

创业板风险提示：本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。



首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书 (申报稿)

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）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）



(北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼)

发行概况

发行股票类型：	人民币普通股（A股）
本次拟发行新股数量	本次拟公开发行股票不超过 2,500 万股，公开发行股票数量占发行后公司总股本的比例不低于 25%；本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。
每股面值：	人民币 1.00 元
每股发行价格：	【】元
预计发行日期：	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所：	深圳证券交易所
发行后总股本：	不超过 10,000 万股
保荐人、主承销商：	中信建投证券股份有限公司
招股说明书签署日期：	【】年【】月【】日

发行人声明

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

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

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

证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给他人造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会对本次发行所作的任何决定或意见，均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者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；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。

重大事项提示

发行人提醒投资者特别关注下列重要事项并认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容。

一、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向等承诺

（一）股份锁定承诺

1、发行人控股股东、实际控制人王牧、徐松莉夫妇承诺

本人持有的发行人股份真实、合法、有效，出资资金来源合法，不存在委托持股或信托持股的情形，不存在质押、冻结或其他任何股东权利受到限制的情形，亦不存在任何纠纷或潜在纠纷。

本人承诺自发行人首次公开发行的股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人在品渥食品首次公开发行股票前直接或间接持有的品渥食品股份，也不由公司回购本人持有的该等股份。

在本人（或本人的配偶）担任品渥食品董事、监事和高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接（或间接）持有的品渥食品股份总数的 25%，本人离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的品渥食品股份。

如本人在品渥食品首次公开发行股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不得转让本人直接（或间接）持有的品渥食品股份；在首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不得转让本人直接（或间接）持有的品渥食品股份。

如在上述锁定期满后两年内减持所持品渥食品股票的，减持价格不低于本次发行的发行价。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。品渥食品上市后 6 个月内如品渥食品股票连续 20 个交易日的收盘价均低于本次发行的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于本次发行的发行价，持有的品渥食品股

票将在上述锁定期限届满后自动延长 6 个月的锁定期。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。上述股份锁定、减持价格承诺不因其职务变更、离职等原因而终止。本人减持股份时将遵守相关法律法规及深圳证券交易所规则等要求。

2、发行人股东、董事吴柏赓、宋奇峰承诺

本人承诺自发行人首次公开发行的股票在证券交易所上市交易之日起十二个月内，本人不转让或者委托他人管理本人在发行人首次公开发行股票前直接或间接持有的发行人股份，也不由公司回购本人持有的该等股份。

在本人担任发行人董事、监事和高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接（或间接）持有的发行人股份总数的 25%，本人离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的发行人股份。

如本人在发行人首次公开发行股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不得转让本人直接（或间接）持有的发行人股份；在首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不得转让本人直接（或间接）持有的发行人股份。

如在上述锁定期满后两年内减持所持品渥食品股票的，减持价格不低于本次发行的发行价。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。品渥食品上市后 6 个月内如品渥食品股票连续 20 个交易日的收盘价均低于本次发行的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于本次发行的发行价，其持有的品渥食品股票将在上述锁定期限届满后自动延长 6 个月的锁定期。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。上述股份锁定、减持价格承诺不因其职务变更、离职等原因而终止。本人减持股份时将遵守相关法律法规及深圳证券交易所规则等要求。

3、发行人股东熹利投资承诺

本企业持有的发行人股份真实、合法、有效，出资资金来源合法，不存在委托持股或信托持股的情形，不存在质押、冻结或其他任何股东权利受到限制的情形，亦不存在任何纠纷或潜在纠纷。

自发行人股票上市之日起三十六个月内，本企业不转让或者委托他人管理本次发行前所直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本次发行前所直接和间接持有的发行人股份。

发行人上市后六个月内，如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格（发行人如有分红、派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，则作除权除息处理，下同），或者上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于首次公开发行价格，则本企业持有的发行人股票的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长六个月。

本企业在上述锁定期届满后两年内减持发行人股票的，减持价格不低于发行人首次公开发行价格。

4、发行人董事赵宇宁、朱国辉，监事陈建华、李斌楨承诺

本人承诺自发行人首次公开发行的股票在证券交易所上市交易之日起十二个月内，本人不转让或者委托他人管理本人在发行人首次公开发行股票前直接或间接持有的发行人股份，也不由公司回购本人持有的该等股份。

在本人担任发行人董事、监事和高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接（或间接）持有的发行人股份总数的 25%，本人离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的发行人股份。

如本人在发行人首次公开发行股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不得转让本人直接（或间接）持有的发行人股份；在首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不得转让本人直接（或间接）持有的发行人股份。

如在上述锁定期满后两年内减持所持品渥食品股票的，减持价格不低于本次发行的发行价。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。品渥食品上市后 6 个月内如品渥食品股票连续 20 个交易日的收盘价均低于本次发行的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于本次发行的发行价，其持有的品渥食品股票将在上述锁定期限届满后自动延长 6 个月的锁定期。如遇除权除息事项，

上述发行价作相应调整。上述股份锁定、减持价格承诺不因其职务变更、离职等原因而终止。本人减持股份时将遵守相关法律法规及深圳证券交易所规则等要求。

5、发行人监事田道扬承诺

本人承诺自发行人首次公开发行的股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人在发行人首次公开发行股票前直接或间接持有的发行人股份，也不由公司回购本人持有的该等股份。

在本人担任发行人董事、监事和高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接（或间接）持有的发行人股份总数的 25%，本人离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的发行人股份。

如本人在发行人首次公开发行股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不得转让本人直接（或间接）持有的发行人股份；在首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不得转让本人直接（或间接）持有的发行人股份。

如在上述锁定期满后两年内减持所持品渥食品股票的，减持价格不低于本次发行的发行价。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。品渥食品上市后 6 个月内如品渥食品股票连续 20 个交易日的收盘价均低于本次发行的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于本次发行的发行价，其持有的品渥食品股票将在上述锁定期限届满后自动延长 6 个月的锁定期。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。上述股份锁定、减持价格承诺不因其职务变更、离职等原因而终止。本人减持股份时将遵守相关法律法规及深圳证券交易所规则等要求。

（二）发行前持股 5% 以上股东的持股意向和减持意向

1、发行人控股股东、实际控制人王牧、徐松莉夫妇承诺

本人已作出关于所持公司股份流通限制及自愿锁定的承诺，在限售期内，不出售本次公开发行前持有的公司股份。

上述锁定期届满后两年内，在满足以下条件的前提下，可进行减持：（1）上述锁定期已届满且没有延长锁定期的相关情形；如有延长锁定期的相关情形，则延长锁定期已届满。（2）如发生本人需向投资者进行赔偿的情形，本人已经依法承担赔偿责任。

本人在锁定期届满后两年内减持所持公司股票的，将通过法律法规允许的交易方式进行减持，并通过公司在减持前3个交易日予以公告；减持数量每年不超过本人直接（或间接）持有公司股票数量的10%，减持价格不低于发行价（自公司股票上市至其减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价下限和股份数将相应进行调整）。

如未履行上述承诺出售股票，则本人应将违反承诺出售股票所取得的收益（如有）上缴公司所有，并将赔偿因违反承诺出售股票给公司或其他股东因此造成的损失。

2、发行人股东、董事吴柏赓承诺

本人已作出关于所持公司股份流通限制及自愿锁定的承诺，在限售期内，不出售本次公开发行前持有的公司股份。

上述锁定期届满后两年内，在满足以下条件的前提下，可进行减持：（1）上述锁定期已届满且没有延长锁定期的相关情形；如有延长锁定期的相关情形，则延长锁定期已届满。（2）如发生本人需向投资者进行赔偿的情形，本人已经依法承担赔偿责任。

本人在锁定期届满后两年内减持所持公司股票的，将通过法律法规允许的交易方式进行减持，并通过公司在减持前3个交易日予以公告；减持数量每年不超过本人直接（或间接）持有公司股票数量的10%，减持价格不低于发行价（自公司股票上市至其减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价下限和股份数将相应进行调整）。

如未履行上述承诺出售股票，则本人应将违反承诺出售股票所取得的收益（如有）上缴公司所有，并将赔偿因违反承诺出售股票给公司或其他股东因此造成的损失。

3、发行人股东熹利投资承诺

本企业已作出关于所持公司股份流通限制及自愿锁定的承诺，在限售期内，不出售本次公开发行前持有的公司股份。

本企业所持品渥食品股份目前不存在权属纠纷、质押、冻结等依法不得转让或其他有争议的情况。

上述锁定期届满后两年内，在满足以下条件的前提下，本企业可进行减持：上述锁定期已届满且没有延长锁定期的相关情形；如有延长锁定期的相关情形，则延长锁定期已届满。如发生本企业需向投资者进行赔偿的情形，本企业已经依法承担赔偿责任。

本企业在锁定期届满后两年内减持所持公司股票，将通过法律法规允许的交易方式进行减持，并通过公司在减持前3个交易日予以公告；减持数量每年不超过本企业直接（或间接）持有公司股票数量的50%，减持价格不低于发行价（自公司股票上市至其减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价下限和股份数将相应进行调整）。

本企业若违反上述减持承诺的，该次减持股份所得收益将归公司所有。

若未履行上述承诺（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等无法控制的客观原因导致的除外），造成投资者和品渥食品损失的，本企业将依法赔偿损失。

4、发行人股东、董事宋奇峰承诺

本人已作出关于所持公司股份流通限制及自愿锁定的承诺，在限售期内，不出售本次公开发行前持有的公司股份。

上述锁定期届满后两年内，在满足以下条件的前提下，可进行减持：（1）上述锁定期已届满且没有延长锁定期的相关情形；如有延长锁定期的相关情形，则延长锁定期已届满。（2）如发生本人需向投资者进行赔偿的情形，本人已经依法承担赔偿责任。

本人在锁定期届满后两年内减持所持公司股票的，将通过法律法规允许的交易方式进行减持，并通过公司在减持前 3 个交易日予以公告；减持数量每年不超过本人直接（或间接）持有公司股票数量的 10%，减持价格不低于发行价（自公司股票上市至其减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价下限和股份数将相应进行调整）。

如未履行上述承诺出售股票，则本人应将违反承诺出售股票所取得的收益（如有）上缴公司所有，并将赔偿因违反承诺出售股票给公司或其他股东因此造成的损失。

二、稳定股价预案

公司 2018 年第一次临时股东大会审议通过了《品渥食品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年内稳定公司股价预案》，具体内容如下：

（一）启动条件

自公司首次公开发行股票并在创业板上市之日起 36 个月内，当公司股票连续 20 个交易日收盘价均低于公司最近一年末经审计的每股净资产时（如果最近一年末审计基准日后，公司因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等导致净资产发生变化的，每股净资产相应进行调整），公司将实施相关稳定股价的方案，并提前公告具体实施方案。

（二）终止实施条件

在稳定股价方案实施期间，如果公司股票连续 20 个交易日收盘价均高于公司最近一年末经审计的每股净资产，则终止实施方案。

（三）责任主体

应采取稳定股价措施的责任主体包括本公司、控股股东、实际控制人、非独立董事、高级管理人员以及自公司上市起三年内新聘任的非独立董事、高级管理人员。

（四）稳定股价的具体措施

1、公司回购股份

公司应当在符合股票交易相关规定的前提下，按照稳定股价方案确定的回购金额和回购期间，通过集中竞价交易、要约或证券监督管理部门认可的其他方式回购公司股份，并保证回购实施完毕后，公司的股权分布仍符合上市条件。

公司在制定稳定股价方案时，将根据公司的财务状况、资金需求确定具体回购金额，且符合下列限定条件：

（1）单次用于回购公司股份的资金总额不超过公司上一年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%。

（2）单一会计年度用于回购公司股份的资金总额累计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 50%。

（3）公司累计用于回购公司股份的资金总额不超过公司首次公开发行新股所募集资金的净额。

具体实施方案将在公司依法召开董事会、股东大会做出股份回购决议后公告。在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。如果回购方案实施前公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

2、控股股东、实际控制人王牧和徐松莉增持公司股份

公司实际控制人王牧、徐松莉夫妇应当在符合股票交易相关规定的前提下，按照稳定股价方案确定的增持金额和增持期间，以自有资金通过集中竞价交易方式增持公司股份，并保证增持实施完毕后，公司的股权分布仍符合上市条件。

增持金额应符合下列限定条件：

（1）本人应于触发稳定股价义务之日起 3 个月内增持公司股票，增持价格不超过公司上一会计年度未经审计的每股净资产的价格；

(2) 单次增持资金金额不低于自公司上市后应得公司现金分红累计金额的 15%；

(3) 单一会计年度或连续 12 个月累计用以增持的金额不高于自公司上市后应得公司现金分红累计金额的 50%。

除因继承、被强制执行等情形必须转让公司股份或触发稳定股价方案终止实施条件外，在董事会、股东大会审议稳定股价方案及方案实施期间，公司实际控制人王牧、徐松莉夫妇不得转让其持有的公司股份。除经公司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、董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股份

董事（独立董事除外）、高级管理人员应当在符合股票交易相关规定的前提下，按照稳定股价方案确定的增持金额和增持期间，以自有资金通过集中竞价交易方式增持公司股份，并保证增持实施完毕后，公司的股权分布仍符合上市条件。

增持金额应符合下列限定条件：

(1) 本人应于触发稳定股价义务之日起 3 个月内增持公司股票，增持价格不超过公司上一会计年度未经审计的每股净资产的价格；

(2) 单次用以增持的金额不低于其上一年度从公司领取的税后薪酬总额的 15%；

(3) 单一会计年度或连续 12 个月累计用以增持的金额不高于其上一年度从公司领取的税后薪酬总额的 50%。

除因继承、被强制执行等情形必须转让公司股份或触发稳定股价方案终止实施条件外，在董事会、股东大会审议稳定股价方案及方案实施期间，公司董事（独立董事除外）、高级管理人员不得转让其持有的公司股份。除经公司股东大会非关联股东同意外，不由公司回购其持有的股份。

触发前述股价稳定措施的启动条件时，其不因在股东大会审议通过股价稳定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。

（五）稳定股价方案实施的顺位要求

稳定股价方案的实施，以公司回购股票为第一顺位，以控股股东、实际控制人王牧、徐松莉夫妇增持公司股票为第二顺位，董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票为第三顺位。

若公司实施回购股票程序后，公司股价仍未达到股价稳定方案终止实施条件的，则由控股股东、实际控制人王牧、徐松莉夫妇增持股票；若控股股东、实际控制人王牧、徐松莉夫妇按承诺的最高金额增持后，公司股价仍未达到股价稳定方案终止实施条件的，则由董事（独立董事除外）、高级管理人员增持股票。

（六）不履行承诺的约束措施

1、公司承诺：在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司未采取上述稳定股价的具体措施，公司将在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、控股股东、实际控制人王牧、徐松莉夫妇：本人如未按照公司上市后三年内稳定股价措施的预案的规定提出以及实施股票增持计划的，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；将暂停取得应直接或间接获得的公司现金分红并暂停在公司领取薪酬，直至前述暂停领取的加总金额达到本人自公司上市后应得公司现金分红累计金额的 50%。

3、公司董事（独立董事除外）、高级管理人员承诺：本人如未按照公司上市后三年内稳定股价措施的预案的规定提出以及实施股票增持计划的，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；将暂停取得应直接或间接获得的公司现金分红并暂停在公司领取薪酬，直至前述暂停领取的加总金额达到本人上一年度从公司领取的税后薪酬总额的 50%。

三、公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性的承诺

（一）发行人的承诺

本公司保证首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书内容真实、准确、完整、及时，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

本公司招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将回购首次公开发行的全部新股；本公司承诺在上述违法违规行为被证券监管机构认定或司法部门判决生效后1个月内启动股票回购程序。回购价格按照证监会、交易所颁布的规范性文件依法确定，但不低于回购时的股票市场价格。

本公司招股说明书如有虚假记载、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，本公司承诺依法赔偿投资者损失。

有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2号）等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。

（二）控股股东、实际控制人王牧和徐松莉夫妇的承诺

公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如公司招股说明书被证券监督管理部门认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将敦促公司按照公司股票二级市场的价格依法回购首次公开发行的全部新股，并依法购回本人已转让的原限售股份。如果因公司股票发生权益分派、公积金转增股本、配股等原因导致公司股份变化的，回购数量将相应调整。

如公司招股说明书被证券监督管理部门认定存在虚假记载、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，本人将依法赔偿投资者损失。

（三）公司董事、监事、高级管理人员的承诺

公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将就上述事项依法赔偿投资者损失。

本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

四、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

（一）保荐机构（主承销商）中信建投证券股份有限公司的承诺

本保荐机构已对发行人招股说明书进行了核查，确认其不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。本保荐机构为发行人本次发行出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

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

如因本保荐机构的过错（包括未能勤勉尽责、未能保持职业审慎等）而导致为发行人本次发行制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在买卖发行人股票时遭受实际损失（包括投资者的投资差额损失、投资差额损失部分的佣金和印花税等），在该等事实被认定后，本保荐机构将

按照《中华人民共和国证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2号）等法律法规的规定与发行人及其他过错方向投资者依法承担损失赔偿责任，以确保投资者的合法权益得到保护。

（二）发行人律师北京市中伦律师事务所承诺

本所为发行人本次发行上市制作、出具的上述法律文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因本所过错致使上述法律文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接损失的，本所将依法与发行人承担连带赔偿责任。

作为中国境内专业法律服务机构及执业律师，本所及本所律师与发行人的关系受《中华人民共和国律师法》的规定及本所与发行人签署的律师聘用协议所约束。本承诺函所述本所承担连带赔偿责任的证据审查、过错认定、因果关系及相关程序等均适用本承诺函出具之日有效的相关法律及最高人民法院相关司法解释的规定。如果投资者依据本承诺函起诉本所，赔偿责任及赔偿金额由被告所在地或发行人本次公开发行股票上市交易地有管辖权的法院确定。

（三）发行人会计师立信会计师事务所（特殊普通合伙）的承诺

1、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、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。

2、本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，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。

3、如因我们的过错，证明本所及签字注册会计师为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法与发行人及其他中介机构承担连带赔偿责任。

五、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

首次公开发行股票后，公司股本及净资产将大幅增加，但鉴于募集资金投资项目需要一定的建设周期，净利润可能不会同步大幅增长。因此，本次发行后，预计短期内公司每股收益、净资产收益率等财务指标将出现一定幅度地下降，投资者面临公司首次公开发行股票并在创业板上市后即期回报被摊薄的风险。为降低本次发行摊薄即期回报的影响、充分保障中小股东的利益，公司承诺将采取如下措施实现主营业务的可持续发展。

（一）填补被摊薄即期回报的措施

1、保证募集资金规范、有效使用，实现项目预期回报

本次发行募集资金到账后，公司将开设董事会决定的募集资金专项账户，并与开户行、保荐机构签订募集资金三方监管协议，确保募集资金专款专用。同时，公司将严格遵守资金管理制度和《募集资金管理制度》的规定，在进行募集资金项目投资时，履行资金支出审批手续，明确各控制环节的相关责任，按项目计划申请、审批、使用募集资金，并对使用情况进行内部考核与审计。

2、积极稳妥地实施募集资金投资项目

本次募集资金拟投资于渠道建设及品牌推广项目、翻建生产及辅助用房项目、整体信息化建设项目以及补充流动资金项目，上述项目的实施可有效优化公司业务结构，积极开拓新的市场空间，巩固和提升公司的市场地位和竞争能力，提升公司的盈利能力。公司已对募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，对募投项目所涉及行业进行了深入的了解和分析，结合行业趋势、市场容量、技术水平及公司自身的基本情况，最终拟定了项目规划。本次募集资金到位后，公司将加快推进募投项目实施，争取募集资金投资项目按计划顺利建成。

3、提高资金运营效率

公司将进一步提高资金运营效率，降低公司运营成本，通过加快新产品研发、加强市场推广等手段提升公司经营业绩，应对行业波动和行业竞争给公司经营带来的风险，保证公司长期的竞争力和持续盈利能力。

4、完善内部控制，加强资金使用管理和对管理层考核

公司将进一步完善内部控制，加强资金管理，防止资金被挤占挪用，提高资金使用效率。严格控制公司费用支出，加大成本控制力度，提升公司利润率。加强对管理层的考核，将管理层薪酬水平与公司经营效益挂钩，确保管理层恪尽职守、勤勉尽责。

5、完善利润分配制度

公司制定了详细的利润分配原则、利润分配形式、利润分配的时间间隔、利润分配的条件、利润分配的比例、利润分配的决策程序和机制、利润分配政策的信息披露、利润分配政策的调整机制；在具备现金分红条件下，公司应当优先采用现金分红进行利润分配，且公司每年以现金分红方式分配的利润不低于当年实现的可供分配利润的10%。此外，公司还制定了《品渥食品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后前三年股东分红回报规划》，进一步明确了上市后三年的利润分配方案。

6、其他方式

公司承诺未来将根据中国证监会、证券交易所等监管机构出台的具体细则及要求，持续完善填补被摊薄即期回报的各项措施。

上述填补回报措施的实施，有利于增强公司的核心竞争力和持续盈利能力，增厚未来收益，填补股东回报。然而，由于公司经营面临的内外部风险客观存在，上述措施的实施不等于对公司未来利润做出保证。

（二）控股股东、实际控制人的承诺

公司控股股东、实际控制人王牧、徐松莉夫妇对上述填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺如下：

- 1、不越权干预公司经营管理；
- 2、不侵占公司利益；
- 3、督促公司切实履行填补回报措施。

如违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人愿意承担相应的法律责任。

（三）全体董事、高级管理人员的承诺

公司董事、高级管理人员对上述填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺如下：

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公司利益；

2、对本人的职务消费行为进行约束；

3、不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

4、由董事会或薪酬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、如公司拟实施股权激励，拟公布的公司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。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人做出相关处罚或采取相关监管措施。

六、发行人及其控股股东、实际控制人、公司董事、监事及高级管理人员等责任主体未能履行承诺时的约束措施

（一）发行人未能履行承诺时的约束措施

1、如本公司承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因导致的除外），本公司将采取以下措施：

（1）及时、充分披露本公司承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）在有关监管机关要求的期限内予以纠正；

（3）如该违反的承诺属可以继续履行的，本公司将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本公司将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议；

（4）自本公司完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本公司将不得发行证券，包括但不限于股票、公司债券、可转换的公司债券及证券监督管理部门认可的其他品种等；

（5）自本公司完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本公司不得以任何形式向本公司之董事、监事、高级管理人员增加薪资或津贴；

（6）本公司承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本公司依法赔偿投资者的损失；本公司因违反承诺有违法所得的，按相关法律法规处理；

（7）其他根据届时规定可以采取的约束措施。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本公司自身无法控制的客观原因，导致本公司承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的，本公司将采取以下措施：

（1）及时、充分披露本公司承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护投资者的权益。

（二）控股股东、实际控制人未能履行承诺时的约束措施

1、如本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

（1）通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；

(2) 在有关监管机关要求的期限内予以纠正；

(3) 如该违反的承诺属可以继续履行的，本人将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交发行人股东大会审议；

(4) 本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本人依法赔偿投资者的损失，补偿金额由本人与投资者协商确定；本人因违反承诺所得收益，将上缴发行人所有；

(5) 其他根据届时规定可以采取的约束措施。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本人自身无法控制的客观原因，导致本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

(1) 通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；

(2) 向发行人及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护发行人及投资者的权益。

(三) 全体董事、监事及高级管理人员未能履行承诺时的约束措施

1、如本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

(1) 通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；

(2) 在有关监管机关要求的期限内予以纠正；

(3) 如该违反的承诺属可以继续履行的，本人将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交发行人股东大会审议；

(4) 本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本人依法赔偿投资者的损失，补偿金额由本人与投资者协商确定；本人因违反承诺所得收益，将上缴发行人所有；

(5) 其他根据届时规定可以采取的约束措施。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本人自身无法控制的客观原因，导致本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

(1) 通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；

(2) 向发行人及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护发行人及投资者的权益。

发行人董事、监事、高级管理人员承诺不因职务变更、离职等原因而放弃履行已作出的各项承诺及未能履行承诺的约束措施。

七、发行前滚存未分配利润分配方案

根据本公司 2018 年第一次临时股东大会决议，本次公开发行前滚存的未分配利润在公司股票公开发行后由新老股东按持股比例共享。

八、本次发行上市后的股利分配政策

本次发行上市后，本公司的利润分配政策如下：

1、利润分配的原则

(1) 公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，充分听取和考虑中小股东的要求，不损害投资者的合法权益；

(2) 利润分配政策应保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展；

(3) 优先采用现金分红的利润分配方式。

2、利润分配的具体政策

(1) 利润的分配形式：公司采取现金或者现金、股票相结合的方式分配股利，优先采用现金分红的利润分配方式。

(2) 利润分配的时间间隔：公司原则上进行年度利润分配，在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

(3) 现金分红的具体条件和比例：除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正，且符合相关法律法规和监管规定的前提下，公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

特殊情况是指公司重大投资或重大资金支出等事项发生（募集资金项目除外），重大投资或重大资金支出事项指按相关法规及公司章程规定，需由股东大会审议批准的事项。

(4) 公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出具体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%；

④公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

(5) 发放股票股利的具体条件：在不影响现金分红的条件下，公司可结合实际经营情况提出并实施股票股利分配方案。公司采用股票股利进行利润分配的，应当以给予股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

(6) 存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

3、利润分配的审议程序

(1) 公司董事会应当先制定预分配方案，董事会在制定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、决策程序等事宜，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。利润分配预案经董事会过半数以上表决通过，方可提交股东大会审议。

(2) 股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司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，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。公司股东大会审议利润分配方案需经出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上通过。

4、公司的利润分配政策不得随意变更。如利润分配政策与公司生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确实发生冲突的，可以调整利润分配政策。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和公司股票上市的证券交易所的有关规定。

5、公司如调整利润分配政策、具体规划和计划，应充分听取独立董事和公众投资者意见，公司独立董事应发表独立意见。经董事会审议、独立董事发表独立意见后提交股东大会特别决议通过。在股东大会审议该议案时，公司应当安排通过网络投票系统等方式为中小投资者参加股东大会提供便利。

6、公司应在年度报告中披露现金分红政策的制定和执行情况。

7、公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，未进行现金分红的或现金分红比例低于前述条款所规定比例，应当在定期报告中披露未进行现金分

红的原因、留存未分配利润的确切用途以及预计收益情况，并由独立董事发表独立意见。

九、保荐机构对发行人持续盈利能力的核查意见

报告期内，发行人经营状况良好，不存在下列对公司持续盈利能力构成重大不利影响的因素：

- 1、发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- 2、发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- 3、发行人在用的商标、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、发行人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、发行人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、其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

公司已在本招股说明书“第四节 风险因素”分析和披露了可能对公司持续盈利能力产生重大不利影响的风险因素。

经核查，保荐机构认为：报告期内，公司具有良好的财务状况和盈利能力，根据行业未来的发展趋势以及公司的业务状况，公司具备持续盈利能力。

十、本公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”部分，并特别注意下列风险：

（一）食品质量安全控制风险

公司主要产品为进口乳品、啤酒、橄榄油、谷物以及饼干点心等食品。公司国外供应商均为国际知名食品加工企业，已建立起全面严格的质量控制体系；同

时，中国海关也对进口食品执行严格的出入境检验检疫程序；另外，公司自身也建立了较为严格的产品质量检验和检测制度。

报告期内，公司未发生重大产品质量事故和质量纠纷。尽管如此，公司仍存在因质量控制制度和标准未得到严格执行、检测流程操作不当等导致食品质量安全问题发生的可能。另外，公司产品进入流通渠道后，食品安全问题会受到不可控因素的影响。虽然公司高度重视食品安全问题，但仍不能完全规避食品质量安全控制风险。

（二）运输、仓储及销售过程中的食品安全风险

公司产品均从国外进口。物流运输、入库、委托物流企业运出库等环节均需要耗费一定时间且公司很难直接控制。在物流运输、仓储和销售过程中，如果由于合作方的疏忽或其他原因造成产品的损坏、过期或变质，则将对公司造成一定的不利影响。

（三）行业内食品安全事故给公司带来不利影响的风险

公司主要产品为进口乳品、啤酒、橄榄油、谷物类以及饼干点心等食品。随着消费者食品安全意识和权益保护意识的逐渐增强，政府及消费者对食品安全的重视程度也越来越高。如果同行业其他企业、经销商或销售终端等出现重大食品安全问题，媒体报道所产生的负面影响将会波及整个行业，将进一步引发大众消费者对进口产品食品安全的疑虑，从而对公司产品的销售产生连带影响。

（四）供应商集中度较高的风险

报告期内，公司供应商集中度较高。2015-2017年度、2018年1-6月，公司向五大供应商采购金额合计占当期采购总额的比例分别为61.78%、59.02%、65.98%、68.03%，其中向第一大供应商采购金额占当期采购总额的比例分别为20.78%、21.72%、21.37%、22.72%。

如果因国外供应商原因导致公司采购的产品不能按时运输报关入库、国外供应商所生产的产品出现重大质量问题且公司不能及时找到合格的替代供应商或

因天气等原因导致国外进口食品产量大幅下降，则可能短期内对公司的产品供应造成不利影响，影响公司的正常经营。

（五）应收账款发生坏账的风险

2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，公司应收账款余额分别为11,053.58万元、9,526.32万元、12,818.72万元和12,595.53万元，应收账款余额较大。

公司客户主要为麦德龙、家乐福、大润发、沃尔玛、天猫超市、京东等国内大型知名商超和电商平台，上述客户均具有良好的信誉并与公司保持长期合作关系，公司应收账款发生坏账的可能性较小。随着公司经营规模的扩大，应收账款可能进一步增加，如果公司采取的收款措施不力或上述客户经营状况发生不利变化，则公司应收账款发生坏账风险的可能性将会增加。

（六）存货金额较大的风险

2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，公司存货账面价值分别为28,021.71万元、25,258.83万元、32,847.86万元和24,156.23万元，占当期末总资产的比例分别为51.39%、50.68%、53.79%和42.87%。报告期各期末，公司存货账面价值占总资产的比例较高，主要是由公司所属食品零售行业的经营特点决定。国内主要电商平台双十一、双十二等购物狂欢节以及元旦、农历春节等传统节日时期，市场对食品的需求相对旺盛，公司需要在年底备货较多以有效应对消费者需求。

虽然公司报告期各期末存货在未来均能及时销售，但由于公司总体存货规模较大，仍可能导致如下风险：一方面，存货规模较大占用公司较多流动资金；另一方面，一旦存货发生损失，或在期末计提存货跌价准备，将直接影响公司当期利润水平。

（七）经营活动现金净流量低于净利润导致资金短缺的风险

2015-2017年度、2018年1-6月，公司归属于母公司股东的净利润分别为3,880.84万元、5,757.48万元、5,614.68万元、3,394.28万元，经营活动现金流量净额分别为-107.57万元、-2,357.31万元、1,778.19万元、-552.05万元。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润存在较大差异主要系公司销售规模较大、年底提前备货存货规模较大、应收账款规模较大所致。随着公司主营业务规模的持续扩张，公司应收账款和存货余额可能进一步扩大，公司可能需要筹集更多资金满足流动资金需求。如果公司不能拓宽资金筹措渠道或者应收账款不能及时收回，公司将面临资金短缺的风险。

（八）毛利率下降的风险

2015-2017年度、2018年1-6月，公司主营业务毛利率分别为47.64%、42.83%、39.73%、38.48%，呈逐年下降趋势。随着国民经济发展、人民收入水平不断提高，国内进口食品需求不断扩大，进口食品品类不断增多，国内进口食品市场竞争的加剧导致了公司毛利率的下降。随着行业竞争的进一步加剧，公司毛利率存在继续下降的风险。

十一、财务报告审计基准日至招股说明书签署日之间的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。

目 录

第一节 释 义	32
第二节 概 览	36
一、发行人简介	36
二、发行人控股股东与实际控制人概况	37
三、发行人主要财务数据及财务指标	37
四、募集资金用途	39
第三节 本次发行概况	40
一、本次发行的基本情况	40
二、本次发行的有关机构	40
三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系	42
四、本次发行的有关重要日期	42
第四节 风险因素	44
一、食品安全风险	44
二、市场风险	45
三、经营风险	46
四、财务风险	47
五、募集资金投资项目无法实现预期收益风险	50
六、实际控制人不当控制的风险	50
七、股市风险	50
八、不可抗力因素导致的风险	51
第五节 发行人基本情况	52
一、发行人基本情况	52
二、发行人设立情况	52
三、发行人设立以来的重大资产重组情况	54
四、发行人股权结构和组织结构	57
五、发行人子公司、合营公司和分公司基本情况	60
六、持有公司 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	65

七、发行人股本情况	75
八、发行人正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况	77
九、发行人员工及社会保障情况	77
十、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、履行情况以及未能履行承诺的约束措施	83
第六节 业务与技术	85
一、发行人主营业务及主要产品情况	85
二、发行人所处行业基本情况	119
三、发行人在行业中的竞争地位	153
四、发行人销售情况和主要客户	163
五、发行人采购情况和主要供应商	169
六、发行人主要固定资产和无形资产	172
七、发行人的技术和开发情况	193
八、境外经营及境外资产状况	197
九、质量控制情况	197
十、公司发行当年和未来三年发展规划及拟采取的措施	201
第七节 同业竞争与关联交易	206
一、独立经营情况	206
二、同业竞争	207
三、关联方及关联关系	210
四、关联交易	213
五、报告期内关联交易履行程序情况及独立董事意见	217
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理	219
一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介	219
二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况	226
三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持股情况	230
四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况	231
五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签订的协议及其履行情况	232

六、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况.....	232
七、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及审计委员会的运行及 履职情况.....	233
八、发行人内部控制的自我评估意见以及注册会计师鉴证意见.....	236
九、报告期内发行人违法违规行为.....	237
十、报告期内发行人资金占用和对外担保情况.....	238
十一、发行人资金管理、对外投资、担保事项的政策及制度安排和执行情况.....	238
十二、投资者权益保护情况.....	242
第九节 财务会计信息与管理层分析	243
一、财务报表及审计意见.....	243
二、财务报表的编制基础及合并财务报表范围.....	251
三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素以及对发行人具有核心意义、或其变 动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标.....	252
四、财务报告审计基准日至招股说明书签署日之间的主要财务信息和经营状况....	254
五、主要会计政策和会计估计.....	255
六、报告期内执行的主要税收政策.....	276
七、非经常性损益表.....	277
八、发行人主要财务指标.....	277
九、发行人盈利预测情况.....	279
十、财务报表附注中的日后事项、或有事项及其他重要事项.....	279
十一、盈利能力分析.....	280
十二、财务状况分析.....	310
十三、现金流量分析.....	342
十四、本次发行对公司即期回报摊薄的影响分析.....	347
十五、报告期内股利分配情况以及发行后的股利分配政策.....	352
十六、本次发行前滚存利润的分配安排.....	360
第十节 募集资金运用	361
一、募集资金运用概况.....	361
二、募集资金投资项目与目前公司主营业务的关系.....	363

三、募集资金投资项目的背景及必要性	364
四、董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见.....	384
五、募集资金投资项目具体情况.....	385
六、募集资金运用对公司生产经营和财务状况的影响	400
第十一节 其他重要事项	402
一、重要合同	402
二、对外担保	404
三、重大诉讼或仲裁事项.....	404
第十二节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	405
一、全体董事、监事、高级管理人员声明	405
二、保荐人（主承销商）声明.....	406
三、发行人律师声明	408
四、审计机构声明.....	409
五、评估机构声明.....	410
六、验资机构声明.....	411
七、验资复核机构声明.....	412
第十三节 备查文件	413
一、备查文件目录.....	413
二、查阅联系方式.....	413

第一节 释 义

在本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称和术语具有如下涵义：

一、普通名词释义		
公司、本公司、发行人、股份公司、品渥食品	指	品渥食品股份有限公司
品渥有限	指	品渥食品有限公司，品渥食品前身
魁春实业	指	上海魁春实业有限公司，品渥食品前身的曾用名称，2016年魁春实业更名为“品渥食品有限公司”
北京品利	指	北京市品利食品有限公司，全资子公司
品利上海	指	品利（上海）食品有限公司，全资子公司
品渥物联网	指	上海品渥物联网科技有限公司，全资子公司
德国品渥	指	Pinlive Foods GmbH，全资子公司
奥光玩具	指	上海奥光玩具有限公司，品渥物联网的曾用名称，2016年奥光玩具更名为“上海品渥物联网科技有限公司”
上海墨利	指	上海墨利进出口有限公司，合营公司
上海熹利	指	上海熹利投资管理中心（有限合伙），熹利投资前身，2017年上海熹利迁址并更名为“宁波梅山保税港区熹利投资管理中心（有限合伙）”
熹利投资	指	宁波梅山保税港区熹利投资管理中心（有限合伙），公司发起人股东
品渥天莱	指	霍尔果斯品渥天莱股权投资合伙企业（有限合伙）
天猫、天猫商城	指	原淘宝商城，英文简称 Tmall，为阿里巴巴旗下综合品牌零售平台，提供包括网站（www.tmall.com）及移动客户端等多种用户接入方式
天猫超市	指	即天猫全新打造的网上零售超市
京东、京东商城	指	即京东商城，销售家电、数码通讯、电脑、家居百货、服装服饰、母婴、图书、食品等品类，用户可通过网站（www.jd.com）及移动客户端等渠道进行在线购物
1号店	指	通过 www.yhd.com 等渠道为顾客提供食品饮料、酒水、生鲜、家居商品等品类的网络购物服务。2016年，1号店成为京东子公司
唯品会	指	广州唯品会信息科技有限公司
顺丰优选	指	顺丰集团旗下，以“优选商品，服务到家”为宗旨，依托线上电商平台与线下社区门店，为用户提供日常所需的全球优质美食的一个平台
自营旗舰店	指	商家以自有品牌，或由权利人开具独占性授权，入驻天猫等平台开设店铺的形式
西班牙墨尔集团	指	Muela-Olives S.L.
新希望乳业	指	新希望乳业股份有限公司

支付宝	指	蚂蚁金服旗下第三方支付平台
麦德龙	指	Metro AG 旗下中国商超系统
大润发	指	康成投资（中国）有限公司旗下中国商超系统
欧尚	指	法国欧尚集团旗下中国商超系统
家乐福	指	荷兰家乐福（中国）控股有限公司（Carrefour China Holdings N.V.）旗下中国商超系统
多特蒙德	指	多特蒙德足球俱乐部，隶属于德国足球甲级联赛成员，世界知名球队，是一家位于德国北莱茵-威斯特法伦（北威）州多特蒙德市的著名足球俱乐部，绰号“大黄蜂”
《公司章程》	指	《品渥食品股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《品渥食品股份有限公司章程（草案）》，在公司首次公开发行股票并上市后自动生效
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
A 股	指	人民币普通股
本次发行	指	发行人首次向社会公开发行人民币普通股（A 股）之行为
本招股说明书	指	《品渥食品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所、交易所	指	深圳证券交易所
保荐机构、主承销商、中信建投证券	指	中信建投证券股份有限公司
发行人律师、中伦律师	指	北京市中伦律师事务所
发行人会计师、立信会计师	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
报告期	指	2015 年度、2016 年度、2017 年度及 2018 年 1-6 月
元、万元	指	人民币元、万元

二、专业术语释义

ERP	指	企业资源计划“Enterprise Resource Planning”的简称，一种基于互联网、信息技术等对企业生产资源计划、制造、财务、销售、采购等流程进行管理和改善的系统
OMS	指	订单管理系统“Order Management System”的简称，一种通过对客户下达的订单进行管理及跟踪，动态掌握订单的进展和完成情况，提升物流过程中的作业效率，从而节省运作时间和作业成本的系统
SAP	指	企业管理解决方案“System Applications and Products”的简称，一种企业管理解决方案的软件名称
WMS	指	仓储管理系统“Warehouse Management System”的简称，一种可以通过入库业务、出库业务、仓库调拨、库存调拨和虚仓管理等功能，对批次管理、物料对应、库存盘点、质检管理、虚仓管理和即时库存管理等功能综合运用的管理系统
EDI	指	电子数据交换“Electronic Data Interchange”的简称，一种

		面向组织的日常运作和管理，员工及管理者使用频率最高的应用系统
商超、商超系统	指	商场、连锁超市
NKA	指	英文“National Key-Account”的缩写，指跨省拥有多个门店，影响力较大的大型连锁零售机构
LKA	指	英文“Local Key-Account”的缩写，指在区域市场内拥有多个门店，影响力较大的大型连锁零售机构
APP	指	英文“Application”的缩写，指安装于智能手机或平板电脑等终端的应用程序
B2B	指	英文“Business to Business”的缩写，指企业对企业通过电子商务进行的交易
B2C	指	英文“Business to Customers”的缩写，指企业对终端消费者通过电子商务进行的交易
京东 POP 店	指	第三方卖家在京东平台开设店铺进行销售的店铺
新零售	指	以消费者为核心，以提升效率、降低成本为目的，以技术创新为驱动，要素全面革新的商品交易方式
ISO9001	指	ISO9000 系列标准所包括的一组质量管理体系核心标准之一，用于证实组织具有提供满足顾客要求和适用法规要求的产品的能力
IFS	指	英文“International Food Standard”的缩写，是由 HDE—德国零售商联盟和 FCD—法国零售商和批发商联盟共同制订的食品供应商质量体系审核标准
BRC	指	英文“British Retail Consortium”的缩写，指英国零售商协会认证，其标准涵盖产品安全的关键控制体系、品质管理系统、产品控制、制程控制、工厂环境及人事
HACCP	指	英文“Hazard Analysis and Critical Control Point”的缩写，即“危害分析和关键控制点”，是国际上共同认可和接受的食品安全保证体系，主要是对食品中微生物、化学和物理危害的安全进行控制
BV	指	英文“Bureau Veritas”的缩写，即法国国际检验局，是目前全球业务范围广，国际化程度高的公证性机构；BV 集团在全球 140 多个国家设有 700 个分支机构和实验室，被 160 多个国家、地区及国际组织认可
SGS	指	英文“Societe Generale de Surveillance S.A.”的缩写，即通用公证行，SGS 是全球领先的检验、鉴定、测试和认证机构，也是全球公认的质量和诚信基准，该公司在全球运作 2,400 多个分支机构和实验室，拥有 95,000 多名员工
EXW	指	英文“Ex Works”的缩写，国际贸易术语，指当卖方在其所在地或其他指定的地点（如工场、工厂或仓库）将货物交给买方处置时，即完成交货，卖方不办理出口清关手续或将货物装上任何运输工具
FOB	指	英文“Free On Board”的缩写，国际贸易术语，指船上交货，当货物在指定的装运港越过船舷，卖方即完成交货并

		由卖方办理货物出口清关手续
CIF	指	英文“Cost, Insurance and Freight”的缩写，国际贸易术语，指成本加保险费加运费，卖方必须支付将货物运至指定的目的港所需的运费和费用，但交货后货物灭失或损坏的风险及由于各种事件造成的任何额外费用即由卖方转移到买方，同时卖方还必须办理买方货物在运输途中灭失或损坏风险的海运保险
CFR	指	英文“Cost and Freight”的缩写，国际贸易术语，指成本加运费，在装运港货物越过船舷卖方即完成交货，卖方必须支付将货物运至指定的目的港所需的运费和费用。但交货后货物灭失或损坏的风险，以及由于各种事件造成的任何额外费用，即由卖方转移到买方
POSM	指	英文“Point of Sales Materials”的缩写，即辅助销售材料，例如吊旗，跳跳卡，冰箱贴，地贴店招，横幅，海报，宣传单张，价格牌，瓶颈标签，吊牌等；促销纪念品、现场销售派送品、免费试用品等；堆头，促销台等
欧睿咨询	指	Euromonitor International, 欧睿信息咨询公司, 成立于 1972 年, 是一家全球领先的战略市场信息提供商, 独立的市场研究机构, 主要产品包括关于行业、国家以及消费者分析的市场信息数据库, 专属的客户定制调研服务, 以及市场研究报告等
艾瑞咨询	指	艾瑞咨询集团 (iResearch), 成立于 2002 年, 拥有我国第一家网络经济领域研究咨询网站, 现已成为国内领先的电子商务行业数据和研究咨询服务提供商。
星图数据	指	国内领先大数据公司, 专注于电商大数据、大数据分析和大数据应用
Wind 资讯	指	万得信息技术股份有限公司, 是中国大陆领先的金融数据、信息和软件服务企业

注：本招股说明书中若出现合计数尾数与各单项数据之和尾数不一致的情形，均为四舍五入原因所致。

第二节 概 览

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

一、发行人简介

（一）发行人概况

中文名称：品渥食品股份有限公司

英文名称：Pinlive Foods Co., Ltd.

注册地址：上海市松江区佘山镇外青松公路 8920 号

成立时间：1997 年 9 月 9 日

注册资本：7,500 万元

法定代表人：王牧

经营范围：食品流通，日用百货的销售，仓储（除危险品），企业管理咨询，包装服务、供应链管理，商务信息咨询，企业形象策划、设计，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

（二）发行人设立情况

公司前身魁春实业成立于 1997 年 9 月 9 日。2016 年 6 月 1 日，魁春实业更名为品渥食品有限公司。2017 年 10 月 13 日，品渥有限以 2017 年 4 月 30 日经审计净资产 94,134,034.99 元按照 1:0.7967363 的比例折为股份公司股本总额 75,000,000.00 元，剩余净资产 19,134,034.99 元计入股份公司资本公积，整体变更为股份有限公司。

（三）发行人主营业务情况

作为国内较早实现进口食品品牌运营的企业，公司始终秉持“通过世界美食，让大众更时尚、更健康”的使命，通过整合全球优质食品资源，全力打造“原装进口食品”的品牌发展战略，致力于将中国美食品牌与全球生产体系嫁接，将全球的健康美食和时尚生活方式带给中国消费者。经过多年发展，公司已成功自主开发和推广“德亚”、“瓦伦丁”、“亨利”、“雅娜”等自有品牌以及“品利”等合作品牌，品牌影响力逐年提升，在消费者中拥有较高的声誉和品牌辨识度。公司已成为国内知名的进口食品品牌运营商。

报告期内，公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务。目前，公司产品以自有品牌和合作品牌进口食品为主，主要聚焦于乳品、啤酒、粮油、谷物以及饼干点心类等五大食品品类。截止本招股说明书签署日，公司重点经营的自有品牌 5 款，合作品牌 4 款以及代理品牌 1 款。

二、发行人控股股东与实际控制人概况

截止本招股说明书签署日，王牧直接持有公司 60.00%的股权，通过熹利投资间接控制公司 7.00%的股权，王牧合计控制公司 67.00%的股权，为公司控股股东。截止本招股说明书签署日，徐松莉直接持有公司 3.00%的股权。王牧、徐松莉夫妇合计控制公司 70.00%的股权，为公司实际控制人。

三、发行人主要财务数据及财务指标

根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》（信会师报字[2018]第 ZA15614 号），公司报告期内的主要财务数据及财务指标如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
资产总计	56,348.28	61,068.94	49,842.17	54,522.63
负债合计	36,789.84	44,904.72	38,589.19	53,353.13
归属于母公司所有者权益合计	19,558.44	16,164.22	11,252.98	1,169.50

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
所有者权益合计	19,558.44	16,164.22	11,252.98	1,169.50

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
营业收入	61,222.50	121,557.69	109,865.97	99,459.94
营业成本	37,665.68	73,175.08	62,807.80	52,077.82
营业利润	4,288.57	8,685.27	7,821.64	4,845.00
利润总额	4,650.46	8,322.22	8,050.93	5,050.95
净利润	3,394.28	5,614.68	5,757.48	3,880.84
归属于母公司股东的净利润	3,394.28	5,614.68	5,757.48	3,880.84
归属于母公司股东的非经常性损益	271.50	-1,552.37	-598.33	1,495.52
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,122.78	7,167.05	6,355.82	2,385.32

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
经营活动产生的现金流量净额	-552.05	1,778.19	-2,357.31	-107.57
投资活动产生的现金流量净额	-4,615.34	-254.86	-6,557.44	-55.99
筹资活动产生的现金流量净额	6,078.89	-1,760.00	3,560.00	-
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-0.05	-0.03	7.19	-10.04
现金及现金等价物净增加额	911.46	-236.70	-5,347.57	-173.59

（四）主要财务指标

财务指标	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
流动比率（倍）	1.41	1.21	1.09	1.00
速动比率（倍）	0.64	0.47	0.43	0.47
资产负债率（合并）	65.29%	73.53%	77.42%	97.86%
资产负债率（母公司）	67.41%	77.82%	82.59%	97.11%
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	2.61	2.16	2.99	5.85
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	1.74%	2.25%	4.06%	0.84%
财务指标	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
应收账款周转率（次/年）	4.82	10.88	10.68	9.36
存货周转率（次/年）	1.29	2.44	2.27	1.81
息税折旧摊销前利润（万元）	4,851.80	8,773.11	8,404.15	5,297.04
利息保障倍数（倍）	452.82	-	-	-

归属于发行人股东的净利润（万元）	3,394.28	5,614.68	5,757.48	3,880.84
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	3,122.78	7,167.05	6,355.82	2,385.32
每股经营活动产生的现金流量（元）	-0.07	0.24	-0.63	-0.54
每股净现金流量（元）	0.12	-0.03	-1.42	-0.87

四、募集资金用途

本次发行募集资金投资项目已经公司第一届董事会第三次会议、2018年第一次临时股东大会审议批准，募集资金扣除发行费用后将用于下列项目的投资建设：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟投入募集资金数额	项目建设周期
1	渠道建设及品牌推广项目	26,874.08	26,874.08	36个月
2	翻建生产及辅助用房项目	15,000.00	13,000.00	12个月
3	整体信息化建设项目	5,722.30	5,722.30	36个月
4	补充流动资金	3,264.49	3,264.49	-
合计		50,860.87	48,860.87	-

公司将本着统筹安排的原则，结合项目轻重缓急、募集资金到位时间以及项目进展情况进行募集资金投资项目建设。募集资金到位后，若募集资金数额（扣除发行费用后）不足以满足以上项目的投资需要，不足部分本公司将通过银行贷款或自筹资金等方式解决。如本次募集资金到位时间与项目进度要求不一致，本公司将根据实际情况以其他资金先行投入，募集资金到位后予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）	
股票面值	1.00元	
发行股数	本次发行股票数量不超过2,500万股，占发行后总股份的比例不低于25%；本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。	
发行价格	【】元/股（通过向询价对象询价确定发行价格区间，综合询价结果和市场情况确定发行价格）	
发行市盈率	【】倍（发行价格除以每股收益，每股收益按照本次发行前一会计年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）	
发行前每股净资产	【】元（按本次发行前一会计年度未经审计的归属于母公司股东权益除以本次发行前总股本计算）	
发行后每股净资产	【】元（按本次发行前一会计年度未经审计的归属于母公司股东权益与本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）	
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	采取网下向询价对象询价配售及网上资金申购发行相结合的方式或中国证监会认可的其他发行方式	
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立A股股票账户的符合条件的境内自然人、法人等其他投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）	
承销方式	余额包销	
募集资金总额	【】万元	
募集资金净额	【】万元	
发行费用概算	承销保荐费用	【】万元
	审计费用	【】万元
	律师费用	【】万元
	公告及路演推介费用	【】万元
	发行手续费用	【】万元
拟上市地点	深圳证券交易所	

二、本次发行的有关机构

（一）保荐人（主承销商）：中信建投证券股份有限公司

住所：北京市朝阳区安立路66号4号楼

法定代表人：王常青

保荐代表人：冷鯤、韩新科

项目协办人：郭皓

项目经办人：王志丹、洪敏、徐谦

联系地址：上海市浦东南路 528 号上海证券大厦北塔 22 楼

联系电话：021-68801591

传真：021-68801551

（二）律师事务所：北京市中伦律师事务所

住所：北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 31、33、36、37 层

负责人：张学兵

经办律师：唐周俊、慕景丽、李科峰

联系电话：010-59572288

传真：010-65681838

（三）会计师事务所：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

住所：上海市黄浦区南京东路 61 号新黄浦金融大厦 4 楼

负责人：朱建弟

经办人：谢骞、文琼瑶

联系电话：021-63391166

传真：021-63392558

（四）资产评估机构：上海申威资产评估有限公司

住所：上海市虹口区东体育会路 860 号 2 号楼 202 室

法定代表人：马丽华

经办人：李晓娟、周炜

联系电话：021-31273006

传真：021-31273013

（五）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

住所：广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼

电话：0755-21899999

传真：0755-21899000

（六）主承销商收款银行：工商银行北京东城支行营业室

户名：中信建投证券股份有限公司

收款账号：0200080719027304381

（七）申请上市证券交易所：深圳证券交易所

办公地址：广东省深圳市福田区深南大道 2012 号

联系电话：0755-88668888

传真：0755-82083164

三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系

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直接或者间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行的有关重要日期

1、刊登发行公告日期：【 】

2、询价推介日期：【 】

3、定价公告刊登日期：【 】

4、申购日期和缴款日期：【 】

5、股票上市日期：【 】

第四节 风险因素

投资者在评价本公司此次发行的股票时，除本招股说明书提供的其它资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险因素已遵循重要性原则或可能影响投资决策的程度按顺序披露，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、食品安全风险

（一）食品质量安全控制风险

公司主要产品为进口乳品、啤酒、橄榄油、谷物以及饼干点心等食品。公司国外供应商均为国际知名食品加工企业，已建立起全面严格的质量控制体系；同时，中国海关也对进口食品执行严格的出入境检验检疫程序；另外，公司自身也建立了较为严格的产品质量检验和检测制度。

报告期内，公司未发生重大产品质量事故和质量纠纷。尽管如此，公司仍存在因质量控制制度和标准未得到严格执行、检测流程操作不当等导致食品质量安全问题发生的可能。另外，公司产品进入流通渠道后，食品安全问题会受到不可控因素的影响。虽然公司高度重视食品安全问题，但仍不能完全规避食品质量安全控制风险。

（二）运输、仓储及销售过程中的食品安全风险

公司产品均从国外进口。物流运输、入库、委托物流企业运出库等环节均需要耗费一定时间且公司很难直接控制。在物流运输、仓储和销售过程中，如果由于合作方的疏忽或其他原因造成产品的损坏、过期或变质，则将对公司造成一定的不利影响。

（三）行业内食品安全事故给公司带来不利影响的风险

公司主要产品为进口乳品、啤酒、橄榄油、谷物类以及饼干点心等食品。随着消费者食品安全意识和权益保护意识的逐渐增强，政府及消费者对食品安全的

重视程度也越来越高。如果同行业其他企业、经销商或销售终端等出现重大食品安全问题，媒体报道所产生的负面影响将会波及整个行业，将进一步引发大众消费者对进口产品食品安全的疑虑，从而对公司产品的销售产生连带影响。

二、市场风险

（一）市场竞争加剧的风险

进口食品行业准入门槛较低，竞争较为激烈。近年来，随着人民生活水平的不断提高，进口食品行业蓬勃发展，市场规模不断增大，市场参与主体也不断增加，市场上不同的进口食品商不断推出新的进口品牌，进口食品的品类也更加丰富。如果公司不能抓住行业快速发展的机遇，不断提高新产品开发能力、加强渠道建设和品牌推广，则公司将在激烈的市场竞争中逐步丧失现有优势，对公司的经营业绩造成一定影响。

（二）进口食品市场需求变化风险

随着追求时尚、健康生活方式的理念逐步深入人心，消费者越来越注重食品的外观、功能等，公司需要在产品开发及产品创意等方面进行持续研究，不断开发出适应消费者偏好和需求的新产品。如果公司未能全面、及时地把握进口食品行业的最新发展趋势，导致公司不能有效预测并快速响应消费者消费偏好的变化，则消费者对公司产品认同度将会降低，对公司的经营业绩产生不利影响。

（三）品牌形象受损和商标被侵权风险

经过多年发展，公司已成功自主开发和推广“德亚”、“瓦伦丁”、“亨利”、“雅娜”等自有品牌以及“品利”等合作品牌，上述品牌的品牌影响力逐年提升，在消费者中拥有较高的声誉和品牌辨识度。虽然公司高度重视品牌形象和商标等知识产权的保护，但仍存在公司品牌形象、商标被他人仿制、冒用的风险，对公司日常经营和市场声誉造成不利影响。

三、经营风险

（一） 供应商集中度较高的风险

报告期内，公司供应商集中度较高。2015-2017年度、2018年1-6月，公司向
前五大供应商采购金额合计占当期采购总额的比例分别为61.78%、59.02%、
65.98%、68.03%，其中向第一大供应商采购金额占当期采购总额的比例分别为
20.78%、21.72%、21.37%、22.72%。

如果因国外供应商原因导致公司采购的产品不能按时运输报关入库、国外供
应商所生产的产品出现重大质量问题且公司不能及时找到合格的替代供应商或
因天气等原因导致国外进口食品产量大幅下降，则可能短期内对公司的产品供应
造成不利影响，影响公司的正常经营。

（二） 信息管理系统风险

报告期内，公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品
的合作代理销售业务，公司经营环节主要包括采购、运输、仓储、物流、销售，公
司产品出货量较大。目前，公司已建立起包括WMS仓储管理系统、SAP系统、
协同办公系统、EDI订单系统、OMS系统、APP移动应用巡店稽核系统等在内的
相对健全的信息管理系统，上述信息管理系统的建立有助于实现公司各业务部门
统一协作，提升公司内部运营效率。如果未来上述信息管理系统出现故障或者失
灵，则可能干扰公司正常业务运作、影响公司日常经营效率，对公司业务经营产
生不利影响。

（三） 办公场所、仓库租赁风险

报告期内，公司以及各办事处办公场所、仓库均系租赁取得，主要用于办公、
仓储，并非生产用房。如果上述租赁场所到期不能续租或续租条件过高，则公司
将承担因更换上述场所而发生的搬迁、装修、新物业租金较高等风险，对公司正
常经营造成不利影响。

（四）部分租赁房屋存在瑕疵风险

公司租赁房屋主要用于办公及仓储。截止本招股说明书签署日，公司租赁房屋存在出租方尚未取得房屋权属证明的情形，上述未取得房屋权属证明的租赁房屋面积占公司主要租赁房屋面积的比例较小。虽然上述未取得房屋权属证明的租赁房屋面积较小、可替代性较强，但仍不能排除上述租赁房屋被拆除或因其他原因导致公司无法继续续租该等房屋的风险，将对公司正常经营造成一定影响。

另外，公司部分租赁房屋土地为划拨用地，未取得土地管理部门和房产管理部门的批准文件，虽然存在出租方通过补办租赁批准手续完善租赁行为的可能，但仍不能排除租赁合同被认定为无效导致公司无法继续承租该等房屋的风险，将对公司正常经营造成一定影响。

四、财务风险

（一）应收账款发生坏账的风险

2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，公司应收账款余额分别为11,053.58万元、9,526.32万元、12,818.72万元和12,595.53万元，应收账款余额较大。

公司客户主要为麦德龙、家乐福、大润发、沃尔玛、天猫超市、京东等国内大型知名商超和电商平台，上述客户均具有良好的信誉并与公司保持长期合作关系，公司应收账款发生坏账的可能性较小。随着公司经营规模的扩大，应收账款可能进一步增加，如果公司采取的收款措施不力或上述客户经营状况发生不利变化，则公司应收账款发生坏账风险的可能性将会增加。

（二）存货金额较大的风险

2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，公司存货账面价值分别为28,021.71万元、25,258.83万元、32,847.86万元和24,156.23万元，占当期末总资产的比例分别为51.39%、50.68%、53.79%和42.87%。报告期各期末，公司存货账面价值占总资产的比例较高，主要是由公司所属食品零售行业的经营特点决定。

国内主要电商平台双十一、双十二等购物狂欢节以及元旦、农历春节等传统节日时期，市场对食品的需求相对旺盛，公司需要在年底备货较多以有效应对消费者需求。

虽然公司报告期各期末存货在未来均能及时销售，但由于公司总体存货规模较大，仍可能导致如下风险：一方面，存货规模较大占用公司较多流动资金；另一方面，一旦存货发生损失，或在期末计提存货跌价准备，将直接影响公司当期利润水平。

（三）经营活动现金净流量低于净利润导致资金短缺的风险

2015-2017年度、2018年1-6月，公司归属于母公司股东的净利润分别为3,880.84万元、5,757.48万元、5,614.68万元、3,394.28万元，经营活动现金流量净额分别为-107.57万元、-2,357.31万元、1,778.19万元、-552.05万元。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润存在较大差异主要系公司销售规模较大、年底提前备货存货规模较大、应收账款规模较大所致。随着公司主营业务规模的持续扩张，公司应收账款和存货余额可能进一步扩大，公司可能需要筹集更多资金满足流动资金需求。如果公司不能拓宽资金筹措渠道或者应收账款不能及时收回，公司将面临资金短缺的风险。

（四）毛利率下降的风险

2015-2017年度、2018年1-6月，公司主营业务毛利率分别为47.64%、42.83%、39.73%、38.48%，呈逐年下降趋势。随着国民经济发展、人民收入水平不断提高，国内进口食品需求不断扩大，进口食品品类不断增多，国内进口食品市场竞争的加剧导致了公司毛利率的下降。随着行业竞争的进一步加剧，公司毛利率存在继续下降的风险。

（五）新增固定资产折旧导致利润下滑的风险

报告期内，公司子公司品渥物联网翻建生产及辅助用房项目动工，项目建成后，公司固定资产规模将大幅增加，新增固定资产折旧费用也将随之大幅增加。本次发行募集资金到位后，如果国内进口食品市场环境发生重大不利变化，募集

资金投资项目预期收益不能实现，则公司将存在固定资产折旧费用大幅增加导致利润下滑的风险。

（六）汇率波动风险

公司采购业务主要以欧元、美元为结算货币。2015-2017年度、2018年1-6月，公司海外采购金额分别为41,148.12万元、52,427.59万元、69,599.03万元、23,866.17万元，占当期主营业务成本的比例分别为79.01%、83.47%、95.11%、63.36%。未来几年内，海外市场仍将是公司最重要的采购区域。公司海外采购金额较高导致公司对人民币汇率的波动较为敏感。

2015-2017年度、2018年1-6月，公司汇兑收益为-146.08万元、-742.90万元、-511.26万元、-48.50万元，占当期净利润的比例分别为-3.76%、-12.90%、-9.11%、-1.43%。报告期内，公司通过及时办理结汇手续等方式在一定程度上规避了汇率波动的风险，但是汇兑损失仍对公司经营业绩造成了一定程度的影响。如果未来人民币汇率出现大幅波动，则将对公司正常经营以及进口产品的成本造成一定影响。

（七）净资产收益率下降、每股收益被摊薄的风险

2018年6月末，公司归属于母公司所有者权益为19,558.44万元，2018年1-6月扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率为17.48%，扣除非经常性损益后基本每股收益为0.42元。2017年末，公司归属于母公司所有者权益为16,164.22万元，2017年度扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率为56.71%，扣除非经常性损益后基本每股收益为1.01元。

本次发行后，公司股本及净资产将大幅增加，但鉴于募集资金投资项目需要一定的建设周期，净利润可能不会同步大幅增长。因此，本次发行后，预计短期内公司每股收益、净资产收益率等财务指标将出现一定幅度的下降，投资者面临公司首次公开发行并在创业板上市后即期回报被摊薄的风险。

五、募集资金投资项目无法实现预期收益风险

公司本次发行募集资金拟用于渠道建设及品牌推广项目、翻建生产及辅助用房项目、整体信息化建设项目以及补充流动资金，以提升公司在销售端及产业链各环节的核心竞争力。公司已结合行业发展趋势、市场需求、技术水平及公司自身的经营特点对募集资金投资项目的可行性和必要性进行了全面论证。

尽管如此，本次募集资金投资项目建设完成后，公司的年度成本投入及固定资产规模将进一步增加，同时募集资金投资项目的实施也对公司的管理能力和经营协调能力提出了较高要求。如果未来市场环境及行业格局发生重大不利变化，或者公司未能按既定计划完成募集资金投资项目，则公司募集资金投资项目的预期收益可能无法完全实现，公司将存在因固定资产折旧费用或人员投入等增加而导致利润下降的风险。

六、实际控制人不当控制的风险

本次发行前，公司实际控制人王牧和徐松莉夫妇合计控制公司70.00%的股权。按本次公开发行新股2,500万股计算，本次发行完成后，王牧和徐松莉夫妇仍将控制公司52.50%的股权。尽管公司已建立了健全的公司治理结构和内部控制制度，但实际控制人仍可能利用其控股比例优势，通过投票表决的方式对公司重大经营决策施加影响，从而可能损害公司及中小投资者利益。

七、股市风险

本次公开发行的股票将在深圳证券交易所上市，股票市场存在价格波动的风险。股票价格不仅受公司盈利水平和发展前景的影响，还受到投资者的心理预期、股票供求关系、国内外宏观经济状况以及政治、经济、金融政策等诸多因素的影响。因此，本公司提醒投资者对股票市场的风险性要有充分的认识，在投资本公司股票时，除关注本公司情况外，还应综合考虑影响股票的各种因素和股票市场的风险，作出正确的投资决策。

八、不可抗力因素导致的风险

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

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称:	品渥食品股份有限公司
英文名称:	Pinlive Foods Co., Ltd.
注册资本:	7,500万元
法定代表人:	王牧
成立日期:	1997年9月9日
整体变更日期:	2017年10月13日
公司住所:	上海市松江区佘山镇外青松公路8920号
邮政编码:	201602
董事会秘书:	朱国辉
联系电话:	021-51863006
联系传真:	021-51012046
互联网网址:	http://www.pinlive.com
电子信箱:	securities@pinlive.com

二、发行人设立情况

（一）有限公司设立

公司前身魁春实业由自然人何兴成、王牧共同出资设立，设立时注册资本50.00万元。

1997年8月4日，上海云间会计师事务所出具《验资报告》（上云事验（97）4549号），确认截至1997年8月4日，魁春实业已收到股东缴纳的注册资本50.00

万元，均为货币资金。

1997年9月9日，经上海市松江县工商行政管理局核准，魁春实业领取了注册号为3102272019816的《企业法人营业执照》。

设立时，魁春实业的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	何兴成	30.00	60.00%
2	王 牧	20.00	40.00%
合 计		50.00	100.00%

（二）股份公司设立

2017年8月31日，品渥有限召开股东会，决议根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2017]第ZA15835号《审计报告》，将品渥有限截至2017年4月30日经审计的净资产94,134,034.99元按照1: 0.7967363的比例折为发行人股本总额75,000,000.00元，各发起人按照在品渥有限的出资比例持有相应数额的股份，剩余净资产19,134,034.99元计入公司资本公积。

同日，品渥有限全体股东签订《发起人协议》，各发起人决定将品渥有限的组织形式由有限责任公司整体变更为股份有限公司，并约定了公司名称、住所、经营范围、注册资本、股份种类、面值、总额及各发起人认购的数额和方式、发起人的权利和义务等事项。

2017年9月1日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》（信会师报字[2017]第ZA16197号），对公司注册资本的变更情况进行审验，确认截至2017年9月1日，公司已将截至2017年4月30日经审计的净资产94,134,034.99元按照1: 0.7967363的比例折为发行人股本总额75,000,000.00元，剩余净资产19,134,034.99元计入公司资本公积。

2017年10月13日，公司就上述事项在上海市工商行政管理局办理了工商变更登记手续并领取了统一社会信用代码为91310117631825949H的《营业执照》，公司名称变更为品渥食品股份有限公司。

本次变更完成后，品渥食品的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	王 牧	4,500.00	60.00%
2	吴柏赓	1,875.00	25.00%
3	熹利投资	525.00	7.00%
4	宋奇峰	375.00	5.00%
5	徐松莉	225.00	3.00%
合 计		7,500.00	100.00%

三、发行人设立以来的重大资产重组情况

（一）公司设立以来同一控制下的收购情况

2015年12月，为解决同业竞争与关联交易问题，发行人前身魁春实业对公司实际控制人控制的2家企业进行了收购与整合，具体情况如下：

单位：万元

时间	收购方	转让方	收购标的	交易金额	作价依据
2015年12月	魁春实业	王牧、吴柏赓、宋奇峰、 徐松莉	北京品利 100% 股权	2,000.00	参考净资产
			品利上海 100% 股权	1,000.00	参考注册资本

1、2015年12月，魁春实业收购北京品利100.00%股权

2015年12月，魁春实业收购了王牧、吴柏赓、宋奇峰和徐松莉持有的北京品利100.00%的股权。本次收购完成后，北京品利成为魁春实业的全资子公司。北京品利的基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司、合营公司和分公司基本情况”之“（一）子公司基本情况”。

（1）履行的程序

2015年10月20日，魁春实业召开股东会，决议同意魁春实业以2,000.00万元的价格收购北京品利100.00%股权。同日，王牧、吴柏赓、宋奇峰和徐松莉分别与魁春实业签订《股权转让合同》。

2015年11月26日，北京品利召开股东会，决议同意王牧、吴柏赓、宋奇峰和徐松莉将其持有的北京品利180.00万元、90.00万元、21.00万元、9.00万元出资转让予魁春实业。

2015年12月7日，北京品利就上述事项在北京市工商行政管理局朝阳分局办理了工商变更登记手续。

（2）定价依据

本次交易的交易价格参考北京品利截至2015年9月30日净资产，经交易各方友好协商，确定北京品利100.00%股权的交易价格为2,000.00万元。

（3）收购目的和对公司的影响

北京品利主营业务与发行人所从事的业务类似。上述股权收购完成后，北京品利成为发行人全资子公司。本次股权收购有利于发行人消除同业竞争并减少关联交易，实现业务整合，加强规范运作，有利于发行人长期发展。

2014年度/2014年末，北京品利资产总额、营业收入、利润总额占发行人相应项目的比例如下：

单位：万元

项目	资产总额	营业收入	利润总额
北京品利	43,583.08	40,548.89	90.21
魁春实业	38,687.32	52,861.02	405.97
北京品利/魁春实业	112.65%	76.71%	22.22%

2、2015年12月，魁春实业收购品利上海100.00%股权

2015年12月，魁春实业收购了王牧、吴柏赓、宋奇峰、徐松莉持有的品利上海100.00%的股权。本次收购完成后，品利上海成为魁春实业的全资子公司。品利上海的基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司、合营公司和分公司基本情况”之“（一）子公司基本情况”。

（1）履行的程序

2015年10月20日，品利上海召开股东会，决议同意王牧、吴柏赓、宋奇峰和徐松莉将其持有的品利上海600.00万元、300.00万元、70.00万元和30.00万元出资转让予魁春实业。

2015年10月20日，魁春实业召开股东会，决议同意魁春实业以1,000.00万元收购品利上海100.00%股权。同日，王牧、吴柏赓、宋奇峰和徐松莉分别

与魁春实业签订《股权转让合同》。

2015年12月3日，品利上海就上述事项在上海市普陀区市场监督管理局办理了工商变更登记手续。

（2）定价依据

本次交易时，品利上海尚未盈利。经交易双方友好协商，本次交易价格参考品利上海的注册资本确定为1,000.00万元。本次收购前，魁春实业、品利上海的股东均为王牧、吴柏赓、宋奇峰和徐松莉，且持股比例相同，故本次股权转让按1元/1元注册资本定价。

（3）收购的目的和对公司的影响

品利上海主营业务与发行人所从事的业务类似。上述股权收购完成后，品利上海成为发行人全资子公司。本次股权收购有利于发行人消除同业竞争并减少关联交易，实现业务整合，加强规范运作，有利于发行人长期发展。

2014年度/2014年末，品利上海资产总额、营业收入、利润总额占发行人相应项目的比例如下：

单位：万元

项目	资产总额	营业收入	利润总额
品利上海	2,707.32	4,021.96	-962.19
魁春实业	38,687.32	52,861.02	405.97
品利上海/魁春实业	7.00%	7.61%	-237.01%

（二）公司设立以来非同一控制下的收购情况

2016年5月，魁春实业收购了奥光动漫集团有限公司持有的奥光玩具100.00%的股权。本次收购完成后，奥光玩具成为发行人全资子公司。2016年6月13日，奥光玩具更名为“上海品渥物联网科技有限公司”，品渥物联网的基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司、合营公司和分公司基本情况”之“（一）子公司基本情况”。

1、履行的程序

2016年5月3日，魁春实业召开股东会，决议同意公司收购奥光动漫集团

有限公司持有的奥光玩具 100.00% 股权。

2016年5月3日，奥光玩具召开股东会，决议同意奥光动漫集团有限公司将其持有的奥光玩具500.00万元出资以4,000.00万元的价格转让予魁春实业。同日，奥光动漫集团有限公司与魁春实业签订《股权转让合同》。

2016年5月10日，奥光玩具就上述事项在上海市松江区市场监督管理局办理了工商变更登记手续。

2、定价依据

本次交易的交易价格参考具备证券期货从业资质的评估机构出具的评估结果，经交易双方友好协商，确定奥光玩具100.00%股权的交易价格为4,000.00万元。

3、收购的目的和对公司的影响

通过本次收购，公司顺应国内电商产业发展趋势，将进一步加大物流仓储设施的投入，改进升级供应链管理体系。

2015年度/2015年末，奥光玩具资产总额、营业收入、利润总额占发行人相应项目的比例如下：

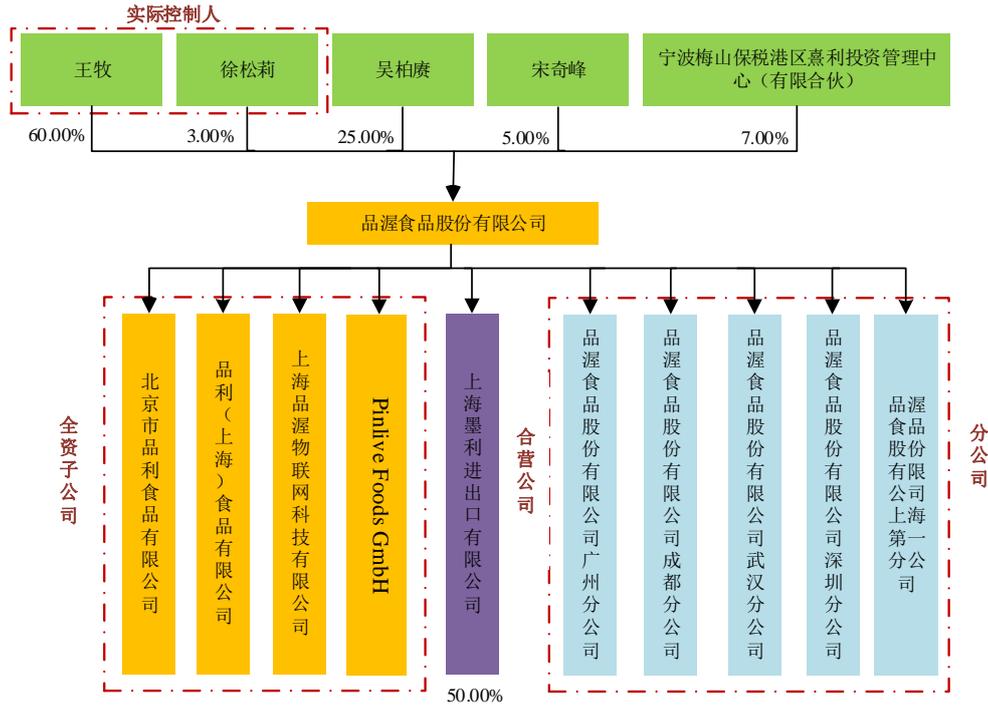
单位：万元

项目	资产总额	营业收入	利润总额
奥光玩具	8,952.83	3,128.37	-278.26
魁春实业	54,522.63	99,459.94	5,050.95
奥光玩具/魁春实业	16.42%	3.15%	-5.51%

四、发行人股权结构和组织结构

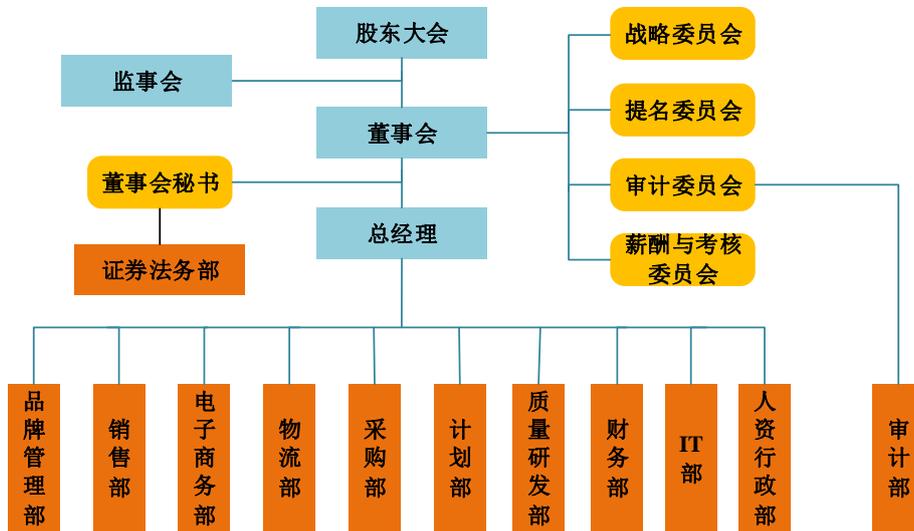
（一）发行人股权结构图

截止本招股说明书签署日，发行人的股权结构如下：



（二）发行人组织结构图

截止本招股说明书签署日，发行人的组织结构如下：



公司主要职能部门的职责如下：

序号	职能部门	主要职责
1	品牌管理部	负责公司品牌化经营战略的组织和实施，为销售团队提供详细的产品方案和方案内容。具体包括：国内外食品市场趋势和消费者研究、自有品牌年度品牌策略规划及各品类产品线规划；协同采购部和质量研发部开发有市场竞争力的新产品、策划年度大型促销活动方案创意、提供品牌传播推广所需的各

序号	职能部门	主要职责
		类 POSM 创意设计、产品价格及促销政策；制定媒介策略及执行；管理代理服务公司等。
2	销售部	负责公司线下渠道的销售业务，制定销售管理制度及工作程序，执行销售计划，完成销售目标及产品铺市；负责全国分公司办事处的团队管理工作；对线下大型商超、经销商及特殊渠道、团购客户的各项日常销售活动进行协调、沟通、服务及管理；通过线下零售渠道、经销商的开发增加品牌渗透提升销售额以及公司各品牌市场策略的落地执行等。
3	电子商务部	负责公司线上渠道的销售业务。通过有效的平台运营和推广，推动和提升电商平台销售年度目标；制定电商平台最终客户会员管理制度，形成有效的会员管理体系，实现线上销售的可持续发展。
4	物流部	负责结合公司发展需求，规划与之相适应的物流系统实施流程、实时监控流程，确保执行质量和效率；处理定单、库存、补货及拣货等物流活动中各种信息，为制定预算、流程优化等提供基本信息；协调公司内部采购、计划、财务等部门，提高应急事件处理能力，提升供应链管理效率。
5	采购部	负责产品开发和引进，鉴别和甄选全球优质产品源地，开发优质产品供应商，主导并优化产品引进国内流程，达成稳定长期合作。
6	计划部	负责对公司计划体系的运作进行管理；对公司各品牌、各地区销售目标进行科学分解，并对公司生产采购、库存等进行评估。
7	质量研发部	主要负责国外供应商生产质量控制；根据国际国内标准，对各类货品、包装和标签进行检查、确认并判定，保证所有货品合格、合规出库；建立与公司产品相适应的质量管理体系，优化公司产品质量控制流程；与供应商协作进行新品开发，主导并跟踪项目执行过程，包括但不限于产品配方开发、产品试验、工艺记录等。
8	财务部	负责制定公司财务制度；负责统筹公司的资金运作、制定合理的资金使用计划、组织编制各项预算；负责编制财务报表并进行财务分析。
9	IT 部	负责组织制定公司信息化规划与项目建设管理，负责 IT 管理与应用推广、计算机网络管理与信息安全防范、计算机硬件维护、计算机与相关备品备件及耗材的采购管理等；负责多种 IT 技术服务，包括需求分析、规划、设计、安装、维护客户应用信息系统。
10	人资行政部	负责公司人事管理，编制人力资源规划、组织架构规划、各部门人力规划、岗位分析；负责制定员工的教育培训计划；负责制定、执行公司的薪酬与福利制度以及公司员工绩效考核与管理工作；负责公司对外公共关系处理；负责公司“企业文化”建设工作；负责公司后勤事务管理。
11	审计部	负责建立和完善内部审计监督控制体系；负责公司内部审计工作；负责对公司及各部门的预算、财务收支计划的执行情况和内部控制的执行情况进行审计监督并发表意见和建议。
12	证券法务部	负责公司收购兼并、资产重组及其他与资本运作有关的工作；负责公司证券事务管理、信息披露及投资者关系管理工作；负责股东大会、董事会会议的筹备、会议材料准备、文件保管等日常工作；负责公司外部法律事务及内部合同信用等法律风险的管控。

五、发行人子公司、合营公司和分公司基本情况

（一）子公司基本情况

截止本招股说明书签署日，发行人共拥有北京品利、品利上海、品渥物联网、德国品渥等4家全资子公司，基本情况如下：

1、北京品利

（1）基本情况

公司名称	北京市品利食品有限公司
成立时间	2000年10月25日
注册资本	300.00万元
实收资本	300.00万元
注册地址	北京市朝阳区曙光西里甲6号1号（住宅）楼1909室
经营范围	销售食品；销售百货、五金交电；货物进出口；技术进出口；代理进出口业务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；销售食品以及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。）
主营业务	自有品牌食品的进口、销售及国外食品的合作代理销售业务
与发行人主营业务的关系	隶属于公司主营业务

（2）股东构成

截止本招股说明书签署日，北京品利的股东构成如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	品渥食品	300.00	100.00%
合计		300.00	100.00%

（3）主要财务数据

北京品利最近一年及一期主要财务数据如下：

项目	2018年6月30日	2017年12月31日
总资产（万元）	17,410.20	22,356.25
净资产（万元）	7,174.90	6,566.58
项目	2018年1-6月	2017年度
净利润（万元）	608.32	2,786.80

审计情况	以上财务数据已经立信会计师事务所审计
------	--------------------

2、品利上海

（1）基本情况

公司名称	品利（上海）食品有限公司
成立时间	2009年11月16日
注册资本	1,000.00万元
实收资本	1,000.00万元
注册地址	上海市普陀区长寿路652号12号楼
经营范围	批发兼零售：预包装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏）；工艺品、包装材料、五金交电、百货、针纺织品、办公用品、体育用品的销售，从事货物和技术的进出口业务，商务咨询，市场营销策划，会务服务，企业形象策划。【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】
主营业务	自有品牌食品的进口、销售及国外食品的合作代理销售业务
与发行人主营业务的关系	隶属于公司主营业务

（2）股东构成

截止本招股说明书签署日，品利上海的股东构成如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	品渥食品	1,000.00	100.00%
合计		1,000.00	100.00%

（3）主要财务数据

品利上海最近一年及一期主要财务数据如下：

项目	2018年6月30日	2017年12月31日
总资产（万元）	6,167.22	5,287.68
净资产（万元）	1,540.20	1,320.34
项目	2018年1-6月	2017年度
净利润（万元）	219.86	916.42
审计情况	以上财务数据已经立信会计师事务所审计	

3、品渥物联网

（1）基本情况

公司名称	上海品渥物联网科技有限公司
成立时间	2000年9月27日
注册资本	500.00万元
实收资本	500.00万元
注册地址	上海市松江区佘山镇新宅路555号
经营范围	物联网科技领域范围内的技术开发，仓储服务（除危险品），食品流通，工艺品、包装材料、五金交电、百货、针纺织品、办公用品、体育用品的销售，从事货物及技术的进出口业务，商务咨询，市场营销策划，会务服务，企业形象策划。【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】
主营业务	仓储物流、研发中心
与发行人主营业务关系	隶属于公司主营业务

（2）股东构成

截止本招股说明书签署日，品渥物联网的股东构成如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	品渥食品	500.00	100.00%
合计		500.00	100.00%

（3）主要财务数据

品渥物联网最近一年及一期主要财务数据如下：

项目	2018年6月30日	2017年12月31日
总资产（万元）	15,562.64	7,968.36
净资产（万元）	2,385.82	2,512.92
项目	2018年1-6月	2017年度
净利润（万元）	-127.10	-1,223.96
审计情况	以上财务数据已经立信会计师事务所审计	

4、德国品渥

（1）基本情况

公司名称	品渥食品德国有限公司
外文名称	Pinlive Foods GmbH
成立时间	2017年5月30日
注册资本	25,000.00欧元
实收资本	12,700.00欧元
注册地址	Lange Straße 31, 60311 Frankfurt am Main

经营范围	食品进出口，特别是包装食品，例如酒，奶制品和罐头食品。食品研究和开发，以及在食品生产质量管控方面协助母公司并为其提供上述领域的咨询服务
主营业务	食品进出口
与发行人主营业务关系	隶属于公司主营业务

（2）股东构成

截止本招股说明书签署日，德国品渥的股东构成如下：

单位：欧元

序号	股东名称	认缴出资额	出资比例
1	品渥食品	25,000.00	100.00%
合计		25,000.00	100.00%

（3）主要财务数据

德国品渥最近一年及一期主要财务数据如下：

项目	2018年6月30日	2017年12月31日
总资产（万元）	3.04	8.35
净资产（万元）	0.95	4.17
项目	2018年1-6月	2017年度
净利润（万元）	-3.16	-5.55
审计情况	以上财务数据已经立信会计师事务所审计	

（二）合营公司情况

截止本招股说明书签署日，发行人共拥有上海墨利 1 家合营公司，基本情况如下：

1、基本情况

公司名称	上海墨利进出口有限公司
成立时间	2017年2月13日
注册资本	50.00万元
注册地址	中国（上海）自由贸易试验区德堡路38号2幢三层308-32室
经营范围	食用农产品，日用百货、电子产品、家用电器、机械设备及配件、建材、纸制品、办公用品、文体用品、计算机软件、厨房用品、洗涤用品、工艺品的批发、进出口、佣金代理（拍卖除外）及相关配套服务，转口贸易，区内企业间的贸易及贸易代理，餐饮企业管理（不得从事食品生产经营），商务信息咨询，企业管理服务，翻译服务，会展会务服务，文化艺术交流活动策划。【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】

2、股东构成

截止本招股说明书签署日，上海墨利的股东构成如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	品渥食品	25.00	50.00%
2	Muela-Olives, S.L.	25.00	50.00%
合 计		50.00	100.00%

3、主要财务数据

上海墨利最近一年及一期主要财务数据如下：

项目	2018年6月30日	2017年12月31日
总资产（万元）	28.58	24.74
净资产（万元）	27.56	24.72
项目	2018年1-6月	2017年度
净利润（万元）	-2.16	-0.28
审计情况	以上财务数据未经审计	

（三）分公司情况

截止本招股说明书签署日，发行人共拥有5家分公司，基本情况如下：

1、品渥食品股份有限公司上海第一分公司

公司名称	品渥食品股份有限公司上海第一分公司
统一社会信用代码	91310107782824759C
成立时间	2005年11月10日
营业场所	上海市普陀区长寿路652号10号楼308、309室
负责人	王牧
经营范围	汽配，百货，针纺织品，文化用品（销售）；食品销售管理（非实物方式）；商务信息咨询（除经纪）。【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】

2、品渥食品股份有限公司广州分公司

公司名称	品渥食品股份有限公司广州分公司
统一社会信用代码	91440104MA59BGDQ3U
成立时间	2016年1月13日
营业场所	广州市越秀区天河路1号805房（仅限办公用途）
负责人	谭贵添

经营范围	预包装食品批发；乳制品批发；企业形象策划服务；货物进出口（专营专控商品除外）；文具用品零售；百货零售（食品零售除外）；纺织品、针织品及原料批发；汽车零配件批发；商品信息咨询；文具用品批发；技术进出口。
------	--

3、品渥食品股份有限公司深圳分公司

公司名称	品渥食品股份有限公司深圳分公司
统一社会信用代码	914403003597481897
成立时间	2016年1月19日
营业场所	深圳市福田区福保街道益田3013南方国际广场B栋1312室
负责人	宋奇峰
经营范围	预包装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏）、乳制品（不含婴幼儿配方乳粉）的销售。

4、品渥食品股份有限公司武汉分公司

公司名称	品渥食品股份有限公司武汉分公司
统一社会信用代码	91420103MA4KR48G2N
成立时间	2017年2月23日
营业场所	武汉市江汉区江汉二路2号银海商务大厦1408号
负责人	陈贞远
经营范围	食品销售（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营，经营范围、经营期限与许可证核定一致）。

5、品渥食品股份有限公司成都分公司

公司名称	品渥食品股份有限公司成都分公司
统一社会信用代码	91510107MA62QYW08B
成立时间	2017年3月1日
营业场所	成都市武侯区人民南路四段1号1-1-2707号
负责人	任小龙
经营范围	食品流通；汽配、百货、针纺织品、文具用品批发零售；商务信息咨询；绿化养护；会务服务；企业形象策划、设计；从事货物及技术进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

六、持有公司5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东和实际控制人基本情况

截止本招股说明书签署日，王牧直接持有公司 60.00%的股权，通过熹利投

资间接控制公司 7.00%的股权，王牧合计控制公司 67.00%的股权，为公司控股股东。截止本招股说明书签署日，徐松莉直接持有公司 3.00%的股权。王牧、徐松莉夫妇合计控制公司 70.00%的股权，为公司实际控制人。

王牧先生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 35020319680922****。王牧先生简历请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

徐松莉女士，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 11010419710711****。徐松莉女士简历请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

（二）持有公司 5%以上股份的主要股东的基本情况

截止本招股说明书签署日，持有公司5%以上股份的主要股东为王牧、吴柏赓、熹利投资和宋奇峰。持有公司5%以上股份的主要股东的基本情况如下：

1、王牧

王牧先生基本情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有公司5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）控股股东和实际控制人基本情况”。

2、吴柏赓

吴柏赓先生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 31010219550630****。吴柏赓先生简历请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

3、熹利投资

（1）基本情况

公司名称	宁波梅山保税港区熹利投资管理中心（有限合伙）
统一社会信用代码	91310107MA1G02922J
成立时间	2015年4月10日
注册地址	浙江省宁波市北仑区梅山大道商务中心八号办公楼760室
执行事务合伙人	王牧
经营范围	投资管理，投资咨询。（未经金融等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）（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）

（2）历史沿革

①2015年4月，熹利投资前身上海熹利设立

2015年4月，熹利投资前身上海熹利由王牧、赵宇宁和朱国辉出资设立，设立时注册资本700.00万元。

设立时，上海熹利的合伙人构成如下：

单位：万元

序号	姓名	认缴出资	实缴出资	出资比例	合伙人类型	在公司任职情况
1	王牧	500.00	0.00	71.43%	普通合伙	董事长、总经理
2	赵宇宁	100.00	0.00	14.29%	有限合伙	董事、副总经理、市场总监
3	朱国辉	100.00	0.00	14.29%	有限合伙	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监
合计		700.00	0.00	100.00%	-	-

②2016年2月、2017年4月王牧缴纳认缴出资

2016年2月17日、2017年4月26日，王牧向上海熹利分别缴纳210.00万元、140.00万元出资额。

本次实缴出资完成后，上海熹利的合伙人构成如下：

单位：万元

序号	姓名	认缴出资	实缴出资	出资比例	合伙人类型	在公司任职情况
1	王牧	500.00	350.00	71.43%	普通合伙	董事长、总经理
2	赵宇宁	100.00	0.00	14.29%	有限合伙	董事、副总经理、市场总监
3	朱国辉	100.00	0.00	14.29%	有限合伙	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监
合计		700.00	350.00	100.00%	-	-

③2017年7月，上海熹利迁址并更名

2017年7月6日，上海熹利投资管理中心（有限合伙）将注册地址迁至浙江省宁波市北仑区梅山大道商务中心八号办公楼760室并更名为宁波梅山保税港区熹利投资管理中心（有限合伙）。

④2017年12月，熹利投资第一次合伙人变更

2017年12月，王牧将其持有的熹利投资199.05万元实缴份额分别转让予吴鸣鹂、刘泉、李斌楨、孙灏、张喜和等30人。

本次合伙人变更完成后，熹利投资的合伙人构成如下：

单位：万元

序号	姓名	认缴出资	实缴出资	出资比例	合伙人类型	在公司任职情况
1	王牧	300.95	150.95	42.96%	普通合伙	董事长、总经理
2	赵宇宁	100.00	0.00	14.29%	有限合伙	董事、副总经理、市场总监
3	朱国辉	100.00	0.00	14.29%	有限合伙	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监
4	吴鸣鹂	21.33	21.33	3.05%	有限合伙	电子商务销售总监
5	刘泉	19.50	19.50	2.79%	有限合伙	物流总监
6	李斌楨	19.50	19.50	2.79%	有限合伙	监事会主席、采购总监
7	孙灏	16.00	16.00	2.29%	有限合伙	销售总监
8	张喜和	8.90	8.90	1.27%	有限合伙	财务经理
9	吴时辉	8.48	8.48	1.21%	有限合伙	大区经理
10	陈建华	6.00	6.00	0.86%	有限合伙	职工代表监事、KA经理
11	周鹏	5.67	5.67	0.81%	有限合伙	IT经理
12	段鹏	5.60	5.60	0.80%	有限合伙	品牌经理
13	田道扬	5.47	5.47	0.78%	有限合伙	监事、物流经理
14	周梅芳	5.40	5.40	0.77%	有限合伙	电商销售经理
15	李刚	5.07	5.07	0.72%	有限合伙	重点客户处经理
16	陈伟	5.07	5.07	0.72%	有限合伙	物流经理
17	张慧玲	5.07	5.07	0.72%	有限合伙	法务经理
18	韦佳珍	4.67	4.67	0.67%	有限合伙	电商销售经理
19	金鑫	4.53	4.53	0.65%	有限合伙	电商销售经理
20	谭贵添	4.53	4.53	0.65%	有限合伙	大区经理
21	王帅	4.53	4.53	0.65%	有限合伙	大区经理
22	刘菲	4.50	4.50	0.64%	有限合伙	大区经理
23	刘荣	4.40	4.40	0.63%	有限合伙	品牌经理
24	张大林	4.27	4.27	0.61%	有限合伙	大区经理
25	曹花	4.27	4.27	0.61%	有限合伙	计划经理
26	尚晓琦	3.75	3.75	0.54%	有限合伙	大区经理
27	齐占川	3.65	3.65	0.52%	有限合伙	包材采购经理

序号	姓名	认缴出资	实缴出资	出资比例	合伙人类型	在公司任职情况
28	陈彬彬	3.45	3.45	0.49%	有限合伙	采购经理
29	杨东鹏	3.13	3.13	0.45%	有限合伙	分处经理
30	徐 锋	3.13	3.13	0.45%	有限合伙	大区经理
31	陈贞远	3.13	3.13	0.45%	有限合伙	大区经理
32	任小龙	3.05	3.05	0.44%	有限合伙	大区经理
33	卢振华	3.00	3.00	0.43%	有限合伙	销售经理
合计		700.00	350.00	100.00%	-	-

⑤2018年5月，赵宇宁、朱国辉缴纳认缴出资

2018年5月15日，赵宇宁向熹利投资缴纳100.00万元出资额。2018年5月24日，朱国辉向熹利投资缴纳100.00万元出资额。

本次实缴出资完成后，上海熹利的合伙人构成如下：

单位：万元

序号	姓名	认缴出资	实缴出资	出资比例	合伙人类型	在公司任职情况
1	王 牧	300.95	150.95	42.96%	普通合伙	董事长、总经理
2	赵宇宁	100.00	100.00	14.29%	有限合伙	董事、副总经理、市场总监
3	朱国辉	100.00	100.00	14.29%	有限合伙	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监
4	吴鸣鹂	21.33	21.33	3.05%	有限合伙	电子商务销售总监
5	刘 泉	19.50	19.50	2.79%	有限合伙	物流总监
6	李斌楨	19.50	19.50	2.79%	有限合伙	监事会主席、采购总监
7	孙 灏	16.00	16.00	2.29%	有限合伙	销售总监
8	张喜和	8.90	8.90	1.27%	有限合伙	财务经理
9	吴时辉	8.48	8.48	1.21%	有限合伙	大区经理
10	陈建华	6.00	6.00	0.86%	有限合伙	职工代表监事、KA 经理
11	周 鹏	5.67	5.67	0.81%	有限合伙	IT 经理
12	段 鹏	5.60	5.60	0.80%	有限合伙	品牌经理
13	田道扬	5.47	5.47	0.78%	有限合伙	监事、物流经理
14	周梅芳	5.40	5.40	0.77%	有限合伙	电商销售经理
15	李 刚	5.07	5.07	0.72%	有限合伙	重点客户处经理
16	陈 伟	5.07	5.07	0.72%	有限合伙	物流经理
17	张慧玲	5.07	5.07	0.72%	有限合伙	法务经理
18	韦佳珍	4.67	4.67	0.67%	有限合伙	电商销售经理
19	金 鑫	4.53	4.53	0.65%	有限合伙	电商销售经理
20	谭贵添	4.53	4.53	0.65%	有限合伙	大区经理
21	王 帅	4.53	4.53	0.65%	有限合伙	大区经理
22	刘 菲	4.50	4.50	0.64%	有限合伙	大区经理
23	刘 荣	4.40	4.40	0.63%	有限合伙	品牌经理

序号	姓名	认缴出资	实缴出资	出资比例	合伙人类型	在公司任职情况
24	张大林	4.27	4.27	0.61%	有限合伙	大区经理
25	曹花	4.27	4.27	0.61%	有限合伙	计划经理
26	尚晓琦	3.75	3.75	0.54%	有限合伙	大区经理
27	齐占川	3.65	3.65	0.52%	有限合伙	包材采购经理
28	陈彬彬	3.45	3.45	0.49%	有限合伙	采购经理
29	杨东鹏	3.13	3.13	0.45%	有限合伙	分处经理
30	徐锋	3.13	3.13	0.45%	有限合伙	大区经理
31	陈贞远	3.13	3.13	0.45%	有限合伙	大区经理
32	任小龙	3.05	3.05	0.44%	有限合伙	大区经理
33	卢振华	3.00	3.00	0.43%	有限合伙	销售经理
合计		700.00	550.00	100.00%	-	-

⑥2018年8月，熹利投资第二次合伙人变更

2018年8月，因从公司离职，陈伟、尚晓琦两人将其持有的熹利投资5.07万元、3.75万元实缴份额分别转让予王牧。

本次合伙人变更完成后，熹利投资的合伙人构成如下：

单位：万元

序号	姓名	认缴出资	实缴出资	出资比例	合伙人类型	在公司任职情况
1	王牧	309.77	159.77	44.22%	普通合伙	董事长、总经理
2	赵宇宁	100.00	100.00	14.29%	有限合伙	董事、副总经理、市场总监
3	朱国辉	100.00	100.00	14.29%	有限合伙	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监
4	吴鸣鹏	21.33	21.33	3.05%	有限合伙	电子商务销售总监
5	刘泉	19.50	19.50	2.79%	有限合伙	物流总监
6	李斌楨	19.50	19.50	2.79%	有限合伙	监事会主席、采购总监
7	孙灏	16.00	16.00	2.29%	有限合伙	销售总监
8	张喜和	8.90	8.90	1.27%	有限合伙	财务经理
9	吴时辉	8.48	8.48	1.21%	有限合伙	大区经理
10	陈建华	6.00	6.00	0.86%	有限合伙	职工代表监事、KA经理
11	周鹏	5.67	5.67	0.81%	有限合伙	IT经理
12	段鹏	5.60	5.60	0.80%	有限合伙	品牌经理
13	田道扬	5.47	5.47	0.78%	有限合伙	监事、物流经理
14	周梅芳	5.40	5.40	0.77%	有限合伙	电商销售经理
15	李刚	5.07	5.07	0.72%	有限合伙	重点客户处经理
16	张慧玲	5.07	5.07	0.72%	有限合伙	法务经理
17	韦佳珍	4.67	4.67	0.67%	有限合伙	电商销售经理
18	金鑫	4.53	4.53	0.65%	有限合伙	电商销售经理
19	谭贵添	4.53	4.53	0.65%	有限合伙	大区经理

序号	姓名	认缴出资	实缴出资	出资比例	合伙人类型	在公司任职情况
20	王 帅	4.53	4.53	0.65%	有限合伙	大区经理
21	刘 菲	4.50	4.50	0.64%	有限合伙	大区经理
22	刘 荣	4.40	4.40	0.63%	有限合伙	品牌经理
23	张大林	4.27	4.27	0.61%	有限合伙	大区经理
24	曹 花	4.27	4.27	0.61%	有限合伙	计划经理
25	齐占川	3.65	3.65	0.52%	有限合伙	包材采购经理
26	陈彬彬	3.45	3.45	0.49%	有限合伙	采购经理
27	杨东鹏	3.13	3.13	0.45%	有限合伙	销售分处经理
28	徐 锋	3.13	3.13	0.45%	有限合伙	大区经理
29	陈贞远	3.13	3.13	0.45%	有限合伙	大区经理
30	任小龙	3.05	3.05	0.44%	有限合伙	大区经理
31	卢振华	3.00	3.00	0.43%	有限合伙	销售经理
合计		700.00	550.00	100.00%	-	-

截止本招股说明书签署日，熹利投资本次合伙人变更正在办理工商登记手续。

（3）主要财务数据

熹利投资最近一年主要财务数据如下：

项目	2018年6月30日	2017年12月31日
总资产（万元）	599.15	518.09
净资产（万元）	549.26	349.30
项目	2018年1-6月	2017年度
净利润（万元）	-0.04	-0.70
审计情况	以上财务数据未经审计	

4、宋奇峰

宋奇峰先生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为11022819710804****。宋奇峰先生简历请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况

1、控股股东和实际控制人目前控制的其他企业

截止本招股说明书签署日，除持有品渥食品股权外，公司实际控制人王牧

还认缴熹利投资 44.22%的合伙份额、认缴品渥天莱 83.33%的合伙份额。

（1）熹利投资

熹利投资的基本情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）持有公司 5%以上股份的主要股东的基本情况”。

（2）品渥天莱

①基本情况

公司名称	霍尔果斯品渥天莱股权投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2016年12月13日
注册地址	新疆伊犁州霍尔果斯市亚欧南路9号402室
执行事务合伙人	王牧
经营范围	从事对非上市企业的股权投资、通过认购非公开发行股票或者受让股权等方式持有上市公司股份以及相关咨询服务。

②合伙人构成

截止本招股说明书签署日，品渥天莱的合伙人构成如下：

单位：万元

序号	合伙人名称	认缴出资	实缴出资	出资比例	合伙人类型
1	王牧	2,500.00	1,980.00	83.33%	普通合伙
2	赵宇宁	300.00	20.00	10.00%	有限合伙
3	朱国辉	200.00	10.00	6.67%	有限合伙
合计		3,000.00	2,010.00	100.00%	-

③主要财务数据

品渥天莱最近一年及一期主要财务数据如下：

项目	2018年6月30日	2017年12月31日
总资产（万元）	2,008.80	2,008.79
净资产（万元）	2,008.80	2,008.79
项目	2018年1-6月	2017年度
净利润（万元）	0.01	-1.21
审计情况	以上财务数据未经审计	

④对外投资情况

截止本招股说明书签署日，品渥天莱对外投资情况如下：

企业名称	持股比例	注册资本（万元）	经营范围
新疆天莱牧业有限责任公司	3.00%	21,428.57	牲畜养殖；新疆褐牛、西门塔尔、安格斯等原种牛的养殖、繁育、生产、育肥；原种安格斯、新疆褐牛、西门塔尔等种公牛生产、培育、销售；牛的养殖技术服务及相关技术研发、推广；牛的收购、销售；肉制品加工、销售；农业种植技术培训服务；蔬菜、水果的收购、销售；饲料作物的收购；饲料作物、谷物种植及销售；塑料制品生产、销售；化肥批发；土地开发；仓储业；机械设备销售

2、控股股东、实际控制人报告期内曾经控制的其他企业

（1）北京市厦新荣光贸易有限公司

①基本情况

截至注销前，北京市厦新荣光贸易有限公司的基本情况如下：

公司名称	北京市厦新荣光贸易有限公司
成立时间	1999年6月7日
法定代表人	周功平
注册资本	50.00万
注册地址	北京市密云县大城子乡企业公司前院
经营范围	销售包装食品、粮油食品、水产品、饮料、副食品、日用百货、文化用品、电子产品。（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）

②股东构成

截至注销前，北京市厦新荣光贸易有限公司股东构成如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	王牧	37.50	75.00%
2	宋奇峰	12.50	25.00%
合计		50.00	100.00%

2017年8月25日，北京市厦新荣光贸易有限公司在北京市工商行政管理局密云分局办理了注销登记。

（2）上海蕾维卡美容中心

①基本情况

截至注销前，上海蕾维卡美容中心的基本情况如下：

公司名称	上海蕾维卡美容中心
成立时间	2013年7月15日
投资人	时兴杰
出资额	20.00万
注册地址	上海市浦东新区梅花路999弄7号1-2层
经营范围	美容店，减肥服务（不得从事美发服务，不得以食品、医疗等涉及许可项目的经营方式实施服务），化妆品的销售。【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】

②股东构成

截至注销前，上海蕾维卡美容中心的股东构成如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	出资比例
1	时兴杰	20.00	100.00%
合计		20.00	100.00%

2015年4月7日，徐松莉与时兴杰签署《企业所有权转让协议》，约定徐松莉将其持有的上海蕾维卡美容中心的所有权转让予时兴杰；2015年4月13日，上海蕾维卡美容中心就上述事项在上海市浦东新区市场监督管理局办理了变更登记手续。

2016年3月1日，上海蕾维卡美容中心因经营亏损等原因，投资人时兴杰决定注销该企业。2016年3月7日，上海蕾维卡美容中心在上海市浦东新区市场监督管理局办理了注销登记手续。

（四）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人股份质押或其他有争议的情况

截止本招股说明书签署日，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、冻结或其他有争议的情况。

七、发行人股本情况

（一）本次发行前后发行人股本变化情况

本次发行前，公司总股本 7,500 万股，本次拟向社会公开发行 A 股股票不超过 2,500 万股，占公司发行后总股本的比例不低于 25%。以本次发行 2,500 万股计算，本次发行前后，公司股本结构变化情况如下：

单位：万股

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
1	王 牧	4,500.00	60.00%	4,500.00	45.00%
2	吴柏庚	1,875.00	25.00%	1,875.00	18.75%
3	熹利投资	525.00	7.00%	525.00	5.25%
4	宋奇峰	375.00	5.00%	375.00	3.75%
5	徐松莉	225.00	3.00%	225.00	2.25%
6	社会公众股东	-	-	2,500.00	25.00%
合 计		7,500.00	100.00%	10,000.00	100.00%

（二）本次发行前发行人前十名股东情况

本次发行前，公司前十名股东情况如下：

单位：万股

序号	股东名称	持股数量	持股比例
1	王 牧	4,500.00	60.00%
2	吴柏庚	1,875.00	25.00%
3	熹利投资	525.00	7.00%
4	宋奇峰	375.00	5.00%
5	徐松莉	225.00	3.00%
合 计		7,500.00	100.00%

（三）发行人前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截止本招股说明书签署日，本公司自然人股东共计 4 名，上述自然人股东持股情况及在公司的任职情况如下：

单位：万股

序号	股东名称	持股数量	持股比例	在本公司任职情况
1	王 牧	4,500.00	60.00%	董事长、总经理

序号	股东名称	持股数量	持股比例	在本公司任职情况
2	吴柏庚	1,875.00	25.00%	董事
3	宋奇峰	375.00	5.00%	董事、副总经理
4	徐松莉	225.00	3.00%	董事、产品开发总监
合计		6,975.00	93.00%	-

（四）发行人国有股份或外资股份情况

发行人不存在国有股份或外资股份的情况。

（五）股东中的战略投资者及持股情况

发行人股东中无战略投资者。

（六）发行人申报前一年新增股东的情况

最近一年，发行人不存在新增股东。

（七）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

公司股东王牧、徐松莉系夫妻关系；公司股东王牧为公司股东熹利投资的执行事务合伙人，持有熹利投资 44.22% 的合伙份额，为熹利投资的实际控制人。截止本招股说明书签署日，王牧直接持有公司 60.00% 的股权，通过熹利投资间接控制公司 7.00% 的股权；徐松莉直接持有公司 3.00% 的股权。王牧、徐松莉夫妇合计控股比例为 70.00%。

除此之外，公司其他股东之间不存在关联关系。

（八）发行人股东公开发售股份情况

根据发行人本次公开发行股票的发行业务方案，本次发行不涉及股东公开发售股份的情形。

八、发行人正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况

截止本招股说明书签署日，公司以熹利投资为员工持股平台对业务骨干实施了股权激励，熹利投资的基本情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）持有公司 5%以上股份的主要股东的基本情况”。

九、发行人员工及社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

报告期各期末，公司在册员工总数如下：

单位：人

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
人数	532	551	599	604

（二）员工专业结构

截至 2018 年 6 月 30 日，公司员工按岗位划分，具体情况如下：

岗位类别	员工人数（人）	比例
营销类人员	371	69.74%
物流类人员	66	12.41%
管理行政类人员	61	11.47%
品牌开发及采购类人员	34	6.39%
合计	532	100.00%

（三）员工受教育程度

截至 2018 年 6 月 30 日，公司员工接受教育程度划分，具体情况如下：

学历程度	员工人数（人）	比例
硕士及以上	7	1.32%
本科	168	31.58%
大专	236	44.36%
高中及以下	121	22.74%
合计	532	100.00%

（四）员工年龄分布

截至2018年6月30日，公司员工按照年龄划分，具体情况如下：

年龄区间	员工人数（人）	比例
30岁及以下	246	46.24%
31-40岁	242	45.49%
41-50岁	37	6.95%
51岁及以上	7	1.32%
合计	532	100.00%

（五）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

1、发行人执行社会保障制度和医疗制度的情况

公司实行劳动合同制，员工的聘用和解聘均根据《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等有关法律、法规和规范性文件办理。根据国家和地方政府的有关规定，公司为员工购买了养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险以及生育保险在内的各项社会保险。

（1）社会保险缴纳比例

截至2018年6月30日，公司缴纳的各项社会保险的比例如下：

公司	缴纳比例	养老	医疗	失业	生育	工伤	
品渥食品、品利上海、品渥物联网	公司缴纳	20.00%	9.50%	0.50%	1.00%	0.30%	
	个人缴纳	8.00%	2.00%	0.50%	-	-	
北京品利	公司缴纳	19.00%	10.00%	0.80%	0.80%	0.30%	
	个人缴纳	8.00%	2.00%+3.00元	0.20%	-	-	
品渥食品深圳分公司	公司缴纳	深圳户籍	14.00%	6.00%+0.20%	1.00%	0.45%	0.28%
		非深圳户籍	13.00%	一档：6.00%+0.20%			
				二档：0.50%+0.10%			
	三档：0.40%+0.05%						
	个人缴纳	深圳户籍	8.00%	不满45岁3.20%； 满45岁2.60%	0.50%	-	-
		非深圳户籍	8.00%	一档：不满45岁 3.20%； 满45岁2.60%			
二档：0.20%							

公司	缴纳比例	养老	医疗	失业	生育	工伤
			三档：0.10%			
品渥食品广州分公司	公司缴纳	14.00%	7.00%	0.64%	0.85%	0.20%
	个人缴纳	8.00%	2.00%	0.20%	-	-
品渥食品成都分公司	公司缴纳	19.00%	6.50%	0.60%	0.80%	0.28%
	个人缴纳	8.00%	2.00%	0.40%	-	-
品渥食品武汉分公司	公司缴纳	19.00%	8.00%	0.70%	0.70%	0.40%
	个人缴纳	8.00%	2.00%+7.00元	0.30%	-	-

（2）社会保险缴纳人数

报告期内，公司缴纳各项社会保险的具体人数如下：

单位：人

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	员工人数	实缴人数	员工人数	实缴人数	员工人数	实缴人数	员工人数	实缴人数
养老保险	532	493	551	527	599	565	604	570
医疗保险	532	493	551	527	599	565	604	570
工伤保险	532	493	551	527	599	565	604	570
失业保险	532	493	551	527	599	565	604	484 ^注
生育保险	532	493	551	527	599	565	604	484 ^注

注：2015年末，公司失业保险和生育保险实缴人数为484人，与养老保险、医疗保险和工伤保险实缴人数相差86人，主要系上海市当年社保政策不强制为外省市非城镇户籍人口缴纳失业保险和生育保险所致。

报告期内，公司未为员工缴纳社会保险的具体原因如下：

单位：人

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
上海地区协保员工	-	1	1	1
退休返聘员工	7	8	7	5
新入职员工	13	3	8	8
当月离职员工	11	2	2	10
实习生	6	8	15	10
台籍及海外子公司员工	2	1	1	-
当月未缴次月补缴	-	1	-	-
合计	39	24	34	34

2、发行人执行住房制度的情况

（1）住房公积金比例

截至2018年6月30日，公司缴纳住房公积金的比例如下：

公司	缴纳比例	公积金
品渥食品、品利上海、品渥物联网	公司缴纳部分	7.00%
	个人缴纳部分	7.00%
北京品利	公司缴纳部分	12.00%
	个人缴纳部分	12.00%
品渥食品深圳分公司	公司缴纳部分	5.00%
	个人缴纳部分	5.00%
品渥食品广州分公司	公司缴纳部分	5.00%
	个人缴纳部分	5.00%
品渥食品成都分公司	公司缴纳部分	5.00%
	个人缴纳部分	5.00%
品渥食品武汉分公司	公司缴纳部分	8.00%
	个人缴纳部分	8.00%

（2）住房公积金缴纳人数

报告期内，公司缴纳住房公积金的具体人数如下：

单位：人

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	员工人数	实缴人数	员工人数	实缴人数	员工人数	实缴人数	员工人数	实缴人数
住房公积金	532	472	551	415	599	400	604	221

报告期内，公司未为员工缴纳住房公积金原因如下：

单位：人

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
上海地区协保员工	-	1	1	1
退休返聘员工	7	8	7	5
新入职员工	13	3	8	8
当月离职员工	11	2	2	10
实习生	6	8	15	10
外地、农村户籍员工	-	111	162	347
港澳台员工	2	1	1	-
当月未缴次月补缴	20	1	2	1
尚未从原单位转出	1	1	1	1
合计	60	136	199	383

3、合规证明情况

根据上海市松江区人力资源和社会保障局、上海市公积金管理中心、北京市朝阳区人力资源和社会保障局、北京住房公积金管理中心、上海市普陀区人力资

源和社会保障局等单位出具的证明，报告期内，发行人及其子公司遵守国家有关劳动和社会保障、住房公积金管理的法律、法规，在劳动和社会保障缴存、住房公积金缴存方面不存在重大违法、违规行为，没有因违反有关劳动和社会保障、住房公积金管理的法律、法规而受到处罚的记录。

4、控股股东、实际控制人的承诺

就公司员工社保及住房公积金缴纳事宜，发行人实际控制人王牧、徐松莉夫妇出具《承诺函》，承诺：如果发行人及下属全资或控股子公司被有关劳动社会保障部门和住房公积金管理部门认定须为其员工补缴在公司本次发行上市前欠缴的社会保险费或住房公积金，要求公司或下属全资或控股子公司补缴社会保险费或住房公积金的，或者受到有关主管部门处罚，其将承担由此产生的全部经济损失，保证公司及下属全资或控股子公司不会因此遭受任何损失。

（六）劳务派遣情况

1、劳务派遣基本情况

报告期内，公司存在使用劳务派遣用工的情形，主要原因为：由于行业特点，公司对于用工弹性投放要求较高。由于公司促销人员的流动性较大，通过自行直接招聘无法满足业务发展的用工需求，因此公司将部分临时性、辅助性及可替代性的工作岗位委托劳务派遣公司代为招聘，以满足近年来公司业务扩张对用工效率及灵活度的需求。

2、劳务派遣单位的基本情况

2014年11月18日，公司与前锦网络信息技术（上海）有限公司签订《前程无忧劳务派遣服务协议》。前锦网络信息技术（上海）有限公司的基本情况如下：

公司名称	前锦网络信息技术（上海）有限公司
统一社会信用代码	91310000703005043F
公司类型	有限责任公司（中外合资）
公司住所	中国（上海）自由贸易试验区商城路660号乐凯大厦2307单元
法定代表人	王韬
注册资本	500.00 万美元

成立时间	2000年1月25日
经营范围	计算机软件、多媒体、网络系统的开发、应用及与上述相关的第二类增值电信业务中的相关信息服务（不含固定网电话信息服务），设计和制作网络广告，利用无忧工作网站（WWW.51job.COM）发布网络广告、人才供求信息的收集、整理、储存、发布和咨询服务，人才推荐，人才招聘，人才培训，人才测评，人才信息网络服务，人才派遣，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力资源服务和管理（含金融企业），向国内企业提供劳务派遣服务，接受金融机构委托从事金融信息技术外包、营运流程外包，企业营销策划、管理及咨询，市场调查，保险兼业代理（代理险种：保险公司授权代理范围），会务服务（主办、承办除外），商务信息咨询。（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）【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、劳务派遣用工的人员情况

报告期各期末，前锦网络信息技术（上海）有限公司向发行人派遣劳务人员情况如下：

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
劳务派遣人数（人）	0	0	7	313
公司正式员人数（人）	532	551	599	604
劳务派遣人数/（劳务派遣人数+正式员工人数）	0.00%	0.00%	1.16%	34.13%

4、劳务派遣用工情况的规范

截至2015年12月31日，发行人劳务派遣人数比例为34.13%，超过法律规定的10%的比例。针对上述情况，公司逐步规范劳务派遣用工形式，降低派遣员工比例。

2016年3月，发行人与上海中智广告有限公司签署了《营销服务外包合同》；2016年3月，发行人与正东企业管理服务外包（上海）有限公司签署了《服务外包合同》；2017年7月，发行人与海宁正东服务外包有限公司签署了《服务外包合同》，就工作内容、工作要求和具体标准、工作负责人、双方权利义务作出了约定。

报告期内，公司按照合同约定，向外包公司支付外包服务费，劳务外包人员的工资和社会保险由劳务外包公司发放和缴纳。

截至2016年12月31日、2017年12月31日和2018年6月30日，发行人劳务派遣人数比例分别为1.16%、0.00%和0.00%，派遣员工用工比例符合法律法规的要求。

综上所述，发行人报告期内劳务派遣用工数量超出10%比例的情形发生在2014年3月1日起实施的《劳务派遣暂行规定》的2年过渡期内，自2016年3月开始未再出现劳务派遣用工超比例情形。

十、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、履行情况以及未能履行承诺的约束措施

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向等承诺

本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向等承诺请参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向等承诺”。

（二）稳定股价的承诺

本公司、本公司控股股东和实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员已分别作出关于稳定股价的承诺，具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“二、稳定股价预案”。

（三）股份回购的承诺

股份回购承诺的具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“二、稳定股价预案”。

（四）依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺

公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员已分别作出关于依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺，具体内容请参见本招股说明书“重大事项提

示”之“三、公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性的承诺”。

（五）利润分配政策的承诺

公司关于利润分配政策的承诺请参见本招股说明书“重大事项提示”之“八、本次发行上市后的股利分配政策”。

（六）填补被摊薄即期回报的承诺

公司、控股股东和实际控制人、公司董事（独立董事除外）、高级管理人员分别对填补被摊薄即期回报出具了承诺，具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“五、填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

（七）避免同业竞争的承诺

为避免未来发生同业竞争，公司控股股东、实际控制人王牧、徐松莉夫妇出具了《关于避免和消除同业竞争的承诺函》，具体内容请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（二）控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺”。

（八）关于未履行承诺的约束措施

关于未履行承诺的约束措施请参见本招股说明书“重大事项提示”之“六、发行人及其控股股东、实际控制人、公司董事、监事及高级管理人员等责任主体未能履行承诺时的约束措施”。

（九）其他重要承诺

其他重要承诺请参见本招股说明书“重大事项提示”。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务及主要产品情况

（一）主营业务情况

作为国内较早实现进口食品品牌运营的企业，公司始终秉持“通过世界美食，让大众更时尚、更健康”的使命，通过整合全球优质食品资源，全力打造“原装进口食品”的品牌发展战略，致力于将中国美食品牌与全球生产体系嫁接，将全球的健康美食和时尚生活方式带给中国消费者。经过多年发展，公司已成功自主开发和推广“德亚”、“瓦伦丁”、“亨利”、“雅娜”等自有品牌以及“品利”等合作品牌，品牌影响力逐年提升，在消费者中拥有较高的声誉和品牌辨识度。公司已成为国内知名的进口食品品牌运营商。

报告期内，公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务。目前，公司产品以自有品牌和合作品牌进口食品为主，主要聚焦于乳品、啤酒、粮油、谷物以及饼干点心类等五大食品品类。截止本招股说明书签署日，公司重点经营的自有品牌 5 款，合作品牌 4 款以及代理品牌 1 款。

凭借优质的产品和服务，公司相继获得“北京奥运会奥运餐饮供应企业”、“中国橄榄油国家标准参与起草单位”、“体育●训练局赞助商”、“上海市进口食品企业协会理事单位”、“进口商专业委员会副会长单位”、“北京出入境检验检疫协会常务理事单位”、“沃尔玛（中国）年度最佳供应商”、“京东 10 周年华东优秀合作伙伴”、“顺丰优选战略核心伙伴奖”、“多特蒙德中国官方啤酒合作伙伴”和“西班牙足球甲级联赛中国区域官方合作伙伴”等荣誉或资质。

作为国内较早实现进口食品品牌运营的企业，公司一直专注于自有食品品牌的开发和推广，始终坚持“Made for China”的品牌运营模式。在专注自有品牌培育和推广的同时，通过与全球范围内知名食品生产商的合作，公司已建立稳定的产品供货渠道。其中，乳品供应商主要为德国第三大乳制品企业好沃德

集团（Hochwald Foods GmbH）、全球第七大乳制品企业爱氏晨曦集团（Arla Foods amla）以及澳大利亚自由食品集团（Freedom Foods Group）等知名企业；啤酒供应商为产能位居德国前列的卡尔斯堡集团（Karlsberg Brauerei GmbH）；橄榄油供应商为西班牙高品质橄榄油制造商西班牙墨尔集团（Muela-Olives S.L.）。

作为国内知名的进口食品品牌运营商，公司高度重视渠道建设工作，坚持线上渠道与线下渠道同时发展的营销策略，构建了包括大型商超，天猫商城、京东等电商平台以及各地经销商等在内的多元化销售体系。目前，公司销售渠道分为线下渠道和线上渠道。其中，线下渠道主要包括线下直销渠道和线下经销渠道；线上渠道主要包括线上 B2B 业务、线上 B2C 业务和新零售业务。截止本招股说明书签署日，公司线下渠道统辖 16 个销售大区，覆盖全国 31 个省、自治区和直辖市。线下直销渠道方面，公司产品已进入全国大型连锁超市的约 4,500 家门店，覆盖客户主要包括麦德龙、家乐福、大润发、沃尔玛、华润万家、永辉超市、百佳、苏果超市等国内外知名商超；线下经销渠道方面，公司拥有约 350 多家活跃经销商，覆盖上述经销商所辖地区的中小型超市、便利店等网点。线上渠道由公司电子商务部统一管理。目前，公司电子商务部分设上海大区、北京大区、B2C 大区及新零售业务部等四个分部，分管上海 B2B、北京 B2B、线上 B2C 业务及新零售业务。公司 B2B 业务主要客户包括京东、天猫超市、苏宁易购、顺丰优选等国内主要电商；B2C 业务主要通过在天猫、京东等电商平台开设官方旗舰店及自设品渥官方商城等形式开展；新零售业务方面，公司已经与盒马鲜生、7FRESH、苏宁小店、美团以及饿了么等新兴零售渠道客户建立了良好的合作关系。

此外，公司高度重视物流管理系统、现代化仓储管理系统等供应链管理体系建设。物流管理系统方面，公司将 ERP 系统与协同办公系统、WMS 仓储管理系统及 OMS 订单管理系统进行整合，基本实现了线下大型商超订单、线上电商平台订单与公司 SAP 系统、WMS 仓库管理系统的实时对接。同时，结合自身供应链特点，公司对 ERP 系统进行了专门升级和改进，结合 WMS 系统按品类对库存进行及时充分管理。现代化仓储管理体系方面，公司在天津、上海

和广州设有 3 个仓储物流中心，建筑面积约 46,000 平方米，最大吞吐量可达 45 万件/天。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化。

报告期内，公司主营业务收入构成按品牌分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
自有品牌	44,928.68	73.39%	79,998.51	65.89%	60,982.86	55.51%	41,159.93	41.38%
合作品牌	14,451.14	23.60%	35,172.88	28.97%	41,079.91	37.39%	48,685.86	48.95%
代理品牌	1,842.68	3.01%	6,233.53	5.13%	7,803.19	7.10%	9,614.15	9.67%
合计	61,222.50	100.00%	121,404.92	100.00%	109,865.97	100.00%	99,459.94	100.00%

（二）主要产品情况

公司产品分为自有品牌产品、合作品牌产品和代理品牌产品，均为国外优质进口食品，主要包括乳品、啤酒、粮油、谷物和饼干点心等。

报告期内，公司主要产品情况如下表所示：

品牌类型	类别	品牌名称
自有品牌	乳品	Weidendorf（德亚）
	啤酒	Wurenbacher（瓦伦丁）
	谷物	HANNRAE（亨利）
	饼干点心	Aglory（雅娜）
合作品牌	粮油	MUELOLIVA（品利）
	饼干点心	Tonon（多恩）
		Elledi（爱利地）
		gullon（谷优）
	谷物	GALLO（公鸡）
饼干点心	VALOR（薇乐）	
代理品牌	乳品	PASCUAL（帕斯卡）
	其他食品	Sahmyook（三育）
	其他食品	TC BOY（小胖子）

截止本招股说明书签署日，公司经营的主要产品如下表所示：

品牌类型	类别	品牌名称	品牌 Logo	主要产品
自有品牌	乳品	Weidendorf (德亚)		
	啤酒	Wurenbacher (瓦伦丁)		
	谷物	HANNRAE (亨利)		
	饼干点心	Aglory (雅娜)		
合作品牌	粮油	MUELOLIVA (品利)		
代理品牌	其他食品	TC BOY (小胖子)		

1、自有品牌产品

自有品牌产品是指品牌中文商标与英文商标均为公司持有的产品，该类型产品由公司自主进行市场需求调研，与供应商合作开发，并由国外优质供应商进行生产，由公司在国内进行品牌推广及渠道建设从而实现最终销售。

成立至今，公司已成功运营德亚牛奶、瓦伦丁啤酒、亨利麦片、雅娜蝴蝶酥等自有品牌产品，并在上述品牌基础上不断推出多款产品。2015-2017年度、2018年1-6月，公司自有品牌产品销售收入分别为41,159.93万元、60,982.86万元、79,998.51万元、44,928.68万元，占公司当期主营业务收入的比例分别为41.38%、55.51%、65.89%、73.39%，公司自有品牌产品收入比例逐年上升，已成为公司主营业务收入的主要来源。

(1) 德亚牛奶（Weidendorf）

2012年，通过整合全球优质黄金奶源带的乳品工厂资源，公司成功推出“德亚”品牌进口乳品。经过多年努力，德亚牛奶在国内乳品市场上取得多项成功，已成为消费者最喜爱的进口乳品品牌之一。根据星图数据（SYNTUN）显示，2018年，德亚牛奶在2018年“618购物节”期间液态奶销量仅次于蒙牛，排名第二；2017年，德亚牛奶在双十一期间液态奶销量仅次于蒙牛和伊利，位列第三；同时，德亚也成为进口液态奶销量第一的进口牛奶品牌。2017年，德亚品牌入选京东双百亿俱乐部品牌并荣获天猫超市消费者运营创新奖。根据AC尼尔森统计数据，2016年德亚牛奶占国内进口牛奶全渠道市场份额9%，进口牛奶市场占有率排名第三，其中，线下渠道市场占有率11%，排名第一。

产品质量方面，德亚牛奶的供应商来自德国、澳大利亚及丹麦，主要为德国好沃德（Hochwald Foods GmbH）、德国英米谷（Immergut GmbH & Co. KG）、丹麦爱氏晨曦集团（Arla Foods amla）及澳大利亚自由食品集团（Freedom Foods Group）等国际知名乳品厂商，上述供应商均拥有科学、高效的生产设备以及完善的产品质量控制体系，出厂产品均符合所在国及中国的乳品质量标准。同时，上述供应商所在国家与地区已建立了全面而严格的乳制品生产体系和质量控制标准，其生产和出口的乳品品质享誉全球。

品类创新方面，自推出“德亚”品牌以来，根据市场需求和消费者口味变化，公司不断开发并及时推出新口味、新品类产品。2012年，公司推出德亚全脂/低脂/脱脂纯牛奶；2015年，公司推出德亚酸奶；2016年，公司推出草莓、黄桃、蓝莓等多种口味德亚酸奶以及澳大利亚奶源地纯牛奶；2018年，公司推出德亚儿童酸奶。未来，公司还将根据市场变化不断推出更多满足不同消费者消费需求和偏好的乳品。

德亚牛奶



2015-2017年度、2018年1-6月，德亚品牌乳品销售收入分别为27,451.79万元、45,767.21万元、60,764.23万元、36,336.76万元，占公司当期主营业务收入的比例分别为27.60%、41.66%、50.05%、59.35%。

（2）瓦伦丁啤酒（Wurenbacher）

2013年，公司与德国卡尔斯堡集团合作，成功推出“瓦伦丁”品牌进口啤酒。产品质量方面，瓦伦丁坚持品质至上理念，沿用“1516德国纯酿法”（《啤酒纯酿法》）即“酿造啤酒只可以用水、大麦、啤酒花、酵母这四种原料，不可以添加任何物质”，瓦伦丁啤酒在品质上最大限度地保留了营养成分。瓦伦丁啤酒供应商德国卡尔斯堡集团（Karlsberg Brauerei GmbH）创立于1878年，是德国拥有现代化酿酒过程及自动化程度较高的啤酒厂之一。卡尔斯堡集团拥有IFS、HACCP等质量认证证书。市场表现方面，2017年，瓦伦丁成为京东超市用户挚爱品牌。根据天猫联合第一财经商业数据中心发布的《2017天猫酒水线上消费数据报告》，瓦伦丁成为消费者首次购买最爱品牌的进口啤酒，并分获消费者最爱首次购买的TOP3品牌和高阶消费者最爱首次购买的TOP3品牌荣誉。根据京东联合21世纪经济研究院发布的《2017年线上酒业消费报告》，瓦伦丁销售额位列行业第五。2016年，根据《第一财经周刊》发起的市场调查，瓦伦丁位列啤酒总榜指数第六，进口德国啤酒品牌排名第一。

品类创新方面，2013年，公司推出瓦伦丁黑啤、烈性、拉格系列；2014年，公司推出瓦伦丁小麦系列；2016年，公司推出瓦伦丁黑啤型、小麦型、拉格和烈性足球运动电商系列；2018年，为进一步提升瓦伦丁啤酒在消费者中的

影响力，公司推出瓦伦丁荷拉斯系列和硬骨头精酿系列，将现有产品系列的价格等级进行差异化，给不同购买需求的消费者以更丰富的选择。

瓦伦丁啤酒



2015-2017 年度、2018 年 1-6 月，瓦伦丁啤酒销售收入分别为 12,529.88 万元、13,101.40 万元、12,742.66 万元、5,837.01 万元，占公司当期主营业务收入的比例分别为 12.60%、11.92%、10.50%、9.53%。

（3）亨利谷物（HANNRAE）

亨利（HANNRAE）是公司旗下健康谷物早餐品牌。近年来，随着消费者对健康早餐概念认知的提升，尤其是年轻消费者越来越关注“健康、功能、即食”的中高端早餐食品，燕麦食品逐渐受到消费者追捧。在此背景下，公司于 2016 年底将合作品牌亨利完全自有化，通过整合澳洲和德国的健康谷物资源，重新设计推出全新的亨利品牌麦片。

目前，亨利品牌旗下拥有两大品类：烘烤谷物早餐类和麦片类。2018 年，公司将亨利用现有品牌形象和产品线进一步创新升级，在口味选择、包装设计上，更加契合现代年轻消费群体对于健康早餐的新选择，产品食用场景也更加丰富。

2015-2017 年度、2018 年 1-6 月，亨利谷物销售收入分别为 5,011.66 万元、

4,697.11 万元、4,090.82 万元和 1,532.07 万元，占公司当期主营业务收入的比例分别为 5.04%、4.28%、3.37% 和 2.50%。

（4）雅娜饼干（Aglory）

雅娜品牌是公司塑造的定位于烘焙饼干的自有品牌。基于对市场需求的把握，公司于 2015 年推出适合国人消费偏好的高端烘焙类产品雅娜蝴蝶酥。产品质量方面，凭借出色的口感，雅娜蝴蝶酥获得由国际风味暨品质评鉴所（International Taste & Quality Institute，简称 iTQi）颁发的“2016 臻味双星”大奖。

2、合作品牌产品

合作品牌产品指品牌中文商标为公司所有，英文商标为国外品牌商持有，国外品牌商授权本公司在中国大陆境内（不包括港澳台地区）销售其产品，该类型产品供应商是英文品牌商。

目前，公司旗下合作品牌主要有品利（MUELOLIVA）、谷优（gullon）和公鸡（GALLO）等。其中，品利橄榄油（MUELOLIVA）的中文商标为本公司持有，英文商标由公司合营公司上海墨利持有。

2015-2017 年度、2018 年 1-6 月，公司合作品牌产品销售收入分别为 48,685.86 万元、41,079.91 万元、35,172.88 万元、14,451.14 万元，占公司当期主营业务收入的比例分别为 48.95%、37.39%、28.97%、23.60%。

（1）品利橄榄油（MUELOLIVA）

品利橄榄油是公司运营时间最长的合作品牌之一，是公司粮油类重点产品。品利橄榄油是最早进入中国市场的西班牙著名品牌，由拥有 70 余年历史的西班牙橄榄油制造商墨尔集团（Muela-Olives S.L.）生产。墨尔集团成立于 1942 年，目前年产值约 6,500 万欧元，年橄榄油产量约 2,000 万升。

品利橄榄油



品利橄榄油坚持“精选、健康、品质、美味”的产品定位，目标消费群体为20-55岁追求品质烹饪的消费者。目前，品利品牌旗下包括天然健康油、礼盒类以及罐头调味品三大品类，拥有高、中、低三种不同档次的产品组合。

质量方面，公司是中国橄榄油国标参与起草单位。品利橄榄油供应商西班牙墨尔集团坚持低温物理压榨技术，保障橄榄油的高品质；同时，墨尔集团还拥有BRC、IFS等质量认证证书，旗下产品在国际上已获得80余项荣誉或资质，如Worlds Best Olive Oils等奖项。2016年，品利橄榄油成为“体育●训练局国家队运动员备战保障产品”。

2015-2017年度、2018年1-6月，品利橄榄油销售收入分别为11,284.29万元、12,494.58万元、11,441.58万元、5,950.59万元，占公司当期主营业务收入的比例分别为11.35%、11.37%、9.42%、9.72%。

3、代理品牌产品

代理品牌产品由国外品牌商授权本公司在中国大陆境内（不包括港澳台地区）销售其产品，该类型产品供应商就是品牌商。

报告期内，公司主要代理产品有帕斯卡（PASCUAL）、小胖子（TC BOY）、奇奥（CHIO）和三育（Sahmyook）等。近年来，公司业务不断向自有品牌产品聚焦，逐步减少代理品牌产品销售业务。

2015-2017年度、2018年1-6月，公司代理品牌产品销售收入分别为9,614.15万元、7,803.19万元、6,233.53万元、1,842.68万元，占公司当期主营业务收入的比分别为9.67%、7.10%、5.13%、3.01%。

（三）主营业务收入的主要构成

报告期内，公司主营业务收入的主要构成情况请参见本招股说明书“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”。

（四）主要经营模式

公司采取“以销定采”的采购销售模式，并建立信息化管理系统对公司的采购、仓储、配送、销售等流程进行管理，具体情况如下：

1、采购模式

公司经营的进口食品均从国外采购，根据运营模式的不同，采购模式也有所区分。

（1）自有品牌产品

公司自有品牌产品包括德亚牛奶、瓦伦丁啤酒、亨利谷物及雅娜蝴蝶酥等，上述产品均与国外优质工厂合作，由海外供应商生产加工。公司与自有品牌的供应商均建立了长期稳定的合作关系。

① 供应商选择

公司自有品牌下的新产品开发由品牌管理部、销售部、采购部、质量研发部等部门共同参与完成，销售部和品牌管理部共同提出新产品开发需求，采购部根据开发需求，寻找合适的供应商，质量研发部负责和管理产品技术开发，并对供应商的质量管理体系进行评估。

在采购环节，采购经理会根据食品行业展会、各国贸易促进机构推荐、供应商主动需求合作、网络搜索等途径收集潜在供应商。通过比较潜在供应商的企业规模、产品专业性、产能、样品检测、口味测试等指标，初步筛选 3-5 家

潜在供应商，同时，公司要求供应商提供 IFS、ISO、BRC 等相关质量认证证书。

经过初步筛选后，采购经理将与潜在供应商就产品规格、质量、交付条件等合同条款作进一步沟通。目前，采购经理主要采取三种方式确保公司获取有竞争力的产品采购价格：A、供应商生产成本核算；B、根据市场同类竞品的零售价和公司的销售毛利率，确定目标采购价格；C、比较不同供应商的报价，选择最优报价。合同相关条款的沟通需经相关部门审核通过。其中，价格条款需经品牌经理和财务经理通过；工厂资质审核需经质量经理及法务经理通过。最后，采购经理将会同品牌经理与采购总监、市场总监以及总经理确定合作供应商。

供应商确立后，采购经理发起供应商框架合同签署流程，经采购总监、法务经理、质量经理、财务经理和总经理审批通过后生效。最后，采购人员在产品订货前填写《供应商资料明细表》，采购总监对《供应商资料明细表》进行审核后，将该表交系统维护管理员进行录入，在系统内建立供应商资料。

② 供应商变更

公司采购部定期考核供应商，考核标准主要包括产品价格、质量和交付及时率等关键指标，如出现考核分数过低的情形，公司采购经理将向供应商反馈并要求其改进。如供应商在规定的时间内未积极改进而导致持续无法满足公司要求的情形，公司将会替换该供应商。

公司自有品牌产品供应商均为国外规模较大且声誉良好的食品制造商，该等供应商均具有较强的品质管理能力、质量控制管理能力以及按时履约能力。目前，公司与该等供应商均建立了长期稳定的合作关系，公司未出现因质量问题更换供应商的情形。

公司与自有品牌产品主要供应商的合作关系如下：

自有品牌名称	供应商名称	初次合作时间	是否更换
德亚牛奶	Hochwald Foods GmbH	2012 年	否
	Arla Foods amba	2015 年	否
	Immergut GmbH & Co. KG	2015 年	否

自有品牌名称	供应商名称	初次合作时间	是否更换
	Pactum Dairy Group Pty Ltd. ¹	2015 年	否
	Privatmolkerei Bauer GmbH & Co, KG	2016 年	否
瓦伦丁啤酒	Karlsberg Brauerei GmbH	2013 年	否
亨利谷物	Kollvit GmbH & Co. KG	2016 年	否
	Freedom Foods Group Ltd.	2016 年 ^{注1}	否
雅娜	EL Pequeño Molino,S.A.	2013 年	否

注 1: Pactum Dairy Group Pty Ltd. 由于股权变更于 2017 年正式成为“Freedom Foods Group Ltd.”旗下全资子公司。

如果出现供应商资料变化的情形，采购运作专员在得知供应商资料发生变化后三个工作日内填写《供应商资料变更一览表》，采购部总监对《供应商资料变更一览表》核准后，由系统维护管理员审核通过后进行修改。

③ 订单采购

供应商确定并签订框架采购协议后，计划部基于品牌管理部和销售部联合制定的年度品牌目标，根据 SAP 系统定期跟踪库存情况，并结合销售数量、库存数量和已订购数量，进行采购需求分析，在 SAP 系统中向采购部门批量下达采购申请，采购运作专员将采购申请转换为采购订单后发送至供应商处。

④ 进口代理及报关

进口贸易中，供应商一般在交易前会委托第三方保险公司对进口企业的主体进行资信评估，第三方保险公司根据进口企业的资信情况向供应商提供信用保险，根据被评估进口企业主体的资信情况的不同，保险公司提供的信用保险的额度也不同。

由于采购订单量较大，公司的信用额度不能完全满足公司的实际经营需求，为满足订单采购需求，公司除直接进口外还委托资信状况良好、信用保险额度高的专业进出口代理商作为代理。目前，公司合作的进口代理商为常州大华进出口（集团）有限公司、上海市纺织原料有限公司、上海纺织对外经济技术合作有限公司和东方国际集团上海市对外贸易有限公司。

具体下单流程如下：

A、计划部基于采购需求分析，在 SAP 系统中向采购部发送采购需求申请；

B、采购运作专员将采购申请转化为采购订单，从 SAP 系统导出后，以邮件的形式发送至供应商处，订单信息主要包括订购数量、订购产品型号、采购价格、要求到货日期等；

C、国外工厂在接收到订单信息后，需要在一周内书面回复确认采购订单并及时组织生产，在约定时间内将货物发送至指定口岸；

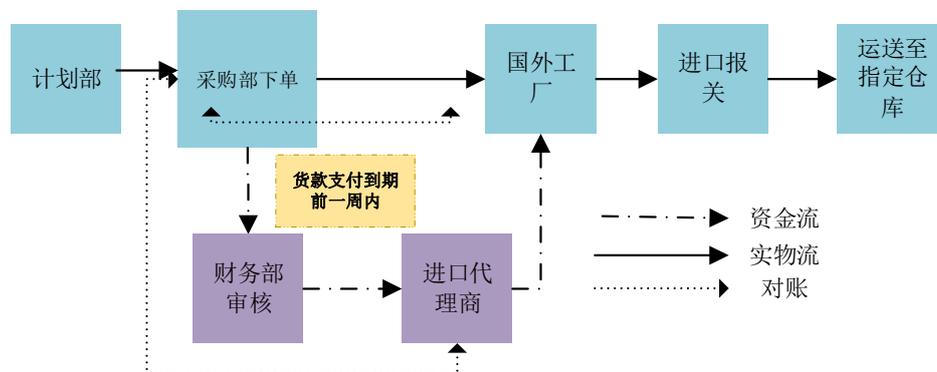
D、采购运作专员将跟踪国外工厂的生产和产品发运的各个环节，如订单确认、排产时间确认、装柜时间确认、装船时间确认；

E、产品运输到中国港口后，报关处的单证人员将委托报关企业完成产品的报关、报检、产品送货到公司仓库；

F、采购部根据 SAP 系统中订单的付款日期确定付款金额，并在约定日期到期前一周内在公司协同办公系统中向财务部发出货款支付申请。财务部在收到付款申请并审核无误后按照换汇当日的汇率折算人民币汇至进口代理商指定银行账号，最后由代理商向国外生产商支付货款；对于直接采购的商品货款，则由公司直接向海外供应商支付货款。

G、为了更好提升工作效率，公司统一将报关业务外包给上海保正国际物流有限公司、上海众谊国际贸易有限公司、北京外运国际货运代理有限公司和广州关务通供应链管理有限公司等报关企业。

代理采购的具体流程详见下图：



产品交付至指定仓库后，公司质量部会对产品进行入库检验。检验合格后，库管将入库产品信息录入 SAP 库存系统，最终完成入库。

（2）合作及代理品牌

对于合作品牌和代理品牌，国外品牌商即是供应商。采购部会同市场部、品牌管理部将合作、代理品牌产品的预计市场零售价与市场上同类产品的零售价进行比较，同时，结合公司财务部的利润率要求，与供应商议价，并且沟通具体的合作条款，最终确定采购单价。

采购价格确定后，公司根据市场需求情况定期向供应商发出采购订单，供应商在接到订单后组织生产并将货物运送至指定口岸，待报关完成后运输至指定仓库。

（3）结算方式

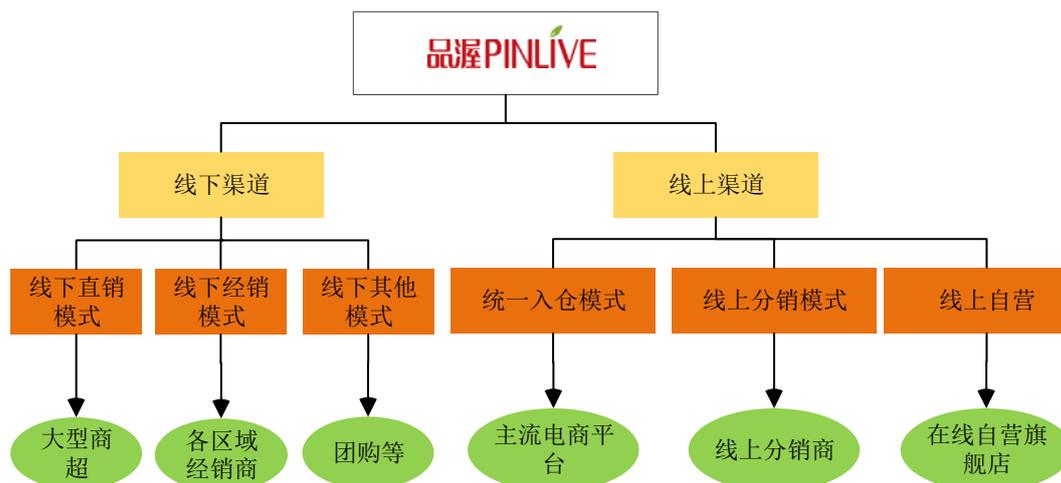
公司与国外供应商主要采用先货后款的结算模式，根据约定的账期向供应商支付货款。目前，公司货款确认方式主要有 EXW、FOB、CIF 和 CFR 等国际常用贸易结算方式，公司与所有供应商的货款结算方式主要为电汇模式（T/T）。公司与供应商约定的付款周期一般为 60-90 天。

（4）包材采购

目前，公司采购的包材主要为瓦楞纸箱、礼盒等。由于包材采购量相对较小，公司主要在天津、上海和广州三个物流中心城市分别选定 1-2 家包材供应商，由其根据公司的订单需求及时供货。

2、销售模式

经过多年发展，公司已建立了包括线上渠道（主要为线上 B2C、统一入仓、线上分销）和线下渠道（主要为线下直销和线下经销）在内的多元化销售体系。同时，公司制定了较为严格的产品定价体系，不同销售渠道的产品具有相对合理的价格区间，有效避免出现各渠道价格差异过大而影响品牌形象的情形。具体而言，公司综合考虑各销售模式的渠道成本并根据产品的市场需求和竞争情况分别制定终端销售指导价和促销指导价，线上、线下销售渠道因各类促销活动在指导价基础上给予的折扣需经过相应级别的审批。此外，公司还根据线上、线下渠道的差异制作了不同包装的产品帮助产品推广。



（1）线下直销模式

①销售流程

线下直销模式下，公司主要与国内大、中型连锁商超合作。商超类客户具有订单量大、订单信息复杂等特点，人工下单费时费力，针对此类客户信息系统相对完善的特点，公司使用 EDI 系统对主要客户订单信息实施管理和控制。EDI 系统从客户开放的网站获取订单信息、门店销量信息、门店库存信息等资料，并传输到 SAP 系统，公司订单人员可以将主要精力放在对订单信息的审核上，创建订单实现一键生成，提高了订单生成的效率和准确率。



②销售结算方式

目前，公司与商超客户一般采用按月结算的方式。每月末，公司从主要商超客户指定的供应商网站下载生成结算单，经双方确认无误后，公司确认收入并结转成本。

截止本招股说明书签署日，公司产品已直接进入全国大型连锁超市的约 4,500 家门店，覆盖客户主要包括麦德龙、家乐福、大润发、沃尔玛、华润万家、永辉超市、百佳、苏果超市等知名商超。

（2）线下经销模式

线下经销模式下，公司经销商主要以买断货物所有权形式向本公司采购，即本公司不负责线下经销商向本公司采购商品后的具体销售活动，但会对经销商的销售区域和渠道、价格体系、促销活动等基于合同要求进行管理。

①销售流程



线下经销模式下，公司销售环节主要在经销商层面开展，公司每年度直接与经销商签订经销商协议，经销商根据销售情况与产品结构向公司发出订单需求并提前支付货款，公司根据经销商的订单要求向其指定地点发货，待经销商验收确认后公司确认收入。

②销售结算方式

目前，公司线下经销形式主要为买断式经销，与经销商采用“先款后货”的结算模式。经销商下达采购订单后，公司将产品发送至经销商指定的地点并由经销商核对签收后，商品所有权上的主要风险和报酬均转移给经销商，达到了公司收入确认的时点。线下经销模式下，公司收入确认凭证包括销售合同、货运单、经销商签收的收货回执等。

③经销条款

A、退换货

线下经销模式下，在产品保质期内且达到产品要求的储藏条件下，产品质量出现问题，公司负责退货。经销商退出时，其库存商品由其自行销售，公司不接受因退出经销而退换货。

B、地域选择权

公司与各区域经销商在经销协议中约定具体经销区域，未经双方同意，经销商不得在约定区域外销售。

C、定价模式

线下经销模式下，产品价格统一由公司制定，公司定期会根据市场销售情况设定产品价格的销售区间，并将最新的价格体系告知各区域经销商，经销商应严格执行公司制定的价格体系，不得擅自调整销售价格。如果出现经销商未遵守公司指定的价格体系的情形，公司有权停止经销协议，并由经销商负责赔偿相关损失。

D、排他性

公司未与经销商约定经销产品的排他性条款，经销商可以同时经营同行业其他品牌的产品。

（3）其他线下销售模式

其他线下销售模式主要包括电视购物、团购等。

（4）互联网电商模式

随着互联网技术的深入发展，电商销售规模逐渐扩大。为了更好地适应互联网发展的新趋势，公司积极拓展互联网电商业务。公司互联网电商运营设有B2B、B2C和新零售等三个业务部。其中，B2B模式主要负责对接国内知名电商销售平台如京东、天猫超市、苏宁易购和顺丰优选等；B2C模式主要负责管理公司线上天猫平台自营旗舰店、京东POP店及品渥官方商城系统；新零售渠道主要包括盒马鲜生、7FRESH、苏宁小店等。

按照订单获取方式、销售对象、货物流转方式的不同，公司线上销售模式又可以分为线上统一入仓模式、线上分销模式和线上自营模式，具体如下表所示：

销售模式	订单获取方式	销售对象	货物流转方式	退换货方式	结算方式
统一入仓	电商平台下单	各电商平台（如京东、天猫超市等）	公司发货至电商平台指定的仓库，由电商平台向消费者发货	电商平台直接向消费者提供退换货服务	公司与主要电商平台采取定期结算机制，按照销售结算单进行最终结算
线上分销	线上分销商下单	线上分销商（如上海祁信贸易有限	公司根据线上分销商需求发货至线上分销商指定仓库，	线上分销商直接向消费者提供退换货服务	先款后货，线上分销商确认收货后公司确认收入

销售模式	订单获取方式	销售对象	货物流转方式	退换货方式	结算方式
		公司等)	由线上分销商向消费者发货		
线上自营	消费者通过线上店铺下单	终端消费者	公司直接负责发货	公司直接向消费者提供退换货服务	消费者收货确认后，公司确认收入

①统一入仓模式

A、销售流程

统一入仓模式下，公司根据电商平台提出的订单需求向其指定的仓库发货，由电商平台负责最终实现销售，包括订单管理、物流服务和售后服务等。消费者在电商平台自主下单并付款，电商平台接收订单信息后，通过电商平台自有物流或者第三方物流向消费者发货。公司定期与电商平台结算，主要依据电商平台的销售结算单确认收入并开具发票。目前，公司合作的电商平台主要有京东、天猫超市、苏宁易购和顺丰优选等。

统一入仓模式下的主要销售流程如下：



B、销售结算方式

统一入仓模式下，公司与电商平台按照销售结算单定期结算。

C、销售条款

a、地域选择权

目前，公司与主要电商平台合同中未约定商品选择权及地域选择权。

b、定价模式

统一入仓模式下，对电商平台定价方法为公司与电商平台根据市场零售价协商确定提货价格折扣，并由公司对终端零售价进行指导。电商平台应严格执行公司制定的价格体系，在未经公司同意的情况下不得擅自调整销售价格。

②线上分销模式

线上分销模式下，公司以“先款后货”买断式经销的方式与线上分销商合作，主要线上分销商与公司签有相关协议。根据协议规定，线上分销商须按照公司明确制定的零售指导价进行线上渠道的产品销售。公司以“先款后货”方式与线上分销商结算货款。

线上分销模式下，公司在收到线上分销商订单后发货，在线上分销商确认收货后根据签收单确认收入。

③线上自营模式

线上自营模式下，公司主要通过主流电商平台（如天猫商城、京东商城等）设立官方旗舰店或专营店以及自设官方商城的形式向最终消费者销售商品。通常情况下，终端客户在网上商店自主下单，向第三方支付平台或电商平台支付货款后，公司委托第三方物流发货，最终消费者确认收货后，公司确认收入。

线上自营模式下，消费者确认收货或默认确认收货期满后，第三方支付平台自动将该消费者支付的货款转入公司在第三方支付平台开设的账户，公司可随时将该账户可用余额提现到公司银行账户。其中，电商平台向公司收取的销售佣金在每笔货款到账后自动按销售金额的一定比例扣除；销售货款及佣金一般采用实时结算或定期结算的方式。

线上自营模式下，公司产品销售流程如下：

A、天猫平台、京东平台等官方旗舰店或专营店



消费者在公司线上自营店直接选择商品并下单后，线上平台会将订单信息发送至公司OMS系统，OMS系统将会根据客户选购的信息生成订单并发送至WMS系统，公司WMS系统进行订单配货、分拣后交由物流企业进行派送。消费者最终签收并确认收货后，公司的电商账户收到货款，公司将货品信息与配送信息、收款信息进行匹配无误后确认收入并结转成本。

B、官方商城（<http://www.pinlive.com/>）

品渥优商城是公司线上销售渠道之一，除了结算方式差异外，其销售流程与其他线上B2C模式基本一致。

官方商城具体销售流程如下：



(5) 主营业务收入构成按销售模式划分

报告期内，公司主营业务收入构成按销售模式分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度		
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例	
线上	统一入仓	23,146.94	37.81%	42,435.37	34.95%	33,226.30	30.24%	19,702.40	19.81%
	线上自营	3,653.00	5.97%	8,282.15	6.82%	6,229.96	5.67%	7,462.69	7.50%
	线上分销	672.75	1.10%	1,365.50	1.12%	1,441.49	1.31%	2,550.26	2.56%
	小计	27,472.68	44.87%	52,083.02	42.90%	40,897.75	37.23%	29,715.35	29.88%
线下	线下直销	22,161.38	36.20%	42,421.69	34.94%	45,712.81	41.61%	43,382.78	43.62%
	线下经销	11,294.57	18.45%	24,763.34	20.40%	19,418.62	17.67%	21,755.97	21.87%
	线下其他	293.87	0.48%	2,136.87	1.76%	3,836.79	3.49%	4,605.84	4.63%
	小计	33,749.82	55.13%	69,321.90	57.10%	68,968.22	62.77%	69,744.59	70.12%
合计	61,222.50	100.00%	121,404.92	100.00%	109,865.97	100.00%	99,459.94	100.00%	

(6) 公司退换货政策

①线下直销

报告期内，线下直销模式下公司主要客户退换货政策如下表所示：

主要线下直销客户	退换货条款
麦德龙商超系统	A、在相关购买价款退还后退还瑕疵商品； B、以在所有方面符合协议的商品更换瑕疵商品； C、按照瑕疵比例获得价格折扣； D、如官方部门发现商品就健康和卫生而言存在瑕疵，并且已经发出或公布正式警告，则有权在上述警告后一个月内退还。在不影响公司任何其他权利的情况下，供应商在被告知上述退货后应立即向公司退还公司就上述商品已支付的全部款项； E、如第三方由于供应商供应的瑕疵商品发生损失或任何伤害，则供应商应对该第三方负责，并且由于上述原因可能向公司收取的任何补偿、损害赔偿或其他索赔应由供应商支付，或相应款项应从供应商账户金额中扣除。如上述商品（非易腐食品）已由公司客户退还给公司，供应商承诺接受上述退还的商品。公司向供应商退还商品的权

主要线下直销客户	退换货条款
	利应不受商品原包装限制。
华润万家商超系统	A、对商品销售过程中因顾客挑选等因素造成的外包装坏损等影响正常销售的商品按报损处理； B、有义务对滞销及存在质量问题的商品予以退换并积极配合实施商品的退/换工作； C、对于商品如发生滞销、变质、包装不良或破坏、交货规格或数量不符、或乙方有违反法律、法规和规章制度或受行政处罚的，或乙方违反质量管理协议之规定的，甲方有权选择终止购销关系，并选择退货、下架、撤柜，乙方无条件接受。
欧尚商超系统	不可退货不可换货，对于以下情况的商品欧尚有权退货： A、商品的质量和数量与双方签订的合同中不符； B、商品的质量、安全性和技术违反（或可能违反）政府规定的标准或中国法律； C、违反知识产权和产品专利的所有法律法规。
沃尔玛商超系统	A、无条件退还质量或权利存在缺陷（包括 UPC/ean 条码不合格）的任何商品； B、经过协商，沃尔玛有权退还销售记录不令人满意的任何商品（例如 5 周内没有销售记录的商品），除非双方另有约定，商品退货价格以公司最后一次向供应商采购退货商品的价格为准。对于退还的商品，供应商同意按照协议附件二中所适用的条款进行处理。公司对样品没有义务支付任何款项。但是，除非供应商在交付样品给公司之前保留样品的所有权，任何供应商交付且存放在公司或公司的关联公司或其子公司任何场所的样品均属于公司所有。如供应商在交付样品给之前保留样品的所有权，供应商应在交付给公司之后 90 天内于公司或公司的关联公司或其子公司存放样品的场所取回样品。
大润发商超系统	不可退货不可换货

②线下经销

报告期内，公司与主要线下经销商的经销模式为买断式经销，采取“先款后货”的形式进行交易，公司与主要线下经销商的退换货政策主要为质量、运输破损等三包政策范围内的合理退货，其他条件下一律不得退货。

③互联网电商渠道

报告期内，公司主要互联网电商渠道客户退换货政策如下表所示：

销售模式	主要客户	退换货条款
线上自营	-	按照国家“三包”政策执行
统一入仓	京东	无条件退货
	天猫超市	<p>如出现以下情况，乙方有权对甲方商品进行下架处理并通知甲方安排退货乙方，甲方应无条件接受：</p> <p>A、依乙方全权判断发生不动销、经抽验证或商品数据评估存在品质问题的。</p> <p>B、甲方原因造成包装不良或损坏、交货规格或数量不符、塞货（因甲方多交货而造成该项货物的不动销）的。</p> <p>C、甲方有违反法律、法规和规章规定或受行政处罚的。</p> <p>D、甲、乙双方已终止合同关系的。</p> <p>E、乙方依据该商品品类运营规划、历史销量、消费者评论、投诉、价格竞争力等各类要素综合评定甲方商品明显缺乏竞争力的。</p> <p>F、根据法律法规规章和行政决定（如七天无理由、质量问题、瑕疵、描述不符等），或其他合理情形，应退货的。</p>
	顺丰优选	<p>乙方交付的商品有下列情形之一的，甲方有权要求无条件退货：</p> <p>A、来源渠道不明或不符合约定的；</p> <p>B、不符合包装要求的；</p> <p>C、不符合质量标准的；</p> <p>D、侵犯第三方合法权益的；</p> <p>E、不符合保质期约定的</p> <p>F、因乙方导致其交付的商品应当被依法召回或直接被有关部门禁止或限制流通的，甲方有权要求无条件退货，</p> <p>G、乙方交付的商品在销售过程中发生下列情形之一的，双方可以在附件一中选择无条件退货或者不可退货处理： a、商品滞销的；b、甲方认为库存总量超过预期销售量的；c、出现破损、腐败等不易销售的残次现象的。</p> <p>H、甲方在销售乙方交付的商品过程中，出现下列情形之一时，可以立即决定通知乙方，乙方接到通知后，应当及时采取解释说明、投诉应对、政府沟通、权利声明等必要措施，以消除负面影响，乙方不采取必要措施或虽采取措施但仍不足以消除影响的，甲方可以决定暂停销售该商品，</p>

销售模式	主要客户	退换货条款
		作出暂停销售的决定后，甲方可以暂停支付应付款项： a、接到来自执法部门调查通知，直接影响甲方销售的；b、接到来自第三方对乙方所提供商品及其包装的权利主张或侵权告知，直接影响甲方销售的；c、其它不宜继续销售的情形。
	一号店	A、不符合合同规定、不符合订单要求、被召回、被指控侵犯任何第三方合法权益、违反相关法律、法规要求的商品可以无条件退货； B、基于甲方主要通过网络渠道销售产品，如根据相关法律、法规、国家或者行业标准、行业惯例、甲方的销售政策或甲方向其客户的承诺（无论是售前还是售后作出的承诺），甲方为其客户进行无理由退货的，乙方亦相应接受甲方对该等产品的退货并承担甲方因此发生的损耗，无论该产品能否被再次销售，甲方无权对该等退货支付货款，如已支付的，乙方同意根据合同的约定向甲方退还。无理由退货造成的损耗数据以甲方记录为准，乙方同意由甲方在任意一笔或多笔未结款项中扣除； C、产品外包装污损或破损； D、销售情况不良的产品，如销售排名靠后或数周无销售记录的产品。并乙方同意甲方根据双方在商业条款中的约定（如有）进行退款。
	唯品会	品渥食品承担商品“修理、更换、退货”等售后服务
线上分销	上海祁信贸易有限公司	在产品保质期且达到产品要求的储藏条件下，产品质量出现问题，品渥食品负责退货。如品渥供给的产品因质量问题，而造成消费纠纷，由甲方负责处理并承担责任。但因品渥或商场等最终经销商在运输、储藏过程中，造成产品的变质、包装破损过期等产品质量问题的除外，由乙方自行承担相关法律责任，甲方不负任何责任。
	上海巧厨商贸有限公司	在产品保质期且达到产品要求的储藏条件下，产品质量出现问题，品渥食品负责退货。如品渥供给的产品因质量问题，而造成消费纠纷，由甲方负责处理并承担责任。但因品渥或商场等最终经销商在运输、储藏过程中，造成产品的变质、包装破损过期等产品质量问题的除外，由乙方自行承担相关法律责任，甲方不负任何责任。
	上海珂芮电子商务有限公司	在产品保质期且达到产品要求的储藏条件下，产品质量出现问题，品渥食品负责退货。如品渥供给的产品因质量问题，而造成消费纠纷，由甲方负责处理并承担责任。但因品渥或商场等最终经销商在运输、储藏过程中，造成产品的变质、包装破损过期等产品质量问题的除外，由乙方自行承担相关法律责任，甲方不负任何责任。
	宁波思易商贸有限公司	在产品保质期且达到产品要求的储藏条件下，产品质量出现问题，品渥食品负责退货。如品渥供给的产品因质量问题，而造成消费纠纷，由甲方负责处理并承担责任。但因品渥或商场等最终经销商在运输、储藏过程中，造成产品的变质、包装破损过期等产品质量问题的除外，由乙方自行承担相关法律责任，甲方不负任何责任。

（7）各渠道退货比例

报告期内，公司各渠道退货金额占营业收入比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	退货金额	退货比例	退货金额	退货比例	退货金额	退货比例	退货金额	退货比例
直销渠道	28.80	0.00%	55.04	0.05%	48.08	0.04%	26.15	0.03%
经销渠道	7.19	0.00%	59.12	0.05%	34.90	0.03%	23.28	0.02%
电商渠道	15.37	0.00%	12.40	0.01%	9.23	0.01%	20.86	0.02%
总计	51.35	0.08%	126.56	0.10%	92.22	0.08%	70.29	0.07%

注：退货金额为含税金额。

报告期内，公司各渠道退货比例整体较低。

（8）公司现金销售情况

报告期内，公司存在少量现金销售收款的情形，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
现金收款	58.75	113.71	174.83	367.90
营业收入	61,222.50	121,557.69	109,865.97	99,459.94
现金收款占营业收入比例	0.10%	0.09%	0.16%	0.37%

公司零星现金销售产生的主要原因如下：

- ①公司定期举行内部员工特卖会，公司员工一般以现金采购该部分商品；
- ②公司在办公园区的内部员工特卖点及公司仓库发生的零星销售。

公司建立了严格的现金收款内控制度，针对现金收款需要提供相应的收款凭证；每日收到的现金，须于当日提交至公司财务处，由财务出具收据并在财务系统中记录现金日记账，出纳人员每日对现金进行盘点，财务部负责人定期检查、核对库存现金，记录现金检查结果。

3、仓储物流模式

截止本招股说明书签署日，公司专设物流部并在上海、天津和广州分设物流仓储中心。其中，天津和广州仓库分设天津物流处和广州物流处，承担当地的综合物流职能。

上海总部作为全国订单接收中心，负责全国订单管理。近年来，随着电商物流的发展，为提升电商服务效率和反应速度，公司专设电商物流分处统一处理电商订单。此外，为了更好的提升客户体验，公司设立紧急订单联系中心，专门负责客户紧急订单处理工作。

（1）自有仓

公司仓储物流系统主要由OMS订单管理系统、官方商城系统（MALL）、电子数据交换（EDI）系统和WMS仓储管理系统构成。其中，OMS订单管理系统负责线上渠道的订单管理，EDI系统负责线下大型商超渠道的订单管理。

具体而言，线上电商平台订单由OMS系统实时连接WMS系统，线下大型商超订单通过EDI系统实时连接SAP系统，通过上述信息系统集成手段，公司商品管理、库存管理和促销管理等环节实现了较高的效率和准确度。

通过对上述系统有效管理和执行仓储作业，可以有效提升公司物流运作平台的服务水平，满足从供应商预约到货、上架、补货到出库拣选的全流程节点管控的管理需求，实现协同、高效、准确的管理目标。

（2）指定外包仓

指定外包仓指由客户指定专业的仓储中心，公司SAP系统与其对接。仓储部根据历史数据及未来销售情况计算安全库存后及时向指定外包仓进行补货。该种仓储模式下，公司不再负责将指定外包仓中的商品运送至各商超营业网点的物流服务。公司SAP系统可以实时查看指定外包仓的存货情况，包括数量、产品类型等。每月末，公司与客户进行对账确认销售收入并结转成本。存货管理方面，物流部每两个月安排人员对外包仓库进行盘点检查，如有货损或短少则由外包仓赔付并调账。

目前，公司与家乐福的仓储物流模式采取指定外包仓模式。

（3）寄售仓（中间仓）

寄售仓（中间仓）指客户为了实现“零库存”的供应链模式，要求公司将产品运送至客户指定的仓储中心或者第三方物流公司实际管理的仓库，待产品实际

被领用后再与公司进行结算。该种仓储模式下，产品风险及报酬转移时点为客户从中间仓库提货时。

报告期内，公司与天猫超市、唯品会和快乐购等线上客户的合作采取该种仓储物流模式。每月末，公司与上述客户完成销售结算数据对账后，在SAP系统中通过与对方销售结算从仓储系统中扣减相应库存。存货管理方面，物流部每两个月安排人员对寄售仓进行盘点检查，如有货损或短少则由寄售仓赔付并调账。

（4）协同仓

2018年，公司与京东合作建立京东协同仓。该种仓储模式下，公司在上海仓储中心专门设置独立操作区域作为京东的协同仓。针对京东平台的订单，公司接单后SAP系统自动生成销售单，SAP系统将订单信息自动传输至WMS系统，仓库人员根据WMS信息拣货至京东协同仓区域，完成公司的销售出库动作。京东配送中心每天安排车辆到协同仓进行提货配送。

协同仓模式可以有效实现“两仓”（京东仓及本公司仓库）协同，采取就近发货方式有利于减少流通环节。协同仓模式是公司积极响应智慧供应链发展趋势，加速货物流转速度，降低公司库存周转周期，提升公司资金效率，优化消费体验的新举措。

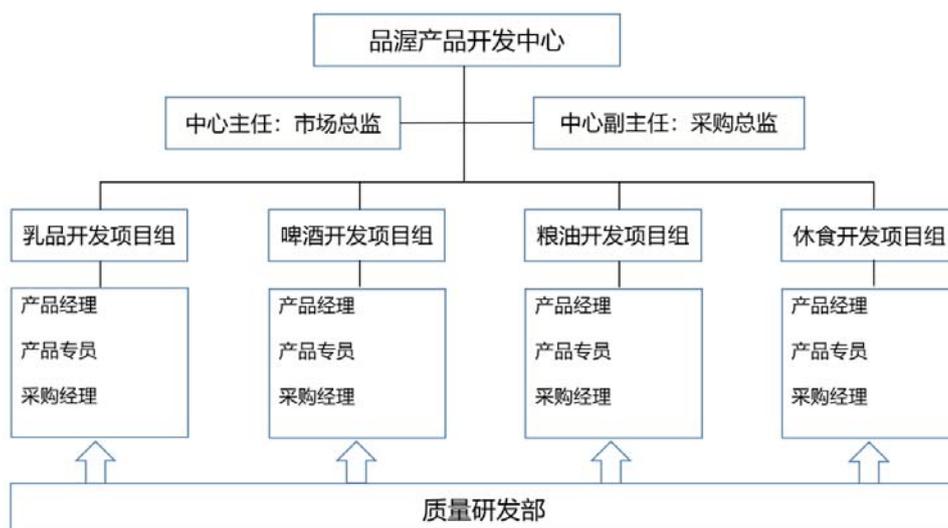
4、新产品开发模式

持续的新品开发和推广是企业保持增长的核心，公司已建立相对完善的产品开发组织形式和新产品开发流程。

（1）产品开发组织形式建设

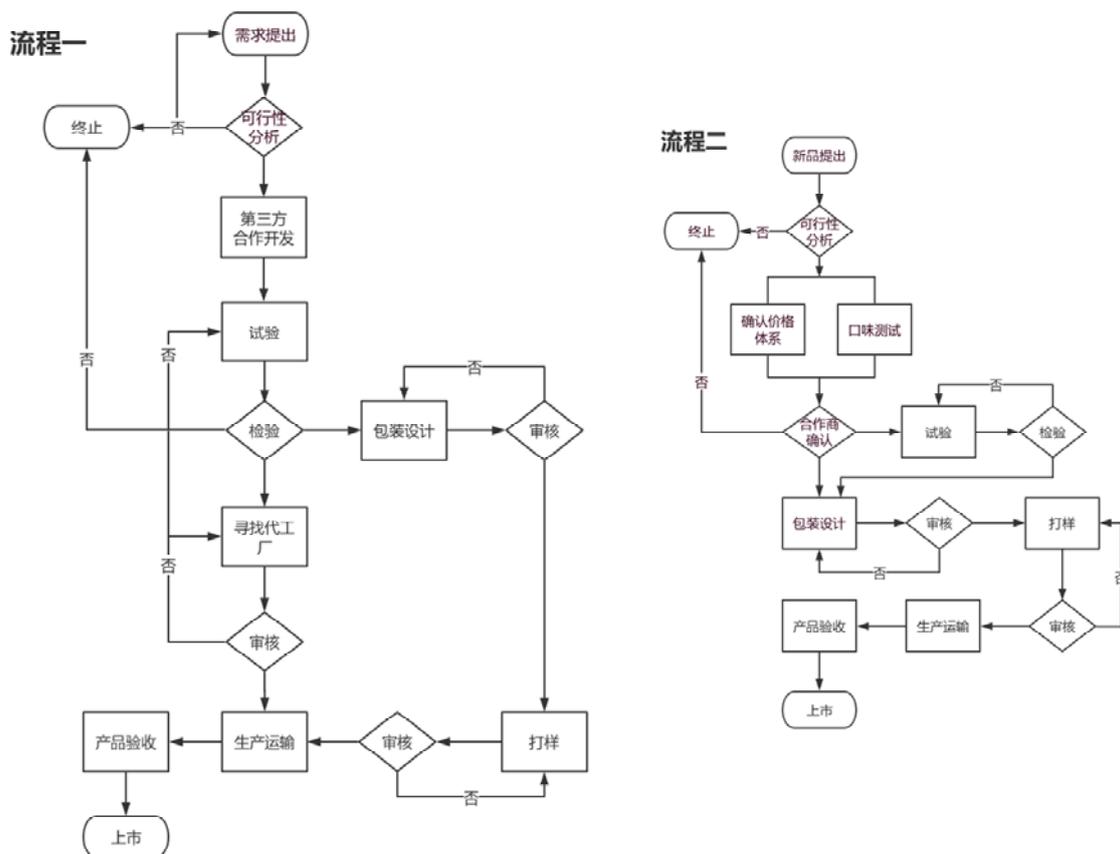
目前，公司产品开发由产品开发项目组完成。该组织采用矩阵式组织形式，将现有品牌管理部、采购部、质量研发部的部分职能进行整合，实行产品经理负责制，有效提升了产品开发过程中的项目管理水平和沟通效率。

品渥食品产品开发组织形式



(2) 新产品开发的具体流程

经过多年发展，公司已建立了一套相对完整的新产品开发流程，具体如下：



①发现市场机会

公司主要从市场趋势、目标消费者及主要竞品三方面进行分析并发掘有效的市场机会。

A、市场趋势研究

产品开发项目组积极寻找潜在的市场机会，观察国际上食品行业的最新发展趋势，并与国外供应商保持密切的沟通和探讨。在国内市场方面，公司与高端精品超市、京东、天猫等大型电商以及盒马鲜生等新零售渠道客户保持有效沟通，通过大数据分析最新的客户消费需求。

B、对不同品类目标消费者的评估和研究

公司主要从消费者群体的属性，如年龄、收入、教育素质、性格特征、业余爱好等方面，发现新的未得到有效满足的消费者需求点，创造新的细分市场，为产品包装、价格定位、消费者沟通方式定下基调。

C、对竞品的分析与学习

新品确定后，产品开发项目组研究主要竞品细分市场，分析各自优劣势，寻找最佳的入市机会和市场空间。一般而言，竞品分析主要从销量、占有率、品项组合、区域分布、产品设计、口味等方面寻找空白市场。

竞品渠道研究方面，通过调查竞品在各渠道中的市场表现和销量排名，了解竞品在各渠道的优势和空白点，合理设置主攻渠道、销售主渠道、回避竞品强势渠道。

②新品可行性评估

新品可行性分析是新品概念被通过的基础条件，它涵盖了国外供应商生产的各环节以及产品进口报关等方面。可行性评估主要包括四层含义：生产可行性、组织可行性、财务可行性以及市场推动可行性。

③新品开发及准备

目前，公司新产品开发主要通过与合作工厂共同开展的形式进行，主要包括小试、中试、大试等阶段，具体工作如下：

A、质量研发部会同合作工厂专门人员审核产品配料的科学性；B、品牌部组织对试验产品进行感官评定；C、及时记录试验过程中新产品的配方、工艺、设备条件等参数信息；D、感官评定通过后，开发小组和合作工厂人员共同执行稳定性试验；E、试验结束后，开发小组形成完整的产品配方、工艺、规格书和检测标准等；F、试验完成后，质量研发部对样品留样保管。

④新品上市计划

新品上市计划主要包括：A、产品开发项目组针对新产品上市计划的介绍；B、新产品试饮；C、呈现广告及广促品使用说明；D、消费者主题促销活动及现场活动演练；E、提问与回答；F、确认各销售区域预估销售量；G、销售团队的组织激励；H、与计划、采购、物流确认产能及发货进度。

⑤新品上市执行和监控

A、确保产品在各渠道的铺货率达标；

B、确保通路价格稳定；

C、明确陈列标准和促销政策，并确认是否已传导到业务一线。

⑥新品上市跟踪

A、促销精准性：在合适的时间和市场环境下运用合适的促销方式；

B、促销执行效率：对一个促销活动各环节工作的细致布置和切实执行。

5、品牌推广模式

公司高度重视产品的品牌推广工作。目前，公司已形成了一套相对有效的品牌推广流程。

（1）电商平台推广

公司直接在天猫、淘宝、京东等电商平台投放广告或购买品牌推广服务，如通过阿里妈妈在淘宝、天猫平台以直通车、钻石展位、品销宝等形式进行广告投放推广；通过京准通在京东平台以京东快车、品牌聚效、品牌展位等方式进行广

告投放推广，让顾客通过关键词搜索或者通过点击展示在推广网站上的广告进入公司线上店铺页面。

（2）体育赛事活动赞助

体育赛事活动以受众多、社会影响力大等特点成为各大品牌重点使用的营销渠道。体育赛事活动赞助不仅可以扩大企业和品牌的知名度，塑造商品个性，还可以提升企业及其产品形象进而促进消费者的购买意愿。

公司始终重视通过赞助体育活动的方式来扩大旗下品牌的影响力。截止本招股说明书签署日，公司赞助及参与过的体育赛事或者活动主要包括体育•训练局国家队、西班牙甲级足球联赛、2016中国国际露营大会、2015英雄联盟全明星比赛（简称“*All star*”）、万达杯国际足球邀请赛，并于2017年成为德国足球甲级联赛成员多特蒙德中国区域官方合作伙伴。

（3）影视剧与综艺节目植入

公司还通过影视剧及综艺节目植入的方式推广旗下食品，主要植入影视剧或综艺节目包括深圳卫视《闪亮的爸爸》、网络电视剧《魔都》、搜狐视频《屌丝男士4》和搜狐视频《极速前进3》等。

（五）采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素以及经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

1、采用目前经营模式的原因

基于进口食品行业和电子商务行业的特点，结合自身经营特点与优势，公司选择采用重点聚焦品牌推广与产品开发、“线上+线下”渠道同时发展的经营模式。上述经营模式的形成是公司聚焦食品销售的高附加值业务环节、适应电子商务高速发展趋势的结果。

（1）品牌开发、推广和新产品持续开发是食品企业的核心竞争力

品牌推广和运营以及新产品的持续开发能力是影响食品企业持续盈利能力

的核心关键因素。只有掌握品牌和产品开发能力的企业才能在快消食品产业链中占据相对有利的位置。公司产品的生产环节由海外供应商进行，公司将有限的资源投入到品牌开发与推广、新产品开发以及渠道建设等核心业务环节，有利于提升公司的市场竞争能力和盈利能力，也有利于公司防范经营风险、支撑公司业务稳步发展。

（2）国内消费升级趋势的推动

随着国内人均收入水平的不断提升，消费者健康意识及饮食习惯不断改变，从“吃饱”逐步转变到“吃好”。出于追求更高生活品质的消费动机，国内消费者购买要素更多集中在产品的品质、口感和健康指标上，而这些恰恰也是进口食品的优势所在。市场上畅销的进口食品，如“西班牙橄榄油”、“德国啤酒”等都是特色口味、专业品质的代言词。

（3）互联网零售行业的蓬勃发展

随着互联网技术的不断深化和普及，我国居民消费方式受到了深刻的影响和改变。2017年，我国互联网普及率达55.80%，中国手机网民规模达75,265万人，分别较2009年增长93.08%和222.42%。互联网用户规模的快速增加促进了我国居民商品购买习惯的改变，极大推动了我国网络购物产业的发展。根据国家统计局相关数据：2017年，我国电子商务总体市场规模达29.16万亿，较2015年增长59.34%。

2、影响发行人经营模式的主要因素及未来变动趋势

（1）产品开发与品牌塑造能力

产品开发和品牌塑造能力是食品企业的核心竞争力。在产品开发方面，公司建立了一套有效的产品和品牌开发管理体系；在品牌塑造能力方面，公司已具备一定的品牌推广营销能力，可以通过多种营销方式有效丰富品牌内涵。

（2）电子商务产业的持续发展

电子商务是国家战略性新兴产业的重要组成部分，商务部、工信部、中国人民银行等相关部委陆续出台了一系列产业政策，对电子商务的发展方向、支付管

理、物流体系等方面进行规范管理，网络购物环境不断优化。同时，在国家大力发展农村电商、行业电商和跨境电商的背景下，国内电子商务配套包括标准规范制定、服务支撑等将得到进一步发展和完善，国内电子商务行业的发展空间可能得到持续扩大。电子商务的发展为公司业务开展与成长提供了良好的外部环境和机遇。

（六）业务模式创新性与可持续性

公司始终秉持“通过世界美食，让大众更时尚、更健康”的使命，通过整合全球优质食品资源，致力于成为中国备受尊敬的健康食品公司。在可预见的将来，公司的经营模式及其影响因素预计不会发生重大变化。

1、业务模式的创新性

公司始终专注于进口食品领域的深耕发展，致力于成为中国领先的进口食品品牌运营商。公司坚持实施自有品牌战略，全力打造以自有品牌为核心的创新品牌发展战略。运营模式方面，公司坚持食品自有品牌运营模式，即专注于品牌建设、新品开发、渠道渗透和市场推广环节，产品生产制造环节由海外优质工厂完成后再原装进口到中国市场。在该种经营模式下，公司不仅可以充分利用国外优质、健康的原材料资源以及国外优质供应商的加工能力，而且还可以实现轻资产的运营模式，有利于公司将有限的资源集中于产品开发、渠道建设和品牌推广。

2、业务模式的可持续性

（1）丰富的品牌开发和推广经验

经过多年发展，公司已成功自主开发和推广“德亚”、“瓦伦丁”、“亨利”、“雅娜”等自有品牌以及“品利”等合作品牌，上述品牌的品牌影响力逐年提升，在消费者中拥有较高的声誉和品牌辨识度。

2000年，公司与西班牙墨尔集团合作进口“品利”品牌橄榄油，该品牌产品已是国内重要的橄榄油品牌之一；2012年，公司推出“德亚”品牌牛奶，通过有效的渠道建设和整合营销，德亚品牌牛奶快速打开国内进口牛奶市场，在线上渠道及麦德龙、家乐福、大润发、欧尚、华润万家等大型商超始终保持良好的销售

态势；2013年，公司与德国卡尔斯堡集团合作，成功推出“瓦伦丁”品牌进口啤酒。目前，瓦伦丁啤酒在电商平台已受到广大消费者青睐，已成为国内进口啤酒的主要品牌之一。在成功运营“品利”、“德亚”、“瓦伦丁”等品牌的基础上，公司陆续推出“亨利”、“雅娜”、“果爱”等品牌，在谷物、休闲饼干等细分消费领域持续进行市场拓展。

（2）完善的渠道网络

完善的渠道网络是企业实现最终销售的重要保障，公司坚持线上渠道与线下渠道同时发展的营销策略，构建了包括大型商超、天猫商城、京东等电商平台以及各地经销商等在内的多元化销售体系。

线下渠道方面，公司主要合作客户包括麦德龙、家乐福、大润发、沃尔玛、华润万家、永辉超市、百佳、苏果超市等国内外知名大型商超；此外，公司拥有约350家活跃经销商，覆盖其所辖地区的中小型超市、便利店等网点。线上渠道方面，公司主要合作客户包括京东、天猫商城、苏宁易购和顺丰优选等主流电商平台。受益于电子商务行业的快速发展，公司线上渠道销售呈现快速发展的趋势。

（3）高效的仓储物流体系

结合自身供应链特点，公司对ERP系统进行了专门升级和改进，综合使用WMS系统、OMS系统、EDI系统等内部信息管理模块，有效降低了人工操作可能带来的操作风险。

物流管理方面，公司委托第三方物流企业进行提货发货，并通过第三方物流企业提供的GPS定位系统、APP跟踪系统等开放端口实时跟踪已出库产品，有效保证商品能及时安全地运送至客户处。目前，公司已在天津、上海和广州等主要枢纽设有3个仓储物流中心，总建筑面积约46,000平方米，最大吞吐量可达45万件/天。

（七）主营业务、主要产品的演变情况

报告期内，公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务。报告期内，公司主营业务未发生重大变化。

公司主要自有品牌以及主要合作品牌发展历程如下：



（八）主要产品的工艺流程图和服务的流程图

1、自有品牌产品



2、合作品牌和代理品牌产品



二、发行人所处行业基本情况

公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务。根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业为“F52 零售业”；根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业为“F522 食品、饮料及烟草制品专门零售”。

（一）行业主管部门、行业监管体制和主要法律法规及政策

报告期内，公司专注于自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务。相关的监管体制、法规政策主要涉及食品行业和电子商务行业两个领域。

1、食品行业主管部门及监管体制

（1）食品行业主管部门及监管体制

食品行业的主要主管部门如下：

部门名称	职能
国家市场监督管理总局	负责市场监督管理和行政执法的有关工作，起草有关法律、法规草案，制定工商行政管理规章和政策；负责起草食品安全等监督管理的法律法规草案，拟订政策规划和部门规章，推动建立落实食品安全企业主体责任，建立食品药品重大信息直报制度，并组织实施和监督检查等；负责全国质量、计量、出入境商品检验、出入境卫生检疫、出入境动植物检疫、进出口食品安全和认证认可、标准化等
工业和信息化部	负责互联网行业管理（含移动互联网），协调电信网、互联网、专用通信网的建设、拟订相关政策并组织实施、指导电信和互联网相关行业自律和相关行业组织发展等
国家发展和改革委员会	负责拟订并组织实施国民经济和社会发展战略、推进经济结构战略性调整、推进可持续发展战略
中华人民共和国海关总署	监管进出境、征收关税和其他税费、查缉走私、编制海关统计，并承担口岸管理、保税监管、海关稽查、知识产权海关保护、国际海关合作等
中华人民共和国国家卫生健康委员会	组织拟订国民健康政策，拟订卫生健康事业发展法律法规草案、政策、规划，制定部门规章和标准并组织实施；协调推进深化医药卫生体制改革，研究提出深化医药卫生体制改革重大方针、政策、措施的建议等
商务部及各级商务主管部门	推进流通产业结构调整，指导流通企业改革、商贸服务业和社区商业发展，推动物流配送、电子商务等现代流通方式的发展等
中国食品工业协会	主要职能为研究分析食品安全、行业发展和产业安全问题；提出调整食物结构、增加食品门类、拓宽生产领域等一系列建议，为政府决策提供依据；推动食品工业科技进步、引导行业发展；与地方政府合作共建，推动食品工业特色园区发展；制订

部门名称	职能
	产品质量和食品安全相关标准；参与食品安全法律法规和标准体系建设；健全行业规范，加强行业自律等

（2）食品行业的主要法律法规及政策

公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务，属于食品批发零售行业。食品批发零售行业基本遵循市场化发展模式，行业内企业自有经营，市场竞争程度较高。政府部门对行业进行宏观调控、行业协会以自律规范形式规范行业发展。

在行业执行标准、法律法规方面，进出口食品行业的行业准入、产品质量、卫生标准等主要由工业和信息化部、国家发展与改革委员会、国家市场监督管理总局、中华人民共和国国家卫生健康委员会等部门制定。具体而言，工业和信息化部制定并组织实施食品工业的行业规划、计划和产业政策。国家发展与改革委员会负责产业政策的研究制定、行业的管理和规划等，负责行业项目核准、备案和审批等。中华人民共和国国家卫生健康委员会等依照《中华人民共和国食品安全法（主席令第二十一号）》和国务院规定的职责，组织开展食品安全风险监测和风险评估，会同国家市场监督管理总局下属食品药品监督管理局制定并公布食品安全国家标准。国家市场监督管理总局依照《中华人民共和国食品安全法》和国务院规定的职责，分别对食品生产、流通、消费环节的食品安全性实施统一监督管理。国家市场监督管理总局下属国家质量监督检验检疫部门承担进出口食品、化妆品的检验检疫、监督管理以及风险分析和紧急预防措施工作。

行业的自律性组织主要为中国食品工业协会。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，主要协助政府在食品行业开展统筹、规划、协调工作，加强对食品企业的指导和服务；制定并监督执行行规行约，规范行业行为，加强行业自律，协调行业关系，创造和维护行业公平竞争环境与市场秩序；经国家有关部门授权，参与行业生产、经营许可证的发放工作和资格审查。

食品进出口行业的主要政策如下列示：

时间	部门	法律法规名称	具体内容
2017年	国家食品药品监督管理总局	《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》	要求食品生产经营企业要建立食品安全追溯体系，客观、有效、真实地记录和保存食品质量安全信息，实现食品质量安全顺向可追踪、逆向可溯源、风险可管控，发生质量安全问题时产品可召回、原因可查清、责任可追究，切实落实质量安全主体责任，保障食品质量安全
2017年	中华人民共和国国务院	《“十三五”国家食品安全规划》	全面实施食品安全战略，着力推进监管体制机制改革创新和依法治理，着力解决群众反映强烈的突出问题，推动食品安全现代化治理体系建设，促进食品产业发展，推进健康中国建设
2017年	中华人民共和国国家发展和改革委员会、中华人民共和国工业和信息化部	《关于促进食品工业健康发展的指导意见》	改善供给结构，提高供给质量，支持发展养生保健食品，进一步健全标准体系，提升产品品质，引导企业增强品牌意识，鼓励食品企业加强品牌建设，夯实品牌发展基础，提升产品附加值和软实力，打造百年食品品牌，加强与大型电商品牌对接，拓宽销售渠道等
2017年	全国人大常委会	《中华人民共和国计量法》（2017年修订）	明确规定了所有国家机关、社会团体、中国人民解放军、企事业单位和个人的计量基准、计量标准，进行计量检定，制造、修理、销售、进口、使用计量器具，以及计量单位，开展计量认证，实施仲裁检定和调解计量纠纷，进行计量监督管理所发生的各种法律关系
2017年	国家食品药品监督管理总局	《食品经营许可管理办法》（2017年修订）	明确了食品流通许可证的申请与受理、审查与批准、许可的变更及注销、许可证的管理、监督检查等具体标准和管理方法及措施
2017年	中华人民共和国国务院	《中华人民共和国进出口商品检验法实施条例》（2017年修订）	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局（以下简称国家质检总局）主管全国进出口商品检验工作。国家质检总局设在省、自治区、直辖市以及进出口商品的口岸、集散地的出入境检验检疫局及其分支机构（以下简称出入境检验检疫机构），管理所负责地区的进出口商品检验工作
2016年	中华人民共和国商务部	《关于做好“十三五”时期消费促进工作的指导意见》	倡导绿色消费，引导流通企业扩大绿色商品采购和销售，推行绿色包装和绿色物流，继续推进品牌消费集聚区建设，积极培育国际消费中心城市等

时间	部门	法律法规名称	具体内容
2016年	中华人民共和国农业部	《全国绿色食品产业发展规划纲要》（2016-2020）	推动十三五时期我国绿色食品产业健康持续发展,全面提升绿色食品产业发展水平,包括:扎实推进基地建设,不断提高发展质量;着力扶强生产主体,持续扩大总量规模;加快推进短缺产品开发,不断优化品种结构;不断强化市场营销服务,完善市场流通体系;全面加强品牌保护,不断提升品牌的公信力等
2016年	中华人民共和国国务院	《食品安全工作评议考核办法》	考核工作要坚持目标导向、问题导向和结果导向,遵循客观公正、突出重点、奖惩分明、注重实效的原则,从工作措施落实情况和食品安全状况等方面,对食品安全组织领导、监督管理、能力建设、保障水平等责任落实情况进行评议考核
2016年	中华人民共和国国务院	《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》	到2020年,消费品工业传统优势得到巩固提升,新兴产业不断壮大,市场环境进一步优化,“三品”专项行动取得积极进展,品种丰富度、品质满意度、品牌认可度明显提升,产品和服务对消费升级的适应能力显著增强
2016年	中华人民共和国国务院	《中华人民共和国食品安全法实施条例》（2009年发布,2016年修订）	根据《中华人民共和国食品安全法》制定,从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、法律责任等多个方面对食品安全进行了详细规定
2016年	国家食品药品监督管理总局	《食品安全信用信息管理办法》	加强食品安全信用信息管理,提高食品安全监督管理效能,增强食品生产经营者诚信自律意识和信用水平,促进食品安全信息公开,加快食品安全信用体系建设,切实保障食品安全
2016年	国家食品药品监督管理总局	《网络食品安全违法行为查处办法》	强化平台和入网食品生产经营者义务,明确了网络食品交易第三方平台提供者和通过自建网站交易的生产经营者备案、保障网络食品交易数据和资料可靠性、安全性以及记录保存交易信息等义务等
2016年	国家食品药品监督管理总局	《食品生产许可审查通则》	落实《中华人民共和国食品安全法》和《食品生产许可管理办法》的有关规定,严格划分了许可审查的方式,对工艺流程、主要生产设施设备、食品类别发生变化的,必须进行现场核查等

时间	部门	法律法规名称	具体内容
2015年	全国人大常委会	《中华人民共和国食品安全法》（2015年修订）	对食品安全标准、食品生产经营、食品检验等作出法律规范。同时，将网购食品纳入监管范围，网络食品交易第三方应当对入网食品经营者进行实名登记，明确其食品安全管理责任；依法应当取得许可证的，还应当审查其许可证
2015年	全国人大常委会	《中华人民共和国广告法》（2015年修订）	为了规范广告活动，保护消费者的合法权益，促进广告业的健康发展，维护社会经济秩序
2015年	国家食品药品监督管理总局	《食品召回管理办法》	食品生产经营者应当依法承担食品安全第一责任人的义务，对食品的停止生产经营、召回情况作了明确说明，鼓励和支持公众对安全食品的停止生产经营、召回和处置等活动进行社会监督
2015年	国家食品药品监督管理总局	《食品安全抽样检验管理办法》（2015年修订）	为规范食品安全抽样检验工作，加强食品安全监督管理，保障公众身体健康和生命安全
2014年	国家卫生计生委	《食品安全国家标准食品经营过程卫生规范》	规定了食品生产过程中原材料采购、加工、包装、贮存和运输等环节和场所、设施、人员的基本要求和管制准则
2014年	中华人民共和国国务院	《国家食品安全事故应急预案》（2011年修订）	建立健全应对食品安全事故运行机制，有效预防、积极应对食品安全事故，高效组织应急处置工作，最大限度地减少食品安全事故的危害，保障公众健康与生命安全，维护正常的社会经济秩序
2014年	国家质量监督检验检疫总局	《进口食品不良记录管理实施细则》	质检总局和各级检验检疫机构根据下述信息，经研判，记入进口食品企业的不良记录。 ①进口食品检验检疫监督管理工作中发现的食品安全信息。 ②国内其他政府部门通报的，以及行业协会、企业和消费者反映的食品安全信息。 ③国际组织，境外政府机构，境外行业协会、企业和消费者反映的食品安全信息。 ④其他与进口食品安全有关的信息。
2013年	国家质量监督检验检疫总局	《进出口乳品检验检疫监督管理办法》	首次向中国出口乳品的国家或者地区，其政府主管部门应当向国家质检总局提供兽医卫生和公共卫生的法律法规体系、组织机构、兽医服务体系、安全卫生控制体系、残留监控体系、动物疫病的检测监控体系及拟对中国出口的产品种类等资料

时间	部门	法律法规名称	具体内容
2012年	国家质量监督检验检疫总局	《进口食品境外生产企业注册管理规定》	《目录》内食品的境外生产企业，应当获得注册后，其产品方可进口

2、电子商务行业主管部门及监管体制

（1）电子商务行业主管部门及监管体制

公司所处的电子商务行业主要行政主管部门包括商务部及工业和信息化部。其中，商务部主要负责拟订电子商务相关标准和规则，其下属的电子商务和信息化司负责制定我国电子商务发展规划，拟订推动企业信息化、运用电子商务开拓国内外市场的相关政策措施并组织实施等。工业和信息化部主要负责互联网行业管理（含移动互联网），协调电信网、互联网、专用通信网的建设、拟订相关政策并组织实施、指导电信和互联网相关行业自律和相关行业组织发展等。

电子商务行业自律组织主要包括中国互联网协会和中国电子商务协会。其中，中国互联网协会的主要职责包括团结互联网行业相关企业、事业单位和社会组织，向政府主管部门反映会员和业界的愿望及合理要求，维护会员合法权益，促进互联网行业交流与合作，发挥互联网对我国经济、文化、社会以及生态文明建设的积极作用，开展法规、管理、技术、人才等专业培训，提高从业人员业务素质等。中国电子商务协会的主要职责是辅助政府决策，推动电子商务的发展，进行与电子商务相关业务的调查和研究，协助政府部门制定相关法律法规和政策，开展电子商务国际交流与合作，进行电子商务立法研究，推进信用体系建设等，为会员提供电子商务相关法律与法规指导等。

（2）电子商务行业的主要法律法规及政策

电子商务行业的主要政策如下列示：

时间	部门	法律法规名称	具体内容
2018年	中华人民共和国国务院	《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》	指出针对电子商务全渠道、多平台、线上线下融合等特点，科学引导快递物流基础设施建设，构建适应电子商务发展的快递物流服务体系
2017年	中华人民共和国国家发展和改革委员会	《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》（2016版）	“互联网+”应用服务中将电子商务服务列为国家战略性新兴产业予以重点支持

时间	部门	法律法规名称	具体内容
2017年	中华人民共和国 商务部	《商务部关于进一步推进国家电子商务示范基地建设工作的指导意见》	提出发挥市场主导作用，进一步完善基础设施和服务体系，鼓励示范基地构建多元化、多渠道的投融资机制，推动电子商务与生产制造、商贸流通、民生服务、文化娱乐等产业的深度融合等
2016年	中华人民共和国 商务部	《电子商务“十三五”发展规划》	提出鼓励生产制造、流通消费、民生服务等各行业、领域电子商务平台创新发展，推进电子商务与传统产业深度融合，利用新技术加快形成多种消费场景，促进线上线下深度融合发展等
2016年	中华人民共和国 国家发展和改革委员会、中华人民共和国商务部等7 部委	《关于推动电子商务发展有关工作的通知》	提出完善电子商务法规政策环境，加强电子商务基础设施和交易保障设施建设，积极培育电子商务服务，推动特色农产品电子商务平台建设，大力发展线上线下互动，推动实体店转型升级
2016年	中华人民共和国 国务院	《国务院办公厅关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》	提出加快推动流通转型升级，积极推进流通创新发展，深入推进农村电子商务，积极促进电子商务进社区，加快完善流通保障制度等
2015年	中华人民共和国 国务院	《国务院办公厅关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》	大力发展线上线下互动，对推动实体店转型，促进商业模式创新，增强经济发展新动力，服务大众创业、万众创新
2015年	中华人民共和国 国务院	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》	到2020年，中国将会建成一个统一、竞争有序、安全可靠的电子商务市场；提出要全面清理电子商务领域现有前置审批事项，从而降低准入门槛；以及合理降低从事电子商务活动企业的税负
2015年	中华人民共和国 国务院	《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》	支持国内企业更好地利用电子商务开展对外贸易、鼓励有实力的企业做大做强、优化配套的海关监管措施、完善检验检疫监管政策措施、明确规范进出口税收政策、完善电子商务支付结算管理、提供积极财政金融支持、建设综合服务体系、规范跨境电子商务经营行为、充分发挥行业组织作用、加强多双边国际合作、加强组织实施等，要求地方各级人民政府制订完善发展跨境电子商务的工作方案
2015年	中华人民共和国 国务院	《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》	提出“互联网+”创业创新、“互联网+”协同制造、“互联网+”现代农业、“互联网+”高效物流、“互联网+”电子商务等
2015年	中华人民共和国 商务部	《“互联网+流通”行动计划》	着眼于“互联网+流通”发展中深层次的问题，通过完善政策法规标准、优化物流

时间	部门	法律法规名称	具体内容
			基础设施、提升网络服务能力、加强统计监测和知识产权保、开展人才培训等措施来优化发展环境
2015年	中华人民共和国商务部	《网络零售第三方平台交易规则制定程序规定（试行）》	对网络零售第三方平台经营者制定、修改、实施交易规则等行为进行规范
2014年	国家工商总局	《网络交易管理办法》（国家工商行政管理总局令第60号）	对从事网络商品交易及有关服务的经营者通过工商登记、许可证等方式进行规范；并对消费者七天无理由退换货的权力进行制度保护
2014年	全国人大常委会	《消费者权益保护法》（2013修正版）	保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展，并对网络等销售形式进行了规范
2013年	中华人民共和国国务院	《国务院办公厅转发商务部等部门关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》	探索发展跨境电子商务企业对企业（B2B）进出口和个人从境外企业零售进口（B2C）等模式。加快跨境电子商务物流、支付、监管、诚信等配套体系建设
2012年	中华人民共和国国家发展和改革委员会、中华人民共和国财政部等8部委	《关于促进电子商务健康快速发展有关工作的通知》	提出推动国家电子商务示范城市创建与商贸流通领域电子商务应用快速发展，规范电子支付、建立电子商务信用服务体系、加强网络商品交易监管等

3、对发行人经营发展的影响

公司主要自有品牌产品乳品、啤酒、谷物麦片以及主要合作品牌产品橄榄油等具备较好的市场口碑，符合国内消费升级的需求。受益于国家不断加大对进口食品行业以及电子商务行业的政策支持，公司主营业务持续稳步增长。

（二）中国进口食品行业概况

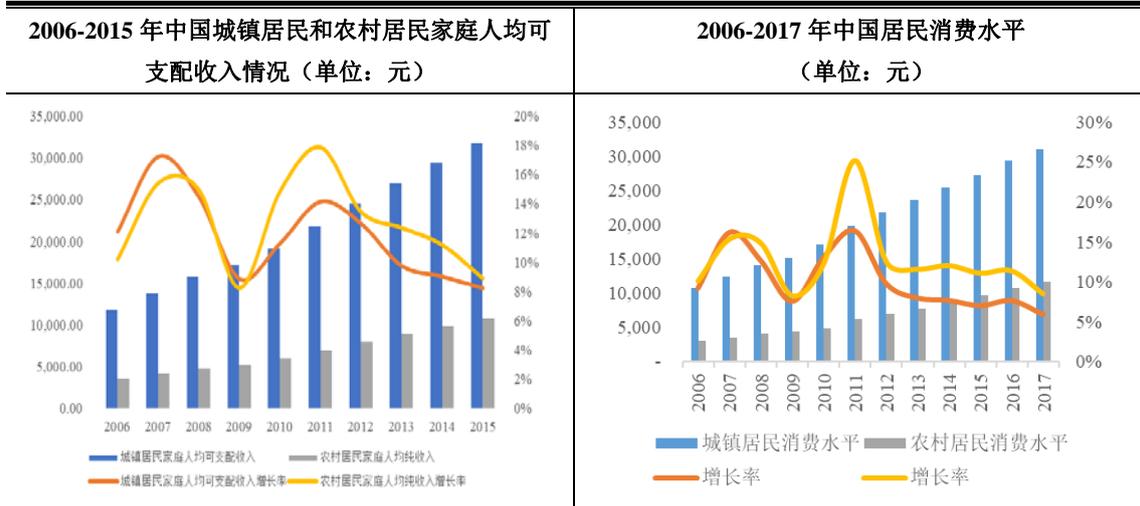
随着中国国民经济持续增长、国内居民人均收入水平不断提高，国内居民消费结构持续发生变化。目前，国内消费者的消费需求逐渐向高品质、优价类食品靠拢，消费升级趋势日趋明显。根据美国食品工业协会预测，2018年中国将成为全球最大的进口食品消费国，届时中国大陆进口食品市场规模将高达4,800亿人民币。

1、中国进口食品行业分析

（1）中国进口食品行业发展概况

①居民收入增加，带动进口食品消费热情持续高涨

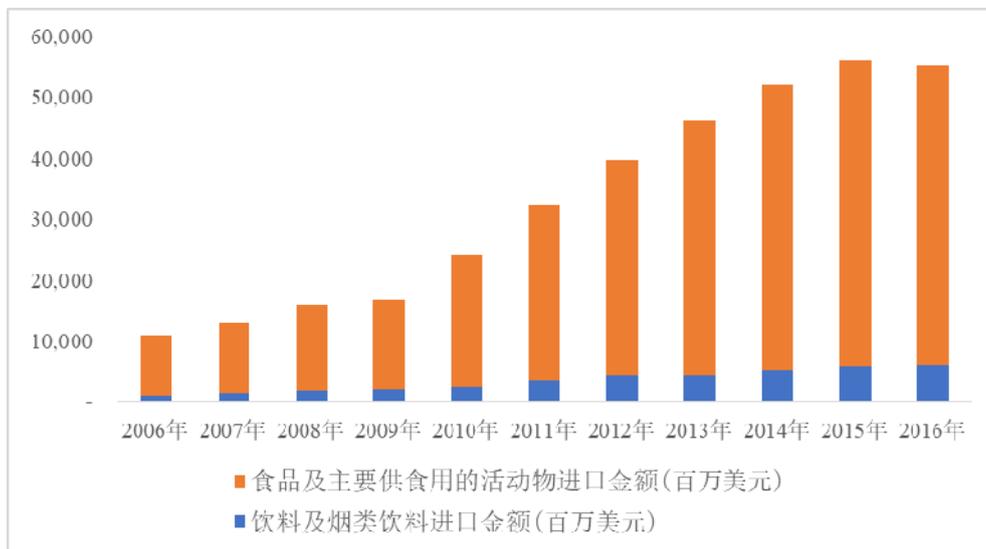
根据国家统计局数据，2006年-2015年度，我国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均纯收入的年平均增速都保持在10.00%以上，城镇居民和农村居民消费水平平均增速也都保持在10.00%以上。



数据来源：Wind 资讯

②国内进口食品贸易额增长较快、进口国分布以欧美发达国家为主

2006-2016年中国食品和饮料进口情况



数据来源：国家统计局

根据国家统计局统计，2016年，全国食品及主要供食用的活动物进口额为4,915,637万美元，同比下降2.66%；同时，实现饮料及烟类进口额609,599万美元，同比增加5.57%。2006至2016年期间，全国食品及主要供食用的活动

物进口额平均增速为 17.99%，饮料及烟类进口额平均增速为 20.33%。

2016 年食品行业累计进口额贸易国分布情况



数据来源：中国轻工信息网

2016 年，全国食品行业进口国家分布主要集中在新西兰、美国、澳大利亚、韩国、法国、德国、马来西亚等地区。其中，新西兰完成累计进口占比 26.89%，累计进口额同比增长 7.95%；美国完成累计进口占比 5.81%，累计进口额同比下降 5.87%；澳大利亚完成累计进口占比 5.75%，累计进口额同比下降 4.68%；韩国完成累计进口占比 4.93%，累计进口额同比增长 16.60%；法国完成累计进口占比 4.81%，累计进口额同比增长 29.51%；德国完成累计进口占比 4.62%，累计进口额同比下降 5.09%。

③进口液态奶、进口啤酒及进口燕麦类产品进口增速明显

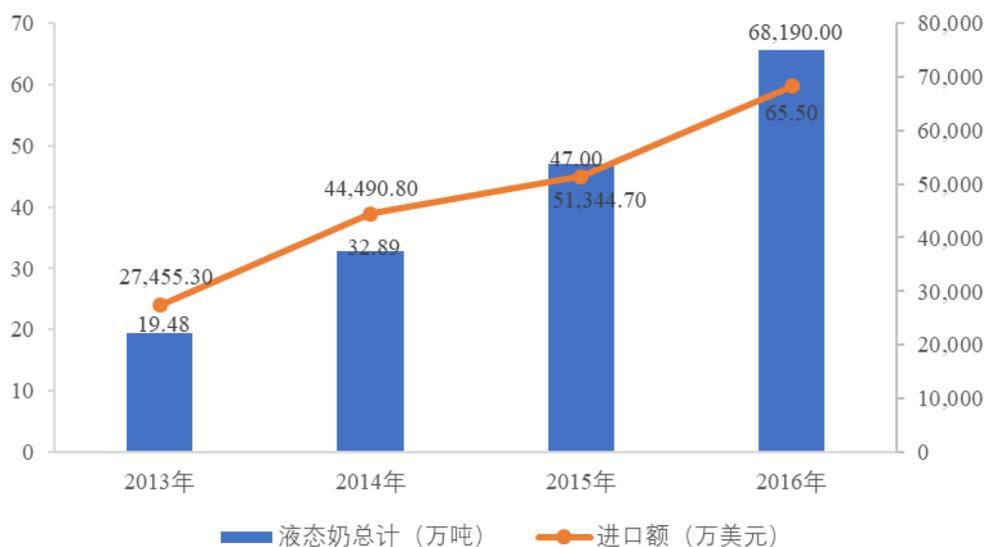
A、液态奶

近几年来，随着我国国民经济发展和居民收入水平不断提高，人们的饮食习惯逐渐向更高的消费层次即营养型、健康型、休闲型、国际型转变。与此同时，高铁、互联网购物等消费方式的普及，促使国内乡镇地区消费者能力逐渐增强，促进我国乳制品消费的稳步增长。根据《中国奶业质量报告》：2011 至 2015 年，中国乳制品消费量从 2,480.50 万吨增至 2,957.90 万吨，年复合增长率 4.50%。2015 年，中国人均乳制品折合生鲜乳消费量 36.00kg，约为世界平均水平的 1/3。2016 年，中国全年进口乳制品 195.60 万吨，同比增长 21.40%。

进口乳制品中，根据中国奶业协会统计，液态奶（包括 HS0401 和 HS0403）进口量从 2013 年的 19.48 万吨增长至 2016 年的 65.50 万吨，年复合增长率高达

49.81%，进口额从 2013 年的 27,455.30 万美元增长至 2016 年的 68,190.00 万美元，年复合增长率达 35.42%。2013 年至 2016 年，中国酸奶进口量从 10,240.70 吨增长至 20,939.80 吨，年复合增长率达 26.93%，中国液态奶进口市场需求量巨大。

2013-2016 年液态奶进口量及进口额变化趋势图



数据来源：中国奶业协会

从进口来源看，根据 Wind 资讯，2017 年，中国累计进口原奶、加工奶及酸奶总计 144.54 万吨。其中，从德国进口 24.53 万吨，占全部进口量的 16.97%；从新西兰进口 76.41 万吨，占全部进口量的 52.86%；从澳大利亚进口 13.04 万吨，占全部进口量的 9.02%；从法国进口 11.48 万吨，占全部进口量的 7.94%。前四大进口来源国的进口量合计 125.46 万吨，占全部进口量的 86.80%，中国进口液态奶主要来自部分发达国家，进口集中度较高。

随着销售渠道的不断下沉以及国内三、四线城市消费结构的升级，乳制品品类也将向多元化发展，液态奶产品进口数量预计还将保持较高增速。此外，1980 后、1990 后出生人群逐渐成为新一代消费主力，他们更关注具备多样性或个性化特征的商品，随着他们逐渐开始组建家庭并生儿育女，进口儿童牛奶的需求也将逐步扩大。

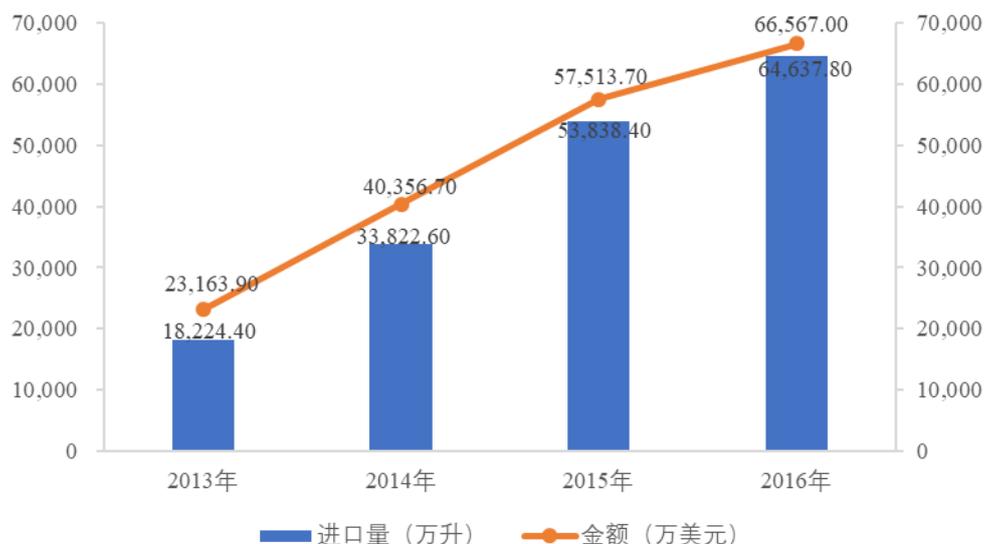
B、进口啤酒

改革开放以来，中国啤酒业已逐步成长为中国市场化程度最高、竞争最为

激烈的行业之一。目前，我国啤酒业产品品种相对单调，可选择性较差，低端啤酒仍是消费市场的主体。近年来，随着国内居民消费水平的进一步提升和啤酒消费市场的日趋成熟，消费者对于大众化的普通啤酒、干啤和鲜啤的需求基本上保持在相对稳定水平，对于中高档啤酒消费需求不断上升。

根据中国海关数据：2013年至2016年，中国啤酒进口量从18,224.40万升增长至64,637.80万升，年复合增长率达52.50%，啤酒进口额从23,163.90万美元增长至66,567.00万美元，年复合增长率达42.17%。2016年，中国进口啤酒64,637.80万升，同比上升20.06%，进口额66,567.00万美元，德国啤酒的进口量已占据中国全年啤酒总进口量的47.30%，接近进口总量的一半。虽然中国啤酒进口量增长较快，但是目前进口啤酒总量仅占中国啤酒总消费量的1.40%，中国进口啤酒市场需求规模巨大。

2013-2016年啤酒进口量及进口额变化趋势图



数据来源：中国海关数据

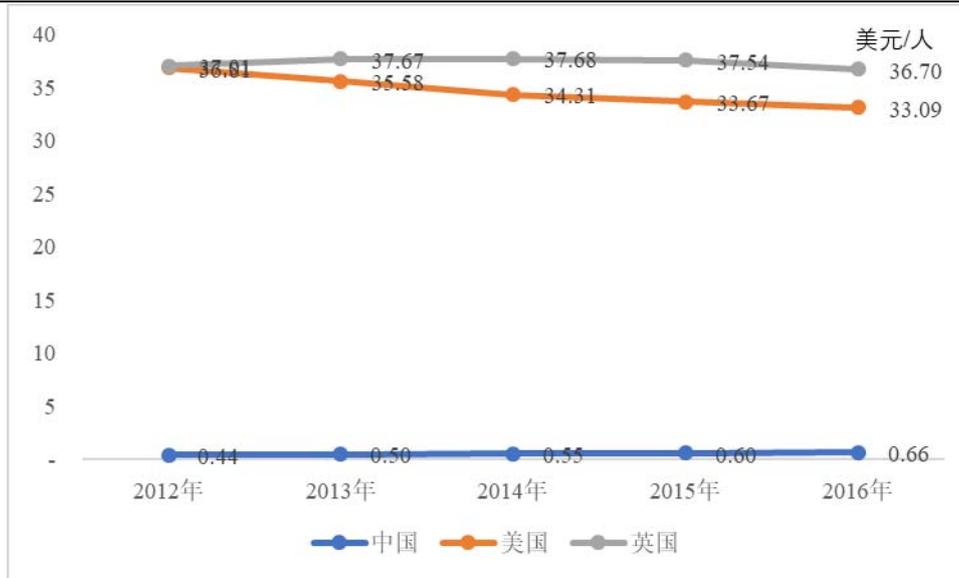
C、燕麦

谷物食品是国内消费者膳食结构中重要的组成部分，主要包括大米、小麦、玉米、高粱、荞麦和燕麦等制品。谷物食品一般含有丰富的维生素和纤维元素，长期食用对消费者的身体健康有着积极作用。随着国内居民收入水平的提升及消费理念的逐渐改变，人们对于各类谷物食品的需求也在显著提升。

根据欧睿咨询的统计，中国的燕麦市场年销售额从2012年的不足6.00亿

美元增长至 2016 年的 9.14 亿美元。2012 年至 2016 年，中国燕麦市场人均消费水平呈现出稳定上升的趋势。2016 年，中国燕麦市场人均消费金额仅为 0.66 美元，远低于美国的 33.09 美元和英国的 36.70 美元。随着人们健康意识的不断增强，对早餐注重程度逐渐开始提升，尤其是早餐的营养搭配，将推动我国早餐谷物市场消费持续增长。

2012-2016 年燕麦人均消耗图



数据来源：欧睿咨询

D、休闲食品类

休闲食品主要指人们在闲暇、休息时所吃的非主食类食品，目前国内休闲食品大致可以分为膨化类、烘焙类、炒货类、果仁类、油炸薯类、糖食类等类别。根据中国食品工业协会的统计数据，我国休闲食品行业年产量从 2004 年的 193.58 万吨增长到 2014 年的 645.89 万吨，年均复合增长率 12.81%，休闲食品行业年产值由 2004 年的 1,931.38 亿元增长至 2014 年的 9,050.18 亿元，年均复合增长率达到 16.70%，且预计 2015-2019 年仍将保持高速增长，由 2015 年的 10,589.62 亿元增长至 2019 年的 19,925.28 亿元，年均复合增长率超过 17.00%。

④市场集中度低、竞争较为激烈

目前，国内进口食品行业整体处于完全竞争状态，行业内经营主体较多，发展规模参差不齐，年销售额超 10 亿元的企业较少，主要以小规模、地区性进口食品代理商为主。未来，行业内规模以上企业可能通过差异化、品牌化等战

略来提升自身产品的市场认知度和认可度，提高综合竞争力。

⑤进口食品销售渠道的拓宽为进口食品行业需求提供有力保障

改革开放以来，随着国民经济发展、居民收入水平不断提升，居民对生活品质的要求也越来越高，进口食品销售渠道得到有力拓展，逐渐由过去的供销社、国营百货等拓展至便利店、大中型商超、精品超市等，进口食品消费日益成为寻常百姓追逐健康生活的表达方式。

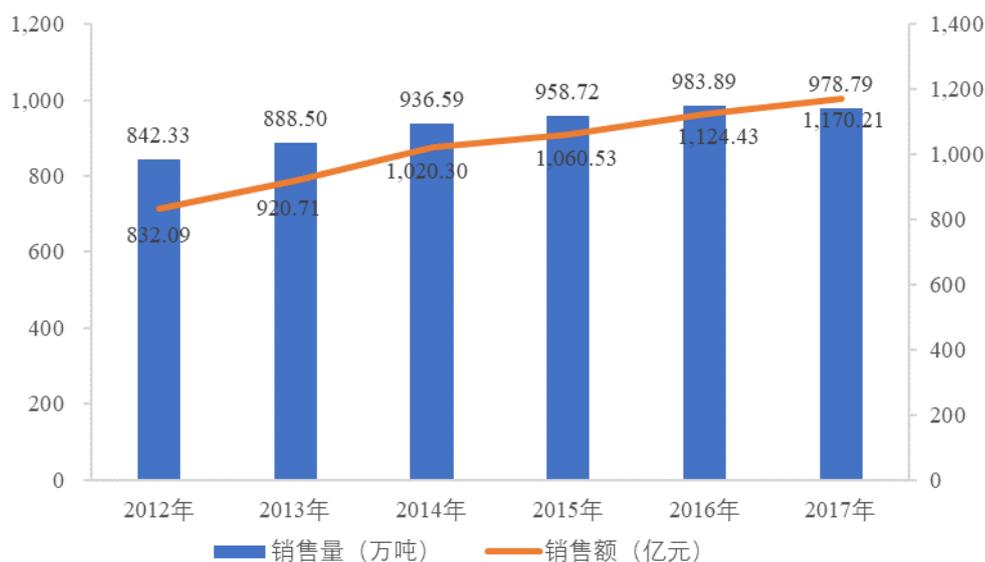
另一方面，随着国内互联网产业不断深入发展，国内消费者的消费方式得到有效拓宽，手机端、PC端及电视端等多元化的消费形式极大拓宽了进口食品的销售渠道，这将进一步扩大进口食品的消费群体。

（2）中国食品行业发展概况

①乳制品

根据欧睿咨询数据：2012至2017年，中国牛奶（包括牛奶、鲜牛奶、脱脂牛奶等）销售量从842.33万吨增至978.79万吨，年复合增长率为3.05%；中国牛奶销售额从832.09亿元增长至1,170.21亿元，年复合增长率为7.06%，中国牛奶销售量呈现稳步增长的趋势。

2012至2017年牛奶产品销售额及销售量的变化趋势图



数据来源：欧睿咨询

②酸奶

酸奶产品（包括发酵乳和乳酸菌饮料）和普通液体乳最大的区别就是在生产过程中加入乳酸菌。酸奶由纯牛奶发酵而成，在发酵过程中生成了全新的质地（粘稠度和口感）、独特的风味，能够帮助人们促进肠胃的消化。根据欧睿咨询数据：中国酸奶产品销售量从2012年的428.47万吨增加至2017年的855.54万吨，年均复合增长率达14.83%，酸奶销售额从2012年的455.99亿元增加至2017年的1,219.24亿元，年均复合增长率高达21.74%，中国酸奶产品的销售增速远高于牛奶，发展潜力巨大。

2012至2017年酸奶销售额及销售量变化趋势图



数据来源：欧睿咨询

③啤酒

经过多年发展，中国啤酒业已逐步成长为中国市场化程度最高、竞争最为激烈的行业之一。目前，中国啤酒业产品品种相对单调，可选择性差，在中国啤酒市场上，低端啤酒仍是消费市场的主体。根据欧睿咨询数据：中国啤酒的消费量呈现出先增后降的趋势，由2012年的477.44亿升增长至2015年的500.81亿升，随后下滑至2017年的456.27亿升，主要是由于差异化和多元化消费需求增长，使啤酒产品的消费粘性降低，而预调酒和亲民低端白酒产品对啤酒消费产生了一定的替代作用，导致啤酒消费呈现下降趋势。但是，随着消费者对啤酒品质需求和个性化需求的增强，啤酒销售单价不断增长，驱动了啤酒市场规模不断扩大。2012至2017年，中国啤酒销售额从3,654.74亿元增长至5,384.61亿元，年复合增长率为8.06%。随着中国居民消费结构转型和啤酒产品结构转

变，以及啤酒优势文化的逐步推进和深入，中国啤酒市场的消费容量仍有较大的增长空间。

2012 至 2017 年我国啤酒消费量及销售额变化趋势图

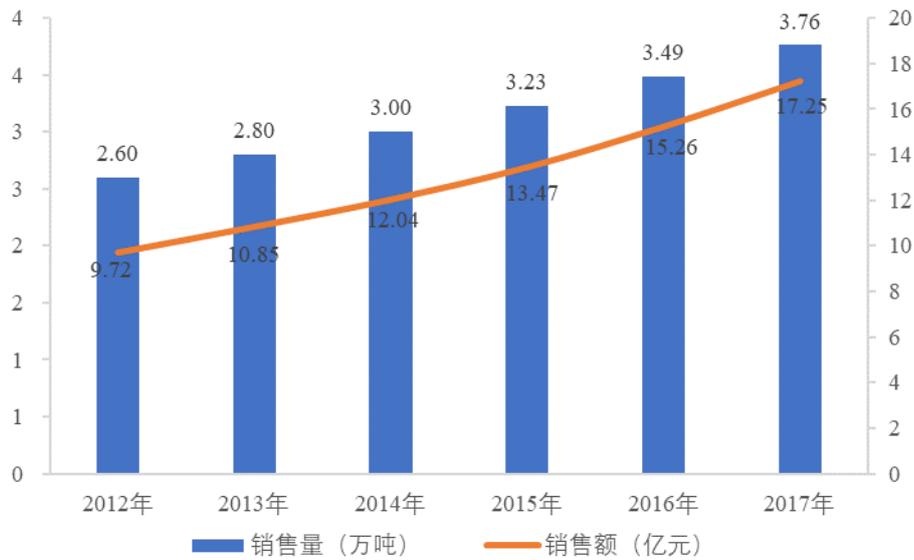


数据来源：欧睿咨询

④即食燕麦

谷物食品是人体所需热能的主要来源之一，各类粗粮更是维生素、矿物质和纤维的重要来源。随着居民膳食理念的逐渐加强，人们对于各类谷物食品的需求也在显著提升。根据欧睿咨询数据：2012年至2017年，中国谷物早餐的销售量从14.05万吨增长至19.17万吨，年均复合增长6.41%，销售额从40.59亿元增长至68.21亿元，年均复合增长率10.94%。在谷物早餐中，即食麦片消费增长迅速，2012年至2017年，中国即食麦片的销售量从2.60万吨增长至3.76万吨，年均复合增长7.66%，销售额从9.72亿元增长至17.25亿元，年均复合增长率12.16%，即食麦片的年均增速超过谷物早餐。

2012至2017年我国即食麦片产品销售量及销售额变化趋势图

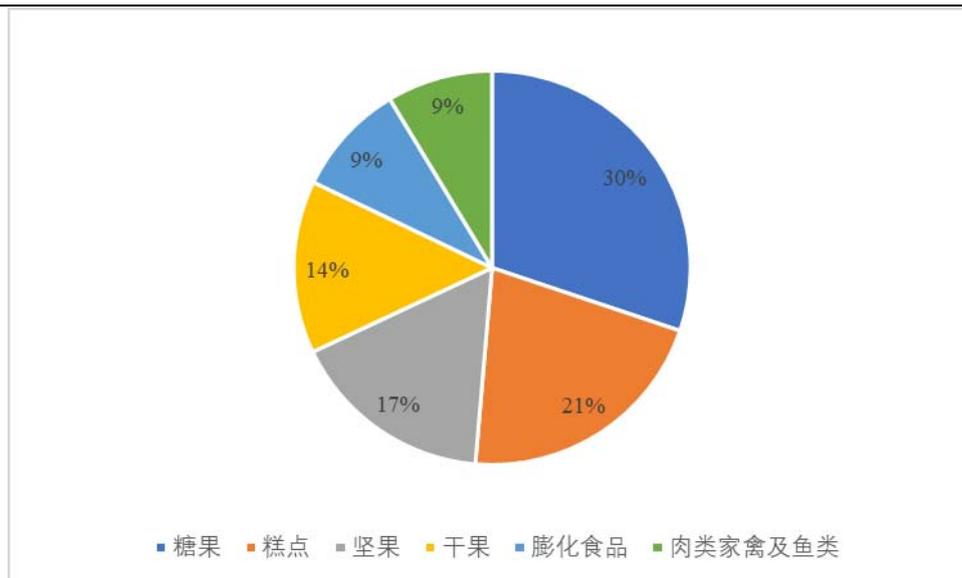


数据来源：欧睿咨询

⑤休闲食品

从消费结构来看，国内市场休闲食品以糖果、蛋糕及糕点、坚果、干果、膨化食品和其他为主。其中，糖果市场份额占比最大，达到约 30%，其次分别是蛋糕及糕点、坚果、干果、膨化食品和其他，分别占比约 21%、17%、14%、9%和 9%。

2015年中国休闲食品各品类市场规模占比



数据来源：公开资料整理

(3) 中国进口食品行业发展趋势

①健康化逐渐成为进口食品行业的发展趋势

随着人民生活水平的提升，更多消费者开始追求高端化和高品质的产品，消费升级趋势明显，高新鲜度、低脂肪、低热量等类型进口食品日益成为市场主流的消费选择。根据《尼尔森健康与食品意见调查》的数据：消费者目前正在越来越关注食品健康指标，超过 82.00% 的中国消费者愿意为更健康的食品支付相应的溢价。

②消费者年轻化将进一步促进进口食品行业的发展

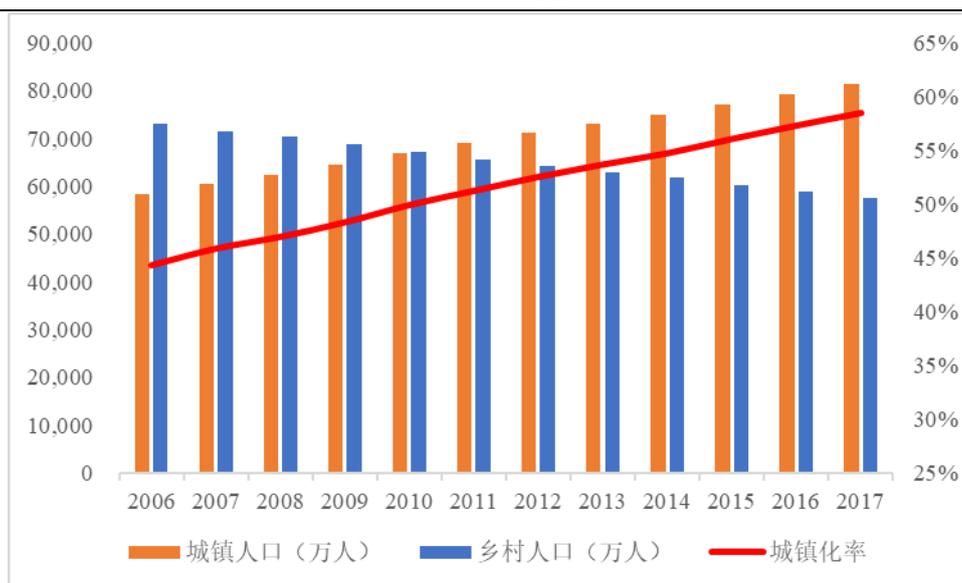
1980 后、1990 后出生人群逐渐成为市场主流消费群体，他们更加注重生活品质、追求品牌和潮流，对个性化、定制化产品需求较高，而对价格的敏感度较低。根据中国社科院旅游研究中心的数据：预计到 2021 年，18-35 岁消费者占 15-70 岁人口比例将达到 46.00%，而 2016-2021 年期间，18-35 岁消费者同比增速将达到 11%（上一代增速约 5.00%），同时增长贡献比重也将达到 69.00%。对于进口食品消费而言，新兴消费群体对进口食品的需求也从过去追求口感逐步向多元化方向发展。

③消费渠道逐渐从一线城市向二、三线城市扩展

目前，进口食品消费主要以长三角、珠三角及京津冀等东部沿海地区为主。未来，随着国内城镇化率不断提升，国内精品超市及大型超市渠道下沉，二、三线城市，甚至三、四线城市的消费者需求也将被打开，进口食品销售渠道将得到进一步拓展。

2017 年，中国城镇化率为 58.52%。根据世界银行预测，2020 年，这一数字将达到 61.00%，而到 2050 年，中国的城镇化率预计达到 77.00% 左右。中国城镇化率的不断提升将有效带动居民消费习惯的改变，增加中西部等地区居民对进口食品的需求。

2006-2017 年中国城镇化率



数据来源：Wind 资讯

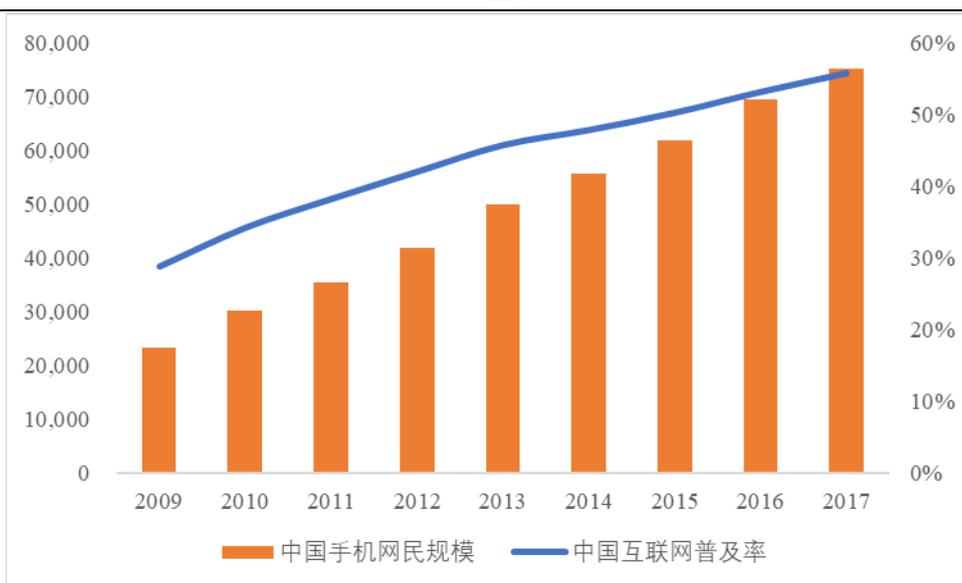
④品牌、产地等将成为消费者购买的关键考虑要素

出于追求更高生活品质的消费动机，国内消费者购买要素更多集中在产品的品质、口感和健康指标上，而这些恰恰也是进口食品的优势所在。目前市场上畅销的进口食品，如“西班牙橄榄油”、“德国啤酒”等都是特色口味、专业品质的代言词；同时，进口食品消费还呈现出产地产品消费意识逐渐兴起的态势，消费者对原产地出产的进口食品更加衷爱。

⑤互联网销售趋势化明显

随着互联网技术的不断深化和普及，国内居民消费方式发生了深刻变化。2017年，中国互联网普及率达55.80%，中国手机网民规模达75,265.00万人，分别较2009年增长93.08%和222.42%。互联网用户规模的快速增加促进了中国居民商品购买习惯的改变，极大推动了中国网络购物产业的发展。根据艾瑞咨询相关数据：2016年，中国电子商务总体市场规模达20.20万亿，较2015年同比增长23.17%。

2009-2017 年中国互联网发展状况



数据来源：Wind 资讯

在此背景下，网上销售平台将成为优质食品企业实现突破发展的重要渠道。

⑥渠道及营销网络建设将成为竞争的核心要素

未来，中国进口食品行业的竞争很大程度上取决于渠道及营销网络的建设，拥有丰富的营销网络以及高效、优质销售渠道的企业将在未来竞争中获得更多的发展机会。

（4）中国食品行业消费趋势

①乳制品

随着社会的发展和人民生活水平的提高，牛奶以其方便、营养、新鲜等诸多优点被广大消费者认可，这使得全国牛奶销售额逐年增长，市场前景较为可观。根据国家食物与营养咨询委员会的消费阶段性目标，到 2020 年，人均奶类消费量将达到 28.00 千克，到 2030 年将达到 41.00 千克。根据欧睿咨询预测，中国牛奶销售额将从 2018 年的 1,194.96 亿元增加至 2022 年的 1,282.08 亿元，年均复合增长率为 1.77%，中国牛奶市场规模将实现稳步增长。

2018-2022 年我国牛奶产品销售额变化趋势预测图

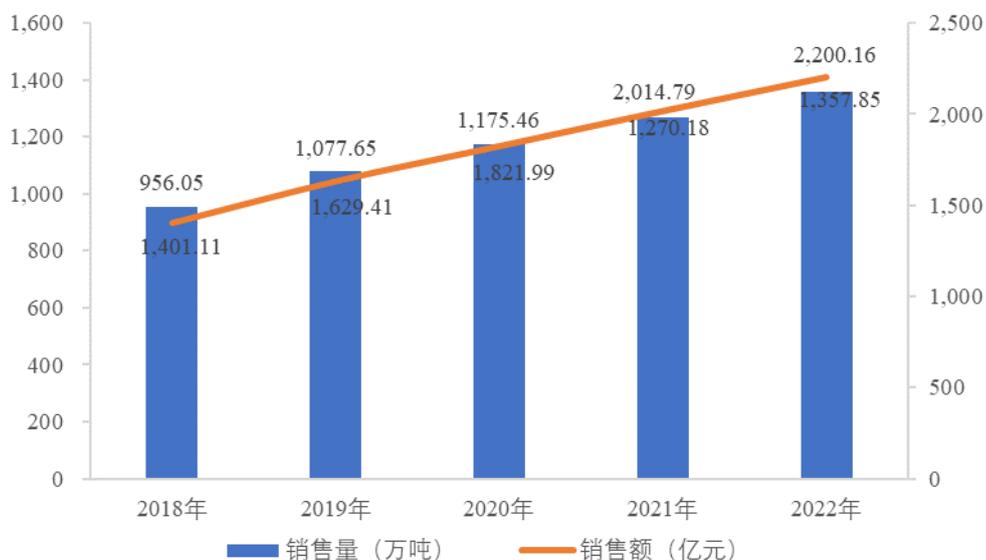


数据来源：欧睿咨询

②酸奶

城市居民生活饮食习惯缺乏规律,又由于工作等原因存在较大的精神压力,多数人存在经常性的肠胃不适问题。根据《2015 年中国 12 城市肠胃年龄洞察报告》: 57.00%的 33-55 岁的中国城市居民有肠胃超龄的问题。酸奶由纯牛奶发酵而成,在发酵过程中生成了全新的质地(粘稠度和口感)、独特的风味,能够帮助人们促进肠胃的消化,这使得酸奶逐渐受到消费者的喜好和推崇。根据欧睿咨询预测,中国酸奶产品销售量将从 2018 年的 956.05 万吨增长至 2022 年的 1,357.85 万吨,年均复合增长率达 9.17%;酸奶产品销售额将从 2018 年的 1,401.11 亿元增长至 2022 年的 2,200.16 亿元,年复合增长率 11.94%,中国酸奶产品市场规模将逐步扩大。

2018-2022 年我国酸奶产品销售额变化趋势预测图



数据来源：欧睿咨询

③啤酒

随着中国经济的持续稳定增长，国内啤酒行业的消费升级带动产品结构优化和价格提升，啤酒市场消费由增量向增质转变，差异化、高品质啤酒将成为啤酒消费的主流选择。根据欧睿咨询预测，中国啤酒的销售额将从 2018 年的 5,624.56 亿元增加至 2022 年的 7,274.67 亿元，年均复合增长率为 6.64%，中国啤酒的市场规模将稳步增长。

2018-2022 年我国啤酒销售额变化趋势预测图

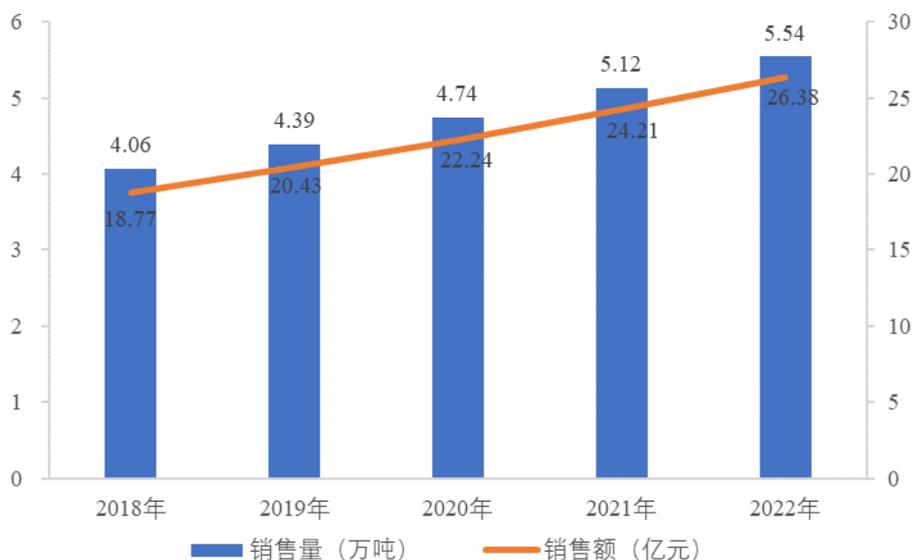


数据来源：欧睿咨询

④燕麦

随着居民收入稳步增长，人们的健康意识也在不断增强，对早餐的注重程度逐渐提升，尤其是早餐的营养搭配以及便利性，将推动我国麦片市场消费持续增长。根据欧睿咨询预测，中国即食燕麦的销售量将从 2018 年的 4.06 万吨增长至 2022 年的 5.54 万吨，年均复合增长率为 8.08%；销售额将从 2018 年的 18.77 亿元增长至 2022 年的 26.38 亿元，年均复合增长率为 8.88%，中国燕麦消费市场规模将逐步扩大。

2018-2022 年我国即食燕麦销售量及销售额变化趋势预测图



数据来源：欧睿咨询

⑤休闲食品

根据中国食品工业协会预测，2015 年-2019 年，全国休闲食品行业将继续保持较高速度的增长，增长率维持在 17.00% 左右。预计全国休闲食品行业产值 2019 年达到 19,925.28 亿元。

从消费群体来看，休闲食品的主要消费群体为年轻人，随着人口结构的改变，“新世代”将于 2021 年达到人口比例 46.00% 以上，成为真正的消费主力。

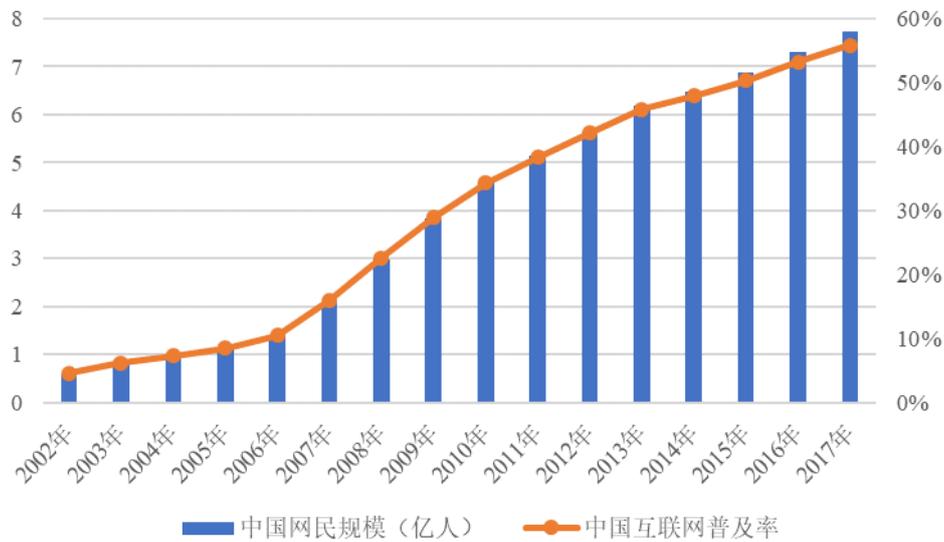
“新世代”人群具有超强消费意识并易于接受新事物，消费能力远超上一代。另一方面，新世代有个性、偏好网购和爱健康的特点将促进休闲食品行业持续的发展，使得休闲食品向着品牌化、电商化和健康化迈进。

2、中国网络购物市场概况

（1）中国网民规模及互联网普及率不断提升

随着国内经济的不断发展，中国网民规模及互联网普及率不断提升。根据 Wind 资讯：2002 年，中国网民规模为 0.59 亿人，互联网普及率仅为 4.60%。截至 2017 年末，中国网民规模达 7.72 亿人，互联网普及率达到 55.80%，网民规模较 2002 年提升 7.13 亿人，增幅 1,206.23%，年复合增长率约为 18.69%。

2002 年-2017 年中国网民规模及互联网普及率



数据来源：Wind 资讯

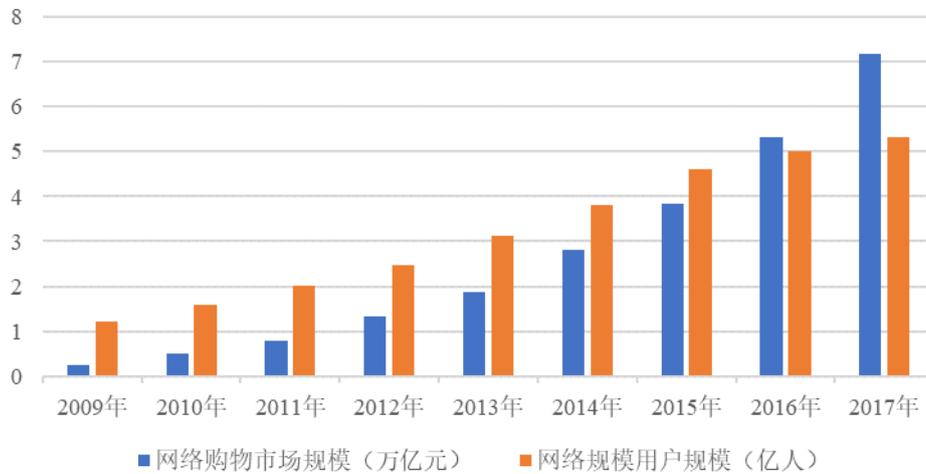
（2）网络购物发展趋势明显

随着国家不断推出电子商务扶持政策以及物流和相关产业配套的不断成熟，国内电子商务行业发展趋势良好，网络购物市场规模不断扩大，这将有利于食品行业拓宽销售渠道，保持营收规模稳定增长。

截至 2017 年底，中国网络购物用户规模约为 5.33 亿人，实现交易量 7.18 万亿元，较 2009 年分别增长 4.12 亿人和 6.92 万亿元，年复合增长率分别达到 51.41% 和 20.36%。

此外，电商企业渠道下沉和海外扩张带动了农村电商和跨境电商的快速发展，使农村网购消费潜力和网民对全球优质商品的消费需求得到释放，这将进一步推动消费升级。

2009年-2017年中国网络购物市场规模及用户规模

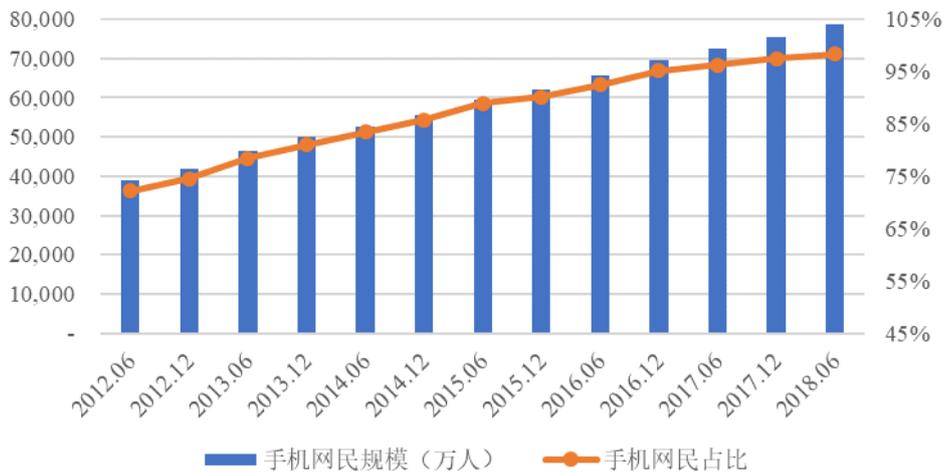


数据来源：Wind 资讯

（3）移动端互联网发展迅速

截至 2018 年 6 月，我国手机网民规模达 7.88 亿，较 2017 年底增加 3,509 万人。网民中使用手机上网的比例由 2017 年底的 97.50% 提升至 98.30%，手机上网比例持续提升。

2012年6月-2018年6月中国手机网民规模及网民占比



数据来源：Wind 资讯

（三）行业技术水平及特点

进口食品行业市场较为分散，行业内企业普遍规模不大。目前，多数中小企业营销手段单一，多数停留在专卖店销售、导购促销、特价推广等方面，对

于品牌形象打造、情景终端体验消费的能力较弱；同时，行业整体集中度较低，大中型企业较少，市场处于自然式增长的状态，属于高度分散的自由竞争市场。

规模化和部分实力较强的进口食品企业，在产品配方开发、生产工艺改进、渠道建设、品牌营销推广等方面具有丰富的经验和实力，其产品质量稳定，在市场中拥有较高的地位和影响力。

（四）行业竞争格局和市场化程度

1、竞争业态多元化

随着进口食品行业的不断发展，进口食品的销售渠道也变得更为多层次和多元化，从传统批发零售逐渐转变到批发零售、大型超市、便利店、网络商城、精品零食店等形式。

随着人民生活水平的不断提升，居民购物需求也将变得更为多元化和个性化。在此背景下，食品的品牌、品质将成为消费者购物特别关注的要素，进口食品具有优质、健康等特征，将会受到消费者的持续青睐。

2、自有品牌将成为核心竞争力

品牌是产品价值的核心要素，拥有较高品牌识别特征的产品在市场中往往占据领先地位。目前，进口食品品牌按照销售和品牌运营模式的不同可以分为以下模式。第一，渠道销售模式：该模式下，经销商或者代理商直接进口国外原品牌的产品并在中国销售。由于所需投入较低，该模式为国内进口食品主要销售渠道；第二，品牌建设模式：该模式下，品牌商自主运营培育自有品牌并凭借渠道、物流仓储等优势快速发展，作为中国企业自有品牌，品牌商能更好地了解中国消费者的需求、及时开发出更适合中国消费者消费口味和偏好的产品。目前，进口食品品牌自主运营模式较为新颖，行业内使用该模式的企业较少。

3、规模和品质依然为业绩的主要驱动力

随着居民对生活品质要求的提升，食品供应商也将更为关注食品的营养、健康、安全等指标，同时，在不断竞争激烈的行业背景下，拥有较强品牌运营

能力和渠道销售能力的企业将成为行业中主要的竞争者，市场占有率也将逐渐提升。

4、线下、线上渠道加速融合，全渠道开拓能力成为企业发展的着力点

近年来，随着互联网行业的不断发展，食品企业的销售模式也随之发生改变。单一的线上或者线下渠道已不能完全满足品牌扩张的需要。在线上 and 线下渠道不断融合的背景下，品牌商必须全渠道进行市场开拓才能获得更多增长。

（五）进入本行业的主要壁垒

1、品牌壁垒

品牌创造价值，是体现企业综合能力的重要因素之一。品牌的形成一般需要企业在品质控制、企业文化管理、营销网络建设、售后服务维护等方面坚持不懈的努力，是行业壁垒的集中体现。同时，品牌作为企业最为重要的无形资产之一，直接决定了消费者忠诚度、品牌认可度等特性。

随着居民收入水平的提高，消费者在选择食品时首要考虑因素是安全质量，其次才是价格。因而，消费者倾向于选择拥有一定知名度的食品品牌产品。随着消费者品牌认知度的提高，品牌在进口食品企业的产品销售中起到的作用越来越重要。具有一定知名度品牌的企业也更容易在行业内脱颖而出，攫取更高的市场份额和利润。

2、营销网络及管理壁垒

营销网络的完善程度直接决定了企业的销售水平和规模，企业营销网络建设始终是企业持续发展的重要基础。一般而言，企业营销渠道覆盖销售网络、宣传营销网络、服务网络等内容，建立符合企业自身特点的营销网络是企业提升产品形象、促进销售规模、提高市场份额的有效手段。

进口食品的消费群体是普通大众，因此，建立能够面向全国的多层次的销售网络是进口食品企业成功经营的关键。目前，进口食品的销售渠道主要包括大型商超、各区域经销商、线上电商平台以及终端便利店等多元化渠道，且线上渠道作为新兴的食品分销方式，其与传统的线下销售渠道有着较为明显的区

别：线上渠道通常直接面对潜在消费者而且在价格、购买服务体验方面具有显著的优势，是未来进口食品企业销售收入的重要来源；线下渠道主要面向国内大型商超以及部分中高端精品超市、百货商场等场所，保持一定比例的线下销售渠道一方面有利于保证企业稳定的收入规模，另一方面也有利于促进产品品牌形象的树立。

新进入企业要想进入本行业，不仅需要在销售渠道建设上投入大量资金，而且还需要较长的渠道和销售队伍建设周期。如果要想实现跨区域经营，建设全国性的营销网络，更需要对营销管理、价格与质量管控、物流配送、库存等各个环节进行科学的精细化管理，需要有一套科学的组织结构、标准化的业务管理流程、完善的人才引进及培育体系，这些都需要在经营时间中不断积累和总结。

3、供应链整合管理壁垒

供应链整合管理涉及实物流、信息流和资金流并分别由客户、供应商、制造商等要素组成。有效的供应链整合不仅可以降低企业成本，还可以为供应链上的合作伙伴创造价值，实现双赢或多赢的局面。进口食品属于快速消费品，往往对企业的营销网络渠道、物流体系建设、企业内部流程管理提出较高的要求，对于行业的新进入者而言，需要较长时间的摸索和积累才有可能形成高效的供应链管理能力和。

4、持续的新产品开发壁垒

进口食品属于大众消费品，消费者的消费喜好受到经济、文化、地理等因素的影响较大，食品偏好性变动较大。如果食品生产和零售企业无法在多元化消费场景内开发符合市场需求的食品，则很容易失去现有的消费者，从而导致收入波动较大。对于市场新进入者而言，持续的新产品开发需要一定时间的积累，故而本行业存在较高的新产品开发壁垒。

（六）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）居民购买力提升带来广阔的市场空间

城镇化进程的加快与人均可支配收入的提高将有效带动进口食品消费需求的不增长。根据国家统计局数据：2017年我国居民人均可支配收入为25,974元，较2013年的18,311元增长41.85%；同时，2017年我国居民人均消费支出为18,322元，较2013年的13,220元增长38.59%，全年消费支出对国内生产总值增长的贡献率为58.80%，稳居拉动经济增长的“三驾马车”之首。

（2）国家产业政策支持

近几年来，国家不断出台完善支持食品产业发展的政策和措施。

2016年，商务部发布《关于做好“十三五”时期消费促进工作的指导意见》，要求实现消费规模进一步扩大、消费结构进一步优化、消费环境进一步改善及消费拉动作用进一步增强的政策目标，不断增加品质商品供应，提升服务水平，倡导绿色消费等。

2017年，国家发展改革委和工业和信息化部联合推出《关于促进食品工业健康发展的指导意见》，要求加快食品行业发展，推动食品工业转型升级，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。

2018年政府工作报告中指出，政府将推动形成全面开放新格局，巩固外贸稳中向好势头，积极扩大进口，办好首届中国国际进口博览会，下调部分日用消费品等进口关税，同时扩大消费和促进有效投资，种种改革举措均对贸易企业释放出积极信号。

国家对本行业的政策支持详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“（一）行业主管部门、行业监管体制和主要法律法规及政策”。上述一系列政策的推出将有效带动国内食品产业的发展，实现行业的可持续性发展。

（3）现代物流体系日益完善

物流业水平的发达程度直接影响到国家现代化程度和综合实力，高效的物流体系可以有效促进生产，拉动消费。近年来，国家重点鼓励培育发展现代物流体系。2009年，国务院发布《物流业调整和振兴规划》（国发[2009]8号），

明确提出了“建立现代物流服务体系”的指导思想和规划目标。2014年，国务院常务委员会讨论并通过《物流业发展中长期规划》，根据该计划意见，到2020年基本建立现代物流服务体系，提升物流业标准化、信息化、智能化、集约化水平，提高经济整体运行效率和效益。随着中国经济进入新常态，我国物流体系建设工作已初见成效，物流基础设施包括高速铁路、高速公路及现代综合枢纽等综合交通网络的建设取得可喜成就，有效加快了国内货物运输效率并降低了运输成本，极大推动了国内各行业的发展。

（4）消费者品牌认知度的提升有利于行业产品质量提升

随着国内居民生活水平的提升，消费升级逐渐加强消费者对品牌的认知能力和忠诚度，由品牌意识带动的消费习惯改变将成为国内食品行业未来发展的重要方向之一。

品牌认知度的提升也会带动国内食品行业的整体市场份额向优质品牌靠拢，这将为行业内优秀食品企业提供进一步发展的契机，从而促使整体食品行业的健康良性发展。

（5）互联网技术和普及度提升带来行业发展新机遇

随着互联网技术的不断深化和普及，中国居民消费方式受到了深刻的影响和改变。2017年，中国互联网普及率达55.80%，中国手机网民规模达75,265万人，分别较2009年增长93.08%和222.42%。互联网用户规模的快速增加促进了我国居民商品购买习惯的改变，极大推动了中国网络购物产业的发展。根据国家统计局相关数据：2017年，我国电子商务总体市场规模达29.16万亿，较2015年增长59.34%。

在此背景下，网上销售平台将成为优质食品企业实现突破发展的重要渠道。

2、不利因素

（1）行业进入门槛较低、产品同质化现象较为严重

目前，国内进口食品行业整体处于完全竞争状态，市场上进口食品品牌繁多，同质化现象较为严重。整体而言，我国进口食品行业门槛相对较低，进口

食品企业众多，且大多数为规模较小、产品种类较杂、营销能力和产品开发能力有限的中小型进口食品代理公司。

同时，随着国外食品企业纷纷进入国内市场，国内食品行业竞争格局将变得更为激烈。虽然国外食品企业进入国内市场受到诸如市场、文化及营销网络等因素制约，但凭借其资金、技术及品牌等优势，将对国内进口食品企业形成有力冲击。

（2）食品安全问题影响消费者信心

近年来，我国食品安全问题日渐突出，国家相继推出相关法律及法规用以规范国内食品行业安全及质量标准。同时，各级政府及监管部门也进一步加大对食品安全和食品质量的监管力度。但是由于食品质量直接影响到消费者的生命安全，个别生产企业由于质量控制体系的薄弱，造成食品质量问题，直接致使消费者产生严重的信任危机，影响企业的品牌推广和市场销售，对行业发展造成不利影响。

（3）进口食品企业的整体研发能力欠缺

长期以来，国内进口食品企业的产品开发能力未得到足够重视，加上技术储备较为单薄、创新意识缺乏，与国外企业相比仍存在一定的差距。具体而言，国内进口食品产企业在新产品创新、口味创新、生产工艺创新等方面仍存在不足，同时，在食品外包装、产品规格等方面存在同质化现象，行业整体创新能力有待进一步提升。

（七）行业经营模式

目前，我国进口食品零售业主要经营模式分为：个体零售经营、超市卖场零售、连锁零售模式和电子商务模式。

1、个体零售经营

个体零售经营模式下，从事该行业企业主要以个体门店销售为主，销售品类较多且大多数食品无法保障食品安全。随着国内消费结构和需求的改变，该模式市场份额逐渐减小。

2、超市卖场零售

超市卖场零售模式是进口食品行业主要的销售模式。一般而言，大型商超凭借其较高的品牌知名度和完善的营销网络优势，可以实现对进口食品的快速分销。此外，大型商超对进口食品的品质和品牌均有一定的要求，可以保障消费者购买的食品品质 and 安全性。

3、连锁零售模式

连锁零售模式下，进口食品零售企业主要以开设连锁专卖店形式对旗下产品进行专业化的销售。该模式一般具有统一的管理制度，统一采购、统一管理、统一形象，在品牌突出、质量保障及价格管理方面具有较大的优势。同时，连锁专卖店直接面对终端消费者，在消费者需求变化方面具有极快的反应速度，使得零售商可以快速掌握终端市场的消费变化，及时推出符合消费者口味的新产品。但是，该模式要求企业较大的资金投入，运营成本较高，给企业资金周转带来一定影响。

4、电子商务模式

电子商务模式是近几年随着国内互联网技术发展而迅速发展的新型零售模式。该模式不受地域、气候等因素的影响，在购物方式和购物成本等方面具有极高优势。该种模式下，买卖双方在互联网上实现商务活动、交易活动和金融活动，具有简单、快捷、高效等特点。在信息技术不断发展的背景下，电子商务模式预计将会进一步改变国内零售格局，促进进口食品行业的进一步发展。

（八）行业利润水平的变动趋势和变动原因

进口食品行业属于快速消费品行业，该行业市场竞争较为激烈，整体利润水平较为稳定。具体而言，进口食品行业利润水平主要取决于两大因素：

1、食品企业的销售模式一般分为直销模式、经销模式和代销模式。直销模式一般通过大型连锁超市和电子商务渠道实现，直接面对终端消费者，企业毛利率相对较高，但连锁超市渠道的销售收款时间相对较长，企业面临的现金流压力较大。经销模式和代销模式一般通过经销商渠道或是代销商渠道实现，需

给予经销商和代销商一定的让利，企业毛利率相对稍低，但销售回款情况相对较好，具有品牌优势的企业现金流状况普遍较好。

2、食品企业的渠道网络建设能力、物流仓储能力、内部管理能力等因素决定了最终的利润水平。拥有完整业务产业链，掌握各环节核心优势的企业净利润率相对较高。随着人力成本的上升、不断有新的竞争者进入市场导致竞争加剧、市场推广费用水涨船高，行业平均利润水平略微呈现下滑趋势。

（九）发行人所处行业与上、下游行业之间的关系、上下游行业发展状况对本行业的影响

1、发行人所处行业与上、下游行业之间的关系

（1）上游行业

公司产品的上游行业主要分为国外食品制造商和国外品牌供应商。其中，国外食品制造商主要涉及进口食品加工商和原料供应商等，公司主要产品如乳品、啤酒等的原材料均属于农产品，其价格受市场供需关系影响较大，国家宏观经济环境、天气等因素对该类产品产生直接影响；此外，公司上游行业中的品牌供应商主要为公司的合作代理客户，公司以采购价采购商品，上游品牌方对公司的销售进行授权并明确授权期限，因此获得长期稳定的品牌授权和最优的供货价格对企业经营起到重要影响。

（2）下游行业

公司主要产品下游行业为各类销售终端、经销商和个人客户。由于公司下游行业比较分散，且进口食品在消费模式和习惯的不断改变下逐渐成为生活必需品之一，加之进口食品需求随着国内居民生活水平提升、消费结构升级及购买渠道拓宽而呈现较好的增长趋势，这将进一步促进进口食品行业的发展。

2、上下游行业发展状况对本行业的影响

上游行业中的乳制品生产、加工行业，其近年来的发展趋势主要是成本降低和安全生产，这将有利于本行业的持续发展。下游行业主要是食品流通领域，近年来，国内居民消费水平的不断提升及居民消费结构的升级，将加快国内进

口食品的流通发展，流通领域的快速发展也将带动本行业的进一步快速发展。

（十）行业的季节性、区域性和周期性特征

1、季节性

受产品属性、消费需求基数、品牌渗透率以及运营模式影响，行业存在一定的季节性特征。

首先，牛奶、酸奶、谷物类等消费品为日常消耗品，一般不存在特别明显的季节性影响。

其次，啤酒类产品由于产品特性原因，一般在夏季炎热期间及全球体育赛事特别是世界杯举办期间消耗量较大。具体而言，啤酒类产品销售旺季一般集中在每年的5月至9月。

最后，橄榄油等礼盒性质产品的季节性销售波动主要来自于节假日的影响。国内传统节日期间如中秋、国庆、春节等，该类型产品销量往往出现一定程度的上升。

近年来，随着电商产业的发展，电商节日如“双十一”、“双十二”等因其较大的促销力度，也对销量产生较大的拉动作用。总体而言，进口食品行业的销售具有一定的季节性，往往第四季度和来年第一季度为销售旺季。

2、区域性

进口食品一直深受广大消费者喜爱，其市场区域分布较为广泛。但由于国内经济发展呈现不均衡发展态势，一、二线城市居民收入水平较高，消费需求更倾向于高端化、时尚化和健康化产品；同时，由于食品行业渠道建设涉及到仓储、物流配套设施等因素的影响需要大量资金成本投入，从而导致进口食品企业主要布局于东部、中部消费能力较高的一、二线城市。但随着我国居民可支配收入的提高、物流基础设施的完善及网络购物普及度的不断提升，三四线城市居民也将逐渐摆脱区域性因素的限制，消费习惯和消费观念转变将极大带动进口食品的购买需求，从而使得进口食品消费的区域性特征逐渐得到淡化。

3、周期性

进口食品属于快速消费品，本行业发展与国民经济发展水平相关性较高。随着我国居民生活水平提升，消费结构改变及消费观念转变，加之移动互联网经济不断深入发展，进口食品销售和购买渠道都将趋于多元化。随着进口食品购买需求的不断增长，本行业发展的周期性与经济发展周期相关性也将逐渐降低。

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）公司的行业地位

报告期内，公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务。经过多年发展，公司已成功开发和推广“德亚”、“瓦伦丁”、“亨利”、“雅娜”等自有品牌及“品利”等合作品牌，公司已成为国内知名的进口食品品牌运营商。

凭借优质的产品和服务，公司相继获得“北京奥运会奥运餐饮供应企业”、“中国橄榄油国家标准参与起草单位”、“体育●训练局赞助商”、“上海市进口食品企业协会理事单位”、“进口商专业委员会副会长单位”、“北京出入境检验检疫协会常务理事单位”、“沃尔玛（中国）年度最佳供应商”、“京东10周年华东优秀合作伙伴”、“顺丰优选战略核心伙伴奖”、“多特蒙德中国官方啤酒合作伙伴”和“西班牙足球甲级联赛中国区域官方合作伙伴”等荣誉或资质。

公司产品获得的主要荣誉如下：

项目	荣誉（证书）名称	授予时间	发证单位
德亚	2014 网购首选金品	2015 年	上海市商业联合会、上海连锁经营协会、上海市商标协会、上海市饮品行业协会、上海市电子商务行业协会、上海市东方世纪快消品发展促进中心
	2015 网购金品	2016 年	上海市商业联合会、上海连锁经营协会、上海市商标协会、上海饮品行业协会、上海市电子商务行业协会、上海市东方世纪快消品发展促进中心
	2016 畅销金品	2017 年	上海市商业联合会、上海连锁经营协会、上海市商标协会、上海市饮品行业协会、上海市电

项目	荣誉（证书）名称	授予时间	发证单位
			子商务行业协会、上海市东方世纪快消品发展促进中心
	2016年度“畅销金品”（乳品）	2017年	上海市商业联合会、上海市食品协会、上海市商情信息中心
	2017（秋）畅销金品	2017年	上海市商业联合会、上海连锁经营协会、上海市商标协会、上海市饮品行业协会、上海市电子商务行业协会、上海市东方世纪快消品发展促进中心
	2017年度“畅销金品”（进口乳制品）	2018年	上海市商业联合会、上海市食品协会、上海商情信息中心
	2017畅销金品	2018年	上海市商业联合会、上海连锁经营协会、上海市商标协会、上海市饮品行业协会、上海市电子商务行业协会、上海市东方世纪快消品发展促进中心、长三角快消品经销商联盟
	京东百亿俱乐部优秀品牌奖	2018年	京东
	天猫超市消费者运营创新奖	2018年	天猫超市
瓦伦丁	DLG金奖（黑啤、小麦、拉格）	2016年	德国农业协会
	2015年度中国市场德国啤酒进口量领先品牌	2016年	中国酒类流通协会
	2016年精品饮品	2016年	中国（上海）饮品冷饮嘉年华组委会、上海市饮品行业协会、上海市东方世纪消费品发展促进中心
	2016年度“畅销金品”（啤酒）	2017年	上海市商业联合会、上海市酒类流通行业协会、上海市餐饮烹饪行业协会、上海商情信息中心
	DLG金奖（烈性）	2017年	德国农业协会
	京东酒业2016年度合作品牌奖	2017年	京东
	2017年度“畅销金品”	2017年	上海市商业联合会、上海市酒业流通行业协会、上海市餐饮烹饪行业协会、上海商情信息中心
	DLG金奖（小麦、拉格）	2018年	德国农业协会
	京东超市用户挚爱品牌奖	2018年	京东
	天猫酒水2017年度最受消费者欢迎店铺	2018年	天猫超市
品利	体育·训练局国家队运动员备战保障产品	2016年	中国国家体育总局训练局
	2016年度“畅销金品”（粮油）	2017年	上海市商业联合会、上海粮油协会、上海商标协会、上海饮品行业协会、上海市电子商务行业协会、上海市东方世纪快消品发展促进中心
	2017年度“畅销金品”（橄榄油）	2017年	上海市商业联合会、上海粮油协会、上海商标协会、上海饮品行业协会、上海市电子商务行业协会、上海市东方世纪快消品发展促进中心
亨利	2017SAIL创新大赛入选产品	2017年	SAIL中食展

项目	荣誉（证书）名称	授予时间	发证单位
	2017 年度“畅销金品”（进口麦片）	2018 年	上海市商业联合会、上海粮油行业协会、上海市食品协会、上海商情信息中心
雅娜	2017（秋）节庆金品	2017 年	上海市商业联合会、上海连锁经营协会、上海市商标协会、上海市饮品行业协会、上海市电子商务行业协会、上海市东方世纪快消品发展促进中心
	2017 年度“畅销金品”（进口蝴蝶酥）	2018 年	上海市商业联合会、上海市食品协会、上海购物中心协会、上海商情信息中心

公司及其子公司获得的主要荣誉如下：

荣誉（证书）名称	授予时间	发证单位
2017 年度纳税标兵奖	2018 年	上海市松江区佘山镇人民政府
2016 战略核心伙伴奖	2017 年	顺丰优选
进口商专业委员会副会长单位	2017 年	上海糖烟酒茶商业行业协会
2016 年度纳税标兵奖	2017 年	上海市松江区佘山镇人民政府
2015 年度优秀企业奖	2016 年	上海市松江区佘山镇人民政府
诚信创建企业（三颗星）	2016 年	上海市企业诚信创建活动组委会、上海市进口食品企业协会
京东 10 周年华东优秀合作伙伴	2016 年	京东
体育●训练局赞助商	2016 年	中国国家体育总局训练局
2014 年度纳税大户	2015 年	上海市松江区佘山镇人民政府
企业信用管理全面，无任何失信记录	2013 年	上海东方企业信用征信有限公司
上海市进口食品企业协会“理事单位”	2012 年	上海市进口食品企业协会
2010 年度最佳供应商	2010 年	沃尔玛中国
北京出入境检验检疫协会常务理事单位	2010 年	北京出入境检验检疫协会
中国橄榄油国家标准参与起草单位	2009 年	中国国家质量监督检验检疫总局/中国国家标准化管理委员会
北京 2008 年奥运会奥运餐饮供应企业	2008 年	第 29 届奥林匹克运动会组织委员会

（二）公司主要产品市场地位未来可预见的变化趋势

公司将坚持以自有品牌开发为导向，结合自身在产品和品牌推广、营销渠道建设等方面的经验积累，并依托国外优质食品制造资源，加强国内市场开发，与国外食品制造商继续保持良好的合作关系。公司将继续巩固现有自有品牌的市场地位，加强品类及品牌的开发和推广，进一步提高公司的市场知名度和核心竞争力。在可预见未来，公司主要产品将继续在国内进口食品领域保持一定

的知名度。

（三）公司的主要竞争对手

目前，国内 A 股上市公司中暂无与公司业务模式、零售商品种类完全相同的可比上市公司。中国进口食品行业整体处于成长阶段，市场主体较为分散，各主体所用的运营模式、提供的商品与服务也不尽相同。就公司产品大类而言，公司主要产品面临的竞争对手可以分为国内经营相关产品的企业以及国外食品企业在国内的分支机构或代理商，具体情况如下表所示：

产品	主要竞争对手
乳品	中国蒙牛乳业有限公司
	内蒙古伊利实业集团股份有限公司
	光明乳业股份有限公司
	北京三元食品股份有限公司
	恒天然商贸（上海）有限公司
	诺德乳业（Nordmilch）
啤酒	北京燕京啤酒股份有限公司
	青岛啤酒股份有限公司
	奥丁格·布鲁威酿酒有限公司（Oettinger）
	德国凯撒啤酒酿造有限公司（Kaiserwin）
粮油	青岛金欧利营销有限公司
	益海嘉里食品营销有限公司
	北京中企华业食品有限公司
饼干及点心	尤益嘉（上海）食品商贸有限公司
	沈阳桃李面包股份有限公司
谷物	桂林西麦食品股份有限公司
	桂格燕麦公司
	雀巢食品公司

1、乳品系列

（1）中国蒙牛乳业有限公司

中国蒙牛乳业有限公司（以下简称“蒙牛乳业”）成立于 2004 年 2 月，证券代码为 02319.HK。蒙牛乳业是中国领先的乳制品生产商之一，主要产品包括液体奶（如 UHT 奶、乳饮料及酸奶）、冰淇淋及其他乳制品（如奶粉）等。2017 年度，蒙牛乳业的营业收入为 603.01 亿元。

（2）内蒙古伊利实业集团股份有限公司

内蒙古伊利实业集团股份有限公司（以下简称“伊利股份”）成立于 1993 年 6 月，证券代码为 600887.SH。伊利股份是中国领先的乳制品生产商之一，主要产品包括液体乳、冷饮、奶粉及奶制品等。2017 年度，伊利股份的营业收入为 675.47 亿元。

（3）光明乳业股份有限公司

光明乳业股份有限公司（以下简称“光明乳业”）成立于 1996 年 10 月，证券代码为 600597.SH。光明乳业是中国领先的高端乳品引领者，主要产品包括液态奶、其他乳制品以及牧业产品等。2017 年度，光明乳业的营业收入为 216.70 亿元。

（4）北京三元食品股份有限公司

北京三元食品股份有限公司（以下简称“三元股份”）成立于 1997 年 3 月，证券代码为 600429.SH。三元股份主要从事乳品以及冷饮冷食的加工与销售业务，主要产品包括液态奶、奶粉及奶制品以及冰激凌等。2017 年度，三元股份的营业收入为 61.21 亿元。

（5）恒天然（上海）商贸有限公司

恒天然商贸（上海）有限公司为新西兰恒天然集团于 2005 年 12 月在中国设立的分公司，主要负责恒天然集团中国区的商业贸易业务。恒天然集团是全球知名的乳制品出口企业和牛奶加工企业。目前，恒天然集团旗下“安佳”（Anchor）品牌乳品是国内主要的进口乳制品品牌。

（6）诺德乳业（Nordmilch）

诺德乳业（Nordmilch）隶属于德国 DMK 集团，是德国产量及销售量第一的乳品生产商，旗下“欧德宝”（Oldenburger）品牌乳品是国内主要的进口乳制品品牌。

2、啤酒系列

（1）北京燕京啤酒股份有限公司

北京燕京啤酒股份有限公司（以下简称“燕京啤酒”）成立于 1997 年 7 月，证券代码为 000729.SZ。燕京啤酒是中国最大啤酒企业集团之一。2017 年度，燕京啤酒的营业收入为 111.96 亿元。

（2）青岛啤酒股份有限公司

青岛啤酒股份有限公司（以下简称“青岛啤酒”）成立于 1995 年 12 月，证券代码为 600600.SH。青岛啤酒是中国啤酒行业领军之一。2017 年度，青岛啤酒的营业收入为 261.80 亿元。

（3）奥丁格.布鲁威酿酒有限公司

奥丁格.布鲁威酿酒有限公司始建于 1731 年，在德国拥有多家酿造厂，并拥有覆盖全德国的销售网络，是德国重要的啤酒品牌之一。目前，该公司旗下品牌“奥丁格”（Oettinger）啤酒为国内主要进口啤酒品牌。

（4）德国凯撒啤酒酿造有限公司

德国凯撒啤酒酿造有限公司始建于 1929 年，是德国著名的啤酒制造商，素享盛誉，产品以品质精良，口感醇正而名誉欧洲。目前，该集团旗下品牌“凯撒”（Kaiserwin）啤酒为国内主要进口啤酒品牌。

3、粮油

（1）青岛金欧利营销有限公司

青岛金欧利营销有限公司（以下简称“金欧利”）成立于 2008 年 6 月，金欧利代理销售西班牙橄榄油品牌“贝蒂斯”。

（2）益海嘉里食品营销有限公司

益海嘉里食品营销有限公司（以下简称“益海嘉里”）成立于 2009 年 3 月，隶属于益海嘉里集团，益海嘉里的橄榄油品牌是“欧丽薇兰”。

（3）北京中企华业食品有限公司

北京中企华业食品有限公司（简称“中企华业”）成立于 2001 年 9 月，中企华业代理销售西班牙著名橄榄油品牌“伯爵”。

4、饼干及点心

（1）尤益嘉（上海）食品商贸有限公司

尤益嘉（上海）食品商贸有限公司（以下简称“尤益嘉”）成立于 2007 年，一直致力于为中国消费者提供优质、美味的高档进口食品。尤益嘉是印度尼西亚 Dansia 皇冠曲奇饼的中国分公司，负责该品牌产品在国内的运营和销售。

（2）沈阳桃李面包股份有限公司

沈阳桃李面包股份有限公司（以下简称“桃李面包”），成立于 1997 年 1 月，证券代码为 603866.SH。桃李面包主要从事以面包为核心的优质烘焙类产品的生产与销售业务。2017 年度，桃李面包的营业收入为 40.80 亿元。

5、谷物

（1）桂林西麦食品股份有限公司

桂林西麦食品股份有限公司（以下简称“西麦食品”）成立于 2001 年 8 月，西麦食品主要从事燕麦产品的研发、生产和销售，主要产品为纯燕系列燕麦片及复合系列燕麦片。2017 年度，西麦食品的营业收入为 7.20 亿元。

（2）桂格燕麦公司

桂格燕麦公司（以下简称“桂格燕麦”）成立于 1901 年，总部位于美国，桂格燕麦前身是由数间美国燕麦碾磨及生产企业共同创办。2001 年，百事公司（股票代码 NYSE:PEP）收购了桂格燕麦。桂格燕麦主要产品为燕麦食品，包括即食燕麦片、三合一燕麦片、燕麦方脆及其他燕麦产品等，是国际知名的燕麦食品企业。

（3）雀巢食品公司

雀巢食品公司成立于 1866 年，业务覆盖多种类的食品和饮料。雀巢食品公司的燕麦食品主要包括雀巢燕麦基本系列、牛奶燕麦片系列、风味燕麦粥系列及营养谷物早餐系列等。

（四）公司的竞争优势

1、品牌运营和新产品持续开发优势

（1）自有品牌的有效开发和推广

公司高度重视并始终坚持品牌建设和管理工作。经过多年实践和经验积累，公司已建立具有自身特色的品牌运营管理体系。在品牌战略实施过程中，公司始终围绕和专注于改善产品的用户体验。此外，公司在渠道管理、促销管理、用户管理、产品价格管理等方面均建立了系统的资源分配考核方式，确保公司品牌战略规划和新品上市计划得以准确部署与有效执行。

经过多年发展，公司已成功开发和推广“德亚”、“瓦伦丁”、“亨利”、“雅娜”等自有品牌及“品利”等合作品牌，上述自有品牌品牌影响力逐年提升，在消费者中拥有较高的声誉和品牌辨识度。

未来，根据经营战略规划以及市场需求变化，公司将不断开发并推出更多自有品牌产品，拓宽产品范围、优化产品结构，推动公司持续稳定健康发展。

（2）新产品的持续开发能力

公司坚持以消费者需求为导向的产品开发政策，根据市场需求和消费者口味偏好制定产品开发计划，进而确定产品品类开发的方向，保持产品在市场上的持续竞争优势。通过持续开发新产品，满足了不断变化的市场需求，形成公司的核心竞争优势，对实现公司整体经营战略起到了关键作用。

近年来，公司推出的新产品系列主要有：

时间	德亚	瓦伦丁	品利
2013-2015年	酸奶	黑啤系列、烈性系列、拉格系列、小麦系列、330ml 玻璃瓶系列	-
2016-2017年	草莓、黄桃、蓝莓等口味酸奶； 澳大利亚奶源地纯奶	500ml 电商足球系列	中级初榨橄榄油系列 2L；男爵系列、 品利橄榄罐头系列
2018年	儿童酸奶	荷拉斯系列、 硬骨头精酿系列	-

2、全渠道融合优势

公司实施“紧跟新零售变化，布局全渠道”的渠道渗透策略。目前，公司已构建了高效的营销团队，形成了以线上电商平台、线下大型商超以及线下经销商等相结合的立体式营销渠道，基本实现了对各市场的全面覆盖，提高了产品销售的渗透力。其中，直销渠道主要包括全国 NKA、区域 LKA、高端百货、精品超市、便利店等；分销渠道主要通过经销商渗透的区域性商超、传统零售网点和特殊渠道；电商渠道主要包括品渥优商城、天猫、京东、苏宁易购、顺丰优选、1 号店及各品牌网上自营旗舰店等在内的主流电商销售平台；新零售渠道主要包括盒马鲜生、7FRESH 等新零售渠道。

通过布局全渠道销售网络，公司为消费者提供了多元化的消费体验，基本实现了线上和线下业务的均衡发展。报告期内，在主营业务收入稳定发展的同时，公司线上和线下的收入结构也逐渐得到优化。

3、供应链整合管理优势

公司将供应商管理、产品质量控制及 IT 信息技术配套等纳入自身供应链管理体系，实现对采购、仓储、物流、交付的全流程控制和管理，有效提升了公司整体运营效率和市场竞争力。

具体而言，一方面公司不断加强与海外供应商的合作，与其形成长期稳定的合作伙伴关系，在保障产品质量的同时不断优化采购成本；另一方面，基于多年的线上和线下销售经验，公司可以将销售需求与供应商供货能力进行有效匹配，合理规划供应商供货进度，在保证产品质量的前提下，有效提升供应商供货能力及效率；同时，公司建立了完善的产品品质控制体系，形成从国外供应商自检、出口国海关检测、中国海关检验检疫部门检测、公司质量部及仓储部共同自检的品质管理链。此外，公司高度重视使用信息化手段提升供应链管理效率，基于自身业务特点，公司构建了一整套相对完善的 IT 业务支持系统，主要包括 OMS 订单管理系统、官方商城系统(MALL)系统、电子数据交换(EDI)系统和 WMS 仓储管理系统等，有效加强了公司的仓储物流效率、保障了公司业务流程的高效性及内部管理流程的便利性。

4、优质供应商优势

公司一直秉承“健康、尊重、坦诚、创新”的价值观，优选进口食品的供应商，从源头上保证食品的质量和食品安全。目前，公司主要产品的海外供应商均拥有多年的生产经验和完整的业务资质和质量控制体系，出厂产品均符合所在国相关质量标准，其生产和出口的产品品质具备一定的质量优势。同时，公司主要供应商在业内均拥有较高的产销规模和品牌知名度，产品质量在国际或者出口国具备较高的稳定性和美誉度。

截止本招股说明书签署日，公司主要自有品牌产品及合作品牌产品供应商经营资质如下表所示：

供应商名称	品牌名称	成立年份	获取资质	颁发机构	有效期
Hochwald Foods GmbH	德亚乳品	1932年	IFS	ARS PROBATA GmbH	2018.10.15-2019.10.16
			ISO 50001:2011	DEKRA Certification GmbH	2017.4.7-2019.5.16
Arla Foods amba	德亚乳品	1881年	IFS	Intertek Certification GmbH	2018.6.15-2019.8.1
			BRC	Intertek Certification. Ltd.	2018.8.8-2019.7.21
Immergut GmbH & Co. KG	德亚乳品	2005年	IFS	TÜV SÜD Management Service GmbH	2018.6.12-2019.7.30
			ISO 50001:2011	DEKRA Certification GmbH	2016.12.23-2019.12.22
			BRC	TÜV SÜD Management Service GmbH	2018.5.30-2019.6.13
Pactum Dairy Group Pty Ltd.	德亚乳品	2012年	HACCP	BSI Group ANZ Pty. Ltd.	2016.11.8-2019.10.31
			SQF Code Edition 7.2	BSI Group ANZ Pty. Ltd.	2018.1.18-2019.3.27
Karlsberg Brauerei GmbH	瓦伦丁啤酒	1878年	HACCP	TÜV Rheinland Cert GmbH	2017.10.11-2020.9.25
			IFS	TÜV Rheinland Cert GmbH	2018.10.18-2019.10.25
MUELA OLIVES, S.L.	品利橄榄油	1942年	IFS	SGS—International Certification Services GmbH	2018.1.12-2019.2.14
			BRC	SGS United Kingdom Ltd.	2018.1.12-2019.2.1

（五）公司的竞争劣势

1、融资渠道单一，资金实力需提升

公司一直深耕于进口食品行业，由于业务模式的特殊性，公司增长主要依靠于自我积累，融资渠道较为单一。鉴于公司未来进一步完善营销网络、加强信息化建设的需要，资金需求也将上升，因此公司需要积极开拓多种融资渠道，才能够满足公司业务发展的资金需求。

2、营销渠道有待进一步深化

目前，公司已基本构建了大型超市、卖场和电商在内的多渠道销售网络。虽然近年来公司电商渠道销售额逐年增长，但为了更好适应互联网技术深入发展的趋势，公司仍需在该渠道持续增加投入；公司线下经销商渠道网络建设较为薄弱，线下经销收入占比相对较低，如未来需要进一步提高公司产品市场占有率，线下渠道的完善补充将是公司重要的任务之一。

此外，从进口食品行业的发展规律来看，为保持消费者对品牌及产品的新鲜度和忠诚度，需要进口食品企业定期对自身品牌及终端零售形象进行更新升级，因此就要求公司不断对现有渠道终端的持续投入，以提升公司品牌形象。

3、产品设计、品牌创意等方面投入有待加强

自设立以来，公司高度重视产品开发投入工作。受限于融资渠道单一，公司在产品整体设计和消费者的体验互动等方面的投入与国内外优质食品企业相比仍存在差距。为满足公司业务发展的需要，缩小与国内外知名食品品牌的差距，公司必须在品牌创意、产品设计和配方研发等多方面持续投入更多的人力、物力。

四、发行人销售情况和主要客户

（一）销售情况

1、主营业务收入构成品牌划分

报告期内，公司主营业务收入构成按品牌分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	金额	金额	比例
自有品牌	44,928.68	73.39%	79,998.51	65.89%	60,982.86	55.51%	41,159.93	41.38%
合作品牌	14,451.14	23.60%	35,172.88	28.97%	41,079.91	37.39%	48,685.86	48.95%
代理品牌	1,842.68	3.01%	6,233.53	5.13%	7,803.19	7.10%	9,614.15	9.67%
合计	61,222.50	100.00%	121,404.92	100.00%	109,865.97	100.00%	99,459.94	100.00%

2、主营业务收入构成按销售模式划分

报告期内，公司主营业务收入构成按销售模式分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度		
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例	
线上	统一入仓	23,146.94	37.81%	42,435.37	34.95%	33,226.30	30.24%	19,702.40	19.81%
	线上自营	3,653.00	5.97%	8,282.15	6.82%	6,229.96	5.67%	7,462.69	7.50%
	线上分销	672.75	1.10%	1,365.50	1.12%	1,441.49	1.31%	2,550.26	2.56%
	小计	27,472.68	44.87%	52,083.02	42.90%	40,897.75	37.23%	29,715.35	29.88%
线下	线下直销	22,161.38	36.20%	42,421.69	34.94%	45,712.81	41.61%	43,382.78	43.62%
	线下经销	11,294.57	18.45%	24,763.34	20.40%	19,418.62	17.67%	21,755.97	21.87%
	线下其他	293.87	0.48%	2,136.87	1.76%	3,836.79	3.49%	4,605.84	4.63%
	小计	33,749.82	55.13%	69,321.90	57.10%	68,968.22	62.77%	69,744.59	70.12%
合计	61,222.50	100.00%	121,404.92	100.00%	109,865.97	100.00%	99,459.94	100.00%	

3、主营业务收入构成按产品划分

报告期内，公司主营业务收入按产品分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
乳品	37,074.92	60.56%	62,805.68	51.73%	49,801.78	45.33%	32,114.48	32.29%
啤酒	8,518.33	13.91%	20,304.87	16.72%	19,644.41	17.88%	21,927.42	22.05%
粮油	6,016.74	9.83%	12,084.39	9.95%	13,233.12	12.04%	13,247.03	13.32%
饼干及点心	4,476.56	7.31%	12,171.17	10.03%	13,244.56	12.06%	16,851.86	16.94%
谷物	3,498.62	5.71%	8,627.69	7.11%	8,678.00	7.90%	8,781.00	8.83%
其他食品	1,629.00	2.66%	5,374.59	4.43%	5,005.63	4.56%	6,104.89	6.14%
调味品	8.34	0.01%	36.54	0.03%	258.47	0.24%	433.25	0.44%
合计	61,222.50	100.00%	121,404.92	100.00%	109,865.97	100.00%	99,459.94	100.00%

（二）主要客户

1、线下直销模式

报告期内，线下直销模式下公司向前五名客户销售情况如下表所示：

单位：万元

期间	序号	客户名称	金额	占线下直销模式下营业收入比例	占主营业务收入比例	是否新增
2018年1-6月	1	麦德龙商超系统	5,888.60	26.57%	9.62%	否
	2	沃尔玛商超系统	2,690.13	12.14%	4.39%	否

	3	华润万家商超系统	2,667.10	12.03%	4.36%	否
	4	大润发商超系统	2,207.76	9.96%	3.61%	否
	5	家乐福商超系统	1,974.32	8.91%	3.22%	否
	合计		15,427.91	69.62%	25.20%	-
2017 年度	1	麦德龙商超系统	11,375.43	26.82%	9.37%	否
	2	华润万家商超系统	7,141.59	16.83%	5.88%	否
	3	家乐福商超系统	4,492.09	10.59%	3.70%	否
	4	大润发商超系统	4,180.15	9.85%	3.44%	否
	5	沃尔玛商超系统	2,674.49	6.30%	2.20%	否
	合计		29,863.75	70.39%	24.59%	-
2016 年度	1	麦德龙商超系统	10,836.99	23.71%	9.86%	否
	2	华润万家商超系统	5,944.89	13.00%	5.41%	否
	3	家乐福商超系统	5,347.83	11.70%	4.87%	否
	4	大润发商超系统	4,877.21	10.67%	4.44%	否
	5	沃尔玛商超系统	4,662.72	10.20%	4.24%	否
	合计		31,669.64	69.28%	28.82%	-
2015 年度	1	麦德龙商超系统	7,971.58	18.37%	8.01%	否
	2	沃尔玛商超系统	6,111.87	14.09%	6.15%	否
	3	家乐福商超系统	5,468.57	12.61%	5.50%	否
	4	华润万家商超系统	4,802.31	11.07%	4.83%	否
	5	大润发商超系统	3,960.60	9.13%	3.98%	否
	合计		28,314.93	65.27%	28.47%	-

注：麦德龙商超系统包括麦德龙超市及其门店；华润万家商超系统包括华润万家超市及其门店、华润 OLE 门店、苏果超市等；家乐福商超系统包括各地区家乐福超市及其门店、上海联家超市及其门店、悦家超市及其门店、广州家广超市及其门店、乐荣超市及其门店、乐田超市及其门店等；沃尔玛商超系统包括沃尔玛超市及其门店、山姆大叔会员店等；大润发商超系统包括大润发超市及其门店、昆山润华超市及其门店等。

2、线下经销模式

报告期内，线下经销模式下公司向前五名客户销售情况如下表所示：

单位：万元

期间	序号	客户名称	金额	占线下经销模式下营业收入比例	占主营业务收入比例	是否新增
2018 年 1-6 月	1	常州常永中旺农产品销售有限公司	549.54	4.87%	0.90%	否
	2	大昌三昶（上海）商贸有限公司	369.64	3.27%	0.60%	是
	3	长春市穗港食品有限公司	368.78	3.27%	0.60%	否
	4	长沙爱泉食品贸易有限公司	276.75	2.45%	0.45%	否
	5	黑龙江省瑞丰航经贸有限公司	274.28	2.43%	0.45%	否
	合计		1,838.99	16.28%	3.01%	-
2017 年度	1	黑龙江省瑞丰航经贸有限公司	735.48	2.97%	0.61%	否

	2	大连志隆贸易有限公司	726.84	2.94%	0.60%	否
	3	长春市穗港食品有限公司	661.69	2.67%	0.55%	否
	4	武汉金瑞琪贸易有限公司	580.75	2.35%	0.48%	否
	5	长沙爱泉食品贸易有限公司	494.52	2.00%	0.41%	否
	合计		3,199.28	12.92%	2.64%	-
2016年度	1	沈阳品利贸易有限公司	1,136.34	5.85%	1.03%	否
	2	长春市穗港食品有限公司	727.24	3.75%	0.66%	否
	3	上海岳立食品有限公司	555.01	2.86%	0.51%	否
	4	武汉金瑞琪贸易有限公司	553.63	2.85%	0.50%	否
	5	大连志隆贸易有限公司	494.38	2.55%	0.45%	否
合计		3,466.60	17.85%	3.16%	-	
2015年度	1	成都品利实业有限公司	883.80	4.06%	0.89%	否
	2	温州市奇盟贸易有限公司	818.74	3.76%	0.82%	否
	3	沈阳品利贸易有限公司	808.80	3.72%	0.81%	否
	4	山东美爵盛典贸易有限公司	715.89	3.29%	0.72%	否
	5	武汉金瑞琪贸易有限公司	693.86	3.19%	0.70%	否
合计		3,921.09	18.02%	3.94%	-	

3、统一入仓模式

报告期内，统一入仓模式下公司向前五名客户销售情况如下表所示：

单位：万元

期间	序号	客户名称	金额	占统一入仓模式下营业收入比例	占主营业务收入比例	是否新增
2018年1-6月	1	京东系统	11,572.57	50.00%	18.90%	否
	2	天猫超市系统	7,759.96	33.52%	12.68%	否
	3	苏宁电商	1,087.14	4.70%	1.78%	否
	4	盒马系统	842.44	3.64%	1.38%	否
	5	顺丰优选	818.20	3.53%	1.34%	否
	合计		22,080.31	95.39%	36.07%	-
2017年度	1	京东系统	24,216.37	57.07%	19.95%	否
	2	天猫超市系统	10,595.00	24.97%	8.73%	否
	3	苏宁电商	3,080.54	7.26%	2.54%	否
	4	顺丰优选	2,102.94	4.96%	1.73%	否
	5	中粮系统	1,585.36	3.74%	1.31%	否
合计		41,580.21	98.00%	34.25%	-	
2016年度	1	京东系统	19,736.57	59.40%	17.96%	否
	2	天猫超市系统	6,223.16	18.73%	5.66%	否
	3	顺丰优选	3,199.91	9.63%	2.91%	否
	4	苏宁电商	1,667.82	5.02%	1.52%	否
	5	中粮系统	1,254.35	3.78%	1.14%	否

期间	序号	客户名称	金额	占统一入仓模式下营业收入比例	占主营业务收入比例	是否新增
	合计		32,081.81	96.56%	29.20%	-
2015 年度	1	京东系统	7,129.60	36.19%	7.17%	否
	2	1 号店	6,133.24	31.13%	6.17%	否
	3	天猫超市系统	2,609.67	13.25%	2.62%	否
	4	中粮系统	1,174.10	5.96%	1.18%	否
	5	唯品会	1,150.27	5.84%	1.16%	否
		合计		18,196.88	92.37%	18.30%

注 1：京东系统包括北京京东世纪信息技术有限公司、纽海信息技术（上海）有限公司等；中粮系统包括中粮海优（北京）有限公司、中粮我买网等；天猫超市系统包括浙江天猫供应链管理有限公司、上海天翌电子商务有限公司（天猫超市华东站）、天津猫超电子商务有限公司（天猫超市华北站）及广州心雅信息科技有限公司（天猫超市华南站）等；

注 2：2016 年，京东收购纽海信息技术（上海）有限公司。

4、线上自营模式

报告期内，线上自营模式下公司向前五名客户销售情况如下表所示：

单位：万元

期间	序号	客户名称	金额	占线上自营模式下营业收入比例	占主营业务收入比例	是否新增
2018 年 1-6 月	1	德亚旗舰店	2,415.12	66.11%	3.95%	否
	2	瓦伦丁酒类旗舰店	493.08	13.50%	0.81%	否
	3	品利食品旗舰店	402.95	11.03%	0.66%	否
	4	谷优旗舰店	251.28	6.88%	0.41%	否
	5	亨利旗舰店	69.78	1.91%	0.11%	否
		合计		3,632.21	99.43%	5.94%
2017 年度	1	德亚旗舰店	5,546.50	66.97%	4.57%	否
	2	品利食品旗舰店	1,210.80	14.62%	1.00%	否
	3	瓦伦丁酒类旗舰店	1,016.94	12.28%	0.84%	否
	4	谷优旗舰店	459.99	5.55%	0.38%	否
	5	亨利旗舰店	31.18	0.38%	0.03%	否
		合计		8,265.41	99.80%	6.81%
2016 年度	1	品利官方旗舰店	3,381.29	54.27%	3.08%	否
	2	瓦伦丁酒类旗舰店	1,379.18	22.14%	1.26%	否
	3	品利食品旗舰店	1,120.79	17.99%	1.02%	否
	4	谷优旗舰店	348.06	5.59%	0.32%	否
	5	京东 pop 店（瓦伦丁官方旗舰店）	0.64	0.01%	0.01%	否
		合计		6,229.96	100.00%	5.67%
2015 年度	1	品利官方旗舰店	4,985.40	66.80%	5.01%	否
	2	瓦伦丁酒类旗舰店	1,539.08	20.62%	1.55%	否

期间	序号	客户名称	金额	占线上自营模式下营业收入比例	占主营业务收入比例	是否新增
	3	品利食品旗舰店	911.31	12.21%	0.92%	否
	4	谷优旗舰店	25.4	0.34%	0.03%	否
	5	京东 pop 店（瓦伦丁官方旗舰店）	1.25	0.02%	0.01%	是
		合计	7,462.44	100.00%	7.50%	-

5、线上分销模式

报告期内，线上分销模式下公司向前五名客户销售情况如下表所示：

单位：万元

期间	序号	客户名称	金额	占线上分销模式下营业收入比例	占主营业务收入比例	是否新增
2018年 1-6月	1	上海巧厨商贸有限公司	98.55	14.65%	0.16%	否
	2	上海祁信贸易有限公司	91.07	13.54%	0.15%	否
	3	上海珂芮电子商务有限公司	87.98	13.08%	0.14%	否
	4	宁波思易商贸有限公司	67.44	10.02%	0.11%	否
	5	上海联拓食品有限公司	60.58	9.00%	0.10%	否
			合计	405.62	60.29%	0.66%
2017年 度	1	上海祁信贸易有限公司	240.99	17.65%	0.20%	否
	2	宁波思易商贸有限公司	195.29	14.30%	0.16%	否
	3	上海珂芮电子商务有限公司	188.80	13.83%	0.16%	否
	4	上海巧厨商贸有限公司	185.20	13.56%	0.15%	否
	5	上海钰熙好耘贸易有限公司	110.47	8.09%	0.09%	是
			合计	920.74	67.43%	0.76%
2016年 度	1	上海巧厨商贸有限公司	316.37	21.95%	0.29%	否
	2	上海祁信贸易有限公司	242.72	16.84%	0.22%	否
	3	上海珂芮电子商务有限公司	123.33	8.56%	0.11%	是
	4	宁波思易商贸有限公司	115.60	8.02%	0.11%	否
	5	广西桂林朗邦商贸有限公司	109.51	7.60%	0.10%	否
			合计	907.53	62.96%	0.83%
2015年 度	1	上海美释商贸有限公司	499.23	19.58%	0.50%	否
	2	上海祁信贸易有限公司	405.61	15.90%	0.41%	否
	3	广西桂林朗邦商贸有限公司	397.97	15.61%	0.40%	否
	4	上海巧厨商贸有限公司	237.18	9.30%	0.24%	否
	5	上海三食商贸有限公司	98.04	3.84%	0.10%	是
			合计	1,638.04	64.23%	1.65%

公司不存在向单个客户的销售比例超过总额的 50.00%或严重依赖于少数

客户的情况。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员以及主要关联方或持有公司 5.00% 以上股份的股东不存在在上述客户中占有权益的情形。

五、发行人采购情况和主要供应商

（一）采购情况

1、产品采购情况

公司业务模式较为新颖，不同于传统生产企业的原材料和能源采购。报告期内，公司采购的主要内容为进口食品和包装材料，采购金额如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
自有品牌	19,117.14	71.17%	47,923.19	64.15%	29,812.63	51.80%	18,204.08	41.36%
合作品牌	4,219.46	15.71%	18,344.44	24.55%	18,516.50	32.17%	19,219.57	43.66%
代理品牌	529.57	1.97%	3,331.40	4.46%	4,098.46	7.12%	3,724.47	8.46%
包装材料及其他	2,996.31	11.15%	5,109.30	6.84%	5,124.30	8.90%	2,870.75	6.52%
合计	26,862.48	100.00%	74,708.33	100.00%	57,551.89	100.00%	44,018.87	100.00%

报告期内，公司主要产品品类的采购情况如下表列示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
乳品	15,462.44	64.79%	40,506.36	58.20%	25,037.09	47.76%	14,790.97	35.95%
啤酒	4,189.50	17.55%	10,676.86	15.34%	9,858.56	18.80%	7,654.82	18.60%
粮油	1,072.55	4.49%	7,586.07	10.90%	5,214.90	9.95%	6,308.04	15.33%
饼干及点心	1,273.42	5.34%	4,741.80	6.81%	5,361.58	10.23%	6,693.84	16.27%
谷物	1,227.51	5.14%	3,984.25	5.72%	4,109.44	7.84%	3,247.25	7.89%
其他食品	640.75	2.68%	2,081.16	2.99%	2,826.75	5.39%	2,443.21	5.94%
调味品	-	-	22.54	0.03%	19.27	0.04%	10.00	0.02%
合计	23,866.17	100.00%	69,599.03	100.00%	52,427.59	100.00%	41,148.12	100.00%

报告期内，公司采购的产品种类相对较多，且产品包装规格较为复杂，产

品度量单位包括克、瓶、个、盒、毫升等，不同品类、规格的产品采购单价存在一定差异。

2015-2017 年度、2018 年 1-6 月，公司经营规模稳步提升，采购金额分别为 44,018.87 万元、57,551.89 万元、74,708.33 万元、26,862.48 万元。公司主要采购品种分别为乳制品、啤酒、粮油、饼干及点心和谷物等，上述品种的年度收入占比相对稳定，各年合计占比均在 90% 以上。

2、产品采购区域

公司旗下品牌产品全部为国外采购，包材、促销材料等物料为国内采购。报告期内，公司采购的主要区域情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
国内采购	2,996.31	11.15%	5,109.30	6.84%	5,124.30	8.90%	2,870.75	6.52%
国外采购	23,866.17	88.85%	69,599.03	93.16%	52,427.59	91.10%	41,148.12	93.48%
合计	26,862.48	100.00%	74,708.33	100.00%	57,551.89	100.00%	44,018.87	100.00%

3、能源供应情况

公司的主要能源需求为销售及办公用电、价格相对稳定，消耗量较小。

（二）主要供应商

报告期内，公司向前五大供应商采购情况如下表所示：

单位：万元

期间	序号	客户名称	采购内容	金额	占采购金额比例	是否新增
2018 年 1-6 月	1	上海市纺织原料有限公司 ¹	-	7,745.40	28.83%	否
		东方国际集团上海市对外贸易有限公司 ³	-	527.80	1.96%	否
		上海纺织对外经济技术合作有限公司 ²	-	1,207.46	4.49%	否
		小计		9,480.66	35.29%	-
	2	常州大华进出口（集团）有限公司	-	3,859.24	14.37%	否
	3	Immergut GmbH & Co. KG	乳品	2,780.69	10.35%	否
	4	Arla Foods amba	乳品	1,826.71	6.80%	否
	5	Karlsberg Brauerei GmbH	啤酒	1,594.49	5.94%	否
		合计		19,541.79	72.75%	-

2017 年度	1	上海市纺织原料有限公司 ^{注1}	-	21,749.75	29.11%	否
		上海纺织对外经济技术合作有限公司 ^{注2}	-	1,910.77	2.56%	否
		东方国际集团上海市对外贸易有限公司 ^{注3}	-	380.03	0.51%	是
		小计	-	24,040.56	32.18%	-
	2	常州大华进出口（集团）有限公司	-	17,058.65	22.83%	否
	3	Immergut GmbH & Co. KG	乳品	7,571.38	10.13%	否
	4	Arla Foods amba	乳品	4,884.92	6.54%	否
5	Privatbrauerei Eichbaum GmbH & Co.	啤酒	4,412.36	5.91%	否	
		合计		57,967.86	77.59%	-
2016 年度	1	上海纺织原料公司	-	18,437.15	32.04%	否
		上海纺织对外经济技术合作有限公司 ^{注2}	-	17.77	0.03%	是
		小计		18,454.92	32.07%	-
	2	常州大华进出口（集团）有限公司	-	13,828.78	24.03%	否
	3	Privatbrerei Eichbaum GmbH & Co.	啤酒	4,217.69	7.33%	否
	4	Karlsberg Brauerei GmbH	啤酒	4,026.71	7.00%	否
	5	Immergut GmbH & Co. KG	乳品	3,835.68	6.66%	否
		合计	-	44,363.78	77.08%	-
2015 年度	1	常州大华进出口（集团）有限公司	-	12,985.24	29.50%	否
	2	上海纺织原料公司	-	12,140.02	27.58%	否
	3	Karlsberg Brauerei GmbH	啤酒	4,415.43	10.03%	否
	4	Privatbrauerei Eichbaum GmbH & Co. KG	啤酒	3,239.39	7.36%	否
	5	Galletas Gullon S.A.	饼干	3,157.88	7.17%	否
			合计	-	35,937.96	81.64%

注 1：2017 年 12 月 13 日，上海市纺织原料公司变更名称为“上海市纺织原料有限公司”，该公司受东方国际（集团）有限公司实际控制；

注 2：上海纺织对外经济技术合作有限公司受东方国际（集团）有限公司实际控制；

注 3：东方国际集团上海市对外贸易有限公司受东方国际（集团）有限公司实际控制；

由于常州大华进出口（集团）有限公司、上海市纺织原料有限公司等均为公司的代理进口商，为更好分析报告期内公司与国外供应商的采购情况，将常州大华进出口（集团）有限公司、上海市纺织原料有限公司等的代理进口订单穿透至最终供应商，具体采购情况如下表所示：

单位：万元

期间	序号	客户名称	采购种类	金额	占采购金额比例	是否新增
2018 年 1-6 月	1	Hochwald Foods GmbH	乳品	6,102.34	22.72%	否
	2	Immergut GmbH & Co. KG	乳品	6,093.19	22.68%	否
	3	Karlsberg Brauerei GmbH	啤酒	2,822.44	10.51%	否
	4	Arla Foods amba	乳品	1,826.71	6.80%	否

	5	Pactum Dairy Group Pty Ltd.	乳品	1,036.57	3.86%	否
		Freedom Foods Group Limited	麦片	394.53	1.47%	否
		小计	-	1,431.10	5.33%	-
	合计	-	18,275.78	68.03%	-	
2017年 度	1	Immergut GmbH & Co. KG	乳品	15,964.04	21.37%	否
	2	Hochwald Foods GmbH	乳品	14,711.81	19.69%	否
	3	Muela-Olives, S.L.	橄榄油	7,469.57	10.00%	否
	4	Karlsberg Brauerei GmbH	啤酒	6,264.50	8.39%	否
	5	Arla Foods amba	乳品	4,884.92	6.54%	否
	合计	-	49,294.83	65.98%	-	
2016年 度	1	Hochwald Foods GmbH	乳品	12,499.40	21.72%	否
	2	Immergut GmbH & Co. KG	乳品	6,848.48	11.90%	否
	3	Karlsberg Brauerei GmbH	啤酒	5,640.88	9.80%	否
	4	Muela-Olives, S.L.	橄榄油	4,763.39	8.28%	否
	5	Privatbrauerei Eichbaum GmbH & Co. KG	啤酒	4,217.69	7.33%	否
	合计	-	33,969.84	59.02%	-	
2015年 度	1	Hochwald Foods GmbH	乳品	9,146.75	20.78%	否
	2	Muela-Olives, S.L.	橄榄油	5,875.73	13.35%	否
	3	Galletas Gullon S.A	饼干	4,518.55	10.27%	否
	4	Karlsberg Brauerei GmbH	啤酒	4,415.43	10.03%	否
	5	Privatbrauerei Eichbaum GmbH & Co. KG	啤酒	3,239.39	7.36%	否
	合计	-	27,195.85	61.78%	-	

公司不存在向单个供应商的采购比例超过总额的 50.00% 或严重依赖于少数供应商的情况。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员以及主要关联方或持有公司 5.00% 以上股份的股东不存在在上述供应商中占有权益的情形。

六、发行人主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产

公司拥有的固定资产主要包括机器设备、电子设备及运输设备，目前使用状况良好。截至 2018 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下表所示：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	净值	成新率
机器设备	607.79	452.78	155.01	25.50%

电子设备	238.95	178.69	60.26	25.22%
运输设备	330.71	298.66	32.05	9.69%
合计	1,177.45	930.14	247.32	21.00%

（二）主要设备

截至 2018 年 6 月 30 日，公司及其子公司拥有的资产原值在 10 万元以上的主要设备情况如下表所示：

单位：万元

序号	所有权人	设备名称	取得方式	数量	资产原值	资产净值	成新率
1	品利上海	网腾服务器	购买取得	1	90.77	33.28	36.67%
2	品利上海	货架	购买取得	1	83.87	18.80	22.42%
3	品利上海	叉车	购买取得	1	60.39	14.49	24.00%
4	北京品利	仓储货架	购买取得	1	58.50	8.48	14.50%
5	北京品利	库房货架	购买取得	1	47.39	2.37	5.00%
6	品利上海	电动搬运车	购买取得	2	37.97	17.53	46.17%
7	北京品利	重型货架	购买取得	1	20.74	1.04	5.00%
8	品利上海	货架	购买取得	1	20.51	1.68	8.17%
9	北京品利	货架	购买取得	1	18.74	14.29	76.25%
10	品利上海	电动搬运车	购买取得	1	18.59	11.82	63.58%
11	品利上海	起立叉车	购买取得	1	16.91	2.72	16.08%
12	品利上海	托盘车	购买取得	1	16.91	3.79	22.42%
13	北京品利	叉车	购买取得	1	16.24	0.81	5.00%
14	北京品利	叉车	购买取得	1	15.04	2.18	14.50%
15	品利上海	高位叉车	购买取得	1	15.04	0.75	5.00%
16	品利上海	货架	购买取得	1	14.91	2.40	16.08%
17	品利上海	网腾服务器	购买取得	1	10.09	4.23	41.94%

（三）主要生产经营场所

截止本招股说明书签署日，公司及子公司租赁的用于生产经营的房产共 34 处，其中主要的租赁物业情况如下：

序号	出租人	承租人	地址	面积（平方米）	用途	租赁期限	房产证号
1	上海辛垣实业有限公司	品渥食品	上海市普陀区长寿路 652 号 10 号楼 308、309 室及 12 号楼	1,054.66	办公	2018.6.1-2019.5.31	沪房地普字（2002）第 019959 号

序号	出租人	承租人	地址	面积(平方米)	用途	租赁期限	房产证号
2	上海市纺织原料有限公司	品渥食品	上海市普陀区长寿路652号10号楼203室	288.00	办公	2018.6.1-2019.5.31	沪房地普字(2002)第019959
3	上海佘山经济发展有限公司	品渥食品	上海市松江区余山镇外青松公路8920号	99.93	办公	2015.1.1-2019.12.31	-
4	上海嘉菁物联网技术有限公司	品渥物联网	上海市青浦区重固镇金星村	22,254.87	仓储	2018.2.1-2020.1.31	沪房地青字(2014)第002171号
5	广州东廷仓储有限公司	品渥食品	广东省广州市广州经济技术开发区永和经济区摇田河大街19号A4仓库(A4-1及A4-2)	11,122.00	仓储	2015.6.1-2019.5.31	粤(2016)广州市不动产权第06201860号
6	肖淑华	品渥食品	广州市越秀区天河路1号805号	77.49	办公	2018.9.1-2021.8.31	粤房地权证穗字第0120490764号
7	肖淑华	品渥食品	广州市越秀区天河路1号806号	72.93	办公	2018.9.1-2021.8.31	粤房地权证穗字第0120490765号
8	天津普亚仓储有限公司	品渥物联网	天津市武清区天津新技术产业园区武清开发区翠源道2号A2号库3号和4号单元	12,571.85	仓储	2018.8.1-2023.7.31	津(2017)武清区不动产权第1000811号
9	苏州鸿福祥物业管理有限公司	品渥食品	苏州市吴中区苏蠡路60号港龙蠡盛大厦509号	140.00	办公	2018.8.1-2020.7.31	苏房权证吴中字第00216002号
10	金仲良	品渥食品	无锡市崇安区广益镇黄泥头佳苑63#101	116.40	办公	2018.9.1-2019.8.31	锡房权证字第WX1000722647号
11	杨天德、徐瑗瑗	品渥食品	南京市秦淮区马道街99号02幢107室	98.64	办公	2018.4.8-2019.4.7	秦共字第31287号
12	韦政	品渥食品	东莞市南城區中信新天地6栋3单元120室	32.93	办公	2018.7.1-2019.6.30	粤房地证字第C6333037号
13	郭翔	品渥食品	深圳市福田区石厦北三街东南方国际广场B栋1312室	86.77	办公	2018.4.1-2019.3.31	粤(2017)深圳市不动产权第0104259号
14	陆祖怀	品渥食品	宁波市海曙区环城西路南段681号	56.56	办公	2018.3.11-2019.3.10	甬房权证海曙字第

序号	出租人	承租人	地址	面积(平方米)	用途	租赁期限	房产证号
			1501室				200506446号
15	倪伟民	品渥食品	杭州市拱墅区湖墅嘉园1号楼2单元1301室	99.52	办公	2018.1.1-2018.12.31	杭房权证拱移字第08563912号
16	武汉天馨物业发展有限公司	品渥食品	武汉市江汉路26号正信大厦603室	130.00	办公	2018.3.16-2020.3.15	武房权证市字第200505197号
17	罗玲矩	品渥食品	成都市武侯区人民南路四段1号1-1-2707号	187.61	办公	2017.2.1-2020.1.31	成房权证监证字第1388700号
18	孙广瑞	品渥食品	郑州市金水区沙口路6号8号楼1单元106	101.74 (复式结构)	办公	2018.9.1-2019.8.31	-
19	田一宏	品渥食品	石家庄市长安区胜利北街178号神州嘉园26-4-912	45.53	办公	2018.3.6-2019.3.5	冀(2016)石家庄市不动产权第0082102号
20	张可	品渥食品	济南市历下区和平路47号泉城新时代商业广场1号楼3-810	52.67	办公	2018.5.3-2019.5.2	济房权证历字第192946号
21	栾丽娜	品渥食品	青岛市市北区抚顺路33号5号楼2单元1002户	117.82	办公	2018.3.19-2020.3.18	鲁(2017)青岛市不动产权第0036278号
22	郭骏	品渥食品	合肥市包河区桐城南路188号桐城绿苑1栋1601	142.12	办公	2018.5.1-2019.4.30	房地权证合肥包字第150057778号
23	魏爱斌	品渥食品	沈阳市大东区滂江街62号(2-11-2)	147.69	办公	2018.7.1-2019.6.30	辽(2017)沈阳市不动产权第0129394号
24	孙辽春	品渥食品	哈尔滨市道外区中财雅典城3号楼2单元10层1号	108.77	办公	2018.6.1-2019.5.31	哈房权证外一字第1301021154-2号
25	孙静	品渥食品	大连市沙河口区兴工北三街2A号25层1号	52.23	办公	2018.5.1-2019.4.31	(沙私有)2013501620号
26	于军	品渥食品	长春市宽城区凯旋路万达华宅5栋2单元405室	93.78	办公	2018.4.6-2019.4.6	长房权证宽字第201501080599号

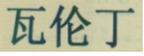
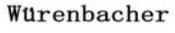
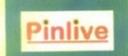
序号	出租人	承租人	地址	面积(平方米)	用途	租赁期限	房产证号
27	林良雄	品渥食品	福州市台江区交通支路上海新苑2号楼3908室	74.23	办公	2016.11.24-2018.11.23	闽(2017)福州市不动产权第0021479号
28	沈汉添	品渥食品	厦门市思明区盘龙路龙山安置房65号1201室	126.00	办公	2018.7.25-2021.7.24	-
29	刘晓爱	品渥食品	南昌市青云谱区井冈山大道666号蓝天郡3栋2单元602室	87.03	办公	2018.2.1-2019.1.31	洪房权证青云谱区字第1000537436号
30	吴霞	品渥食品	长沙市天心区芙蓉中路三段380号汇金国际1-2102	90.14	办公	2018.6.5-2019.6.4	长房权证天心字第713083915号
31	李承梅	品渥食品	重庆市渝中区美吉校街66号2单元20-8#	113.17	办公	2018.5.1-2019.4.30	101房地证2013字第04384号
32	杨丽萍	品渥食品	云南益龙万象6栋3004号	95.38	办公	2017.3.5-2020.3.4	昆房权证(昆明市)字第201313712号
33	白军学	品渥食品	西安市莲湖区大庆路庆祥雅居1单元16层1607室	106.28	办公	2018.4.15-2019.4.14	陕(2018)西安市不动产权第1417800号
34	徐松莉、王牧	北京品利	北京市朝阳区曙光西里甲6号时间国际1-1909、1908	210.53/126.96	办公	2018.1.1-2018.12.31	X京房权证朝私字第530593、530594号

公司租赁房屋主要用于办公及仓储。截止本招股说明书签署日，公司上述主要租赁场所中序号3、18、28三处租赁房屋存在出租方尚未取得房屋权属证明的情形；序号1、2两处租赁房屋土地为划拨用地，未取得土地管理部门和房产管理部门的批准文件。

（四）无形资产

1、境内商标

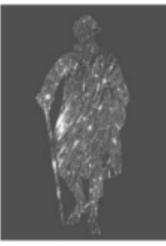
截止本招股说明书签署日，公司及子公司拥有的经国家工商行政管理总局商标局核准注册的商标123项，具体情况如下表所示：

序号	商标	商标注册人	注册号	有效期限	类别	取得方式
1		品渥食品	6118670	2009.8.28- 2019.8.27	29	继受取得
2		品渥食品	13077488	2015.1.7- 2025.1.6	29	继受取得
3		品渥食品	9217221	2012.3.21- 2022.3.20	32	继受取得
4		品渥食品	12034835	2014.6.28- 2024.6.27	32	继受取得
5		品渥食品	7715671	2011.1.21- 2021.1.20	29	继受取得
6		品渥食品	7731416	2010.12.7- 2020.12.6	30	继受取得
7		品渥食品	7715669	2010.11.28- 2020.11.27	32	继受取得
8		品渥食品	7718572	2010.11.28- 2020.11.27	33	继受取得
9		品渥食品	4597511	2017.12.7- 2027.12.6	29	继受取得
10		品渥食品	4597513	2018.5.14- 2028.5.13	30	继受取得
11		品渥食品	4597514	2017.12.7- 2027.12.6	30	继受取得
12		品渥食品	4597512	2018.10.21- 2028.10.20	35	继受取得
13		品渥食品	10319024	2013.2.21- 2023.2.20	31	继受取得
14		品渥食品	10318938	2013.2.21- 2023.2.20	5	继受取得
15		品渥食品	10318987	2013.2.21- 2023.2.20	29	继受取得
16		品渥食品	1643323	2011.9.28- 2021.9.27	32	继受取得
17		品渥食品	10319134	2013.2.21- 2023.2.20	40	继受取得

序号	商标	商标注册人	注册号	有效期限	类别	取得方式
18		品渥食品	7715670	2011.1.14- 2021.1.13	35	继受取得
19	PinLi	品渥食品	10319072	2013.2.21- 2023.2.20	33	继受取得
20	PinLi	品渥食品	10319057	2013.2.21- 2023.2.20	32	继受取得
21	PinLi	品渥食品	10318585	2013.2.21- 2023.2.20	43	继受取得
22	品利	品渥食品	11031570	2013.10.14- 2023.10.13	29	继受取得
23		品渥食品	1574876	2011.5.21- 2021.5.20	29	继受取得
24	PinLi	品渥食品	10319005	2013.2.21- 2023.2.20	30	继受取得
25	品利 Pinlive	品渥食品	10011565	2013.1.7- 2023.1.6	31	继受取得
26	品利 Pinlive	品渥食品	10011536	2013.1.7- 2023.1.6	5	继受取得
27	品利 Pinlive	品渥食品	10011287	2013.1.14- 2023.1.13	40	继受取得
28	品利 Pinlive	品渥食品	10011606	2013.1.7- 2023.1.6	43	继受取得
29	品利 Pinlive	品渥食品	10011321	2012.11.28- 2022.11.27	42	继受取得
30	品利 Pinlive	品渥食品	10011208	2012.11.28- 2022.11.27	25	继受取得
31	品利 Pinlive	品渥食品	10011172	2013.4.28- 2023.4.27	16	继受取得
32	谷优	品渥食品	7601429	2012.3.14- 2022.3.13	29	继受取得
33	谷优	品渥食品	5471528	2009.6.7- 2019.6.6	30	继受取得
34	必美	品渥食品	7630324	2010.11.14- 2020.11.13	30	继受取得
35	必美	品渥食品	7613062	2011.1.7- 2021.1.6	32	继受取得
36	嘉露	品渥食品	9217222	2012.5.7- 2022.5.6	30	继受取得

序号	商标	商标注册人	注册号	有效期限	类别	取得方式
37	贝多利	品渥食品	7094756	2010.7.7- 2020.7.6	30	继受取得
38	葵花牛	品渥食品	6155112	2009.9.7- 2019.9.6	29	继受取得
39	公鸡	品渥食品	6118671	2011.2.21- 2021.2.20	30	继受取得
40	公鸡	品渥食品	13388327	2015.1.21- 2025.1.20	30	继受取得
41	品利 <i>Picuda</i> 皮库多	品渥食品	11495219	2014.2.21- 2024.2.20	29	继受取得
42	爱士堡	品渥食品	11495078	2014.2.21- 2024.2.20	32	继受取得
43	嘉可	品渥食品	11031742	2013.10.14- 2023.10.13	30	继受取得
44	多恩	品渥食品	11031774	2013.10.14- 2023.10.13	30	继受取得
45	aromatic land	品渥食品	14091755	2015.4.14- 2025.4.13	30	继受取得
46		品渥食品	16504328	2016.4.28- 2026.4.27	32	继受取得
47		品渥食品	16504625	2016.4.28- 2026.4.27	32	继受取得
48		品渥食品	16504638	2016.4.28- 2026.4.27	32	继受取得
49	德亚	品渥食品	16775315	2016.6.14- 2026.6.13	30	继受取得
50	德亚	品渥食品	16775384	2016.6.14- 2026.6.13	32	继受取得
51	德亚	品渥食品	16775436	2016.6.14- 2026.6.13	31	继受取得

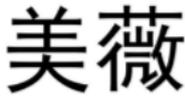
序号	商标	商标注册人	注册号	有效期限	类别	取得方式
52	德亚	品渥食品	16775492	2016.6.14- 2026.6.13	33	继受取得
53	德亚	品渥食品	16775572	2016.6.14- 2026.6.13	40	继受取得
54	瓦伦丁	品渥食品	16775602	2016.6.14- 2026.6.13	40	继受取得
55	雅娜	品渥食品	16797754	2016.6.14- 2026.6.13	30	继受取得
56	薇乐 AGlory	品渥食品	16797860	2016.6.14- 2026.6.13	30	继受取得
57	Pinsalud	品渥食品	16964399	2016.7.21- 2026.7.20	32	继受取得
58	Pinsalud	品渥食品	16964590	2016.7.21- 2026.7.20	29	继受取得
59	Pinsalud	品渥食品	16964618	2016.7.21- 2026.7.20	30	继受取得
60	Pinsulivae	品渥食品	16965785	2016.7.21- 2026.7.20	29	继受取得
61	Pinsulivae	品渥食品	16965946	2016.7.21- 2026.7.20	32	继受取得
62	Pinsulivae	品渥食品	16966049	2016.7.21- 2026.7.20	30	继受取得
63	品渥	品渥食品	17227619	2016.8.28- 2026.8.27	32	继受取得
64	品渥	品渥食品	17227854	2016.8.28- 2026.8.27	29	继受取得
65	品渥	品渥食品	17227917	2016.8.14- 2026.8.13	30	继受取得
66	AGLORY	品渥食品	18519219	2017.1.14- 2027.1.13	30	原始取得
67	碧滋浓	品渥食品	19313259	2017.4.21- 2027.4.20	29	原始取得
68	Blstolz	品渥食品	19514176	2017.5.14- 2027.5.13	29	原始取得
69	Blreich	品渥食品	19514211	2017.5.14- 2027.5.13	29	原始取得

序号	商标	商标注册人	注册号	有效期限	类别	取得方式
70	Blzahillos	品渥食品	19514247	2017.5.14- 2027.5.13	29	原始取得
71		品渥食品	20303455	2017.7.28- 2027.7.27	32	原始取得
72		品渥食品	20303467	2017.8.7- 2027.8.6	30	原始取得
73	丹娜小姐	品渥食品	20303503	2017.8.7- 2027.8.6	30	原始取得
74		品渥食品	12384033	2014.9.14- 2024.9.13	32	继受取得
75		品渥食品	12384016	2014.9.14- 2024.9.13	32	继受取得
76		品渥食品	12384000	2014.9.14- 2024.9.13	32	继受取得
77	夏蜜	品渥食品	12166965	2014.7.28- 2024.7.27	32	继受取得
78	夏蜜	品渥食品	12166955	2015.3.21- 2025.3.20	30	继受取得
79	夏蜜	品渥食品	12166944	2014.7.28- 2024.7.27	29	继受取得
80	亨理	品渥食品	10784688	2013.6.28- 2023.6.27	30	继受取得
81	Deyatür	品渥食品	10693180	2013.6.7- 2023.6.6	29	继受取得

序号	商标	商标注册人	注册号	有效期限	类别	取得方式
82		品渥食品	10693086	2015.3.28- 2025.3.27	30	继受取得
83	Valenbräu	品渥食品	10457454	2013.3.28- 2023.3.27	32	继受取得
84	Valenbrau	品渥食品	10434044	2013.3.21- 2023.3.20	32	继受取得
85	品利	品渥食品	10011657	2012.11.28- 2022.11.27	33	继受取得
86	考利巴赫	品渥食品	9692174	2012.8.21- 2022.8.20	32	继受取得
87	哥氏	品渥食品	9668641	2012.8.28- 2022.8.27	30	继受取得
88	诺薇	品渥食品	9668573	2012.8.28- 2022.8.27	30	继受取得
89	果爱	品渥食品	8461807	2011.10.7- 2021.10.6	32	继受取得
90	果爱	品渥食品	8461806	2011.10.7- 2021.10.6	30	继受取得
91	卡瑞	品渥食品	8031395	2011.2.14- 2021.2.13	32	继受取得
92	薇乐	品渥食品	7601427	2010.11.21- 2020.11.20	29	继受取得
93	薇乐	品渥食品	7601426	2010.11.7- 2020.11.6	32	继受取得
94	雅娜	品渥食品	7094755	2010.7.7- 2020.7.6	30	继受取得
95	好沃德	品渥食品	6990568	2011.1.14- 2021.1.13	29	继受取得

序号	商标	商标注册人	注册号	有效期限	类别	取得方式
96	亨利	品渥食品	6990567	2010.11.21- 2020.11.20	30	继受取得
97	约客	品渥食品	6155111	2010.2.21- 2020.2.20	30	继受取得
98		品渥食品	5965598	2009.12.7- 2019.12.6	32	继受取得
99		品渥食品	5965597	2009.12.7- 2019.12.6	30	继受取得
100	果爱	品渥食品	5471529	2009.5.14- 2029.5.13	29	继受取得
101	AMBRA	品渥食品	5128064	2008.12.7- 2018.12.6	30	继受取得
102	安贝拉	品渥食品	5128063	2008.12.7- 2018.12.6	30	继受取得
103	亿芭利 AGlory	品渥食品	3455887	2014.7.21- 2024.7.20	29	继受取得
104	薇乐 AGlory	品渥食品	3455886	2014.7.14- 2024.7.13	30	继受取得
105	品渥	品渥食品	20863548	2017.9.28- 2027.9.27	31	原始取得

序号	商标	商标注册人	注册号	有效期限	类别	取得方式
106	品渥	品渥食品	20863604	2017.9.28- 2027.9.27	35	原始取得
107	品渥	品渥食品	20863632	2017.9.28- 2027.9.27	40	原始取得
108	品渥	品渥食品	20863645	2017.9.28- 2027.9.27	33	原始取得
109	品渥	品渥食品	20863813	2017.9.28- 2027.9.27	43	原始取得
110	森安娜	品渥食品	21224405	2017.12.28- 2027.12.27	32	原始取得
111	悠慕滋	品渥食品	21735465	2017.12.14- 2027.12.13	29	原始取得
112	Yomoothy	品渥食品	21735533	2017.12.14- 2027.12.13	29	原始取得
113	YOMOOTHY	品渥食品	21735552	2017.12.14- 2027.12.13	29	原始取得
114	优谷脆	品渥食品	22172253	2018.3.7- 2028.3.6	30	原始取得
115	德亚	品渥食品	22172443	2018.1.21- 2028.1.20	30	原始取得
116	雅娜	品渥食品	22172511	2018.1.21- 2028.1.20	30	原始取得
117	雅娜	品渥食品	22172427	2018.1.21- 2028.1.20	29	原始取得
118	德亚	品渥食品	22172280	2018.1.21- 2028.1.20	29	原始取得
119	Bruncious	品渥食品	22310684	2018.1.28- 2028.1.27	30	原始取得
120	美薇	品渥食品	22310780	2018.1.28- 2028.1.27	33	原始取得

序号	商标	商标注册人	注册号	有效期限	类别	取得方式
121		品渥食品	22310650	2018.4.7- 2028.4.6	32	原始取得
122		品渥食品	12537950	2014.10.7- 2024.10.6	30	继受取得
123		品渥食品	12537949	2014.10.7- 2024.10.6	30	继受取得

2、境外商标

截止本招股说明书签署日，公司及子公司已获得 25 项国外注册商标，具体情况如下表所示：

序号	注册号	商标	持有人	有效期	类号	注册地	取得方式
1	302012003268		品利上海	2012.4.12- 2022.3.31	29	德国	原始取得
2	302012014857	Valenbräu	品渥食品	2012.6.25- 2022.2.28	32	德国	继受取得
3	302012019543		品渥食品	2012.8.30- 2022.3.31	32	德国	继受取得
4	302012022818		品渥食品	2012.5.11- 2022.3.31	29	德国	继受取得
5	302013011110	würenbacher	品渥食品	2013.2.22- 2023.1.31	32	德国	继受取得
6	302013046309	weidendorf	品渥食品	2013.9.26- 2023.8.31	29	德国	继受取得
7	010720175		品渥食品	2012.7.25- 2022.3.13	29,30,32	欧盟	继受取得
8	010720274	品利	品渥食品	2012.7.25- 2022.3.13	29,30,32	欧盟	继受取得
9	M3107328		品利上海	2014.5.12- 2024.5.12	30	西班牙	原始取得
10	1782942		品渥食品	2016.7.13- 2026.7.13	30,32	澳大利亚	原始取得
11	015660319		品渥食品	2016.10.31- 2026.7.13	30,32	欧盟	原始取得
12	014064257	Pinsalud	品渥食品	2015.9.11-	29,30,32	欧盟	继受取得

序号	注册号	商标	持有人	有效期	类号	注册地	取得方式
				2025.5.15			
13	014064315	Pinsulive	品渥食品	2015.9.17- 2025.5.15	29,30,32	欧盟	继受取得
14	014897516	雅娜	品渥食品	2016.3.28- 2025.12.11	29,30,32	欧盟	继受取得
15	40-0955570		品利上海	2013.2.27- 2023.2.27	29	韩国	原始取得
16	40-0955571		品利上海	2013.2.27- 2023.2.27	30	韩国	原始取得
17	2012051360		品渥食品	2013.3.29- 2022.3.7	29	马来西亚	继受取得
18	2012052059		品渥食品	2013.3.21- 2022.4.3	30	马来西亚	继受取得
19	2012052058		品渥食品	2013.3.21- 2022.4.3	29	马来西亚	继受取得
20	2012052056		品渥食品	2015.12.23- 2022.4.3	30	马来西亚	继受取得
21	014900971	AGLORY	品渥食品	2016.3.28- 2025.12.11	29,30,32	欧盟	继受取得
22	017677949		品渥食品	2018.5.7- 2028.1.12	30	欧盟	原始取得
23	017677981		品渥食品	2018.5.7- 2028.1.12	29	欧盟	原始取得
24	40-1391379		品渥食品	2018.8.28- 2028.8.28	30	韩国	原始取得
25	1900095		品渥食品	2018.1.12- 2028.1.12	29	澳大利亚	原始取得

3、专利

截止本招股说明书签署日，公司拥有的获国家知识产权局授权的专利 2 项，具体情况如下表所示：

名称	类型	专利权人	专利号	专利申请日	有效期限	取得方式
包装盒	外观设计	发行人	ZL201730331525.8	2017.7.25	10年	原始取得
包装盒	外观设计	发行人	ZL201730329949.0	2017.7.25	10年	原始取得

4、土地使用权

截止本招股说明书签署日，公司及子公司拥有 1 宗土地使用权，总面积 41,500 平方米，已取得《不动产权证》，具体情况如下表所示：

权利人	证书编号	类型	用途	面积 (m ²)	登记日	坐落位置	他项权利
品渥物 联网	沪（2017）松字不动产权 第 045171 号	出 让	工业 用地	41,500	2017.12.1	松江区佘山镇 35 街坊 34/6 丘	已抵押

注：2018 年 1 月，发行人与中国建设银行股份有限公司上海金山石化支行签署了《抵押合同》（合同编号：31069127018001），抵押物为证书编号“沪（2017）松字不动产权第 045171 号”的国有土地使用权。

（五）公司授权许可情况

1、许可他人使用商标情况

截止本招股说明书签署日，公司许可他人使用的商标 4 项，具体情况如下表所示：

序号	商标	商标注册人 /许可人	被许可人	商标注册号	许可地域	许可期限	许可 费用
1		品渥食品	上海墨利	11495219	中国	2017.7.25-2037.2.12	无偿
2		品渥食品	上海墨利	4597511	中国	2017.7.25-2037.2.12	无偿
3		品渥食品	上海墨利	11031570	中国	2017.7.25-2037.2.12	无偿
4		品渥食品	上海墨利	1574876	中国	2017.7.25-2037.2.12	无偿

2、被许可使用他人商标情况

截止本招股说明书签署日，品渥食品被许可使用的商标 5 项，具体情况如下：

序号	商标	商标注册人/许可人	被许可人	商标注册号	许可地域	许可期限	许可费用
1	BVB 09	多特蒙德	品渥食品	00797651	中国	2017.6.27-2019.6.30	60,000.00
2	BORUSSIA DORTMUND	多特蒙德	品渥食品	01277021	中国	2017.6.27-2019.6.30	欧元/年
3		上海墨利	品渥食品、北京品利	G524853	中国	与注册商标有效期相同	无偿
4		上海墨利	品渥食品、北京品利	G961127	中国	与注册商标有效期相同	无偿
5		斯平玛斯特有限公司/广州艺洲人品牌管理股份有限公司	品渥食品	22211698	中国	2018.1.1-2019.3.31	按营业额计算

（六）资质

截止本招股说明书签署日，公司拥有的资质证书如下表所示：

序号	单位名称	证书名称	许可范围/主要内容	证书编号	有效期	发证机关
1	品渥食品	食品经营许可证	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	JY13101170032579	2018.3.22-2023.3.21	上海市松江区市场监督管理局
2	品渥食品	酒类商品批发许可证	酒类商品	沪酒专字第 1906020101003559号	2017.11.16-2020.11.15	上海市酒类专卖管理局
3	品渥食品	海关报关单位注册登记证书	进出口货物收发货人	3118962322	长期	中华人民共和国松江海关
4	品渥食品	对外贸易经营者备案登记表	进出口企业代码：3100631825949	03277077	长期	-
5	品渥食品	出入境检验检疫报检企业备案表	自理企业	3100707757	长期	中华人民共和国上海出入境检验检疫局
6	品渥食品	中国商品条码系统成员证书	厂商识别代码：69492840	物编注字第 304614 号	2017.8.11-2019.8.11	中国物品编码中心
7	品渥食品	酒类商品零售许可证	酒类商品（不含散装酒）	沪松酒专字第 1906030119003740号	2018.1.2-2021.1.1	上海市松江区酒类专卖管理局
8	北京品利	食品经营许可证	预包装食品销售，不含冷藏冷冻食品； 特殊食品销售，限婴幼儿配方乳粉	JY11105051046921	2017.4.1-2022.3.31	北京市朝阳区食品药品监督管理局
9	北京品利	中国商品条码系统成员证书	厂商识别代码：69384988	物编注字第 195549 号	2017.7.12-2019.7.11	中国物品编码中心
10	北京品利	海关报关单位注册登记证书	进出口货物收发货人	1105960385	长期	中华人民共和国北京海关
11	北京品利	对外贸易经营者备案登记表	进出口企业代码：1100801718629	00451338	长期	-
12	北京品利	自理报检单位备案登记证明书	-	1100001986	长期	中华人民共和国北京出入境检验检疫局
13	品利上海	食品经营许可证	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	JY13101070008605	2018.2.12-2023.2.11	上海市普陀区市场监督管理局

序号	单位名称	证书名称	许可范围/主要内容	证书编号	有效期	发证机关
14	品利上海	酒类商品零售许可证	酒类商品（不含散装酒）	沪普酒专字第 0906030109003636 号	2017.11.23-2020.11.22	上海市普陀区酒类专卖 管理局
15	品利上海	酒类商品批发许可证	酒类商品	沪酒专字第 0906020101003998 号	2017.12.8-2020.12.7	上海市酒类专卖管理局
16	品利上海	海关进出口货物收发货人报 关注册登记证书	预包装食品批发（不含熟食卤味，冷冻 冷藏），工艺礼品包装材料，五金交电， 百货，针纺织品，文化办公用品，体育 用品的销售，从事货物和技术的进出口 业务，商务咨询市场营销策划，会务服 务，企业形象策划。（企业经营涉及行政 许可的，凭许可证件经营）详见营业执 照	3107966634	长期	中华人民共和国普陀区 站海关
17	品利上海	对外贸易经营者备案登记表	进出口企业代码：3100697234703	01308921	长期	-
18	品利上海	自理报检单位备案登记证明 书	-	3100633076	2013.12.4-2018.12.3	中华人民共和国上海出 入境检验检疫局
19	品渥物联网	食品经营许可证	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	JY13101170042450	2016.9.21-2021.9.20	上海市松江区市场监督 管理局
20	品渥物联网	对外贸易经营者备案登记表	进出口企业代码：3100703037387	03272781	长期	-
21	品渥食品广州 分公司	食品经营许可证	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	JY14401040050769	2018.2.5-2021.9.22	广州市越秀区食品药品 监督管理局
22	品渥食品	使用境外注册商品条码企业 备案通知书	准予登记备案	物编备案穗字第 B18001 号	B18001-1 至 2018.12.31； B18001-2 至 2020.1.11	中国物品编码中心广州 分中心

序号	单位名称	证书名称	许可范围/主要内容	证书编号	有效期	发证机关
23	品渥食品上海第一分公司	食品经营许可证	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	JY13101070016451	2017.11.14-2022.4.24	上海市普陀区市场监督管理局
24	品渥食品深圳分公司	食品经营许可证	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	JY14403040046679	2018.3.12-2021.8.23	深圳市食品药品监督管理局
25	品渥食品武汉分公司	食品经营许可证	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	JY14201260003131	2017.11.24-2022.6.19	武汉市江汉区行政审批局
26	品渥食品成都分公司	食品经营许可证	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	JY15101070069814	2018.2.2-2022.8.24	成都市武侯区行政审批局
27	品渥食品	质量管理体系认证	预包装食品销售（含粮油、调味品、罐头食品、谷物食品、乳品、休闲食品、糖果、酒水、饮料）（不含冷藏冷冻食品）的进口和销售服务；粮油、谷物食品、乳品、休闲食品、酒水的设计开发	CN18/20250.00	2018.3.5-2021.3.4	SGS United Kingdom Ltd.
28	品渥食品	质量管理体系认证	预包装食品销售（含粮油、调味品、罐头食品、谷物食品、乳品、休闲食品、糖果、酒水、饮料）（不含冷藏冷冻食品）的进口和销售服务；粮油、谷物食品、乳品、休闲食品、酒水的设计开发	CN18/20250.01	2018.3.5-2021.3.4	SGS United Kingdom Ltd.
29	品利上海	质量管理体系认证	预包装食品销售（含粮油、调味品、罐头食品、谷物食品、乳品、休闲食品、糖果、酒水、饮料）（不含冷藏冷冻食品）的进口和销售服务	CN18/20250.02	2018.3.5-2021.3.4	SGS United Kingdom Ltd.

序号	单位名称	证书名称	许可范围/主要内容	证书编号	有效期	发证机关
30	北京品利	质量管理体系认证	预包装食品（含粮油、调味品、罐头食品、谷物食品、乳品、休闲食品、糖果、酒水、饮料）（不含冷藏冷冻食品）的进口和销售服务	CN18/20250.03	2018.3.5-2021.3.4	SGS United Kingdom Ltd.

（七）特许经营权情况

截止本招股说明书签署日，公司不存在授权他人或被他人授权的特许经营权。

七、发行人的技术和开发情况

公司始终秉持“通过世界美食，让大众更时尚、更健康”的使命，致力于成为中国备受尊敬的健康食品公司。公司高度重视新产品开发、供应链管理和信息系统技术的建设和积累。

（一）公司的核心技术情况

公司的核心技术主要涉及品牌有效开发和推广、全渠道融合管理以及供应链整合管理。具体情况参见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人在行业中的竞争地位”之“（四）公司的竞争优势”以及“第六节 业务与技术”之“七、发行人的技术和开发情况”之“（三）产品开发技术”。

（二）核心技术人员情况

公司具有专业能力较强且运作高效的产品开发和 IT 技术团队。截至 2018 年 6 月 30 日，公司从事上述工作的人员数量为 27 人，其中，从事品牌及产品开发和质量控制等相关的人员 19 人，从事信息技术系统开发和管理的人员 8 人。上述产品开发人员均具有丰富的产品开发和质量管理经验，能够及时把握市场需求，迅速推进产品开发工作，及时向市场推出有效产品。公司拥有核心技术人员 5 名，分别为王牧、宋奇峰、赵宇宁、吴鸣鹂、段鹏，上述人员的简历请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

报告期内，公司核心技术人员保持稳定，最近两年未发生重大变动。

（三）产品开发技术

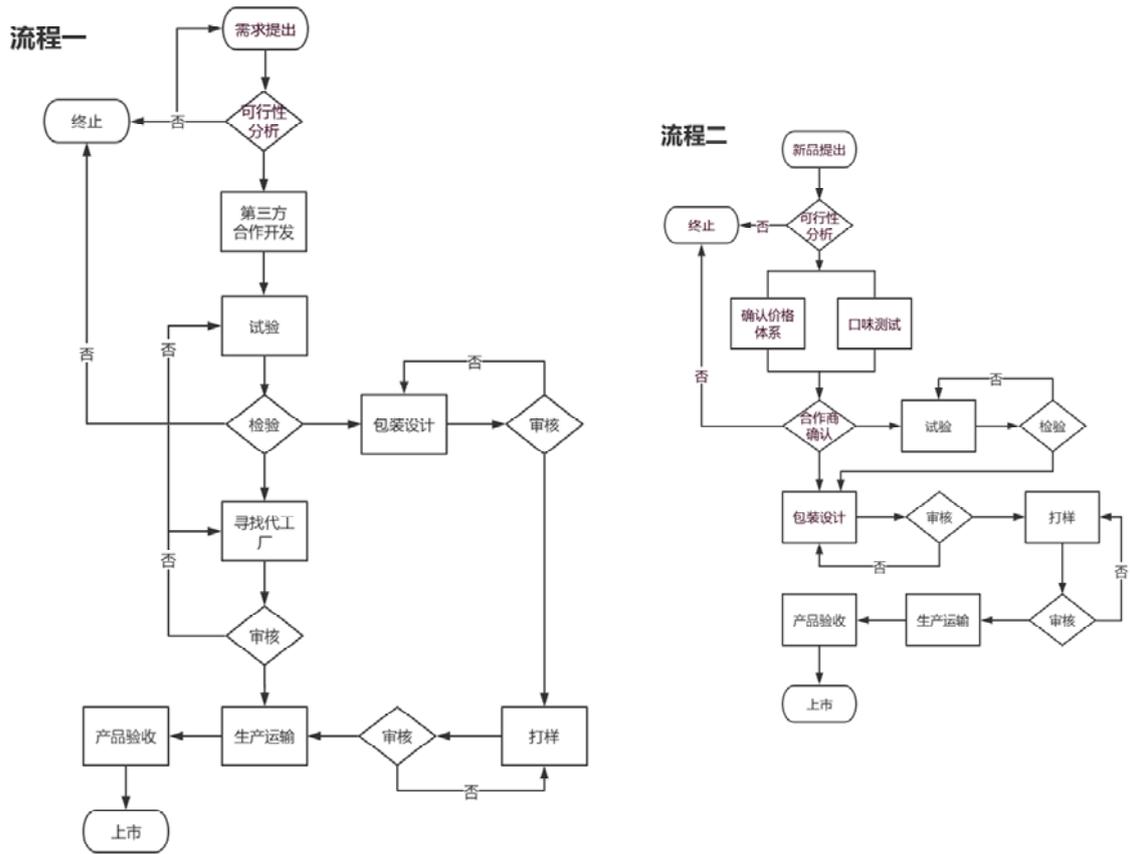
经过多年发展，公司已经形成了一套“以产品持续开发为推动力，以质量

保证为基石、以 IT 系统整合为基础”的品牌运营和产品开发体系。

1、新品开发技术

品类	产品开发方向	产品开发技术示例
乳制品	优选位于全球黄金奶源带的乳品供应商，在常温纯牛奶、常温酸奶方面开发进口乳制品。	与德国工厂合作开发国内首款利乐峰进口常温酸奶及礼盒
		与德国工厂合作开发常温杯装果粒酸奶系列：黄桃西番莲口味和草莓口味
		分别开发了德国产地和澳大利亚产地的全脂、低脂、脱脂纯牛奶等系列
啤酒	研究啤酒品类趋势，引进和研发适合中国消费者的进口啤酒风味。	根据国内消费者口味需求，推出清爽型啤酒 Helles 系列
		根据新兴精酿啤酒品类研究和开发，推出硬骨头精酿啤酒系列
		推出线下特定商超渠道“麦德龙 8+1 礼盒”系列；推出线上特定渠道“京东狗年贺岁罐”系列等
食用油	开发更健康的烹饪植物油脂，如橄榄油、葡萄籽油等。	与法国 ISD 设计团队合作，成功开发升级品利系列橄榄油礼盒，皮库多和 750ml 特级初榨橄榄油礼盒并通过了国内外外观设计专利知识产权保护
麦片	以方便营养的早餐为定位，为中国年轻消费者开发更健康方便的谷物麦片。	与澳大利亚工厂合作开发 Museli 系列产品以及 Granola 系列产品
		与德国工厂合作开发玉米片系列产品
点心	研究烘焙糕点发展趋势，引进和开发欧式糕点、点心。	与西班牙工厂合作开发雅娜蝴蝶酥糕点礼盒（10 片装、36 片装）切入礼品市场
		为丰富日常销售，扩充规格个人 6 片装/分享 12 片装和浓香芝士咸口味，满足多样化需求

公司制定了相对完善的新产品开发流程，通过建立多部门协同开发的矩阵式组织形式，公司在新品的口味检测、可行性分析、立项、市场投放等流程具备较高的效率和产出质量。目前，公司具体的新产品开发流程如下：



2、质量控制及管理技术

食品质量监督和控制是食品企业长远发展的基石。公司始终重视加强质量控制力度和投入，以保证产品品质能够实现全程管理，确保将食品安全事故的概率降到最低。目前，公司已经基本建立了从采购、海上运输、报关、仓储和物流环节的全流程监控和管理。通过严把源头（供应商质量管理）质量，积极协作海关检验检疫工作、有效入库批次检验和分拣挑选、优化仓储条件以及不断提升物流水平手段，积累了丰富的质量控制管理经验和扎实的技术基础，为公司的产品质量控制工作提供了坚实的基础。

3、IT信息技术系统

报告期内，公司 IT 信息技术系统有效提升了业务流程效率，为业务持续发展奠定了技术基础，公司主要信息系统及功能如下表所示：

序号	IT 系统名称	主要技术特点
1	OMS 订单管理系统	负责线上渠道的订单管理，主要模块包括商品管理、库存管理、订单管理、促销管理和收款管理

序号	IT 系统名称	主要技术特点
2	电子数据交换 (EDI) 核心系统	主要针对线上重要客户及大型商超等直销渠道客户。EDI 系统自动从客户开放的网站下载订单信息、门店销量信息、门店库存信息等，并自动化传输到 SAP 系统，订单人员可以将主要精力放在对订单信息的审核上，创建订单实现一键生成，提高了订单生成的效率和准确率
3	WMS 仓储管理系统	规范仓储作业流程、改善仓储管理水平，实现对存货库位管理、盘点管理等仓储流程，同时提供库存信息到 SAP、OMS 等前端系统。
4	SAP 财务管理系统	先进、成熟的企业业务管理系统，在规范企业财务的同时，实时集成采购、生产、销售等业务模块，同时连接订单获取、仓储管理、流程审批等系统，有效提升企业整体流程管控能力。
5	APP 移动应用巡店稽核系统	负责关注主要商超信息，提升公司对卖场销售人员的考核及管理能力
6	协同办公系统	公司的内部门户，提供新闻、知识、会议、沟通等企业内信息交流的统一平台；强大的审批流引擎，灵活的移动端平台，严格管控公司流程审批，提高审批效率

（四）未来拟推出产品所处的研发阶段

未来，公司拟推出的新产品所处的研发阶段情况如下表所示：

品牌	新产品名称	目标到货时间	研发阶段			
			需求市场分析阶段	味道、配方研发阶段	价格确认、包装设计阶段	生产运输阶段
德亚	PET 瓶装饮用型酸奶（原味、蓝莓、草莓）	2019 年 3 月			✓	
德亚	希腊低脂杯装酸奶 125g*4（香草味、森林水果味）	2019 年 1 月			✓	
德亚	小小德亚儿童调制乳	2019 年 3 月		✓		
瓦伦丁	瓦伦丁新年祝福罐（京东定制）	2018 年 11 月				✓
瓦伦丁	比利时白啤	2019 年 4 月			✓	
瓦伦丁	比利时果啤	2019 年 4 月			✓	
亨利	grace 系列（低脂苹果汁、燕麦方脆）	2018 年 9 月				✓
亨利	童趣系列（可可球、海盗风）	2019 年 2 月			✓	
亨利	Granola、museli 新品	2019 年 2 月	✓			
公鸡	Pasta lover	2019 年 3 月		✓		
雅娜	芝士口味	2019 年 3 月		✓		
雅娜	一口酥榛巧味、炼奶味扭扭酥芝士味	2019 年 3 月		✓		
谷优	高膳食纤维慕斯里饼干	2018 年 11 月				✓

八、境外经营及境外资产状况

公司拥有一家境外子公司，为德国品渥。德国品渥主要负责公司欧洲地区供应商的产品质量控制。

德国品渥的基本情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司、合营公司和分公司基本情况”之“（一）子公司基本情况”。

九、质量控制情况

食品一旦出现质量问题将会直接影响消费者信心，从而严重影响食品企业的持续发展，甚至一定程度上还会影响国家的经济发展以及社会稳定。自成立以来，公司始终重视食品质量保障工作。目前，公司已导入 ISO9001 国际质量认证体系，从制度、供应链等方面加强对产品的质量监督和控制力度。

（一）质量控制体系

公司在产品开发、供应商管理、商品仓储、流通等环节均建立了较为完善的质量管理体系，具体的质量控制体系如下图所示：



1、新产品开发质量控制

公司遵循在源头控制食品质量的理念，在新产品开发环节制定了《新产品开发作业指导书》、《产品规格书》和《供应商现场审核报告》等制度文件，各部门在执行新产品开发过程中均需严格按照上述文件执行。通过标准化的产品开发方式，公司可以有效保证旗下产品具备较高的安全性，在满足消费者需求的同时也符合相应的国家标准和行业标准。

2、供应商质量控制体系

在采购环节，公司产品均由国外优质供应商生产加工，合作和代理品牌产

品由全球或品牌所在国知名食品公司提供。公司采购部建立和完善了供应商管理体系，组织对供应商的选择、考核与评价，设立供应商档案及合格供应商名录。公司定期或不定期地对主要供应商的质量管理体系及相关认证进行审查，同时采购部也不定期对主要供应商生产线进行现场检查，核查生产工艺及原材料使用是否符合公司的标准。

截止本招股说明书签署日，公司主要自有品牌及合作品牌产品供应商经营资质如下表所示：

供应商名称	品牌名称	成立年份	获取资质	颁发机构	有效期
Hochwald Foods GmbH	德亚乳品	1932年	IFS	ARS PROBATA GmbH	2018.10.15-2019.10.16
			ISO 50001:2011	DEKRA Certification GmbH	2017.4.7-2019.5.16
Arla Foods amba	德亚乳品	1881年	IFS	Intertek Certification GmbH	2018.6.15-2019.8.1
			BRC	Intertek Certification. Ltd.	2018.8.8-2019.7.21
Immergut GmbH & Co. KG	德亚乳品	2005年	IFS	TÜV SÜD Management Service GmbH	2018.6.12-2019.7.30
			ISO 50001:2011	DEKRA Certification GmbH	2016.12.23-2019.12.22
			BRC	TÜV SÜD Management Service GmbH	2018.5.30-2019.6.13
Pactum Dairy Group Pty Ltd.	德亚乳品	2012年	HACCP	BSI Group ANZ Pty. Ltd.	2016.11.8-2019.10.31
			SQF Code Edition 7.2	BSI Group ANZ Pty. Ltd.	2018.1.18-2019.3.27
Karlsberg Brauerei GmbH	瓦伦丁啤酒	1878年	HACCP	TÜV Rheinland Cert GmbH	2017.10.11-2020.9.25
			IFS	TÜV Rheinland Cert GmbH	2018.10.18-2019.10.25
MUELA OLIVES, S.L.	品利橄榄油	1942年	IFS	SGS—International Certification Services GmbH	2018.1.12-2019.2.14
			BRC	SGS United Kingdom Ltd.	2018.1.12-2019.2.1

未来，随着主营业务规模的逐步扩大，公司将进一步加强对供应商现场生产情况的检查和监督力度，力争在供应商生产环节有效保证食品在安全质量方面不出现重大风险。

3、海关质量控制

根据中国出入境检验检疫相关法律法规的要求，进入国内的食物均需实行申报（报检）制度，出入境检验检疫机构将根据边境贸易实际情况和风险评估情况，对进出口商品实施监督抽查管理。目前，公司所有产品均经过各进口口岸出入境检验检疫机构检验合格，凭出入境检验检疫签发的通关证明由海关放行。

4、到货检验

对于通过海关放行并运送至各地区仓库的产品，公司建立了到货检验制度。目前，公司对入库产品执行留样管理、感官品评测试。未来，随着品渥物联网翻建生产及辅助用房项目的建成，公司将增设检验室，针对到货产品进行理化测试。此外，公司定期聘用第三方机构对重点产品执行第三方检测程序，确保到库产品质量的可靠性。

5、仓储、物流环节质量控制

公司在上海、天津、广州三地分设仓储、物流中心，分配专门仓储质量检验人员对仓库中的货物定期进行检查和查验，一旦发现质量问题，由专门人员进行统一处理，确保在仓产品的安全可靠。

6、市场端质量控制

公司建立了较为完善的《产品召回制度》和《产品客诉处理制度》，各办事处及销售部对各渠道商家产品均实行监察制度，对出现产品质量问题的食品，公司实施召回。

7、产品报废制度

公司制订了《仓库及售后退货产品处理流程》、《异常辅料及体验品处理流程》、《异常产品处理流程》等产品报废制度，对产品和辅料报废的流程进行了规范。一般情况下，公司需报废产品由具备资质的第三方企业在公司质量检测人员的监督下进行销毁。

（二）全产业链质量控制措施

公司在货品入库、物流配送、售后服务等核心环节加强质量把关力度。通过加大品控人才队伍的建设，公司质量控制水平得到全面提升。

1、供应商控制措施

目前，公司通过国际权威的第三方机构（BV、SGS等）对供应商整体质量情况进行审验，确保供应商产品质量符合食品安全制度或者规定。目前，公司

主要产品的海外供应商均建立了完善的质量控制和管理体系且具备完整的生产设备和资质，并通过多项国际质量标准体系认证。此外，公司还与供应商在生产生产加工环节约定《技术规格书》和《工艺流程图》，明确产品的技术规格、产品质量参数。供应商需按照标准进行统一生产加工，确保最终产品符合约定的质量标准。

2、公司质量控制措施

目前，公司执行的质量控制措施主要包括：（1）公司设有专业的物流管理团队，负责物流统筹、数据处理、驻仓管理、指标监控、质量监控、运费结算等各领域的工作；（2）公司根据物流及仓储特点建立了《不合格品处理作业指导》、《来料检验作业指导》、《质量信息和数据分析作业指导》、《标签审核作业指导》等规则，不断完善和规范奖惩制度，对公司整体质量控制体系进行细化，提高各个环节的管理效率，保证公司产品质量；（3）公司建立了供应商资质审核体系，每年末，公司会对所有供应商开展年度评价，主要从商品质量、物流、服务等角度进行全方位考核，并建立合格供应商名录。

根据《消费者权益保护法》、《产品质量法》等相关规定，消费者在购买、使用商品时，其合法权益受到损害的，可以向销售者要求赔偿，也可以向生产者要求赔偿。销售者赔偿后，属于生产者的责任的，销售者有权向生产者追偿。在此基础上，公司与生产方在相关商品的采购合同中就商品质量责任分摊的安排进行了相应的约定。

3、不合格产品召回

公司制定了《产品召回作业指导书》，当出现产品质量问题时，质量研发部将对质量问题进行判断，成立召回应急小组并制定召回方案，并协同公司其他部门完成产品的及时下架和召回工作。

不合格产品被召回运至仓库后，将被转入整改库，和正常货物加以区分。质量部根据召回产品质量状况进行综合判断后决定进行整改或者报废。

截止本招股说明书签署日，公司未发生因产品质量问题而被相关政府部门强制要求召回的事件。

4、产品报废制度

公司制订了《仓库及售后退货产品处理流程》、《异常产品处理流程》，对需要报废产品的报废处理流程进行了规范。目前，公司商品的报废主要为过保质期产品及不合格产品。一般情况下，公司需报废产品由具备资质的第三方企业在我公司质量检测人员的监督下进行销毁。

（三）质量纠纷情况

报告期内，公司无重大质量纠纷情况。根据发行人及其子公司所在市场监督管理局监管部门出具的相关证明文件，报告期内发行人及其子公司没有因违反质量技术监督有关法律法规的行为而受到重大行政处罚。

十、公司发行当年和未来三年发展规划及拟采取的措施

（一）公司的发展规划

1、整体发展战略

公司始终秉持“通过世界美食,让大众更时尚、更健康”的使命，致力于成为中国备受尊敬的健康食品公司。公司始终坚持进口食品“Made for china”的品牌运营模式，即专注于需求研究、产品开发、品类创新、品牌创建和渠道运营的模式，通过自有品牌整合全球优质食品资源，与全球知名的食品制造企业进行紧密的战略合作，致力于将中国美食品牌与全球食品资源和生产体系进行嫁接，将全球的健康美食和时尚生活方式带给中国消费者。未来，公司将充分抓住国内消费结构升级带来的发展机遇，积极拓展现有品牌品类，开发优质自有品牌，进一步提升公司的市场竞争力和影响力。此外，公司还将建立符合自身经营战略的渠道网络、品牌模式、质量控制体系，从而实现公司管理模式的优化及管理效率的提高。

2、当年和未来三年的发展目标

未来，公司将不断提升自身品牌运营能力。公司将持续优化现有产品线，适时推出满足不同类型消费者需求的产品；公司将持续加大渠道建设力度、大

力扩展新渠道；公司将持续优化信息系统，为公司业务运营系统提供数据支撑；公司将建立产品研发检测中心，优化现有产品品质控制系统，确保旗下产品的安全性和可靠性。优秀的产品开发能力、新零售新渠道的拓展能力、现代化电商渠道的服务能力以及消费者大数据分析能力，将为公司实现长远战略目标奠定扎实的管理和技术基础。

在产品开发、品牌建设、营销网络等方面工作持续推进的基础上，公司力争在三年内实现年销售收入 20-25 亿元的发展目标。

（二）拟定上述计划所依据的假设条件

公司拟定上述计划所依据的主要假设条件为：

- 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改变；
- 2、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、本次股票发行顺利完成，募集资金能够及时足额到位；
- 4、募集资金投资项目能够顺利实施，并取得预期收益；
- 5、公司所处行业的市场处于正常发展状态，没有出现重大的市场突发情形；
- 6、公司能够持续保持现有管理层、核心技术人员的稳定性和连续性。

（三）实施上述发展战略及目标将面临的主要困难

1、业务规模扩张带来的管理风险

近年来，公司主营业务规模持续扩张，经营业绩增长较快。本次发行后，公司资产和业务规模将快速扩大，将对公司的产品开发、运营管理、资金管理等方面提出更高的要求，公司各项管理制度都可能面临进一步的完善和调整。

2、人才流失风险可能影响战略的有效实施

公司战略的实施将更加依赖对相关人力资源的支持，若公司在培养、引进和保留人才方面不能满足公司发展的要求，将会对公司战略及经营目标的实现

产生不利影响。

3、潜在行业与市场风险可能影响公司未来发展

公司所处的行业存在一定行业与市场风险，可能影响公司战略规划的实施。首先，进口食品行业作为一个直接面对广大消费者的行业，消费者需求变化直接影响行业的发展方向，如果公司未能及时把握消费需求的变化趋势，则难以维持公司的市场竞争地位。此外，公司产品全部以进口形式采购，汇率波动会对公司经营业绩有一定的影响。

4、现有融资渠道难以满足企业发展资本投入需求

随着经营规模的扩大，公司需要在产品开发、质量检测等方面不断投入资金，以持续优化公司产品结构，提高公司产品质量。同时，为了持续提升公司竞争力，公司需要持续投入资金完善公司营销网络以及公司信息系统建设。公司需要积极开拓包括本次公开发行股票募集资金在内的多种融资渠道，才能满足公司业务发展的资金需求。

（四）实现发展规划采用的方法和途径

为实现公司发展规划，公司将采取的具体方法和途径如下：

1、产品开发计划

公司始终将产品开发作为业务发展的重要支撑，公司产品开发的具体计划为：继续坚持新产品开发是公司核心竞争力的关键的经营理念，形成由品牌经理、采购、食品技术研发人员和质量人员按品牌品类组成的项目小组管理制度，不断整合供应商和国内外第三方的研发资源，有效积累产品配方和工艺等关键知识；继续提升产品开发质量，缩短研发周期，开发适合中国消费者需求的健康产品，满足中国消费者对食品安全及质量的要求。同时，公司也将进一步加强产品质量检验能力，从产品配方、工艺选择、包材制定等方面提升公司产品质量，强化公司产品品牌形象。具体而言，公司将借助现有的品牌优势，在“德亚”、“品利”、“瓦伦丁”、“亨利”和“雅娜”等品牌基础上，以消费者需求为导向，持续推出新的产品品种及品类，搭建多样化的产品体系。

2、渠道开拓计划

顺应渠道扁平化的行业发展趋势，公司继续坚持以“线上+线下”同时发展的销售策略，在巩固现有市场份额的同时，实现线上线下渠道的贯通，从而提升销售覆盖和效率，最终为用户创造更大的价值。具体而言，公司在巩固现有渠道的基础上，将大力扩张便利店系统、面包店、牛奶店、即饮渠道、新零售系统等线下终端渠道，同时深耕电商渠道，通过整合渠道资源增加销售机会。此外，根据不同的区域市场，公司将进行有针对性的产品进店、陈列展示活动，旨在提高陈列物的质感和产品辨识度，从而提升消费者对产品的认知。

产品渠道拓展方面，德亚品牌将继续寻找新的零售终端，加大分销商开发力度，不断进入乳制品直销渠道；瓦伦丁啤酒将不断拓展即饮渠道市场，建立专业化团队，适时推出符合消费者消费口味和偏好的新产品。

3、信息化建设计划

高效的信息化系统有利于食品分销企业的流程管理，进而提升企业整理工作效率。面对日益复杂的市场需要，公司继续加强信息化建设，进一步提升内部管理能力以及对综合供应链的控制能力，实现公司综合信息化水平的提升。

另外，公司还将根据市场及发展需要，适时更新现有信息系统或引进更适合公司运营管理的信息网络系统，旨在提升公司在采购、营销、质量控制、仓储物流等方面的综合管控能力和沟通效率。

4、现代化物流中心建设计划

公司计划在上海松江区佘山镇新建仓库，提升仓储能力，并购置辅助性设施，改善仓库环境、提升供货支持能力，提高公司的物流管理能力。同时，公司将整合现有物流配送资源，在物流运输配送同时充分考虑区域经济、客户集中度、仓储数量等因素，加强产品运输、配送的管理控制，提高物流信息化服务水平，从而强化良好的客户购物体验。

5、人力资源计划

公司将不断拓宽人才招聘渠道，积极引进适合公司的人才特别是业内成熟、

高水平的专业管理人才。公司根据发展战略和未来人力资源的需求，分析现有的人力资源数量、质量、结构等，制定了人力资源战略规划和人力资源计划。

（1）按照控制绝对数量、优化人力资源质量和结构的思路，结合公司管理水平的提升，提高整体工作效率；

（2）建立完善的薪酬、福利、长期激励政策和绩效考核制度，调动员工的工作积极性，保持人力资源队伍的稳定性；

（3）通过外部的人力资源市场和内部的人力资源市场，优化选拔机制，引进公司发展需要的各类人才，做好各类人才的引进、培养和开发工作。

6、融资计划

公司将继续加强治理结构和内部管理规范，确保各项内控管理制度得到有效执行。本次发行如能顺利实施，募集资金将用于本招股说明书中所列项目。在以后年度，公司将根据募投项目开发完成情况、产品经营效益情况和市场发展情况，在合理控制经营风险和财务风险的前提下，根据公司发展战略需要，合理选择银行贷款、债券市场、证券市场等多种渠道筹集资金，用于新产品开发、渠道建设、补充流动资金等，以持续、稳健、优良的经营业绩回报公司股东、贡献社会。

（五）公司关于未来发展规划落实情况的声明

公司将根据本次发行当年和未来三年的发展规划及其具体方法推进公司各方面工作。公司上市后，将通过定期报告公告公司发展规划的实施情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、独立经营情况

自成立以来，公司严格按照《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股东、实际控制人及其控制的企业之间相互独立，具有独立完整的资产和业务体系以及面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整

公司由品渥有限整体变更设立，品渥有限的全部资产、负债均进入公司。公司经营必需的土地使用权、房屋建筑物、商标及其他资产权属完全由公司独立享有，不存在与股东单位共用的情况。目前，公司资产权属清晰、完整，资产界定明确，并独立于控股股东、实际控制人及其关联方，不存在控股股东、实际控制人及其关联方占用发行人及其子公司资金、资产及其他资源的情况。

（二）人员独立

公司根据《公司法》、《公司章程》的有关规定选举产生公司董事、监事，由董事会聘任高级管理人员，公司劳动、人事及工资管理与股东单位完全独立；公司的总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监等高级管理人员专职在公司工作并领取薪酬，未在持有公司 5%以上股权的股东单位及其下属企业担任除董事、监事以外的其他任何职务或领取薪酬，也不存在自营或为他人经营与公司相同或相似业务的情形；公司的财务人员均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职或领薪。

（三）财务独立

公司设立了独立的财务部门，配备了专门的财务人员，公司实行独立财务核算，独立进行财务决策，建立了规范的财务管理制度及各项内部控制制度。公司开设了独立银行账户，不存在与其他任何单位或个人共用银行账户的情况。

作为独立纳税人，公司依法独立进行纳税申报及履行纳税义务，不存在与其他任何单位混合纳税的情况。

（四）机构独立

公司按照《公司法》及其他相关法律法规、规范性文件以及《公司章程》的规定，建立健全了包括股东大会、董事会、监事会和经营管理层在内的组织机构体系。公司的生产经营和办公机构与控股股东及其控制的其他企业完全分开，不存在混合经营、合署办公的情形，控股股东、实际控制人及其控制的其他企业未干预公司的机构设置，控股股东、实际控制人及其职能部门与公司及其职能部门之间不存在上下级关系，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业和公司其他主要股东直接干预公司生产经营活动的情况。

（五）业务独立

公司的业务完全独立于控股股东和实际控制人。公司主要从事自有品牌进口食品的研发、进口和销售以及进口食品的代理销售业务，拥有从事上述业务所需的完整、独立的采购和销售网络，商品采购和销售均独立进行，不存在依赖控股股东、实际控制人及其控制的企业的情况。

经核查，保荐机构认为，自成立以来，发行人严格按照《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股东、实际控制人及其控制的企业之间相互独立，具有独立完整的资产和业务体系以及面向市场独立经营的能力。发行人在招股说明书中关于自身独立经营情况的表述内容真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争

1、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业

截止本招股说明书签署日，王牧直接持有公司 60.00% 的股权，通过熹利投

资间接控制公司 7.00%的股权；徐松莉直接持有公司 3.00%的股权。王牧、徐松莉夫妇合计控股比例为 70.00%。王牧、徐松莉夫妇为公司实际控制人。

王牧、徐松莉夫妇控制的其他企业的情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况”。

截止本招股说明书签署日，公司控股股东王牧先生不存在从事与公司相同或相似业务的情形，与公司不存在同业竞争。

截止本招股说明书签署日，公司实际控制人王牧、徐松莉夫妇及其控制的其他企业不存在从事与公司相同或相似业务的情形，与公司不存在同业竞争。

2、控股股东、实际控制人关系密切的亲属控制或施加重大影响的企业

截止本招股说明书签署日，控股股东、实际控制人关系密切的亲属控制或施加重大影响的企业如下：

单位：万元

姓名	亲属关系	企业名称	出资额	出资比例
王玉梅	王牧之妹	厦门文华祥瑞汽车销售服务有限公司	200.00	20.00%
		厦门联泰合吉新能源有限公司	480.00	80.00%
徐松燕	徐松莉之姐	上海麦风国际贸易有限公司	50.00	50.00%
		上海戈雅文化交流咨询有限公司	40.00	40.00%
唐 蒙	徐松莉之姐夫	上海麦风国际贸易有限公司	50.00	50.00%
		上海戈雅文化交流咨询有限公司	60.00	60.00%

上述企业的经营范围如下：

企业名称	经营范围
厦门文华祥瑞汽车销售服务有限公司	汽车零售；汽车零配件零售；汽车批发；汽车零配件批发；信息技术咨询服务；其他日用品零售；汽车租赁（不含营运）；其他机械设备及电子产品批发
厦门联泰合吉新能源有限公司	新材料技术推广服务；机动车维修；汽车零售；汽车零配件零售；汽车批发；汽车零配件批发；信息技术咨询服务；其他日用品零售；其他机械设备及电子产品批发；其他未列明科技推广和应用服务业；汽车租赁（不含营运）；软件开发；信息系统集成服务；其他未列明服务业（不含需经许可审批的项目）；汽车维护与保养（不含维修与洗车）
上海麦风国际贸易有限公司	从事货物和技术的进出口业务，五金交电、汽车零部件、摩托车及零部件、日用百货、仪器仪表、机电设备、针纺织品、电子产品、花卉苗木的销售，企业管理咨询，商务咨询，会务服务，从事计算机软硬件技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，绿化工程，风景园林建设工程专项设计，盆栽观赏花木租赁（不

企业名称	经营范围
	得从事金融租赁)。【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】
上海戈雅文化交流咨询有限公司	文化艺术交流策划，文化交流咨询，设计、制作、代理、发布国内外各类广告，商务咨询，企业形象策划、会展会务服务，工艺品、旅游用品、高尔夫用品、高尔夫球具的销售，高尔夫练习场的经营管理。【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】

截止本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人关系密切的亲属控制或施加重大影响的上述企业不存在从事与公司相同或相似业务的情形，与公司不存在同业竞争。

（二）控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

为避免未来发生同业竞争，公司控股股东、实际控制人王牧、徐松莉夫妇出具了《关于避免和消除同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“1、在本人作为品渥食品股份有限公司的控股股东、实际控制人期间，本人不在任何地域以任何形式，从事法律、法规和中国证券监督管理委员会规章所规定的可能与品渥食品股份有限公司构成同业竞争的活动。

本人今后如果不是品渥食品股份有限公司的股东，自该股权关系解除之日起五年内，仍必须信守前款的承诺。

2、本人从第三方获得的商业机会如果属于品渥食品股份有限公司主营业务范围内的，则本人将及时告知品渥食品股份有限公司，并尽可能地协助品渥食品股份有限公司取得该商业机会。

3、本人不以任何方式从事任何可能影响品渥食品股份有限公司经营和发展的业务或活动，包括：

（1）利用现有的社会资源和客户资源阻碍或者限制品渥食品股份有限公司的独立发展；

（2）捏造、散布不利于品渥食品股份有限公司的消息，损害品渥食品股份有限公司的商誉；

（3）利用对品渥食品股份有限公司的控股或控制地位施加不良影响，造成品渥食品股份有限公司高级管理人员、研发人员、技术人员等核心人员的异常

变动；

（4）从品渥食品股份有限公司招聘专业技术人员、销售人员、高级管理人员。

4、本人将督促本人的配偶、父母、子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，本人配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母，以及本人投资的企业，同受本承诺函的约束。”

三、关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》的相关规定，发行人的关联方及关联关系如下：

（一）控股股东、实际控制人

序号	关联方	关联关系
1	王牧	王牧直接持有公司 60.00% 的股权，通过熹利投资间接控制公司 7.00% 的股权，为公司控股股东和实际控制人。
2	徐松莉	王牧之妻，直接持有公司 3.00% 的股权，为公司实际控制人。

（二）持有公司 5% 以上股份的其他股东

截止本招股说明书签署日，持有公司 5% 以上股份的其他股东如下：

序号	关联方	关联关系
1	吴柏庚	持有公司 25.00% 的股权
2	熹利投资	持有公司 7.00% 的股权
3	宋奇峰	持有公司 5.00% 的股权

（三）发行人子公司和合营公司

截止本招股说明书签署日，发行人子公司和合营公司如下：

序号	关联方	关联关系
1	北京市品利食品有限公司	发行人的全资子公司
2	品利（上海）食品有限公司	发行人的全资子公司
3	上海品渥物联网科技有限公司	发行人的全资子公司
4	品渥食品德国有限公司	发行人的全资子公司
5	上海墨利进出口有限公司	发行人的合营公司，公司持有其 50.00% 的股权

（四）控股股东、实际控制人及与其关系密切的家庭成员控制、施加重大影响或者担任董事、高级管理人员的企业

截止本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人及与其关系密切的家庭成员控制、施加重大影响或者担任董事、高级管理人员的企业如下：

序号	关联方	关联关系
1	熹利投资	王牧认缴其 44.22% 的合伙份额并担任执行事务合伙人
2	品渥天菜	王牧认缴其 83.33% 的合伙份额并担任执行事务合伙人
3	北京市厦新荣光贸易有限公司 ^{注1}	王牧持有其 75.00% 的股权并担任总经理
4	厦门市新荣光贸易有限公司 ^{注2}	王牧持有其 38.80% 的股权
5	上海蕾维卡美容中心 ^{注3}	徐松莉曾持有其 100.00% 的股权
6	厦门文华祥瑞汽车销售服务有限公司	王牧之妹王玉梅持有 20.00% 的股权并担任监事
7	厦门联泰合吉新能源有限公司	王牧之妹王玉梅持有 80.00% 的股权并担任法定代表人、执行董事兼总经理
8	上海麦风国际贸易有限公司	徐松莉之姐徐松燕持有 50.00% 股权并担任法定代表人、执行董事兼总经理；徐松莉之姐夫唐蒙持有 50.00% 股权并担任监事
9	上海戈雅文化交流咨询有限公司	徐松莉之姐徐松燕持有 40.00% 股权并担任法定代表人、执行董事；徐松莉之姐夫唐蒙持有 60.00% 股权并担任监事

注 1：2017 年 8 月 25 日，北京市厦新荣光贸易有限公司在北京市工商行政管理局密云分局办理了注销登记；

注 2：2017 年 12 月 20 日，厦门市新荣光贸易有限公司在厦门市湖里区市场监督管理局办理了注销登记；

注 3：2015 年 4 月 13 日，徐松莉将其持有的上海蕾维卡美容中心 100.00% 股权转让予时兴杰。

（五）发行人董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

发行人董事、监事、高级管理人员为公司关联方。

公司董事、监事、高级管理人员基本情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”。

上述人员关系密切的家庭成员，包括配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母亦为发行人的关联自然人。

（六）发行人董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制、施加重大影响或者担任董事、高级管理人员的企业

发行人董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制、施加重大影响或者担任董事、高级管理人员的企业为公司关联方。截止本招股说明书签署日，发行人董事（除王牧、徐松莉外）、监事、高级管理人员控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的除发行人及其子公司、合营公司以外的企业如下：

序号	公司名称	关联关系
1	上海淼鑫实业有限公司 ^{注1}	发行人董事吴柏庚曾持有其 30.00% 的股权
2	上海久柏商贸有限公司 ^{注2}	发行人董事吴柏庚持有其 60.00% 的股权并担任其法定代表人、执行董事
3	上海柏博商贸有限公司 ^{注3}	发行人董事吴柏庚持有其 49.00% 的股权并担任其法定代表人、执行董事
4	上海宏力达信息技术股份有限公司	发行人独立董事李峰担任其独立董事
5	富荣基金管理有限公司	发行人独立董事李峰担任其独立董事
6	Yintech Investment Holdings Limited(银科投资控股有限公司) (纳斯达克上市公司、证券代码“YIN.O”、证券名称“银科控股”)	发行人独立董事李峰担任其独立董事
7	深圳市盛世鑫投资管理顾问有限公司	发行人独立董事万希灵及其配偶冯泉合计持有其 100.00% 的股权，冯泉担任其法定代表人、执行董事兼总经理
8	青岛澳德思瑞智能免疫技术有限公司	发行人独立董事万希灵持有其 75.00% 的股权并担任其法定代表人、执行董事兼总经理
9	深圳市大华泰来税务师事务所有限公司	发行人独立董事万希灵持有其 97.00% 的股权并担任其法定代表人、执行董事兼总经理
10	新疆万达有限公司	发行人独立董事万希灵曾担任其董事
11	深圳市赛格导航科技股份有限公司	发行人独立董事万希灵曾担任其独立董事
12	赣州市征途投资管理合伙企业(有限合伙)	发行人独立董事徐国辉认缴其 99.90% 的合伙份额
13	苏州广厦物业管理有限公司	发行人独立董事徐国辉通过赣州市征途投资管理合伙企业(有限合伙)持有其 50.00% 的股权并担任其法定代表人、董事长，徐国辉之弟徐景辉担任该企业总经理

序号	公司名称	关联关系
14	张家港保税区至信新能源有限公司	发行人独立董事徐国辉通过赣州市征途投资管理合伙企业（有限合伙）持有其 100.00% 的股权并担任其法定代表人、董事长、总经理，徐国辉之兄徐笑辉、徐国辉之弟徐景辉担任该企业董事
15	苏州润德新材料有限公司	发行人独立董事徐国辉通过赣州市征途投资管理合伙企业（有限合伙）持有其 36.50% 的股权并担任其董事长
16	江苏爱康房地产开发有限公司	发行人独立董事徐国辉担任其董事
17	江苏爱康科技股份有限公司	发行人独立董事徐国辉担任其董事
18	九江赛翡蓝宝石科技有限公司	发行人独立董事徐国辉担任其董事
19	寻乌爱康房地产开发有限公司	发行人独立董事徐国辉担任其法定代表人、执行董事兼总经理
20	太仓中拓新能源有限公司	发行人独立董事徐国辉担任其法定代表人、总经理，徐国辉之兄徐笑辉担任该企业执行董事
21	上海烁阳新能源科技有限公司	发行人独立董事徐国辉担任其法定代表人、执行董事
22	江苏沙钢股份有限公司	发行人独立董事徐国辉担任其独立董事
23	张家港保税科技（集团）股份有限公司	发行人独立董事徐国辉担任其独立董事

注 1：2017 年 12 月，吴柏赓将其持有的该企业 30.00% 的股权予以转让；

注 2：该企业已被吊销营业执照；

注 3：该企业已被吊销营业执照。

四、关联交易

与本公司存在控制关系且已纳入本公司合并报表范围内的子公司，其相互之间的关联交易及母子公司之间的交易已作合并抵消。

（一）经常性关联交易

1、购销商品、提供和接受劳务

报告期内，公司从关联方接受劳务情况如下表所示：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
		金额	占当期销售费用-促销费的比例	金额	占当期销售费用-促销费的比例	金额	占当期销售费用-促销费的比例	金额	占当期销售费用-促销费的比例
上海淼鑫实业有限公司	销售费用-促销费	-	-	103.93	0.86%	64.75	0.44%	-	-
合计		-	-	103.93	0.86%	64.75	0.44%	-	-

报告期内，公司从关联方接受劳务金额较小，对公司财务状况和经营成果的影响较小。

2、关联租赁

报告期内，公司向关联方租赁房产情况如下表所示：

单位：万元

出租方名称	关联交易内容	确认的租赁费用			
		2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
王牧、徐松莉	办公用房	33.04	60.07	60.08	60.22
合计		33.04	60.07	60.08	60.22

3、董事、监事和高级管理人员薪酬支付以及股份支付

2015-2017年度、2018年1-6月，公司向董事、监事及高级管理人员支付的薪酬合计分别为158.13万元、200.19万元、294.60万元、153.52万元。

2016-2017年度公司授予关键管理人员确认的股份支付金额分别为766.00万元、1,056.12万元。

（二）偶发性关联交易

1、股权收购

报告期内，发行人前身魁春实业与关联方发生的股权收购情况如下：

单位：万元

时间	收购方	转让方	收购标的	交易金额	作价依据
2015年12月	魁春实业	王牧、吴柏庚、宋奇峰、徐松莉	北京品利100%股权	2,000.00	参考净资产
			品利上海100%股权	1,000.00	参考注册资本

2、关联担保

报告期内，公司及其子公司与关联方之间的关联担保情况如下：

单位：万元

序号	担保方	被担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
1	王牧、徐松莉	品渥食品	633.51	2018.2.12	2018.8.8	否
2	王牧、徐松莉	品渥食品	299.64	2018.3.14	2018.9.14	否
3	王牧、徐松莉	品渥食品	205.52	2018.4.19	2018.10.19	否

4	王牧、徐松莉	品渥物联网	5,000.00	2018.1.16	2028.1.14	否
5	合计	-	6,138.67	-	-	-

截止本招股说明书签署日，关联担保中第 1 项、第 2 项和第 3 项已履行完毕。

3、关联方资金拆借

报告期内，公司与关联方资金拆借情况如下：

单位：万元

序号	借出方	借入方	拆借金额	拆借期间	备注
1	发行人	朱国辉	40.00	2011.8.17-2017.4.18	已归还
2	发行人	王牧	150.00	2015.12.3-2015.12.28	已归还
3	发行人	徐松莉	2,000.00	2015.6.3-2015.12.30	已归还
4	吴柏庚	发行人	482.53	2009.5.31-2016.12.31	已归还
5	王牧	发行人	134.04	2008.1.3-2015.9.30	已归还

4、商标许可及授权使用

(1) 许可关联方使用商标情况

截止本招股说明书签署日，公司许可关联方使用的商标 4 项，具体情况如下：

序号	商标	商标注册人/许可人	被许可人	商标注册号	许可地域	许可期限	许可费用
1		品渥食品	上海墨利	11495219	中国	2017.7.25-2037.2.12	无偿
2		品渥食品	上海墨利	4597511	中国	2017.7.25-2037.2.12	无偿
3		品渥食品	上海墨利	11031570	中国	2017.7.25-2037.2.12	无偿
4		品渥食品	上海墨利	1574876	中国	2017.7.25-2037.2.12	无偿

(2) 被许可使用关联方商标情况

截止本招股说明书签署日，公司被许可使用关联方的商标 2 项，具体情况如下：

序号	商标	商标注册人/许可人	被许可人	商标注册号	许可地域	许可期限	许可费用
1		上海墨利	品渥食品、北京品利	G524853	中国	与注册商标有效期相同	无偿
2		上海墨利	品渥食品、北京品利	G961127	中国	与注册商标有效期相同	无偿

（三）关联方应收应付款项余额

报告期各期末，公司关联方应收应付款项余额情况如下表所示：

单位：万元

项目	关联方名称	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31	款项性质
预付账款	徐松莉	29.89	-	-	-	预付房租款
其他应收款	熹利投资	0.78	0.78	-	-	代垫款
	上海墨利	1.10	0.10	-	-	代垫款
	朱国辉	-	-	40.00	40.00	借款
	朱国辉	-	4.57	-	-	资金占用利息
	徐松莉	-	59.89	-	-	资金占用利息
	王牧	-	0.48	-	-	资金占用利息
其他应付款	王牧	-	-	-	1,551.37	投资款
	吴柏麋	-	-	-	792.78	投资款和借款
	徐松莉	-	-	-	77.57	投资款
	宋奇峰	-	-	-	180.99	投资款

截至 2018 年 6 月 30 日，公司其他应收账款科目应收熹利投资 0.78 万元：熹利投资系公司员工持股平台，无实际经营业务。2017 年，因宁波银行账户资金划转不及时等原因导致熹利投资银行账户未有足够资金缴纳印花税和咨询费。为避免熹利投资因不能及时缴纳上述费用而无法正常经营，公司代熹利投资缴纳了上述费用，合计 0.78 万元。鉴于上述费用金额较小，且熹利投资在其银行账户资金充足后即归还了上述资金，公司未计提该笔资金的占用利息。

截至 2018 年 6 月 30 日，公司其他应收账款科目应收上海墨利 1.10 万元：上海墨利成立于 2017 年 2 月，为发行人合营企业，无实际经营业务。设立初期，因上海墨利的股东 Muela-Olives, S.L. 的投资款为欧元，同时品渥食品的投资款未到账，导致其无法用人民币及时支付相关银行手续费，公司代上海墨利缴纳

合计 1.10 万元的上述费用。鉴于上述费用金额较小，且上海墨利在其银行账户人民币资金充足后即归还了上述资金，公司未计提该笔资金的占用利息。

截止本招股说明书签署日，熹利投资、上海墨利已向公司偿还上述款项。

截至 2017 年 12 月 31 日，公司其他应收账款科目应收徐松莉 59.89 万元、王牧 0.48 万元、朱国辉 4.57 万元，系补计提的徐松莉、王牧、朱国辉向公司拆借资金形成的资金占用利息。截至 2018 年 6 月 30 日，徐松莉、王牧、朱国辉已向公司偿还上述利息。

（四）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司关联采购与关联租赁金额较小，是公司经营活动过程中的正常经济行为。公司向董事、监事和高级管理人员支付报酬，薪酬水平合理，对公司的财务状况和经营成果影响较小，未对公司财务状况和经营成果造成重大不利影响。

报告期内，公司偶发性关联交易主要为同一控制下的股权收购、关联担保、关联方资金拆借和商标许可及授权使用，不存在关联方严重损害公司利益的情形，未对公司财务状况和经营成果造成重大不利影响。

五、报告期内关联交易履行程序情况及独立董事意见

公司第一届董事会第五次会议和 2018 年第二次临时股东大会审议通过了《关于确认品渥食品股份有限公司 2015 年至 2018 年 6 月 30 日最近三年及一期关联交易的议案》，对公司报告期内的关联交易进行了确认，确认报告期内的关联交易遵循了公平、合理的定价政策，未损害公司及非关联股东的利益。

公司独立董事对本公司报告期内的关联交易事项发表了如下独立意见：

“公司董事会在审议《关于确认品渥食品股份有限公司 2015 年至 2018 年 6 月 30 日最近三年一期关联交易的议案》时，关联董事遵守了回避原则，决策程序符合相关法律法规和《公司章程》的规定，决策程序合法有效。公司 2015 年至 2018 年 6 月 30 日发生的关联交易内容真实，为公司正常经营所需，按照等价有偿、公允的原则定价，履行程序符合法律法规及相关制度的规定，没有

对公司生产经营活动产生不利影响，不存在损害公司及全体股东特别是中小股东利益的情形，遵循了公开、公平、公正的原则。”

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介

（一）董事会成员

公司董事会由9名成员组成，其中独立董事3人，现任董事基本情况如下：

序号	姓名	职务	任期起止日期
1	王牧	董事长、总经理	2017.9.1-2020.8.31
2	宋奇峰	董事、副总经理	2017.9.1-2020.8.31
3	赵宇宁	董事、副总经理、市场总监	2017.9.1-2020.8.31
4	朱国辉	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监	2017.9.1-2020.8.31
5	吴柏庚	董事	2017.9.1-2020.8.31
6	徐松莉	董事、产品开发总监	2017.9.1-2020.8.31
7	李峰	独立董事	2017.9.1-2020.8.31
8	万希灵	独立董事	2017.9.1-2020.8.31
9	徐国辉	独立董事	2017.9.1-2020.8.31

1、王牧先生：1968年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，EMBA。1990年9月至1993年5月，曾任厦门市第二电子仪器厂助理工程师；1993年8月至1995年7月，曾任北京比特电子有限公司深圳分公司销售经理；1995年9月至1999年5月，曾任厦门市新荣光贸易有限公司经理；1997年8月至1999年11月，曾任魁春实业总经理，1999年11月至2000年10月曾任魁春实业监事，2000年10月至2004年5月，曾任北京品利总经理、魁春实业监事，2004年5月至2007年8月，曾任北京品利执行董事兼总经理、魁春实业监事，2007年8月至2015年12月，曾任魁春实业总经理、北京品利执行董事兼总经理，2015年12月至2017年8月曾任品渥有限（2016年6月前为魁春实业）董事长、总经理；2017年9月至今，任公司董事长、总经理。

2、宋奇峰先生：1971年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1995年3月至1995年11月，曾任南京美丽华鞋业有限公司业务经理；2004年5月至今，曾任北京品利监事；2015年12月至2017年8月，历任品渥有限（2016年6月前为魁春实业）董事、董事兼副总经理；2017年9月至今，任公司董事、副总经理。

3、赵宇宁先生：1974年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1996年7月至1997年7月，曾任华北电力大学华北电力设计院院长助理；1997年8月至1998年10月，曾任生力八达（保定）啤酒有限公司促销主管；1998年11月至2002年2月，曾任河北新天香乳业有限公司营销总监助理；2002年3月至2002年10月，曾任香港中国资讯行有限公司高级客户经理；2002年11月至2005年5月，曾任新希望天香乳业有限公司市场部经理；2005年6月至2011年5月，曾任内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司常温液奶事业部市场副总监；2011年6月至2011年9月，曾任临沂山松生物制品有限公司营销部副总经理；2011年10月至2014年6月，曾任内蒙古圣牧高科（集团）股份有限公司营销中心总经理；2014年10月至2017年8月历任品渥有限（2016年6月前为魁春实业）市场总监、市场总监兼副总经理；2017年9月至今，任公司董事、副总经理、市场总监。

4、朱国辉先生：1969年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。1993年10月至2005年6月，曾任潢川县粮食局第三粮油贸易公司会计、主管会计；2008年4月至2017年8月，历任品渥有限（2016年6月前为魁春实业）财务总监、财务总监兼副总经理；2017年9月至今，任公司董事、副总经理、财务总监、董事会秘书。

5、吴柏赓先生：1955年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1972年12月至1996年7月，曾任上海市704研究所职员；1996年7月至1998年7月，曾任上海欧兰营销有限公司经理；1998年7月至1999年11月，曾任上海柏博商贸有限公司经理；1999年11月至2015年12月，曾任魁春实业执行董事；2015年12月至2017年8月，曾任品渥有限（2016年6月前为魁春实业）董事；2017年9月至今，任公司董事。

6、徐松莉女士：1971年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1993年9月至2000年3月，曾任西班牙东方国际贸易公司北京办事处首席代表；2000年3月至2011年8月，曾任北京品利进口经理；2007年8月至2015年12月，曾任魁春实业监事；2011年9月至2017年8月，曾任品渥有限（2016年6月前为魁春实业）采购经理；2017年9月至今，任公司董事、

产品开发总监。

7、李峰先生：1976年4月出生，美国国籍，拥有美国永久居留权，博士研究生学历，上海千人计划引进人才、美国密歇根大学罗斯商学院终身教授、AAA太浩湖博士项目师资成员。2004年7月至2011年6月，曾任密歇根大学罗斯商学院安永讲席会计学助理教授；2011年7月至2015年6月，曾任密歇根大学罗斯商学院 Harry Jones 讲席会计学副教授；2015年至今，任上海交通大学上海高级金融学院副院长、会计学教授、MBA项目主任；2016年1月至今，任上海宏力达信息技术股份有限公司独立董事；2016年1月至今，任富荣基金管理有限公司独立董事；2016年4月至今，任 Yintech Investment Holdings Limited（银科投资控股有限公司）独立董事；2017年9月至今，任公司独立董事。

8、万希灵女士：1962年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，中国注册会计师、中国注册税务师、中国经济师。1982年9月至1996年4月，历任新疆兵团物资局、新疆兵团物产集团财务部主任科员、副处长、主任；1996年5月至1998年9月，曾任深圳市中侨物业发展有限公司总经理助理兼财务部经理；1998年10月至1999年10月，曾任珠海育欣经贸有限公司财务总监；1999年11月至2002年8月，曾任深圳市岳华会计师事务所高级项目经理；2002年9月至2003年10月，曾任深圳市永信税务师事务所业务部经理；2011年10月至2018年9月，曾任新疆万达有限公司董事；2012年5月至2018年8月，曾任深圳市赛格导航科技股份有限公司独立董事；2003年10月至今，任深圳市大华泰来税务师事务所有限公司执行董事兼总经理；2016年1月至今，任青岛澳德思瑞智能免疫技术有限公司执行董事兼总经理；2017年9月至今，任公司独立董事。

9、徐国辉先生：1971年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，律师职称，苏州市仲裁委员会仲裁员。1994年8月至2009年12月，历任江苏苏州联合合力律师事务所律师、合伙人；2016年6月至2017年8月，曾任崇义县爱康房屋建筑有限公司执行董事兼总经理；2017年2月至2018年9月，曾任广东华赣融资租赁有限责任公司监事；2008年1月至今，任江苏爱康

科技股份有限公司董事；2010年12月至今，任九江赛翡蓝宝石科技有限公司董事；2011年10月至今，任江苏爱康房地产开发有限公司董事；2013年7月至今，任苏州广厦物业管理有限公司董事长；2015年11月至今，任张家港保税科技（集团）股份有限公司独立董事；2016年8月至今，任江西省金控融资租赁股份有限公司监事；2016年9月至今，任抚州诚投融资租赁有限公司监事；2017年2月至今，任江西金诺国际融资租赁有限公司监事；2017年3月至今，任寻乌爱康房地产开发有限公司执行董事兼总经理；2017年4月至今，任江苏沙钢股份有限公司独立董事；2017年8月至今，任苏州润德新材料有限公司董事长；2017年12月至今，任张家港保税区至信新能源有限公司董事长兼总经理；2018年8月至今，任太仓中拓新能源有限公司总经理；2018年8月至今，任上海烁阳新能源科技有限公司执行董事；2017年9月至今，任公司独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会由3名监事组成，现任监事基本情况如下：

序号	姓名	职务	任期起止日期
1	李斌桢	监事会主席、采购总监	2017.9.1-2020.8.31
2	田道扬	监事、物流经理	2017.9.1-2020.8.31
3	陈建华	职工代表监事、KA经理	2017.9.1-2020.8.31

1、李斌桢先生：1982年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，注册采购师。2006年4月至2011年2月，曾任LG Soucing Inc Shanghai office 采购专员；2011年3月至2011年8月，曾任利丰贸易服务（上海）有限公司高级采购员；2012年3月至2017年8月，曾任品渥有限（2016年6月前为魁春实业）采购总监；2017年9月至今，任公司采购总监、监事会主席。

2、田道扬先生：1966年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，初中学历。1986年1月至1991年5月，曾任湖北省石首市供销社包装厂工长；1992年1月至1997年3月，曾从事个体经营；1997年4月至2017年8月，曾任品渥有限（2016年6月前为魁春实业）物流部经理；2017年9月至今，任公司监事、物流经理。

3、陈建华先生：1965年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专

学历。1985年10月至2004年11月，曾任上海化学试剂有限公司销售主管；2004年12月至2017年8月，曾任品渥有限（2016年6月前为魁春实业）KA经理；2017年9月至今，任公司职工代表监事、KA经理。

（三）高级管理人员

公司共有4名高级管理人员，基本情况如下：

序号	姓名	职务
1	王牧	董事长、总经理
2	赵宇宁	董事、副总经理、市场总监
3	宋奇峰	董事、副总经理
4	朱国辉	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监

1、王牧先生：董事长兼总经理，简历请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“（一）董事会成员”。

2、赵宇宁先生：董事兼副总经理、市场总监，简历请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“（一）董事会成员”。

3、宋奇峰先生：董事兼副总经理，简历请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“（一）董事会成员”。

4、朱国辉先生：董事兼副总经理、董事会秘书、财务总监，简历请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“（一）董事会成员”。

（四）其他核心人员

公司其他核心人员基本情况如下：

序号	姓名	职务
1	吴鸣鹂	电子商务销售总监
2	段鹏	品牌经理

1、吴鸣鹂女士：1986年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2008年4月至2012年4月，曾任香港电子器材有限公司销售代表；2012年7月至2017年8月，曾任品渥有限（2016年6月前为魁春实业）电子商务销售总监；2017年9月至今，任公司电子商务销售总监。

2、段鹏先生：1980年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2000年7月至2004年2月，曾任上海尚美广告有限公司美术指导；2004年3月至2006年4月，曾任上海银阁广告有限公司创意总监；2006年5月至2009年10月，曾任上海茂网计算机技术有限公司运营总监；2009年11月至2011年8月，曾任惠佳贝食品有限公司产品经理；2011年8月至2017年8月，曾任品渥有限（2016年6月前为魁春实业）品牌经理；2017年9月至今，任公司品牌经理。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截止本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员在公司及其子公司之外的兼职情况如下：

姓名	在发行人担任职务	其他任职单位	兼任职务	任职单位与发行人关系
王 牧	董事长、总经理	上海墨利	董事长兼总经理	发行人之合营公司
		熹利投资	执行事务合伙人	发行人股东
		品渥天莱	执行事务合伙人	同一实际控制人
赵宇宁	董事、副总经理、市场总监	上海墨利	董事	发行人之合营公司
吴柏康	董事	上海久柏商贸有限公司 ^{注1}	执行董事	关联法人
		上海柏博商贸有限公司 ^{注2}	执行董事	关联法人
		上海恒杨基础处理技术工程有限公司 ^{注3}	监事	无关联关系
万希灵	独立董事	青岛澳德思瑞智能免疫技术有限公司	执行董事兼总经理	关联法人
		深圳市大华泰来税务师事务所有限公司	执行董事兼总经理	关联法人
李 峰	独立董事	上海交通大学上海高级金融学院	副院长、会计学教授、金融MBA项目主任	无关联关系
		Yintech Investment Holdings Limited（银科投资控股有限公司）	独立董事	关联法人

姓名	在发行人担任职务	其他任职单位	兼职职务	任职单位与发行人关系
		上海宏力达信息技术股份有限公司	独立董事	关联法人
		富荣基金管理有限公司	独立董事	关联法人
徐国辉	独立董事	张家港保税区至信新能源有限公司	董事长兼总经理	关联法人
		张家港保税科技（集团）股份有限公司	独立董事	关联法人
		寻乌爱康房地产开发有限公司	执行董事兼总经理	关联法人
		苏州润德新材料有限公司	董事长	关联法人
		苏州广厦物业管理有限公司	董事长	关联法人
		江苏爱康房地产开发有限公司	董事	关联法人
		江苏爱康科技股份有限公司	董事	关联法人
		九江赛翡蓝宝石科技有限公司	董事	关联法人
		江苏沙钢股份有限公司	独立董事	关联法人
		太仓中拓新能源有限公司	总经理	关联法人
		上海烁阳新能源科技有限公司	执行董事	关联法人
		抚州诚投融资租赁有限公司	监事	无关联关系
		江西金诺国际融资租赁有限公司	监事	无关联关系
		江西省金控融资租赁股份有限公司	监事	无关联关系
李斌楨	监事会主席、 采购总监	上海墨利	监事	发行人之合 营公司
段 鹏	品牌经理	上海墨利	董事	发行人之合 营公司
		上海莫尼建筑材料有限公司 ^{注4}	监事	无关联关系

注 1：该企业已被吊销营业执照；

注 2：该企业已被吊销营业执照；

注 3：该企业已被吊销营业执照；

注 4：该企业已被吊销营业执照。

除上述兼职情况外，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在在公司及其子公司之外的其他兼职情形。

（六）董事、监事、高级管理人员的提名及选聘情况

1、董事提名及选聘情况

2017年9月1日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，根据发起人王牧推荐，全体股东一致选举王牧、吴柏赓、宋奇峰、徐松莉、朱国辉、赵宇宁、李峰、万希灵、徐国辉为品渥食品第一届董事会董事，其中，李峰、万希灵、徐国辉为独立董事。同日，公司第一届董事会第一次会议选举王牧为公司董事长。

2、监事提名及选聘情况

2017年9月1日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，根据发起人王牧推荐，全体股东一致选举李斌桢、田道扬为品渥食品非职工代表监事，与由职代会选举产生的职工代表陈建华组建第一届监事会。同日，公司第一届监事会第一次会议选举李斌桢为公司监事会主席。

3、高级管理人员选聘情况

2017年9月1日，公司第一届董事会第一次会议聘任王牧担任本届公司总经理，朱国辉、宋奇峰、赵宇宁担任副总经理，朱国辉担任董事会秘书兼财务总监。

（七）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间存在的亲属关系

公司董事长兼总经理王牧与董事兼产品开发总监徐松莉系夫妻关系，公司董事长兼总经理王牧与公司监事兼物流经理田道扬系表兄弟。除此之外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在亲属关系。

（八）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员了解发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员通过参加保荐机构及发行人律师、发行人会计师组织的上市辅导培训，自行学习与发行上市相关的法律法规，已经了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任。

二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况

截止本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员其他对外投资情况如下：

姓名	在公司职务	对外投资公司	出资额 (万元)	持股比例/ 权益比例	主营业务
王 牧	董事长兼 总经理	熹利投资	309.77	44.22%	投资管理，投资咨询。（未经金融等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）（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）
		品渥天莱	2,500.00	83.33%	从事对非上市企业的股权投资、通过认购非公开发行股票或者受让股权等方式持有上市公司股份以及相关咨询服务。
吴柏赓	董事	厦门京道智和投资合伙企业（有限合伙）	500.00	10.00%	对第一产业、第二产业、第三产业的投资(法律、法规另有规定除外);投资管理(法律、法规另有规定除外)。
		上海久柏商贸有限公司 ^{注1}	30.00	60.00%	食品（按卫生许可证）食品机械，百货，皮革制品，卫生洁具，厨房用品，文教及办公用品，五金交电，建材，汽摩配件，化妆品，劳防用品（批发零售代购代销）商品信息咨询（服务）
		上海柏博商贸有限公司 ^{注2}	24.50	49.00%	包装食品，冷冻食品，糖果，保健品，乳制品，调味品，食品机械，日用百货，皮革制品，卫生洁具，厨房用品，饮料，文教用品，五金交电，建材，汽摩配件销售
赵宇宁	董事、副 总经理、 市场总监	熹利投资	100.00	14.29%	投资管理，投资咨询。（未经金融等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）（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）
		品渥天莱	300.00	10.00%	从事对非上市企业的股权投资、通过认购非公开发行股票或者受让股权等方式持有上市公司股份以及相关咨询服务。
朱国辉	董事、副 总经理、 董事会秘 书、财务 总监	熹利投资	100.00	14.29%	投资管理，投资咨询。（未经金融等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）（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）
		品渥天莱	200.00	6.67%	从事对非上市企业的股权投资、通过认购非公开发行股票或者受让股权等方式持有上市公司股份以及相关咨询服务。
徐国辉	独立董事	赣州市征途投资管理合伙企业（有限合伙）	4,995.00	99.90%	股权投资、投资管理（不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发放贷款等国家金融、证券、期货及财政信用业务）(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可批

姓名	在公司职务	对外投资公司	出资额 (万元)	持股比例/ 权益比例	主营业务
					后方可开展经营活动)
		江阴爱康投资有限公司	44.70	4.47%	利用自有资金对外投资。(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)
万希灵	独立董事	青岛澳德思瑞智能免疫技术有限公司	75.00	75.00%	动物用医疗器械的技术研发、委托加工、销售机械设备及其技术服务;货物和技术进出口(法律、行政法规禁止的项目除外,法律行政法规限制的项目应取得许可方可经营)(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)
		深圳市大华泰来税务师事务所有限公司	97.00	97.00%	提供代办税务登记、纳税和退税、减免税申报、建账记账、增值税一般纳税人资格认定申请,利用主机共享服务系统为增值税一般纳税人代开增值税专用发票,代为制作涉税文书,以及开展税务咨询(顾问)、税收筹划、涉税培训等涉税服务业务;承办企业所得税汇算清缴纳税申报的鉴证,企业税前弥补亏损和财产损失鉴证,国家税务总局和省税务局规定的其他涉税鉴证业务。
		深圳市盛世鑫投资管理顾问有限公司	30.21	60.42%	受托资产管理(不得从事信托、金融资产管理、证券资产管理业务);受托管理股权投资基金(不得从事证券投资活动;不得以公开方式募集资金开展投资活动;不得从事公开募集基金管理业务);投资兴办实业(具体项目另行申报);股权投资、投资咨询、投资顾问、企业管理咨询、经济信息咨询、财务咨询(不含限制项目);国内贸易(不含专营、专控、专卖商品)。(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)
李斌楨	监事会主席、采购总监	江阴驰澄金属制品股份有限公司	7.50	0.50%	结构性金属制品的制造、加工、销售、检测。(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)
		熹利投资	19.50	2.79%	投资管理,投资咨询。(未经金融等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)(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)

姓名	在公司职务	对外投资公司	出资额 (万元)	持股比例/ 权益比例	主营业务
陈建华	职工代表 监事、KA 经理	熹利投资	6.00	0.86%	投资管理，投资咨询。（未经金融等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）（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）
田道扬	监事、物 流经理	熹利投资	5.47	0.78%	投资管理，投资咨询。（未经金融等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）（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）
吴鸣鹏	电子商务 销售总监	熹利投资	21.33	3.05%	投资管理，投资咨询。（未经金融等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）（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）
段鹏	品牌经理	熹利投资	5.60	0.80%	投资管理，投资咨询。（未经金融等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）（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）
		上海茂网计算机技术有限公司	4.00	10.00%	计算机网络领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，计算机软硬件、通讯器材、摄影器材、数码产品、运动器械、日用品、园艺装饰品、礼品、工艺品、游戏机模型、游戏软件、体育用品、旅游用品、汽车及摩托车配件、自行车、家具、办公设备及耗材、家用电器及小家电、百货的销售，商务信息咨询。【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】
		上海林纳物业网络科技有限公司 ^{注3}	40.00	40.00%	住宅智能化系统,住宅维修技术咨询,建筑工程技术咨询服务,(涉及许可证凭证经营)。

注 1：该企业已被吊销营业执照；

注 2：该企业已被吊销营业执照；

注 3：该企业已被吊销营业执照。

三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持股情况

（一）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接持股情况

截止本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接持有本公司股份情况如下：

姓名	职务	持股数（万股）	持股比例
王 牧	董事长、总经理	4,500.00	60.00%
吴柏庚	董事	1,875.00	25.00%
宋奇峰	董事、副总经理、市场总监	375.00	5.00%
徐松莉	董事、产品开发总监	225.00	3.00%

除此之外，不存在其他董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接持有公司股份的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属间接持股情况

截止本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属间接持有本公司股份情况如下：

姓名	职务	持股平台	在持股平台持股比例	间接持有公司股份比例
王 牧	董事长、总经理	熹利投资	44.22%	3.10%
朱国辉	董事、副总经理、财务总监、董事会秘书	熹利投资	14.29%	1.00%
赵宇宁	董事、副总经理、市场总监	熹利投资	14.29%	1.00%
吴鸣鹂	电子商务销售总监	熹利投资	3.05%	0.21%
李斌楨	采购总监、监事会主席	熹利投资	2.79%	0.20%
陈建华	KA 经理、监事	熹利投资	0.86%	0.06%
段 鹏	品牌经理	熹利投资	0.80%	0.06%
田道扬	物流经理、监事	熹利投资	0.78%	0.05%

除此之外，不存在其他董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属间接持有公司股份的情况。

（三）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属所持股份质押或冻结情况

截止本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属所持有的本公司股份不存在质押或冻结的情况。

四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

（一）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、所履行的程序以及比重

公司确定董事、监事薪酬的原则是：对于非独立董事，在公司担任职务的，领取担任职务相应的薪酬；不担任职务的，不领取薪酬。

经公司 2017 年创立大会暨第一次股东大会批准，独立董事津贴为 10 万元/年，按年度发放，2017 年按照 4 个月发放。

公司高级管理人员及其他核心人员由公司根据其承担的职责、经营业绩考核结果确定其薪酬总额，由月工资、绩效奖和年终奖组成。2015-2017 年度、2018 年 1-6 月，公司董事、监事和高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占各期利润总额的比例分别是 3.74%、2.91%、4.12% 和 3.82%。

（二）最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年一期从本公司领取薪酬的情况如下：

序号	姓名	公司职务	2017 年度税前薪酬（元）	2018 年 1-6 月税前薪酬（元）	备注
1	王 牧	董事长、总经理	595,000.00	310,644.00	-
2	宋奇峰	董事、副总经理	446,375.00	146,270.00	-
3	赵宇宁	董事、副总经理、市场总监	493,000.00	245,508.00	-
4	朱国辉	董事、副总经理、财务总监、 董事会秘书	452,200.00	219,516.00	-

序号	姓名	公司职务	2017年度税前薪酬（元）	2018年1-6月税前薪酬（元）	备注
5	吴柏赓	董事	150,000.00	66,300.00	-
6	徐松莉	董事、产品开发总监	176,350.00	79,320.00	-
7	李峰	独立董事	33,333.33	50,000.00	2017年9月起担任独立董事，年薪10万元
8	万希灵	独立董事	33,333.33	50,000.00	2017年9月起担任独立董事，年薪10万元
9	徐国辉	独立董事	33,333.33	50,000.00	2017年9月起担任独立董事，年薪10万元
10	李斌楨	监事会主席、采购总监	230,865.83	137,352.00	-
11	田道扬	监事、物流经理	117,075.00	80,805.05	-
12	陈建华	职工代表监事、KA经理	185,087.90	99,443.18	-
13	吴鸣鹂	电子商务销售总监	302,935.88	132,072.87	-
14	段鹏	品牌经理	176,425.00	107,909.97	-

五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签订的协议及其履行情况

发行人与在公司任职并领取薪酬的董事、监事、高级管理人员与其他核心人员签订了《劳动合同》（与独立董事签订了《劳务合同》）。截止本招股说明书签署日，上述合同履行正常，不存在违约情形。

六、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况

（一）董事变动情况

1、2015年12月28日，公司召开股东会，选举王牧、吴柏赓、宋奇峰担任公司董事，并经董事会选举由王牧担任董事长。

2、2017年9月1日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举王牧、吴柏赓、宋奇峰、徐松莉、朱国辉、赵宇宁担任第一届董事会董事，并经董事会推荐，选举李峰、万希灵、徐国辉担任第一届董事会独立董事。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举王牧担任第一届董事会董事长。

（二）监事变动情况

1、2015年12月28日，公司召开股东会，决议同意徐松莉辞去监事职位，

选举刘丹担任公司监事。

2、2017年9月1日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举李斌桢、田道扬担任第一届监事会监事，与公司职工代表大会选举的职工代表监事陈建华共同组成第一届监事会。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举李斌桢担任第一届监事会主席。

（三）高级管理人员变动情况

1、2016年1月1日至2017年9月1日，公司由王牧担任总经理，2016年3月31日前公司未设副总经理，2016年3月31日至2017年9月1日，公司聘任宋奇峰、赵宇宁、朱国辉担任副总经理，朱国辉担任公司财务总监。

2、2017年9月1日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任王牧为公司总经理，聘任宋奇峰、赵宇宁、朱国辉为公司副总经理，聘任朱国辉为财务总监兼董事会秘书。

（四）董事、监事、高级管理人员变动原因

公司上述人员变动，系公司正常经营管理需要，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。报告期内，公司实际控制人未发生变动，管理层人员稳定，上述变动未对公司经营战略、经营模式产生重大影响。

七、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及审计委员会的运行及履职情况

（一）公司治理存在的缺陷及改进情况

股份公司设立以来，发行人根据《公司法》、《证券法》等法律、法规和规范性文件的要求，制定了《公司章程》，建立健全了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《对外担保制度》、《关联交易决策制度》、《重大经营与投资决策管理制度》、《信息披露管理制度》、《募集资金管理制度》、《投资者关系管理制度》、《累积投票制实施细则》等管理制度，组建了由股东大会、董

事会、监事会和高级管理层组成的权责明确、运作规范的法人治理结构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间相互协调、相互制衡的机制。公司股东大会、董事会、监事会依法独立运作，相关人员切实行使各自权利，履行义务与职责。

（二）股东大会实际运行情况

自股份公司设立至本招股说明书签署日，公司共召开了 5 次股东大会。历次会议全体股东均全部出席。

股东大会依据《公司法》、《证券法》等法律法规以及《公司章程》、《股东大会议事规则》等相关规章制度规范运作。股东大会在召集方式、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，对公司董事、监事的选举、财务预决算、利润分配、《公司章程》及其他主要管理制度的制定和修改、关联交易的审批、首次公开发行股票并在创业板上市的决策和募集资金投向等重大事宜依法作出了有效决议。

公司股东大会的召开及决议内容合法有效，不存在董事或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（三）董事会实际运行情况

自股份公司设立至本招股说明书签署日，公司共召开了 5 次董事会。历次会议全体董事均全部出席。

公司董事会依据《公司法》、《证券法》等法律法规以及《公司章程》、《董事会议事规则》等相关规章制度规范运作。公司董事会成员严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使职权。公司董事会在召集方式、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，对高级管理人员的聘任、财务预决算、利润分配、股东大会的召开、《公司章程》及其他主要管理制度的制定和修改、首次公开发行股票并在创业板上市的决策和募集资金投向等重大事宜依法作出了有效决议。

公司董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。

（四）监事会实际运行情况

自股份公司设立至本招股说明书签署日，公司共召开了5次监事会。历次会议全体监事均全部出席。

公司监事会依据《公司法》、《证券法》等法律法规以及《公司章程》、《监事会议事规则》等相关规章制度规范运作。公司监事会在召集方式、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，对财务预决算、利润分配等事宜依法作出了有效决议。

公司监事会的召开及决议内容合法有效，不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（五）独立董事履职情况

2017年9月1日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，全体股东一致选举李峰、万希灵、徐国辉为公司独立董事。

自公司聘任独立董事以来，公司独立董事严格按照《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》等的规定行使权力、履行义务，积极参与公司决策，对公司治理结构的完善和规范运作起到了积极作用。

报告期内，公司未发生独立董事对董事会审议事项提出异议的情形。

（六）董事会秘书履职情况

2017年9月1日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任朱国辉先生为公司财务总监兼董事会秘书。公司已根据中国证监会、深圳证券交易所最新法律法规及规范性文件的要求制定了《董事会秘书工作细则》。

公司董事会秘书自任职以来，严格按照《公司章程》和《董事会秘书工作细则》的规定履行职责，认真筹备董事会和股东大会，并及时向公司股东、董事通报公司有关信息，与股东建立了良好关系，为公司治理结构的完善、股东大会以及董事会的正常运行发挥了应有的作用。

（七）审计委员会及其他专门委员会人员构成及运行情况

本公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，并制定了相应的董事会专门委员会工作细则。公司董事会专门委员会人员构成情况如下：

委员会	主任委员	委员
审计委员会	万希灵	万希灵、李峰、朱国辉
战略委员会	王牧	王牧、赵宇宁、李峰
提名委员会	徐国辉	徐国辉、李峰、王牧
薪酬与考核委员会	李峰	李峰、徐国辉、王牧

公司董事会专门委员会设立后，严格按照《公司法》等相关法律法规、《公司章程》以及董事会专门委员会工作细则的规定履行职责，强化了公司董事会的决策功能，进一步完善了公司治理结构。

八、发行人内部控制的自我评估意见以及注册会计师鉴证意见

（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

公司已根据《公司法》的规定，参照上市公司的规范要求，建立了较为规范、完善的公司治理结构，已经形成了以股东大会为最高权力机构、董事会为决策机构、经理层为执行机构、监事会为监督机构，各司其职、互相协调的企业法人治理结构。公司参照财政部等五部委联合发布的《企业内部控制基本规范》等相关规定，已经建立起一套比较完整且运行有效的内部控制体系，从公司治理层面到各业务流程层面均建立了系统的内部控制制度及必要的内部监督机制，为公司经营管理的合法合规、资产安全、财务报告及相关信息的真实完整、提高经营效率和效果，促进企业实现发展战略提供了合理保障。

公司管理层认为：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，不存在财务报告内部控制重大缺陷。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。

自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

2018年8月22日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具《品渥食品股份有限公司内部控制鉴证报告》（信会师报字[2018]第ZA15615号），认为：品渥食品按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于2018年6月30日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

九、报告期内发行人违法违规行为

报告期内，公司及子公司存在违法违规行为受到行政处罚的情况如下：

处罚人	被处罚人	处罚文书号	处罚金额 (万元)	处罚时间	处罚理由	是否缴纳 罚款
上海市普陀区市场监督管理局	品渥食品	普市监岸处字[2015]第070201510137号	2.00	2015.6.29	虚假宣传	是
永州市工商行政管理局零陵分局	品渥食品	永零工商案罚字[2016]74号	2.00	2016.5.26	虚假宣传	是
重庆市南岸区质量技术监督局	北京品利	(南岸)质监罚字[2015]63号	0.30	2015.8.4	销售净含量不合格	是
广州市越秀区国家税务局	品渥食品广州分公司	穗越国税[2016]1024号	0.02	2016.7.12	逾期申报企业所得税	是
广州市越秀区国家税务局	品渥食品广州分公司	穗越国税[2017]1191号	0.02	2017.6.2	逾期申报企业所得税	是

2018年1月30日，上海市普陀区市场监督管理局出具《证明》，确认品渥食品上述普市监岸处字[2015]第070201510137号行政处罚不属于重大行政处罚。

2018年4月23日，永州市工商行政管理局零陵分局出具《证明》，确认品渥食品上述永零工商案罚字[2016]74号行政处罚不属于重大违法违规行为。

2018年4月11日，重庆市南岸区质量技术监督局出具《证明》，确认北京品利上述（南岸）质监罚字[2015]63号行政处罚为一般违法行为，不属于严重违法行为。

2018年4月24日，广州市越秀区国家税务局出具《涉税征信情况》，确认品渥食品广州分公司除上述处罚外，不存在其他税收违法违章行为。

除上述事项外，报告期内，公司及子公司严格按照相关法律法规及《公司章程》的规定开展经营活动，不存在重大违法违规行为，相关主管政府部门已出具无重大违法违规情况的证明。

十、报告期内发行人资金占用和对外担保情况

截止本招股说明书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式违规占用的情形。报告期内，公司与关联方之间的资金往来情况参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易”之“（二）偶发性关联交易”。

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保或其他担保的情形。

十一、发行人资金管理、对外投资、担保事项的政策及制度安排和执行情况

（一）资金管理的制度安排及执行情况

公司制定了资金管理的相关制度，从财务部门岗位分离、制约与监督；健全完善对银行账户的管理；对印鉴、票据的日常管理；对库存现金及坐支现象的管理；日常经营资金的调拨与支付管理；往来账款的管理等方面进行了规定，并严格执行。在报告期内，公司严格按照该项规定履行资金的使用及审批程序。

（二）对外投资事项的制度安排及执行情况

1、对外投资的权限与审批程序

(1) 董事长有权决定以下事项：

①交易涉及的资产总额，不超过公司最近一期经审计总资产的 10%，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算依据；

②交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入，不超过公司最近一个会计年度经审计营业收入的 10%，或绝对金额不超过 500 万元的；

③交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润，不超过公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%，或绝对金额不超过 100 万元的；

④交易的成交金额（包括承担的债务和费用），不超过公司最近一期经审计净资产的 10%，或绝对金额不超过 500 万元的；

⑤交易产生的利润，不超过公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%，或绝对金额不超过 100 万元的；

(2) 以下事项需提交董事会审议通过方能实施：

①交易涉及的资产总额，超过公司最近一期经审计总资产的 10%但低于 50%的，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算依据；

②交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入，超过公司最近一个会计年度经审计营业收入的 10%，且绝对金额超过 500 万元的；

③交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润，超过公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%，且绝对金额超过 100 万元的；

④交易的成交金额（包括承担的债务和费用），超过公司最近一期经审计净资产的 10%，且绝对金额超过 500 万元的；

⑤交易产生的利润，超过公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%，且绝对金额超过 100 万元的。

(3) 以下事项由董事会审议通过后，提交股东大会审议通过后实施：

①交易涉及的资产总额，占公司最近一期经审计总资产的 50%以上，该交

易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算依据；

②交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入，占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50% 以上，且绝对金额超过 3,000 万元；

③交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润，占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50% 以上，且绝对金额超过 300 万元；

④交易的成交金额（包括承担的债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50% 以上，且绝对金额超过 3,000 万元；

⑤交易产生的利润，占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50% 以上，且绝对金额超过 300 万元。

除前款规定外，公司根据实际情况判断与日常经营管理有关的事项可能对公司的财务状况、经营成果产生重大影响的，或深圳证券交易所根据实际情况认定合同的履行可能对公司的财务状况、经营成果产生重大影响的，应将该等事项提交董事会或股东大会审议。

2、发行人对外投资决策制度的执行情况

公司自建立对外投资制度以来，公司对外投资事项一直严格按照对外投资制度进行，未发生违规对外投资的情况。

（三）对外担保事项的制度安排及执行情况

1、对外担保的权限与审批程序

公司财务部对被担保方的基本情况进行核查分析后提出申请报告，申请报告经公司财务负责人审批同意后，报公司总经理审批。公司总经理审批同意后，提交公司董事会审议决定。公司董事会根据《公司章程》有关董事会对外担保审批权限的规定，行使对外担保的决策权。超过《公司章程》规定的董事会的审批权限的，董事会应当在审议通过后提交股东大会审议。董事会组织管理和实施经股东大会通过的对外担保事项。董事会审议对外担保事项，应当经出席董事会会议的三分之二以上董事审议同意。

公司下列对外担保行为，董事会审议通过后须经股东大会审议通过：

- （1）单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10% 的担保；
- （2）公司及其控股子公司的对外担保总额，达到或超过公司最近一期经审计净资产 50% 以后提供的任何担保；
- （3）为资产负债率超过 70% 的担保对象提供的担保；
- （4）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30% 的担保；
- （5）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50% 且绝对金额超过人民币 3,000 万元的担保；
- （6）对股东、实际控制人及其关联人提供的担保；
- （7）证券交易所或《公司章程》规定的其他需由股东大会审议的担保情形。

公司股东大会审议担保事项时，应当经出席会议的股东所持有表决权的二分之一以上通过。但股东大会审议第（4）项担保事项时，应当经出席会议的股东所持有表决权的三分之二以上通过。

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

公司可在必要时聘请外部专业机构对实施对外担保的风险进行评估，以作为董事会或股东大会进行决策的依据。

公司独立董事应在董事会审议对外担保事项时发表独立意见，必要时聘请会计师事务所对公司累计和当期的对外担保情况进行核查。如发现异常情况，应及时向董事会和监管部门报告并公告。

2、发行人对外担保制度的执行情况

公司自建立对外担保制度以来，公司对外担保事项一直严格按照对外担保制度进行，未发生违规对外担保的情况。

十二、投资者权益保护情况

（一）建立健全内部信息披露制度和流程

为保证投资者及潜在投资者的合法权益，促进公司规范经营，公司根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等有关法律法规规定，制定了《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》、《重大信息内部报告制度》、《内幕系知情人登记管理制度》等制度，确保公司按照有关法律法规的要求履行信息披露义务，加强信息披露的管理工作，明确信息披露的流程。

（二）完善公司投票机制

为有效保护投资者的合法权益，根据上市后适用的《公司章程（草案）》规定，公司股东大会选举董事、监事时实行累积投票制，并在审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者进行单独计票制，以切实有效保护中小投资者选择公司经营者的权利。同时《公司章程（草案）》还规定了网络投票表决方式，对法定事项采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决，以保证中小投资者参与公司股东大会的权利。

（三）其他保护投资者合法权益的措施

除上述制度外，公司还制定了《股东大会议事规则》、《董事会秘书工作细则》等文件，保障公司与投资者实现良好的沟通，为投资者尤其是中小投资者在获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等方面提供制度保障，从而达到提升公司治理水平、实现公司整体利益最大化、切实保障投资者权益的目标。

第九节 财务会计信息与管理层分析

本节引用的财务会计数据及相关财务信息，非经特别说明，均引自经注册会计师审计的财务报表及其附注。除另有注明外，公司财务数据和财务指标等均以合并会计报表的数据为基础进行计算。

本节的财务会计数据及有关说明反映了本公司报告期内经审计财务报表及附注的主要内容，本公司提醒投资者关注财务报表和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、财务报表及审计意见

（一）审计意见

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 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、合并及母公司所有者权益变动表以及相关财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（信会师报字[2018]第 ZA15614 号）。

（二）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
流动资产				
货币资金	69,493,552.16	59,842,929.80	62,209,931.86	112,543,196.47
应收票据及应收账款	119,274,891.71	121,485,180.45	90,129,412.89	99,541,794.16
预付款项	3,239,881.79	3,040,287.25	1,044,514.14	2,259,319.20
其他应收款	3,997,052.80	4,854,017.67	4,427,883.89	19,054,640.64
存货	241,562,329.57	328,478,599.50	252,588,344.18	280,217,119.61
其他流动资产	13,313,074.48	24,334,498.61	7,628,254.21	20,717,150.67
流动资产合计	450,880,782.51	542,035,513.28	418,028,341.17	534,333,220.75
非流动资产				

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
长期股权投资	37,810.58	-	-	-
固定资产	2,473,156.68	3,225,187.76	26,905,463.07	4,546,248.35
在建工程	61,778,495.02	15,362,495.27	-	-
无形资产	45,185,365.95	45,987,017.12	48,045,763.40	98,102.72
递延所得税资产	3,127,173.48	4,079,208.22	5,442,158.37	6,248,735.41
非流动资产合计	112,602,001.71	68,653,908.37	80,393,384.84	10,893,086.48
资产总计	563,482,784.22	610,689,421.65	498,421,726.01	545,226,307.23
流动负债				
短期借款	11,386,734.74	-	-	-
应付票据及应付账款	223,131,856.67	339,281,382.20	267,553,043.75	376,370,604.54
预收款项	12,107,517.62	15,097,489.17	38,035,907.89	31,419,160.89
应付职工薪酬	4,657,353.89	9,081,943.78	6,367,049.05	6,705,769.01
应交税费	12,254,615.07	30,447,044.23	7,118,637.10	29,591,631.88
其他应付款	52,206,719.51	54,277,593.99	65,309,016.59	89,444,154.83
一年内到期的非流动负债	4,500,000.00	-	-	-
流动负债合计	320,244,797.50	448,185,453.37	384,383,654.38	533,531,321.15
非流动负债				
长期借款	45,500,000.00	-	-	-
递延所得税负债	2,153,560.80	861,734.01	1,508,247.93	-
非流动负债合计	47,653,560.80	861,734.01	1,508,247.93	-
负债合计	367,898,358.30	449,047,187.38	385,891,902.31	533,531,321.15
所有者权益				
股本	75,000,000.00	75,000,000.00	37,600,000.00	2,000,000.00
资本公积	25,873,997.91	25,873,997.91	7,660,000.00	-
其他综合收益	3,841.27	4,452.05	-	-
盈余公积	2,834,188.09	2,834,188.09	5,081,180.20	2,382,119.71
未分配利润	91,872,398.65	57,929,596.22	62,188,643.50	7,312,866.37
归属于母公司所有者权益合计	195,584,425.92	161,642,234.27	112,529,823.70	11,694,986.08
所有者权益合计	195,584,425.92	161,642,234.27	112,529,823.70	11,694,986.08
负债和所有者权益总计	563,482,784.22	610,689,421.65	498,421,726.01	545,226,307.23

2、合并利润表

单位：元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
一、营业总收入	612,225,031.09	1,215,576,943.46	1,098,659,665.45	994,599,379.13
其中：营业收入	612,225,031.09	1,215,576,943.46	1,098,659,665.45	994,599,379.13
二、营业总成本	569,327,130.04	1,128,724,292.50	1,020,443,260.98	946,149,397.02
其中：营业成本	376,656,780.91	731,750,750.32	628,078,023.89	520,778,172.45
税金及附加	2,126,300.71	7,294,482.90	3,429,673.11	8,604,399.90
销售费用	180,614,521.78	352,263,422.67	365,278,626.82	395,236,362.09

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
管理费用	12,606,269.06	31,447,326.71	27,036,884.32	21,869,226.13
研发费用	-	-	-	-
财务费用	1,133,168.94	4,548,796.94	7,167,546.60	-269,075.87
其中：利息费用	102,927.14	-	-	-
利息收入	168,656.22	837,168.30	528,591.85	1,904,193.83
资产减值损失	-3,809,911.36	1,419,512.96	-10,547,493.76	-69,687.68
加：其他收益	-	-	-	-
投资收益(损失以“-”号填列)	-12,189.42	-	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
公允价值变动收益(损失以“-”号填列)	-	-	-	-
资产处置收益(损失以“-”号填列)	-	-	-	-
汇兑收益(损失以“-”号填列)	-	-	-	-
三、营业利润(亏损以“-”号填列)	42,885,711.63	86,852,650.96	78,216,404.47	48,449,982.11
加：营业外收入	3,622,192.77	5,347,885.82	2,675,785.29	2,151,737.70
减：营业外支出	3,309.07	8,978,373.40	382,900.06	92,176.44
四、利润总额(亏损总额以“-”号填列)	46,504,595.33	83,222,163.38	80,509,289.70	50,509,543.37
减：所得税费用	12,561,792.90	27,075,364.86	22,934,452.08	11,701,174.89
五、净利润(净亏损以“-”号填列)	33,942,802.43	56,146,798.52	57,574,837.62	38,808,368.48
(一) 按经营持续性分类				
1、持续经营净利润(净亏损以“-”号填列)	33,942,802.43	56,146,798.52	57,574,837.62	38,808,368.48
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	33,942,802.43	56,146,798.52	57,574,837.62	38,808,368.48
2、少数股东损益	-	-	-	-
六、其他综合收益的税后净额	3,841.27	4,452.05	-	-
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	-	-	-	-

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
2、权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-
(二) 将重分类进损益的其他综合收益	3,841.27	4,452.05	-	-
1、权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-
2、可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-	-
3、持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-	-
4、现金流量套期损益的有效部分	-	-	-	-
5、外币财务报表折算差额	3,841.27	4,452.05	-	-
6、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	33,946,643.70	56,151,250.57	57,574,837.62	38,808,368.48
归属于母公司所有者的综合收益总额	33,946,643.70	56,151,250.57	57,574,837.62	38,808,368.48
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)	0.45	0.79	-	-
(二) 稀释每股收益(元/股)	0.45	0.79	-	-

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015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	663,923,242.96	1,259,346,505.09	1,202,087,401.10	951,252,713.24
收到其他与经营活动有关的现金	3,727,222.77	5,535,638.14	3,204,377.14	4,055,931.53
经营活动现金流入小计	667,650,465.73	1,264,882,143.23	1,205,291,778.24	955,308,644.77
购买商品、接受劳务支付的现金	464,904,566.00	902,833,176.81	852,436,280.22	601,808,256.24
支付给职工以及为职工支付的现金	35,457,593.56	59,764,167.27	53,681,204.24	47,721,929.82
支付的各项税费	56,075,829.05	67,798,336.34	76,769,568.31	84,984,489.64
支付其他与经营活动有关的现金	116,732,928.47	216,704,590.08	245,977,848.55	221,869,635.55
经营活动现金流出小计	673,170,917.08	1,247,100,270.50	1,228,864,901.32	956,384,311.25
经营活动产生的现金流量净额	-5,520,451.35	17,781,872.73	-23,573,123.08	-1,075,666.48
二、投资活动产生的现金流量				
处置固定资产、无形资产和其他	-	295.00	-	-

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
长期资产收回的现金净额				
投资活动现金流入小计	-	295.00	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	46,103,411.13	2,548,911.95	6,692,262.28	559,880.88
投资支付的现金	50,000.00	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	58,882,160.14	-
投资活动现金流出小计	46,153,411.13	2,548,911.95	65,574,422.42	559,880.88
投资活动产生的现金流量净额	-46,153,411.13	-2,548,616.95	-65,574,422.42	-559,880.88
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	12,400,000.00	35,600,000.00	-
取得借款收到的现金	61,386,734.74	-	-	-
筹资活动现金流入小计	61,386,734.74	12,400,000.00	35,600,000.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	597,827.14	30,000,000.00	-	-
筹资活动现金流出小计	597,827.14	30,000,000.00	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	60,788,907.60	-17,600,000.00	35,600,000.00	-
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-462.73	-257.84	71,891.98	-100,392.15
五、现金及现金等价物净增加额	9,114,582.39	-2,367,002.06	-53,475,653.52	-1,735,939.51
加：期初现金及现金等价物余额	56,700,540.89	59,067,542.95	112,543,196.47	114,279,135.98
六、期末现金及现金等价物余额	65,815,123.28	56,700,540.89	59,067,542.95	112,543,196.47

（三）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
流动资产				
货币资金	17,700,664.47	11,485,362.26	27,241,337.95	4,057,238.10
应收票据及应收账款	101,699,889.14	165,928,067.75	67,543,127.65	169,686,632.30
预付款项	2,476,633.19	2,817,636.23	483,720.59	1,781,907.81
其他应收款	82,286,812.87	56,077,925.01	31,098,335.50	16,601,347.86
存货	155,579,979.39	220,307,060.26	269,111,517.16	200,449,327.11
其他流动资产	4,831,195.57	6,713,156.33	4,590,745.99	3,656,475.22
流动资产合计	364,575,174.63	463,329,207.84	400,068,784.84	396,232,928.40
非流动资产				
长期股权投资	63,951,804.02	63,913,993.44	63,821,197.08	23,821,197.08
固定资产	1,853,213.92	2,412,598.78	3,636,310.93	2,916,606.81
无形资产	3,391,701.76	3,612,126.24	4,508,419.15	-

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
递延所得税资产	1,989,659.28	2,945,805.23	2,623,854.38	4,378,799.02
非流动资产合计	71,186,378.98	72,884,523.69	74,589,781.54	31,116,602.91
资产总计	435,761,553.61	536,213,731.53	474,658,566.38	427,349,531.31
流动负债				
短期借款	11,386,734.74	-	-	-
应付票据及应付账款	175,605,963.28	282,466,186.08	275,113,542.04	284,604,771.61
预收款项	57,873,853.36	60,553,113.33	60,262,458.74	40,983,952.05
应付职工薪酬	3,538,590.39	7,276,890.42	4,838,168.88	5,102,457.56
应交税费	11,482,323.51	26,757,518.29	6,558,619.40	27,264,052.55
其他应付款	33,855,055.48	40,229,144.67	45,265,332.76	57,024,457.89
流动负债合计	293,742,520.76	417,282,852.79	392,038,121.82	414,979,691.66
非流动负债				
非流动负债合计	-	-	-	-
负债合计	293,742,520.76	417,282,852.79	392,038,121.82	414,979,691.66
所有者权益				
股本	75,000,000.00	75,000,000.00	37,600,000.00	2,000,000.00
资本公积	29,695,194.99	29,695,194.99	11,481,197.08	3,821,197.08
盈余公积	1,452,068.38	1,452,068.38	3,699,060.49	1,000,000.00
未分配利润	35,871,769.48	12,783,615.37	29,840,186.99	5,548,642.57
所有者权益合计	142,019,032.85	118,930,878.74	82,620,444.56	12,369,839.65
负债和所有者权益总计	435,761,553.61	536,213,731.53	474,658,566.38	427,349,531.31

2、母公司利润表

单位：元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
一、营业收入	451,819,431.34	1,064,234,797.41	759,654,588.84	854,645,295.31
减：营业成本	308,707,809.45	762,305,868.11	457,121,859.72	578,769,009.61
税金及附加	1,876,896.39	3,903,759.39	1,550,074.09	4,908,642.89
销售费用	106,624,146.75	225,217,756.38	246,343,489.55	227,841,575.61
管理费用	9,550,670.32	25,484,847.64	17,766,029.47	8,686,913.36
研发费用	-	-	-	-
财务费用	615,111.06	2,794,812.97	5,420,143.42	907,401.76
其中：利息费用	102,927.14	-	-	-
利息收入	140,678.45	132,960.95	41,480.70	184,884.12
资产减值损失	-3,824,583.77	1,287,803.41	-7,019,778.57	3,262,338.88
加：其他收益	-	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	-12,189.42	10,000,000.00	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	28,257,191.72	53,239,949.51	38,472,771.16	30,269,413.20
加：营业外收入	3,339,782.22	5,053,694.77	2,446,291.29	1,920,554.75
减：营业外支出	3,309.07	130,073.64	348,851.26	74,196.99
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	31,593,664.87	58,163,570.64	40,570,211.19	32,115,770.96
减：所得税费用	8,505,510.76	14,814,296.46	13,579,606.28	6,729,103.36
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	23,088,154.11	43,349,274.18	26,990,604.91	25,386,667.60
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	23,088,154.11	43,349,274.18	26,990,604.91	25,386,667.60
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额				
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1、重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-
2、权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-
（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、可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-	-
3、持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-	-
4、现金流量套期损益的有效部分	-	-	-	-
5、外币财务报表折算差额	-	-	-	-
6、其他	-	-	-	-
六、综合收益总额	23,088,154.11	43,349,274.18	26,990,604.91	25,386,667.60
七、每股收益				
（一）基本每股收益（元/股）	-	-	-	-
（二）稀释每股收益（元/股）	-	-	-	-

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015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	572,165,849.65	1,102,681,403.96	960,742,005.62	769,792,097.53
收到其他与经营活动有关的现金	3,416,834.45	5,140,970.76	2,487,771.99	2,105,438.87
经营活动现金流入小计	575,582,684.10	1,107,822,374.72	963,229,777.61	771,897,536.40
购买商品、接受劳务支付的现金	401,686,184.59	850,063,536.20	651,114,560.89	590,593,153.30
支付给职工以及为职工支付的现金	28,689,829.45	46,898,842.37	37,274,746.40	29,926,137.91
支付的各项税费	40,771,126.56	36,263,443.59	48,875,514.31	39,819,676.96
支付其他与经营活动有关的现金	106,074,904.15	182,550,594.86	175,308,015.89	132,828,156.61
经营活动现金流出小计	577,222,044.75	1,115,776,417.02	912,572,837.49	793,167,124.78
经营活动产生的现金流量净额	-1,639,360.65	-7,954,042.30	50,656,940.12	-21,269,588.38
二、投资活动产生的现金流量				
取得投资收益收到的现金	-	10,000,000.00	-	-
投资活动现金流入小计	-	10,000,000.00	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	236,755.83	201,933.39	6,659,099.88	546,668.91
投资支付的现金	50,000.00	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	59,556,129.30	10,443,870.71
投资活动现金流出小计	286,755.83	201,933.39	66,215,229.18	10,990,539.62
投资活动产生的现金流量净额	-286,755.83	9,798,066.61	-66,215,229.18	-10,990,539.62
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	12,400,000.00	35,600,000.00	-
取得借款收到的现金	11,386,734.74	-	-	-
筹资活动现金流入小计	11,386,734.74	12,400,000.00	35,600,000.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	102,927.14	30,000,000.00	-	-
筹资活动现金流出小计	102,927.14	30,000,000.00	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	11,283,807.60	-17,600,000.00	35,600,000.00	-
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-201.08
五、现金及现金等价物净增加额	9,357,691.12	-15,755,975.69	20,041,710.94	-32,260,329.08
加：期初现金及现金等价物余额	8,342,973.35	24,098,949.04	4,057,238.10	36,317,567.18
六、期末现金及现金等价物余额	17,700,664.47	8,342,973.35	24,098,949.04	4,057,238.10

二、财务报表的编制基础及合并财务报表范围

（一）财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

（二）持续经营

公司对自报告期末起12个月的持续经营能力进行了评估，未发现影响本公司持续经营能力的事项，本公司以持续经营为基础编制财务报表是合理的。

（三）合并财务报表范围及变化情况

1、报告期末合并报表范围

截至2018年6月30日，公司合并财务报表范围包括北京市品利食品有限公司、品利（上海）食品有限公司、上海品渥物联网科技有限公司、Pinlive Foods GmbH等4家子公司，具体情况如下表所示：

序号	子公司名称	注册地	业务性质	持股比例	取得方式
1	北京市品利食品有限公司	北京	食品销售	100.00%	同一控制下合并
2	品利（上海）食品有限公司	上海	食品销售	100.00%	同一控制下合并
3	上海品渥物联网科技有限公司	上海	物联网服务	100.00%	非同一控制下合并
4	Pinlive Foods GmbH	德国	经营管理	100.00%	设立

2、报告期内合并范围的变化情况

报告期内，公司合并财务报表范围变化如下表所示：

序号	子公司名称	是否纳入合并财务报表范围			
		2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
1	北京市品利食品有限公司	是	是	是	是
2	品利（上海）食品有限公司	是	是	是	是
3	上海品渥物联网科技有限公司	是	是	是	否

序号	子公司名称	是否纳入合并财务报表范围			
		2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
4	Pinlive Foods GmbH	是	是	否	否

(1) 2017 年，合并范围增加 1 家子公司

德国品渥（Pinlive Foods GmbH），成立于 2017 年 5 月 30 日，注册资本为欧元 25,000.00 元，为公司全资子公司。

(2) 2016 年，合并范围增加 1 家子公司

上海品渥物联网科技有限公司（前身为上海奥光玩具有限公司），成立于 2000 年 9 月 27 日，注册资本 500 万元。2016 年 5 月，公司收购奥光玩具 100.00% 股权。2016 年 6 月，奥光玩具更名为上海品渥物联网科技有限公司。

三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素以及对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响公司收入的主要因素

（1）互联网零售行业的蓬勃发展

随着互联网技术的不断深化和普及，国内居民消费方式发生了较为深刻的变化。2017 年，我国互联网普及率达 55.80%，中国手机网民规模达 75,265 万人，分别较 2009 年增长 93.08% 和 222.42%。互联网用户规模的快速增加促进了我国居民商品购买习惯的改变，极大推动了我国网络购物产业的发展。根据国家统计局相关数据显示：2017 年，我国电子商务总体市场规模达 29.16 万亿，较 2015 年增长 59.34%。在此背景下，网上销售平台将成为优质食品企业实现突破发展的重要渠道。

（2）国内消费升级趋势的推动

随着国内人均收入水平的不断提升，消费者健康意识及饮食习惯不断改变，

从“吃饱”逐步转变到“吃好”。出于追求更高生活品质的消费动机，国内消费者购买要素更多集中在产品的品质、口感和健康指标上，而这些恰恰也是进口食品的优势所在。目前市场上畅销的进口食品，如“西班牙橄榄油”、“德国啤酒”等都是特色口味、专业品质的代言词。

（3）公司在品牌运营方面的优势

经过多年发展，公司已成功自主开发和推广“德亚”、“瓦伦丁”、“亨利”、“雅娜”等自有品牌及“品利”等合作品牌，上述品牌的品牌影响力逐年提升，在消费者中拥有较高的声誉和品牌辨识度。

未来，根据经营战略规划以及市场需求变化，公司将不断开发并推出更多自有品牌产品，拓宽产品范围、优化产品结构，推动公司持续稳定健康发展。

（4）公司在渠道建设及营销网络方面的优势

公司实施“紧跟新零售变化，布局全渠道”的渠道渗透策略。目前，公司已构建了高效的营销团队，形成了以线上电商平台，线下大型商超以及线下经销商等相结合的立体式营销渠道，基本实现了对各市场的全面覆盖，提高了产品销售的渗透力。

2、影响公司成本的主要因素

（1）收入规模

公司营业成本随业务发展而增加，营业成本的变动趋势与营业收入变动趋势一致。

（2）采购成本

公司业务模式较为新颖，不同于传统生产企业的原材料和能源采购。报告期内，公司采购的主要内容为进口食品和包装材料。进口食品和包装材料的采购成本是影响公司营业成本的关键因素。

3、影响公司费用的主要因素

2015-2017 年度、2018 年 1-6 月，公司期间费用合计占当期营业收入的比

例分别为 41.91%、36.36%、31.94%、31.75%。期间费用主要为销售费用，销售费用主要由促销费、运杂费、职工薪酬、报关代理费、劳务费、租赁费以及广告设计费构成。在可预见的未来，上述费用仍是影响公司销售费用的主要因素。

（二）对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

1、营业收入增长率

营业收入增长率代表公司业务发展的速度。2016 年度、2017 年度，公司营业收入较上年分别增长 10.46%、10.64%，公司产品销售逐年增长，业务发展情况良好。

2、毛利率及净利润

毛利率及净利润代表了公司的盈利能力和综合管理能力。2015-2017 年度、2018 年 1-6 月，公司综合毛利率分别为 47.64%、42.83%、39.80%、38.48%，公司产品具有较强的市场竞争力。2015-2017 年度、2018 年 1-6 月，公司归属于母公司股东的净利润分别为 3,880.84 万元、5,757.48 万元，5,614.68 万元、3,394.28 万元，公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 2,385.32 万元、6,355.82 万元、7,167.05 万元、3,122.78 万元，公司对于成本及费用的管控具有较高水平，公司盈利能力良好。

四、财务报告审计基准日至招股说明书签署日之间的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。

五、主要会计政策和会计估计

（一）会计期间

自公历1月1日至12月31日止为一个会计年度。

本财务报表期间为2015年1月1日至2018年6月30日。

（二）营业周期

本公司营业周期为12个月。

（三）记账本位币

本公司采用人民币为记账本位币。

境外子公司以其经营所处的主要经济环境中的货币为记账本位币，编制财务报表时折算为人民币。

（四）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

同一控制下企业合并：本公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

非同一控制下企业合并：本公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。本公司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；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后，计入当期损益。

为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他直接相关费用，于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券的交易费用，冲减权益。

（五）合并财务报表的编制方法

1、合并范围

本公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司（包括本公司所控制的被投资方可分割的部分）均纳入合并财务报表。

2、合并程序

本公司以自身和各子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则不调整

合并资产负债表期初数；将该子公司或业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

（六）合营安排分类及会计处理方法

合营安排分为共同经营和合营企业。

当本公司是合营安排的合营方，享有该安排相关资产且承担该安排相关负债时，为共同经营。

本公司确认与共同经营中利益份额相关的下列项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理：

- 1、确认本公司单独所持有的资产，以及按本公司份额确认共同持有的资产；
- 2、确认本公司单独所承担的负债，以及按本公司份额确认共同承担的负债；
- 3、确认出售本公司享有的共同经营产出份额所产生的收入；
- 4、按本公司份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；
- 5、确认单独所发生的费用，以及按本公司份额确认共同经营发生的费用。

本公司对合营企业投资的会计政策见“（十二）长期股权投资”。

（七）现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

（八）外币业务和外币报表折算

1、外币业务

外币业务采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。

资产负债表日外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。

2、外币报表折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算。所有者权益中除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。未分配利润项目以折算后所有者权益变动表中该项目的金额列示。利润表中的收入与费用项目及境外经营的现金流量项目，采用按照系统合理的方法确定的当期平均汇率折算。上述折算产生的外币报表折算差额，在所有者权益中以单独项目列示。汇率变动对现金的影响额，在现金流量表中单独列示。

在编制合并财务报表时，Pinlive Foods GmbH 的外币财务报表已折算为人民币财务报表。

（九）金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

金融资产和金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调

整公允价值变动损益。

（2）持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

（3）应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入其他综合收益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金額转出，计入当期损益。

（5）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

6、金融资产（不含应收款项）减值的测试方法及会计处理方法

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

（1）可供出售金融资产的减值准备

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生严重下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

（2）持有至到期投资的减值准备

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

（十）应收款项坏账准备

1、单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：应收账款余额人民币 500 万元以上（含 500 万元）或占应收账款余额前五名，其他应收款余额人民币 200 万元以上（含 200 万元）且占其他应收款余额前五名。

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法：单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法如下表所示：

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
组合 1	将已纳入合并报表范围的公司间应收款项作为特定资产组合
组合 2	保证金及押金作为特定资产组合
组合 3	对非单项计提坏账准备的应收款项以账龄作为信用风险特征划分组合

组合 1：已纳入合并报表范围的公司间应收款项不计提坏账准备；

组合 2：保证金及押金作为特定资产组合不计提坏账准备；

组合 3：对非单项计提坏账准备的应收款项以账龄作为信用风险特征划分组合采用账龄分析法计提坏账准备，计提比例如下：

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1 年以内（含 1 年）	5.00%	5.00%
1—2 年（含 2 年）	10.00%	10.00%
2—3 年（含 3 年）	20.00%	20.00%
3 年以上	100.00%	100.00%

3、单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项

单独计提坏账准备的理由：如有客观证据表明其发生了减值的，则单独进行减值测试。

坏账准备的计提方法：根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

（十一）存货

1、存货的分类

存货分类为：发出商品、库存商品、在途物资、周转材料等。

2、发出存货的计价方法

存货发出时按移动加权平均法计价。

3、不同类别存货可变现净值的确定依据

库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以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，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的商品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

本期期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品采用一次转销法。

（2）包装物采用一次转销法。

（十二）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

2、初始投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始

投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

（1）成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

（2）权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确

认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

（十三）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率	年折旧率
电子设备	直线法	3	5.00%	31.67%
运输设备	直线法	5	5.00%	19.00%
机器设备	直线法	5	5.00%	19.00%
房屋及建筑物	直线法	30	5.00%	3.17%

（十四）在建工程

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出，作为固定资产的入账价值。所建造的固定资产在工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

公司的在建工程主要是在建的房屋及建筑物。

（十五）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

借款费用，包括借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用

或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化率、资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

（十六）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	预计使用寿命（年）	依据
软件	5	计算机软件按预计使用年限
土地使用权	50	土地使用权证

每年度终了,对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

经复核, 本年期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

（十七）长期资产减值

长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产, 于资产负债表日存在减值迹象的, 进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的, 按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认, 如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的, 以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

上述资产减值损失一经确认, 在以后会计期间不予转回。

（十八）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间, 将实际发生的短期薪酬确认为负债, 并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金, 以及按规定提取的工会经费和职工教育经费, 在职工为本公司提供服务的会计期间, 根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

职工福利费为非货币性福利的, 如能够可靠计量的, 按照公允价值计量。

2、离职后福利的会计处理方法

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险, 在职

工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（十九）股份支付

本公司的股份支付是为了获取职工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。本公司的股份支付为以权益结算的股份支付。

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。

授予后立即可行权的，在授予日按照公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

对于最终未能行权的股份支付，不确认成本或费用，除非行权条件是市场条件或非可行权条件，此时无论是否满足市场条件或非可行权条件，只要满足所有可行权条件中的非市场条件，即视为可行权。

如果取消了以权益结算的股份支付，则于取消日作为加速行权处理，立即确认尚未确认的金额。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，作为取消以权益结算的股份支付处理。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

（二十）收入

1、销售商品收入确认

一般原则

- （1）本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- （2）本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；
- （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本公司；

(5) 相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

具体原则

本公司的销售模式主要分为以下四种：线下直销模式；电子商务模式；经销模式以及其他销售模式。营业收入确认的具体方法如下：

(1) 线下直销模式：本公司根据和商超签订的年度框架式供销合同，根据商超的采购订单进行发货，双方依据合同约定的对账期限对账、结算。公司在发货时对该部分商品做“发出商品”（科目）核算，对账、结算后确认收入；

(2) 电子商务模式包括统一入仓模式和线上自营模式。

统一入仓模式：公司在发货时对该部分商品做“发出商品”（科目）核算，根据合同约定的对账时间，收到电商平台的结算单核对无误后确认收入。

线上自营模式：本公司以客户收到货物并确认付款时为收入的确认时点。

(3) 经销模式分为线下经销模式和线上经销模式：一般采用先收款后发货，公司在将商品交付给经销商时，相应的风险和报酬已转移给经销商，故公司于商品交付给经销商时根据对方签收或对账后确认商品销售收入。

(4) 其他销售模式包括直接零售、团购以及电视购物等渠道。

直接零售：于商品交付至消费者时按照从消费者已收或应收的价款确认收入。

电视购物模式：收入确认同“统一入仓模式”。

2、让渡资产使用权收入的确认和计量原则

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时，分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定；

使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（二十一）政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、确认时点

（1）需验收的项目：在收到政府补助款且完工验收后予以确认。

（2）无需验收的项目：在收到政府补助款后予以确认。

3、会计处理

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

（二十二）递延所得税资产和递延所得税负债

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳

税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：商誉的初始确认；除企业合并以外的发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的其他交易或事项。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

（二十三）经营租赁

公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

（二十四）重要会计政策和会计估计的变更

1、重要会计政策变更

（1）执行《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》、《企业会计准则第 16 号——政府补助》和《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》

财政部于 2017 年度发布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动

资产、处置组和终止经营》，自 2017 年 5 月 28 日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 16 号——政府补助》，修订后的准则自 2017 年 6 月 12 日起施行，对于 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于 2017 年 1 月 1 日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。

财政部于 2017 年度发布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，对一般企业财务报表格式进行了修订，适用于 2017 年度及以后期间的财务报表。

本公司执行上述三项规定的主要影响如下：

2017 年度财务报表中受影响的项目名称和调整金额：

序号	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	影响金额
1	在利润表中分别列示“持续经营净利润”和“终止经营净利润”。比较数据相应调整。	持续经营净利润、终止经营净利润	持续经营净利润 56,146,798.52 元，终止经营净利润 0 元。
2	与本公司日常活动相关的政府补助，计入其他收益，不再计入营业外收入。比较数据不调整。	营业外收入、其他收益	不适用
3	在利润表中新增“资产处置收益”项目，将部分原列示为“营业外收入”的资产处置损益重分类至“资产处置收益”项目。比较数据相应调整。	营业外收入、资产处置收益	不适用

（2）执行《增值税会计处理规定》

财政部于 2016 年 12 月 3 日发布了《增值税会计处理规定》（财会[2016]22 号），适用于 2016 年 5 月 1 日起发生的相关交易。

2016 年度财务报表中受影响的项目名称和调整金额：

序号	会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称	影响金额
1	将“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目。	税金及附加	不适用
2	将自 2016 年 5 月 1 日起企业经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税、印花税从“管理费用”项目重分类至“税金及附加”项目，2016 年 5 月 1 日之前发生的税费不予调整。比较数据不予调	税金及附加、管理费用	60,473.10 元

序号	会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称	影响金额
	整。		
3	将“应交税费”科目下的“应交增值税”、“未交增值税”、“待抵扣进项税额”、“待认证进项税额”、“增值税留抵税额”等明细科目的借方余额从“应交税费”项目重分类至“其他流动资产”项目。比较数据不予调整。	其他流动资产、应交税费、其他应收款	7,628,254.21 元

(3) 执行《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》

财政部于 2018 年 6 月 15 日发布了《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。本公司执行上述规定的主要影响如下：

序号	会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称	影响金额
1	资产负债表中“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”；“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”； “应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款” 列示；“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示；“固定资产清理”并入“固定资产”列示；“工程物资”并入“在建工程”列示；“专项应付款”并入“长期应付款”列示。比较数据相应调整。	应收票据、应收账款、应付票据、应付账款、应收利息、应收股利、其他应收款、应付股利、应付利息、其他应付款、固定资产清理、固定资产、工程物资、在建工程、专项应付款、长期应付款	不适用
2	在利润表中新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示；在利润表中财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目。比较数据相应调整。	管理费用、财务费用	不适用
3	所有者权益变动表中新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目。比较数据相应调整	所有者权益	不适用

2、重要会计估计变更

本报告期内公司未发生重要会计估计变更事项。

六、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			
		2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
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	6%、10%、11%、16%、17%、19%	6%、11%、13%、17%、19%	6%、13%、17%	6%、13%、17%
企业所得税	按应纳税所得额计缴	25%、15.83%	25%、15.83%	25%	25%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税计缴	7%、5%	7%、5%	7%、5%	7%、5%
教育费附加	按应缴流转税额计提	3%	3%	3%	3%
地方教育费附加	按应缴流转税额计提	2%	2%	2%	2%
河道管理费	按应缴流转税额计提	-	1%	1%	1%

（二）增值税

类别	增值税税率			
	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
牛奶，啤酒，饼干，酸奶，意大利面，果冻等	17%（2018年5月1日后为16%）	17%	17%	17%
橄榄油，葡萄籽油	11%（2018年5月1日后为10%）	13%（2017年7月1日后为11%）	13%	13%
仓储服务	6%	6%	不适用	不适用
德国子公司税率	19%	19%	不适用	不适用

（三）企业所得税

纳税主体名称	所得税税率			
	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
品渥食品股份有限公司	25%	25%	25%	25%
北京市品利食品有限公司	25%	25%	25%	25%
品利（上海）食品有限公司	25%	25%	25%	25%
上海品渥物联网科技有限公司	25%	25%	25%	未合并
Pinlive Foods GmbH	15.83%	15.83%	未设立	未设立

七、非经常性损益表

根据企业会计准则和中国证监会颁布的《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号—非经常性损益（2008）》的要求，公司编制了《品渥食品股份有限公司非经常性损益明细表》，并经立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《关于品渥食品股份有限公司非经常性损益及净资产收益率和每股收益的专项审核报告》（信会师报字[2018]第ZA15618号）审核确认。

报告期内，公司非经常性损益情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-883.02	-8.11	-1.50
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	176.00	355.06	173.69	174.00
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	1,342.17
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	185.89	164.91	63.71	33.45
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-1,056.12	-766.00	-
少数股东损益的影响数	-	-	-	-
所得税的影响数	-90.39	-133.21	-61.62	-52.61
归属于母公司股东的非经常性损益	271.50	-1,552.37	-598.33	1,495.52
归属于母公司股东的净利润	3,394.28	5,614.68	5,757.48	3,880.84
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,122.78	7,167.05	6,355.82	2,385.32

八、发行人主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
流动比率（倍）	1.41	1.21	1.09	1.00
速动比率（倍）	0.64	0.47	0.43	0.47
资产负债率（合并）	65.29%	73.53%	77.42%	97.86%
资产负债率（母公司）	67.41%	77.82%	82.59%	97.11%
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	2.61	2.16	2.99	5.85
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	1.74%	2.25%	4.06%	0.84%

财务指标	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
应收账款周转率（次/年）	4.82	10.88	10.68	9.36
存货周转率（次/年）	1.29	2.44	2.27	1.81
息税折旧摊销前利润（万元）	4,851.80	8,773.11	8,404.15	5,297.04
利息保障倍数（倍）	452.82	-	-	-
归属于发行人股东的净利润（万元）	3,394.28	5,614.68	5,757.48	3,880.84
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	3,122.78	7,167.05	6,355.82	2,385.32
每股经营活动产生的现金流量（元）	-0.07	0.24	-0.63	-0.54
每股净现金流量（元）	0.12	-0.03	-1.42	-0.87

注：上述指标的计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=（流动资产-存货-预付款项）/流动负债
- 3、资产负债率=期末总负债/期末总资产
- 4、归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于母公司股东权益/期末股本总额
- 5、无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产比例=无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）/期末归属于母公司股东权益
- 6、应收账款周转率=营业收入÷[（期初应收账款余额+期末应收账款余额）÷2]
- 7、存货周转率=营业成本÷[（期初存货余额+期末存货余额）÷2]
- 8、息税折旧摊销前利润=税前利润+利息支出+折旧+长期待摊费用摊销+无形资产摊销
- 9、归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润=归属于发行人股东的净利润-影响归属于发行人股东净利润的非经常性损益
- 10、利息保障倍数=（税前利润+利息支出）/利息支出
- 11、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额
- 12、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额

（二）每股收益和净资产收益率

根据中国证监会颁布的《公开发行证券公司信息披露规则第9号——净资产收益率和每股收益计算及披露》（2010年修订）的规定，公司加权平均计算的净资产收益率和每股收益情况如下表所示：

期间	项目	加权平均 净资产收 益率	每股收益（元）	
			基本每股 收益	稀释每股 收益
2018年 1-6月	归属于公司普通股股东的净利润	19.00%	0.45	0.45
	扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润	17.48%	0.42	0.42
2017年度	归属于公司普通股股东的净利润	44.43%	0.79	0.79
	扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润	56.71%	1.01	1.01
2016年度	归属于公司普通股股东的净利润	74.80%	-	-
	扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润	82.57%	-	-
2015年度	归属于公司普通股股东的净利润	174.10%	-	-
	扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润	107.01%	-	-

九、发行人盈利预测情况

公司未编制盈利预测报告。

十、财务报表附注中的日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）重要承诺事项

1、经营租赁承诺事项

根据已签订的不可撤销的经营租赁合同，本公司未来最低应支付租金汇总如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
一年以内	916.65	646.85	1,756.58	868.49
一到二年	20.23	201.83	564.16	459.04
二到三年	-	1.70	177.95	445.91
三年以上	-	-	-	177.95
合计	936.87	850.38	2,498.69	1,951.38

2、合营企业出资款

2016年9月27日，本公司与 Muela-Olives S.L. 签订合资协议，共同出资成立上海墨利进出口有限公司。上海墨利于2017年2月13日成立，根据章程约定合营公司注册资本由合营各方按其出资比例自领取营业执照之日起三个月内投入20%，其余在二十年内缴付完毕。上海墨利的注册资本为人民币50万元，本公司认缴注册资本为人民币25万元，出资方式为货币出资，占上海墨利注册

资本的 50%。2018 年 4 月，本公司已支付投资款 5 万元，剩余投资款尚未缴纳。

（二）或有事项

截止资产负债表日，本公司无需要披露的重要或有事项。

（三）资产负债表日后事项

截止财务报告日，本公司无需要披露的重大资产负债表日后事项。

（四）其他重要事项

2018 年 5 月 9 日，公司第一届第三次董事会审议通过了《关于品渥食品股份有限公司申请首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在创业板上市方案的议案》，拟向社会公众公开发行规模不超过 2,500 万股的人民币普通股（A 股）。该议案已经 2018 年 5 月 24 日召开的公司 2018 年第一次临时股东大会审议批准。

十一、盈利能力分析

报告期内，公司经营成果的总体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业收入	61,222.50	121,557.69	109,865.97	99,459.94
营业成本	37,665.68	73,175.08	62,807.80	52,077.82
营业利润	4,288.57	8,685.27	7,821.64	4,845.00
利润总额	4,650.46	8,322.22	8,050.93	5,050.95
净利润	3,394.28	5,614.68	5,757.48	3,880.84
归属于母公司股东的净利润	3,394.28	5,614.68	5,757.48	3,880.84
归属于母公司股东的非经常性损益	271.50	-1,552.37	-598.33	1,495.52
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,122.78	7,167.05	6,355.82	2,385.32

（一）营业收入分析

报告期内，公司营业收入的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务	61,222.50	100.00%	121,404.92	99.87%	109,865.97	100.00%	99,459.94	100.00%

其他业务	-	-	152.77	0.13%	-	-	-	-
合计	61,222.50	100.00%	121,557.69	100.00%	109,865.97	100.00%	99,459.94	100.00%

2015-2017 年度、2018 年 1-6 月，公司主营业务收入占营业收入的比例分别为 100.00%、100.00%、99.87%、100.00%，公司主营业务突出。

2017 年度，公司其他业务收入 152.77 万元：出于集中精力经营自有品牌产品的考虑，公司拟终止“爱利地”商品的运作。2017 年 7 月 31 日，公司子公司品利上海与 Lago Group S.p.A. 签署《商标转让声明》，品利上海将持有的“爱利地”中文商标以 20.00 万欧元的价格转让予 Lago Group S.p.A.。

1、主营业务收入构成按品牌划分

报告期内，公司主营业务收入构成按品牌分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
自有品牌	44,928.68	73.39%	79,998.51	65.89%	60,982.86	55.51%	41,159.93	41.38%
合作品牌	14,451.14	23.60%	35,172.88	28.97%	41,079.91	37.39%	48,685.86	48.95%
代理品牌	1,842.68	3.01%	6,233.53	5.13%	7,803.19	7.10%	9,614.15	9.67%
合计	61,222.50	100.00%	121,404.92	100.00%	109,865.97	100.00%	99,459.94	100.00%

自设立以来，公司一直注重加强自有品牌建设。通过持续多年的渠道建设、品牌推广以及口碑传播，公司已成功培育出“德亚”、“瓦伦丁”、“亨利”、“雅娜”等自有品牌产品及“品利”等合作品牌产品。其中，“德亚”乳品销售收入已突破 6 亿元，“瓦伦丁”啤酒销售收入已突破 1 亿元，是公司最核心的自有品牌，在消费者中享有较高的知名度。“品利”橄榄油销售收入已突破 1 亿元，是公司最核心的合作品牌。

2、主营业务收入构成按销售模式划分

报告期内，公司主营业务收入构成按销售模式分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度		
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例	
线	统一入仓	23,146.94	37.81%	42,435.37	34.95%	33,226.30	30.24%	19,702.40	19.81%
上	线上自营	3,653.00	5.97%	8,282.15	6.82%	6,229.96	5.67%	7,462.69	7.50%

	线上分销	672.75	1.10%	1,365.50	1.12%	1,441.49	1.31%	2,550.26	2.56%
	小计	27,472.68	44.87%	52,083.02	42.90%	40,897.75	37.23%	29,715.35	29.88%
线 下	线下直销	22,161.38	36.20%	42,421.69	34.94%	45,712.81	41.61%	43,382.78	43.62%
	线下经销	11,294.57	18.45%	24,763.34	20.40%	19,418.62	17.67%	21,755.97	21.87%
	线下其他	293.87	0.48%	2,136.87	1.76%	3,836.79	3.49%	4,605.84	4.63%
	小计	33,749.82	55.13%	69,321.90	57.10%	68,968.22	62.77%	69,744.59	70.12%
合计		61,222.50	100.00%	121,404.92	100.00%	109,865.97	100.00%	99,459.94	100.00%

报告期内，线下渠道销售是公司主要销售渠道。近年来，中国互联网电子商务行业的快速发展对传统线下渠道销售造成一定冲击。2015-2017年度、2018年1-6月，公司线下销售实现收入占主营业务收入的比例分别为70.12%、62.77%、57.10%、55.13%，呈逐年下降态势。

近年来，为顺应中国互联网电子商务行业快速发展的趋势，公司加强了与主要电子商务平台的合作力度。2015-2017年度、2018年1-6月，公司线上销售实现收入占主营业务收入的比例分别为29.88%、37.23%、42.90%、44.87%，呈逐年上升态势，线上渠道销售逐渐成为公司重要的销售渠道。

3、主营业务收入构成按产品系列划分

报告期内，公司主营业务收入按产品分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
乳品	37,074.92	60.56%	62,805.68	51.73%	49,801.78	45.33%	32,114.48	32.29%
啤酒	8,518.33	13.91%	20,304.87	16.72%	19,644.41	17.88%	21,927.42	22.05%
粮油	6,016.74	9.83%	12,084.39	9.95%	13,233.12	12.04%	13,247.03	13.32%
饼干及点心	4,476.56	7.31%	12,171.17	10.03%	13,244.56	12.06%	16,851.86	16.94%
谷物	3,498.62	5.71%	8,627.69	7.11%	8,678.00	7.90%	8,781.00	8.83%
其他食品	1,629.00	2.66%	5,374.59	4.43%	5,005.63	4.56%	6,104.89	6.14%
调味品	8.34	0.01%	36.54	0.03%	258.47	0.24%	433.25	0.44%
合计	61,222.50	100.00%	121,404.92	100.00%	109,865.97	100.00%	99,459.94	100.00%

报告期内，乳品、啤酒、粮油、饼干及点心以及谷物构成了公司主营业务收入的主要来源。2015-2017年度、2018年1-6月，上述五大系列产品收入合计占主营业务收入的比例分别为93.43%、95.21%、95.54%、97.33%。

4、主营业务收入构成按季节性划分

报告期内，公司主营业务收入按季节性分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一季度	31,337.18	51.19%	28,776.46	23.70%	28,374.42	25.83%	20,557.08	20.67%
二季度	29,885.32	48.81%	28,287.51	23.30%	25,095.37	22.84%	18,230.82	18.33%
三季度	-	-	30,172.85	24.85%	29,068.78	26.46%	27,596.67	27.75%
四季度	-	-	34,168.11	28.14%	27,327.40	24.87%	33,075.36	33.25%
合计	61,222.50	100.00%	121,404.92	100.00%	109,865.97	100.00%	99,459.94	100.00%

注：2018年1-6月一季度、二季度主营业务比例为占半年度主营业务收入的比例。

乳品、谷物、饼干及点心等消费品属于日常消费品，一般不存在特别明显的季节性影响。啤酒一般在夏季炎热期间及全球体育赛事特别是世界杯举办期间消耗量较大，销售旺季一般集中在5-9月。总体而言，受中秋节、国庆长假以及中国互联网电商平台开展“双十一”、“双十二”电商大促活动的影响，公司四季度实现收入相对较高，呈现一定的季节性特征。

5、主营业务收入构成按地区划分

报告期内，公司主营业务收入按地区分类情况如下表所示：

单位：万元

地区	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
国内	61,222.50	100.00%	121,404.92	100.00%	109,865.97	100.00%	99,459.94	100.00%
合计	61,222.50	100.00%	121,404.92	100.00%	109,865.97	100.00%	99,459.94	100.00%

（二）营业成本分析

报告期内，公司营业成本的构成情况如下：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务	37,665.68	100.00%	73,175.08	100.00%	62,807.80	100.00%	52,077.82	100.00%
其他业务	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	37,665.68	100.00%	73,175.08	100.00%	62,807.80	100.00%	52,077.82	100.00%

与营业收入的构成相匹配，公司营业成本主要由主营业务成本构成。

1、主营业务成本构成按品牌划分

报告期内，公司主营业务成本构成按品牌分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
自有品牌	27,576.72	73.21%	48,788.37	66.67%	35,765.34	56.94%	21,350.52	41.00%
合作品牌	8,635.05	22.93%	20,379.77	27.85%	22,577.51	35.95%	25,395.47	48.76%
代理品牌	1,453.91	3.86%	4,006.94	5.48%	4,464.96	7.11%	5,331.83	10.24%
合计	37,665.68	100.00%	73,175.08	100.00%	62,807.80	100.00%	52,077.82	100.00%

2、主营业务成本构成按销售模式划分

报告期内，公司主营业务成本构成按销售模式分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度		
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例	
线上	统一入仓	14,387.39	38.20%	24,369.74	33.30%	20,197.00	32.16%	9,710.71	18.65%
	线上自营	1,786.72	4.74%	4,871.23	6.66%	3,821.31	6.08%	4,017.08	7.71%
	线上分销	414.00	1.10%	820.55	1.12%	642.28	1.02%	1,074.85	2.06%
	小计	16,588.11	44.04%	30,061.52	41.08%	24,660.59	39.26%	14,802.64	28.42%
线下	线下自营	12,567.73	33.37%	22,831.58	31.20%	25,644.20	40.83%	22,850.02	43.88%
	线下经销	8,252.94	21.91%	18,710.83	25.57%	9,833.71	15.66%	11,631.28	22.33%
	线下其他	256.90	0.68%	1,571.14	2.15%	2,669.30	4.25%	2,793.87	5.36%
	小计	21,077.57	55.96%	43,113.55	58.92%	38,147.21	60.74%	37,275.18	71.58%
合计	37,665.68	100.00%	73,175.08	100.00%	62,807.80	100.00%	52,077.82	100.00%	

3、主营业务成本构成按产品系列划分

报告期内，公司主营业务成本按产品系列分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
乳品	22,859.98	60.69%	38,759.01	52.97%	29,603.95	47.13%	17,002.83	32.65%
啤酒	5,226.27	13.88%	12,373.24	16.91%	11,522.89	18.35%	11,167.27	21.44%
粮油	3,568.38	9.47%	7,113.10	9.72%	8,036.99	12.80%	8,312.54	15.96%
饼干及点心	2,709.02	7.19%	7,061.74	9.65%	6,665.67	10.61%	8,587.50	16.49%
谷物	2,132.12	5.66%	4,528.94	6.19%	4,328.43	6.89%	3,722.83	7.15%
其他食品	1,165.34	3.09%	3,320.39	4.54%	2,530.26	4.03%	3,025.10	5.81%
调味品	4.58	0.01%	18.65	0.03%	119.61	0.19%	259.75	0.50%

合计	37,665.68	100.00%	73,175.08	100.00%	62,807.80	100.00%	52,077.82	100.00%
----	-----------	---------	-----------	---------	-----------	---------	-----------	---------

（三）毛利及毛利率分析

1、毛利构成

报告期内，公司营业毛利构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务	23,556.82	100.00%	48,229.84	99.68%	47,058.17	100.00%	47,382.12	100.00%
其他业务	-	-	152.77	0.32%	-	-	-	-
合计	23,556.82	100.00%	48,382.61	100.00%	47,058.17	100.00%	47,382.12	100.00%

2015-2017年度、2018年1-6月，公司营业毛利分别为47,382.12万元、47,058.17万元、48,382.61万元、23,556.82万元，其中主营业务毛利占当期营业毛利的比例分别为100.00%、100.00%、99.68%、100.00%。

报告期内，公司主营业务毛利构成按品牌分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
自有品牌	17,351.96	73.66%	31,210.14	64.71%	25,217.52	53.59%	19,809.41	41.81%
合作品牌	5,816.09	24.69%	14,793.11	30.67%	18,502.40	39.32%	23,290.39	49.15%
代理品牌	388.77	1.65%	2,226.59	4.62%	3,338.23	7.09%	4,282.32	9.04%
合计	23,556.82	100.00%	48,229.84	100.00%	47,058.17	100.00%	47,382.12	100.00%

2、毛利率分析

报告期内，公司主营业务和其他业务毛利率及其收入占比情况如下表所示：

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
主营业务	38.48%	100.00%	39.73%	99.87%	42.83%	100.00%	47.64%	100.00%
其他业务	-	-	100.00%	0.13%	-	-	-	-
综合毛利率	38.48%		39.80%		42.83%		47.64%	

报告期内，由于其他业务收入占较低，公司综合毛利率的变化与主营业务毛利率的变化趋势基本一致。

3、主营业务毛利率分析

报告期内，公司各类产品收入占主营业务收入比例、毛利率以及对主营业务毛利率贡献情况如下表所示：

项目	2018年1-6月			2017年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献	毛利率	收入占比	毛利率贡献
乳品	38.34%	60.56%	23.22%	38.29%	51.73%	19.81%
啤酒	38.65%	13.91%	5.38%	39.06%	16.72%	6.53%
粮油	40.69%	9.83%	4.00%	41.14%	9.95%	4.09%
饼干及点心	39.48%	7.31%	2.89%	41.98%	10.03%	4.21%
谷物	39.06%	5.71%	2.23%	47.51%	7.11%	3.38%
其他食品	28.46%	2.66%	0.76%	38.22%	4.43%	1.69%
调味品	45.08%	0.01%	0.00%	48.96%	0.03%	0.01%
合计	38.48%	100.00%	38.48%	39.73%	100.00%	39.73%
项目	2016年度			2015年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献	毛利率	收入占比	毛利率贡献
乳品	40.56%	45.33%	18.38%	47.06%	32.29%	15.19%
啤酒	41.34%	17.88%	7.39%	49.07%	22.05%	10.82%
粮油	39.27%	12.04%	4.73%	37.25%	13.32%	4.96%
饼干及点心	49.67%	12.06%	5.99%	49.04%	16.94%	8.31%
谷物	50.12%	7.90%	3.96%	57.60%	8.83%	5.09%
其他食品	49.45%	4.56%	2.25%	50.45%	6.14%	3.10%
调味品	53.72%	0.24%	0.13%	40.05%	0.44%	0.18%
合计	42.83%	100.00%	42.83%	47.64%	100.00%	47.64%

注：产品毛利贡献率=产品销售占比*产品毛利率

2015-2017年度、2018年1-6月，公司主营业务毛利率分别为47.64%、42.83%、39.73%、38.48%，呈逐年下降趋势。就产品构成而言，乳品、啤酒、粮油、饼干及点心、谷物等产品对公司主营业务毛利率贡献较大。因乳品收入占公司主营业务收入比例逐年上升，乳品对公司主营业务毛利率贡献呈逐年上升趋势。

（1）乳品毛利率变动分析

公司乳品主要包括自有品牌德亚以及帕斯卡、纽麦福等其他代理品牌。报告期内，德亚是公司乳品最主要品牌，是公司营业收入的主要来源；纽麦福及其他代理乳品品牌实现收入较少。2018年度起，公司已经停止与纽麦福及其他代理品牌的合作。

①2018年1-6月与2017年度比较

2017年度、2018年1-6月，公司各品牌乳品毛利率、占乳品收入比例以及对乳品毛利率贡献情况如下表所示：

项目	毛利率		收入占比		毛利率贡献		毛利率贡献变动
	2018年1-6月	2017年	2018年1-6月	2017年	2018年1-6月	2017年	
	A	B	C	D	E	F	
德亚酸奶	28.37%	29.51%	37.86%	33.53%	10.74%	9.89%	0.85%
德亚纯奶	45.41%	43.25%	60.15%	63.22%	27.31%	27.34%	-0.03%
帕斯卡及其他	14.48%	32.31%	1.99%	3.25%	0.29%	1.05%	-0.76%
乳品	38.34%	38.29%	100.00%	100.00%	38.34%	38.29%	0.05%

2017年度、2018年1-6月，各品牌乳品毛利率变化、收入结构变化对乳品毛利率变化的影响如下表所示：

项目	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
	H=(A-B)*C	I=(C-D)*B	
德亚酸奶	-0.43%	1.28%	0.85%
德亚纯奶	1.30%	-1.33%	-0.03%
帕斯卡及其他	-0.35%	-0.41%	-0.76%
合计	0.51%	-0.46%	0.05%

由上表可见，2018年1-6月，公司乳品毛利率较2017年度上升0.05个百分点，主要原因为：A、德亚酸奶毛利率略有下降、收入占比上升，导致公司乳品毛利率上升0.85个百分点；德亚纯奶毛利率上升、收入占比下降，导致公司乳品毛利率下降0.03个百分点；B、代理产品帕斯卡毛利率大幅下降、收入占比持续下降，导致公司乳品毛利率下降0.76个百分点。

②2017年度与2016年度比较

2016-2017年度，公司各品牌乳品毛利率、占乳品收入比例以及对乳品毛利率贡献情况如下表所示：

项目	毛利率		收入占比		毛利率贡献		毛利率贡献变动
	2017年度	2016年度	2017年度	2016年度	2017年度	2016年度	
	A	B	C	D	E	F	
德亚酸奶	29.51%	37.81%	33.53%	19.94%	9.89%	7.54%	2.35%
德亚纯奶	43.25%	41.58%	63.22%	71.96%	27.34%	29.92%	-2.58%

帕斯卡及其他	32.31%	38.20%	3.25%	8.10%	1.05%	3.09%	-2.04%
乳品	38.29%	40.56%	100.00%	100.00%	38.29%	40.56%	-2.27%

2016-2017 年度，各品牌乳品毛利率变化、收入结构变化对乳品毛利率变化的影响如下表所示：

项目	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
	$H = (A-B) * C$	$I = (C-D) * B$	
德亚酸奶	-2.78%	5.14%	2.35%
德亚纯奶	1.05%	-3.63%	-2.58%
帕斯卡及其他	-0.19%	-1.85%	-2.04%
合计	-1.92%	-0.35%	-2.27%

由上表可见，2017 年度，公司乳品毛利率较 2016 年度下降 2.27 个百分点，主要原因为：A、随着公司渠道建设和品牌推广工作的深入推进，德亚品牌乳品品牌知名度进一步上升，收入大幅增长；其中，德亚酸奶毛利率持续下降，但占乳品收入比例大幅上升，导致乳品毛利率上升 2.35 个百分点；德亚纯奶毛利率小幅上升，占乳品收入比例大幅下降，导致乳品毛利率下降 2.58 个百分点；B、代理产品帕斯卡品牌酸奶毛利率大幅下降，公司逐步减少对代理品牌的投入力度，帕斯卡品牌酸奶收入占乳品收入比例下降，导致公司乳品毛利率较 2016 年度下降 2.04 个百分点。

③2016 年度与 2015 年度比较

2015-2016 年度，公司各品牌乳品毛利率、占乳品收入比例以及对乳品毛利率贡献情况如下表所示：

项目	毛利率		收入占比		毛利率贡献		毛利率贡献变动
	2016 年	2015 年	2016 年	2015 年	2016 年	2015 年	
	A	B	C	D	E	F	
德亚酸奶	37.81%	28.47%	19.94%	0.86%	7.54%	0.25%	7.29%
德亚纯奶	41.58%	48.19%	71.96%	84.62%	29.92%	40.78%	-10.86%
帕斯卡及其他	38.20%	41.52%	8.10%	14.52%	3.09%	6.03%	-2.93%
乳品	40.56%	47.06%	100.00%	100.00%	40.56%	47.06%	-6.50%

2015-2016 年度，各品牌乳品毛利率变化、收入结构变化对乳品毛利率变化的影响如下表所示：

项目	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
	$H = (A-B) * C$	$I = (C-D) * B$	
德亚酸奶	1.86%	5.43%	7.29%
德亚纯奶	-4.76%	-6.10%	-10.86%
帕斯卡及其他	-0.27%	-2.66%	-2.93%
合计	-3.16%	-3.33%	-6.50%

由上表可见，2016年度，公司乳品毛利率较2015年度下降6.50个百分点，主要原因为：A、乳品市场竞争激烈，德亚纯奶毛利率较2015年度大幅下降，占乳品收入比例大幅降低，导致公司乳品毛利率下降10.86个百分点；B、2016年度，公司投入较多资源推广德亚酸奶，德亚酸奶毛利率上升且低于德亚纯奶，德亚酸奶占乳品收入比例大幅上升，导致公司乳品毛利率上升7.29个百分点；C、帕斯卡品牌酸奶毛利率下降、收入占比下降，导致乳品毛利率下降2.93个百分点。

④同行业可比上市公司毛利率比较

公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务，涉及的产品包括乳品、啤酒、粮油、饼干及点心、谷物、休闲食品以及调味品等细分产品，产品种类较为丰富。目前，国内暂无与公司在业务模式和产品品类相同或相似的上市公司。

报告期内，公司乳品毛利率与同行业可比上市公司毛利率比较如下表所示：

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
麦趣尔	35.94%	43.25%	45.27%	46.67%
燕塘乳业	33.57%	35.54%	37.07%	36.02%
科迪乳业	24.83%	25.96%	31.58%	35.50%
庄园牧场	36.64%	30.71%	33.81%	31.30%
三元股份	34.22%	29.55%	30.42%	30.51%
光明乳业	33.48%	33.31%	38.68%	36.11%
伊利股份	38.67%	37.28%	37.94%	35.89%
蒙牛乳业	39.22%	35.21%	32.79%	31.36%
新希望乳业	-	34.72%	32.48%	32.22%
平均值	34.57%	33.95%	35.56%	35.06%
公司乳品	38.34%	38.29%	40.56%	47.06%

数据来源：新希望乳业数据来自其招股说明书（2018年1-6月数据暂未披露），其他公司数据来自WIND资讯

与同行业可比上市公司相比，公司乳品毛利率高于同行业可比上市公司平均水平，主要原因为：

A、经营模式：公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务。公司经营的进口食品均从国外采购，公司将有限的资源集中于品牌开发与推广、渠道建设等附加值较高的业务环节。

B、品牌美誉度及影响力：乳品的品牌获得消费者认可是长期投入的过程。公司乳品主要品牌德亚凭借其奶源优势，品牌影响力逐年提升，在消费者中拥有较高的声誉和品牌辨识度，竞争优势较为突出，销售价格相对较高，毛利率水平较高。

C、产品市场定位：公司乳品均从国外进口，市场定位主要集中在中端、高端产品，销售价格相对较高，毛利率水平较高。

（2）啤酒毛利率变动分析

公司啤酒主要包括自有品牌瓦伦丁、合作品牌爱士堡。报告期内，瓦伦丁是公司啤酒最主要品牌，是啤酒收入的主要来源。

①2018年1-6月与2017年度比较

2017年度、2018年1-6月，公司各品牌啤酒毛利率、占啤酒收入比例以及对啤酒毛利率贡献情况如下表所示：

项目	毛利率		收入占比		毛利率贡献		毛利率贡献变动
	2018年1-6月	2017年	2018年1-6月	2017年	2018年1-6月	2017年	
	A	B	C	D	E	F	
瓦伦丁	38.94%	39.69%	68.52%	62.76%	26.68%	24.91%	1.78%
爱士堡及其他	38.00%	38.01%	31.48%	37.24%	11.96%	14.16%	-2.19%
啤酒	38.65%	39.06%	100.00%	100.00%	38.65%	39.06%	-0.42%

2017年度、2018年1-6月，公司各品牌啤酒毛利率变化、收入结构变化对啤酒毛利率变化的影响如下表所示：

项目	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
	H= (A-B) *C	I= (C-D) *B	
瓦伦丁	-0.51%	2.29%	1.78%

爱士堡及其他	0.00%	-2.19%	-2.19%
合计	-0.51%	0.10%	-0.42%

2018年1-6月，公司啤酒毛利率较2017年度下降0.42个百分点，主要原因：**A**、公司自有品牌瓦伦丁啤酒毛利率下降，导致公司啤酒毛利率下降0.51个百分点；**B**、瓦伦丁啤酒收入占公司啤酒收入比例上升，导致公司啤酒毛利率上升2.29个百分点；**C**、爱士堡及其他代理品牌啤酒收入占公司啤酒收入比例下降，导致公司啤酒毛利率下降2.19个百分点。

②2017年度与2016年度比较

2016-2017年度，公司各品牌啤酒毛利率、占啤酒收入比例以及对啤酒毛利率贡献情况如下表所示：

项目	毛利率		收入占比		毛利率贡献		毛利率贡献变动
	2017年	2016年	2017年	2016年	2017年	2016年	
	A	B	C	D	E	F	
瓦伦丁	39.69%	42.44%	62.76%	66.69%	24.91%	28.31%	-3.40%
爱士堡及其他	38.01%	39.14%	37.24%	33.31%	14.16%	13.04%	1.12%
啤酒	39.06%	41.34%	100.00%	100.00%	39.06%	41.34%	-2.28%

2016-2017年度，公司各品牌啤酒毛利率变化、收入结构变化对啤酒毛利率变化的影响如下表所示：

项目	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
	H=(A-B)*C	I=(C-D)*B	
瓦伦丁	-1.73%	-1.67%	-3.40%
爱士堡及其他	-0.42%	1.54%	1.12%
合计	-2.15%	-0.13%	-2.28%

2017年度，公司啤酒毛利率较2016年度下降2.28个百分点，主要原因为：**A**、公司自有品牌瓦伦丁啤酒毛利率下降，导致公司啤酒毛利率下降1.73个百分点；**B**、瓦伦丁啤酒占公司啤酒收入比例下降，导致公司啤酒毛利率下降1.67个百分点；**C**、爱士堡及其他代理品牌啤酒毛利率下降，但其收入占公司啤酒收入比例略有上升，导致公司啤酒毛利率上升1.12个百分点。

③2016年度与2015年度比较

2015-2016年度，公司各品牌啤酒毛利率、占啤酒收入比例以及对啤酒毛

利率贡献情况如下表所示：

项目	毛利率		收入占比		毛利率贡献		毛利率贡献 变动 G=E-F
	2016年	2015年	2016年	2015年	2016年	2015年	
	A	B	C	D	E	F	
瓦伦丁	42.44%	48.30%	66.69%	57.14%	28.31%	27.60%	0.71%
爱士堡及其他	39.14%	50.10%	33.31%	42.86%	13.04%	21.47%	-8.44%
啤酒	41.34%	49.07%	100.00%	100.00%	41.34%	49.07%	-7.73%

2015-2016 年度，各品牌啤酒毛利率变化、收入结构变化对啤酒毛利率变化的影响如下表所示：

项目	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
	H= (A-B) *C	I= (C-D) *B	
瓦伦丁	-3.91%	4.61%	0.71%
爱士堡及其他	-3.65%	-4.78%	-8.44%
合计	-7.56%	-0.17%	-7.73%

2016 年度，公司啤酒毛利率较 2015 年度下降 7.73 个百分点，主要原因为：
A、合作品牌爱士堡啤酒毛利率大幅下降，导致公司啤酒毛利率下降 3.65 个百分点；
B 爱士堡占啤酒收入比例下降，导致公司啤酒毛利率下降 4.78 个百分点。

④ 同行业可比上市公司毛利率比较

公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务，涉及的产品包括乳品、啤酒、粮油、饼干及点心、谷物、休闲食品以及调味品等细分产品，产品种类较为丰富。目前，国内暂无与公司在业务模式和产品品类相同或相似的上市公司。

报告期内，公司啤酒毛利率与同行业可比上市公司毛利率比较如下表所示：

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
燕京啤酒	42.42%	36.32%	39.70%	39.93%
西藏发展	26.32%	29.40%	24.88%	27.69%
兰州黄河	36.16%	24.84%	28.00%	34.77%
珠江啤酒	40.18%	39.15%	40.29%	41.05%
重庆啤酒	39.41%	39.35%	39.31%	36.92%
惠泉啤酒	24.63%	19.39%	33.66%	34.55%
青岛啤酒	39.37%	40.55%	41.53%	37.79%
平均值	35.50%	32.71%	35.34%	36.10%

公司	38.65%	39.06%	41.34%	49.07%
----	--------	--------	--------	--------

数据来源：WIND 资讯

整体而言，公司啤酒毛利率与同行业可比上市公司变动趋势基本一致，呈逐年下降趋势。公司啤酒毛利率高于同行业可比上市公司平均水平，主要原因为：

A、经营模式：公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务。公司经营的进口食品均从国外采购，公司将有限的资源集中于品牌开发与推广、渠道建设等附加值较高的业务环节。

B、品牌美誉度及影响力：公司啤酒主要品牌瓦伦丁啤酒沿用“1516 德国纯酿法”（《啤酒纯酿法》）即“酿造啤酒只可以使用水、大麦、啤酒花、酵母这四种原料，不可以添加任何物质”，瓦伦丁啤酒在品质上最大限度地保留了营养成分，瓦伦丁啤酒品牌影响力逐年提升，在消费者中拥有较高的声誉和品牌辨识度，竞争优势较为突出，销售价格相对较高，毛利率水平较高。

C、产品市场定位：公司啤酒均从国外进口，市场定位主要集中在中端、高端产品，销售价格相对较高，毛利率水平较高。

（3）粮油毛利率变动分析

公司粮油主要包括合作品牌品利、亿芭利及其他。报告期内，品利是公司粮油最主要品牌，是粮油收入的主要来源。

①2018 年 1-6 月与 2017 年度比较

2017 年度、2018 年 1-6 月，公司各品牌粮油毛利率、占粮油收入比例以及对粮油毛利率贡献情况如下表所示：

项目	毛利率		收入占比		毛利率贡献		毛利率贡献变动
	2018 年 1-6 月	2017 年	2018 年 1-6 月	2017 年	2018 年 1-6 月	2017 年	
	A	B	C	D	E	F	
品利	40.94%	41.52%	98.90%	94.68%	40.49%	39.31%	1.18%
亿芭利及其他	18.74%	34.37%	1.10%	5.32%	0.21%	1.83%	-1.62%
粮油	40.69%	41.14%	100.00%	100.00%	40.69%	41.14%	-0.45%

2017年度、2018年1-6月，各品牌粮油毛利率变化、收入结构变化对粮油毛利率变化的影响如下表所示：

项目	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
	$H = (A-B) * C$	$I = (C-D) * B$	
品利	-0.58%	1.75%	1.18%
亿芭利及其他	-0.17%	-1.45%	-1.62%
合计	-0.75%	0.30%	-0.45%

2018年1-6月，公司粮油毛利率较2017年度下降0.45个百分点，主要原因为：A、公司橄榄油主要品牌品利橄榄油毛利率较2017年度下降，导致公司粮油毛利率下降0.58个百分点；B、品利橄榄油占公司橄榄油收入比例较2017年度上升，导致公司橄榄油毛利率上升1.75个百分点；C、亿芭利及其他品牌橄榄油毛利率下降、收入占比下降，导致公司橄榄油毛利率下降1.62个百分点。

②2017年度与2016年度比较

2016-2017年度，公司各品牌粮油毛利率、占粮油收入比例以及对粮油毛利率贡献情况如下表所示：

项目	毛利率		收入占比		毛利率贡献		毛利率贡献变动 G=E-F
	2017年	2016年	2017年	2016年	2017年	2016年	
	A	B	C	D	E	F	
品利	41.52%	39.16%	94.68%	94.42%	39.31%	36.97%	2.34%
亿芭利及其他	34.37%	41.13%	5.32%	5.58%	1.83%	2.30%	-0.47%
粮油	41.14%	39.27%	100.00%	100.00%	41.14%	39.27%	1.87%

2016-2017年度，各品牌粮油毛利率变化、收入结构变化对粮油毛利率变化的影响如下表所示：

项目	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
	$H = (A-B) * C$	$I = (C-D) * B$	
品利	2.24%	0.10%	2.34%
亿芭利及其他	-0.36%	-0.11%	-0.47%
合计	1.88%	-0.01%	1.87%

2017年度，公司粮油毛利率较2016年度上升1.87个百分点，主要原因为：A、公司橄榄油主要品牌品利橄榄油毛利率较2016年上升，导致公司粮油毛利率上升2.24个百分点；B、亿芭利及其他品牌橄榄油毛利率下降、收入占比下

降，导致公司粮油毛利率下降 0.47 个百分点。

③2016 年度与 2015 年度比较

2015-2016 年度，公司各品牌粮油毛利率、占粮油收入比例以及对粮油毛利率贡献情况如下表所示：

项目	毛利率		收入占比		毛利率贡献		毛利率贡献 变动
	2016 年	2015 年	2016 年	2015 年	2016 年	2015 年	
	A	B	C	D	E	F	
品利	39.16%	38.39%	94.42%	85.18%	36.97%	32.70%	4.27%
亿芭利及其他	41.13%	30.69%	5.58%	14.82%	2.30%	4.55%	-2.25%
粮油	39.27%	37.25%	100.00%	100.00%	39.27%	37.25%	2.02%

2015-2016 年度，各品牌粮油毛利率变化、收入结构变化对粮油毛利率变化的影响如下表所示：

项目	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
	$H = (A - B) * C$	$I = (C - D) * B$	
品利	0.72%	3.55%	4.27%
亿芭利及其他	0.58%	-2.83%	-2.25%
合计	1.30%	0.71%	2.02%

2016 年度，公司粮油毛利率较 2015 年度上升 2.02 个百分点，主要原因为：
A、公司粮油主要品牌品利橄榄油毛利率较 2015 年略有上升、收入占粮油收入比例上升，导致公司粮油毛利率上升 4.27 个百分点；B、亿芭利及其他品牌橄榄油毛利率虽有上升，但收入占粮油收入比例大幅下降，导致公司粮油毛利率下降 2.25 个百分点。

④同行业可比上市公司毛利率比较

公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务，涉及的产品包括乳品、啤酒、粮油、饼干及点心、谷物、休闲食品以及调味品等细分产品，产品种类较为丰富。目前，国内暂无与公司在业务模式和产品品类相同或相似的上市公司。

报告期内，公司粮油毛利率与同行业可比上市公司毛利率比较如下表所示：

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
西王食品	37.74%	35.59%	29.27%	28.01%
道道全	14.43%	10.80%	16.58%	16.88%
平均值	26.09%	23.20%	22.93%	22.44%
公司粮油	40.69%	41.14%	39.27%	37.25%

数据来源：WIND 资讯

公司粮油毛利率高于同行业可比上市公司平均水平，主要原因为：

A、产品差异：公司粮油产品主要为品利橄榄油，西王食品、道道全粮油产品主要为植物油，橄榄油产品销售价格比植物油销售价格高。

B、经营模式：公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务。公司经营的进口食品均从国外采购，公司将有限的资源集中于品牌开发与推广、渠道建设等附加值较高的业务环节。

C、品牌美誉度及影响力：作为较早进入中国市场的进口橄榄油，品利橄榄油的牌子影响力逐年提升，在消费者中拥有较高的声誉和品牌辨识度，竞争优势较为突出，销售价格相对较高，毛利率水平较高。

（4）饼干及点心毛利率变动分析

公司饼干及点心主要包括谷优、爱利地、雅娜、多恩、丹娜小姐及其他品牌。

①2018年1-6月与2017年度比较

2017年度、2018年1-6月，公司各品牌饼干及点心毛利率、占饼干及点心收入比例以及对饼干及点心毛利率贡献情况如下表所示：

项目	毛利率		收入占比		毛利率贡献		毛利率贡献变动 G=E-F
	2018年 1-6月	2017年	2018年 1-6月	2017年	2018年 1-6月	2017年	
	A	B	C	D	E	F	
谷优	44.55%	44.02%	72.93%	55.76%	32.49%	24.55%	7.94%
爱利地	-26.98%	48.26%	2.67%	18.14%	-0.72%	8.76%	-9.48%
雅娜	35.62%	32.08%	17.66%	12.62%	6.29%	4.05%	2.24%
多恩	27.76%	42.46%	5.92%	8.43%	1.64%	3.58%	-1.93%
丹娜小姐及其他	-27.21%	20.78%	0.81%	5.05%	-0.22%	1.05%	-1.27%

饼干及点心	39.48%	41.98%	100.00%	100.00%	39.48%	41.98%	-2.50%
-------	--------	--------	---------	---------	--------	--------	--------

2017 年度、2018 年 1-6 月，各品牌饼干及点心毛利率变化、收入结构变化对饼干及点心毛利率变化的影响如下表所示：

项目	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
	$H = (A-B) * C$	$I = (C-D) * B$	
谷优	0.38%	7.56%	7.94%
爱利地	-2.01%	-7.47%	-9.48%
雅娜	0.63%	1.62%	2.24%
多恩	-0.87%	-1.06%	-1.93%
丹娜小姐及其他	-0.39%	-0.88%	-1.27%
合计	-2.26%	-0.24%	-2.50%

2018 年 1-6 月，公司饼干及点心毛利率较 2017 年度下降 2.50 个百分点，主要原因为：A、谷优品牌产品毛利率、收入占比上升，导致公司饼干及点心毛利率上升 7.94 个百分点；B、公司已终止“爱利地”商标的运用，爱利地品牌产品毛利率、收入占比均下降，导致公司饼干及点心毛利率下降 9.48 个百分点；C、公司自有品牌雅娜品牌产品毛利率、收入占比略有上升，导致公司饼干及点心毛利率上升 2.24 个百分点；D、多恩品牌产品、丹娜小姐及其他品牌产品均非公司重点拓展的品牌，毛利率、收入占比均小幅下降，导致公司饼干及点心毛利率下降。

②2017 年度与 2016 年度比较

2016-2017 年度，公司各品牌饼干及点心毛利率、占饼干及点心收入比例以及对饼干及点心毛利率贡献情况如下表所示：

项目	毛利率		收入占比		毛利率贡献		毛利率贡献变动
	2017 年	2016 年	2017 年	2016 年	2017 年	2016 年	
	A	B	C	D	E	F	G=E-F
谷优	44.02%	49.14%	55.76%	59.61%	24.55%	29.29%	-4.74%
爱利地	48.26%	51.18%	18.14%	22.45%	8.76%	11.49%	-2.73%
雅娜	32.08%	40.78%	12.62%	8.90%	4.05%	3.63%	0.42%
多恩	42.46%	57.80%	8.43%	7.59%	3.58%	4.39%	-0.81%
其他	20.78%	60.22%	5.05%	1.46%	1.05%	0.88%	0.17%
饼干及点心	41.98%	49.67%	100.00%	100.00%	41.98%	49.67%	-7.69%

2016-2017 年度，各品牌饼干及点心毛利率变化、收入结构变化对饼干及

点心毛利率变化的影响如下表所示：

项目	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
	$H = (A-B) * C$	$I = (C-D) * B$	
谷优	-2.85%	-1.89%	-4.74%
爱利地	-0.53%	-2.20%	-2.73%
雅娜	-1.10%	1.52%	0.42%
多恩	-1.29%	0.48%	-0.81%
丹娜小姐及其他	-1.99%	2.16%	0.17%
合计	-7.76%	0.07%	-7.69%

2017 年度，公司饼干及点心毛利率较 2016 年度下降 7.69 个百分点，主要原因有：A、谷优品牌产品毛利率下降、收入占比下降，导致公司饼干及点心毛利率下降 4.74 个百分点；B、爱利地品牌产品毛利率下降、收入占比下降，导致公司饼干及点心毛利率下降 2.73 个百分点。

③2016 年度与 2015 年度比较

2015-2016 年度，公司各品牌饼干及点心毛利率、占饼干及点心收入比例以及对饼干及点心毛利率贡献情况如下表所示：

项目	毛利率		收入占比		毛利率贡献		毛利率贡献变动
	2016 年	2015 年	2016 年	2015 年	2016 年	2015 年	
	A	B	C	D	E	F	G=E-F
谷优	49.14%	49.34%	59.61%	64.08%	29.29%	31.62%	-2.33%
爱利地	51.18%	48.93%	22.45%	23.93%	11.49%	11.71%	-0.22%
雅娜	40.78%	16.74%	8.90%	1.08%	3.63%	0.18%	3.45%
多恩	57.80%	60.45%	7.59%	7.20%	4.39%	4.35%	0.04%
其他	60.22%	31.80%	1.46%	3.72%	0.88%	1.18%	-0.30%
饼干及点心	49.67%	49.04%	100.00%	100.00%	49.67%	49.04%	0.63%

2015-2016 年度，各品牌饼干及点心毛利率变化、收入结构变化对饼干及点心毛利率变化的影响如下表所示：

项目	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
	$H = (A-B) * C$	$I = (C-D) * B$	
谷优	-0.12%	-2.21%	-2.33%
爱利地	0.50%	-0.73%	-0.22%
雅娜	2.14%	1.31%	3.45%
多恩	-0.20%	0.24%	0.04%
丹娜小姐及其他	0.41%	-0.72%	-0.30%

合计	2.74%	-2.10%	0.63%
----	-------	--------	-------

2016 年度，公司饼干及点心毛利率较 2015 年度上升 0.63 个百分点，主要原因为：A、谷优品牌产品毛利率略有下降、但收入占比下降幅度较大，导致公司饼干及点心毛利率下降 2.33 个百分点；B、公司自有品牌雅娜蝴蝶酥毛利率上升、收入占比大幅提高，导致公司饼干及点心毛利率上升 3.45 个百分点。

④ 同行业可比上市公司毛利率比较

公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务，涉及的产品包括乳品、啤酒、粮油、饼干及点心、谷物、休闲食品以及调味品等细分产品，产品种类较为丰富。目前，国内暂无与公司在业务模式和产品品类相同或相似的上市公司。

报告期内，公司饼干及点心毛利率与同行业可比上市公司毛利率比较如下表所示：

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
桂发祥	48.46%	49.25%	52.30%	53.20%
来伊份	43.56%	44.31%	45.71%	46.51%
桃李面包	39.30%	37.70%	36.13%	34.89%
元祖股份	61.50%	66.33%	63.74%	62.65%
平均值	48.21%	49.40%	49.47%	49.31%
公司饼干及点心	39.48%	41.98%	49.67%	49.04%

数据来源：WIND 资讯

2015-2016 年度，公司饼干及点心毛利率与同行业可比上市公司毛利率不存在显著差异。2017 年度、2018 年 1-6 月，公司饼干及点心毛利率低于同行业可比上市公司毛利率，主要原因为：2017 年度起，公司逐步减少了对合作品牌、代理品牌的投入力度，终止了与部分合作品牌、代理品牌的合作，部分合作、代理品牌毛利率下降，导致公司 2017 年度、2018 年 1-6 月饼干及点心毛利率下降。

(5) 谷物毛利率变动分析

公司谷物主要包括亨利、公鸡及其他。报告期内，亨利、公鸡是公司谷物最主要品牌，是谷物收入的主要来源。

①2018年1-6月与2017年度比较

2017年度、2018年1-6月，公司各品牌谷物毛利率、占谷物收入比例以及对谷物毛利率贡献情况如下表所示：

项目	毛利率		收入占比		毛利率贡献		毛利率贡献变动
	2018年1-6月	2017年	2018年1-6月	2017年	2018年1-6月	2017年	
	A	B	C	D	E	F	
亨利	34.04%	45.53%	43.79%	47.41%	14.91%	21.59%	-6.68%
公鸡及其他	42.97%	49.29%	56.21%	52.59%	24.15%	25.92%	-1.77%
谷物	39.06%	47.51%	100.00%	100.00%	39.06%	47.51%	-8.45%

2017年度、2018年1-6月，各品牌谷物毛利率变化、收入结构变化对谷物毛利率变化的影响如下表所示：

项目	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
	$H = (A-B) * C$	$I = (C-D) * B$	
亨利	-5.03%	-1.65%	-6.68%
公鸡及其他	-3.55%	1.79%	-1.77%
合计	-8.58%	0.14%	-8.45%

2018年1-6月，公司谷物毛利率较2017年度下降8.45个百分点，主要原因为：A、公司自有品牌亨利品牌产品毛利率、收入占比均下降，导致公司谷物产品毛利率下降6.68个百分点；B、公鸡及其他品牌产品毛利率下降、收入占比上升，导致公司谷物产品毛利率下降1.77个百分点。

②2017年度与2016年度比较

2016-2017年度，公司各品牌谷物毛利率、占谷物收入比例以及对谷物毛利率贡献情况如下表所示：

项目	毛利率		收入占比		毛利率贡献		毛利率贡献变动
	2017年	2016年	2017年	2016年	2017年	2016年	
	A	B	C	D	E	F	
亨利	45.53%	47.94%	47.41%	54.13%	21.59%	25.95%	-4.36%
公鸡及其他	49.29%	52.70%	52.59%	45.87%	25.92%	24.17%	1.75%
谷物	47.51%	50.12%	100.00%	100.00%	47.51%	50.12%	-2.61%

2016-2017 年度，各品牌谷物毛利率变化、收入结构变化对谷物毛利率变化的影响如下表所示：

项目	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
	$H = (A-B) * C$	$I = (C-D) * B$	
亨利	-1.14%	-3.22%	-4.36%
公鸡及其他	-1.79%	3.54%	1.75%
合计	-2.93%	0.32%	-2.61%

2017 年度，公司谷物毛利率较 2016 年度下降 2.61 个百分点，主要原因为：A、公司自有品牌亨利麦片较 2016 年度略有下降，其毛利率低于公鸡品牌产品，但收入占比较大程度下降，导致公司谷物毛利率下降 4.36 个百分点；B、公鸡品牌产品毛利率下降、收入占比上升，导致公司谷物毛利率上升 1.75 个百分点。

③2016 年度与 2015 年度比较

2015-2016 年度，公司各品牌谷物毛利率、占谷物收入比例以及对谷物毛利率贡献情况如下表所示：

项目	毛利率		收入占比		毛利率贡献		毛利率贡献 变动
	2016 年	2015 年	2016 年	2015 年	2016 年	2015 年	
	A	B	C	D	E	F	G=E-F
亨利	47.94%	55.98%	54.13%	57.07%	25.95%	31.95%	-6.00%
公鸡及其他	52.70%	59.77%	45.87%	42.93%	24.17%	25.66%	-1.48%
谷物	50.12%	57.60%	100.00%	100.00%	50.12%	57.60%	-7.48%

2015-2016 年度，各品牌谷物毛利率变化、收入结构变化对谷物毛利率变化的影响如下表所示：

项目	毛利率变动影响	收入占比变动影响	合计
	$H = (A-B) * C$	$I = (C-D) * B$	
亨利	-4.35%	-1.65%	-6.00%
公鸡及其他	-3.24%	1.76%	-1.48%
合计	-7.59%	0.11%	-7.48%

2016 年度，公司谷物毛利率较 2015 年度下降 7.48 个百分点，主要原因系公司自有品牌亨利麦片毛利率较大幅度下降、收入占比略有下降导致公司谷物毛利率下降 6 个百分点所致。

④同行业可比公司毛利率比较

公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务，涉及的产品包括乳品、啤酒、粮油、饼干及点心、谷物、休闲食品以及调味品等细分产品，产品种类较为丰富。目前，国内暂无与公司在业务模式和产品品类相同或相似的上市公司。

报告期内，公司谷物产品毛利率与同行业可比公司毛利率比较如下表所示：

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
西麦食品	-	59.83%	56.77%	57.17%
公司谷物	39.06%	47.51%	50.12%	57.60%

数据来源：西麦食品数据来自于其招股说明书，2018年1-6月数据尚未披露

公司谷物产品毛利率低于西麦食品的毛利率。

（四）税金及附加分析

报告期内，公司税金及附加情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
城市维护建设税	93.25	327.11	175.78	410.53
教育费附加	93.25	283.43	144.39	397.58
土地使用税	12.45	37.35	-	-
房产税	10.48	31.44	-	-
印花税	3.21	24.57	6.05	-
河道税	-	24.91	16.76	52.33
车船税	-	0.64	-	-
合计	212.63	729.45	342.97	860.44

（五）期间费用分析

报告期内，公司期间费用构成及占当期营业收入的比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
销售费用	18,061.45	29.50%	35,226.34	28.98%	36,527.86	33.25%	39,523.64	39.74%
管理费用	1,260.63	2.06%	3,144.73	2.59%	2,703.69	2.46%	2,186.92	2.20%
财务费用	113.32	0.19%	454.88	0.37%	716.75	0.65%	-26.91	-0.03%
合计	19,435.40	31.75%	38,825.95	31.94%	39,948.31	36.36%	41,683.65	41.91%

2015-2017 年度、2018 年 1-6 月，公司期间费用合计分别为 41,683.65 万元、39,948.31 万元、38,825.95 万元、19,435.40 万元，占当期营业收入的比例分别为 41.91%、36.36%、31.94%、31.75%，呈逐渐下降态势。

（1）销售费用

报告期内，公司销售费用构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
促销费	6,299.86	34.88%	12,104.33	34.36%	14,833.86	40.61%	18,241.39	46.15%
职工薪酬	2,609.13	14.45%	5,250.40	14.90%	4,443.63	12.17%	3,718.89	9.41%
运杂费	2,608.14	14.44%	5,438.39	15.44%	5,256.81	14.39%	5,194.68	13.14%
劳务费	1,995.33	11.05%	2,874.77	8.16%	2,247.66	6.15%	2,659.98	6.73%
报关代理费	1,948.91	10.79%	4,552.92	12.92%	3,601.76	9.86%	2,342.74	5.93%
租赁费	1,259.06	6.97%	2,241.99	6.36%	2,125.87	5.82%	1,719.22	4.35%
广告设计费	725.42	4.02%	1,152.25	3.27%	2,594.53	7.10%	4,293.94	10.86%
差旅费	118.57	0.66%	311.56	0.88%	302.53	0.83%	270.21	0.68%
物耗	93.56	0.52%	375.63	1.07%	282.65	0.77%	232.14	0.59%
交通费	82.85	0.46%	176.97	0.50%	160.52	0.44%	102.63	0.26%
仓储费	77.66	0.43%	213.21	0.61%	224.12	0.61%	203.43	0.51%
招待费	62.39	0.35%	124.19	0.35%	108.36	0.30%	85.72	0.22%
折旧费	50.70	0.28%	108.33	0.31%	27.92	0.08%	0.00	0.00%
咨询费	44.39	0.25%	14.74	0.04%	63.56	0.17%	28.96	0.07%
办公费	33.31	0.18%	61.79	0.18%	63.62	0.17%	148.21	0.37%
水电费	30.91	0.17%	57.52	0.16%	13.80	0.04%	-	-
修理费	4.08	0.02%	9.29	0.03%	36.65	0.10%	15.59	0.04%
其他	17.17	0.10%	158.08	0.45%	140.01	0.38%	265.91	0.67%
合计	18,061.45	100.00%	35,226.34	100.00%	36,527.86	100.00%	39,523.64	100.00%

公司销售费用主要由促销费、职工薪酬、运杂费、报关代理费、劳务费、租赁费以及广告设计费等构成。2015-2017 年度、2018 年 1-6 月，公司销售费用分别为 39,523.64 万元、36,527.86 万元、35,226.34 万元、18,061.45 万元，占当期营业收入的比例分别为 39.74%、33.25%、28.98%、29.50%。

报告期内，公司存在使用个人卡支付临时促销人员工资的情形，具体如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
个人卡支付金额	-	-	-	-1,413.01
合计	-	-	-	-1,413.01

公司使用个人卡支付临时促销费用的情形，主要集中在2015年。2016年以后，公司不存在使用个人卡支付费用的情形。

（2）管理费用

报告期内，公司管理费用构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	494.17	39.20%	997.51	31.72%	894.83	33.10%	1,137.36	52.01%
股份支付费	-	-	1,056.12	33.58%	766.00	28.33%	-	-
咨询费	326.05	25.86%	280.68	8.93%	148.87	5.51%	66.69	3.05%
摊销费	105.81	8.39%	214.12	6.81%	92.58	3.42%	3.57	0.16%
折旧费	34.54	2.74%	128.44	4.08%	232.72	8.61%	242.52	11.09%
租赁费	53.26	4.22%	87.97	2.80%	209.79	7.76%	195.61	8.94%
差旅费	64.16	5.09%	69.45	2.21%	65.46	2.42%	81.92	3.75%
办公费	23.22	1.84%	40.10	1.28%	51.62	1.91%	73.92	3.38%
招待费	20.15	1.60%	39.48	1.26%	43.49	1.61%	15.60	0.71%
招聘费用	9.22	0.73%	33.21	1.06%	22.74	0.84%	12.89	0.59%
水电费	3.90	0.31%	40.27	1.28%	42.38	1.57%	34.36	1.57%
培训费	57.68	4.58%	23.44	0.75%	22.28	0.82%	74.86	3.42%
车辆费用	9.71	0.77%	20.82	0.66%	17.06	0.63%	47.47	2.17%
通讯费	5.01	0.40%	20.57	0.65%	13.29	0.49%	12.69	0.58%
会议费	0.39	0.03%	20.03	0.64%	31.96	1.18%	26.97	1.23%
物业费	1.82	0.14%	3.04	0.10%	7.57	0.28%	26.04	1.19%
其他	51.55	4.09%	69.48	2.21%	41.03	1.52%	134.45	6.15%
合计	1,260.63	100.00%	3,144.73	100.00%	2,703.69	100.00%	2,186.92	100.00%

公司管理费用主要由职工薪酬、股份支付费、咨询费、摊销费、折旧费以及租赁费等构成。2015-2017年度、2018年1-6月，公司管理费用分别为2,186.92万元、2,703.69万元、3,144.73万元、1,260.63万元，占当期营业收入的比例分别为2.20%、2.46%、2.59%、2.06%，基本保持稳定。

2017年度，公司管理费用较2016年度增长16.31%，主要系2017年度确认股份支付费用1,056.12万元所致。

2016 年度，公司管理费用较 2015 年度增长 23.63%，主要系 2016 年度确认股份支付费用 766.00 万元所致。

（3）财务费用

报告期内，公司财务费用构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
利息费用	10.29	-	-	-
减：利息收入	16.87	83.72	52.86	190.42
汇兑损益	48.50	511.26	742.90	146.08
其他	71.39	27.33	26.71	17.43
合计	113.32	454.88	716.75	-26.91

2015-2017 年度、2018 年 1-6 月，公司财务费用分别为-26.91 万元、716.75 万元、454.88 万元、113.32 万元，占当期营业收入的比例分别为-0.03%、0.65%、0.37%、0.19%。报告期内，公司财务费用主要为汇兑损益。公司与境外供应商结算货币主要为欧元、美元，当境外货币升值时，应付款折算成人民币的金额增加，由此形成汇兑损失，反之则形成汇兑损益。

（六）资产减值损失分析

报告期内，公司资产减值损失情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
坏账损失/转回	-6.13	114.45	-741.13	81.81
存货跌价损失	-374.86	27.51	-313.62	-88.78
合计	-380.99	141.95	-1,054.75	-6.97

（七）投资收益

报告期内，公司投资收益情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
权益法核算的长期股权投资收益	-1.22	-	-	-
合计	-1.22	-	-	-

（八）营业外收入

报告期内，公司营业外收入情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
政府补助	176.00	48.59%	355.06	66.39%	173.69	64.91%	174.00	80.86%
废品收入	100.17	27.65%	134.98	25.24%	56.28	21.03%	9.81	4.56%
保险理赔	53.40	14.74%	4.65	0.87%	20.94	7.83%	-	-
无需支付的款项	6.36	1.76%	39.10	7.31%	15.06	5.63%	19.84	9.22%
其他	26.29	7.26%	1.00	0.19%	1.61	0.60%	11.52	5.35%
合计	362.22	100.00%	534.79	100.00%	267.58	100.00%	215.17	100.00%

报告期内，公司营业外收入主要系政府补助。2015-2017年度、2018年1-6月，公司政府补助分别为174.00万元、173.69万元、355.06万元、176.00万元，占当期营业外收入的比例分别为80.86%、64.91%、66.39%、48.59%。报告期内，计入损益的政府补助如下：

1、2018年1-6月政府补助明细

单位：万元

内容	金额	性质	备注
企业扶持资金	170.00	与收益相关	上海市松江区佘山镇财政所
优秀企业奖励	6.00	与收益相关	上海市松江区佘山镇人民政府经济发展办公室
合计	176.00	-	-

2、2017年度政府补助明细

单位：万元

内容	金额	性质	备注
企业扶持资金	194.00	与收益相关	上海市松江区佘山镇财政所
企业扶持资金	102.00	与收益相关	上海市松江区佘山镇财政所
企业扶持资金	53.06	与收益相关	上海市松江区佘山镇财政所
优秀企业奖励	6.00	与收益相关	上海市松江区佘山镇人民政府经济发展办公室
合计	355.06	-	-

3、2016 年度政府补助明细

单位：万元

内容	金额	性质	备注
企业扶持资金	165.69	与收益相关	上海市松江区佘山镇财政所
优秀企业奖励	8.00	与收益相关	上海市松江区佘山镇人民政府经济发展办公室
合计	173.69	-	-

4、2015 年度政府补助明细

单位：万元

内容	金额	性质	备注
企业扶持资金	174.00	与收益相关	上海市松江区佘山镇财政所
合计	174.00	-	-

（九）营业外支出分析

报告期内，公司营业外支出情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动资产处置损失合计	-	883.02	8.11	1.50
其中：固定资产处置损失	-	883.02	8.11	1.50
对外捐赠	-	12.00	-	1.00
滞纳金	0.30	2.31	11.80	4.22
无法收回款项	-	-	12.98	-
其他	0.03	0.50	5.40	2.50
合计	0.33	897.84	38.29	9.22

（十）所得税分析

1、所得税费用

报告期内，公司所得税情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
当期所得税费用	1,031.79	2,635.89	2,061.96	1,162.70
递延所得税费用	224.39	71.64	231.48	7.42
合计	1,256.18	2,707.54	2,293.45	1,170.12

2、所得税费用与会计利润的关系

报告期内，公司计提的企业所得税费用与利润总额的关系如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
利润总额	4,650.46	8,322.22	8,050.93	5,050.95
按法定[或适用]税率计算的所得税费用	1,162.61	2,080.55	2,012.73	1,262.74
子公司适用不同税率的影响	-	--	-	-
调整以前期间所得税的影响	40.90	39.23	253.20	-84.86
非应税收入的影响	-	--	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	20.10	281.76	219.03	-41.58
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-	-257.30	-
当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	32.57	305.99	65.78	33.81
所得税费用	1,256.18	2,707.54	2,293.45	1,170.12

（十一）非经常性损益分析

报告期内，公司非经常性损益及其对经营成果的影响情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-883.02	-8.11	-1.50
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	176.00	355.06	173.69	174.00
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	1,342.17
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	185.89	164.91	63.71	33.45
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-1,056.12	-766.00	-
少数股东损益的影响数	-	-	-	-
所得税的影响数	-90.39	-133.21	-61.62	-52.61
归属于母公司股东的非经常性损益	271.50	-1,552.37	-598.33	1,495.52
归属于母公司股东的净利润	3,394.28	5,614.68	5,757.48	3,880.84
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,122.78	7,167.05	6,355.82	2,385.32

2015-2017年度、2018年1-6月，归属于母公司股东的非经常性损益分别为1,495.52万元、-598.33万元、-1,552.37万元、271.50万元，占当期归属于母公司股东净利润的比例分别为38.54%、-10.39%、-27.65%、8.00%。

2018年1-6月，归属于母公司股东的非经常性损益271.50万元，主要为：
（1）计入当期损益的政府补助176.00万元；（2）除上述各项之外的其他营业外收入和支出185.89万元。

2017年度，归属于母公司股东的非经常性损益-1,552.37万元，主要为：（1）非流动性资产处置损益-883.02万元；（2）计入当期损益的政府补助355.06万元；（3）其他符合非经常性损益定义的损益项目（即股份支付费用）-1,056.12万元。

2016年度，归属于母公司股东的非经常性损益-598.33万元，主要为：（1）计入当期损益的政府补助173.69万元；（2）其他符合非经常性损益定义的损益项目（即股份支付费用）-766.00万元。

2015年度，归属于母公司股东的非经常性损益1,495.52万元，主要为：（1）同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益1,342.17万元；（2）计入当期损益的政府补助174.00万元。

总体来看，报告期内，归属于母公司股东的非经常性损益不会对公司的经营成果产生重大影响，公司盈利主要来源于可持续发展的主营业务，并不存在依赖非经常性损益的情形。

（十二）影响公司持续盈利能力的主要因素及保荐人对发行人是否具备持续盈利能力的核查意见

公司已在招股说明书“第四节 风险因素”中分析和披露了可能对公司持续盈利能力产生重大不利影响的风险因素。报告期内，公司经营状况良好，不存在下列对持续盈利能力构成重大不利影响的因素：

- 1、发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- 2、发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- 3、发行人在用的商标、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、发行人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、发行人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、其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

经核查，保荐机构认为，报告期内，公司具有良好的财务状况和盈利能力，根据行业未来的发展趋势以及公司的业务状况，公司具备持续盈利能力。

十二、财务状况分析

（一）资产构成及变动分析

报告期各期末，公司资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	45,088.08	80.02%	54,203.55	88.76%	41,802.83	83.87%	53,433.32	98.00%
非流动资产	11,260.20	19.98%	6,865.39	11.24%	8,039.34	16.13%	1,089.31	2.00%
合计	56,348.28	100.00%	61,068.94	100.00%	49,842.17	100.00%	54,522.63	100.00%

报告期内，受益于我国进口食品行业的快速发展以及公司市场竞争力的提高、品牌美誉度的提升，公司主营业务规模不断扩张，资产规模也相应扩大。就资产结构而言，2015年末、2016年末、2017年末、2018年6月末，公司流动资产分别为53,433.32万元、41,802.83万元、54,203.55万元、45,088.08万元，占公司当期末资产总额的比例分别为98.00%、83.87%、88.76%、80.02%。

报告期各期末，公司流动资产占资产总额的比例较高，主要原因为：（1）公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务，公司流动资产占比较高符合轻资产的行业特点；（2）公司流动资产占比较高，不仅能保证公司以有限的投入保障渠道建设、品牌推广的需要，提升公司的市场竞争能力和盈利能力，也有利于公司防范经营风险、支撑公司稳步发展。

1、流动资产分析

报告期各期末，公司流动资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	6,949.36	15.41%	5,984.29	11.04%	6,220.99	14.88%	11,254.32	21.06%
应收票据及 应收账款	11,927.49	26.45%	12,148.52	22.41%	9,012.94	21.56%	9,954.18	18.63%
预付款项	323.99	0.72%	304.03	0.56%	104.45	0.25%	225.93	0.42%
其他应收款	399.71	0.89%	485.40	0.90%	442.79	1.06%	1,905.46	3.57%
存货	24,156.23	53.58%	32,847.86	60.60%	25,258.83	60.42%	28,021.71	52.44%
其他流动资产	1,331.31	2.95%	2,433.45	4.49%	762.83	1.82%	2,071.72	3.88%
合计	45,088.08	100.00%	54,203.55	100.00%	41,802.83	100.00%	53,433.32	100.00%

公司流动资产主要包括货币资金、应收票据及应收账款和存货。2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，上述三项合计占流动资产的比例分别为92.13%、96.87%、94.05%、95.44%。

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存现金	11.74	0.17%	6.12	0.10%	8.15	0.13%	10.35	0.09%
银行存款	6,339.52	91.22%	5,337.36	89.19%	5,739.84	92.27%	11,119.25	98.80%
其他货币资金	598.10	8.61%	640.82	10.71%	473.00	7.60%	124.72	1.11%
合计	6,949.36	100.00%	5,984.29	100.00%	6,220.99	100.00%	11,254.32	100.00%
其中：存放在境 外的款项总额	2.61	0.04%	7.88	0.13%	-	-	-	-

2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，公司货币资金余额分别为11,254.32万元、6,220.99万元、5,984.29万元、6,949.36万元，占当期末流动资产的比例分别为21.06%、14.88%、11.04%、15.41%。公司货币资金主要由银行存款和其他货币资金构成，符合公司的经营需求。

2016年末，公司货币资金余额较2015年末下降44.72%，主要原因为：①2016年度，公司经营性应收项目减少、经营性应付项目增加，经营活动产生的

现金流量净额为-2,357.31 万元；②2016 年 5 月，公司前身魁春实业以现金 4,000.00 万元收购奥光动漫集团有限公司持有的奥光玩具 100.00% 股权；③收购完成后，公司偿还了奥光玩具账面上 2,800.00 万元的负债。

报告期各期末，公司其他货币资金为保函保证金和支付宝账户余额，其构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
保函保证金	367.84	314.24	314.24	-
支付宝账户余额	230.25	326.58	158.76	124.72
合计	598.10	640.82	473.00	124.72

其中，保函保证金为使用受限制的货币资金，保函保证金具体情况如下表所示：

单位：万元

银行	金额	开立日期	结束日期
中国农业银行股份有限公司上海佘山支行	367.84	2018-5-11	2020-7-30
上海浦发银行普陀支行	257.17	2016-1-12	2018-2-13
上海浦发银行普陀支行	57.06	2016-3-9	2018-2-13

（2）应收票据及应收账款

报告期各期末，公司应收票据及应收账款情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
应收票据	-	-	-	-
应收账款	11,927.49	12,148.52	9,012.94	9,954.18
合计	11,927.49	12,148.52	9,012.94	9,954.18

报告期各期末，公司应收账款情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
账面余额	12,595.53	12,818.72	9,526.32	11,053.58
坏账准备	668.04	670.20	513.38	1,099.40
账面价值	11,927.49	12,148.52	9,012.94	9,954.18

①应收账款余额分析

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
账面余额	12,595.53	12,818.72	9,526.32	11,053.58
营业收入	61,222.50	121,557.69	109,865.97	99,459.94
账面余额/营业收入	20.57%	10.55%	8.67%	11.11%

2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，公司应收账款账面余额分别为11,053.58万元、9,526.32万元、12,818.72万元、12,595.53万元，占当期营业收入的比例分别为11.11%、8.67%、10.55%、20.57%。

2017年末，公司应收账款账面余额较2016年末增长34.56%，主要原因为：
A、2017年度，公司营业收入较2016年度增长10.64%，应收账款账面余额规模随公司主营业务规模的扩张而随之增长；
B、期末应收账款主要来自于大型商超客户，回款需要一定周期，导致期末应收账款余额增加。

2016年末，公司应收账款账面余额较2015年末下降13.82%，主要系公司积极加强客户信用管理，部分客户应收账款回款较快所致。

②应收账款账龄分析

报告期内，公司应收账款按信用风险特征组合计提坏账准备，不存在单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款以及单项金额虽不重大但单独计提坏账准备的应收账款。

报告期各期末，公司应收账款账面余额及账龄情况如下表所示：

单位：万元

账龄	2018-6-30			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例	金额	计提比例
1年以内（含1年）	12,165.47	96.59%	608.27	5.00%
1至2年（含2年）	366.03	2.91%	36.60	10.00%
2至3年（含3年）	51.07	0.41%	10.21	20.00%
3年以上	12.95	0.10%	12.95	100.00%
合计	12,595.53	100.00%	668.04	5.30%
账龄	2017-12-31			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例	金额	计提比例
1年以内（含1年）	12,579.45	98.13%	628.97	5.00%

1至2年（含2年）	180.88	1.41%	18.09	10.00%
2至3年（含3年）	44.06	0.34%	8.81	20.00%
3年以上	14.33	0.11%	14.33	100.00%
合计	12,818.72	100.00%	670.20	5.23%
账龄	2016-12-31			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例	金额	计提比例
1年以内（含1年）	9,320.63	97.84%	466.03	5.00%
1至2年（含2年）	158.22	1.66%	15.82	10.00%
2至3年（含3年）	19.93	0.21%	3.99	20.00%
3年以上	27.54	0.29%	27.54	100.00%
合计	9,526.32	100.00%	513.38	5.39%
账龄	2015-12-31			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例	金额	计提比例
1年以内（含1年）	9,060.52	81.97%	453.03	5.00%
1至2年（含2年）	1,024.37	9.27%	102.44	10.00%
2至3年（含3年）	530.94	4.80%	106.19	20.00%
3年以上	437.75	3.96%	437.75	100.00%
合计	11,053.58	100.00%	1,099.40	9.95%

2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，公司一年以内应收账款占应收账款账面余额的比例分别为81.97%、97.84%、98.13%、96.59%，公司应收账款账龄结构较为合理。公司应收账款涉及的客户主要为国内知名大型商超、电商平台等，该类客户具备较强的资金实力、良好的资信状况和较高的信誉度，与公司保持长期稳定的合作关系，公司应收账款的回收有较好的保障。

③坏账准备计提情况

报告期各期末，公司账龄1年以内、1-2年、2-3年、3年以上的应收账款坏账准备的计提比例分别为5.00%、10.00%、20.00%、100.00%。2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，公司已计提的坏账准备占应收账款账面余额的比例分别为9.95%、5.39%、5.23%、5.30%。报告期各期末，公司应收账款坏账准备计提充分、谨慎，符合稳健性原则，坏账准备计提充分、合理。

报告期内，公司应收账款回收情况正常，应收账款质量良好、风险可控。

④应收账款主要单位

2018年6月末，公司应收账款前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	应收账款余额	占应收账款余额比例	坏账准备
1	锦江麦德龙现购自运有限公司	1,862.96	14.79%	93.15
2	沃尔玛（中国）投资有限公司	772.22	6.13%	38.61
3	福建闽侯永辉商业有限公司	662.09	5.26%	33.10
4	苏宁云商集团股份有限公司	631.03	5.01%	31.55
5	北京京东世纪信息技术有限公司	626.71	4.98%	31.34
合计		4,555.01	36.16%	227.75

2017年末，公司应收账款前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	应收账款余额	占应收账款余额比例	坏账准备
1	锦江麦德龙现购自运有限公司	1,499.31	11.70%	74.97
2	苏宁云商集团股份有限公司	1,125.39	8.78%	56.29
3	欧尚（中国）投资有限公司	1,098.17	8.57%	54.91
4	华润万家有限公司	456.50	3.56%	22.82
5	康成投资（中国）有限公司	415.14	3.24%	20.76
合计		4,594.51	35.84%	229.74

2016年末，公司应收账款前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	应收账款余额	占应收账款余额比例	坏账准备
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	960.62	10.08%	48.03
2	锦江麦德龙现购自运有限公司	828.66	8.70%	41.43
3	纽海信息技术（上海）有限公司	691.28	7.26%	34.56
4	华润万家有限公司	620.02	6.51%	31.00
5	苏宁云商集团股份有限公司	544.01	5.71%	27.20
合计		3,644.58	38.26%	182.23

2015年末，公司应收账款前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	应收账款余额	占应收账款余额比例	坏账准备
1	北京京东世纪信息技术有限公司	1,271.22	11.50%	63.56
2	浙江天猫技术有限公司	786.83	7.12%	39.34
3	锦江麦德龙现购自运有限公司	723.03	6.54%	36.15
4	纽海信息技术（上海）有限公司	678.76	6.14%	33.94
5	康成投资（中国）有限公司	584.54	5.29%	41.03
合计		4,044.39	36.59%	214.02

（3）预付款项

公司预付款项主要系广告费、推广费、软件技术以及房租款等。2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，公司预付款项分别为225.93万元、104.45万元、304.03万元和323.99万元，占当期末流动资产的比例分别为0.42%、0.25%、0.56%、0.72%。报告期各期末，公司预付款项占当期流动资产的比例较小。

2017年末，公司预付款项较2016年末增长191.08%，主要系期末预付广告费、网络技术服务费增加所致；2016年末，公司预付款项较2015年末下降53.77%，主要系期末预付网络技术服务费、预付房租下降所致。

①预付款项余额及账龄情况

报告期各期末，公司预付款项余额及账龄情况如下表所示：

单位：万元

账龄	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	323.99	100.00%	304.03	100.00%	104.45	100.00%	225.93	100.00%
合计	323.99	100.00%	304.03	100.00%	104.45	100.00%	225.93	100.00%

报告期各期末，公司预付款项账龄均在一年以内，发生损失的风险较小。

②预付款项主要单位

2018年6月末，公司预付款项前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	占预付款项期末余额比例	采购内容
1	广州艺洲人品牌管理股份有限公司	163.32	50.41%	广告
2	预付房租款	69.80	21.54%	房租款
3	国家体育总局训练局	23.58	7.28%	广告赞助
4	浙江天猫技术有限公司	14.10	4.35%	网络技术服务费
5	上海网腾信息科技有限公司	11.56	3.57%	宽带服务费
	合计	282.36	87.15%	-

2017年末，公司预付款项前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	占预付款项期末余额比例	采购内容
1	广州艺洲人品牌管理股份有限公司	130.00	42.76%	广告
2	浙江天猫技术有限公司	67.63	22.24%	网络技术服务费
3	预付房租款	65.15	21.43%	房租款
4	上海汉得信息技术股份有限公司	37.17	12.23%	软件技术
5	杭州昭乾软件科技有限公司	2.10	0.69%	软件技术
合计		302.04	99.35%	-

2016年末，公司预付款项前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	占预付款项期末余额比例	采购内容
1	浙江天猫技术有限公司	24.15	23.12%	网络技术服务费
2	香河富强包装制品有限公司	23.44	22.44%	包材
3	杭州昭乾软件科技有限公司	20.00	19.15%	软件技术
4	上海汉得信息技术股份有限公司	16.82	16.11%	软件技术
5	预付房租款	13.65	13.06%	房租
合计		98.06	93.88%	-

2015年末，公司预付款项前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	占预付款项期末余额比例	采购内容
1	浙江天猫技术有限公司	103.39	45.76%	网络技术服务费
2	预付房租款	98.18	43.45%	房租
3	高朋（上海）律师事务所	16.67	7.38%	律师费
4	办公促销用品零售商	5.27	2.33%	促销物料
5	东莞市冠凯实业有限公司	2.43	1.08%	促销物料
合计		225.93	100.00%	-

（4）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收账款情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	399.71	485.40	442.79	1,905.46
合计	399.71	485.40	442.79	1,905.46

①按性质分类其他应收款

报告期各期末，公司按性质分类其他应收款账面余额情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
保证金	253.09	63.05%	263.85	53.73%	173.12	35.27%	151.01	7.16%
押金	114.98	28.64%	114.32	23.28%	122.11	24.88%	147.89	7.01%
个人往来	4.05	1.01%	72.94	14.85%	79.69	16.24%	319.33	15.14%
备用金	1.08	0.27%	0.12	0.02%	2.17	0.44%	26.75	1.27%
投资款	-	-	-	-	9.28	1.89%	630.00	29.88%
单位往来款	1.88	0.47%	-	-	-	-	325.57	15.44%
待认证税款	-	-	-	-	-	-	301.36	14.29%
其他	26.32	6.56%	39.84	8.11%	104.46	21.28%	206.70	9.80%
合计	401.41	100.00%	491.07	100.00%	490.83	100.00%	2,108.61	100.00%

2015 年末，公司其他应收款账面余额较大，主要系：A、公司为员工提供借款形成的其他应收款。为加强规范化管理水平，2016 年公司对员工借款进行了回收清理，使得 2016 年末公司其他应收款余额较 2015 年末明显减少；B、公司前身魁春实业于 2015 年 12 月 3 日、2015 年 12 月 16 日分两次向上海佘山经济发展有限公司合计支付 630.00 万元作为收购奥光玩具 100.00% 股权的诚意金。C、待认证税款 301.36 万元。

②其他应收款账龄分析及坏账准备计提情况

报告期内，公司不存在单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款以及单项金额虽不重大但单独计提坏账准备的其他应收款，公司按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
保证金及押金作为特定资产组合	368.08	91.70%	-	-	368.08
对非单项计提坏账准备的其他应收款以账龄为信用风险特征划分组合	33.33	8.30%	1.70	5.10%	31.63
合计	401.41	100.00%	1.70	0.42%	399.71
项目	2017-12-31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
保证金及押金作为特定资产组合	378.17	77.01%	-	-	378.17

对非单项计提坏账准备的其他应收款以账龄为信用风险特征划分组合	112.90	22.99%	5.67	5.02%	107.23
合计	491.07	100.00%	5.67	1.15%	485.40
项目	2016-12-31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
保证金及押金作为特定资产组合	295.23	60.15%	-	-	295.23
对非单项计提坏账准备的其他应收款以账龄为信用风险特征划分组合	195.60	39.85%	48.04	24.56%	147.56
合计	490.83	100.00%	48.04	9.79%	442.79
项目	2015-12-31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
保证金及押金作为特定资产组合	298.90	14.18%	-	-	298.90
对非单项计提坏账准备的其他应收款以账龄为信用风险特征划分组合	1,809.71	85.82%	203.15	11.23%	1,606.56
合计	2,108.61	100.00%	203.15	9.63%	1,905.46

报告期各期末，公司对“保证金及押金作为特定资产组合”不计提坏账准备，“对非单项计提坏账准备的其他应收款以账龄作为信用风险特征划分组合”按照账龄分析法计提坏账准备，具体情况如下表所示：

单位：万元

账龄	2018-6-30				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
1年以内（含1年）	33.21	99.64%	1.66	5.00%	31.55
1至2年（含2年）	-	-	-	10.00%	-
2至3年（含3年）	0.10	0.30%	0.02	20.00%	0.08
3年以上	0.02	0.06%	0.02	100.00%	-
合计	33.33	100.00%	1.70	5.10%	31.63
账龄	2017-12-31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
1年以内（含1年）	112.78	99.89%	5.64	5.00%	107.14
1至2年（含2年）	0.10	0.09%	0.01	10.00%	0.09
2至3年（含3年）	-	-	-	20.00%	-
3年以上	0.02	0.02%	0.02	100.00%	-
合计	112.90	100.00%	5.67	5.02%	107.23
账龄	2016-12-31				
	账面余额		坏账准备		账面价值

	金额	比例	金额	计提比例	
1年以内（含1年）	150.74	77.07%	7.54	5.00%	143.21
1至2年（含2年）	4.83	2.47%	0.48	10.00%	4.35
2至3年（含3年）	-	-	-	20.00%	-
3年以上	40.02	20.46%	40.02	100.00%	-
合计	195.60	100.00%	48.04	24.56%	147.56
	2015-12-31				
账龄	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
1年以内（含1年）	1,109.44	61.31%	55.47	5.00%	1,053.97
1至2年（含2年）	495.59	27.39%	49.56	10.00%	446.03
2至3年（含3年）	133.20	7.36%	26.64	20.00%	106.56
3年以上	71.48	3.95%	71.48	100.00%	-
合计	1,809.71	100.00%	203.15	11.23%	1,606.56

③其他应收款前五名情况

2018年6月末，公司其他应收账款余额前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	占其他应收款期末余额比例	账龄	坏账准备	款项性质
1	北京京东世纪信息技术有限公司	7.00	1.74%	1年以内	-	保证金
		74.20	18.49%	1-2年		
	小计	81.20	20.23%	-	-	-
2	广州东廷仓储有限公司	71.18	17.73%	3-4年	-	押金
3	支付宝（中国）网络技术有限公司	7.75	1.93%	1年以内	-	保证金
		5.00	1.25%	1-2年		
		46.00	11.46%	2-3年		
		10.00	2.49%	3-4年		
小计	68.75	17.13%	-	-	-	
4	上海纺织原料有限公司	26.41	6.58%	1年以内	-	押金
5	北京惠买时空贸易有限公司	0.20	0.05%	1年以内	-	质保金
		3.31	0.82%	1-2年		
		9.76	2.43%	2-3年		
		10.54	2.63%	3-4年		
小计	23.81	5.93%	-	-	-	
合计		271.35	67.60%	-	-	-

2017年末，公司其他应收款余额前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	占其他应收款期末余额比例	账龄	坏账准备	款项性质
1	支付宝（中国）网络技术有限公司	18.00	3.67%	1年以内	-	保证金
		8.00	1.63%	1-2年	-	
		65.00	13.24%	2-3年	-	
	小计	91.00	18.53%	-	-	-
2	北京京东世纪信息技术有限公司	14.20	2.89%	1年以内	-	保证金
		60.00	12.22%	1-2年	-	
		74.20	15.11%	-	-	
3	广州东廷仓储有限公司	71.18	14.50%	2-3年	-	押金
4	徐松莉	59.89	12.20%	1年以内	2.99	个人往来
5	上海纺织原料有限公司	24.65	5.02%	1-2年	-	押金
	合计	320.92	65.35%	-	2.99	-

2016年末，公司其他应收款账面余额前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	占其他应收款期末余额比例	账龄	坏账准备	款项性质
1	支付宝（中国）网络技术有限公司	8.00	1.63%	1年以内	-	保证金
		65.00	13.24%	1-2年	-	
		73.00	14.87%	-	-	
2	广州东廷仓储有限公司	71.18	14.50%	1-2年	-	押金
3	北京京东世纪信息技术有限公司	60.00	12.22%	1年以内	-	保证金
4	朱国辉	40.00	8.15%	3年以上	40.00	个人往来
5	上海纺织原料有限公司	24.65	5.02%	1年以内	-	押金
	合计	268.83	54.77%	-	40.00	-

2015年末，公司其他应收款账面余额前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	占其他应收款期末余额比例	账龄	坏账准备	款项性质
1	上海佘山经济发展有限公司	630.00	29.88%	1年以内	31.50	投资款
2	预付税款	301.36	14.29%	1年以内	15.07	待认证税款
3	上海嘉善物联网技术有限公司	257.17	12.20%	1-2年	25.72	单位往来款
4	广州东廷仓储有限公司	71.18	3.38%	1年以内	-	押金
5	支付宝（中国）网络技术有限公司	65.00	3.08%	1年以内	-	保证金
	合计	1,324.71	62.82%	-	72.29	-

（5）存货

公司产品销售分为线下销售与线上销售两种模式。其中，线下销售包括线下经销、线下直销、线下其他等三种模式，线上销售包括统一入仓、线上自营、线上分销等三种模式。公司采取滚动式下订单的方式向供应商下达采购计划，一般从下订单到收货需要3个月的时间。一般来说，公司备货量满足2个月的销售需求。另外，公司会根据销售的季节性相应调整产品备货，在销售旺季和春节前储备较多产品以满足销售需要。

报告期各期末，公司的存货构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30			
	账面余额	跌价准备	账面价值	
			金额	比例
发出商品	7,073.54	-	7,073.54	29.28%
周转材料	270.59	-	270.59	1.12%
在途物资	6,157.03	-	6,157.03	25.49%
库存商品	11,236.22	581.15	10,655.08	44.11%
合计	24,737.38	581.15	24,156.23	100.00%
项目	2017-12-31			
	账面余额	跌价准备	账面价值	
			金额	比例
发出商品	6,893.17	-	6,893.17	20.99%
周转材料	430.31	-	430.31	1.31%
在途物资	6,382.67	-	6,382.67	19.43%
库存商品	20,097.72	956.01	19,141.71	58.27%
合计	33,803.87	956.01	32,847.86	100.00%
项目	2016-12-31			
	账面余额	跌价准备	账面价值	
			金额	比例
发出商品	6,248.43	-	6,248.43	24.74%
周转材料	557.52	-	557.52	2.21%
在途物资	5,586.93	-	5,586.93	22.12%
库存商品	13,794.46	928.51	12,865.95	50.94%
合计	26,187.34	928.51	25,258.83	100.00%
项目	2015-12-31			
	账面余额	跌价准备	账面价值	
			金额	比例
发出商品	9,843.28	-	9,843.28	35.13%

周转材料	763.64	-	763.64	2.73%
在途物资	5,636.07	-	5,636.07	20.11%
库存商品	13,020.86	1,242.13	11,778.73	42.03%
合计	29,263.84	1,242.13	28,021.71	100.00%

2015 年末、2016 年末、2017 年末和 2018 年 6 月末，公司存货账面价值分别为 28,021.71 万元、25,258.83 万元、32,847.86 万元、24,156.23 万元，占当期流动资产的比例分别为 52.44%、60.42%、60.60%、53.58%。就存货构成而言，公司存货主要由库存商品、发出商品以及在途物资构成。

① 存货余额变动分析

A、发出商品

公司发出商品主要系发往客户处暂未确认收入的商品。2015 年末、2016 年末、2017 年末和 2018 年 6 月末，公司发出商品账面价值分别为 9,843.28 万元、6,248.43 万元、6,893.17 万元、7,073.54 万元，占当期末存货账面价值的比例分别为 35.13%、24.74%、20.99%、29.28%。

B、周转材料

公司周转材料主要系包装材料。2015 年末、2016 年末、2017 年末和 2018 年 6 月末，公司周转材料账面价值分别为 763.64 万元、557.52 万元、430.31 万元、270.59 万元，占当期末存货账面价值的比例分别为 2.73%、2.21%、1.31%、1.12%。

C、在途物资

公司在途物资主要系公司已下单尚未签收入库的商品。2015 年末、2016 年末、2017 年末和 2018 年 6 月末，公司在途物资账面价值分别为 5,636.07 万元、5,586.93 万元、6,382.67 万元、6,157.03 万元，占当期末存货账面价值的比例分别为 20.11%、22.12%、19.43%、25.49%。

D、库存商品

报告期各期末，公司库存商品账面余额构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
乳品	6,828.82	60.77%	10,441.71	51.95%	5,341.27	38.72%	4,399.38	33.79%
粮油	1,566.63	13.94%	3,792.88	18.87%	1,230.61	8.92%	2,759.86	21.20%
啤酒	966.56	8.60%	2,505.05	12.46%	2,266.69	16.43%	2,775.05	21.31%
饼干及点心	627.23	5.58%	1,297.98	6.46%	2,024.26	14.67%	1,780.61	13.68%
谷物	770.24	6.85%	1,245.08	6.20%	1,597.02	11.58%	582.85	4.48%
其他食品	453.45	4.04%	785.67	3.91%	1,315.48	9.54%	665.66	5.11%
调味品	23.29	0.21%	29.36	0.15%	19.12	0.14%	57.46	0.44%
总计	11,236.22	100.00%	20,097.72	100.00%	13,794.46	100.00%	13,020.86	100.00%

2017年末，公司库存商品余额较2016年末增长45.69%，主要系预计春节销售增长、备货增加所致。

②存货跌价准备

A、存货跌价准备计提政策

库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以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，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的商品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

B、存货跌价准备计提情况

报告期各期末，公司库存商品存货跌价准备计提情况如下表所示：

单位：万元

到期日	2018-6-30			
	账面余额	计提比例	跌价准备	账面价值
小于0	116.26	100.00%	116.26	-
3个月	60.33	70.00%	42.23	18.10
3-6个月	845.32	50.00%	422.66	422.66
6个月以上	10,214.32	-	-	10,214.32
合计	11,236.22	-	581.15	10,655.08
到期日	2017-12-31			
	账面余额	计提比例	跌价准备	账面价值
小于0	90.99	100.00%	90.99	-
0-3个月	309.05	70.00%	216.34	92.71
3-6个月	1,297.45	50.00%	648.69	648.76
6个月以上	18,400.23	-	-	18,400.23
合计	20,097.72	-	956.01	19,141.71
到期日	2016-12-31			
	账面余额	计提比例	跌价准备	账面价值
小于0	130.85	100.00%	130.85	-
0-3个月	308.34	70.00%	215.84	92.5
3-6个月	1,163.64	50.00%	581.82	581.82
6个月以上	12,191.63	-	-	12,191.63
合计	13,794.46	-	928.51	12,865.95
到期日	2015-12-31			
	账面余额	计提比例	跌价准备	账面价值
小于0	627.45	100.00%	627.45	-
0-3个月	152.19	70.00%	106.54	45.65
3-6个月	1,016.29	50.00%	508.15	508.14
6个月以上	11,224.93	-	-	11,224.93
合计	13,020.86	-	1,242.13	11,778.73

③过期存货的处理方式

公司主要代表产品的保质期情况如下表所示：

项目	代表产品保质期	
	代表产品	保质期
乳品	德亚全脂牛奶 200ml	12个月
	德亚酸奶	10-12个月
啤酒	瓦伦丁 5L	12个月
	瓦伦丁 500ml	15个月

	爱士堡 5L	12 个月
	爱士堡 500ml	15 个月
粮油	品利特级初榨橄榄油 1L	24 个月
饼干及点心	谷优消化饼干	15 个月
	雅娜蝴蝶酥经典原味 396 克	12 个月
谷物	亨利 7 种果干即食谷物	12 个月
其他食品	真鲜柚子茶	24 个月
	果爱什锦果冻	18 个月
	小胖子辣味油浸金枪鱼	36 个月

公司产品的保质期较短。凭借强大的信息系统，公司可以对库存商品的保质期进行有效监控。公司建立了相对完善的存货管理制度，通过加强对存货的管理，可以提高商品的流转效率。公司将库存商品按剩余保质期过半、三个月、两个月、一个月设置预警线。在商品保质期到达预警线时，公司将采用多种手段进行促销处理或将相关商品调货至旺销门店进行销售。对于过保质期商品，公司全部进行了报废处理。

（6）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
待抵扣税款	1,331.31	2,433.45	762.83	2,071.72
合计	1,331.31	2,433.45	762.83	2,071.72

报告期各期末，公司其他流动资产主要系待抵扣税款。2015 年末、2016 年末、2017 年末和 2018 年 6 月末，公司其他流动资产分别为 2,071.72 万元、762.83 万元、2,433.45 万元、1,331.31 万元，占公司当期流动资产的比例分别为 3.88%、1.82%、4.49%、2.95%。

2、非流动资产分析

报告期各期末，公司非流动资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期股权投资	3.78	0.03%	-	-	-	-	-	-
固定资产	247.32	2.20%	322.52	4.70%	2,690.55	33.47%	454.62	41.74%

在建工程	6,177.85	54.86%	1,536.25	22.38%	-	-	-	-
无形资产	4,518.54	40.13%	4,598.70	66.98%	4,804.58	59.76%	9.81	0.90%
递延所得税资产	312.72	2.78%	407.92	5.94%	544.22	6.77%	624.87	57.36%
合计	11,260.20	100.00%	6,865.39	100.00%	8,039.34	100.00%	1,089.31	100.00%

报告期内，公司非流动资产主要由无形资产、固定资产以及在建工程构成。2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，上述三项资产合计占公司当期非流动资产的比例分别为42.64%、93.23%、94.06%、97.19%。

（1）长期股权投资

报告期各期末，公司长期股权投资构成情况如下表所示：

单位：万元

被投资单位	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
合营企业				
上海墨利进出口有限公司	3.78	-	-	-
合计	3.78	-	-	-

2016年9月27日，公司与Muela-Olives S.L.签订合资协议，共同出资设立上海墨利进出口有限公司。上海墨利于2017年2月13日成立，注册资本为人民币50.00万元，本公司认缴注册资本为人民币25.00万元，出资方式为货币出资，占上海墨利注册资本的50.00%。上海墨利董事会由6名董事构成，本公司委派其中3名董事，本公司将上海墨利作为合营企业核算。本公司于2018年4月9日支付5万元投资款。

截至2018年6月30日，公司长期股权投资不存在减值迹象，故未计提减值准备。

（2）固定资产

报告期各期末，公司固定资产及固定资产清理情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
固定资产	247.32	322.52	2,690.55	454.62
固定资产清理	-	-	-	-
合计	247.32	322.52	2,690.55	454.62

报告期各期末，公司固定资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30			
	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
电子设备	238.95	178.69	-	60.26
机器设备	607.79	452.78	-	155.01
运输设备	330.71	298.66	-	32.04
房屋及建筑物	-	-	-	-
合计	1,177.45	930.14	-	247.32
项目	2017-12-31			
	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
电子设备	233.36	156.94	-	76.42
机器设备	603.35	407.01	-	196.34
运输设备	330.71	280.95	-	49.76
房屋及建筑物	-	-	-	-
合计	1,167.42	844.90	-	322.52
项目	2016-12-31			
	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
电子设备	229.49	113.97	-	115.53
机器设备	579.78	308.21	-	271.57
运输设备	345.56	271.44	-	74.12
房屋及建筑物	3,387.50	1,158.18	-	2,229.32
合计	4,542.34	1,851.79	-	2,690.55
项目	2015-12-31			
	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
电子设备	242.97	214.20	-	28.77
机器设备	520.70	221.81	-	298.89
运输设备	345.56	218.60	-	126.97
房屋及建筑物	-	-	-	-
合计	1,109.24	654.61	-	454.62

公司固定资产主要由电子设备、机器设备、运输设备、房屋及建筑物构成。2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，公司固定资产账面价值分别为454.62万元、2,690.55万元、322.52万元、247.32万元，占当期非流动资产的比例分别为41.74%、33.47%、4.70%、2.20%。

2017年末，公司固定资产账面价值较2016年末下降88.01%，主要系公司子公司品渥物联网的房屋及建筑物已调整用于翻建生产及辅助用房，转入在建工程科目进行核算所致。

2016年末，公司固定资产账面价值较2015年末增长491.82%，主要原因

为：2016年5月，公司前身魁春实业收购奥光动漫集团有限公司持有的奥光玩具100.00%股权，期末房屋及建筑物账面价值新增2,229.32万元。

报告期内，公司固定资产状况良好，期末不存在减值迹象，故未计提减值准备。

（3）在建工程

报告期各期末，公司在建工程及工程物资情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
在建工程	6,177.85	1,536.25	-	-
工程物资	-	-	-	-
合计	6,177.85	1,536.25	-	-

报告期各期末，公司在建工程情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30			2017-12-31			2016-12-31			2015-12-31		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
翻建生产及辅助用房	6,177.85	-	6,177.85	1,536.25	-	1,536.25	-	-	-	-	-	-
合计	6,177.85	-	6,177.85	1,536.25	-	1,536.25	-	-	-	-	-	-

2018年6月末，公司在建工程较2017年末增长302.14%，主要系子公司品渥物联网翻建生产及辅助用房项目持续推进、投入增加所致。

2017年末，公司新增在建工程1,536.25万元，主要系公司子公司品渥物联网的房屋及建筑物已调整用于翻建生产及辅助用房，转入在建工程科目进行核算所致。

报告期内，公司在建工程状况良好，期末不存在减值迹象，故未计提减值准备。

（4）无形资产

报告期各期末，公司无形资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30			
	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	4,413.22	234.75	-	4,178.47
软件	525.85	185.79	-	340.06
合计	4,939.07	420.54	-	4,518.54
项目	2017-12-31			
	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	4,413.22	178.41	-	4,234.81
软件	500.21	136.32	-	363.89
合计	4,913.43	314.73	-	4,598.70
项目	2016-12-31			
	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	4,413.22	65.73	-	4,347.49
软件	491.96	34.88	-	457.08
合计	4,905.18	100.61	-	4,804.58
项目	2015-12-31			
	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	-	-	-	-
软件	17.84	8.03	-	9.81
合计	17.84	8.03	-	9.81

报告期内，公司无形资产主要系土地使用权以及软件。2015 年末、2016 年末、2017 年末和 2018 年 6 月末，公司无形资产账面价值分别为 9.81 万元、4,804.58 万元、4,598.70 万元、4,518.54 万元，占当期非流动资产的比例分别为 0.90%、59.76%、66.98%、40.13%。

2016 年末，公司无形资产账面价值较 2015 年末增加 4,794.77 万元，主要原因为：2016 年 5 月，公司前身魁春实业收购奥光动漫集团有限公司持有的奥光玩具 100.00% 股权，期末土地使用权账面价值新增 4,347.49 万元。

报告期内，公司无形资产状况良好，期末不存在账面价值高于其可收回金额的情况，故未计提减值准备。

（5）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	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	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
应收账款坏账准备	668.04	167.01	670.20	167.55	513.38	128.35	1,060.03	265.01
其他应收款坏账准备	1.68	0.42	5.47	1.37	48.04	12.01	197.33	49.33
存货跌价准备	581.15	145.29	956.01	239.00	928.51	232.13	1,242.13	310.53
可抵扣亏损	-	-	-	-	686.93	171.73	-	-
合计	1,250.87	312.72	1,631.68	407.92	2,176.86	544.22	2,499.49	624.87

（二）负债构成及变动分析

报告期内，公司负债构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	32,024.48	87.05%	44,818.55	99.81%	38,438.37	99.61%	53,353.13	100.00%
非流动负债	4,765.36	12.95%	86.17	0.19%	150.82	0.39%	-	-
合计	36,789.84	100.00%	44,904.72	100.00%	38,589.19	100.00%	53,353.13	100.00%

报告期各期末，公司负债以流动负债为主。2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，公司流动负债占总负债的比例分别为100.00%、99.61%、99.81%、87.05%。

1、流动负债分析

报告期各期末，公司流动负债构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	1,138.67	3.56%	-	-	-	-	-	-
应付票据及应付账款	22,313.19	69.68%	33,928.14	75.70%	26,755.30	69.61%	37,637.06	70.54%
预收款项	1,210.75	3.78%	1,509.75	3.37%	3,803.59	9.90%	3,141.92	5.89%
应付职工薪酬	465.74	1.45%	908.19	2.03%	636.70	1.66%	670.58	1.26%
应交税费	1,225.46	3.83%	3,044.70	6.79%	711.86	1.85%	2,959.16	5.55%

其他应付款	5,220.67	16.30%	5,427.76	12.11%	6,530.90	16.99%	8,944.42	16.76%
一年内到期的非流动负债	450.00	1.41%	-	-	-	-	-	-
合计	32,024.48	100.00%	44,818.55	100.00%	38,438.37	100.00%	53,353.13	100.00%

（1）短期借款

报告期各期末，公司短期借款情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
保证借款	1,138.67	-	-	-
合计	1,138.67	-	-	-

截至 2018 年 6 月 30 日，公司短期借款构成情况如下表所示：

单位：万元

银行名称	借款金额	借款期间	保证人/抵押物
宁波银行股份有限公司 上海分行	633.51	2018.2.12-2018.8.8	保证人：王牧，徐松莉
	299.64	2018.3.14-2018.9.14	保证人：王牧，徐松莉
	205.52	2018.4.19-2018.10.19	保证人：王牧，徐松莉
合计	1,138.67	-	-

截至 2018 年 6 月 30 日，无已逾期未偿还的短期借款。

（2）应付票据及应付账款

报告期各期末，公司应付票据及应付账款情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
应付票据	-	-	-	-
应付账款	22,313.19	33,928.14	26,755.30	37,637.06
合计	22,313.19	33,928.14	26,755.30	37,637.06

报告期各期末，公司应付账款构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
1 年以内（含 1 年）	22,313.19	33,928.14	26,755.30	37,637.06
合计	22,313.19	33,928.14	26,755.30	37,637.06

公司应付账款主要系应付供应商货款、包装材料采购款。2015 年末、2016

年末、2017 年末和 2018 年 6 月末，公司应付账款账面价值分别为 37,637.06 万元、26,755.30 万元、33,928.14 万元、22,323.19 万元，占当期流动负债的比例分别为 70.54%、69.61%、75.70%、69.68%。

为满足主营业务规模扩张、“双十一”、“双十二”活动备货、年底备货，公司各期末应付供应商采购款项金额较大。

2017 年末，公司应付账款账面价值较 2016 年末增长 26.81%；2016 年末，公司应付账款账面价值较 2015 年末下降 28.91%，主要原因为：公司采取滚动式订单的形式向供应商下达采购计划，因商品采购时间不同导致尚未支付的货款金额不同。

2018 年 6 月末，公司应付账款前五名单位情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占应付账款余额比例	账龄	款项性质
1	Hochwald Foods GmbH	5,799.49	25.99%	1 年以内	货款
2	Karlsberg Brauerei GmbH	4,002.85	17.94%	1 年以内	货款
3	Immergut GmbH & Co. KG	2,948.24	13.21%	1 年以内	货款
4	Mueloliva y Minerva S.L.	1,648.76	7.39%	1 年以内	货款
5	Arla Foods amba	1,391.14	6.23%	1 年以内	货款
合计		15,790.49	70.77%	-	-

2017 年末，公司应付账款前五名单位情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占应付账款余额比例	账龄	款项性质
1	Hochwald Foods GmbH	8,698.96	25.64%	1 年以内	货款
2	Immergut GmbH & Co. KG	5,836.64	17.20%	1 年以内	货款
3	Mueloliva y Minerva S.L.	3,235.38	9.54%	1 年以内	货款
4	Arla Foods amba	2,480.26	7.31%	1 年以内	货款
5	Karlsberg Brauerei GmbH	2,448.99	7.22%	1 年以内	货款
合计		22,700.23	66.91%	-	-

2016 年末，公司应付账款前五名单位情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占应付账款余额比例	账龄	款项性质
1	Hochwald Foods GmbH	7,578.96	28.33%	1 年以内	货款
2	Karlsberg Brauerei GmbH	2,517.16	9.41%	1 年以内	货款
3	Immergut GmbH & Co. KG	2,413.36	9.02%	1 年以内	货款

4	Mueloliva y Minerva S.L.	1,990.08	7.44%	1 年以内	货款
5	Privatbrauerei Eichbaum GmbH & Co.KG	1,569.29	5.87%	1 年以内	货款
合计		16,068.86	60.06%	-	-

2015 年末，公司应付账款前五名单位情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占应付账款余额比例	账龄	款项性质
1	Hochwald Foods GmbH	8,614.34	22.89%	1 年以内	货款
2	Karlsberg Brauerei GmbH	3,842.17	10.21%	1 年以内	货款
3	Mueloliva y Minerva S.L.	3,163.27	8.40%	1 年以内	货款
4	Immergut GmbH & Co. KG	2,761.81	7.34%	1 年以内	货款
5	Privatbrauerei Eichbaum GmbH & Co.KG	2,453.95	6.52%	1 年以内	货款
合计		20,835.54	55.36%	-	-

（3）预收款项

报告期各期末，公司预收款项账龄情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内(含 1 年)	1,205.59	99.57%	1,502.99	99.55%	3,774.32	99.23%	2,209.33	70.32%
1-2 年(含 2 年)	5.16	0.43%	6.76	0.45%	7.22	0.19%	867.60	27.61%
2-3 年(含 3 年)	-	-	-	-	12.07	0.32%	15.40	0.49%
3-4 年(含 4 年)	-	-	-	-	9.99	0.26%	49.58	1.58%
合计	1,210.75	100.00%	1,509.75	100.00%	3,803.59	100.00%	3,141.92	100.00%

公司预收款项主要系线下经销商和线上分销商向公司支付的货款。2015 年末、2016 年末、2017 年末和 2018 年 6 月末，公司预收款项账面价值分别为 3,141.92 万元、3,803.59 万元、1,509.75 万元、1,210.75 万元，占当期流动负债的比例分别为 5.89%、9.90%、3.37%、3.78%。

2017 年末，公司预收账款账面价值较 2016 年末下降 60.31%；2016 年末，公司预收款项账面价值较 2015 年末增长 21.06%，主要原因为：公司预收款项主要系线下经销商和线上分销商向公司支付的货款，经销商支付货款与公司发货结算之间存在时间差异导致报告期各期末公司预收款项金额出现波动。随着公司主营业务规模的扩张、与大型商超的长期稳定合作、线上销售渠道的逐步拓展，公司品牌知名度不断提升，公司对线下经销商和线上分销商影响力逐渐增强。公司一般要求经销商下单后即支付货款，公司根据订单安排发货，由此

形成预收款与收入确认之间的时间差异。

2018年6月末，公司预收款项前五名单位情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	金额	占预收款项余额比例	账龄	款项性质
1	德亚官方旗舰店	346.30	28.60%	1年以内	货款
2	瓦伦丁酒类旗舰店	120.65	9.96%	1年以内	货款
3	品利食品旗舰店	69.73	5.76%	1年以内	货款
4	谷优旗舰店	51.14	4.22%	1年以内	货款
5	芜湖汇集贸易有限公司	18.64	1.54%	1年以内	货款
合计		606.45	50.09%	-	-

2017年末，公司预收款项前五名单位情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	金额	占预收款项余额比例	账龄	款项性质
1	大昌三昶（上海）商贸有限公司	74.22	4.92%	1年以内	货款
2	常州常永中旺农产品销售有限公司	53.46	3.54%	1年以内	货款
3	广州市环威贸易有限公司	40.19	2.66%	1年以内	货款
4	广东新华峰汇商业管理有限公司	40.09	2.66%	1年以内	货款
5	江苏省常青藤贸易有限公司	38.18	2.53%	1年以内	货款
合计		246.15	16.30%	-	-

2016年末，公司预收款项前五名单位情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	金额	占预收款项余额比例	账龄	款项性质
1	江苏汇银电子商务有限公司	277.44	7.29%	1年以内	货款
2	杭州万鸿供应链管理有限公司	121.97	3.21%	1年以内	货款
3	广州宝税玖电子商务有限公司	110.71	2.91%	1年以内	货款
4	广州市双谊商贸有限公司	105.60	2.78%	1年以内	货款
5	常州臻德赞商贸有限公司	104.34	2.74%	1年以内	货款
合计		720.06	18.93%	-	-

2015年末，公司预收款项前五名单位情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	金额	占预收款项余额比例	账龄	款项性质
1	上海岳立食品有限公司	154.31	4.91%	1年以内	货款
2	苏州福瑞德商贸有限公司	141.35	4.50%	1年以内	货款
3	成都品利实业有限公司	126.89	4.04%	1年以内	货款
4	上海环球超市管理发展有限公司	79.26	2.52%	1年以内	货款

5	上海祁信贸易有限公司	73.06	2.33%	1年以内	贷款
合计		574.87	18.30%	-	-

（4）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
短期薪酬	437.06	887.02	616.89	656.70
离职后福利-设定提存计划	28.67	21.18	19.82	13.87
合计	465.74	908.19	636.70	670.58

其中，短期薪酬构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
工资、奖金、津贴和补贴	383.96	816.20	517.15	450.44
职工福利费	30.75	53.61	84.14	200.00
社会保险费	15.55	11.15	10.87	6.27
其中：医疗保险费	13.85	9.74	9.49	5.59
工伤保险费	0.33	0.32	0.45	0.32
生育保险费	1.37	1.10	0.93	0.36
住房公积金	6.80	6.06	4.73	-
合计	437.06	887.02	616.89	656.70

离职后福利-设定提存计划构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
基本养老保险	27.88	20.72	18.81	13.34
失业保险费	0.79	0.46	1.01	0.54
合计	28.67	21.18	19.82	13.87

报告期末，公司应付职工薪酬主要是应付的工资、奖金、津贴和补贴，由于公司当月的职工工资系于次月底之前发放，因此期末的应付职工薪酬主要是计提的12月份的工资和年终奖金。

公司期末应付职工薪酬中无拖欠性质款项。

（5）应交税费

报告期各期末，公司应交税费构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
增值税	649.48	1,821.06	-	1,899.23
企业所得税	503.87	1,015.18	704.70	848.12
教育费附加	26.77	81.86	0.72	99.17
城市维护建设税	26.77	81.86	0.72	87.78
个人所得税	17.07	10.36	5.58	7.86
印花税	1.50	7.98	-	-
土地使用税	-	12.45	-	-
房产税	-	10.48	-	-
消费税	-	3.47	-	-
河道费	-	-	0.14	17.00
合计	1,225.46	3,044.70	711.86	2,959.16

2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，公司应交税费分别为2,959.16万元、711.86万元、3,044.70万元、1,225.46万元，占当期流动负债的比例分别为5.55%、1.85%、6.79%、3.83%。

公司应交税费主要是已计提但未缴纳的各项税费。报告期各期末公司应交税费余额变化主要系公司纳税义务发生时间与实际缴纳进度存在差异所致。

（6）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
应付利息	5.44	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	5,215.23	5,427.76	6,530.90	8,944.42
合计	5,220.67	5,427.76	6,530.90	8,944.42

①应付利息

报告期各期末，公司应付利息构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
长期借款利息	5.44	-	-	-

②其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
促销费	2,384.70	45.73%	1,626.44	29.97%	2,664.23	40.79%	2,609.36	29.17%
运输费	1,268.64	24.33%	1,673.99	30.84%	1,552.94	23.78%	1,651.60	18.47%
代理费	799.93	15.34%	1,238.49	22.82%	917.93	14.06%	379.00	4.24%
广告费	28.87	0.55%	255.80	4.71%	981.27	15.03%	1,593.16	17.81%
劳务费	345.50	6.62%	279.52	5.15%	266.49	4.08%	62.20	0.70%
仓储费	144.76	2.78%	167.71	3.09%	20.16	0.31%	-	-
保证金	70.00	1.34%	60.00	1.11%	35.00	0.54%	-	-
应付股东款项	-	-	-	-	-	-	2,602.71	29.10%
其他	172.83	3.31%	125.80	2.32%	92.87	1.42%	46.38	0.52%
合计	5,215.23	100.00%	5,427.76	100.00%	6,530.90	100.00%	8,944.42	100.00%

2015年末，其他应付款中应付股东款项2,602.71万元：2015年12月，公司前身魁春实业以2,000.00万元的价格收购王牧、吴柏赓、宋奇峰、徐松莉持有的北京品利100.00%股权，以1,000.00万元的价格收购王牧、吴柏赓、宋奇峰、徐松莉所持有的品利上海100.00%股权。2015年末，公司尚未全部支付上述股东股权转让款。截至2016年1月，上述股权转让款及税款已全部付清。

报告期各期末，公司其他应付款的账龄结构情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内(含1年)	5,190.23	99.52%	5,402.76	99.54%	6,530.90	100.00%	8,944.42	100.00%
1-2年(含2年)	25.00	0.48%	25.00	0.46%	-	-	-	-
合计	5,215.23	100.00%	5,427.76	100.00%	6,530.90	100.00%	8,944.42	100.00%

(7) 一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
一年内到期的长期借款	450.00	-	-	-

2、非流动负债分析

报告期各期末，公司非流动负债构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期借款	4,550.00	95.48%	-	-	-	-	-	-
递延所得税负债	215.36	4.52%	86.17	100.00%	150.82	100.00%	-	-
合计	4,765.36	100.00%	86.17	100.00%	150.82	100.00%	-	-

（1）长期借款

报告期各期末，公司长期借款情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
抵押及保证借款	4,550.00	-	-	-

截至 2018 年 6 月 30 日，公司长期借款构成情况如下表所示：

单位：万元

银行名称	借款金额	借款期间	借款利率	保证人/抵押物
中国建设银行股份 有限公司上海金山 石化支行	4,550.00	2018.1.16-2028.1.1 4	4.41%	保证人：王牧，徐松莉；抵押物：土 地-沪（2017）松字不动产权第 0451717 号
合计	4,550.00	-	-	-

（2）递延所得税负债

报告期各期末，公司递延所得税负债情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
	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	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
内部交易未体现利润	861.42	215.36	344.69	86.17	603.30	150.82	-	-
合计	861.42	215.36	344.69	86.17	603.30	150.82	-	-

（三）股东权益构成及变动分析

报告期各期末，公司所有者权益构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
股本	7,500.00	7,500.00	3,760.00	200.00
资本公积	2,587.40	2,587.40	766.00	-
其他综合收益	0.38	0.45	-	-
盈余公积	283.42	283.42	508.12	238.21
未分配利润	9,187.24	5,792.96	6,218.86	731.29
归属于母公司所有者权益	19,558.44	16,164.22	11,252.98	1,169.50
所有者权益合计	19,558.44	16,164.22	11,252.98	1,169.50

1、股本

报告期各期末，公司股本构成情况如下表所示：

单位：万元

股东名称	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
王牧	4,500.00	4,500.00	2,400.00	120.00
吴柏庚	1,875.00	1,875.00	750.00	60.00
熹利投资	525.00	525.00	210.00	-
宋奇峰	375.00	375.00	250.00	14.00
徐松莉	225.00	225.00	150.00	6.00
合计	7,500.00	7,500.00	3,760.00	200.00

2、资本公积

报告期各期末，公司资本公积构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
资本溢价	1,531.28	1,531.28	-	-
其他资本公积	1,056.12	1,056.12	766.00	-
合计	2,587.40	2,587.40	766.00	-

3、盈余公积

报告期各期末，公司盈余公积构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
法定盈余公积	283.42	283.42	508.12	238.21
合计	283.42	283.42	508.12	238.21

4、未分配利润

报告期内，公司未分配利润情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
调整前上期末未分配利润	5,792.96	6,218.86	731.29	-933.80
调整年初未分配利润合计数（调增+，调减-）	-	-	-	-364.74
调整后年初未分配利润	5,792.96	6,218.86	731.29	-1,298.54
加：当期归属于母公司所有者的净利润	3,394.28	5,614.68	5,757.48	3,880.84
减：提取法定盈余公积	-	145.21	269.91	201.01
应付普通股股利	-	3,000.00	-	-
其他	-	2,895.38	-	1,650.00
期末未分配利润	9,187.24	5,792.96	6,218.86	731.29

（四）偿债能力分析

1、主要偿债能力指标及变动分析

报告期内，公司主要偿债能力指标如下表所示：

财务指标	2018-6-30	2017-12-31	2016-12-31	2015-12-31
流动比率（倍）	1.41	1.21	1.09	1.00
速动比率（倍）	0.64	0.47	0.43	0.47
资产负债率（合并）	65.29%	73.53%	77.42%	97.86%
资产负债率（母公司）	67.41%	77.82%	82.59%	97.11%
财务指标	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
息税折旧摊销前利润（万元）	4,851.80	8,773.11	8,404.15	5,297.04
利息保障倍数（倍）	452.82	-	-	-

公司负债以流动负债为主，非流动负债较少。2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，公司流动比率分别为1.00、1.09、1.21、1.41，呈现逐渐上升的趋势；公司速动比率分别为0.47、0.43、0.47、0.64，呈稳步上升趋势。报告期内，公司注重资产的流动性管理，流动比率、速动比率的表现符合公司生产经营实际，公司短期偿债能力较强，公司流动性风险较低。

受中国互联网电商平台开展“双十一”、“双十二”电商大促活动以及年末备货等因素影响，报告期各期末公司存货、应付账款规模相对较高，导致流动资产、流动负债规模均相对较高，资产负债率较高。2015年末、2016年末、2017年末和2018年6月末，公司资产负债率（合并）分别为97.86%、77.42%、

73.53%、65.29%，呈现不断下降趋势。

2015-2017 年度、2018 年 1-6 月，公司息税折旧摊销前利润分别为 5,297.04 万元、8,404.15 万元、8,773.11 万元、4,851.80 万元，公司盈利能力较强。得益于公司主营业务规模的持续扩张、经营业绩的持续增长，公司息税折旧摊销前利润不断增长。2018 年 1-6 月，公司利息保障倍数为 452.82。2015-2017 年度，公司未发生利息支出，无法计算利息保障倍数。

2、同行业可比上市公司偿债能力比较

公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务，涉及的产品包括乳品、啤酒、粮油、饼干及点心、谷物、休闲食品以及调味品等细分产品，产品种类较为丰富。目前，国内暂无与公司在业务模式和产品品类相同或相似的上市公司。

（五）资产运营能力分析

报告期内，公司应收账款周转率、存货周转率情况如下表所示：

财务指标	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
应收账款周转率（次/年）	4.82	10.88	10.68	9.36
存货周转率（次/年）	1.29	2.44	2.27	1.81

2015-2017 年度、2018 年 1-6 月，公司应收账款周转率分别为 9.36、10.68、10.88、4.82，呈现逐年上升趋势。公司一贯重视应收账款管理，是公司应收账款周转指标运行良好的重要保障。

2015-2017 年度、2018 年 1-6 月，公司存货周转率分别为 1.81、2.27、2.44、1.29，呈现逐年上升趋势。

十三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量基本情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营活动产生的现金流量净额	-552.05	1,778.19	-2,357.31	-107.57
投资活动产生的现金流量净额	-4,615.34	-254.86	-6,557.44	-55.99

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
筹资活动产生的现金流量净额	6,078.89	-1,760.00	3,560.00	-
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-0.05	-0.03	7.19	-10.04
现金及现金等价物净增加额	911.46	-236.70	-5,347.57	-173.59

（一）经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润比较情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
销售商品、提供劳务收到的现金	66,392.32	125,934.65	120,208.74	95,125.27
收到其他与经营活动有关的现金	372.72	553.56	320.44	405.59
经营活动现金流入小计	66,765.05	126,488.21	120,529.18	95,530.86
购买商品、接受劳务支付的现金	46,490.46	90,283.32	85,243.63	60,180.83
支付给职工以及为职工支付的现金	3,545.76	5,976.42	5,368.12	4,772.19
支付的各项税费	5,607.58	6,779.83	7,676.96	8,498.45
支付其他与经营活动有关的现金	11,673.29	21,670.46	24,597.78	22,186.96
经营活动现金流出小计	67,317.09	124,710.03	122,886.49	95,638.43
经营活动产生的现金流量净额①	-552.05	1,778.19	-2,357.31	-107.57
营业收入	61,222.50	121,557.69	109,865.97	99,459.94
归属于母公司股东的净利润②	3,394.28	5,614.68	5,757.48	3,880.84
①-②	-3,946.33	-3,836.49	-8,114.80	-3,988.40

2018年1-6月，公司经营活动产生的现金流量净额为-552.05万元，当期归属于母公司所有者的净利润为3,394.28万元，经营活动产生的现金流量净额与当期净利润差异较大的原因为：2018年1-6月，公司存货减少9,066.49万元，经营性应付项目减少13,298.04万元。

2017年度，公司经营活动产生的现金流量净额为1,778.19万元，当期归属于母公司所有者的净利润为5,614.68万元，经营活动产生的现金流量净额与当期净利润差异较大的原因主要为：（1）2017年度，公司营业收入较2016年度增长10.64%，公司当年经营性应收项目大幅增加3,533.61万元，其中主要为应收账款的增加；（2）公司根据销售情况和对市场需求的预测积极组织商品采购，当年存货增加7,616.53万元，经营性应付项目增加4,710.05万元；（3）固定资产报废损失883.02万元。上述因素导致公司2017年度经营活动产生的现金流

量净额小于净利润。

2016 年度，公司经营活动产生的现金流量净额为-2,357.31 万元，当期归属于母公司所有者的净利润为 5,757.48 万元，经营活动产生的现金流量净额与当期净利润差异较大的原因主要为：（1）公司加强对存货的管理，存货减少 3,076.50 万元；（2）经营性应收项目减少 2,322.28 万元；（3）经营性应付项目减少 13,810.45 万元，其中主要是应付账款的减少。上述因素导致公司 2016 年度经营活动产生的现金流量净额为负且小于净利润。

2015 年度，公司经营活动产生的现金流量净额为-107.57 万元，当期归属于母公司所有者的净利润为 3,880.84 万元，经营活动产生的现金流量净额与当期净利润差异较大的原因主要为：（1）存货增加 1,035.27 万元；（2）随着公司主营业务规模的扩张，公司经营性应收项目增加 1,652.59 万元；（3）经营性应付项目减少 926.32 万元；（4）递延所得税资产增加 624.87 万元。上述因素导致公司 2015 年度经营活动产生的现金流量净额小于净利润。

（二）投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动的现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	0.03	-	-
投资活动现金流入小计	-	0.03	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,610.34	254.89	669.23	55.99
投资支付的现金	5.00	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	5,888.22	-
投资活动现金流出小计	4,615.34	254.89	6,557.44	55.99
投资活动产生的现金流量净额	-4,615.34	-254.86	-6,557.44	-55.99

报告期内，公司投资活动产生的现金流量主要为净流出。

2018 年 1-6 月，公司投资活动产生的现金流量净额为-4,615.34 万元，主要系在建工程“翻建生产及辅助用房”持续推进、投入增加所致。

2016 年度，公司投资活动产生的现金流量净额为-6,557.44 万元，主要系公

司收购奥光玩具 100.00% 股权的余款 3,370 万元以及同一控制下合并北京品利、品利上海向其股东支付的股权转让款。

（三）筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动的现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
吸收投资收到的现金	-	1,240.00	3,560.00	-
取得借款收到的现金	6,138.67	-	-	-
筹资活动现金流入小计	6,138.67	1,240.00	3,560.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	59.78	3,000.00	-	-
筹资活动现金流出小计	59.78	3,000.00	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	6,078.89	-1,760.00	3,560.00	-

2018 年 1-6 月，公司筹资活动现金流入为 6,138.67 万元，系取得借款收到的现金；2016-2017 年度，公司筹资活动现金流入分别为 3,560.00 万元、1,240.00 万元，系股东缴纳的股权认购款。

2017 年度，公司筹资活动现金流出 3,000.00 万元，系公司向股东分配股利。

（四）净利润调节为经营活动现金流量过程

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
1、将净利润调节为经营活动现金流量				
净利润	3,394.28	5,614.68	5,757.48	3,880.84
加：资产减值准备	-380.99	141.95	-1,054.75	-6.97
固定资产折旧	85.24	236.77	260.64	242.52
无形资产摊销	105.81	214.12	92.58	3.57
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）	-	883.02	8.11	1.50
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-	-	-	-
财务费用（收益以“-”号填列）	10.25	-0.03	-7.19	10.04
投资损失（收益以“-”号填列）	1.22	-	-	-
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	95.20	136.30	80.66	-624.87
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	129.18	-64.65	150.82	-
存货的减少（增加以“-”号填列）	9,066.49	-7,616.53	3,076.50	-1,035.27

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	239.32	-3,533.61	2,322.28	-1,652.59
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-13,298.04	4,710.05	-13,810.45	-926.32
其他	-	1,056.12	766.00	-
经营活动产生的现金流量净额	-552.05	1,778.19	-2,357.31	-107.57
2、不涉及现金收支的重大投资和筹资活动				
债务转为资本	-	-	-	-
一年内到期的可转换公司债券	-	-	-	-
融资租入固定资产	-	-	-	-
3、现金及现金等价物净变动情况				
现金的期末余额	6,581.51	5,670.05	5,906.75	11,254.32
减：现金的期初余额	5,670.05	5,906.75	11,254.32	11,427.91
加：现金等价物的期末余额	-	-	-	-
减：现金等价物的期初余额	-	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	911.46	-236.70	-5,347.57	-173.59

（五）资本性支出

1、报告期内重大资本性支出情况

报告期内，公司重大资本性支出主要是收购子公司股权，具体情况如下：

（1）2015年12月，公司前身魁春实业以现金2,000.00万元收购王牧、吴柏赓、宋奇峰、徐松莉所持有的北京品利100.00%股权。

（2）2015年12月，公司前身魁春实业以现金1,000.00万元收购王牧、吴柏赓、宋奇峰、徐松莉所持有的品利上海100.00%股权。

（3）2016年5月，公司前身魁春实业以现金4,000.00万元收购奥光动漫集团有限公司持有的奥光玩具100.00%股权。

除上述资本支出事项外，2015-2017年度、2018年1-6月，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为55.99万元、669.23万元、254.89万元、4,610.34万元。2018年1-6月，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金4,610.34万元主要用于在建工程“翻建生产及辅助用房”项目。

2、未来可预见的重大资本性支出计划

公司未来可预见的重大资本性支出主要是为本次发行股票募集资金投资项目，有关本次发行股票募集资金投资项目的具体内容参见本招股说明书“第十节 募集资金运用”。

十四、本次发行对公司即期回报摊薄的影响分析

为落实《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）、《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17号）和《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》（证监会公告[2015]31号）的相关要求，公司分析了首次公开发行股票对即期回报可能造成的影响，并结合公司实际情况，提出了填补即期回报的具体措施。

（一）本次发行对即期回报摊薄的影响

本次发行前，公司总股本为 7,500 万股，本次拟公开发行股份不超过 2,500 万股。本次发行完成后，公司股本及净资产将大幅增加，但鉴于募集资金投资项目需要一定的建设周期，净利润可能不会同步大幅增长。因此，本次发行后，预计短期内公司每股收益、净资产收益率等指标将出现一定幅度地下降，投资者面临公司首次公开发行并在创业板上市后即期回报被摊薄的风险。

1、假设条件

测算本次发行对即期回报摊薄的影响所提出的假设条件，不构成承诺或盈利预测，投资者不应据此进行投资决策，若投资者据此进行投资造成损失的，公司不承担赔偿责任；本次发行最终的发行数量以中国证监会核准的发行数量为准。

- （1）宏观经济环境、产业政策、行业发展状况等方面没有发生重大变化；
- （2）本次发行于 2018 年 11 月 30 日实施完毕；
- （3）本次发行前总股本为 7,500 万股，本次发行新股 2,500 万股；

（4）2017 年度归属于母公司股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 5,614.68 万元、7,167.05 万元，假设 2018 年度归属于母公司股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润与 2017 年度相比存在三种情形：下降 10.00%、持平和增长 10.00%。

（5）未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况等的影响。

2、测算过程

在不同净利润增长率的假设条件下，本次募集资金到位当年公司每股收益相对于上年度每股收益的变动情况如下：

单位：元/股

项目	2017 年度	2018 年度		
		本次发行前	本次发行后	
假设情形（1）：2018 年度归属于母公司股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润下降 10%				
扣除非经常性损益前	基本每股收益	0.79	0.67	0.66
	稀释每股收益	0.79	0.67	0.66
扣除非经常性损益后	基本每股收益	1.01	0.86	0.84
	稀释每股收益	1.01	0.86	0.84
假设情形（2）：2018 年度归属于母公司股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润与 2017 年度持平				
扣除非经常性损益前	基本每股收益	0.79	0.75	0.73
	稀释每股收益	0.79	0.75	0.73
扣除非经常性损益后	基本每股收益	1.01	0.96	0.93
	稀释每股收益	1.01	0.96	0.93
假设情形（3）：2018 年度归属于母公司股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润增长 10%				
扣除非经常性损益前	基本每股收益	0.79	0.82	0.80
	稀释每股收益	0.79	0.82	0.80
扣除非经常性损益后	基本每股收益	1.01	1.05	1.02
	稀释每股收益	1.01	1.05	1.02

（二）本次发行的必要性和合理性

本次发行的必要性和合理性请参见本招股说明书“第十节 募集资金运用”相关内容。

（三）本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系

本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系请参见本招股说明书“第十节 募集资金运用”之“二、募集资金投资项目与目前公司主营业务的关系”。

（四）发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、人员储备

公司管理团队经验丰富，在研发、质控、销售、物流等领域具备专长和较强的执行力，同时本公司通过内外部培训等机制充分挖掘员工潜力、因材施教进行人才培养，打造一批和本公司文化高度契合、具有较高忠诚度且业务技能扎实的优秀员工团队。在未来项目实施阶段，本公司经验丰富的管理团队以及业务扎实的员工队伍将是募集资金投资项目顺利实施的重要保障。此外，本公司也将根据建设进度和业务需求按计划进行人员的招聘和扩充，并进行系统培训，以此确保本公司的人才储备与募集资金投资项目的人员岗位需求相匹配。

2、技术储备

作为国内知名的进口食品品牌运营商，本公司在产品研发、质量检测及信息技术等领域积累了技术优势。在产品研发方面，公司方向明确、规划合理，坚持自主研发投入，不断进行工艺优化和口味改进，积累了丰富的产品开发经验；同时，公司一贯高度重视质量控制方面的技术投入，对每一批次产品进行严格的检验，积累了丰富的质量控制管理经验和扎实的技术基础；在信息技术方面，本公司也具有深厚积累，建立了一套完整高效的信息技术系统，有效保障了后续项目实施中信息技术模块的可行性。此外，为确保募集资金投资项目的顺利实施，本公司计划进一步扩充研发团队规模，并结合科研院所和行业协会等外部资源，不断提升本公司的技术研发能力。

3、市场储备

公司高度重视并始终坚持品牌建设、品牌管理和新品开发工作。经过多年发展，公司已成功自主开发和推广“德亚”、“瓦伦丁”、“亨利”、“雅娜”

等自有品牌，上述自有品牌品牌影响力逐年提升，在消费者中拥有较高的声誉和品牌辨识度。深厚的行业积累、较高的品牌知名度以及不断扩张的客户群体能够确保本次募集资金投资项目的产出效率，为项目的顺利实施奠定了扎实的市场基础。

（五）本次发行摊薄即期回报的填补措施

1、保证募集资金规范、有效使用，实现项目预期回报

本次发行募集资金到账后，公司将开设董事会决定的募集资金专项账户，并与开户行、保荐机构签订募集资金三方监管协议，确保募集资金专款专用。同时，公司将严格遵守资金管理制度和《募集资金管理制度》的规定，在进行募集资金项目投资时，履行资金支出审批手续，明确各控制环节的相关责任，按项目计划申请、审批、使用募集资金，并对使用情况进行内部考核与审计。

2、积极稳妥地实施募集资金投资项目

本次募集资金拟投资于渠道建设及品牌推广项目、品渥物联网翻建生产及辅助用房项目、整体信息化建设项目，上述项目的实施可有效优化公司业务结构，积极开拓新的市场空间，巩固和提升公司的市场地位和竞争能力，提升公司的盈利能力。公司已对募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，对募投项目所涉及行业进行了深入的了解和分析，结合行业趋势、市场容量、技术水平及公司自身等基本情况，最终拟定了项目规划。本次募集资金到位后，公司将加快推进募投项目实施，争取募集资金投资项目按计划顺利建成。

3、提高资金运营效率

公司将进一步提高资金运营效率，降低公司运营成本，通过加快新产品研发、加强市场推广等手段提升公司经营业绩，应对行业波动和行业竞争给公司经营带来的风险，保证公司长期的竞争力和持续盈利能力。

4、完善内部控制，加强资金使用管理和对管理层考核

公司将进一步完善内部控制，加强资金管理，防止资金被挤占挪用，提高资金使用效率。严格控制公司费用支出，加大成本控制力度，提升公司利润率。

加强对管理层的考核，将管理层薪酬水平与公司经营效益挂钩，确保管理层恪尽职守、勤勉尽责。

5、完善利润分配制度

公司制定了详细的利润分配原则、利润分配规划与计划、利润分配形式、利润分配的期间间隔、利润分配的条件、利润分配的比例、利润分配的决策程序和机制、分配利润的发放、利润分配政策的信息披露、利润分配政策的调整机制；在具备现金分红条件下，公司应当优先采用现金分红进行利润分配，且公司每年以现金分红方式分配的利润不低于当年实现的可供股东分配利润的10%。此外，公司还制定了《品渥食品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后前三年股东分红回报规划》，进一步明确了上市后三年的利润分配方案。

6、其他方式

公司承诺未来将根据中国证监会、证券交易所等监管机构出台的具体细则及要求，持续完善填补被摊薄即期回报的各项措施。

上述填补回报措施的实施，有利于增强公司的核心竞争力和持续盈利能力，增厚未来收益，填补股东回报。然而，由于公司经营面临的内外部风险客观存在，上述措施的实施不等于对公司未来利润做出保证。

（六）董事和高级管理人员的相关承诺

公司董事、高级管理人员对上述填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺如下：

- 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公司利益；
- 2、对本人的职务消费行为进行约束；
- 3、不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；
- 4、由董事会或薪酬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、如公司拟实施股权激励，拟公布的公司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。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人做出相关处罚或采取相关监管措施。

（七）保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：公司对于本次发行摊薄即期回报的预计分析具有合理性，公司拟采取的填补回报的措施切实可行，且公司董事、高级管理人员及控股股东、实际控制人对公司填补回报措施能够得到切实履行作出了相关承诺，符合《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17号）和《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）要求和中国证监会《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》（证监会公告[2015]31号）的有关规定，有利于保护中小投资者的合法权益。

十五、报告期内股利分配情况以及发行后的股利分配政策

（一）报告期内股利分配政策

根据《公司法》及公司现行有效的《公司章程》之规定，公司的股利分配政策如下：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。提取法定公积金后，是否提取任意公积金由股东大会决议。公司不得在弥补公司亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，可以按照股东持有的股份比例分配，也可以不按照股东持有的股份比例分配。股东大会违反前款规定，在公司

弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

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。但资本公积金不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为股本时，所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的 25%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司的利润分配政策为：由董事会在提请股东大会审议的年度利润分配方案中对当年度利润分配政策做出建议并阐述相应的理由。公司财务状况和经营允许的情况下，尽可能进行现金分配；利润分配不超过累计可分配利润的范围。

（二）报告期内股利分配情况

2017 年 3 月 20 日，经公司临时股东会审议通过，公司决定将未分配利润中的 3,000 万元以现金分红方式向股东进行分配。

（三）本次发行上市后的股利分配政策

根据公司 2018 年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，本次发行上市后的股利分配政策如下：

1、利润分配的原则

（1）公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，充分听取和考虑中小股东的要求，不损害投资者的合法权益；

（2）利润分配政策应保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展；

（3）优先采用现金分红的利润分配方式。

2、利润分配的具体政策

（1）利润的分配形式：公司采取现金或者现金、股票相结合的方式分配股

利，优先采用现金分红的利润分配方式。

（2）利润分配的时间间隔：公司原则上进行年度利润分配，在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

（3）现金分红的具体条件和比例：除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正，且符合相关法律法规和监管规定的前提下，公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

特殊情况是指公司重大投资或重大资金支出等事项发生（募集资金项目除外），重大投资或重大资金支出事项指按相关法规及公司章程规定，需由股东大会审议批准的事项。

（4）公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出具体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%；

④公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

（5）发放股票股利的具体条件：在不影响现金分红的条件下，公司可结合实际经营情况提出并实施股票股利分配方案。公司采用股票股利进行利润分配的，应当以给予股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

（6）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

3、利润分配的审议程序

(1) 公司董事会应当先制定预分配方案，董事会在制定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、决策程序等事宜，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。利润分配预案经董事会过半数以上表决通过，方可提交股东大会审议。

(2) 股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司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，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。公司股东大会审议利润分配方案需经出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上通过。

4、公司的利润分配政策不得随意变更。如利润分配政策与公司生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确实发生冲突的，可以调整利润分配政策。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和公司股票上市的证券交易所的有关规定。

5、公司如调整利润分配政策、具体规划和计划，应充分听取独立董事和公众投资者意见，公司独立董事应发表独立意见。经董事会审议、独立董事发表独立意见后提交股东大会特别决议通过。在股东大会审议该议案时，公司应当安排通过网络投票系统等方式为中小投资者参加股东大会提供便利。

6、公司应在年度报告中披露现金分红政策的制定和执行情况。

7、公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，未进行现金分红的或现金分红比例低于前述条款所规定比例，应当在定期报告中披露未进行现金分红的原因、留存未分配利润的确切用途以及预计收益情况，并由独立董事发表独立意见。

（四）公司未来分红回报规划

为充分保障公司股东的合法权益，为股东提供稳定持续的投资回报，公司根据《公司法》、《品渥食品股份有限公司公司章程》、《上市公司监管指引第 3

号——上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43号）、中国证券监督管理委员会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37号）等有关规定，制订了《品渥食品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后前三年股东分红回报规划》，具体内容如下：

1、分红回报规划制定考虑因素

公司将着眼于长远的和可持续的发展，在综合分析行业发展趋势、公司经营状况、业务发展目标、社会资金成本、未来资金需求、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、银行信贷等情况，平衡股东的短期利益和长期利益，对利润分配作出制度性安排，从而建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，确保公司股利分配政策的连续性和稳定性。

2、分红回报规划制定原则

公司既要重视对投资者稳定的合理回报，同时还要充分考虑公司的实际经营情况和可持续发展，在充分尊重投资者利益的基础上兼顾处理好公司短期利益及长远发展的关系。未来三年内，在公司盈利、现金流满足公司正常经营和中长期发展战略需要的前提下，公司将积极采取现金方式分配利润，在符合相关法律法规及《公司章程》，同时保持利润分配政策的连续性和稳定性情况下，制定本规划。

公司综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，按照《公司章程》规定的程序，提出差异化的现金分红政策。公司利润分配规划充分考虑和听取股东（特别是中小股东、公众投资者）、独立董事、监事的意见，坚持以现金分红为主的基本原则，公司如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，每年以现金方式分配的利润应不少于当年实现的可分配利润的百分之十，且利润分配政策不得违反中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。

3、公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年的具体回报规划

（1）利润的分配原则

①公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配在重视对投资者的合理投资回报基础上，兼顾公司的可持续发展；

②在公司当年盈利且现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司将实施积极的现金股利分配办法；

③公司董事会和股东大会在对利润分配政策的制定和决策过程中应充分考虑独立董事和公众投资者的意见。

（2）利润的分配形式

①公司采取现金或者现金、股票相结合的方式现金与股票相结合的方式或者法律法规允许的其他方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

②在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。公司拟实施现金分红的，应同时满足以下条件：

A、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；

B、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。

③在满足上述现金分红条件情况下，公司应当采取现金方式分配利润，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利及资金需求情况提议公司进行中期现金分红。

④现金分红的具体条件和比例：除特殊情况外，公司在符合相关法律法规和监管规定的前提下，公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的10%。特殊情况是指公司重大投资或重大资金支出等事项发生（募集资金项目除外），重大投资或重大资金支出事项指按相关法规及公司章程规定，需由股东大会审议批准的事项。

⑤公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出具体差异化的现金分红政策：

A、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%；

B、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%；

C、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%；

D、公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

⑥股票股利分配的条件：

在不影响现金分红的条件下，公司可结合实际经营情况提出并实施股票股利分配方案。公司采用股票股利进行利润分配的，应当以给予股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

⑦存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（3）分红回报规划制定周期

公司董事会以每三年为一个周期，根据公司经营的实际情况及股东、独立董事和监事的意见，按照《公司章程》确定的利润分配政策制定股东分红回报规划，并经股东大会审议通过后实施。

4、利润分配决策机制与程序

（1）公司每年利润分配预案由公司董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金需求提出和拟定，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；独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议；

(3) 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），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或者按低于本章程规定的现金分红比例进行利润分配的，还应说明原因并在年度报告中披露，独立董事应当对此发表独立意见。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、规划执行情况发表审核意见；

(6) 股东大会应根据法律法规和本章程的规定对董事会提出的利润分配预案进行表决。

5、利润分配政策调整

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要等原因需调整利润分配政策的，应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，提请股东大会审议并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过；调整后的利润分配政策应以股东权益保护为出发点，且不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；调整利润分配政策的相关议案需分别经监事会和二分之一以上独立董事同意后提交董事会、股东大会批准，提交股东大会的相关提案中应详细说明修改利润分配政策的原因。公司调整利润分配政策，应当提供网络投票等方式为公众股东参与股东大会表决提供便利。

6、利润分配政策的执行

公司应严格按照有关规定在年度报告中详细披露现金分红政策的制订及执行情况，对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。公司年度盈利但未作出年度现金分红预案或无法按照公司章程既定现金分红政策确定当年利润分配方案的，公司应在年度报告中详细披露未现金分红或未按既定现金分红政策分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，独立董事应对此发表明确意见。

十六、本次发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2018 年第一次临时股东大会审议通过的《品渥食品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市前滚存利润分配方案》，对于公司首次公开发行股票前公司未分配的滚存利润，由首次公开发行股票后的新老股东按发行后的持股比例共享。

第十节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

经公司第一届董事会第三次会议及 2018 年第一次临时股东大会审议通过，公司拟向社会公开发行普通股 2,500.00 万股，占发行后总股本的 25.00%，实际募集资金扣除发行费用后的净额全部用于公司主营业务相关项目。

（一）募集资金投资项目基本情况

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟投入募集资金数额	项目建设周期
1	渠道建设及品牌推广项目	26,874.08	26,874.08	36 个月
2	翻建生产及辅助用房项目	15,000.00	13,000.00	12 个月
3	整体信息化建设项目	5,722.30	5,722.30	36 个月
4	补充流动资金	3,264.49	3,264.49	-
合计		50,860.87	48,860.87	-

公司将本着统筹安排的原则，结合项目轻重缓急、募集资金到位时间以及项目进展情况进行募集资金投资项目建设。募集资金到位后，若募集资金数额（扣除发行费用后）不足以满足以上项目的投资需要，不足部分本公司将通过银行贷款或自筹资金等方式解决。如本次募集资金到位时间与项目进度要求不一致，本公司将根据实际情况以其他资金先行投入，募集资金到位后予以置换。

截止本招股说明书签署日，本次募集资金投资项目已支付资金 8,000.00 万元，为翻建生产及辅助用房项目前期设计、咨询及施工费等。除此之外，公司募集资金投资项目尚无其他实际投入。

（二）募集资金投入时间进度

单位：万元

序号	项目名称	总投资	时间进度		
			第一年	第二年	第三年
1	渠道建设及品牌推广项目	26,874.08	8,610.24	8,604.16	9,659.68
2	翻建生产及辅助用房项目	13,000.00	13,000.00	-	-
3	整体信息化建设项目	5,722.30	1,706.09	2,280.12	1,736.09
4	补充流动资金	3,264.49	3,264.49	-	-

合计	48,860.87	26,580.82	10,884.28	11,395.77
----	-----------	-----------	-----------	-----------

（三）本次募集资金的专户存储安排

公司已根据相关法规，制定了《募集资金管理制度》，并于公司第一届董事会第三次会议审议通过。《募集资金管理制度》对募集资金专户存储安排做出如下规定：“公司募集资金应当存放于经董事会批准设立的专项账户集中管理。募集资金专户不得存放非募集资金或用作其它用途。”

（四）本次募投项目备案及环评情况

本次发行募集资金拟投资项目已于 2016 年 7 月 19 日、2017 年 6 月 21 日取得上海市松江区发展与改革委员会项目备案通知书以及上海市松江区环境保护局的环评批复，具体情况如下表所示：

序号	项目名称	备案情况	环评情况
1	渠道建设及品牌推广项目	不涉及固定资产投资，无需履行审批、核准或备案程序	不涉及环保审批
2	翻建生产及辅助用房项目	松发改备[2016]051号	松环保许管[2017]1227号
3	整体信息化建设项目	不涉及固定资产投资，无需履行审批、核准或备案程序	不涉及环保审批
4	补充流动资金	不涉及固定资产投资，无需履行审批、核准或备案程序	不涉及环保审批

（五）本次募集投向符合国家产业政策等法规的说明

本次发行股票募集资金投资项目是公司主营业务的发展与补充，主要涉及营销渠道拓展、品牌形象强化、质量管控能力提升、物流仓储能力加强及信息化效率提升，不存在持有交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资计划，也不存在直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司的计划。同时，公司本次发行募集资金投资项目已经在项目所在地进行了备案或取得了无需备案的说明，相关募集资金投资项目不涉及环评批复和新增用地的情况。根据国家发改委《产业结构调整指导目录》和《上海工业及产业性服务业指导目录和布局指南（2014年版）》内容，公司募投项目不属于淘汰类与限制类产业，符合国家及上海市产业布局。

发行人本次募集资金投资项目已经有关政府部门备案和发行人内部批准，符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定。

二、募集资金投资项目与目前公司主营业务的关系

（一）募集资金投资项目是公司现有业务的发展与补充

本次募集资金投资项目是公司战略规划实施的组成部分，项目实施后，将加快实现公司制定的战略目标，有效提升公司综合竞争力。本次募集资金投资项目与目前公司主营业务的关系如下表所示：

项目名称	与现有业务关系
渠道建设及品牌推广项目	本项目一方面可以推进公司营销网络的建设，有利于公司在现有重点城市基础上将营销网络下沉至三、四线城市，加强和完善现有的终端网络；另一方面，该项目还将加速新产品的开发和推广，加快产品开发进度、进一步丰富公司产品品类，更为及时的向市场推出符合消费者需求的产品。
翻建生产及辅助用房项目	本项目不仅可以扩大公司仓储基础设施，提升公司仓储物流水平，还可以增强公司产品质量检测能力，进一步提升公司产品质量控制能力。此外，体验中心的建设还将提升用户体验，提升消费者品牌忠诚度。
整体信息化建设项目	本项目将有效强化公司供应链管理能力和消费者画像数据分析能力、产品决策能力等，有效促进内部管理向科学化和精细化方向发展。
补充流动资金	通过补充与主营业务相关的营运资金，有利于缓解公司营运资金压力，夯实企业发展的基础。

（二）募集资金投资项目对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金的运用有利于优化公司的业务结构，通过完善营销网络及品牌推广，有利于强化产品的销售能力及品牌的市场影响力；通过翻建生产及辅助用房，可以有效提升公司仓储物流能力和产品物流效率；通过升级现有信息化系统，可以进一步加强公司内部流程管理，优化公司内部经营效率，提升公司整体竞争力。本次募集资金投资项目的实施不会导致公司与控股股东、实际控制人及其下属企业之间产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

三、募集资金投资项目的背景及必要性

（一）项目建设背景

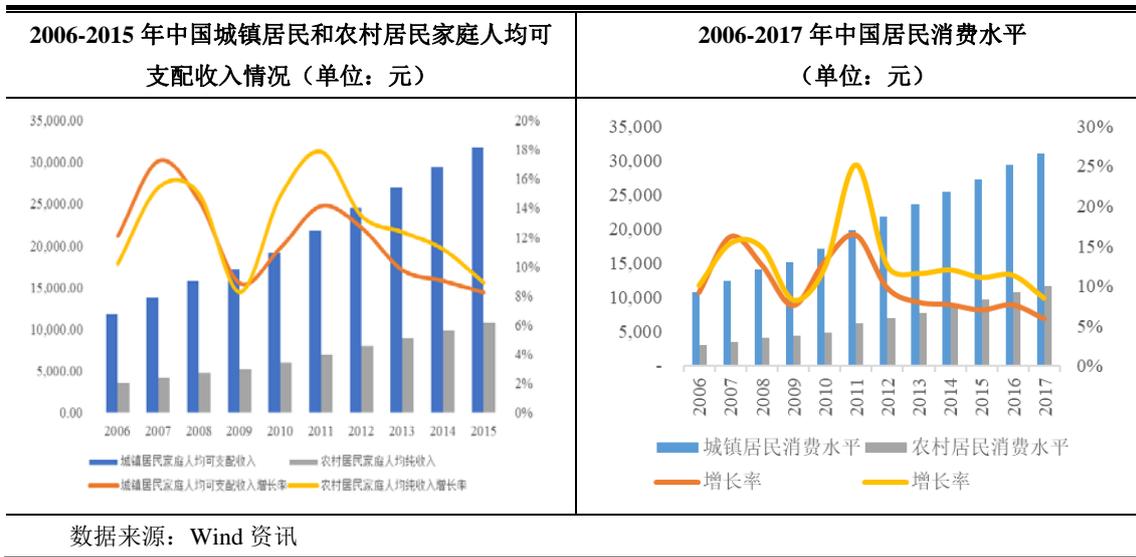
随着国民经济持续稳健增长，国内居民人均收入不断提升，直接带动国内居民消费结构的持续变化。目前，国内消费者的消费需求逐渐向高品质、优价类食品靠拢。据美国食品工业协会预测，到 2018 年中国将成为全球最大的进口食品消费国，届时中国大陆进口食品市场规模将高达 4,800 亿人民币。

1、中国进口食品行业分析

（1）中国进口食品行业发展概况

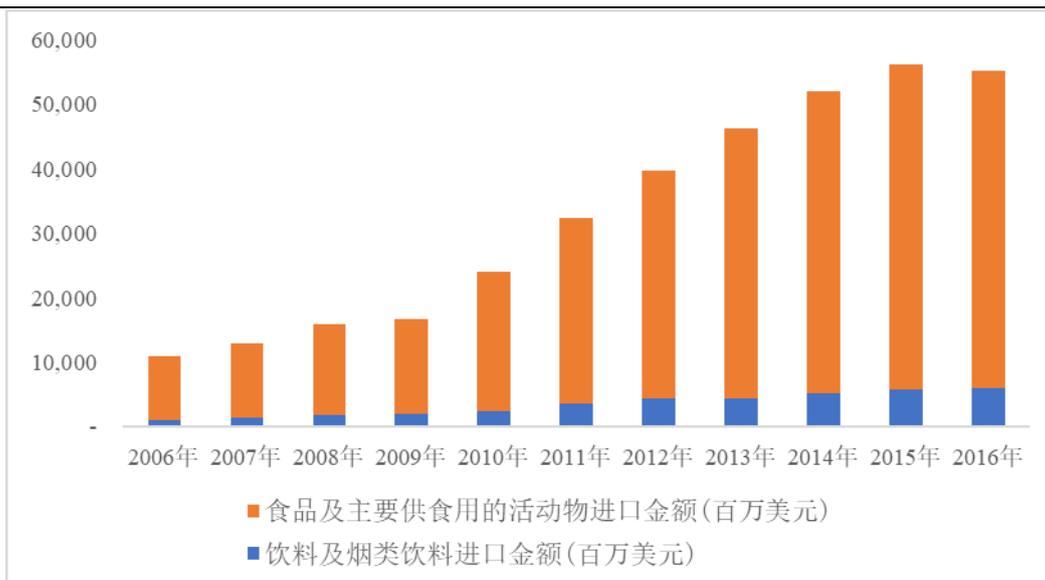
①居民收入增加，带动进口食品消费热情持续高涨

根据国家统计局数据，2006 年-2015 年度，我国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均纯收入的年平均增速都保持在 10.00% 以上，城镇居民和农村居民消费水平平均增速也都保持在 10.00% 以上。



②国内进口食品贸易额逐年增长、进口国分布以欧美发达国家为主

2006-2016 年中国食品和饮料进口情况



数据来源：国家统计局

根据国家统计局统计，2016年，全国食品及主要供食用的活动物进口额为4,915,637万美元，同比下降2.66%；同时，实现饮料及烟类进口额609,599万美元，同比增加5.57%。2006至2016年期间，全国食品及主要供食用的活动物进口额平均增速为17.99%，饮料及烟类进口额平均增速为20.33%。

2016年食品行业累计进口额贸易国分布情况



数据来源：中国轻工信息网

2016年，全国食品行业进口国家分布主要集中在新西兰、美国、澳大利亚、韩国、法国、德国、马来西亚等地区。其中，新西兰完成累计进口占比26.89%，累计进口额同比增长7.95%；美国完成累计进口占比5.81%，累计进口额同比下降5.87%；澳大利亚完成累计进口占比5.75%，累计进口额同比下降4.68%；韩国完成累计进口占比4.93%，累计进口额同比增长16.60%；法国完成累计进

口占比 4.81%。累计进口额同比增长 29.51%；德国完成累计进口占比 4.62%，累计进口额同比下降 5.09%。

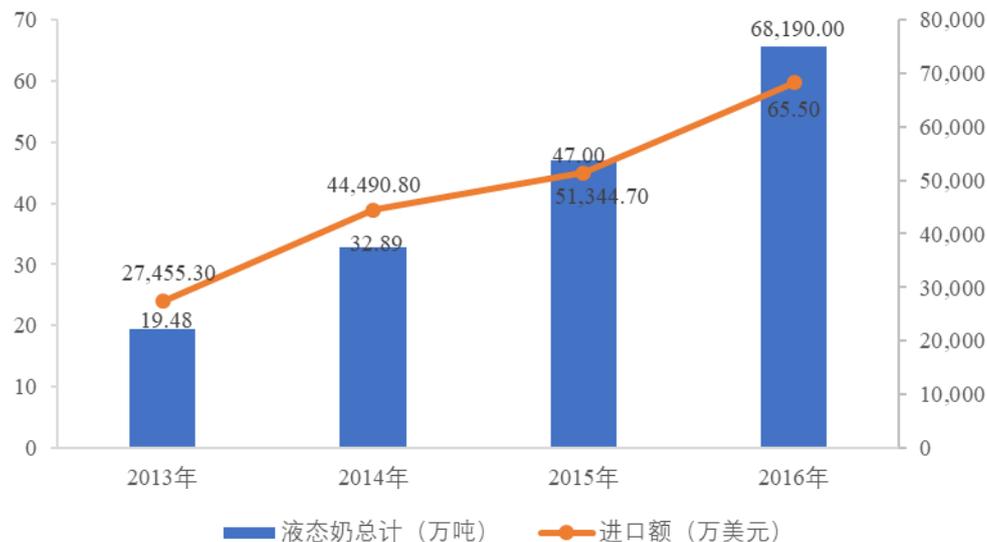
③进口液态奶、进口啤酒及进口燕麦类产品进口增速明显

A、液态奶

近几年来，随着我国国民经济发展和居民收入水平不断提高，人们的饮食消费习惯逐渐向更高的消费层次即营养型、健康型、休闲型、国际型转变。与此同时，高铁、互联网购物等消费方式的普及，促使国内乡镇地区消费者能力逐渐增强，促进我国乳制品消费的稳步增长。根据《中国奶业质量报告》：2011至2015年，中国乳制品消费量从2,480.50万吨增至2,957.90万吨，年复合增长率4.50%。2015年，中国人均乳制品折合生鲜乳消费量36.00kg，约为世界平均水平的1/3。2016年，中国全年进口乳制品195.60万吨，同比增长21.40%。

进口乳制品中，根据中国奶业协会统计，液态奶（包括HS0401和HS0403）进口量从2013年的19.48万吨增长至2016年的65.50万吨，年复合增长率高达49.81%，进口额从2013年的27,455.30万美元增长至2016年的68,190.00万美元，年复合增长率达35.42%。2013年至2016年，中国酸奶进口量从10,240.70吨增长至20,939.80吨，年复合增长率达26.93%，中国液态奶进口市场需求量巨大。

2013-2016年液态奶进口量及进口额变化趋势图



数据来源：中国奶业协会

从进口来源看，根据 Wind 资讯，2017 年，中国累计进口原奶、加工奶及酸奶总计 144.54 万吨。其中，从德国进口 24.53 万吨，占全部进口量的 16.97%；从新西兰进口 76.41 万吨，占全部进口量的 52.86%；从澳大利亚进口 13.04 万吨，占全部进口量的 9.02%；从法国进口 11.48 万吨，占全部进口量的 7.94%。前四大进口来源国的进口量合计 125.46 万吨，占全部进口量的 86.80%，中国进口液态奶主要来自部分发达国家，进口集中度较高。

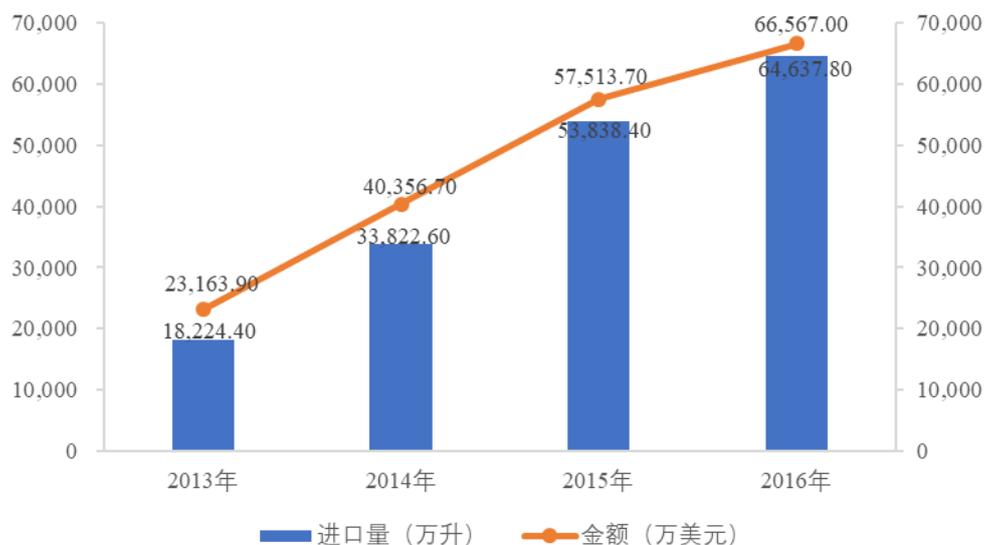
随着销售渠道的不断下沉以及国内三、四线城市消费结构的升级，乳制品品类也将向多元化发展，液态奶产品进口数量预计还将保持较高增速。此外，1980 后、1990 后出生人群逐渐成为新一代消费主力，他们更关注具备多样性或个性化特征的商品，随着他们逐渐开始组建家庭并生儿育女，进口儿童牛奶的需求也将逐步扩大。

B、进口啤酒

改革开放以来，中国啤酒业已逐步成长为中国市场化程度最高、竞争最为激烈的行业之一。目前，我国啤酒业产品品种相对单调，可选择性较差，低端啤酒仍是消费市场的主体。近年来，随着国内居民消费水平的进一步提升和啤酒消费市场的日趋成熟，消费者对于大众化的普通啤酒、干啤和鲜啤的需求基本上保持在相对稳定水平，对于中高档啤酒消费需求不断上升。

根据中国海关数据：2013 年至 2016 年，中国啤酒进口量从 18,224.40 万升增长至 64,637.80 万升，年复合增长率达 52.50%，啤酒进口额从 23,163.90 万美元增长至 66,567.00 万美元，年复合增长率达 42.17%。2016 年，中国进口啤酒 64,637.80 万升，同比上升 20.06%，进口额 66,567.00 万美元，德国啤酒的进口量已占据中国全年啤酒总进口量的 47.30%，接近进口总量的一半。虽然中国啤酒进口量增长较快，但是目前进口啤酒总量仅占中国啤酒总消费量的 1.40%，中国进口啤酒市场需求规模巨大。

2013-2016 年啤酒进口量及进口额变化趋势图



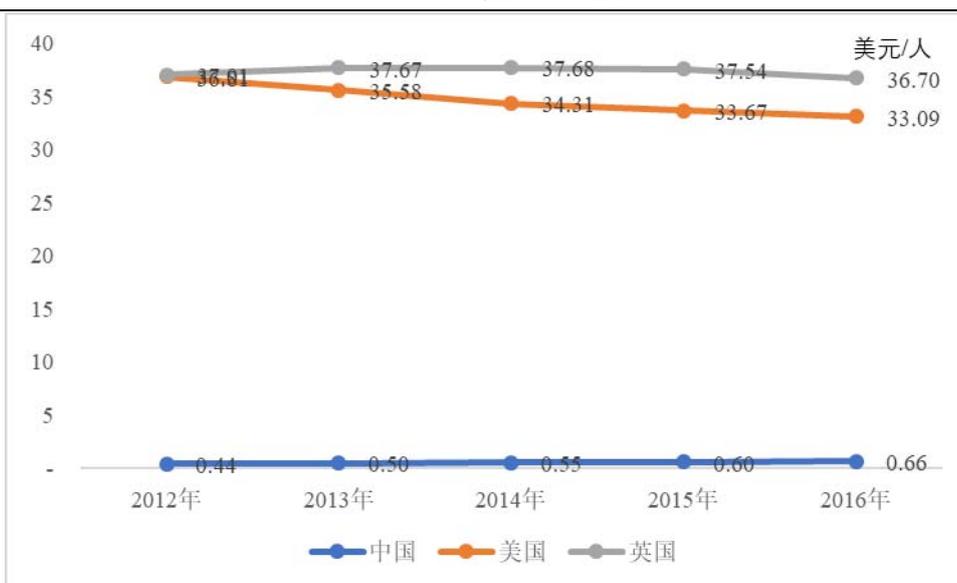
数据来源：中国海关数据

C、燕麦

谷物食品是国内消费者膳食结构中重要的组成部分，主要包括大米、小麦、玉米、高粱、荞麦和燕麦等制品。谷物食品一般含有丰富的维生素和纤维元素，长期食用对消费者的身体健康有着积极作用。随着国内居民收入水平的提升及消费理念的逐渐改变，人们对于各类谷物食品的需求也在显著提升。

根据欧睿咨询的统计，中国的燕麦市场年销售额从 2012 年的不足 6.00 亿美元增长至 2016 年的 9.14 亿美元。2012 年至 2016 年，中国燕麦市场人均消费水平呈现出稳定上升的趋势。2016 年，中国燕麦市场人均消费金额仅为 0.66 美元，远低于美国的 33.09 美元和英国的 36.70 美元。随着人们健康意识的不断增强，对早餐注重程度逐渐开始提升，尤其是早餐的营养搭配，将推动我国早餐谷物市场消费持续增长。

2012-2016 年燕麦人均消耗图



数据来源：欧睿咨询

D、休闲食品类

休闲食品主要指人们在闲暇、休息时所吃的非主食类食品，目前国内休闲食品大致可以分为膨化类、烘焙类、炒货类、果仁类、油炸薯类、糖食类等类别。根据中国食品工业协会的统计数据，我国休闲食品行业年产量从 2004 年的 193.58 万吨增长到 2014 年的 645.89 万吨，年均复合增长率 12.81%，休闲食品行业年产值由 2004 年的 1,931.38 亿元增长至 2014 年的 9,050.18 亿元，年均复合增长率达到 16.70%，且预计 2015-2019 年仍将保持高速增长，由 2015 年的 10,589.62 亿元增长至 2019 年的 19,925.28 亿元，年均复合增长率超过 17.00%。

④市场集中度低、竞争较为激烈

目前，国内进口食品行业整体处于完全竞争状态，行业内经营主体较多，发展规模参差不齐，年销售额超 10 亿元的企业较少，主要以小规模、地区性进口食品代理商为主。未来，行业内规模以上企业可能通过差异化、品牌化等战略来提升自身产品的市场认知度和认可度，提高综合竞争力。

⑤进口食品销售渠道的拓宽为进口食品行业需求提供有力保障

改革开放以来，随着国民经济发展、居民收入水平不断提升，居民对生活品质的要求也越来越高，进口食品销售渠道得到有力拓展，逐渐由过去的供销社、国营百货等拓展至便利店、大中型商超、精品超市等，进口食品消费日益

成为寻常百姓追逐健康生活的表达方式。

另一方面，随着国内互联网产业不断深入发展，国内消费者的消费方式得到有效拓宽，手机端、PC端及电视端等多元化的消费形式极大拓宽了进口食品的销售渠道，这将进一步扩大进口食品的消费群体。

（2）中国食品行业发展概况

①乳制品

根据欧睿咨询数据：2012至2017年，中国牛奶（包括牛奶、鲜牛奶、脱脂牛奶等）销售量从842.33万吨增至978.79万吨，年复合增长率为3.05%；中国牛奶销售额从832.09亿元增长至1,170.21亿元，年复合增长率为7.06%，中国牛奶销售量呈现稳步增长的趋势。

2012至2017年牛奶产品销售额及销售量的变化趋势图



数据来源：欧睿咨询

②酸奶

酸奶产品（包括发酵乳和乳酸菌饮料）和普通液体乳最大的区别就是在生产过程中加入乳酸菌。酸奶由纯牛奶发酵而成，在发酵过程中生成了全新的质地（粘稠度和口感）、独特的风味，能够帮助人们促进肠胃的消化。根据欧睿咨询数据：中国酸奶产品销售量从2012年的428.47万吨增加至2017年的855.54万吨，年均复合增长率达14.83%，酸奶销售额从2012年的455.99亿元增加至

2017 年的 1,219.24 亿元，年均复合增长率高达 21.74%，中国酸奶产品的销售增速远高于牛奶，发展潜力巨大。

2012 至 2017 年酸奶销售额及销售量变化趋势图



数据来源：欧睿咨询

③啤酒

经过多年发展，中国啤酒业已逐步成长为中国市场化程度最高、竞争最为激烈的行业之一。目前，中国啤酒业产品品种相对单调，可选择性差，在中国啤酒市场上，低端啤酒仍是消费市场的主体。根据欧睿咨询数据：中国啤酒的消费量呈现出先增后降的趋势，由2012年的477.44亿升增长至2015年的500.81亿升，随后下滑至2017年的456.27亿升，主要是由于差异化和多元化消费需求增长，使啤酒产品的消费粘性降低，而预调酒和亲民低端白酒产品对啤酒消费产生了一定的替代作用，导致啤酒消费呈现下降趋势。但是，随着消费者对啤酒品质需求和个性化需求的增强，啤酒销售单价不断增长，驱动了啤酒市场规模不断扩大。2012至2017年，中国啤酒销售额从3,654.74亿元增长至5,384.61亿元，年复合增长率为8.06%。随着中国居民消费结构转型和啤酒产品结构转变，以及啤酒优势文化的逐步推进和深入，中国啤酒市场的消费容量仍有较大的增长空间。

2012 至 2017 年我国啤酒消费量及销售额变化趋势图

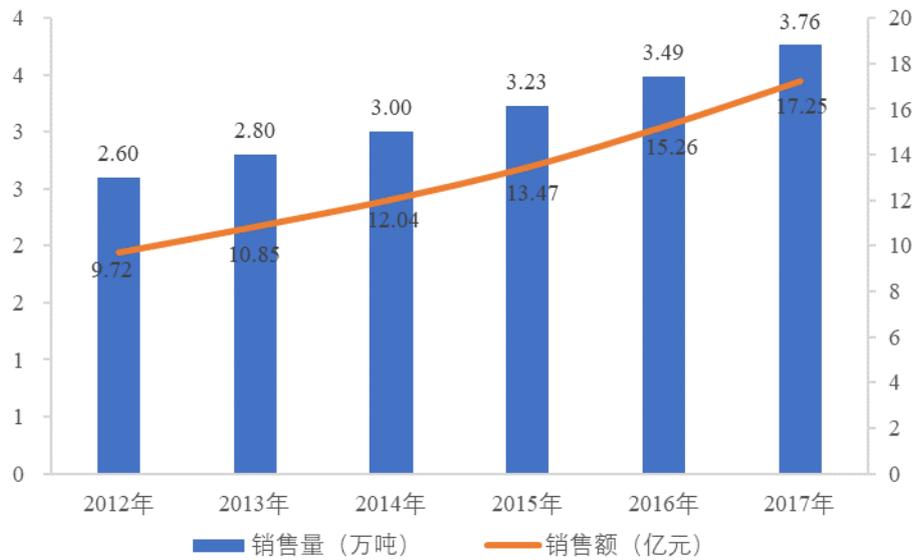


数据来源：欧睿咨询

④即食燕麦

谷物食品是人体所需热能的主要来源之一，各类粗粮更是维生素、矿物质和纤维的重要来源。随着居民膳食理念的逐渐加强，人们对于各类谷物食品的需求也在显著提升。根据欧睿咨询数据：2012年至2017年，中国谷物早餐的销售量从14.05万吨增长至19.17万吨，年均复合增长6.41%，销售额从40.59亿元增长至68.21亿元，年均复合增长率10.94%。在谷物早餐中，即食麦片消费增长迅速，2012年至2017年，中国即食麦片的销售量从2.60万吨增长至3.76万吨，年均复合增长7.66%，销售额从9.72亿元增长至17.25亿元，年均复合增长率12.16%，即食麦片的年均增速超过谷物早餐。

2012至2017年我国即食麦片产品销售量及销售额变化趋势图

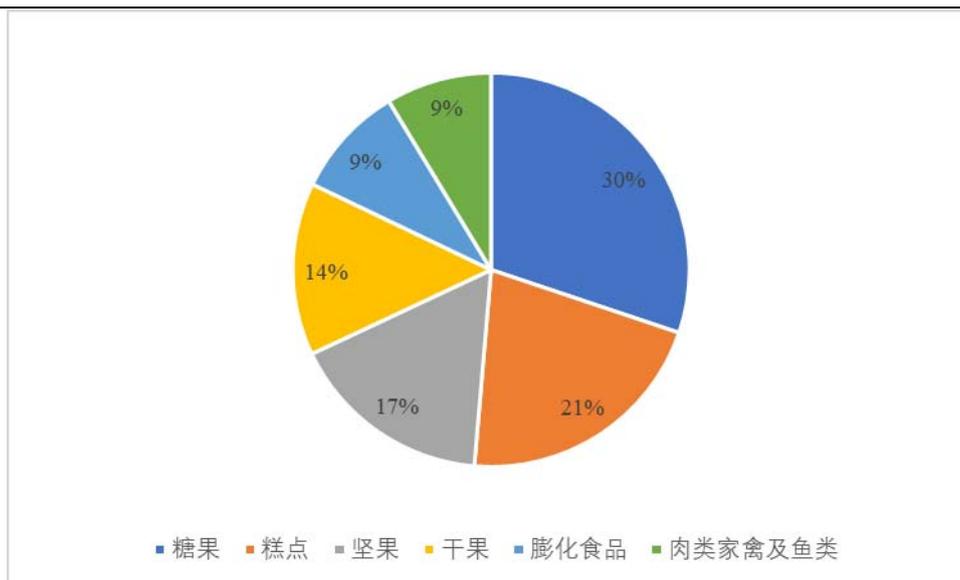


数据来源：欧睿咨询

⑤休闲食品

从消费结构来看，国内市场休闲食品以糖果、蛋糕及糕点、坚果、干果、膨化食品和其他为主。其中，糖果市场份额占比最大，达到约30%，其次分别是蛋糕及糕点、坚果、干果、膨化食品和其他，分别占比约21%、17%、14%、9%和9%。

2015年中国休闲食品各品类市场规模占比



数据来源：公开资料整理

(3) 中国进口食品行业发展趋势

①健康化逐渐成为进口食品行业的发展趋势

随着人民生活水平的提升，更多消费者开始追求高端化和高品质的产品，消费升级趋势明显，高新鲜度、低脂肪、低热量等类型进口食品日益成为市场主流的消费选择。根据《尼尔森健康与食品意见调查》的数据：消费者目前正在越来越关注食品健康指标，超过 82.00% 的中国消费者愿意为更健康的食品支付相应的溢价。

②消费者年轻化将进一步促进进口食品行业的发展

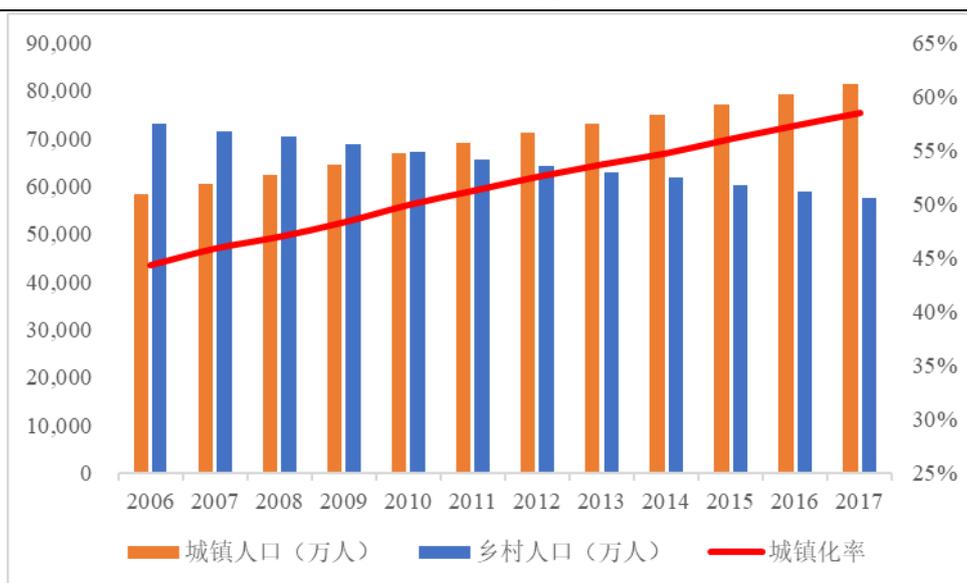
1980 后、1990 后出生人群逐渐成为市场主流消费群体，他们更加注重生活品质、追求品牌和潮流，对个性化、定制化产品需求较高，而对价格的敏感度较低。根据中国社科院旅游研究中心的数据：预计到 2021 年，18-35 岁消费者占 15-70 岁人口比例将达到 46.00%，而 2016-2021 年期间，18-35 岁消费者同比增速将达到 11%（上一代增速约 5.00%），同时增长贡献比重也将达到 69.00%。对于进口食品消费而言，新兴消费群体对进口食品的需求也从过去追求口感逐步向多元化方向发展。

③消费渠道逐渐从一线城市向二、三线城市扩展

目前，进口食品消费者还主要处于长三角、珠三角及京津冀等东部沿海地区。未来，随着国内城镇化率不断提升，国内精品超市及大型超市渠道下沉，二、三线城市，甚至三、四线城市的消费者需求也将被打开，进口食品销售渠道将得到进一步拓展。

2017 年，中国城镇化率为 58.52%。根据世界银行预测，2020 年，这一数字将达到 61.00%，而到 2050 年，中国的城镇化率预计达到 77.00% 左右。中国城镇化率的不断提升将有效带动居民消费习惯的改变，增加中西部等地区居民对进口食品的需求。

2006-2017 年中国城镇化率



数据来源：Wind 资讯

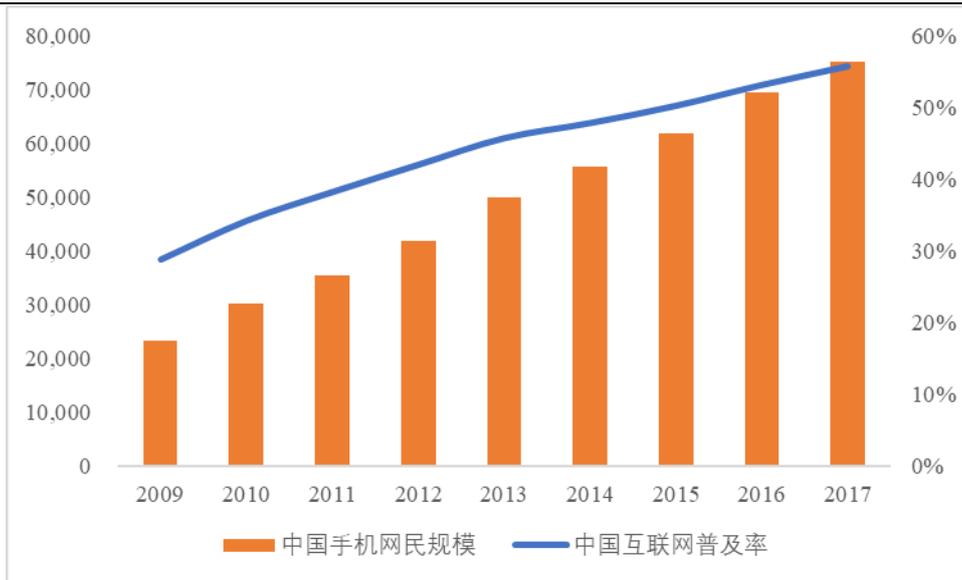
④品牌、产地等将成为消费者购买的关键考虑要素

出于追求更高生活品质的消费动机，国内消费者购买要素更多集中在产品的品质、口感和健康指标上，而这些恰恰也是进口食品的优势所在。目前市场上畅销的进口食品，如“西班牙橄榄油”、“德国啤酒”等都是特色口味、专业品质的代言词；同时，进口食品消费还呈现出产地产品消费意识逐渐兴起的态势，消费者对原产地出产的进口食品更加衷爱。

⑤互联网销售趋势化明显

随着互联网技术的不断深化和普及，国内居民消费方式发生了深刻变化。2017年，中国互联网普及率达55.80%，中国手机网民规模达75,265.00万人，分别较2009年增长93.08%和222.42%。互联网用户规模的快速增加促进了中国居民商品购买习惯的改变，极大推动了中国网络购物产业的发展。根据艾瑞咨询相关数据：2016年，中国电子商务总体市场规模达20.20万亿，较2015年同比增长23.17%。

2009-2017 年中国互联网发展状况



数据来源：Wind 资讯

在此背景下，网上销售平台将成为优质食品企业实现突破发展的重要补充渠道。

⑥渠道及营销网络建设将成为竞争的核心要素

未来，中国进口食品行业的竞争很大程度上取决于渠道及营销网络的建设，拥有丰富的营销网络以及高效、优质销售渠道的企业将在未来竞争中获得更多的发展机会。

（4）中国食品行业消费趋势

①乳制品

随着社会的发展和人民生活水平的提高，牛奶以其方便、营养、新鲜等诸多优点被广大消费者认可，这使得全国牛奶销售额逐年增长，市场前景较为可观。根据国家食物与营养咨询委员会的消费阶段性目标，到 2020 年，人均奶类消费量将达到 28.00 千克，到 2030 年将达到 41.00 千克。根据欧睿咨询预测，中国牛奶销售额将从 2018 年的 1,194.96 亿元增加至 2022 年的 1,282.08 亿元，年均复合增长率为 1.77%，中国牛奶市场规模将实现稳步增长。

2018-2022 年我国牛奶产品销售额变化趋势预测图

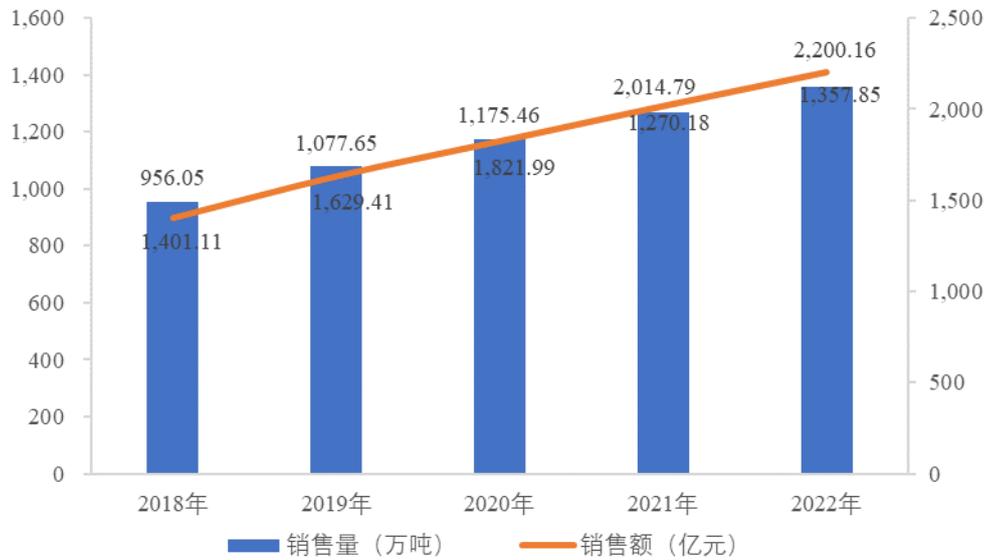


数据来源：欧睿咨询

②酸奶

城市居民生活饮食习惯缺乏规律,又由于工作等原因存在较大的精神压力,多数人存在经常性的肠胃不适问题。根据《2015 年中国 12 城市肠胃年龄洞察报告》: 57.00%的 33-55 岁的中国城市居民有肠胃超龄的问题。酸奶由纯牛奶发酵而成,在发酵过程中生成了全新的质地(粘稠度和口感)、独特的风味,能够帮助人们促进肠胃的消化,这使得酸奶逐渐受到消费者的喜好和推崇。根据欧睿咨询预测,中国酸奶产品销售量将从 2018 年的 956.05 万吨增长至 2022 年的 1,357.85 万吨,年均复合增长率达 9.17%;酸奶产品销售额将从 2018 年的 1,401.11 亿元增长至 2022 年的 2,200.16 亿元,年复合增长率 11.94%,中国酸奶产品市场规模将逐步扩大。

2018-2022 年我国酸奶产品销售额变化趋势预测图

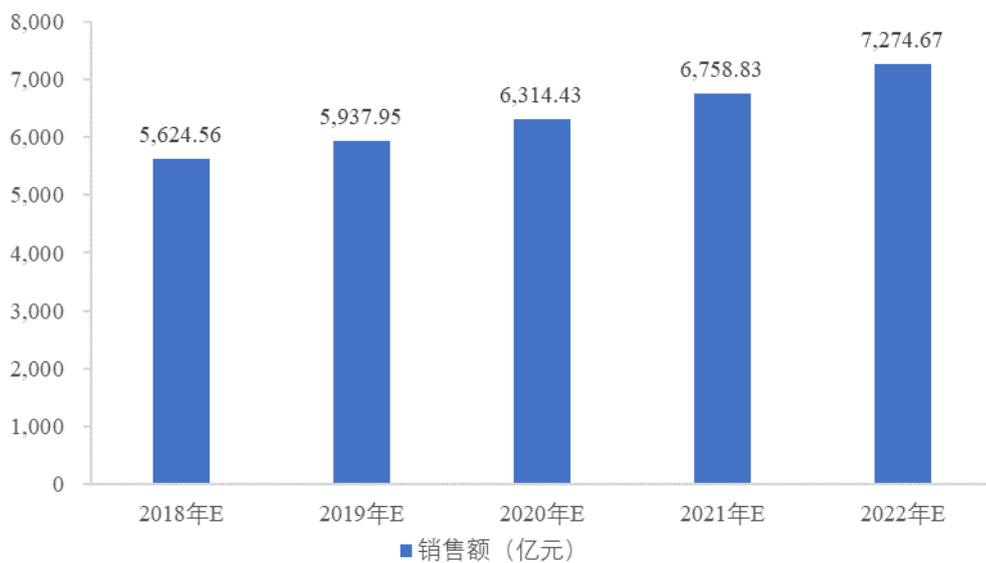


数据来源：欧睿咨询

③啤酒

随着中国经济的持续稳定增长，国内啤酒行业的消费升级带动产品结构优化和价格提升，啤酒市场消费由增量向增质转变，差异化、高品质啤酒将成为啤酒消费的主流选择。根据欧睿咨询预测，中国啤酒的销售额将从 2018 年的 5,624.56 亿元增加至 2022 年的 7,274.67 亿元，年均复合增长率为 6.64%，中国啤酒的市场规模将稳步增长。

2018-2022 年我国啤酒销售额变化趋势预测图

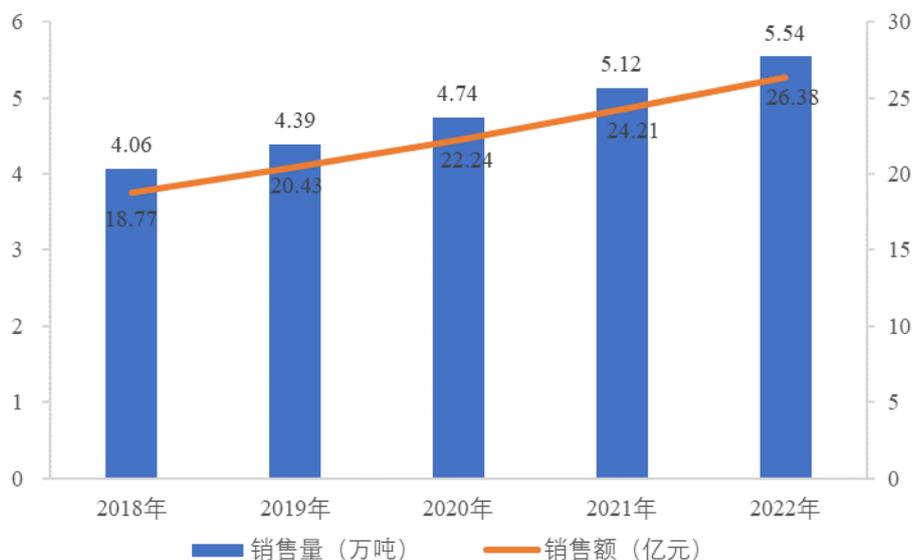


数据来源：欧睿咨询

④燕麦

随着居民收入稳步增长，人们的健康意识也在不断增强，对早餐的注重程度逐渐提升，尤其是早餐的营养搭配以及便利性，将推动我国麦片市场消费持续增长。根据欧睿咨询预测，中国即食燕麦的销售量将从 2018 年的 4.06 万吨增长至 2022 年的 5.54 万吨，年均复合增长率为 8.08%；销售额将从 2018 年的 18.77 亿元增长至 2022 年的 26.38 亿元，年均复合增长率为 8.88%，中国燕麦消费市场规模将逐步扩大。

2018-2022 年我国即食燕麦销售量及销售额变化趋势预测图



数据来源：欧睿咨询

⑤休闲食品

根据中国食品工业协会预测，2015 年-2019 年，全国休闲食品行业将继续保持较高速度的增长，增长率维持在 17.00% 左右。预计全国休闲食品行业产值 2019 年达到 19,925.28 亿元。

从消费群体来看，休闲食品的主要消费群体为年轻人，随着人口结构的改变，“新世代”将于 2021 年达到人口比例 46.00% 以上，成为真正的消费主力。

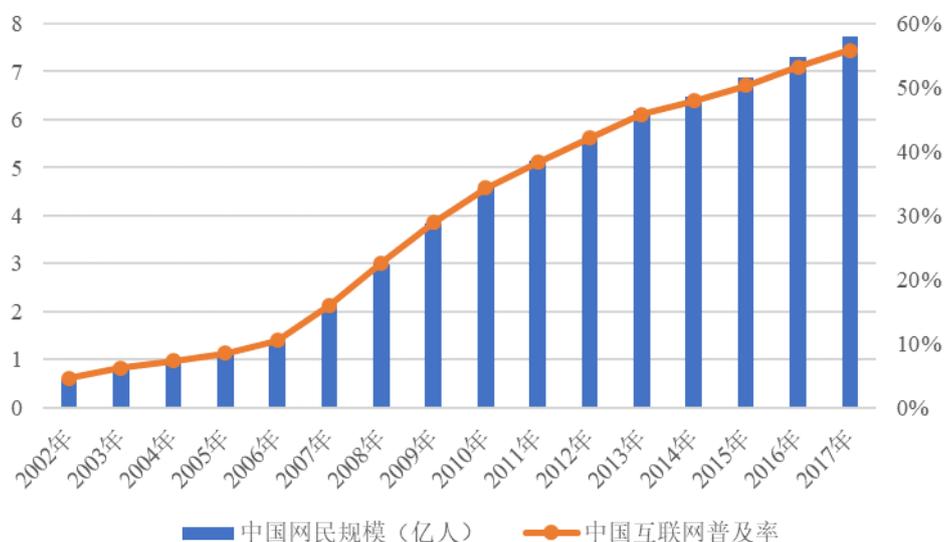
“新世代”人群具有超强消费意识并易于接受新事物，消费能力远超上一代。另一方面，新世代有个性、偏好网购和爱健康的特点将促进休闲食品行业持续的发展，使得休闲食品向着品牌化、电商化和健康化迈进。

2、中国网络购物市场概况

（1）中国网民规模及互联网普及率不断提升

随着国内经济的不断发展，中国网民规模及互联网普及率不断提升。根据 Wind 资讯：2002 年，中国网民规模为 0.59 亿人，互联网普及率仅为 4.60%。截至 2017 年末，中国网民规模达 7.72 亿人，互联网普及率达到 55.80%，网民规模较 2002 年提升 7.13 亿人，增幅 1,206.23%，年复合增长率约为 18.69%。

2002 年-2017 年中国网民规模及互联网普及率



数据来源：Wind 资讯

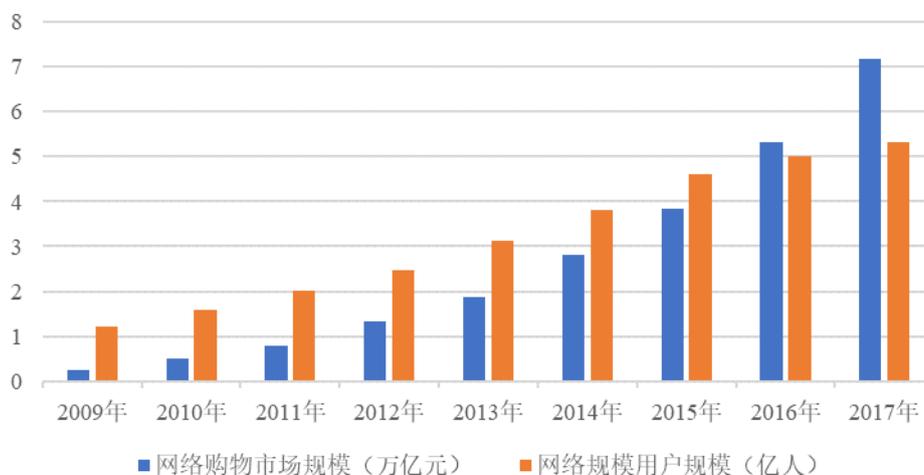
（2）网络购物发展趋势明显

随着国家不断推出电子商务扶持政策以及物流和相关产业配套的不断成熟，国内电子商务行业发展趋势良好，网络购物市场规模不断扩大，这将有利于食品行业拓宽销售渠道，保持营收规模稳定增长。

截至 2017 年底，中国网络购物用户规模约为 5.33 亿人，实现交易量 7.18 万亿元，较 2009 年分别增长 4.12 亿人和 6.92 万亿元，年复合增长率分别达到 51.41% 和 20.36%。

此外，电商企业渠道下沉和海外扩张带动了农村电商和跨境电商的快速发展，使农村网购消费潜力和网民对全球优质商品的消费需求得到释放，这将进一步推动消费升级。

2009年-2017年中国网络购物市场规模及用户规模

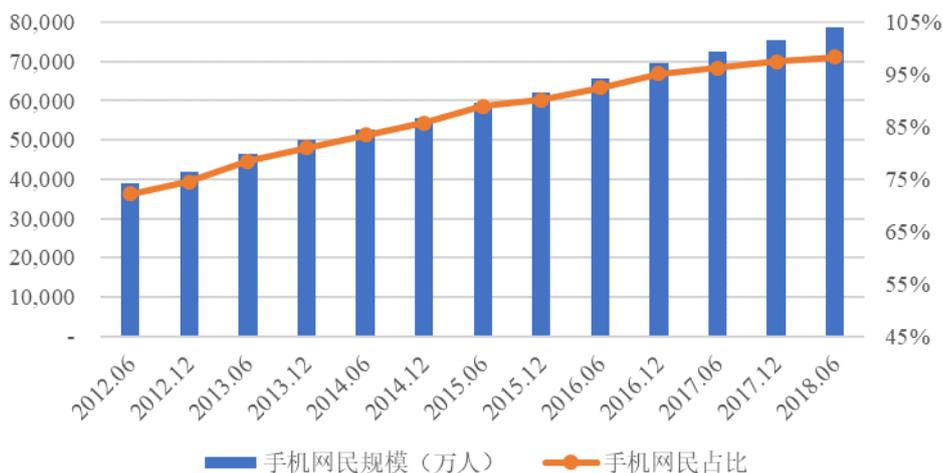


数据来源：Wind 资讯

（3）移动端互联网发展迅速

截至 2018 年 6 月，我国手机网民规模达 7.88 亿，较 2017 年底增加 3,509 万人。网民中使用手机上网的比例由 2017 年底的 97.50% 提升至 98.30%，手机上网比例持续提升。

2012年6月-2018年6月中国手机网民规模及网民占比



数据来源：Wind 资讯

（二）项目建设必要性

1、募集资金投资项目建设是公司顺应行业发展趋势的需要

随着国民经济的发展和居民收入水平的不断提高，人们的饮食消费习惯从

过去的温饱型向营养型、健康型、休闲型、国际型转变，进口食品已成为居民日常消费的一部分。据食品工业协会数据统计，我国进口食品总额已从 2013 年的 5,807.80 亿元增长至 6,402.30 亿元。随着 1980、1990 后出生人群成为社会的主流消费群体，与前辈相比他们更注重品牌、包装，且购买力进一步上升，这将促进进口食品消费量的进一步增长。

本次募集资金投资项目将以公司现有的“德亚”、“瓦伦丁”、“亨利”等优势品牌为依托，开发牛奶、啤酒、麦片等品类新产品，加大渠道建设投入和品牌形象推广投入，提升公司盈利能力的同时，满足不断扩大的进口食品消费需求。另一方面，根据 Euromonitor 预测，国内乳制品、啤酒及麦片消费量未来将呈持续上升趋势，本次募投项目的实施有利于公司抓住市场机遇，满足不断增长的下游市场需求。同时，本次募投项目有利于公司拓宽现有产品线，丰富产品品类，为公司培育新的利润增长点，提升公司整体盈利水平。此外，本次募集资金投资项目将依托现有的渠道优势，进一步加大渠道建设力度，大力开拓便利店、即饮渠道、自动贩卖机等新通路，为公司产品搭建覆盖范围广、渗透力强的销售网络，建立良好的产品流通渠道生态系统。

2、行业竞争加剧，公司需不断增强仓储物流能力，提升市场反应速度

自成立以来，公司一直专注进口食品领域的深耕和发展，现已成为中国知名的进口食品品牌运营商，并在行业内积累了良好的口碑。近年来，公司针对细分市场需求，不断推出新产品，快速满足消费者需求，营业收入稳定增长。另外，进口食品行业市场规模的逐步扩大为公司发展提供良好的外部环境。但是，新产品的推出、营业收入的增长以及进口食品行业市场规模的逐步扩大，要求公司物流仓储设施及时跟进，对内部配套能力的要求越来越高。因此，公司亟需提升物流仓储设施配置，以满足日益增长的业务发展需要。

本次募集资金投资项目将在上海松江区佘山镇新建现代立体仓库、办公楼、设备辅助用房等，建成后将成为集智能仓储、生产包装、分拣中心、客户体验中心、自检实验室等为一体的功能齐全、设施完备的综合工程。本次募集资金投资项目建设完成后，公司的仓储配送效率将进一步提升，满足公司长期发展的需要。

3、提升产品开发能力，保证食品安全品质

近年来，受益于经济发展和生活水平的不断提升，食品行业得以迅速发展。与此同时，消费者对于产品的品牌以及安全性提出了更高要求。随着食品行业的竞争日趋激烈，产品的替代性增强，研发满足市场差异化需求的产品将成为公司提升市场竞争力的重要基础。技术研发能力是食品行业的核心竞争力，食品企业只有不断加大研发投入，实现技术创新和突破，才能在市场竞争中赢得先机，进而实现既定的发展目标。

本次募集资金投资项目将在上海松江区佘山镇新建现代立体仓库，除了扩大仓储基础设施能力之外，公司还将加大产品创新能力投入，建立产品研发中心，在结合国内消费者需求的基础上快速进行产品样品的小试，加快新品的开发进度，适时推出符合消费者不同需求的产品。

4、升级公司信息化系统，提升公司整体运营管理效率

企业信息系统的的应用不仅可以迅速传递和转换信息，实现信息的实时交互跟踪，还能不断地改进企业的业务流程和管理模式，提高供应链中各项活动的效率，增强企业整体运作能力。

目前，公司已建立了以 SAP S/4 系统为核心，以 OMS、EDI、MALL、WMS、APP、协同办公等 6 个专门的功能性系统为外围的管理信息系统，可以满足公司各业务流程的基本需求。但随着未来经营规模的扩大，公司目前的信息化建设基础已不能满足目前食品行业市场竞争的需要，公司必须向供应链的上下游延伸，统筹建设。本次募投项目将建立涵盖产品采购、质量管理、仓储物流、产品销售等日常经营各个业务环节的信息化系统，引入供应商管理系统、质量管理体系、产品生命周期管理系统、客户关系管理系统等，对各业务环节构建动态的经营模型和管理模型，实现公司的供应链全流程的信息化管理。

综上，本次募集资金投资项目的实施在提高内部管理运营效率的同时，也有助于公司快速整合市场信息，提高市场反应能力，巩固公司核心竞争力。

四、董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司董事会认为，本次募集资金投资项目围绕公司主营业务开展，符合公司的发展战略，有利于提升公司盈利能力，增强公司持续发展和综合竞争力。同时，公司本次募集资金数额和投资项目与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，具体分析如下：

1、经营规模

自成立以来，公司始终坚持新品开发、品牌建设和品牌管理工作，经过多年的实践和经验积累，公司已基本形成具有自身特色的品牌运营管理体系。目前，公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外知名食品的合作代理销售业务。报告期内，公司业绩保持了较好的成长性。2015-2017 年度，公司主营业务收入分别为 99,459.94 万元、109,865.97 万元和 121,404.92 万元，年均复合增长率为 10.48%。公司本次募集资金投资项目围绕公司主营业务开展，与公司经营规模相适应。

2、财务状况

报告期内，公司资产状况良好，经营业绩稳步增长，公司有能力和支撑本次募集资金投资项目的后期实施和运营。本次发行股票募集资金到位后，公司的资本实力将大幅增强，资产结构将进一步优化，盈利能力和抵御风险的能力都将得到有效提升。

3、技术水平

目前，公司已经建立了一套高效的运营管理系统及业务系统，对公司内部运营效率的提升和业务的拓展发挥了有效作用。公司在产品配方开发、口味调试等方面积累了一定的市场经验，可以及时发现消费者购买习惯的变化进行针对性的产品结构调整。经过多年发展，公司已经建立了一套相对完整的品牌营销方案和渠道网络，高效的品牌营销和渠道建设能力，将直接推动公司主营业务的持续发展。本次募集资金投资项目是公司在现有业务基础上，结合未来市场发展需求，对公司现有渠道建设及品牌推广、信息化建设、仓储物流系统进行升级改造和延伸，本次募集资金投资项目与公司技术水平相适应。

4、管理能力

公司拥有一支稳定、高效的经营团队，强大的管理团队有利于公司进一步拓展业务，拓展公司发展空间。公司已经建立一套相对有效的内部控制制度，形成了权责明确、科学规范的决策体系和制度，能够支撑本次募集资金投资项目的实施和运营。

综上，公司本次募集资金投资项目与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应。

五、募集资金投资项目具体情况

（一）渠道建设及品牌推广项目

1、项目概述

本项目拟投资 26,874.08 万元，其中包含渠道建设费 12,780.00 万元、品牌推广费 9,300 万元、新品开发费 3,231.11 万元、办事处建设 229.62 万元以及铺底流动资金 1,333.35 万元。本项目以公司现有的“德亚”、“瓦伦丁”、“亨利”等优势品牌为依托，开发新品类，加大渠道建设投入和品牌形象推广投入。

本项目的实施将进一步丰富公司现有产品品类，提升公司市场综合竞争力；本项目将加大连锁超市、经销商渠道的铺设力度和营销力度，并通过开拓便利店、即饮渠道等新渠道，拓宽现有的销售渠道，提升公司整体销售收益和市场份额。此外，本项目还将进一步增加品牌推广费用投入，对公司品牌进行多维度宣传，以维护和提升公司的品牌知名度和影响力。综上，本项目的实施有利于提升公司盈利水平，强化品牌影响力，巩固公司核心竞争力。

2、项目投资概算

本项目拟投资 26,874.08 万元，其中包含渠道建设费 12,780.00 万元、品牌推广费 9,300 万元、新品开发费 3,231.11 万元、办事处建设 229.62 万元以及铺底流动资金 1,333.35 万元，具体构成如下表所示：

序号	项目	投资额（万元）	比例
1	渠道建设费	12,780.00	47.56%

序号	项目	投资额（万元）	比例
2	品牌推广费	9,300.00	34.61%
3	新品开发费	3,231.11	12.02%
4	办事处建设	229.62	0.85%
5	铺底流动资金	1,333.35	4.96%
合计		26,874.08	100.00%

3、项目建设规模与建设进度计划

（1）项目建设规模

本项目将在全国范围内推出以自有品牌为主的新产品，并同时扩大终端陈列铺设力度、开拓新的销售渠道，预计实现年均收入 48,460.00 万元。

（2）项目实施进度安排

本项目计算期共 8 年，建设期为 36 个月，主要包括前期方案设计、后期稳定推进渠道建设和品牌推广项目实施。

第一，渠道建设进度，历时 36 个月，主要为商超、便利店、电商、即饮渠道等渠道建设以及产品的促销工作；

第二，品牌推广进度，历时 36 个月，主要为各品类的品牌推广工作；

第三，办事处建设进度，历时 6 个月，主要为各地办事处的租赁及装修工作；

第四，实验室及中试生产线建设，历时 9 个月，主要为实验室及中试生产线的装修及设备购置工作；

第五，新品开发进度，历时 36 个月，主要为新产品的研发工作。

4、项目实施的阶段性目标

项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
渠道建设阶段												
品牌推广阶段												
办事处建设												
实验室及中试车间												
新品开发												

5、项目经济效益测算

本项目建成后，年均实现营业收入 48,460.00 万元，年均实现净利润 2,214.28 万元，本项目内部收益率为 29.70%（税后），项目静态投资回收期为 4.07 年（税后，含建设期）。

（二）品渥物联网翻建生产及辅助用房项目

1、项目概述

本项目将在上海市松江区新建现代立体仓库、办公楼、设备辅助用房等，总建筑面积 57,288.00 平方米，建成后将成为集智能仓储、生产包装、分拣中心、客户体验中心、自检实验室等为一体的功能齐全、设施完备的综合工程。除了扩大仓储基础设施能力之外，公司还将加大产品创新能力的投入，建立产品研发中心、食品自检实验室，增强在产品开发、质量控制和用户体验方面的实力。本项目建成后，公司将结合国内消费者的需求，快速进行产品样品的小试，加快新品的开发进度，适时开发新产品来满足消费者对于不同口味的需求，达到丰富产品品类、提升公司持续创新能力的目的。

本项目已取得上海市松江区发改委出具的《上海市企业投资项目备案意见》（松发改备[2016]051号）、上海市松江区环境保护局出具的审批意见（松环环保许管[2017]1227号）。

2、项目仓库情况

（1）公司现有仓库情况

目前，公司在上海、天津、广州均租有仓库使用。其中，上海仓库建筑面积约 22,255 平方米，最大吞吐量达 20 万件，覆盖苏、浙、沪、皖、赣、闽、鄂、渝、川区域；天津仓库建筑面积约 12,572 平方米，最大吞吐量达 15 万件，覆盖黑、吉、辽、青、藏、新、陕、甘、宁、晋、鲁、豫、京、津、冀地区；广州仓库建筑面积约 11,122 平方米，最大吞吐量达 10 万件，覆盖云、贵、湘、粤、桂、琼地区。

2017 年，公司上海仓库商品出库数量 4,246,299 件，约占 2017 年公司仓库

出货量的 42.80%，北京仓库（2018 年 8 月，公司租用天津仓库替代北京仓库）出库数量约 3,365,904 件，约占公司出库总量的 33.90%，广州仓库出库数量约 2,306,520 件，约占公司出库总量的 23.30%，上海仓库的出库总量远高于北京仓库和广州仓库。经综合考虑交通、运输条件、用地条件、公司产品销售情况等因素，公司选择新建上海仓库，待仓库建设完成后，上海现有仓库的物资及人员全部搬迁至新的仓库，天津仓库与广州仓库仍租赁使用。

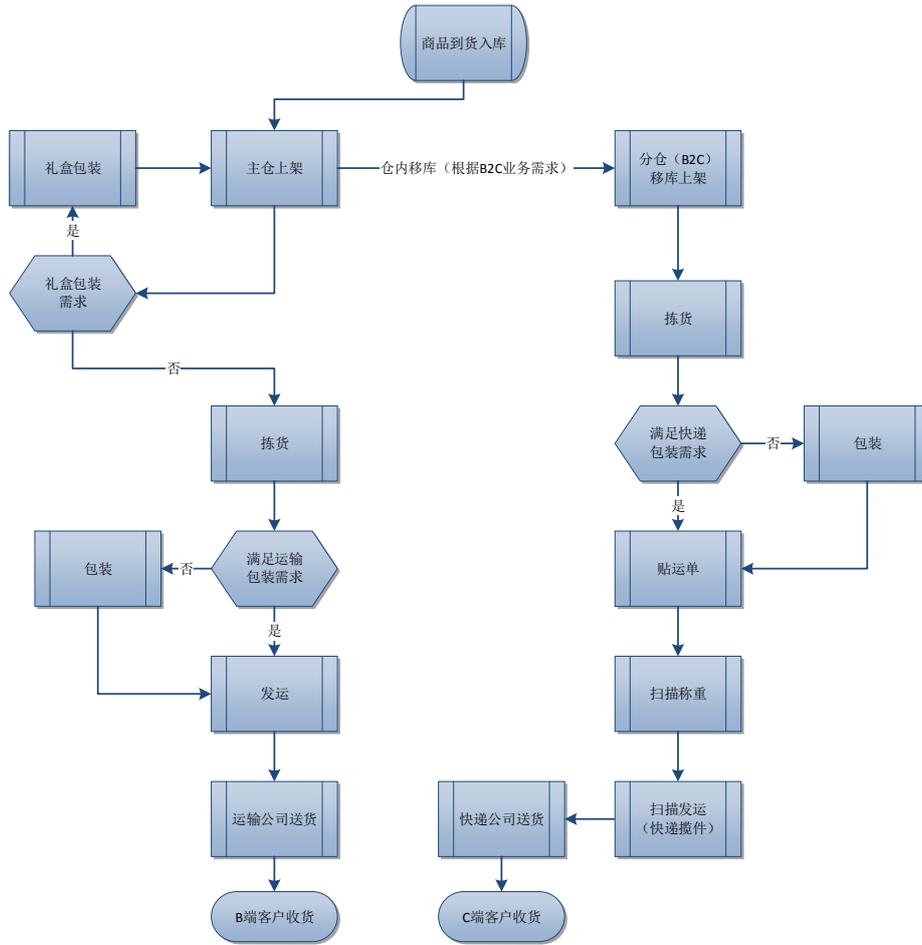
（2）项目实施仓库情况

本项目将在上海市松江区建立现代立体仓库，为公司产品提供相应的仓储、分拣、包装及物流配送等一体化的服务。

3、项目运营模式

（1）项目业务流程

项目实施后，公司将实现商品入仓、上架、拣货、复核、发货、运输、派送等环节的一体化全流程服务，具体业务流程如下：



本项目主要业务流程节点工作内容情况如下：

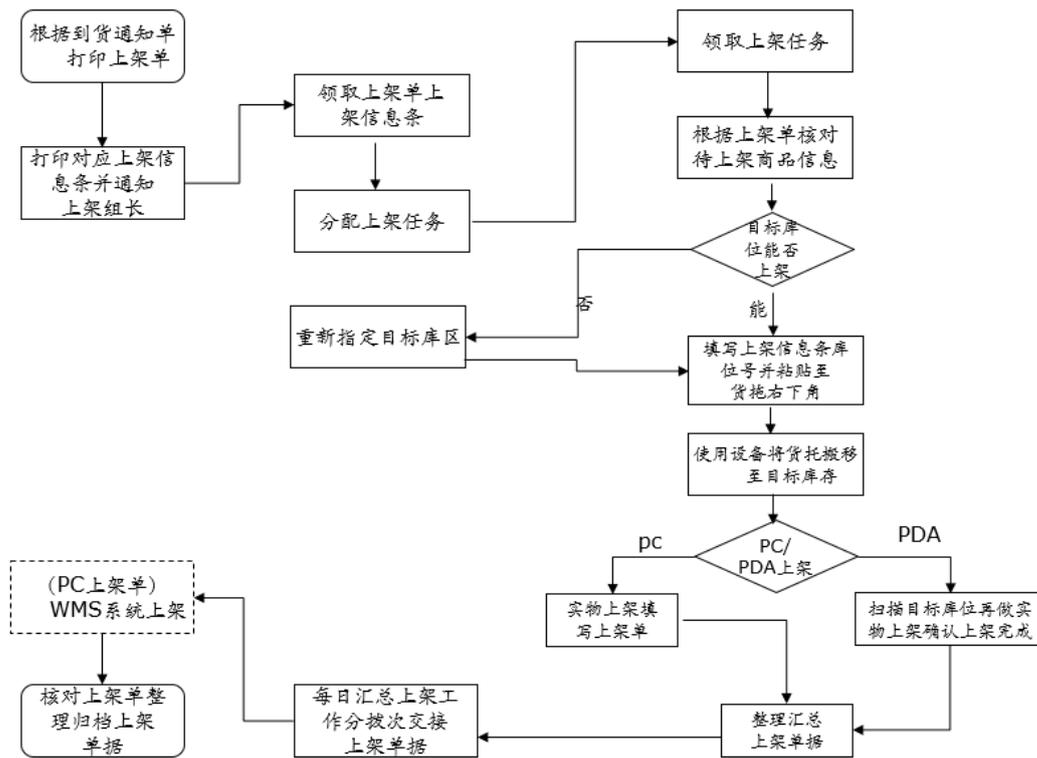
业务节点	工作内容
入库	进口商品从港口运至仓库后，进行商品的卸货与检验，并根据商品分类分别进入相应的产品库存区域。
上架	根据采购订单，SAP 系统将相关信息使用 EDI 系统传输至 WMS 系统中做上架暂存区动作。现场 QC 进行检验无误后，仓库人员按照标准完成商品码托，并且打印托盘信息张贴，最后高位叉车将商品存放至系统指定库位并且使用 PDA 完成系统上架操作。
拣货	根据消费者、经销商等的订货要求，SAP 系统将销售订单使用 EDI 系统传输至 WMS 系统，WMS 系统生成拣货单，仓库人员迅速、准确地将商品从其储位或其他区域进行拣取，并根据销售订单、发货路线等信息进行分类、集中至发货暂存区，等待配装送货的作业流程。
包装复核	根据订单商品数量、种类、体积、卫检信息进行发货前复核，保证实物信息和订单信息一致性。针对需要发货前加固的商品进行二次包装，确保商品在运输过程中不会因挤压导致产品变形、受损。复核无误后，系统审核（库存出库）并生成送货单（含有商品名称、规格、数量、重量、顾客姓名、地址及联系方式等信息）。
发货	根据客户下达的订单信息填制物流、快递运输单，填写发货的内容包括商品名称、颜色、规格、数量、重量、顾客地址、联系方式、联系人姓名等相关信息，以备后续进行登记库存及查询。

业务节点	工作内容
运输、派送	本项目将不会配置实际操作的运输及派送相关设备和人员，而是通过委托第三方物流公司和快递公司，实现商品的运输配送上门服务。本项目的运输管理人员负责第三方物流快递公司的采购、管理，配送路由的优化，运输配送异常的协调，回单管理跟进和物流公司运费结算。

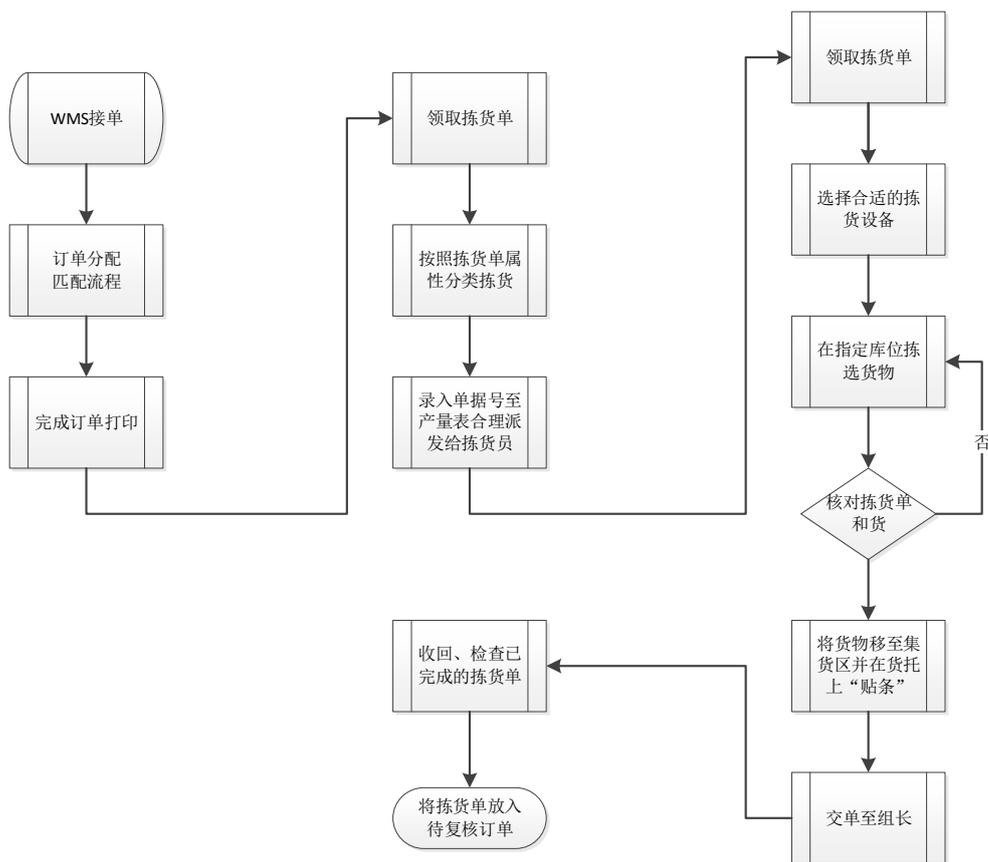
此外，该项目涉及礼盒包装：为满足国内消费者的礼盒需求，商品成品在国内仓库入库后，计划部根据礼盒需求在 SAP 中生成生产单（礼盒包装需求），并由采购部采购相关礼盒包材。包装人员组织人员使用相关礼盒包装设备在独立工作区域保质保量完成礼盒包装工作并在 WMS 系统中同步完成转储和上架操作。

(2) 仓库业务流程管理

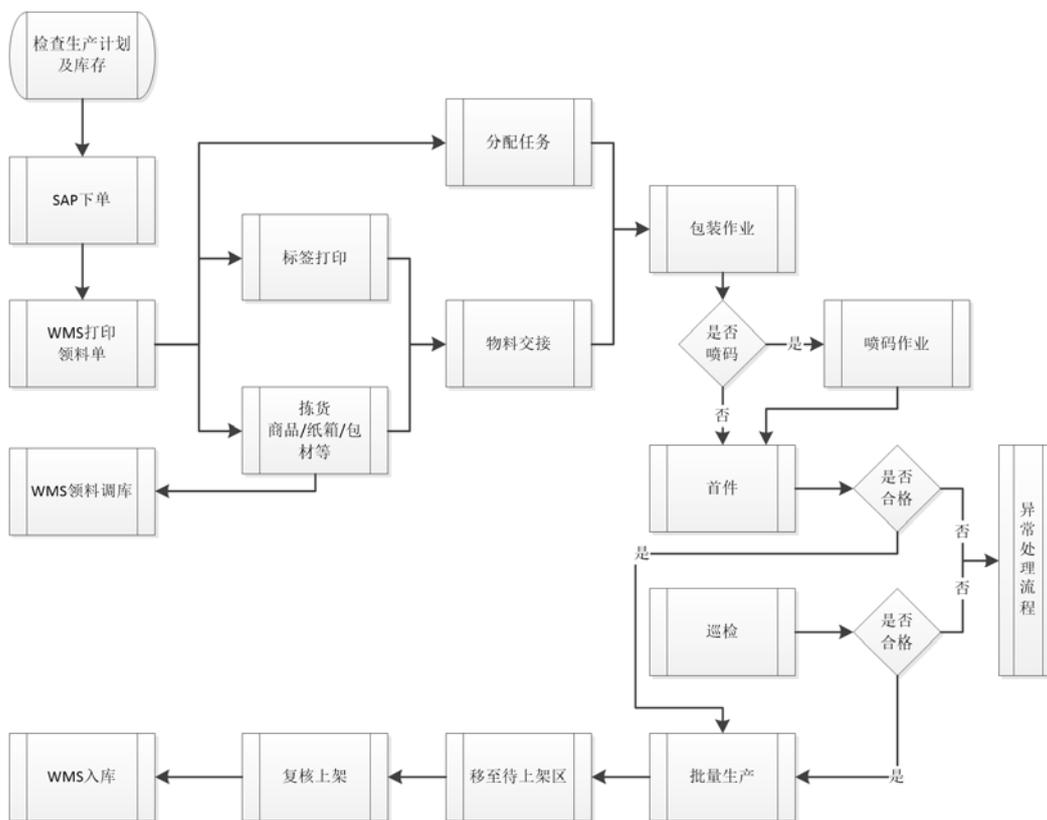
① 货物上架操作流程



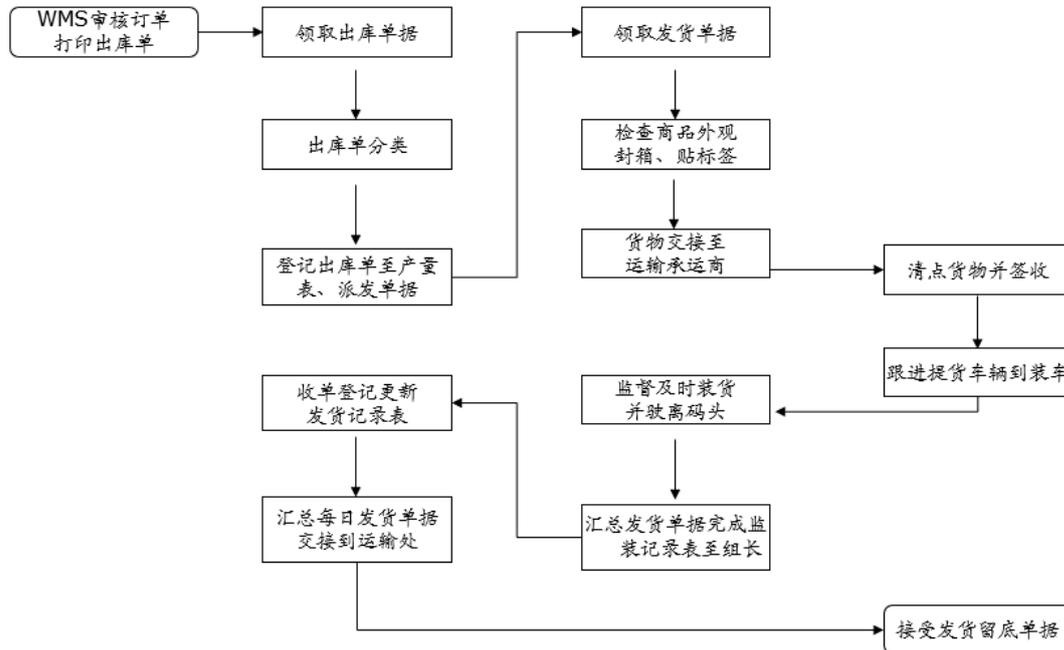
② 拣货操作流程



③礼盒包装流程



④发货流程



4、项目建设方案

(1) 原材料和资源

①项目原材料

本项目涉及的主要原材料为各类包装材料，上述材料在国内供应量充足，能够保障项目用料需求。

②燃料动力及其它公用设施的供应

本项目所使用能源种类主要有水和电。上海市辅助设施、物流运输、环境保护和管理服务等资源整合和基础设施建设、消防、供水、供电、通讯、排污管网污水处理厂等公用设施齐全。本项目公用工程可充分依托公用配套设施，可满足项目所需的水、电等能源需求。

(2) 项目地址选择

本项目的实施地点位于上海市松江区佘山镇新宅路 555 号，使用公司自有土地及房产进行建设。

(3) 环境保护

本项目在开发、实施过程中，主要涉及厂房土建等过程，不产生废气废水等污染物，也不产生电磁辐射，不会对环境造成污染。2017年6月21日，上海市松江区环境保护局松环保许管[2017]1227号文件对本项目出具了环保审批意见，同意公司实施本项目。

根据国家有关环境保护法律、法规，在本项目实施过程中公司将加强施工期环境管理，严格执行配套建设的环境保护设施与主体工程同时设计、同时施工、同时投产使用的环境保护“三同时”制度，落实建设项目信息公开工作。项目建成后建设单位应按规定在投用前30天向审批环评的环保主管部门申请环保设施竣工验收。

5、项目建设规模

本项目将在上海市松江区新建现代立体仓库、办公楼、分拣中心、综合楼等，建成后将实现集智能仓储、包装复核、分拣中心、客户体验中心、自检实验室、研发中心等为一体的功能齐全、设施完备的综合工程。该项目占地面积约63.00亩，建筑面积约48,273.00平方米，计划投资15,000.00万元。除了扩大仓储基础设施能力之外，公司还将加大产品创新能力的投入，建立产品研发中心、食品自检实验室，增强在进口食品产品开发、质量控制和用户体验方面的实力，提升企业持续创新能力。

6、项目投资概算

本项目拟投资15,000.00万元，其中包含建设投资14,000.00万元，设备投资1,000.00万元。具体明细如下表：

序号	项目	投资额（万元）	比例
1	建设投资	14,000.00	93.33%
2	设备投资	1,000.00	6.67%
合计		15,000.00	100.00%

7、项目实施和进度安排

（1）项目实施进度安排

本项目建设期共1年，本项目建设期分如下五个阶段工作实施：

第一阶段为场地施工阶段，历时 3 个季度，主要为项目施工；

第二阶段为场地装修阶段，历时 2 个季度，主要工作为仓储基地的场地装修；

第三阶段为人员招聘及培训，历时 1 个季度，主要工作为项目所需人员的招聘及培训；

第四阶段为试运营阶段，历时 1 个季度，主要是仓储基地试运营等。

（2）募投项目实施的阶段性目标

项目	T+1			
	Q1	Q2	Q3	Q4
场地施工				
场地装修				
人员招聘及培训				
设备调试及试运营				

（三）整体信息化建设项目

1、项目概述

本项目将对现有的信息化管理系统进行升级和改造，通过各业务平台系统的整合实现协同，打通日常经营的各业务环节。本项目的实施一方面有利于内部资源的优化配置，优化现有业务流程，满足未来业务规模大幅扩张的要求；另一方面该项目以现有的 SAP 系统为核心，覆盖财务、采购、生产、销售、计划、仓储、物流、质量、产品研发、项目管理等供应链全流程，有助于公司快速整合市场信息，提高市场反应能力，巩固公司核心竞争力；此外，信息化水平的全面提升，有利于公司建立一套科学、可靠的决策体系，提高管理层决策的科学性。

本次信息化系统升级改造和扩容的主要内容如下：

（1）核算考核层

核算考核层的搭建以公司现有的 ERP 系统为基础，实现的主要功能为财务管理系统，满足公司内部和法定的管理及核算需求，主要包括财务会计和管理

会计两个方面。财务会计系统主要完成日常财务核算、提供法定报表等对外报告信息；管理会计系统主要为内部经营决策提供信息支持。

（2）业务运作层

业务运作层以公司现有的 ERP、OMS、EDI、MALL、OMS 等系统为基础，通过进一步升级，并引入 PLM、QM、SRM、CRM、HR 等信息系统，在产品采购、质量控制、仓储物流到销售管理等各关键业务流程实现信息系统的管理跟踪，并完善人力、财务等职能部门信息管理系统配套建设，对各业务环节构建动态的经营模型和管理模型，实现公司供应链全流程的信息化管理。

①PLM（产品全生命周期管理）

PLM（Product Lifecycle Management）即产品生命周期管理，通过建立包括市场、采购、研发、生产、售后等多部门协同的规范化项目流程，帮助公司实现对产品全生命周期的部门协同管理，打通企业内部信息壁垒，通过统一的多项目分析报表平台监控产品的全生命周期的人员、时间、成本、质量等信息。

此外，公司 PLM 系统可将产品研发与推广人员、过程及信息有效地集成，覆盖产品从概念到销售的全生命周期，是支持产品全生命周期的信息的创建、管理、分发和应用的一系列应用解决方案。

②QM（质量管理）

QM（Quality Management）即质量管理，包括从产品设计、制造、检验、品质分析与产品售后为一体的大型系统，为企业满足某种强制规范提供可操作的平台，融合产品设计人员、制造人员、检验人员的需求，能够满足企业对产品设计、产品制造、产品检验、产品实验、产品追溯等一系列操作提供数据分析的需求。

公司现有 IT 系统没有对质量功能做专门规划，产品检验、质量问题处理等都是线下作业；实施 SAP QM 系统可以帮助企业准确、有效的对质量问题进行处理、跟踪，从而保障库存查询、订货计划的准确性，提升公司质量管理的有效性和效率。

③SRM（供应商关系管理）

SRM（Supplier Relationship Management）即供应商关系管理，是用来改善公司与供应链上游供应商的关系，致力于实现与供应商建立和维持长期战略合作关系的管理思想和软件技术的解决方案。

公司 SRM 系统集成是在公司现有供应商管理的基础上，借助信息系统的新型管理机制，对采购业务相关的领域进行管理优化，与供应商建立长期紧密的战略合作关系，实现公司与供应商之间采购和购置流程的自动化，全面支持开销分析、货源开发、运营合同、请购、发票开具和供应商管理等活动，提高对供应链的洞察力，并且使公司能够全面地了解各品牌、地区的费用支出情况。

④CRM（客户关系管理）

CRM（Customer Relationship Management）即客户关系管理，主要指公司用 CRM 技术来管理与客户之间的关系。该系统专注于销售、营销、客户服务和支持等方面的管理，可显著改善公司在客户关系、业务交易执行、完成客户预期和在供服务等方面的处理能力。

（3）目标管理层

目标管理层通过核算考核层和业务运作层形成的数据流和信息流实现绩效管理功能及全面预算管理功能。

绩效管理即管理组织和员工绩效，其建立在工作流程、工作分析、组织结构等基础之上。绩效管理以实现企业最终目标为驱动力，以关键绩效指标和工作目标设定为载体，针对公司中每个职工所承担的工作，应用科学的定性和定量方案，对职工行为的实际效果及其对公司的贡献或价值进行考核和评价。

全面预算管理是联系公司战略目标与日常运营的重要纽带，它上到战略层面、下到执行层面是一个完整的闭环的管理流程。全面预算管理系统是现代网络与信息技术，融合经营预算、资本预算、薪酬预算、财务预算于一体的综合管理系统，是企业优化资源配置、提高运行质量、改善经营效益、加强风险管控的有效管理工具和管理机制。

（4）战略决策层

战略决策层以智能决策支持系统为主，通过业务运作层及核算考核资金流、商流、信息流的数据和信息的积累和整合，为公司决策者提供更加科学的决策依据。

经营决策分析系统是以公司业务运营系统中其他系统的数据为基础，构建统一的企业级数据仓库。利用先进的 OLAP（Online Analytical Processing，在线分析处理）技术和数据挖掘技术，帮助公司的经营决策层了解公司经营的现状，发现公司运营优劣势；帮助公司更好的对市场和客户进行细分，指导客户进行有针对性的营销和高效的客户关系管理；并对决策的执行情况和结果进行客观准确的评估。

2、项目投资概算

本项目计划投资 5,722.30 万元，其中硬件投资 1,236.24 万元、软件投资 3,945.00 万元、项目开发费 282.00 万元、预备费 259.06 万元。按资金使用用途详见下表：

序号	项目	金额（万元）	比例
1	硬件投资	1,236.24	21.60%
2	软件投资	3,945.00	68.94%
3	项目开发费	282.00	4.93%
4	预备费	259.06	4.53%
	合计	5,722.30	100.00%

3、项目实施和进度安排

（1）项目实施进度安排

本项目信息化系统升级和改造计划 3 年完成，分如下四个阶段实施：

项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
调研、论证阶段	■	■										
框架搭建阶段			■	■	■	■	■	■				
应用推广阶段									■	■		
持续优化阶段											■	■

第一阶段为调研、论证阶段，历时 2 个季度，主要对现有信息化系统进行调研，对其升级和改造方案进行论证；

第二阶段为框架搭建阶段，历时 6 个季度，主要是搭建信息化系统升级和改造所需的系统框架；

第三阶段为应用推广阶段，历时 2 个季度，主要是信息化系统升级和改造各模块应用系统的推广和应用；

第四阶段为持续优化阶段，历时 2 个季度，主要是信息化系统升级和改造后的持续优化工作。

（2）募集资金投入时间进度表

本项目的资金投入进度预估情况如下表所示：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	合计
硬件投资	370.87	494.50	370.87	1,236.24
软件投资	1,183.50	1,578.00	1,183.50	3,945.00
项目开发费用	74.00	104.00	104.00	282.00
预备费	77.72	103.62	77.72	259.06
合计	1,706.09	2,280.12	1,736.09	5,722.30

4、经营与管理效益分析

由于本项目无法产生直接的经济效益，故不做经济效益评价，但其对公司经营和管理效率提升效果明显。

（1）经营效益分析

本项目实施后，将提升公司的用户消费数据搜集、分析、挖掘能力，从而使公司能更及时、全面、系统地了解用户需求及消费行为特征，有利于在发展规划、品牌经营策略等方面为公司战略决策提供有力支撑；同时，本项目还有利于公司在产品采购、销售、仓储、物流及品质问题处理等操作层决策中，提高管理的透明度，提供及时准确的决策信息，令公司决策者更全面、快捷、准确地了解其内外部环境，提高决策的科学性，增强公司的决策能力。

（2）管理效益分析

本项目的实施将显著提升公司的运营管理效率。本项目建成后，现有信息化系统将得到进一步升级和完善，现有业务流程将得到进一步优化，实现线上线下各业务平台系统的整合协同，打通日常经营的各业务环节。在借助更新后的信息管理系统后，本项目将增加公司管理灵活度。此外，完善科学的信息系统有利于降低公司内部运营效率，减少沟通成本，显著提升经营效益和管理效益，有利于实现公司价值的最大化。

（四）补充流动资金项目

1、项目概述

根据公司业务发展布局、营运资金需求，公司拟使用募集资金 3,264.49 万元用于补充流动资金。

2、补充流动资金必要性

公司主要从事自有品牌食品的开发、进口、销售及国外食品的合作代理销售业务，一方面，公司通常给予下游商超客户的信用期较长，公司应收账款金额相对较大；另一方面，出于公司采购周期较长的特点，为了满足保证供货的及时性，公司一般提前对主要产品进行备货。随着进口食品行业的发展，公司营运资金需求随着公司业务规模的扩大而增加。公司综合考虑了行业特点、经营规模、财务状况以及市场融资环境等自身及外部条件合理确定了上述补充流动资金计划，以支持销售规模的扩大。

3、补充流动资金合理性

（1）测算方法

发行人未来三年各项经营性流动资产/营业收入、各项经营性流动负债/营业收入的比例与基期相同。

营运资金=经营性流动资产-经营性流动负债

其中，经营性流动资产包括应收票据、应收账款、预付账款和存货；经营性流动负债包括应付票据、应付账款和预收款项。

营运资金缺口=未来三年预计增长的营运资金需求总额。

（2）主要测算假设

①假设行业保持稳定增长，公司经营管理保持稳定，项目预测期业务收入增长参考 2015 年至 2017 年的营业收入复合增长率，按 10% 计算；

②依据销售收入百分比法，计算预测期各经营性资产及负债科目的预测值即不改变目前经营政策的前提下，预测公司未来发展所需的营运资金需求量；

③不考虑募投项目产生的效益，预测公司预测期的营业收入。

（3）测算结果

根据上述测算方法和假设计算，公司将面临业务规模扩大和收入增长带来的营运资金需求。公司拟使用本次募集资金 3,264.49 万元用于补充流动资金，以缓解流动资金压力，为公司各项经营活动的顺利开展提供流动资金保障。随着本次募集资金投资项目的陆续完成，销售规模不断扩大，公司的营运资金需求将进一步提高。

六、募集资金运用对公司生产经营和财务状况的影响

本次募集资金投资项目具备良好的市场前景，项目完成后，将进一步提升公司研发实力、质量检验能力、消费者购物体验以及进一步提升消费者品牌忠诚度，对公司的财务状况和经营成果产生积极影响。

（一）对公司经营成果的影响

公司本次募投项目与公司的发展战略相一致，募集资金的运用全部围绕公司主营业务进行。公司始终重视品牌建设，不断提升产品开发能力和营销网络建设能力。渠道建设和品牌推广项目一方面可以推进公司营销网络的建设，有利于公司在现有重点城市基础上将营销网络下沉至三、四线城市，加强和完善现有的终端网络；另一方面，该项目还将加速新产品的推广，帮助公司丰富产品品类，提升公司品牌知名度和影响力；翻建生产及辅助用房项目有利于公司进一步增强仓储物流能力。此外，该项目涉及研发中心建设，项目完成后将增

强公司的产品质量检测能力，有效提升公司产品质量把控能力。信息系统建设项目将有效强化公司供应链管理能力和促进内部管理向科学化和精细化方向发展。

（二）对公司财务状况的影响

本次发行完成后，公司资金实力将明显提高，资金紧张状况得到改善，净资产规模将大幅增加，资产负债结构进一步优化。在募集资金投资项目完成前，由于募集资金投资项目有一定的建设周期，短期内营业收入及净利润难以实现同步增长，公司的净资产收益率在短期内可能有所降低。但随着募集资金投资项目的建成，业务规模的扩大将产生良好的利润和现金流，净资产收益率将稳步提高，盈利能力和持续发展能力将不断增强。

（三）新增固定资产折旧和无形摊销对公司未来经营业绩的影响

本次募集资金投资项目中，翻建生产及辅助用房项目计划总投资 15,000.00 万元。按照公司现行折旧、摊销政策，本次募集资金投资项目建成后，公司每年将新增固定资产折旧约 427.93 万元。

（四）对净资产收益率和盈利能力的影响

本次募集资金到位后，公司净资产、总资产的规模将大幅度增加，由于投资项目存在建设期，因此短期内公司的净资产收益率和每股收益将有所下降。但从长期来看，随着项目的逐步建成，公司业务规模将持续扩大，公司的品牌优势也将得到充分发挥，这将进一步提升公司的持续盈利能力和市场竞争能力。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

本节重要合同是指截至 2018 年 10 月 31 日，公司及其子公司目前正在履行的对公司及其子公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同。除特别说明外，重要合同是指截至 2018 年 10 月 31 日，公司及子公司正在履行的与 2017 年度前五名客户签订的销售框架合同、与 2017 年度前五名供应商签订的采购框架合同及其他重要合同。

（一）销售合同

截至 2018 年 10 月 31 日，公司正在履行的重大销售合同如下：

序号	交易主体	客户名称	合同名称	合同金额	合同期限
1	北京品利	锦江麦德龙现购自运有限公司	采购、供货框架合同	框架合同，根据实际订单予以确定	2013 年起自动续期
2	品渥食品	华润万家有限公司	购销合同	框架合同，根据实际订单予以确定	2017.1.1-2017.12.31，自动续期
3	品渥食品	全国家乐福商业有限公司	商品合同	框架合同，根据实际订单予以确定	2017.1.1-2017.12.31，自动续期
4	北京品利	北京京东世纪信息技术有限公司	食品购销合同	框架合同，根据实际订单予以确定	2018.1.1-2018.12.31
5	品渥食品	浙江天猫供应链管理有限公司	天猫超市商家合作协议	框架合同，根据实际订单予以确定	2018.4.1-2018.12.31

（二）采购合同

截至 2018 年 10 月 31 日，公司正在履行重要采购合同如下：

序号	交易主体	供应商名称	商品品类	合同名称	合同金额	合同期限
1	品渥食品	Hochwald Foods GmbH	牛奶	OEM MANUFACTURING AGREEMENT	框架合同	2018.1.1-2020.12.31
	北京品利					
2	品渥食品	Arla Foods amba	牛奶	OEM MANUFACTURING AGREEMENT	框架合同	2017.10.1-2020.12.31
	北京品利					
3	品渥食品	Immergut GmbH & Co.KG	酸奶	OEM MANUFACTURING AGREEMENT 及补充协议	框架合同	2015.7.31-2020.12.31
	北京品利					

序号	交易主体	供应商名称	商品 品类	合同名称	合同 金额	合同期限
	品利上海					
4	品渥食品	Karlsberg	啤酒	OEM MANUFACTURING AGREEMENT	框架 合同	2017.10.30- 2021.12.31
	北京品利	Brauerei GmbH				
5	品渥食品	Muela-Olives S.L.	橄榄 油	Distribution Agreement	框架 合同	2017.10.1- 2027.9.30
	北京品利					

（三）施工合同

截至 2018 年 10 月 31 日，公司正在履行的重大施工合同如下：

2017 年 12 月 10 日，品渥食品子公司上海品渥物联网科技有限公司与浙江宝业建设集团有限公司签订了《施工合同》，合同金额为 14,000 万元。根据该合同，浙江宝业建设集团有限公司将承包“翻建生产及辅助用房项目”，工程总建筑面积 48,272.50 平方米，主体工程为 1 栋两层混凝土框架结构的物流仓库、物流仓库西侧设置综合楼和东侧设置设备房。

（四）借款、担保合同

1、借款合同

截至 2018 年 10 月 31 日，公司正在履行的重大借款合同如下：

序号	借款方	借款银行	借款合同	借款金额	合同期限
1	品渥食品	宁波银行股份有限公司上海分行	《流动资金借款合同》	1,302,484.24 欧元	2018.10.18-2019.4.18
2	品渥食品	宁波银行股份有限公司上海分行	《流动资金借款合同》	470,975.76 欧元	2018.8.22-2019.2.22
3	品渥食品	宁波银行股份有限公司上海分行	《流动资金借款合同》	636,650.75 欧元	2018.8.27-2019.2.27
4	品渥物联网	中国建设银行股份有限公司上海金山石化支行	《固定资产借款合同》	12,000 万元 ^{注 1}	2018.1.16-2028.1.14

注 1：该合同系品渥物联网与浙江宝业建设集团有限公司签订的《施工合同》的专项借款合同，根据《施工合同》的相应付款进度银行提供贷款。截止本招股说明书签署日，品渥食品共收到贷款 8,000 万元。

2、担保合同

截至 2018 年 10 月 31 日，公司正在履行的重大担保合同如下：

序号	性质	担保人	债务人	债权人	担保合同	合同内容
1	抵押担保	品渥物联网	品渥物联网	中国建设银行股份有限公司上海金山石化支行	《抵押合同》及补充协议	品渥物联网对双方《固定资产借款合同》项下所形成的债务提供抵押担保，抵押物为土地，不动产权证书编号：沪 2017 松字不动产权第 045171 号
2	保证担保	品渥食品	品渥物联网	中国建设银行股份有限公司上海金山石化支行	《保证合同》	品渥食品对品渥物联网与中国建设银行股份有限公司上海金山石化支行签订的《固定资产借款合同》项下所形成的全部债务提供连带责任保证

二、对外担保

截止本招股说明书签署日，除对合并报表范围内子公司银行借款提供担保外，公司及子公司无其他对外担保事项。

三、重大诉讼或仲裁事项

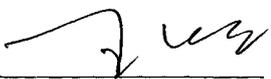
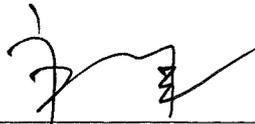
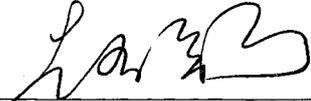
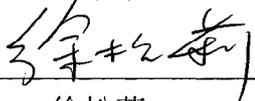
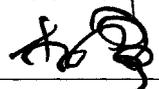
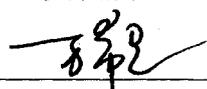
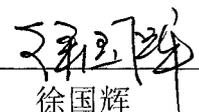
截止本招股说明书签署日，公司未发生对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景可能产生重大影响的诉讼或仲裁事项，公司控股股东、实际控制人、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均未有作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项，控股股东、实际控制人最近三年内不存在重大违法行为，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员也未有涉及刑事诉讼的情形。

第十二节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

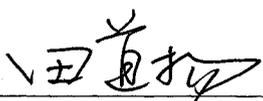
一、全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

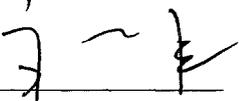
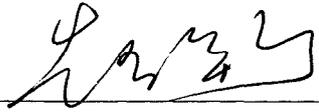
本公司全体董事签字：

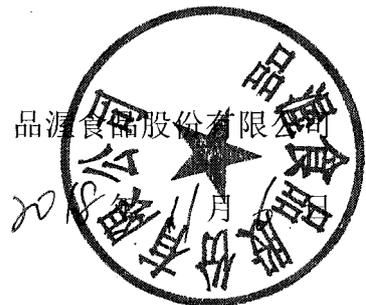
		
王 牧	宋奇峰	赵宇宁
		
朱国辉	吴柏庚	徐松莉
		
李 峰	万希灵	徐国辉

本公司全体监事签字：

		
李斌桢	田道扬	陈建华

本公司全体高级管理人员签字：

		
王 牧	宋奇峰	赵宇宁
		
朱国辉		



二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

本公司郑重承诺：因我公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件中有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

项目协办人： 郭皓

郭皓

保荐代表人： 冷鲲

冷鲲

韩新科

韩新科

保荐机构法定代表人： 王常青

王常青



声明

本人已认真阅读品渥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。

保荐机构总经理：



李格平

保荐机构董事长：



王常青

保荐机构：中信建投证券股份有限公司

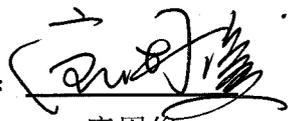


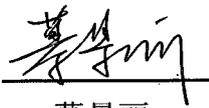
2018年11月6日

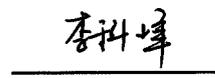
三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读本招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股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，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

经办律师签字：


唐周俊


慕景丽


李科峰

律师事务所负责人：

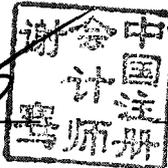
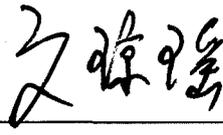

张学兵



2018年11月6日

四、审计机构声明

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、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。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、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，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，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：    
谢 骞 文琼瑶

会计师事务所负责人：  
朱建弟



五、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，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

资产评估师
李晓娟
31040029

李晓娟

资产评估师
周炜
31040028

周炜

资产评估机构负责人：

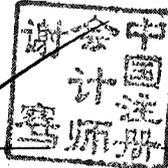
马丽华

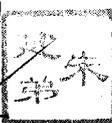
马丽华



六、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，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

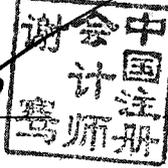
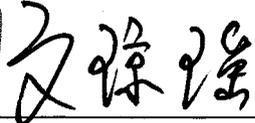
签字注册会计师：    
谢 骞 文琼瑶

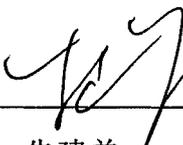
会计师事务所负责人：  
朱建弟


立信会计师事务所(特殊普通合伙)
(特殊普通合伙)
2018年11月6日

七、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，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：    
谢骞 文琼瑶

会计师事务所负责人：  
朱建弟



第十三节 备查文件

一、备查文件目录

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

- 1、发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；
- 2、发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及董事、监事、高级管理人员的确认意见；
- 3、发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；
- 4、财务报表及审计报告；
- 5、内部控制鉴证报告；
- 6、经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- 7、法律意见书及律师工作报告；
- 8、公司章程（草案）；
- 9、中国证监会核准本次发行的文件；
- 10、其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅联系方式

查阅时间：工作日上午 9：00 至 11：30；下午 14：00 至 17：00

查阅地点：

发 行 人：品渥食品股份有限公司

办公地址：上海市普陀区长寿路 652 号 10 号楼 308 室

电 话：021-51863006

联 系 人：朱国辉

保 荐 人（主承销商）：中信建投证券股份有限公司

办公地址：上海市浦东南路 528 号上海证券大厦北塔 2206 室

电 话：021-68801591

联 系 人：王志丹、洪敏、徐谦