

国融证券股份有限公司
并
安徽壹度品牌运营股份有限公司
关于
安徽壹度品牌运营股份有限公司
挂牌申请文件的第二次反馈意见回复



2018 年 01 月

国融证券股份有限公司对全国中小企业股份转让系统有限责任公司关于安徽壹度品牌运营股份有限公司挂牌申请文件的第二次反馈意见回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵司《关于安徽壹度品牌运营股份有限公司挂牌申请文件的第二次反馈意见》（以下简称“反馈意见”）已收悉。安徽壹度品牌运营股份有限公司（以下简称“壹度股份”或“公司”）与国融证券股份有限公司（以下简称“主办券商”）已会同中审华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）、北京大成（合肥）律师事务所（以下简称“申报律师”），对反馈意见所提出的有关问题进行了逐条落实和回复，具体回复情况如下：

本报告中的字体代表以下含义：

- 宋体（加粗）** 反馈意见所列问题
- 宋体** 对反馈意见所列问题的回复、说明及核查意见
- 楷体（加粗）** 对《公开转让说明书》等申请文件的补充披露

1、公司加盟业务毛利率为 100%。请公司结合业务模式进一步分析说明并披露该项业务成本为 0 的原因及合理性；请主办券商核查并发表明确意见，说明核查依据与核查方法。

【公司回复】

公司已在公开转让说明书“第四节公司财务”之“（三）营业收入、成本、利润、毛利率的主要构成及比例”之“4、主营业务毛利、毛利率分析”中补充披露，具体如下：

“根据公司业务模式，公司为加盟便利店提供选址、装修指导、采购配送、人员培训、货品优化、店面管理、系统支持和运营支持等一系列服务并授权加盟店使用公司的商标、商号。加盟店应按照公司的要求进行装修、定价、店面管理、服务规范等，执行公司制定的一系列加盟店管理制度。公司向加盟店一次性收取加盟费 27,000.00 元，并按销售收入的 5.50%收取管理服务费。

公司与加盟方签订协议时一次性收取加盟费，授予加盟店特许经营权，使加盟店取得使用公司的商标、商号及获取后续服务的入门资格，因此加盟费收入无直接成本。后续，公司提供选址、装修指导、人员培训、货品优化、店面管理、系统支持和运营支持等一系列服务，公司按加盟店销售收入的 5.50%收取管理服务费，产生的相关成本包括人员工资等均计入管理服务费成本。

综上，公司加盟费收入无直接成本，加盟费收入毛利率为 100.00%，符合公司业务模式，具有合理性。”

【主办券商回复】

1、核查程序

主办券商履行了以下核查程序：

- （1）取得了公司与加盟店签订的管理服务协议；
- （2）对收入和成本、费用的记账凭证及相关附件进行检查核对；
- （3）根据管理服务协议和银行对账单对报告期内的收入进行检

查核对；

（4）重新测算成本分配；

（5）访谈公司总经理、财务总监。

2、事实依据

管理服务协议、收入和成本、费用的记账凭证及相关附件、银行对账单、访谈记录

3、分析过程

经主办券商履行如上核查程序，根据公司业务模式，公司为加盟便利店提供选址、装修指导、采购配送、人员培训、货品优化、店面管理、系统支持和运营支持等一系列服务并授权加盟店使用公司的商标、商号。加盟店应按照公司的要求进行装修、定价、店面管理、服务规范等，执行公司制定的一系列加盟店管理制度。公司向加盟店一次性收取加盟费 27,000.00 元，并按销售收入的 5.50%收取管理服务费。

公司与加盟方签订协议时一次性收取加盟费，此时未向加盟方提供服务，仅授权加盟店使用公司的商标、商号，公司申请商标、商号的费用已于产生时费用化，因此加盟费收入无直接成本。后续，公司提供选址、装修指导、人员培训、货品优化、店面管理、系统支持和运营支持等一系列服务，公司按加盟店销售收入的 5.50%收取管理服务费，产生的相关成本包括人员工资等均计入管理服务费成本。

综上，公司加盟费收入无直接成本，加盟费收入毛利率为 100.00%，符合公司业务模式，具有合理性。

4、结论意见

经核查，公司加盟费收入毛利率为 100.00%，符合公司实际经营情况，具有合理性。

2、请公司进一步说明并补充披露公司、供应商、加盟商三者之间的权利义务关系，存货风险与产品质量风险如何承担，以及配送服务费按照货物价格的 10%收取的依据及合理性；请主办券商核查上述事项并发表明确意见。

【公司回复】

一、公司、供应商和加盟店三者之间的权利义务关系

（一）公司与加盟店之间的权利义务关系主要体现为：

公司授予各加盟店特许经营权，各加盟店在特许经营期间内有权使用所有带有“壹度便利”品牌的有关标志、形象识别、商号、注册商标、内外景观设计专利以及相关资料、经营技术以及管理模式，公司一次性收取加盟费。公司通过向加盟店提供选址、装修布局、人员培训、制定商品结构并优化、代理筛选供应商并采购、数据分析和系统支持等一系列服务，收取管理服务费。

加盟店有义务遵守加盟合同约定的相关义务如不得独自采购销售商品、商品扫码上架、扫码销售，以及一系列加盟店管理制度并支付加盟费和管理服务费。

（二）公司与供应商之间的权利义务关系主要体现为加盟店和直营店两方面：

1、公司加盟店的经营

公司禁止加盟店独自采购销售商品结构目录中的商品，也不允许供应商私下为加盟店配送商品，在此法律关系中，公司是加盟店的代理人，代理加盟店筛选供应商进行公司制定的销售商品结构中商品的采购，所采购的商品由公司在自己的配送中心保管并为供应商配送至各加盟店，因此，公司与供应商之间的权利义务关系是公司作为供应商提供加盟店采购商品的配送服务和货物保管服务，负责为供应商将加盟店订购的商品暂时保管并配送至各加盟店，从而向供应商收取配送费，采购商品的货款由加盟店与供应商进行结算。

2、公司直营店的经营

公司与供应商之间是买卖合同和商品服务合同关系：供应商为公司提供商品，公司向供应商采购商品支付货款；公司为供应商将采购商品配送至直营店，供应商向公司支付配送费。

供应商保证供应商品价格为本地的最低价、保证商品的质量和到货率，并提供临期商品、残损商品的退换货服务。

（三）供应商与加盟店之间的权利义务关系主要体现为买卖合同关系

供应商向加盟店提供商品，加盟店向供应商采购商品并支付货款。供应商保证供应商品价格为本地的最低价、保证商品的质量和到货率，并提供临期商品、残损商品的退换货服务。

公司已在公开转让说明书第二节公司业务之六、公司商业模式之

（三）运营模式中就公司、供应商和加盟便利店的权利义务关系补充

披露如下：

“在公司现有的商业模式下，公司与加盟店之间的权利义务关系主要体现为：公司授予各加盟店特许经营权，各加盟店在特许经营期间内有权使用所有带有“壹度便利”品牌的有关标志、形象识别、商号、注册商标、内外景观设计专利以及相关资料、经营技术以及管理模式，公司一次性收取加盟费。公司通过向加盟店提供选址、装修布局、人员培训、制定商品结构并优化、代理筛选供应商并采购、数据分析和系统支持等一系列服务，收取管理服务费。加盟店有义务遵守加盟合同约定的相关义务如不得独自采购销售商品、商品扫码上架、扫码销售，以及一系列加盟店管理制度并支付加盟费和管理服务费。

公司与供应商之间的权利义务关系主要体在为加盟店和直营店两方面：一，公司加盟店的经营。公司禁止加盟店独自采购销售商品结构目录中的商品，也不允许供应商私下为加盟店配送商品，在此法律关系中，公司是加盟店的代理人，代理加盟店筛选供应商进行公司制定的销售商品结构中商品的采购，所采购的商品由公司在自己的配送中心保管并为供应商配送至各加盟店，因此，公司与供应商之间的权利义务关系是公司为消费者提供加盟店采购商品的配送服务和货物保管服务，负责为消费者将加盟店订购的商品暂时保管并配送至各加盟店，从而向供应商收取配送费，采购商品的货款由加盟店与供应商进行结算。二，公司直营店的经营。公司与供应商之间是买卖合同和商品服务合同关系，供应商为公司提供商品，公司向供应商采购商品支付货款；公司为供应商将采购商品配送至直营店，供应商向公司支付配送费。供应商保证供应商品价格为本地市场的最低价、保证商品的质量和到货率，并提供临期商品、残损商品的退换货服务。

供应商与加盟店之间的权利义务关系主要体现为买卖合同关系。供应商向加盟店提供商品，加盟店向供应商采购商品并支付货款。供应商保证供应商品价格为本地市场的最低价、保证商品的质量和到货率，并提供临期商品、残损商品的退换货服务。”

二、存货风险和产品质量风险

公司的存货，所有权已由供应商转移至公司，相应风险由公司承

担；配送给加盟店的存货公司只是为供应商提供商品的保管服务，相应的存货风险除因保管不善造成的外由供应商承担。供应商有义务保证其所提供的商品的质量，因商品质量引起的侵权纠纷由供应商承担侵权责任。

公司已在公开转让说明书中第二节公司业务之六、公司商业模式中对上述事项进行了披露并在公开转让说明书第二节公司业务之二、公司组织结构、主要生产或服务流程及方式之（三）、内部控制制度中补充披露如下：

“公司的存货管理和产品质量控制都能得到很好的执行，能够控制相应的风险。公司的存货，所有权已由供应商转移至公司，相应风险由公司承担；配送给加盟店的存货，公司只是为供应商提供商品的保管服务，相应的存货风险除因保管不善造成的外由供应商承担。供应商有义务保证其所提供的商品的质量，因商品质量引起的侵权纠纷由供应商承担侵权责任。”

三、配送服务费

公司向供应商收取货物成交额的 10%的配送费主要是在参考行业平均成本的基础上，由双方依据各自的成本及盈利需求协商确定。其依据及合理性主要体现在以下几个方面：

（一）根据中国连锁经营协会的统计数据（《中国连锁便利店发展报告 2012-2013》），我国连锁便利店行业在平均统一配送率 83.7%，日均配送 1-2 次的情况下的配送成本占销售额的比例达到 4.2%。连锁便利店的毛利率一般有 20%，将销售额换算成采货额后，配送成本约占采货额的 5%。以上配送成本是纯粹的配送成本，未考虑收益或是增值服务。

理论上，由供应商自行配送，其配送成本约占其销售额的 5%。但是供应商独自配送不具有可行性，主要原因是在公司目前的商业模式下，供应商作为其中的一环，其商品质量和供货及时性必须由公司统一管理，加盟店不得私自采购销售商品，供应商也不得私下向加盟店销售配送商品；另外，相对于商超而言，便利店数量多、分布广泛、营业面积小、商品种类多，一般不具有仓储功能，单品储存少，而商品的到货率决定了客户的满意度和重复购买率率，这就使得便利店配送具有了高频度、多品种、小单位、多拆零、长距离的特点。由于信息化水平的问题，供应商难以及时获取加盟店的订单需求，统一配送率较低，在有限的成本内难以满足高频度、多品种、小单位的配送需求。

（二）根据公司了解到的行业特点及公司对当地供应商市场的内调研，在当前公司直采比例较低的情况下，作为公司主要供应商的各级经销商因其经销商品种类及品牌的差异，其毛利率也存在一定的差异。

由于各级经销商销售额、区域存在区别，所以厂家所给予的销售政策也不一样，各供应商所销售的各品牌商品的毛利率也存在区别。箭牌、德芙、可口可乐、百事、宝洁、联合利华等国际性品牌商品，因其接受度广，价格透明，厂家给予各级经销商很低的毛利空间，大概 6%-10%之间，如宝洁 6%、联合利华 6%，箭牌 6%，德芙 8%，可口可乐 6%、亿滋 7%、乐事 10%左右。此类商品由经销商负责配送商品，费用由厂方支付，经销商靠配送至网点获取中间部分返点，此

类产品业务返点同样较低，渠道产生的运营费约 1-1.5%，经销商毛利率能达到 5-9%。达利园、怡宝、双汇、金锣、上好佳等为主的国内知名品牌，按照省级、市级、县级划分不同等级经销商，要求经销商达到相应级别的销售额，并给予其不同政策支持，经营中产生的费用按比例由厂方、经销方分担，其中厂方承担 30%到 70%不等，去除业务提成及零售渠道费用后，经销商毛利率基本在 12-16%。国内二三线厂家基本以低价供应经销商为主，经销商初期毛利率在 20%到 35%之间，但其进零售渠道所产生的陈列费由经销商自行承担，完成销售额后厂方相应会给予其 3-10%的销售返利。这就会视经销商在当地铺货率及客情关系，决定所经销产品的毛利率，一般扣除零售商费用后毛利率能达到 18-28%。对于地域区别较大的品类，如白酒等，各地销售品牌、顾客认知度均有很大差异，主要区分为全国性品牌如茅台五粮液和地方性品牌如古井、口子等。全国性品牌完全按照厂方控价，经销方获取厂方给予的差价；地方性品牌分连锁和流通两套价格体系，经销商对区域内连锁超市报备给厂方，获得厂家进销差约 10-20%以及年终返利 3-5%，综合后毛利率达 18-25%。

由于经销商经销各商品的差异，经销商在选择商品的时候，一般都是由各线品牌搭配经营，国际性品牌或一线品牌作为与零售商合作的敲门品牌，较易进场，通过二、三线品牌赚取毛利，综合后经销商毛利率达到 16%左右。如公司供应商砀山县汇金食品有限公司，通过金龙鱼、双汇、康师傅等知名品牌进入各零售渠道，通过溜溜梅、卡拉宝、晓岚村等品牌赚取毛利率，整体毛利率达 18%左右。供应商砀

山县丰福商贸有限公司，通过箭牌、德芙进入各零售渠道，通过劲仔、甘源等品牌拉高毛利率，整体毛利率达 18%左右。

综合来看，经销商在与公司开展业务后，减少了开辟新网点所需要的客情费用、商品陈列费用、配送费用、区域开拓费用，整体缴纳 10%配送费后，一线品牌较多的供应商毛利率结余 6-8%，补充性品牌的供应商毛利率结余 12-15%。同时，公司加盟店数量众多，并且在不断扩充之中，供销商在薄利多销的情况下，不仅能够实现规模销售的优势，还能够争取厂商更多的销售返利。

（三）公司在配送费的定价上有较强的谈判优势：

1、公司加盟店数量众多并在不断发展中，拥有大量的客户资源，采购规模大；

2、为提高运行效率并降低运行成本，公司对供应商实施动态管理，在动态管理过程中，供应商更愿意对公司进行利益让渡，并向公司提供更优惠的退换货政策、保价补差与补偿条款等，从而与公司保持长期稳定的合作关系，实现共赢发展。

（四）公司提供配送服务还有以下附加价值：

1、公司根据 ERP 系统记录的配送情况按月向供应商提供核算数据，每月货款的统一核算，降低了供应商的核算成本；此外，公司还委托了第三方结算服务公司提供公司与加盟店、供应商之间以及供应商与加盟店之间的结算服务，节省了供应商的结算成本；

2、公司不断优化品类结构，根据销售数据测算配送中心最佳库存结构，系统汇总各加盟店订单需求并设定上下限进行自动补货，供

应商只需在送货周期内一次将商品配送至公司配送中心由公司代为保存和配送，公司的代存代配可以帮助供应商合理安排库存，减少库存占用资金及仓储成本；

3、根据中国连锁经营协会的相关数据，我国供应商的结算周期在 50-70 天左右，而公司、供应商和加盟店之间采取月结的模式，相比其他客户，供应商资金周转快，降低了其财务成本；

4、公司加盟店数量众多并在不断增长中，采购规模大，客户对接单一，谈判、结算等隐性商业成本低。

综上，公司按货物价格收取 10.00%配送服务费的依据充分，具有合理性。

公司已在公开转让说明书中第二节公司业务之六、公司商业模式中对上述事项进行了披露并在公开转让说明书第二节公司业务之六、公司商业模式之（四）、盈利模式中补充披露如下：

“公司向供应商收取货物成交额的 10%的配送费主要是在参考行业平均成本的基础上，由双方依据各自的成本及盈利需求协商确定。其依据及合理性主要体现在以下几个方面：

（1）根据中国连锁经营协会的统计数据（《中国连锁便利店发展报告 2012-2013》），我国连锁便利店行业在平均统一配送率 83.7%，日均配送 1-2 次的情况下的配送成本占销售额的比例达到 4.2%。连锁便利店的毛利率一般有 20%，将销售额换算成采货额后，配送成本约占采货额的 5%。以上配送成本是纯粹的配送成本，未考虑收益或是增值服务。

理论上，由供应商自行配送，其配送成本约占其销售额的 5%。但是供应商独自配送不具有可行性，主要原因是在公司目前的商业模式下，供应商作为其中的一环，其商品质量和供货及时性必须由公司统一管理，加盟店不得私自采购销售商品，供应商也不得私下向加盟店销售配送商品；另外，相对于商超而

言，便利店数量多、分布广泛、营业面积小、商品种类多，一般不具有仓储功能，单品储存少，而商品的到货率决定了客户的满意度和复购率，这就使得便利店配送具有了高频度、多品种、小单位、多拆零、长距离的特点。由于信息化水平的问题，供应商难以及时获取加盟店的订单需求，统一配送率较低，在有限的成本内难以满足高频度、多品种、小单位的配送需求。

(2) 根据公司了解到的行业特点及公司对当地供应商市场的内调研，在当前公司直采比例较低的情况下，作为公司主要供应商的各级经销商因其经销商品种类及品牌的差异，其毛利率也存在一定的差异。

由于各级经销商销售额、区域存在区别，所以厂家所给予的销售政策也不一样，各供应商所销售的各品牌商品的毛利率也存在区别。箭牌、德芙、可口可乐、百事、宝洁、联合利华等国际性品牌商品，因其接受度广，价格透明，厂家给予各级经销商很低的毛利空间，大概 6%-10% 之间，如宝洁 6%、联合利华 6%，箭牌 6%，德芙 8%，可口可乐 6%、亿滋 7%、乐事 10% 左右。此类商品由经销商负责配送商品，费用由厂方支付，经销商靠配送至网点获取中间部分返点，此类产品业务返点同样较低，渠道产生的运营费约 1-1.5%，经销商毛利率能达到 5-9%。达利园、怡宝、双汇、金锣、上好佳等为主的国内知名品牌，按照省级、市级、县级划分不同等级经销商，要求经销商达到相应级别的销售额，并给予其不同政策支持，经营中产生的费用按比例由厂方、经销方分担，其中厂方承担 30% 到 70% 不等，去除业务提成及零售渠道费用后，经销商毛利率基本在 12-16%。国内二三线厂家基本以低价供应经销商为主，经销商初期毛利率在 20% 到 35% 之间，但其进零售渠道所产生的陈列费由经销商自行承担，完成销售额后厂方相应会给予其 3-10% 的销售返利。这就会视经销商在当地铺货率及客情关系，决定所经销产品的毛利率，一般扣除零售商费用后毛利率能达到 18-28%。对于地域区别较大的品类，如白酒等，各地销售品牌、顾客认知度均有很大差异，主要区分为全国性品牌如茅台五粮液和地方性品牌如古井、口子等。全国性品牌完全按照厂方控价，经销方获取厂方给予的差价；地方性品牌分连锁和流通两套价格体系，经销商对区域内连锁超市报备给厂方，获得厂家进销差约 10-20% 以及年终返利 3-5%，综合后毛利率达 18-25%。

由于经销商经销各商品的差异，经销商在选择商品的时候，一般都是由各

线品牌搭配经营，国际性品牌或一线品牌作为与零售商合作的敲门品牌，较易进场，通过二、三线品牌赚取毛利，综合后经销商毛利率达到 16%左右。如公司供应商砀山县汇金食品有限公司，通过金龙鱼、双汇、康师傅等知名品牌进入各零售渠道，通过溜溜梅、卡拉宝、晓岚村等品牌赚取毛利率，整体毛利率达 18%左右。供应商砀山县丰福商贸有限公司，通过箭牌、德芙进入各零售渠道，通过劲仔、甘源等品牌拉高毛利率，整体毛利率达 18%左右。

综合来看，经销商在与公司开展业务后，减少了开辟新网点所需要的客情费用、商品陈列费用、配送费用、区域开拓费用，整体缴纳 10%配送费后，一线品牌较多的供应商毛利率结余 6-8%，补充性品牌的供应商毛利率结余 12-15%。同时，公司加盟店数量众多，并且在不断扩充之中，供销商在薄利多销的情况下，不仅能够实现规模销售的优势，还能够争取厂商更多的销售返利。

(3) 公司在配送费的定价上有较强的谈判优势：1) 公司加盟店数量众多并在不断发展中，拥有大量的客户资源，采购规模大；2) 为提高运行效率并降低运行成本，公司对供应商实施动态管理，在动态管理过程中，供应商更愿意对公司进行利益让渡，并向公司提供更优惠的退换货政策、保价补差与补偿条款等，从而与公司保持长期稳定的合作关系，实现共赢发展。

(4) 在现行模式下，公司提供配送服务还有以下附加价值：1) 公司根据 ERP 系统记录的配送情况按月向供应商提供核算数据，每月货款的统一核算，降低了供应商的核算成本；此外，公司还委托了第三方结算服务公司提供公司与加盟店、供应商之间以及供应商与加盟店之间的结算服务，节省了供应商的结算成本；2) 公司不断优化品类结构，根据销售数据测算配送中心最佳库存结构，系统汇总各加盟店订单需求并设定上下限进行自动补货，供应商只需在送货周期内一次将商品配送至公司配送中心由公司代为保存和配送，公司的代存代配可以帮助供应商合理安排库存，减少库存占用资金及仓储成本；3) 根据中国连锁经营协会的相关数据，我国供应商的结算周期在 50-70 天左右，而公司、供应商和加盟店之间采取月结的模式，相比其他客户，供应商资金周转快，降低了其财务成本；4) 公司加盟店数量众多并在不断增长中，采购规模大，客户对接单、谈判、结算等隐性商业成本低。”

【主办券商回复】

1、核查程序

核查公司与供应商和加盟店之间的合同、核查公司与供应商和加盟店之间的费用结算情况、与公司、供应商和加盟店进行访谈。

2、事实依据

公司与供应商和加盟店之间的加盟合同、采购合同，公司与供应商之间的财务往来情况，与供应商之间的访谈。

3、分析过程

经与公司、供应商和加盟店进行访谈并查阅三方之间的业务合同，三方之间的业务模式主要为，在公司授予加盟店特许经营权的情况下，公司受加盟店的委托为加盟店统一筛选供应商，建立供应商名单并进行供应商管理。公司通过规模采购的优势与供应商进行谈判，降低采购成本。同时，公司在市场调研分析消费者消费心理和消费需求以及商品结构的基础上，实施商品种类和数量的科学引进，根据不同门店周边消费者的消费需求不断优化品类组合，决定加盟店的商品结构和统一商品定价。加盟店不得独自采购商品并进行销售。加盟店向供应商采购的商品由公司为供应商进行统一配送，并向供应商收取配送服务费，降低了供应商的配送成本。

公司现有的商业模式下，公司与加盟店之间的权利义务关系主要体现为：公司授予各加盟店特许经营权，各加盟店在特许经营期间内有权使用所有带有“壹度便利”品牌的有关标志、形象识别、商号、注册商标、内外景观设计专利以及相关资料、经营技术以及管理模式，公司一次性收取加盟费。公司通过向加盟店提供选址、装修布局、人员培训、制定商品结构并优化、代理筛选供应商并采购、数据分析和

系统支持等一系列服务，收取管理服务费。加盟店有义务遵守加盟合同约定的相关义务如不得独自采购销售商品、商品扫码上架、扫码销售，以及一系列加盟店管理制度并支付加盟费和管理服务费。

公司与供应商之间的权利义务关系主要体现为加盟店和直营店两方面：一，公司加盟店的经营。公司禁止加盟店独自采购销售商品结构目录中的商品，也不允许供应商私下为加盟店配送商品，在此法律关系中，公司是加盟店的代理人，代理加盟店筛选供应商进行公司制定的销售商品结构中商品的采购，所采购的商品由公司在自己的配送中心保管并为供应商配送至各加盟店，因此，公司与供应商之间的权利义务关系是公司为供应商提供加盟店采购商品的配送服务和货物保管服务，负责为供应商将加盟店订购的商品暂时保管并配送至各加盟店，从而向供应商收取配送费，采购商品的货款由加盟店与供应商直接进行结算。二，公司直营店的经营。公司与供应商之间是买卖合同和商品服务合同关系，供应商为公司提供商品，公司向供应商采购商品支付货款；公司为供应商将采购商品配送至直营店，供应商向公司支付配送费。供应商保证供应商品价格为本地的最低价、保证商品的质量和到货率，并提供临期商品、残损商品的退换货服务。

供应商与加盟店之间的权利义务关系主要体现为买卖合同关系。供应商向加盟店提供商品，加盟店向供应商采购商品并支付货款。供应商保证供应商品价格为本地的最低价、保证商品的质量和到货率，并提供临期商品、残损商品的退换货服务。

关于存货风险和产品质量风险：公司的存货，所有权已由供应商

转移至公司，相应风险由公司承担；配送给加盟店的存货公司只是为供应商提供商品的保管服务，相应的存货风险除因保管不善造成的外由供应商承担。供应商有义务保证其所提供的商品的质量，因商品质量引起的侵权纠纷由供应商承担侵权责任。

关于配送服务费：公司向供应商收取货物成交额的 10% 的配送费主要是在参考行业平均成本的基础上，由双方依据各自的成本及盈利需求协商确定。其依据及合理性主要体现在以下几个方面：

（1）根据中国连锁经营协会的统计数据（《中国连锁便利店发展报告 2012-2013》），我国连锁便利店行业在平均统一配送率 83.7%，日均配送 1-2 次的情况下的配送成本占销售额的比例达到 4.2%。连锁便利店的毛利率一般有 20%，将销售额换算成采货额后，配送成本约占采货额的 5%。以上配送成本是纯粹的配送成本，未考虑收益或是增值服务。

理论上，由供应商自行配送，其配送成本约占其销售额的 5%。但是供应商独自配送不具有可行性，主要原因是在公司目前的商业模式下，供应商作为其中的一环，其商品质量和供货及时性必须由公司统一管理，加盟店不得私自采购销售商品，供应商也不得私下向加盟店销售配送商品；另外，相对于商超而言，便利店数量多、分布广泛、营业面积小、商品种类多，一般不具有仓储功能，单品储存少，而商品的到货率决定了客户的满意度和复购率，这就使得便利店配送具有了高频度、多品种、小单位、多拆零、长距离的特点。由于信息化水平的问题，供应商难以及时获取加盟店的订单需求，统一配送率较低，在有限的成本内难以满足高频度、多品种、小单位的配送需求。

（2）根据公司了解到的行业特点及公司对当地供应商市场的内调研，在当前公司直采比例较低的情况下，作为公司主要供应商的各级经销商因其经销商品种类及品牌的差异，其毛利率也存在一定的差异。

由于各级经销商销售额、区域存在区别，所以厂家所给予的销售政策也不一样，各供应商所销售的各品牌商品的毛利率也存在区别。箭牌、德芙、可口可乐、百事、宝洁、联合利华等国际性品牌商品，因其接受度广，价格透明，厂家给予各级经销商很低的毛利空间，大概 6%-10%之间，如宝洁联合利华 6%，箭牌 6%，德芙 8%，可口可乐 6%、亿滋 7%、乐事 10%左右。此类商品由经销商负责配送商品，费用由厂方支付，经销商靠配送至网点获取中间部分返点，此类产品业务返点同样较低，渠道产生的运营费约 1-1.5%，经销商毛利率能达到 5-9%。达利园、怡宝、双汇、金锣、上好佳等为主的国内知名品牌，按照省级、市级、县级划分不同等级经销商，要求经销商达到相应级别的销售额，并给予其不同政策支持，经营中产生的费用按比例由厂方、经销方分担，其中厂方承担 30%到 70%不等，去除业务提成及零售渠道费用后，经销商毛利率基本在 12-16%。国内二三线厂家基本以低价供应经销商为主，经销商初期毛利率在 20%到 35%之间，但其进零售渠道所产生的陈列费由经销商自行承担，完成销售额后厂方相应会给予其 3-10%的销售返利。这就会视经销商在当地铺货率及客情关系，决定所经销产品的毛利率，一般扣除零售商费用后毛利率能达到 18-28%。对于地域区别较大的品类，如白酒等，各地销售品牌、

顾客认知度均有很大差异，主要区分为全国性品牌如茅台五粮液和地方性品牌如古井口子等。全国性品牌完全按照厂方控价，经销方获取厂方给予的差价；地方性品牌分连锁和流通两套价格体系，经销商对区域内连锁超市报备给厂方，获得厂家进销差约 10-20%以及年终返利 3-5%，综合后毛利率达 18-25%。

由于经销商经销各商品的差异，经销商在选择商品的时候，一般都是由各线品牌搭配经营，国际性品牌或一线品牌作为与零售商合作的敲门品牌，较易进场，通过二、三线品牌赚取毛利，综合后经销商毛利率达到 16%左右。如公司供应商汇金，通过金龙鱼、双汇、康师傅等知名品牌进入各零售渠道，通过溜溜梅、卡拉宝、晓岚村等品牌赚取毛利率，整体毛利率达 18%左右。供应商丰福商贸，通过箭牌、德芙进入各零售渠道，通过劲仔、甘源等品牌拉高毛利率，整体毛利率达 18%左右。

综合来看，经销商在与公司开展业务后，减少了开辟新网点所需要的客情费用、商品陈列费用、配送费用、区域开拓费用，整体缴纳 10%配送费后，一线品牌较多的供应商毛利率结余 6-8%，补充性品牌的供应商毛利率结余 12-15%。同时，公司加盟店数量众多，并且在不断扩充之中，经销商在薄利多销的情况下，不仅能够实现规模销售的优势，还能够争取厂商更多的销售返利。

（3）公司在配送费的定价上有较强的谈判优势：1）公司加盟店数量众多并在不断发展中，拥有大量的客户资源，采购规模大；2）为提高运行效率并降低运行成本，公司对供应商实施动态管理，在动

态管理过程中，供应商更愿意对公司进行利益让渡，并向公司提供更优惠的退换货政策、保价补差与补偿条款等，从而与公司保持长期稳定的合作关系，实现共赢发展。

（4）在现行模式下，公司提供配送服务还有以下附加价值：1）公司根据 ERP 系统记录的配送情况按月向供应商提供核算数据，每月货款的统一核算，降低了供应商的核算成本；此外，公司还委托了第三方结算服务公司提供公司与加盟店、供应商之间以及供应商与加盟店之间的结算服务，节省了供应商的结算成本；2）公司不断优化品类结构，根据销售数据测算配送中心最佳库存结构，系统汇总各加盟店订单需求并设定上下限进行自动补货，供应商只需在送货周期内一次将商品配送至公司配送中心由公司代为保存和配送，公司的代存代配可以帮助供应商合理安排库存，减少库存占用资金及仓储成本；3）根据中国连锁经营协会的相关数据，我国供应商的结算周期在 50-70 天左右，而公司、供应商和加盟店之间采取月结的模式，相比其他客户，供应商资金周转快，降低了其财务成本。4）公司加盟店数量众多并在不断增长中，采购规模大，客户对接单单一，谈判、结算等隐性商业成本低。

综上，公司按货物价格收取 10.00%配送服务费的依据充分，具有合理性。

4、结论意见

经核查，主办券商认为：公司、供应商、加盟商三者之间的权利义务关系明确，存货风险与产品质量风险如何承担明确，符合商业逻辑。

辑及相关法律、法规的规定，配送服务费按照货物价格的 10%收取的依据充分，具有合理性。

3、请转券商核查报告期公司与供应商、加盟店之间是否存在纠纷，并发表明确意见，说明核查依据与核查方法。请公司补充披露。

【主办券商回复】

1、核查程序

与公司管理层进行访谈、与供应商进行访谈、核查加盟店退出相关文件、与现有加盟店店主进行访谈、实地考察退出店面原址情况、核查公司合同履行情况、查询最高人民法院裁判文书网、全国法院被执行人信息网。

2、事实依据

加盟店退出签署文件、退出店面实地情况、现有加盟店实际运营情况、合同履行情况、官方网站查询结果。

3、分析过程

经与管理层、供应商和加盟店店主进行访谈、核查公司与加盟店、供应商之间的合同履行情况，公司与加盟店和供应商之间合同如约履行，三方之间合作关系良好，认同并愿意维护现有的商业模式，建立了长期优质的商业伙伴关系，合作至今，三方之间不存在纠纷或潜在的纠纷。经核查加盟店退出的有关文件、实际考察退出店面，公司加盟店在退出的过程中与公司不存在纠纷。经访谈现有加盟店店主，公司现有加盟店整体运营状况良好，加盟店店主认可公司的运营模式，

与公司之间不存在纠纷或潜在的纠纷。

4、结论意见

经主办券商核查，公司与供应商和加盟店之间合同履行状况良好，三方认同并愿意维护现有的商业模式，建立了长期优质的商业伙伴关系，合作至今，三方之间不存在纠纷或潜在的纠纷。

【公司回复】

公司已在公开转让说明书中第二节公司业务之一、公司主营业务、主要产品或服务及其用途之（一）公司主营业务情况中对相关问题进行补充披露如下：

“此外，公司与供应商之间也建立了长期的良好的合作伙伴关系，公司与加盟店和供应商之间合同均如约履行，三方之间合作关系良好，认同并愿意维护现有的商业模式，合作至今，三方之间不存在纠纷或潜在的纠纷。”

4、反馈回复记载公司部分加盟店尚未取得所有应取得的资质，请主办券商及律师核查：前述加盟店是否存在无资质经营的问题，公司对加盟店资质要求和资质审查情况，公司业务经营是否合规，公司的相应法律和经营风险。

【主办券商回复】

1、核查程序

与公司管理层进行访谈、核查公司加盟费收入和品牌管理费收入情况、核查公司加盟店资质办理进展、核查公司加盟店受到行政处罚的情况。

2、事实依据

公司加盟业务合同、公司加盟费收入和品牌管理费收入情况、加盟店工商信息、加盟店的经营资质文件、加盟店受到行政处罚的情况。

3、分析过程

经主办券商核查，截至前次反馈回复之日公司尚未取得全部资质的加盟店情况如下：

序号	加盟店名称	类型	烟草专卖零售许可证	食品流通许可证
1	砀山县壹度便利朱静加盟超市	个体工商户	341321107979	正在办理
2	宿州市埇桥区赵辉砀山县壹度便利加盟店	个体工商户	341306119321	正在办理
3	宿州市埇桥区赵慧英砀山县壹度便利加盟店	个体工商户	341302122182	正在办理
4	宿州市埇桥区张军砀山县壹度便利加盟店	个体工商户	341302122184	正在办理
5	宿州市埇桥区高荣军砀山县壹度便利加盟店	个体工商户	341302122284	正在办理
6	宿州市埇桥区壹度便利恒大御景湾加盟店	个体工商户	正在办理	正在办理
7	砀山县壹度便利志坤加盟超市	个体工商户	正在办理	正在办理

截至本次反馈回复之日，公司上述加盟店资质取得情况如下：

序号	加盟店名称	类型	烟草专卖零售许可证	食品流通许可证
1	砀山县壹度便利朱静加盟超市	个体工商户	341321107979	JY13413210037319
2	宿州市埇桥区赵辉砀山县壹度便利加盟店	个体工商户	341306119321	JY13413020054111
3	宿州市埇桥区赵慧英砀山县壹度便利加盟店	个体工商户	341302122182	JY13413020054138
4	宿州市埇桥区张军砀山县壹度便利加盟店	个体工商户	341302122184	JY13413020050758
5	宿州市埇桥区高荣军砀山县壹度便利加盟店	个体工商户	341302122284	JY13413020054074
6	宿州市埇桥区壹度便利恒大御景湾加盟店	个体工商户	正在办理	JY13413020054162
7	砀山县壹度便利志坤加盟超市	个体工商户	341321108065	JY13413210037227

序号	加盟店名称	类型	烟草专卖零售许可证	食品流通许可证
	盟超市			

经主办券商核查，公司部分加盟店存在无资质经营的问题，已敦促公司进行整改。上述情况的形成，主要由于在国务院取消食品经营许可前置审批后，食品经营许可审批时间较长。公司由于在市场拓展中防范法律风险的意识不足，存在对加盟店资质要求和资质审查不严的情形，但公司积极敦促加盟店事先与当地主管机关沟通，加紧办理相应资质，并制定了严格的内控制度，加强对加盟店的日常监督和管理，防范加盟店的不规范行为给公司造成的恶劣影响。经主办券商核查，公司加盟店不存在发生食品安全事故、产品质量纠纷和受到行政处罚的情形。公司已按照主办券商的要求，严格审核接触中的有意向的加盟方的资质审核，杜绝未来加盟店存在无资质经营的情形。

经主办券商核查，截至本次反馈回复之日，公司现有加盟店均已取得《食品经营许可证》，公司尚未取得《烟草专卖许可证》的加盟店不存在烟草销售行为。

根据公司加盟店所在辖区的市场监督管理局和食品药品监督管理局出具的证明，公司加盟店所在辖区主管机关已知悉公司部分加盟店由于申请条件变更导致《食品经营许可证》审批时间较长的情况，不会对其在申办许可证期间的经营行为进行行政处罚。

公司加盟店无资质经营的行为存在潜在的受到行政处罚的法律风险，会给公司的声誉和收入造成不良影响。公司以往加盟店无资质经营的情形，是市场现状和法律风险意识薄弱造成的，但由于公司加

强了内部控制，积极敦促加盟店事先与当地主管机关沟通，加紧办理相应资质，并制定了严格的内控制度，加强对加盟店的日常监督和管理，防范加盟店的不规范行为给公司造成的恶劣影响。截至本反馈回复之日，公司加盟店不存在发生食品安全事故、产品质量纠纷和受到行政处罚的情形，不存在无经营资质仍进行经营的情况。公司已按照主办券商的要求，严格审核接触中的有意向的加盟方的资质审核，杜绝未来加盟店存在无资质经营的情形。

4、结论意见

经主办券商核查，公司加盟店不存在无《烟草专卖许可证》销售烟草的行为。公司现有加盟店均已取得《食品经营许可证》。

公司由于当地市场情况和法律风险意识薄弱，在市场拓展中对部分加盟店的资质要求和审核不严，部分加盟店存在无食品经营许可经营的问题，此类加盟店存在受到行政处罚的法律风险，会给公司的声誉和收入造成潜在的不良影响。

但公司部分加盟店上述无食品经营许可进行食品销售的行为当地主管机关已知悉，当地主管机关已出具证明不会对公司加盟店申办许可证期间的经营行为进行行政处罚。公司制定了严格的内控制度，加强对加盟店的日常监督和管理，防范加盟店的不规范行为给公司造成的恶劣影响。

截至本反馈回复之日，公司加盟店不存在发生食品安全事故、产品质量纠纷和受到行政处罚的情形。根据当地各主管机关出具的证明，公司也不存在上述情形，公司业务经营合法合规。公司已按照主办券

商的要求，严格审核潜在加盟客户的资质，杜绝未来加盟店存在无资质经营的情形，避免给公司声誉和日常经营造成不良影响。

5、请主办券商、律师、会计师核查前次反馈回复至今，公司是否存在应披露而未披露的关联方及关联交易，控股股东、实际控制人及其他关联方占用公司资金、资产或资源情形，并发表明确意见。说明核查方法。请公司补充披露。

【主办券商回复】

1、核查程序

主办券商履行了以下核查程序：

（1）访谈了公司实际控制人及财务负责人，了解公司实际控制人、董事、监事、高管对外投资及兼职情况；

（2）查阅审计报告、公司账簿、记账凭证等财务资料，核对公司其他应收款、其他应付款科目明细账，结合关联方清单判断公司与关联方之间发生的资金往来，判断是否存在关联方占用公司资金的情况；

（3）取得了关联方资金往来的相关原始凭证，包括银行对账单、银行转账回单等，核实关联方资金往来的形成及清理过程；

（4）通过与公司实际控制人、财务总监沟通，了解公司的关联方及其与公司之间发生资金往来情况；

（5）查阅了公司工商档案、历次三会决议等内部决策文件、《关联交易管理制度》；

(6) 取得了关联方出具的《规范及减少关联交易的承诺函》。

2、事实依据

审计报告、公司账簿、记账凭证、其他应收款、其他应付款科目明细账、银行对账单、银行转账回单、历次三会决议、《关联交易管理制度》、关联方出具的《规范及减少关联交易的承诺函》

3、分析过程

经主办券商访谈公司实际控制人及财务负责人，了解公司实际控制人、董事、监事、高管对外投资及兼职情况，核查公司的工商档案、三会资料，公司自前次反馈回复至今，三会决议中无关联交易议案，不存在应披露而未披露的关联方及关联交易；经主办券商查阅审计报告、公司账簿、记账凭证等财务资料，核对公司其他应收款、其他应付款科目明细账，查看关联方资金往来的相关原始凭证，了解公司的关联方及其与公司之间发生资金往来情况，取得关联方出具的《规范及减少关联交易的承诺函》，公司自前次反馈回复至今，不存在控股股东、实际控制人及其他关联方占用公司资金、资产或资源的情形。

4、结论意见

主办券商认为公司自前次反馈回复至今，不存在应披露而未披露的关联方及关联交易，也不存在控股股东、实际控制人及其他关联方占用公司资金、资产或资源的情形。

【公司回复】

无需补充披露。

6、基于前次反馈回复，请主办券商按照《关于对失信主体实施联合惩戒措施的监管问答》核查公司及相关主体是否存在新增失信联合惩戒事项，公司是否符合相关要求。

【主办券商回复】

1、核查程序

与公司法定代表人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员进行访谈；检索查询中国证监会主页、全国企业信用信息公示系统（<http://gsxt.saic.gov.cn/>）、中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn/>）、全国法院被执行人信息网（<http://zhixing.court.gov.cn/search/>）、全国法院失信被执行人名单信息公布与查询网（<http://shixin.court.gov.cn/>）；查询环保、质监、市场监督管理、税务、住建部门等监督管理机构的网站；查阅公司信用报告。

2、事实依据

公司法定代表人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的承诺函；各官方网站查询记录。

3、分析过程

通过与公司法定代表人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员进行访谈，公司及相关主体确认并承诺其自前次反馈回复至本次反馈回复之日不存在被处以行政处罚和刑事处罚的情形，不存在新增民事纠纷的情形，也不存在其他新增属于联合惩戒事项的情形。通过官方网站进行检索，公司以及公司的法定代表人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员自报告期期初至本次反馈回

复之日不存在新增纠纷事项、行政处罚和刑事处罚的情形、不存在被列入被执行人信息及失信被执行人名单的情况，也未出现被执行联合惩戒的情形。

4、核查结论

经核查，主办券商认为，申请挂牌公司及法定代表人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员非失信联合惩戒对象，自前次反馈回复至本次反馈回复之日不存在新增联合惩戒事项，公司符合监管要求。公司合法存续，公司、公司控股股东、法定代表人、董事、监事、高级管理人员均依法开展经营活动，合法规范经营，不存在《全国中小企业股份转让系统股票挂牌条件适用基本标准指引（试行）》、《全国中小企业股份转让系统挂牌业务问答—关于挂牌条件适用若干问题的解答（二）》等法律、行政法规、规章或规范性文件规定的不能在全国股份转让系统挂牌的情形，公司符合“合法规范经营”的挂牌条件，具备挂牌条件。

除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《全国中小企业股份转让系统挂牌条件适用基本标准指引（试行）》及《公开转让说明书内容与格式指引》补充说明是否存在涉及挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

【公司回复】

公司已按照《全国中小企业股份转让系统挂牌条件适用基本标准指引（试行）》及《公开转让说明书内容与格式指引》的规定进行核

查，公司现就投资者判断决策的其他重要事项补充说明如下：

（1）公司配送中心配送能力的问题：公司配送中心拥有配送人员 25 人，配送车辆仅 7 辆，与公司日均配送店面 60 余家，日均配货价值约 20 万元的能力是否相匹配？

公司全面实施品类管理，建立了高效的物流配送机制。品类管理是一个把品类作为战略业务来管理，以消费者为中心，通过全面的数据分析进行品类策略的制定和决策过程。品类管理的战术主要包括产品组合、货架优化、定价及促销、新产品引进、补货计划等。便利店与大型超市相比门店数量多、分布广泛、单店面积小，门店单品库存较少，配送具有多品种、小批量、高频率、多拆零、长距离的特点，如果完全依赖供应商或第三方物流配送，可能导致商品缺货或库存成本较高，门店接货工作量大，因此便利店对物流配送的要求显著高于大型超市。

一般来说，便利店行业影响物流配送能力与效率的因素主要以下几个方面：

- 1) 配送中心配送半径与店面集中度
- 2) 共同配送率
- 3) 配送流程与路线
- 4) 信息化程度
- 5) 快速的顾客需求反应

配送中心的配送半径关系到配送时效，对于便利店的补货是否及时至关重要。公司加盟便利店主要集中于砀山县、宿州市及淮北市区，

公司业务的发展，考虑到当地的交通状况而限定的 150 公里的配送半径，公配送中心位于砀山县，现有加盟店均位于配送半径 150 公里以内，能够实现配送需求。店面集中度决定了配送的便利度，公司的店面目前主要集中在砀山县及周边地区，配送中心也位于砀山县，节省了配送时间。

共同配送是指企业采取多种方式，进行横向联合、集约协调、求同存异以及效益共享。共同配送是在物流配送方面进行各企业的横向集成，在产品流通的过程中利用第三方的物流资源、设备及地理条件，减少企业的运输费用，降低企业的物流成本，实现物流环节的成本最低化。共同配送通过对运往某一相同地区的商品来进行集中运送，这么做的效果减少了装运的车辆，减少了车辆不必要的浪费，从而缓解其对城市交通的压力，实现了社会效益。公司代替供应商对加盟店实行统一配送，实现了共同配送，且共同配送率几近 100%，减少了装运的车辆，因此公司 7 辆车辆就满足了几十家店面的配送需求。

配送流程与配送线路是决定配送效率的因素之一。高效的配送流程和合理的配送线路能够提高配送的时效，保证配送的及时性，降低库存率，提升货品周转率。便利店的物流是典型的“零散配货”型，店铺多、分散、拆零量大、配货要求迅速、分拣速度快。公司在配送中心，为每个加盟店均建立了出库中心，将每个加盟店的订单需求先分拣至其出库中心，同时采用 ABC 分拣、小批量多批次配货、先进先出等管理方法提高配送中心的工作效率。此外，在长期的配送过程中，公司依据店面分布位置 and 当地交通状况，不断优化配送路线，保证配

送的时效。

信息化程度的高低，决定了订货与配货的快慢。公司与配送中心和加盟店使用共同的“百年”信息系统，对便利店的库存以及订单需求能够实现共享。便利店能够通过系统随时下单，公司总部能够实时了解便利店的库存情况和订单需求，配送中心也能及时收到订单需求，根据订单进行配货，从而实现快速订货与配货。

快速的顾客需求反映与物流配送体系相结合，通过对需求做出更快速的反应能提高商品配送的效率，进而满足消费者的需求。快速的顾客反应需求不仅能实现商品的优化组合，还能优化商品的库存，实现相应品类的固定需求。公司加盟店加盟前期通过市场调研周边消费者消费需求优化产品组合，后期通过百年 ERP 系统实时了解便利店商品销售情况和顾客的需求，及时优化商品组合，部分品类商品组合的固化也在一定程度上提高了配送效率。

综合以上各种因素，公司能够综合某一区域内多个加盟店的订单需求，统筹安排配送时间、次数、路线和货物数量，全面进行配送，从而减少了配送车辆，降低了运输成本；配送中心选址合理和较高的店铺集中度缩短了配送里程和提高了配送便利度；公司信息化系统的应用提升了订货与配货的速度和顾客需求反应，进而提升了配送效率；公司合理的配送流程、分拣程序、配送路线，降低了人工需求，提升了配送效率，因此公司配送中心完全能够满足公司当前业务的配送需求。

(2)公司店面布局的问题：公司目前加盟店多集中于砀山县城，

公司店面选址布局是否合理、布局密度如此之大的情况下加盟店能否实现盈利？

公司为所有的加盟店都会提供选址指导，制定了相应的选址标准：

源头把控	• 为保证店质要求，从源头物件基盘选定开始把控，根据既存店数据分析各商圈优劣，筛选基盘物件，包括来客数分析入店率、客单价
要点突出	• 位置：小区出入口或客流集中区域 • 人数数量：3000人以上；新小区建筑面积在6万平方米以上 • 是否有食堂、小区周边商业氛围情况 • 小区商圈数据：捕获率12%-18%、客单价13元。
现场踩点	• 时间段：平日、节假日各一次，分析一周平均人流量 • 年龄层：18-40岁为主要客群 • 观察动线验证是否为小区客群上下班、上下学、休闲娱乐出行动线 • 竞争对手：流动量、入店数、验证相关数据

公司目前加盟店主要集中于砀山县主要考虑到以下因素：

1) 了解本地消费文化和消费需求

公司总部位于砀山县，公司创始人也均为砀山人，对砀山消费文化和消费需求有着深刻的理解和认知。

2) 形成压倒性优势和实现规模效益

遍地开花的开店模式，有利于快速实现企业知名度的提升和压缩竞争对手的生存空间并实现规模效益。

3) 降低物流配送成本，保证配送效率和顾客满意度

便利店配送具有多品种、小批量、高频率、多拆零、长距离的特点，集中开店的模式为公司实现统一及时配送提供良好的条件，有效的降低了公司的配送人员、配送车辆、配送效率方面的压力，保证加盟店配货的及时性和顾客的满意度，进而提升企业品牌形象。

公司所在地砀山县人口约 100 万左右，其中公司砀山县主要便利店所在地位于主城区砀城镇，人口约 21 万左右，按照公司开店标准，理论店面数可达 70 家，实际店面数约 40 余家，整体相对合理。

根据公司统计数据，上述区域内部分加盟店 2017 年经营情况如下：

1) 砀山县壹度便利李娜加盟超市：位于开阳小区大门南侧，小区内共 850 余户，目前居住人口 3,000 余人。2017 年度该店销售额约 394 万，盈利约 17.33 万；

2) 砀山县壹度便利美侠加盟超市：毗邻砀山火车站，人流量约 6,000 人/天，2017 年度该店销售额约 287 万，盈利约 17.22 万；

3) 砀山县壹度便利王膺加盟超市：位于万景观邸小区东门北侧，小区内共 2,800 户，目前居住人口 10,000 人，该店位于东门，人流量约 4,000 人/天。2017 年度该店销售额约 291 万，盈利约 16.70 万；砀山县壹度便利万景加盟超市位于万景观邸小区南门，2017 年度销售额约 179 万，全年盈利约 9.36 万；

4) 砀山县壹度便利秋玲加盟超市：位于紫馨花园小区东门北侧，小区内共 1,600 余户，目前居住人口 6,000 余人。2017 年度该店销售额约 216 万，盈利约 10.12 万；

5) 砀山县壹度便利史双加盟超市：位于金利小区西门，小区内共 3,000 余户，目前居住人口 10,000 余人。2017 年度该店销售额约 213 万，盈利约 13.57 万；砀山县壹度便利刘莉莉加盟超市位于金利小区北门，2017 年度销售额约 140 万，盈利约 9.4 万；砀山县壹度便

利李鸽加盟超市位于金利小区南门，2017 年度销售额约 187 万，盈利约 10.22 万。

综上所述，公司对于加盟店的选址制定了严格的标准，集中布局的模式有利于公司实现规模优势，提升配送效率，公司加盟店整体布局合理，能够有效实现盈利。

（3）公司采购模式的问题：公司的采购分为自营门店的采购和加盟店的代采购。公司为了加强对加盟店的控制，实现对加盟店的统一管理，维护品牌形象和实现合作共赢，所有直营店及加盟店销售商品目录由公司确定并由公司代理加盟店筛选供应商，公司通过直营店和加盟店规模采购的优势与供应商进行集中谈判，降低采购成本。加盟店按公司与供应商谈判后的统一价格进行采购，公司为供应商提供相关配送服务，从而实现采购的规模优势以及对供应商和商品质量的把控。

自营门店的采购在集中谈判时进行确定，但采购货款的结算由公司与供应商之间直接进行结算。加盟店的采购方面，公司禁止加盟店独自采购销售商品结构目录中的商品，也不允许供应商私下为加盟店配送商品。公司作为加盟店的代理人，代理加盟店筛选供应商进行公司制定的销售商品结构中商品的采购，所采购的商品由公司在自己的配送中心保管并为供应商配送至各加盟店，公司为供应商提供加盟店采购商品的配送服务和货物保管服务，从而向供应商收取配送费，采购商品的货款由加盟店与供应商直接进行结算。

公司设立专门的采购部，负责制订企业年度、季度、月度商品采

购计划和销售计划。采购部及时跟踪商品库存情况，控制采购进度、入库时间等。同时，由采购部负责招商谈判，供货商实地考察、选定，供货商资信材料及商品销售手续，签订商品购销合同、协议。采购部协同门店、营运部、财务部、信息部实施商品的订货、补退货及盘点等业务。

在采购前，采购部会在市场调研分析消费者消费心理和消费需求以及商品结构分析的基础上，实施商品种类和数量的科学引进，根据不同门店周边消费者的消费需求以及销售数据不断优化品类组合及货架配比。每月根据实际销售排行及毛利贡献调整各分类内商品，并做出新品替代。各分类商品严格选择同类中畅销品牌及单品、网络畅销单品、知名品牌等，从而制定出严格的商品目录。

采购时，在供应商的选择上，采购部通过考核供应商的产品质量、产品价格、供货能力、供货时效、售后服务、商家信誉、市场接受度等多方面最终筛选出最优供应商，并通过 ERP 系统进行供应商管理。采购部筛选出最优供应商后将筛选结果反馈给采购部业务部负责人，经财务部负责人、公司总经理审核确认后，公司及加盟店与指定的供应商签订采购合同。公司向供应商提供直营店及加盟店需要的商品清单并由公司将商品配送至直营店及加盟店。供应商所送达的商品验收合格即可入库，入库手续办理完毕后，即视为供应商已经交货，公司为供应商提供场所，保管商品，商品所有权属于供应商。采购部对供应商实行动态考核、监督检查，建立与优质供应商的长期稳定的合作关系。

日常经营中，直营店及加盟店直接通过公司的门店管理系统提出货品需求或公司商品管控系统根据各店面存货情况自动生成补货清单，由采购部及时向供应商订货并跟踪商品库存情况，控制采购进度、入库时间等。

商品入库后，公司对存货实行统一管理。公司配送中心分为供应商送货区、分拣区和配送区。供应商送货后，配送中心检查货品规格、数量、包装等是否合格并在验收单上签字；分拣区工作人员按照百年 ERP 系统上显示的各店面需求分拣商品，分拣后将不同店面需求的商品摆放在配送区；配送人员根据配送路线将商品配送至各店面；配送人员按店面需求配送商品后取得经加盟店人员签字的商品调拨单。

公司财务部每月通过百年 ERP 系统取得供应商送货数量及金额，并与采购订单、验收单核对，与供应商对账后确定采购金额，经财务部负责人、总经理审批后支付货款并取得采购发票。

公司在公开转让说明书第二节公司业务之六、公司商业模式之

（二）采购模式中补充修订披露如下：

“公司的采购分为自营门店的采购和加盟店的代采购。公司为了加强对加盟店的控制，实现对加盟店的统一管理，维护品牌形象和实现合作共赢，所有直营店及加盟店销售商品目录由公司确定并由公司代理加盟店筛选供应商，公司通过直营店和加盟店规模采购的优势与供应商进行集中谈判，降低采购成本。加盟店按公司与供应商谈判后的统一价格进行采购，公司为供应商提供相关配送服务，从而实现采购的规模优势以及对供应商和商品质量的把控。

自营门店的采购在集中谈判时进行确定，但采购货款的结算由公司与供应商之间进行结算。加盟店的采购方面，公司禁止加盟店独自采购销售商品结构目录中的商品，也不允许供应商私下为加盟店配送商品。公司作为加盟店的代

理人，代理加盟店筛选供应商进行公司制定的销售商品结构中商品的采购，所采购的商品由公司在自己的配送中心保管并为供应商配送至各加盟店，公司为供应商提供加盟店采购商品的配送服务和货物保管服务，从而向供应商收取配送费，采购商品的货款由加盟店与供应商进行结算。

公司设立专门的采购部，负责制订企业年度、季度、月度商品采购计划和销售计划。采购部及时跟踪商品库存情况，控制采购进度、入库时间等。同时，由采购部负责招商谈判，供货商实地考察、选定，供货商资信材料及商品销售手续，签订商品购销合同、协议。采购部协同门店、营运部、财务部、信息部实施商品的订货、补退货及盘点等业务。

在采购前，采购部会在市场调研分析消费者消费心理和消费需求以及商品结构分析的基础上，实施商品种类和数量的科学引进，根据不同门店周边消费者的消费需求以及销售数据不断优化品类组合及货架配比。每月根据实际销售排行及毛利贡献调整各分类内商品，并做出新品替代。各分类商品严格选择同类中畅销品牌及单品、网络畅销单品、知名品牌等，从而制定出严格的商品目录。

采购时，在供应商的选择上，采购部通过考核供应商的产品质量、产品价格、供货能力、供货时效、售后服务、商家信誉、市场接受度等多方面最终筛选出最优供应商，并通过 ERP 系统进行供应商管理。采购部筛选出最优供应商后将筛选结果反馈给采购部业务部负责人，经财务部负责人、公司总经理审核确认后，公司及加盟店与指定的供应商签订采购合同。公司向供应商提供直营店及加盟店需要的商品清单并由公司将商品配送至直营店及加盟店。供应商所送达的商品验收合格即可入库，入库手续办理完毕后，即视为供应商已经交货，公司为供应商提供场所，保管商品，商品所有权属于供应商。采购部对供应商实行动态考核、监督检查，建立与优质供应商的长期稳定的合作关系。

日常经营中，直营店及加盟店直接通过公司的门店管理系统提出货品需求或公司商品管控系统根据各店面存货情况自动生成补货清单，由采购部及时向供应商订货并跟踪商品库存情况，控制采购进度、入库时间等。

商品入库后，公司对存货实行统一管理。公司配送中心分为供应商送货区、分拣区和配送区。供应商送货后，配送中心检查货品规格、数量、包装等是否

合格并在验收单上签字；分拣区工作人员按照百年 ERP 系统上显示的各店面需求分拣商品，分拣后将不同店面需求的商品摆放在配送区；配送人员根据配送路线将商品配送至各店面；配送人员按店面需求配送商品后取得经加盟店人员签字的商品调拨单。

公司财务部每月通过百年 ERP 系统取得供应商送货数量及金额，并与采购订单、验收单核对，与供应商对账后确定采购金额，经财务部负责人、总经理审批后支付货款并取得采购发票。

配送中心存放的商品，需要配送给加盟店的商品所有权人为供应商，不计入公司存货；需要配送给直营店和订货宝客户的商品所有权人为壹度股份，计入公司存货。

公司存货盘点时不区分供应商所有权或公司所有权，对配送中心存放商品全面盘点，将存货盘点数量与百年 ERP 系统中记录的数量核对，总数一致即说明公司存货数量完整、准确。

报告期各期末公司不存在滞销商品。公司商品由采购中心进行采购，会每月定期对库存情况进行盘点。公司在采购前会对周边消费者的消费需求进行分析，并进行产品品类的优化组合；不同的店面，商品种类也不完全相同，对于销售不畅的商品会及时下架并在临期前与供应商进行退换货。对于畅销的商品，公司使用的百年 ERP 系统也能及时监测到库存变化并及时进行补货。因此，公司不存在滞销和过期的商品。”

【主办券商回复】

主办券商已按照《全国中小企业股份转让系统挂牌条件适用基本标准指引（试行）》及《公开转让说明书内容与格式指引》的规定进行核查，公司在本次反馈回复中补充说明的影响投资者的重要事项属实，不存在误导性陈述、虚假披露或重大遗漏，除上述补充说明事项外，公司不存在涉及挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（本页无正文，为《关于安徽壹度品牌运营股份有限公司挂牌申请文件第二次反馈意见的回复》之主办券商签章页）

项目内核专员： 程璐
程璐

项目负责人： 陈立先
陈立先

项目组成员： 陈立先
陈立先

李纪中
李纪中

王瑞
王瑞

唐清清
唐清清


国融证券股份有限公司
2018 年 1 月 23 日

（本页无正文，为《国融证券股份有限公司并安徽壹度品牌运营股份有限公司关于安徽壹度品牌运营股份有限公司挂牌申请文件的第二次反馈意见回复》之公司签字盖章页）

法定代表人： 谭辉

谭辉
安徽壹度品牌运营股份有限公司
2018 年 1 月 23 日

