农业合作社进行采购。2020 年度，向自然人采购的金额仅有 217.56 万元。公司为采购量很小无法上磅、使用电子秤称重的农户建立单独的采购档案，档案内容包括农户姓名、电话、住址、身份证号、银行卡号、采购日期、采购数量、采购价格及金额。

农户采购所形成的付款凭证审签单、材料入库单、过磅单、增值税普通发票、农户身份证复印件以及小额采购农户的采购档案等原始交易记录皆完整保存。

（2）主要能源采购情况

报告期内，公司主要能源采购情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占经营类采购总额比例	金额	占经营类采购总额比例	金额	占经营类采购总额比例	金额	占经营类采购总额比例
电	102.15	1.18%	199.40	0.63%	99.82	0.40%	93.62	0.36%
天然气	68.71	0.80%	210.89	0.66%	167.53	0.68%	165.09	0.64%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占经营类采购总额比例	金额	占经营类采购总额比例	金额	占经营类采购总额比例	金额	占经营类采购总额比例
水	11.68	0.14%	24.84	0.08%	15.34	0.06%	10.66	0.04%
合计	182.55	2.11%	435.12	1.36%	282.68	1.15%	269.36	1.04%

如上表所示，随公司生产经营规模的扩大，主要能源采购金额基本呈持续增长趋势。

2021 年，公司电力采购量同比大幅增长，主要原因为公司 1 条调味油万瓶生产线在 2020 年底投产运营，1 条调味酱生产线和 1 条腌制调味油自动化生产线在 2021 年投产运营，新厂区暖通系统在 2021 年初投入使用，上述设备导致用电量大幅增加。2022 年 1-6 月，公司天然气采购量较低，主要原因为藤椒基础油的集中生产期为 6-7 月，公司当期在 6 月下旬开始藤椒基础油的集中生产，导致上半年生产所需的天然气较少。

2、主要原材料和能源的价格变动情况

（1）主要原材料价格变动情况

报告期内，公司主要原材料价格变动情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	单价	同比增幅	单价	同比增幅	单价	同比增幅	单价	同比增幅
菜籽油（元/吨）	12,148.55	14.23%	10,635.52	36.98%	7,764.30	0.80%	7,702.78	-2.49%
250 毫升玻璃瓶（元/个）	0.74	10.45%	0.67	3.08%	0.65	0.00%	0.65	0.00%
鲜藤椒（元/公斤）	6.74	-52.93%	14.32	51.78%	9.43	-23.80%	12.38	-26.87%
干藤椒（元/公斤）	52.55	-15.50%	62.19	22.95%	50.58	-	-	-

如上表所示，菜籽油价格在 2019-2020 年保持稳定，但是采购价格在 2021 年出现大幅上涨，并在 2022 年 1-6 月继续保持上涨趋势；鲜藤椒价格在 2019-2020 年持续大幅下降，采购价格在 2021 年大幅回升后，在 2022 年 1-6 月再次回落；受藤椒市场行情影响，干藤椒价格在 2021 年显著增长，在 2022 年 1-6 月有所下降。玻璃瓶的采购价格报告期内基本保持稳定，仅在 2022 年 1-6 月有所增长。

公司通过腌制、鲜榨和超临界萃取三种工艺调配来保证藤椒油产成品麻度的稳定性、一致性，以使藤椒油中的酰胺类物质含量达到指定标准。2020 年，由于鲜藤椒采

购价格下降，公司出于成本经济性的考虑调整生产工艺，通过增加鲜藤椒的投料量提高自产的阔制藤椒基础油的麻度，从而减少对成本较高且麻度较高的超临界萃取藤椒基础油的采购。由于菜籽油、鲜藤椒等农副产品价格可能存在较大波动，发行人已披露原材料价格波动的风险，具体情况参见本招股说明书“第三节 风险因素”。

（2）主要能源价格变动情况

报告期内，公司主要能源价格变动情况如下：

时期	主要能源	采购量 (万单位)	采购单价 (元/单位)	采购单价同比增幅
2022 年 1-6 月	电（度）	136.79	0.75	27.26%
	天然气（立方米）	22.70	3.03	31.55%
	水（立方米）	3.16	3.70	6.67%
2021 年度	电（度）	339.78	0.59	10.91%
	天然气（立方米）	91.63	2.30	4.77%
	水（立方米）	7.16	3.47	25.70%
2020 年度	电（度）	188.65	0.53	-30.86%
	天然气（立方米）	76.26	2.20	-17.91%
	水（立方米）	5.56	2.76	10.38%
2019 年度	电（度）	122.33	0.77	-2.21%
	天然气（立方米）	61.69	2.68	13.40%
	水（立方米）	4.26	2.50	0.00%

如上表所示，报告期内，公司自来水采购价格持续上涨，电力、天然气采购价格存在一定波动。公司各项能源采购价格的变动趋势与当地政府制定的能源价格调整政策基本一致。

3、主要供应商的采购情况

报告期内，公司按同一控制下合并口径统计的前五名经营类供应商采购情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商	采购内容	金额	占采购 总额比例
2022 年 1-6 月	1	成都市新兴粮油有限公司	油料	3,565.58	41.26%
	2	成都市川泰玻璃有限责任公司	包装材料	1,108.52	12.83%
	3	金阳县春江鹏达青花花椒农村专业合作社	农副产品	515.12	5.96%

年度	序号	供应商	采购内容	金额	占采购 总额比例
	4	四川文庄包装有限公司	包装材料	384.51	4.45%
	5	成都五丰堂农产品有限公司	农副产品	332.65	3.85%
合计				5,906.38	68.34%
2021 年	1	成都市新兴粮油有限公司	油料	15,126.58	47.42%
	2	成都市川泰玻璃有限责任公司	包装材料	2,124.69	6.66%
	3	德阳市罗江区蟠龙新型农民合作联合社	农副产品	934.63	2.93%
	4	成都五丰堂农产品有限公司	农副产品	770.88	2.42%
	5	成都弘亚物流有限公司	物流服务	729.16	2.29%
合计				19,685.94	61.71%
2020 年	1	成都市新兴粮油有限公司	油料	10,547.63	42.75%
	2	成都市川泰玻璃有限责任公司	包装材料	1,512.03	6.13%
	3	成都五丰堂农产品有限公司	农副产品	1,333.11	5.40%
	4	盐源县至诚种植养殖专业合作社	农副产品	641.64	2.60%
	5	重庆市江津区世华花椒种植场	农副产品	304.62	1.23%
		重庆市江津区祥沃花椒种植场	农副产品	306.22	1.24%
		小计		-	610.83
合计				14,645.24	59.35%
2019 年	1	成都市新兴粮油有限公司	油料	10,392.33	40.02%
	2	郑州雪麦龙食品香料有限公司	油料	3,002.52	11.56%
	3	成都市川泰玻璃有限责任公司	包装材料	1,895.02	7.30%
	4	洪雅县顺至货运部	物流服务	250.83	0.97%
		洪雅县欣兴货运部	物流服务	179.76	0.69%
		洪雅县欣顺物流配送经营部	物流服务	449.23	1.73%
		小计		-	879.82
	5	重庆天运鲜农业发展有限公司	农副产品	539.00	2.08%
合计				16,708.69	64.34%

注：报告期内，公司将来自同一控制下主体的采购额合并为同一供应商进行列示，合并调整的依据如下：（1）重庆市江津区世华花椒种植场的经营者为马梅，重庆市江津区祥沃花椒种植场的经营者为江世华，马梅与江世华系夫妻关系；（2）洪雅县欣兴货运部的经营者为龚仕荣，龚仕荣系公司实际控制人龚万芬之侄；洪雅县顺至货运部的经营者为李志芳，李志芳系公司实际控制人龚万芬之侄龚仕荣之配偶李志香之兄；洪雅县欣顺物流配送经营部的经营者为罗欣，罗欣系公司实际控制人龚万芬之侄女龚仕琼之前夫；洪雅县顺至货运部和洪雅县欣顺物流配送经营部实际是由龚仕荣控制的个体工商户。

报告期内，公司股东湖南肆壹伍持有郑州雪麦龙食品香料有限公司 10% 股权，公司实际控制人龚万芬胞兄之子龚仕荣为洪雅县顺至货运部、洪雅县欣兴货运部、洪雅县欣顺物流配送经营部的实际控制人。除此之外，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未拥有任何权益。

自 2020 年起，发行人对雪麦龙食品的采购额大幅下降，主要原因为发行人向雪麦龙食品采购的主要产品为超临界萃取藤椒基础油。2019 年 11 月，发行人的超临界萃取设备正式投产，具备超临界萃取藤椒基础油的生产能力，因此逐渐停止对雪麦龙食品的采购，仅在部分时点视自身需求向雪麦龙食品采购少量超临界萃取的当归油、辣椒油等产品。

2021 年，由于菜籽油价格上涨，公司对成都市新兴粮油有限公司的采购额占采购总额的比例接近 50%。菜籽油为通用的基础商品，备选供应商较多，报告期内除新兴粮油外，公司还向中粮油脂（眉山）有限公司采购菜籽油。公司原材料来源广泛，供应商生产规范，不存在严重依赖于少数供应商的情况。

公司主要供应商成都市新兴粮油有限公司基本情况及与公司交易情况如下：

① 成都市新兴粮油有限公司的基本情况

项目	基本情况
公司名称	成都市新兴粮油有限公司
注册资本	10,000万元人民币
法定代表人	董国伟
成立时间	1994年5月7日
经营范围	许可项目：饲料生产；食品销售；食品互联网销售；粮食加工食品生产；道路货物运输（不含危险货物）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：粮食收购；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；食用农产品批发；食品进出口；技术进出口；货物进出口。（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）
主要股东情况	董国华持股40.0200% 岳玉珍持股21.2250% 姜敏杰持股15.0750% 四川长新常兴企业管理咨询服务合伙企业（有限合伙）持股13.6800% 董国伟持股10.0000%

② 报告期内发行人向成都市新兴粮油有限公司采购金额及占比增加的原因与合理

性

报告期各期发行人向成都市新兴粮油有限公司采购情况如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2021年1-6月	2020年度	2019年度
采购总额（万元）	3,565.58	15,126.58	8,716.87	10,547.63	10,392.33
采购占比	41.26%	47.42%	52.63%	42.75%	40.02%
采购数量（吨）	3,052.07	14,234.56	8,168.41	13,586.38	13,491.68
采购单价（万元/吨）	1.17	1.06	1.07	0.78	0.77

2020 年度发行人采购金额与占比较 2019 年度基本保持稳定

2021 年 1-6 月，发行人采购金额达 8,716.87 万元，采购额占比也有显著增长。一方面采购单价随市场价格大幅攀升；另一方面每年夏季系公司调味油产品集中生产季节，2021 年度随着公司不断优化生产工艺及设备，截至 6 月 30 日集中生产进度快于往年，从而当期菜籽油等原材料采购数量也略高于以前年度同期。在量价齐升的共同作用下，公司 2021 年 1-6 月采购额及采购占比较高具有合理性。

2021 年全年采购数量为 14,234.56 吨，与以前年度不存在重大差异。采购金额为 15,126.58 万元，占采购总额比例为 47.42%，随采购均价上涨而较以前年度有所提升。

2022 年 1-6 月公司综合考虑年度生产及销售计划、原材料供应情况于 6 月 23 日开始进行调味油产品集中生产，而 2021 年则于 6 月 11 日开始进行集中生产，2022 年总体进度较 2021 年度有所推迟。从而公司当期采购数量为 3,052.07 吨，较去年同期略有下降；采购占比为 41.26%，也相应回落，与 2019 及 2020 年度基本持平。

③ 报告期内发行人采购价格与市场价格趋势一致

报告期内发行人向成都市新兴粮油有限公司采购价格与市场价格变动趋势对比如下：

单位：万元/吨

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
发行人采购均价	1.17	9.94%	1.06	36.87%	0.78	0.80%	0.77
四川地区同期菜油现货价（注）	1.30	26.21%	1.03	43.06%	0.72	7.46%	0.67

注：1、发行人通常于每年 3-4 月与供应商签订采购合同并锁定当年采购价格，如后续采购量超出合

同约定，则参考最新市场价格签订新的采购合同；2021 年一季度由于菜籽油市场价涨幅较大，发行人为观望后续价格变动情况，主要于 3-6 月与供应商签订采购合同并锁定当年采购价格，导致当年签订协议期间相对分散。故 2019 年度与 2020 年度选取 3-4 月均价作为对比指标；2021 年度选取 3-6 月均价作为对比指标。2022 年 1-6 月由于生产计划略有推迟以及前期菜籽油价格涨幅较大，公司集中于 6 月签订采购合同，因此选取 6 月均价作为对比指标。2、Wind 公开数据为四川成都地区同期菜油（四级进口）含税价，统一按照 9%的估计税率换算为不含税价进行比较，为简化测算，未考虑 2019 年增值税税率变动。

资料来源：Wind 资讯

报告期内发行人向成都市新兴粮油有限公司采购产品均价变动比例分别为 0.80%、36.87%以及 9.94%；同期市场均价变动比例分别为 7.46%、43.06%以及 26.21%，变动趋势一致，其中 2022 年 1-6 月发行人采购均价低于四川地区同期菜油现货价主要系公司新品逐步起量，当期向新兴粮油有限公司采购的豆油数量及占比增长，拉低了整体采购均价。如仅考虑菜籽油采购部分，则 2022 年 1-6 月采购均价为 1.21 万元/吨，较上年增长 14.32%，比 6 月同期采购价格较低主要系不含税价格，同时包含部分执行前期采购合同。

④ 成都市新兴粮油有限公司及相关人员与发行人及其董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系、亲属关系

根据查询公开信息、发行人董事、监事、高级管理人员填写的调查表等资料，以及对成都市新兴粮油有限公司的访谈情况，公司及其董事、监事、高级管理人员与成都市新兴粮油有限公司及相关人员不存在关联关系、亲属关系。

4、分原材料类别的主要供应商采购情况

（1）油料

年度	序号	供应商	采购内容	采购数量 (吨)	采购单价 (万元/吨)	采购金额 (万元)	占油料采购 总额比例
2022 年 1-6 月	1	成都市新兴粮油有限公司	菜籽油、大豆油	3,052.07	1.17	3,565.58	98.87%
	2	广汉市迈德乐食品有限公司	牛油	32.44	1.00	32.59	0.90%
	3	四川溢洲油脂有限公司	动物油脂	4.18	1.27	5.32	0.15%
合计			-	-	-	3,603.59	99.92%
2021 年	1	成都市新兴粮油有限公司	菜籽油、大豆油	14,234.56	1.06	15,126.58	99.23%
	2	中粮油脂（眉山）有限公司	菜籽油	49.77	1.04	51.67	0.34%
	3	广汉市迈德乐食品有限公司	牛油	42.00	0.94	39.42	0.26%

年度	序号	供应商	采购内容	采购数量 (吨)	采购单价 (万元/吨)	采购金额 (万元)	占油料采购 总额比例
合计			-	-	-	15,243.73	99.83%
2020 年	1	成都市新兴粮油有限公司	菜籽油	13,586.38	0.78	10,547.63	97.87%
	2	郑州雪麦龙食品香料有限公司	高浓度萃取油	4.44	49.31	218.92	2.03%
	3	四川溢洲油脂有限公司	动物油脂	6.33	1.15	7.27	0.07%
合计			-	-	-	10,773.82	99.97%
2019 年	1	成都市新兴粮油有限公司	菜籽油	13,491.68	0.77	10,392.33	77.53%
	2	郑州雪麦龙食品香料有限公司	高浓度萃取油	51.40	58.41	3,002.52	22.40%
	3	四川溢洲油脂有限公司	动物油脂	7.74	1.12	8.70	0.06%
合计			-	-	-	13,403.55	100.00%

（2）农副产品

年度	序号	供应商	采购内容	采购数量 (吨)	采购单价 (万元/吨)	采购金额 (万元)	占农副产品 采购总额 比例
2022 年 1-6 月	1	金阳县春江鹏达青花椒农村专业合作社	干藤椒	102.05	5.05	515.12	30.46%
	2	成都五丰堂农产品有限公司	干藤椒、干红花椒	60.25	5.52	332.65	19.67%
	3	重庆萨隆藤椒种植专业合作社	鲜藤椒	332.33	0.67	223.23	13.20%
	4	重庆农利来农业开发有限公司	鲜藤椒	311.21	0.67	208.69	12.34%
	5	重庆天运鲜农业发展有限公司	鲜藤椒	106.09	0.67	71.20	4.21%
合计			-	-	-	1,350.89	79.88%
2021 年	1	德阳市罗江区蟠龙新型农民合作联社	鲜藤椒	624.70	1.50	934.63	9.14%
	2	成都五丰堂农产品有限公司	干藤椒、干红花椒	121.77	6.33	770.88	7.54%
	3	盐源县至诚种植养殖专业合作社	鲜红花椒	323.13	2.17	701.67	6.86%
	4	重庆天运鲜农业发展有限公司	鲜藤椒	461.59	1.41	652.16	6.38%
	5	重庆萨隆藤椒种植专业合作社	鲜藤椒	349.89	1.33	465.74	4.55%
合计			-	-	-	3,525.08	34.46%
2020 年	1	成都五丰堂农产品有限公司	干藤椒、干红花椒	273.07	4.88	1,333.11	13.85%
	2	盐源县至诚种植养殖专业合作社	鲜红花椒	406.10	1.58	641.64	6.66%
	3	重庆市江津区世华花椒种植场	鲜藤椒	340.01	0.90	304.62	3.16%
		重庆市江津区祥沃花椒种植场	鲜藤椒	313.64	0.98	306.22	3.18%

年度	序号	供应商	采购内容	采购数量 (吨)	采购单价 (万元/吨)	采购金额 (万元)	占农副产品 采购总额 比例
		小计	鲜藤椒	653.65	0.93	610.83	6.34%
	4	德阳市罗江区蟠龙新型农民合作社	鲜藤椒	490.28	1.04	511.74	5.32%
	5	重庆市江津区曹四农业专业合作社	鲜藤椒	575.77	0.83	478.48	4.97%
合计			-	-	-	3,575.80	37.14%
2019 年	1	重庆天运鲜农业发展有限公司	鲜藤椒	447.97	1.20	539.00	7.58%
	2	重庆市江津区世华花椒种植场	鲜藤椒	201.06	1.06	212.40	2.99%
		重庆市江津区祥沃花椒种植场	鲜藤椒	243.44	1.20	291.09	4.09%
		小计	鲜藤椒	444.50	1.13	503.49	7.08%
	3	重庆市江津区九泽花椒专业合作社	鲜藤椒	501.49	1.00	499.01	7.02%
	4	重庆萨隆藤椒种植专业合作社	鲜藤椒	496.20	0.99	488.84	6.87%
	5	重庆和信农贸市场管理有限公司	鲜藤椒	377.08	1.23	465.69	6.55%
合计			-	-	-	2,496.03	35.09%

注：报告期内，发行人将来自同一控制下主体的采购额合并为同一供应商进行列示，合并调整的依据如下：重庆市江津区世华花椒种植场的经营者为马梅，重庆市江津区祥沃花椒种植场的经营者为江世华，马梅与江世华系夫妻关系。

（3）包装材料

年度	序号	供应商	采购内容	采购数量 (万个)	采购单价 (元/个)	采购金额 (万元)	占包材采购 总额比例
2022 年 1-6 月	1	成都市川泰玻璃有限责任公司	玻璃瓶	1,176.45	0.94	1,108.52	45.16%
	2	四川文庄包装有限公司	纸箱	156.70	2.45	384.51	15.67%
	3	广东大地伟业环保包装科技股份有限公司	铁罐	35.69	6.72	239.78	9.77%
	4	成都市青羊天天用纸品印刷有限公司	标签	1,319.43	0.15	200.39	8.16%
	5	四川省阆中升华塑业制品有限公司	瓶盖	1,359.80	0.11	146.87	5.98%
合计			-	-	-	2,080.09	84.75%
2021 年	1	成都市川泰玻璃有限责任公司	玻璃瓶	2,470.62	0.86	2,124.69	47.68%
	2	四川文庄包装有限公司	纸箱	293.04	2.33	683.36	15.33%
	3	广东大地伟业环保包装科技股份有限公司	铁罐	75.95	6.43	488.04	10.95%
	4	成都市青羊天天用纸品印刷有限公司	标签	2,780.66	0.16	436.67	9.80%
	5	四川省阆中升华塑业制品有限公司	瓶盖	2,607.62	0.10	270.45	6.07%

年度	序号	供应商	采购内容	采购数量 (万个)	采购单价 (元/个)	采购金额 (万元)	占包材采购 总额比例
合计			-	-	-	4,003.21	89.83%
2020 年	1	成都市川泰玻璃有限责任公司	玻璃瓶	1,818.47	0.83	1,512.03	49.84%
	2	四川文庄包装有限公司	纸箱	197.58	2.18	430.89	14.20%
	3	广东大地伟业环保包装科技股份有限公司	铁罐	61.31	5.77	353.98	11.67%
	4	成都市青羊天天用纸品印刷有限公司	标签	1,930.74	0.17	333.56	10.99%
	5	成都天健包装有限公司	瓶盖	1,003.94	0.09	93.29	3.07%
合计			-	-	-	2,723.74	89.78%
2019 年	1	成都市川泰玻璃有限责任公司	玻璃瓶	2,247.39	0.84	1,895.02	50.44%
	2	四川文庄包装有限公司	纸箱	188.34	2.24	421.50	11.22%
	3	广东大地伟业环保包装科技股份有限公司	铁罐	73.50	5.71	419.37	11.16%
	4	成都市青羊天天用纸品印刷有限公司	标签	2,217.71	0.18	402.15	10.70%
	5	成都天健包装有限公司	瓶盖	2,242.48	0.09	207.59	5.53%
合计			-	-	-	3,345.63	89.06%

5、发行人财务人员使用个人银行卡进行报销与采购付款情况

（1）具体情况

2019 年度，发行人时任出纳詹亚梅出于节省转账手续费及操作便利的目的使用尾号 1393 的个人卡进行员工报销及零星成本费用款项支付。该名出纳通常于报销或付款申请审批完成后从公司银行账户中取现并存入该张个人卡中，再使用该个人卡向员工或交易对方转账付款。

截至 2019 年 9 月 17 日该卡注销时，詹亚梅当年通过上述方式向员工及其他主体转账共计 21.55 万元。该等成本费用均已进行相应会计处理，不存在该出纳为公司代垫成本费用的情形。

（2）相关财务内控不规范情形整改情况

发行人已在发现詹亚梅上述不规范行为后及时要求其终止。詹亚梅已于 2019 年 9 月 17 日注销该张个人卡，相关财务内控不规范情形已彻底完成整改。

（3）相关内控措施建立及执行情况

发行人针对上述情况建立或优化相关内控措施，具体如下：

关键控制点	控制目标
公司按照国务院颁布的《现金管理暂行条例》规定限制现金开支范围，对于规定范围外且结算金额超过 1,000 元以上的支出原则上均需通过公司账户转账支付	有效减少现金支付比例与频率，降低现金收付相关内部控制风险。
所有的现金支付款项必须由报账经办人填制报销单据，完成相关审批程序并由出纳检查确认后方可支付，支付后需现场对报销单据加盖付讫戳记并留存财务部作为记账凭证依据。	报销人需在上缴报销单据前现场取得报销款，避免了与出纳协商后续通过银行卡转账取得报销款的情形
出纳人员应建立健全现金账目，逐笔记载货币资金的收入和支出，账目应当日清月结，每日下班前盘点库存现金实存数，并与账存数和报销单据等业务凭证核对，保证报销单据、账目及库存现金款相符。该盘点过程需由一名其他财务人员监督进行。	所有现金支出均有对应业务单据且款项已及时支付给报销人，避免出纳提前将现金存入个人卡的情形
财务人员依据经审批报销单据进行会计处理，并设专人对记账凭证进行审核。	成本费用相关财务处理完整、准确

上述内控措施已获有效执行，詹亚梅该张个人卡注销后发行人未再出现类似内部控制不规范情形。

四、发行人的资源要素情况

（一）主要固定资产情况

发行人主要的固定资产包括机器设备和房屋建筑物，相关资产为公司生产经营提供了生产工具和生产场地，对公司生产经营的重要性程度较高。

1、固定资产情况

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人主要固定资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面净值	成新率
房屋建筑物	8,485.05	1,449.44	-	7,035.61	82.92%
机器设备	9,975.48	2,241.78	-	7,733.70	77.53%
运输工具	343.92	300.31	-	43.61	12.68%
办公设备及其他	1,083.69	675.19	-	408.50	37.70%
合计	19,888.14	4,666.72	-	15,221.42	76.54%

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人拥有的净值超过 30 万元的主要生产设备的具体情

况如下：

单位：个，万元

序号	设备名称	数量	原值	净值	成新率
1	储油罐	15	2,791.34	2,272.67	81.42%
2	罐区雨棚	1	1,172.92	1,117.57	95.28%
3	汤姆森万瓶生产线	1	1,125.21	978.91	87.00%
4	调味酱生产线	1	601.77	520.78	86.54%
5	合力洁净车间	1	449.62	388.34	86.37%
6	超临界萃取设备	1	432.10	330.53	76.49%
7	调味酱生产线配套设备及管路系统	1	330.09	286.17	86.69%
8	颗粒状藤椒研发设备	1	157.52	157.52	100.00%
9	椒壳输送筛选设备	1	154.87	127.03	82.02%
10	冻库	3	324.87	116.32	35.81%
11	金标设备工程	2	96.46	91.88	95.25%
12	鲜藤椒输送提取设备	1	100.23	90.93	90.72%
13	联合厂房动力系统	1	95.35	71.95	75.46%
14	有机热载体加热炉	2	101.42	71.68	70.68%
15	生产用房室外雨棚	1	79.77	68.41	85.76%
16	污水处理设备	1	72.39	68.29	94.34%
17	气相质谱联用仪液相色谱仪	1	109.83	66.36	60.42%
18	电感耦合等离子体质谱仪	1	86.73	56.97	65.69%
19	自动萃取机	1	61.95	50.67	81.79%
20	智慧标准泵房	1	46.73	40.07	85.75%
21	自动脱油机	2	43.81	36.11	82.42%
22	鲜榨生产设备	7	98.98	34.63	34.99%
23	瓶装酱料灌装生产线	1	34.51	33.97	98.44%
24	列管换热系统	1	35.22	32.15	91.28%

2、房屋所有权

（1）发行人已取得权属证书的自建房屋的基本情况

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司共持有 12 处取得产权证书的自有房产，总建筑面积合计 62,341.90 平方米。该等房屋的具体情况如下：

序号	房屋名称	建筑面积 (平方米)	层数	不动产权证	房屋坐落	取得 方式	房屋所 有权人	他项 权利
1	1幢综合楼	4,482.49	3层	川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号 土地用途：商务金融用地/办公、科研、工业、文化 宗地面积：30,849.99m ²	洪雅县止戈镇五龙路 15 号（么麻子综合楼）1-3 层等 7 套	自建	么麻子	无
2	2幢研发楼	4,040.09	5层					
3	3幢车间	1,935.15	2层					
4	4幢展示楼	545.43	1层					
5	5幢 1 博物馆	245.69	2层					
6	6幢 2 博物馆	181.61	1层					
7	7幢 3 博物馆	71.38	1层					
8	调味油生产车间	8,800.65	2层	川（2020）洪雅县不动产权第 0005186 号 土地用途：工业用地/工业 宗地面积：25,174.66m ²	洪雅县止戈镇五龙路 5 号（么麻子）（辅助用房-1-5）、洪雅县止戈镇五龙村（么麻子二车间）1-2 层等 4 处	自建	么麻子	无
9	雅笋生产车间	2,951.89	2层					
10	生产体验用房	31,881.89	4层					
11	辅助用房	6,869.53	5层					
12	成都办公室	336.10	-	川（2020）成都市不动产权第 0215716 号	成都市高新区天府大道中段 530 号 1 栋 14 楼 1407 号	购买	么麻子	无

（2）上述自建房屋建设过程中及截至目前的瑕疵情况如下：

1）发行人在前述“川（2020）洪雅县不动产权第 0005186 号”与“川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号”不动产权证书项下的土地上开工建设时未能及时办理建设规划、施工等许可手续。

根据洪雅县人民政府于 2021 年 2 月 25 日出具的《说明函》，发行人因政府土地规划等问题，在前述土地上开工建设时未能及时办理规划建设、施工等许可手续，截至目前已及时完善相关手续，取得了不动产权证书，洪雅县人民政府主管部门不会对其进行行政处罚。

因此，发行人在开工建设时未能及时办理建设规划、施工等许可手续事宜主要基于政府土地规划问题，截至本招股说明书签署之日，发行人取得了不动产权证书，且洪雅县人民政府主管部门不会对其进行行政处罚，不构成重大违法行为。

2）在上述表格中，发行人拥有的“川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号”不动产权证书的证载用途为“商务金融用地/办公/科研/工业/文化”，发行人于报告期内

将其中“办公”性质的综合楼出租给德元楼经营餐饮服务，导致房屋实际用途与证载用途不相符。

2019年11月，洪雅县人民政府下发洪府函[2019]154号批复文件，同意发行人的川（2018）洪雅县不动产权第0002499号、川（2019）洪雅县不动产权第0005456号、川（2019）洪雅县不动产权第0005457号不动产权证书对应的三宗国有土地改变土地用途、统一使用年限并合并办理不动产权证，具体内容为：①公司的川（2018）洪雅县不动产权第0002499号工业用地中14.49亩改变为商业用地，补缴土地出让金406.69万元；②川（2019）洪雅县不动产权第0005456号商业用地中17.47亩改变为工业用地和川（2019）洪雅县不动产权第0005457号商业用地中1.05亩改变为工业用地，政府不予补差土地价款；③工业用地统一使用年限为2019年3月27日至2069年3月27日，补缴土地出让金30.92万元；④商业用地统一使用年限为2019年3月27日至2059年3月27日，补缴土地出让金80.49万元。

发行人根据上述批复办理了土地用途为“其他商服用地”的“川（2019）洪雅县不动产权第0005758号”不动产权证书，以及土地用途为“工业用地”的“川（2019）洪雅县不动产权第0005759号”不动产权证书。此后，因发行人股改更名，前述“川（2019）洪雅县不动产权第0005758号”不动产权证书变更并换发了“川（2020）洪雅县不动产权第0004866号”不动产权证书；前述“川（2019）洪雅县不动产权第0005759号”不动产权证书变更并换发了“川（2020）洪雅县不动产权第0005186号”不动产权证书。后因土地用途变更为“商务金融用地”的事由，前述“川（2020）洪雅县不动产权第0004866号”不动产权证书变更为发行人现在持有的“川（2022）洪雅县不动产权第0000476号不动产权证书”。

综上所述，发行人现持有的“川（2022）洪雅县不动产权第0000476号”不动产权证书上的证载房屋包括了发行人在原工业用地上所建设的房屋。就此情形，洪雅县人民政府于2022年3月9日出具的《说明函》，说明：考虑该宗土地的实际用途并结合历史原因，前述“川（2020）洪雅县不动产权第0004866号”不动产权证书于2022年2月变更为“川（2022）洪雅县不动产权第0000476号”不动产权证书，土地用途变更为“商务金融用地”，证载房屋用途不做调整，并确认“上述证载用途情况不会影响么麻子公司对该不动产权证书¹⁰对应土地及房屋的使用与权属。截至目前，么麻子公司在使

¹⁰ 即川（2022）洪雅县不动产权第0000476号不动产权证书。

用前述土地及房屋过程中不存在违法违规情况，不会受到自然资源主管部门的行政处罚”。

因此，虽然发行人存在将证载用途仍为“办公”的房屋出租给德元楼用于经营餐饮服务、房屋实际用途与证载用途不相符的情形，但发行人已经就此情形取得洪雅县人民政府的合规证明，因此，该等行为不构成重大违法行为。

此外，发行人实际控制人出具了《关于不动产及建设项目等相关事项的承诺函》，承诺如因发行人及/或其控股子公司于发行人上市前的任何自有或租赁的房屋建筑物、构筑物、土地使用权、农村土地承包经营权、建设项目、生产线等产权权属或相关手续存在瑕疵，导致发行人及/或其控股子公司无法正常使用上述房屋建筑物、构筑物、土地、建设项目或生产线的，或导致发行人及/或其控股子公司与其他第三方发生诉讼/仲裁/纠纷、受到相关主管部门的行政处罚或发生安全事故的，其将承担因此给公司造成的所有损失、损害和开支，包括但不限于因诉讼或仲裁、罚款、停产/停业、寻找替代场所以及搬迁所发生的一切损失和费用。

（3）发行人未取得权属证书的房产及建（构）筑物的基本情况

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司拥有 6 处未取得权属证书的房产，系发行人在“川（2020）洪雅县不动产权第 0005186 号”工业用地上自行建设，未办理相应的房屋建设手续。前述房产均为非生产经营类房产，面积合计 294.30 平方米，具体如下：

序号	实际使用人	面积（m ² ）	坐落	用途	取得方式
1	发行人	35.00	洪雅县止戈镇五龙路5号	前门卫	自建
2	发行人	68.85	洪雅县止戈镇五龙路5号	材料库房	自建
3	发行人	57.15	洪雅县止戈镇五龙路5号	机修房	自建
4	发行人	31.50	洪雅县止戈镇五龙路5号	配电房	自建
5	发行人	66.80	洪雅县止戈镇五龙路5号	厕所	自建
6	发行人	35.00	洪雅县止戈镇五龙路5号	地磅房	自建

根据洪雅县人民政府于 2021 年 2 月 25 日出具的《说明函》，基于历史原因，发行人可将前述建筑作为保留建筑继续使用，洪雅县人民政府相关部门不会就上述情况对发行人进行任何行政处罚。因此，该等行为不构成重大违法行为。

此外，根据发行人实际控制人出具的《关于不动产及建设项目等相关事项的承诺函》，如因发行人及/或其控股子公司于发行人上市前的任何自有或租赁的房屋建筑物、构筑物、土地使用权、农村土地承包经营权、建设项目、生产线等产权权属或相关手续存在瑕疵，导致发行人及/或其控股子公司无法正常使用上述房屋建筑物、构筑物、土地、建设项目或生产线的，或导致发行人及/或其控股子公司与其他第三方发生诉讼/仲裁/纠纷、受到相关主管部门的行政处罚或发生安全事故的，其承诺承担因此给公司造成的所有损失、损害和开支，包括但不限于因诉讼或仲裁、罚款、停产/停业、寻找替代场所以及搬迁所发生的一切损失和费用。

（4）上述瑕疵房产的面积、占比

如前所述，发行人持有的“川（2020）洪雅县不动产权第 0005186 号”与“川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号”不动产权证书项下的 11 处自建房屋已经完善了相关建设手续，并取得了自建房屋的不动产权证书和洪雅县人民政府出具的《说明函》予以确认，因此，该 11 处自建房屋曾在建设手续方面的瑕疵已经得到有效补救和消除。

亦如前所述，截至本招股说明书签署之日，发行人仍存在将“办公”性质的综合楼房屋出租给德元楼从事餐饮经营，存在房屋实际用途与证载用途不一致的瑕疵情况，以及门卫、材料库房、机修房、配电房、厕所、地磅房 6 处非生产经营类房屋未办理相应的房屋建设手续、未取得不动产权证书的瑕疵情况。上述仍存在瑕疵的房屋面积和占比情况如下：

事项	建筑面积（平方米）/占比
德元楼租赁房屋面积	2,846.60
占自建房屋总面积比例	4.57%
门卫、材料库房、配电房、地磅房等6处配套房屋面积	294.30
占自建房屋总面积比例	0.47%

（5）对发行人收入、利润的影响程度

报告期内发行人自建房屋存在瑕疵的情形和产生收入利润情况如下：

1）德元楼租赁房屋的实际用途与证载用途不符

发行人拥有的川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号不动产权证书的证载土地用途为商务金融用地，证载房屋用途为办公、科研、工业、文化。报告期初至 2019 年 10

月，发行人通过全资子公司德元楼使用其中 1 处证载用途为“办公”的房屋开展餐饮经营。2019 年 10 月公司将其所持德元楼的全部股权转让给实际控制人之一赵麒后公司将上述房屋出租给德元楼，德元楼继续用于餐饮经营。因此，报告期内上述实际用途与证载用途不符的房屋主要产生餐饮服务与租金两类业务收入，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
餐饮服务收入	-	-	-	410.45
租金收入	5.71	14.29	10.71	2.38
收入合计	5.71	14.29	10.71	412.83
占营业收入比例	0.03%	0.03%	0.03%	1.01%
毛利合计	-1.36	0.13	-3.45	190.36
占营业毛利比例	-0.02%	0.00%	-0.03%	1.24%

报告期各期上述建筑物产生的收入占营业收入的比例分别为 1.01%、0.03%、0.03% 以及 0.03%，产生的毛利占营业毛利的比例分别为 1.24%、-0.03%、0.00%以及-0.02%，金额与占比均较低。

2）6 处配套房屋

么麻子有限自行建设的位于川（2020）洪雅县不动产权第 0005186 号工业用地上的 6 处配套建筑历史上未办理房屋建设手续且未取得不动产权证书。上述配套建筑房屋面积合计 294.30 平方米，占证载房屋总面积比例为 0.47%，合计占地面积与占比均较小。同时，该部分配套建筑仅为配套辅助用途，不承担生产、销售或其他业务职能，不属于发行人的主要生产经营建筑物，未直接产生收入利润。

（6）上述瑕疵房产不构成本次发行上市的障碍

上述瑕疵房产对应的收入在发行人的营业收入中占比较小，且发行人已取得洪雅县人民政府出具的《说明函》，确认发行人在使用前述瑕疵房屋过程中不存在违法违规情况，不会受到洪雅县政府主管部门的行政处罚，且实际控制人已出具兜底承诺，所以，上述瑕疵房产对发行人本次发行上市不构成实质性的障碍。

3、租赁房产

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司共拥有 1 处与生产经营相关的租赁

房产，总建筑面积合计 3,272.61 平方米。该等房屋的具体情况如下：

序号	出租方	承租方	坐落	用途	租赁面积 (m ²)	租金	租赁期限
1	成都市天府新区南区产业园投资有限公司	么麻子生物	四川省成都市新津区天府智能制造产业社区综合服务中心 1-B 栋 6-7 层	办公、研发	3,272.61	25 元/平方米/月	2021.01.15-2026.01.14

（1）租赁房产出租方的权属

就么麻子生物租赁使用的房屋，成都市新津区天府智能制造产业园管委会于 2020 年 11 月 26 日出具《住所证明》，证明位于四川省成都市新津区普兴街道西新大道 3101、3103、3105、3107、3109 号产业社区综合服务中心属于成都市天府新区南区产业园投资有限公司所有，该企业属于工业园区内企业，其不动产证正在办理中。

根据发行人实际控制人出具的《关于不动产及建设项目等相关事项的承诺函》，如因公司及/或其控股子公司于公司上市前的任何自有或租赁的房屋建筑物、构筑物、土地使用权、农村土地承包经营权、建设项目、生产线等产权权属或相关手续存在瑕疵，导致公司及/或其控股子公司无法正常使用上述房屋建筑物、构筑物、土地、建设项目或生产线的，或导致公司及/或其控股子公司与其他第三方发生诉讼/仲裁/纠纷、受到相关主管部门的行政处罚或发生安全事故的，其承诺承担因此给公司造成的所有损失、损害和开支，包括但不限于因诉讼或仲裁、罚款、停产/停业、寻找替代场所以及搬迁所发生的一切损失和费用。如因公司及/或其控股子公司承租的其他第三方房屋未办理租赁备案，且在被主管机关责令限期改正后逾期未改正，导致公司及/或其控股子公司被处以罚款的，其承诺承担由此为公司造成的损失。

（2）租赁登记/备案

根据发行人提供的《房屋租赁登记备案凭证》，么麻子生物租用的上述房屋已于 2021 年 4 月 19 日在租赁房屋所在地住房和城乡建设局办理完毕租赁登记备案手续，备案号为 X20210419HB90。

（二）主要无形资产情况

发行人主要的无形资产包括土地使用权、专利、商标、著作权等，相关资产是公司房产设施建设、核心技术保护和品牌宣传推广的基础，对公司生产经营的重要性程度较

高。

1、无形资产情况

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人无形资产的总体情况如下：

类别	账面原值（万元）	累计摊销（万元）	账面价值（万元）
土地使用权	4,381.41	258.70	4,122.71
外购软件	48.31	32.23	16.09
专利权	66.22	33.67	32.55
合计	4,495.94	324.60	4,171.35

2、土地使用权

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司拥有的土地使用权共 4 宗。该等土地使用权的具体情况如下：

序号	土地使用权人	土地使用证号	坐落	面积（m ² ）	用途	取得方式	使用期限
1	么麻子	川（2020）洪雅县不动产权第 0002901 号	洪雅县止戈镇五龙村（HYG[2019]03 号）	61,762.86	工业用地	出让	2020 年 5 月 22 日起至 2070 年 5 月 21 日止
2	么麻子	川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号	洪雅县止戈镇五龙路 15 号（么麻子综合楼），1-3 层等 7 套	30,849.99	商务金融用地/办公、科研、工业、文化	出让	2019 年 3 月 27 日起至 2059 年 3 月 27 日止
3	么麻子	川（2020）洪雅县不动产权第 0005186 号	洪雅县止戈镇五龙路 5 号（么麻子）（辅助用房 1-5）、洪雅县止戈镇五龙村（么麻子二车间）1-2 层等 4 处	25,174.66	工业用地	出让	2019 年 3 月 27 日起至 2069 年 3 月 27 日止
4	么麻子	川（2021）洪雅县不动产权第 0003169 号	洪雅县止戈镇五龙村（HYG[2020]12 号）	67,246.06	工业用地	出让	2021 年 5 月 17 日起至 2071 年 5 月 16 日止

3、租赁土地

（1）发行人租赁农村土地承包经营权的协议签署情况

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司共租赁约 127.66 亩农村土地的承包经营权，并已就土地承包经营权租赁事宜签署了相应的《农村土地承包经营权出租合同》，基本情况如下：

1) 2012 年 11 月 9 日与 2013 年 1 月 24 日，洪雅县洪川镇龚庙村 2 村民小组（现为“洪雅县洪川镇曲沿村 7 村民小组”，以下简称“龚庙 2 组”）（由时任组长龚明华代表龚庙 2 组签署合同）与么麻子有限签署《农村土地承包经营权出租合同》，约定龚庙 2 组将位于龚庙 2 组的 92.86 亩、0.8 亩承包地的承包经营权出租给么麻子有限。

2) 2012 年 11 月 9 日与 2013 年 4 月 27 日，洪雅县洪川镇龚庙村 3 村民小组（现为“洪雅县洪川镇曲沿村 5 村民小组”，以下简称“龚庙 3 组”）（由时任组长张毅代表龚庙 3 组签署合同）与么麻子有限签署《农村土地承包经营权出租合同》，约定龚庙 3 组将位于龚庙 3 组的 26.76 亩、1.96 亩承包地的承包经营权出租给么麻子有限。

3) 2012 年 11 月 9 日，洪雅县洪川镇龚庙村 5 村民小组（现为“洪雅县洪川镇曲沿村 5 村民小组”，以下简称“龚庙 5 组”）（由时任组长张毅代表龚庙 5 组签署合同）与么麻子有限签署《农村土地承包经营权出租合同》，约定龚庙 5 组将位于龚庙 5 组的 5.29 亩承包地的承包经营权出租给么麻子有限。

上述出租合同均约定承包期限为自本轮土地承包期满后流转期限依法自动续期直至满 30 年之日，即自 2012 年 11 月 1 日至 2042 年 10 月 31 日；出租用途为农林作物种植、养殖、乡村旅游、文化博览等都市近郊型农业开发，实际用途为藤椒种植。

上述《农村土地承包经营权出租合同》由相关租赁土地的发包方龚庙 2 组、龚庙 3 组、龚庙 5 组与么麻子有限签订。龚庙 2 组、龚庙 3 组、龚庙 5 组（分别作为乙方，并由各自的时任组长代表其签署合同）与租赁土地承包方/使用权权利人（作为甲方）之间有签订《农村土地承包经营权委托流转协议》，约定：1) 甲方自愿将其各自位于龚庙 2 组、龚庙 3 组、龚庙 5 组的相关承包地的承包经营权委托乙方流转，委托流转期限为 30 年，自 2012 年 11 月 1 日起至 2042 年 10 月 31 日；2) 甲方授权乙方协商流转事宜并以乙方名义对外签订土地流转合同。基于此，前述委托流转协议的乙方即龚庙 2 组、龚庙 3 组、龚庙 5 组分别与么麻子有限签订《农村土地承包经营权出租合同》。

综上，发行人租赁土地承包经营权已经签署了相关的《农村土地承包经营权出租合同》。

（2）发行人租赁土地承包经营权所履行的程序

上述《农村土地承包经营权出租合同》已在洪雅县洪川镇农业综合服务中心完成备案；此外，根据洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会出具的《证明》，上述出租合同已在该

村委会备案。

根据么麻子有限签订《农村土地承包经营权出租合同》时有效的《中华人民共和国农村土地承包法（2009 修正）》，土地承包经营权流转的主体是承包方；承包方有权依法自主决定土地承包经营权是否流转和流转的方式。土地承包经营权采取转包、出租、互换、转让或者其他方式流转，当事人双方应当签订书面合同。采取转让方式流转的，应当经发包方同意；采取转包、出租、互换或者其他方式流转的，应当报发包方备案。根据现行有效的《中华人民共和国农村土地承包法（2018 修正）》，承包方承包土地后，享有土地承包经营权，可以自己经营，也可以保留土地承包权，流转其承包地的土地经营权，由他人经营。承包方可以自主决定依法采取出租（转包）、入股或者其他方式向他人流转土地经营权，并向发包方备案。

根据么麻子有限签订《农村土地承包经营权出租合同》时有效的《农村土地承包经营权流转管理办法》（2005 年发布，于 2021 年失效），承包方有权依法自主决定承包土地是否流转、流转的对象和方式。任何单位和个人不得强迫或者阻碍承包方依法流转其承包土地。承包方自愿委托发包方或中介组织流转其承包土地的，应当由承包方出具土地流转委托书。委托书应当载明委托的事项、权限和期限等，并有委托人的签名或盖章。承包方与受让方达成流转意向后，以转包、出租、互换或者其他方式流转的，承包方应当及时向发包方备案。农村土地承包经营权流转合同一式四份，流转双方各执一份，发包方和乡（镇）人民政府农村土地承包管理部门各备案一份。根据现行有效的《农村土地经营权流转管理办法》（2021 年 1 月发布），承包方自愿委托发包方、中介组织或者他人流转其土地经营权的，应当由承包方出具流转委托书。委托书应当载明委托的事项、权限和期限等，并由委托人和受托人签字或者盖章。承包方流转土地经营权，应当与受让方在协商一致的基础上签订书面流转合同，并向发包方备案。发包方对承包方流转土地经营权、受让方再流转土地经营权以及承包方、受让方利用土地经营权融资担保的，应当办理备案，并报告乡（镇）人民政府农村土地承包管理部门。

据此，承包方是土地承包经营权流转的权利主体，有权依法自主决定承包土地是否流转、流转的对象和方式，且有权委托发包方或中介组织流转其承包土地，而无需集体组织表决。但农村土地承包经营权流转合同应按照当时有效的规定向发包方和乡（镇）人民政府农村土地承包管理部门进行备案。

发行人所租赁土地的承包方/使用权权利人均系委托发包方流转其承包土地，并相

应签署了《农村土地承包经营权委托流转协议》，虽然历史上存在上述《农村土地承包经营权出租合同》未及时履行备案手续的问题，截至本招股说明书签署之日，发行人签署的上述《农村土地承包经营权出租合同》已在洪雅县洪川镇农业综合服务中心完成备案；此外，根据洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会出具的《证明》，上述出租合同已在该村委会备案。综上，发行人租赁土地承包经营权已经签署相关的出租协议；发行人所租赁土地承包经营权的承包方均系委托发包方流转承包地，且已就委托事宜签署了《农村土地承包经营权委托流转协议》，无需集体组织表决；发行人租赁土地承包经营权存在未能按照《土地管理法》等相关规定及时履行备案手续的情形，但发行人就租赁事宜所签署的出租合同已补充完成相应的备案手续。

（3）租赁期限超过 20 年所涉及的法律风险

根据发行人签署的《农村土地承包经营权出租合同》，为确保项目开发经营效益的持续性和长效性，在本轮土地承包期满后，流转期限依法自动续期直至 30 年，即自 2012 年 11 月 1 日起至 2042 年 10 月 31 日止。

根据当时有效的《中华人民共和国合同法》及现行有效的《中华人民共和国民法典》，租赁期限不得超过二十年。超过二十年的，超过部分无效。租赁期限届满，当事人可以续订租赁合同；但是，约定的租赁期限自续订之日起不得超过二十年。

根据当时有效的《农村土地承包经营权流转管理办法》（2005 年发布，于 2021 年失效），农村土地承包经营权流转不得改变承包土地的农业用途，流转期限不得超过承包期的剩余期限，不得损害利害关系人和农村集体经济组织的合法权益。

考虑各承包方/使用权权利人数较多且各方的承包期限到期时间均不一致，为满足项目开发经营效益的持续性和长效性，并与承包方/使用权权利人的委托期限保持一致，双方约定租赁期限系在本轮土地承包期满后，流转期限依法自动续期直至 30 年，即自 2012 年 11 月 1 日起至 2042 年 10 月 31 日止，即发行人签署的《农村土地承包经营权出租合同》中关于 30 年租赁期限的约定，系双方考虑自动续租情形后的预期租赁期限，有别于直接约定 30 年租赁期限，但仍然存在因违反《民法典》而导致超过《民法典》规定的最长租赁期限（20 年）的租赁期限（10 年）无效的风险。

由于发行人租赁土地种植藤椒的目的在于开展藤椒品种的研发活动和种植示范，发行人通过向供应商采购藤椒能够满足自身的生产经营需求，不承租前述承包土地不影响

公司所需藤椒的供给，不会给发行人的生产经营造成重大不利影响，因此，如果剩余 10 年租赁期限被认定无效，该等风险对发行人的生产经营仍不会构成重大不利影响。

（4）发行人不存在“以租代征”的情况

如上所述，发行人已就租赁事宜办理了相关的备案手续，且其租赁前述农村土地承包经营权的主要目的是通过在该等土地上建立藤椒基地，实际用途为藤椒种植，并为鼓励相关合作社或村民种植藤椒以及研究藤椒建立良好的示范作用，未进行房地产开发建设。根据洪雅县洪川镇人民政府、洪雅县农业农村局分别于 2021 年 3 月 29 日出具的证明，发行人所承租的流转土地不涉及基本农田，均系一般耕地与林地。藤椒是一种特色经济树种，且属于农作物与食用农产品，发行人承租前述流转土地用于种植藤椒符合土地利用总体规划，未改变土地的农业用途与性质，不存在用于非农建设或给土地造成损害的情形，亦不存在破坏农业综合生产能力和农业生态环境的情形；根据洪雅县自然资源局于 2021 年 3 月 31 日出具的证明，发行人所承租的流转土地均系农用地，藤椒是一种特色经济树种，且属于农作物与食用农产品，发行人承租前述流转土地用于种植藤椒未改变土地的农业用途与性质，不存在用于非农建设或给土地造成损害的情形，亦不存在破坏农业综合生产能力和农业生态环境的情形，符合法律、行政法规、规范性文件的相关规定。

此外，如前所述，发行人租赁土地种植藤椒的目的在于开展藤椒品种的研发活动和种植示范，发行人通过向供应商采购藤椒能够满足自身的生产经营需求，种植藤椒的产量在发行人生产经营使用的藤椒总量中占比较低，不承租前述承包土地并不会给发行人的生产经营造成重大不利影响，发行人客观上不存在征地需求，上述租赁不构成“以租代征”。

（5）发行人租赁土地承包经营权的价格和藤椒产量

根据前述《农村土地承包经营权出租合同》，发行人共租赁了 127.66 亩农村土地承包经营权，发行人每年按照每亩 300 公斤稻谷的计价标准向出租方支付租金，稻谷价格按照当时国家相关部门规定的中晚熟籼稻保护收购价进行核算。

2019 年-2022 年 6 月期间，发行人每年为租赁 127.66 亩土地承包经营权而支出的费用金额，以及该等租赁土地每年的种植藤椒产量与当期发行人生产经营所使用的藤椒总量的对比情况，如下表所示：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
租赁127.66亩土地承包经营权的价格（元）	47,872.5	95,745	95,745	95,745
127.66亩土地的种植藤椒产量（吨）	0.00	8.83	4.78	13.71
生产经营所使用的藤椒总量（吨）	1,153.71	5,068.49	5,939.86	5,164.90
种植藤椒产量占比（%）	0.00	0.17	0.08	0.27

注：2022 年租赁土地种植藤椒树主要于 2022 年 7 月采摘，故 2022 年 1-6 月未有鲜藤椒产量。

（6）发行人种植藤椒的用工模式

2019 年-2022 年 6 月期间，发行人通过劳务外包的方式实施种植藤椒的日常管理和采收工作，外包公司系四川天朗人力资源管理服务有限公司。关于该外包公司的信息及发行人劳务外包用工的相关情况，请参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“十一、发行人员工情况”之“（四）劳务派遣、劳务外包及临时用工情况”。

（7）发行人种植藤椒未改变土地性质及用途

如前所述，发行人所承租的流转土地不涉及基本农田，均系一般耕地与林地。藤椒是一种特色经济树种，且属于农作物与食用农产品，发行人承租前述流转土地用于种植藤椒符合土地利用总体规划，未改变土地的农业用途与性质，不存在用于非农建设或给土地造成损害的情形，亦不存在破坏农业综合生产能力和农业生态环境的情形，符合法律、行政法规、规范性文件的相关规定。洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会、洪雅县洪川镇人民政府、洪雅县农业农村局、洪雅县自然资源局均已分别出具《证明》，对上述事实予以确认。

（8）发行人租赁土地承包经营权的瑕疵及补救措施

发行人承租的前述 127.66 亩承包土地包括 51.51 亩耕地与 76.15 亩林地，其中发行人实际承租的土地中：2.37 亩耕地未载于土地承包经营权证中、8.71 亩林地未能提供相应的林权证书、1.18 亩林地未载于林权证中。就该等事宜，洪川镇曲沿村村民委员会、洪雅县洪川镇人民政府、洪雅县农业农村局已分别于 2021 年 3 月 29 日出具证明，内容为：

1) 么麻子与龚庙 2 组、龚庙 3 组及龚庙 5 组签署的出租合同合法、有效，双方依照合同约定行使合同权利、履行合同义务，相关村民小组及农户与么麻子在农村土地承包经营权流转相关事宜上无任何纠纷、争议或潜在纠纷、争议。

2) 就部分农户委托出租与实际出租的耕地、林地面积大于相应农户所持农村土地承包经营权证或林权证所载承包地面积的情形，经查实系因么麻子承租土地的实际测量面积大于证载面积所致，该等超过证载面积部分的承包地的经营权均为相应农户所享有，其实际享有该等承包地的经营权，并有权进行流转或委托进行流转；就部分农户丢失林权证的情形，经查实其所委托流转的承包地的经营权均为相应农户所享有，该等农户实际享有其承包地的经营权，并有权进行流转或委托进行流转。

3) 截至证明出具之日，上述出租合同未能履行备案手续，未履行备案手续事宜不影响出租合同的法律效力，洪雅县洪川镇人民政府主管部门与洪雅县农业农村局不会对任何一方进行处罚。

4) 么麻子所承租的流转土地不涉及基本农田，均系一般耕地与林地。藤椒是一种特色经济树种，且属于农作物与食用农产品，发行人承租前述流转土地用于种植藤椒符合土地利用总体规划，未改变土地的农业用途与性质，不存在用于非农建设或给土地造成损害的情形，亦不存在破坏农业综合生产能力和农业生态环境的情形，符合法律、行政法规、规范性文件的相关规定，洪雅县洪川镇人民政府主管部门、洪雅县农业农村局不会对发行人进行任何处罚。

如前所述，发行人租赁农村土地承包经营权存在未能及时办理备案手续的情形，但截至本招股说明书签署之日，发行人就租赁事宜所签署的出租合同已补充完成相应的备案手续，且已经取得洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会、洪雅县洪川镇人民政府与洪雅县农业农村局的合规证明，确认上述出租合同未及时履行备案手续不影响出租合同的法律效力，不会对任何一方进行处罚。

此外，洪雅县自然资源局已于 2021 年 3 月 31 日出具证明，证明发行人所承租的流转土地均系农用地，藤椒是一种特色经济树种，且属于农作物与食用农产品，发行人承租前述流转土地用于种植藤椒未改变土地的农业用途与性质，不存在用于非农建设或给土地造成损害的情形，亦不存在破坏农业综合生产能力和农业生态环境的情形，符合法律、行政法规、规范性文件的相关规定，该局未对发行人进行任何处罚。

同时，发行人实际控制人出具了《关于不动产及建设项目相关事项的承诺函》，承诺如因公司及/或其控股子公司于公司上市前的任何自有或租赁的房屋建筑物、构筑物、土地使用权、农村土地承包经营权、建设项目、生产线等产权权属或相关手续存在瑕疵，

导致公司及/或其控股子公司无法正常使用上述房屋建筑物、构筑物、土地、建设项目或生产线的，或导致公司及/或其控股子公司与其他第三方发生诉讼/仲裁/纠纷、受到相关主管部门的行政处罚或发生安全事故的，其承诺承担因此给公司造成的所有损失、损害和开支，包括但不限于因诉讼或仲裁、罚款、停产/停业、寻找替代场所以及搬迁所发生的一切损失和费用。

此外，发行人租赁土地所种藤椒树每年产量仅满足研发需求及少量生产，通过向供应商采购藤椒能够满足生产经营需求，承租土地藤椒产量占比较小，且发行人实际控制人就发行人租赁农村土地承包经营权事宜作出了兜底承诺，如发行人不再承租前述承包土地，亦不会给发行人的生产经营造成不利影响，因此，上述发行人承租农村土地承包经营权的情形不会对发行人本次发行上市及持续经营造成重大不利影响。

（9）关于出具合规证明的相关部门的职权依据

就发行人租赁瑕疵土地事宜，洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会、洪雅县洪川镇人民政府、洪雅县农业农村局分别于 2021 年 3 月 29 日出具证明，认定出租合同合法、有效，不会对发行人进行处罚；洪雅县自然资源局于 2021 年 3 月 31 日出具证明，确认发行人承租前述流转土地用于种植藤椒未改变土地的农业用途与性质，不会对发行人进行处罚。

《中华人民共和国农村土地承包法（2018 修正）》第十二条规定，国务院农业农村、林业和草原主管部门分别依照国务院规定的职责负责全国农村土地承包经营及承包经营合同管理的指导。县级以上地方人民政府农业农村、林业和草原等主管部门分别依照各自职责，负责本行政区域内农村土地承包经营及承包经营合同管理。乡（镇）人民政府负责本行政区域内农村土地承包经营及承包经营合同管理。

《农村土地经营权流转管理办法》第五条规定，农业农村部负责全国土地经营权流转及流转合同管理的指导。县级以上地方人民政府农业农村主管（农村经营管理）部门依照职责，负责本行政区域内土地经营权流转及流转合同管理。乡（镇）人民政府负责本行政区域内土地经营权流转及流转合同管理。

据此，县级以上地方人民政府农业农村主管（农村经营管理）部门和乡（镇）人民政府分别负责本行政区域内土地经营权流转及流转合同管理。

经在洪雅县人民政府网站的公开查询，洪雅县农业农村局职能职责包括“（三）提

出深化农村经济体制改革和巩固完善农村基本经营制度的政策建议。负责农民承包地、农村宅基地管理和改革有关工作.....（八）组织开展全县农业资源区划和资源保护工作。负责农用地、渔业水域以及农业生物物种资源的保护与管理，负责水生野生动植物保护、耕地及永久基本农田质量保护、农村能源建设工作.....（九）负责全县有关农业生产资料和农业投入品的监督管理。组织农业生产资料市场体系建设，承担农作物种子（种苗）.....（十六）推进农业依法行政。负责农业综合执法工作。”洪雅县自然资源局主要职能职责包括“（六）.....组织划定生态保护红线、永久基本农田、城镇开发边界等控制线，构建节约资源和保护环境的生产、生活、生态空间布局.....负责土地征收征用管理。（八）负责组织实施最严格的耕地保护制度。贯彻执行耕地保护政策，负责耕地数量、质量、生态保护。组织实施耕地保护责任目标考核和永久基本农田特殊保护.....”。

鉴于发行人所承租承包地及发包方系位于洪雅县洪川镇曲沿村，洪雅县人民政府农业农村主管（农村经营管理）部门和洪川镇人民政府负责本行政区域内土地经营权流转及流转合同管理，同时洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会作为承包地发包方的设立主体¹¹有权对流转合同进行备案。因此，洪雅县洪川镇曲沿村村民委员会、洪雅县洪川镇人民政府、洪雅县农业农村局有权对瑕疵土地出具“出租合同合法、有效”、“不会对发行人进行任何处罚”等证明内容；洪雅县自然资源局有权就承包地是否为耕地、基本农田以及发行人承租前述流转土地用于种植藤椒未改变土地的农业用途与性质，不会对发行人进行处罚等事宜出具证明。

4、专利

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司合计拥有 16 项已获授权的境内专利，不拥有任何境外专利，且截至本招股说明书签署之日，上述境内专利均在有效期内，不存在质押或其他权利限制；发行人合法拥有上述专利，且不存在权属纠纷，发行人亦不存在使用他人专利技术或授权许可专利技术的情形。上述专利的具体情况如下：

序号	权利人	专利名称	专利类型	专利号	专利申请日	授权公告日
1	么麻子	藤椒油的制备方法	发明	ZL200510021894.3	2005.10.18	2009.04.29
2	么麻子	一种熟香菜籽油	发明	ZL201610774913.8	2016.08.31	2019.08.02

¹¹ 根据《中华人民共和国村民委员会组织法（2018 修正）》，村民委员会可以根据村民居住状况、集体土地所有权关系等分设若干村民小组。

序号	权利人	专利名称	专利类型	专利号	专利申请日	授权公告日
		生产系统及生产工艺				
3	么麻子	包装盒 (金麻子料哆哆-藤椒大酱)	外观设计	ZL201730624875.3	2017.12.11	2018.06.05
4	么麻子	一种糊辣汁原料混合装置	实用新型	ZL201822219593.7	2018.12.27	2020.01.14
5	么麻子	一种藤椒油閤制加工用加热装置	实用新型	ZL202020748656.2	2020.05.08	2020.12.04
6	么麻子	一种藤椒油的全自动閤制设备	实用新型	ZL202020739891.3	2020.05.08	2021.01.15
7	么麻子	一种鲜藤椒的筛选装置	实用新型	ZL202020568429.1	2020.04.16	2021.03.19
8	么麻子	藤椒油瓶 (么麻子)	外观设计	ZL202030716252.0	2020.11.25	2021.04.20
9	么麻子	瓶贴(面条伴侣)	外观设计	ZL202130173316.1	2021.03.23	2021.07.20
10	么麻子	包装袋(藤椒汤锅底料)	外观设计	ZL202130173318.0	2021.03.23	2021.07.20
11	么麻子	瓶贴(藤椒油)	外观设计	ZL202130173597.0	2021.03.23	2021.07.20
12	么麻子	瓶贴(藤椒红油)	外观设计	ZL202130173598.5	2021.03.23	2021.07.20
13	么麻子	包装袋(藤椒火锅锅底料)	外观设计	ZL202130173596.6	2021.03.23	2021.07.20
14	么麻子	瓶贴(藤椒捞汁)	外观设计	ZL202130195201.2	2021.04.02	2021.08.03
15	么麻子	瓶贴(麻椒油)	外观设计	ZL202130173317.6	2021.03.23	2021.09.24
16	么麻子	瓶贴(木姜酱)	外观设计	ZL202130764782.7	2021.11.15	2022.03.15

根据发行人的发明名称为“藤椒油的制备方法”的《发明专利证书》与《发明专利说明书》等相关文件，赵跃军系该项发明专利的发明人与专利权人，系通过申请方式原始取得该项发明专利，专利申请日为2005年10月18日，授权公告日为2009年4月29日。2019年3月，赵跃军将该项发明专利无偿转让给发行人，目前该项发明专利已登记在发行人名下，专利号为ZL200510021894.3。截至本招股说明书签署之日，赵跃军、发行人就“藤椒油的制备方法”发明专利的取得与使用事宜不存在任何纠纷。

5、商标

截至2022年6月30日，发行人及其控股子公司合计拥有581项境内注册商标，且截至本招股说明书签署之日，该等境内注册商标均在有效期内，不存在质押或其他权利限制，发行人合法拥有上述境内注册商标，且不存在权属纠纷，发行人亦不存在使用他

人商标的情形。

根据四川兴诚知识产权代理有限公司于 2022 年 7 月 21 日出具的《关于么麻子食品股份有限公司商标向外注册申请的专业意见》，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人的 1 项境外注册商标（如下）因未能提交商标注册后 3 年内被实际使用的声明而被撤销注册，除此以外，发行人共拥有 64 项境外注册商标，该等商标均在注册有效期内，商标注册真实、合法、有效，不存在权属纠纷。

商标权人	撤销注册商标名称	注册号	国家/地区	类别	注册日	撤销日
发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	菲律宾	29,30,35,43	2018.12.17	2022.05.21

上述境内注册商标和境外注册商标的具体情况可参见本招股说明书“附表一：商标”。

报告期内，存在 9 宗他人仿冒发行人商标的侵权纠纷诉讼案件，具体情况如下：

起诉/立案时间	原告	被告	发行人起诉所涉主要案由/主张	案件进展
2020.11.12	发行人	四川百福黎丰食品有限公司	被告生产标有“天麻子”标识的藤椒调味产品，其标识在字体、字形及颜色上与发行人第11211540号注册商标相似，同时“天麻子”标识所附的图形部分和发行人第4912210号图形商标近似。	一审法院四川省成都市中级人民法院判决被告停止在其生产、销售的藤椒油产品上使用与发行人生产藤椒油近似的商品装潢，并赔偿发行人经济损失30万元、合理开支5,000元。被告提起上诉，二审法院四川省高级人民法院判决驳回上诉，维持原判。
2020.10.30	发行人	汉源县益可食品厂（被告一）、北京成金万通川调料经营部（被告二）	被告二销售的藤椒油产品侵犯了发行人商标专用权，该产品由被告一生产，产品中所使用的“么磨子”标识与发行人第11211540号“么麻子”注册商标在文字和读音上近似，同时该产品与发行人生产销售的藤椒油产品的包装装潢在视觉效果上相似。	一审法院北京市丰台区人民法院判决：被告一停止生产、销售侵害发行人第11211540号注册商标专用权的商品；被告一立即停止涉案不正当竞争行为；被告二停止销售侵害发行人第11211540号注册商标专用权的商品；被告一赔偿发行人经济损失25万元及合理开支1万元；被告二赔偿发行人经济损失5,000元；被告一在《中国知识产权报》上刊登声明以消除影响。被告一已提起上诉，二审法院北京知识产权法院判决驳回上诉，维持原判。发行人与被告一于2022年6月9日达成《执行和解协议》，协议

起诉/ 立案时间	原告	被告	发行人起诉所涉 主要案由/主张	案件进展
				约定被告一应赔偿发行人的经济损失25万元、合理开支1万元和被告二应赔偿发行人的经济损失5,000元, 均由被告一向发行人支付; 并约定被告一已停止并承诺不再生产、销售侵犯发行人第11211540号注册商标专用权商品的行为, 已停止并承诺不再在其生产、销售的藤椒油产品上使用与发行人生产的藤椒油近似的商品装潢。 截至本招股说明书出具之日, 该款项已支付完毕。
2021.04.12	发行人	马鞍山市华升调味品有限公司(被告一)、郑州市郑东新区晟满园食品商行(被告二)	被告二在其拼多多“爱尚优品美食工坊”店铺上销售了标有“川幺麻子”文字标识的藤椒油产品, 该款产品包装表明系由被告一生产。	发行人授权代理律师与被告一(其控股股东与法定代表人签署)达成和解协议并撤诉, 协议约定被告一应向发行人支付人民币9.5万元作为补偿款, 并保证在协议生效后不从事侵害发行人“幺麻子”注册商标权的侵权行为。 截至本招股说明书出具之日, 该款项已支付完毕。
2021.04.26	发行人	含山县香辣福调味品厂(普通合伙)(被告一)、泉山区杨洪伦食品商店(被告二)	被告二销售了标有“公麻子”标识的藤椒调味产品, 产品包装表明该产品由被告一生产。被告一在其生产的产品上所使用“公麻子”标识与发行人第11211540号“幺麻子”注册商标在字体、字形及颜色上较为近似; 在“公麻子”标识上所使用的人像图案与发行人“幺麻子”商标及人像图案商标形成对应等。	徐州市铜山区人民法院判决: 被告一立即停止生产、销售侵犯发行人第11211540号、第4912210号注册商标专用权商品的行为; 被告一立即停止在其生产、销售的藤椒油产品上使用与发行人生产的藤椒油近似的商品装潢; 被告二立即停止销售侵犯发行人第11211540号、第4912210号注册商标专用权商品的行为; 被告一赔偿发行人经济损失(含合理开支) 12万元。 发行人授权代理律师与被告一于2021年8月达成《和解协议》, 将被告一的赔偿款金额变更为11万元。 截至本招股说明书出具之日, 该款项已支付完毕。
2021.05.14	发行人	和县非衣调味品厂(被告一)、北京杰怡锦程商贸有限公司(被告二)	被告一未经许可, 在藤椒油商品上使用与发行人权利商标相近似的标识, 并使用与发行人商品近似的包装装潢, 被告二销售了被告一生产的涉案商品。	一审法院北京市朝阳区人民法院判决: 被告一停止涉案商标侵权行为, 停止涉案不正当竞争行为; 被告二停止销售涉案侵权商品的行为; 被告一履行在《中国知识产权报》上发布声明的义务, 消除因涉案商标侵权及不正当行为给发行人造成的不良影

起诉/ 立案时间	原告	被告	发行人起诉所涉 主要案由/主张	案件进展
				响；被告一赔偿发行人经济损失123.71296万元；被告一赔偿发行人合理费用5万元，被告二对其其中1,000元承担连带赔偿责任。被告一已提起上诉，目前案件正在审理中。
2021.09.01	发行人	含山县干泉食品有限公司（被告一）、聊城市茌平区顺华电子商务服务中心（被告二）	被告二在其拼多多平台“顺华食品”店铺内销售的藤椒油产品上所使用的“华么麻子”商标与装潢与发行人第6682595号、11211540号“么麻子”注册商标近似，该产品由被告一生产；“华么麻子”商标所使用的人像图案标识与“么麻子”商标及人像图案商标形成一一对应等。	发行人撤诉，与被告二达成和解，并向马鞍山市中级人民法院起诉被告一，目前案件正在审理中。 发行人授权代理律师与被告二之代表达成和解协议，被告二应向发行人支付7,000元和解款，立即停止并保证不再销售所涉侵权产品。 截至本招股说明书出具之日，该款项已支付完毕。
2021.11.03	发行人	含山县干泉食品有限公司	被告生产销售的产品上所使用的“华么麻子”商标与发行人第6682595号、11211540号“么麻子”注册商标在字形、字体上近似，其产品的“华么麻子”商标所使用的人像图案标识与“么麻子”商标及人像图案商标形成一一对应，且其生产、销售的藤椒油产品上面使用与发行人生产的藤椒油近似的商品装潢。	一审法院安徽省马鞍山市中级人民法院判决被告停止生产、销售侵犯发行人第11211540号、第4912210号注册商标专用权商品的行为；停止在其生产、销售的藤椒油产品上使用与发行人生产的藤椒油近似的商品装潢；赔偿发行人经济损失（含合理开支）8万元。 被告已提起上诉，二审法院安徽省高级人民法院判决驳回上诉，维持原判。
2022.05.09	发行人	四川省中资国本华扬农业科技开发有限公司（被告一）、四川巴味鲜食品有限公司（被告二）	拼多多平台“麻辣万岁精品调味”店铺与被告二在拼多多平台经营的“古道麻旗舰店”店铺内销售的藤椒油产品上所使用的装潢在文字及图案搭配等方面与发行人的藤椒调味产品装潢近似。该产品由被告一生产。	因被告二已停止销售行为，发行人撤回了对被告二的起诉。 一审法院遂宁市船山区人民法院判决被告一停止在其生产、销售的藤椒油产品上使用与发行人生产的藤椒油近似的商品装潢；赔偿发行人经济损失200,000元及合理开支5,000元。 被告一提起上诉，二审法院四川省遂宁市中级人民法院判决驳回上诉，维持原判。
2022.05.13	发行人	安庆哆瑞咪网络科技有限公司	被告在其域名为“jiamengfei.com”的网站上未经发行人授权而使用发行人的注册商标进行宣传推广、发布涉及“么	该案件的一审法院为仁寿县人民法院，截至本招股说明书出具之日，该款项已支付完毕。

起诉/ 立案时间	原告	被告	发行人起诉所涉 主要案由/主张	案件进展
			麻子”的加盟信息。	

在上述他人仿冒发行人商标的 9 宗侵权纠纷案件中，发行人均作为原告，其中：5 宗案件已审结（二审驳回被告上诉，维持原判或被告已执行完毕）；3 宗案件已和解；另外 1 宗案件发行人的相关请求获得了一审法院的支持，由于被告提起上诉，目前案件正在审理中，该宗未决案件中一审法院判决赔偿的金额占发行人报告期内主营业务收入的比例很低；截至本招股说明书签署之日，发行人未因仿冒者的产品质量问题受到经销商/消费者投诉或主管部门调查。综上，上述侵权纠纷对发行人的生产经营不构成重大不利影响。

为树立、维护发行人良好的品牌形象和市场声誉，保障消费者的合法权益，打击仿冒、假冒的市场侵权行为，发行人采取了以下应对措施：

（1）完善公司知识产权管理制度

为加强对公司知识产权的保护，发行人制定了《么麻子食品股份有限公司研发部知识产权管理制度》，建立了知识产权管理和维护机制。

为了防止品牌被假冒，发行人积极申请防御性商标与联合商标，将保护类别扩大至主要产品之外的其他类似产品和类别上，并将相关近似的文字、图样等申请商标保护。同时，公司研发部作为知识产权管理工作的归口管理部门，指导、监督和检查其他部门的知识产权管理工作，参与签订和审核涉及知识产权内容的各类合同和协议，建立知识产权合同档案，组织宣传和学习有关知识产权的法律知识并交流经验等。

（2）建立维权奖励机制，对维权人员进行奖励

根据《么麻子食品股份有限公司研发部知识产权管理制度》，发行人建立了维权奖励机制，对于在知识产权形成、保护、管理及科技成果转化工作中有突出贡献的，或有效制止侵权、维护公司知识产权合法权益成绩显著的人员，将依据国家和本公司的具体规定，给予包括发放奖酬金、提职、提级、职称评定等物质和精神方面的奖励。

（3）联合经销商打假维权

发行人在其与经销商签订的《产品经销框架协议》中约定，经销商应积极参与发行

人产品在当地市场的打假维权事宜，针对经销商授权区域内出现的假货，经销商必须第一时间通知发行人并全力配合发行人处理打假维权事宜。

（4）积极通过司法等手段维权

为有效遏制和打击假冒、侵权行为，加强知识产权保护，公司与四川法典律师事务所签署了《知识产权保护合作协议》，委托四川法典律师事务所对全国范围内的侵权厂家及其关联侵权主体的商标、专利侵权行为或不正当竞争行为进行侵权调查，并基于此进行行政投诉或侵权诉讼，制止侵害发行人知识产权的行为并进行索赔，维护发行人的品牌形象。

6、软件著作权

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司合计拥有 11 项已取得软件产品登记证书的计算机软件著作权，且截至本招股说明书签署之日，上述计算机软件著作权均在有效期内，不存在质押或其他权利限制，发行人合法拥有上述计算机软件著作权。上述计算机软件著作权的具体情况如下：

序号	著作权人	软件名称	登记号	首次发表日期	登记日期
1	么麻子	么麻子调味品质量追溯系统 V1.0	2019SR1430488	未发表	2019.12.26
2	么麻子	调味品加工原料农药残留检测系统软件 V1.0	2019SR1430128	2019.08.16	2019.12.26
3	么麻子	么麻子调味品生产设备管理系统软件 V1.0	2019SR1430369	2019.05.10	2019.12.26
4	么麻子	么麻子物流扫描和报表管理系统 V1.0	2019SR1430831	未发表	2019.12.26
5	么麻子	客户分析统计过程管理系统 V1.0	2019SR1430439	2019.05.06	2019.12.26
6	么麻子	么麻子物流订单管理系统 V1.0	2019SR1430448	未发表	2019.12.26
7	么麻子	么麻子自助仓储管理系统软件 V1.0	2019SR1430299	未发表	2019.12.26
8	么麻子	调味品生产加工出入库防错系统 V1.0	2019SR1420581	2019.07.09	2019.12.24
9	么麻子	调味品生产车间无线数据采集系统 V1.0	2019SR1421122	2019.06.10	2019.12.24
10	么麻子	智慧化藤椒示范种植管理系统 V1.0	2019SR1420434	2019.09.30	2019.12.24
11	么麻子生物，中国科学院兰州化学物理研究所	竹叶花椒（藤椒）活性物质与应用数据库查询系统 V1.0	2022SR0530689	未发表	2022.04.27

7、作品著作权

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司合计就 14 项作品申领作品著作权登记证书，且截至本招股说明书签署之日，上述作品著作权均在有效期内，不存在任质押或其他权利限制，发行人合法拥有上述作品著作权。上述作品著作权的具体情况如下：

序号	著作权人	作品/制品名称	登记号	作品类别	首次发表日期	登记日期
1	么麻子	百年香麻阔制鲜榨字体	苏作登字 -2020-F-00269224	美术作品	未发表	2020.12.22
2	么麻子	中国麻世界香字体设计	苏作登字 -2020-F-00269238	美术作品	未发表	2020.12.22
3	么麻子	藤椒叶元素	苏作登字 -2020-F-00255354	美术作品	未发表	2020.12.08
4	么麻子	藤椒串元素	苏作登字 -2020-F-00255346	美术作品	未发表	2020.12.08
5	么麻子	麻字符号	苏作登字 -2020-F-00243441	美术作品	未发表	2020.11.26
6	么麻子	么麻子传承LOGO	国作登字 -2019-F-00958277	美术作品	2018.06.28	2019.12.23
7	么麻子	山紫水明LOGO	国作登字 -2019-F-00958279	美术作品	2012.07.28	2019.12.23
8	么麻子	YAOYAO LOGO	国作登字 -2019-F-00958281	美术作品	2018.08.21	2019.12.23
9	么麻子	绿尔久LOGO	国作登字 -2019-F-00958280	美术作品	2008.09.07	2019.12.23
10	么麻子	Kung Fu Panda LOGO	国作登字 -2019-F-00958283	美术作品	2018.12.14	2019.12.23
11	么麻子	么麻子LOGO	国作登字 -2019-F-00958278	美术作品	2008.09.07	2019.12.23
12	么麻子	PANDA LOGO	国作登字 -2019-F-00958282	美术作品	2018.01.17	2019.12.23
13	么麻子	么麻子橙厨LOGO	国作登字 -2019-F-00958275	美术作品	2017.10.14	2019.12.23
14	么麻子	Happy Cane Pepper LOGO	国作登字 -2019-F-00958274	美术作品	2018.12.14	2019.12.23

8、域名

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司合计拥有 4 项域名，且截至本招股说明书签署之日，上述域名处于有效期内，不存在任何质押或其他权利限制，发行人合法拥有该域名。上述域名的具体情况如下：

序号	权利人	域名	网站备案/许可证号	注册时间	到期日期
1	么麻子	yaomazi.com	蜀 ICP 备 19008064 号-1	2004.07.21	2023.07.21

序号	权利人	域名	网站备案/许可证号	注册时间	到期日期
2	么麻子	ymzsw.com	蜀 ICP 备 19008064 号-2	2021.03.01	2027.03.01
3	么麻子	ymzbg.com	蜀 ICP 备 19008064 号-3	2021.08.03	2024.08.03
4	么麻子	chubaobao.net	蜀 ICP 备 19008064 号-4	2016.01.07 ¹²	2031.01.07

发行人前述无形资产不存在瑕疵、纠纷和潜在纠纷，对发行人持续经营不存在重大不利影响。

（三）特许经营权

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在使用其他企业授权特许经营的情况。

（四）经营资质许可情况

截至本招股说明书签署之日，发行人持有的相关业务经营资质许可包括食品生产许可证、食品经营许可证、出口食品生产企业备案证明、对外贸易经营者备案登记表、中国商品条码系统成员证书、排污许可证等，相关经营资质许可确保公司生产经营的各个环节符合法律法规的要求，对公司生产经营的重要性程度较高。

发行人经营资质许可的具体情况如下：

序号	证书名称	持证主体	核发机构	证书内容及编号	有效期
1	食品生产许可证	发行人	眉山市市场监督管理局	食品类别：食用油、油脂及其制品；调味品；肉制品；罐头；蔬菜制品 许可证编号：SC10351142300039	2021.10.15-2026.05.18
2	食品经营许可证 ¹³	发行人	洪雅县市场监督管理局	经营项目：预包装食品销售（含冷藏冷冻食品销售），散装食品销售（含冷藏冷冻食品销售），其他食品销售 主体业态：食品销售经营者（含网络经营） 许可证编号：JY15114230051083	2020.07.21-2024.09.23
3	海关进出口货物收发货人备案回执	发行人	中华人民共和国乐山海关	海关编码：5127960109 检验检疫备案号：5109601134	长期
4	对外贸易经营者备案登记表	发行人	-	备案登记表编号：03734715	--
5	出口食品生产企业备案证明	发行人	中华人民共和国成都	备案品种：清水雅笋笋筒、笋片、火锅雅笋，调味油，半固态复合调味料，固	长期

¹² 该域名于 2022 年 2 月 16 日进行 ICP 备案。

¹³ 发行人就其食堂亦获得了洪雅县市场监督管理局核发的《食品经营许可证》（许可证编号：JY35114230073733），主体业态为“单位食堂”，经营项目为“热食类食品制售”。

序号	证书名称	持证主体	核发机构	证书内容及编号	有效期
			海关	态调味料，液态复合调味料 备案编号：5100/17060	
6	排污许可证	发行人	眉山市生态环境局	生产经营场所地址：四川省眉山市洪雅县止戈镇五龙路15号 行业类别：其他调味品、发酵制品制造，屠宰及肉类加工，热力生产和供应，蔬菜加工，食用植物油加工 证书编号：915114237400178797001R	2019.11.24- 2024.11.23
7	中国商品条码系统成员证书	发行人	中国物品编码中心	编号：物编注字第142193号	2021.05.22- 2023.05.22 ¹⁴

（五）管理体系认证情况

截至本招股说明书签署之日，发行人持有的与产品质量、食品安全等相关的主要认证证书确保公司产品质量符合消费者的要求，对公司生产经营的重要性程度较高。

发行人管理体系认证的具体情况如下：

序号	持证人	证书名称	颁发机构	认证（许可）范围及证书号	有效期
1	发行人	质量管理体系认证证书	方圆标志认证集团有限公司	覆盖的范围：食用调味油（香辛料调味油、复合调味油）、半固体（酱）调味料（复合调味酱、火锅底料）、液体调味料（液态复合调味料）、酱卤肉制品（酱卤肉类）、其他蔬菜制品（清水竹笋）、禽类罐头（菜肴罐头）的生产 证书编号：00221Q24869R1M	2021.08.04-20 24.08.06
2	发行人	食品安全管理体系认证证书	方圆标志认证集团有限公司	覆盖的范围：食用调味油（香辛料调味油、复合调味油）、半固体（酱）调味料（复合调味酱、火锅底料）、液体调味料（液态复合调味料）、酱卤肉制品（酱卤肉类）、其他蔬菜制品（清水竹笋）、禽类罐头（菜肴罐头）的生产 证书编号：002FSM2100240	2021.08.04-20 24.08.03
3	发行人	危害分析与关键控制点（HACCP）体系认证证书	方圆标志认证集团有限公司	覆盖的范围：食用调味油（香辛料调味油、复合调味油）、半固体（酱）调味料（复合调味酱、火锅底料）、液体调味料（液态复合调味料）、酱卤肉制品（酱卤肉类）、其他蔬菜制品（清水竹笋）、禽类罐头（菜肴罐头）的生产	2021.08.04-20 24.08.03

¹⁴ 发行人已就中国商品条码系统成员证书办理完毕续展手续，续展后的有效期限为 2023 年 5 月 22 日至 2025 年 5 月 22 日。

序号	持证人	证书名称	颁发机构	认证（许可）范围及证书号	有效期
				证书编号：002HACCP2100171	
4	发行人	绿色食品证书	中国绿色食品发展中心	产品名称：藤椒油 产品编号：LB-10-22052204311A 产品认定为绿色食品A级产品，许可使用绿色食品标志	2022.05.10-2025.05.09

基于以上业务经营资质许可，发行人已经取得开展业务所必需的授权、批准或登记，有权在经批准的经营范围内开展相关业务和经营活动。

五、发行人核心技术及研发情况

（一）核心技术情况

公司自成立以来一直重视先进技术的开发与应用，将技术创新作为实现公司发展战略的重要路径。经过多年经营实践和自主创新，公司在调味油、复合调味料领域积累了丰富的技术成果。

截至本招股说明书签署之日，公司掌握的主要技术成果如下：

技术名称	技术来源	技术先进性	技术应用阶段	对应专利情况
藤椒油闷制生产工艺	自主研发	采用浸制和熬制两段式加工工艺，以植物油为原料，采用高温提取方法，充分提取藤椒中麻味和香味物质，去除藤椒中水分，延长产品保质期	批量生产	已获得发明专利
藤椒油鲜榨生产工艺	自主研发	采用清洗、物理压榨、离心除渣、混合搅拌、油水分离等多段工艺生产藤椒油，具有能耗小、成本低的特点，能够最大程度保留藤椒中所含营养物质	批量生产	发明专利已受理
藤椒油超临界萃取生产工艺	自主研发	以超临界二氧化碳流体作为溶剂萃取藤椒中的有效成分，掌握萃取温度、压力、时间等关键技术参数，该工艺具有萃取效率高、能耗低、成本低、操作简便等优点	批量生产	发明专利已受理
熟香菜籽油生产系统及生产工艺	自主研发	通过机热载体锅炉、不锈钢炼油锅、自动连续冷却系统、碟式离心机过滤设备等加工工艺炼制熟油，有效解决菜籽油加热产生油烟问题，提高菜籽油浓香成分和熟香口感	批量生产	已获得发明专利
藤椒油闷制加工用加热装置	自主研发	通过设置的加料管、导热管、导热板以及不锈钢面层，对加热罐内的菜籽油进行加热，实现整个加热过程均匀高效，防止加热过程中出现过热造成粘底的问题，无明火加热，安全性高	批量生产	已获得实用新型专利

（二）研究开发情况

1、研发人员情况

公司高度重视技术创新和新产品研发工作，建立了一支多学科、跨专业、业务能力强的技术团队。技术团队由研发、工程、品控等多部门人员组成，具备丰富的研发经验和深厚的技术积累。截至报告期末，公司技术人员合计 51 人，技术人员占公司员工总人数的 13.49%。

公司核心技术人员包括文成刚、赵桂林、刘洪钧、朱翔，上述核心技术人员拥有丰富的行业经验和技術积累，在公司核心技术的形成中发挥重要作用且主导研发项目的开展。公司综合考虑技术贡献、行业经验、实干表现，认定上述人员为核心技术人员。核心技术人员简历参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员概况”之“4、其他核心人员”。

报告期内，公司核心技术人员稳定，最近三年未发生变动。公司采取多种方式调动研发人员积极性和创造力，主要举措包括：（1）对核心技术人员实施股权激励，所有核心技术人员持有的股权有禁售期限限制，并与公司签订了竞业禁止协议、保密协议；（2）建立产品研发项目奖励机制，鼓励研发人员进行产品发明创新，并根据创新及发明成果予以一定奖励；（3）制订专业技术人员晋升机制，公司每年以专业技能和绩效成果为依据确定晋升人员名单，为技术研发人才提供广阔的个人发展空间。

2、在研项目情况

公司根据调味品行业技术发展趋势，将藤椒油及其复合调味品的新味型、新工艺、新应用等确定为重点技术研发方向。公司在研项目围绕主营业务展开，研发周期约为 1-3 年，经费投入预计约为 1,000 万元。

截至本招股说明书签署之日，公司正在从事的研发项目如下：

序号	项目名称	拟实现目标	所处阶段	项目人员	项目预算
1	多麻度多香味藤椒系列产品的开发及应用	1、针对全国各地乃至全世界的消费者对麻度和香味的接受度不同的问题，优化产品结构； 2、开发出多麻度、多香味藤椒油系列产品 10 个以上。	产品验证阶段	赵麟、文成刚等 5 人	60 万元

序号	项目名称	拟实现目标	所处阶段	项目人员	项目预算
2	藤椒风味复合调味料产品开发及生产	1、将藤椒应用于川菜产品、酱类产品及休闲食品等食品中,开发 15 个以上具有藤椒风味的复合调味料产品,主要包括藤椒烧烤料、藤椒撒料、藤椒腌料等固态复合调味料,藤椒汤锅底料、藤椒干锅酱料、藤椒油辣子、藤椒拌面酱等半固态复合调味料,藤椒捞汁、藤椒钵钵鸡汁、藤椒卤水汁、藤椒凉菜汁等液态复合调味料; 2、形成标准化的藤椒风味食品加工工艺文件,推动工业化生产。	产品验证阶段	赵桂林、文成刚等 10 人	100 万元
3	藤椒味素复合调味料产品开发及生产	以藤椒油为原料,选取合适的壁材,通过微胶囊技术将藤椒油制成微颗粒状态,开发出藤椒味素复合调味料新产品,拓宽藤椒油的应用市场。	产品中试阶段	朱翔、赵桂林等 5 人	40 万元
4	藤椒复合调味料产品及菜品应用	开发 30 个以上藤椒风味的复合调味料产品及菜品应用,将藤椒风味产品应用于中餐菜肴、方便食品、中西式糕点、食品饮料及休闲食品等多个领域。	产品验证阶段	赵军等 10 人	100 万元
5	藤椒高值化产品创制与产业化	1、利用现代生物技术,全面解析藤椒及其副产物中生物活性成分; 2、采用水蒸气蒸馏、常规水提、连续相变脂溶性物质萃取、超临界萃取及亚临界萃取等技术,提取藤椒果实和枝叶杆中生物活性成分; 3、通过安全性评价,转化高附加值的新产品; 4、开发藤椒资源的保健食品 2 个及功能产品 3 个,研发藤椒中麻味素国家标准样品 2-3 项,构建藤椒活性物质信息资源库 1 个,发现藤椒新功效 3 种。	研究阶段	赵桂林、朱翔等 20 人	500 万元
6	藤椒质量控制体系研究	1、针对藤椒原料品质良莠不齐的问题,研究不同产区、不同成熟期藤椒麻味物质及香气成分组成及含量差异,以藤椒中山椒素、总酰胺、挥发油、柠檬烯和芳樟醇的含量作为评价指标,对不同区域、不同成熟期果实的麻味和香气成分的变化规律进行分析研究,为企业采购优质原材料奠定基础; 2、形成藤椒原料质量控制体系资料1套。	研究阶段	朱翔、刘洪钧等 12 人	100 万元
7	构建藤椒油指纹图谱	1、为进一步确保藤椒油在麻味和香气上的稳定性和标准化,针对不同生产批次开展对藤椒油特征风味指纹信息的分析; 2、结合多元数理统计方法,构建藤椒油样品中麻味物质及香气成分指纹图谱,实现标准化生产。	测试阶段	朱翔、刘洪钧等 5 人	100 万元

3、合作研发情况

公司在坚持自主研发的同时，与四川农业大学、华南农业大学等科研院所积极开展合作，推进学术研究成果的商业实践，持续提升生产工艺和技术水平。报告期内，公司与外部机构合作研发情况如下：

（1）与四川农业大学的合作研发情况

2020年11月，公司与四川农业大学签订《藤椒科研产学研战略合作协议》，双方确定产学研战略合作关系，共同挂牌组建“藤椒精深加工技术研发中心”。根据公司的产业化发展需求，双方将合作对藤椒食品及其高附加值产品从精深加工技术、质量标准、机制机理等方面进行系统研究，提升产品的科技水平，增强公司的市场竞争力。双方约定，在协议期内共同确定若干关键技术攻关课题，四川农业大学组织相关专家和技术人员协助公司进行藤椒质量标准研究、藤椒油麻味和香味物质解析、藤椒油麻度分级和香型分类、藤椒系列调味品开发等项目的研发工作。双方约定，基于公司与四川农业大学合作形成的知识产权，所有权归双方共同所有。双方约定，公司与四川农业大学对合作项目涉及的技术资料、信息进行保密，未经对方同意不得告知第三方。

（2）与华南农业大学的合作研发情况

2020年4月，公司与华南农业大学签订《技术开发（合作）合同》，委托其进行藤椒味素及藤椒连续相变水提工艺研究。该项目的合作研发期限为9个月，研发费用为36万元。公司提供项目开发过程中所需的试验原料和资金支持，华南农业大学提供研究技术资料、试验相关样品和产品应用报告。双方约定，关于藤椒味素的专利知识产权归么麻子所有，关于藤椒的连续相变水提工艺的专利知识产权归双方共同所有。双方约定，未经双方同意，任何一方不得向第三方透露及转让专利。

（三）研发投入情况

报告期内，公司研发费用占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
研发费用	486.25	1,093.84	696.24	386.66
营业收入	18,406.97	46,184.64	35,649.95	40,984.71
占比	2.64%	2.37%	1.95%	0.94%

(四) 技术创新机制

1、主营业务创新情况

(1) 模式创新

公司是藤椒调味品的开创者,引领了藤椒这一味型在全国餐饮行业的应用推广。公司利用川渝地区优质藤椒的资源优势,结合自行研发的闷制工艺生产线,率先实现藤椒油的商业化生产,从此开创了一个独具特色的调味品消费品类。十余年来,公司围绕藤椒不断投入和研发,已经打造了一个深度开发的藤椒产品完整集群。公司坚持“给世界添一份椒香”的理念,根据市场需求不断丰富产品种类,近年来相继推出了料哆哆大酱、藤椒钵钵鸡鸡汁、藤椒风味方便火锅、藤椒糊辣汁、藤椒肘子大酱等新品,在为消费者提供多样化选择的同时,有力加强了藤椒风味食品的推广和普及。

在公司革新性地推出藤椒油产品后,其他调味品企业也纷纷跟随,市场上藤椒酱、藤椒鱼调料、藤椒火锅底料、藤椒瓜子、藤椒鸭脖等各式各样的藤椒复合调味料、藤椒休闲食品及藤椒菜品顺势而生,导致藤椒风味成为了当今的流行味型。公司的市场示范作用拓展了麻系调味品的内涵,推动了藤椒制品行业的快速发展,对“清、香、鲜、麻”的藤椒风味的市场推广具有重大积极意义。

(2) 技术创新

公司率先采用闷制、鲜榨、超临界萃取三重工艺进行藤椒油的制备,创新的技术优势帮助公司迅速融入到调味品消费市场,形成了独有的竞争优势和技术壁垒。在闷制工艺方面,公司自主研发了模拟非遗闷制藤椒油的系统设备,能够实现闷制工序的自动化生产,独立研发的藤椒油闷制方法已获得国家发明专利;在鲜榨工艺方面,公司自主研发了鲜藤椒冷榨技术及相关生产线,针对鲜藤椒特点提取风味纯正的高浓度半成品基础油,目前发明专利的申请已受理;在超临界萃取工艺方面,公司使用二氧化碳超临界萃取技术和独有的锁鲜工艺,使提取的藤椒油风味物质成分得以最大限度地保留。

公司与科研院所合作探索藤椒的有效成分,率先将风味物质定量调配技术引入藤椒油行业。公司研发部门将藤椒的风味物质进行量化测定,并基于测定数据完善产品制备的操作程序,通过标准程序和固定配方确保最终产品麻度等感官指标的一致性。公司致力于通过技术创新驱动产品发展,解决调味品风味不稳定的弊端,并通过差异化的风味

特征构筑品牌壁垒。

2、实现技术创新的主要机制

为提高公司产品市场竞争力，快速高效进行新品开发，公司建立了覆盖藤椒全产业链、适应调味品行业特征的技术创新机制。公司以研发部、工程部、品控部作为技术创新的核心部门，新产品、新技术以及研发平台的开发与维护均由三个部门联动，协同外部技术顾问团队形成产学研一体化体系，为公司发展提供强有力的人才保障和智力支持。

公司制定了较为完善的研发管理体系，涵盖产品研发管理、产品应用管理和知识产权管理等多个方面。公司坚持“以市场引导产品、与客户协同开发”的理念，重视新产品市场调查、新兴市场跟踪及行业未来发展分析，业务部门将行业资讯在最短时间内传递至产品研发部门。在质量技术研发中心的统筹管理下，研发部下的技术团队负责前端的产品研发，包括项目立项、产品试验、项目验收；研发部下的产品应用团队负责中端的产品应用，包括厨师推广、组织菜品发布会、整理菜品数据库；品控部负责后端的产品质量检测，包括建立质量安全管理体系、管理质检标准，公司内部的有效衔接极大提高了新产品转化效率。

六、发行人环境保护、安全生产和质量控制情况

（一）环境保护与安全生产情况

1、环境保护情况

（1）生产经营涉及的主要环境污染物名称及排放量

公司在生产经营过程中产生的主要污染物包括：二氧化硫、氮氧化物、COD、氨氮、总磷等。2019-2022年6月，针对生产经营过程中排放的各种污染物，公司配有相应的环保设备设施，并采取相应的处理措施对污染物进行妥善处置，上述主要污染物的排放量不存在超出许可范围的情形，排放情况如下所示：

主要污染物		实际排放量	核定排放量	是否达标
废水	COD _{Cr} （化学需氧量）	0.895 t/a	14.0081 t/a	达标
	NH ₃ -N （氨氮）	0.154 t/a	1.2607 t/a	达标

主要污染物		实际排放量	核定排放量	是否达标
	TP (总磷)	0.0561 t/a	0.2241 t/a	达标
废气	SO ₂ (二氧化硫)	0.0194 t/a	0.2388 t/a	达标
	NO _x (氮氧化物)	0.320 t/a	1.117 t/a	达标
	粉尘	0.0217 t/a	0.2409t/a	达标

(2) 公司环境污染物的主要处理设施及处理能力

公司主要从事川味特色调味油和调味料的研发、生产和销售，调味品制造不属于重污染行业。公司生产过程中产生的污染主要包括车间和锅炉油烟废气、废水、固体废弃物和噪音等。公司以环保、节能、绿色为原则，对上述污染物均采取了有效的处理措施，所有污染物的排放均符合国家相关标准。

公司主要污染物处理设施及其处理能力、实际运行情况如下：

1) 废气

产生污染环节	污染物名称	环保处理设施/处理能力	运行状况
导热油锅炉运行	天然气燃烧废气 (颗粒物、二氧化硫、氮氧化物)	通过15米高的排气筒排放	正常
腌制生产调味油的 预处理环节	油烟	中转储油罐上方呼吸孔处安装集气管道收集产生的油烟，通过管道引至一套油烟净化器进行处理后经一根15米高的排气筒排放	正常
生产熟香菜籽油的 储罐混合环节	油烟		正常
腌制生产调味油的 提取环节	油烟	在提取机上方设置集气罩收集提取过程中产生的油雾，通过管道引至一套冷凝装置对油雾进行冷却降温，将油雾冷凝为油水混合物，经油水过滤器过滤后，剩余油烟经15米高排气筒排放	正常
生产复合调味料、 休闲食品的炼油配 料环节和炒制、卤 制环节	油烟	炼油锅及炒锅上方安装集气罩收集产生的油烟，通过管道引至车间外的三套油烟净化器进行处理后分别经一根23米排气筒排放（静电式油烟净化器风量121,000m ³ /h，净化效率达到95%）	正常
食堂	油烟	在灶台上方设集气罩收集产生的油烟，再经油烟净化器处理后引至屋顶排放	正常
污水处理站	臭气（氨、硫化氢）	设置抽风装置将废气引至楼顶，经喷淋+UV光氧处理后排气筒排放	正常

2) 废水

类别	产生污染环节	污染物名称	处置方式	运行状况
生产废水	实验室器皿冲洗三次之前的废水及实验废液	酸碱废水	分类收集后暂存于危废间，由有资质单位定期转运处理	正常
	实验室器皿冲洗三次之后的清洁废水	COD、氨氮、总磷、动植物油等	公司自建一座处理能力为500m ³ /d的污水处理站，处理工艺为：隔油池+格栅+水解酸化调节池+ABR+A级缺氧接触氧化+三级好氧接触氧化+二沉池+三沉池，经处理后的废水排入园区管网输入洪雅县工业园区污水处理厂处理达标后排放	正常
	原料清洗废水			
	油水分离废水			
	卤制废水			
	泡发废水			
	杀菌废水			
	锅炉废水			
	设备清洗废水			
	车间清洗废水			
生活废水	一般生活废水和食堂废水			

3) 固废

类别	产生污染环节	污染物名称	处置方式	运行状况
一般固废	原料检选、除杂环节	废原料杂质及边角料	经收集后，外售处理	正常
	鲜榨藤椒油的压榨环节			
	油品、调味料的过滤环节			
	成品包装环节	废包装材料		正常
	产品检验环节	检验产品固废及不合格品	经收集后交给有资质单位实行统一收运、集中处理	正常
	污水处理站	污泥、废油脂	污泥经定期清掏处理后，交由环保、卫生等相关部门授权的单位回收处理；废油脂经定期清理、收集后暂存于一般固废暂存间，然后交给有资质单位实行统一收运、集中处理	正常
	油烟净化装置	废油脂		
	生活办公和食堂	员工生活垃圾、餐厨垃圾	生活垃圾日产日清，交由环卫部门处置；餐厨垃圾经桶装集中收集后交给有资质单位实行统一收运、集中处理	正常
危险固废	生产设备维修保养	废导热油、废机油(桶)、废润滑油(桶)、废手套、抹布	分类收集后暂存于危废间，由有资质单位定期转运处理	正常

4) 噪音

产生污染环节	处置方式	运行状况
机械设备运行	针对噪声，为使厂界噪声达标，公司采取的措施如下：①生产设备	正常

产生污染环节	处置方式	运行状况
	均安置在车间内，厂房具有隔声降噪的效果。②同时，针对其他设备噪声采取了选用低噪声设备；③定期检修保证设备正常运行，降低故障性噪声排放；④优化设备布局，有效利用距离衰减和厂房隔声；⑤产生噪音的设备底部采取基础减振措施；⑥环保设施风机采取消声措施，减少噪声排放。	

（3）报告期内发行人环保投资和相关成本费用支出情况

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
环保投资金额（万元）	0.00	67.80	187.15	269.20
环保成本费用（万元）	10.39	27.97	12.69	1.81
产品产量（吨）	5,415.7	14,329.58	9,749.21	12,612.27
单位产量的环保费用支出（元/吨）	19.18	19.52	13.02	1.44

根据前述主要污染物的处理设施和方式，公司的环保投资主要针对废气、废水的处理设施。2019-2022 年 6 月，公司环保投资与公司投资建设项目密切相关，一般情况下各期环保投资与当期投资建设项目支出呈正向关系，其中，因公司在 2019 年、2020 年投资了污水处理设施建设工程和配套设备，2019 年度和 2020 年度的环保投入金额显著高于 2021 年的环保投入金额。

公司的相关环保成本费用主要包括废水、固废、环保服务费及环保税等的处理费用，与公司日常生产经营相关。其中，2019 年，公司的生产生活废水经处理后排向园区污水处理站，因当时公司所在区域未纳入污水处理费征收范围，无需缴纳污水处理费，当年度的环保成本费用支出金额较低；公司自 2020 年 7 月起按规定缴纳污水处理费，当年度的环保成本费用支出金额开始显著增加；2021 年，公司完成扩大产能的改扩建项目，并主动增加了委托第三方机构监测主要污染物排放量的频次，相关的环保服务费据此相应增加。

2019-2022 年 6 月，公司单位产量的环保投入及相关成本费用整体呈上升趋势，主要系公司高度重视生产经营的环保规范管理，根据公司产品生产规模及产生污染物的处理需求情况规划环保支出，公司环保投资及相关成本费用与公司主要产品生产规模及公司生产经营所产生的污染物量总体相匹配。

（4）报告期内发行人延后补办环评批复手续及环评验收的情况

1）藤椒精深加工再技改项目

么麻子有限于 2012 年 12 月 25 日就“藤椒精深加工技改项目”获得洪雅县工业和信息化局出具的《企业投资项目备案通知书》（备案号：川投资备[51142312122502]0024 号），于 2013 年 9 月 2 日获得洪雅县环境保护局出具的洪环建[2013]38 号环评批复。项目建设内容为“新增生产厂房和配套办公室 20,000 平方米，购置生产设备 30 台套，建设年产藤椒油 10,000 吨、花椒油 2,000 吨、木姜油 1,000 吨的调味油生产线和年产钵钵鸡休闲食品 1,000 吨、蒸肉粉 2,000 吨的藤椒味系列食品生产线”。

在“藤椒精深加工技改项目”实施过程中，么麻子有限基于自身发展规划和市场需求，未实际建设年产 2,000 吨蒸肉粉生产线，并开始启动建设“藤椒精深加工再技改项目”，主要建设内容为在原有藤椒精深加工技改项目的基础上，保留 1 条年产 10,000 吨藤椒油、2,000 吨花椒油和 1,000 吨木姜油的调味油生产线（阉制），1 条年产 1,000 吨钵钵鸡休闲食品生产线。淘汰 1 条年产 2,000 吨蒸肉粉生产线。增加 1 条年产 3,000 吨藤椒油的鲜榨调味油生产线，1 条年产 2,000 吨雅笋生产线，1 条年产 1,000 吨复合调味酱生产线，电锅炉改天然气锅炉，建设藤椒生产观光通道等。

就前述“藤椒精深加工再技改项目”，么麻子有限于 2015 年 12 月 15 日获得洪雅县经济和信息化局出具的《企业投资项目备案通知书》（备案号：川投资备[51142315121502]0016 号），于 2020 年 4 月 28 日获得洪雅生态环境局出具的洪环建[2020]13 号环评批复。

四川省中晟环保科技有限公司对前述生产项目建设完成后发行人生产线的整体环保情况进行了验收，并于 2020 年 10 月出具了中晟验字（2020）第 022 号项目竣工环境保护验收监测报告表，认为“藤椒精深加工再技改项目”符合建设项目竣工环境保护验收条件，建议项目通过验收。根据眉山市洪雅生态环境局于 2021 年 5 月 24 日出具的《证明》，“藤椒精深加工再技改项目”是对“藤椒精深加工技改项目”建设内容的包含、变更和补充，发行人完成对“藤椒精深加工再技改项目”的环保验收，无需再单独对“藤椒精深加工技改项目”进行环保验收。

因发行人将电锅炉改造为天然气锅炉，涉及的改造以及环境影响报告表的编制用时较长，导致发行人延后补办了对应的环评批复手续。

2）年产 5 万吨复合调味料调味油项目

就该项目，发行人于 2016 年 12 月 13 日获得洪雅县经济和信息化局出具的《企业投资项目备案通知书》（备案号：川投资备[51142316121302]0004 号），于 2020 年 11 月 23 日获得洪雅县生态环境局出具的洪环建[2020]36 号环评批复。

四川省中晟环保科技有限公司对发行人改扩建后的所有生产线的整体环保情况进行验收，并于 2021 年 9 月出具了中晟验字（2021）第 006 号项目竣工环境保护验收监测报告表，认为该项目已按环评及其批复的要求建设了相关环境保护设施，各污染物能够实现达标排放，固废得到了合理处置，无《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》（国环规环评[2017]4 号）中规定的验收不合格的情况，建议项目通过验收。

因该项目所在用地为商业用地，无法办理环评批复手续，发行人系在前述用地变更为工业用地后取得环评批复手续，导致发行人延后补办了对应的环评批复手续。

根据眉山市洪雅生态环境局于 2021 年 5 月 24 日出具的《证明》，发行人在就上述建设项目申请环评批复和开展环保验收过程中，不存在违法违规行为。在日常监管中，未发现发行人存在违反《排污许可管理条例》以及其他环境保护法律法规相关规定的违法行为，发行人未收到眉山市洪雅生态环境局行政处罚。

此外，发行人实际控制人出具了《关于不动产及建设项目等相关事项的承诺函》，承诺如因发行人及/或其控股子公司于发行人上市前的任何自有或租赁的房屋建筑物、构筑物、土地使用权、农村土地承包经营权、建设项目、生产线等产权权属或相关手续存在瑕疵，导致发行人及/或其控股子公司无法正常使用上述房屋建筑物、构筑物、土地、建设项目或生产线的，或导致发行人及/或其控股子公司与其他第三方发生诉讼/仲裁/纠纷、受到相关主管部门的行政处罚或发生安全事故的，其承诺承担因此给公司造成的所有损失、损害和开支，包括但不限于因诉讼或仲裁、罚款、停产/停业、寻找替代场所以及搬迁所发生的一切损失和费用。

综上所述，公司严格执行国家有关环境保护的法律法规，已经取得证书编号为 915114237400178797001R 的排污许可证，公司生产经营符合国家和地方环保要求。根据洪雅生态环境局出具的证明，公司报告期内未发生环境污染事故，未受到过环保行政部门的处罚。

（5）募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额

本次公开发行募投项目所采取的环保措施如下：

1）年产 20,000 吨藤椒油及 1,800 吨藤椒系复合调味酱汁及休闲食品建设项目

根据本项目《建设项目环境影响报告表》，本项目所采取的环保措施如下：

污染项目	具体情况	环保措施
废气	施工期扬尘，运营期天然气燃烧废气，油烟，污水处理站臭气，检验废气	（1）施工期加强管理，洒水降尘，及时清扫路面尘土。 （2）营运期有机热载体锅炉：共有5台有机热载体锅炉，每个有机热载体锅炉单独设置1根15m高排气筒排放，共5根排气筒（1#、2#、3#、4#、5#），燃气锅炉：经1根15m高排气筒（9#）排放； （3）藤椒油（闷制）生产车间植物油预热工序：在保温加热储油罐上方呼吸孔处安装集气管道收集产生的油烟，通过管道引至1套静电式高效油烟净化器+喷淋水洗去除异味进行处理后经1根15m高排气筒（6#）高空排放； （4）藤椒油一、二级提取工序：在提取机上方设置集气罩收集提取过程生的油雾，将气态油雾冷凝为油水混合物，油水混合物经油水过滤器过滤后，原料含水引至项目污水处理站进行处理，通过管道将油雾引至4套冷凝装置对油雾进行冷却降温，油烟通过管道引至2套静电式高效油烟净化器+喷淋水洗去除异味进行处理后经2根15m高排气筒（7#、8#）高空排放； （5）藤椒系复合调味酱汁及休闲食品车间：设置不锈钢集气罩，经顶部排气管道接入油烟收集管道（拟采用静电式高效油烟净化器+喷淋水洗去除异味处理）后经1根15m高排气筒（10#）高空排放； （6）食堂油烟：在灶台上方设集气罩，油烟经收集后经油烟净化器处理后，最后经19m高排气筒（已建）排放； （7）污水处理站建为地理式，收集后经碱洗+UV光氧+15m排气筒外排； （8）检验废气经集气罩收集后引至楼顶排放，加强车间通风。
废水	生活污水	（1）施工期和营运期产生的生活污水、营运期实验室器皿冲洗三次之后的清洗废水、原料清洗废水、油水分离废水、卤制废水、泡发废水、杀菌废水、锅炉废水、设备清洗废水、车间清洗废水经污水处理站（处理能力为500m³/d，处理工艺为“隔油池+格栅+水解酸化调节池+ABR+A级缺氧接触氧化+三级好氧接触氧化+二沉池+三沉池”）处理后排入市政管网； （2）营运期实验室器皿冲洗三次之前的清洗废水分类收集后暂存于危废间，委托四川省中明环境治理有限公司定期转运处理。
噪声	施工期车辆运输、设备产生的噪声，运营期设备运行噪音	（1）施工期合理安排施工，加强管理，对进、出施工区域的运输工具限速，禁止鸣笛，合理安排运输时间等 （2）营运期采用低噪设备，减振、消声、隔声，加强管理。
固废	施工期建筑垃圾、包装材料和生活垃圾，运营期产生的危险废物和一般固废	（1）施工期产生的建筑垃圾不可回收利用的可收集后运往废品回收站或指定建渣场处置，包装材料和生活垃圾交由环卫部门清运统一处置； （2）营运期产生的危险废物交由有资质单位处理处置，利用现有项目1#生产车间1间7 m²危废暂存间，一般固废拟新建1间5 m²暂存一般固废。

2) 营销网络及信息化建设项目

本项目不涉及环境污染，经洪雅县生态环境局确认，营销网络及信息化建设项目建设内容未列入《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》，无需办理环评审批手续。

3) 研发中心建设项目

根据本项目《建设项目环境影响报告表》，本项目所采取的环保措施如下：

污染项目	具体情况	环保措施
废气	油烟异味，有机废气，无机废气，气溶胶废气，一体化污水处理设备恶臭，空调系统废气	(1) 通过抽油烟机收集至油烟净化器（1套），处理后经30m高排气筒（Q1）排放； (2) 实验过程中产生的有机废气、无机废气，利用实验室通风橱和万向罩收集，通过管道进入楼顶配套的二级活性炭吸附措施处理，最后楼顶配套排气筒Q2排放； (3) 实验过程中产生的气溶胶废气经生物安全柜处理后，通过收集管道引至离地高 30m 排气筒Q2排放； (4) 一体化污水处理设备恶臭经管道收集后引至离地高30m排气孔Q2排放； (5) 研发中心采用恒温恒湿空调机组，办公区与实验区空调独立处理。
废水	原料清洗废水和容器工具清洗废水，实验用超纯水制备废水，研发中心保洁废水	建设污水处理设备（5t/d），处理后排入产业园区综合服务中心配套预处理池容积100m ³ ，处理达到《污水综合排放标准》（GB8978-1996）三级标准后，通过项目所在地污水管网排入新津红岩污水处理厂进一步处理达标。
噪声	实验生产设备噪声	采取消声、减振，建筑隔声，距离衰减等措施。
固废	生活垃圾，研发产品和餐渣，未沾染具有危险特性物质的废包装材料，危险固废	(1) 生活垃圾：环卫清运； (2) 研发产品和餐渣：分离收集后，交给经城管部门许可的单位收运、处理； (3) 未沾染具有危险特性物质的废包装材料：设置1间一般固废暂存间，6层东北角，10m ² ，钢架结构； (4) 危险固废：6层东北角设置5m ² 的危废暂存间，钢架结构，地面及墙裙采用混凝土+环氧树脂进行重点防渗，渗透系数≤10 ⁻¹⁰ cm/s，内置若干带盖的废物收集铁桶和塑料桶，用于暂存危险废物。采取“四防”措施并设立标识标牌，危废经收集后交由有资质的单位处理。

本次公开发行募投项目的环保投资情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	环保投资总额	环保投资总额中来源于本次公开发行募集资金金额
1	年产20,000吨藤椒油及1,800吨藤椒系复合调味酱汁及休闲食品建设项目	280.00	280.00
2	营销网络及信息化建设项目	-	-

3	研发中心建设项目	42.00	42.00
合计		322.00	322.00

2、安全生产情况

公司认真贯彻执行国家有关安全生产的法律法规，高度重视安全生产工作，建立健全安全生产责任制，开展安全标准化建设和安全文化建设工作。公司制定了全面的《安全生产目标管理制度》、《安全生产责任制管理制度》、《生产安全事故应急救援预案管理制度》、《生产安全事故管理制度》等安全生产管理制度，并在生产过程中严格落实现有安全制度体系的规定要求。

为杜绝各类特种设备（如燃气锅炉、厂内机动叉车、压力容器等）安全生产事故的发生，公司定期对相关员工特种设备操作资格进行确认，对特种设备使用情况进行检查，确保各项设备符合安全生产规范。公司积极参加地区安全生产宣讲会议，举行安全生产相关的教育培训和考试，要求生产人员每年签订安全生产目标责任书。公司在日常生产过程中加强隐患排查，层层落实和分解安全生产目标，防范安全生产事故的发生。

根据洪雅县应急管理局出具的证明，公司报告期内未发生过重大安全生产事故，未因违反安全生产法律法规而受到行政处罚。

（二）食品安全情况

1、产品质量及食品安全的内部控制制度

发行人主要从产品质量及食品安全管理机构与组织建设、制定产品质量及食品安全控制制度、原辅材料质量控制、生产过程质量与安全控制、食品添加剂质量控制、流通领域质量安全控制、食品安全可追溯控制等方面构建相应的产品质量及食品安全内部控制。

（1）产品质量控制及食品安全管理机构与组织建设

发行人成立了以公司副总经理为组长的食品安全小组，主导制定产品质量控制和食品安全内控体系相关制度，就公司的食品安全体系工作同相关部门协商，负责食品安全管理体系的实施、保持、评审、记录和宣传。

同时，发行人设置了品控部，负责发行人的质量控制及食品安全工作，包括建立、

运行、监督和改进公司质量管理体系，原材料及产品生产全过程的品质检验与监控，产品的抽查送检，不合格产品的管理与控制，组织员工开展食品安全与质量管理的教育与培训工作，产品标签的审核与管理工作等。

（2）产品质量控制及食品安全制度

结合《食品安全法》等法律法规，发行人就原材料采购、产品生产、销售等食品安全和质量控制事宜制定了相应的制度，具体情况如下：

《食品安全法》要求	公司制定的相关内控制度
第四十二条：国家建立食品安全全程追溯制度。食品生产经营者应当依照本法的规定，建立食品安全追溯体系，保证食品可追溯。国家鼓励食品生产经营者采用信息化手段采集、留存生产经营信息，建立食品安全追溯体系。	发行人制定了《标识和可追溯性控制程序》，规定了产品标识和可追溯性控制方法和管理内容，防止不同产品的混用，并保证在规定有可追溯要求的场合能迅速有效地实现可追溯。
第四十四条：食品生产经营企业应当建立健全食品安全管理制度，对职工进行食品安全知识培训，加强食品检验工作，依法从事生产经营活动。食品生产经营企业的主要负责人应当落实企业食品安全管理制度，对本企业的食品安全工作全面负责。食品生产经营企业应当配备食品安全管理人员，加强对其培训和考核。经考核不具备食品安全管理能力的，不得上岗。食品安全监督管理部门应当对企业食品安全管理人员随机进行抽查考核并公布考核情况。抽查考核不得收取费用。	发行人已制定、建立了食品安全管理的相关制度、质量管理体系。 发行人制定《食品质量安全管理手册》等，成立了以副总经理为组长的食品安全小组，主导制定产品质量控制和食品安全内控体系相关制度，督查各部门产品质量控制和食品安全落实情况； 发行人设置品控部，根据《品控部内控手册》负责质量控制及食品安全工作； 发行人在生产、质量控制等方面已配备具备专业胜任能力的食品安全管理人员，并定期培训、提升其管理能力。
第四十五条：食品生产经营者应当建立并执行从业人员健康管理制度。患有国务院卫生行政部门规定的有碍食品安全疾病的人员，不得从事接触直接入口食品的工作。	发行人制定并严格执行《从业人员健康管理制度》，公司食品生产从业人员需要办理健康证。
第四十六条：食品生产企业应当就下列事项制定并实施控制要求，保证所生产的食品符合食品安全标准： （一）原料采购、原料验收、投料等原料控制； （二）生产工序、设备、贮存、包装等生产关键环节控制； （三）原料检验、半成品检验、成品出厂检验等检验控制； （四）运输和交付控制。	发行人已根据要求制定并完善相应内控制度： 1、原料控制 发行人制定并严格执行《么麻子食品股份有限公司采购物资验收标准》《采购控制程序》《采购管理内控流程》《采购管理内控手册》《原辅材料进货查验记录制度》《配料记录》等进行原料控制。 2、生产环节控制 发行人制定并严格执行《不合格品控制程序》《质量检验制度》《产品防护控制程序》《产品监视和测量控制程序》《食品安全自查管理制度》《内部审核控制程序》《危害分析控制程序》《致敏原和致敏性化学物质控制程序》《质量检验制度》《设备维护和保养制度》《仓储管理制度》等进行生产关键环节控制。 3、检验控制

《食品安全法》要求	公司制定的相关内控制度
	发行人制定并严格执行《么麻子食品股份有限公司采购物资验收标准》《采购控制程序》《不合格品控制程序》《产品监视和测量控制程序》《产品出厂检验记录制度》《质量检验制度》《半成品、成品质量内控标准》等进行检验控制。 4、运输及交付控制 发行人制定并严格执行《运输管理办法》《运输车辆管理程序》等实施产品运输和交付控制。
第四十七条：食品生产经营者应当建立食品安全自查制度，定期对食品安全状况进行检查评价。生产经营条件发生变化，不再符合食品安全要求的，食品生产经营者应当立即采取整改措施；有发生食品安全事故潜在风险的，应当立即停止食品生产经营活动，并向所在地县级人民政府食品安全监督管理部门报告。	发行人已制定《食品安全自查管理制度》，定期检查食品安全工作情况，及时整改，持续改进。
第四十八条：国家鼓励食品生产经营企业符合良好生产规范要求，实施危害分析与关键控制点体系，提高食品安全管理水平。 对通过良好生产规范、危害分析与关键控制点体系认证的食品生产经营企业，认证机构应当依法实施跟踪调查；对不再符合认证要求的企业，应当依法撤销认证，及时向县级以上人民政府食品安全监督管理部门通报，并向社会公布。	发行人制定了《危害分析控制程序》，明确食品安全危害的识别、评价和控制措施，以保障食品安全管理工作的有效进行。
第五十条：食品生产者采购食品原料、食品添加剂、食品相关产品，应当查验供货者的许可证和产品合格证明；对无法提供合格证明的食品原料，应当按照食品安全标准进行检验；不得采购或者使用不符合食品安全标准的食品原料、食品添加剂、食品相关产品。 食品生产企业应当建立食品原料、食品添加剂、食品相关产品进货查验记录制度，如实记录食品原料、食品添加剂、食品相关产品的名称、规格、数量、生产日期或者生产批号、保质期、进货日期以及供货者名称、地址、联系方式等内容，并保存相关凭证。记录和凭证保存期限不得少于产品保质期满后六个月；没有明确保质期的，保存期限不得少于二年。	1、发行人已制定《采购管理内控流程》《采购管理内控手册》《原辅材料进货查验记录制度》《么麻子食品股份有限公司采购物资验收标准》等制度，筛选原材料供应商时要求具备相应的资质文件，对大宗原料供应商定期评审。对入厂原料批批检验，不符合食品安全标准的原材料不得验收入库。 2、发行人原材料到库后，由供应部、仓储部对《随货清单》《采购订单》进行查验，并在卸货过程中进行取样检测，在品控部出具并按要求保存合格《检验通知单》后方可进行入库验收。 3、发行人制定并严格执行《文件控制程序》《记录控制程序》规定，保留与产品生产、质量安全相关的证据，确保产品溯源信息完整性。
第五十一条：食品生产企业应当建立食品出厂检验记录制度，查验出厂食品的检验合格证和安全状况，如实记录食品的名称、规格、数量、生产日期或者生产批号、保质期、检验合格证号、销售日期以及购货者名称、地址、联系方式等内容，并保存相关凭证。记录和凭证保存期限应当符合本法第五十条第二款的规定。	发行人已制定《产品出厂检验记录制度》《产品放行管理制度》《生产产品留样管理制度》等管理制度，对出厂产品进行检验，并保留相关检验记录。
第五十三条：食品经营者采购食品，应当查验供货者的许可证和食品出厂检验合格证或者其他合格证明（以下称合	发行人已制定《采购管理内控流程》《原辅材料进货查验记录制度》《采购管理内

《食品安全法》要求	公司制定的相关内控制度
格证明文件）。 食品经营企业应当建立食品进货查验记录制度，如实记录食品的名称、规格、数量、生产日期或者生产批号、保质期、进货日期以及供货者名称、地址、联系方式等内容，并保存相关凭证。记录和凭证保存期限应当符合本法第五十条第二款的规定。	控手册》《采购控制程序》《原料及产品运输车辆管理制度》等制度，对进场产品进行检验，并按照《文件控制程序》《记录控制程序》规定保留相关记录。
第五十四条：食品经营者应当按照保证食品安全的要求贮存食品，定期检查库存食品，及时清理变质或者超过保质期的食品。 食品经营者贮存散装食品，应当在贮存位置标明食品的名称、生产日期或者生产批号、保质期、生产者名称及联系方式等内容。	发行人已制定《仓储部工作手册》《食品添加剂管理制度》，规定了原辅料和成品的贮存管理制度，定期对库存原料及成品保质期进行盘查，确保产品质量安全。
第六十三条：国家建立食品召回制度。食品生产者发现其生产的食品不符合食品安全标准或者有证据证明可能危害人体健康的，应当立即停止生产，召回已经上市销售的食品，通知相关生产经营者和消费者，并记录召回和通知情况。 食品经营者发现其经营的食品有前款规定情形的，应当立即停止经营，通知相关生产经营者和消费者，并记录停止经营和通知情况。食品生产者认为应当召回的，应当立即召回。由于食品经营者的原因造成其经营的食品有前款规定情形的，食品经营者应当召回。 食品生产经营者应当对召回的食品采取无害化处理、销毁等措施，防止其再次流入市场。但是，对因标签、标志或者说明书不符合食品安全标准而被召回的食品，食品生产者在采取补救措施且能保证食品安全的情况下可以继续销售；销售时应当向消费者明示补救措施。 食品生产经营者应当将食品召回和处理情况向所在地县级人民政府食品安全监督管理部门报告；需要对召回的食品进行无害化处理、销毁的，应当提前报告时间、地点。食品安全监督管理部门认为必要的，可以实施现场监督。食品生产经营者未依照本条规定召回或者停止经营的，县级以上人民政府食品安全监督管理部门可以责令其召回或者停止经营。	发行人制定并严格执行《不合格产品召回管理制度》，成立了以公司副总经理为组长的召回小组，明确了一旦发生产品召回事件的具体处理措施。
第一百零二条：……食品生产经营企业应当制定食品安全事故处置方案，定期检查本企业各项食品安全防范措施的落实情况，及时消除事故隐患。	发行人制定并严格执行《食品安全事故处置制度》，成立以董事长赵跃军为总指挥的应急处置机构，规定了食品安全事故应急处置流程。

（3）原辅材料质量控制

1）原辅材料质量标准

对所选用的原辅材料，发行人参考已有的国家、行业标准等，制定了《么麻子食品股份有限公司采购物资验收标准》，对采购的原辅材料需满足的标准进行了规定，发行人主要原辅材料执行标准情况如下：

序号	原辅材料名称	适用标准
1	鲜藤椒	YMZ-WI-PK-YSBZ-034/001, 参考GB/T30391-2013《花椒》、GB2762-2017《食品安全国家标准 食品中污染物限量》、GB2763-2021《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》及企业实际情况制定
2	鲜红花椒、木姜子（鲜木姜）	YMZ-WI-PK-YSBZ-034/002, 参考GB/T30391-2013《花椒》、GB2762-2017《食品安全国家标准 食品中污染物限量》、GB2763-2021《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》及企业实际情况制定
3	干藤椒	YMZ-WI-PK-YSBZ-034/003-1, 参考GB/T30391-2013《花椒》、GBT15691-2008《香辛料调味品通用技术条件》、GB2762-2017《食品安全国家标准 食品中污染物限量》、GB2763-2021《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》及企业实际情况制定
4	干花椒	YMZ-WI-PK-YSBZ-034/003-2, 参考GB/T30391-2013《花椒》、GBT15691-2008《香辛料调味品通用技术条件》、GB2762-2017《食品安全国家标准 食品中污染物限量》、GB2763-2021《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》及企业实际情况制定
5	雅笋（干笋）	YMZ-WI-PK-YSBZ-034/004, 参考DB43T193-2003《绿色食品 干竹笋》、GB2762-2017《食品安全国家标准 食品中污染物限量》、GB2763-2021《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》标准及企业实际情况制定
6	原料鸡肉	YMZ-WI-PK-YSBZ-034/005, 参考GB2707-2016《食品安全国家标准 鲜（冻）畜、禽产品》、GB2762-2017《食品安全国家标准 食品中污染物限量》、GB31650-2019《食品安全国家标准 食品中兽药最大残留限量》标准及企业实际情况制定
7	菜籽油（一级、四级）	YMZ-WI-PK-YSBZ-034/006, 参考GB1536-2004《菜籽油》、NYT416-2000《低芥酸菜籽油》、GB2762-2017《食品安全国家标准 食品中污染物限量》标准及企业实际情况制定
8	鸡油、牛油	YMZ-WI-PK-YSBZ-034/007, 参考GB10146-2015《食品安全国家标准 食用动物油脂》、GB2762-2017《食品安全国家标准 食品中污染物限量》标准及企业实际情况制定
9	酱腌菜	YMZ-WI-PK-YSBZ-034/008, 参考GB2714-2015《酱腌菜》、SBT10756-2012《泡菜》、SBT10439-2007《酱腌菜》标准及企业实际情况制定

2）原辅材料质量控制

为了控制生产所用原材料的质量，发行人对原材料采购环节十分重视，通过加强对供应商的管理以及实施全面的质量检验制度相结合的方式，保障发行人的用料安全。

①合格供应商管理制度

发行人现已建立《合格供货商管理台账》，对符合发行人要求的供应商将其选入《合格供货商管理台账》，并及时根据发行人对供应商的评价和审核进行动态调整，公司的原材料通过台账中供应商采购，并与主要合格供应商签订年度采购合同。

②供应商日常管理制度

A. 供应商评价

发行人每年就产品质量、成本、交期、服务、创新能力等情况对供应商进行一次评价。对供应商的现场考评结果、公司内部相关部门组织的飞行检查结果、品控部提供的供应商采购物资不合格汇总表，以上三者同时作为供应商评价依据，对评价结论评为 A 级以下的供应商列入风险控制类供应商。

B. 供应商审核

每年由供应部组织相关部门或委托第三方审核机构每年对直接或间接供货的生产型供应商进行不定期“飞行检查”（检查内容主要为生产过程控制、产品质量保证、质量管理体系等方面），检查的结果如出现一般不符合的情形，供应商需按要求限期整改。审核频次按每年供应商的评价及评级结果进行确定并调整。

若审核出现不符合情况，供应商需按要求限期整改，当年首次审核不合格的供应商，给予 1-3 个月观察和整改期，供应部视整改情况安排复审，如复审不通过或在审核过程中发现严重不符合情况的，则立即启动终止合作或淘汰程序。审核不合格但又不接受整改及复审的，则立即终止合作。

C. 供应商淘汰

当出现以下情况时，启动供应商淘汰程序，给予 3-6 个月观察和整改期，仍无法达到要求应立即停止合作：（1）供应商无法有效保证货源，服务达不到要求多次被投诉，出现操守和信誉方面的负面新闻。（2）飞行检查或者第三方审核不合格。（3）连续 2-3 次出现同类型不同批次质量问题。（4）出现重大质量问题。

淘汰供应商从供应商合格名录中取消，三年内不再重新启用。

③供应商资质管理制度

发行人将合格供应商的生产资质纳入发行人管理范围，在供应商初审时即要求供应商提供供应商生产许可证等相关证明文件，属于进口原辅料的，应提供境外出口商或代理商、进口商的备案资质文件等相关证明文件；同时，发行人《合格供货商管理台账》中还记载了供应商是否提供已变更的相关资质，对供应商资质进行跟踪并反馈。

④全面的质量检验制度

发行人制定并严格执行《质量检验管理制度》《采购管理内控流程》《进货查验记录管理制度》等内控制度,采购原辅料到货之后,必须随货附送相应批次的出厂检验合格报告;由仓储部库管员提请检验,品控部检验员负责对原辅料的质量按照《么麻子食品股份有限公司采购物资验收标准》的标准进行检验,并结合实际情况对原辅材料中可能出现的掺假使假物质进行必要的检测,合格后后方能投入使用;此外,发行人要求供方每年提供一次有效的第三方全项检验报告,以保证供应商产品持续符合发行人的要求。

(4) 生产过程质量与安全控制

1) 质量检验和不合格品控制

发行人制定并严格执行《质量检验制度》,对半成品和成品进行检验,并做好检验记录;若出现质量问题或不合格品的,及时纠正,对发现不合格产品的按照不合格品控制程序执行。

发行人制定并严格执行《不合格品控制程序》,对不合格品进行识别和控制,防止不合格品非预期使用或交付,同时明确了各类不合格或不合格品的控制、记录、处置等管理,以实现对产品质量的控制,确保食品安全。

2) 产品出厂检验记录

发行人制定并严格执行《产品出厂检验记录制度》,品控部严格按照产品执行标准要求,对产品进行质量检查和验证,做好每批次产品出厂自检记录,并对检验原始数据及检验报告进行存档,做好产品留样工作及不合格品的追踪及处理工作。出厂检验发现质量问题的,及时分析原因,并分别办理返工、报废等相关手续。不合格产品不得发货出厂销售。

3) 生产过程产品防护控制

发行人制定并严格执行《产品防护控制程序》,无公司管理人员的陪同,外来人员不得进入生产区域;生产前对所有使用的原辅料进行检查,确认原料合格后方可投入生产,从而防止不合格原料的带入;生产过程的配料环节,由专人进行配料,并准确记录好所使用的各种原料的名称和用量,防止关键控制点处带入危害因子。发行人定期对生产用水进行外部检测、理化指标检测和微生物指标的检测,并随时对公司管网进行查核,防止水管破损造成水源污染;生产前对所有使用的设备进行检测,防止设备破损、漏油

从而污染食品；生产现场所有物料、半成品、成品应做好标识，原料、半成品、成品应按不同清洁区进行存放，防止交叉污染；每日未使用完的物料需密封并按储存要求进行保存，同时做好标识；与油脂类产品直接接触的工器具、设备不得使用塑料及其制品；生产车间内所有的照明灯应采用有防护罩的照明灯或 LED 灯，防止灯泡在爆裂时所产生的玻璃渣落入产品内；生产现场不得存放有毒有害化学药品，车间内的化学药品应标识清楚，将其存放于专柜中由专人管理，使用时每天填写使用记录。

4) 生产过程测量和监视控制

发行人制定并严格执行《产品监视和测量控制程序》，各生产车间相关工序检查人员、CCP（Critical Control Point，即关键控制点）监视人员严格按照要求对产品所规定的监视项目和频率进行监视，并认真填写记录和报表；生产部应及时收集监视记录和报表，以便分析生产动态，指导生产；品控部根据检测项目、抽检频率对过程产品进行抽检，并认真填写原始记录和检验报告；品控部及时将产品检验异常结果反馈研发部，组织相关部门进行原因分析，掌握工序产品质量动态和关键限值的波动幅度，针对过程产品不符合要求的按《不合格品控制程序》执行；各岗位生产人员应在生产前对每批原辅材料进行确认，现场品管员对原辅材料的使用及工艺执行情况进行监控。

5) 食品安全自查管理

发行人制定并严格执行《食品安全自查管理制度》，对食品生产全过程实行全面检查、层层监管，由食品安全质量负责人牵头，各部门、岗位负责人配合。自查内容包括厂区环境、生产加工场所、设备设施卫生状况是否良好，生产工艺过程是否符合要求并做好相关记录，是否定期维护保养设备设施，确保设备运行正常，是否存在人流、物流及原料、半成品、成品交叉污染情况等。

同时，公司还制定了《内部审核控制程序》，根据公司实际情况，每年进行不少于一次（且两次内部审核时间间隔应在十二个月内）对公司质量管理体系所覆盖的区域进行内部审核，以发现、验证公司质量、食品安全和 HACCP 管理体系是否符合策划的结果，确保管理体系得到有效实施和保持，不符合项由责任部门根据进行原因分析，采取纠正及预防措施，并在预计期限内纠正实施完毕，对管理体系进行持续改进。

6) 危害分析控制

发行人制定并严格执行《危害分析控制程序》，采集和评估与产品有关的危害信息，

以确定极可能发生的显著危害,进而在 HACCP 计划中阐述相应的控制措施,适用于食品安全危害的识别与评估、建立相应的控制措施以确保产品或加工过程的安全性。

7) 卫生标准操作

为控制食品安全危害通过生产工作场所污染产品,公司制定了针对生产卫生用水、食品接触面卫生、交叉污染、手的清洗与消毒、外来掺杂物污染、有毒化学物控制、员工的健康、虫害与鼠害的防治主要内容的卫生操作规范;确保生产过程符合卫生标准要求并形成生产良好卫生操作习惯。

8) 致敏原和致敏性化学物质控制

发行人制定并严格执行《致敏原和致敏性化学物质控制程序》,以更好地控制好致敏物质的安全性,预防和减少致敏物质对消费者的不良影响,把可能存在的过敏风险降到最低限。研发部负责组织供应部、生产部、品控部、销售部结合公司产品的生产配料工艺设计及产品特性进行致敏物质的识别和综合分析,评估致敏物质的风险和应对措施。

9) 贮存食品管理

发行人制定并严格执行《仓储部工作手册》,对仓储部的物料、成品出入库管理、卫生管理、虫鼠害防治管理、食品添加剂管理、防护栏管理、安全管理、工器具管理、产品搬运装卸安全管理、运输车辆管理、固体废弃物管理等进行了细致的规定,对原辅材料和成品贮存管理进行了规定;同时明确了仓储部相关岗位的职责,要求仓储部的员工严格按照《仓储部工作手册》要求执行贮存食品管理。

10) 运输和交付

发行人制定并严格执行《运输管理办法》和《运输车辆管理程序》,明确了对原辅材料及成品运输车辆的卫生控制,加强对公司物流运输管理和物流派送管理,确保公司原辅材料和成品运输和交付满足食品质量安全要求。

11) 从业人员健康管理

发行人制定了《从业人员健康管理制度》,要求食品生产人员每年必须进行健康检查,不得超期使用健康证明;新参加工作的从业人员、实习工、实习学生必须取得健康证明后上岗,杜绝先上岗后查体的事情发生,同时进行相关培训;凡患有痢疾、伤寒、

病毒性肝炎等消化道传染病以及其他有碍食品卫生疾病的,不得参加接触直接入口食品的生产经营；要求食品从业人员坚持做到勤洗手、剪指甲、理发、勤洗衣服，勤换工作服等“五勤”；定期对从业人员进行食品安全和健康管理培训，并做好培训记录等。

（5）食品添加剂质量控制

对于食品添加剂供应商，发行人要求供应商提供每批采购产品的《出厂检验报告》，每半年要求供应商提供国家或省级以上职能部门出具的检测报告；发行人的每一批食品添加剂由品控部进行检测，由采购部负责食品添加剂的采购登记记录和台账，品控部负责食品添加剂的进货检验记录和台账，仓储部（公司生产部下属部门）负责食品添加剂的出入库记录，生产车间负责食品添加剂的使用记录；发行人制定了《食品添加剂管理制度》，要求禁止使用超过保存期的食品添加剂和未经备案批准同意使用的食品添加剂，保证发行人食品添加剂的使用安全。

（6）流通领域质量安全控制

发行人针对流通领域的质量安全，已经制定了《不合格品控制程序》《食品安全事故处置制度》《不合格产品召回管理制度》等内部管理制度，规定了不合格产品的处置措施，成立以董事长为总指挥的应急处置机构并对出现突发食品安全事故发生时需实施应急处置进行了规定，成立了以公司副总经理为组长的召回小组并同时明确了一旦发生产品召回事件的具体处理措施。

（7）食品安全可追溯控制

发行人制定了《标识和可追溯性控制程序》，规定了产品标识和可追溯性控制方法和管理内容，防止不同产品的混用，并保证在规定有可追溯要求的场合能迅速有效地实现可追溯，发行人的标识和可追溯性控制程序适用于公司与生产有关的采购物资、过程产品、成品的标识及可追溯性的控制。

2、发行人主要经销商、原材料供应商、外协加工厂商的生产许可资质

（1）发行人的主要经销商已取得食品经营所需许可证件

发行人的主要经销商（报告期内按同一控制下合并口径统计的前二十大经销商）根据《食品安全法》的相关规定取得的食品经营许可情况如下：

序号	经销商名称	许可/备案文件	经营项目	许可证号/备案编号	是否在有效期内

序号	经销商名称	许可/备案文件	经营项目	许可证号/备案编号	是否在有效期内
1	亚亨食品成都有限公司	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售、散装食品（含冷藏冷冻食品）销售	JY15101040101820	是
2	成都中隆食品有限公司	仅销售预包装食品备案申请表	仅销售预包装食品（不含特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品）	-	是
3	武侯区中泓食品经营部	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY15101070184279 (1-1)	是
4	四川比优特商贸有限公司	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售、散装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY15101060000899 (1-1)	是
5	成都市金牛区味源食品添加剂经营部	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售；散装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY15101060278354 (1-1)	是
6	重庆天豪地杰贸易有限公司	食品经营许可证	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）；散装食品销售（含冷藏冷冻食品）	JY15001120295750	是
7	江北区国惠副食经营部	食品经营许可证	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）；散装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	JY15001051062187	是
8	渝中区杰瀚餐料行	食品经营许可证	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）	JY15001030072854	是
9	西安文浩食品商贸有限公司	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY16101040483940	是
10	西安市莲湖区豫秦副食批发部	食品经营许可证	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售	JY16101040587640	是
11	北京信诚和泰科技有限公司	食品经营许可证	（预包装食品）销售，不含冷藏冷冻食品	JY11117101194777	¹⁵
12	保定白沟新城信诚和佳调味品销售部	食品经营许可证	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	JY11306720003097	是
13	上海蜀信浩彬农产品有限公司	食品经营许可证	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品），散装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	JY13101170183867	是
14	上海川王实业有限公司	食品经营许可证	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）；散装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	JY13101170183399	是
15	深圳市怡乐糖商贸有限公司	食品经营许可证	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）；散装食品销售（含冷藏冷冻食品）	JY14403070539263	是
16	深圳市龙岗区平湖唐平商行	食品经营许可证	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）；散装食品销售（不	JY14403070418597	是

¹⁵ 北京信诚和泰科技有限公司（原公司名称为“北京信诚和泰商贸有限公司”）的《食品经营许可证》系于 2022 年 6 月 6 日到期。根据北京市市场监督管理局于 2021 年 5 月发布的《北京市市场监督管理局关于食品经营备案（仅销售预包装食品）有关工作的通告》，仅预包装食品经营者取得市场监管部门核发营业执照的经营范围记载“食品经营（仅销售预包装食品）”的，即可开展预包装食品销售活动，不需要单独取得食品经营备案凭证。根据北京信诚和泰科技有限公司提供的营业执照，其营业执照的经营范围中已记载“食品销售（仅销售预包装食品）”，即其不需要单独取得食品经营备案凭证。

序号	经销商名称	许可/备案文件	经营项目	许可证号/备案编号	是否在有效期内
			含冷藏冷冻食品)		
17	广州川九香食品有限公司	食品经营许可证	预包装食品销售(不含冷藏冷冻食品)	JY14401110088426(1-1)	是
18	广州市白云区松洲邓晨食品经营部	食品经营许可证	预包装食品销售(含冷藏冷冻食品)	JY14401110677197(1-1)	是
19	兰州德宏源商贸有限公司	食品经营许可证	预包装食品(不含冷藏冷冻食品)销售	JY16201030670842	是
20	兰州珍味源餐料食品有限公司	食品经营许可证	预包装食品(不含冷藏冷冻食品)销售	JY16201031580654	是
21	城关区张苏滩蔬菜市场德宏源副食配送部	食品经营许可证	预包装食品(不含冷冻冷藏食品)销售;散装食品(不含冷藏冷冻食品)销售	JY16201021584450	是
22	南京川骄食品有限公司	食品经营许可证	预包装食品(不含冷藏冷冻食品)销售;散装食品(不含冷藏冷冻食品)销售	JY13201150230423	是
23	南京市江宁区川骄调味品贸易商行	食品经营许可证	预包装食品(不含冷藏冷冻食品)销售;散装食品(不含冷藏冷冻食品)销售	JY13201150131785	是
24	新都区戴记食品配送中心	食品经营许可证	预包装食品(含冷藏冷冻食品)销售;散装食品(含冷藏冷冻食品)销售	JY15101140186115	是
25	成都追鹰贸易有限公司	食品经营许可证	预包装食品(不含冷藏冷冻食品)销售;散装食品(不含冷藏冷冻食品)销售	JY15101140094482	是
26	宜宾市静友商贸有限公司	食品经营许可证	散装食品销售(含冷藏冷冻食品)	JY15115020021183	是
27	宜宾市翠屏区浩源食品经营部	四川省食品小经营店(食品销售)备案证	散装食品销售(不含冷藏冷冻食品)	川宜翠市监销202210015	是
28	泸州市杨氏姐妹商贸有限公司	食品经营许可证	预包装食品(不含冷藏冷冻食品)销售;散装食品(不含冷藏冷冻食品)销售	JY15105020024396	是
29	眉山市乔斯商贸有限公司	仅销售预包装食品备案申请表	仅销售预包装食品(不含特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品)	-	是
30	武汉市东西湖红旗干鲜经营部	食品经营许可证	预包装食品销售(不含冷藏冷冻食品);散装食品销售(不含冷藏冷冻食品、不含散装熟食)	JY14201120028425	是
31	武汉市盛世长铭商贸有限公司	食品经营许可证	预包装食品销售(不含冷藏冷冻食品)	JY14201160010425	是
32	郑州晋祥唐调味品有限公司	食品经营许可证	预包装食品销售(不含冷藏冷冻食品)	JY14101080117780	是
33	郑州市惠济区调味食品城恒祥调味批发部	仅销售预包装食品经营者备案信息采集表	预包装食品销售(不含冷藏冷冻食品、不含特殊食品)	YB14101080200172	是

序号	经销商名称	许可/备案文件	经营项目	许可证号/备案编号	是否在有效期内
34	天津老坛子餐饮管理有限公司	食品经营许可证	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）；散装食品销售（含冷藏冷冻食品）	JY11200050066631	是
35	天津市河北区和祥家调味品经营部	食品经营许可证	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）	JY11200050002925	是
36	山东大果大食品进出口有限公司	食品经营许可证	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）；散装食品销售（含冷藏冷冻食品，不含熟食）	JY13701050153105	是
37	山东珍味世家食品贸易有限公司	食品经营许可证	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）；散装食品销售（含冷藏冷冻食品，不含熟食）	JY13701050172045	是
38	大庆市耀德川味调料商行	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售；散装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY12306020036437	- ¹⁶
39	黑龙江省蜀料汇商贸有限公司	食品经营许可证	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售；散装食品（不含冷藏冷冻食品、不含熟食）销售	JY12301040086893	是
40	绵阳市正达可滋宝商贸有限公司	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售；散装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY15107030049496	是
41	绵阳市天天味道商贸有限公司	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售；散装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY15107030046215	是
42	贵阳子廷贸易有限公司	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售；散装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY15201020062015	是
43	青岛鲁滨川渝调味品有限公司	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售；散装食品（不含冷藏冷冻食品不含熟食）销售	JY13702030338008	是
44	市北区鲁滨成渝调味品商行	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY13702030326692	是
45	武汉聚美佳商贸有限公司	食品经营许可证	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	JY14201260022109	是
46	成都市金瑞呈食品有限责任公司	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY15101070103674	是
47	郫都区锦材食品经营部	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY15101240024817	- ¹⁷
48	泸州市龙马潭区杨氏食品经营部	四川省食品小经营店（食品销售）备案证	预包装食品销售	龙马市监食销052022049	是

¹⁶ 大庆市耀德川味调料商行系于 2022 年 7 月 5 日注销，其注销前持有的食品经营许可证有效期为 2017 年 6 月 7 日至 2022 年 6 月 6 日。发行人已不再与大庆市耀德川味调料商行开展合作，系与其同一控制下的大庆市辣红食品有限公司继续开展合作。

¹⁷ 郫都区锦材食品经营部持有的食品经营许可证的有效期为 2017 年 5 月 17 日至 2022 年 5 月 16 日。根据发行人提供的文件与确认，发行人自 2022 年起即已不再与郫都区锦材食品经营部开展合作。

序号	经销商名称	许可/备案文件	经营项目	许可证号/备案编号	是否在有效期内
		食品经营许可证	预包装食品销售(不含冷藏冷冻食品销售)	JY15105040093613	是
49	武汉市黄陂区四季丰华和裕调味品商行	食品经营许可证	预包装食品销售(不含冷藏冷冻食品); 散装食品销售(不含冷藏冷冻食品, 不含散装熟食)	JY14201160023043	是
50	武汉和裕食品有限公司	食品经营许可证	预包装食品销售(不含冷藏冷冻食品)	JY14201160014735	是
51	西安市莲湖区佳味盛调味品食材商行	食品经营许可证	预包装食品(含冷藏冷冻食品)销售、散装食品(含冷藏冷冻食品)销售	JY16101040613772	是
52	山东代河食品有限公司	食品经营许可证	预包装食品(含冷藏冷冻食品)销售	JY13703280003525	是
53	徐州市厨丰食品有限公司	食品经营许可证	预包装食品(含冷藏冷冻食品)销售; 散装食品(含冷藏冷冻食品)销售	JY13203110133778	是
54	徐州市泉山区梁氏干货商行	食品经营许可证	预包装食品(不含冷藏冷冻食品)销售	JY13203110189896	是
55	重庆市运强食品有限公司	食品经营许可证	预包装食品销售(含冷藏冷冻食品); 散装食品销售(含冷藏冷冻食品)	JY15001050205486	是
56	重庆市江北区巴王食品经营部	食品经营许可证	预包装食品销售(不含冷藏冷冻食品)	JY15001050163135	是
57	杭州萧山新农都物流中心成渝食品商行	食品经营许可证	预包装食品(不含冷藏冷冻食品)销售; 散装食品(不含冷藏冷冻食品)销售	JY13301810177352	¹⁸
58	杭州誉通贸易有限公司	食品经营许可证	预包装食品(含冷藏冷冻食品)销售; 散装食品(含冷藏冷冻食品)销售	JY13301810207915	是

(2) 发行人的主要原材料供应商已取得食品生产经营所需许可证件

发行人的主要原材料供应商(报告期内按同一控制下合并口径统计的前二十大供应商)根据《食品安全法》的相关规定取得的生产经营所需许可情况如下:

序号	原材料供应商名称	许可证书	经营项目/产品名称	许可证号	是否在有效期内
1	成都市新兴粮油有限公司	食品生产许可证	食用油、油脂及其制品	SC10251018300757	是
2	成都五丰堂农产品有限公司	食品经营许可证	预包装食品(不含冷藏冷冻食品)销售; 散装食品(不含冷藏	JY15101820008798 (1-1)	是

¹⁸ 杭州萧山新农都物流中心成渝食品商行已于 2022 年 4 月 26 日注销, 其注销前持有的食品经营许可证有效期为 2021 年 3 月 8 日至 2026 年 3 月 7 日。发行人已不再与杭州萧山新农都物流中心成渝食品商行开展合作, 系与杭州誉通贸易有限公司继续开展合作。

序号	原材料供应商名称	许可证书	经营项目/ 产品名称	许可证号	是否在有效期内
			冷冻食品）销售		
3	郑州雪麦龙食品香料有限公司	食品生产许可证	食品添加剂、调味品	SC10141010000257	是
4	成都每天用印刷有限公司	全国工业产品生产许可证	防伪标识（隐形图文回归防伪技术）	XK19-001-00356	是
5	广东大地伟业环保包装科技股份有限公司	全国工业产品生产许可证	危险化学品包装物、容器	粤XK12-001-22028	是
6	四川文庄包装有限公司	印刷经营许可证	包装装潢印刷品印刷	（川）印证字第5111260014号	是
7	武乡县绿农农牧科技有限公司	畜禽定点屠宰证	定点屠宰	JA24051101晋长屠准字第14015号	是
8	金阳县春江鹏达青花椒农村专业合作社	食品经营许可证	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售；散装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	JY15134300006404	是
9	四川省阆中升华塑业制品有限公司	全国工业产品生产许可证	食品相关产品	川XK16-204-00120	是
10	四川省绵竹市雄剑玻璃制品有限责任公司	印刷经营许可证	包装装潢印刷品印刷	（川德）新出印证字6160603410号	是
11	广东冠鑫制罐有限公司	全国工业产品生产许可证	危险化学品包装物、容器	（粤）XK12-001-05053	是
12	四川和盛包装印务有限公司	全国工业产品生产许可证	食品相关产品	（川）XK16-204-00148	是
		印刷经营许可证	包装装潢印刷品印刷	（眉）印证字第2015024号	是

注：发行人报告期内前二十大向发行人进行食品销售的供应商还包括德阳市罗江区蟠龙新型农民合作联合社、盐源县至诚种植养殖专业合作社、重庆和信农贸市场管理有限公司、重庆农利来农业开发有限公司、重庆萨隆藤椒种植专业合作社、重庆市江津区曹四农业专业合作社、重庆市江津区轩道农业专业合作社、重庆创园生物科技有限公司、金阳县林记青花椒种植销售农民专业合作社、重庆市江津区九泽花椒专业合作社、重庆市江津区韩莉花椒股份合作社、重庆市江津区曹其农业专业合作社、重庆市江津区世华花椒种植场、重庆市江津区祥沃花椒种植场、重庆天运鲜农业发展有限公司、重庆亘航花椒种植专业合作社、酉阳县润禾林产品股份合作社、成都真滋味农副产品有限公司、汉源羽润水果种植专业合作社、宝兴县胜丰藤椒农民专业合作社、汉源川椒雅瑞种植专业合作社、重庆椒钰隆农业专业合作社、重庆福椒乡农业专业合作社等，该等供应商系向发行人销售食用农产品，根据《食品安全法》的规定，销售食用农产品的，不需要取得食品经营许可证。

（3）发行人的外协加工厂商已取得食品生产经营所需许可证件

报告期内，发行人曾委托南阳汇萃植物制品有限公司、河南省明天食品有限公司进行超临界萃取藤椒油的代加工。合作期间，发行人的外协加工厂商根据《食品安全法》的相关规定取得的食品生产许可情况如下：

序号	外协加工厂商名称	许可证书	食品类别	许可证号	合作期间 是否在有效期内
1	南阳汇萃植物制品有限公司	食品生产许可证	调味品	SC10341132300595	是
2	河南省明天食品有限公司	食品生产许可证	调味品/食品添加剂	SC10341132300370	是

3、报告期内发生的产品质量问题

2019-2022 年 6 月，公司因存在产品质量问题被客户或消费者投诉的情况如下表所示。其中，客户或消费者的投诉主要集中在产品包装破损所引起的产品受损情形，均已妥善处理，未发生进一步纠纷或诉讼的情形。

序号	日期	被投诉产品	质量问题	原因/处理措施
1	2019.01.04	5L藤椒油	有三个生产日期的瓶盖脱盖	包装材料问题，作退换货处理
2	2019.03.01	/	瓶盖浸油	物流导致包装破损，协商处理
3	2019.05.04	2.5L木姜油	包装桶沾有油污	换货处理
4	2019.05	60+20ml藤椒油	包装破损，标签污染	换货处理
1		250ml藤椒油	包装破损，标签污染	
5	2019.06.17	300g袋装料哆哆	包装破损	物流运输造成破损，协商处理
6	2019.10.17	300g笋筒	有碎笋	物流运输造成破损，公司已赔付
7	2019.11.22	300g笋筒	有碎笋	
8	2020.03.30	250ml藤椒油	标签污染	作换货处理
9	2020.07.22	500ml、250ml藤椒油	纸箱的箱底强度不够	已通知供应商整改
10	2020.08.26	500g钵钵鸡鸡汁藤椒清汤味	内袋漏	受外力导致包装破损，作换货处理
11	2020.11.21	500g藤椒捞汁	内袋均有褶皱渗漏	物流运输造成破损，公司已和客户沟通，更换内包装为塑料袋
12	2020.12.26	250ml花椒油	产品标签贴错	贴标机故障导致，公司已按换货处理
13	2021.01.16	300g笋片	包装袋破损	物流运输造成破损，作换货处理
1		260g火锅笋		
14	2021.02.25	280g木清汤底	汤底有两层包装，其中一袋汤包最里面一层漏包，汤底全部漏掉。	物流运输造成破损，作赔付处理
15	2021.03.03	250ml藤椒油	玻璃瓶破损漏油和污染外箱	物流运输造成破损，作补货处理
16	2021.03.23	500ml藤椒油	藤椒油净含量不够	与客户沟通，协商解决
17	2021.03.24	5L藤椒油	桶缝浸油	与客户沟通，协商解决

序号	日期	被投诉产品	质量问题	原因/处理措施
18	2021.04.30	500g藤椒捞汁	产品内有残留辣椒	作补发处理
19	2021.08.14	500g钵钵鸡鸡汁藤椒红油味	内袋破损	外力压破包装造成渗漏，作补货处理
20	2021.09.01	500ml藤椒油	未开封，油就少了。（塑封膜已摘）	已与客户沟通，协商解决
21	2021.10.03	300g清水雅笋笋筒	笋筒腐烂	物流运输过程中包装损坏导致，作换货处理
22	2021.10.07	500g藤红鸡汁	包装破损	外力压破包装造成渗漏，作补货处理
23	2021.11.13	500g藤清鸡汁/ 500g藤红鸡汁	内袋包装破损	外力压破包装造成渗漏，作补货处理
24	2021.11.16	1.8L熟香菜籽油	瓶子手把和盖子脱落	包装材料问题，已整改，并作换货处理
25	2021.12.27	300g清水雅笋笋筒	雅笋内袋密封封口有问题，出现较多漏水	包装问题，公司已与供应商协商处理
26	2022.01.17	96克藤椒鸡肉	内袋漏	物流导致包装破损，公司已赔付
27	2022.01.19	80ml*20花椒油	数量短缺	数量短缺，公司已补货
28	2022.02.16	5L*2藤椒油	瓶盖浸油	包装材料问题，已补货
29	2022.03.01	5L藤椒油	底部有沉淀	经查看同批次留样样品无沉淀、查看本批次原料、包材、生产过程记录无异常；产品已开封，作换货处理
30	2022.03.31	300g清水雅笋笋筒	笋筒腐烂	经检测同批次产品均合格，推断为包装袋渗漏导致腐败现象，已与客户沟通解决
31	2022.04.22	5L藤椒油	瓶盖浸油	包装材料问题，已通知供应商整改，已补货
32	2022.05.04	248g青椒雅笋酱	青椒雅笋酱有白色物质	白色物质为原料（大蒜），已与客户沟通解决
33	2022.06.05	300g清水雅笋笋筒	笋筒腐烂	经检验同批次样品，无异样，已与客户沟通解决
34	2022.06.10	200ml藤椒捞汁搭赠版	未标注赠品，外箱未标识赠品日期。	外箱缺少标识，已与客户沟通解决
35	2022.06.10	5L藤椒油	油色泽偏黑，浑浊，沉淀	沉淀物为自然析出物质，对食用品质无影响，已与客户沟通解决
36	2022.06.10	300g清水笋筒	产品存在未泡发好的现象	对收到的样品进行了检验，未发现问题，本次投诉属个体口感差异，已与客户沟通解决
37	2022.06.13	220g藤椒烧椒酱	有1瓶无标签	系装箱人员疏漏，公司作补货处理

除上述公司客户或消费者投诉的情形外，发行人报告期内不存在其他产品质量问题或食品安全事故，未因此受到行政处罚或媒体报道的情形，亦不存在因产品质量问题引发的其他纠纷或诉讼。

如上所述，报告期内公司发生的客户或消费者对于产品质量问题的投诉主要源于货

运过程中产生的包装破损，该等问题均具有外观异常、易于察觉的特点，未发生误食，未损害消费者健康。公司在以协商方式妥善处理客户及消费者投诉事宜的同时，建立了有效处理相关投诉事件的工作机制，积极自查原因、有针对性的改进相关生产和货运供应商管理流程，以不断减少相关风险的发生。

截至本招股说明书签署之日，上述产品质量问题未导致食品安全事故、未导致公司遭受行政处罚、未导致公司发生诉讼或高额赔偿，不会对公司的生产经营产生重大不利影响，公司亦不存在未披露的行政处罚，上述产品质量问题对本次发行不构成实质法律障碍。

综上所述，报告期内，发行人已依法取得了《食品生产许可证》《食品经营许可证》等必要的食品生产经营许可资质，发行人已按照《食品安全法》建立健全了相应的食品质量内控制度，原材料采购、食品生产、流通等各个环节符合相关法律法规和食品安全标准，且报告期内发行人不存在重大食品安全事故，其生产经营符合《食品安全法》等法律、行政法规的相关规定。

（三）质量控制情况

1、质量控制标准

公司以国家颁布的各类行业标准为基本的质量管理依据，具备质量管理体系认证、食品安全管理体系认证、HACCP 认证等资质。

公司高度重视产品质量和食品安全管控体系建设工作，秉持“质量第一、强化管理、顾客至上、追求卓越、持续改进”的质量方针，推行全面质量管理。为了加强公司食品质量安全管理，确保向市场供应符合行业标准和法规要求的产品，公司在产品的研发、采购、生产、贮存、售后质量跟踪等各个环节均建立了完善的质量管控体系。

2、质量控制措施

（1）采购质量控制

1) 供应商管理

公司供应部建立了一套完善的供应商选择、评价管理机制，通过对供应商商业信誉、行业地位等进行调研，以及进行供应商现场考察及产品品质评估，筛选出生产资质齐全、产品质量合格、企业信誉良好的供应商进行合作。

公司多年来坚持对供应商实施日常监督检查,在发现异常时及时督促其改进产品质量。公司将每个供应商的供货质量情况记入档案,作为评价供应商的重要依据。在与供应商合作过程中,公司将质量信誉较好的供应商发展成为核心供应商,并淘汰供货质量不稳定、信誉较差的供应商,通过该种优胜劣汰机制及质量管控措施,公司原材料的质量可以得到有效的控制。

2) 原料验收管理

公司对外购原辅料建立了严格的质量验收标准,并根据食品安全和质量保障要求适时改进内控质量标准。公司要求供应商提供的原辅料除了必须符合相应的国家法律法规及相关标准外,还需达到公司的内部控制质量指标要求。公司品控部严格按照质量验收标准,对采购的原辅料逐批进行检验,按相关制度要求核对标识信息,并查看相关证照及产品检验报告,原辅料检验合格后方可办理入库手续。

(2) 生产质量控制

1) 人员管理

为了加强生产环节的监管,生产部组织专人专线进行生产。生产人员管理针对生产现场的所有人员,包括车间主管、班组长、一线操作工、库房保管等。新员工必须接受公司各项规章制度、操作规程、作业指导、工艺标准的相关培训,培训结束后统一考核,考核合格后分配岗位。公司日常开展监督检查,持续对生产人员进行再教育,对违反产品质量、食品安全管理的行为及时进行纠偏。

2) 设备管理

公司建立了完善的设备管理制度和操作规程,制定了全面的设备检修、维护和保养计划。公司按计划定期开展检修工作,确保设备处于良好状态,保障产品质量的稳定性。此外,生产设备管理人员日常对生产设备进行巡回检查,一旦发现设备故障则及时维修,维修后彻底清理机械设备和维修现场,防止异物滞留等原因造成产品质量不合格。

3) 物料管理

公司制定了严格的物料管理制度,要求物料置于规定功能间,需要分类、标识及作好防护,生产人员按生产计划需求进行领料;投料时需要按照配方逐一对物料进行称量,配料过程需要一人称量、一人复核,重点复核物料种类、重量是否与配方相符。如果在

生产过程中需要使用食品添加剂，公司要求相应生产环节必须建立食品添加剂使用台账，台账由专人管理，配料时进行二次计量确认，防止超量、超范围使用食品添加剂。此外，公司定期对生产过程使用的计量设备按法规进行检定，日常安排专人进行校准，确保计量设备处于良好状态，保障生产过程测量数据的有效性。生产部门定期对生产过程出现的异常进行分析、总结，探索相应改进措施，强化产品质量管控。

4) 操作管理

公司以研发部编制的《生产工艺流程图》为基础，对每道生产工序制定了详细的生产操作流程，并针对具体环节制定《工序标准作业指导书》和《工序检查表》，实现生产作业的标准化，防止因操作方法不当造成产品质量不合格。在整个工艺过程中，公司依据对产品质量的影响程度设立了相应的“关键质量控制点”，同时对每个生产环节建立明确、严格的质量控制标准，避免不合格产品进入下道工序。公司品控部严格按照公司制定的《质量检验标准》，定期针对生产车间所有半成品进行现场检验，并及时反馈产品质量问题，确保食品生产加工过程中的关键质量控制点的可靠性。

（3）贮存质量控制

公司根据产品执行标准和物料验收标准，对生产的产成品、采购的物料逐批进行检验，检验合格方能入库储存。为保证产成品和原材料在贮存期间的质量，公司根据各类物料的类别、特性予以分库储存。储存仓库配置防鼠、防虫害、防火、防潮等设施，保障物料储存过程得以有效防护。公司建立了各类产品、物料的台账及物料卡，标明供应商名、品名、数量、来料日期、生产日期等信息，以保证产品、物料质量的可追溯性。公司仓库管理人员日常巡查仓库，品控部定期和不定期抽查贮存物料的质量安全。

（4）售后质量控制

公司销售部确认客户订单后，综合部根据订单选择合适运输工具进行产品运输。公司要求运输工具整洁，严禁产品与有毒、有害及其它影响产品品质的货物混运，确保在运输过程中产品质量不受影响。公司产品在配送前，生产部负责对照订单逐一核对产品品种、数量、规格是否检验合格。公司根据质量内控标准，对出厂产品严格的二次检验，确保出厂产品达到质量标准要求。

公司设立售后服务小组，专门负责产品的质量信息跟踪和客户沟通反馈，对客户的质量咨询问题予以解答，并对投诉予以处理。公司将来自市场和客户的产品质量信息作为产

品优化、工作改进的重要依据，以此持续提高产品质量和服务水平，不断提高客户满意度，为公司树立良好的口碑。

3、质量纠纷解决措施

公司自成立以来，严格执行国家相关的法律法规，未因产品质量问题而与客户发生任何重大纠纷。根据洪雅县市场监督管理局出具的证明，公司报告期内未因违反质量监督、食品卫生相关的法律法规而受到行政处罚。

七、发行人的境外经营情况

截至本招股说明书签署之日，公司未在境外设立子公司或分支机构，公司未拥有境外资产。报告期内，发行人通过部分经销商向境外市场进行销售，境外业务的收入分别为 66.24 万元、85.15 万元、196.20 万元和 70.98 万元。

第六节 财务会计信息与管理层分析

公司聘请天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对公司截至 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日以及 2022 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2019 年度、2020 年度、2021 年度以及 2022 年 1-6 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及财务报表附注进行了审计。天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具了无保留意见的审计报告（天职业字[2022]39775 号）。

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重要事项判断标准为：根据自身所处的行业和发展阶段，公司首先判断项目性质的重要性，主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素。在此基础上，公司进一步判断项目金额的重要性，具体标准为报告期各期利润总额的 5%以上，或金额虽未达到上述标准但公司认为较为重要的相关事项。

本节的财务会计数据及有关分析说明反映了公司最近三年一期经审计的财务状况和经营业绩。公司董事会提请投资者注意，本节分析与讨论应结合公司经审计的财务报表及报表附注，以及本招股说明书揭示的其他信息一并阅读。以下分析所涉及的数据及口径若无特别说明，均依据公司最近三年一期经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务会计资料，按合并报表口径披露。

本节以公司报告期内各项业务开展的实际情况为基础，提供从经审计的财务报表及附注中摘录的部分信息，以及根据这些财务信息，结合管理层对公司所处行业、公司各项业务的理解，对公司的财务状况、盈利能力及现金流量财务指标以及影响这些财务指标的主要原因进行了分析说明。

投资者欲对公司的会计政策、财务状况、经营成果及现金流量进行更详细的了解，请认真查阅本招股说明书所附审计报告、财务报表及附注全文。

一、发行人的财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	116,893,425.75	19,736,220.04	14,989,087.12	2,842,560.55
交易性金融资产	303,487,524.87	365,282,350.12	311,566,872.48	347,729,168.88
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	1,436,623.11	1,718,189.13	2,287,064.96	2,299,513.68
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	7,669,116.36	874,650.20	1,571,257.37	560,109.11
其他应收款	447,015.35	419,071.86	368,062.80	639,615.01
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
存货	158,346,550.87	196,881,642.73	155,591,782.63	111,527,444.43
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	7,247,393.14	8,464,632.14	5,065,499.52	3,376,701.40
流动资产合计	595,527,649.45	593,376,756.22	491,439,626.88	468,975,113.06
非流动资产：				
债权投资	-	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
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	-	-	-	-

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
投资性房地产	4,839,638.57	4,910,417.12	5,051,974.22	5,193,531.32
固定资产	152,214,211.78	153,976,804.50	116,830,894.34	42,694,036.57
在建工程	57,935,232.74	31,454,366.13	29,323,167.09	50,697,334.46
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
使用权资产	3,398,571.01	3,849,332.62	-	-
无形资产	41,713,466.18	42,298,332.32	33,787,098.61	25,699,178.91
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-	-
递延所得税资产	1,354,182.65	1,538,442.62	920,119.02	552,376.31
其他非流动资产	988,401.20	838,400.73	6,158,500.00	22,402,010.00
非流动资产合计	262,443,704.13	238,866,096.04	192,071,753.28	147,238,467.57
资产合计	857,971,353.58	832,242,852.26	683,511,380.16	616,213,580.63
流动负债：				
短期借款	-	-	2,002,352.78	-
交易性金融负债	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	13,566,555.96	19,706,856.80	13,408,671.33	18,514,054.73
预收款项	-	-	-	110,840,301.92
合同负债	117,649,111.92	111,690,493.62	73,838,265.84	-
应付职工薪酬	6,829,198.84	10,594,167.44	8,448,640.27	6,694,633.77
应交税费	4,126,607.33	3,660,382.48	12,963,941.93	5,289,130.67
其他应付款	1,991,134.09	1,455,331.60	881,277.50	106,480.90
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	863,557.19	847,247.67	-	-
其他流动负债	11,764,911.19	11,169,049.36	7,383,826.58	-

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
流动负债合计	156,791,076.52	159,123,528.97	118,926,976.23	141,444,601.99
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	2,528,147.24	3,008,988.22	-	-
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	1,000,000.00	3,400,000.00	2,400,000.00	2,000,000.00
递延所得税负债	7,452,549.57	6,986,223.47	2,382,023.41	1,181,150.13
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	10,980,696.81	13,395,211.69	4,782,023.41	3,181,150.13
负债合计	167,771,773.33	172,518,740.66	123,708,999.64	144,625,752.12
所有者权益:				
股本	132,000,000.00	132,000,000.00	132,000,000.00	132,000,000.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中: 优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	326,311,602.94	325,554,642.40	323,529,466.10	322,367,866.10
减: 库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	21,919,065.37	21,919,065.37	11,964,124.27	1,758,829.07
未分配利润	209,968,911.94	180,250,403.83	92,308,790.15	15,461,133.34
归属于母公司所有者权益合计	690,199,580.25	659,724,111.60	559,802,380.52	471,587,828.51
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	690,199,580.25	659,724,111.60	559,802,380.52	471,587,828.51
负债和所有者权益总计	857,971,353.58	832,242,852.26	683,511,380.16	616,213,580.63

(二) 合并利润表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业收入	184,069,709.59	461,846,362.37	356,499,492.58	409,847,082.27
其中：营业收入	184,069,709.59	461,846,362.37	356,499,492.58	409,847,082.27
二、营业总成本	156,393,569.77	358,432,476.20	250,237,298.82	306,679,671.93
其中：营业成本	128,424,708.63	293,483,724.54	204,848,412.12	255,531,753.31
税金及附加	1,725,415.61	3,129,592.43	1,495,885.33	1,306,256.19
销售费用	13,160,521.59	32,850,200.17	23,403,785.49	33,528,239.67
管理费用	8,196,669.98	17,828,498.16	12,415,626.32	12,444,411.89
研发费用	4,862,482.17	10,938,427.81	6,962,406.50	3,866,615.20
财务费用	23,771.79	202,033.09	1,111,183.06	2,395.67
其中：利息费用	63,108.62	159,004.82	1,101,860.68	-
利息收入	35,287.60	53,794.69	46,489.24	38,177.21
加：其他收益	2,504,069.49	1,206,909.04	3,613,996.56	1,627,257.64
投资收益（损失以“-”号填列）	859,546.03	9,527,864.53	8,756,255.80	6,179,328.17
其中：对联营企业和合营企业的投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	3,781,254.97	282,350.12	1,559,260.27	2,586,509.80
信用减值损失（损失以“-”号填列）	90,992.70	-25,900.47	-48,181.78	-104,029.28
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	34,912,003.01	114,405,109.39	120,143,524.61	113,456,476.67
加：营业外收入	175,000.00	-	200,000.00	316.00
减：营业外支出	-	64,677.55	269,082.45	347,851.00
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	35,087,003.01	114,340,431.84	120,074,442.16	113,108,941.67

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
列)				
减: 所得税费用	5,368,494.90	16,443,877.06	18,021,490.15	17,110,721.53
五、净利润(净亏损以“—”号填列)	29,718,508.11	97,896,554.78	102,052,952.01	95,998,220.14
(一) 按经营持续性分类				
1. 持续经营净利润(净亏损以“—”号填列)	29,718,508.11	97,896,554.78	102,052,952.01	95,998,220.14
2. 终止经营净利润(净亏损以“—”号填列)	-	-	-	-
(二) 按所有权归属分类				
1. 归属于母公司股东的净利润(净亏损以“—”号填列)	29,718,508.11	97,896,554.78	102,052,952.01	95,998,220.14
2. 少数股东损益(净亏损以“—”号填列)	-	-	-	-
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
归属母公司所有者的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. 可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-	-
4. 金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-
5. 持有至到期投资重	-	-	-	-

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
分类为可供出售金融资产损益				
6.其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-
7.现金流量套期储备(现金流量套期损益的有效部分)	-	-	-	-
8.外币财务报表折算差额	-	-	-	-
9.其他	-	-	-	-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
七、综合收益总额	29,718,508.11	97,896,554.78	102,052,952.01	95,998,220.14
归属于母公司所有者的综合收益总额	29,718,508.11	97,896,554.78	102,052,952.01	95,998,220.14
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
八、每股收益				
(一)基本每股收益(元/股)	0.23	0.74	0.77	0.83
(二)稀释每股收益(元/股)	0.23	0.74	0.77	0.83

(三) 合并现金流量表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
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	208,065,140.25	546,384,697.21	359,710,603.83	478,312,815.85
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	387,357.09	2,557,556.27	4,372,985.80	1,845,268.97
经营活动现金流入小计	208,452,497.34	548,942,253.48	364,083,589.63	480,158,084.82
购买商品、接受劳务支付的现金	96,568,337.04	337,860,814.79	271,091,878.36	280,164,183.66
支付给职工以及为职工支付的现金	21,264,649.34	35,458,642.87	22,809,524.59	21,482,090.06
支付的各项税费	10,760,939.50	30,728,583.07	17,379,505.69	22,095,705.48
支付其他与经营活动有关的现金	10,800,627.09	28,095,180.71	19,877,805.41	31,456,231.91

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动现金流出小计	139,394,552.97	432,143,221.44	331,158,714.05	355,198,211.11
经营活动产生的现金流量净额	69,057,944.37	116,799,032.04	32,924,875.58	124,959,873.71
二、投资活动产生的现金流量:				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	1,141,896.15	11,087,124.80	11,342,765.60	6,398,276.25
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	150.00	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-468,739.84
收到其他与投资活动有关的现金	408,293,730.10	1,928,907,612.21	2,047,635,046.87	1,237,988,696.86
投资活动现金流入小计	409,435,626.25	1,939,994,737.01	2,058,977,962.47	1,243,918,233.27
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	34,636,364.91	63,467,409.87	55,233,768.18	52,514,770.56
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	343,000,000.00	1,983,900,000.00	2,012,500,000.00	1,505,400,000.00
投资活动现金流出小计	377,636,364.91	2,047,367,409.87	2,067,733,768.18	1,557,914,770.56
投资活动产生的现金流量净额	31,799,261.34	-107,372,672.86	-8,755,805.71	-313,996,537.29
三、筹资活动产生的现金流量:				
吸收投资收到的现金	-	-	-	230,505,388.00
其中: 子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	51,300,000.00	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	51,300,000.00	230,505,388.00
偿还债务支付的现金	-	2,000,000.00	49,300,000.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	2,049,737.22	14,053,192.90	42,632,200.00
其中: 子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	3,700,000.00	586,636.50	-	-
筹资活动现金流出小计	3,700,000.00	4,636,373.72	63,353,192.90	42,632,200.00

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
筹资活动产生的现金流量净额	-3,700,000.00	-4,636,373.72	-12,053,192.90	187,873,188.00
四、汇率变动对现金的影响	-	-	-7,143.32	-184.92
五、现金及现金等价物净增加额	97,157,205.71	4,789,985.46	12,108,733.65	-1,163,660.50
加：期初现金及现金等价物余额	19,736,220.04	14,946,234.58	2,837,500.93	4,001,161.43
六、期末现金及现金等价物余额	116,893,425.75	19,736,220.04	14,946,234.58	2,837,500.93

二、注册会计师的审计意见

（一）审计意见

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计了发行人财务报表，包括 2022 年 6 月 30 日、2021 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2022 年 1-6 月、2021 年度、2020 年度、2019 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及财务报表附注，出具了标准无保留意见的《审计报告》（天职业字[2022]39775 号），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，公允反映了公司 2022 年 6 月 30 日、2021 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2022 年 1-6 月、2021 年度、2020 年度、2019 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

（二）关键审计事项

关键审计事项是注册会计师根据职业判断认为对财务报表审计最为重要的事项，这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，注册会计师不对这些事项单独发表意见。具体如下：

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
收入确认	
么麻子公司营业收入主要包括调味油、蔬菜制品、休闲食品、复合调味料等产品销售收入。 2022 年 1-6 月、2021 年度、2020 年度、2019 年度的营业收入分别为 1.84 亿元、4.62 亿元、3.56 亿元、4.10 亿元。由于收入是么麻子公司的关键业绩指标之一且对公司经营成果影响	针对收入确认的审计，主要执行了以下程序： （1）了解有关收入确认的内部控制，并对其是否有效运行进行了测试； （2）通过抽样检查销售合同及与管理层沟通，分析、评估收入确认会计政策是否符合企业会计准则的要求； （3）对各年度各产品收入、成本、毛利率进行波动分析； （4）对报告期各年度主要客户的增减变动家数、收入金额及占总收入的比例进行分析，向公司了解客户增减变动的背景原

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
收入确认	
重大，因此将销售收入的确认作为关键审计事项。 关于收入确认的会计政策和具体方法详见财务报告附注“三、（三十）”所述；关于营业收入的披露见审计报告附注“六、（三十）”。	因及获取相关支持性文件，分析评估主要客户变动是否真实、合理； （5）抽样检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、运输单据、客户签收单、销售发票等； （6）对主要客户的交易金额及期末应收（预收）余额实施函证程序； （7）对公司银行资金收款流水进行检查，关注主要客户回款是否存在异常； （8）对资产负债表日前后确认的销售收入进行截止测试，以评估销售收入是否在恰当的期间确认； （9）对报告期各年度的主要客户实施现场走访程序。

三、财务报告审计基准日后主要财务信息和经营状况

财务报告审计基准日至招股说明书签署之日之间，公司经营状况良好。公司主要业务的采购模式及价格、主要业务的销售模式及价格、主要客户及供应商的构成、主要经营管理层及核心技术人员、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。

四、财务报表的编制基础与合并财务报表范围

（一）财务报表的编制基础

1、编制基础

公司以持续经营假设为基础，根据实际发生的交易事项，按照企业会计准则的有关规定，并基于重要会计政策、会计估计进行编制。

2、持续经营

公司自报告期末起 12 个月具备持续经营能力，无影响持续经营能力的重大事项。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、截至 2022 年 6 月 30 日纳入合并范围的子公司

截至 2022 年 6 月 30 日，公司纳入合并范围的子公司如下：

序号	公司名称	成立时间	持股比例	注册资本

序号	公司名称	成立时间	持股比例	注册资本
1	么麻子生物	2020 年 12 月 9 日	100%	2,000 万元人民币

2、合并财务报表范围及变化情况

本公司于 2020 年 12 月 9 日新设全资子公司么麻子生物，注册资本 2,000.00 万元，纳入 2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月合并范围。

报告期内公司不再纳入合并的子公司情况如下：

名称	不再纳入合并范围时间	变动原因
德元楼	2019 年 10 月 30 日	控制权转让
天下大厨	2019 年 7 月 17 日	注销

五、报告期内重要会计政策及会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

公司基于上述编制基础编制的财务报表符合财政部已颁布的最新企业会计准则及其应用指南、解释以及其他相关规定（统称“企业会计准则”）的要求，真实完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

此外，本财务报告编制参照了证监会发布的《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》（2014 年修订）以及《关于上市公司执行新企业会计准则有关事项的通知》（会计部函〔2018〕453 号）的列报和披露要求。

（二）会计期间和经营周期

本公司的会计年度从公历 1 月 1 日至 12 月 31 日止。

（三）记账本位币

本公司采用人民币作为记账本位币。

（四）计量属性在本期发生变化的报表项目及其本期采用的计量属性

公司采用的计量属性包括历史成本、重置成本、可变现净值、现值和公允价值。本报告期无计量属性发生变化的报表项目。

(五) 企业合并

1. 同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在一次交易取得或通过多次交易分步实现同一控制下企业合并,企业合并中取得的资产和负债,按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值(或发行股份面值总额)的差额,调整资本公积;资本公积不足冲减的,调整留存收益。

2. 非同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在购买日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,确认为商誉;如果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,首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核,经复核后合并成本仍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,其差额计入当期损益。

(六) 合并财务报表的编制方法

合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础,根据其他有关资料,由公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

公司将所有控制的子公司及结构化主体纳入合并财务报表范围。

在编制合并财务报表时,子公司与公司采用的会计政策或会计期间不一致的,按照公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

合并范围内的所有重大内部交易、往来余额及未实现利润在合并报表编制时予以抵销。子公司的所有者权益中不属于母公司的份额以及当期净损益、其他综合收益及综合收益总额中属于少数股东权益的份额,分别在合并财务报表“少数股东权益、少数股东损益、归属于少数股东的其他综合收益及归属于少数股东的综合收益总额”项目列示。

(七) 现金及现金等价物的确定标准

现金流量表的现金指企业库存现金及可以随时用于支付的存款。现金等价物指持有的期限短(一般是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。

（八）应收款项

本公司对于《企业会计准则第 14 号——收入》所规定的、不含重大融资成分（包括根据该准则不考虑不超过一年的合同中融资成分的情况）的应收款项，采用预期信用损失的简化模型，即始终按照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。

对于包含重大融资成分的应收款项，本公司选择采用预期信用损失的简化模型，即始终按照整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。预期信用损失的简化模型：始终按照整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备

对于应收账款，无论是否存在重大融资成分，本公司考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，以单项或组合的方式对上述应收款项预期信用损失进行估计，并采用预期信用损失的简化模型，始终按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。计提方法如下：

1.期末对有客观证据表明其已发生减值的应收款项单独进行减值测试，根据其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

2.当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征划分应收款项组合，在组合基础上计算预期信用损失。

组合名称	计提方法
风险组合	预期信用损失

对于划分为风险组合的应收款项，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，计算预期信用损失。

（九）其他应收款

本公司对其他应收款采用预期信用损失的一般模型。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。

（十）存货

公司存货主要包括原材料、周转材料、在产品、库存商品、低值易耗品等。

存货实行永续盘存制，存货在取得时按实际成本计价；领用或发出存货，采用移动加权平均法确定其实际成本。低值易耗品采用一次转销法进行摊销。

在资产负债表日，存货按成本与可变现净值孰低原则计价，当其可变现净值低于成本时，计提存货跌价准备。库存商品、在产品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，其可变现净值按该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。

（十一）合同资产

以下政策自 2020 年 1 月 1 日起适用：

1.合同资产的确认方法及标准

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。本公司已向客户转让商品或提供服务而有权收取的对价（除应收款项）列示为合同资产。

2.合同资产预期信用损失的确定方法及会计处理方法

不论是否包含重大融资成分的合同资产，本公司选择采用预期信用损失的简化模型，即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。

（十二）投资性房地产

公司的投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权和已出租的建筑物。

公司能够取得与投资性房地产相关的租金收入或增值收益以及投资性房地产的成

本能够可靠计量时，本公司按购置或建造的实际支出对其进行初始计量，其中，外购投资性房地产的成本，包括购买价款和可直接归属于该资产的相关税费；自行建造投资性房地产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成；以其他方式取得的投资性房地产的成本，适用相关会计准则的规定确认。

公司对投资性房地产的后续支出采用成本模式进行后续计量。对投资性房地产按照公司固定资产或无形资产的会计政策计提折旧或进行摊销。当公司改变投资性房地产用途时，将相关投资性房地产转入其他资产。

（十三）固定资产

公司固定资产是指同时具有以下特征，即为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一年，单位价值超过 2,000.00 元的有形资产。

固定资产在与其有关的经济利益很可能流入公司、且其成本能够可靠计量时予以确认。

公司固定资产包括房屋建筑物、设备、运输工具和其他，按其取得时的成本作为入账的价值，其中，外购的固定资产成本包括买价和进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出；自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成；投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账；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现值两者中较低者作为入账价值。

除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地外，公司对所有固定资产计提折旧。计提折旧时采用年限平均法，并根据用途分别计入相关资产的成本或当期费用。公司固定资产的分类折旧年限、预计净残值率、折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	净残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	20-40	5.00	2.38-4.75
机器设备	5-10	5.00	9.50-19.00
运输工具	4-10	5.00	9.50-23.75
办公设备及其他	3-10	5.00	9.50-31.67

公司于每年年度终了，对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变，则作为会计估计变更处理。

（十四）在建工程

在建工程按实际发生的成本计量。自营建筑工程按直接材料、直接工资、直接施工费等计量；出包建筑工程按应支付的工程价款等计量；设备安装工程按所安装设备的价值、安装费用、工程试运转等所发生的支出等确定工程成本。在建工程成本还包括应当资本化的借款费用和汇兑损益。

在建工程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进行调整，但不再调整原已计提的折旧。

（十五）无形资产

本公司无形资产包括土地使用权、专利权、软件使用权等，按取得时的实际成本计量，其中，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。

土地使用权从出让起始日起，按其出让年限平均摊销；专利权、软件使用权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。

各类无形资产的摊销年限如下：

项目	摊销年限（年）
土地使用权	50
专利权	10
软件使用权	5

对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核，如发生改变，则作为会计估计变更处理。在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的预计使用寿命进行复核，如有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，则估计其使用寿命并在预计使用寿命内摊销。

(十六) 研究与开发

本公司内部研究开发支出根据其性质以及研发活动最终形成无形资产是否具有较大不确定性，分为研究阶段支出和开发阶段支出。研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：

- 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在以后期间不再确认为资产。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列报。

本公司报告期内不存在研究开发支出资本化的情形。

(十七) 长期资产减值

企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象。

因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都应当进行减值测试。

存在下列迹象的，表明资产可能发生了减值：

(1) 资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌；(2) 企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响；(3) 市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低；(4) 有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏；(5) 资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置；(6) 企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量

或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等；（7）其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

资产存在减值迹象的，应当估计其可收回金额。

可收回金额应当根据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较高者确定。

处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用等。

资产预计未来现金流量的现值，应当按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。预计资产未来现金流量的现值，应当综合考虑资产的预计未来现金流量、使用寿命和折现率等因素。

可收回金额的计量结果表明，资产的可收回金额低于其账面价值的，应当将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

（十八）长期待摊费用

公司的长期待摊费用是指已经支出，但应由当期及以后各期承担的摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的费用，该等费用在受益期内平均摊销。如果长期待摊费用项目不能使以后会计期间受益，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十九）合同负债

以下政策自 2020 年 1 月 1 日起适用：

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。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。

（二十）职工薪酬

本公司职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利等。

短期薪酬主要包括职工工资、奖金、职工福利费、医疗保险费、住房公积金等，在

职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并按照受益对象计入当期损益或相关资产成本。

离职后福利主要包括基本养老保险费、失业保险费等，按照公司承担的风险和义务，分类为设定提存计划、设定受益计划。对于设定提存计划在根据在资产负债表日为换取职工在会计期间提供的服务而向单独主体缴存的提存金确认为负债，并按照受益对象计入当期损益或相关资产成本。本公司不存在设定受益计划。

如在职工劳动合同到期之前决定解除与职工的劳动关系，或为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿的建议，如果本公司已经制定正式的解除劳动关系计划或提出自愿裁减建议，并即将实施，同时本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议的，确认因解除与职工劳动关系给予补偿产生的负债，计入当期损益。本公司辞退福利是由于职工内部离退休产生。

（二十一）股份支付

股份支付是指为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。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。

用以换取职工提供服务的以权益结算的股份支付，以授予职工权益工具在授予日的公允价值计量。该公允价值的金额在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的情况下，在等待期内以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按直线法计算计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

以现金结算的股份支付，按照公司承担的以股份或其他权益工具为基础确定的负债的公允价值计量。如授予后立即可行权，在授予日以承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债；如需完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权，在等待期的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用，相应调整负债。

在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

（二十二）收入

1. 于 2020 年 1 月 1 日前适用的会计政策

收入，是指企业在日常活动中形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的总流入。

（1）销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：①将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；②不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；③收入的金额能够可靠地计量；④相关的经济利益很可能流入；⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（2）提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按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；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

（3）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2. 自 2020 年 1 月 1 日起适用的会计政策

收入，是指企业在日常活动中形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的总流入。

（1）收入的确认

公司应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

当公司与客户之间的合同同时满足下列条件时，公司应当在客户取得相关商品控制权时确认收入：

- ①合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务；
- ②该合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务相关的权利和义务；
- ③该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款；
- ④该合同具有商业实质，即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额；
- ⑤公司因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。

（2）公司依据收入准则相关规定判断相关履约义务性质属于“在某一时段内履行的履约义务”或“某一时点履行的履约义务”，分别按以下原则进行收入确认。

①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，但是，履约进度不能合理确定的除外。公司考虑商品的性质，采用产出法或投入法确定恰当的履约进度。

②对于在某一时点履行的履约义务，公司应当在客户取得相关商品控制权时点确认收入。

（3）收入的计量

公司应当按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。在确定交易价格时，公司考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。

①可变对价

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，应当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。公司在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重。

②重大融资成分

合同中存在重大融资成分的，公司应当按照假定客户在取得商品控制权时即以现金

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，应当在合同期间内采用实际利率法摊销。

③非现金对价

客户支付非现金对价的，公司按照非现金对价的公允价值确定交易价格。非现金对价的公允价值不能合理估计的，公司参照其承诺向客户转让商品的单独售价间接确定交易价格。

④应付客户对价

针对应付客户对价的，应当将该应付对价冲减交易价格，并在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入，但应付客户对价是为了向客户取得其他可明确区分商品的除外。

公司应付客户对价是为了向客户取得其他可明确区分商品的，应当采用与公司其他采购相一致的方式确认所购买的商品。公司应付客户对价超过向客户取得可明确区分商品公允价值的，超过金额冲减交易价格。向客户取得的可明确区分商品公允价值不能合理估计的，公司应当将应付客户对价全额冲减交易价格。

公司已向客户转让商品或服务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）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（仅取决于时间流逝）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。

3.收入的具体确认方法

公司主要有经销商、定制餐调、电商、直营商超、外贸及其他销售渠道，各销售渠道的收入确认政策具体如下：

（1）经销商、定制餐调及其他渠道

公司根据销售订单信息，将商品发运到指定地点，客户签收确认，此时商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方，本公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，与交易相关的经济利益能够流入，因此本公司在发货并取得客户书面签收文件时确认收入。

（2）直营商超渠道

公司与直营商超为委托代销关系，公司在产品发出时，其商品所有权上的主要风险和报酬尚未转移。公司的产品实现最终销售并收到商超开具的代销清单，此时商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方，公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，与交易相关的经济利益能够流入，因此公司在收到直营商超盖章签字的代销清单时确认收入的实现。

（3）电商渠道

本公司电商渠道收入分为电商自营收入、电商商超收入。电商自营收入系主要通过第三方销售平台开设直营店铺的形式进行销售，公司通过电商平台展示产品信息，消费者通过平台选购商品，提交订单，公司根据订单信息将商品发运到指定地点，由指定人员签收，待其签收确认时商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方，本公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，与交易相关的经济利益能够流入，因此公司在客户确认签收时确认收入。

电商商超收入系指天猫商城、京东商城等电商通过其自营平台对外销售。电商商超收入确认政策与直营商超渠道一致。

（4）外贸渠道

本公司外贸渠道销售收入根据报关出口的主体分为客户出口和公司自营出口两类。客户出口系指本公司将产品销售给第三方进出口贸易公司等客户后由客户通过自身渠道将产品销售至境外，公司对客户出口的收入确认政策与国内经销商、定制餐调及其他渠道一致。公司自营出口由公司与客户签订销售合同，主要采取 FOB 报价，TT 付款方式，公司于货物报关装船时确认收入。

（二十三）政府补助

1.政府补助包括与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

2.政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量，公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

3.政府补助采用总额法

（1）与资产相关的政府补助，确认为递延收益，在相关资产使用寿命内按照合理、

系统的方法分期计入损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

(2) 与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

4.对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，区分不同部分分别进行会计处理；难以区分的，整体归类为与收益相关的政府补助。

5.本公司将与本公司日常活动相关的政府补助按照经济业务实质计入其他收益或冲减相关成本费用；将与本公司日常活动无关的政府补助，应当计入营业外收支。

6.本公司将取得的政策性优惠贷款贴息按照财政将贴息资金拨付给贷款银行和财政将贴息资金直接拨付给本公司两种情况处理：

(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，本公司选择按照以下方法进行会计处理：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。

(二十四) 递延所得税资产和递延所得税负债

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。

(二十五) 租赁

1、以下政策适用于 2019 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日

(1) 经营租赁

本公司为承租人时,在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益,发生的初始直接费用,直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

本公司为出租人时,在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益,发生的初始直接费用,除金额较大的予以资本化并分期计入损益外,均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

(2) 融资租赁

本公司为承租人时,在租赁期开始日,本公司以租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值中两者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,其差额为未确认融资费用,发生的初始直接费用,计入租赁资产价值。在租赁期各个期间,采用实际利率法计算确认当期的融资费用。

本公司为出租人时,在租赁期开始日,本公司以租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值,同时记录未担保余值;将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。在租赁期各个期间,采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

2、以下政策自 2021 年 1 月 1 日起适用

(1) 承租人

本公司为承租人时,在租赁期开始日,除选择采用简化处理的短期租赁和低价值资产租赁外,对租赁确认使用权资产和租赁负债。

① 使用权资产

在租赁期开始日后,本公司采用成本模式对使用权资产进行后续计量。该成本包括:

①租赁负债的初始计量金额；②在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；③承租人发生的初始直接费用；④承租人为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本。参照《企业会计准则第4号——固定资产》有关折旧规定，对使用权资产计提折旧。承租人能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。本公司按照《企业会计准则第8号——资产减值》的规定，确定使用权资产是否发生减值，并对已识别的减值损失进行会计处理。

② 租赁负债

在租赁开始日，公司将尚未支付的租赁付款额的现值确认为租赁负债。租赁付款额包括：①扣除租赁激励相关金额后的固定付款额及实质固定付款额；②取决于指数或比率的可变租赁付款额；③在本公司合理确定将行使该选择权的情况下，租赁付款额包括购买选择权的行权价格；④在租赁期反映出本公司将行使终止租赁选择权的情况下，租赁付款额包括行使终止租赁选择权需支付的款项；⑤根据本公司提供的担保余值预计应支付的款项。计算租赁付款额现值时采用租赁内含利率作为折现率，无法确定租赁内含利率的，采用公司增量借款利率作为折现率。租赁付款额与其现值之间的差额作为未确认融资费用，在租赁期各个期间内按照确认租赁付款额现值的折现率确认利息费用，并计入当期损益。按照《企业会计准则第17号——借款费用》等其他准则规定应当计入相关资产成本的，从其规定。未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额于实际发生时计入当期损益。

本公司对于短期租赁和低价值资产租赁，选择不确认使用权资产和租赁负债，将短期租赁和低价值资产租赁的租赁付款额，在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益。

（2）出租人

① 融资租赁

本公司作为出租人的，在租赁期开始日，对融资租赁确认应收融资租赁款，并终止确认融资租赁资产，并按照固定的周期性利率计算并确认租赁期内各个期间的利息收

入。

② 经营租赁

本公司作为出租人的，在租赁期内各个期间，采用直线法将经营租赁的租赁收款额确认为租金收入。将发生的与经营租赁有关的初始直接费用进行资本化，在租赁期内按照与租金收入确认相同的基础进行分摊，分期计入当期损益。

对于经营租赁资产中的固定资产，本公司应当采用类似资产的折旧政策计提折旧；对于其他经营租赁资产，应当根据该资产适用的企业会计准则，采用系统合理的方法进行摊销。本公司按照《企业会计准则第8号——资产减值》的规定，确定经营租赁资产是否发生减值，并进行相应会计处理。

（二十六）重大会计政策和会计估计变更

1、会计政策的变更

（1）租赁准则

经公司管理层批准，自2021年1月1日采用《企业会计准则第21号——租赁》（财会〔2018〕35号）相关规定，根据累积影响数，调整使用权资产、租赁负债、年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。会计政策变更导致影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
新租赁准则要求承租人采用单一的会计模型，对资产负债表中确认的所有租赁采用相同的方式进行会计处理。同时，进一步完善了可变租赁付款额、租赁发生变更等情形的会计处理，并对短期租赁和低价值资产租赁的识别判断及会计处理作出相应规定。详细的会计政策参见招股说明书本节之“五、报告期内重要会计政策及会计估计”之“（二十五）租赁”	增加2021年1月1日的使用权资产648,638.23元；增加一年内到期的非流动负债70,772.43元；增加租赁负债577,865.80元；

首次执行新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况如下：

A.合并报表

单位：元

项目	2020年12月31日	2021年1月1日	调整数
使用权资产	-	648,638.23	648,638.23
一年内到期的非流动负债	-	70,772.43	70,772.43

项目	2020年12月31日	2021年1月1日	调整数
租赁负债	-	577,865.80	577,865.80

B.母公司报表

单位：元

项目	2020年12月31日	2021年1月1日	调整数
使用权资产	-	648,638.23	648,638.23
一年内到期的非流动负债	-	70,772.43	70,772.43
租赁负债	-	577,865.80	577,865.80

（2）收入准则

经公司管理层批准，自 2020 年 1 月 1 日采用《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）相关规定。

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
新收入准则引入了收入确认计量的 5 步法，公司详细的收入确认和计量的会计政策参见招股说明书本节之“五、报告期内重要会计政策及会计估计”之“（二十二）收入”	增加 2020 年 1 月 1 日的合并合同负债 100,763,910.84 元；增加合并其他流动负债 10,076,391.08 元；减少合并预收款项 110,840,301.92 元

①新收入准则实施前后收入确认会计政策的主要差异

新收入准则实施前后发行人具体收入确认政策未发生重大变化，请参见招股说明书本节之“五、报告期内重要会计政策及会计估计”之“（二十二）收入”之“3.收入的具体确认方法”。

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

公司销售模式主要包括直销及经销模式。其中，经销是公司产品的主要销售渠道，面向全国各地的餐饮、酒店和商超；直销渠道主要面向线上客户、食品加工企业或其他大型客户。报告期内公司针对不同类别客户签订合同中关于货运、验收、退换货、结算及产品所有权转移等核心条款较为稳定。总体而言，执行新收入准则前后公司业务模式、合同条款及收入确认均未发生重大变化。

③首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

A.合并报表

单位：元

项目	2019年12月31日	2020年1月1日	调整数
预收款项	110,840,301.92		-110,840,301.92
合同负债		100,763,910.84	100,763,910.84
其他流动负债		10,076,391.08	10,076,391.08

B.母公司报表

单位：元

项目	2019年12月31日	2020年1月1日	调整数
预收款项	110,840,301.92		-110,840,301.92
合同负债		100,763,910.84	100,763,910.84
其他流动负债		10,076,391.08	10,076,391.08

④新收入准则对首次执行日前各年合并财务报表主要财务指标的影响

除将预收款项重分类为合同负债外，收入确认方式及时点未发生重大变化，不会影响首次执行日前各年（末）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。亦无需调整2020年1月1日的留存收益。

2、会计估计的变更

报告期内，公司无会计估计的变更。

3、前期会计差错更正

报告期内，公司无前期会计差错更正。

六、非经常性损益明细表

单位：万元

非经常性损益明细	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
非流动资产处置损益（包括已计提资产减值准备的冲销部分）	-	-	-	-23.87
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或定量享受的）	250.41	120.69	381.40	162.73

非经常性损益明细	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
政府补助除外)				
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	464.08	981.02	1,031.55	900.45
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	17.50	-6.47	-26.91	-34.75
非经常性损益合计	731.99	1,095.24	1,386.04	1,004.56
减：所得税影响金额	109.80	164.29	207.91	150.83
扣除所得税影响后的非经常性损益	622.19	930.96	1,178.14	853.72
其中：归属于母公司所有者的非经常性损益	622.19	930.96	1,178.14	853.72
归属于母公司普通股股东的净利润	2,971.85	9,789.66	10,205.30	9,599.82
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	2,349.66	8,858.70	9,027.16	8,746.10
归属于母公司股东的非经常性损益净额/归属于母公司股东的净利润	20.94%	9.51%	11.54%	8.89%

七、报告期内执行的主要税收政策

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	16%、13%、10%、9%、6%
企业所得税	应纳税所得额	15%、20%
城市维护建设税	应缴流转税额	5%、7%
教育费附加	应缴流转税额	3%
地方教育费附加	应缴流转税额	2%

（二）重要税收优惠政策及其依据

根据 2011 年 7 月 27 日财政部、海关总署、国家税务总局发布的《关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税〔2011〕58 号），自 2011 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对设在西部地区的鼓励类产业企业减按 15% 的税率征收企业所得税。根据 2020 年 4 月 23 日财政部、税务总局、国家发展改革委发布的《财政部 税

务总局 国家发展改革委关于延续西部大开发企业所得税政策的公告》(财政部公告 2020 年第 23 号),自 2021 年 1 月 1 日至 2030 年 12 月 31 日,对设在西部地区的鼓励类产业企业减按 15%的税率征收企业所得税。根据《企业所得税优惠政策事项办理办法》(2018 年 4 月 25 日发布),企业的所得减免等所得税优惠事项采取“自行判别、申报享受、相关资料留存备查”的办理方式,因此公司报告期所得税税收优惠不再进行备案。根据上述文件,本公司本报告期适用所得税税率为 15%。

根据 2019 年 1 月 17 日财政部、税务总局发布的《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》(财税〔2019〕13 号),对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分,减按 25%计入应纳税所得额,按 20%的税率缴纳企业所得税;对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分,减按 50%计入应纳税所得额,按 20%的税率缴纳企业所得税。2019 年 1-10 月在合并范围内的子公司德元楼、2019 年 1-7 月在合并范围内的子公司天下大厨以及 2020 年 12 月新设子公司么麻子生物适用该项所得税税收优惠政策,所得税税率为 20%。

八、主要财务指标

(一) 报告期内主要财务指标

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动比率(倍)	3.80	3.73	4.13	3.32
速动比率(倍)	2.79	2.49	2.82	2.53
资产负债率(母公司)	19.14%	20.33%	18.10%	23.47%
资产负债率(合并)	19.55%	20.73%	18.10%	23.47%
归属于发行人股东的每股净资产(元/股)	5.23	5.00	4.24	3.57

注:上述各指标计算公式如下:

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=(流动资产-存货)/流动负债
- 3、资产负债率=(负债总额/资产总额)×100%
- 4、归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于发行人股东的净资产/期末股本(实收资本)总额

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款周转率(次/年)	217.52	216.15	146.45	204.11

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
存货周转率（次/年）	1.45	1.67	1.53	2.39
息税折旧摊销前利润（万元）	4,314.43	12,857.03	12,708.37	11,771.06
利息保障倍数（倍）	683.65	808.59	115.34	不适用
研发投入占营业收入的比例	2.64%	2.37%	1.95%	0.94%
每股经营活动的现金流量（元/股）	0.52	0.88	0.25	0.95
每股净现金流量（元/股）	0.74	0.04	0.09	-0.01
归属于发行人股东的净利润（万元）	2,971.85	9,789.66	10,205.30	9,599.82
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	2,349.66	8,858.70	9,027.16	8,746.10

注 1：公司 2019 年度未发生利息支出

注 2：2022 年 1-6 月应收账款周转率及存货周转率计算中使用的营业收入及营业成本数据已年化处理。

注：上述各指标计算公式如下：

- 1、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均账面价值
- 2、存货周转率=营业成本/存货平均账面价值
- 3、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+使用权资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销
- 4、利息保障倍数=息税折旧摊销前利润/利息支出
- 5、研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入
- 6、每股经营活动的现金流量=当期经营活动产生的现金流量净额/期末总股本（实收资本）
- 7、每股净现金流量=当期现金及现金等价物净增加额/期末总股本（实收资本）
- 8、归属于发行人股东的净利润=净利润-少数股东损益
- 9、归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润=净利润-少数股东损益-税后非经常性损益

（二）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），公司报告期内的净资产收益率和每股收益如下：

项目	报告期间	加权平均净资产收益率（%）	每股收益	
			基本每股收益（元/股）	稀释每股收益（元/股）
归属于母公司股东的净利润	2022 年 1-6 月	4.40	0.23	0.23
	2021 年度	16.05	0.74	0.74
	2020 年度	19.55	0.77	0.77

项目	报告期间	加权平均净资产 收益率(%)	每股收益	
			基本每股收益 (元/股)	稀释每股收益 (元/股)
	2019 年度	31.13	0.83	0.83
扣除非经常性损益后归属于 母公司股东的净利润	2022 年 1-6 月	3.48	0.18	0.18
	2021 年度	14.53	0.67	0.67
	2020 年度	17.30	0.68	0.68
	2019 年度	28.36	0.76	0.76

九、经营成果及盈利能力分析

报告期内，发行人盈利情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	18,406.97	46,184.64	35,649.95	40,984.71
营业成本	12,842.47	29,348.37	20,484.84	25,553.18
营业毛利	5,564.50	16,836.26	15,165.11	15,431.53
营业利润	3,491.20	11,440.51	12,014.35	11,345.65
利润总额	3,508.70	11,434.04	12,007.44	11,310.89
净利润	2,971.85	9,789.66	10,205.30	9,599.82
销售毛利率	30.23%	36.45%	42.54%	37.65%
销售净利率	16.15%	21.20%	28.63%	23.42%

(一) 营业收入分析

1、营业收入的构成与变动趋势

报告期内，发行人营业收入构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	18,115.67	98.42%	45,162.21	97.79%	34,150.75	95.79%	39,857.51	97.25%
其他业务收入	291.30	1.58%	1,022.43	2.21%	1,499.20	4.21%	1,127.19	2.75%
营业收入合计	18,406.97	100.00%	46,184.64	100.00%	35,649.95	100.00%	40,984.71	100.00%

公司营业收入包括主营业务收入和其他业务收入。其中，主营业务收入来自调味品、蔬菜制品及休闲食品销售；其他业务收入则为餐饮业务收入、废料销售、房屋租赁收入。报告期内公司专注主营业务，其收入占比分别为 97.25%、95.79%、97.79%以及 98.42%。

2019-2021 年度及 2022 年 1-6 月公司营业收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
营业收入	18,406.97	-8.36%	46,184.64	29.55%	35,649.95	-13.02%	40,984.71

注：2022 年 1-6 月变动比例系与去年同期数据比较结果

报告期内公司营业收入变动比例分别为-13.02%、29.55%以及-8.36%。除 2020 年度及 2022 年 1-6 月受**外部环境**影响收入水平有所下滑外，营业收入总体呈现增长趋势。公司营业收入来源主要为主营业务收入，其变动趋势原因分析如下：

（1）调味品市场规模迅速扩张

发行人的最终销售对象为食品制造企业、餐饮企业和家庭消费者，而上述客户群体规模的扩大、消费意愿的提升以及消费能力的增长使得调味品行业市场规模迅速扩张，进而带动发行人业绩增长。

一方面居民收入水平不断增长，消费者的餐饮消费结构迎来升级，对饮食风味的追求也在持续提高，我国消费者的人均调味品消费量正处在稳定上升期。未来，随着城镇化的进一步推进，人均可支配收入的持续提高，以及调味品产品结构的多样化和高端化，预计居民对各类调味品的需求还将保持快速增长。另一方面，我国餐饮市场长期保持快速发展，餐饮行业的整体收入从 2011 年的 20,543 亿元增长到 2021 年的 46,895 亿元，年均复合增长率达到 8.60%。随着现代社会生活节奏的加快以及居民收入水平的提高，消费者选择外出就餐、线上外卖的频率增加，餐饮市场整体规模有望保持快速增长。餐饮场景相较家庭场景更擅长也更倾向于使用大量调味品，因此下游餐饮行业的持续发展也为调味品行业提供了巨大的增量空间。

(2) 全方位的销售网络与高效的营销模式促进市场份额提升

公司在成都设立了营销中心,由专业销售团队对经销商进行指导和管理,以经销渠道为基础建立了覆盖广泛的营销网络。报告期各期末,公司经销商数量分别为 364 家、401 家、490 家以及 482 家,经销网络覆盖了全国 34 个省市,以及法国、澳大利亚等国家和地区。此外,公司积极与电商平台和食品企业展开直销合作,形成线上、线下结合的全方位、立体化销售网络。覆盖范围广泛的营销网络帮助公司构筑下沉能力极强的销售渠道,产品能够快速达到各个消费终端。

同时,公司在长期实践中形成了独特的营销模式,与经销商和终端客户形成了粘性极强的合作关系。在经销商方面,公司根据销售渠道、市场覆盖能力和市场需求情况来划定经销区域,定期对经销商进行业务回访、课程培训,推动经销商在么麻子体系内快速成长,达成深度绑定的业务关系。在终端客户方面,公司定期组织厨师开展厨师培训、厨师交流等一系列活动,通过向全国各地的厨师进行藤椒风味菜品的市场推广教育,不断扩大么麻子品牌在餐饮渠道的知名度,促进公司市场份额提升。

(3) 产品的独特风味与高品质奠定了公司的良好口碑

公司一直以来注重生产工艺的研发与改进,公司配备了先进的试验和检测设备,研发人员能够综合运用食品工程、食品安全与营养、食品分析与检验的设备进行技术和工艺的创新,充分发掘影响藤椒口感的风味要素,并据此开发各类新型复合调味产品。公司通过多年的探索和改良,在原有传统工艺的基础上引进先进工艺,形成了“闷制+鲜榨+超临界萃取”的藤椒油制作工艺。公司使用的三重工艺合理地控制藤椒处理过程中的温度、压力、含水量等指标,大幅提升藤椒等原材料的利用率,并且更好地激发了藤椒的麻味和清香,其产品深受消费者喜爱。

同时,公司高度重视产品的质量控制,在采购、生产、储存、销售的每一个环节均建立了严格的食品安全保障体系,从源头保障藤椒品质的稳定性、可控性。公司制定了可以量化的生产流程,减少调味品生产对传统经验的依赖,致力于推进藤椒油风味的标准化。自公司创立以来,“么麻子”牌藤椒油在各地市场抽检合格率均为 100%,从未发生任何重大的食品卫生事件,高质量已经成为公司品牌美誉度的有力保障,为公司奠定了良好口碑。

(4) 外部环境对公司短期业绩造成一定不利影响

2019 年 12 月以来,我国餐饮行业受**外部环境**影响明显,调味品作为与其密切关联的原材料,消费也受到一定抑制,导致公司 2020 年度营业收入略有下降。而 2022 年 1-6 月,全国多地**外部环境**对公司餐饮行业终端客户经营情况造成严重不利影响,一定程度导致公司当期业绩下滑。但随着**外部环境影响**的缓解和调味料大众消费品的刚需属性,**外部环境**对公司的负面影响可控,不会对业绩造成长期不利影响。同时,公司严格实施防护措施,生产经营未受到重大影响。

2、主营业务收入构成与变动分析

(1) 按产品类型划分

报告期内,公司主营业务按产品类型划分情况如下:

单位:万元

产品分类	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
调味油	16,913.83	93.37%	42,913.88	95.02%	32,955.05	96.50%	38,412.36	96.37%
木姜油	294.73	1.63%	554.21	1.23%	410.91	1.20%	468.04	1.17%
藤椒油	15,165.74	83.72%	39,961.86	88.49%	30,982.08	90.72%	36,553.21	91.71%
花椒油	1,256.81	6.94%	1,948.35	4.31%	1,372.75	4.02%	1,154.25	2.90%
熟香菜籽油	123.95	0.68%	244.94	0.54%	189.31	0.55%	236.86	0.59%
麻椒油	72.59	0.40%	204.52	0.45%	-	-	-	-
复合调味料	867.23	4.79%	1,358.88	3.01%	402.31	1.18%	349.41	0.88%
半固态类调味料	516.75	2.85%	588.75	1.30%	200.09	0.59%	199.57	0.50%
液态调味料	350.48	1.93%	770.13	1.71%	202.22	0.59%	149.84	0.38%
蔬菜制品	314.00	1.73%	792.46	1.75%	673.93	1.97%	720.30	1.81%
清水雅笋	314.00	1.73%	792.46	1.75%	673.93	1.97%	720.30	1.81%
休闲食品	20.61	0.11%	96.99	0.21%	119.46	0.35%	375.44	0.94%
钵钵鸡	17.05	0.09%	66.14	0.15%	111.03	0.33%	359.45	0.90%
方便自热火锅	-	-	-	-	-	-	3.60	0.01%
其他	3.56	0.02%	30.85	0.07%	8.43	0.02%	12.40	0.03%
合计	18,115.67	100.00%	45,162.21	100.00%	34,150.75	100.00%	39,857.51	100.00%

公司主营业务为调味料及食品销售,产品结构较为稳定。报告期内公司主营业务收

入主要来源于调味油，而藤椒油作为其中核心产品，报告期各年收入占比均超过 80%。复合调味料、蔬菜制品及休闲食品作为公司藤椒产品系列重要组成部分，丰富了藤椒产品集群，是主营业务收入的有益补充。

报告期内公司各产品类别收入多呈现先降后升的趋势，与主营业务收入变动趋势一致。

公司各主要产品类型收入变动情况及原因分析如下：

①调味油

报告期内公司调味油销售收入、销售数量及单价如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
收入（万元）	16,913.83	-21.17%	42,913.88	30.22%	32,955.05	-14.21%	38,412.36
销量（吨）	4,971.55	-25.42%	13,332.97	32.05%	10,096.58	-13.28%	11,642.43
销售单价（万元/吨）	3.40	5.66%	3.22	-1.39%	3.26	-1.07%	3.30

注：2022 年 1-6 月收入及销量变动比例系按照年化后金额计算

报告期各期，公司调味油销售收入变动主要由销量变动引起。其中 2020 年度受**外部环境**不利影响，销量有所下降，变动幅度为-13.28%，收入相应下降 14.21%。2021 年度**外部环境**不利影响逐步消除，公司业绩有所回升，调味油销量与收入分别增长 32.05%和 30.22%。而该类产品单价分别为 3.30 万元/吨、3.26 万元/吨以及 3.22 万元/吨，较为稳定。其中 2020 年度和 2021 年度销售单价略有下滑主要系向经销商返利比例提升所致。2022 年 1-6 月由于终端餐饮用户经营情况受**外部环境**影响，销量下滑 -25.42%，而为应对原材料上涨及销量下滑的等不利外部因素，公司当期对调味油产品进行价格调整，销售单价上升 5.66%。上述情况综合作用下，当期销售收入下降 21.17%

②复合调味料

报告期内公司复合调味料销售收入、销售数量及单价如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
收入（万元）	867.23	27.64%	1,358.88	237.77%	402.31	15.14%	349.41

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
销量（吨）	344.54	7.48%	641.16	283.50%	167.18	12.72%	148.32
销售单价（万元/吨）	2.52	18.73%	2.12	-11.93%	2.41	2.15%	2.36

注：2022 年 1-6 月收入及销量变动比例系按照年化后金额计算

2020 年度单价较为稳定，销量则有小幅增长，从而整体收入也增加 15.14%。2021 年度公司一方面推出了伴侣系列产品和汤锅产品等新品，另一方面针对已有产品新增适用不同场景、人群的规格，使得当期复合调味料产品销量大幅增长。同时由于产品结构的变动和市场拓展的需求，当期复合调味料的单价略有下降。在上述因素共同影响下，2021 年度复合调味料销售收入增长 237.77%。2022 年 1-6 月公司部分复合调味料新品销量上升，同时产品结构变动使得销售单价也有所提升，销售收入增长 27.64%。

③蔬菜制品

报告期内公司蔬菜制品销售收入、销售数量及单价如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
收入（万元）	314.00	-20.75%	792.46	17.59%	673.93	-6.44%	720.30
销量（吨）	82.40	-35.41%	255.15	26.87%	201.10	-12.02%	228.57
销售单价（万元/吨）	3.81	22.53%	3.11	-7.32%	3.35	6.34%	3.15

注：2022 年 1-6 月收入及销量变动比例系按照年化后金额计算

2020 年度销售收入下降 6.44%，一方面销量由于**外部环境**影响有所下降，另一方面产品单价由于促销力度下降略有提升，整体变动幅度较小。2021 年度由于返利比例提升以及下半年促销活动期间收入占比较高，从而单价有所下降，而当期销量增长 26.87%，从而整体销售收入增长 17.59%。2022 年 1-6 月蔬菜制品销量由于**外部环境**影响下降 35.41%，而销售单价则由于当期未开展促销活动而显著上升 22.53%，从而当期销售收入下降 20.75%。

④休闲食品

报告期内公司休闲食品销售收入、销售数量及单价如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
收入（万元）	20.61	-57.49%	96.99	-18.81%	119.46	-68.18%	375.44
销量（吨）	2.20	-66.17%	13.01	-6.67%	13.94	-76.15%	58.43
销售单价（万元/吨）	9.37	25.56%	7.46	-13.00%	8.57	33.40%	6.43

注：2022 年 1-6 月收入及销量变动比例系按照年化后金额计算

2020 年度休闲食品销量由于方便火锅完全停产且川航由于**外部环境**影响未订购钵钵鸡产品而大幅下滑，销售收入也随之下降 68.18%。2021 年由于钵钵鸡销量进一步下滑，当期销量略有下降，而随着钵钵鸡收入占比下降，产品结构变化，从而当期销售单价也下滑 13.00%。上述因素共同作用下，休闲食品当期销售收入下降 18.81%。2022 年 1-6 月公司休闲食品单价由于钵钵鸡产品销售占比上升而略有增长，但受销量大幅下滑的影响，整体收入下降 57.49%。

（2）主营业务收入按销售模式划分

公司产品销售包括经销、直销两种方式，其中经销渠道主要面向全国各地的餐饮、酒店和商超；直销渠道主要面向线上客户、食品加工企业、连锁商超及其他大型客户。报告期内公司主营业务收入按销售模式划分情况如下：

单位：万元

销售模式	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销模式	15,878.26	87.65%	41,832.45	92.63%	31,750.74	92.97%	38,040.19	95.44%
直销模式	2,237.41	12.35%	3,329.76	7.37%	2,400.01	7.03%	1,817.33	4.56%
合计	18,115.67	100.00%	45,162.21	100.00%	34,150.75	100.00%	39,857.51	100.00%

报告期内公司主营业务以经销模式为主，直销为辅。调味品及食品终端客户为个人消费者及餐饮酒店，具有数量众多、分布广泛而零散的特点。而经销模式可借助经销商在当地市场的优势，帮助公司产品及时下沉至餐饮酒店、社区超市、农贸批发市场等销售终端，广泛触及消费者，符合产品特点与行业惯例。

①经销模式

报告期内公司通过经销模式销售取得收入金额分别为 38,040.19 万元、31,750.74 万元、41,832.45 万元以及 15,878.26 万元，占主营业务收入比例分别为 95.44%、92.97%、92.63%以及 87.65%，基本保持稳定，是公司的主要销售模式。

②直销模式

在直销模式下，公司已经形成线上、线下结合的全方位、立体化销售网络。其中线下渠道主要面向采购金额较大的食品企业或连锁商超；线上渠道则主要包括在天猫、京东等第三方平台设立品牌直营店或在天猫超市、京东自营等电商平台入仓销售。报告期内，发行人直营模式下销售收入分别为 1,817.33 万元、2,400.01 万元、3,329.76 万元以及 2,237.41 万元，占比分别为 4.56%、7.03%、7.37%以及 12.35%，随着公司各销售渠道的开拓与推广而逐步增长。后续发行人也将进一步布局多渠道营销，探索创新销售模式，提升市场占有率与品牌知名度。

（3）主营业务收入按地区分类

报告期内公司主营业务收入中调味品及食品销售按地区分类情况如下：

单位：万元

地区	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年		2019 年	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
海外	70.98	0.39%	196.20	0.43%	85.15	0.25%	66.24	0.17%
东北	192.37	1.06%	991.24	2.19%	831.93	2.44%	903.77	2.27%
华北	1,183.94	6.54%	4,084.76	9.04%	3,077.01	9.01%	3,847.59	9.65%
华东	2,763.76	15.26%	6,664.35	14.76%	4,577.11	13.40%	4,819.30	12.09%
华南	787.82	4.35%	2,009.55	4.45%	1,389.04	4.07%	1,783.51	4.47%
华中	2,056.38	11.35%	4,289.58	9.50%	3,250.45	9.52%	3,550.07	8.91%
西北	1,098.51	6.06%	4,438.55	9.83%	3,287.59	9.63%	3,493.62	8.77%
西南	9,961.90	54.99%	22,487.98	49.79%	17,652.48	51.69%	21,393.42	53.67%
总计	18,115.67	100.00%	45,162.21	100.00%	34,150.75	100.00%	39,857.51	100.00%

注：通过网络平台进行的销售统一归入西南地区

报告期内公司销售区域以西南地区为主，收入占比分别为 53.67%、51.69%、49.79%以及 54.99%。调味品具有一定菜系粘性，川菜重视调味，尤以麻、辣味见长，因此也更加偏好使用藤椒油、花椒油等川味特色调味品。受上述饮食文化影响，公司销

售收入呈现出明显的区域性特征。报告期内公司立足西南，进一步开拓完善全国及海外市场，报告期内其他地区销售金额及占比呈现上升趋势。而 2022 年 1-6 月由于上海等地受区域性外部环境影响，对公司在相应地区的销售造成不利影响，导致其他地区销售收入占比有所回落。

（4）主营业务按季节分类

报告期内公司销售调味品及食品收入按季节划分情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年		2019 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一季度	8,176.22	45.13%	7,691.36	17.03%	6,378.84	18.68%	7,620.58	19.12%
二季度	9,939.45	54.87%	11,519.76	25.51%	3,394.64	9.94%	11,629.40	29.18%
三季度	N/A	N/A	11,828.87	26.19%	11,770.25	34.47%	8,945.31	22.44%
四季度	N/A	N/A	14,122.22	31.27%	12,607.03	36.92%	11,662.23	29.26%
合计	18,115.67	100.00%	45,162.21	100.00%	34,150.75	100.00%	39,857.51	100.00%

公司的销售有一定季节性。其中一季度为销售淡季，主要系受春节影响，厂商、经销商及物流配送商进入假期，导致发货量下降；二季度和四季度为销售旺季，其中二季度天气逐渐转炎热，而藤椒油具有“清、香、鲜、麻”的风味，被广泛应用于各类凉拌食品，消费者更倾向于在夏天食用，因此销量相对较大；四季度销量较高则主要系经销商为春节假期提前备货所致；三季度销量较为稳定，不存在明显季节性特征。而 2020 年度受外部环境影响，二季度销售量大幅下降，导致占比下降，三季度和四季度销售情况有所回升，占比反弹从而略高于以前年度。2021 年二季度收入占比有所回升，与 2019 年度不存在重大差异，而四季度由于 2022 年农历春节假期较早经销商提前备货从而收入占比较高，与公司实际经营情况相符。2022 年二季度收入占比较高，与公司经营模式和产品特性相符。

3、销售回款情况

（1）第三方回款

报告期内公司存在部分第三方回款情形，即回款账户主体与销售合同签署主体不一致的情形。报告期内，发行人销售回款具体情况如下：

单位：万元

类别	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一、客户账户回款	8,973.61	43.33%	21,560.50	39.37%	13,506.92	37.84%	10,357.09	21.84%
二、可接受的第三方回款情形	10,224.74	49.37%	30,962.43	56.54%	20,770.07	58.19%	20,494.86	43.22%
个体工商户经营者本人或直系亲属账户	9,914.96	47.87%	30,533.44	55.76%	19,890.93	55.73%	11,861.99	25.01%
公司制客户法人代表或实控人本人账户	309.78	1.50%	428.99	0.78%	824.69	2.31%	8,186.67	17.26%
同一实际控制人控制的其他企业账户	-	-	-	-	54.45	0.15%	446.19	0.94%
三、不一致的第三方回款情形	-	-	-	-	63.08	0.18%	15,531.79	32.75%
个体工商户非直系亲属账户	-	-	-	-	23.47	0.07%	2,219.35	4.68%
公司制客户直系亲属或非直系亲属账户	-	-	-	-	17.19	0.05%	12,274.86	25.88%
客户其他股东、董监高、员工账户	-	-	-	-	22.42	0.06%	618.99	1.31%
二级经销商、下游客户及其他账户	-	-	-	-	-	-	418.58	0.88%
四、其他类型的销售回款	1,513.44	7.31%	2,234.55	4.08%	1,352.36	3.79%	1,037.20	2.19%
展销中心、展会	49.80	0.24%	69.19	0.13%	85.67	0.24%	88.38	0.19%
网络销售	1,213.19	5.86%	1,781.00	3.25%	856.51	2.40%	723.76	1.53%
散客零星销售	250.45	1.21%	384.36	0.70%	410.17	1.15%	225.06	0.47%
合计	20,711.79	100.00%	54,757.48	100.00%	35,692.43	100.00%	47,420.94	100.00%

注：①展销中心、展会销售回款是指发行人通过公司展销中心对个人消费者或旅行团游客的销售回款或参与全国各地消费品展览会期间实现的销售回款；②网络销售是指发行人通过京东、天猫等网络渠道实现的销售回款；③散客零星销售是指部分客户因购买金额、购买频次较低而未与公司签署正式销售合同，该类客户所对应的销售回款。

经销商与发行人及其控股股东、实际控制人不存在实质或潜在关联关系，也不存在由发行人员工（含前员工）直接或间接控制、施加重大影响的情形。

由于经销商大多为个体工商户，部分通过家庭直系亲属代为支付货款，发行人与经销商所签订合同中未约定具体的回款账户。发行人 2019-2020 年存在由客户账户或个体工商户经营者本人账户以外的第三方回款情形，原因系发行人主要采取经销模式进行销售，其经销商数量众多且多为个体户或小型商贸企业。该类客户可能存在内部控制制度尚不完善，企业与经营者资金使用混同及家族化经营等特征。为支付便利，部分客户会以法

定代表人、经营者、股东、上述人员之近亲属、员工或关联企业的银行账户进行支付，从而形成第三方回款。

长期以来，公司通过建立经销商档案，对回款账户进行汇总整理等方式进行第三方回款的管理。2020 年，公司进一步规范控制第三方回款情形，向经销商发出《关于规范经销商回款账户管理的通知》，明确经销商需使用签订合同主体的对公账户或个体户实际经营者及其直系亲属个人账户进行打款，对于非自约定账户打入款项，采取退回重新打款的方式处理。2021 年 5 月，发行人向经销商发出《通知函》，要求经销商确定付款账户及银行信息，进行备案管理。针对公司制经销商，要求对方提供合同主体对应的对公账户进行备案；针对个体工商户经销商，要求提供合同主体对应的对公账户进行备案，如未开设对公账户，需以与公司签订合同主体的“个体户经营者”名义开立的个人账户或该个体经营者直系亲属所持个人账户进行备案。报告期各期，除客户账户、个体工商户经营者本人或直系亲属账户、公司制客户法人代表或实控人本人账户、同一实际控制人控制的其他企业账户和其他类型销售回款以外的不一致的第三方回款情形占销售回款总额的比例分别为 32.75%、0.18%、0.00%和 0.00%，占比较低且整体呈现下降的趋势。自 2021 年起，发行人已不存在客户账户、个体工商户经营者本人或直系亲属账户、公司制客户法人代表或实控人本人账户、同一实际控制人控制的其他企业账户和其他类型销售回款以外的不一致的第三方回款情形。

报告期各期第三方回款占同期营业收入的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
客户账户直接回款	8,973.61	48.75%	21,560.50	46.68%	13,506.92	37.89%	10,357.09	25.27%
第三方回款	10,224.74	55.55%	30,962.43	67.04%	20,833.15	58.44%	36,026.65	87.90%
其中：不一致的第三方回款	-	-	-	-	63.08	0.18%	15,531.79	37.90%

注：经销模式通常采用“先款后货”的结算方式，销售收入的确认较收到货款具有一定的滞后性，因而发行人及下列同行业可比公司的合计收款金额占营业收入的比例普遍高于 100%。

由上表可见，报告期内发行人第三方回款占营业收入的比例分别为 87.90%、58.44%、67.04%及 55.55%，占比整体呈下降趋势。且随着发行人加强第三方回款的整

改规范措施，自 2021 年起发行人已不存在不一致的第三方回款情形。

经查阅以经销模式为主的调味品或食品饮料上市公司的招股说明书，天味食品（603317）、仲景食品（300908）、养元饮品（603156）等均存在第三方回款情况，其占比情况如下：

①天味食品

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
客户账户直接回款	44,345.82	31.39%	30,081.56	28.22%	23,881.36	24.27%
第三方回款	114,599.21	81.11%	93,053.38	87.31%	87,234.39	88.66%

②仲景食品

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
客户账户直接回款	37,467.12	107.22%	61,406.69	97.75%	50,915.08	96.14%	46,841.52	90.65%
第三方回款	3,971.27	11.36%	6,065.19	9.66%	6,156.53	11.62%	10,680.88	20.67%

③养元饮品

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
客户账户直接回款	60,594.92	16.53%	131,771.10	14.81%	124,968.10	13.71%	154,686.16	18.72%
第三方回款	388,290.74	105.90%	860,574.24	96.69%	877,496.48	96.25%	937,652.93	113.49%

报告期内发行人第三方回款占营业收入的比例低于天味食品、养元饮品，高于仲景食品，位于合理可控范围内。

发行人采用“先款后货”为主的结算方式，经销商预付的货款（包括经销商对公账户支付货款及客户经营者、实控人及其亲属、员工等内部人员第三方账户支付货款）均

有明确对应的客户合同主体，经销商的订单在下单前需经发行人财务人员检查其预付货款是否充足，预付货款余额足以覆盖订单金额后方可安排发货，发货对象均为预付货款所对应的客户，第三方回款与实际销售勾稽一致。

公司第三方回款相关的销售合同、银行回单、销售凭证、发货单、物流承运单、签收单（2019 年度以对账单形式确认）等原始单据保存完整，不存在虚构交易的情形。发行人与报告期内涉及第三方回款的绝大部分客户及付款人签署业务关系确认函，确认回款金额、时间、回款方与合同主体关系及销售回款真实性、不存在货款归属纠纷。报告期内，第三方回款具有真实性及可验证性，回款资金流、实物流与合同约定及商业实质一致，销售循环内部控制有效。

发行人不存在关联方资金回款虚增收入的情形，也不存在对经销商提供财务支持的情形。

经核查，报告期内公司与客户未发生过因第三方账户回款引起的纠纷，保荐机构及申报会计师认为公司关于客户收款的内部控制是健全有效的，相关收入真实且可验证，相关交易的资金流、实物流与合同约定及商业实质一致，符合证监会《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关规定。

（2）现金收款

公司报告期内公司现金收款情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
现金收款金额（含税）	7.67	38.26	66.42	262.36
销售收款总额	20,806.51	54,638.47	35,971.06	47,831.28
占比	0.04%	0.07%	0.18%	0.55%

报告期内公司存在零星现金收款，主要原因为：①公司展销中心直接面对散客或旅游团等个人消费者，个别客户直接以现金进行支付；②个别位于洪雅地区的客户进行小额采购时公司送货上门，为方便付款而进行现金结算；③德元楼提供的餐饮服务部分以现金进行结算。2019-2021 年度以及 2022 年 1-6 月公司现金收款额分别为 262.36 万元、66.42 万元、38.26 万元以及 7.67 万元，占销售收款总额比例分别为 0.55%、0.18%、0.07% 以及 0.04%，总体占比较低且呈现逐年下降趋势。

公司针对现金收款执行严格的管理及监控措施并已建立健全相关内部控制措施及财务管理制度，报告期内公司现金收款占比逐年下降，公司相关制度的完善与管理措施已见成效。

（3）个人卡收款

① 个人卡销售收款基本情况

报告期内公司存在个人卡收款情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
个人卡收款金额（含税）	-	-	-	1,940.85
销售收款总额	20,806.51	54,638.47	35,971.06	47,831.28
占比	-	-	-	4.06%

公司经销商客户中存在大量个体工商户及小型商贸企业，为便利客户回款，同时考虑到银行对公业务受营业时间限制，影响收款的及时性，公司以出纳李志香的名义办理了一张个人卡用于公司资金收付业务。其中个人卡收款主要是销售回款及公司银行账户转入以购买理财产品款项；个人卡付款则为少量销售退款、购买理财产品以及转入公司银行账户，未用于其他生产经营相关支出。公司将该个人卡视同公司银行账户进行严格监控与管理：对该个人卡资金收付进行了及时、完整的财务及税务处理，个人卡的密码、网银账户信息、实体卡由公司保管。为提升业务经营规范性，加强收入回款内部管理，公司已于2019年4月23日已完成该个人卡注销，对个人卡收款情形进行了彻底清理与规范。

② 个人卡收款发生额及占比

报告期内公司个人卡各类收款发生金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售收款	-	-	-	-	-	-	1,940.85	19.44%
理财产品赎回本金及收益	-	-	-	-	-	-	7,947.42	79.61%
内部转款	-	-	-	-	-	-	95.00	0.95%

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	-	-	-	-	-	-	9,983.27	100.00%

③ 个人卡收款相关交易真实性与内控制度

报告期内公司个人卡收款相关交易均真实且有内外部凭证支撑，具体如下：

A.销售收款

该个人卡主要用途为收取经销商预付货款。通常财务部根据相应期间收款规模和频率定期打印银行流水，一般周期为 2-3 天，并依据银行流水对销售收款逐笔开具收据并进行财务处理。每季度末，公司会向客户发出对账单以核对期末预收款余额及当期销售货物情况。因此，使用个人卡预收货款交易的主要内部凭证为财务部开具的收据；外部凭证为该个人卡银行资金流水对应项目以及每季度由客户核对并签署寄回的对账单。

B.赎回理财产品

报告期内公司存在使用该个人卡中余额购买理财产品的情形。就此公司已严格按照相关内部控制制度履行审批流程，该类交易可依据内部审批单据（如适用）及该个人卡银行资金流水对应项目确认真实性

C.内部转款

内部转款系公司出于资金使用安排将款项在个人卡与发行人内部其他银行账户间转账。该类交易可依据该个人卡银行资金流水对应项目确认其真实性。

在个人卡使用期间，公司针对个人卡相关交易已建立健全相关内控制度并有效执行，包括：

a.日常管理：个人卡的密码、网银账户信息、实体卡由公司保管，并遵循职责分离原则由不同人员分别管理上述关键信息或实物；

b.现金余额管理：针对个人卡现金管理活动，公司采取与公司银行账户现金管理活动相同的管理方式，根据购买理财产品规模履行严格的审批手续；

c.会计及税务处理：财务部根据相应期间收款规模和频率定期打印银行流水，依据银行流水进行财务处理，确保对该个人卡的销售回款进行了及时、完整的账务处理。在

此基础上，公司根据个人卡收取资金对应的销售收入全额按税法相关规定进行了所得税与流转税的申报。

4、收入确认凭证获取及签收情况

① 基本情况

发行人主要销售模式为线下经销模式，该模式下公司具体收入确认政策为在发货并取得客户书面签收文件时确认收入。

2019 年度公司根据不同区域距离预估货物运输时间与收货时点并基于此进行收入确认。公司的预估原则具体如下：

- A. 发至西北、东北、西藏等偏远地区的货物预计运输时间为八天（包括发货当日）；
- B. 对于发至华北、华东的货物预计运输时间为四至五天（包括发货当日）；
- C. 发出到川渝地区的货物预计运输时间为一至两天（包括发货当日）；
- D. 发至昆明、西安及贵州的货物预计运输时间三天（包括发货当日）；
- E. 发至其他地区的货物预计运输时间四天（包括发货当日）

上述预估原则系公司根据运输距离、转运需求、前期经验及客户反馈收货情况预估得出，具有合理性与准确性。

2019 年末及后续期间，发行人开始要求经销商在签收单上签字并由物流公司带回给发行人。由于签收单措施在 2019 年末开始逐步规范，报告期内存在签收单缺失或签收信息不齐全的情况。

② 相关内部控制情况

报告期前期，公司针对未能取得收入确认凭证或签收信息不完整的情况建立了与境内经销商（不包括港澳台地区）定期对账制度。每季度末公司财务部根据当期发货明细及财务信息记录统计本季度向某客户销售货物的名称、数量、规格、含税销售额以及预收款余额制作对账单并发送给客户，客户确认无误后签署并加盖公章寄回，由财务部不同人员分别进行核对与复核。报告期内未出现客户数据与公司对账单数据存在不符的情形。通过上述定期对账机制，公司可合理保证收入确认相关财务信息真实、完整、可靠，有效防止相关舞弊或错误风险。

2019 年末，公司开始逐步建立健全签收单机制，公司随货附上签收单并由物流公司在客户签收后带回；同时公司仍保留了前述与客户定期对账的制度，每季度与境内经销商针对当期销售情况进行核对确认。

综上，公司报告期内不存在相关内控缺陷，也不存在虚增收入情形，公司已建立健全并有效执行客户签收制度，相关内控瑕疵已逐步消除。同时，申报会计师天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）已出具《内部控制鉴证报告》（天职业字[2022] 39775-1 号），注册会计师认为发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2022 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的与财务报告有关的内部控制。

5、实际控制人与供应商及客户实际控制人资金往来情况

①与发行人供应商实际控制人资金往来

报告期前，自然人甘启彬由于生意周转所需向实际控制人之一赵跃军借款 50 万元，并约定每月支付利息 5,000 元，上述借款已于 2019 年 11 月 27 日归还。2019 年 1 月 9 日，甘启彬由于临时资金周转，向实际控制人之一龚万芬借款 200 万元，2019 年 1 月 15 日，甘启彬已偿还该借款并支付 1 万元利息。甘启彬系发行人供应商四川和盛包装印务有限公司实际控制人，报告期各期公司向该供应商采购包装材料金额分别为 97.15 万元、77.30 万元、126.74 万元以及 67.11 万元。

②与发行人客户前实际控制人资金往来

2020 年 3 月 6 日，自然人李双全由于家庭变故向实际控制人之一赵跃军借款 10 万元，截至本招股说明书签署之日尚未归还。李双全系发行人客户河南李双全餐饮管理有限公司原实际控制人，2020 年 10 月 21 日，李双全已将持有该公司股权全部转让。报告期各期公司向该客户销售金额分别为 4.52 万元、5.84 万元、0.00 万元以及 0.00 万元。

上述资金往来系个人借款，与公司业务无关，不存在实际控制人替公司代垫成本费用、虚增收入或其他利益输送情形。

6、其他业务收入的具体内容

报告各期，公司其他业务收入具体内容如下：

单位：万元

序号	项目	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
		金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
1	废料销售收入	284.34	97.61	1,001.46	97.95	1,478.82	98.64	711.49	63.12
2	餐饮业务收入	-	-	-	-	-	-	410.45	36.41
3	房屋租赁收入	6.95	2.39	16.76	1.64	13.19	0.88	2.48	0.22
4	其他	0.01	0.00	4.21	0.41	7.14	0.48	2.77	0.25
合计		291.30	100.00	1,022.43	100.00	1,499.15	100.00	1,127.19	100.00

发行人其他业务收入主要包括，废料销售收入、餐饮业务收入和房租租赁收入。

其中废料销售收入来源于公司生产炼油过程中产生的废料椒壳对外销售；餐饮业务收入系报告期内子公司德元楼的经营收入，德元楼已于2019年10月处置不再属于合并范围；房租租赁收入为公司将坐落于眉山市洪雅县止戈镇五龙村19号房屋出租给洪雅县德元楼餐饮有限公司以及洪雅县藤椒文化博物馆的房屋租赁收入。

报告期内，发行人椒壳销售情况如下：

年度	序号	客户名称	销售量(吨)	销售价格(万元/吨)	销售收入(万元)	销售利润(万元)	是否与发行人及其董事、监事、高级管理人员存在关联关系	是否与发行人及其董事、监事、高级管理人员存在亲属关系
2022年1-6月	1	成都麻之川农产品有限公司	183.59	1.42	259.95	226.07	否	否
	2	洪雅县三好百货经营部	1.00	1.37	1.37	1.19	否	否
	合计		184.59	1.42	261.32	227.26		
2021年度	1	成都麻之川农产品有限公司	183.01	1.77	323.92	298.95	否	否
	2	汉源县有举花椒种植专业合作社	50.45	2.30	116.08	105.31	否	否
	3	莱芜市莱城区蔺全顺百货店	55.54	1.20	66.84	59.80	否	否
	4	中牟县汪老三干调商行	27.69	2.30	63.71	57.80	否	否
	5	洪雅县速丰藤椒种植专业合作社	27.45	2.30	63.16	57.30	否	否
	6	汉源县广盛花椒种植专业合作社	25.06	2.30	57.66	52.31	否	否

年度	序号	客户名称	销售量(吨)	销售价格 (万元/吨)	销售收入 (万元)	销售利润 (万元)	是否与发 行人及其董 事、高级管 理人员存在 关联关系	是否与发 行人及其董 事、高级管 理人员存在 亲属关系
		作社						
	7	洪雅县三好百 货经营部	25.52	1.82	46.54	43.30	否	否
	8	汉源县攀普宏 达家庭农场	19.41	2.27	44.12	41.66	否	否
	9	垄绿科技(广 东)有限公司	2.04	1.77	3.61	3.23	否	否
	合计		416.17	1.89	785.65	719.66		
2020 年度	1	洪雅县东风渔 业专业合作社	653.91	0.91	597.76	511.46	否	否
	2	洪雅县速丰藤 椒种植专业合作社	220.68	0.90	198.14	147.19	否	否
	3	莱芜市凯耀经 贸有限公司	152.03	0.88	134.54	115.25	否	否
	4	周海	71.78	1.24	88.93	81.01	否	否
	5	张彦军	68.78	1.15	79.13	71.53	否	否
	6	中牟县汪老三 千调商行	78.31	0.98	79.96	70.02	否	否
	7	成都麻之川农 产品有限公司	57.46	1.15	66.10	58.81	否	否
	8	李成	23.60	1.15	27.15	24.55	否	否
	9	安居区分水镇 兄弟椒香园	30.28	0.88	26.80	22.95	否	否
	10	莱芜市莱城区 蔺全顺百货店	28.53	0.92	26.26	22.64	否	否
	11	合阳县姚氏花 椒色选厂	23.00	0.97	22.39	19.19	否	否
	12	汉源县有举花 椒种植专业合作社	12.00	0.92	11.04	9.52	否	否
	13	姚博博	8.84	1.06	9.39	8.41	否	否
	合计		1,610.07	0.85	1,370.80	1,165.74		
2019 年度	1	杨瑞和	76.22	1.50	114.67	106.25	否	否
	2	吴晗	80.20	1.29	103.11	94.26	否	否
	3	李国彬	30.45	2.30	70.06	66.70	否	否
	4	汪恩择	51.44	1.31	67.37	61.69	否	否
	5	周海	48.21	1.27	61.44	56.11	否	否
	6	黄兴	45.02	1.12	50.20	45.23	否	否

年度	序号	客户名称	销售量(吨)	销售价格 (万元/吨)	销售收入 (万元)	销售利润 (万元)	是否与发行人及其董事、监事、高级管理人员存在关联关系	是否与发行人及其董事、监事、高级管理人员存在亲属关系
	7	吕晓丽	27.37	1.50	41.18	38.15	否	否
	8	王俊涛	25.20	1.52	38.36	35.58	否	否
	9	吕国华	25.06	1.50	37.70	34.93	否	否
	10	张彦军	24.09	1.15	27.71	25.05	否	否
	11	高小平	23.79	1.15	27.37	24.74	否	否
	12	程从德	18.20	1.27	23.19	21.18	否	否
	15	刘燕平	6.45	1.33	8.56	7.85	否	否
	16	谭世荣	3.82	1.50	5.75	5.33	否	否
	合计		485.52	1.39	676.67	623.07		

椒壳客户采购椒壳的主要用途为制作饲料、肥料，制作泡脚产品。

（二）营业成本分析

1、营业成本的构成情况

报告期内，发行人营业成本及构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	12,798.77	99.66%	29,103.51	99.17%	20,103.27	98.14%	25,185.01	98.56%
其他业务成本	43.71	0.34%	244.86	0.83%	381.57	1.86%	368.16	1.44%
营业成本合计	12,842.47	100.00%	29,348.37	100.00%	20,484.84	100.00%	25,553.18	100.00%

报告期内公司营业成本呈先升后降趋势，与收入变动趋势一致。其主要组成部分为主营业务成本，占营业成本比例分别为 98.56%、98.14%、99.17%以及 99.66%，与公司收入结构基本一致。

2、主营业务成本按产品构成分析

报告期内，公司主营业务成本分业务情况如下：

单位：万元

产品分类	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
调味油	11,795.68	92.16%	27,120.36	93.19%	19,152.54	95.27%	23,971.79	95.18%
木姜油	202.76	1.58%	356.46	1.22%	259.52	1.29%	243.36	0.97%
藤椒油	10,389.51	81.18%	24,880.68	85.49%	17,434.65	86.73%	22,488.46	89.29%
花椒油	1,043.11	8.15%	1,510.25	5.19%	1,295.64	6.44%	1,050.14	4.17%
熟香菜籽油	121.33	0.95%	242.55	0.83%	162.74	0.81%	189.84	0.75%
麻椒油	38.98	0.30%	130.41	0.45%	-	-	-	-
复合调味料	689.20	5.38%	1,141.06	3.92%	287.42	1.43%	235.25	0.93%
半固态类调味料	380.91	2.98%	496.50	1.71%	139.54	0.69%	143.24	0.57%
液态调味料	308.29	2.41%	644.56	2.21%	147.89	0.74%	92.01	0.37%
蔬菜制品	303.12	2.37%	780.84	2.68%	576.79	2.87%	560.07	2.22%
清水雅笋	303.12	2.37%	780.84	2.68%	576.79	2.87%	560.07	2.22%
休闲食品	10.77	0.08%	61.25	0.21%	86.52	0.43%	417.90	1.66%
钵钵鸡	8.78	0.07%	46.21	0.16%	80.34	0.40%	411.08	1.63%
方便自热火锅	-	-	-	-	-	-	6.82	0.03%
其他	1.98	0.02%	15.04	0.05%	6.18	0.03%	-	-
合计	12,798.77	100.00%	29,103.51	100.00%	20,103.27	100.00%	25,185.01	100.00%

公司主营业务成本按产品类型划分与收入结构基本一致，其变动趋势也与主营业务收入一致。

3、主营业务成本项目构成分析

公司的产品生产环节按照直接材料、直接人工、制造费用、包装材料及运输费用归集成本。各类别内容及核算方式如下：

①直接材料

根据企业生产情况，各项产品均为单独生产，不与其他产品联合生产，因此直接材料根据产品类别按实际领用数量归集。

②人工费用与制造费用

公司设置独立车间生产不同类别产品，因此人工费用和制造费用按照各车间实际发

生额分配至各产品大类,再按产品重量或其他合理方法分别将上述费用分配至各明细产品。

③ 包装材料

根据企业生产情况,各项产品均为单独包装,因此系按照各产品实际领用包装材料数量归集。

④ 运输费用

2020 年度,公司开始执行新收入准则,将运输费用调整至营业成本核算。公司按照各产品直接材料、人工费用、制造费用及包装材料金额比例对运输费用进行分摊。

报告期内主营业务成本按项目构成情况如下:

单位:万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	9,278.82	72.50%	21,102.35	72.51%	14,942.85	74.33%	20,332.25	80.73%
直接人工	337.41	2.64%	755.30	2.60%	556.20	2.77%	615.55	2.44%
制造费用	923.88	7.22%	1,588.66	5.46%	662.44	3.30%	550.29	2.18%
包装材料	1,737.72	13.58%	4,413.60	15.17%	3,116.87	15.50%	3,686.92	14.64%
运费	520.93	4.07%	1,243.60	4.27%	824.92	4.10%	-	-
合计	12,798.77	100.00%	29,103.51	100.00%	20,103.27	100.00%	25,185.01	100.00%

2019-2021 年度以及 2022 年 1-6 月,直接材料占主营业务成本比例分别为 80.73%、74.33%、72.51%以及 72.50%,其中 2020 年度由于主要原材料鲜藤椒价格持续下降,直接材料占比有所下降。2021 年度主要原材料价格上升导致直接材料成本发生额大幅增长,但由于涨幅略低于其他项目,占比反略有下降。2022 年 1-6 月占比则较为稳定。

报告期各期直接人工占比分别为 2.44%、2.77%、2.60%以及 2.64%,较为稳定。

报告期内制造费用占比分别为 2.18%、3.30%、5.46%以及 7.22%,其中 2020 年度占比上升原因主要系机物料费用上升导致设备更新维修费用增加及直接材料占比下降导致的结构性增长。2021 年度占比进一步上升则系联合厂房及辅助用房于 2020 年末转固,折旧费用大幅上升。2022 年 1-6 月占比上升至 7.22%,一方面系 2021 年下半年有部分新购置的机器设备及转固的在建工程从而折旧金额增长;另一方面水电气费单价有

所上升。

报告期各期公司包装材料占比分别为 14.64%、15.50%、15.17%以及 13.58%，其金额随营业收入而波动，占比基本稳定。2022 年 1-6 月由于下降幅度较其他项目更大，占比略有下滑。

2020 年度公司开始执行新收入准则，将运费作为履约成本调整至营业成本核算，关于运费发生额分析请参见招股说明书本节之“九、经营成果及盈利能力分析”之“（四）期间费用分析”之“1、销售费用”。

4、主营业务成本中各类直接材料及包装材料的具体内容、金额、单价、数量

报告期各期，主营业务成本中各类直接材料及包装材料的具体内容、金额、单价、数量如下：

项目	明细类别	计量单位	2022年1-6月			2021年		
			金额(万元)	数量	单价(元)	金额(万元)	数量	单价(元)
直接材料	菜籽油	吨	5,029.22	5,104.92	9,851.72	11,736.02	13,742.58	8,539.89
	鲜藤椒	吨	2,182.62	1,793.16	12,171.97	5,506.13	5,378.94	10,236.46
	鲜红花椒	吨	361.44	197.08	18,340.29	520.92	323.25	16,114.95
	竹笋	吨	132.97	13.87	95,883.28	431.06	43.68	98,686.37
	超临界萃取油	吨	-	-	-	-	-	-
	干藤椒(注1)	吨	1,074.19	193.81	55,424.24	2,117.40	394.02	53,737.75
	其他材料(注2)	\	490.30	\	\	790.82	\	\
	小计		9,270.74			21,102.35		
包装材料	瓶类	万个	925.04	999.69	0.93	2,193.39	2,539.95	0.86
	纸箱	万个	272.72	113.97	2.39	871.98	294.77	2.96
	铁听	万个	230.25	34.30	6.71	569.77	88.72	6.42
	商标签	万张	149.07	987.99	0.15	405.16	2,506.04	0.16
	其他材料(注3)	万个、卷	166.08	1,299.08	0.13	373.30	3,251.54	0.11
	小计		1,743.16	3,435.03	0.51	4,413.60	8,681.02	0.51
项目	明细类别	计量单位	2020年			2019年		
			金额(万元)	数量	单价(元)	金额(万元)	数量	单价(元)
直接材料	菜籽油	吨	7,903.05	10,316.60	7,660.52	9,238.02	11,785.92	7,838.18
	鲜藤椒	吨	4,097.95	4,013.34	10,210.82	5,802.16	4,371.70	13,271.48
	鲜红花椒	吨	497.90	242.46	20,534.94	468.82	141.29	33,182.38
	竹笋	吨	355.04	35.34	100,472.03	403.99	41.97	96,258.18

项目	明细类别	计量单位	2022年1-6月			2021年		
			金额(万元)	数量	单价(元)	金额(万元)	数量	单价(元)
	超临界萃取油	吨	397.88	31.80	125,137.08	4,013.99	216.15	185,695.45
	干藤椒(注1)	吨	1,449.55	255.95	56,634.01	-	-	-
	其他材料(注2)	\	241.48	\	\	405.50	\	\
	小计		14,942.85			20,332.25		
包装材料	瓶类	万个	1,674.52	1,990.47	0.84	1,877.46	2,205.15	0.85
	纸箱	万个	490.63	231.14	2.12	579.37	265.80	2.18
	铁听	万个	344.77	60.04	5.74	504.54	81.39	6.20
	商标签	万张	340.69	2,000.60	0.17	394.07	2,185.35	0.18
	其他材料(注3)	万个、卷	266.25	2,609.97	0.10	331.48	3,430.09	0.10
	小计		3,116.87	6,892.23	0.45	3,686.92	8,167.78	0.45

注：1、2020年和2021年新增原材料干藤椒，而超临界萃取油数量减少，原因是2020年公司超临界萃取油生产线投产，以干藤椒为原材料自产超临界萃取藤椒油，因此营业成本中外购和委外加工的超临界萃取油数量大幅减少；2、直接材料中的其他材料主要系半固态类调味料、液态调味料、蔬菜制品和休闲食品等需耗用的油脂类原料（如猪油、鸡油及牛油等）、泡菜、酱油、食用醋、香料及香精等多种原料品种，类别及核算单位繁多，且单类金额较小，故未进一步细分；3、包装材料中的其他材料系瓶盖、包装袋和其他金额较小的包材，类别及核算单位繁多，故未进一步细分。

(三) 毛利及毛利率分析

报告期内公司综合毛利与毛利率水平如下:

单位: 万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	18,406.97	46,184.64	35,649.95	40,984.71
营业成本	12,842.47	29,348.37	20,484.84	25,553.18
毛利	5,564.50	16,836.26	15,165.11	15,431.53
毛利率	30.23%	36.45%	42.54%	37.65%

报告期内公司毛利金额分别为 15,431.53 万元、15,165.11 万元、16,836.26 万元以及 5,564.50 万元。综合毛利率分别为 37.65%、42.54%、36.45%以及 30.23%，保持了较高水平，体现了公司较强的市场竞争力、品牌优势与成本管控能力。

1、主营业务毛利构成与变动情况

报告期内公司分产品类型毛利构成与变动情况如下:

单位: 万元

产品分类	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
调味油	5,118.15	96.26%	15,793.52	98.35%	13,802.51	98.26%	14,440.57	98.42%
木姜油	91.98	1.73%	197.75	1.23%	151.39	1.08%	224.68	1.53%
藤椒油	4,776.23	89.83%	15,081.18	93.91%	13,547.43	96.44%	14,064.75	95.86%
花椒油	213.70	4.02%	438.10	2.73%	77.11	0.55%	104.11	0.71%
熟香菜籽油	2.63	0.05%	2.39	0.01%	26.57	0.19%	47.03	0.32%
麻椒油	33.61	0.63%	74.11	0.46%	-	-	-	-
复合调味料	178.03	3.35%	217.82	1.36%	114.89	0.82%	114.16	0.78%
半固态类调味料	135.84	2.55%	92.25	0.57%	60.55	0.43%	56.32	0.38%
液态调味料	42.19	0.79%	125.57	0.78%	54.34	0.39%	57.83	0.39%
蔬菜制品	10.88	0.20%	11.62	0.07%	97.15	0.69%	160.23	1.09%
清水雅笋	10.88	0.20%	11.62	0.07%	97.15	0.69%	160.23	1.09%
休闲食品	9.85	0.19%	35.74	0.22%	32.94	0.23%	-42.46	-0.29%
钵钵鸡	8.27	0.16%	19.93	0.12%	30.68	0.22%	-51.63	-0.35%
方便自热火锅	-	-	-	-	-	-	-3.23	-0.02%

产品分类	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
其他	1.58	0.03%	15.81	0.10%	2.25	0.02%	12.40	0.08%
合计	5,316.90	100.00%	16,058.70	100.00%	14,047.49	100.00%	14,672.50	100.00%

2019-2021 年度以及 2022 年 1-6 月公司主营业务毛利主要来源于调味油产品的销售, 该部分业务贡献的毛利占主营业务毛利比例分别为 98.42%、98.26%、98.35%以及 96.26%, 金额随着业务收入变动趋势而波动。复合调味料、蔬菜制品毛利金额较低。2019 年度, 休闲食品毛利金额为负, 原因为其主营产品钵钵鸡重点面向大型航空公司销售, 其采购量较大且公司为开发维护此类大型客户, 给予一定价格优惠从而导致售价偏低。同时非洲猪瘟导致猪肉替代品鸡肉需求量增长, 使得钵钵鸡主要原材料鸡肉价格大幅上涨, 单位成本上升。2020 及以后年度非洲猪瘟对单位成本的不利影响逐渐消除, 毛利转为正数。

总体而言公司主营业务毛利结构较为稳定, 与业务重心及收入结构一致。

2、主营业务毛利率结构及变动情况分析

(1) 分产品类别毛利率分析

公司分业务类别毛利率情况如下:

产品分类	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	增减比例	毛利率	增减比例	毛利率	增减比例	毛利率
调味油	30.26%	-6.54%	36.80%	-5.08%	41.88%	4.29%	37.59%
木姜油	31.21%	-4.47%	35.68%	-1.16%	36.84%	-11.16%	48.00%
藤椒油	31.49%	-6.25%	37.74%	-5.99%	43.73%	5.25%	38.48%
花椒油	17.00%	-5.49%	22.49%	16.87%	5.62%	-3.40%	9.02%
熟香菜籽油	2.12%	1.14%	0.98%	-13.06%	14.04%	-5.82%	19.85%
麻椒油	46.30%	10.06%	36.24%	N/A	-	-	-
复合调味料	20.53%	4.50%	16.03%	-12.53%	28.56%	-4.11%	32.67%
半固态类调味料	26.29%	10.62%	15.67%	-14.59%	30.26%	2.04%	28.22%
液态调味料	12.04%	-4.26%	16.30%	-10.57%	26.87%	-11.73%	38.60%
蔬菜制品	3.46%	1.99%	1.47%	-12.95%	14.41%	-7.83%	22.25%
清水雅笋	3.46%	1.99%	1.47%	-12.95%	14.41%	-7.83%	22.25%

产品分类	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	增减比例	毛利率	增减比例	毛利率	增减比例	毛利率
休闲食品	47.78%	10.93%	36.85%	9.28%	27.57%	38.88%	-11.31%
钵钵鸡	48.49%	18.36%	30.13%	2.50%	27.64%	42.00%	-14.36%
方便自热火锅	-	N/A	-	N/A	-	N/A	-89.79%
其他	44.36%	-6.88%	51.24%	24.50%	26.74%	-73.26%	100.00%
合计	29.35%	-6.21%	35.56%	-5.58%	41.13%	4.32%	36.81%

2019-2021 年度以及 2022 年 1-6 月,公司主营业务毛利率分别为 36.81%、41.13%、35.56%以及 29.35%。藤椒油作为主要产品其毛利率变动导致整体毛利率变动。报告期内主营业务毛利率随菜籽油及鲜藤椒等原材料价格变动而呈现先增后降的趋势,但总体仍保持了较高水平,公司主要产品毛利率变动情况及原因分析如下:

①调味油

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动/增减比例	金额	变动/增减比例	金额	变动/增减比例	金额
销售单价(万元/吨)	3.40	5.66%	3.22	-1.39%	3.26	-1.07%	3.30
单位成本(万元/吨)	2.37	16.88%	2.03	7.23%	1.90	-7.87%	2.06
毛利率	30.26%	-6.54%	36.80%	-5.08%	41.88%	4.29%	37.59%

2019-2021 年度以及 2022 年 1-6 月,调味油毛利率分别为 37.59%、41.88%、36.80%以及 30.26%,随藤椒油产品毛利率变动呈现先升后降的趋势。其中调味油产品单价随返利比例提升而逐年下降,但基本保持稳定。2022 年 1-6 月由于公司对产品进行提价,销售单价略有上升。单位成本则先降后升,主要原因分析如下:

A. 原材料价格变动

a. 鲜藤椒

报告期各期鲜藤椒含税采购单价变化情况如下:

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	单价	同比增幅	单价	同比增幅	单价	同比增幅	单价
藤椒(元/公斤)	6.74	-52.93%	14.32	51.78%	9.43	-23.80%	12.38

报告期各期公司鲜藤椒采购单价分别为 12.38 元/公斤、9.43 元/公斤、14.32 元/公斤以及 6.74 元/公斤，其中 2020 年度有所下降，而 2021 年显著回升。鲜藤椒价格受气候、土壤、供需情况等多种因素影响，采购价格波动较大。报告期前期鲜藤椒价格逐年下降的原因主要为：（1）种植规模扩大，产量提升；（2）2020 年度受**外部环境**影响，鲜藤椒需求萎缩，价格进一步下滑。2021 年度鲜藤椒价格上升则系前期藤椒价格持续下行，种植户减产所致。2022 年 1-6 月鲜藤椒采购价大幅下降，主要系 2022 年度藤椒丰产，同时下游需求受**外部环境**影响较大所致。

b. 菜籽油

公司菜籽油主要供应商为成都市新兴粮油有限公司，公司通常于每年集中生产前根据市场价格择机与其签订采购合同并锁定当年采购价格，如后续采购量超出合同约定，则参考最新市场价格签订新的采购合同。2019-2020 年度菜籽油平均采购价格较为稳定。2021 年度菜籽油大宗商品市场价格波动，发行人采购均价有所上升，具体如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	单价	同比增幅	单价	同比增幅	单价	同比增幅	单价
菜籽油（元/吨）	12,148.55	14.23%	10,635.52	36.98%	7,764.30	0.80%	7,702.78

报告期菜籽油公开市场价格及公司主要菜籽油采购合同签订时间及情况如下：

单位：元/吨



资料来源：Wind 资讯

注：图中橘黄色竖线代表公司主要菜籽油采购合同签订时间

由上表可见，公司于 2020 年度菜籽油价格低点与供应商签订合同，后由于菜籽油用量较大，于当年 7 月末新签订采购合同，价格略有上升，导致 2020 年平均采购价格与 2019 年度相比略有提升。2021 年度及 2022 年 1-6 月菜籽油价格持续攀升，公司采购价格亦有显著上涨。总体而言，菜籽油公开市场价格与公司菜籽油采购模式及价格变动情况一致。

综上，2020 年度公司菜籽油采购价格较为稳定，鲜藤椒采购价格则显著下降，导致调味油产品单位成本有所下降。2021 年度主要原材料鲜藤椒和菜籽油价格均有上扬，从而公司单位材料成本随之增长，毛利率有所下滑。2022 年 1-6 月菜籽油价格持续上涨，而鲜藤椒采购价虽有下降，但由于公司夏季集中生产、半成品跨期使用的业务模式，当期销售的调味油产品使用 2021 年度所生产的半成品，即原材料成本仍体现为 2021 年度鲜藤椒的价格高位，从而当期单位直接材料成本进一步上升。而公司当期虽已对产品价格进行调整，但针对调价前已预付货款所进行的销售，仍需执行原销售价格，因此调价的影响尚未完全体现，当期毛利率下降至 30.26%。

B. 生产工艺变化

2019 年度，公司会于藤椒油集中生产期间加入外购超临界萃取藤椒基础油统一调整产成品麻度，而 2020 年由于鲜藤椒价格下降，公司改为前期大量投入鲜藤椒调整麻度。由于鲜藤椒单价显著低于外购超临界萃取藤椒基础油价格，当期藤椒油单位成本进一步下降。

C. 制造费用增长

2020 年底公司部分联合厂房及辅助用房转固，导致 2021 年制造费用中相关固定资产折旧费用显著上升，进一步推高单位成本。2021 年下半年公司新购置机器设备，部分在建工程陆续转固，同时当期水电气等能源价格有所上涨，从而 2022 年 1-6 月单位制造费用进一步提升。

②复合调味料

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动/增减比例	金额	变动/增减比例	金额	变动/增减比例	金额
销售单价（万元/吨）	2.52	18.73%	2.12	-11.93%	2.41	2.15%	2.36
单位成本（万元/吨）	2.00	12.38%	1.78	3.52%	1.72	8.39%	1.59
毛利率	20.53%	4.50%	16.03%	-12.53%	28.56%	-4.11%	32.67%

2020 年度由于产品结构变动，复合调味料单价与单位成本均有增长，但由于单位成本上涨比例更大，从而毛利率下降 4.11%。2021 年度公司为推广复合调味料新产品，加大促销力度，销售单价下滑显著；另一方面，原材料价格的上涨与生产设备的购置推高单位成本，导致当期毛利率下降 12.53%。2022 年 1-6 月由于产品结构变动，销售单价上升 18.73%，但由于单位成本涨幅不及单价，毛利率仅小幅提升至 20.53%。

③蔬菜制品

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动/增减比例	金额	变动/增减比例	金额	变动/增减比例	金额
销售单价（万元/吨）	3.81	22.53%	3.11	-7.32%	3.35	6.34%	3.15
单位成本（万元/吨）	3.68	20.22%	3.06	6.70%	2.87	17.05%	2.45
毛利率	3.46%	1.99%	1.47%	-12.95%	14.41%	-7.83%	22.25%

2020 年度清水雅笋毛利率下降 7.83%，一方面由于竹笋泡发程度不同导致单位成本有所回升，变动比例为 17.05%；另一方面当期清水雅笋单价则由于公司促销力度下降而略有提升。2021 年度，由于返利比例提升以及促销活动期间收入占比较高，单价下降 7.32%。而单位成本则由于泡发率较低进一步上升，综合上述因素影响，当期清水雅笋毛利率下降至 1.47%。2022 年 1-6 月蔬菜制品销售单价和单位成本变动趋势一致，变动幅度相近，从而当期毛利率仅小幅上升 1.99%。

④休闲食品

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动/增减比例	金额	变动/增减比例	金额	变动/增减比例	金额
销售单价（万元/吨）	9.37	25.56%	7.46	-13.00%	8.57	33.40%	6.43

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动/增减比例	金额	变动/增减比例	金额	变动/增减比例	金额
单位成本 (万元/吨)	4.89	3.86%	4.71	-24.14%	6.21	-13.20%	7.15
毛利率	47.78%	10.93%	36.85%	9.28%	27.57%	38.88%	-11.31%

2020 年度休闲食品毛利率由于单位成本下降和销售单价的上升而有所反弹，一方面方便自热火锅全面停产停售，不再对整体毛利率产生不利影响；另一方面受**外部环境**影响，四川航空大幅减少售价较低的钵钵鸡产品采购量。2021 年度公司休闲食品单价和单位成本由于产品结构的变动均有大幅下降，但由于单位成本下降幅度更高从而毛利率增长至 36.85%。2022 年 1-6 月休闲食品中单价及毛利率均较高的钵钵鸡产品占比提升，从而休闲食品毛利上升至 47.78%。

（2）分销售模式毛利率分析

报告期各期公司分销售模式毛利率情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经销模式	28.45%	34.86%	40.78%	36.85%
直销模式	35.71%	44.32%	45.75%	36.10%
合计	29.35%	35.56%	41.13%	36.81%

2019-2021 年度以及 2022 年 1-6 月，公司经销模式下毛利率分别为 36.85%、40.78%、34.86%以及 28.45%，与公司主营业务毛利率变动趋势一致。直销模式下毛利率分别为 36.10%、45.75%、44.32%以及 35.71%。其中 2019 年度直销模式下毛利率较低主要系销售给四川航空股份有限公司钵钵鸡产品毛利率较低。2020 年度及 2021 年度四川航空受**外部环境**影响减少航线餐食供应，从而钵钵鸡产品采购金额大幅下降，公司直销模式下毛利率有所回升。而 2021 年度线上销售金额与比例有所增长，该销售模式下产品定价相对较高，从而拉高了直销模式整体毛利率。2022 年 1-6 月公司经销及直销毛利率均随整体经营情况而略有下滑。上述期间直销模式下毛利率变动情况与主营业务整体毛利率变动情况不存在重大差异。总体而言公司直销模式下毛利率高于经销模式下毛利率。

3、主要原材料价格变动对毛利率的敏感性分析

公司产品的主要原材料为鲜藤椒及菜籽油，其价格变动将对公司经营成果及盈利水平造成较大影响。以 2020 年度财务及业务数据为基准，假设：

① 公司购入的鲜藤椒及菜籽油均用于生产藤椒油；

② 公司半成品及产成品出库采取先进先出法计价，即当年原材料价格变动仅影响当期新生产藤椒油产品价格；

③ 当期销售的藤椒油产品成本中鲜藤椒和菜籽油原材料成本占比稳定。

则公司主营业务毛利对原材料价格敏感性分析结果如下：

（1）鲜藤椒

单位：万元

项目	原材料价格变动比例									
	-40%	-30%	-20%	-10%	-5%	5%	10%	20%	30%	40%
营业成本变动金额	-407.03	-305.27	-203.52	-101.76	-50.88	50.88	101.76	203.52	305.27	407.03
营业成本变动比例	-1.99%	-1.49%	-0.99%	-0.50%	-0.25%	0.25%	0.50%	0.99%	1.49%	1.99%
利润总额变动金额	407.03	305.27	203.52	101.76	50.88	-50.88	-101.76	-203.52	-305.27	-407.03
利润总额变动比例	3.39%	2.54%	1.69%	0.85%	0.42%	-0.42%	-0.85%	-1.69%	-2.54%	-3.39%
净利润变动金额	345.98	259.48	172.99	86.49	43.25	-43.25	-86.49	-172.99	-259.48	-345.98
净利润变动比例	3.39%	2.54%	1.70%	0.85%	0.42%	-0.42%	-0.85%	-1.70%	-2.54%	-3.39%
毛利率增减百分比	1.14%	0.86%	0.57%	0.29%	0.14%	-0.14%	-0.29%	-0.57%	-0.86%	-1.14%

（2）菜籽油

单位：万元

项目	原材料价格变动比例									
	-40%	-30%	-20%	-10%	-5%	5%	10%	20%	30%	40%
营业成本变动金额	-719.47	-539.60	-359.74	-179.87	-89.93	89.93	179.87	359.74	539.60	719.47
营业成本变动比例	-3.51%	-2.63%	-1.76%	-0.88%	-0.44%	0.44%	0.88%	1.76%	2.63%	3.51%
利润总额	719.47	539.60	359.74	179.87	89.93	-89.93	-179.87	-359.74	-539.60	-719.47

项目	原材料价格变动比例									
	-40%	-30%	-20%	-10%	-5%	5%	10%	20%	30%	40%
变动金额										
利润总额变动比例	5.99%	4.49%	3.00%	1.50%	0.75%	-0.75%	-1.50%	-3.00%	-4.49%	-5.99%
净利润变动金额	611.55	458.66	305.78	152.89	76.44	-76.44	-152.89	-305.78	-458.66	-611.55
净利润变动比例	5.99%	4.49%	3.00%	1.50%	0.75%	-0.75%	-1.50%	-3.00%	-4.49%	-5.99%
毛利率增减百分比	2.02%	1.51%	1.01%	0.50%	0.25%	-0.25%	-0.50%	-1.01%	-1.51%	-2.02%

4、与同行业上市公司毛利率比较分析

报告期内，发行人与同行业上市公司毛利率比较情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
丁点儿食品	未披露	未披露	未披露	44.68%
千禾味业	35.37%	40.38%	43.85%	46.21%
天味食品	35.26%	32.22%	41.49%	37.29%
恒顺醋业	35.48%	37.58%	40.76%	45.32%
海天味业	36.63%	38.66%	42.17%	45.44%
平均值	35.68%	37.21%	42.07%	43.79%
发行人	30.23%	36.45%	42.54%	37.65%

由于各公司所处细分业务领域、产品结构、业务规模差异，其毛利率也有一定差异。总体而言，公司与可比公司毛利率差异较小。至 2020 年度，公司销售毛利率与可比公司平均水平已基本接近，体现了公司较强的市场竞争力与成本管理能力。2021 年度可比公司毛利率较上年呈现下滑趋势，与公司变动情况一致。2022 年 1-6 月可比公司中除天味食品毛利率有所上升外，其他同行业上市公司毛利率均有不同程度下降，总体变动趋势与发行人一致。

（四）期间费用分析

报告期内发行人期间费用情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年		2019 年	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
销售费用	1,316.05	7.15%	3,285.02	7.11%	2,340.38	6.56%	3,352.82	8.18%
管理费用	819.67	4.45%	1,782.85	3.86%	1,241.56	3.48%	1,244.44	3.04%
研发费用	486.25	2.64%	1,093.84	2.37%	696.24	1.95%	386.66	0.94%
财务费用	2.38	0.01%	20.20	0.04%	111.12	0.31%	0.24	0.00%
合计	2,624.34	14.26%	6,181.92	13.39%	4,389.30	12.31%	4,984.17	12.16%

2019-2021 年度以及 2022 年 1-6 月，发行人期间费用率分别为 12.16%、12.31%、13.39%以及 14.26%，报告期各期期间费用率总体较为稳定。其中销售费用率 2020 年度有所下降，主要系根据新收入准则将运输费用作为履约成本调整至营业成本进行核算所致，而 2021 年度有所回升则系职工薪酬与业务宣传费增长；2019-2021 年度管理费用率较为稳定，而 2022 年 1-6 月管理费用率有所上升则主要系部分费用项目为固定成本，由于规模效应其不会随收入增减而同比变动；研发费用率受各研发项目进度影响较大，总体随着公司日益重视研发活动而逐年增长；报告期内财务费用发生额总体较低，对公司经营情况影响较小。

1、销售费用

报告期内，公司各期销售费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	647.33	49.19%	1,419.78	43.22%	984.99	42.09%	718.60	21.43%
业务宣传费	258.35	19.63%	1,135.40	34.56%	670.10	28.63%	979.26	29.21%
差旅费	137.31	10.43%	330.46	10.06%	241.62	10.32%	204.64	6.10%
网络销售费	211.26	16.05%	226.87	6.91%	243.73	10.41%	190.54	5.68%
折旧	10.36	0.79%	50.49	1.54%	73.06	3.12%	97.47	2.91%
办公费	21.71	1.65%	44.37	1.35%	40.42	1.73%	35.22	1.05%
包装费	7.00	0.53%	15.88	0.48%	22.88	0.98%	24.32	0.73%
运输费	4.36	0.33%	6.43	0.20%	14.66	0.63%	1,029.96	30.72%
其他	18.38	1.40%	55.35	1.68%	48.92	2.09%	72.82	2.17%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	1,316.05	100.00%	3,285.02	100.00%	2,340.38	100.00%	3,352.82	100.00%

报告期内公司销售费用分别为 3,352.82 万元、2,340.38 万元、3,285.02 万元以及 1,316.05 万元。2020 年度公司开始适用《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号），运输费用作为合同履约成本计入营业成本，不再在销售费用中核算。同时受**外部环境**影响，公司暂停各项会务活动，导致销售费用金额出现大幅下降。2021 年度公司开始大幅开展电视节目与广告宣传，当期业务宣传费有所增长；同时由于销售人员人数大幅增长，职工薪酬也增长显著，从而当期销售费用大幅上升。销售费用主要由职工薪酬、业务宣传费、差旅费、网络销售费和运输费构成。报告期内上述项目合计占比分别为 93.15%、92.08%、94.94%以及 95.64%。

（1）职工薪酬

报告期内公司职工薪酬分别为 718.60 万元、984.99 万元、1,419.78 万元以及 647.33 万元，总体呈逐年上升趋势，主要系公司业务扩张，销售人员增多且人员平均工资略有提升。职工薪酬占销售费用比例分别为 21.43%、42.09%、43.22%以及 49.19%。2020 年度由于销售费用总额大幅下降，职工薪酬占比有所增长。2021 年度，随着公司销售人员规模的扩大与薪酬水平的提升，职工薪酬的金额与占比进一步提升。

（2）业务宣传费

业务宣传费主要包括营销及推广活动相关费用，报告期各期发生额分别为 979.26 万元、670.10 万元、1,135.40 万元以及 258.35 万元。其中 2020 年度略有回落，主要系受**外部环境**影响，公司的各项会务活动取消；2021 年度，公司新增大额广告及电视宣传节目制作服务费，业务宣传费有所增长。2022 年 1-6 月受**外部环境**影响，公司业务宣传规模有所缩减，业务宣传费也有所下降。

为提升区域内销售业绩，部分经销商报告期内曾协助发行人进行宣传推广活动，具体情况如下：

① 厨师宣传活动

公司开展厨师活动时存在与相关区域经销商协商后确定活动主题，并与经销商共同

拟定邀请参会人员名单的情况。针对上述情形，公司与经销商一般费用分担原则为：如参会人员为公司自行邀请，则由公司承担交通、食宿、门票等全部费用；如参会人员系经销商推荐并邀请，则经销商与公司商议一致后承担相关人员单程交通费用。该部分交通费通常由经销商直接支付或经销商支付全部交通费后凭相关采购及付款凭证向公司报销公司应承担部分。剩余食宿及其他活动相关费用仍由公司承担。

实际操作中，2020 年度受**外部环境**影响，公司减少厨师活动开展次数，又由于经销商受**外部环境**影响经营情况不佳，因此发行人当年未要求经销商按上述约定承担单程交通费，而是自行承担了厨师活动全部费用。报告期内其余期间均按照前述原则进行费用分担。

公司将应承担费用部分计入销售费用-业务宣传费。

② 店铺招牌广告

公司每年年初制定提供店铺招牌营销方式的初步计划与预算，销售人员在市场推广过程中基于人流量、视觉效果、产品匹配度等因素选择恰当广告位（不限于经销商的店铺），选定后与店主沟通使用么麻子宣传图片作为店铺招牌，协商一致后聘请当地广告公司进行制作。在此过程中由于经销商对当地情况较为熟悉，会协助发行人进行相关沟通对接工作，但不会与发行人共同承担相关费用。公司将店铺招牌广告费计入销售费用-业务宣传费

（3）差旅费

报告期内公司差旅费发生额分别为 204.64 万元、241.62 万元、330.46 万元以及 137.31 万元，占销售费用比例分别为 6.10%、10.32%、10.06%以及 10.43%，随销售规模扩大而逐年增长，2020 年度一方面为提升业绩，降低**外部环境**带来的不利影响，销售人员差旅增多，另一方面销售费用总额有所下降，导致占销售费用比例略有上升。2021 年度随营销力度的增加与销售人数量的上升，差旅费金额进一步增长。2022 年 1-6 月受**外部环境**影响，销售人员差旅频率下降，费用规模也相应减小。

（4）网络销售费

网络销售费为公司通过线上渠道销售时向平台支付的互联网信息服务及相关软件、技术与运营支持服务费用。报告期内该项目发生额分别为 190.54 万元、243.73 万元、226.87 万元以及 211.26 万元，其中 2020 年度随线上渠道实现的销售收入有所增长，而

2021 年度公司减少向第三方采购网络销售相关服务转而组建内部电商销售团队，因此网络销售费小幅下滑。2022 年 1-6 月公司新增小红书、美团等销售推广渠道，发生部分佣金及服务费用；同时公司加大宣传力度，新增短视频及直播团队，发生部分设备及拍摄费用，从而当期网络销售费有所增长。

（5）运输费

公司承担将产品运输至客户的相关费用，包括运输、装卸费用或快递费用。报告期内运输费发生额分别为 1,029.96 万元、14.66 万元、6.43 万元以及 4.36 万元。2020 年度公司开始执行《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号），将运输费用作为合同履约成本计入营业成本，销售费用中仅核算向客户寄送样品的快递费等。报告期内运输费与销售收入变动方向与趋势一致，具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
运输费用	526.74	1,259.70	853.25	1,029.96
营业收入	18,406.97	46,184.64	35,649.95	40,984.71
占比	2.86%	2.73%	2.39%	2.51%

注：2020 年起运输费用已根据新收入准则作为履约成本计入营业成本，一并在进行列示与比较

（6）与同行业公司对比分析

报告期内公司与同行业公司销售费用率对比情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
丁点儿食品	未披露	未披露	未披露	11.06%
千禾味业	14.27%	20.15%	16.94%	22.78%
天味食品	15.42%	19.47%	20.05%	13.95%
恒顺醋业	13.87%	18.15%	13.29%	17.28%
海天味业	5.08%	5.43%	5.99%	10.93%
平均值	12.16%	15.80%	14.07%	15.20%
发行人	7.15%	7.11%	6.56%	8.18%

2019-2021 年度及 2022 年 1-6 月公司销售费用率与可比公司相比水平较低，主要系职工薪酬和业务宣传相关费用率较低。上述明细项目对比分析如下：

①职工薪酬

报告期各期公司和可比公司职工薪酬占营业收入比例情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
丁点儿食品	未披露	未披露	未披露	5.52%
千禾味业	6.93%	6.82%	9.24%	8.42%
天味食品	5.09%	4.75%	2.95%	3.23%
恒顺醋业	5.20%	5.41%	4.43%	4.45%
海天味业	2.50%	2.57%	3.03%	3.21%
平均值	4.93%	4.89%	4.91%	4.97%
发行人	3.52%	3.07%	2.76%	1.75%
差异	1.41%	1.81%	2.15%	3.21%

2019-2021 年度以及 2022 年 1-6 月，公司计入销售费用的职工薪酬占营业收入比重分别为 1.75%、2.76%、3.07%以及 3.52%，较可比公司低约 1.5%-3%。主要原因系公司销售人员数量相对较少，单位销售人员贡献的营业收入较高。

②业务宣传相关费用

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
丁点儿食品	未披露	未披露	未披露	2.18%
千禾味业	6.12%	11.88%	6.05%	6.21%
天味食品	8.44%	11.61%	12.63%	6.23%
恒顺醋业	7.91%	11.53%	7.33%	6.81%
海天味业	1.40%	1.81%	2.13%	4.34%
平均值	5.97%	9.21%	7.04%	5.16%
发行人	1.40%	2.46%	1.88%	2.39%
差异	4.57%	6.75%	5.16%	2.77%

注 1：丁点儿食品业务宣传相关费用包括广告宣传费、营销会议费、营销咨询费及渠道建设费

注 2：千禾味业业务宣传相关费用包括促销及广告宣传费

注 3：天味食品 2019-2021 年度业务宣传相关费用包括广告费、业务宣传费及促销费；2022 年 1-6 月业务宣传相关费用包括广告费、市场费及会务费

注 4：恒顺醋业业务宣传相关费用包括广告费及促销费

注 5：海天味业 2019 年度业务宣传相关费用包括广告费及促销费，2020 年度及后续期间包括广告费。

注 6：发行人业务宣传相关费用包括业务宣传费

报告期各年发行人业务宣传相关费用占营业收入比例分别为 2.39%、1.88%、2.46% 以及 1.40%，分别较可比公司平均水平低 2.77%、5.16%、6.75%以及 4.57%。造成上述差异的原因为公司前期主要面向餐饮行业终端客户，从而主要通过举办厨师宣传活动及少量墙体、电视、纸质媒体和店铺招牌广告的方式营销，业务宣传活动规模相对较小。2019 年度公司开始大规模使用门禁及电梯广告宣传方式，但整体费用水平仍较低；2020 年度业务宣传费较为稳定，但受**外部环境**影响公司减少厨师宣传活动开展频率，相关费用金额大幅下降，导致当年业务宣传相关费用占比有所下降。2021 年度公司业务宣传相关费用率虽因为新增广告与电视节目宣传费而略有增长，但变动幅度较低，而千禾味业、恒顺醋业加大广告宣传和促销力度，业务宣传相关费用率有所提升。2022 年 1-6 月千禾味业、天味食品及恒顺醋业业务宣传相关费用率由于营销策略转变、**外部环境**影响等原因略有回落，与 2020 年度水平接近，但仍显著高于发行人。

2、管理费用

报告期内，公司各期管理费用如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	345.29	42.13%	748.56	41.99%	539.59	43.46%	702.33	56.44%
中介机构费	36.10	4.40%	128.86	7.23%	196.48	15.83%	200.77	16.13%
折旧及摊销	194.03	23.67%	353.81	19.85%	170.60	13.74%	102.98	8.28%
员工股权激励费用	75.70	9.23%	202.52	11.36%	116.16	9.36%	-	-
办公费	28.60	3.49%	68.54	3.84%	40.25	3.24%	42.64	3.43%
差旅费	16.53	2.02%	31.94	1.79%	26.31	2.12%	46.51	3.74%
业务招待费	2.25	0.27%	13.80	0.77%	10.39	0.84%	18.18	1.46%
维修费	39.14	4.77%	11.95	0.67%	8.11	0.65%	9.87	0.79%
商标代理费	-	-	11.65	0.65%	19.27	1.55%	23.28	1.87%
开办费	13.55	1.65%	67.22	3.77%	-	-	-	-
其他	68.49	8.36%	144.00	8.08%	114.38	9.21%	97.88	7.87%
合计	819.67	100.00%	1,782.85	100.00%	1,241.56	100.00%	1,244.44	100.00%

报告期内公司管理费用发生额分别为 1,244.44 万元、1,241.56 万元、1,782.85 万元以及 819.67 万元，占销售收入比例分别为 3.04%、3.48%、3.86%以及 4.45%。总体较为稳定且其金额随业务规模扩大略有增长。

公司管理费用主要由职工薪酬、中介机构费用、折旧及摊销、员工股权激励费用、商标代理费及其他构成，上述项目合计占比分别达 90.58%、93.15%、89.15%以及 87.79%。

(1) 职工薪酬

2019-2021 年度公司管理人员薪酬发生额分别为 702.33 万元、539.59 万元、748.56 万元以及 345.29 万元，占管理费用比例分别为 56.44%、43.46%、41.99%以及 42.13%。其中 2020 年度公司分立出市场企划部及综合部并明确其服务于营销职能的定位，因此该部门人员工资从管理费用转入销售费用。同时公司剥离德元楼，其部分员工成本不再计入管理费用，导致该年度职工薪酬水平大幅下降。2021 年度薪酬发生额则随着管理人员人数与工资水平的提升而有所增长，但由于当期营业收入也有显著增长，因此其占营业收入比例较为稳定。2022 年 1-6 月职工薪酬总额略有下降，但总体较为稳定。

(2) 中介机构费用

报告期内中介机构费用分别为 200.77 万元、196.48 万元、128.86 万元以及 36.10 万元，呈现逐年下降的趋势，主要与公司 IPO 工作阶段与进展相关。2020 年度及后续期间，公司部分中介机构费用系与发行权益性证券直接相关的新增外部费用，可从未来股票发行溢价中扣减，因此无需计入费用而计入其他流动资产。

(3) 折旧及摊销

折旧及摊销系各项办公设备及无形资产发生的折旧及摊销费用，报告期各期发生额分别为 102.98 万元、170.60 万元、353.81 万元以及 194.03 万元，其中 2020 年度折旧与摊销额上升主要系当期土地规模扩张，无形资产账面价值增长较大，导致计入管理费用的折旧及摊销费用有所增长。2021 年度及 2022 年 1-6 月折旧与摊销发生额进一步增长主要系厂房工程中部分行政辅助用房转固，折旧额有所上升。

(4) 员工股权激励费

报告期内公司进行了两次股权激励，具体情况如下：

①2019 年度

2019 年 12 月 2 日，发行人召开临时股东会，审议通过了股权激励相关议案，同意通过员工持股平台洪雅聚才向公司的管理人员、技术骨干、优秀员工与公司顾问等共计 34 人实施股权激励。2019 年 12 月 30 日，公司与全部被激励对象签订《股权激励协议》。

本次股权激励计划由龚万芬向被激励对象转让股份共计 269.2 万股，对应股权比例 2.04%，转让价格为 5.00 元/股。根据公司最近一次新增股东网聚投资的入股价格 7.2 元/股确认股权的公允价值。协议约定的服务期限为协议签署日起至首次公开发行股票并上市后 3 年。根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的相关规定，本次系按权益结算的股权激励，股份支付的相关费用将在 2020 年度开始确认并在等待期内进行分摊。

2020 年，林琪峻、胡异和吴勇明先后从公司离职，根据《股权激励协议》退出了员工持股平台，并将份额转让给了实际控制人之一赵麒。2020 年 9 月 10 日，林琪峻将其所持 1.20 万元出资份额以共计 6.1190 万元的价格转让给赵麒，转让单价为 5.0992 元/份额；胡异将其所持 2.00 万元出资份额以共计 10.1984 万元的价格转让给赵麒，转让单价为 5.0992 元/份额；上述份额转让后，林琪峻和胡异不再持有合伙企业的份额并将退伙。2020 年 12 月 28 日，吴勇明将其所持 2.00 万元出资份额以共计 10.2151 万元的价格转让给赵麒，转让单价为 5.1076 元/份额，上述份额转让后，吴勇明不再持有合伙企业的份额并退伙。

2020 年 12 月 31 日，公司根据 IPO 进程预计等待期为 5 年，预计可行权股份数量 264 万股，共确认股份支付费用 116.16 万元。

2021 年 12 月 31 日，公司根据 IPO 最新进程对等待期估计进行调整，预估的等待期调整为 6 年，剩余股份支付相关费用在剩余摊销年限 5 年中进行分摊，对前期估计不进行追溯调整。②2020 年度

2020 年 11 月 5 日，公司召开 2020 年度第二次临时股东大会，审议通过《关于实施公司股权激励计划的议案》，同意通过员工持股平台洪雅聚才股权投资中心（有限合伙）向公司的管理人员、技术骨干及优秀员工等共计 33 人实施股权激励。2020 年 12 月 24 日，公司与全部被激励对象签订《股权激励协议》。

本次股权激励计划由龚万芬向被激励对象转让股份共计 264.8 万股，对应股权比例 2.01%，转让价格为 6.00 元/股。根据沃克森出具的沃克森国际评报字（2021）第 0109 号股权价值评估报告，以 8.83 元/股作为股权的公允价值。协议约定的服务期限为协议

签署日起至首次公开发行股票并上市后 3 年，锁定期届满后每年解锁的股份不超过 25%。根据 IPO 进程公司估计第一批（25%）可解锁股份的等待期为 4.5 年，后三批可解锁股份的等待期分别为 5.5 年、6.5 年和 7.5 年。根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的相关规定，本次系按权益结算的股权激励，股份支付相关费用将于 2021 年度开始确认并在等待期内进行分摊。

2021 年度上述两次股权激励合计确认股份支付相关费用 202.52 万元。

2022 年 1-6 月上述两次股权激励合计确认股份支付相关费用 75.70 万元。

（5）商标代理费

商标代理费系申请公司各项商标、驰名商标，以及为防止侵权注册的类似名称商标费用。报告期商标代理费分别为 23.28 万元、19.27 万元、11.65 万元以及 0.00 万元，整体呈现逐年下降的趋势，主要系公司统一进行商标注册，注册后有效期较长，属一次性发生。

（6）其他

管理费用中其他项下主要包括劳保费、水电费及通讯费等，各年发生额较为稳定。

（7）与同行业公司对比分析

报告期内公司与同行业公司管理费用率对比情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
丁点儿食品	未披露	未披露	未披露	7.87%
千禾味业	3.22%	3.38%	3.63%	3.98%
天味食品	4.53%	5.43%	4.33%	3.70%
恒顺醋业	4.81%	6.61%	5.86%	6.32%
海天味业	1.48%	1.58%	1.59%	1.46%
平均值	3.51%	4.25%	3.85%	4.67%
发行人	4.45%	3.86%	3.48%	3.04%

同行业可比公司管理费用率根据公司经营规模、业务模式等略有差异，总体而言发行人管理费用率与同行业水平不存在重大差异。

3、研发费用

报告期内，公司主要研发项目的费用支出及实施进度情况如下：

单位：万元

项目名称	项目预算	研发费用				实施进度
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
藤椒精深加工关键技术优化及示范	1,544.31	213.99	384.19	-	-	进行中
多麻度多香味藤椒系列产品的开发及应用	60.00	21.71	-	-	-	进行中
复合调味料产品开发及中试生产	403.18	148.01	233.41	-	-	进行中
藤椒味鲜复合调味料新产品开发及中试生产	127.70	1.41	117.48	164.48	-	进行中
藤椒复合调味料产品开发及菜品应用	200.00	101.13	282.50	-	-	进行中
鲜藤椒保鲜技术开发及小试生产	30.00	-	13.31	-	-	已完成
藤椒火锅底料产品开发及中试生产	100.00	-	62.94	-	-	已完成
调味油（藤椒油、花椒油）产品研究以及应用	200.00	-	-	200.68	-	已完成
调味酱新产品开发及应用	173.00	-	-	331.09	-	已完成
复合调味油项目	150.00	-	-	-	161.91	已完成
复合调味料新产品开发及小试生产	150.00	-	-	-	224.75	已完成
合计		486.25	1,093.84	696.24	386.66	

公司对各项产品工艺的不断改进与创新，重视研发工作，报告期内研发费用发生额逐年上升，其构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
材料及设备费	101.41	20.86%	151.41	13.84%	107.89	15.50%	48.26	12.48%
人工费	240.79	49.52%	548.96	50.19%	334.63	48.06%	272.34	70.43%
折旧及摊销	42.04	8.65%	96.13	8.79%	62.76	9.01%	5.19	1.34%
能源费	3.79	0.78%	35.80	3.27%	49.00	7.04%	14.74	3.81%
委外研发费	41.48	8.53%	115.70	10.58%	40.39	5.80%	-	-
咨询费	4.18	0.86%	16.64	1.52%	35.52	5.10%	-	-

差旅费	9.16	1.88%	34.80	3.18%	11.66	1.67%	12.95	3.35%
专利注册费	-	-	47.17	4.31%	22.43	3.22%	0.88	0.23%
其他	43.38	8.92%	47.22	4.32%	31.98	4.59%	32.32	8.36%
合计	486.25	100.00%	1,093.84	100.00%	696.24	100.00%	386.66	100.00%

公司与同行业可比公司研发费用率对比情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
丁点儿食品	未披露	未披露	未披露	1.39%
千禾味业	2.86%	2.88%	2.67%	2.91%
天味食品	1.30%	1.29%	1.29%	1.49%
恒顺醋业	3.37%	4.15%	2.87%	2.89%
海天味业	2.88%	3.09%	3.12%	2.97%
平均值	2.60%	2.85%	2.49%	2.33%
发行人	2.64%	2.37%	1.95%	0.94%

公司重视对研发项目的投入，报告期研发费用金额与占比均逐年上升。2019 年度公司研发费用率较可比公司略低，主要受各具体研发项目进度影响；2020 年度研发费用率与可比公司差异逐渐缩小。2021 年度及 2022 年 1-6 月，发行人研发费用率进一步上升。

4、财务费用

报告期内，公司各期财务费用如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利息支出	6.31	15.90	110.19	-
减：利息收入	3.53	5.38	4.65	3.82
汇兑损益	-1.88	1.21	2.00	-0.57
加：其他支出	1.48	8.47	3.58	4.63
合计	2.38	20.20	111.12	0.24

2019 年度公司财务费用发生额较低，主要为利息收入和其他支出。2020 年度公司

考虑**外部环境**可能对现金流造成不利影响,向银行申请取得短期借款,导致大额利息支出,财务费用出现增长。公司 2020 年度银行借款及利息费用情况如下:

单位:万元

银行名称	借款金额	执行利率	计息天数	应计利息
中国邮政储蓄银行洪雅县支行	800.00	3.8500%	265	22.67
	200.00	3.8500%	280	5.99
中国农业银行洪雅县支行	3,000.00	4.0500%	199	67.16
中国农业发展银行洪雅县支行	800.00	4.0500%	156	14.04
中国工商银行股份有限公司洪雅支行	10.00	3.5500%	7	0.01
中国工商银行股份有限公司洪雅支行	320.00	3.5500%	10	0.32
合计	5,130.00			110.19

2021 年度及后续期间,随着公司逐渐偿还银行借款,发行人财务费用发生额显著下降。

(五) 利润表其他项目分析

1、其他收益

报告期内公司其他收益情况如下:

单位:万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
与资产相关的政府补助	-	-	-	-
与收益相关的政府补助	245.17	120.69	344.83	162.73
代扣个人所得税手续费返还	5.23	-	16.57	
合计	250.41	120.69	361.40	162.73

报告期内,其他收益金额分别为 162.73 万元、361.40 万元、120.69 万元以及 250.41 万元,随公司取得的政府补助金额情况而变动。公司取得的其他收益主要为与生产经营相关的政府补助,其构成情况如下:

单位:万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
中国藤椒电商营销项目	200.00	-	-	-
第四批省级科技计划项目资金	40.00	-	-	-

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
2021 年度安全生产先进企业三等奖	3.00	-	-	-
2021 年第一批省级中小企业发展专项资金	-	42.00	-	-
市级推进经济发展资金	-	30.00	-	-
职业技能培训补贴	-	22.00	-	-
人社局烹调技能大师工作室资助资金	-	8.00	-	-
县商务康养局经贸补贴	-	5.65	-	-
2020 年度科研激励资金	-	5.00	-	-
外经贸发展支持金	-	4.00	-	-
稳岗补贴	2.17	1.93	16.87	-
重点工业企业 2021 年春节生产防疫经费和市外员工就地过年补助	-	1.00	-	-
经信局疫情防控补贴款	-	-	7.43	-
经信局研发奖励金	-	-	203.35	-
么麻子藤椒产业项目疫情防控专项补助	-	-	50.00	-
岗位激励款	-	-	31.80	-
2020 年第一批省级知识产权专项资金	-	-	20.00	-
退伍军人抵扣增值税	-	-	6.90	9.90
党费户经费补助	-	-	5.00	-
2017 年现代农业示范县项目么麻子食品新建藤椒生产线政府补助	-	-	-	50.00
国家 AAA 级景区奖励金	-	-	-	30.00
18 年推进经济高质量发展奖补资金	-	-	-	20.00
第四届政府质量奖奖励	-	-	-	20.00
农业发展工程省优质品牌奖励	-	-	-	15.00
文广旅局奖励金	-	-	-	10.00
外经贸发展专项资金	-	-	-	3.00
工商质监局奖励奖金	-	-	-	2.00
其他	5.23	1.12	20.05	2.83
合计	250.41	120.69	361.40	162.73

2、投资收益

报告期内，公司投资收益情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
短期理财收益	85.95	952.79	875.63	641.80
处置长期股权投资取得的投资收益	-	-	-	-23.87
合计	85.95	952.79	875.63	617.93

报告期内公司取得投资收益分别为 617.93 万元、875.63 万元、952.79 万元以及 85.95 万元，主要为使用闲置资金进行现金管理取得的短期理财收益。报告期内投资收益随购买的理财产品类别、频率及规模变动。

3、公允价值变动收益

报告期内，公司公允价值变动收益情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
交易性金融资产	378.13	28.24	155.93	258.65
其中：理财产品的公允价值变动收益	378.13	28.24	155.93	258.65
合计	378.13	28.24	155.93	258.65

2019-2021 年度以及 2022 年 1-6 月公司公允价值变动收益均来自理财产品，金额分别为 258.65 万元、155.93 万元、28.24 万元以及 378.13 万元。报告期内该项目收益呈现先降后升的趋势，主要系与资产负债表日理财产品持有时间相关，持有时间较短，计息天数越小，则公允价值变动额也较小，反之亦然。

4、信用减值损失

发行人以预期信用损失为基础，将各项金融工具的坏账准备通过“信用减值损失”科目核算。2019-2021 年度以及 2022 年 1-6 月公司的信用减值损失发生额分别为-10.40 万元、-4.82 万元、-2.59 万元以及 9.10 万元，主要为应收账款和其他应收款坏账损失。由于公司销售多采用先款后货的支付方式，应收账款及其他应收款发生额及期末余额均较低，因此信用减值损失金额整体较小。

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

应收账款坏账损失	1.48	2.32	-0.95	-6.21
其他应收款坏账损失	7.62	-4.91	-3.87	-4.19
合计	9.10	-2.59	-4.82	-10.40

5、营业外收支

（1）营业外收入

报告期内发行人营业外收入明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
政府补助	-	-	20.00	-
其他	17.50	-	-	0.03
合计	17.50	-	20.00	0.03

报告期内，发行人营业外收入分别为 0.03 万元、20.00 万元、0.00 万元以及 17.50 万元。其中 2019 年度则为终止合作的经销商剩余预付款项；2020 年度政府补助为股改奖励款项。2022 年 1-6 月则为商标侵权赔偿款。公司营业外收入金额总体较低，未对公司经营成果造成重大影响。

（2）营业外支出

报告期内发行人营业外支出明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
固定资产报废损失	-	-	0.32	-
捐赠支出	-	-	16.32	24.77
税收滞纳金	-	0.63	4.03	-
其他	-	5.83	6.23	10.02
合计	-	6.47	26.91	34.79

报告期内，公司营业外支出金额分别为 34.79 万元、26.91 万元、6.47 万元以及 0.00 万元，主要为捐赠支出和税收滞纳金。报告期内公司营业外支出发生额较小，对公司业

绩不存在重大影响。

（六）纳税情况

1、各税种纳税情况

（1）增值税

报告期内公司增值税缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期初未交	-423.93	-170.06	-224.86	-336.18
本期计提	480.12	785.20	430.50	682.91
本期已交	549.93	943.31	246.82	659.94
期末未交	-289.38	-423.93	-170.06	-224.86

（2）所得税

报告期内公司所得税缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期初未交	195.20	758.30	390.42	200.40
本期计提	471.80	1,245.80	1,718.84	1,606.10
本期已交	346.46	1,808.90	1,350.95	1,416.09
期末未交	320.54	195.20	758.30	390.42

（3）税金及附加

报告期内公司税金及附加缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
城市维护建设税	24.39	40.22	21.76	34.80
教育费附加	24.39	40.22	21.76	34.80
土地使用税	74.02	125.63	69.62	14.62
房产税	43.31	85.58	22.11	22.70
印花税	6.02	17.95	13.29	21.05

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
其他	0.40	3.36	1.06	2.65
合计	172.54	312.96	149.59	130.63

税金及附加主要由增值税之附加税、土地使用税和房产税构成。其中增值税附加税随着收入规模变动而相应变动。土地使用税系以实际占用的土地面积为计税依据,随着公司土地使用权的增长,土地使用税缴纳金额也逐年增长。而房产税缴纳金额 2020 年度较为稳定,2021 年度随着前期在建厂房转固而显著增长,其中向德元楼出租房屋按租金收入征税,其余房屋按计税余值征收。2022 年 1-6 月各项税金较上年基本稳定。总体而言公司税金及附加缴纳与公司生产经营情况一致。

2、所得税费用与会计利润的关系

报告期内公司所得税费用发生额分别为 1,711.07 万元、1,802.15 万元、1,644.39 万元以及 536.85 万元,具体构成如下:

单位:万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期所得税费用	471.79	1,245.80	1,718.84	1,606.10
递延所得税费用	65.06	398.59	83.31	104.97
合计	536.85	1,644.39	1,802.15	1,711.07

报告期内所得税费用与会计利润勾稽关系如下:

单位:万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利润总额	3,508.70	11,434.04	12,007.44	11,310.89
按法定/适用税率计算的所得税费用	526.31	1,715.11	1,801.12	1,696.63
子公司适用不同税率的影响	-3.05	-8.26	-	0.91
调整以前期间所得税影响	-	-43.33	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	1.39	7.26	1.03	16.34
合并未实现利润的影响	-	-	-	-
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	12.20	33.06	-	-
研发费用加计扣除的影响	-	-53.15	-	-

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
其他	-	-6.30	-	-2.82
所得税费用合计	536.85	1,644.39	1,802.15	1,711.07

3、税收政策变化及税收优惠对发行人影响

报告期内，发行人适用的主要税收政策未发生重大不利变化。

报告期内发行人适用的主要税收优惠请参见招股说明书“第六节”之“七、报告期内执行的主要税收政策”之“（二）重要税收优惠政策及其依据”，报告期各期公司享受税收优惠金额及占利润总额比例如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
税收优惠总计	314.53	905.17	1,153.86	1,080.76
利润总额	3,508.70	11,434.04	12,007.44	11,310.89
占比	8.96%	7.92%	9.61%	9.56%

报告期内公司享受的税收优惠占利润总额比例为 9.56%、9.61%、7.92%以及 8.96%，比例较低。公司盈利能力较强，其经营成果对税收优惠不存在重大依赖。

（七）非经常性损益分析

报告期内，发行人非经常性损益及其对净利润的影响如下：

单位：万元

非经常性损益明细	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动资产处置损益（包括已计提资产减值准备的冲销部分）	-	-	-	-23.87
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或定量享受的政府补助除外）	250.41	120.69	381.40	162.73
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	464.08	981.02	1,031.55	900.45
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	17.50	-6.47	-26.91	-34.75
非经常性损益合计	731.99	1,095.24	1,386.04	1,004.56

非经常性损益明细	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
减：所得税影响金额	109.80	164.29	207.91	150.83
扣除所得税影响后的非经常性损益	622.19	930.96	1,178.14	853.72
其中：归属于母公司所有者的非经常性损益	622.19	930.96	1,178.14	853.72
归属于母公司普通股股东的净利润	2,971.85	9,789.66	10,205.30	9,599.82
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	2,349.66	8,858.70	9,027.16	8,746.10
归属于母公司股东的非经常性损益净额/归属于母公司股东的净利润	20.94%	9.51%	11.54%	8.89%

报告期内公司扣除所得税影响后的非经常性损益金额分别为 853.72 万元、1,178.14 万元、930.96 万元以及 622.19 万元，主要为政府补助和理财产品投资收益。公司非经常性损益占当期净利润的比例分别为 8.89%、11.54%、9.51%以及 20.94%，其中 2022 年 1-6 月占比较高主要系当期购买理财产品取得的收益较高而当期业绩受**外部环境**影响有所下滑。总体而言非经常性损益未对公司盈利能力构成重大影响。

（八）利润的主要来源分析

报告期内公司营业收入、营业成本、营业利润、利润总额及净利润变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
营业收入	18,406.97	-8.36%	46,184.64	29.55%	35,649.95	-13.02%	40,984.71
营业成本	12,842.47	12.31%	29,348.37	43.27%	20,484.84	-19.83%	25,553.18
营业毛利	5,564.50	-35.68%	16,836.26	11.02%	15,165.11	-1.73%	15,431.53
期间费用	2,624.34	3.13%	6,181.92	40.84%	4,389.30	-11.94%	4,984.17
营业利润	3,491.20	-45.94%	11,440.51	-4.78%	12,014.35	5.89%	11,345.65
利润总额	3,508.70	-45.67%	11,434.04	-4.78%	12,007.44	6.16%	11,310.89
净利润	2,971.85	-46.16%	9,789.66	-4.07%	10,205.30	6.31%	9,599.82

注：2022 年 1-6 月变动比例系与 2021 年 1-6 月数据比较之结果。

报告期各期公司营业利润占净利润比例分别为 118.19%、117.73%、116.86%以及 117.48%，主营业务产生的利润为净利润的主要来源。

2020 年度受**外部环境**不利影响，公司营业收入下降 13.02%，由于当期主要原材料

鲜藤椒单价显著下降且生产工艺略有改进,营业成本也出现大幅下降,当期营业毛利水平较为稳定。受营业收入规模缩减、加强费用管理及执行新收入准则将运输费用调整至营业成本等因素影响,2020年期间费用下降11.94%,当年净利润较上年略有提升,增幅6.31%。

2021年度营业收入由于**外部环境**不利影响消除增长29.55%,营业成本则由于原材料价格上涨而显著增加,导致营业毛利仅小幅提升11.02%。当期期间费用则随着收入规模的扩大以及营销投入的增长上升40.84%,从而营业利润、利润总额及净利润均轻微下滑。2022年1-6月,受全国区域性**外部环境**影响,下游餐饮行业客户经营情况受到不利冲击,公司营业收入较去年同期下降8.36%,营业成本由于去年菜籽油及鲜藤椒等主要原材料价格上涨而有所上涨,变动幅度为12.31%,导致当期营业毛利显著下降35.68%。当期期间费用由于规模效应及研发投入的增加,小幅增长3.13%,从而当期营业利润、利润总额及净利润均有较大幅度下滑。

十、资产质量分析

(一) 资产状况分析

1、资产主要构成及其变化

报告期各期末,发行人资产的构成情况如下:

单位:万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日	
	金额	占比	金额	占比
流动资产	59,552.76	69.41%	59,337.68	71.30%
非流动资产	26,244.37	30.59%	23,886.61	28.70%
资产总计	85,797.14	100.00%	83,224.29	100.00%
项目	2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比
流动资产	49,143.96	71.90%	46,897.51	76.11%
非流动资产	19,207.18	28.10%	14,723.85	23.89%
资产总计	68,351.14	100.00%	61,621.36	100.00%

报告期各期末,发行人资产总额分别为61,621.36万元、68,351.14万元、83,224.29

万元以及 85,797.14 万元，呈增长趋势。其中 2020 年度总资产则随公司生产经营规模扩大及经营成果积累略有提升，变动比例为 10.92%。2021 年度由于在建工程逐步建设、存货规模增长以及经营成果积累，年末资产总额增长 21.76%。截至 2022 年 6 月 30 日，总资产规模较上期末基本稳定。公司的资产结构较为稳定，以流动资产为主，其占资产总额比例分别为 76.11%、71.90%、71.30%以及 69.41%。其中 2020 年度占比略有下降主要系固定资产金额显著增长，其增长幅度高于流动资产增长幅度；2021 年度及 2022 年 6 月 30 日占比较为稳定。

2、流动资产明细项目分析

报告期内，发行人流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
货币资金	11,689.34	19.63%	1,973.62	3.33%
交易性金融资产	30,348.75	50.96%	36,528.24	61.56%
应收账款	143.66	0.24%	171.82	0.29%
预付款项	766.91	1.29%	87.47	0.15%
其他应收款	44.70	0.08%	41.91	0.07%
存货	15,834.66	26.59%	19,688.16	33.18%
其他流动资产	724.74	1.22%	846.46	1.43%
流动资产合计	59,552.76	100.00%	59,337.68	100.00%
项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
货币资金	1,498.91	3.05%	284.26	0.61%
交易性金融资产	31,156.69	63.40%	34,772.92	74.15%
应收账款	228.71	0.47%	229.95	0.49%
预付款项	157.13	0.32%	56.01	0.12%
其他应收款	36.81	0.07%	63.96	0.14%
存货	15,559.18	31.66%	11,152.74	23.78%
其他流动资产	506.55	1.03%	337.67	0.72%
流动资产合计	49,143.96	100.00%	46,897.51	100.00%

报告期各期末，公司流动资产合计分别为 46,897.51 万元、49,143.96 万元、59,337.68

万元以及 59,552.76 万元。主要由货币资金、交易性金融资产、存货和其他流动资产构成，合计占比分别为 99.25%、99.14%、99.49%以及 98.40%。

(1) 货币资金

报告期内，发行人货币资金构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
现金	2.13	1.21	0.95	9.79
银行存款	11,675.49	1,970.47	1,428.43	270.62
其他货币资金	11.72	1.94	69.53	3.84
合计	11,689.34	1,973.62	1,498.91	284.26

报告期各期末公司货币资金分别为 284.26 万元、1,498.91 万元、1,973.62 万元以及 11,689.34 万元，主要由银行存款构成。

报告期内公司积极进行现金管理，仅根据近期采购及生产计划预留必需的资金以供日常生产经营活动使用，因此货币资金余额总体较小。2020 年末由于部分理财产品到期，同时公司为待支付工程款款项与待偿还贷款预留资金，银行存款余额高于以前年度。2021 年末货币资金余额较上年末总体稳定而略有增长，主要系银行存款金额有所提升。2022 年 6 月 30 日货币资金余额较高主要系公司当年 6 月起开展年度促销活动，经销商集中预付货款所致，同时公司 2022 年集中生产及原材料采购计划略有推迟，截至报告期末总体采购规模相对较小。

报告期内，公司受限货币资金的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
ETC账户保证金	-	-	-	0.51
外币待核查账户余额	-	-	4.29	-
小计	-	-	4.29	0.51

ETC 账户保证金系保证金冻结受限，外币待核查账户余额系在转入公司外币户之前使用受限。除上述受限货币资金外，公司不存在其他受限货币资金的情形。

(2) 交易性金融资产

报告期内，公司交易性金融资产均为理财产品，2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 2022 年 6 月 30 日账面金额分别为 34,772.92 万元、31,156.69 万元、36,528.24 万元以及 30,348.75 万元。具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	30,348.75	36,528.24	31,156.69	34,772.92
其中：理财产品	30,348.75	36,528.24	31,156.69	34,772.92
合计	30,348.75	36,528.24	31,156.69	34,772.92

报告期各期末公司理财产品余额略有波动，主要与理财产品购买规模及期限相关，但总体规模较为稳定。

(3) 应收账款

①应收账款构成与基本情况

报告期各期末，公司应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
账面余额	154.42	184.06	243.27	243.57
坏账准备	10.76	12.24	14.56	13.62
账面价值	143.66	171.82	228.71	229.95

公司主要采取经销模式销售，经销模式下公司与绝大部分客户采取先款后货的方式结算，仅有极少数偶发赊销情形；而直销模式下公司主要面向采购量较大的食品制造商、餐饮企业或连锁商超，通常会给予客户一定信用期，从而产生应收账款。总体而言，公司于向客户开具销售发票后 30-90 天内完成收款，截至本招股说明书签署之日，公司报告期各期末的应收账款均已完成回款。报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 229.95 万元、228.71 万元、171.82 万元以及 143.66 万元，总金额及占流动资产比例均较小且较为稳定。2019 年末应收账款余额较高主要系当期向四川航空销售钵钵鸡产品金额较高从而相应的应收货款余额增长。2020 年度由于与直销客户绝味食品及其控制

的公司交易额增加,且由于春节备货而集中于四季度,其应收账款余额有所增长。同时四川航空受**外部环境**影响减少作为航食的钵钵鸡产品采购。上述因素共同作用下当期应收账款总额稳中略有下降。2021年12月31日由于绝味食品控制的主体临近期末的交易额下降,从而应收账款余额也有所下滑。2022年1-6月由于绝味食品及其控制的主体受**外部环境**影响向公司采购额下滑,当期期末应收账款规模也有所下降。

报告期各期末公司应收账款余额占直销收入比例情况如下:

单位:万元

项目	2022年6月30日 /2022年1-6月	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
应收账款账面余额	154.42	184.06	243.27	243.57
直销收入	2,237.41	3,329.76	2,400.01	1,817.33
应收账款余额占直销收入比例	6.90%	5.53%	10.14%	13.40%

报告期各期末公司应收账款余额占直销收入比例分别为13.40%、10.14%、5.53%以及6.90%。除2021年12月31日应收账款余额较低从而占比有所下降外,总体较为稳定。2022年6月30日占比则略有回升。

②报告期各期末,发行人应收账款按账龄分类列示情况如下:

单位:万元

账龄	2022年6月30日			2021年12月31日		
	账面余额	坏账准备	占比	账面余额	坏账准备	占比
1年以内(含1年)	151.22	7.56	97.93%	180.86	9.04	98.26%
1-2年(含2年)	-	-	-	-	-	-
2-3年(含3年)	-	-	-	-	-	-
3-4年(含4年)	-	-	-	-	-	-
4-5年(含5年)	-	-	-	-	-	-
5年以上	3.20	3.20	2.07%	3.20	3.20	1.74%
合计	154.42	10.76	100.00%	184.06	12.24	100.00%
账龄	2020年12月31日			2019年12月31日		
	账面余额	坏账准备	占比	账面余额	坏账准备	占比
1年以内(含1年)	240.07	12.00	98.68%	240.37	12.02	98.69%
1-2年(含2年)	-	-	-	-	-	-

账龄	2022 年 6 月 30 日			2021 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	占比	账面余额	坏账准备	占比
2-3 年（含 3 年）	-	-	-	-	-	-
3-4 年（含 4 年）	-	-	-	3.20	1.60	1.31%
4-5 年（含 5 年）	3.20	2.56	1.32%	-	-	-
5 年以上	-	-	-	-	-	-
合计	243.27	14.56	100.00%	243.57	13.62	100.00%

由上表可见，公司应收账款账龄基本为 1 年以内，占比分别达 98.69%、98.68%、98.26%以及 97.93%，应收账款质量良好。交易对方均为大型企业或连锁商超，实力雄厚，信誉良好，不存在应收账款无法回收的重大风险。

③报告期各期末，公司应收账款同一控制下合并口径前五大客户如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	与公司关联关系	账面余额	占比
2022 年 1-6 月	1	成都红旗连锁股份有限公司	无关联关系	45.42	29.41%
	2	四川白家阿宽食品产业股份有限公司	无关联关系	15.30	9.91%
	3	四川丰雪科技有限公司	无关联关系	9.18	5.94%
	4	上海阿妙食品有限公司	主要股东控制的公司	5.80	3.76%
	5	合肥欧石南食品有限公司	无关联关系	5.51	3.57%
合计				81.21	52.59%
2021 年度	1	盘山阿妙食品有限公司	主要股东控制的公司	2.44	1.32%
		内蒙古阿蒙食品有限公司	主要股东控制的公司	2.90	1.58%
		贵州阿乐食品有限公司	主要股东控制的公司	2.32	1.26%
		四川阿宁食品有限公司	主要股东控制的公司	29.23	15.88%
		南京阿惠食品有限公司	主要股东控制的公司	1.45	0.79%
		山东阿齐食品有限公司	主要股东控制的公司	11.02	5.99%
		广西阿高食品有限公司	主要股东控制的公司	2.90	1.58%
		小计		52.26	28.39%
	2	红旗连锁股份有限公司	无关联关系	27.87	15.14%
	3	眉州东坡供应链管理（北京）有限公司	无关联关系	16.15	8.77%
	4	安徽老乡鸡餐饮股份有限公司	无关联关系	10.40	5.65%
	5	四川白家阿宽食品产业股份有限	无关联关系	8.75	4.75%

		公司			
合计				115.42	62.71%
期间	序号	客户名称	与公司关联关系	账面余额	占比
2020 年度	1	天津阿正食品有限公司	主要股东控制的公司	4.35	1.79%
		盘山阿妙食品有限公司	主要股东控制的公司	2.61	1.07%
		黑龙江阿滨食品有限公司	主要股东控制的公司	3.48	1.43%
		内蒙古阿蒙食品有限公司	主要股东控制的公司	1.57	0.64%
		上海阿妙食品有限公司	主要股东控制的公司	11.60	4.77%
		潍坊阿旺食品有限公司	主要股东控制的公司	4.64	1.91%
		江西阿南食品有限公司	主要股东控制的公司	0.00	0.00%
		河南阿杰食品有限公司	主要股东控制的公司	20.30	8.34%
		武汉阿楚食品有限公司	主要股东控制的公司	0.00	0.00%
		湖南阿瑞食品有限公司	主要股东控制的公司	0.00	0.00%
		贵州阿乐食品有限公司	主要股东控制的公司	2.61	1.07%
		四川阿宁食品有限公司	主要股东控制的公司	60.55	24.89%
		昆明阿趣食品有限公司	主要股东控制的公司	5.80	2.38%
		南京阿惠食品有限公司	主要股东控制的公司	1.74	0.72%
		山东阿齐食品有限公司	主要股东控制的公司	5.51	2.26%
		小计		124.76	51.28%
	2	成都红旗连锁股份有限公司	无关联关系	20.50	8.43%
	3	深圳九州丰和农业科技发展有限公司	无关联关系	14.84	6.10%
	4	成都花永成商贸有限公司	无关联关系	14.38	5.91%
	5	四川东坡味道农业发展有限公司	无关联关系	9.15	3.76%
	合计			183.62	75.48%
期间	序号	客户名称	与公司关联关系	账面余额	占比
2019 年度	1	四川航空股份有限公司	无关联关系	125.67	51.59%
	2	四川东坡味道农业发展有限公司	无关联关系	35.99	14.78%
	3	成都杨天食品有限责任公司	无关联关系	27.78	11.41%
	4	成都红旗连锁股份有限公司	无关联关系	24.70	10.14%
	5	成都市春兴食品有限公司	无关联关系	6.22	2.55%
合计				220.36	90.47%

2019-2021 年末及 2022 年 6 月 30 日，公司前五大客户应收账款余额占比合计分别

为 90.47%、75.48%、62.71%以及 52.59%，较为集中。

④坏账计提政策分析

公司与同行业可比公司坏账计提政策对比如下：

公司名称	1 年以内 (含 1 年)	1-2 年 (含 2 年)	2-3 年 (含 3 年)	3-4 年 (含 4 年)	4-5 年 (含 5 年)	5 年以上
丁点儿食品	5%	20%	50%	100%	100%	100%
千禾味业	5%	20%	50%	100%	100%	100%
天味食品	5%	10%	20%	50%	80%	100%
恒顺醋业	5%	10%	25%	40%	65%	100%
海天味业	5%	10%	20%	50%	80%	100%
发行人	5%	10%	20%	50%	80%	100%

公司坏账计提政策与可比公司不存在重大差异，处于合理区间内。

（4）预付款项

报告期各期末，公司预付款项分别为 56.01 万元、157.13 万元、87.47 万元以及 766.91 万元，金额总体较低。其中 2020 年末出现大幅增长原因主要包括：（1）公司为锁定采购价格预付部分菜籽油货款，根据生产计划尚未进行提货；（2）当期部分厂房完工转固，生产场所规模大幅增长，导致预付的电力、天然气等能源款金额上升。2021 年末菜籽油价格仍处于高位，公司未预付大额菜籽油货款，预付款项余额回落。2022 年 6 月 30 日预付款项余额较高主要系每年夏季为调味油产品密集生产季，公司预付了大额菜籽油采购款项和生产用能源款项。

①发行人预付款项按账龄列示如下：

单位：万元

账龄	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日	
	余额	占比	余额	占比
1 年以内（含 1 年）	748.84	97.64%	78.65	89.92%
1-2 年(含 2 年)	10.25	1.34%	1.00	1.14%
2-3 年（含 3 年）	7.82	1.02%	7.82	8.94%
3 年以上	-	-	-	-
合计	766.91	100.00%	87.47	100.00%

账龄	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	余额	占比	余额	占比
1 年以内（含 1 年）	145.81	92.80%	51.21	91.43%
1-2 年(含 2 年)	8.82	5.61%	2.30	4.10%
2-3 年（含 3 年）	-	-	2.50	4.46%
3 年以上	2.50	1.59%	-	-
合计	157.13	100.00%	56.01	100.00%

②报告期各期末发行人预付款项余额前五大供应商如下：

单位：万元

期间	供应商名称	与公司关联关系	账面余额	坏账准备	占比
2022 年 6 月 30 日	成都市新兴粮油有限公司	无关联关系	371.91	-	48.50%
	四川德阳市年丰食品有限公司	无关联关系	266.00	-	34.68%
	洪雅县正同酒水经营部	无关联关系	30.87	-	4.03%
	国网四川省电力公司眉山供电公司	无关联关系	26.78	-	3.49%
	四川省洪雅县天然气有限公司	无关联关系	12.84	-	1.67%
合计			708.41	-	92.37%
期间	供应商名称	与公司关联关系	账面余额	坏账准备	占比
2021 年 12 月 31 日	国网四川省电力公司眉山供电公司	无关联关系	31.97	-	36.55%
	谦寻（杭州）文化传媒有限公司	无关联关系	10.50	-	12.00%
	四川省洪雅县天然气有限公司	无关联关系	10.49	-	11.99%
	四川省商务发展事务中心	无关联关系	7.82	-	8.94%
	四川调博会展服务有限公司	无关联关系	5.67	-	6.48%
合计			66.45	-	75.97%
期间	供应商名称	与公司关联关系	账面余额	坏账准备	占比
2020 年 12 月 31 日	成都市新兴粮油有限公司	无关联关系	59.82	-	38.07%
	国网四川省电力公司眉山供电公司	无关联关系	35.13	-	22.36%
	四川省洪雅县天然气有限公司	无关联关系	25.84	-	16.45%
	四川省商务发展事务中心	无关联关系	7.82	-	4.98%
	阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	无关联关系	5.96	-	3.79%
合计			134.58	-	85.65%
期间	供应商名称	与公司关联关系	账面余额	坏账准备	占比

2019 年 12 月 31 日	四川省洪雅县天然气有限公司	无关联关系	16.86	-	30.10%
	国网四川省电力公司眉山供电公司	无关联关系	8.09	-	14.44%
	四川省商务发展事务中心	无关联关系	7.82	-	13.96%
	星和国际展览(深圳)有限公司	无关联关系	4.86	-	8.68%
	四川恒瑞盛锦环保科技有限公司	无关联关系	3.80	-	6.78%
合计			41.43	-	73.96%

报告期各期末公司预付前五大供应商账款余额合计占比分别为 73.96%、85.65%、75.97%以及 92.37%，总体较为稳定。

(5) 其他应收款

报告期各期末，发行人其他应收款情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
账面余额	53.58	58.40	48.39	71.67
坏账准备	8.88	16.49	11.58	7.71
账面价值	44.70	41.91	36.81	63.96

其他应收款主要包括应收保证金、员工备用金、代垫款等。其账面余额按性质具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
保证金	25.98	32.98	27.23	25.73
代垫款	-	-	-	29.78
员工个人社保公积金	18.39	16.92	10.69	9.61
员工备用金	8.45	8.29	2.51	1.33
租金	-	-	7.80	5.20
其他	0.75	0.22	0.16	0.01
合计	53.58	58.40	48.39	71.67

报告期各期末，公司其他应收款账龄结构如下：

单位：万元

账龄	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日	
	账面余额	占比	账面余额	占比
1 年以内（含 1 年）	33.60	62.71%	31.17	53.37%
1-2 年（含 2 年）	4.25	7.93%	1.50	2.57%
2-3 年（含 3 年）	10.00	18.66%	10.00	17.12%
3-4 年（含 4 年）	-	-	0.20	0.34%
4-5 年（含 5 年）	0.20	0.37%	10.00	17.12%
5 年以上	5.53	10.33%	5.53	9.47%
合计	53.58	100.00%	58.40	100.00%
账龄	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	账面余额	占比	账面余额	占比
1 年以内（含 1 年）	17.46	36.08%	43.77	61.06%
1-2 年（含 2 年）	12.60	26.04%	12.37	17.26%
2-3 年（含 3 年）	2.80	5.79%	10.00	13.95%
3-4 年（含 4 年）	10.00	20.67%	5.53	7.72%
4-5 年（含 5 年）	5.53	11.43%	-	-
5 年以上	-	-	-	-
合计	48.39	100.00%	71.67	100.00%

由上表可见，公司其他应收款账龄主要集中于 3 年以内。报告期各期末公司以预期信用损失为基础对其他应收款计提坏账准备，金额分别为 7.71 万元、11.58 万元、16.49 万元以及 8.88 万元。

报告期各期末，其他应收款前五名情况如下：

单位：万元

期间	序号	单位名称	款项性质	账面余额	坏账准备	占比
2022 年 6 月 30 日	1	北京京东世纪贸易有限公司	保证金	15.00	7.00	28.00%
	2	员工个人社保	代扣款	13.94	-	26.02%
	3	员工个人公积金	代扣款	4.45	-	8.30%
	4	殷燕霞	备用金	4.05	0.20	7.56%
	5	北京三快在线科技有限公司	保证金	3.00	0.15	5.60%
合计				40.44	7.35	75.48%
期间	序号	单位名称	款项性质	账面余额	坏账准备	占比

2021 年 12 月 31 日	1	北京京东世纪贸易有限公司	保证金	15.00	7.00	25.68%
	2	员工个人社保	代扣款	12.63	-	21.63%
	3	洪雅县绿淘农村电子商务网络有限公司	保证金	10.20	8.10	17.47%
	4	殷燕霞	备用金	7.07	0.35	12.10%
	5	员工个人公积金	代扣款	4.28	-	7.33%
合计				49.18	15.45	84.21%
期间	序号	单位名称	款项性质	账面余额	坏账准备	占比
2020 年 12 月 31 日	1	北京京东世纪贸易有限公司	保证金	15.00	5.00	31.00%
	2	洪雅县绿淘农村电子商务网络有限公司	保证金	10.20	5.04	21.08%
	3	员工个人社保	代扣款	8.09	-	16.71%
	4	洪雅县藤椒文化博物馆	租金	7.80	0.91	16.12%
	5	员工个人公积金	代扣款	2.60	-	5.37%
合计				43.69	10.95	90.28%
期间	序号	单位名称	款项性质	账面余额	坏账准备	占比
2019 年 12 月 31 日	1	洪雅县德元楼餐饮有限公司	垫付款项	29.78	1.97	41.55%
	2	北京京东世纪贸易有限公司	保证金	15.00	3.00	20.93%
	3	洪雅县绿淘农村电子商务网络有限公司	保证金	10.20	2.02	14.23%
	4	员工个人社保	代扣款	7.55	-	10.54%
	5	洪雅县藤椒文化博物馆	租金	5.20	0.39	7.26%
合计				67.73	7.38	94.50%

(6) 存货

①存货构成与变动情况

报告期各期末，发行人存货的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
原材料	351.34	2.22%	562.50	2.86%
半成品	9,978.47	63.02%	17,554.75	89.16%
库存商品	1,052.53	6.65%	1,078.86	5.48%
周转材料	482.39	3.05%	492.05	2.50%

在产品	3,969.93	25.07%	-	-
合计	15,834.66	100.00%	19,688.16	100.00%
项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
原材料	1,429.37	9.19%	321.43	2.88%
半成品	13,044.44	83.84%	8,249.47	73.97%
库存商品	751.97	4.83%	2,296.15	20.59%
周转材料	333.40	2.14%	257.41	2.31%
委托加工物资	-	-	28.29	0.25%
合计	15,559.18	100.00%	11,152.74	100.00%

报告期各期末公司存货分别为 11,152.74 万元、15,559.18 万元、19,688.16 万元以及 15,834.66 万元，总体保持了较大的规模。原材料主要包括菜籽油、鲜藤椒、干藤椒、竹笋等；在产品主要为处于炼制及沉淀过程中的调味油；半成品主要包括藤椒基础油；库存商品主要包括各类调味油、复合调味料等产成品。其中在产品、半成品和库存商品是存货的主要组成部分，2019 年度 12 月 31 日、2020 年度 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日以及 2022 年 6 月 30 日上述项目占存货总额比例合计达到 94.56%、88.67%、94.64% 以及 94.73%。

2020 年度上半年受**外部环境**影响，公司出货量下降。但公司预计**外部环境**不利影响不会长期持续，同时 2020 年藤椒等原材料采购价较低，增大了鲜藤椒的采购规模，导致原材料和藤椒基础油等半成品期末净额上升，存货规模有所增长。当期期末库存商品金额大幅下降，主要原因为 2021 年度农历春节在二月中旬，相对较晚，年末尚未开始为春节假期大量备货；同时公司部分新建厂房及生产设备已投入使用，生产能力大幅提升，可及时、充分地应对春节假期导致的停工停产，因此无需于年末大量提前生产备货。

2021 年 12 月 31 日存货规模进一步增长，主要系原材料价格增长导致半成品和库存商品中材料成本提升所致。

2022 年 6 月 30 日存货规模略有下降但总体规模仍较大，一方面当期期末正值集中生产季节，存在大量处于炼制及沉淀过程中的调味油；另一方面公司综合考虑原材料采购情况及生产计划较往年推迟了调味油集中生产期间，在产品及半成品数量尚未大规

模增长。

②存货库龄结构分析

单位：万元

项目	2022年6月30日							
	1年以内		1-2年		2-3年		3年以上	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	333.52	94.93%	17.82	5.07%	-	-	-	-
半成品	9,964.77	99.86%	13.70	0.14%	-	-	-	-
库存商品	1,052.52	100.00%	0.01	0.00%	-	-	-	-
周转材料	346.77	71.89%	36.45	7.56%	4.63	0.96%	94.53	19.60%
在产品	3,969.93	100.00%	-	-	-	-	-	-
合计	15,667.50	98.94%	67.99	0.43%	4.63	0.03%	94.53	0.60%
项目	2021年12月31日							
	1年以内		1-2年		2-3年		3年以上	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	542.03	96.36%	20.47	3.64%	-	-	-	-
半成品	17,456.10	99.44%	98.65	0.56%	-	-	-	-
库存商品	1,078.86	100.00%	-	-	-	-	-	-
周转材料	376.82	76.58%	19.71	4.01%	95.52	19.41%	-	-
合计	19,453.81	98.81%	138.83	0.71%	95.52	0.49%	-	-
项目	2020年12月31日							
	1年以内		1-2年		2-3年		3年以上	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	1,419.96	99.34%	9.41	0.66%	-	-	-	-
半成品	13,044.44	100.00%	-	-	-	-	-	-
库存商品	751.97	100.00%	-	-	-	-	-	-
周转材料	237.89	71.35%	50.45	15.13%	45.06	13.51%	-	-
委托加工物资	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	15,454.25	99.33%	59.87	0.38%	45.06	0.29%	-	-
项目	2019年12月31日							
	1年以内		1-2年		2-3年		3年以上	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	321.43	100.00%	-	-	-	-	-	-

半成品	8,110.17	98.31%	139.29	1.69%	-	-	-	-
库存商品	2,296.15	100.00%	-	-	-	-	-	-
周转材料	198.55	77.13%	56.11	21.80%	2.74	1.07%	-	-
委托加工物资	28.29	100.00%	-	-	-	-	-	-
合计	10,954.59	98.22%	195.41	1.75%	2.74	0.02%	-	-

根据上表,公司报告期各期末存货库龄基本为一年以内,整体库龄较短,存货质量较佳,与公司所处行业及经营模式匹配。

③存货跌价准备计提情况

报告期各期末,公司对存货进行减值测试,将存货的账面价值与其可变现净值进行比较。总体而言,公司存货周转速度较快,库龄较短,各项产品深受市场欢迎,具有较强的竞争力,毛利率较高。同时,公司已建立了完善的存货管理制度,不断提升存货管理水平,报告期各期末不存在过期、滞销或毁损存货,无需计提存货跌价准备。

(7) 其他流动资产

报告期各期末,发行人其他流动资产的构成情况如下:

单位:万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
待抵扣及待认证增值税进项税	357.95	562.31	466.55	337.67
预付上市中介费	366.79	284.15	40.00	-
合计	724.74	846.46	506.55	337.67

公司其他流动资产主要包括待抵扣及待认证增值税和预付上市中介费,报告期各期末公司其他流动资产分别为337.67万元、506.55万元、846.46万元以及724.74万元。2020年度由于原材料采购量增加导致待抵扣及待认证增值税进项税大幅提升,兼之新增预付上市中介费用,当年末其他流动资产余额显著增长。2021年度随公司上市工作密集开展,预付上市中介费大幅增长,从而当年年末其他流动资产余额进一步提升。2022年6月30日因待抵扣及待认证增值税进项税减少,其他流动资产余额则略有下降。

3、非流动资产明细分析

报告期内，发行人非流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
投资性房地产	483.96	1.84%	491.04	2.06%
固定资产	15,221.42	58.00%	15,397.68	64.46%
在建工程	5,793.52	22.08%	3,145.44	13.17%
使用权资产	339.86	1.29%	384.93	1.61%
无形资产	4,171.35	15.89%	4,229.83	17.71%
递延所得税资产	135.42	0.52%	153.84	0.64%
其他非流动资产	98.84	0.38%	83.84	0.35%
非流动资产合计	26,244.37	100.00%	23,886.61	100.00%
项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
投资性房地产	505.20	2.63%	519.35	3.53%
固定资产	11,683.09	60.83%	4,269.40	29.00%
在建工程	2,932.32	15.27%	5,069.73	34.43%
使用权资产	-	-	-	-
无形资产	3,378.71	17.59%	2,569.92	17.45%
递延所得税资产	92.01	0.48%	55.24	0.38%
其他非流动资产	615.85	3.21%	2,240.20	15.21%
非流动资产合计	19,207.18	100.00%	14,723.85	100.00%

发行人非流动资产分别为 14,723.85 万元、19,207.18 万元、23,886.61 万元以及 26,244.37 万元，规模随公司生产场所的扩建而逐年上升。非流动资产主要由固定资产、在建工程及无形资产构成，上述项目占比合计达到 80.88%、93.68%、95.34%以及 95.97%。

(1) 投资性房地产

报告期各期末，发行人投资性房地产情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
账面原值	596.03	596.03	596.03	596.03
累计折旧	112.07	104.99	90.83	76.68
减值准备	-	-	-	-
账面价值	483.96	491.04	505.20	519.35

2019年12月31日、2020年12月31日、2021年12月31日以及2022年6月30日，发行人投资性房地产账面价值分别为519.35万元、505.20万元、491.04万元以及483.96万元。

2019年10月，公司将子公司德元楼全部股权按评估价值70.76万元转让给实际控制人赵麒，公司租赁给德元楼位于洪雅县止戈镇五龙村的房屋转为采用成本模式计量的投资性房地产核算。具体请参见本招股说明书“第八节 公司治理与独立性”之“七、关联方、关联关系和关联交易”。

(2) 固定资产

报告期各期末，发行人固定资产情况如下：

单位：万元

类别	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
2022年6月30日				
房屋建筑物	8,485.05	1,449.44	-	7,035.61
机器设备	9,975.48	2,241.78	-	7,733.70
运输工具	343.92	300.31	-	43.61
办公设备及其他	1,083.69	675.19	-	408.50
合计	19,888.14	4,666.72	-	15,221.42
2021年12月31日				
房屋建筑物	8,366.15	1,248.27	-	7,117.88
机器设备	9,608.40	1,861.01	-	7,747.39
运输工具	343.92	292.20	-	51.73
办公设备及其他	1,057.14	576.46	-	480.68
合计	19,375.62	3,977.94	-	15,397.68
2020年12月31日				
房屋建筑物	7,977.23	858.48	-	7,118.75

类别	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
机器设备	5,513.26	1,235.44	-	4,277.81
运输工具	338.31	246.47	-	91.84
办公设备及其他	640.05	445.36	-	194.69
合计	14,468.85	2,785.76	-	11,683.09
2019 年 12 月 31 日				
房屋建筑物	2,926.98	719.45	-	2,207.53
机器设备	2,796.22	998.27	-	1,797.96
运输工具	314.63	186.40	-	128.23
办公设备及其他	530.25	394.57	-	135.68
合计	6,568.08	2,298.68	-	4,269.40

①固定资产构成及变动情况

2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日以及 2022 年 6 月 30 日公司固定资产账面价值分别为 4,269.40 万元、11,683.09 万元、15,397.68 万元以及 15,221.42 万元，其中 2020 年及后续期间由于新建厂房转固及购置机器设备，固定资产账面价值出现较大增长。公司的固定资产以房屋建筑物和机器设备为主，符合公司作为生产性企业的固定资产结构特征。报告期内公司各项固定资产运营状况良好，不存在闲置、陈旧过时或价格大幅下跌的情形，无需计提减值准备。

②固定资产折旧政策与同行业公司对比分析

公司名称	折旧政策	折旧年限（年）			
		房屋建筑物	机器设备	运输设备	办公设备及其他
丁点儿食品	年限平均法	20-40	5-15	5-8	3-5
千禾味业	年限平均法	15-40	10-15	8	5
天味食品	年限平均法	20-45	5-10	5-10	4-8
恒顺醋业	年限平均法	30-35	10	10	8
海天味业	年限平均法	5-20	2-15	3-5	2-5
么麻子	年限平均法	20-40	5-10	4-10	3-10

发行人固定资产折旧年限与可比公司不存在显著差异，具有合理性。

（3）在建工程

报告期各期末，发行人在建工程构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
联合厂房及辅助用房工程	401.20	572.60	2,932.32	5,069.73
营销应用中心暨地下停车场主体工程项目	2,797.83	2,237.63	-	-
仓储物流中心	1,442.11	331.61	-	-
多功能厂房及配套设施工程	155.34	3.58	-	-
新津研发中心项目	997.04	-	-	-
合计	5,793.52	3,145.44	2,932.32	5,069.73

报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 5,069.73 万元、2,932.32 万元、3,145.44 万元以及 5,793.52 万元。2020 年度部分厂房完工转固，在建工程账面价值有所下降。2021 年度，随着营销中心、仓储物流中心及多功能厂房及配套设施工程开展施工建设，当期期末在建工程账面价值略有增长。2022 年 1-6 月，随着仓储物流中心的进一步建设及新津研发中心项目的启动，在建工程期末规模进一步增长。公司所在行业虽受到**外部环境**不利影响，但总体发展前景良好。为进一步提升生产工艺并满足客户对产品质量和风味的需求，公司报告期内实施了多项厂房及配套设施新建及扩建项目。主要在建工程项目具体变动情况如下：

单位：万元

期间	项目名称	期初余额	本期增加额	本期转入固定 资产额	本期其他 减少额	期末余额
2022 年 1-6 月	联合厂房及辅助用房工程	572.60	143.13	297.39	17.15	401.20
	营销应用中心暨地下停车场主体工程项目	2,237.63	560.20	-	-	2,797.83
	仓储物流中心	331.61	1,110.50	-	-	1,442.11
	多功能厂房及配套设施工程	3.58	151.75	-	-	155.34
	新津研发中心项目	-	997.04	-	-	997.04
2021 年度	联合厂房及辅助用房工程	2,932.32	1,886.93	4,246.64	-	572.60
	营销应用中心暨地下停车场主体工程项目	-	2,237.63	-	-	2,237.63
	仓储物流中心	-	331.61	-	-	331.61
2020 年度	联合厂房及辅助用房工程	5,069.73	5,226.37	7,363.79	-	2,932.32
2019 年度	联合厂房及辅助用房工程	1,818.67	3,790.83	539.77	-	5,069.73

(4) 无形资产

报告期各期末，发行人无形资产构成情况如下：

单位：万元

类别	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值
2022 年 6 月 30 日				
土地使用权	4,381.41	258.70	-	4,122.71
外购软件	48.31	32.23	-	16.09
专利权	66.22	33.67	-	32.55
合计	4,495.94	324.60	-	4,171.35
2021 年 12 月 31 日				
土地使用权	4,381.41	210.56	-	4,170.85
外购软件	48.31	25.03	-	23.28
专利权	66.22	30.52	-	35.70
合计	4,495.94	266.11	-	4,229.83
2020 年 12 月 31 日				
土地使用权	3,434.55	120.66	-	3,313.90
外购软件	33.45	10.63	-	22.81
专利权	66.22	24.22	-	42.00

类别	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值
合计	3,534.22	155.51	-	3,378.71
2019 年 12 月 31 日				
土地使用权	2,570.44	49.08	-	2,521.36
外购软件	5.13	4.87	-	0.26
专利权	66.22	17.92	-	48.30
合计	2,641.79	71.87	-	2,569.92

报告期各期末,公司无形资产账面价值分别为 2,569.92 万元、3,378.71 万元、4,229.83 万元以及 4,171.35 万元,主要为土地使用权。

2020 年度公司取得位于洪雅县止戈镇五龙村的川(2020)洪雅县不动产权第 0002901 号土地,其账面原值为 864.12 万元,无形资产规模获进一步增长。2021 年度,公司取得位于洪雅县止戈镇五龙村面积约 67,246.06 平方米的工业用地,该土地使用权出让价格为 910.00 万元,无形资产期末余额有所上升。

(5) 使用权资产

2021 年 1 月 1 日公司开始执行采用《企业会计准则第 21 号——租赁》(财会〔2018〕35 号),在租赁期开始日,公司作为承租人对租赁确认使用权资产。截至 2021 年 12 月 31 日及 2022 年 6 月 30 日,公司使用权资产情况如下:

单位:万元

类别	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值
2022 年 6 月 30 日				
房屋建筑物	410.22	123.07	-	287.16
其他	64.86	12.16	-	52.70
合计	475.09	135.23	-	339.86
2021 年 12 月 31 日				
房屋建筑物	410.22	82.04	-	328.18
其他	64.86	8.11	-	56.76
合计	475.09	90.15	-	384.93

（6）递延所得税资产

报告期各期末，发行人递延所得税资产情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日余额		2021 年 12 月 31 日余额	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	19.64	2.95	28.74	4.31
递延收益	100.00	15.00	340.00	51.00
应付职工薪酬	388.78	58.32	338.21	50.73
员工股权激励	394.37	59.16	318.68	47.80
合计	902.79	135.42	1,025.63	153.84
项目	2020 年 12 月 31 日余额		2019 年 12 月 31 日余额	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	26.15	3.92	21.33	3.20
递延收益	240.00	36.00	200.00	30.00
应付职工薪酬	231.10	34.67	146.92	22.04
员工股权激励	116.16	17.42	-	-
合计	613.41	92.01	368.25	55.24

报告期各期末，公司递延所得税资产账面价值分别为 55.24 万元、92.01 万元、153.84 万元以及 135.42 万元，公司的递延所得税资产主要来源于递延收益、应付职工薪酬以及员工股权激励。其中 2020 年末与 2021 年末递延所得税资产账面价值增长主要系新增员工股权激励计划涉及等待期内不得税前抵扣的成本费用逐年增加。

（7）其他非流动资产

报告期各期末，发行人其他非流动资产分别为 2,240.20 万元、615.85 万元、83.84 万元以及 98.84 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
预付工程设备款	98.84	83.84	615.85	1,440.20
预付土地申请保证金	-	-	-	800.00
合计	98.84	83.84	615.85	2,240.20

发行人其他非流动资产主要为预付工程设备款及预付土地申请保证金。其中预付工程设备款总体随施工进度逐年下降。预付土地申请保证金随着公司取得土地使用权进展呈现先增后降的趋势。

（二）资产周转能力分析

报告期各期末，发行人资产周转能力指标如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款周转率（次）	217.52	216.15	146.45	204.11
存货周转率（次）	1.45	1.67	1.53	2.39

1、应收账款周转能力分析

报告期内公司应收账款周转率与可比公司分析比较如下：

可比公司	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
丁点儿食品	未披露	未披露	未披露	268.87
千禾味业	14.06	13.56	11.15	10.35
天味食品	147.19	154.64	200.88	209.07
恒顺醋业	27.28	18.47	18.61	13.99
海天味业	276.71	485.16	998.84	8,067.41
行业平均水平	116.31	167.96	307.37	1,713.94
发行人	217.52	216.15	146.45	204.11

2019-2021 年度以及 2022 年 1-6 月，公司应收账款周转率分别为 204.11、146.45、216.15 以及 217.52，公司以经销商为主的业务结构和以先款后货为主的结算方式导致其较低的应收账款期末余额和较高的应收账款周转率。

同行业可比公司应收账款周转率差异较大。其中海天味业由于其收入规模较大，应收账款周转率远高于其他公司并拉高了行业平均水平；丁点儿食品、天味食品应收账款周转率与公司相对较为接近；千禾味业应收账款周转率较低，主要系其产品结构与可比上市公司存在差异，其食品添加剂产品收款存在一定的账期。总体而言公司应收账款周转率处于行业合理区间内，周转效率较高。

2、存货周转能力分析

报告期内公司存货周转率与可比公司分析比较如下：

可比公司	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
丁点儿食品	未披露	未披露	未披露	1.66
千禾味业	2.28	2.34	2.66	2.48
天味食品	15.07	7.72	8.02	9.87
恒顺醋业	4.85	3.29	3.62	2.93
海天味业	8.13	7.09	6.75	7.19
行业平均水平	7.58	5.11	5.27	4.82
发行人	1.45	1.67	1.53	2.39

2019-2021 年度以及 2022 年 1-6 月，公司存货周转率分别为 2.39、1.53、1.67 以及 1.45，存货周转情况良好。其中 2020 年度由于收入下降且存货余额有所上升导致存货周转率下降，2021 年度收入与存货余额均有上升，存货周转率小幅提升。

与同行业公司相比，公司存货周转率与丁点儿食品、千禾味业及恒顺醋业较为接近，低于天味食品和海天味业，该差异主要系收入规模、产品结构及生产工艺不同导致。么麻子生产周期具有明显季节性，集中在每年夏天的藤椒收购季节，此期间榨出藤椒基础油需保障此后一年的销售，因此其存货周转率略低。2022 年 1-6 月天味食品加速动销，合理化降低商品库存，从而存货周转率大幅提升拉高可比公司整体水平。

十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债状况分析

1、负债的构成及变化

报告期内，发行人负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
流动负债	15,679.11	93.45%	15,912.35	92.24%
非流动负债	1,098.07	6.55%	1,339.52	7.76%
负债总计	16,777.18	100.00%	17,251.87	100.00%

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
流动负债	11,892.70	96.13%	14,144.46	97.80%
非流动负债	478.20	3.87%	318.12	2.20%
负债总计	12,370.90	100.00%	14,462.58	100.00%

报告期各期末公司负债总额分别为 14,462.58 万元、12,370.90 万元、17,251.87 万元以及 16,777.18 万元，公司负债以流动负债为主，报告期各期末占比分别为 97.80%、96.13%、92.24%以及 93.45%，较为稳定。

2、流动负债明细项目分析

报告期内，发行人流动负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
短期借款	-	-	-	-
应付账款	1,356.66	8.65%	1,970.69	12.38%
预收款项	-	-	-	-
合同负债	11,764.91	75.04%	11,169.05	70.19%
应付职工薪酬	682.92	4.36%	1,059.42	6.66%
应交税费	412.66	2.63%	366.04	2.30%
其他应付款	199.11	1.27%	145.53	0.91%
一年内到期的非流动负债	86.36	0.55%	84.72	0.53%
其他流动负债	1,176.49	7.50%	1,116.90	7.02%
流动负债合计	15,679.11	100.00%	15,912.35	100.00%

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
短期借款	200.24	1.68%	-	-
应付账款	1,340.87	11.27%	1,851.41	13.09%
预收款项	-	-	11,084.03	78.36%
合同负债	7,383.83	62.09%	-	-
应付职工薪酬	844.86	7.10%	669.46	4.73%

应交税费	1,296.39	10.90%	528.91	3.74%
其他应付款	88.13	0.74%	10.65	0.08%
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	738.38	6.21%	-	-
流动负债合计	11,892.70	100.00%	14,144.46	100.00%

由上表可知，应付账款、预收款项、合同负债、应付职工薪酬和应交税费是公司流动负债的主要组成部分，报告期各期末，上述项目合计占流动负债的比例分别为 99.92%、91.37%、91.53%以及 90.68%。

(1) 短期借款

报告期各期末，公司短期借款余额分别为 0.00 万元、200.24 万元、0.00 万元以及 0.00 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
保证借款	-	-	200.24	-
合计	-	-	200.24	-

2020 年度公司考虑**外部环境**可能对现金流造成不利影响，向银行申请取得短期借款，截至年末尚未偿还完毕，从而当期期末余额较高。随着贷款逐步偿还，后续期间已无短期借款余额。

(2) 应付账款

报告期各期末公司应付账款构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
货款	866.80	63.89%	1,190.99	60.44%
工程款	271.41	20.01%	271.57	13.78%
服务费及其他	218.45	16.10%	508.12	25.78%
合计	1,356.66	100.00%	1,970.69	100.00%

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
货款	573.63	42.78%	1,164.40	62.89%
工程款	416.74	31.08%	159.65	8.62%
服务费及其他	350.49	26.14%	527.35	28.48%
合计	1,340.87	100.00%	1,851.41	100.00%

发行人应付账款由货款、工程款和其他构成，其中货款主要为应付采购油料、包装物等款项，占比分别为 62.89%、42.78%、60.44%以及 63.89%，为应付账款主要组成部分。应付工程款则为应付厂房建设工程款。报告期各期末，公司应付账款分别为 1,851.41 万元、1,340.87 万元、1,970.69 万元以及 1,356.66 万元，其占流动负债比例分别为 13.09%、11.27%、12.38%以及 8.65%。其中 2020 年度应付工程款虽有一定增长，但应付货款金额则由于公司引入超临界萃取设备而停止向郑州雪麦龙食品香料有限公司采购高浓度萃取油而大幅下降，导致应付账款总额有所减少。2021 年度应付工程款余额略有下降，而应付货款由于 12 月干藤椒库存较低采购额较高从而期末应付款上升，服务费及其他也因应付上市中介服务费增加而上升。上述因素影响下，当期应付账款总额增长显著。2022 年 1-6 月由于应付中介服务费随付款进度减少从而总体规模略有下降。

报告期各期末，发行人应付账款前五大供应商款项如下：

单位：万元

期间	供应商名称	与公司关联关系	账面余额	占比
2022 年 6 月 31 日	成都海科机械设备制造有限公司	无	156.27	11.52%
	金阳县春江鹏达青花椒农村专业合作社	无	110.44	8.14%
	成都弘亚物流有限公司	无	95.01	7.00%
	洪雅县欣兴货运部	实际控制人近亲属控制的主体	42.97	3.17%
	四川味兴邦科技有限公司	无	38.00	2.80%
合计			442.70	32.63%
2021 年 12 月 31 日	成都市川泰玻璃有限责任公司	无	329.50	16.72%
	中国国际金融股份有限公司	无	271.00	13.75%
	成都海科机械设备制造有限公司	无	152.60	7.74%
	金阳县春江鹏达青花椒农村专业合作社	无	136.90	6.95%
	成都五丰堂农产品有限公司	无	125.58	6.37%

期间	供应商名称	与公司关联关系	账面余额	占比
合计			1,015.58	51.53%
2020 年 12 月 31 日	成都市川泰玻璃有限责任公司	无	265.02	19.76%
	四川合力洁净集团股份有限公司	无	165.02	12.31%
	四川味兴邦科技有限公司	无	143.00	10.66%
	四川文庄包装有限公司	无	88.99	6.64%
	成都弘亚物流有限公司	无	75.65	5.64%
合计			737.68	55.02%
2019 年 12 月 31 日	郑州雪麦龙食品香料有限公司	无	460.83	24.89%
	成都市川泰玻璃有限责任公司	无	338.26	18.27%
	成都亲邻科技有限公司	无	141.75	7.66%
	成都祥云门文化传播有限公司	无	140.00	7.56%
	四川合力洁净集团股份有限公司	无	134.78	7.28%
合计			1,215.61	65.66%

(3) 预收款项

公司 2019 年度 12 月 31 日预收货款余额为 11,084.03 万元。2020 年度公司开始执行《企业会计准则第 14 号——收入》(财会[2017]22 号)，将已收客户对价而应向客户转让商品的义务作为合同负债核算。公司对经销商客户主要采取先款后货的结算方式，经销商确认并签署产品销售订单后，向公司指定的银行账户预先支付全部货款，付款后公司发出货物。报告期各期末，公司预收货款账龄均未超过一年，公司及时根据订单完成发货，与客户合作良好，不存在逾期发货或任何纠纷情形。

2019 年 12 月 31 日，公司预收款项按同一控制下合并口径前五名客户情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	与公司关联关系	账面余额	占比
2019 年 12 月 31 日	1	重庆天豪地杰贸易有限公司	无	585.80	5.29%
	2	亚亨食品成都有限公司	无	526.33	4.75%
		成都中隆食品有限公司	无	27.20	0.25%
		小计		553.53	4.99%
	3	四川比优特商贸有限公司	无	542.41	4.89%
	4	上海川王实业有限公司	无	238.02	2.15%

期间	序号	客户名称	与公司关联关系	账面余额	占比
		上海蜀信浩彬农产品有限公司	无	96.67	0.87%
		小计		334.69	3.02%
	5	北京信诚和泰商贸有限公司	无	329.97	2.98%
	合计			2,346.40	21.17%

注：报告期内公司和同一客户的多个主体签订合同，将来自该等主体的预收款项合并为同一客户进行列示

(4) 合同负债

公司于 2020 年度开始执行《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号），将转让承诺的商品之前已收取的款项确认为合同负债。截至 2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日以及 2022 年 6 月 30 日，公司合同负债金额分别为 7,383.83 万元、11,169.05 万元以及 11,764.91 万元。2020 年末余额较低主要系受外部环境影响，经销商预付货款金额有所下降，2021 年度公司及下游客户逐步摆脱外部环境对生产经营带来的负面影响，预付货款总额有所回升。2022 年度公司于 6 月开始举行年度促销活动，客户于上述期间集中预付货款，从而 2022 年 6 月 30 日合同负债金额维持了较高水平。上述各期期末对应前五名客户情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	与公司关联关系	账面余额	占比
2022 年 6 月 30 日	1	亚亨食品成都有限公司	无	171.80	1.33%
		成都中隆食品有限公司	无	20.29	0.16%
		武侯区中泓食品经营部	无	429.35	3.32%
		小计		621.44	4.80%
	2	深圳市怡乐糖商贸有限公司	无	305.31	2.36%
		深圳市龙岗区平湖唐平商行	无	229.63	1.77%
		小计		534.94	4.13%
	3	新都区戴记食品配送中心	无	438.10	3.39%
		小计		438.10	3.39%
	4	江北区国惠副食经营部	无	10.98	0.08%
		重庆天豪地杰贸易有限公司	无	336.18	2.60%
		小计		347.17	2.68%

	5	泸州市杨氏姐妹商贸有限公司	无	3.08	0.02%
		泸州市龙马潭区杨氏食品经营部	无	309.07	2.39%
		小计		312.15	2.41%
		合计		2,253.80	17.42%
期间	序号	客户名称	与公司关联关系	账面余额	占比
2021 年 12 月 31 日	1	武侯区中泓食品经营部	无	1,054.97	8.59%
		亚亨食品成都有限公司	无	340.26	2.77%
		成都中隆食品有限公司	无	70.75	0.58%
		小计		1,465.98	11.93%
	2	成都市金牛区味源食品添加剂经营部	无	627.97	5.11%
		四川比优特商贸有限公司	无	76.44	0.62%
		小计		704.41	5.73%
	3	重庆天豪地杰贸易有限公司	无	286.83	2.33%
		江北区国惠副食经营部	无	126.14	1.03%
		渝中区杰瀚餐料行	无	132.98	1.08%
		小计		545.95	4.44%
	4	郑州市惠济区调味食品城恒祥调味批发部	无	382.46	3.11%
		郑州晋祥唐调味品有限公司	无	19.96	0.16%
		小计		402.42	3.28%
	5	武汉市东西湖红旗干鲜经营部	无	325.82	2.65%
		武汉市盛世长铭商贸有限公司	无	1.90	0.02%
		小计		327.72	2.67%
		合计		3,446.47	28.05%
期间	序号	客户名称	与公司关联关系	账面余额	占比
2020 年 12 月 31 日	1	武侯区中泓食品经营部	无	756.33	9.31%
		亚亨食品成都有限公司	无	245.11	3.02%
		成都中隆食品有限公司	无	74.60	0.92%
		小计		1,076.04	13.25%
	2	成都市金牛区味源食品添加剂经营部	无	487.60	6.00%
		四川比优特商贸有限公司	无	65.55	0.81%
		小计		553.16	6.81%
	3	重庆天豪地杰贸易有限公司	无	85.04	1.05%
		江北区国惠副食经营部	无	88.04	1.08%

		渝中区杰瀚餐料行	无	219.69	2.70%
		小计		392.77	4.84%
	4	深圳市龙岗区平湖唐平商行	无	111.11	1.37%
		深圳市怡乐糖商贸有限公司	无	231.02	2.84%
		小计		342.13	4.21%
	5	保定白沟新城信诚和佳调味品销售部	无	84.41	1.04%
		北京信诚和泰商贸有限公司	无	149.53	1.84%
		小计		233.94	2.88%
	合计			2,598.03	31.99%

注 1: 报告期内公司和同一客户的多个主体签订合同, 将来自该等主体的合同负债合并为同一客户进行列示

注 2: 客户余额系含税金额, 占比计算基数为合同负债及其他流动负债-待结转增值税销项税之和。

报告期各期公司预收款项/合同负债收取时点及结算间隔情况如下:

1、预收款项/合同负债收取时点

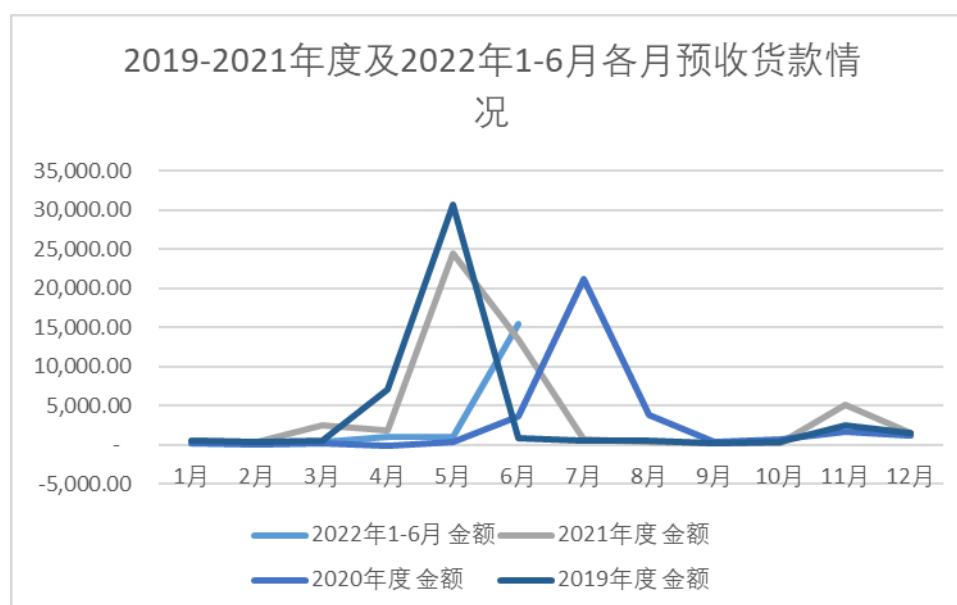
报告期各年度预收款项/合同负债收取金额分月明细如下:

单位: 万元

月份	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1月	245.80	1.33%	523.80	1.02%	177.00	0.53%	528.58	1.16%
2月	300.00	1.62%	395.36	0.77%	67.17	0.20%	433.05	0.95%
3月	367.22	1.98%	2,417.12	4.70%	199.65	0.60%	536.09	1.17%
4月	1,032.09	5.57%	1,881.33	3.66%	-62.06	-0.19%	7,123.44	15.57%
5月	1,093.64	5.91%	24,422.37	47.52%	425.92	1.28%	30,690.87	67.08%
6月	15,478.24	83.59%	13,544.91	26.36%	3,661.84	10.98%	809.04	1.77%
7月	N/A	N/A	688.41	1.34%	21,174.78	63.47%	540.55	1.18%
8月	N/A	N/A	329.33	0.64%	3,790.28	11.36%	458.68	1.00%
9月	N/A	N/A	268.71	0.52%	423.15	1.27%	174.38	0.38%
10月	N/A	N/A	240.88	0.47%	733.44	2.20%	379.53	0.83%
11月	N/A	N/A	5,193.53	10.11%	1,659.34	4.97%	2,518.92	5.51%
12月	N/A	N/A	1,486.18	2.89%	1,109.49	3.33%	1,561.34	3.41%
合计	18,516.99	100.00%	51,391.93	100.00%	33,360.01	100.00%	45,754.48	100.00%

注: 2020 年 4 月预收款为负主要系正值公司规范第三方回款期间, 退回的不合规打款金额较高。

变动趋势如下:



由上可见,报告期各年度公司预收货款呈现出集中于促销活动期间,非促销活动期间年末预收款金额略高,其余月份较为平均的特征。2019 年度公司于四月中旬至五月中旬开展年度促销活动,当年 4-5 月合计预收货款 37,814.31 万元,占当年预收款发生额的 82.65%。2020 年考虑到上半年经销商经营受**外部环境**不利影响,公司将年度促销活动推迟至七月进行,当月收取预收款 21,174.78 万元,占全年预收款发生额比例为 63.47%; 2021 年度促销活动于 5-6 月开展,该期间供预收货款 37,967.28 万元,合计占比 73.88%。2022 年度促销活动于 6 月开展,当月预收货款 15,478.24 万元,占比 83.59%。2019-2021 年 11-12 月预收款金额占比则分别为 8.92%、8.30%以及 13.00%,略高于其他月份。主要原因为年末通常距促销活动已有一段时间,部分经销商前期预付款已基本消耗,为春节假期备货需要于年末进行打款。

综上,公司预收款收取时点通常集中于年度促销活动期间与年末,其余月份分布较为均衡,与公司实际经营情况相符。

2、结算间隔情况

报告期各期公司预收账款周转天数如下:

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
经销收入	15,878.26	41,832.45	31,750.74	38,040.19
预收账款/合同负债平均余额	12,613.68	10,204.08	9,603.12	9,534.66
预收账款/合同负债周转次数（次/年）	2.52	4.10	3.31	3.99
预收账款/合同负债周转天数（天）	142.99	87.81	108.88	90.23

注 1：为保持计算口径的可比，2020-2021 年度合同负债平均余额均按照含税金额计算

注 2：预收账款/合同负债平均余额按照年初及年末余额平均数计算

注 3：2022 年 1-6 月周转次数及周转天数系按年化后数据计算，由于当期收入受**外部环境**影响有所下滑以及促销活动集中打款导致合同负债平均余额较高，当期周转次数略低于以前年度而周转天数略高于以前年度。

由于公司预收款各月发生额波动较大且呈现较为明显的季节性，因此预收款实际结算间隔也有较大差异。如假定公司以先进先出原则进行结算，则报告期内各月预收款大致结算间隔如下：

单位：月

月份	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
1月	5	3	6	3
2月	4	2	5	2
3月	3	2	4	1
4月	2	1	3	2
5月	1	6	2	8
6月	尚未完全结算	8	2	7
7月	N/A	7	6	7
8月	N/A	7	7	7
9月	N/A	6	6	7
10月	N/A	5	5	6
11月	N/A	6	4	7
12月	N/A	6	4	7
平均值	3.00	4.92	4.50	5.33

由上可见，报告期各年度公司预收款收取到结算间隔呈现先下降后上升再缓慢下降的趋势。每年年初由于预期公司即将举行年度促销活动，经销商预付款金额通常较低，

因此随着公司逐步实现销售收入,结算间隔也逐渐缩短。而公司举行年度促销活动期间,经销商集中预付货款导致预收账款或合同负债余额大幅增长,结算间隔也随之攀升,后续基本保持稳定而略有下降。2019 年度、2020 年度以及 2021 年度已完全收回款项月份每月平均结算间隔为 5.33 月、4.50 月以及 4.92 月。其中 2020 年度结算周期下降主要系一方面受**外部环境**影响,经销商总体预付货款金额略有下降,另一方面随着下半年及 2021 年**外部环境**影响减弱,收入规模有所回升,从而结算间隔缩短,2021 年度结算间隔略有回升。而 2022 年公司于 6 月开始进行促销活动,当月预收款尚未完全结转收入,而 1-5 月非促销期间且受**外部环境**影响,打款金额较低,因此平均结算周期也较短。

(5) 应付职工薪酬

①报告期各期末,发行人应付职工薪酬构成如下:

单位:万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
短期薪酬	682.92	100.00%	1,059.42	100.00%
工资、奖金、津贴和补贴	289.16	42.34%	717.00	67.68%
职工福利费	4.98	0.73%	4.21	0.40%
社会保险费	-	-	-	-
其中:医疗保险费	-	-	-	-
工伤保险费	-	-	-	-
生育保险费	-	-	-	-
大病统筹	-	-	-	-
住房公积金	-	-	-	-
工会经费和职工教育经费	388.78	56.93%	338.21	31.92%
离职后福利中-设定提存计划负债	-	-	-	-
辞退后福利	-	-	-	-
合计	682.92	100.00%	1,059.42	100.00%
项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
短期薪酬	844.86	100.00%	669.46	100.00%
工资、奖金、津贴和补贴	607.50	71.91%	517.14	77.25%
职工福利费	6.26	0.74%	5.40	0.81%

社会保险费	-	-	-	-
其中：医疗保险费	-	-	-	-
工伤保险费	-	-	-	-
生育保险费	-	-	-	-
大病统筹	-	-	-	-
住房公积金	-	-	-	-
工会经费和职工教育经费	231.10	27.35%	146.92	21.95%
离职后福利中-设定提存计划负债	-	-	-	-
辞退后福利	-	-	-	-
合计	844.86	100.00%	669.46	100.00%

报告期各期末公司应付职工薪酬分别为 669.46 万元、844.86 万元、1,059.42 万元以及 682.92 万元，主要为期末已计提未支付的工资及年度奖金。其中 2022 年 6 月 30 日由于未涉及应付年度奖金，因此总体规模较小。总体而言公司应付职工薪酬随经营规模的扩大和工资水平的普涨而逐年上升。

(6) 应交税费

报告期各期末，发行人应交税费构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
企业所得税	320.54	195.20	758.30	390.42
增值税	68.57	138.38	296.49	112.82
城市维护建设税	3.70	7.27	14.80	5.73
教育费附加	3.70	7.27	14.80	5.73
代扣代缴个人所得税	6.61	8.35	209.80	3.29
土地使用税	4.48	4.48	-	-
房产税	3.07	1.56	-	9.51
其他	1.99	3.52	2.20	1.43
合计	412.66	366.04	1,296.39	528.91

报告期各期末，公司应交税费分别为 528.91 万元、1,296.39 万元、366.04 万元以及

412.66 万元。主要为应交所得税和应交增值税。公司各项应交税费余额随公司收入及利润增长而变动。其中 2020 年末应交企业所得税金额大幅增长主要系受**外部环境**影响公司当年上半年收入较低，四季度**外部环境**影响明显缓解收入增长较快。2020 年末代扣代缴个人所得税金额大幅增长主要系 2020 年 11 月公司派发现金股利 1,500 万元(含税)，对自然人股东的分红预提个人所得税所致，该部分个人所得税已于 2021 年 1 月完成申报和缴纳。2021 年公司适用研发费用加计扣除与固定资产加速折旧政策，从而应交所得税余额有所下降。而应交增值税余额显著下降，主要是由于原材料价格上涨以及期末采购干藤椒数量上升从而可抵扣进项税额增长。同时，当期期末无因现金股利导致的大额代扣代缴个人所得税，从而应交税费余额总体有较大幅度下降。2022 年 6 月 30 日，公司应交所得税有所增长，主要系一季度预缴所得税金额较低；应交增值税金额则有所下降，主要系临近集中生产期间公司提前采购鲜藤椒、菜籽油等原材料从而可抵扣进项税金额较高。上述因素综合作用下当期应交税费略有增长。

(7) 其他应付款

报告期各期末，发行人其他应付款构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
其他应付款项	199.11	145.53	88.13	10.65
合计	199.11	145.53	88.13	10.65

其中，其他应付款项组成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
保证金	77.80	77.30	70.90	1.40
代垫款	17.47	18.51	16.62	9.24
租金	98.18	49.09	-	-
其他	5.66	0.63	0.61	0.01
合计	199.11	145.53	88.13	10.65

报告期各期末,发行人其他应付款分别为 10.65 万元、88.13 万元、145.53 万元以及 199.11 万元。其中 2019 年 12 月 31 日其他应付款余额较小,主要由保证金及员工自行垫付而尚未报销的差旅支出等款项组成。2020 年 12 月 31 日其他应付款增长较大主要系收取成都杨天食品有限责任公司保证金金额较高。2021 年年末公司新增应付子公司办公场所租金款,其他应付款余额大幅增长。2022 年 6 月 30 日应付子公司办公场所租金款进一步上升,其他应付款余额有所上升。

(8) 一年内到期的非流动负债

截至 2021 年 12 月 31 日和 2022 年 6 月 30 日,公司一年内到期的非流动负债均为一年内到期的租赁负债,余额分别为 84.72 万元和 86.36 万元。

(9) 其他流动负债

报告期各期末公司其他流动负债为待结转增值税销项税,即向客户收取的确认为合同负债的款项所对应的增值税销项税额,该部分收款额尚未发生纳税义务,须于后续发出货物时确认为应交税费。具体情况如下:

单位:万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
待结转增值税销项税	1,176.49	1,116.90	738.38	-
合计	1,176.49	1,116.90	738.38	-

2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日以及 2022 年 6 月 30 日,待结转增值税销项税余额分别为 738.38 万元、1,116.90 万元以及 1,176.49 万元,与合同负债期末余额变动趋势一致。

3、非流动负债明细项目分析

报告期内,发行人非流动负债的构成情况如下:

单位:万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
租赁负债	252.81	23.02%	300.90	22.46%	-	-	-	-
递延收益	100.00	9.11%	340.00	25.38%	240.00	50.19%	200.00	62.87%

递延所得税负债	745.25	67.87%	698.62	52.15%	238.20	49.81%	118.12	37.13%
非流动负债合计	1,098.07	100.00%	1,339.52	100.00%	478.20	100.00%	318.12	100.00%

报告期各期末发行人非流动负债总额分别为 318.12 万元、478.20 万元、1,339.52 万元以及 1,098.07 万元，由租赁负债、递延收益和递延所得税负债组成。

(1) 租赁负债

公司于 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，在租赁期开始日，公司作为承租人对租赁确认使用权资产与租赁负债。截至 2021 年 12 月 31 日及 2022 年 6 月 30 日，计入非流动负债的租赁负债余额为 300.90 万元和 252.81 万元。

(2) 递延收益

报告期各期末，发行人递延收益分别为 200.00 万元、240.00 万元、340.00 万元以及 100.00 万元，均为与收益相关的政府补助形成。具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
中国藤椒电商营销项目	-	200.00	100.00	100.00
技术创新资金	100.00	100.00	100.00	100.00
第四批省级科技计划项目资金	-	40.00	40.00	-
合计	100.00	340.00	240.00	200.00

2021 年 12 月 31 日递延收益余额有所上升主要系新收到中国藤椒电商营销政府补助项目款。2022 年 6 月 30 日递延收益余额则随着项目进展而逐步结转，较上期有所下降。

(3) 递延所得税负债

报告期各期末，发行人递延所得税负债构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
固定资产一次性折旧	4,590.24	688.54	4,629.25	694.39

交易性金融资产公允价值变动	378.13	56.72	28.24	4.24
合计	4,968.37	745.25	4,657.48	698.62
项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
固定资产一次性折旧	1,432.09	214.81	528.78	79.32
交易性金融资产公允价值变动	155.93	23.39	258.65	38.80
合计	1,588.02	238.20	787.43	118.12

报告期各期末公司递延所得税负债分别为 118.12 万元、238.20 万元、698.62 万元以及 745.25 万元，来源于固定资产折旧政策不同及理财产品公允价值变动导致的应纳税暂时性差异。其中 2020 年末递延所得税负债增长较多主要系当期新购入机器设备中有部分可享受固定资产加速折旧所得税税收优惠，从而固定资产一次性折旧导致的递延所得税负债有所提升。2021 年度及 2022 年 1-6 月随着在建厂房与设备转固，固定资产折旧政策差异导致的递延所得税负债进一步上升。

(二) 偿债能力分析

报告期内，发行人主要偿债能力指标如下：

财务指标	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	3.80	3.73	4.13	3.32
速动比率（倍）	2.79	2.49	2.82	2.53
资产负债率（母公司）	19.14%	20.33%	18.10%	23.47%
资产负债率	19.55%	20.73%	18.10%	23.47%
财务指标	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	4,314.43	12,857.03	12,708.37	11,771.06
利息保障倍数（倍）	683.65	808.59	115.34	不适用

注：公司 2019 年度未发生利息支出

1、短期偿债能力分析

报告期各期末，公司流动比率分别为 3.32、4.13、3.73 以及 3.80；速动比率分别为 2.53、2.82、2.49 以及 2.79。2020 年随着公司流动资产规模扩大，上述指标获优化。2021

年度，由于预收货款规模扩大导致流动负债期末余额增长幅度大于流动资产增长幅度，从而流动比率和速动比率有所下降。2022 年 6 月 30 日流动比率较上期稳中略有提升，而速动比率则由于公司于 6 月末开始集中预收货款而较上期有显著优化。

2、长期偿债能力分析

(1) 资产负债率

报告期各期末，公司资产负债率分别为 23.47%、18.10%、20.73%以及 19.55%，母公司资产负债率分别为 23.47%、18.10%、20.33%以及 19.14%。通过引入外部投资者及生产经营实现的自有资金积累，公司资产负债率总体有所下降，2021 年末由于预收货款规模增长，负债期末余额增长幅度较大从而资产负债率小幅上升。2022 年 6 月 30 日公司资产负债率略有下降。

(2) 息税折旧摊销前利润与利息保障倍数

报告期各期，公司实现息税折旧摊销前利润 11,771.06 万元、12,708.37 万元、12,857.03 万元以及 4,314.43 万元。由于公司具有较强盈利能力，息税折旧摊销前利润水平较高，体现出公司较强且稳定的长期偿债能力。

2019 年度，公司未发生利息费用支出。2020 年度、2021 年度以及 2022 年 1-6 月，公司利息保障倍数为 115.34、808.59 以及 683.65，体现了公司较强的偿债能力和较低的流动性风险。

3、与同行业可比上市公司偿债能力指标比较分析

报告期内，公司流动比率、速动比率及资产负债率指标与同行业可比上市公司对比如下：

财务指标	可比公司	2022 年 6 月 30 日 /2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年度	2020 年 12 月 31 日/2020 年度	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
流 动 比 率 (倍)	丁点儿食品	未披露	未披露	未披露	5.24
	千禾味业	3.43	4.13	4.45	3.47
	天味食品	5.38	7.58	6.70	5.95
	恒顺醋业	2.21	1.91	2.48	2.12
	海天味业	3.36	2.91	2.67	2.54
	行业平均	3.59	4.13	4.07	3.86
	发行人	3.80	3.73	4.13	3.32

财务指标	可比公司	2022年6月30日 /2022年1-6月	2021年12月31 日/2021年度	2020年12月31 日/2020年度	2019年12月31 日/2019年度
速动比率 (倍)	丁点儿食品	未披露	未披露	未披露	4.02
	千禾味业	1.81	2.01	2.79	2.31
	天味食品	5.21	7.32	6.26	5.62
	恒顺醋业	1.82	1.42	1.95	1.56
	海天味业	3.10	2.68	2.43	2.31
	行业平均	2.99	3.36	3.36	3.16
	发行人	2.79	2.49	2.82	2.53
资产负债率	丁点儿食品	未披露	未披露	未披露	15.16%
	千禾味业	15.71%	13.50%	13.16%	22.53%
	天味食品	13.74%	10.08%	13.06%	14.02%
	恒顺醋业	26.94%	29.98%	22.97%	21.25%
	海天味业	24.88%	29.51%	31.72%	32.95%
	行业平均	20.32%	20.76%	20.23%	21.18%
	发行人	19.55%	20.73%	18.10%	23.47%

可比公司流动比率及速动比率根据其结算方式、客户结构及业务规模略有不同，但总体水平较高，体现了该行业较强的短期偿债能力。公司流动比率及速动比率总体与同行业公司相比总体处于合理区间。

2019年公司获外部投资，资产负债率与行业平均水平较为接近；2020年度随公司生产经营成果的积累，资产负债率进一步优化。2021年度，由于**外部环境**不利影响减退经销商积极预付货款，从而合同负债余额增长幅度较大，公司资产负债率略有上升。可比公司偿债能力指标则较为稳定。2022年1-6月，公司流动比率和速动比率略有提升且与可比公司平均水平差异进一步缩小，资产负债率则较为稳定。预计公司本次首发募集资金到位后，资产负债率将进一步降低。

(三) 股利分配分析

报告期内，公司实施过两次股利分配，具体情况如下：

2019年1月20日，么麻子有限召开2019年第一次临时股东会，一致同意向赵跃军、龚万芬、赵麟合计分配利润4,263.22万元。公司向前述股东支付分红款时，在扣除应代扣代缴的个人所得税后将分红净额予以支付。

2020 年 11 月 5 日, 公司召开 2020 年第二次临时股东大会并一致同意通过了《关于公司利润分配方案的议案》, 决定共计派发现金股利 1,500.00 万元(含税)。公司向自然人股东支付分红款时, 在扣除应代扣代缴的个人所得税后将分红净额予以支付。

(四) 现金流量分析

报告期内, 发行人现金流量基本状况如下:

单位: 万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生的现金流量净额	6,905.79	11,679.90	3,292.49	12,495.99
投资活动产生的现金流量净额	3,179.93	-10,737.27	-875.58	-31,399.65
筹资活动产生的现金流量净额	-370.00	-463.64	-1,205.32	18,787.32
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-0.71	-0.02
现金及现金等价物净增加额	9,715.72	479.00	1,210.87	-116.37

1、经营活动产生的现金净流量分析

报告期内, 公司经营活动产生的现金流量具体情况如下:

单位: 万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	20,806.51	54,638.47	35,971.06	47,831.28
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	38.74	255.76	437.30	184.53
经营活动现金流入小计	20,845.25	54,894.23	36,408.36	48,015.81
购买商品、接受劳务支付的现金	9,656.83	33,786.08	27,109.19	28,016.42
支付给职工以及为职工支付的现金	2,126.46	3,545.86	2,280.95	2,148.21
支付的各项税费	1,076.09	3,072.86	1,737.95	2,209.57
支付其他与经营活动有关的现金	1,080.06	2,809.52	1,987.78	3,145.62
经营活动现金流出小计	13,939.46	43,214.32	33,115.87	35,519.82
经营活动产生的现金流量净额	6,905.79	11,679.90	3,292.49	12,495.99

公司经营活动现金流入主要来源于销售商品、提供劳务收到的现金, 2019-2021 年度及 2022 年 1-6 月该项目现金流入分别为 47,831.28 万元、35,971.06 万元、54,638.47

万元以及 20,806.51 万元。该项目与营业收入对比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	20,806.51	54,638.47	35,971.06	47,831.28
营业收入	18,406.97	46,184.64	35,649.95	40,984.71
销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入比重	1.13	1.18	1.01	1.17

销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入比重分别为 1.17、1.01、1.18 以及 1.13，总体较为稳定且保持了较佳的水平。其中 2020 年度比例略有下降，主要系受**外部环境**影响，客户单次预付货款金额下降。2021 年**外部环境**不利影响逐渐消退，当期销售商品、提供劳务收到的现金总额较高，其占营业收入的比重也相应显著增长。总体而言公司销售回款情况较佳，这也与公司以经销为主的销售模式、先款后货为主的结算方式一致。

报告期内公司经营活动现金流出金额分别为 35,519.82 万元、33,115.87 万元、43,214.32 万元以及 13,939.46 万元，主要为购买商品、接受劳务支付的现金。支付给职工以及为职工支付的现金和支付的各项税费也是其重要组成部分。

报告期内公司经营活动产生的现金流量净额分别为 12,495.99 万元、3,292.49 万元、11,679.90 万元以及 6,905.79 万元，与净利润差异调整及匹配情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
净利润	2,971.85	9,789.66	10,205.30	9,599.82
加：资产减值准备	-9.10	2.59	4.82	10.40
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	695.86	1,206.34	507.09	425.93
使用权资产折旧	45.08	90.15	-	-
无形资产摊销	58.49	110.60	83.64	34.24
长期待摊费用摊销	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失	-	-	-	-
（收益以“-”号填列）	-	-	-	-
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	-	-	0.32	-

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	-378.13	-28.24	-155.93	-258.65
财务费用（收益以“－”号填列）	6.31	15.90	110.90	0.02
投资损失（收益以“－”号填列）	-85.95	-952.79	-875.63	-617.93
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	18.43	-61.83	-36.77	-13.15
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	46.63	460.42	120.09	118.12
存货的减少（增加以“－”号填列）	3,854.62	-4,126.49	-4,406.43	-971.32
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	-440.62	-216.77	-250.19	-62.41
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	46.64	5,187.84	-2,130.88	4,230.92
其他	75.70	202.52	116.16	-
经营活动产生的现金流量净额	6,905.79	11,679.90	3,292.49	12,495.99

2019 年度经营活动产生的现金流量净额与净利润差异为 2,896.17 万元，较上年有大幅增加，主要系年末预收货款较多导致当期经营性应收及应付项目增减大幅变动。2020 年度经营活动产生的现金流量净额与净利润差异为-6,912.81 万元，主要系**外部环境**影响导致预收货款金额下降、原材料采购规模扩大导致期末存货增加及经营性应付项目减少等多重因素共同影响。2021 年由于**外部环境**不利影响逐步消退，经销商预付货款规模有所增长，经营性应付项目大幅上升，从而当期经营活动产生的现金流量净额与净利润差异随之上升至 1,890.25 万元。2022 年 1-6 月由于集中生产季较往年推迟开始，公司当期存货减少金额较高，经营活动产生的现金流量净额显著高于净利润。总体而言体现出公司通过主营业务获取现金的能力较强，可实现资金的良性循环，净利润质量较高。

报告期内，公司收到其他与经营活动有关的现金呈现先增后降的趋势，主要系收到的政府补助款波动引起；而支付其他与经营活动有关的现金则略有波动，则系付现费用变动所致。

2、投资活动产生的现金净流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	114.19	1,108.71	1,134.28	639.83
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	0.02	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-46.87
收到其他与投资活动有关的现金	40,829.37	192,890.76	204,763.50	123,798.87
投资活动现金流入小计	40,943.56	193,999.47	205,897.80	124,391.82
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,463.64	6,346.74	5,523.38	5,251.48
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	34,300.00	198,390.00	201,250.00	150,540.00
投资活动现金流出小计	37,763.64	204,736.74	206,773.38	155,791.48
投资活动产生的现金流量净额	3,179.93	-10,737.27	-875.58	-31,399.65

报告期内公司投资活动产生的现金流量净额分别为-31,399.65 万元、-875.58 万元、-10,737.27 万元以及 3,179.93 万元。其中投资活动现金流入主要来自于收到其他与投资活动有关的现金，而投资活动现金流出则主要来自于支付其他与投资活动有关的现金，主要为短期理财投资的购买与赎回。

2020 年度投资活动现金流入中取得投资收益收到的现金和收到其他与投资活动有关的现金金额较上年变动幅度较大，均系公司理财产品购买规模、产品配置和期限变动所致。2019 年度由于德元楼股权转让导致处置子公司及其他营业单位收到现金净额 -46.87 万元，后续年度未发生同类处置事项，该项发生额大幅下降至 0.00 万元。投资活动现金流出中支付其他与投资活动有关的现金金额变动较大，主要系理财产品购买情况影响。2021 年度投资活动现金流各项目则较为稳定，变动幅度相对较小。2022 年 1-6 月由于收回短期理财投资金额高于短期理财投资支出，当期投资活动现金流量净额转为正。总体而言，报告期内公司投资活动现金流量净额波动较大，主要受公司短期理财投资配置及期限影响。

3、筹资活动产生的现金净流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
吸收投资收到的现金	-	-	-	23,050.54
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	5,130.00	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	5,130.00	23,050.54
偿还债务支付的现金	-	200.00	4,930.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	204.97	1,405.32	4,263.22
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	370.00	58.66	-	-
筹资活动现金流出小计	370.00	463.64	6,335.32	4,263.22
筹资活动产生的现金流量净额	-370.00	-463.64	-1,205.32	18,787.32

报告期内公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 18,787.32 万元、-1,205.32 万元、-463.64 万元以及-370.00 万元。2019 年度公司为优化股权结构、健全治理结构并实现产业协同效应，引入了网聚投资、湖南肆壹伍及中金启辰等外部投资者，因此当年筹资活动产生的现金流量净额为正，具体情况可参见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“二、发行人的设立情况和报告期内的股本和股东变化情况”。2020 年度筹资活动现金流入来源于取得借款收到的现金，现金流出则由偿还债务支付的现金和分配股利、利润或偿付利息支付的现金组成，当年筹资活动产生现金净流出。其中，由于股利分配金额下降，分配股利、利润或偿付利息支付的现金金额逐年减少，具体情况可参见招股说明书本节之“十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（三）股利分配分析”。而 2020 年度公司考虑**外部环境**不利影响获取部分银行贷款，导致当期取得借款收到的现金和偿还债务支付的现金均有大幅增长。2021 年度未发生筹资活动现金流入，而筹资活动现金流出主要为偿还债务支付的现金和分配股利、利润或偿付利息支付的现金。由于当期未需偿还银行贷款金额较低且未现金分红，因此上述项目总体流出金额较小。由于执行新租赁准则，公司将支付房屋及土地租金现金流出计入支付其他与

筹资活动有关的现金，导致该项目新增发生额共计 58.66 万元。2022 年 1-6 月仅发生 IPO 中介费相关现金流出 370.00 万元。

4、2022 年 1-6 月利润表及现金流量表较上年同期数据变动幅度大于 30%项目情况

项目	2022年 1-6月	2021年 1-6月	变动幅度	变动原因
其他收益	250.41	44.65	460.82%	与收益相关的政府补助项目结转进度影响
投资收益	85.95	364.79	-76.44%	理财产品购买及取得的收益规模较小
公允价值变动收益	378.13	103.28	266.13%	理财产品规模及持有期限影响
营业外收入	17.50	-	100.00%	上期未发生营业外收入
营业外支出	-	0.50	-100.00%	当期未发生营业外支出。
所得税费用	536.85	937.49	-42.74%	当期收入规模有所下降
净利润、持续经营净利润、归属于母公司股东的净利润、综合收益总额、归属于母公司所有者的综合收益总额	2,971.85	5,520.28	-46.16%	1、公司餐饮行业终端客户经营情况受到 外部环境 不利影响，收入规模有所下降； 2、当期销售产品主要原材料成本较高，进一步影响利润水平。
销售商品、提供劳务收到的现金	20,806.51	44,816.06	-53.57%	1、公司下游餐饮终端客户受 外部环境 影响导致整体收入规模下滑，经销商预付货款规模也相应受到不利影响； 2、2022年度促销活动于六月开始，略迟于2021年度，从而截至6月30日经销商打款进度也迟于往年。
收到其他与经营活动有关的现金	38.74	168.32	-76.99%	收到的政府补助金额下降
购买商品、接受劳务支付的现金	9,656.83	17,367.79	-44.40%	公司2022年度集中生产期间较上年略有推迟，采购规模也相应较小
取得投资收益收到的现金	114.19	520.72	-78.07%	理财产品购买及取得的收益规模较小
收到其他与投资活动有关的现金	40,829.37	113,126.31	-63.91%	理财产品赎回规模较小
支付其他与投资活动有关的现金	34,300.00	106,890.00	-67.91%	理财产品购买规模较小
偿还债务支付的现金	-	200.00	-100.00%	公司当期未偿还债务
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	204.97	-100.00%	公司当期未分配股利、利润偿付利息
支付其他与筹资活动有关的现金	370.00	58.66	530.71%	公司当期发生较大额的IPO中介费相关现金流出

（五）公司流动性的重大变化或风险趋势

未来随着公司应收账款和存货管理能力的提升，公司流动资产周转水平加快，经营

性现金流将逐步改善；同时，公司将通过公开发行股票、适当调整长短期债务配置等方式优化债务结构，以降低公司的流动性风险。

（六）持续经营能力分析与管理层意见

对公司持续盈利能力产生不利影响的因素包括各种风险，具体见本招股说明书“第三节 风险因素”。

截至本招股说明书签署日，公司不存在下列对其持续盈利能力构成重大不利影响的情形：（1）公司的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；（2）公司的行业地位或所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；（3）公司在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；（4）公司最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖；（5）公司最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；（6）其他可能对公司持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

（七）报告期末大额财务性投资分析

1、投资基本情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司交易性金融资产余额 30,348.75 万元，占流动资产比例 50.96%，均系公司购买的理财产品，具体情况如下：

单位：万元

发行方	产品名称	投资期限	预期收益率	截至 2022 年 6 月 30 日余额
中国农业银行	农银理财“农银时时付”开放式人民币理财产品（对公转属）	无固定期限	央行一年期定期储蓄存款基准利率（整存整取）+120bp	3,963.86
中国农业银行	农银理财“农银匠心·灵动”14 天固收增强人民币理财产品	最短持有 14 天	2.85%，根据市场情况及投资运作情况变化	1,434.20
中国农业银行	农银理财“农银匠心·灵动”14 天固收增强人民币理财产品	最短持有 14 天	2.85%，根据市场情况及投资运作情况变化	16,238.22
中国农业银行	农银理财“农银匠心·灵动”30 天固收增强人民币理财产品	最短持有 30 天	3.05%，根据市场情况及投资运作情况变化	1,001.54
中国建设银行	惠众日申月赎开放式产	无固定期限	未明确约定，随市场	7,710.92

	品（代销建信理财）		波动	
中国工商银行	工银理财 法人“添利宝”净值型理财产品	无固定期限	以上海银行间同业拆放利率 3 个月品种近 20 个交易日平均年化收益率作为业绩比较基准，随市场波动	0.01
合计				30,348.75

发行人以经销模式为主，主要结算方式为先款后货，同时公司于报告期内进行了两次增资，现金流较为充裕。因此公司会利用闲置资金进行现金管理，提高资金使用效率。

2、对发行人资金安排的影响

针对日常经营活动支出，公司购买理财产品时会充分预计近期经营活动相关采购支出，预留部分银行存款。

针对大额资产购置、在建工程或其他突发性支出，公司保持 20%-40%左右随时可赎回的理财产品，以便进行资金调拨。总体而言上述财务性投资不会对公司正常资金安排造成不利影响。

3、减值准备计提情况

截至报告期末，上述理财产品可回收性良好，不存在减值迹象，未计提减值准备。

4、发行人对财务性投资管理制度

公司财务人员会充分评估财务性投资的项目风险并及时跟踪项目进展，针对不同投资规模设立并执行审批制度。发行人已针对财务性投资建立相应的内部控制及管理制度。

十二、重大资本性支出和资产业务重组分析

（一）报告期内重大资本性支出及计划

1、报告期内重大资本性支出情况

报告期内，除本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”中披露的固定资产、在建工程、无形资产等情形外，公司不存在其他需要披露的重大资本性支出。上述资本性支出系紧密围绕公司主营业务展开，有利于公司扩大经营规模、优化产品质量、提升市场竞争力。

2、未来其他可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署之日，除本次发行募集资金拟投资项目外，公司无其他可预见的重大资本性支出。本次发行募集资金拟投资项目的详细情况请参见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”。

（二）报告期内资产业务重组

报告期内，公司未发生重大资产业务重组。

十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

截至本招股说明书签署之日，公司无需要披露的资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项。

十四、重大担保、诉讼事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在重大担保、诉讼事项。

十五、盈利预测

报告期内，本公司未编制盈利预测报告。

第七节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金投向和使用管理制度

（一）预计募集资金规模及拟投资项目

经公司第一届董事会第九次会议、2021 年第二次临时股东大会审议通过，本公司拟向社会公众公开发行不超过 4,400 万股人民币普通股（A 股），发行数量占公司发行后股份总数的比例不低于 25%。

本次公开发行实际募集资金金额将由最终确定的发行价格和发行数量决定，募集资金总额在扣除了发行费用之后，将按照重要性和紧迫性安排投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金投资总额	项目备案	环评批复
1	年产 20,000 吨藤椒油及 1,800 吨藤椒系复合调味酱汁及休闲食品建设项目	37,394.67	32,394.67	川投资备【2102-511423-04-01-252109】FGQB-0005 号	洪环建【2021】6 号
2	营销网络及信息化建设项目	16,152.65	16,152.65	川投资备【2102-511423-04-01-664953】FGQB-0006 号	-
3	研发中心建设项目	4,013.96	4,013.96	川投资备【2102-510132-04-01-834634】FGQB-0019 号	成津环承诺环评审【2021】10 号
4	补充流动资金	4,000.00	4,000.00	-	-
合计		61,561.28	56,561.28	-	-

注：经洪雅县生态环境局确认，营销网络及信息化建设项目建设内容未列入《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》，无需办理环评审批手续。

2021 年，公司因业务需求大规模购进复合调味料及休闲食品炒制设备，导致复合调味料及休闲食品理论产能从 300 吨大幅增长至 2,885 吨。经公司第一届董事会第十八次会议审议通过，由于目前按炒制环节核算的复合调味品及休闲食品产能在现阶段存在富余，公司拟调减年产 20,000 吨藤椒油及 1,800 吨藤椒系复合调味酱汁及休闲食品建设项目涉及的复合调味品及休闲食品建设对应的全部募集资金投入合计 5,000 万元。公司

在调减该部分募集资金投入后，本次发行的募投项目投资总额 61,561.28 万元保持不变，募投项目募集资金投资总额调整为 56,561.28 万元。

公司目前的复合调味料及休闲食品生产车间按照生产标准产品进行设计，考虑到现有车间在应对多品类、小批量的定制产品生产时的调整能力较差，存在效率低下、损耗增加、交期延长等生产问题，且难以支持定制客户参观生产车间，因此，公司计划保留复合调味料及休闲食品产能建设这一投资项目，将未来投资建设的具备柔性生产能力的新车间作为定制产品生产车间，将现有车间作为标准产品生产车间，新车间建设的相关资金 5,000 万元后续将视业务发展和项目进度情况采用公司自有资金进行投资。

（二）募集资金使用管理制度

为了规范公司募集资金管理，切实保护广大投资者的利益，公司第一届董事会第九次会议、2021 年第二次临时股东大会审议通过了《么麻子食品股份有限公司募集资金管理办法》，对募集资金的存放、使用情况与信息披露等进行了规定。

公司将在募集资金到账后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。公司募集资金将存放于董事会决议指定的专户集中管理，该专项账户不得存放非募集资金或用作其他用途。涉及募集资金投向变更的，公司应当经董事会、股东大会审议通过，且经独立董事、保荐人、监事会发表明确同意意见后，方可变更募集资金投向。

（三）募集资金运用对主营业务及财务状况的影响

1、募集资金运用对主营业务的影响

生产线建设项目通过新建藤椒系调味油生产车间、复合调味酱汁及休闲食品生产车间，并配套购置相关先进设备，将进一步扩大藤椒油及藤椒系复合调味酱汁及休闲食品的产能。项目建成后，将有利于公司提升生产能力、仓储能力及检测水平，有效缓解公司因现有产能不足造成的发展瓶颈，进一步扩大公司业务规模，提高公司综合竞争实力。

营销网络及信息化建设项目将进一步提升公司现有餐饮、零售和大客户端的销售能力，提升公司品牌影响力与知名度。此外，公司根据实际需求配套建设信息化系统，构建高效的信息化管理体系，将推动公司精细化管理水平的进一步提升。

研发中心建设项目通过引进一批高级技术人才，并购置先进的开发测试设备，在充

分发挥公司在藤椒调味领域多年研发和生产经验的基础上，进一步提升公司藤椒系产品的自主研发水平和制造应用能力，为公司继续做大做强主营业务提供坚实的技术支持。

2、募集资金运用对财务状况的影响

（1）募集资金运用对偿债能力的影响

本次发行募集资金到位后，公司资金实力明显增强，净资产及每股净资产均将大幅增长，每股净资产的大幅增加将使公司股票的内在价值显著提高。同时，净资产的增加将导致公司的资产负债率得到显著改善与优化，提升公司后续持续融资能力和抗风险能力。若募集资金超过项目资金需求，超过部分将用于补充公司营运资金或偿还银行贷款，有利于进一步优化债务结构，降低融资成本。

（2）募集资金运用对盈利能力的影响

本次发行募集资金到位后，发行人拟将全部资金用于生产线建设项目、营销网络和信息化建设项目和研发中心建设项目。在募集资金投资项目建设和运营初期，资产折旧和人工成本将导致营业成本、期间费用上升，或将给公司经营业绩带来不利影响。此外，募集资金投资项目需要一定的建设周期，项目实施过程中可能存在各种不可预见或不可抗因素，致使短期内难以产生全部效益。因此，本次发行后公司可能存在短期内费用率上升、净资产收益率下降的风险。

从长期来看，随着募集资金投资项目的建成投产，公司的生产能力将稳步提升，同时技术和品牌优势也将得到充分发挥，业务规模的扩大将产生良好的利润和现金流，盈利能力和持续发展能力有望不断增强。

（四）募集资金投资项目的确定依据

本次募集资金将用于年产 20,000 吨藤椒油及 1,800 吨藤椒系复合调味酱汁及休闲食品建设项目、营销网络及信息化建设项目、研发中心建设项目及补充流动资金项目。经核查，保荐机构、发行人律师认为，上述募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

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是对现有业务体系的发展、完善和补充，募集资金投资项目与公司现有的经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应，符合国家产业政策、环保政策以及其它相关法

律、法规的规定，投资估算及效益分析表明募集资金投资项目的预期回报情况良好。

募集资金投资项目的具体确定依据参见本节“二、募集资金运用情况”的相关内容。

(五) 募集资金投资项目对同业竞争和独立性的影响

截至本招股说明书签署之日，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在实质性同业竞争的情形。本次募集资金投资项目围绕公司现有主营业务展开，项目建成后不会产生新的同业竞争的情形。

公司在资产、人员、财务、机构、业务等方面与股东之间相互独立，具有完整的业务体系及直接面向市场独立经营的能力。本次募集资金投资项目建成后将由公司独立运营，并且公司已经进行了必要的人员、技术及市场方面的储备。因此，本次募集资金投资项目的实施不会导致公司依赖于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不会对公司的独立性产生影响。

二、募集资金运用情况

(一) 生产线建设项目

1、项目必要性

(1) 项目建设有利于扩大公司生产能力，满足日益增长的市场需求

公司多年以来，始终专注于藤椒调味品的生产及饮食文化研究。经过多年发展，公司在藤椒应用领域已具备突出的竞争优势和品牌影响力，具备丰富的研发及应用经验，凭借细致规范的管理模式、可靠的产品质量、及时的市场响应速度和完善的服务体系，在行业取得了良好口碑，受到众多经销商及终端用户的一致认可，积累了良好的市场基础。

未来，随着下游餐饮行业的快速发展，市场规模的不断扩大以及藤椒风味菜品、休闲食品研发及推广的进一步深入，藤椒系调味品市场需求将持续增长。面对日益增长的市场需求，公司目前虽通过合理的订单规划、加班加点等方式保证了产品的交付速度与质量，但目前受制于现有厂房作业面积以及生产设备数量、先进程度不足等因素，现有生产能力仅能勉强满足公司目前业务需求，产能利用率趋于饱和状态，业务拓展受到一定限制，一定程度上抑制了公司的发展。

1）藤椒油及相关麻系调味油产能利用情况

公司主要产品为藤椒油及相关麻系调味油，相关产品收入占公司主营业务收入比重在 95%以上。以藤椒油为代表的麻系调味油的生产模式存在显著的季节性特征，由于主要原材料鲜藤椒成熟并采摘后其风味易在短期内流失，为确保产成品“清、香、鲜、麻”的风味特征，公司通常于鲜藤椒成熟季节（即每年 6-7 月）集中进行原材料采购与半成品藤椒基础油的生产，上述期间生产的藤椒基础油将进行储存，并持续使用至下一年度鲜藤椒成熟及采购季节。

由于公司的藤椒基础油存在集中生产、跨期使用的特征，因此公司在鲜藤椒成熟季节集中加工高峰期的产能利用率较高，在非鲜藤椒成熟季节可能存在一定的产能闲置，公司的产能利用情况与季节性集中生产的特点相适应。

报告期内，公司藤椒油及相关麻系调味油的产能利用情况如下：

年度	产品类别	全年产成品包装产能利用率	高峰期半成品集中加工产能利用率
2022年1-6月	调味油	49.55%	98.17%
2021年度	调味油	60.79%	92.09%
2020年度	调味油	79.17%	92.29%
2019年度	调味油	110.43%	91.90%

注：高峰期半成品集中加工产能利用率=当年开始集中加工腌制藤椒基础油的月度实际总工时/最大月度理论总工时

如上表所示，发行人全年产成品包装产能利用率在报告期内持续下降，主要原因为发行人 1 条调味油万瓶生产线（包含 1 条 250 毫升灌装生产线和 1 条 500 毫升灌装生产线）在 2020 年 12 月投产，日生产件数的理论值同比增长 98.90%，导致调味油产成品灌装产能大幅提升，按产成品灌装口径核算的产能利用情况未达到饱和。但是，从上述高峰期产能利用率统计情况来看，在鲜藤椒集中采购和加工的高峰期，公司产能利用率均在 90%以上，藤椒腌制加工环节产能较为饱和。

公司受原材料采购周期影响，为保证藤椒的新鲜度与使用要求，需配置足够的产能来保障集中加工高峰期对鲜藤椒的加工处理，以满足藤椒油产成品全年的正常供应存量，上述做法同时也符合行业季节性生产的一般情况。发行人本次募集资金主要投向藤椒油生产的核心环节，即半成品生产的藤椒腌制和鲜榨的加工环节，不涉及目前产能相

对富余的产成品灌装环节，本次募投项目拟通过购置藤椒腌制工艺相关设备，增设生产加工及仓库物流场地及设备，扩大高峰期藤椒油加工处理能力，以满足公司未来发展需求，募投项目建设具有充分的合理性和必要性。

2）复合调味料及休闲食品产能利用率

报告期内，公司复合调味料及休闲食品的产能利用情况如下：

单位：吨

年度	产品类别	产能	产量	产能利用率
2022 年 1-6 月	复合调味料及休闲食品	1,340.00	374.17	27.92%
2021 年度	复合调味料及休闲食品	2,885.00	699.76	24.26%
2020 年度	复合调味料及休闲食品	300.00	206.32	68.77%
2019 年度	复合调味料及休闲食品	300.00	213.88	71.29%

发行人复合调味料及休闲食品产能利用率不高且逐年下降，主要原因为发行人在 2021 年大规模购进新的复合调味料及休闲食品炒制设备，复合调味料及休闲食品产能从 300 吨增长至 2,885 吨，理论产能大幅扩张 861.67%导致产能利用情况未达到饱和。

此外，复合调味料及休闲食品产能主要依据炒制设备的工作效率进行测算，发行人在测算时假设炒制设备均生产同一标准产品，且每台设备单次炒制重量按设定的最大容量进行计算，从而得到理论上可以实现的最大产能；但是，发行人复合调味料及休闲食品生产存在产品品类多、定制化程度高、单批次生产量小、现有生产线柔性生产能力不足等问题，导致日常经营活动中实际可以达到的产量远低于理论产能，进一步拉低了复合调味料及休闲食品产能利用率。

报告期内，公司复合调味料及休闲食品产量增长较快，2021 年同比增长率达到 239.16%，2022 年 1-6 月在受**外部环境**反复的影响下仍然同比增长 3.20%，产量攀升较快进一步体现出下游市场对复合调味料旺盛的消费需求。

受益于火锅、快餐、方便食品的迅速普及，我国火锅底料、快餐料包的消费需求在快速释放，复合调味品具有广阔的发展前景。根据中商产业研究院的数据，我国复合调味料市场规模从 2016 年的 854 亿元增长至 2020 年的 1,440 亿元，2016-2020 年市场规模年均复合增长率为 13.95%。目前公司复合调味料产量规模相对较小，与行业总体市场规模相比有很大的提升空间，未来随着公司复合调味料产品丰富与市场开拓，产能利

用率将逐步提升。

随着我国**外部环境**控制逐渐稳定,全国生产经营有序恢复,未来休闲食品的市场需求将逐步回暖。根据中商产业研究院数据,我国休闲食品市场规模从 2016 年的 8,224 亿元增长至 2020 年的 12,984 亿元,2016-2020 年市场规模年均复合增长率为 12.09%,预计 2022 年市场规模将进一步增长至 15,132 亿元,休闲食品具有广阔的市场空间。目前公司休闲食品产量规模相对较小,与行业总体市场规模相比有很大的提升空间,未来随着公司休闲食品产品丰富与市场开拓,产能利用率将逐步提升。

公司抓住复合调味品和休闲食品的旺盛市场需求,在藤椒油这一优势产品的基础上,以藤椒味型为重心不断充实产品矩阵,一方面将开发更为丰富的藤椒复合调味品、藤椒便携休闲食品,使公司产品广泛融入餐饮聚会、日常生活、休闲娱乐等应用场景;另一方面将开发更多适应年轻消费者需求的健康、优质、多元化的调味品,进一步提高产品附加值,创造新的盈利增长点。本次募投项目建成后,公司在扩大调味油加工能力的同时,也将新增复合调味酱汁及休闲食品的产能。但是,考虑到目前按炒制环节核算的复合调味料及休闲食品产能在现阶段存在富余,本次发行的募集资金不会用于新增复合调味料及休闲食品产能,相关投资后续将视业务发展和项目进度情况采用公司自有资金进行投资。

综上,公司拟通过本项目的实施新建藤椒系调味油生产车间及藤椒系复合产品生产车间,并配套购置相关先进设备。本项目建成后,将扩大现有生产作业面积,提升生产环节自动化、智能化水平,进一步扩大藤椒油以及藤椒系复合调味酱汁及休闲食品的产能。项目建成后,公司将有效缓解因现有产能不足造成的发展瓶颈,进一步提高公司综合竞争实力,为公司未来加大市场拓展力度奠定坚实的基础。

(2) 项目建设有利于扩大公司仓储能力,提升公司自动化、智能化水平

公司目前仓库面积较小,总计不足 1,000 平方米,产品存放覆盖公司全系列产品。随着公司经营规模的逐渐步扩大,现有仓库已处于超负荷运转状态,本次募投项目新建的藤椒系调味油生产车间及藤椒系复合产品生产车间投产后,公司现有仓储能力与预期仓储需求之间的矛盾将进一步被放大。公司受早期发展规划影响,目前各生产车间位置较为分散,产品入库距离较长,使得公司物流及仓库难以实现高效的集中化管理。此外,公司产品出入库目前全部采用人工转运方式进行操作,产品装车采用机动叉车将垛箱推

进货车车厢内，整体流程自动化水平不高，不仅影响工作效率，还存在产品损坏及人员安全风险。

因此，公司拟通过本项目的实施新建总面积为 7,770 平方米的立体仓储物流中心。本项目建成后，将有效缓解现有仓库面积不足的问题，大幅提升公司仓储能力。同时，仓储物流中心将利用先进的物流管理系统及全自动装卸、配送设备代替原有人工转运方式进行操作，提升成品库房的自动化水平，实现产品在入库时自动分拣、码垛、贮存等功能，以及产品自动出库、拆垛、产品信息附码、自动进入车厢等功能，在有效提高工作效率的同时，也将减少因人工操作造成的产品损坏与人员安全风险。此外，仓储物流中心还可以将位于厂区不同地方的生产车间产品通过传输带方式统一自动入库，实现对公司全系列产品的集中仓储、配货管理，以减少原有各生产车间产品因入库距离长造成的效率低下与成本浪费，进一步提升公司产品管理效率。

（3）项目建设有利于提高公司检测水平，提升检测环节效率

严格的食品安全制度、日趋完善的行业标准将对调味品行业长期的健康发展起到至关重要的作用。近年来，随着消费者及国家对食品质量安全问题的日益重视，我国陆续颁布实施了《食品安全法》、《食品安全法实施条例》、《食品生产许可证管理办法》等相关法律法规，持续加强对行业的监管，日趋严格的食品安全管控已成为食品行业发展的必然趋势。

公司深知食品安全对于企业发展的重要性，始终将食品质量安全把控作为日常工作的重中之重。经过多年发展，公司虽已建立了一套完整的质量与食品安全控制体系，可以充分识别客户端的产品质量要求，但是随着公司业务规模的持续扩大，产品品类的不断扩充和客户需求的不断丰富对公司质量检测水平及检测效率提出了更高的要求。

因此，公司拟通过本项目的实施新建产品质检中心，增加相应的专业检测人员，并配套引进三重四级杆串联液相色谱质谱仪（LC-MS/MS）、三重四级杆气相色谱质谱联用仪（GC-MS/MS）等国内外先进的检测设备来进行原料及产品中农药残留和重金属含量等情况，实现检测精度与权威监管部门接轨，进一步提升公司产品自主检测能力及检测效率，保障公司能够及时、高效地对生产原料、成品等进行安全质量检测。

2、项目可行性

（1）餐饮行业的巨大体量与稳定增速为项目提供了重要的市场基础

公司所生产的产品主要应用于餐饮行业、家庭消费和食品加工业，其中，餐饮端是藤椒系调味产品最大的需求市场。近年来，我国餐饮业产业发展迅速，一直保持着较高水平的增速。《2020 中国餐饮业年度报告》数据显示，2019 年全国餐饮收入达到 46,721 亿元，同比增长 9.4%；相较于 2010 年的 17,636 亿元，年均复合增长率为 11.43%；行业整体增速高于我国 GDP 增速。未来，在我国经济的稳定快速发展，国民消费观念的不断改变，居民收入持续提高的大背景下，餐饮市场规模有望将持续扩大。根据 Frost & Sullivan 数据，预计 2024 年中国餐饮业规模有望达 7.16 万亿元，增速仍维持在 8%以上。

餐饮行业巨大的市场体量与稳定的增速为藤椒系调味品发展提供了广阔的市场空间。目前，藤椒系调味品主要消费需求来自川渝地区，对于其他地区而言，藤椒风味及调味品还处在推广阶段，部分餐饮机构及个人消费者对于藤椒系调味品的认知度与接纳度仍有巨大的提升空间。未来，随着藤椒风味菜品研发进程及推广的进一步深入，藤椒系调味品应用场景不断丰富，市场需求有望持续扩大，下游领域巨大的市场空间为本项目的顺利实施提供了重要基础。

（2）公司良好的市场基础与丰富的行业经验为项目提供了重要的市场条件

公司自成立以来，一直深耕藤椒调味品及食品领域。经过多年发展，公司产品已被餐饮、家用、食品加工等领域内众多用户充分认可，已先后荣获了“四川省川调行业创新发展领军企业”、“农业产业化省级重点龙头企业”等多项荣誉称号，在行业内积累了良好的口碑与市场基础。公司凭借良好的产品质量及完善的服务体系，在全国范围内挑选优质经销商，多年来积累了众多长期合作、经验丰富、信誉良好的经销商团队，截至报告期末拥有合作经销商 400 余家，经销范围覆盖全国 34 个省、直辖市、自治区。同时，在食品工厂及大型全国连锁餐饮中，公司已与诸多知名食品餐饮企业构建了稳定持续的业务联系，如绝味食品、老乡鸡、想念食品、王家渡食品等，为公司带来了稳定持续的收益。公司良好的市场基础及销售体系为项目新增产能消化提供重要的支持。

公司十分注重与厨师群体的交流合作。在餐饮端，厨师具有一定意见的领袖作用，他们对于调味品的评价将影响餐饮企业的购买使用决策，对消费者也会产生潜移默化的影响。公司通过举办一系列厨师交流、关怀活动，深化与厨师群体的联系，利用相关菜

品的应用交流及体验活动，使厨师更直观地体验与了解公司产品及应用方式，提高厨师群体对于藤椒风味菜品及调味品的认知度与接纳度，推动公司餐饮渠道的产品销售。2019-2021 年，公司已累计举办 56 次厨师关怀、交流活动，其中大型活动 16 次、中小型活动 40 次，范围涉及全国各地各大菜系名厨，共邀请厨师约 2,500 人。目前，公司已经与全国近 5 万名厨师群体建立了密切的联系，公司丰富的行业经验与深厚的厨师文化底蕴为本项目的顺利实施奠定了重要基础。

（3）公司丰富的研发经验及完善的质量控制体系为项目实施提供有力保障

公司始终高度重视技术研发与创新，坚持产品研发、应用以客户和市场需求为中心，不断推动先进技术在生产过程中的应用，加快新产品、新菜品等从研发到投入市场的进程。经过多年的沉淀与积累，公司在藤椒筛选、藤椒油制备、藤椒油调配、熟香菜籽油生产、藤椒食品制作等领域深入探索，积累了诸多核心技术。同时，公司还组建了一支专业能力过硬、管理经验丰富的研发团队，由多名藤椒产品研发专业人才及外聘产品应用顾问组成，对未来市场的需求走势有着较好的把控力，可准确把握消费者的饮食习惯及口味变化，帮助公司确定具有前瞻性的产品研发方向。

藤椒系调味品的制作需要严格符合食品安全标准，公司在多年的生产经营过程中不断总结生产经验，并结合先进技术理论建立了完善的质量控制体系，严格遵循国家各项标准。目前，公司已通过了 ISO9001 国际质量管理体系认证、ISO22000 食品安全管理体系认证和 HACCP 危害分析与关键控制点体系认证。公司在原材料采购、工艺控制及产品成品检测方面均实施了科学、严格的管理，从原材料入库、复检到产品生产过程管理、成品检测等方面都建立了完整的跟踪记录，实现对整个工艺流程及关键工艺节点的熟练操作和有效把控，完善的质量控制体系为项目顺利实施提供了有力保障。

3、项目概况

公司拟通过投资年产 20,000 吨藤椒油及 1,800 吨藤椒系复合调味酱汁及休闲食品建设项目，在公司自有土地上新建藤椒系调味油生产车间、复合调味酱汁及休闲食品生产车间、仓储物流中心以及产品质检中心。项目总投资为 37,394.67 万元（募集资金投入为 32,394.67 万元），建设期计划 2 年，建设内容主要包括以下 3 个方面：

（1）藤椒系调味油生产车间、复合调味酱汁及休闲食品生产车间

本项目通过新建藤椒系调味油生产车间、新建复合调味酱汁及休闲食品生产车间、

新建原材料配套仓库以及购置相关先进设备，扩大现有生产作业面积，优化现有生产工艺，提升生产环节自动化、智能化水平，进一步扩大藤椒油以及藤椒系复合调味酱汁及休闲食品的产能。项目建成后，公司将新增藤椒油年产能 20,000 吨、藤椒系复合调味酱汁及休闲食品年产能 1,800 吨，有效突破因现有产能不足造成的发展瓶颈，进一步完善产品线，扩大公司业务规模，提高公司综合竞争实力。

（2）仓储物流中心

公司拟通过本项目新建总面积为 7,770 平方米的智能化立体仓储物流中心。项目建成后将有效缓解现有仓库面积不足的问题，大幅提升公司仓储能力。同时，仓储物流中心将利用先进的物流管理系统及全自动装卸、配送设备代替原有人工转运方式进行操作，提升成品库房的自动化水平，实现产品在入库时自动分拣、码垛、贮存等功能，以及产品自动出库、拆垛、产品信息附码、自动进入车厢等功能，在有效提高工作效率的同时，也将减少因人工操作造成的产品损坏与人员安全风险。此外，仓储物流中心还可以将位于厂区不同地方的生产车间产品通过传输带方式统一自动入库，实现对公司全系列产品的集中仓储、配货管理，以减少原有各生产车间产品因入库距离长造成的效率低下与成本浪费，进一步提升公司产品管理效率。

（3）产品质检中心

食品安全对于企业发展至关重要，公司拟新建产品质检中心，并配套引进国内外先进的检测设备、技术以及专业检测人员，实现检测精度与权威监管部门接轨，保障公司能够及时、高效地对生产原料、成品等进行安全质量检测，从而有效保证产品质量，进一步树立公司品牌声誉。

4、项目建设方案

（1）项目实施计划

项目建设用地位于四川省眉山市洪雅县止戈镇五龙村，该用地为公司自有土地，不动产权证为川（2020）洪雅县不动产权第 0002901 号。

项目由发行人自行组织实施，项目计划建设期 24 个月，建设资金将根据项目实施计划和进度安排分批投入使用。截至本招股说明书签署之日，项目已完成前期的可行性研究报告编制及项目备案、环评等工作。

（2）项目投资概算

公司拟投资 37,394.67 万元用于年产 20,000 吨藤椒油及 1,800 吨藤椒系复合调味酱汁及休闲食品建设项目。项目投资估算范围主要包括固定资产（建筑工程、硬件设备购置及安装、预备费）、铺底流动资金等，主要投资概况如下：

单位：万元

序号	项目	总投资金额	募集资金投入金额
1	建筑工程投资	19,701.24	16,335.24
2	设备购置及安装	12,086.34	10,452.34
3	基本预备费	1,589.38	1,589.38
4	铺底流动资金	4,017.71	4,017.71
合计		37,394.67	32,394.67

① 建筑工程投资明细

本项目建筑工程总投资为 19,701.24 万元，建筑工程费根据项目建设内容按当地造价水平进行估算。

单位：万元

序号	名称	建筑面积（平方米）	单位造价（元/平方米）	投资金额
1	建筑工程			
1.1	藤椒系调味油生产车间	17,420.00	1,200.00	2,090.40
1.2	复合产品生产车间	18,700.00	1,800.00	3,366.00
1.3	原材料配套仓库	5,520.00	1,800.00	993.60
1.4	仓储物流中心	7,770.00	1,500.00	1,165.50
1.5	产品质检中心	22,420.00	1,500.00	3,363.00
2	普通装修	66,230.00	700.00	4,636.10
3	生产洁净区	5,600.00	1,500.00	840.00
4	道路、绿化、亮化	-	-	2,753.00
5	工程建设其他费用	-	-	493.64
合计		-	-	19,701.24

注：建筑工程投资使用募集资金投入合计 16,335.24 万元，复合产品生产车间建设投资 3,366 万元后续将视业务发展和项目进度情况使用自有资金投入。

② 设备选型依据及投资明细

本项目采购的生产设备具体情况如下：

单位：万元

序号	设备类型	设备名称	单价	套数	金额
1	生产设备	藤椒油鲜榨工艺生产设备	1,153.50	1	1,153.50
2		藤椒油闷制工艺生产设备	1,900.50	2	3,801.00
3		复合产品生产设备	1,634.00	1	1,634.00
4	辅助设施	过滤、热交换、暂存	371.00	1	371.00
5		能源	320.00	1	320.00
6		油气、管道	280.00	1	280.00
7		储油罐	150.00	1	150.00
8	环保设施	废气、污水处理系统	280.00	1	280.00
小计			-	9	7,989.50

注：生产设备投资使用募集资金投入合计 6,355.24 万元，复合产品生产设备投资 1,634 万元后续将视业务发展和项目进度情况使用自有资金投入。

本项目采购的立体仓库设备具体情况如下：

单位：万元

序号	设备名称	单价	数量(套)	金额
1	定制单工位双深位堆垛机	80.00	6	480.00
2	货架	450.00	1	450.00
3	托盘及件箱平面输送系统	350.00	1	350.00
4	码垛机器人	55.00	3	165.00
5	拆垛机器人	60.00	4	240.00
6	安全附件	10.00	1	10.00
7	软件系统硬件	40.00	1	40.00
8	电控系统硬件	30.00	1	30.00
9	WMS 软件系统	50.00	1	50.00
10	WCS 软件系统	35.00	1	35.00
11	电控系统	200.00	1	200.00
12	积放缓存系统	80.00	1	80.00
13	码垛机器人	60.00	3	180.00
14	托盘及件箱输送系统	175.00	1	175.00

序号	设备名称	单价	数量(套)	金额
15	积放缓存系统	300.00	1	300.00
16	包装运输费	150.00	1	150.00
17	安装、调试、试运行	120.00	1	120.00
小计		-	29	3,055.00

本项目采购的检测设备具体情况如下：

单位：万元

序号	设备名称	单价	套数	金额
1	顶空进样器、气相色谱仪（GC）	65.00	1	65.00
2	三重四级杆串联液相色谱质谱仪（LC-MS/MS）	220.00	1	220.00
3	三重四级杆气相色谱质谱联用仪（GC-MS/MS）	130.00	1	130.00
4	全自动凝胶净化系统（GPC）	30.00	1	30.00
5	7890B+5977B 气质联用仪	90.00	1	90.00
6	高效液相色谱仪	40.00	2	80.00
7	氮吹仪（标志性蒸发器）	4.00	1	4.00
8	酶标仪（有机）	3.00	1	3.00
9	固相萃取仪	2.00	1	2.00
10	石墨消解仪	16.00	2	32.00
11	油脂氧化稳定性测定仪	15.00	1	15.00
12	离子色谱仪	16.00	1	16.00
13	脂肪分析仪	3.00	1	3.00
14	纤维分析仪	5.00	1	5.00
15	全自动凯氏定氮仪	3.00	1	3.00
16	近红外分析仪	10.00	1	10.00
17	色度仪	3.00	1	3.00
18	电感耦合等离子体质谱仪（ICPMS）	100.00	1	100.00
19	紫外分光光度计	4.00	1	4.00
20	紫外可见分光光度计	0.40	3	1.20
21	超声波提取器	1.00	2	2.00
22	组织研磨仪	0.20	1	0.20
23	电位滴定仪	15.00	1	15.00
24	全自动罗维朋比色计	1.00	2	2.00

序号	设备名称	单价	套数	金额
25	快速水分测定仪	2.00	2	4.00
26	水分活度仪	3.00	2	6.00
27	粘度计	0.50	2	1.00
28	低速离心机	0.80	3	2.40
29	高速离心机	3.00	2	6.00
30	旋转蒸发仪（配真空泵）	10.00	5	50.00
31	优普超纯水机	5.00	2	10.00
32	台式循环水真空泵	1.00	3	3.00
33	UPS 电源	3.00	3	9.00
34	智能电热板	0.50	2	1.00
35	多功能摇摆式粉碎机	0.80	2	1.60
36	破壁料理机	0.20	3	0.60
37	pH 计	0.30	5	1.50
38	分析天平（梅特勒）	5.00	2	10.00
39	电子天平（ME204/万分之一）	2.00	3	6.00
40	电子天平（ME203E/千分之一）	0.50	10	5.00
41	电热鼓风干燥箱	0.80	5	4.00
42	电子调温万用电炉	0.02	10	0.24
43	马弗炉	0.40	2	0.80
44	超声波清洗机	0.50	5	2.50
45	磁力搅拌器	0.20	2	0.40
46	立式恒速电动搅拌器	0.50	3	1.50
47	水浴灭菌锅（配水泵）	0.50	3	1.50
48	蒸汽灭菌器	2.00	2	4.00
49	臭氧消毒机	1.00	2	2.00
50	实验智能人工气候箱	0.80	3	2.40
51	电热恒温培养箱	0.80	5	4.00
52	冰箱	0.50	5	2.50
53	拍击式均质器	0.40	2	0.80
54	霉菌培养箱	1.00	2	2.00
55	ATP 荧光检测仪	0.40	5	2.00
56	空气微生物采样器	3.00	5	15.00
57	生化培养箱	1.00	5	5.00

序号	设备名称	单价	套数	金额
58	全自动菌落计数器	2.00	1	2.00
59	生物显微镜	5.00	2	10.00
60	电磁炉	0.10	5	0.50
61	塑料薄膜水蒸气透过检测仪	12.00	1	12.00
62	电脑测控压缩试验仪	5.00	2	10.00
63	多参数水质测定仪	2.20	1	2.20
64	BOD 测定仪	2.00	1	2.00
小计		-	160	1,041.84

③ 基本预备费

基本预备费投入 1,589.38 万元，按照建筑工程与设备购置金额的 5%估计。

④ 铺底流动资金

铺底流动资金 4,017.71 万元，根据公司的各项财务周转率计算得出，主要为与未来公司生产经营有关的营运资金需求。

5、项目实施进度安排

项目建设总工期 2 年，建设步骤衔接紧密，各期间工作安排交叉进行。项目建设的具体实施进度安排如下：

项目	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
土建工程								
设备询价订购								
设备安装调试								
人员招聘								
竣工验收								

注：T 代表建设初始年，1、2、3 数字代表年数，Q1、Q2、Q3、Q4 为当年第一、二、三、四季度。

6、项目经济效益分析

项目的税后全部投资回收期为 6.38 年（含建设期 2 年），税后投资内部收益率为 20.79%，税后净现值为 15,271.21 万元。

项目建设期为 2 年，在项目投产后的 5 年内，盈亏平衡收入点如下：

单位：万元

项目	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7
营业收入	33,405.48	53,448.76	66,810.96	66,810.96	66,810.96
固定成本	6,281.85	9,143.77	11,049.65	11,049.65	11,049.65
可变成本	22,150.77	35,441.24	44,301.58	44,301.58	44,301.58
BEP（生产能力利用率）	55.82%	50.78%	49.09%	49.09%	49.09%
盈亏平衡收入点	18,645.37	27,139.95	32,796.89	32,796.89	32,796.89

（二）营销网络及信息化建设项目

1、项目必要性

（1）项目建设有助于公司拓展营销渠道，提升公司市场竞争力

公司藤椒系调味品主要分为调味油、调味料、蔬菜制品、休闲食品四大系列，相关销售网络已覆盖全国大部分地区，但因下游市场需求主要来自于全国各地的餐饮饭店、家庭消费和食品工厂，销售渠道层级多，结构相对复杂，由公司单独进行相关产品的推广和渠道维护的难度较大，公司需借助各地区的经销商来对接全国各地的终端消费用户。经过多年的市场拓展，截至报告期末，公司拥有合作经销商 400 余家，经销范围覆盖全国 34 个省、直辖市、自治区。当前公司营销网络体系已基本建立，但我国地域广阔，公司营销网络覆盖的深度和广度仍有较大的提升空间。

为进一步巩固和提高市场份额，保障公司的可持续发展，公司有必要在现有基础上扩大并完善营销网络布局，新增营销业务人员及办公场所，在加深与原有经销商合作力度的同时，拓展新的渠道经销商，推动公司全国性营销网络建设，进一步促进产品销售，提高公司竞争力和市场地位。

（2）项目建设有助于提升公司品牌影响力，扩大公司市场份额

公司主要从事藤椒油及相关产品的研发、生产和销售，经过十多年的稳步发展，公司旗下“么麻子藤椒油”、“么麻子花椒油”等产品已在全国范围内积累了良好的口碑和较高的知名度，是公司经营的核心资源之一，品牌效应明显。近年来，随着国内消费者对藤椒风味认知度逐步提升，各大调味品企业纷纷推出藤椒风味产品，市场竞争日趋激烈。在保证产品风味及质量的前提下，品牌竞争已成为影响企业发展的关键因素，持

续提升公司在全国地区的品牌影响力和消费者的认知度，将是实现公司业务快速增长的必要途径。

因此，公司拟通过本项目的实施，一方面，积极推动产品线下营销活动，通过厨师交流会、品鉴会、调味食材展会、卖场促销、菜品试吃等多种类型线下营销活动，使更多的消费者可直观地感受公司产品风味，提升公司藤椒系调味品的认知度；另一方面，将引入新媒体及专业杂志等广告媒体，加大对线上品牌宣传的覆盖范围，实现线上线下互补融合，推动公司全渠道营销网络布局，增强公司品牌影响力。

（3）项目建设有助于增强厨师粘性，促进公司藤椒系调味品推广

公司藤椒系调味品的市场需求主要来自全国各地的餐饮企业、家庭消费和食品工厂。其中，餐饮因具备用量大、频率高、用料稳定等特点，是公司产品的主要销售渠道。报告期内，公司 90%以上的藤椒系调味品销售额均来自餐饮端消费，厨师对相关菜品风味的需求将直接影响其所在餐饮企业的原材料采购，长期、稳定、深入的餐饮层面品牌推广及厨师互动沟通对公司的产品销售及未来发展至关重要。

公司自成立以来就致力于与厨师建立密切交流的合作关系，相较于国内其他同行业公司，公司已具备了庞大、稳定的厨师客户群体，相关菜品应用交流及体验活动在前期的产品营销推广中取得了良好效果。但是，随着公司业务的不断扩张及厨师群体的不断扩大，公司现有场地已无法满足相关活动的要求，为进一步增强与全国各地厨师群体持续、深入的交流合作关系，公司拟新建营销应用体验中心，以保障公司未来形象宣传、产品展示、菜品体验等大规模活动交流的顺利举行，帮助公司产品在餐饮市场实现快速拓展和推广。同时，营销应用体验中心还将全面负责公司的品牌建设与推广、营销策划、市场推广、市场监督、消费者培育等工作，将作为公司营销网络的总部，通过优化组织运行机制和对外联络互动，提升公司综合管理效率。

（4）项目建设有助于全面提升公司信息化水平，增强企业综合实力

近年来，公司藤椒系调味品品类、产量及销售额均处于持续增长的状态，业务规模的快速扩张对公司的经营管理带来了较大的压力，也对公司信息化管理水平提出了更高的要求。随着公司业务持续发展、销售区域不断增加及渗透，公司目前的信息化管理水平无法满足公司未来的发展需求。为提升公司整体运营效率，保障公司的可持续发展，公司拟引入全套信息化系统模块，构建一体化的信息管控平台，实现全面覆盖采购、仓

储、生产、销售、物流、人事、财务等各方面的信息化管理体系，全方位提升完善公司的信息化管理水平。

在管理建设层面，本项目通过引入预算系统、全渠道产品追溯系统、营销费用系统等模块，进一步加强公司对各业务单元的人员、设备、财务方面的管控和协调，提高公司的精细化管理能力。在业务建设层面，本项目通过引入生产执行系统（MES）、仓库管理系统（WMS）、运输管理系统（TMS），加强公司产品在生产、仓储、运输等各个环节数据的准确度和及时性，降低生产成本、提升运营效率。同时，公司还将引入包含厨师交流互动元素及方便业务员订单管理的移动终端 APP 系统，进一步加强与厨师群体的线上交流沟通，通过与营销应用体验中心线下活动相结合，形成线上线下同步的长期交流和互动关系，进一步增强公司产品与厨师之间的粘性。

（5）项目建设有利于公司消化新增产能，巩固行业地位

随着公司的快速发展，本次募投项目“年产 20,000 吨藤椒油及 1,800 吨藤椒系复合调味酱汁及休闲食品建设项目”建成达产后，公司产能规模将进一步扩大，产能的快速提升对现有的营销系统形成了较大的压力。营销网络的完善优化将有效促进公司藤椒系调味品销售的增长，缓解产能扩张带来的市场压力，实现公司生产、研发、销售和品牌的协同发展。

本项目拟通过餐饮及零售端营销网络升级，在以西南、华东以及北上广深地区为重心的基础上，进一步扩大网点布局，覆盖全国大部分地区。项目的实施有助于公司完善全国市场营销布局，通过加大对当地餐饮、零售及食品经销商的拓展及合作，深耕现有重点营销区域，并探索挖掘新区域客户市场需求，为公司巩固行业地位奠定坚实的基础。

（6）项目建设有利于公司推进藤椒风味的全国化扩张

由于各地饮食习惯不同，调味品的消费特征呈现出一定的地域性。藤椒油属于川味调味品，主要用于制作藤椒鱼、藤椒鸡、钵钵鸡等四川美食，深受川渝地区偏爱“麻香”味型的消费者喜爱，因此川渝地区是藤椒油销售的传统优势地区，西南地区的收入比重占公司主营业务收入的比例在 50%以上。

在四川、重庆等传统销售目标区域之外，公司也在其他区域不断发展和优化经销商队伍，已经形成陕西、北京、广东、河南、湖北等多个优势销售区域，来自西南地区以外的收入占比持续提高，推动公司销售收入持续增长。2021 年度，发行人来自西南地

区以外的收入已经和来自西南地区的收入基本持平，随着未来人口流动的日益频繁，以及川味美食在全国的推广，藤椒油消费的区域性特征有望逐渐缩小。

报告期内，公司主营业务收入按地区分类情况如下：

单位：万元

地区	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
海外	70.98	0.39%	196.20	0.43%	85.15	0.25%	66.24	0.17%
东北	192.37	1.06%	991.24	2.19%	831.93	2.44%	903.77	2.27%
华北	1,183.94	6.54%	4,084.76	9.04%	3,077.01	9.01%	3,847.59	9.65%
华东	2,763.76	15.26%	6,664.35	14.76%	4,577.11	13.40%	4,819.30	12.09%
华南	787.82	4.35%	2,009.55	4.45%	1,389.04	4.07%	1,783.51	4.47%
华中	2,056.38	11.35%	4,289.58	9.50%	3,250.45	9.52%	3,550.07	8.91%
西北	1,098.51	6.06%	4,438.55	9.83%	3,287.59	9.63%	3,493.62	8.77%
西南	9,961.90	54.99%	22,487.98	49.79%	17,652.48	51.69%	21,393.42	53.67%
总计	18,115.67	100.00%	45,162.21	100.00%	34,150.75	100.00%	39,857.51	100.00%

注：通过网络平台进行的销售统一归入西南地区

本次募投项目包括在全国范围内建设营销体系，推动藤椒风味从区域化走向全国化。随着发行人销售区域性的逐渐模糊，募投项目建设符合公司的发展战略规划，助力公司实现通过麻系调味油、藤椒味型差异化复合调味料及本地特色休闲食品三条曲线发展，成为中国最具代表性的麻系调味品生产企业的战略发展目标，项目建设具有充分的合理性和必要性。

2、项目可行性

（1）公司的品牌影响力和厨师底蕴为项目开展提供强有力的支持

公司自 2008 年成立至今，一直深耕藤椒调味品及食品领域，具备丰富的行业经验。同时，公司一直秉承着“绿色生产，精益智造”的可持续发展理念，凭借绿色、优质、健康的产品，在行业内逐步形成了良好的口碑和较高的品牌知名度，具有较强的品牌优势。目前，公司已先后荣获了“四川省川调行业创新发展领军企业”、“农业产业化省级重点龙头企业”等多项荣誉称号。公司产品也被授予了“四川省优质品牌农产品”、“四川省著名商标”、“四川名牌产品”等荣誉。

厨师作为影响公司藤椒系调味品销售的主要群体,长期以来都是公司着重营销的主要对象。2019-2021 年,公司已累计举办了 56 次厨师关怀、交流活动,其中大型活动 16 次、中小型活动 40 次,范围涉及全国各地各大菜系名厨,共邀请厨师约 2,500 人。通过多年来与厨师群体保持密切的交流关系,公司积累了丰厚的厨师底蕴,极大推动了公司藤椒系调味品的销售及推广。公司品牌的良好口碑及深厚的厨师底蕴将为本项目扩大市场、提升市场份额提供重要保障。

(2) 稳定的客户基础与丰富的行业经验为项目建设奠定了坚实基础

公司当前销售模式以经销模式为主,凭借良好的产品质量及完善的服务体系,公司在全国范围内挑选优质经销商,多年来积累了众多长期合作、经验丰富、信誉良好的经销商团队,截至报告期末拥有合作经销商 400 余家,经销范围覆盖全国 34 个省、直辖市、自治区。同时,在食品工厂及大型全国连锁餐饮中,公司已与诸多知名食品餐饮企业构建了稳定持续的业务联系,如绝味食品、老乡鸡、想念食品、王家渡食品等,为公司带来了稳定持续的收益。本项目建成后,公司将借助目前的品牌影响力,在牢牢保持在川渝地区市场优势地位的同时,加大对省外地区的辐射渗透力度,实现业务的快速增长。

(3) 日趋成熟的信息化技术为项目建设提供了技术支撑

当前,我国信息化进程不断加快,信息技术被广泛应用于生产生活的各个环节,并取得了阶段性成果。本项目根据公司的实际需求,拟打通公司各部门的信息壁垒,从采购、仓储、生产、销售、物流、人事、财务等方面全面提升公司的信息化水平。随着我国新一代信息技术的持续快速发展,相关信息化技术应用日趋成熟,硬件设备及软件系统不断革新并持续完善,将为公司信息化建设提供有力的技术支撑。

(4) 完善的质量控制体系、优质的原材料供应为项目提供重要支撑

自成立以来,公司经过多年快速发展,已构建了完善的质量控制体系,严格遵循国家各项标准,在产品生产过程中、入库前都执行严格的质量检测检验,以确保产品质量的可靠、稳定。目前,公司已通过了 ISO9001 国际质量管理体系认证、ISO22000 食品安全管理体系认证和 HACCP 危害分析与关键控制点体系认证。同时,公司地处四川洪雅,作为中国国家地理标志产品,洪雅藤椒麻味绵长,香气浓郁,为公司产品质量、风味提供了有力的保障,获得了市场的广泛认可。优质的鲜藤椒供应渠道及严格的质控管

理体系,有效地保证了公司产品的质量,为本项目开拓市场、丰富营销体系提供重要支撑。

3、项目概况

营销网络及信息化建设项目旨在通过覆盖线上、线下等多种市场推广销售渠道,本项目将全面提升公司的品牌影响力与知名度。此外,本项目还将根据公司的实际需求,配套建设信息化系统,推动公司精细化管理水平的进一步提升。项目总投资为 16,152.65 万元,建设期计划 3 年,投资内容主要包括以下 2 个方面:

(1) 营销网络建设

营销网络建设拟针对公司旗下藤椒系调味品在全国范围内新设 18 个主要营销网点办事处,营销范围覆盖北京、上海、广州、成都、重庆等 69 个重点城市。同时,公司将针对华东、华中、华南等地区新增 11 名大客户业务员,针对全国食品工厂及连锁餐饮经销商进行进一步拓展及合作。公司将在重点区域市场内挑选优质经销商,加大公司产品对重点区域市场的辐射渗透力度,提升公司产品的市场覆盖程度及市场竞争力。此外,公司还将对藤椒系调味品品牌进一步宣传及推介,引入新媒体及专业杂志等广告媒体,积极开展参与线下营销活动。公司将新建营销应用体验中心,作为营销网络的总部办公地点,实现产品展示、销售推广、品牌宣传、厨师交流活动场所等功能。通过推动线上、线下等多种市场推广渠道的全面覆盖,公司将强化品牌建设力度,提升公司品牌知名度。

(2) 信息化建设

信息化建设拟根据公司的实际需求,打通公司各部门的信息壁垒,从采购、仓储、生产、销售、物流、人事、财务等方面全面提升公司的信息化水平。项目具体建设内容涉及客户关系管理(CRM)、供应商管理(SRM)、产品研发管理(PLM)、业务管理等各类信息化系统的构建和整合。通过全方位完善公司信息化管理体系,公司将以全面质量管理为主线,以成本管理为目的,实现业务流程一体化的管理,提升公司生产运营效率,增强企业核心竞争力。

4、项目建设方案

(1) 项目实施计划

项目由发行人自行组织实施，项目计划建设期 36 个月，建设资金将根据项目实施计划和进度安排分批投入使用。截至本招股说明书签署之日，项目已完成前期的可行性研究报告编制及项目备案、环评等工作。

① 营销网点建设

公司经深入分析国内各个区域的市场需求后，计划在全国范围内新设 18 个主要营销网点办事处，营销范围覆盖北京、上海、广州、成都、重庆等 69 个重点城市，其中，餐饮端重点覆盖约 64 个城市，零售端重点覆盖约 30 个城市。同时，公司将针对华东、华中、华南等地区新增 11 名大客户业务员，针对全国食品工厂及连锁餐饮经销商进行进一步拓展及合作。本项目的建设将对公司产品发展规划的实施以及新增产能的消化起到重要作用，项目投资内容主要包括办公场所的租赁与装修、软硬件设施的购置、人员成本投入等。

② 品牌营销和宣传

公司将对藤椒系调味品进行进一步的宣传及推介，引入新媒体及专业杂志等广告媒体进行推广，积极组织参与线下营销活动，并新建营销应用体验中心。上述措施将实现公司线上、线下等多种市场推广渠道的全面覆盖，强化公司品牌建设力度，提升公司品牌知名度。

③ 营销应用体验中心建设

公司拟新建营销应用体验中心，保障公司未来形象宣传、产品展示、菜品体验等大规模活动交流顺利举行，帮助公司产品在餐饮市场实现快速拓展和推广。同时，营销应用体验中心还将作为公司营销网络的总部，全面负责公司的品牌建设、营销策划、市场推广、市场监督、消费者培育等工作，通过优化组织运行机制和对外联络互动，提升公司综合管理效率。

④ 信息化建设

根据公司的实际需求，项目具体建设内容涉及客户关系管理（CRM）、供应商管理（SRM）、产品研发管理（PLM）、业务管理等各类信息化系统的构建和升级。

（2）项目投资概算

公司拟投资 16,152.65 万元用于营销应用体验中心场所建设、营销网络办公场所租赁、营销网络人工成本、信息化建设及品牌宣传推广等，项目主要投资概况如下：

单位：万元

序号	项目	金额
1	营销应用体验中心建设	3,147.84
2	营销网络办公场所	685.55
3	营销网络人工成本	5,649.06
4	信息化建设	1,981.20
5	品牌宣传推广	4,689.00
合计		16,152.65

① 营销应用体验中心投资明细

本项目建筑工程总投资为 3,147.84 万元，建筑工程费根据项目建设内容按当地造价水平进行估算。

单位：万元

序号	名称	建筑面积（平方米）	单位造价（元/平方米）	投资金额
1	土建工程	10,187.20	2,000.00	2,037.44
2	普通装修	10,187.20	1,000.00	1,018.72
3	工程建设其他费用	-	-	91.68
合计		-	-	3,147.84

注：1、项目建设用地位于四川省眉山市洪雅县止戈镇五龙村，该用地为公司自有土地，不动产权证为川（2022）洪雅县不动产权第 0000476 号；2、工程建设其他费用包括勘察、工程监理、咨询等费用，按工程费用 3%计算。

② 营销网络投资明细

本项目规划的营销网络办公场所租赁情况如下：

序号	城市地点	办公场所面积（m²）	办公场所租金标准（元/平米/天）	总投资金额（万元）
1	北京	100	3	32.85
2	上海	100	3	32.85

序号	城市地点	办公场所面积 (m²)	办公场所租金标准 (元/平米/天)	总投资金额 (万元)
3	广州	100	2.5	27.38
4	深圳	100	2.5	27.38
5	杭州	100	3	32.85
6	西安	100	2.5	27.38
7	成都	900	2	197.10
8	重庆	100	2	21.90
9	昆明	100	2	21.90
10	大连	50	2	10.95
11	济南	50	2	10.95
12	郑州	100	2	21.90
13	武汉	100	2	21.90
14	合肥	100	2	21.90
15	长沙	100	2	21.90
16	南京	100	2.5	27.38
17	贵阳	100	2	21.90
18	乌鲁木齐	50	2	10.95
合计		2,450	-	591.30

本项目采购的营销网络办公场所设备具体情况如下：

单位：万元

序号	设备名称	金额
1	办公设施	44.85
2	办公电脑	42.00
3	办公耗材	7.40
合计		94.25

③ 营销网络人员投资明细

本项目拟新增营销网络人员 158 人，投资共计 5,649.06 万元，具体投资明细如下：

单位：万元

序号	区域地点	拟新招聘人员 数量 T+1	拟新招聘人员数 量 T+2	拟新招聘人员 数量 T+3	三年人员成本 总额

序号	区域地点	拟新招聘人员数量 T+1	拟新招聘人员数量 T+2	拟新招聘人员数量 T+3	三年人员成本总额
地区餐饮及零售经销商业务人员					
1	西南地区	17	11	16	1,294.34
2	华北地区	8	4	4	584.82
3	华东地区	14	8	10	1,101.78
4	华南地区	6	2	5	464.99
5	华中地区	7	6	8	607.23
6	西北地区	10	3	2	585.27
7	东北地区	1	5	0	193.2
大客户业务人员					
1	东北、华北	1	-	-	99.3
2	西北	1	-	-	99.3
3	华东	1	-	1	158.2
4	华南	-	1	-	80.9
5	华中	-	1	-	69.3
6	云贵	-	1	-	69.3
7	四川	1	-	1	135.6
8	重庆	-	1	1	105.6
合计		67	43	48	5,649.06

④ 信息化投资明细

本项目信息化建设主要包括客户关系管理（CRM）、供应商管理（SRM）、产品研发管理（PLM）、业务管理等系统的构建，具体投资明细如下：

单位：万元

序号	项目名称		合计	T+1	T+2	T+3
1	客户关系管理（CRM）	市场营销管理，厨宝宝移动端	40.00	-	40.00	-
2		销售管理（包括经销商管理）	60.00	60.00	-	-
3		服务管理，全渠道产品追溯系统	80.00	-	80.00	-
4	供应商管理（SRM）	供应商管理	100.00	100.00	-	-
5	产品研发管理（PLM）	设计管理	100.00	-	100.00	-
6		研发项目管理	100.00	-	100.00	-

序号	项目名称		合计	T+1	T+2	T+3
7	业务管理	仓储管理系统（WMS）	100.00	-	-	100.00
8		生产执行系统（MES）	300.00	-	-	300.00
9		运输管理系统（TMS）	100.00	-	-	100.00
10	人力资源管理（HR）	员工主数据管理	40.00	-	40.00	-
11		考勤、薪酬管理	50.00	-	-	50.00
12		招聘、培训、绩效管理	50.00	-	-	50.00
13	财务系统	财务增强	50.00	50.00	-	-
14		全面预算管理系统	100.00	-	-	100.00
15	商业智能分析系统（BI）	统计分析	50.00	-	50.00	-
16		预测分析	100.00	-	-	100.00
17	机房建设投资	租用云资源（每年）	15.00	5.00	5.00	5.00
18		自建机房	80.00	-	80.00	-
合计			1,515.00	215.00	495.00	805.00

此外，信息化建设拟新增 IT 部门人员 10 人，具体如下：

单位：人，万元

项目	T+1	T+2	T+3	合计
IT 部门人员	5	3	2	10
期末累计人员数量	5	8	10	-
当期人工成本	90.00	158.40	217.80	466.20

⑤ 品牌营销和宣传投资明细

本项目品牌营销和宣传活动包括零售跨品类的促销、大型厨师竞技冠名活动及零售厂商周线下交流等，具体投资明细如下：

单位：万元

序号	项目类型	形式	成本投入 T+1	成本投入 T+2	成本投入 T+3	合计
1	线下大型	零售跨品类的促销	15.00	18.00	24.00	57.00
2		大型厨师竞技冠名活动	200.00	200.00	200.00	600.00
3	线下中型	零售厂商周线下交流	12.00	16.00	20.00	48.00
4		调味食材展会	150.00	200.00	250.00	600.00

序号	项目类型	形式	成本投入 T+1	成本投入 T+2	成本投入 T+3	合计
5		厨师交流会	360.00	360.00	360.00	1,080.00
6	线下小型	零售卖场试吃	10.00	12.00	14.00	36.00
7		厨师品鉴会	32.00	36.00	40.00	108.00
8	广告媒体	新媒体	480.00	480.00	480.00	1,440.00
9		专业杂志	120.00	120.00	120.00	360.00
10	入场费用	-	120.00	120.00	120.00	360.00
合计		-	1,499.00	1,562.00	1,628.00	4,689.00

5、项目实施进度安排

项目建设总工期3年，建设步骤衔接紧密，各期间工作安排交叉进行。项目建设的具体实施进度安排如下：

项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
营销应用体验中心建设												
营销网络办公场所租赁												
人员的招聘及培训工作												
信息化建设												
销售体系建设												

注：T代表建设初始年，1、2、3数字代表年数，Q1、Q2、Q3、Q4为当年第一、二、三、四季度。

（三）研发中心建设项目

1、项目必要性

（1）项目建设有利于进一步提升公司自主创新和研发实力

在调味品消费市场，消费者饮食习惯及口味变化对调味品有着重大影响，因此不断对新产品的研发及应用进行创新研究，拓展产品的应用空间，丰富产品的结构品类，是推动调味品企业快速发展的重要途径之一。同时，随着我国消费提质升级，年轻消费者在追求饮食口味多样化的同时，也对饮食烹饪中调味品的风味、质量、营养等多方面提出更高要求，促使调味品生产企业为更好的满足市场新需求而在产品研发创新方面加大力度。

公司经过多年的发展已形成较为完善的藤椒应用研发体系，产品涵盖调味油、调味料、蔬菜制品、休闲方便食品等多个领域，为全国各地的餐饮、家庭和食品工厂等客户提供了优质、健康的藤椒风味产品。本项目的建设将极大提升公司藤椒风味产品的应用和研发能力，使公司拥有足够的研发设备和技术储备，以应对下游市场对调味品品质、功能、风味、营养等需求结构的变化与调整，确保公司可及时在风味、品质以及种类上持续推出多元化的产品，充分满足市场需求。本项目的实施将进一步提升公司自主创新能力和研发水平，保障公司产品的核心竞争力，有助于提升产品的市场份额。

（2）项目建设有助于提升公司产品风味、质量，为公司未来发展提供基础

近年来，我国经济快速发展，各地区间信息交流不断加快，藤椒因口味清爽、香气浓郁、麻味绵长等味型特点，逐渐受到了越来越多消费者的青睐，国内知名调味品企业纷纷展开探索，推出了大量藤椒风味产品，市场竞争日趋激烈。公司作为国内藤椒调味品领域知名的生产、制造企业，为保障公司的行业地位和核心竞争力，有必要进一步加大研发力度，研究萃取藤椒的特有成分，降低去除苦涩味感，增强香味，平衡麻味，进一步提升公司藤椒产品的风味体验及产品质量。

目前公司已具备先进的“闷制+鲜榨+超临界萃取”藤椒油制作工艺，并设有完善的产品应用中心，已为全国多家食品工业、餐饮连锁提供不同标准的定制藤椒风味产品，形成了集研发、生产、销售、服务一体化的运营体系。本项目的建设将进一步推动公司藤椒相关领域的研发及应用研究工作，通过不断提升公司藤椒细分领域的创新能力，加强对藤椒关键成分的研究萃取，促进公司产品质量的提升及风味的优化，提升产品核心竞争力。

（3）项目建设有助于公司进一步引进优质研发人员，壮大人才队伍

随着居民生活水平的不断提高和餐饮业的快速发展，近年来我国调味品行业发展迅速，产品形式逐步向着高端、复合、营养、使用便捷的方向发展，行业整体面临着技术更新和产业升级的机遇，未来的发展离不开高质量人才的支撑。为更好抓住市场机遇，满足下游消费者不断升级的市场需求，公司不仅需在原有藤椒调味品领域具备丰厚的技术及人才储备，还需在营养、生物等领域具备持续研发及应用的人才储备，以加强公司技术研究和产品应用开发能力，为公司新产品的开发、技术升级迭代提供有力保障。

通过本项目的建设，公司将加强研发梯队建设，引进一批专家教授及高级技术人才，

丰富公司行业专家和技术人才队伍，增强公司在藤椒领域的研发深度，保证公司的可持续发展，强化公司的综合实力。

2、项目可行性

（1）公司专业化的技术团队和完善的人才培养体系是项目顺利进行的重要保障

公司高度重视人才队伍建设，经过多年的积累与沉淀，已初步建立了一支专业知识匹配、管理经验丰富、年龄结构合理的高素质人才队伍，并外聘多名产品应用专家顾问。其中，公司核心技术人员多数为熟悉藤椒风味应用发展情况的业内专家及资深厨师，相关研发及菜品应用经验较为丰富，可以准确把握消费者的饮食习惯及口味变化，保障本次项目的顺利实施。

此外，公司还积极营造有利于员工发展的工作环境，建立了行之有效的绩效管理系统和员工薪酬福利体系。有效的人才激励机制激发公司员工的积极性和创造性，为公司吸引、培养和留住人才起到了较好作用，确保了人才队伍的稳定。

（2）公司具有丰富的技术研发经验与品牌积累

公司始终将技术研发与创新作为企业发展的关键，致力于藤椒风味产品的研发和技术创新，积累了丰富的研发经验。经过多年的发展，目前公司已开发研制出藤椒油、花椒油、木姜油、清水雅笋、钵钵鸡等多款藤椒风味产品，并为全国多家知名食品工业、餐饮连锁企业提供了定制化、模块化的藤椒风味研发支持，积累了良好的口碑和丰富的技术研发经验。

随着业务的不断拓展，公司在藤椒系产品研发、销售与服务的过程中，对客户产品的应用环境，以及客户后期的产品改进需求均积累了较为深刻的经验，可确保为用户提供高质量的藤椒风味体验。同时，公司与多所高等院校开展产学研战略合作，针对藤椒产品从精深加工技术、营养健康机制等方面进行合作研究开发。公司丰富的研发经验及品牌积累已逐步成为市场竞争的核心优势，同时也为研发中心项目的建设提供了有力保障。

（3）项目建设地具有良好的人才吸引力及环境优势

技术创新是企业发展的持续动力，技术人才则是保障企业技术创新的核心支柱。为更好地吸引高质量人才，保障公司研发中心建设项目的顺利实施，公司拟于四川省成都

市天府智能制造产业园内开展本次研发中心建设项目。作为四川省省会，成都不但是成渝地区双城经济圈的核心城市，更是我国西南地区的人才资源库。随着经济的飞速发展，成都汇集了众多来自全国各地、各行各业的精英人才，公司研发中心的设立将充分依托成都高端人才集中的优势，充实公司研发团队，全面提高公司研发实力。

位于成都市的天府智能制造产业园始建于 1993 年，其主导产业方向为智能制造，产业涉及方便食品、功能食品、休闲食品等绿色食品制造在内的多个细分领域，已集聚企业 500 余家，其中，规模以上企业 136 家、世界 500 强企业 15 家。作为推动自主创新的重要载体，天府智能制造产业园具备强大的资源整合能力，预计到 2035 年构建 10 个政产学研用协同创新平台，通过吸纳创新要素，培育创新氛围，营造创新环境，增强企业的研究能力和创新能力。

3、项目概况

研发中心建设项目旨在顺应市场发展趋势，强化公司藤椒系调味品的技术水平及自主研发能力。项目一方面将针对新产品的研发及应用进行创新研究，解决藤椒系调味品麻度单一的问题，拓展产品应用，丰富产品结构，提升公司产品竞争力；另一方面项目将围绕公司现有生产工艺及产品进行技术改进研究，积极开展藤椒系调味品生产加工设备的技术探索和升级，降低制造成本，提高产品产量，保障公司持续快速增长。

项目总投资为 4,013.96 万元，建设期计划 3 年，投资内容主要为：招聘一批专家教授及高级技术人才，并购置先进的研发测试软硬件设备，配套建设仓储、实验室、开发室、检测中心等基础设施，为公司新技术、新产品的研发应用工作奠定良好的软硬件及人才基础。项目实施后，公司将在藤椒原料、加工、设备、应用、营养等领域展开更加深入的研究，提升公司在藤椒系调味品制造应用方面的综合实力，为公司未来业务发展提供强有力的技术资源支撑。

4、项目建设方案

（1）项目实施计划

本项目实施主体为四川么麻子生物科技有限公司，为么麻子食品股份有限公司全资子公司。项目建设地为位于四川省成都市新津区天府智能制造产业园产业社区综合服务中心 1-B 栋 6-7 层。项目研发的总体目标包括优化藤椒系列产品、提高创新能力、组建强大科研团队。

项目由发行人自行组织实施，项目计划建设期 36 个月，建设资金将根据项目实施计划和进度安排分批投入使用。截至本招股说明书签署之日，项目已完成前期的可行性研究报告编制及项目备案、环评等工作。

（2）项目投资概算

公司拟投资 4,013.96 万元用于办公场所租赁及装修、软硬件设备购置及安装、研发支出等，项目主要投资概况如下：

单位：万元

序号	项目	金额
1	办公场所租赁	294.54
2	办公场所装修	947.26
3	设备购置及安装	1,332.16
4	研发支出	1,440.00
合计		4,013.96

① 研发场所投资明细

本项目办公场所租赁总投资为 294.54 万元，具体情况如下：

序号	办公场所面积（m²）	办公场所租金标准（元/平米/月）	办公场所投资金额（万元/年）	总投资金额（万元）
1	3,272.61	25.00	98.18	294.54

本项目办公场所装修总投资为 947.26 万元，具体情况如下：

序号	项目	办公场所面积（m²）	单价（元/平方米）	总投资金额（万元）
1	基础装修	3,272.61	1,000.00	327.26
2	辅助工程	-	-	620.00
合计		-	-	947.26

② 设备投资明细

本项目规划的设备投资明细如下：

单位：万元

序号	设备名称	数量 (台/套)	单价	总价
1	顶空进样器、气相色谱仪 (GC)	1	65.00	65.00
2	三重四级杆气相色谱质谱联用仪 (GC-MS/MS)	1	130.00	130.00
3	电感耦合等离子体质谱仪 (ICPMS)	1	120.00	120.00
4	原子吸收光谱仪	1	50.00	50.00
5	三重四级杆串联液相色谱质谱仪 (LC-MS/MS)	1	220.00	220.00
6	嗅辨仪 (GCO)	1	15.00	15.00
7	原子荧光光度计	1	10.00	10.00
8	氮吹仪	1	12.00	12.00
9	配标仪 (有机)	1	23.00	23.00
10	固相萃取仪	1	28.00	28.00
11	微波消解仪	1	38.00	38.00
12	紫外分光光度计	1	2.00	2.00
13	超声波提取器	1	1.00	1.00
14	油脂氧化测定仪	1	36.00	36.00
15	离子色谱仪	1	30.00	30.00
16	脂肪分析仪	1	27.00	27.00
17	纤维分析仪	1	20.00	20.00
18	凯氏定氮仪	1	25.00	25.00
19	近红外分析仪	1	53.00	53.00
20	色度仪	1	18.00	18.00
21	组织研磨仪	1	5.00	5.00
22	高速离心机	1	0.60	0.60
23	全自动罗维朋比色计	1	0.50	0.50
24	快速水分测定仪	1	0.50	0.50
25	水分活度仪	2	1.50	3.00
26	粘度计	2	0.40	0.80
27	全自动菌落计数器	1	5.00	5.00
28	生物显微镜	1	5.00	5.00
29	油脂酸价过氧化值测定仪	1	0.50	0.50
30	旋转蒸发仪 (配真空泵)	1	0.90	0.90
31	优普超纯水机	2	0.40	0.80
32	均质机	1	0.30	0.30

序号	设备名称	数量 (台/套)	单价	总价
33	pH 计	2	0.23	0.46
34	分析天平（梅特勒）	2	1.00	2.00
35	电子天平（FA1004A/0.01g）	3	0.20	0.60
36	电子天平（JY12001/3kg）	3	0.20	0.60
37	电子天平（JY12001/1kg）	3	0.20	0.60
38	电热鼓风干燥箱	2	0.20	0.40
39	电子调温万用电炉	2	0.05	0.10
40	马弗炉	1	1.20	1.20
41	水浴锅（四孔）	2	0.06	0.12
42	超声波清洗机	2	1.50	3.00
43	磁力搅拌器	2	0.12	0.24
44	立式恒速电动搅拌器	1	0.30	0.30
45	水浴灭菌锅（配水泵）	2	2.50	5.00
46	蒸汽灭菌器	2	1.50	3.00
47	臭氧消毒机	2	1.10	2.20
48	实验智能人工气候箱	2	1.00	2.00
49	培养箱	6	0.50	3.00
50	冰箱	4	0.80	3.20
51	电磁炉	3	0.08	0.24
52	全自动炒锅（电磁）	2	10.00	20.00
53	真空包装机	2	1.50	3.00
54	连续封口机	2	0.15	0.30
55	高速离心喷雾干燥机	1	3.00	3.00
56	真空冷冻干燥机	1	30.00	30.00
57	智能超临界萃取试验设备	1	60.00	60.00
58	超低温冰箱	1	10.00	10.00
59	质构仪	1	20.00	20.00
60	电热鼓风干燥箱	2	0.40	0.80
61	无菌操作工作台	2	0.80	1.60
62	摇床振荡培养箱	1	0.80	0.80
63	色差计	1	1.50	1.50
64	移液枪	10	0.20	2.00

序号	设备名称	数量 (台/套)	单价	总价
65	荧光定量 PCR 仪	1	35.00	35.00
66	PCR 仪	1	30.00	30.00
67	全自动核酸提取仪	1	10.00	10.00
68	燃气灶（配抽风系统）	2	20.00	40.00
69	万能蒸烤箱	1	30.00	30.00
70	超高速真空低温浓缩机	1	10.00	10.00
71	实验操作工作台面、通风橱、留样柜、试剂柜、器皿柜等	25	2.00	50.00
合计		-	-	1,332.16

③ 研发支出明细

本项目拟新增研发人员 56 人，平均薪酬 15 万元/年，具体投资明细如下：

单位：万元

序号	新增研发人员	T+1	T+2	T+3	合计
1	研发人员类别	10	20	26	56
1.1	产品开发组	3	6	8	17
1.2	技术转化组	3	6	8	17
1.3	基础研究组	4	8	10	22
2	当期末累计人员数量	10	30	56	-
3	当期研发支出	150.00	450.00	840.00	1,440.00

5、项目实施进度安排

项目建设总工期 3 年，建设步骤衔接紧密，各期间工作安排交叉进行。项目建设的具体实施进度安排如下：

项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
办公场所租赁												
办公场所装修												
设备询价采购												
人员招聘培训												

项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
新技术的性能评价及应用研究												

注：T 代表建设初始年，1、2、3 数字代表年数，Q1、Q2、Q3、Q4 为当年第一、二、三、四季度。

（四）补充流动资金项目

近年来，我国调味品行业保持良好发展态势，公司主营业务规模持续较快增长。随着公司募投项目的实施，预计公司未来 2-3 年的资产规模和经营规模还将继续扩大，公司需要补充营运资金以应对正常的业务经营需要。从营运资金筹资来源来看，随着业务规模的扩大，依靠股东原始资金投入和自身盈余所得已不能满足业务发展的需要，公司需要通过外部融资补充营运资金。在单一的银行贷款融资渠道已经制约了公司业务快速发展的背景下，通过外部股权融资方式解决公司对营运资金的需求是公司拓展融资途径的重要途径。

公司通过募投项目补充流动资金，可有效缓解成长阶段的资金周转压力，提高核心竞争力，保持市场领先地位。因此，根据业务发展布局、营运资金需求，公司拟使用募集资金 4,000 万元用于补充流动资金。

（五）募集资金投资项目新增产能的消化措施

1、餐饮行业的巨大体量与稳定增速为新增产能消化提供了重要的市场空间

公司生产的产品主要应用于餐饮行业、家庭消费和食品加工业，其中，餐饮市场是公司产品最大的需求市场。近年来，我国餐饮产业发展迅速，一直保持着较高水平的增速。根据中国连锁经营协会与华兴资本发布的《2021 年中国连锁餐饮行业报告》，中国餐饮市场规模从 2014 年的 2.9 万亿元增长至 2019 年的 4.7 万亿元，年均复合增长率达 10.1%；由于**外部环境**的影响，餐饮市场规模 2020 年下滑 15.4%至 4.0 万亿元；预计 2021 年市场规模将恢复至 4.7 万亿元，之后行业将重新健康成长。未来，在我国经济稳定发展、国民消费观念升级、居民收入持续提高的背景下，餐饮市场规模有望持续扩大，根据 Frost & Sullivan 数据，预计 2024 年中国餐饮业规模有望达 7.16 万亿元，2020-2024 年增速仍维持在 8%以上。

餐饮行业巨大的市场体量与稳定的行业增速为藤椒系调味品发展提供了广阔的市

场空间。目前，藤椒系调味品主要消费需求来自川渝地区，对于其他地区而言，藤椒风味及相关调味品还处在推广阶段，部分餐饮企业及个人消费者对于藤椒系调味品的认知度与接纳度仍有巨大的提升空间。未来，随着藤椒风味菜品研发及推广的进一步深入，藤椒系调味品应用场景不断丰富，餐饮市场需求有望持续扩大，下游领域巨大的市场空间为本项目的顺利实施提供了重要基础。

2、公司良好的市场基础与丰富的行业经验为新增产能消化奠定了重要基础

公司自成立以来，一直深耕藤椒系调味品及食品领域。经过多年发展，公司产品已被餐饮、家用、食品加工等领域内众多用户充分认可，已先后荣获了“四川省川调行业创新发展领军企业”、“农业产业化省级重点龙头企业”等多项荣誉称号，在行业内积累了良好的口碑与市场基础。公司凭借良好的产品质量及完善的服务体系，在全国范围内挑选优质经销商，多年来积累了众多长期合作、经验丰富、信誉良好的经销商团队，截至报告期末拥有合作经销商 400 余家，经销范围覆盖全国 34 个省、直辖市、自治区。同时，在食品工厂及大型全国连锁餐饮中，公司已与诸多知名食品餐饮企业构建了稳定持续的业务联系，如绝味食品、想念食品、王家渡食品等，为公司带来了稳定持续的收益。公司良好的市场基础及销售体系为项目新增产能消化提供重要的支持。

公司十分注重与厨师群体的交流合作。在餐饮端，厨师具有一定意见的领袖作用，他们对于调味品的评价将影响餐饮企业的购买使用决策，对消费者也会产生潜移默化的影响。公司通过举办一系列厨师交流、关怀活动，深化与厨师群体的联系，利用相关菜品应用交流及体验活动，使厨师更直观地体验与了解公司产品及应用方式，提高厨师群体对于藤椒风味菜品及调味品的认知度与接纳度，推动公司餐饮渠道的产品销售。2019-2021 年，公司已累计举办 56 次厨师关怀、交流活动，其中大型活动 16 次、中小型活动 40 次，范围涉及全国各地各大菜系名厨，共邀请厨师约 2,500 人。目前，公司已经与全国近 5 万名厨师群体建立了密切的联系，公司丰富的行业经验与深厚的厨师文化底蕴为本项目的顺利实施奠定了重要基础。

3、持续完善和优化营销网络，进一步提升市场覆盖程度和品牌影响力

公司拟通过本次募集资金建设“营销网络及信息化建设项目”，旨在通过覆盖线上、线下等多种市场推广销售渠道，进一步提升现有餐饮、零售和大客户端的销售能力，全面提升公司的品牌影响力与知名度。

营销网络建设拟针对公司旗下藤椒系调味品在全国范围内新设 18 个主要营销网点办事处，营销范围覆盖北京、上海、广州、成都、重庆等 69 个重点城市。同时，公司将针对华东、华中、华南等地区新增 11 名大客户业务员，针对全国食品工厂及连锁餐饮经销商进行进一步拓展及合作。公司将在重点区域市场内挑选优质经销商，加大公司产品对重点区域市场的辐射渗透力度，提升公司产品的市场覆盖程度及市场竞争力。此外，公司还将对藤椒系调味品品牌进一步宣传及推介，引入新媒体及专业杂志等广告媒体，积极开展参与线下营销活动。公司将新建营销应用体验中心，作为营销网络的总部办公地点，实现产品展示、销售推广、品牌宣传、厨师交流活动场所等功能。通过推动线上、线下等多种市场推广渠道的全面覆盖，公司将强化品牌建设力度，提升公司品牌知名度。

营销网络的完善优化将有效促进公司藤椒系调味品销售的增长，缓解产能扩张带来的市场压力，实现公司生产、研发、销售和品牌的协同发展。本项目拟通过餐饮及零售端营销网络升级，在以西南、华东以及北上广深地区为重心的基础上，进一步扩大网点布局，覆盖全国大部分地区。项目的实施有助于公司完善全国市场营销布局，通过加大对当地餐饮、零售及食品经销商的拓展及合作，深耕现有重点营销区域，增强公司产品在上述地区市场的辐射渗透力度，并探索挖掘新区域客户市场需求，进一步提升公司产品的市场覆盖程度，为公司巩固行业地位和消化新增产能提供重要支持。

综上，下游市场不断增长的需求为新增产能消化提供了广阔的市场空间，发行人良好的品牌口碑与营销经验为新增产能消化提供了良好的市场基础，营销网络的优化拓展为项目新增产能消化提供了强有力的支撑，发行人新增产能预计能得到较好消化。

（六）实际募集资金与投资项目需求出现差异时的安排

公司将严格按照有关的管理制度使用募集资金。如实际募集资金不足以按上述计划投资以上项目，公司将通过自有资金、银行借款等途径自筹资金来解决资金缺口，从而保证项目的顺利实施。若实际募集资金净额满足上述项目投资后有所剩余，剩余部分将用于补充与公司主营业务相关的营运资金。

为把握市场机遇，在本次发行募集资金到位前，公司将根据上述项目的实际付款进度，通过自筹资金进行先期投入。待本次发行募集资金到位后，公司将以募集资金置换先期已投入的自筹资金。具体置换事宜待募集资金到账后，由公司根据募集资金使用的

有关规定和相关法定程序另行审议。

（七）募集资金运用涉及的审批、核准或备案程序

公司募集资金投资项目已履行发改备案、环评审批等必要程序，具体如下：

序号	项目名称	项目备案	环评批复
1	年产20,000吨藤椒油及1,800吨藤椒系复合调味酱汁及休闲食品建设项目	川投资备【2102-511423-04-01-252109】FGQB-0005号	洪环建【2021】6号
2	营销网络及信息化建设项目	川投资备【2102-511423-04-01-664953】FGQB-0006号	-
3	研发中心建设项目	川投资备【2102-510132-04-01-834634】FGQB-0019号	成津环承诺环评审【2021】10号
4	补充流动资金	-	-

注：经洪雅县生态环境局确认，营销网络及信息化建设项目建设内容未列入《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021年版）》，无需办理环评审批手续。

三、发行人未来战略发展规划

（一）公司战略发展目标

自成立以来，公司秉承“给世界添一份椒香”的品牌使命，以建设中国一流的藤椒产业为己任，着力打造以麻系味型调味品为核心战略的产业生态。

公司未来将持续扩展产业布局的深度和广度，打造公司可持续发展的三条发展曲线：第一，是继续深耕藤椒油、花椒油、木姜油等麻系调味油系列产品，巩固行业头部企业位置；第二，是大力发展以藤椒味型为主的差异化复合调味料，为消费者提供更多元、更优质的藤椒风味调味品，推动上述产品广泛运用于菜品烹饪、休闲食品等领域；第三，是培育和开发眉山及周边区域的特色食物，推广钵钵鸡、竹笋等本地特色食品或生态资源食品。公司致力于通过以上三条发展曲线的打造，使公司成为中国最具代表性的麻系调味品生产企业。

（二）公司为实施战略发展目标拟采取的具体计划

1、研发战略：持续推进藤椒的精深加工

公司将立足调味产业，依托产学研合作，建立以藤椒的多领域、多维度利用为核心的技术创新体系。公司计划继续对藤椒的有效成分进行深入探究和综合利用，并基于藤椒的生物特性，优化生产工艺，推动产品上新，进一步提高原料使用效率。同时，公司将探索藤椒在调味品之外的其他应用领域，结合应用方向研发藤椒生产设备，持续推进藤椒的精深加工。

2、产品战略：以复合调味品为重心充实产品矩阵

公司秉承以市场需求为导向，以产品创新为驱动力的方针，在藤椒油产品的优势基础上以藤椒复合调味品为重心不断充实产品矩阵，塑造中国最具代表性的麻系调味品企业形象。一方面，公司将借助自身品牌优势和营销推广经验积极拓展产品品类，开发更为丰富的藤椒复合调味品、藤椒便携休闲食品，使公司产品广泛融入餐饮聚会、日常生活、休闲娱乐等应用场景；另一方面，公司将抓住消费升级的机遇，依托强大的研发实力，进一步提高产品附加值，开发更多适应年轻消费者需求的健康、优质、多元化的调味品，创造新的盈利增长点。

3、采购战略：通过技术革新增强供应链整合能力

公司将致力于推动藤椒种植、培育、采摘、加工、仓储运输设备的研发，提高藤椒种植行业的机械化程度，从而促进公司与农业合作社形成紧密合作关系，确保供应链供应能力、价格水平的稳定性。通过充分利用位于藤椒种植聚集地的地理优势，公司已经掌握大量的优质藤椒资源，未来公司还将建立藤椒采购数字化平台，推行供应链管理标准化工作，进一步发挥供应链资源整合的优势，保障后续业务的扩张发展。

4、营销战略：加强全渠道销售网络的建设

公司将继续深耕渠道建设，积极构建涵盖餐饮渠道、零售渠道、电商渠道、食品工业渠道等在内的一体化营销体系，形成渠道协同的资源共享型商业模式。在经销渠道方面，公司将继续推进经销体系渠道下沉和网点建设，确保至少在川渝地区下沉至区县层面。在直销渠道方面，公司将在零售、电商、食品工业渠道发力，弥补在餐饮渠道建设以外的短板。

在完善全渠道销售网络的基础上，公司将做好终端客户维护。公司将继续推进与餐饮企业的连接，加强围绕厨师用户的厨艺交流和关爱活动，通过优化客户服务的流程和内容提升业内口碑。公司将积极探索新零售模式，借助抖音、快手等平台，推动公司数字化转型升级，更深入、更全面地对不同目标客户群体进行覆盖。此外，公司将进一步强化品牌建设，通过广告代言、跨界合作等多元化形式增加曝光率和知名度，通过市场形象的塑造升级获取潜在新客户、优化客户结构、提升市场份额。

5、生产战略：建设智能化、标准化生产线

公司计划通过新建生产线推进产能扩张，在公司自有土地上新建藤椒系调味油生产车间、复合调味酱汁及休闲食品生产车间、仓储物流中心以及产品质检中心，实现新增20,000吨藤椒油及1,800吨藤椒系复合调味酱汁及休闲食品年产能的目标。为实现高效生产，公司将配套建设智能化、标准化生产线，并通过持续的工艺优化推进产能利用率的提高。

6、管理战略：提升信息化管理水平

公司计划通过信息化建设打通公司各部门的信息壁垒，从采购、生产、仓储、物流、销售、财务和用户等方面全面提升公司的数字化、信息化水平，具体建设内容涉及客户关系管理（CRM）、供应商管理（SRM）、产品研发管理（PLM）、业务管理等各类信息化系统的构建和整合。通过全方位完善公司信息化管理体系，公司将以全面质量管理为主线，以成本管理为目的，实现业务流程一体化的管理，提升公司生产运营效率，增强企业核心竞争力。

7、人才战略：加强公司人才队伍建设

公司重视人才储备，计划通过内部培养、外部引进、薪酬改革、股权激励等措施加强人才队伍建设，以满足公司业务不断发展的需要。在人才培育方面，公司计划依托么麻子商学院，培养专业化、职业化、年轻化的菁英人才，为公司持续发展注入活力。在人才引进方面，公司计划多渠道引入人才，丰富各类背景人才结构，强化研发、营销等部门的综合实力和团队活力。在人才激励方面，除中高层管理人员外，公司也将更多关注基层人员的晋升机制和薪酬福利体系，注重培育和发展专业技能扎实的一线员工。

（三）发展规划的前提条件

公司拟定上述发展规划主要依据以下假设条件：

- 1、公司所遵循的国家和地方现行的有关法律、法规和经济政策无重大不利改变；
- 2、本公司所处的宏观经济环境、政治、法律和社会环境处于正常发展状态，没有对公司产生重大不利影响的不可抗力事件发生；
- 3、公司所处行业及市场处于正常发展状态，没有出现重大不利情形；
- 4、本次股票发行顺利完成，募集资金能够及时足额到位，募集资金投资项目能够顺利实施，并取得预期收益；
- 5、无其他对公司经营造成重大不利影响的不可抗力事件或不可预计因素。

（四）发展规划面临的主要困难

1、融资渠道单一导致公司资金实力不足

目前，公司正处于快速发展的新阶段，公司业务的扩张需要大量的资金支持。公司目前融资渠道较少，现有资金规模不能满足公司快速发展的需要。如不能通过发行股票募集资金或者资金来源得不到充分保障，公司上述业务发展规划将不能按计划全部实现。

2、业务规模不断增长导致公司管理水平面临挑战

报告期内，公司业务规模保持较快增长，本次股票发行及募集资金投资项目顺利实施后，公司业务规模将实现进一步增长，公司在战略规划、财务管理、制度建设和资源配置等方面将面临更大的挑战。

（五）公司确保实现上述计划拟采用的方式、方法和途径

1、充分有效利用募集资金

公司本次股票发行及上市后，资本规模、融资能力将得到改善，有助于上述业务发展规划的实现。公司将严格按照中国证监会、证券交易所关于募集资金使用的规定，以及公司《募集资金使用管理办法》等制度管理募集资金，最大限度提升募集资金使用效率，使募投项目尽快成为公司新的利润增长点。

2、推动管理升级和体制创新

公司将进一步完善法人治理结构，充分发挥股东大会、董事会、监事会及各部门之间分权与制衡体系的职能作用，不断优化组织结构和内部监督机制。公司将持续坚持以

市场为导向,培养和引进高水平的业务骨干和管理人才,建立起能够适应现代化管理和快速发展需要的高水平员工队伍,规范公司日常运作,强化日常内部管理。

(六) 公司发展规划与现有业务的关系

报告期内,公司专注于藤椒油及藤椒复合调味品的生产,依托于各领域专业人才的通力合作,持续投入资源开发具备市场竞争力的产品,在不断丰富公司产品矩阵的同时,致力于提升产品的风味特性和技术优势。同时,公司以经销商渠道为核心在全国范围内深入开拓市场,积极探索线上零售、大客户直销等销售模式,目前已经初步形成全方位、立体化的销售体系。通过一系列措施的有效实施,么麻子品牌获得了终端用户的高度认可,报告期内公司业务取得了快速增长,为实现长期战略发展目标奠定了良好的基础。

公司战略发展目标一方面将大幅提高主营业务的技术水平和创新能力,有利于公司不断巩固行业领先地位;另一方面将推动营销网络和管理体系的升级,有利于公司建立持续稳定的盈利模式。公司战略发展规划的顺利实施,将大幅提升公司核心竞争能力和可持续发展能力,为实现公司主营业务跨越式发展奠定坚实的基础。

第八节 公司治理与独立性

一、报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

报告期初，发行人前身么麻子有限的股东均系家庭内部成员，控股股东赵跃军担任执行董事、总经理，龚万芬担任监事，公司治理方面存在内控制度不够完善、缺乏有效监督的缺陷。

2019年3月起，么麻子有限逐步引入外部投资者网聚投资、湖南肆壹伍、中金启辰，并于2019年12月整体变更为股份公司，在此过程中，发行人依据《公司法》、《证券法》等相关法律、法规和规范性文件的要求完善了《公司章程》，并据此制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《关联交易管理办法》《独立董事议事规则》《总经理工作细则》《董事会秘书工作细则》《对外担保管理制度》《对外投资管理制度》等相关制度，在为公司法人治理的规范化提供了制度保证的基础上，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的公司治理架构，董事会9名董事中，外部董事占半数以上，其中独立董事3名，公司董事会下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会四个专门委员会，分别负责公司的审计、董事和高级管理人员的提名和甄选、董事和高级管理人员的管理和考核、公司发展战略等工作，监事会监事3名，其中1名外部监事，1名职工监事，以此形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相关协调和相互制衡机制，为公司高效、稳健经营提供了组织保证。公司已经建立起符合上市公司要求的法人治理结构。

报告期内，公司治理严格按照相关制度文件及内控指引规范运行，历次股东大会、董事会、监事会的召开及决议内容合法有效，不存在董事会或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。具体情况可参见本招股说明书“第十二节 附件”之“四、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明”。

综上，公司管理层认为公司在公司治理方面已不存在重大缺陷。

二、内部控制制度的评估意见

（一）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见

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：“公司根据自身的经营特点建立并逐步完善内部控制制度，并且严格遵守执行。这些内部控制的设计是合理的，执行是有效的，能够适应公司管理的要求和公司发展的需要，能够对公司各项业务活动的健康运行及国家有关法律法规和单位内部规章制度的贯彻执行提供保证。

根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司不存在财务报告内部控制重大缺陷，董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。”

（二）注册会计师对公司内部控制制度的鉴证意见

天职对公司的内部控制情况进行了鉴证，并出具《内部控制鉴证报告》（天职业字[2022]39775-1 号），认为“么麻子公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2022年6月30日在所有重大方面保持了有效的与财务报告有关的内部控制。”

三、公司报告期内存在的违法违规行为及受到处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施的情况

公司严格按照《公司法》及相关法律法规、《公司章程》的规定规范运作、依法经营，报告期内不存在重大违法违规行为，也未受到相关主管机关的重大处罚或监督管理措施、纪律处分或自律监管措施。

发行人自2019年1月1日至今受到的行政处罚情况如下：

序号	处罚方	被处罚方	处罚事由	处罚时间	处罚内容	整改情况
1	国家税务总局成都高新技术产业开发区税务局	么麻子	未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料	2020年5月21日	罚款350元	已缴纳罚款

针对上述行政处罚，发行人已及时缴纳罚款。根据《中华人民共和国税收征收管理法（2015 修正）》第六十二条，纳税人未按照规定的期限办理纳税申报和报送纳税资料的，由税务机关责令限期改正，可以处二千元以下的罚款；情节严重的，可以处二千元以上一万元以下的罚款。发行人因未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料被处以罚款 350 元，不属于情节严重的情形，且不属于《重大税收违法失信主体信息公布办法》规定的重大税收违法失信情形。国家税务总局成都市高新技术产业开发区税务局分别于 2021 年 8 月、2022 年 1 月和 2022 年 7 月出具《涉税信息查询结果告知书》，确认报告期内未发现发行人存在其他违法违规事项。

此外，2022 年 6 月，么麻子生物因未按期申报 2022 年 5 月个人所得税（工资薪金所得）被国家税务总局成都市新津区税务局责令限期改正，因该情形属于国家税务总局发布的《税务行政处罚“首违不罚”事项清单》中的事项且危害后果轻微，所以，么麻子生物按要求整改后未被行政处罚。2022 年 8 月，国家税务总局成都市新津区税务局出具《涉税信息查询结果告知书》，确认么麻子生物上述被责令限期改正的情形已处理完毕，除此记录外，无其他违法违规记录。

综上，发行人的上述情形均不属于重大税收违法违规行为，对本次发行上市不构成实质障碍。

除上述行政处罚外，发行人在报告期内未受到其他国家行政及行业主管部门的行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施。

四、公司报告期内资金占用和对外担保的情况

发行人报告期内不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况

五、发行人直接面向市场独立持续经营的能力

公司成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律法规和《公司章程》的要求规范运作，在业务、资产、人员、机构和财务等方面与公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开，具有独立、完整的资产和业务体系及面向市场独立经

营的能力。

(一) 资产完整性

发行人系由么麻子有限整体变更设立,承继了原有限责任公司所有的资产、负债及权益。发行人具备与经营有关的业务体系及主要相关资产,公司的资产产权清晰,合法拥有与经营有关的房产、机器设备以及商标、专利、软件著作权的所有权或使用权。截至本招股说明书签署之日,公司不存在以其资产、权益或信誉为股东的债务提供担保的情形,公司对其所有资产具有完全的控制支配权,不存在资产、资金被股东占用而损害公司利益的情况。

(二) 人员独立性

公司建立了独立的劳动、人事、薪酬管理体系,设立了行政人事部,独立履行人事职责。公司的董事、监事和高级管理人员均按照《公司法》和《公司章程》的规定程序产生;公司的人事任免、员工聘用或解聘均由具有相应权限的股东大会、董事会、总经理等决策层作出,不存在由控股股东、实际控制人直接决定的情形。

截至本招股说明书签署之日,发行人的总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员均未在发行人控股股东、实际控制人控制的除发行人及其控股子公司以外的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务,未在上述其他企业领薪;发行人的财务人员未在上述其他企业兼职。

(三) 财务独立性

公司拥有独立的财务会计部门,建立了独立的会计核算体系和财务管理制度,独立进行财务决策,财务人员未在关联企业兼职。公司拥有独立的银行账户,不存在与控股股东、实际控制人或其他任何单位或人员共用银行账户的情形。公司依法独立进行纳税申报和履行缴纳税款义务。发行人没有为控股股东、实际控制人或其控制的其他企业提供担保,或将以发行人名义的借款转借给控股股东、实际控制人或其控制的其他企业使用。

(四) 机构独立性

发行人按照《公司法》等法律、法规及规范性文件的相关规定及《公司章程》设立了股东大会、董事会、监事会等机构和高级管理层,并在董事会下设立战略委员会、审

计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会，引入了独立董事制度，以此建立了完整、独立的法人治理结构，并规范运作。

截至本招股说明书签署之日，公司已建立了适应自身发展需要和市场竞争需要的经营管理职能机构，各机构按照《公司章程》及各项规章制度独立行使职权。该等职能机构与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在上下级关系。公司具有独立设立、调整各职能部门的权力，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形。公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在办公机构和生产经营场所实现有效分离，不存在混合经营、合署办公的情况。

（五）业务独立性

公司已形成独立完整的研发、采购、生产、销售系统，业务独立于股东及其他关联方，不存在依赖股东及其他关联方的情况。公司拥有独立完整的业务体系，独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争或显失公平的关联交易，完全具备面向市场独立经营的能力。

（六）发行人主营业务、控制权、管理团队和其他核心人员的稳定性

发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，最近三年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷，最近三年实际控制人没有发生变更。

（七）其他对发行持续经营有重大影响的事项

截至本招股说明书签署之日，发行人注册资本已足额缴纳，发行人发起人或股东用作出资资产的财产权转移手续已办理完毕。发行人的主要资产、核心技术、商标、专利均不存在重大权属纠纷，发行人不存在重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境不存在已经或将要发生的重大不利变化，发行人亦不存在其他对持续经营有重大影响的事项。

综上，上述关于发行人资产、人员、财务、机构、业务独立性的内容真实、准确、完整，发行人独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业；发行人主营业务、控制权、管理团队和其他核心人员在报告期内保持稳定，不存在重大不利变动；发行人不存在主要资产、核心技术、商标、专利方面的重大权属纠纷，不存在重大偿债风险，不存在重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，不存在经营环境的重大不利变化等对持续经营

有重大影响的事项，发行人具备直接面向市场独立持续经营的能力。

六、发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同、相似业务的情况

（一）公司和控股股东、实际控制人以及近亲属及其控制的其他企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署之日，发行人控股股东赵跃军、实际控制人赵跃军、龚万芬、赵麒、赵麟，以及上述人士的近亲属控制的除本公司以外的其他企业不存在以任何形式直接或间接从事与公司相同或相似业务的情况，不存在与本公司同业竞争的情况。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，发行人控股股东赵跃军、实际控制人赵跃军、龚万芬、赵麒、赵麟出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，进一步承诺：

“1、本人及本人控制的除发行人（包括发行人控股子公司或下属企业，下同）以外的下属企业及单位（如有，下同），目前没有以任何形式从事与发行人所经营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

2、若发行人上市，本人将采取有效措施，并促使受本人控制的任何企业及单位采取有效措施，不会：

（1）以任何形式直接或间接从事任何与发行人所经营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动，或于该等业务中持权益或利益；

（2）以任何形式支持发行人以外的他人从事与发行人目前或今后所经营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动。

3、在发行人上市后，凡本人及本人控制的下属企业及单位有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与发行人所经营业务构成竞争关系的业务或活动，发行人对该等商业机会拥有优先权利。

4、本人作为发行人之控股股东/实际控制人，不会利用该等身份从事或通过本人控制的下属企业及单位，从事损害或可能损害发行人的利益的业务或活动。

本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给发行人造成的一切损失、损害和开支，因

违反上述承诺所取得的收益归发行人所有。”

七、关联方、关联关系和关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《深圳证券交易所股票上市规则》（2023 年修订）、《企业会计准则第 36 号—关联方披露》（财会[2006]3 号）等法律法规和规范性文件的有关规定，截至本招股说明书签署之日，发行人的关联方及关联关系如下：

1、控股股东、实际控制人及其控制或担任董事、高级管理人员的其他企业

序号	关联方名称/姓名	与发行人的关联关系
1	赵跃军	发行人的控股股东、实际控制人、董事长兼总经理，直接持有发行人 40,817,179 股股份，占发行人股份总数的 30.9221%
2	龚万芬	发行人实际控制人，直接持有发行人 13,200,000 股股份，占发行人股份总数的 10%
3	赵麒	发行人实际控制人、董事，直接持有发行人 16,012,295 股股份，占发行人股份总数的 12.1305%
4	赵麟	发行人实际控制人、董事兼副总经理，直接持有发行人 20,008,421 股股份，占发行人股份总数的 15.1579%
5	洪雅县德元楼餐饮有限公司	发行人实际控制人、董事赵麒控制并担任执行董事兼总经理的企业
6	洪雅县藤椒文化博物馆	发行人控股股东、实际控制人、董事长兼总经理赵跃军控制，发行人实际控制人、董事兼副总经理赵麟之配偶吴洪艳担任法定代表人的民办非企业单位
7	洪雅县金铜餐饮管理合伙企业（有限合伙）	发行人实际控制人、董事赵麒控制并担任执行事务合伙人的企业
8	四川虎羊羊品牌管理有限公司	发行人实际控制人、董事赵麒通过控制金铜餐饮而间接持股并控制的企业

2、除控股股东、实际控制人外，直接持有发行人 5%以上股份的其他股东

序号	关联方名称	与发行人的关联关系
1	网聚投资	直接持有发行人 13.6842% 股份，并通过持有湖南肆壹伍 65.3465% 的出资份额而间接持有发行人 3.4393% 股份；发行人董事吴惠玲曾于 2018 年 7 月至 2019 年 8 月担任网聚投资副总经理
2	洪雅聚才	直接持有发行人 10,004,211 股股份，占发行人股份总数的 7.5789%
3	湖南肆壹伍	直接持有发行人 6,947,368 股股份，占发行人股份总数的 5.2632%；发行人董事吴惠玲担任湖南肆壹伍的执行事务合伙人委派代表，并控制湖南肆壹伍的执行事务合伙人
4	中金启辰	直接持有发行人 6,947,368 股股份，占发行人股份总数的 5.2632%，发行人董事徐怡担任执行事务合伙人委派代表的企业

3、发行人的子公司

序号	关联方名称	与发行人的关联关系
1	么麻子生物	发行人直接持股100%的全资子公司

4、发行人的董事、监事、高级管理人员

序号	关联方姓名	与发行人的关联关系
1	赵跃军	董事长、总经理
2	吴惠玲	董事
3	徐怡	董事
4	赵麒	董事
5	赵麟	董事、副总经理
6	李静	董事、财务总监
7	刘英	独立董事
8	曹庸	独立董事
9	王汉武	独立董事
10	陈小龙	监事会主席
11	赵桂林	监事
12	王刚	职工监事
13	苏健	副总经理、董事会秘书
14	湛江波	副总经理

5、其他关联自然人

发行人的其他关联自然人包括发行人控股股东、实际控制人以及发行人董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员，包括配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满18周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

此外，根据实质重于形式原则，发行人实际控制人龚万芬胞兄之子龚仕荣、之女龚仕琼认定为发行人的关联自然人。

6、发行人的董事、监事、高级管理人员直接或间接控制，或担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员，或施加重要影响的其他企业或组织

序号	关联方名称	与发行人的关联关系
1	湖南香与韵	发行人董事吴惠玲控制 ¹⁹ 并担任执行董事兼总经理的企业
2	四川香与韵企业管理有限公司	发行人董事吴惠玲担任执行董事兼经理的企业
3	上海佰仟万企业发展合伙企业（有限合伙）	发行人董事吴惠玲控制并担任执行事务合伙人的企业
4	四川成都新津肆壹伍股权投资基金合伙企业（有限合伙）	发行人董事吴惠玲担任执行事务合伙人委派代表的企业
5	湖南书带草私募股权投资合伙企业（有限合伙）	发行人董事吴惠玲担任执行事务合伙人委派代表的企业
6	长沙彩云农副产品有限公司	发行人董事吴惠玲担任董事的企业
7	广州市仟壹生物技术有限公司	发行人董事吴惠玲担任董事的企业
8	长沙伍壹柒私募股权基金管理有限公司	发行人董事吴惠玲担任副总经理的企业
9	海口喜恰投资合伙企业（有限合伙）	发行人董事吴惠玲控制并担任执行事务合伙人的企业
10	杭州云会股权投资合伙企业（有限合伙）	发行人董事吴惠玲控制企业湖南香与韵担任执行事务合伙人并担任执行事务合伙人委派代表的企业
11	湖南彭记坊农业科技发展有限公司	发行人董事吴惠玲担任董事的企业
12	海口众甫投资合伙企业（有限合伙）	发行人董事吴惠玲控制并担任执行事务合伙人的企业
13	湖南金箍棒私募股权基金企业（有限合伙）	发行人董事吴惠玲控制企业湖南香与韵担任执行事务合伙人的有限合伙企业
14	上海鼓钟钦钦企业发展合伙企业（有限合伙）	发行人董事吴惠玲控制企业湖南香与韵担任执行事务合伙人的有限合伙企业
15	湖南重熙累盛私募股权基金企业（有限合伙）	发行人董事吴惠玲控制企业湖南香与韵担任执行事务合伙人的有限合伙企业
16	湖南合心聚力企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	发行人董事吴惠玲控制企业湖南香与韵担任执行事务合伙人的有限合伙企业
17	湖南良师胜友企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	发行人董事吴惠玲控制企业湖南香与韵担任执行事务合伙人的有限合伙企业
18	杭州必然得品牌管理有限公司	发行人董事吴惠玲控制企业湖南香与韵控制55%股权的企业
19	常熟凯驰股权投资基金管理有限公司	发行人董事徐怡控制并担任执行董事兼总经理的企业
20	长春海谱润斯科技股份有限公司	发行人董事徐怡担任董事的企业
21	新思考电机有限公司	发行人董事徐怡担任董事的企业
22	上海卡地美得医疗科技有限公司	发行人董事徐怡担任董事的企业
23	苏州鲁信新材料科技有限公司	发行人董事徐怡担任董事的企业

¹⁹ 根据吴惠玲填写的《董事、监事及高级管理人员之关联方调查函》及其提供的文件，2022年5月，湖南香与韵的股东彭惠将其所持湖南香与韵611万元的股权转让至吴惠玲，转让完成后，吴惠玲持有湖南香与韵99.92%的股权并控制湖南香与韵。

序号	关联方名称	与发行人的关联关系
24	苏州中金卓誉股权投资中心（有限合伙）	发行人董事徐怡担任执行事务合伙人委派代表的企业
25	中金启辰贰期（苏州）新兴产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	发行人董事徐怡担任执行事务合伙人委派代表的企业
26	共青城凯辰股权投资母基金合伙企业（有限合伙）	发行人董事徐怡担任执行事务合伙人委派代表的企业
27	共青城凯鑫投资合伙企业（有限合伙）	发行人董事徐怡担任执行事务合伙人委派代表的企业
28	中金启辰贰期（无锡）新兴产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	发行人董事徐怡担任执行事务合伙人委派代表的企业
29	共青城凯胜股权投资母基金合伙企业（有限合伙）	发行人董事徐怡担任执行事务合伙人委派代表的企业
30	CICC GF No.1 Limited	发行人董事徐怡担任董事的企业
31	苏州依科赛生物科技股份有限公司	发行人董事徐怡担任董事的企业
32	中品天地品牌咨询（北京）有限公司	发行人独立董事王汉武控制并担任执行董事、经理的企业
33	中品会基金管理（深圳）股份有限公司	发行人独立董事王汉武控制并担任董事长、总经理的企业
34	中品天地品牌管理（上海）有限公司	发行人独立董事王汉武控制并担任执行董事的企业
35	广东惠尔泰生物科技有限公司	发行人独立董事曹庸控制并担任董事的企业
36	广州名道营销顾问有限公司	发行人监事会主席陈小龙担任执行董事兼总经理的企业

7、其他主要关联企业

发行人基于实质重于形式的原则认定的其他关联企业，主要如下：

序号	关联方名称	与发行人的关联关系
1	洪雅县欣兴货运部	龚仕荣所经营的个体工商户
2	洪雅县顺至货运部	龚仕荣配偶李志香之兄李志芳经营，且实际由龚仕荣控制的个体工商户
3	绝味食品股份有限公司	持有网聚投资100%股权，通过网聚投资间接持有发行人17.1235%股份
4	天津阿正食品有限公司	绝味食品控制的企业
5	盘山阿妙食品有限公司	
6	黑龙江阿滨食品有限公司	
7	内蒙古阿蒙食品有限公司	
8	上海阿妙食品有限公司	
9	新疆阿之疆食品有限责任公司	
10	广东阿达食品有限公司	
11	广西阿高食品有限公司	

序号	关联方名称	与发行人的关联关系
12	江西阿南食品有限公司	
13	河南阿杰食品有限公司	
14	武汉阿楚食品有限公司	
15	湖南阿瑞食品有限公司	
16	贵州阿乐食品有限公司	
17	四川阿宁食品有限公司	
18	昆明阿趣食品有限公司	
19	山东阿齐食品有限公司	
20	南京阿惠食品有限责任公司	
21	甘肃阿甘食品有限公司	

此外，发行人的其他关联企业还包括发行人的其他关联自然人直接或间接控制，或担任董事、高级管理人员，或施加重要影响的其他企业。

8、报告期内曾经存在的主要关联方

序号	关联方名称	与发行人的关联关系
1	天下大厨	发行人于报告期内持有100%股权的子公司，已于2019年7月17日注销
2	眉山藤椒工程技术研究中心	发行人于报告期内持有100%出资的民办非企业单位，已于2019年12月注销
3	洪雅县绿尔久藤椒专业合作社	发行人实际控制人、董事长、总经理赵跃军于报告期内控制并担任法定代表人的农民专业合作社，已于2021年6月28日注销
4	仁寿县猫土地藤椒专业合作社	发行人实际控制人、董事长、总经理赵跃军于报告期内担任法定代表人的农民专业合作社，已于2019年7月22日注销
5	洪雅县山紫水明休闲茶庄	发行人实际控制人龚万芬于报告期内控制并经营的个体工商户，已于2020年10月16日注销
6	深圳市岳睿餐饮管理有限公司	发行人实际控制人、董事、副总经理赵麟于报告期内曾控制并担任总经理的企业，已于2019年11月出让股权
7	深圳市罗湖区东门街道藤椒料哆哆小吃店	发行人实际控制人、董事、副总经理赵麟于报告期内控制并经营的个体工商户，已于2019年12月17日注销
8	成华区么麻子钵钵鸡昭觉寺南路店	发行人实际控制人、董事赵麒于报告期内控制的个体工商户，已于2021年6月1日注销
9	洪雅县欣顺物流配送经营部	龚仕琼之前夫罗欣经营，且实际由龚仕荣控制的个体工商户，已于2020年8月4日注销
10	深圳市牛一食品有限公司	发行人董事吴惠玲于报告期内控制并担任董事长兼总经理的企业，已于2021年4月21日注销
11	深圳筷乐股权投资管理合伙企业（有	发行人董事吴惠玲于报告期内担任执行事务合伙人的

序号	关联方名称	与发行人的关联关系
	有限合伙)	企业,已于2020年10月9日注销
12	深圳筷做菜食品有限公司	发行人董事吴惠玲于报告期内控制并担任执行董事兼总经理的企业,已于2020年4月30日注销
13	重庆市涪陵辣妹子酱菜有限公司	发行人董事吴惠玲于报告期内曾担任董事的企业,已于2020年7月离任
14	广州牛一明生餐饮有限公司	发行人董事吴惠玲于报告期内控制的企业,已于2019年7月5日注销
15	昆仑峰光文化旅游(海南)有限公司	发行人董事吴惠玲于报告期内担任董事的企业,已于2019年2月14日注销
16	味立东方控股(广东)有限公司	发行人董事吴惠玲于报告期内曾担任经理的企业,已于2019年6月10日离任
17	北京六合宁远医药科技股份有限公司	发行人董事徐怡于报告期内曾担任董事的企业,已于2020年10月离任
18	上海尚实航空发动机股份有限公司	发行人董事徐怡于报告期内曾担任董事的企业,已于2021年12月离任
19	天津捷强动力装备股份有限公司	发行人董事徐怡于报告期内曾担任董事的企业,已于2022年7月离任
20	山东东岳未来氢能材料股份有限公司	发行人董事徐怡于报告期内曾担任董事的企业,已于2022年8月离任
21	湖南正脉油茶产业发展有限公司	发行人独立董事曹庸于报告期内担任董事的企业,已于2019年12月12日注销
22	湖南金荟生物科技有限公司	发行人独立董事曹庸于报告期内曾担任董事的企业,已于2020年11月30日离任
23	沈阳天能普惠食品有限公司	发行人独立董事王汉武于报告期内担任董事长的企业,已于2020年9月14日注销
24	道位品牌管理(成都)有限公司	发行人独立董事王汉武于报告期内担任经理的企业,已于2021年9月17日离任
25	祖宝(上海)科技发展合伙企业(有限合伙)	发行人独立董事王汉武于报告期内担任执行事务合伙人的企业,已于2022年9月转让财产份额并不再担任执行事务合伙人
26	上海鞠胜科技有限公司	发行人独立董事王汉武于报告期内控制并担任执行董事的企业,已于2022年9月出让股权
27	深圳市捷众网络科技有限公司	发行人独立董事王汉武于报告期内通过上海鞠胜科技有限公司间接控制的企业
28	张家界生力生物有限公司	发行人独立董事曹庸于报告期内担任董事的企业,已于2021年3月16日注销
29	刘利剑	报告期内曾担任发行人独立董事,已于2021年7月辞任
30	无锡宏鼎投资管理有限公司	发行人原独立董事刘利剑于报告期内控制并担任执行董事兼总经理的企业
31	宁波励鼎股权投资合伙企业(有限合伙)	发行人原独立董事刘利剑于报告期内控制企业无锡宏鼎投资管理有限公司担任执行事务合伙人的有限合伙企业
32	桂林三养胶麦生态食疗产业有限责任公司	发行人原独立董事刘利剑于报告期内担任董事的企业
33	四三九九网络股份有限公司	发行人原独立董事刘利剑于报告期内担任董事的企业
34	成都兴原再生资源股份有限公司	发行人副总经理、董事会秘书苏健于报告期内担任董事会秘书的企业,已于2019年9月离任

序号	关联方名称	与发行人的关联关系
35	四川铁通公铁物流股份有限公司	发行人副总经理、董事会秘书苏健于报告期内担任董事的企业，已于2021年9月离任
36	潍坊阿旺食品有限公司	绝味食品于报告期内控制的企业，已于2022年6月注销

此外，在交易发生之日前 12 个月内，或者根据相关协议安排在未来 12 个月内，存在前述第 1 至第 9 项所列情形之一的法人（或者其他组织）、自然人，视同为发行人的关联方

（二）关联交易

1、一般经常性关联交易

（1）采购商品与接受劳务

报告期内公司关联采购情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年 1-6 月		2021 年度	
		金额	占营业成本比例	金额	占营业成本比例
德元楼	接受服务	14.40	0.11%	55.60	0.19%
洪雅县顺至货运部	接受服务	-	-	-	-
洪雅县欣兴货运部	接受服务	157.12	1.22%	340.89	1.16%
洪雅县欣顺物流配送经营部	接受服务	-	-	-	-
合计		171.52	1.34%	396.50	1.35%
关联方	关联交易内容	2020 年度		2019 年度	
		金额	占营业成本比例	金额	占营业成本比例
德元楼	接受服务	33.89	0.17%	10.01	0.04%
洪雅县顺至货运部	接受服务	-	-	250.83	0.98%
洪雅县欣兴货运部	接受服务	377.69	1.84%	179.76	0.70%
洪雅县欣顺物流配送经营部	接受服务	-	-	449.23	1.76%
合计		411.58	2.01%	889.84	3.48%

1) 向德元楼采购餐饮服务

德元楼是集餐饮、观光为一体的综合性旅游园区，是公司特色调味产品及菜品应用

的重要展示窗口。公司邀请经销商、厨师等重要客户或产品终端使用者至德元楼就餐有利于产品的宣传及推介，其向德元楼采购餐饮服务具有必要性及合理性。

2019-2021 年度及 2022 年 1-6 月，公司采购餐饮服务金额分别为 10.01 万元、33.89 万元、55.60 万元以及 14.40 万元，金额较小。公司向德元楼采购价格与德元楼对外提供餐饮服务价格一致，具有公允性。

2) 向实际控制人之亲属控制的主体采购运输服务

①交易概况

报告期各期，公司向洪雅县顺至货运部采购运输服务金额为 250.83 万元、0.00 万元、0.00 万元以及 0.00 万元，向洪雅县欣兴货运部采购运输服务金额为 179.76 万元、377.69 万元、340.89 万元以及 157.12 万元，向洪雅县欣顺物流配送经营部采购运输服务金额为 449.23 万元、0.00 万元、0.00 万元以及 0.00 万元。上述主体均为实际控制人龚万芬之亲属经营管理，具体情况如下：

名称	与公司关联关系
洪雅县顺至货运部	其经营者系实际控制人龚万芬之侄龚仕荣之配偶李志香之兄李志芳，实际由龚万芬之侄龚仕荣控制。
洪雅县欣兴货运部	其经营者系实际控制人龚万芬之侄龚仕荣，实际由龚万芬之侄龚仕荣控制。
洪雅县欣顺物流配送经营部	其经营者为公司实际控制人龚万芬之侄女龚仕琼之前夫罗欣，实际由龚万芬之侄龚仕荣控制。

②关联交易合理性

上述交易主体的注册地与主要经营地均在眉山市洪雅县，能较为迅速地响应公司服务需求，且公司与其合作时间较长，情况良好，向其采购有利于运输业务的稳定开展，具有合理性。

③关联交易公允性

针对运输服务，公司 2019-2021 年度采取招投标方式选择供应商并确定采购价格，2021 年度与主要运输服务供应商所签署合同有效期均为两年，即 2022 年度继续适用 2021 年度采购价格。交易双方基于平等自愿的原则确定交易价格，定价方式公允。以若干主要城市运费为例，价格对比与公允性分析如下：

A. 2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月

2020、2021 年度及 2022 年 1-6 月公司向关联方采购与向无关联关系第三方采购价格对比如下:

单位: 吨

地点	关联采购价格	无关联关系第三方采购价格	差异
A	140	150	7.14%
B	280	300	7.14%
C	600	620	3.33%
D	570	560	-1.75%
E	480	470	-2.08%
F	850	880	3.53%
G	570	580	1.75%
H	660	680	3.03%
I	330	330	0.00%
J	710	710	0.00%
K	570	560	-1.75%
L	550	570	3.64%
M	470	470	0.00%
N	520	520	0.00%

B. 2019 年度

公司于 2019 年四季度开始向无关联关系第三方成都弘亚物流有限公司采购运输服务, 价格对比如下:

单位: 吨

地点	关联采购价格	无关联关系第三方采购价格	差异
A	150	155	3.33%
B	300	315	5.00%
C	630	650	3.17%
D	600	590	-1.67%
E	500	500	0.00%
F	900	930	3.33%
G	600	610	1.67%

地点	关联采购价格	无关联关系第三方采购价格	差异
H	700	720	2.86%
I	350	350	0.00%
J	750	750	0.00%
K	600	590	-1.67%
L	580	600	3.45%
M	500	495	-1.00%
N	550	550	0.00%

由上表可见，2019-2021 年度及 2022 年 1-6 月公司同一时期向关联方采购的价格与向独立第三方采购价格差异较小。公司向关联方采购价格与同期向第三方采购价格不存在重大差异，价格公允。

④关联交易对公司独立性的影响

上述关联交易占营业成本比例分别为 3.44%、1.84%、1.16%以及 1.22%，比重较低且呈现逐年下降的趋势。同时公司为提升独立性，2019 年开始通过招投标引入第三方运输服务供应商。报告期各期关联运输服务采购占同类交易比重情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
关联采购金额	157.12	340.89	377.69	879.82
运输服务总额	526.74	1,259.70	853.25	1,029.96
占比	29.83%	27.06%	44.26%	85.42%

注：除公路运输服务外，公司还采购了少量快递运输服务

公司关联采购金额占运输服务总额比重分别为 85.42%、44.26%、27.06%以及 29.83%，2019-2021 年度逐年下降，后续期间保持了较低水平。公司对上述关联交易不存在依赖，不影响公司独立性。

⑤关联交易的持续性及影响

随着业务规模的稳步上升，公司对运输服务的需求也将保持稳中有升的趋势。公司对运输服务采取招标方式选择供应商，上述关联交易能否持续将取决于后续招投标情况。

（2）销售商品与提供劳务

报告期内公司关联销售情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
德元楼	销售商品	7.23	0.04%	13.86	0.03%	3.13	0.01%	-	-
深圳岳睿	销售商品	-	-	-	-	-	-	4.75	0.01%
龚仕琼	销售商品	-	-	-	-	-	-	0.53	0.00%
龚仕荣	销售商品	-	-	-	-	0.42	0.00%	0.63	0.00%
天津阿正食品有限公司	销售商品	-	-	39.96	0.09%	39.25	0.11%	-	-
盘山阿妙食品有限公司	销售商品	2.13	0.01%	8.14	0.02%	9.41	0.03%	0.78	0.00%
黑龙江阿滨食品有限公司	销售商品	-	-	-	-	6.72	0.02%	-	-
内蒙古阿蒙食品有限公司	销售商品	1.06	0.01%	7.45	0.02%	3.50	0.01%	-	-
上海阿妙食品有限公司	销售商品	5.32	0.03%	93.12	0.20%	75.86	0.21%	-	-
潍坊阿旺食品有限公司	销售商品	-	-	-	-	20.40	0.06%	-	-
广东阿达食品有限公司	销售商品	-	-	-	-	8.00	0.02%	-	-
广西阿高食品有限公司	销售商品	-	-	48.63	0.11%	29.26	0.08%	-	-
江西阿南食品有限公司	销售商品	0.27	0.00%	-	-	3.18	0.01%	0.39	0.00%
河南阿杰食品有限公司	销售商品	-	-	5.32	0.01%	37.97	0.11%	1.41	0.00%
武汉阿楚食品有限公司	销售商品	-	-	13.30	0.03%	22.48	0.06%	0.32	0.00%
湖南阿瑞食品有限公司	销售商品	-	-	-	-	2.68	0.01%	0.58	0.00%
贵州阿乐食品有限公司	销售商品	-	-	14.42	0.03%	6.39	0.02%	0.58	0.00%
四川阿宁食品有限公司	销售商品	-	-	97.70	0.21%	144.88	0.41%	-	-
昆明阿趣食品有限公司	销售商品	9.58	0.05%	14.37	0.03%	16.02	0.04%	-	-
南京阿惠食品有限责任公司	销售商品	8.67	0.05%	17.45	0.04%	11.49	0.03%	-	-
甘肃阿甘食品有限公司	销售商品	-	-	-	-	1.58	0.00%	-	-

关联方	关联交易内容	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
山东阿齐食品有限公司	销售商品	28.20	0.15%	69.33	0.15%	5.06	0.01%	-	-
新疆阿之疆食品有限责任公司	销售商品	0.80	0.00%	-	-	-	-	-	-
合计		63.26	0.34%	443.06	0.96%	447.67	1.26%	9.96	0.02%

1) 向德元楼销售产品

德元楼作为展示和宣传地方餐饮文化和藤椒特色产品的乡村旅游园区，其菜品多使用藤椒油、花椒油、木姜油及复合调味料等公司特色产品，因此公司向其销售商品具有必要性。上述交易售价参照向经销商销售价格确定，具有公允性，不存在利益输送情形。2020 年度、2021 年度以及 2022 年 1-6 月内向德元楼关联销售金额分别为 3.13 万元、13.86 万元以及 7.23 万元，金额较低，对公司经营业绩影响较小。基于德元楼的菜品特色及弘扬藤椒文化的定位，预计上述交易会持续进行。

2) 向深圳岳睿销售产品

2019 年度公司向深圳岳睿销售藤椒油等产品，金额 4.75 万元。深圳岳睿从事餐饮服务，调味料产品是其生产经营过程中必需的原材料，因此公司向其销售产品具有合理性。该等产品定价参照公司向经销商销售价格确定，具有公允性。总体而言上述交易金额较低，未对公司经营业绩及财务状况造成重大影响。

3) 向龚仕荣、龚仕琼销售产品

2019-2021 年度以及 2022 年 1-6 月公司向龚仕荣及龚仕琼销售产品取得的收入合计为 1.16 万元、0.42 万元、0.00 万元以及 0.00 万元，销售价格按展销中心对外销售价格的 90% 确定，与公司员工优惠价一致，价格公允。同时上述销售金额较低，不会对公司经营成果及财务状况造成重大影响。

4) 向绝味食品控制的公司销售产品

报告期各期，公司向绝味食品及其控制的公司销售定制藤椒油产品，金额分别为 4.06 万元、444.12 万元、429.20 万元以及 56.03 万元。其中 2022 年 1-6 月销售金额有所

下降主要系当期**外部环境**影响频发，重创下游餐饮行业客户，绝味食品经营情况也受到不利影响，需求有所下降。

①关联交易的合理性

绝味食品主要从事休闲卤制食品的开发、生产和销售。近年来，为丰富产品品类，突出区域特色，绝味食品推出了藤椒风味系列产品。向公司采购可满足其对藤椒风味和麻度的定制化需求，确保原材料的稳定供应。公司向绝味食品销售有利于扩展大型食品企业客户，该关联交易具有合理性。

②关联交易的公允性

公司向绝味食品销售的主要产品系定制化工业用藤椒油，无同类产品可比价格。通常绝味食品提出产品规格、质量标准等具体需求后，公司根据制作工艺、材料成本及交易规模进行报价，绝味食品将综合采购价格、产品质量、厂商声誉等择优选定供应商。交易定价系双方基于公平原则协商确定，具有公允性。

③关联销售对公司独立性的影响

上述关联销售收入占公司收入总额比例分别为 0.01%、1.25%、0.93%以及 0.30%，占比较低，不会对公司独立性产生不利影响。

④关联交易的持续性

藤椒风味系列产品系绝味食品近年新推出的主打产品系列之一，而公司能为其提供质量优良、品质稳定的藤椒油原材料，因此预计上述交易会持续进行，但交易规模会受到**外部环境**等多种因素影响而发生波动。

（3）关联租赁

① 向德元楼出租房屋

报告期内公司作为出租人向德元楼出租资产情况如下：

单位：万元

承租方	租赁标的	用途	租赁收入			
			2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
德元楼	房屋	生产经营	5.71	14.29	10.71	2.38

注 1：2019 年度租赁收入系德元楼剥离后至年末期间，即 2019 年 11-12 月租赁收入。

注 2：2020 年度德元楼经营业绩受**外部环境**不利影响有所下滑，发行人免除其部分租金。

注 3：2022 年 1-6 月德元楼经营业绩受**外部环境**不利影响有所下滑，发行人免除其部分租金。

报告期内公司关联租赁为向德元楼出租生产经营场所，2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月关联租赁收入分别为 2.38 万元、10.71 万元、14.29 万元以及 5.71 万元。

德元楼曾系公司全资子公司，其自成立以来即租赁公司位于洪雅县止戈镇五龙村的房屋建筑开展餐饮服务。2019 年 10 月公司将德元楼全部股权转让予实际控制人之一赵麒，关于该次转让情况请参见招股说明书本节之“七、关联方、关联关系和关联交易”之“（二）关联交易”之“2、一般偶发性关联交易”之“（1）关联资产转让”。转让后为便于德元楼的持续、稳定经营，公司继续向德元楼出租该生产经营场所供其使用。公司于每年 1 月 1 日与德元楼签订房屋租赁协议，租赁期限为 1 年，到期后续签。该房屋建筑面积为 2,846.6 m²，租金为 15 万元/年（含税金额），约为 4.39 元/平方米/月，该租金金额系综合租赁标的年折旧额及市场价格确定，定价公允。

② 向洪雅县藤椒文化博物馆出租展览场所

报告期内公司作为出租人向洪雅县藤椒文化博物馆出租资产情况如下：

单位：万元

承租方	租赁标的	用途	租赁收入			
			2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
洪雅县藤椒文化博物馆	房屋	展览	1.24	2.48	2.48	2.48

报告期内，公司将位于洪雅县止戈镇五龙村的房产出租给洪雅县藤椒文化博物馆作为展示场地，租赁价格为每年 2.6 万元（含税金额）。上述房产建筑面积 498.68 平方米，截至 2022 年 6 月 30 日，其账面价值为 29.29 万元。

藤椒文化博物馆作为藤椒文化展示窗口，为了弘扬洪雅当地的传统文化，提升藤椒的知名度与认可度。该项关联交易具有合理性和必要性。该租赁价格系综合租赁标的年折旧额及市场价格确定，定价公允。

总体而言公司向关联方出租房屋价格公允且金额较小，对公司财务状况和生产经营成果不存在重大影响。

（4）向公司关键管理人员支付薪酬

报告期内，公司向关键管理人员，包括董事、监事和高级管理人员支付薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
关键管理人员报酬	102.78	268.07	264.62	230.12

2、一般偶发性关联交易

（1）关联资产转让

为提升业务独立性并进一步专注主营业务，公司于 2019 年 10 月将德元楼全部股权按评估价值 70.76 万元转让给实际控制人赵麒。

针对上述转让，2019 年 10 月 28 日沃克森出具了编号为沃克森评报字（2019）第 1152 号的评估报告，截至评估基准日 2019 年 9 月 30 日，德元楼纳入评估范围内的所有者权益价值为 70.76 万元。2019 年 10 月 29 日，公司召开股东会审议通过德元楼股权转让事宜相关决议。2019 年 10 月 29 日，交易双方签署股权转让协议。2019 年 10 月 30 日，公司收到赵麒支付的全部股权转让款，2019 年 11 月 1 日，德元楼就上述股权转让完成工商变更登记。

（2）无偿受让专利

2019 年 3 月公司实际控制人赵跃军将申请号为 200510021894.3，专利名称为“藤椒油的制备方法”的发明专利无偿转让给发行人。上述专利与公司主营业务密切相关，该项交易可确保公司业务资产的完备，提升公司资产的独立性，具有合理性和必要性。

3、报告期内关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

2019-2021 年度及 2022 年 1-6 月，公司关联销售占营业收入比例为 0.02%、1.26%、0.96%以及 0.34%，占比较低；关联采购占营业成本比例分别为 3.48%、2.01%、1.35%以及 1.34%，占比较低且总体呈现逐年下降的趋势。总体而言，报告期内关联交易不会对公司财务状况和经营成果造成重大影响。同时，公司报告期内各项关联交易均履行相关决策及审批程序，定价公允，不存在损害公司及其他股东利益的情况。

（三）关联方往来款余额

报告期各期末，关联交易形成的往来款项余额如下：

1、应收项目

单位：万元

项目名称	关联方	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应收账款	天津阿正食品有限公司	-	-	4.35	-
应收账款	盘山阿妙食品有限公司	-	2.44	2.61	0.14
应收账款	黑龙江阿滨食品有限公司	-	-	3.48	-
应收账款	内蒙古阿蒙食品有限公司	-	2.90	1.57	-
应收账款	上海阿妙食品有限公司	5.80	-	11.60	-
应收账款	潍坊阿旺食品有限公司	-	-	4.64	-
应收账款	江西阿南食品有限公司	-	-	0.00	0.07
应收账款	河南阿杰食品有限公司	-	-	20.30	0.70
应收账款	武汉阿楚食品有限公司	-	-	0.00	0.00
应收账款	湖南阿瑞食品有限公司	-	-	0.00	0.00
应收账款	贵州阿乐食品有限公司	-	2.32	2.61	-
应收账款	四川阿宁食品有限公司	-	29.23	60.55	-
应收账款	昆明阿趣食品有限公司	-	-	5.80	-
应收账款	南京阿惠食品有限责任公司	-	1.45	1.74	-
应收账款	山东阿齐食品有限公司	-	11.02	5.51	-
应收账款	广西阿高食品有限公司	-	2.90	-	-
小计		5.80	52.26	124.76	0.91
其他应收款	德元楼	-	-	-	29.78
其他应收款	洪雅县藤椒文化博物馆	-	-	7.80	5.20
小计		-	-	7.80	34.98
合计		5.80	52.26	132.56	35.89

报告期内应收关联方款项主要为应收绝味食品控制主体货款，其中 2020 年末余额较高主要系当期交易额大幅增长，而 2021 年末余额有所下降则系当年 12 月交易额由于客户采购进度安排较去年同期大幅减少。2021 年 6 月 30 日余额则随当期绝味食品及其控制主体向公司采购额下降而大幅减少。

2、应付项目

单位：万元

项目名称	关联方	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应付账款	德元楼	-	-	-	2.50
	洪雅县顺至货运部	-	-	-	72.02
	洪雅县欣兴货运部	42.97	31.52	43.83	-
合计		42.97	31.52	43.83	74.52

报告期内应付关联方款项主要为应付运输服务费。随着公司逐步引入无关联关系运输服务供应商，应付项目余额总体有所下降。

（四）报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事的意见

发行人整体变更为股份公司后，为了进一步完善公司治理机制，保护发行人股东利益，发行人在公司章程中规定了发生关联交易时需履行的决策程序，相关决策程序的具体履行情况如下：

2021 年 5 月 6 日，发行人召开第一届董事会第十次会议，审议通过了《关于审议公司 2021 年度日常关联交易预计的议案》。同日，发行人召开第一届监事会第五次会议，审议通过了上述议案。2021 年 5 月 26 日，发行人召开 2020 年度股东大会，审议通过了上述议案。

2021 年 9 月 30 日，发行人召开第一届董事会第十二次会议，审议通过了《关于公司报告期内关联交易情况说明的议案》。同日，发行人召开第一届监事会第六次会议，审议通过了上述议案。2021 年 10 月 15 日，发行人召开 2021 年第四次临时股东大会，审议通过了上述议案。

2022 年 2 月 11 日，发行人召开第一届董事会第十四次会议，审议通过了《关于公司报告期内关联交易情况说明的议案》。同日，发行人召开第一届监事会第七次会议，审议通过了上述议案。2022 年 2 月 28 日，发行人召开 2022 年第一次临时股东大会，审议通过了上述议案。

2022 年 5 月 24 日，发行人召开第一届董事会第十六次会议，审议通过了《关于审议公司 2022 年度日常关联交易预计的议案》。同日，发行人召开第一届监事会第八次

会议，审议通过了上述议案。2022 年 6 月 14 日，发行人召开 2021 年度股东大会，审议通过了上述议案。

2023 年 2 月 8 日，发行人召开第一届董事会第十九次会议，审议通过了《关于公司最近三年关联交易情况说明的议案》。同日，发行人召开第一届监事会第九次会议，审议通过了上述议案。2023 年 2 月 24 日，发行人召开 2023 年第一次临时股东大会，审议通过了上述议案。

上述与关联交易有关的议案在提交发行人股东大会审议前，均由独立董事就相关关联交易履行的审议程序的合法性和交易价格的公允性发表了无保留意见，独立董事一致认为，上述关联交易均是公司日常生产经营所需，遵循了“公平、公正、公允”的原则，关联董事对与之相关的关联交易事项进行了回避，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定，符合公司和公司股东的合法利益。关联方已遵循了公正规范处理原则，不存在损害公司及公司股东利益的行为。

发行人董事会、监事会、股东大会在对上述议案进行表决时，关联董事、关联监事、关联股东均进行了回避表决。

（五）报告期内关联方的变化情况

发行人报告期内关联方的变化情况参见本节之“七、关联方、关联关系和关联交易”之“（一）关联方及关联关系”之“8、报告期内曾经存在的主要关联方”。

发行人报告期内不存在与变为非关联方的原关联方继续交易的情况。

第九节 投资者保护

一、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

根据公司于 2021 年 3 月 26 日召开的 2021 年第二次临时股东大会决议，公司本次发行及上市完成前的滚存未分配利润由本次发行及上市后登记在册的新老股东共享。

二、发行人的股利分配政策

公司的股利分配严格执行有关法律、法规和《公司章程》的规定，重视对投资者的合理投资回报。根据《公司法》和《公司章程》的规定，公司的主要股利分配政策如下：

1、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股本的 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。

2、公司持有的本公司股份不参与分配利润。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%。

3、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 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

三、发行人最近三年股利的分配情况

报告期内，公司实施过 2 次股利分配，具体情况如下：

2019 年 1 月 20 日，么麻子有限召开 2019 年第一次临时股东会，一致同意向赵跃军、龚万芬、赵麟合计分配利润 42,632,200 元。公司向前述股东支付分红款时，在扣除应代扣代缴的个人所得税后将分红净额予以支付。本次利润分配具体情况如下表：

序号	股东姓名	持股比例	分红金额（元）
1	赵跃军	40.80%	17,393,937.60
2	龚万芬	39.20%	16,711,822.40
3	赵麟	20.00%	8,526,440.00
合计			42,632,200.00

2020 年 11 月 5 日，公司召开 2020 年第二次临时股东大会并一致同意通过了《关于公司利润分配方案的议案》，决定共计派发现金股利 1,500 万元（含税）。公司向自然人股东支付分红款时，在扣除应代扣代缴的个人所得税后将分红净额予以支付。本次股利分配具体情况如下表：

序号	股东名称/姓名	持股比例	分红金额（元）
1	赵跃军	30.9221%	4,638,315
2	龚万芬	22.1305%	3,319,575
3	赵麟	15.1579%	2,273,685
4	洪雅聚才	7.5789%	1,136,835
5	网聚投资	13.6842%	2,052,630
6	湖南肆壹伍	5.2632%	789,480
7	中金启辰	5.2632%	789,480
合计			15,000,000

四、本次发行上市后的股利分配政策和未来三年分红规划

根据公司于 2021 年 3 月 26 日召开的 2021 年第二次临时股东大会审议通过的《么麻子食品股份有限公司章程（草案）》和《么麻子食品股份有限公司上市后三年股东回报规划》，公司发行上市后的利润分配政策和未来三年分红规划如下：

（一）制定本规划考虑的因素

公司实行持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。在制定本规划时，综合考虑投资者的合理投资回报、公司的实际情况、发展目标、未来盈利规模、现金流量状况、所处发展阶段及规划、资金需求、社会资金成本、外部融资环境和股东要求及意愿等重要因素，建立对投资者持续、稳定、科学和透明的回报规划和机制，对公司利润分配作出制度性安排，保证利润分配的连续性和稳定性。

（二）本规划的制定原则

根据《公司法》等相关法律法规和《A股章程》的规定，在保证公司正常经营发展的前提下，充分考虑公司股东（尤其是中小股东）、独立董事和监事的意见和诉求，坚持优先采取现金分红的利润分配方式，采取现金、股票，现金与股票相结合或法律、法规允许的其他方式分配股利，在符合《A股章程》有关实施现金分红的具体条件的情况下，公司优先采用现金分红的利润分配方式。

（三）公司未来三年股东回报规划

1、利润分配原则

公司的利润分配政策应重视对投资者的合理投资回报，兼顾公司的实际经营情况及可持续发展，并应保持连续性和稳定性。在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司将积极采取现金方式分配利润。

2、利润分配形式

公司利润分配可采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律法规允许的其他方式。公司在选择利润分配方式时，相对于股票股利等分配方式优先采用现金分红的利润分配方式。根据公司现金流状况、业务成长性、每股净资产规模等真实合理因素，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配。

3、利润分配的具体规定

（1）现金分红的条件

① 公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

② 公司该年度现金流量净额为正值;

③ 在当年盈利的条件下,公司如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生,应当采取现金方式分配股利。重大投资计划或重大现金支出事项是指:公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备等(募集资金项目除外),预计支出累计达到或超过公司最近一期经审计总资产 10%的投资事项;

④ 审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

公司在保持利润分配政策的连续性与稳定性的前提下,公司未来三年以现金方式累计分配的利润不少于未来三年实现的年均可分配利润的 30%。

(2) 公司发放股票股利的具体条件

公司在经营情况良好并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时,可以根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况,在保证足额现金分红及公司股本规模合理的前提下,并考虑公司业务成长性、每股净资产摊薄等真实合理因素,提出股票股利分配预案,具体分红比例由公司董事会审议通过后,提交股东大会审议决定。

(3) 利润分配的时间间隔

在满足利润分配条件前提下,公司原则上每年进行一次利润分配。在满足现金分红条件的情况下,公司将积极采取现金方式分配股利。在有条件的情况下,公司董事会可以根据公司的实际经营状况提议公司进行中期现金分红。

4、差异化的现金分红政策

公司具备现金分红条件的,公司应当采取现金方式分配股利;公司在实施上述现金分配股利的同时,可以派发股票股利。

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,并按照公司章程规定的程序,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, 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%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的, 按照前项规定处理。

出现以下情形之一的, 公司可不进行现金分红:

- (1) 合并报表或母公司报表当年度经营性现金流量净额或者现金流量净额为负数;
- (2) 合并报表或母公司报表期末资产负债率超过 70% (包括 70%); 或
- (3) 公司财务报告被审计机构出具非标准无保留意见。

存在股东违规占用公司资金情况的, 公司在进行利润分配时, 应当扣减该股东所分配的现金红利, 以偿还其占用的资金。

5、公司利润分配的决策程序和监督机制

(1) 公司每年利润分配预案由公司董事会拟定, 经董事会审议通过并经半数以上独立董事同意后提请股东大会审议。独立董事及监事会对提请股东大会审议的利润分配预案进行审核并出具书面意见;

(2) 董事会审议现金分红具体方案时, 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, 独立董事应当发表明确意见;

(3) 股东大会对现金分红具体方案进行审议时, 应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流, 包括但不限于提供网络投票表决、邀请中小股东参会等方式, 充分听取中小股东的意见和诉求, 并及时答复中小股东关心的问题;

(4) 在当年满足现金分红条件情况下, 董事会未提出以现金方式进行利润分配预案的, 还应说明原因并在年度报告中披露。同时在召开股东大会时, 公司应当提供网络投票等方式以方便中小股东参与股东大会表决;

(5) 监事会应对董事会和管理层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, 并应对年度内盈利但未提出利润分配预案的, 就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见;

(6) 股东大会应根据法律法规和公司章程的规定对董事会提出的利润分配预案进行表决。

6、公司利润分配政策的调整

公司根据生产经营需要需调整利润分配政策的,调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定,有关调整利润分配政策的议案需事先由独立董事及监事会发表独立意见,经独立董事及监事会认可后提交董事会审议,并需经公司董事会审议通过后提交股东大会批准,经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。为充分听取中小股东意见,公司应当安排通过证券交易所交易系统、互联网投票系统等网络投票方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。

发行人同时出具了《关于公司利润分配政策的承诺函》,对发行上市后的利润分配政策作出了与上述股东回报规划内容相同的承诺。

五、发行人存在特别表决权、协议控制架构或类似特殊安排采取的措施

因发行人不存在特别表决权、协议控制架构或类似特殊安排,所以,发行人未制定相应的保护投资合法权益的各项措施。

第十节 其他重要事项

一、重大合同

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人已履行、正在履行和将要履行的对其经营活动、未来发展具有重要影响的重大合同情况如下列各表所示。发行人依约履行，与主要合同相对方不存在纠纷或者潜在纠纷，不会对发行人生产经营活动产生不利影响。

（一）销售合同

截至 2022 年 6 月 30 日，公司正在履行的金额在 500 万元以上的重大销售合同如下：

序号	客户名称	合同类别	合同内容	有效期
1	成都市金牛区味源食品添加剂经营部	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
2	武侯区中泓食品经营部	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
3	郑州晋祥唐调味品有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
4	郑州市惠济区调味食品城恒祥调味批发部	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
5	北京信诚和泰科技有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
6	保定白沟新城信诚和佳调味品销售部	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
7	深圳市怡乐糖商贸有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
8	上海川王实业有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
9	上海蜀信浩彬农产品有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
10	广州川九香食品有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
11	武汉市东西湖红旗干鲜经营部	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目	2022.1.1-2022.12.31

序号	客户名称	合同类别	合同内容	有效期
			标等事项进行了约定	
12	武汉市盛世长铭商贸有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
13	天津市河北区和祥家调味品经营部	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
14	城关区张苏滩蔬菜市场德宏源副食配送部	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
15	泸州市龙马潭区杨氏食品经营部	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
16	泸州市杨氏姐妹商贸有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
17	南京川骄食品有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
18	南京市江宁区川骄调味品贸易商行	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
19	淑淑泡菜配送中心	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
20	眉山市乔斯商贸有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
21	江北区国惠副食经营部	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
22	贵阳子廷贸易有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
23	亚亨食品成都有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
24	宜宾市静友商贸有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
25	宜宾市翠屏区浩源食品经营部	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
26	渝中区杰瀚餐料行	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
27	市北区鲁滨成渝调味品商行	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目	2022.1.1-2022.12.31

序号	客户名称	合同类别	合同内容	有效期
			标等事项进行了约定	
28	青岛鲁滨川渝调味品有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
29	绵阳市天天味道商贸有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
30	兰州珍味源餐料食品有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
31	西安市莲湖区佳味盛调味品食材商行	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
32	西安文浩食品商贸有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
33	青海蜀西商贸有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
34	西宁城北老黄副食经营部	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
35	重庆国惠供应链管理有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
36	成都中隆食品有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
37	四川比优特商贸有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
38	新都区戴记食品配送中心	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
39	广州市白云区松洲邓晨食品经营部	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
40	重庆天豪地杰贸易有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
41	杭州誉通贸易有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
42	武汉红山友食品有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
43	郑州市惠济区久口香调味商行	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目	2022.1.1-2022.12.31

序号	客户名称	合同类别	合同内容	有效期
			标等事项进行了约定	
44	郑州九口天鸿商贸有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
45	武汉市黄陂区四季丰华和裕调味品商行	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
46	成都追鹰贸易有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
47	苏州市朝霞食品贸易有限公司	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31
48	深圳市龙岗区平湖唐平商行	产品经销框架协议	合同对销售区域、价格、货运验收、货款结算、销售目标等事项进行了约定	2022.1.1-2022.12.31

注：发行人与客户每年签订一次年度框架合同。

（二）采购合同

截至 2022 年 6 月 30 日，公司正在履行的与主要供应商交易金额超过 500 万元的采购合同或框架协议如下：

序号	供应商名称	合同类别	采购产品	有效期
1	成都市新兴粮油有限公司	采购合同	菜籽油	自2022.06.15起至合同签订采购量履行完毕止
2	德阳市罗江区蟠龙新型农民合作联合社	采购合同	鲜藤椒	2021.06.01-2025.09.30
3	成都市川泰玻璃有限责任公司	采购合同	玻璃瓶、玻璃瓶方瓶、玻璃瓶扁瓶	2020.12.31-2022.12.31
4	成都五丰堂农产品有限公司	采购合同	干藤椒、干花椒	2021.09.10-2022.12.31
5	四川文庄包装有限公司	采购合同	纸箱	2020.12.31-2022.12.31
6	金阳县春江鹏达青花椒农村专业合作社	采购合同	干藤椒	2022.01.01-2022.12.31

二、对外担保事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在对外担保事项。

三、发行人重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在对其财务状况、生产经营、经营成果、声誉、业务活动、未来前景有重大影响的诉讼、仲裁事项。

四、涉及重要关联方的重大诉讼、仲裁和刑事诉讼情况

截至本招股说明书签署之日，发行人的控股股东、实际控制人、子公司，以及发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均不存在作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

第十一节 声明

一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

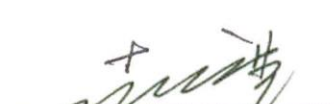
全体董事签名：



赵跃军



赵 麟



赵 麒



李 静



徐 怡



吴惠玲



刘 英



曹 庸



王汉武



么麻子食品股份有限公司

2023 年 3 月 20 日

一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

_____ 赵跃军	_____ 赵 麟	_____ 赵 麒
_____ 李 静	_____ 徐 怡	_____ 吴惠玲
_____ 刘 英	_____ 曹 庸	_____ 王汉武



么麻子食品股份有限公司

2023年3月20日

一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

赵跃军

赵 麟

赵 麒

李 静

徐 怡



吴惠玲

刘 英

曹 庸

王汉武



么麻子食品股份有限公司

2023年3月20日

一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

赵跃军

赵 麟

赵 麒

李 静

徐 怡

吴惠玲

刘 英

曹 庸

王汉武



么麻子食品股份有限公司

2023年3月20日

一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

赵跃军

赵 麟

赵 麒

李 静

徐 怡

吴惠玲

刘 英

曹 庸

王汉武



么麻子食品股份有限公司

2023年3月20日

一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,按照诚信原则履行承诺,并承担相应的法律责任。

全体董事签名:

赵跃军

赵麟

赵麒

李静

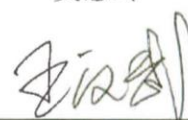
徐怡

吴惠玲

刘英

曹庸

王汉武





么麻子食品股份有限公司

2023年3月20日

一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体监事签名：

陈小龙

陈小龙

赵桂林

王 刚



么麻子食品股份有限公司

2023年3月20日

一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体监事签名：

陈小龙

赵桂林

赵桂林

王 刚



么麻子食品股份有限公司

2023 年 3 月 20 日

一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体监事签名：

陈小龙

赵桂林

王刚

王 刚



么麻子食品股份有限公司

2023 年 3 月 20 日

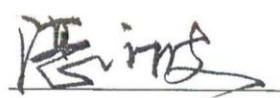
一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,按照诚信原则履行承诺,并承担相应的法律责任。

除董事、监事以外的高级管理人员签名:



苏 健



湛江波



么麻子食品股份有限公司

2023年3月20日

二、控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,按照诚信原则履行承诺,并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人签名:



赵跃军



龚万芬



赵麒



赵麟



么麻子食品股份有限公司

2023年3月20日

二、控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,按照诚信原则履行承诺,并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人签名:

赵跃军

龚万芬

赵 麒

赵 麟



三、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

董事长、法定代表人：


沈如军

保荐代表人：


渠 亮


潘闽松

项目协办人：


黄 代



中国国际金融股份有限公司

2023 年 3 月 20 日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读么麻子食品股份有限公司招股说明书的全部内容,确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

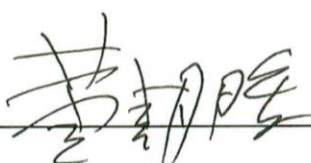
董事长、法定代表人: _____


沈如军



保荐机构总经理/首席执行官声明

本人已认真阅读么麻子食品股份有限公司招股说明书的全部内容,确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理/首席执行官: 
黄朝晖



四、发行人律师声明

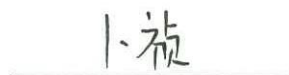
本所及经办律师已阅读招股说明书, 确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议, 确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并承担相应的法律责任。

负责人:


 华晓军

经办律师:


 李若晨


 卜 祯


 北京市君合律师事务所
 2023 年 3 月 20 日

五、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书,确认招股说明书与本所出具的审计报告、审阅报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、审阅报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议,确认招股说明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,并承担相应的法律责任。

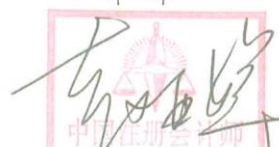
负责人:


邱靖之

签字注册会计师:


申军


刘浪


赵亚婵

天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)

2023年3月20日



六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书, 确认招股说明书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说明书中引用的资产评估报告的内容无异议, 确认招股说明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, 并承担相应的法律责任。

负责人:



徐伟建

签字注册会计师:



王玉林



欧阳靓

沃克森(北京)国际资产评估有限公司

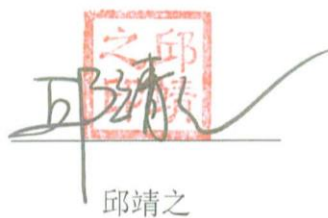


2023年3月20日

七、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书,确认招股说明书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说明书中引用的验资报告的内容无异议,确认招股说明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,并承担相应的法律责任。

负责人:


邱靖之

签字注册会计师:


申军


刘浪

天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)

2023年3月20日



八、验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书, 确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议, 确认招股说明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, 并承担相应的法律责任。

负责人:


邱靖之

签字注册会计师:


中国注册会计师
申军
510601843125
申军


中国注册会计师
刘浪
110103690001
刘浪

天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)

2023年3月20日



第十二节 附件

一、本招股说明书的附件

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报表及审计报告；
- （五）《么麻子食品股份有限公司章程（草案）》；
- （六）投资者关系管理的制度文件；
- （七）与投资者保护相关的承诺；
- （八）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；
- （九）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报告及审阅报告；
- （十）内部控制鉴证报告；
- （十一）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （十二）股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明；
- （十三）审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明；
- （十四）募集资金具体运用情况；
- （十五）子公司、参股公司简要情况；
- （十六）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅地点和时间

- （一）发行人：么麻子食品股份有限公司

办公地址：四川省眉山市洪雅县止戈镇五龙路 15 号

查阅时间：承销期内每个工作日上午 9：00—11：30，下午 2：00—5：00

电 话：028-3741 1928

（二）保荐机构（主承销商）：中国国际金融股份有限公司

办公地址：北京市朝阳区建国门外大街 1 号国贸大厦 2 座 27 层及 28 层

查阅时间：承销期内每个工作日上午 9：00—11：30，下午 2：00—5：00

电 话：010-6505 1166

三、本次发行相关主体作出的重要承诺

（一）股东关于所持股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

1、公司控股股东赵跃军、实际控制人赵跃军、龚万芬、赵麒、赵麟承诺

“（1）自发行人上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不提议由发行人回购本人直接或间接持有的该部分股份。

（2）发行人股票上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，发行价将进行除权、除息调整）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有发行人上市前已发行股份的锁定期自动延长 6 个月。

（3）本人在前述锁定期届满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，发行价将进行除权、除息调整）。若未履行该承诺，减持公司股份所得收益归公司所有。

（4）在本人被认定为公司控股股东/实际控制人及/或在公司任职期间，将向公司申报本人直接或间接持有的公司股份及其变动情况。

（5）如相关法律、法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、深交所等证券监管机构对股份锁定期有其他要求，本人同意对本人所持公司股份的锁定期进行相应调

整。

（6）本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给公司及其下属企业造成的一切损失、损害和开支。”

龚万芬、赵麒同时承诺：在前述锁定期内，本人不会以任何形式要求洪雅聚才为本人办理回购、转让本人持有的合伙份额的手续，亦不会要求洪雅聚才为本人办理出售本人间接持有的发行人股份的相关手续。

2、持股 5%以上的机构股东网聚投资、洪雅聚才、湖南肆壹伍、中金启辰承诺

“（1）自发行人上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本单位直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不提议由发行人回购本单位持有的该部分股份。

（2）本单位在锁定期届满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，发行价将进行除权、除息调整）。

（3）如相关法律法规及规范性文件或中国证券监督管理委员会、深交所等证券监管机构对股份锁定期有其他要求，本单位同意对所持公司股份的锁定期进行相应调整。

（4）如本单位违反上述承诺，本单位同意依法承担赔偿责任。”

3、间接持有公司股份的董事、监事和高级管理人员徐怡、吴惠玲、苏健、湛江波、李静、赵桂林、王刚承诺

“（1）自发行人上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不提议由发行人回购本人持有的该部分股份。

（2）公司上市后 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（若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，发行价将进行除权、除息调整），或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有的公司首次公开发行股票前已发行股份的锁定期自动延长 6 个月。

（3）本人在前述锁定期届满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，发行价将进行除权、除息

调整）。若未履行该承诺，减持公司股份所得收益归公司所有。

（4）本人在任职期间，将向公司申报本人直接或间接持有的公司股份及其变动情况。

（5）如相关法律、法规及规范性文件或中国证券监督管理委员会、深交所等证券监管机构对股份锁定期有其他要求，本人同意对本人所持公司股份的锁定期进行相应调整。

（6）本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给公司造成的一切损失、损害和开支。”

苏健、湛江波、李静、赵桂林、王刚同时承诺：在前述锁定期内，本人不会以任何形式要求洪雅聚才为本人办理回购、转让本人持有的合伙份额的手续，亦不会要求洪雅聚才为本人办理出售本人间接持有的发行人股份的相关手续。

徐怡同时承诺：在前述锁定期内，本人不会以任何形式要求中金启辰及苏州凯润股权投资合伙企业（有限合伙）为本人办理回购、转让本人直接或间接持有的合伙份额的手续，亦不会要求中金启辰及苏州凯润股权投资合伙企业（有限合伙）为本人办理出售本人间接持有的发行人股份的相关手续。

吴惠玲同时承诺：在前述锁定期内，本人不会以任何形式要求湖南肆壹伍及其追溯至最终出资人的各级合伙人、股东或出资人为本人办理回购、转让本人直接或间接持有的合伙份额的手续，亦不会要求湖南肆壹伍为本人办理出售本人间接持有的发行人股份的相关手续。

4、直接或间接持有公司股份并作为公司董事、监事及高级管理人员赵跃军、赵麒、赵麟、徐怡、吴惠玲、苏健、湛江波、李静、赵桂林、王刚对各自应遵守的锁定期届满后的所持股份流通限制承诺

“在本人于公司任职期间（如本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内），每年转让的发行人股份不超过本人所持公司股份总数的 25%；在本人离职后半年内，不转让本人所持有的公司股份；本人承诺遵守法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及证券交易所业务规则对本人股份转让的其他规定。”

（二）持股 5%以上股东持股意向及减持意向的承诺

1、赵跃军、龚万芬、赵麒、赵麟承诺

“发行人本次发行及上市后，本人在锁定期满后拟减持股票的，将认真遵守中国证券监督管理委员会、深交所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。本人自锁定期满之日起两年内减持股份的具体安排如下：

①减持条件：本人将严格遵守法律、法规、规范性文件规定和招股说明书及本人出具的承诺函载明的各项锁定期限要求，在锁定期内不减持本人持有的发行人股份。在股份锁定期满后，在不违反已出具相关承诺函的前提下，本人可以减持公司股份。

②减持数量及方式：本人在锁定期满后两年内，通过集中竞价交易方式减持的，在任意连续 90 个自然日内，减持股份的总数不超过公司股份总数的 1%；本人通过大宗交易方式减持的，在任意连续 90 个自然日内，减持股份的总数不超过公司股份总数的 2%；计算上述股份数量时，本人及一致行动人（如有）持有的股份应当合并计算。本人通过协议转让方式减持的，单个股份受让方的受让比例不得低于公司股份总数的 5%。本人承诺在减持公司股票前，将在减持前 3 个交易日予以公告；通过深交所集中竞价交易首次减持的，将在减持前 15 个交易日予以公告。

本人在锁定期满两年后若拟进行股份减持，将按照相关法律、法规的规定，在减持前公告减持股份数量及方式。

③减持价格：所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，发行价将进行除权、除息调整）；锁定期满两年后减持的，减持价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律、法规规定及中国证券监督管理委员会、深交所相关规则的要求。

④减持期限：减持股份行为的期限为依据相关法律、法规的规定作出的减持计划公告后六个月；减持期限届满后，若拟继续减持股份，则需按照上述安排再次履行减持公告。

⑤如相关法律、法规、规范性文件对上述减持数量和方式、减持价格、减持期限有新的规则，本人将严格依照新的规则执行。

若本人未履行上述承诺，减持公司股份所得收益归公司所有。”

2、网聚投资、洪雅聚才、湖南肆壹伍、中金启辰承诺

“发行人本次发行及上市后，本单位在锁定期满后拟减持公司股票的，将认真遵守中国证券监督管理委员会、深交所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。本单位自锁定期满之日起两年内减持股份的具体安排如下：

①减持条件：本单位将严格遵守法律、法规、规范性文件规定和《招股说明书》及本单位出具的承诺函载明的各项股份锁定期限要求，在锁定期内不减持本单位持有的发行人股份。在股份锁定期满后，在不违反已出具相关承诺函的前提下，本单位可以减持公司股份。

②减持数量及方式：本单位拟通过集中竞价交易方式减持的，在任意连续 90 个自然日内，减持股份的总数不超过公司股份总数的 1%；本单位拟通过大宗交易方式减持的，在任意连续 90 个自然日内，减持股份的总数不超过公司股份总数的 2%；计算上述股份数量时，本单位及一致行动人（如有）持有的股份应当合并计算。本单位拟通过协议转让方式减持的，单个股权受让方的受让比例不得低于公司股份总数的 5%；本单位承诺在减持公司股票前，将在减持前 3 个交易日予以公告；通过深交所集中竞价交易首次减持的，将在减持前 15 个交易日予以公告。

本单位在锁定期满两年后若拟进行股份减持，将按照相关法律、法规的规定，在减持前公告减持股份的数量及方式。

③减持价格：本单位所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（若公司股票有派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项的，发行价将进行除权、除息调整）；锁定期满两年后减持的，转让价格应符合有关法律、法规规定。

④减持期限：减持股份行为的期限为依据相关法律、法规的规定作出的减持计划公告后六个月，减持期限届满后，若拟继续减持股份，则需按照上述安排再次履行减持公告。

⑤如相关法律、法规及证券交易所对上述减持数量和方式、减持价格、减持期限有新的规则，本单位将按新的规则执行。

若本单位未履行上述承诺，减持公司股份所得收益归公司所有。”

（三）稳定股价的措施和承诺

为强化股东、管理层诚信义务，保护中小股东权益，发行人按照《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》的相关要求，制定了《么麻子食品股份有限公司上市后三年内稳定公司股价的预案》，并经 2021 年 3 月 26 日召开的 2021 年第二次临时股东大会审议通过，该预案的具体内容如下：

1、本预案的有效期

本预案自公司首次公开发行股票并上市之日起三年内有效。

2、启动股价稳定措施的具体条件和程序

1、启动条件及程序：当公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于公司上一年度末经审计的每股净资产时，应当在 10 日内召开董事会、25 日内召开股东大会，审议稳定股价具体方案，明确该等具体方案的实施期间，并在股东大会审议通过该等方案后的 10 个交易日内启动稳定股价具体方案的实施。

2、停止条件：在稳定股价具体方案的实施期间内，如公司股票连续 20 个交易日收盘价高于公司上一年度末经审计的每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。稳定股价具体方案实施期满后，如再次发生上述第 1 项的启动条件，则再次启动稳定股价措施。

3、具体措施和方案

公司、公司控股股东、董事（独立董事除外，下同）和高级管理人员为承担稳定公司股价的义务主体。在不影响公司上市条件的前提下，可采取如下具体措施及方案：

（1）公司稳定股价的具体措施

当公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于公司上一年度末经审计的每股净资产时，公司应当在 10 日内召开董事会、25 日内召开股东大会，审议包括但不限于下述措施的稳定股价具体方案：

① 当触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司应依照法律、法规、规范性文件、公司章程及公司内部治理制度的规定，制定股份回购方案，向社会公众股东回购公司部分股票，并保证股价稳定措施实施后，公司的股权分布仍符合上市条件。

② 公司以集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式回购公司社会公众股份，回购价格为市场价格。公司用于回购股份的资金金额不高于回购股

份事项发生时上一个会计年度经审计归属于母公司股东净利润的 30%。如果公司股份已经不能满足启动稳定公司股价措施条件的，公司可不再实施向社会公众股东回购股份。

③ 要求控股股东及时任公司董事、高级管理人员的人员以增持公司股票的方式稳定公司股价，并明确增持的金额和期间。

④ 在保证公司经营资金需求的前提下，经董事会、股东大会审议同意，通过实施利润分配或资本公积金转增股本的方式稳定公司股价。

⑤ 通过削减开支、限制高级管理人员薪酬、暂停股权激励计划等方式提升公司业绩、稳定公司股价。

⑥ 法律、行政法规、规范性文件规定以及中国证监会认可的其他方式。

（2）控股股东稳定股价的具体措施

控股股东应在不迟于股东大会审议通过稳定股价具体方案后的 10 个交易日内，根据股东大会审议通过的稳定股价具体方案，积极采取下述措施以稳定公司股价，并保证股价稳定措施实施后，公司的股权分布仍符合上市条件：

① 在符合股票交易相关规定的前提下，按照公司关于稳定股价具体方案中确定的增持金额和期间，通过交易所集中竞价交易方式增持公司股票，增持价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产；购买所增持股票的总金额，不高于控股股东自公司上市后累计从公司所获得现金分红金额的 30%。公司控股股东增持公司股份方案公告后，如果公司股价已经不能满足启动稳定公司股价措施条件的，控股股东可以终止增持股份。

② 除因被强制执行或上市公司重组等情形必须转股或触发前述股价稳定措施的停止条件外，在股东大会审议稳定股价具体方案及方案实施期间，不转让其持有的公司股份；除经股东大会非关联股东同意外，不由公司回购其持有的股份。

③ 法律、行政法规、规范性文件规定以及中国证监会认可的其他方式。

触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司的控股股东不因在股东大会审议稳定股价具体方案及方案实施期间内不再作为控股股东而拒绝实施上述稳定股价的措施。

（3）公司董事、高级管理人员稳定股价的具体措施

公司董事、高级管理人员应在不迟于股东大会审议通过稳定股价具体方案后的 10 个交易日内，根据股东大会审议通过的稳定股价具体方案，积极采取下述措施以稳定公

司股价，并保证股价稳定措施实施后，公司的股权分布仍符合上市条件：

① 在符合股票交易相关规定的前提下，按照公司关于稳定股价具体方案中确定的增持金额和期间，通过交易所集中竞价交易方式增持公司股票，增持价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产；购买所增持股票的总金额，不高于其上年度初至董事会审议通过稳定股价具体方案日期间从公司获取的税后薪酬的 30%。公司董事、高级管理人员增持公司股份方案公告后，如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，上述人员可以终止增持股份。

② 除因继承、被强制执行或上市公司重组等情形必须转股或触发前述股价稳定措施的停止条件外，在股东大会审议稳定股价具体方案及方案实施期间，不转让其持有的公司股份；除经股东大会非关联股东同意外，不由公司回购其持有的股份。

③ 法律、行政法规、规范性文件规定以及中国证监会认可的其他方式。

触发前述股价稳定措施的启动条件时公司的董事、高级管理人员，不因在股东大会审议稳定股价具体方案及方案实施期间内职务变更、离职等情形而拒绝实施上述稳定股价的措施。

4、本预案的执行

(1) 公司、公司控股股东、公司董事及高级管理人员在履行上述回购或增持义务时，应按照公司章程、上市公司回购股份、上市公司控股股东增持股份、上市公司董事及高级管理人员增持股份等相关监管规则履行相应的信息披露义务。

(2) 本预案适用于公司未来选举或聘任的董事、高级管理人员。公司选举或聘任董事、高级管理人员时，应要求其就此做出书面承诺，并要求其按照公司首次公开发行股票并上市时董事、高级管理人员的承诺提出未履行承诺的约束措施。

5、本预案的约束措施

公司及其控股股东、董事、高级管理人员承诺就上述稳定股价措施接受以下约束：

(1) 公司及其控股股东、董事、高级管理人员如未履行上述承诺事项，公司及其控股股东、董事、高级管理人员将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

(2) 公司及其控股股东、董事、高级管理人员如未履行上述承诺事项，公司及其

控股股东、董事、高级管理人员将向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

（3）公司及其控股股东、董事、高级管理人员如未履行上述承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司及其控股股东、董事、高级管理人员将依法赔偿投资者损失。

（4）如公司控股股东未履行增持公司股份的义务，公司有权将控股股东应履行其增持义务相等金额的应付现金分红予以扣留，直至控股股东为履行其增持义务。公司可将与控股股东履行其增持义务相等金额的应付现金分红予以扣减用于公司回购股份，控股股东丧失对相应金额现金分红的追索权。

（5）如公司董事、高级管理人员未履行增持公司股份的义务，公司有权将应付董事、高级管理人员的薪酬及现金分红予以扣留，直至董事、高级管理人员履行其增持义务。公司可将应付董事、高级管理人员的薪酬予以扣减用于公司回购股份，董事、高级管理人员丧失对相应金额的追索权。

6、关于稳定公司股价的承诺

（1）发行人在其出具的《关于稳定公司股价的承诺函》中承诺：

“①本公司认可公司股东大会审议通过的《么麻子食品股份有限公司上市后三年内稳定公司股价的预案》；

②本公司将无条件遵守《么麻子食品股份有限公司上市后三年内稳定公司股价的预案》的相关规定，履行相关各项义务。”

（2）控股股东、实际控制人在其出具的《关于稳定公司股价的承诺函》中承诺：

“①本人认可发行人股东大会审议通过的《么麻子食品股份有限公司上市后三年内稳定公司股价的预案》；

②在发行人就回购股份事宜召开的股东大会上，本人将对回购股份的相关决议投赞成票；

③本人将无条件遵守《么麻子食品股份有限公司上市后三年内稳定公司股价的预案》的相关规定，履行相关各项义务。”

（3）公司董事（独立董事除外）和高级管理人员在其出具的《关于稳定公司股价

的承诺函》中承诺：

“①本人认可发行人股东大会审议通过的《么麻子食品股份有限公司上市后三年内稳定公司股价的预案》；

②若发行人触发需采取稳定股价的情形，本人承诺将督促发行人履行稳定股价事宜的决策程序，并在发行人召开董事会对稳定股价做出决议时，本人承诺就该等稳定股价事宜在董事会中投赞成票；

③本人将无条件遵守《么麻子食品股份有限公司上市后三年内稳定公司股价的预案》的相关规定，履行相关各项义务。”

（四）关于因欺诈发行、虚假陈述或其他重大违法行为回购新股、赔偿损失承诺及相应约束措施

1、发行人承诺

“①如招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在买卖本公司股票的证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者的损失。具体措施为：本公司将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照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或设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失，赔偿范围包括股票投资损失及佣金和印花税等损失。

②若中国证监会或其他有权部门认定招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且该情形对判断本公司是否符合法律、法规、规范性文件规定的首次公开发行股票并上市的发行条件构成重大、实质影响的，则本公司承诺将按如下方式依法回购本公司首次公开发行的全部新股，具体措施为：

（a）在法律允许的情形下，若上述情形发生于本公司首次公开发行的新股已完成发行但未上市交易之阶段内，自中国证监会或其他有权机关认定本公司存在上述情形之日起 30 个工作日内，本公司将按照发行价并加算银行同期存款利息向网上中签投资者及网下配售投资者回购本公司首次公开发行的全部新股；

（b）在法律允许的情形下，若上述情形发生于本公司首次公开发行的新股已完成

上市交易之后，自中国证监会或其他有权机关认定本公司存在上述情形之日起5个工作日内制订股份回购方案并提交股东大会审议批准，通过深圳证券交易所交易系统回购本公司首次公开发行的全部新股，回购价格将以发行价为基础并参考相关市场因素确定。本公司上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价格做相应调整。

若违反本承诺，不及时进行回购或赔偿投资者损失的，本公司将在股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未履行承诺的具体原因，并向股东和社会投资者道歉；股东及社会公众投资者有权通过法律途径要求本公司履行承诺；同时因不履行承诺造成股东及社会公众投资者损失的，本公司将依法进行赔偿。”

2、控股股东赵跃军、实际控制人赵跃军、龚万芬、赵麒、赵麟承诺

“发行人招股说明书所载内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，本人对招股说明书所载内容之真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

若中国证监会或其他有权部门认定招股说明书所载内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则本人承诺将极力促使发行人依法回购其首次公开发行的全部新股。

若有权机关认定招股说明书及其摘要有虚假记载、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，本人将在有权机关最终认定后，依照相关法律法规的规定赔偿投资者能举证证实的因此遭受的直接损失。具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等细节内容以上述情形实际发生时最终确定的赔偿方案为准。

如未履行上述承诺，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定媒体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，并在前述认定发生之日起停止领取现金分红，同时持有的发行人股份不得转让，直至依据上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。”

3、全体董事、监事、高级管理人员承诺

“发行人招股说明书所载内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且对招股说明书所载内容之真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

若中国证监会或其他有权部门认定招股说明书所载内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，将促使发行人依法回购其首次公开发行的全部新股。

若有权机关认定招股说明书及其摘要有虚假记载、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，本人将在有权机关最终认定后，依照相关法律法规的规定赔偿投资者能举证证实的因此遭受的直接损失。具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等细节内容以上述情形实际发生时最终确定的赔偿方案为准。

如未履行上述承诺，公司董事、监事、高级管理人员将在发行人股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明其未履行的具体原因，并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在前述认定发生之日起停止领取薪资或津贴及所分配之红利或派发之红股（如有），同时直接或间接持有的发行人股份将不得转让，直至依据上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。”

4、本次发行相关中介机构承诺

保荐人中金公司承诺：“如因本公司未能依照适用的法律法规、规范性文件及行业准则的要求勤勉尽责地履行法定职责而导致本公司为么麻子食品股份有限公司首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成实际损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。”

发行人会计师天职承诺：“如因本所未能依照适用的法律法规、规范性文件及行业准则的要求勤勉尽责地履行法定职责而导致本所为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成实际损失的，本所将依法赔偿投资者损失。”

发行人验资机构天职承诺：“如因本机构未能依照适用的法律法规、规范性文件及行业准则的要求勤勉尽责地履行法定职责而导致本机构为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成实际损失的，本机构将依法赔偿投资者损失。”

发行人律师君合承诺：“如因本所未能依照适用的法律法规、规范性文件及行业准则的要求勤勉尽责地履行法定职责而导致本所为发行人首次公开发行股票并上市制作、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，本所将依法

赔偿投资者损失。”

发行人评估机构沃克森承诺：“如因本机构未能依照适用的法律法规、规范性文件及行业准则的要求勤勉尽责地履行法定职责而导致本机构为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成实际损失的，本机构将依法赔偿投资者损失。”

（五）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺

发行人已出具《关于不存在欺诈发行上市行为的承诺函》，承诺：

“保证本公司本次发行及上市不存在任何欺诈发行的情形。如本公司在证券发行文件中通过隐瞒重要事实或者编造重大虚假内容等任何欺诈手段骗取发行上市的，本公司将在中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等有权部门确认后五个工作日内启动股份回购程序，回购本公司本次公开发行的全部新股。

本公司因欺诈发行上市致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。”

（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、填补被摊薄即期回报的措施

本次公开发行股票并上市后，伴随募集资金的到位，公司的总股本和净资产将有较大幅度的增加，但本次募集资金项目的建设及产生效益还需要一定时间，公司的净利润可能难以实现同步增长，公司每股收益和加权平均净资产收益率等股东即期回报可能被摊薄。为充分保护中小投资者的利益，降低本次发行对公司即期回报的摊薄影响，公司将通过强化募集资金管理、加快募投项目投资进度、提高公司盈利能力和水平、强化投资者回报机制等措施来提升公司整体实力，增厚未来收益，实现可持续发展，以填补回报。具体措施如下：

（1）强化募集资金管理

公司已制定募集资金管理办法，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中，公司将定期检查募集资金的使用情况，从而加强对募投项目的监管，保证募集资金得到合理、规范、有效的使用。

（2）加快募投项目投资进度

本次发行募集资金到位后，公司将调配内部各项资源，加快推进募投项目实施，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日达产并实现预期效益，以增强公司盈利水平。本次募集资金到位前，为尽快实现募投项目盈利，公司拟通过多种渠道积极筹措资金，积极调配资源，开展募投项目的前期准备工作，增强股东回报，降低因本次发行导致的即期回报被摊薄的风险。

（3）提高本公司盈利能力和水平

公司将不断提升服务水平、扩大品牌影响力，提高本公司整体盈利水平。公司将积极推行成本管理，严控成本费用，提升公司利润水平。此外，公司将加大人才引进力度，通过完善员工薪酬考核和激励机制，增强对高素质人才的吸引力，为本公司持续发展提供保障。

（4）强化投资者回报体制

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司已根据中国证监会的相关规定及监管要求，制订上市后适用的公司章程（草案），就利润分配政策事宜进行详细规定和公开承诺，并制定了公司股东未来分红回报规划，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，保障公司的未来回报能力。

公司承诺将积极履行填补被摊薄即期回报的措施，如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及理由，除因不可抗力或其他非归属于公司的原因外，将向公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

2、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员对填补回报措施作出的承诺

公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员已根据《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》的要求，就确保公司填补回报措施的切实履行作出了承诺，维护公司和全体股东的合法权益。

公司的控股股东、实际控制人承诺如下：

“（1）不越权干预发行人的经营管理活动，不侵占发行人利益；

（2）若本人违反前述承诺或拒不履行前述承诺的，本人将在股东大会及中国证券

监督管理委员会指定报刊公开作出解释并道歉，并接受中国证券监督管理委员会和证券交易所对本人作出相关处罚或采取相关管理措施；对发行人或其他股东造成损失的，本人将依法给予补偿；

（3）若上述承诺适用的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

公司董事、高级管理人员承诺如下：

“（1）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发行人利益；

（2）对自身的职务消费行为进行约束；

（3）不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

（4）由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；

（5）拟公布的股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（6）积极采取一切必要、合理措施，使公司填补回报措施能够得到切实有效的实施；

（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任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反前述承诺或拒不履行前述承诺的，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，并接受中国证监会和证券交易所对本人作出的相关处罚或采取相关管理措施；对发行人或股东造成损失的，本人将给予充分、及时而有效的补偿。”

（七）利润分配政策的承诺

发行人已就发行上市后的利润分配政策出具《关于公司利润分配政策的承诺函》，承诺内容可参见本招股说明书“第九节 投资者保护”之“四、本次发行上市后的股利分配政策和未来三年分红规划”之“（三）公司未来三年股东回报规划”。

（八）依法承担赔偿责任的承诺

1、发行人承诺

发行人在其出具的《关于未履行承诺时的约束措施的承诺函》中承诺：

“本公司保证将严格履行在本公司上市的招股说明书披露的公开承诺事项，同时提出未能履行承诺时的约束措施如下：

（1）本公司将在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉。

（2）如本公司违反或未能履行在本公司的招股说明书中披露的公开承诺，则本公司将按照有关法律、法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。

（3）若因本公司违反或未能履行相关承诺事项致使投资者在证券发行和交易中遭受损失，本公司将依法向投资者赔偿相关损失；投资者损失根据发行人与投资者协商确定的金额，或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定。本公司将自愿按相应的赔偿金额申请冻结自有资金，从而为本公司根据法律法规的规定及监管部门的要求赔偿投资者的损失提供保障。”

2、公司控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人在其出具的《关于未履行承诺时的约束措施的承诺函》中承诺：

“本人保证将严格履行在公司上市的招股说明书披露的公开承诺事项，同时提出未能履行承诺时的约束措施如下：

（1）本人将在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉。

（2）如本人违反或未能履行在公司的招股说明书中披露的公开承诺，则本人将按照有关法律、法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。

（3）若因本人违反或未能履行相关承诺事项致使投资者在证券发行和交易中遭受损失，本人将依法向投资者赔偿相关损失；投资者损失根据发行人与投资者协商确定的金额，或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定。本人将自愿按相应的赔偿金额申请冻结本人持有的相应市值的发行人股票，从而为本人根据法律法规的

规定及监管部门的要求赔偿投资者的损失提供保障。如果本人未承担前述赔偿责任，则本人持有的发行人上市前股份在本人履行完毕前述赔偿责任之前不得转让，同时发行人有权扣减本人所获分配的现金红利用于承担前述赔偿责任。”

3、公司董事、监事、高级管理人员承诺

公司董事、监事、高级管理人员在其出具的《关于未履行承诺时的约束措施的承诺函》中承诺：

“如公司董事、监事、高级管理人员违反或未能履行在公司上市前个人作出的承诺以及在发行人招股说明书中披露的其他公开承诺事项，则公司董事、监事、高级管理人员将依法承担相应的法律责任；并且在证券监管部门或有关政府机构认定前述承诺被违反或未得到实际履行之日起 30 日内，或司法机关认定因前述承诺被违反或未得到实际履行而致使投资者在证券发行和交易中遭受损失之日起 30 日内，公司相应的董事、监事、高级管理人员自愿将各自在公司上市当年全年从公司所领取的全部薪酬和/或津贴对投资者先行进行赔偿。”

（九）控股股东、实际控制人避免新增同业竞争的承诺

为避免同业竞争，发行人控股股东赵跃军、实际控制人赵跃军、龚万芬、赵麒、赵麟出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺：

“1、本人及本人控制的除发行人（包括发行人控股子公司或下属企业，下同）以外的下属企业及单位（如有，下同），目前没有以任何形式从事与发行人所经营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

2、若发行人上市，本人将采取有效措施，并促使受本人控制的任何企业及单位采取有效措施，不会：

（1）以任何形式直接或间接从事任何与发行人所经营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动，或于该等业务中持有权益或利益；

（2）以任何形式支持发行人以外的他人从事与发行人目前或今后所经营业务构成竞争或者可能构成竞争的业务或活动。

3、在发行人上市后，凡本人及本人控制的下属企业及单位有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与发行人所经营业务构成竞争关系的业务或活动，发行人对该等

商业机会拥有优先权利。

4、本人作为发行人之控股股东/实际控制人，不会利用该等身份从事或通过本人控制的下属企业及单位，从事损害或可能损害发行人的利益的业务或活动。

本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给发行人造成的一切损失、损害和开支，因违反上述承诺所取得的收益归发行人所有。”

（十）拟采取的减少关联交易的措施

公司已形成独立完整的研发、采购、服务、销售系统，在采购和销售方面均不存在依赖关联方的情形。未来，对于不可避免的关联交易，公司将严格执行《公司章程》等公司治理文件规定的关联交易决策程序、回避制度和信息披露制度，同时进一步完善独立董事制度，加强独立董事对关联交易的监督，保证关联交易的公平、公正、公允，避免关联交易损害公司和股东利益。

1、发行人控股股东赵跃军、实际控制人赵跃军、龚万芬、赵麒、赵麟就规范和减少与公司关联交易事宜承诺如下：

“在作为公司控股股东/实际控制人期间，本人将促使本人及本人控制、担任董事、高级管理人员的企业及单位尽量避免与发行人发生关联交易，如与发行人发生不可避免的关联交易，本人将促使本人及本人控制、担任董事、高级管理人员的企业及单位按照公允合理和正常商业交易的条件进行，并严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规、《么麻子食品股份有限公司章程》（以下简称“《公司章程》”）和《么麻子食品股份有限公司关联交易管理办法》（以下简称“《关联交易管理办法》”）的规定履行有关程序、规范关联交易行为，并按有关规定及时履行信息披露义务和办理有关报批程序，保证不通过关联交易损害公司及投资者的合法权益。涉及需要回避表决的，本人将严格执行《公司章程》以及《关联交易管理办法》关于回避表决的相关规定，不干涉其他董事和/或股东对关联交易的审议。

如违反上述承诺，本人愿承担由此产生的一切法律责任。”

2、持股 5%以上股份的股东网聚投资、洪雅聚才、湖南肆壹伍、中金启辰就规范和减少与发行人关联交易事宜承诺如下：

“本单位将促使本单位及本单位控制的企业及单位尽量避免与发行人发生关联交

易，如与发行人发生不可避免的关联交易，本单位将促使本单位及本单位控制的企业及单位按照公允合理和正常商业交易的条件进行，并严格按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等法律法规，《么麻子食品股份有限公司章程》（以下简称“《公司章程》”）和《么麻子食品股份有限公司关联交易管理办法》（以下简称“《关联交易管理办法》”）的相关规定履行有关程序、规范关联交易行为，并按有关规定及时履行信息披露义务和办理有关报批程序，保证不通过关联交易损害发行人及其股东的合法权益。涉及需要回避表决的，本单位将严格执行《公司章程》以及《关联交易管理办法》关于回避表决的相关规定，不干涉其他董事和/或股东对关联交易的审议。

如违反上述承诺，本单位愿依法承担由此产生的一切法律责任。”

3、发行人全体董事、监事、高级管理人员就规范和减少与发行人关联交易事宜承诺如下：

“在本人作为发行人董事/监事/高级管理人员期间，本人将促使本人及本人控制、担任董事、高级管理人员的企业及单位尽量避免与发行人发生关联交易，如与发行人发生不可避免的关联交易，本人将促使本人及本人控制、担任董事、高级管理人员的企业及单位按照公允合理和正常商业交易的条件进行，并严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规、《么麻子食品股份有限公司章程》（以下简称“《公司章程》”）和《么麻子食品股份有限公司关联交易管理办法》（以下简称“《关联交易管理办法》”）的规定履行有关程序、规范关联交易行为，并按有关规定及时履行信息披露义务和办理有关报批程序，保证不通过关联交易损害公司及投资者的合法权益。涉及需要回避表决的，本人将严格执行《公司章程》以及《关联交易管理办法》关于回避表决的相关规定，不干涉其他董事和/或股东对关联交易的审议。

如违反上述承诺，本人愿承担由此产生的一切法律责任。”

四、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明

自股份公司成立以来，依据《公司法》、《证券法》等相关法律、法规和规范性文件的要求，公司制定了《公司章程》，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的公司治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明

确、运作规范的相关协调和相互制衡机制,为公司高效、稳健经营提供了组织保证。公司股东大会、董事会、监事会及高级管理人员均根据《公司法》、《公司章程》行使职权和履行义务。

公司根据相关法律、法规及《公司章程》制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理办法》、《独立董事议事规则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》等相关制度,为公司法人治理的规范化提供了制度保证。公司董事会下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会四个专门委员会,分别负责公司的审计、董事和高级管理人员的提名和甄选、董事和高级管理人员的管理和考核、公司发展战略等工作。公司已经建立起符合上市公司要求的法人治理结构。

根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的要求,公司已建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、包括审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会在内的董事会专门委员会制度。上述三会(包含董事会专门委员会)会议通知、召开方式、出席情况、提案审议、表决程序符合相关规定。

(一) 公司股东大会

1、公司股东的权利和义务

公司股东按其所持有股份的种类享有权利,承担义务;持有同一种类股份的股东,享有同等权利,承担同种义务。

根据《公司章程》的规定,公司股东享有下列权利:

“第二十九条 公司股东享有下列权利:

- (一) 依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配;
- (二) 依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会,并行使相应的表决权;
- (三) 对公司的经营进行监督,提出建议或者质询;
- (四) 依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份;
- (五) 查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决

议、监事会会议决议、财务会计报告；

(六) 公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；

(七) 对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；

(八) 法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

第三十条 股东提出查阅前条所述有关信息或者索取资料的，应当向公司提供证明其持有公司股份的种类以及持股数量的书面文件，公司经核实股东身份后按照股东的要求予以提供。

第三十一条 公司股东大会、董事会决议内容违反法律、行政法规的，股东有权请求人民法院认定无效。

股东大会、董事会的会议召集程序、表决方式违反法律、行政法规或者本章程，或者决议内容违反本章程的，股东有权自决议作出之日起 60 日内，请求人民法院予以撤销。

第三十二条 董事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，连续 180 日以上单独或合并持有公司 1%以上股份的股东有权书面请求监事会向人民法院提起诉讼；监事会执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，股东可以书面请求董事会向人民法院提起诉讼。

监事会、董事会收到前款规定的股东书面请求后拒绝提起诉讼，或者自收到请求之日起 30 日内未提起诉讼，或者情况紧急、不立即提起诉讼将会使公司利益受到难以弥补的损害的，前款规定的股东有权为了公司的利益以自己的名义直接向人民法院提起诉讼。

他人侵犯公司合法权益，给公司造成损失的，本条第一款规定的股东可以依照前两款的规定向人民法院提起诉讼。

第三十三条 董事、高级管理人员违反法律、行政法规或者本章程的规定，损害股东利益的，股东可以向人民法院提起诉讼。”

2、股东大会职权

根据《公司章程》第三十七条规定，公司股东大会由全体股东组成，是公司的权力机构，依法行使下列职权：

- “（一）决定公司的经营方针和投资计划；
- （二）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；
- （三）审议批准董事会的报告；
- （四）审议批准监事会报告；
- （五）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （六）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （七）对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- （八）对发行公司债券作出决议；
- （九）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- （十）修改本章程；
- （十一）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- （十二）审议批准本章程第三十八条规定的担保事项；
- （十三）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产30%的事项；
- （十四）审议批准本章程第三十九条规定的交易事项；
- （十五）审议批准本章程第四十条规定的财务资助事项；
- （十六）审议公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）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；审议批准变更募集资金用途事项；
- （十七）审议股权激励计划；
- （十八）审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。”

3、股东大会的运行情况

公司恪守法定程序，规范运作，股东大会对订立和修改《公司章程》，选举董事会、

监事会成员，建立《股东大会议事规则》、《独立董事议事规则》等制度，对增资扩股、发行授权以及利润分配预案等事项做出有效决议。每次股东大会的召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。股份公司成立以来，公司共召开 12 次股东大会，历次股东大会召开情况如下：

序号	会议时间	会议名称	出席情况
1	2019年12月21日	创立大会暨第一次临时股东大会	股东及股东授权代表7人，代表总股份数的100%
2	2020年6月2日	2019年度股东大会	股东及股东授权代表7人，代表总股份数的100%
3	2020年7月16日	2020年第一次临时股东大会	股东及股东授权代表7人，代表总股份数的100%
4	2020年11月5日	2020年第二次临时股东大会	股东及股东授权代表7人，代表总股份数的100%
5	2021年1月12日	2021年第一次临时股东大会	股东及股东授权代表8人，代表总股份数的100%
6	2021年3月26日	2021年第二次临时股东大会	股东及股东授权代表8人，代表总股份数的100%
7	2021年5月26日	2020年度股东大会	股东及股东授权代表8人，代表总股份数的100%
8	2021年7月30日	2021年第三次临时股东大会	股东及股东授权代表8人，代表总股份数的100%
9	2021年10月15日	2021年第四次临时股东大会	股东及股东授权代表8人，代表总股份数的100%
10	2022年2月28日	2022年第一次临时股东大会	股东及股东授权代表8人，代表总股份数的100%
11	2022年6月14日	2021年度股东大会	股东及股东授权代表8人，代表总股份数的100%
12	2023年2月24日	2023年第一次临时股东大会	股东及股东授权代表8人，代表总股份数的100%

（二）公司董事会

公司董事会由 9 名董事组成，其中包括 3 名独立董事。董事会设董事长 1 人。

1、董事会的职权

根据《公司章程》第一百一十四条规定，董事会行使下列职权：

“（一）召集股东大会，并向股东大会报告工作；

（二）执行股东大会的决议；

（三）决定公司的经营计划和投资方案；

- （四）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
 - （五）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
 - （六）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；
 - （七）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
 - （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；
 - （九）决定公司内部管理机构的设置；
 - （十）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务总监等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；
 - （十一）制订公司的基本管理制度；
 - （十二）制订本章程的修改方案；
 - （十三）管理公司信息披露事项；
 - （十四）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
 - （十五）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；
 - （十六）法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。
- 超过股东大会授权范围的事项，应当提交股东大会审议。”

2、董事会运行情况

公司已制定了《董事会议事规则》，董事会运行规范。公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利和履行自己的义务。历次董事会会议召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定，与会董事不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。股份公司成立以来，公司共召开 21 次董事会，历次董事会召开情况如下：

序号	会议时间	会议名称	出席情况
1	2019年12月21日	第一届董事会第一次会议	全体5名董事出席
2	2020年2月26日	第一届董事会第二次会议	全体5名董事出席

序号	会议时间	会议名称	出席情况
3	2020年5月12日	第一届董事会第三次会议	全体5名董事出席
4	2020年6月25日	第一届董事会第四次会议	全体5名董事出席
5	2020年7月1日	第一届董事会第五次会议	全体5名董事出席
6	2020年7月16日	第一届董事会第六次会议	全体9名董事出席
7	2020年10月21日	第一届董事会第七次会议	全体9名董事出席
8	2021年12月28日	第一届董事会第八次会议	全体9名董事出席
9	2021年3月11日	第一届董事会第九次会议	全体9名董事出席
10	2021年5月6日	第一届董事会第十次会议	全体9名董事出席
11	2021年7月13日	第一届董事会第十一次会议	全体9名董事出席
12	2021年9月30日	第一届董事会第十二次会议	全体9名董事出席
13	2021年11月18日	第一届董事会第十三次会议	全体9名董事出席
14	2022年2月11日	第一届董事会第十四次会议	全体9名董事出席
15	2022年3月22日	第一届董事会第十五次会议	全体9名董事出席
16	2022年5月24日	第一届董事会第十六次会议	全体9名董事出席
17	2022年9月23日	第一届董事会第十七次会议	全体9名董事出席
18	2022年11月1日	第一届董事会第十八次会议	全体9名董事出席
19	2023年2月8日	第一届董事会第十九次会议	全体9名董事出席
20	2023年2月23日	第一届董事会第二十次会议	全体9名董事出席
21	2023年2月24日	第二届董事会第一次会议	全体9名董事出席

（三）公司监事会

公司监事会由 3 名监事组成，包括 2 名股东代表监事和 1 名职工代表监事。

1、监事会的职权

根据《公司章程》第一百五十六条规定，监事会行使下列职权：

“（一）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；

（二）检查公司财务；

（三）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；

（四）当董事、高级管理人员、股东、实际控制人的行为损害公司的利益时，要求

董事、高级管理人员、股东、实际控制人予以纠正；

（五）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》及本章程规定的召集和主持股东大会会议职责时负责召集和主持股东大会会议；

（六）向股东大会会议提出提案；

（七）依照《公司法》和本章程的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

（八）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

（九）法律、行政法规和本章程规定或股东大会授予的其他职权。”

2、监事会的运行情况

公司已制定了《监事会议事规则》，监事会运行规范。公司监事严格按照《公司章程》和监事会议事规则的规定行使自己的权利和履行自己的义务。历次监事会会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定，与会监事不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。股份公司成立以来，公司共召开了 10 次监事会，历次监事会召开情况如下：

序号	会议时间	会议名称	出席情况
1	2019年12月21日	第一届监事会第一次会议	全体3名监事出席
2	2020年5月12日	第一届监事会第二次会议	全体3名监事出席
3	2020年10月21日	第一届监事会第三次会议	全体3名监事出席
4	2021年3月11日	第一届监事会第四次会议	全体3名监事出席
5	2021年5月6日	第一届监事会第五次会议	全体3名监事出席
6	2021年9月30日	第一届监事会第六次会议	全体3名监事出席
7	2022年2月11日	第一届监事会第七次会议	全体3名监事出席
8	2022年5月24日	第一届监事会第八次会议	全体3名监事出席
9	2023年2月8日	第一届监事会第九次会议	全体3名监事出席
10	2023年2月24日	第二届监事会第一次会议	全体3名监事出席

(四) 独立董事

1、独立董事的聘任

2020年7月16日,公司2020年第一次临时股东大会审议通过了《独立董事议事规则》,对独立董事占公司董事总数的比例不少于1/3,以及独立董事的任职条件、选聘程序、任期、职权、需发表独立意见的事项等作了详细的规定。独立董事由公司董事会、监事会、单独或者合并持有公司1%以上股份的股东提名,并经股东大会选举决定。独立董事任期与公司其他董事任期相同,任期届满,连选可以连任,但是连任时间不得超过六年。

上述2020年第一次临时股东大会同时审议通过了《关于增选么麻子股份有限公司第一届董事会董事及选举独立董事的议案》,选举刘利剑、曹庸和王汉武为独立董事,其中刘利剑为会计专业人士。因独立董事刘利剑先生申请辞去公司独立董事职务及董事会专门委员会有关职务,公司于2021年7月30日召开2021年第三次临时股东大会并审议通过了《关于选举公司独立董事的议案》,同意聘任会计专业人士刘英女士为公司独立董事,并担任公司第一届董事会审计委员会主任委员职务、薪酬与考核委员会委员职务、战略委员会委员职务,任期自公司股东大会审议通过之日起至第一届董事会任期届满之日止。

2、独立董事的职权

根据《独立董事议事规则》,除法律、法规、《公司章程》及其他有关规定中规定的董事权利、义务外,独立董事还具有以下特别职权:

“第十七条 为了充分发挥独立董事的作用,独立董事除具有《公司法》和其他相关法律、行政法规及公司章程赋予的职权外,公司还应当赋予独立董事行使以下职权:

(一)需要提交股东大会审议的关联交易应当由独立董事认可后,提交董事会讨论,独立董事在做出判断前,可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告,作为判断的依据;

(二)向董事会提议聘用或解聘会计师事务所;

(三)向董事会提请召开临时股东大会;

(四)征集中小股东的意见,提出利润分配提案,并直接提交董事会审议;

(五)提议召开董事会;

（六）独立聘请外部审计机构和咨询机构；

（七）在股东大会召开前公开向股东征集投票权，但不得采取有偿或者变相有偿方式进行征集；

（八）法律、法规、规范性文件和公司章程规定的其他职权。

除本条第（六）项应取得全体独立董事同意外，独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的 1/2 以上同意。如上述提议未被采纳或上述职权不能正常行使，公司应将有关情况予以披露。

第十八条 独立董事应当在公司董事会下设的审计委员会、提名委员会、薪酬和考核委员会中占有 1/2 以上的比例，且在审计委员会、提名委员会、薪酬和考核委员会中，独立董事应担任召集人，审计委员会中至少应有 1 名独立董事是会计专业人士并担任召集人。”

3、公司独立董事发挥作用的情况

公司独立董事依据《公司章程》、《独立董事议事规则》的要求，尽职尽责履行独立董事的职责，准时出席了各次董事会会议，为公司的重大决策提供专业及建设性的意见，认真监督管理层的工作，对公司依照法人治理结构规范运作起了积极的促进作用。

（五）董事会秘书

公司设立董事会秘书并制定了《董事会秘书工作细则》。董事会秘书负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料的管理，办理信息披露事务等事宜。董事会秘书由董事会聘任，对董事会负责。2019 年 12 月 21 日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任了公司第一届董事会的董事会秘书。

根据公司《董事会秘书工作细则》的规定，公司董事会秘书的主要职责是：

“第五条 董事会秘书对公司和董事会负责，履行如下职责：

（一）按照法定程序组织筹备公司董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，准备和提交有关会议文件和资料，制作相关会议记录并签字确认；

（二）负责保管公司股东名册、董事和监事及高级管理人员名册、控股股东及董事、监事和高级管理人员持有本公司股份的资料，股东大会、董事会会议文件和会议记录等

以及其他相关的文件、资料等；负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息出现泄露时，及时书面告知股东；

（三）关注公共媒体报道并主动求证真实情况，接受董事会的问询；

（四）负责协调处理公司与股东之间的相关事务和股东日常接待；

（五）负责公司对外信息披露事务，协调公司信息披露工作；

（六）其他依法应由董事会秘书履行的职责；

（七）董事会授予的其他职权。

第六条 公司应当为董事会秘书履行职责提供便利条件，董事、监事、其他高级管理人员和相关工作人员应当支持、配合董事会秘书的工作。

董事会秘书为履行职责，有权了解公司的财务和经营情况，参加有关会议并查阅有关文件，并要求公司有关部门和人员及时提供相关资料和信息。”

（六）董事会专门委员会的人员构成及运行情况

2020年7月16日，本公司召开第一届董事会第六次会议形成决议，审议通过了《关于设立公司董事会战略委员会的议案》、《关于设立公司董事会审计委员会的议案》、《关于设立公司董事会提名委员会的议案》、《关于设立公司董事会薪酬与考核委员会的议案》、《关于制定<么麻子食品股份有限公司董事会战略委员会工作细则>的议案》、《关于制定<么麻子食品股份有限公司董事会审计委员会工作细则>的议案》、《关于制定<么麻子食品股份有限公司董事会提名委员会工作细则>的议案》、《关于制定<么麻子食品股份有限公司董事会薪酬与考核委员会工作细则>的议案》。据此，公司董事会下设董事会战略委员会、董事会提名委员会、董事会审计委员会和董事会薪酬与考核委员会，合计四个专门委员会。

董事会专门委员会为董事会的专门工作机构，专门委员会对董事会负责，各专门委员会的提案提交董事会审议决定。

1、董事会审计委员会

审计委员会是董事会下设的专门工作机构，主要负责对公司内、外部审计的沟通、监督和核查工作。审计委员会对董事会负责，委员会的提案提交董事会审议决定。审计委员会应配合监事会的监事审计活动。

（1）人员构成

审计委员会成员由 3 名董事组成，其中 2 名委员为独立董事，且至少有 1 名独立董事为专业会计人士。

审计委员会委员由董事长、1/2 以上独立董事或者全体董事的 1/3 以上提名，并由公司董事会选举产生。审计委员会设主任委员（召集人）1 名，由独立董事委员（为会计专业人士）担任，负责召集委员会会议并主持委员会工作。主任委员经审计委员会推选，并报请董事会批准产生。

公司目前的审计委员会由刘英、王汉武、吴惠玲三人组成，其中刘英、王汉武为公司独立董事。刘英为审计委员会主任委员（召集人）。

（2）运行情况

审计委员会召开会议通过报告、决议或提出建议，并以书面形式呈报公司董事会。对需要董事会或股东大会审议批准的，由审计委员会向董事会提出提案，并按相关法律、法规及公司章程规定履行审批程序。截至招股说明书签署之日，公司审计委员会共召开过 10 次会议。

2、董事会提名委员会

提名委员会是董事会下设的专门议事机构，主要负责对拟任公司董事和总经理的人选、条件、标准和程序提出建议。

（1）人员构成

提名委员会由 3 名董事组成，其中 2 名委员为独立董事。

提名委员会委员由董事长、1/2 以上独立董事或者全体董事的 1/3 以上提名，并由公司董事会选举产生。

提名委员会设主任委员（召集人）1 名，由独立董事委员担任，负责召集委员会会议并主持委员会工作；主任委员经提名委员推选，并报请董事会批准产生。

公司目前的提名委员会由王汉武、曹庸、吴惠玲三人组成，其中王汉武、曹庸为公司独立董事。王汉武为提名委员会主任委员（召集人）。

(2) 运行情况

提名委员会召开会议通过报告、决议或提出建议，并以书面形式呈报公司董事会。对需要董事会或股东大会审议批准的，由提名委员会向董事会提出提案，并按相关法律、法规及《公司章程》规定履行审批程序。截至本招股说明书签署之日，公司提名委员会共召开过 3 次会议。

3、董事会薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会是董事会下设的专门工作机构，主要负责制定公司董事、经理及其他高级管理人员的考核标准并进行考核；负责制定、审查公司董事、经理及其他高级管理人员的薪酬政策与方案，对董事会负责。

(1) 人员构成

薪酬与考核委员会由 3 名董事组成，其中 2 名委员为独立董事。

薪酬与考核委员会由董事长、1/2 以上独立董事或者全体董事的 1/3 以上提名，由公司董事会选举产生。

薪酬与考核委员会设主任委员（召集人）1 名，由独立董事委员担任，负责召集委员会会议并主持委员会工作；主任委员经委员会推选，并报请董事会批准产生。

公司目前的薪酬与考核委员会由曹庸、刘英、徐怡 3 人组成，其中曹庸、刘英为公司独立董事。曹庸为薪酬与考核委员会主任委员（召集人）。

(2) 运行情况

薪酬与考核委员会召开会议通过报告、决议或提出建议，并以书面形式呈报公司董事会。对需要董事会或股东大会审议批准的，由薪酬与考核委员会向董事会提出提案，并按相关法律、法规及公司章程规定履行审批程序。截至本招股说明书签署之日，公司薪酬与考核委员会共召开过 3 次会议。

4、董事会战略委员会

战略委员会是公司董事会的下设专门机构，主要负责对公司长期发展规划和重大战略性投资进行研究并提出建议，其向董事会报告工作并对董事会负责。

(1) 人员构成

战略委员会由 3 名董事组成，其中应至少包括 1 名独立董事。

战略委员会委员由董事长、1/2 以上独立董事或者全体董事的 1/3 以上提名，并由公司董事会选举产生。

战略委员会设主任委员（召集人）一名，由公司董事长担任，负责召集委员会会议并主持委员会工作。

公司目前的战略委员会由赵跃军、刘英、吴惠玲三人组成，其中刘英为独立董事。赵跃军为战略委员会主任委员（召集人）。

(2) 运行情况

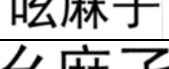
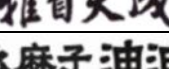
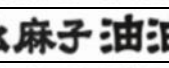
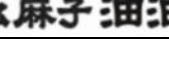
战略委员会召开会议通过报告、决议或提出建议，并以书面形式呈报公司董事会。对需要董事会或股东大会审议批准的，由战略委员会向董事会提出提案，并按相关法律、法规及公司章程规定履行审批程序。截至本招股说明书签署之日，公司战略委员会共召开过 3 次会议。

附表一：商标

一、境内注册商标

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
1.	发行人	么麻子	49918632	43	2021.04.28-2031.04.27	无
2.	发行人	吆麻子	49913869	31	2021.04.28-2031.04.27	无
3.	发行人	么麻子	49909106	31	2021.04.28-2031.04.27	无
4.	发行人	么麻子	49908121	35	2021.04.28-2031.04.27	无
5.	发行人	吆麻子	49900492	35	2021.04.28-2031.04.27	无
6.	发行人	吆麻子	49898996	30	2021.04.21-2031.04.20	无
7.	发行人	夏之锅	46461572	40	2021.01.21-2031.01.20	无
8.	发行人	夏之锅	46446323	29	2021.01.21-2031.01.20	无
9.	发行人	夏之锅	46444910	30	2021.01.14-2031.01.13	无
10.	发行人	夏之锅	46443385	16	2021.01.21-2031.01.20	无
11.	发行人	夏之锅	46439072	35	2021.01.21-2031.01.20	无
12.	发行人	夏之锅	46438986	3	2021.01.14-2031.01.13	无
13.	发行人	么麻子	40682599	29	2021.03.07-2031.03.06	无
14.	发行人	金麻子	7498529	29	2021.04.14-2031.04.13	无
15.	发行人	无风楚韵	8811945	32	2021.11.21-2031.11.20	无
16.	发行人	无风楚韵	8811927	31	2021.11.21-2031.11.20	无
17.	发行人	无风楚韵	8811914	30	2021.11.21-2031.11.20	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
18.	发行人	严道古城	8274190	43	2021.06.28-2031.06.27	无
19.	发行人	严道古城	8274176	31	2021.09.21-2031.09.20	无
20.	发行人	严道古城	8274153	30	2021.05.14-2031.05.13	无
21.	发行人	严道古城	8274121	29	2021.09.07-2031.09.06	无
22.	发行人	么麻子	7692617	30	2021.01.21-2031.01.20	无
23.	发行人	么麻子	7651431	43	2020.12.21-2030.12.20	无
24.	发行人	么妹子	7645035	29	2020.11.28-2030.11.27	无
25.	发行人	金麻子	7498586	35	2020.11.28-2030.11.27	无
26.	发行人	么妹子	7645063	30	2020.11.21-2030.11.20	无
27.	发行人	金麻子	7498597	43	2020.11.21-2030.11.20	无
28.	发行人		7410718	29	2020.11.14-2030.11.13	无
29.	发行人		7498646	32	2020.10.28-2030.10.27	无
30.	发行人	天下第一饼	7410979	30	2020.10.21-2030.10.20	无
31.	发行人	天下第一饼	7410957	29	2020.10.21-2030.10.20	无
32.	发行人	山婆婆	7410948	29	2020.10.21-2030.10.20	无
33.	发行人	么麻子	7383080	30	2020.10.21-2030.10.20	无
34.	发行人	山婆婆	7383068	43	2020.10.21-2030.10.20	无
35.	发行人		7383048	43	2020.10.21-2030.10.20	无
36.	发行人		7383038	31	2020.10.21-2030.10.20	无
37.	发行人		7498657	33	2020.10.07-2030.10.06	无
38.	发行人	么麻子	7205084	31	2020.09.28-2030.09.27	无
39.	发行人	金麻子	7498492	33	2020.09.14-2030.09.13	无
40.	发行人	金麻子	7498481	32	2020.09.14-2030.09.13	无
41.	发行人	金麻子	7498566	30	2020.09.07-2030.09.06	无
42.	发行人		7410995	30	2020.09.07-2030.09.06	无
43.	发行人	山婆婆	7383061	30	2020.08.28-2030.08.27	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
44.	发行人		7205085	5	2020.08.21-2030.08.20	无
45.	发行人		7205090	10	2020.07.28-2030.07.27	无
46.	发行人		7205088	32	2020.07.28-2030.07.27	无
47.	发行人		7205086	32	2020.07.28-2030.07.27	无
48.	发行人		7205091	21	2020.07.21-2030.07.20	无
49.	发行人		7205089	3	2020.07.21-2030.07.20	无
50.	发行人		30662365	29	2020.05.07-2030.05.06	无
51.	发行人		30651757	29	2020.05.07-2030.05.06	无
52.	发行人		40699660	30	2020.04.21-2030.04.20	无
53.	发行人		40692064	40	2020.04.21-2030.04.20	无
54.	发行人		40706991	33	2020.04.14-2030.04.13	无
55.	发行人		40706900	3	2020.04.14-2030.04.13	无
56.	发行人		40705262	30	2020.04.14-2030.04.13	无
57.	发行人		40705097	30	2020.04.14-2030.04.13	无
58.	发行人		40702541	29	2020.04.14-2030.04.13	无
59.	发行人		40694061	21	2020.04.14-2030.04.13	无
60.	发行人		40692075	43	2020.04.14-2030.04.13	无
61.	发行人		40690888	35	2020.04.14-2030.04.13	无
62.	发行人		40684825	32	2020.04.14-2030.04.13	无
63.	发行人		30033665	29	2020.03.28-2030.03.27	无
64.	发行人		6682595	30	2020.03.28-2030.03.27	无
65.	发行人		5905696	30	2020.03.21-2030.03.20	无
66.	发行人		39116670	5	2020.02.14-2030.02.13	无
67.	发行人		39116653	3	2020.02.14-2030.02.13	无
68.	发行人		39101093	2	2020.02.14-2030.02.13	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
69.	发行人	么麻子油油	39099864	30	2020.02.14-2030.02.13	无
70.	发行人	么麻子油油	39097732	43	2020.02.14-2030.02.13	无
71.	发行人	么麻子油油	39097726	40	2020.02.14-2030.02.13	无
72.	发行人	么麻子油油	39097713	35	2020.02.14-2030.02.13	无
73.	发行人	么麻子油油	39090552	29	2020.02.14-2030.02.13	无
74.	发行人	宴嘉州	35954833	43	2019.11.28-2029.11.27	无
75.	发行人	宴嘉州	35943367	35	2019.11.28-2029.11.27	无
76.	发行人	麻哥	5094861	43	2019.11.28-2029.11.27	无
77.	发行人	农民菜	5094858	43	2019.11.28-2029.11.27	无
78.	发行人		5776381	30	2019.10.21-2029.10.20	无
79.	发行人	雅自天成	5776380	30	2019.10.21-2029.10.20	无
80.	发行人	夜洪州	35957363	29	2019.10.07-2029.10.06	无
81.	发行人	夜洪州	35947046	43	2019.10.07-2029.10.06	无
82.	发行人	夜洪州	35938153	35	2019.10.07-2029.10.06	无
83.	发行人	夜洪州	35937637	30	2019.10.07-2029.10.06	无
84.	发行人	夜洪州	35936101	33	2019.10.07-2029.10.06	无
85.	发行人	夜洪州	35936090	32	2019.10.07-2029.10.06	无
86.	发行人	宴洪州	35958944	31	2019.09.14-2029.09.13	无
87.	发行人	宴雅州	35954823	43	2019.09.14-2029.09.13	无
88.	发行人	宴雅州	35953935	35	2019.09.14-2029.09.13	无
89.	发行人	宴洪州	35952355	33	2019.09.14-2029.09.13	无
90.	发行人	宴洪州	35952348	32	2019.09.14-2029.09.13	无
91.	发行人	夜眉州	35951919	35	2019.09.14-2029.09.13	无
92.	发行人	宴洪州	35950470	35	2019.09.14-2029.09.13	无
93.	发行人	宴洪州	35950445	29	2019.09.14-2029.09.13	无
94.	发行人	夜雅州	35947490	35	2019.09.14-2029.09.13	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
95.	发行人	宴洪州	35947128	43	2019.09.14-2029.09.13	无
96.	发行人	夜雅州	35944958	43	2019.09.14-2029.09.13	无
97.	发行人	宴眉州	35944950	43	2019.09.14-2029.09.13	无
98.	发行人	宴洪州	35939991	30	2019.09.14-2029.09.13	无
99.	发行人	宴眉州	35938101	35	2019.09.14-2029.09.13	无
100.	发行人	夜眉州	35935615	43	2019.09.14-2029.09.13	无
101.	发行人	夜嘉州	35935607	43	2019.09.14-2029.09.13	无
102.	发行人	夜嘉州	35957847	35	2019.09.07-2029.09.06	无
103.	发行人	雅自天成	5905695	29	2019.07.21-2029.07.20	无
104.	发行人	麻公	5350513	29	2019.04.21-2029.04.20	无
105.	发行人	么麻子椒椒	32387493	43	2019.04.07-2029.04.06	无
106.	发行人	么麻子椒椒	32387483	35	2019.04.07-2029.04.06	无
107.	发行人	么麻子椒椒	32387215	29	2019.04.07-2029.04.06	无
108.	发行人	么麻子椒椒	32384195	30	2019.04.07-2029.04.06	无
109.	发行人	么麻子藤藤	32381835	29	2019.04.07-2029.04.06	无
110.	发行人	么麻子藤藤	32381531	35	2019.04.07-2029.04.06	无
111.	发行人	么麻子藤藤	32381514	30	2019.04.07-2029.04.06	无
112.	发行人	么麻子藤藤	32376520	43	2019.04.07-2029.04.06	无
113.	发行人	瓦山春	4912208	35	2019.03.14-2029.03.13	无
114.	发行人	么麻子	4912205	35	2019.03.14-2029.03.13	无
115.	发行人	雅风蜀韵	28549197	30	2019.03.07-2029.03.06	无
116.	发行人	雅风洪韵	28543705	30	2019.02.28-2029.02.27	无
117.	发行人	么麻子一代天椒	30917059	41	2019.02.21-2029.02.20	无
118.	发行人	么麻子	30670457	43	2019.02.21-2029.02.20	无
119.	发行人	么麻	30666916	43	2019.02.21-2029.02.20	无
120.	发行人	么麻子	30666895	35	2019.02.21-2029.02.20	无
121.	发行人	么麻子	30665440	30	2019.02.21-2029.02.20	无
122.	发行人	么麻	30659396	35	2019.02.21-2029.02.20	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
123.	发行人	幺麻子	30657973	43	2019.02.21-2029.02.20	无
124.	发行人	幺麻子	30656329	35	2019.02.21-2029.02.20	无
125.	发行人	么麻	30656262	30	2019.02.21-2029.02.20	无
126.	发行人	吆麻子	30653423	30	2019.02.21-2029.02.20	无
127.	发行人	么麻	30651738	29	2019.02.14-2029.02.13	无
128.	发行人		4749461	43	2019.02.07-2029.02.06	无
129.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	30028430	30	2019.01.28-2029.01.27	无
130.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	30017588	35	2019.01.28-2029.01.27	无
131.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	30012684	43	2019.01.28-2029.01.27	无
132.	发行人	德元吊锅	27890082	29	2019.01.14-2029.01.13	无
133.	发行人	麻哥	5094859	30	2018.12.28-2028.12.27	无
134.	发行人	么麻子	5084884	29	2018.12.28-2028.12.27	无
135.	发行人	洪洲雅饼	29093057	30	2018.12.21-2028.12.20	无
136.	发行人	麻味小当家	28566812	30	2018.12.21-2028.12.20	无
137.	发行人	麻味小当家	28566106	35	2018.12.21-2028.12.20	无
138.	发行人		28761984	43	2018.12.14-2028.12.13	无
139.	发行人		28758184	29	2018.12.14-2028.12.13	无
140.	发行人		28756747	39	2018.12.14-2028.12.13	无
141.	发行人		28756609	28	2018.12.14-2028.12.13	无
142.	发行人		28751178	33	2018.12.14-2028.12.13	无
143.	发行人		28750731	41	2018.12.14-2028.12.13	无
144.	发行人		28748637	35	2018.12.14-2028.12.13	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
145.	发行人		28748592	31	2018.12.14-2028.12.13	无
146.	发行人		28748566	30	2018.12.14-2028.12.13	无
147.	发行人		28748505	25	2018.12.14-2028.12.13	无
148.	发行人		28743840	32	2018.12.14-2028.12.13	无
149.	发行人		28603994	43	2018.12.14-2028.12.13	无
150.	发行人		28601707	41	2018.12.14-2028.12.13	无
151.	发行人		28596757	33	2018.12.14-2028.12.13	无
152.	发行人		28596706	31	2018.12.14-2028.12.13	无
153.	发行人		28595522	25	2018.12.14-2028.12.13	无
154.	发行人		28594862	39	2018.12.14-2028.12.13	无
155.	发行人		28594504	21	2018.12.14-2028.12.13	无
156.	发行人		28593688	35	2018.12.14-2028.12.13	无
157.	发行人		28593280	30	2018.12.14-2028.12.13	无
158.	发行人		28588299	3	2018.12.14-2028.12.13	无
159.	发行人		28585625	32	2018.12.14-2028.12.13	无
160.	发行人		28584343	28	2018.12.14-2028.12.13	无
161.	发行人		28583002	29	2018.12.14-2028.12.13	无
162.	发行人	麻味小当家	28574033	43	2018.12.14-2028.12.13	无
163.	发行人	洪风雅韵	28573997	30	2018.12.14-2028.12.13	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
164.	发行人	洪风雅韵	28571132	43	2018.12.14-2028.12.13	无
165.	发行人	麻味小当家	28570161	31	2018.12.14-2028.12.13	无
166.	发行人	洪风雅韵	28568438	29	2018.12.14-2028.12.13	无
167.	发行人	洪风雅韵	28567912	31	2018.12.14-2028.12.13	无
168.	发行人	麻味小当家	28565243	39	2018.12.14-2028.12.13	无
169.	发行人	麻味小当家	28563882	3	2018.12.14-2028.12.13	无
170.	发行人	洪风雅韵	28562324	32	2018.12.14-2028.12.13	无
171.	发行人	洪风雅韵	28561498	35	2018.12.14-2028.12.13	无
172.	发行人	麻味小当家	28561067	41	2018.12.14-2028.12.13	无
173.	发行人	麻味小当家	28560891	32	2018.12.14-2028.12.13	无
174.	发行人	麻味小当家	28557273	29	2018.12.14-2028.12.13	无
175.	发行人	灶氏春秋	28542772	31	2018.12.14-2028.12.13	无
176.	发行人	灶氏春秋	28542755	32	2018.12.14-2028.12.13	无
177.	发行人	灶氏春秋	28542713	35	2018.12.14-2028.12.13	无
178.	发行人	雅风洪韵	28540910	29	2018.12.14-2028.12.13	无
179.	发行人	雅风蜀韵	28540851	35	2018.12.14-2028.12.13	无
180.	发行人	灶氏春秋	28538116	29	2018.12.14-2028.12.13	无
181.	发行人	灶氏春秋	28538105	30	2018.12.14-2028.12.13	无
182.	发行人	雅风蜀韵	28537716	31	2018.12.14-2028.12.13	无
183.	发行人	雅风蜀韵	28537658	29	2018.12.14-2028.12.13	无
184.	发行人	雅风洪韵	28536687	31	2018.12.14-2028.12.13	无
185.	发行人	雅风洪韵	28531505	43	2018.12.14-2028.12.13	无
186.	发行人	藤乡醉汁	27899555	29	2018.12.14-2028.12.13	无
187.	发行人	灶氏春秋	28542383	43	2018.12.07-2028.12.06	无
188.	发行人	雅风洪韵	28529603	35	2018.12.07-2028.12.06	无
189.	发行人	石溪村	28160377	29	2018.12.07-2028.12.06	无
190.	发行人	石溪村	28141013	35	2018.12.07-2028.12.06	无
191.	发行人	石溪村	28163772	30	2018.11.28-2028.11.27	无
192.	发行人	石溪村	28155442	43	2018.11.28-2028.11.27	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
193.	发行人		26177451	35	2018.11.28-2028.11.27	无
194.	发行人		26176939	40	2018.11.28-2028.11.27	无
195.	发行人		26174967	32	2018.11.28-2028.11.27	无
196.	发行人		26170467	29	2018.11.28-2028.11.27	无
197.	发行人		26164062	41	2018.11.28-2028.11.27	无
198.	发行人		26159588	43	2018.11.28-2028.11.27	无
199.	发行人		26135755	39	2018.11.28-2028.11.27	无
200.	发行人	石溪村	28158758	39	2018.11.21-2028.11.20	无
201.	发行人	石溪村	28157254	41	2018.11.21-2028.11.20	无
202.	发行人	藤乡醉汁	27884096	30	2018.11.21-2028.11.20	无
203.	发行人	魏多多	27878944	43	2018.11.21-2028.11.20	无
204.	发行人	川麻子廖多多	27878825	35	2018.11.21-2028.11.20	无
205.	发行人	廖哆哆	27873255	29	2018.11.21-2028.11.20	无
206.	发行人	魏多多	27873167	30	2018.11.21-2028.11.20	无
207.	发行人	川麻子魏多多	27872981	35	2018.11.21-2028.11.20	无
208.	发行人	魏多多	27871667	29	2018.11.21-2028.11.20	无
209.	发行人	廖多多	27871369	43	2018.11.21-2028.11.20	无
210.	发行人	魏哆哆	27871280	35	2018.11.21-2028.11.20	无
211.	发行人	廖多多	27871232	35	2018.11.21-2028.11.20	无
212.	发行人	川麻子廖哆哆	27869610	29	2018.11.21-2028.11.20	无
213.	发行人	川麻子魏哆哆	27869178	30	2018.11.21-2028.11.20	无
214.	发行人	川麻子廖多多	27869139	30	2018.11.21-2028.11.20	无
215.	发行人	川麻子廖哆哆	27868821	35	2018.11.21-2028.11.20	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
216.	发行人	魏哆哆	27868745	29	2018.11.21-2028.11.20	无
217.	发行人	魏哆哆	27867834	30	2018.11.21-2028.11.20	无
218.	发行人	廖哆哆	27865039	30	2018.11.21-2028.11.20	无
219.	发行人	廖哆哆	27862904	43	2018.11.21-2028.11.20	无
220.	发行人	魏多多	27862872	35	2018.11.21-2028.11.20	无
221.	发行人	川麻子魏哆哆	27862583	29	2018.11.21-2028.11.20	无
222.	发行人	廖多多	27860808	30	2018.11.21-2028.11.20	无
223.	发行人	川麻子魏多多	27860715	29	2018.11.21-2028.11.20	无
224.	发行人	川麻子魏多多	27858277	30	2018.11.21-2028.11.20	无
225.	发行人	川麻子廖哆哆	27858265	30	2018.11.21-2028.11.20	无
226.	发行人	川麻子魏哆哆	27856182	35	2018.11.21-2028.11.20	无
227.	发行人	川麻子廖多多	27856084	29	2018.11.21-2028.11.20	无
228.	发行人	廖多多	27856010	29	2018.11.21-2028.11.20	无
229.	发行人	廖哆哆	27855592	35	2018.11.21-2028.11.20	无
230.	发行人	川麻子魏哆哆	27905378	43	2018.11.14-2028.11.13	无
231.	发行人	料哆哆	27901477	30	2018.11.14-2028.11.13	无
232.	发行人	川麻子魏多多	27896153	43	2018.11.14-2028.11.13	无
233.	发行人	魏哆哆	27894721	43	2018.11.14-2028.11.13	无
234.	发行人	川麻子廖哆哆	27888947	43	2018.11.14-2028.11.13	无
235.	发行人	生活自己煮	27882857	43	2018.11.14-2028.11.13	无
236.	发行人	金麻子味哆哆	27850304	35	2018.11.14-2028.11.13	无
237.	发行人	金麻子料多多	27850168	30	2018.11.14-2028.11.13	无
238.	发行人	金麻子料哆哆	27849935	43	2018.11.14-2028.11.13	无
239.	发行人	金麻子料多多	27847105	29	2018.11.14-2028.11.13	无
240.	发行人	金麻子味哆哆	27845400	29	2018.11.14-2028.11.13	无
241.	发行人	金麻子味多多	27842094	43	2018.11.14-2028.11.13	无
242.	发行人	金麻子料多多	27842070	43	2018.11.14-2028.11.13	无
243.	发行人	金麻子味多多	27838639	35	2018.11.14-2028.11.13	无
244.	发行人	金麻子料哆哆	27838572	30	2018.11.14-2028.11.13	无
245.	发行人	金麻子味哆哆	27836407	43	2018.11.14-2028.11.13	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
246.	发行人	金麻子料哆哆	27836090	35	2018.11.14-2028.11.13	无
247.	发行人	金麻子料多多	27835392	35	2018.11.14-2028.11.13	无
248.	发行人	金麻子料哆哆	27833372	29	2018.11.14-2028.11.13	无
249.	发行人	金麻子味多多	27832895	30	2018.11.14-2028.11.13	无
250.	发行人	金麻子味哆哆	27830109	30	2018.11.14-2028.11.13	无
251.	发行人	金麻子味多多	27827503	29	2018.11.14-2028.11.13	无
252.	发行人	麻哥	5094860	29	2018.11.14-2028.11.13	无
253.	发行人	生活自己煮	27901945	29	2018.11.07-2028.11.06	无
254.	发行人	木香醉	27901545	30	2018.11.07-2028.11.06	无
255.	发行人	川麻子廖多多	27896126	43	2018.11.07-2028.11.06	无
256.	发行人	生活自己煮	27894457	30	2018.11.07-2028.11.06	无
257.	发行人	料哆哆	27894223	29	2018.11.07-2028.11.06	无
258.	发行人	生活自己煮	27889136	35	2018.11.07-2028.11.06	无
259.	发行人	木香醉	27885960	29	2018.11.07-2028.11.06	无
260.	发行人	么么	26154841	20	2018.11.07-2028.11.06	无
261.	发行人	么么	26150429	7	2018.11.07-2028.11.06	无
262.	发行人	么么	26150080	35	2018.11.07-2028.11.06	无
263.	发行人	么麻子麻哆哆	27454477	43	2018.10.21-2028.10.20	无
264.	发行人	么麻子麻多多	27453882	30	2018.10.21-2028.10.20	无
265.	发行人	么麻子香多多	27452778	35	2018.10.21-2028.10.20	无
266.	发行人	么麻子麻多多	27452386	43	2018.10.21-2028.10.20	无
267.	发行人	么麻子酱哆哆	27452344	43	2018.10.21-2028.10.20	无
268.	发行人	么麻子麻哆哆	27452089	30	2018.10.21-2028.10.20	无
269.	发行人	么麻子香哆哆	27451186	43	2018.10.21-2028.10.20	无
270.	发行人	么麻子香哆哆	27450028	29	2018.10.21-2028.10.20	无
271.	发行人	么麻子酱多多	27449755	43	2018.10.21-2028.10.20	无
272.	发行人	么麻子酱多多	27449666	30	2018.10.21-2028.10.20	无
273.	发行人	么麻子麻多多	27447019	35	2018.10.21-2028.10.20	无
274.	发行人	么麻子香多多	27446009	43	2018.10.21-2028.10.20	无
275.	发行人	么麻子香多多	27445775	29	2018.10.21-2028.10.20	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
276.	发行人	幺麻子麻哆哆	27445447	29	2018.10.21-2028.10.20	无
277.	发行人	幺麻子酱多多	27444672	29	2018.10.21-2028.10.20	无
278.	发行人	幺麻子酱哆哆	27444189	35	2018.10.21-2028.10.20	无
279.	发行人	幺麻子酱哆哆	27443086	29	2018.10.21-2028.10.20	无
280.	发行人	幺麻子香哆哆	27440141	35	2018.10.21-2028.10.20	无
281.	发行人	幺麻子香哆哆	27438723	30	2018.10.21-2028.10.20	无
282.	发行人	幺麻子香多多	27438696	30	2018.10.21-2028.10.20	无
283.	发行人	幺麻子酱多多	27437443	35	2018.10.21-2028.10.20	无
284.	发行人	幺麻子麻多多	27435913	29	2018.10.21-2028.10.20	无
285.	发行人	幺麻子麻哆哆	27435820	35	2018.10.21-2028.10.20	无
286.	发行人	幺麻子酱哆哆	27434046	30	2018.10.21-2028.10.20	无
287.	发行人	椒天代一	25080109	41	2018.10.07-2028.10.06	无
288.	发行人		26260121	43	2018.09.07-2028.09.06	无
289.	发行人		26177269	21	2018.09.07-2028.09.06	无
290.	发行人		4912210	30	2018.09.07-2028.09.06	无
291.	发行人		4912209	29	2018.09.07-2028.09.06	无
292.	发行人		4912207	29	2018.09.07-2028.09.06	无
293.	发行人	幺麻子料多多	26274314	35	2018.08.28-2028.08.27	无
294.	发行人	幺麻子味哆哆	26269218	30	2018.08.28-2028.08.27	无
295.	发行人	幺麻子料多多	26268043	29	2018.08.28-2028.08.27	无
296.	发行人	幺麻子味哆哆	26267908	35	2018.08.28-2028.08.27	无
297.	发行人	幺麻子料多多	26267742	30	2018.08.28-2028.08.27	无
298.	发行人	幺麻子料哆哆	26266864	43	2018.08.28-2028.08.27	无
299.	发行人	幺麻子味多多	26262229	43	2018.08.28-2028.08.27	无
300.	发行人	幺麻子料哆哆	26262171	30	2018.08.28-2028.08.27	无
301.	发行人	幺麻子味多多	26262112	30	2018.08.28-2028.08.27	无
302.	发行人	幺麻子料哆哆	26259441	29	2018.08.28-2028.08.27	无
303.	发行人	幺麻子味哆哆	26259083	29	2018.08.28-2028.08.27	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
304.	发行人	幺麻子味多多	26259042	29	2018.08.28-2028.08.27	无
305.	发行人	幺麻子料多多	26257308	43	2018.08.28-2028.08.27	无
306.	发行人	幺麻子味哆哆	26255333	43	2018.08.28-2028.08.27	无
307.	发行人	幺麻子料哆哆	26254879	35	2018.08.28-2028.08.27	无
308.	发行人	幺麻子味多多	26254506	35	2018.08.28-2028.08.27	无
309.	发行人		26155005	2	2018.08.21-2028.08.20	无
310.	发行人		26152226	7	2018.08.21-2028.08.20	无
311.	发行人		26150744	36	2018.08.21-2028.08.20	无
312.	发行人		26149887	44	2018.08.21-2028.08.20	无
313.	发行人		26149057	20	2018.08.21-2028.08.20	无
314.	发行人		26147562	5	2018.08.21-2028.08.20	无
315.	发行人		26147157	36	2018.08.21-2028.08.20	无
316.	发行人		26144476	1	2018.08.21-2028.08.20	无
317.	发行人		26144312	8	2018.08.21-2028.08.20	无
318.	发行人		26140213	3	2018.08.21-2028.08.20	无
319.	发行人		26137037	39	2018.08.21-2028.08.20	无
320.	发行人		26135359	38	2018.08.21-2028.08.20	无
321.	发行人		25511335	30	2018.08.07-2028.08.06	无
322.	发行人		25503160	29	2018.07.28-2028.07.27	无
323.	发行人	椒天代一	25062043	39	2018.07.28-2028.07.27	无
324.	发行人		25200467	39	2018.07.07-2028.07.06	无
325.	发行人		25200446	36	2018.07.07-2028.07.06	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
326.	发行人		25200422	31	2018.07.07-2028.07.06	无
327.	发行人		25199920	16	2018.07.07-2028.07.06	无
328.	发行人		25199815	8	2018.07.07-2028.07.06	无
329.	发行人		25198906	33	2018.07.07-2028.07.06	无
330.	发行人		25198482	3	2018.07.07-2028.07.06	无
331.	发行人		25197078	32	2018.07.07-2028.07.06	无
332.	发行人		25196650	27	2018.07.07-2028.07.06	无
333.	发行人		25196552	18	2018.07.07-2028.07.06	无
334.	发行人		25191670	25	2018.07.07-2028.07.06	无
335.	发行人		25191498	21	2018.07.07-2028.07.06	无
336.	发行人		25187958	45	2018.07.07-2028.07.06	无
337.	发行人		25187731	20	2018.07.07-2028.07.06	无
338.	发行人		25187665	41	2018.07.07-2028.07.06	无
339.	发行人		25187558	28	2018.07.07-2028.07.06	无
340.	发行人		25187377	19	2018.07.07-2028.07.06	无
341.	发行人		25187304	15	2018.07.07-2028.07.06	无
342.	发行人		25186908	6	2018.07.07-2028.07.06	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
343.	发行人		25186006	24	2018.07.07-2028.07.06	无
344.	发行人		25184074	7	2018.07.07-2028.07.06	无
345.	发行人		25184026	5	2018.07.07-2028.07.06	无
346.	发行人		25183030	44	2018.07.07-2028.07.06	无
347.	发行人		25168748	2	2018.07.07-2028.07.06	无
348.	发行人		25159434	1	2018.07.07-2028.07.06	无
349.	发行人	椒天	25068664	16	2018.07.07-2028.07.06	无
350.	发行人		25182888	40	2018.06.28-2028.06.27	无
351.	发行人		25182742	35	2018.06.28-2028.06.27	无
352.	发行人		25181014	14	2018.06.28-2028.06.27	无
353.	发行人		25180592	42	2018.06.28-2028.06.27	无
354.	发行人	椒天	25077411	39	2018.06.28-2028.06.27	无
355.	发行人	椒天代一	25076325	16	2018.06.28-2028.06.27	无
356.	发行人	椒天代一	25073230	38	2018.06.28-2028.06.27	无
357.	发行人	椒天	25065292	38	2018.06.28-2028.06.27	无
358.	发行人		21001969	43	2018.01.14-2028.01.13	无
359.	发行人		21001837	41	2017.12.28-2027.12.27	无
360.	发行人		20999955	20	2017.12.14-2027.12.13	无
361.	发行人		21002115	44	2017.12.07-2027.12.06	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
362.	发行人		21000346	25	2017.12.07-2027.12.06	无
363.	发行人		20998522	8	2017.12.07-2027.12.06	无
364.	发行人		20998338	5	2017.12.07-2027.12.06	无
365.	发行人		20998804	9	2017.12.14-2027.12.13	无
366.	发行人	双骄汁	20727677	29	2017.11.21-2027.11.20	无
367.	发行人	双骄汁	20716082	31	2017.11.21-2027.11.20	无
368.	发行人	川麻子	20684140	43	2017.11.07-2027.11.06	无
369.	发行人	川麻子	20683981	30	2017.11.07-2027.11.06	无
370.	发行人	川麻子	20683842	29	2017.11.07-2027.11.06	无
371.	发行人		21001889	42	2017.10.14-2027.10.13	无
372.	发行人		21001651	40	2017.10.14-2027.10.13	无
373.	发行人		21001338	37	2017.10.14-2027.10.13	无
374.	发行人		21001067	35	2017.10.14-2027.10.13	无
375.	发行人		21000139	21	2017.10.14-2027.10.13	无
376.	发行人		20999657	16	2017.10.14-2027.10.13	无
377.	发行人		20999156	14	2017.10.14-2027.10.13	无
378.	发行人		20997161	3	2017.10.14-2027.10.13	无
379.	发行人	双椒鲜露	20727454	31	2017.09.14-2027.09.13	无
380.	发行人	双椒鲜	20716084	31	2017.09.14-2027.09.13	无
381.	发行人	川麻子	20464096	44	2017.08.21-2027.08.20	无
382.	发行人	川麻子	20463986	39	2017.08.14-2027.08.13	无
383.	发行人	川麻子	20463855	33	2017.08.14-2027.08.13	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
384.	发行人	川麻子	20463800	32	2017.08.14-2027.08.13	无
385.	发行人	川麻子	20463651	31	2017.08.14-2027.08.13	无
386.	发行人	川麻子	20463486	21	2017.08.14-2027.08.13	无
387.	发行人	川麻子	20463277	20	2017.08.14-2027.08.13	无
388.	发行人	川麻子	20461740	16	2017.08.14-2027.08.13	无
389.	发行人	川麻子	20461320	4	2017.08.14-2027.08.13	无
390.	发行人	川麻子	20461055	3	2017.08.14-2027.08.13	无
391.	发行人	川麻子	20460992	2	2017.08.14-2027.08.13	无
392.	发行人	雅食天下	18932956	30	2017.05.21-2027.05.20	无
393.	发行人	厨宝宝	18932955	30	2017.05.21-2027.05.20	无
394.	发行人	厨大下天	18779030	44	2017.05.21-2027.05.20	无
395.	发行人	厨大下天	18778687	42	2017.05.21-2027.05.20	无
396.	发行人	厨大下天	18778519	41	2017.05.21-2027.05.20	无
397.	发行人	厨大下天	18778203	29	2017.05.21-2027.05.20	无
398.	发行人	厨大下天	18778149	25	2017.05.21-2027.05.20	无
399.	发行人	厨大下天	18778092	21	2017.05.21-2027.05.20	无
400.	发行人	厨大下天	18777966	20	2017.05.21-2027.05.20	无
401.	发行人	厨大下天	18777527	8	2017.05.21-2027.05.20	无
402.	发行人	厨宝宝	18776833	43	2017.05.21-2027.05.20	无
403.	发行人	厨宝宝	18776684	21	2017.05.21-2027.05.20	无
404.	发行人	厨大下天	18777777	16	2017.02.07-2027.02.06	无
405.	发行人	雅食天下	18777165	35	2017.02.07-2027.02.06	无
406.	发行人	雅食天下	18777118	29	2017.02.07-2027.02.06	无
407.	发行人	雅食天下	18776982	43	2017.02.07-2027.02.06	无
408.	发行人	厨宝宝	18776245	35	2017.02.07-2027.02.06	无
409.	发行人	雅纸	18776121	35	2017.02.07-2027.02.06	无
410.	发行人	玉水谷	18776078	44	2017.02.07-2027.02.06	无

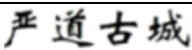
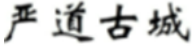
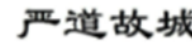
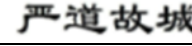
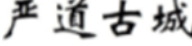
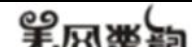
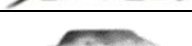
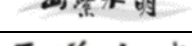
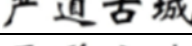
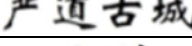
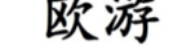
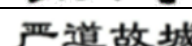
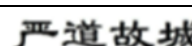
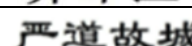
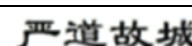
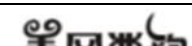
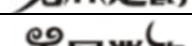
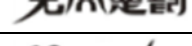
序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
411.	发行人	玉水谷	18775705	43	2017.02.07-2027.02.06	无
412.	发行人	玉水谷	18775412	41	2017.02.07-2027.02.06	无
413.	发行人	德元楼	15057180	35/43	2015.10.28-2025.10.27	无
414.	发行人		26152470	21	2018.11.07-2028.11.06	无
415.	发行人	么麻子	3563350	43	2015.06.28-2025.06.27	无
416.	发行人	么麻子	10626623	29	2015.03.28-2025.03.27	无
417.	发行人	我的菜	12343883	43	2015.03.21-2025.03.20	无
418.	发行人		12079377	43	2015.03.21-2025.03.20	无
419.	发行人		12079258	29	2015.03.21-2025.03.20	无
420.	发行人	膳自天成	13830092	35	2015.03.14-2025.03.13	无
421.	发行人	我的菜	12343830	42	2014.09.07-2024.09.06	无
422.	发行人	我的菜	12343792	35	2014.09.07-2024.09.06	无
423.	发行人	么妹子	11954181	30	2014.08.21-2024.08.20	无
424.	发行人	曲沿	11966553	35	2014.06.14-2024.06.13	无
425.	发行人	曲沿	11966393	16	2014.06.14-2024.06.13	无
426.	发行人	曲沿	11966112	5	2014.06.14-2024.06.13	无
427.	发行人	曲沿	11966012	3	2014.06.14-2024.06.13	无
428.	发行人	曲沿	11965916	1	2014.06.14-2024.06.13	无
429.	发行人	么麻子	11965390	9	2014.06.14-2024.06.13	无
430.	发行人	么麻子	11965316	7	2014.06.14-2024.06.13	无
431.	发行人	么麻子	11965188	1	2014.06.14-2024.06.13	无
432.	发行人	止火街	11954183	30	2014.06.14-2024.06.13	无
433.	发行人	曲沿	11954182	30	2014.06.14-2024.06.13	无
434.	发行人		11935179	21	2014.06.14-2024.06.13	无
435.	发行人		11935140	20	2014.06.14-2024.06.13	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
436.	发行人	曲沿	11903966	44	2014.06.14-2024.06.13	无
437.	发行人		11935362	42	2014.06.07-2024.06.06	无
438.	发行人		11935335	41	2014.06.07-2024.06.06	无
439.	发行人		11935291	40	2014.06.07-2024.06.06	无
440.	发行人		11935260	39	2014.06.07-2024.06.06	无
441.	发行人		11935217	25	2014.06.07-2024.06.06	无
442.	发行人	曲沿	11904205	36	2014.05.28-2024.05.27	无
443.	发行人	曲沿	11885143	33	2014.05.28-2024.05.27	无
444.	发行人	曲沿	11885111	31	2014.05.28-2024.05.27	无
445.	发行人	曲沿	11885069	29	2014.05.28-2024.05.27	无
446.	发行人	曲沿	11828865	43	2014.05.14-2024.05.13	无
447.	发行人	曲沿	11828839	39	2014.05.14-2024.05.13	无
448.	发行人	曲沿	11828788	32	2014.05.14-2024.05.13	无
449.	发行人	么麻子	11235423	2	2013.12.14-2023.12.13	无
450.	发行人	么麻子	11235271	3	2013.12.14-2023.12.13	无
451.	发行人	么麻子	11235264	4	2013.12.14-2023.12.13	无
452.	发行人	么麻子	11235200	5	2013.12.14-2023.12.13	无
453.	发行人	么麻子	11235165	6	2013.12.14-2023.12.13	无
454.	发行人	么麻子	11235090	8	2013.12.14-2023.12.13	无
455.	发行人	么麻子	11235037	11	2013.12.14-2023.12.13	无
456.	发行人	么麻子	11234864	12	2013.12.14-2023.12.13	无
457.	发行人	么麻子	11234754	13	2013.12.14-2023.12.13	无
458.	发行人	么麻子	11234707	14	2013.12.14-2023.12.13	无
459.	发行人	么麻子	11211540	30	2013.12.07-2023.12.06	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
460.	发行人	么麻子	11197084	27	2013.12.07-2023.12.06	无
461.	发行人	么麻子	11197047	26	2013.12.07-2023.12.06	无
462.	发行人	么麻子	11197008	22	2013.12.07-2023.12.06	无
463.	发行人	么麻子	11196793	19	2013.12.07-2023.12.06	无
464.	发行人	么麻子	11196721	18	2013.12.07-2023.12.06	无
465.	发行人	么麻子	11196676	17	2013.12.07-2023.12.06	无
466.	发行人	么麻子	3418312	29	2013.12.07-2023.12.06	无
467.	发行人	么麻子	11196954	24	2013.11.28-2023.11.27	无
468.	发行人	么麻子	11196912	23	2013.11.28-2023.11.27	无
469.	发行人	么麻子	11196877	21	2013.11.28-2023.11.27	无
470.	发行人	么麻子	11196624	15	2013.11.28-2023.11.27	无
471.	发行人	么麻子	11176138	28	2013.11.28-2023.11.27	无
472.	发行人	么麻子	11176084	45	2013.11.28-2023.11.27	无
473.	发行人	么麻子	11176061	40	2013.11.28-2023.11.27	无
474.	发行人	么麻子	11175995	38	2013.11.28-2023.11.27	无
475.	发行人	么麻子	11175936	37	2013.11.28-2023.11.27	无
476.	发行人	么麻子	11175822	36	2013.11.28-2023.11.27	无
477.	发行人	么麻子	11175782	34	2013.11.28-2023.11.27	无
478.	发行人	么麻子	11175743	32	2013.11.28-2023.11.27	无
479.	发行人	么麻子	11175684	31	2013.11.28-2023.11.27	无
480.	发行人	止火街	10919167	16	2013.09.14-2023.09.13	无
481.	发行人	止火街	10919263	36	2013.09.07-2023.09.06	无
482.	发行人	止火街	10918878	5	2013.09.07-2023.09.06	无
483.	发行人	止火街	10926381	37	2013.08.21-2023.08.20	无
484.	发行人	止火街	10824779	39	2013.08.14-2023.08.13	无
485.	发行人	止火街	10824749	35	2013.08.14-2023.08.13	无

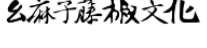
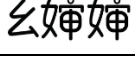
序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
486.	发行人	止火街	10824685	33	2013.08.14-2023.08.13	无
487.	发行人	止火街	10824674	32	2013.08.14-2023.08.13	无
488.	发行人	止火街	10858621	45	2013.08.07-2023.08.06	无
489.	发行人	止火街	10858467	44	2013.08.07-2023.08.06	无
490.	发行人	止火街	10858350	40	2013.08.07-2023.08.06	无
491.	发行人	么麻子	10626530	25	2013.08.07-2023.08.06	无
492.	发行人	止火街	10858330	43	2013.07.28-2023.07.27	无
493.	发行人	止火街	10824634	29	2013.07.21-2023.07.20	无
494.	发行人		10571326	11	2013.07.21-2023.07.20	无
495.	发行人	么麻子	10626790	41	2013.07.07-2023.07.06	无
496.	发行人	么麻子	10626723	39	2013.07.07-2023.07.06	无
497.	发行人	么麻子	10626666	33	2013.07.07-2023.07.06	无
498.	发行人	么麻子	10632816	44 ²⁰	2023.05.14-2033.05.13	无
499.	发行人	么麻子	10626858	42	2023.05.14-2033.05.13	无
500.	发行人	么麻子	10626024	20	2023.05.14-2033.05.13	无
501.	发行人	么麻子	10625907	16	2023.05.14-2033.05.13	无
502.	发行人		10597881	44	2023.05.14-2033.05.13	无
503.	发行人		10597869	33	2023.05.14-2033.05.13	无
504.	发行人		10597847	31	2023.05.14-2033.05.13	无
505.	发行人		10597822	30	2023.05.14-2033.05.13	无
506.	发行人		10597789	29	2023.05.14-2033.05.13	无
507.	发行人		10571381	16	2023.04.28-2033.04.27	无
508.	发行人		10564213	10	2023.04.21-2033.04.20	无
509.	发行人		10564186	5	2023.04.21-2033.04.20	无
510.	发行人		10564158	43	2023.04.21-2033.04.20	无
511.	发行人		10564131	35	2023.04.21-2033.04.20	无

²⁰ 第 498-511 项商标已于 2022 年 6 月 30 日之前完成商标续展手续。

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
512.	发行人		9661431 ²¹	35	2022.08.14-2032.08.13	无
513.	发行人		9661395	32	2022.08.07-2032.08.06	无
514.	发行人		9661214	30	2022.08.07-2032.08.06	无
515.	发行人		9661356	43	2022.07.28-2032.07.27	无
516.	发行人		9661325	31	2022.07.28-2032.07.27	无
517.	发行人		9661176	29	2022.07.28-2032.07.27	无
518.	发行人		9661123	41	2022.07.28-2032.07.27	无
519.	发行人		9661105	41	2022.07.28-2032.07.27	无
520.	发行人		9661042	39	2022.07.28-2032.07.27	无
521.	发行人		9652881	32	2022.07.28-2032.07.27	无
522.	发行人		9426785	42	2022.05.21-2032.05.20	无
523.	发行人		9426752	32	2022.05.21-2032.05.20	无
524.	发行人		9426704	32	2022.05.21-2032.05.20	无
525.	发行人		9216153	39	2022.04.28-2032.04.27	无
526.	发行人		9219680	40	2022.03.21-2032.03.20	无
527.	发行人		9219651	42	2022.03.21-2032.03.20	无
528.	发行人		9219634	41	2022.03.21-2032.03.20	无
529.	发行人		9219597	30	2022.03.21-2032.03.20	无
530.	发行人		9216131	35	2022.03.21-2032.03.20	无
531.	发行人		9216042	33	2022.03.21-2032.03.20	无
532.	发行人		8811899	29	2022.01.21-2032.01.20	无
533.	发行人		8811975	43	2021.12.14-2031.12.13	无
534.	发行人		8811958	35	2021.12.14-2031.12.13	无
535.	发行人		29394809	30	2020.08.28-2030.08.27	无
536.	发行人		49900510	30	2021.08.28-2031.08.27	无
537.	发行人		58515307	21	2022.01.28-2032.01.27	无

²¹ 第 512-532 项商标已于 2021 年 12 月 31 日前完成商标续展手续。

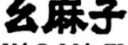
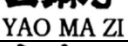
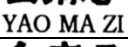
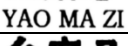
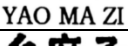
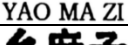
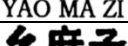
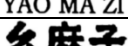
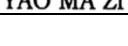
序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
538.	发行人	赵跃军	58513440	35	2022.01.28-2032.01.27	无
539.	发行人	赵跃军	58512202	31	2022.01.28-2032.01.27	无
540.	发行人	么麻子赵跃军	58510699	3	2022.01.28-2032.01.27	无
541.	发行人	赵跃军	58509372	43	2022.01.28-2032.01.27	无
542.	发行人	赵跃军	58509365	42	2022.01.28-2032.01.27	无
543.	发行人	么麻子赵跃军	58509329	40	2022.01.28-2032.01.27	无
544.	发行人	么麻子赵跃军	58508443	7	2022.01.28-2032.01.27	无
545.	发行人	赵跃军	58508433	7	2022.01.28-2032.01.27	无
546.	发行人	么麻子赵跃军	58507383	20	2022.01.28-2032.01.27	无
547.	发行人	赵跃军	58505826	44	2022.01.28-2032.01.27	无
548.	发行人	赵跃军	58505483	32	2022.01.28-2032.01.27	无
549.	发行人	么麻子赵跃军	58504151	5	2022.01.28-2032.01.27	无
550.	发行人	么麻子赵跃军	58504050	2	2022.01.28-2032.01.27	无
551.	发行人	么麻子赵跃军	58503564	35	2022.01.28-2032.01.27	无
552.	发行人	么麻子赵跃军	58503336	33	2022.01.28-2032.01.27	无
553.	发行人	赵跃军	58500491	2	2022.01.28-2032.01.27	无
554.	发行人	赵跃军	58495082	11	2022.01.28-2032.01.27	无
555.	发行人	么麻子赵跃军	58493173	44	2022.01.28-2032.01.27	无
556.	发行人	赵跃军	58491053	5	2022.01.28-2032.01.27	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
557.	发行人		58490311	20	2022.01.28-2032.01.27	无
558.	发行人		58490279	11	2022.01.28-2032.01.27	无
559.	发行人		58489914	8	2022.01.28-2032.01.27	无
560.	发行人		58487829	21	2022.01.28-2032.01.27	无
561.	发行人		58487761	40	2022.01.28-2032.01.27	无
562.	发行人		58486215	42	2022.01.28-2032.01.27	无
563.	发行人		58483574	33	2022.01.28-2032.01.27	无
564.	发行人		58483425	3	2022.01.28-2032.01.27	无
565.	发行人		58481903	8	2022.01.28-2032.01.27	无
566.	发行人		58481120	31	2022.01.28-2032.01.27	无
567.	发行人		58480098	43	2022.01.28-2032.01.27	无
568.	发行人		58479978	32	2022.01.28-2032.01.27	无
569.	发行人		58473300	30	2022.02.14-2032.02.13	无
570.	发行人		58471188	43	2022.02.14-2032.02.13	无
571.	发行人		58469637	35	2022.02.14-2032.02.13	无
572.	发行人		58465358	29	2022.02.14-2032.02.13	无
573.	发行人		58465346	29	2022.02.14-2032.02.13	无
574.	发行人		58463388	35	2022.02.14-2032.02.13	无
575.	发行人		58460833	30	2022.05.07-2032.05.06	无

序号	商标权人	商标名称	注册号	类别	有效期限	他项权利
576.	发行人		58452851	35	2022.02.14-2032.02.13	无
577.	发行人		58452395	30	2022.02.14-2032.02.13	无
578.	发行人	么麻子藤椒文化	58448402	16	2022.02.21-2032.02.20	无
579.	发行人	么麻子藤椒文化	58447141	41	2022.02.14-2032.02.13	无
580.	发行人	么麻子	53639923	29	2022.04.14-2032.04.13	无
581.	发行人	么麻子	49925656	29	2022.05.07-2032.05.06	无

二、境外注册商标

序号	商标权人	商标名称	注册号	国家/地区	类别	注册日	到期日	他项权利
1.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	304838950	中国香港特别行政区	29、30、35、43	2019.02.25	2029.02.24	无
2.	发行人		300854334	中国香港特别行政区	29、30、43	2007.04.19	2027.04.18	无
3.	发行人	么麻子	01400855	中国台湾地区	29	2010.03.16	2030.03.15	无
4.	发行人	么麻子	01401034	中国台湾地区	30	2010.03.16	2030.03.15	无
5.	发行人	么麻子	01404109	中国台湾地区	43	2010.04.01	2030.03.31	无
6.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	02032498	中国台湾地区	29	2020.01.01	2029.12.31	无
7.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	02032602	中国台湾地区	30	2020.01.01	2029.12.31	无
8.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	02032905	中国台湾地区	35	2020.01.01	2029.12.31	无
9.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	02033671	中国台湾地区	43	2020.01.01	2029.12.31	无
10.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	5907875	日本	29	2016.12.22	2026.12.21	无
11.	发行人		1345982	澳大利亚	30	2017.02.27	2027.02.27	无
12.	发行人		1345982	欧盟	30	2017.02.27	2027.02.27	无
13.	发行人		1345982	新加坡	30	2017.02.27	2027.02.27	无

序号	商标 权人	商标名称	注册号	国家/地区	类别	注册日	到期日	他项 权利
14.	发行人		1345982	美国	30	2017.02.27	2027.02.27	无
15.	发行人		1345982	新西兰	30	2017.02.27	2027.02.27	无
16.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	美国	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
17.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	比荷卢经 济联盟 (比利时、 荷兰、卢森 堡)	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
18.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	英国	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
19.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	丹麦	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
20.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	新西兰	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
21.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	德国	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
22.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	法国	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
23.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	芬兰	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
24.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	欧盟	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
25.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	捷克	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
26.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	波兰	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
27.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	奥地利	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
28.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	爱尔兰	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
29.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	新加坡	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
30.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	罗马尼亚	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
31.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	立陶宛	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
32.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	俄罗斯联 邦	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
33.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	印度	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
34.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	墨西哥	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
35.	发行人	 YAO MA ZI	1461945	格鲁吉亚	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无

序号	商标 权人	商标名称	注册号	国家/地区	类别	注册日	到期日	他项 权利
36.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	匈牙利	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
37.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	挪威	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
38.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	蒙古	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
39.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	葡萄牙	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
40.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	韩国	29,35	2018.12.17	2028.12.17	无
41.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	马达加斯 加	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
42.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	瑞典	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
43.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	阿尔及利 亚	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
44.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	意大利	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
45.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	以色列	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
46.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	西班牙	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
47.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	瑞士	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
48.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	印度尼西 亚	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
49.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	冰岛	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
50.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	日本	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
51.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	老挝	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
52.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	越南	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
53.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	古巴	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
54.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	土耳其	29,30, 35,43	2018.12.17	2028.12.17	无
55.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	埃及	29,30,3 5,43	2018.12.17	2028.12.17	无
56.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	巴林	29,30,3 5,43	2018.12.17	2028.12.17	无
57.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	爱沙尼亚	29,30,3 5,43	2018.12.17	2028.12.17	无
58.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	希腊	29,30,3 5,43	2018.12.17	2028.12.17	无

序号	商标 权人	商标名称	注册号	国家/地区	类别	注册日	到期日	他项 权利
59.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	卢旺达	29,30,3 5,43	2018.12.17	2028.12.17	无
60.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	赞比亚	29,30,3 5,43	2018.12.17	2028.12.17	无
61.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	突尼斯	29,30,3 5,43	2018.12.17	2028.12.17	无
62.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	阿尔 巴尼亚	29,30,3 5,43	2018.12.17	2028.12.17	无
63.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	苏丹	29,30,3 5,43	2018.12.17	2028.12.17	无
64.	发行人	么麻子 YAO MA ZI	1461945	阿曼	29,30,3 5,43	2018.12.17	2028.12.17	无